



本报官方微博



本报官方微信

# 中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

## 商务部推行内外贸一体化18项举措

NA2

### AI生成图片版权第一案镜鉴:有无独创性成关键 ▶C1



商业案例 ▶D4

#### 百年迪士尼的新命题

复盘迪士尼的百年发展之路,早期的米老鼠、白雪公主等知名IP(Intellectual Property,知识产权)大大地丰富了内容库,在之后的数十年间源源不断地为其提供着现金流;媒体网络业务可以将旗下作品以及授权的第三方作品在媒体平台上面向用户播放,而且该业务基本对应了传统媒介的发展变迁,从广播电台到有线电视,再到互联网流媒体,迪士尼都及时顺应了用户消费习惯变迁的趋势;线下主题乐园不仅增加了旗下IP的变现渠道,也成为迪士尼的又一支柱性业务。

不难看出,迪士尼已是一家覆盖影视娱乐全产业链的巨头公司,从上游的内容制作、发行,到下游的渠道以及衍生业务,均有涉猎。2005年,罗伯特·艾格接任

CEO后,迪士尼在内容制作、渠道等方面多次进行收购,在扩充IP的同时,这也进一步夯实了发行、渠道方面的优势。尤其是在过去十年间,迪士尼更是成为好莱坞极具代表性的一面旗帜。

但在新冠肺炎疫情来临后,这家“百年老店”的业绩缩水明显。其2020—2022财年的年度净利润也都跌至40亿美元以下,2023财年(2022年10月2日—2023年9月30日)净利润则为33.9亿美元,但在疫情前的多个财年,其净利润基本都在百亿美元以上;同时,迪士尼近三个财年的净利率也在5%以下徘徊,但2006—2019年,该项财务指标始终保持在10%以上。

而其盈利能力下滑的主要原因之一就在于迪士尼的流媒体业

务。根据迪士尼2023财年第一至第三财季(对应自然年2022年第四季度至2023年第二季度)的财务报告,流媒体业务累计经营亏损额高达22.24亿美元,尤其是该业务自2019年成立以来,已累计亏损超过100亿美元。

值得注意的是,也是在2023财年财报中,迪士尼将业务架构进行了调整,将原本分属有线网络的ESPN和分属流媒体的ESPN+,以及印度的Star合并为体育业务,单独列为与娱乐、体验平级的部门。

在过去一百年里,迪士尼能生存并发展壮大的一大原因就在于总能发觉到稳定且具有成长性的业务,如成立早期的动画,20世纪60—70年代的主题乐园,80年代至本世纪初的媒体网



络业务,以及最近二十年的内容分销业务。如今,在成立一百年的特殊时刻,这一次的“变阵”是否能让迪士尼摆脱困境?前景被看好但又持续亏损的流媒体业务能否成为迪士尼再次成长的新引擎?

社评 ▶

### 加快内外贸一体化 打通国内国际两个市场

加快内外贸一体化是构建新发展格局、推动高质量发展的内在要求。近日,国务院办公厅印发《关于加快内外贸一体化发展若干措施》(以下简称“《若干措施》”)的通知,提出5个方面18项举措,更好发挥内外贸一体化在促进经济发展、扩大内需、稳定企业等方面的重要作用。

“内外贸一体化”并不是一个新的提法。早在2003年10月,十六届三中全会通过的《中共中央关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决定》就提出,按照市场经济和世贸组织规则的要求,加快内外贸一体化进程。当时的一个现实背景,就是在对外开放不断加速,各类社会资源、资金配置、优待政策等都向外部倾斜的情况下,实现内外外贸或整个市场流通的统一有机管理,破解内外外贸发展“两张皮”的问题。

在二十年后的今天,中国推进内外贸一体化已取得积极进展,像之前备受关注的外资“超国民待遇”现象就已基本被终结。但是,正如最近国新办举行的国务院政策例行吹风会所指出的,企业在国内外市场切换时还面临一些障碍,存在“重外轻内”问题,企业内外贸一体化仍需过“四关”,资金关、标准关、渠道关、监管关。这正是在政策上需要着力解决的问题。

可以明显看出,近几年国家层面对“内外贸一体化”的政策部署呈现出不断加速的趋势。比如2020年6

月,国务院办公厅发布《关于支持出口产品转内销的实施意见》,提出在鼓励企业拓展国际市场的同时,支持适销对路的出口产品开拓国内市场,着力帮扶外贸企业渡过难关,促进外贸基本稳定;2021年12月,国务院办公厅印发《关于促进内外贸一体化发展的意见》指出,推进内外贸一体化有利于形成强大的国内市场,有利于畅通国内国际双循环,并明确到2025年,内外贸法律法规、监管体制、经营资质、质量标准等衔接更加有效,实现内外贸高效运行、融合发展;2022年3月,中共中央、国务院发布的《关于加快建设全国统一大市场的意见》也提出,推动重点领域主要消费质量标准与国际接轨,深化质量认证国际合作互认,推进内外贸产品同线同标同质。

这些密集的政策部署,与疫情对全球外贸发展的不利影响直接相关。同时,随着内外部发展环境的不确定性继续上升,外贸面临更大挑战,内需的重要性相应提升,也迫切需要加快建立新的内外贸发展格局。如据国家统计局公布的数据,中国出口额自5月以来出现连续六个月的下降态势,直到11月才首次转正。如果说前期的一系列政策主要是着力从宏观上为促进内外贸一体化明确了方向,那么这次出台的《若干措施》,则旨在更好解决具体的问题,也表明加快推进内外贸一体化的紧迫性。

具体来看,如促进内外贸标准

衔接,促进内外贸检验认证衔接,促进内外贸监管衔接,推进内外贸产品同线同标同质,主要是解决好内外贸规则制度上的衔接融合问题。当前,部分外贸企业有着越来越多的“出口转内销”需求,一些内贸企业也有更强的“走出去”意愿,而它们所要跨越的第一道关口就是内外贸的规则关、标准关。只有着力推进规则和标准的衔接、融合,才能消除这些企业在内外贸两个市场转换上的障碍。

以被称为外贸“新三样”之一的新能源汽车出口为例,推动新能源汽车出口认证制度与国际规则的全面接轨,就有助于增强中国新能源汽车在布局全球市场上的主动性。此次《若干措施》中也包括,深化共建“一带一路”、《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)等框架下检验检疫、认证认可国际合作。

从消费端看,推进内外贸一体化,也是着力扩大内需的重要一环。长期以来,很多国内消费者都有这样一个疑问——为何同一家企业乃至同一条生产线上生产的产品,出口产品的质量、标准都往往高于内销的?这背后最根本的原因就是内外贸质量标准体系的不统一。而推进内外贸一体化,实现内外贸产品同线同标同质,便有助于解决这个问题,这不仅将降低企业打通国内国际两个市场的成本,也能够更好满足消费者的需求,助力消费提振。同时,《若干措施》提出,支持外贸企业拓展国内市

场;简化用于食品加工的食药物质进口程序;支持监管方式成熟、国内需求旺盛的进口展品在境内销售等,还能带来“鲇鱼效应”,倒逼国内产品质量的整体提升,助力供给侧结构改革。

但要避免的一个认知误区是,促进内外贸一体化,不能被简单地理解为内贸的地位升级,而外贸的地位降格。应该看到,内外贸一体化发展,主要是打通内外贸衔接的堵点,助力企业在国内外两个市场更顺畅切换,最终目的是让内贸、外贸都能实现更好发展。比如,《若干措施》就提出,培育一批具有国际竞争力、内外贸并重的领跑企业,增强全球资源整合配置能力,支持供应链核心企业带动上下游企业协同开拓国内外国际市场;加大中国品牌海外宣传力度,鼓励老字号走向国际市场等。也就是说,加快内外贸一体化的目的之一,还是要让更多具备竞争力的中国企业能够走向国际市场。因此,在推进内外贸一体化的过程中,要切忌把内贸和外贸对立起来的倾向,否则可能走向另一个极端。

从更大的层面看,推进内外贸一体化,不仅仅是阶段性的应时之举,而是中国经济发展到一定阶段,构建新发展格局的必然选择。近期,中国刚好迎来改革开放45周年,推动内外贸一体化协调发展,实现更高水平的“引进来”和更高质量的“走出去”,也未尝不是改革开放的新内涵。

本期热词 ▶

#### 金融黑灰产

从国家金融监督管理总局多地派出机构披露的辖区消费投诉数据看,2023年上半年贷款类业务投诉占比仍普遍居于高位,非法代理维权、征信修复骗局等金融黑灰产呈现多发趋势,并逐渐形成完整的产业链。

“围剿”金融黑灰产 ▶B1

#### All in光伏

这正是三一集团加速布局光伏业务的一个缩影,也是三一集团All in第三次创业并转型绿色能源产业的重要一环。三一集团创始人、原董事长梁稳根曾谈及三一集团的三次创业经历,并在“退居幕后”前提出了万亿市值的目标。

三一集团All in第三次创业:光伏业务能否做到“中国第一”? ▶B15

#### “充电焦虑”

“超充”已然成为企业竞争的新热点。一位充电桩运营商相关负责人向记者表示,大功率超快充是当前电动汽车快速补能的重点技术方向之一,超充设施正迎来新一轮技术变革和市场落地。

破解“充电焦虑” 多玩家入局追逐超充“风口” ▶C6

#### 董宇辉“去留”

盘和林认为,此前很多消费者认为东方甄选就等于董宇辉,董宇辉也没有犯过任何原则上的错误,实际上可以做自己的商业版图。东方甄选和董宇辉的流量属性本该形成正反馈互动,而不是相互掣肘。

卖货新模式背后:董宇辉的“去”与“留” ▶D1

#### 经济大势

A1~A4

新一轮财税体制改革呼之欲出 ..... A3  
防范债务风险仍是重要工作

电商“三杰”新格局 ..... A4

#### 营商环境

B1~B16

京沪房贷利率调降 ..... B2  
“定向降息”或持续

“开门红”存款利率涨跌不一 ..... B5  
部分短期产品逆势上调

规模缩水逾三成 公司理财降温 ..... B6

“施工图”变“实景图”: ..... B9  
轨道上的长三角一体化发展提速

万达投资联盟“洗牌” ..... B11

配售型保障性住房建设提速 ..... B12

深圳探索房地产业发展新模式 ..... B13

上海楼市吹起政策暖风 ..... B13  
有楼盘称将收回折扣优惠

创新药“九死一生”: ..... B14  
舒泰神1.5亿元研发项目终止

#### 智在公司

C1~C8

中国广电5G用户突破2000万 ..... C2  
试商用差异化业务

竞逐派对游戏:腾讯10亿元“造梦” ..... C4

寒潮天气新能源汽车迎大考 ..... C5  
续航缩水痛点难破引用户焦虑

上海免费绿牌“收紧”: ..... C8  
车企“现车供应”加码营销

#### 消费连锁

D1~D4

马拉松越野赛再出发 ..... D2

女子体育收入冲击十亿美元 ..... D3  
带动装备市场发展



中经传媒智库



本报官方微信

广告许可证:京海工商广字第024号  
本报常年法律顾问:北京德和衡律师事务所  
总机电话: (010) 88890000 发行征订电话: (010) 88890120 广告热线: (010) 88890020 监督电话: (010) 88890050

# 商务部推行内外贸一体化18项举措

本报记者 索寒雪 北京报道

“我们储存了一批进口羽绒，本来计划用于出口羽绒服的加工，现在已经全部改为国内品牌加工。”义乌一位工厂的负责人向《中国经营报》记者表示，目前

国内的市场需求量比较大。

据京东发布的《2023保暖服饰消费观察》显示，近一周多种类的保暖服饰受到关注，羽绒服的搜索量同比增长超5倍，运动款羽绒服成交额同比增长10倍，羊绒衫成交额同比增长6.4倍，男/女士

羽绒服、儿童羽绒服、毛衣、毛呢大衣、围巾/手套/帽子套装成交额均同比增长4倍，皮草成交额同比增长103%，多样化的保暖服饰满足了消费者冬日的出行需求。

前述人士表示，夏天的时候，就有预测今年冬季会很冷，所以

品牌商都进行了一些备货。他所在的企业原本为国内企业生产帐篷，现在国外订单较多，便改为为国外企业生产帐篷。谈到国内外产品的标准，他说：“现在国内企业的标准也要求得非常高，国内外对产品的标准基本接轨。”他表示

示，国内外的订单都会有跟单员，随时对工厂的生产进行监督汇报，所以对品质要求都很高。

这种既为国外订单生产，又可随时转换生产线，满足国内订单需求，已经成为了很多企业的常态。

近日，商务部会同相关部门，在深入调研的基础上报请国务院

审议出台《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》(以下简称《若干举措》)，提出5个方面18项举措，更好地发挥内外贸一体化在促进经济发展、扩大内需、稳定企业等方面的重要作用。

## 商务部调研内外贸一体化

2023年1—11月，社会消费品零售总额42.8万亿元，同比增长7.2%，货物进出口38万亿元，同比持平，稳居全球第二大消费市场和全球第一货物贸易大国。

记者了解到，《若干举措》提出，促进内外贸规则制度衔接融合。促进内外外贸标准、检验认证、监管衔接，不断提高国际标准转化率，深化检验检疫、认证认可国际合作。促进内外外贸资源要素更加顺畅流动，推进内外外贸产品同线、同标、同质。

此外，《若干举措》还提出，促进内外外贸市场渠道对接。支持外贸企业拓展国内市场，结合2024年“消费促进年”，国货“潮品”等新消费增长点培育，组织开展外贸优品拓内销系列活动。支持外贸企业采用跨境电商、市场采购贸易等方式开拓国际市场。发挥平台交流对接作用，促进国内市场接轨。

记者了解到，诸如GORE-TEX等进口面料已经在国内打开了市场。

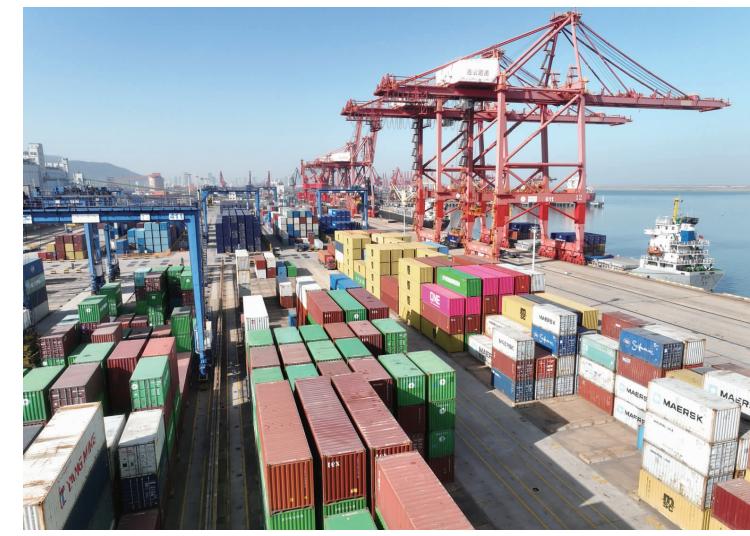
京东发布的《2023保暖服饰消费观察》显示，从羽绒服的材质面料来看，石墨烯羽绒服获得了较高的销售增速，成交额同比增长超10倍，GORE-TEX羽绒服

增速也超过200%，鹅绒羽绒服的成交额增速超260%。

《若干举措》提出，加快重点领域内外贸融合发展。深化内外贸一体化试点，鼓励地方加大改革创新力度。培育内外贸一体化企业和内外贸融合发展产业集群，加快内外贸品牌建设，深入开展内外贸企业“品牌对接”“渠道对接”“产销对接”。提升内外贸一体化发展水平。

“近年来，商务部会同各有关部门、各地区认真贯彻落实党中央、国务院决策部署，着力推进内外贸一体化取得积极进展，内外贸规模、质量进一步提升。”商务部副部长盛秋平说。

商务部的数据表示，2022年，中国批发零售业增加值11.5万亿元，占GDP的12.3%。2023年1—11月，社会消费品零售总额42.8万亿元，同比增长7.2%，货物进出口38万亿元，同比持平，稳居全球第二大消费市场和全球第一货物贸易大国。2023年前三季度，最终消费支出对经



2023年1—11月，我国货物进出口38万亿元，稳居全球第一货物贸易大国。图为连云港码头。视觉中国/图

济增长的贡献率达到83.2%。内外贸规则制度进一步衔接，国际标准转化率超过80%，企业内外贸一体化发展意愿进一步增强，2023年前10个月，规模以上工业企业中内外贸一体化经营企业数量同比增长4.7%。越来越多的企业认识到，开展内外贸一体化经营是用好两个市场、两种资

源、应对市场风险、拓展发展空间的重要手段。

盛秋平也对一些现象表示了担忧，比如企业在国内外市场切换时还面临一些障碍，存在“重外轻内”等问题，企业内外贸一体化仍需过“四关”：资金关、标准关、渠道关、监管关。内外贸一体化经营能力还有待提升。

## 加强知识产权保护

“内外贸一体化发展好不好，发展环境至关重要。”

《若干举措》提出：“优化内外贸一体化发展环境。加强知识产权保护，开展打击侵权假冒专项行动。完善内外贸信用体系，推动企业信用信息共享应用。”

目前，中国企业还存在对自身知识产权保护不足的情况，这在出口过程中就会遇到“危机”。

中国国际贸易促进委员会人土向记者透露，中国企业在美知识产权纠纷中超90%是被告，专利平均判赔380万美元。他认为，中国专利海外战略布局的比例是远远低于我们产品出口比例的，存在保护不足的问题。

海关总署综合业务司负责人林少滨表示，海关将重点从以下三个方面抓好落实，为加快内外贸一体化贡献海关力量。据了解，海关将优化内外贸一体化发展环境。

“内外贸一体化发展好不好，发展环境至关重要。开展打击侵权假冒专项行动，加大对外贸企业商标权、专利权的保护力度，营造有利于畅通国内国际市场的信用环境，海关在这方面也将加力，持续加强知识产权海关保护，同时严防以

假充真、以次充好的商品冲击内外贸市场。加强进出口企业信用管理，支持加快发展沿海和内河港口铁水联运，支持符合条件的企业开展内外贸集装箱同船运输，提升物流便利性，为内外贸一体化发展营造良好环境。”林少滨说。

海关总署还将促进内外贸一体化规则制度衔接融合。

不同国家和地区在标准、检验检疫、监管要求等方面存在差异，是内外贸一体化发展面临的难点和堵点。“海关将聚焦市场关注和企业需求，继续做好国外技术法规标准，特别是发达国家地区技术法规标准的比对、研究和评议工作，及时将相关成果向出口企业开展宣传和贯彻。同时，深化检验检疫、认证认可国际合作，积极与更多国家开展检验检疫电子证书国际联网核查，扩大第三方检验检测结果采信范围，大力促进内外贸规则制度衔接融合。”林少滨说。

海关数据显示，今年前10个月，我国社会消费品零售总额38.54万亿元人民币，前11个月我国进出口总值37.96万亿元人民币。

# 金融为民守初心 光大银行全心全意守护新市民

随着我国工业化、城镇化进程的不断推进，大量农村人口通过就业、求学等方式进入城镇，新市民群体由此形成。官方数据显示，目前新市民群体的规模

高达3亿人，占到人口总数的20%。如此大规模的群体，对于银行金融机构而言，如何通过优质高效的金融服务满足新市民的消费需求，成为“金融为民”的关键所在。

2022年3月《关于加强新市民金融服务工作的通知》指出，针对新市民在创业、就业、住房、教育、医疗、养老等重点领域金融需求，鼓励银行保险机构结合地方实际情况，因地制宜强化产品和服务创新，扩大高质量金融供给，提升金融服务的均等性和便利度。

通知发布后，包括光大银行在内的多家银行均推出了专项服务方案，强化、优化新市民金融服务供给和能力。一年多以来，针对新市民的融资痛点和难

点，光大银行不断通过创新产品、完善机制，助力新市民能够顺利融入到城市生活中，满足新市民群体多元化需求，推动经济稳步增长。



## 破解融资痛点难点 加大信贷投放力度

3亿人口的新市民群体，金融需求多种多样，但主要集中在扎根城市安居乐业、提升生活品质上，涉及住房、创业、就业、养老、教育等多个领域。对于银行来说，满足这部分需求并不那么容易，需要举全力之，通过有力度、有温度、有速度的政策举措，建立起一套完整的新市民金融服务体系。

“新市民群体的金融服务贯穿新市民的整个生命周期，从前期的城市落脚，到后期的消费保障，再到未来的养老规划。要满足这些不同的需求，需要银行几乎所有的部门共同协作，形成合力。”光大银行相关负责人表示。

在信贷投放方面，光大银行重点推出了保障性租赁住房贷款，强化对新市民保障性住房项目金融支持，有效推动人才引进，让新市民群体能够“留得下来”。“光大银

行一直践行‘租购并举’策略，坚定将保障性租赁住房作为后续业务发展的重要增长点，立足建制度、抓规范、促长远，制定了《保障性住房贷款管理办法(试行)》，并在全行范围做好政策传导和业务推广。”

光大银行零售金融条线的信贷投放则在不断进行产品创新，尤其是在支持创业方面。对于新市民创业比较集中的美团、字节等第三方平台，光大银行专门开发了美团生意贷、字节生意人贷等产品，为其生态圈内符合条件的小微企业主、特色小吃店主等提供无抵押、无担保信用贷款，缓解创业新市民商户的资金压力。此外，针对吸纳新市民就业量较大的餐饮服务企业，该行还量身定制了“阳光e餐贷”，精准助力餐饮企业经营生产，促进新市民就业。

在支持新市民消费方面，光大银行积极打造了更加智能、精准的消费金融服务体系，在扩内需、促消费、提信心中靠前发力，为新市民的美好生活在保驾护航。光大银行相关同事表示，该行面向大中专毕业生、一线蓝领等年轻新市民客群推出年轻人系列专属信用卡产品；紧贴年轻新市民消费需求，不断拓展优质品牌商户，并搭配饮食、娱乐、出行、购物等多种权益，提升年轻新市民生活消费的便利性。另外，光大银行还通过与大型互联网平台合作，为新市民提供便利的无抵押、无担保的信用消费贷款，缓解新市民资产积累较少、担保手段缺乏、难以抵押质押等短板，满足新市民购物、装修、旅行、婚嫁、教育等需求，合理发挥平台企业在促进消费复苏、提升新市民幸福感的积极作用。

## 构建完善服务体系 金融守护合法权益

除了在信贷投放上发力外，光大银行也格外重视新市民的合法权益保障，持续通过提升银行基础金融服务，加大对新市民弱势群体的保护。

为规范农民工工资支付，保障农民工按时、足额获取劳动报酬的合法权益，国家相关部门颁布实施了《保障农民工工资支付条例》，其中明确农民工工资保证金可用银行保函替代。光大银行积极打造农民工工资保函作为服务民生特色产品，聚焦工程建筑领域的用工企业，通过向工程项目所在地人社部门、住建部门等行政单位出具担保用工企业期、足额发放农民工工资的书面承诺，从工资支付源头为广大农民工群体提供工资支付担保。与此同时，用工企业使用农民工工资保函代替工资保证金，既可满足项目开工必要条件，又可避免大额资金占用，有效缓解企业流动性压力。

实现了惠企利民的双重效应。

为了满足新市民多元化的金融需求，有效保障其合法权益，光大银行一直致力于提升银行的科技能力，并对银行金融业务实现科技赋能。作为光大银行在民生服务领域的典型代表，“光大云缴费”全力解决人民群众急难愁盼的生活缴费难题，聚焦个人、企业、政务领域，深度服务水、电、燃气、非税、社保、医疗、教育、交通等各类场景，逐步构建起数字化、开放化、智能化的便民服务生态体系。截至10月末，“光大云缴费”缴费代收项目近1.6万项，缴费笔数超过22亿笔，持续保持行业领先地位。

“物流通”和“灵工通”两款产品不仅强化了银行对于账户的资金监管，更保障了新市民的合法权益。“物流通”是光大银行针对物流行业数字化转型需求所推出的线上综合金融服务方案。该方案涵

盖了账户管理、支付结算、网络融资等多个方面，旨在为网络货运平台、无船承运平台等物流新业态企业提供全方位支持，推动其向智慧物流转型。据统计，目前“物流通”已累计服务货车司机达970万户。

“灵工通”则聚焦于服务“外卖骑手”、“家政阿姨”和“建筑工人”等群体，针对自由职业者、灵工平台和用工企业的特点，提供了成熟的账户体系和支付结算解决方案。它满足了灵活用工平台在资金分户核算管理、支付结算、利息管理、日终对账以及电子凭证在线打印等方面金融服务需求。

光大银行表示，下一步，两款产品将针对不同人群，在特定场景中的金融需求进一步提升服务能力，将保理融资与结算业务相结合，为平台及企业之间打通业务堵点难点，进一步保障货车司机及灵工群体劳务费发放的及时与便捷。

## 发挥综合金融优势 助力美好生活建设

针对新市民的养老金融需求，光大银行在手机银行打造个人养老金专区，提供涵盖“账户+功能+产品”三位一体的实用备老工具和综合金融服务。在账户服务方面，提供个人养老金开户、缴存、凭证查询功能，为客户提供全视角账户管理服务。同时，优化开户流程和增值服务，推出个人养老金缴存凭证查询、下载、预开户等功能。

光大银行相关人士表示，该行的养老金融积极发挥光大集团综合金融、产融结合优势，联合光大

保险、光大养老、中青旅等兄弟单位，构建多层次、多支柱养老服务体系建设。在创新产品供给方面，与多家头部机构合作，持续优化养老产品供给，提供养老社区、健康体检、旅游出行等全方位专属增值服务，打造高品质、专业化综合养老金融服务。

在财富管理服务方面，银行持续深化资产展示和财富功能建设，丰富产品货架，推出了1元理财产品，让更多的新市民能够享受到金融带来的实惠。

为了金融“普惠”和守护老百姓的钱袋子，光大银行消费者权益保护部针对有投资理财需求的新市民加强了金融知识普及和反诈知识宣传，努力营造安全稳定的金融环境，助力新市民美好生活建设。

作为一家中管金融企业，光大银行积极践行金融工作的政治性、人民性，坚持把发展的着力点放在服务实体经济上，不断提升新市民金融服务质效，为百姓安居乐业、地方经济社会发展贡献“光大力量”。 广告

# 新一轮财税体制改革呼之欲出 防范债务风险仍是重要工作

本报记者 杜丽娟 北京报道

在以高质量发展全面推进中国式现代化的背景下,财税体制改革的方向进一步明确。伴随中央经济工作会议的结束,新一轮财税体制改革也备受关注。

财政是国家治理的基础和重要支柱,2020年中央明确提出要基本建立现代财政制度。此后围绕健全现代预算制度、优化税制结构、完善财政转移支付体系等内容,学界和业界进行过多次讨论。

对外经济贸易大学副校长洪俊杰表示,当前财政已经深度嵌入,正全面参与国家治理和各领域。

“在政策实践方面,学者应多聚焦中国当前现实问题,解释重要财税现象、解决重大财税改革问题、评估重大财税政策效果,为推进中国式现代化进程中的财税改革贡献力量。”在首届中国财政学青年学者论坛上,洪俊杰指出。

在财税人士看来,聚焦分税制改革的大背景下,央地财权和事权关系、地方支出责任和事权匹配、共同事权转移支付等问题成为下一步改革的重点。

## 财权和事权失衡

“从改革长远规划看,当前迫切需要谋划新一轮财税体制改革,其中一个重点内容是解决地方政府在财权与事权上存在的不匹配问题。”

作为中国特色哲学社会科学的重要组成部分,财政学地位不可替代,其中以分税制改革为分水岭,我国财税体制改革也进入新时代。

自1994年我国实施分税制改革后,中央财政收入占全国财政收入比重持续下滑的局面得到扭转,中央财力的增大也为国家集中力量办大事创造了条件。然而,伴随财权和支出责任的不匹配,中央和地方在财权和事权上的平衡被打破。

相关数据显示,1994年,地方政府收入占全国财政收入的比重由上一年的78%骤降至44%,但地方政府支出占全国财

政支出的比重为70%,几乎与上年持平。2022年,地方财政收入占全国财政收入的53.4%,而支出占全国的86.4%。

对此,一位财税人士评价称,伴随中央和地方在财权、支出责任方面的不平衡,地方政府的积极性也受到一定的打击。“从改革长远规划看,当前迫切需要谋划新一轮财税体制改革,其中一个重点内容是解决地方政府在财权与事权上存在的不匹配问题。”该人士分析。

华金证券的研报则认为,进一步提升中央政府在财政收入中的分配比例,并把地方政府以财权定事权的传统模式转变

为以公共服务提供标准确定财政支出强度,然后由中央加大转移支付的全国统筹力度的新模式。

该研报认为,此举将在很大程度上加快包括土地在内的各类要素的全国统一大市场建设速度,同时也会提升劳动力、生产技术和资本、数据要素等流动性。

在中国社会科学院财政税收研究中心主任杨志勇看来,财税体制改革重点在于引导地方政府在推动高质量发展中发挥重要作用,分税制作为一项重要内容,它的进一步完善也要与高质量发展联系起来,这是新一轮改革的重要内容。

## 建立化债长效机制

理论上估算,如果本轮特殊再融资安排1.5万亿元的置换额度,可以压降债务的平均利率大概是3个百分点,能够节约的债务利息超过400亿元。

按照中央经济工作会议的要求,谋划新一轮财税体制改革首要任务是防风险、守底线。

“根据我们的调研,目前地方政府显性债券流动性较低,且发行利率与国债差异也较小,并存在利率趋同、利差管制等现象,这使得地方债券的利率难以反映各地区财力差异,因此,地方政府对此积极性并不高。”马光荣介绍。

更重要的是,最初地方政府债务限额分配主要采取正向激励原则,主要向财力强、风险低地区倾斜。然而,根据马光荣的观察,在实际分配中,该原则并未彻底落实,地方债务限额存在的均等化等

完善。

“根据我们的调研,目前地方政府显性债券流动性较低,且发行利率与国债差异也较小,并存在利率趋同、利差管制等现象,这使得地方债券的利率难以反映各地区财力差异,因此,地方政府对此积极性并不高。”马光荣介绍。

更重要的是,最初地方政府债务限额分配主要采取正向激励原则,主要向财力强、风险低地区倾斜。然而,根据马光荣的观察,在实际分配中,该原则并未彻底落实,地方债务限额存在的均等化等

问题也有待进一步解决。

财政部数据显示,2022年,地方政府债务余额约35万亿元,地方政府债务余额首次超过1万亿元。根据上海财经大学高等研究院“中国宏观经济形势分析与预测”课题组的测算,2021年至2026年,如果考虑城投债,每年存量债务到期额均在4.4万亿元以上。其中,2023年和2024年均为5.6万亿元。

事实上,在政治局会议之后,央行公开表态对于某些债务风险比较高的区域可适度提供应急流动性贷款支持,比如增发国债、提



按照中央经济工作会议的要求,谋划新一轮财税体制改革首要任务是防风险、守底线。  
视觉中国/图

升赤字等。

对此,中诚信研究院副总监汪苑晖表示,理论上估算,如果本轮特殊再融资安排1.5万亿元的置换额度,可以压降债务的平均利率大概是3个百分点,能够节约的债务利息超过400亿元。

从宏观债务的付息压力以及降低实体融资成本角度,汪苑晖认为,低利率非常必要,预计到今年底我国非金融部门的债务总量约为390万亿元,如果按照5%的利率估算付息规模,那么将占GDP的比重接近15%。

基于此,12月召开的中央经济工作会议提出,要实施新的减税降费政策,强化对中小微企业个体工商户、制造业、风险化解等的支持力度,适度超前开展基础设施投资。会议还强调,要坚决遏制新增地方政府隐性债务,要谋划新一轮财政体制改革。

上述财税人士表示,从中央经济工作会议内容看,当前建立防范化解地方债务风险长效机制非常必要,按照中央的要求,该机制也与高质量发展相适应,这有利于优化中央和地方政府债务结构。

## 中国家庭消费的复苏进程与未来前景

文叶丙南

2023年家庭消费增速因低基数和重启效应而明显回升,但复苏力度低于2021年。制约家庭消费复苏的因素包括就业和收入预期较弱、储蓄率居高、城镇化放缓、房地产下滑和通缩预期。2024年家庭消费可能温和改善,因服务业延续复苏、宏观政策适度加力、房地产降幅趋缓和消费价格小幅回升。建议优化财政支出方向,增加对家庭转移支付;提振民营企业信心,改善就业形势;完善公共服务体系,加快以人为本新型城镇化;筑牢社会保障网,降低家庭储蓄率;稳定房地产市场,提升资本市场回报率,提高家庭财产性收入。

### 中国家庭消费复苏进程

2023年中国家庭消费增速因低基数和重启效应而明显回升,但复苏力度低于2021年。预计2023年社会零售额同比增长7.6%,两年平均增速3.6%,低于2020—2021年4%的平均增速,大幅低于2019年8%的增速。预计2023年城镇居民人均消费增长8.6%,两年平均增速4.6%,低于2020—2021年5.8%的平均增速,也低于2019年7.9%的增速。

假设无疫情条件下2020—2023年社会零售额增速分别为7.6%、7.2%、6.9%和6.5%,那么社会零售额相比无疫情条件下的复苏率从2020年的89.3%升至2021年的93.7%,2022年又降至87.5%,2023

年预计小幅升至88.5%。

分行业来看,2023年饮料、烟酒、金银珠宝、体育娱乐用品、药品、文化办公用品、汽车和石油制品零售额相比无疫情条件下的复苏率超过100%,但餐饮、化妆品、家电和家具零售额的复苏率均低于90%。

### 疫后家庭消费复苏的国际比较

从全球前30大经济体横向比较来看,发达国家消费复苏好于发展中国家,经济越发达,疫后消费复苏越快。各经济体家庭消费和疫情前趋势线的差距与人均GDP显著负相关,即人均GDP越高,家庭消费与疫情前趋势线的差距越小。按照2022年人均GDP将30个样本经济体分为2万美元以下、2万—5万美元和5万美元以上三组,对应三组2023年前三季度家庭消费分别比疫情前趋势线低9%、5%和2%。

经济重启速度、财政转移支付力度和社会保障水平是决定疫后消费复苏进度的核心因素,这些因素均与经济发达程度正相关。首先,经济越发达,科技水平和医疗卫生体系越先进,疫苗研发和接种越领先,经济重启越快,消费复苏越早。其次,经济越发达,宏观政策面临的内外约束越小,财政转移支付力度越大,对私人资产负债表保护越好,对总需求提振越强。据IMF统计,2020—2021年财政刺激规模/GDP最高的六个经济体是

美国、新西兰、英国、新加坡、澳大利亚和加拿大。最后,经济越发达,社会保障网越牢固,消费者越独立自信,预防性储蓄和代际转移性储蓄越少,疫情对消费信心的冲击越小,疫后超额储蓄释放越快,对消费复苏支撑越强。据OECD(经合组织)统计,各经济体家庭储蓄率与财政对家庭转移支付/GDP比例显著负相关。

### 制约中国家庭消费复苏的主要因素

**一是家庭就业和收入预期较弱,因民营企业预期不振。**民营企业解决80%以上的就业,民营企业预期较弱,不愿扩大资本支出,导致家庭就业、收入和信心恢复较慢。

**二是家庭储蓄率居高。**既有周期性因素,也有结构性因素。中国社会保障体系仍不完善,家庭面对就业和收入不确定性上升,增加预防性储蓄。中国家庭具有忧患意识、节俭为美和集体主义的文化传统,鼓励储蓄而非消费,存在较多代际转移性储蓄。

**三是城镇化放缓。**疫情严重打击城镇吸纳就业较多的服务业,2022年城镇就业和服务业就业分别下降1.8%和3.6%,城镇新增人口从2019年的2000万左右降至2022年的650万。一些流动人口从城镇重回乡村,从农业净消费者变成净生产者,带动消费降级,减少城镇消费和住房需求,加剧农产品、耐用品和房租通缩。

**四是房地产下滑。**2022年以来房地产市场延续下滑,通过财富效应、信心渠道、配套消费、供应链和信贷抵押物渠道打击家庭消费。

**五是通缩预期。**通缩预期推高实际利率和债务负担,降低消费者信贷需求和消费信心,降价预期推迟耐用品消费。

### 中国家庭消费未来复苏的前景

2024年中国家庭消费可能温和改善。预计社会零售额增长5.3%,高于2022—2023年的平均增速。四大因素支撑中国家庭消费可能温和改善。

**一是服务业延续复苏,支撑就业、收入和消费信心改善。**2023年以来大部分月份服务业PMI超过50%的荣枯线,显示服务业在持续扩张。服务业吸纳50%以上的中小企业和就业,服务业延续复苏将支撑就业、收入和消费信心。

**二是宏观政策可能更加宽松。**2024年除房地产外,大部分行业低基数效应减退,实现经济增长目标更具挑战性,预示宏观政策可能更加宽松。预计广义财政赤字可能有所上升,中央财政将增加对地方政府转移支付,着力化解地方政府隐性债务风险。货币政策将延续宽松,可能进一步降准降息,金融机构将加大对实体经济支持。政府和企业的融资条件和现金流将有所改善,推动资本支出、就业和家庭消费向好。

**三是房地产销售降幅可能趋缓。**房地产政策将延续宽松,政策宽松的提振效应将更加明显。经济温和回升将支撑家庭就业和收入预期改善,政府保交楼政策有助于降低潜在购房人对期房烂尾担忧。

**四是消费价格温和回升,有助于消除通缩预期,提振耐用消费。**受益于生猪产能、服务消费改善和制造业去库存周期结束,预计GDP平减指数、CPI和PPI增速分别从2023年的-0.8%、0.3%和-3%升至2024年的1%、1.3%和0.3%。

**五是完善公共服务体系,加快以人为本新型城镇化。**加快户籍改革,加大财政对公共服务投入,完善保障房、社会保障、教育、医疗、职业培训等公共服务体系,吸引更多人口从乡村流向城镇,促进城镇流动人口市民化,助力年轻人在城镇安居乐业。

**六是筑牢社会保障网,降低家庭储蓄率。**大力发展民营经济和服务业,持续扩大就业机会,降低家庭对就业不稳定预期;提供更加全面可靠的养老金、医疗保险和失业保险等社会保障体系,降低预防性储蓄动机;鼓励消费供给侧创新发展,提升教育、医疗、文化娱乐等服务质量,激发家庭消费意愿。

**七是稳定房地产市场,提升资本市场投资回报率,提高家庭财产性收入。**短期内,应努力稳定房地产市场预期。中长期内,适应房地产市场供求关系和家庭资产配置结构变化,提升资本市场回报率,包括提高上市公司质量、加强投资者保护、鼓励上市公司分红、大力发展战略性新兴产业、壮大保险和养老金等长期资金力量等。

作者系招银国际经济学家

## 客货运输整体向好 前11个月全国铁路投资同比增7.4%

本报记者 路炳阳 北京报道

2023年前11个月,全国铁路货运总发送量46.00亿吨,同比增长9.0%,其中11月发送货物4.28亿吨,同比增长2.6%。国家铁路局近日发布上述数据。

从国家铁路货运量看,前11个月国家铁路货运总发送量35.70亿吨,同比减少0.1%,其中11月发送货物3.32亿吨,同比增加3.1%。

对于2023年铁路运输目标,

中国国家铁路集团有限公司(以下简称“国铁集团”)预计全年国家铁路货物发送量将达到39.7亿吨,同比增长1.8%,前11个月铁路货运量已经完成全年任务的89.9%。

前11个月中欧班列累计开行1.61万列,发送货物174.9万标准箱,同比分别增长7%、19%,综合重箱率100%,运量已超2022年总运量。截至目前,中欧班列通达欧洲25个国家217个城市。

客运方面,前11个月全国铁路累计发送旅客35.65亿人次,同比增长126.5%,其中11月发送旅客2.80亿人次,同比增长279.3%。前11个月全国铁路客运发送量较2019年同期增长7.5%,继续创下历史最高纪录。国铁集团称,前11个月全国铁路日均开行旅客列车达到9638列,同比增长52%。

京沪高速铁路股份有限公司(601816.SH,以下简称“京沪高

铁”)年度运送旅客创历史新高。截至12月10日,京沪高铁年度旅客发送量超过2019年全年旅客发送量。2019年,京沪高铁全线运送旅客2.15亿人次,占全国铁路旅客发送量的6.0%;客运周转量完成956.1亿人公里,占全国铁路客运周转量的6.58%。

在客货运输整体向好形势下,国铁集团总体经营情况大幅好转。2023年前三季度,国铁集团实现营业收入9080.48亿元,

同比增长16.1%。前三季度国铁集团净利润一举扭亏为盈,实现盈利121.09亿元,而在上半年国铁集团还亏损110.86亿元。

前三季度,国铁集团运输总收入完成7317亿元,同比增长2002亿元、增长37.7%。

投资方面,前11个月全国铁路固定资产投资完成6407亿元,同比增长7.4%,其中11月完成681亿元,同比增长9.13%。国铁集团预计全年铁路固定资产投资7600

亿元以上,前11个月铁路投资已完成全年计划的84.30%。12月铁路投资要达到1193亿元才能完成全年任务。这意味着,无论是投资增幅,还是单月投资量,12月都将是全年极值。

截至2023年11月底,全国铁路营业里程超15.55万公里,其中高铁4.37万公里。国铁集团计划2023年年底全国铁路营业里程超15.8万公里,其中高铁4.45万公里。

# 电商“三杰”新牌局

本报记者 李立 上海报道

当地时间2023年11月29日美股盘中，拼多多市值一度超越阿里巴巴，成为美股中概股市值第一。这一刻被认为是历史性时刻——中国电商江湖牌桌虽然日渐拥挤，但头部“三杰”（阿里巴巴、京东、拼多多）之间攻守易势已经清晰可见。

拼多多创始人黄铮似乎早已预见到这一刻。江湖传言：2016年拼多多公司成立第二年，黄铮向腾讯融资时曾谈到，电商未来的流量发布、用户交互、国际化三方面存在重大机

会，每个机会都值1万亿元。拼多多被认为抓住了下沉市场的流量密码，跨境电商平台Temu在北美市场的强势崛起也被视为一大助力。

面对这一历史性时刻，阿里巴巴创始人马云率先发声，11月29日，在阿里巴巴内网，马云首先大度地对拼多多表示祝贺，其次强调“坚信阿里会变，阿里会改”，最后还提醒大家：“AI电商时代刚刚开始，对谁都是机会，也是挑战。”数天之后的12月9日，京东创始人刘强东也在内网发声，强调京东“必须改变”，“否则我们没有出路”，直陈“我们经常说战斗

只做第一，但是却处处防守”，强调“我不会躺平，兄弟们绝不躺平”，虽然“现在组织庞大臃肿低效，改变起来确实需要时间”，但“京东基础依然在，相信我们一定会走出谷底”。

拼多多市值反超阿里巴巴，或许是过去几年中国电商版图裂变的一个缩影。其实，无论是阿里巴巴还是京东，早已觉察到危险逼近。2023年全网流行“百亿补贴”、低价比拼是外界看得见的变化，更多外界看不到的改变发生在组织架构、消费者体验、科技创新甚至员工心态、文化价值观等诸多方面。

## 效率为王

每年春节前最后一个工作日，拼多多人资部门都会给那些坚持到最后的员工直接派发2000元现金红包。

上海地铁2号线，娄山关路地铁站，每天早上10点45分到11点，一股十分安静、壮观的巨大人流都会准时出现，大多数人的终点都指向拼多多上海总部。他们彼此之间几乎从不交流，沉默如鱼群，只是埋头迅速通过。

为了保证员工不迟到，拼多多上海总部的办公楼一侧甚至专门开辟了一个11点打卡通道，帮助员工在deadline（最后时限）前一刻狂奔而至。

“上班打卡前一刻钟，从地铁站到公司的这段路，是拼多多工作状态最真实的一个写照。”一位前拼多多员工如此向《中国经营报》记者概括拼多多管理风格的“极简主义”，“不鼓励员工交流，每个人更像是流水线上的螺丝钉，快速、高效地贯彻上级主管分发的最新任务。”

而这也可能是拼多多能够在中国电商江湖后发崛起的一个重要注脚。中国互联网曾经推崇硅谷文化，强调包容、开放、亲和等公司文化，拼多多的企业文化与此截然不同，但这个异类成了过去5年中国电商江湖的“效率之王”。Wind数据显示，拼多多员工人数仍保持在1.3万人左右，是阿里巴巴的1/18、京东的1/35。2023年前三季度，拼多多人均营收1222万元，是京东同期的7.07倍，预估是京东的4.17倍；人均经营利润是京东的55.8倍，预估是阿里巴巴的5.81倍。

“表面上每个人都是孤立的，办公区内也不鼓励讲话，但与之相对应的是层级少、扁平化的组织架构。每个人的工作由二级主管分发，二级主管向一级主管汇报工作，再往上就可能是核心的业务管理层或者创始团队。”上述前拼多多人士对记者表示，虽然同事之间缺乏交流，缺少人情味，但不得不承认效率确实高。“大部分基层员工扮演的是执行角色，不需要太多创意，更看重执行效率，一切为了工作方便。”

在业界有一种说法，认为拼多多

来，并且得到自己想要的结果。

不过，应该看到的是，电商“三杰”的其他两家，也一直在推动“降本增效”的内部改革。

阿里巴巴于2023年3月启动了公司成立24年来最重要的组织架构调整。“1+6+N”组织变革，将集团分拆为六大业务集团和多家业务公司。阿里巴巴同时强调，未来将保留这些业务独立融资和上市的可能性。

这场变革仍在持续，启动架构调整的阿里巴巴集团董事会原主席兼首席执行官张勇的离开，创始人马云开始更多回归；不久之前的财报会议上，新任阿里巴巴集团CEO吴泳铭宣布，不再推进云智能集团完全分拆，推出第一批战略级创新业务“阿里四小龙”：1688、闲鱼、钉钉、夸克。

这背后实际上是阿里巴巴下定决心推行更敏捷、多元化的管理模式。2015年，张勇力推“大中台、小前台”战略，试图整合阿里生态的能力，支持前台各个子业务的敏捷、快速发展。

实践证明，通过一个大中台、举全生态之力的系统，无法在高速变化中全盘通吃。“全世界找不出一个公司，像阿里巴巴一样如此多元化，每个业务面对的发展阶段、竞争格局、市场环境，需要的能力是完全不一样的，很难用一套管理方式、激励方式。”一位阿里巴巴子业务高管事后如此复盘，并对记者坦承，“在一个如此多元化的业务里，最大的挑战是中台只能服务某几个阶段的业务，其他处于不同阶段的业务你是没有余力去兼顾的。”

伴随组织架构的调整，激发员工积极性、创新活力的变化也在展开。此前据36氪报道，淘天集团启动组织人力制度的改革，比如取消P序列、绩效分数将只保留3个分数档次等。不过，截至目前，淘天集团内部人士对记者表示：“还在调研中。”

## “用户体验”比拼

无论是拼多多，还是阿里巴巴、京东，都在不断提升用户体验。

相对于组织架构、管理模式、价值观等公司治理的变化，用户体验才是一家电商公司给用户的最直接印象。

无论是拼多多，还是阿里巴巴、京东，都在不断提升用户体验，但变化调整的力度和执行力，从某种程度上决定了用户流向。

在淘天集团成立后第一个“双11”，淘天集团首席执行官戴珊阐释了“用户为先，科技驱动，生态繁荣”三大战略背后的逻辑。在她看来，“用户为先”旨在满足多样化需求，抓住最广泛人群。在商家侧，用户需求的多样化决定平台生态必须多样化，平台和商家都要从过去的流量运营，转变为多样化的用户资产运营。

实际上，从戴珊回归电商业务一线以来，就一直把用户体验放在最前端。“如果你只能听一个人的声音，那就听用户的声音。”她曾经在内部反复强调要以更快速度贴近用户、贴近市场。

据内部人士透露，戴珊回归最大的不同是喜欢走访客户，接棒后陆续拜访了一些淘宝、天猫商家，以及生态合作伙伴。去年“双11”，戴珊曾介绍，针对消费者体验做了很多技术升级，包括多地址下单、购物车扩容等，也在内容和互动上做了很多创新尝试。在商家方面，今年天猫“双11”进一步简化规则、降低门槛、降低商家经营成本，帮助更多的中小实体企业参与。

不过接近阿里巴巴的一位观察人士认为，在阿里巴巴倡导的价



当地时间2023年11月29日美股盘中，拼多多市值一度超越阿里巴巴，成为美股中概股市值第一。视觉中国/图

比较友好；退货方面，一般自主申请就能秒退，客服介入核实后也很好退。

淘宝天猫的“7天无理由退换”并没有想象中那么便捷。一位天猫88VIP用户告诉记者，今年“双11”下了4单，就遇见一件漏发，一件外包装签收时大面积损毁，为了换货花大量精力，最后在运费险的基础上自己垫付了快递费换货。因为是88VIP，平台无理由退回了垫付费用，但整体流程复杂，商家表现也不积极。

让人较为意外的是拼多多，多位消费者向记者证实，在拼多多申请退款可以直接在后台自助操作，和商家意见不同时，平台会主动直接介入，无须商家同意就可以“不退货仅退款”，或者平台会补贴无门槛优惠券，顺丰速运提供上门退货服务。

这种丝滑的售后服务，从一定程度上打消了消费者在拼多多上购物的顾虑。“不过相对于阿里巴巴、京东，拼多多的货品和品牌显然不够丰富。”上述观察人士指出，“拼多多需要在‘多实惠’与‘好服务’的双引擎下，不断提升商品丰富度与品质，将活跃用户继续留在平台上。”

## AI电商决胜未来？

淘宝要让AI普及、普惠，爆发真正改变行业、推动社会进步的生产力。

除了在原有商业模式上进行改造之外，时下最火的AI也为电商变局提供更多想象。

记者从淘天集团了解到，今年“6·18”商家大会上，淘宝、天猫就确立了“科技驱动”战略。“淘宝要让AI普及、普惠，爆发真正改变行业、推动社会进步的生产力。”戴珊表示。

今年天猫“双11”，淘天方面表示，是电商AI的首次大规模应用。在商家侧，调用AI次数已超过15亿次。在消费者端，淘宝AI智能助手淘宝问问今年9月启动对外邀测，不到两个月受邀使用人次已达500万，高活跃用户平均每天和淘宝问问互动8次，有用户甚至提问4000次。

不仅淘天集团，AI也在成为阿里巴巴下一步的战略重心。吴泳铭上任后，明确了用户为先、AI驱动两大战略。“传统互联网模式严重同质化已走向存量竞争，以

AI人工智能为代表的新技术正成为全球商业发展的新动能。阿里巴巴必须自我变革，才能找到打开未来的钥匙。”

此次马云发声也再一次提到了AI，“AI电商时代刚刚开始，对谁都是机会，也是挑战。”

不过相对于AI可能给传统电商带来的改变，外界似乎更为关心马云、刘强东的相继发声，以及创始人的回归会带领公司度过眼前的危机，重回巅峰吗？

全联并购公会信用管理委员会专家安光勇认为，在当前经济形势严峻、行业内卷的情况下，创始人大发声是因为公司面临严重的竞争压力和市场竞争，已经感受到了来自外部环境的威胁，需要通过改变来适应激烈的市场竞争。

“阿里巴巴、京东需要做出改变的关键症结，包括组织臃肿、架构复杂、大公司病、用户体验提升、价格竞争力不够等问题。随

着企业规模不断扩大，组织结构和业务流程变得越来越复杂，导致决策效率低下和创新能力下降。随着消费需求不断变化和市场竞争加剧，用户体验和价格竞争力也成为企业重要的竞争因素。”北京社会科学院副研究员王鹏认为。

在安光勇看来，创始人的回归有助于提供更清晰的愿景和领导方向，但在当前困境下，单凭创始人的回归并不能完全解决问题。公司需要全员共同努力，采取更积极、灵活的策略来应对现实的挑战。

阿里巴巴有句名言，“唯一不变的是变化”，甚至每年“双11”过后，都会由内外发起一轮大调整。但今年有些不同，一整年的基调都是调整。曾经的“快乐青年”阿里巴巴遭遇了拼多多的挑战。至少从目前看，改变还不够快。

# 我国成全世界“灯塔工厂”最多国家 覆盖行业、区域持续扩大

本报记者 谭志娟 北京报道

近日，世界经济论坛（WEF）公布了最新一批“灯塔工厂”名单，新增21家制造业“灯塔工厂”。这些新晋工厂分别来自中国、德国、印度、沙特阿拉伯、韩

国、泰国、土耳其和美国8个国家，其中12家位于中国，占比过半。

在业界看来，“灯塔工厂”被称为“世界最先进的工厂”，代表工业领域顶级的智能制造能力。“灯塔工厂”是通过数字化、网络化和智能化手段，运用先进的人工智能大模型

技术，实现生产过程的全面自动化、精确化。

相关数据显示，自2018年以来，WEF先后公布了11批全球“灯塔工厂”名单共计153家，其中中国“灯塔工厂”达到62家，是全世界“灯塔工厂”最多的国家。

就此，中国银行研究院研究员刘晨对《中国经营报》记者表示：“国内制造业数字化加速推进，‘灯塔工厂’覆盖行业、区域持续扩大。”

在刘晨看来，工业4.0时代，制

造业向高端化、智能化、绿色化加速迈进，新质生产力不断培育发展。“灯塔工厂”综合采用工业互联网、云计算、大数据、5G、数字孪生等第四次工业革命新技术，推动产品研发、生产流程、质控管理、商业模式和售后服务全方位变革，已经成为制造业高质量发展的重要典范。

WEF还表示，随着技术的飞速发展、地缘政治紧张局势的升级以及气候变化的加速，全球供应链的薄弱环节随之暴露，企业希望利用先进技术和创新方法，提高生产效率和可持续经营水平。

## 江苏是拥有“灯塔工厂”最多的省份

刘晨介绍，首先，从行业分布来看，目前国内“灯塔工厂”广泛分布于电子制造、家用电器、消费品、汽车等多个领域，涉及传统制造业和新兴行业。同时，伴随行业细分领域持续扩大，制造业未来发展新方向不断显现。

在这方面，刘晨举例说明，隆基绿能嘉兴工厂成为全球光伏行业首个“灯塔工厂”，开发实施30多项数字化用例，解决了光伏行业超大体量规模下效率提升问题。

其次，从区域分布来看，国内“灯塔工厂”分布于18个省（区、市），其中江苏省是拥有“灯塔工厂”数量最多的省份，共计12

家，广东以7家位居第二。

刘晨指出，整体上看，“灯塔工厂”目前仍主要集聚在经济水平较高、制造业基础较强的地区，“东强西弱”的格局较为明显。但是，本次新增名单中，广西的华润建材科技和陕西的强生西安工厂成为当地首家“灯塔工厂”，标志着行业数字转型积极推进和外资企业高端技术带动，有望推动相对落后地区加快发展。

最后，从工厂规模来看，“灯塔工厂”覆盖了大部分规模的制造工厂和价值链，大、中、小规模企业均可通过工业4.0技术加速突破，实现高端智造。

## 引领制造业数字化转型新趋势不断形成

“作为全球制造业领域智能化和数字化最高水平的代表，‘灯塔工厂’引领制造业数字化转型新趋势不断形成。”刘晨对记者说。

在刘晨看来，一是加快推动制造业新产能持续释放。“灯塔工厂”将先进的数字化工具与柔性生产系统相结合，通过数字化换班绩效管理系统、自动送料系统、机器视觉驱动的生产周期和换线优化系统、数字孪生结合智能分析等新技术应用，实现产品质量改进、生产效率提升、创新方式变革，提升产业链、供应链韧性。麦肯锡数据显示，“灯塔工厂”生产率平均提升超过2.5倍，利润率提升8%—13%，运营指标提升50%—60%。二是加快构建以用户为导向的

“端到端”模式。本次新增5家“端到端”“灯塔工厂”中，国内共3家入选。

据介绍，“端到端灯塔工厂”是指在供应链、产品、服务等方面实现了端到端的数字化和智能化，将用户需求与整个智能制造系统连接起来，让用户可以全程参与产品设计研发、生产制造、物流配送、迭代升级等环节，以“用户驱动”为企业提供解决方案的核心动力。

三是加快形成可持续发展的企业生产模式。2021年WEF增加了“可持续发展灯塔”评选，筛选出能实现能源高效利用及生态可持续性的优秀表率企业。通过智能能源管控系统提供精确的实时能耗优化方案，国内外各领域“灯塔工厂”普遍实现了

能耗大幅度下降，本次国内有2家工厂入选“可持续灯塔”名单，实现经营发展与节能减排之间的良好平衡。

WEF先进制造与供应链中心负责人Kiva Allgood表示：“全球灯塔网络以实际行动证实了数字转型的强大力量。作为开路先锋，灯塔企业正为全球发展带来前所未有的影响。他们利用其庞大的社区网络，战略性地开拓创新，在打造可持续未来的同时，开创一个转型变革和持久变革的新时代。”

12月11日至12日召开的中央经济工作会议指出，以科技创新引领现代化产业体系建设。要大力推进新型工业化，发展数字经济，加快推动人工智能发展。对此，刘晨认

为：“未来应培育更多灯塔型领军企业，加快形成制造业新质生产力。”

“一方面，强化入选‘灯塔工厂’企业的示范引领作用，鼓励‘灯塔工厂’输出技术、以点带面，帮助有基础和意愿的工厂进行针对性的改造提升；引进和培育行业互联网平台，为产业链内用户企业提供远程维护、故障预测、性能优化等服务，助力中小企业数字化转型；另一方面，立足区域自身产业优势，强化数字基础设施支撑能力，开展数字化设计、智能化生产、绿色化制造、精益化管理等工厂场景创新，鼓励产教深度融合，推动企业和高校联合建立智能制造应用型人才培养基地，打造各地区培育‘灯塔工厂’的良好生态。”刘晨说。

# “围剿”金融黑灰产

本报记者 李晖 北京报道

金融黑灰产对金融消费环境秩序的扰乱日益突出，行业和机构正期待有更高层级的顶层设计和协调机制汇聚多方力量进行综合治理。

从国家金融监督管理总局多地派出机构披露的辖区消费投诉数据看，2023年上半年贷款类业务投诉占比仍普遍居于高位，非法代理维权、征信修复骗局等金

融黑灰产呈现多发趋势，并逐渐形成完整的产业链。

如何建立起一套有效协同联动机制？《中国经营报》记者近期在福建调研时获悉，福建省近年来对危害消费者权益的金融黑灰产提出“零容忍”，特别是在开展打击金融领域不良代理投诉和优化营商环境方面已初步形成了多方协同的工作机制，即包括金融监管、市场监管和公安部门多次

开展联合打击，共同遏制了“非法代理维权”蔓延势头。

但记者在采访中也发现，各地对黑灰产的打击力度还存在一定差异。全国各省份当前并没有形成较为一致的打击思路，也缺乏统一的主管部门进行顶层设计，这也导致黑灰产存在变异性、游窜性，机构在应对时仍面临较大困难，亟待更高级别的顶层设计进行统一监管治理。

## 地方初探立体化打击

目前，福建已经逐步形成金融监管、公安、信访、市场监管、司法等多部门的联动机制。

《“非法代理维权”治理调研报告（2023）》（以下简称“《报告》”）显示：自2020年以来，“非法代理维权”规模出现了比较明显的增长，全国目前有超过万家以“债务咨询”“法务咨询”“停息挂账”“个人债务重组”“征信修复”为名头的公司，仅2021年的成立数量就是过去10年总和的5倍以上。

上述黑灰产的猖獗也带来了反击与整治力度的强化。今年一个值得注意的现象是，监管、机构等各方打击金融黑产的动作更加立体化和直接。首当其冲，是金融黑产整治已经被纳入监管议程，一些地方的协同治理思路也陆续浮出水面。

目前，福建已经逐步形成金融监管、公安、信访、市场监管、司法等多部门的联动机制。

福建省公安厅经侦总队参会代表，在近期举办的“打击金融黑灰产，共创行业好环境”座谈会上透露，省公安厅先后探索与国家金融监督管理总局福建监管局（以下简称“福建监管局”），人民银行福建省分行等部门签订了合作备忘录，成立涉稳风险处置工作专班，并联合法院、检察院、司法、公安、税务、金融监管等部门组成了福建省防范经济犯罪宣传联盟。

事实上，对于黑灰产给予“立案”“宣判”的打击，不仅是对相关组织最大的震慑，也会直接给其他省份和地区对于相关案例的态



数据显示，非法代理维权、征信修复骗局等金融黑灰产呈现多发趋势。 视觉中国/图

度提供参考。

记者在调研中了解到，福建监管局针对福州多家公司反映的黑产活动猖獗情况，协调公安机关牵头成立联合专案组立案侦破并在今年4月最终宣判，成为全国首例以敲诈勒索罪定罪判刑的代理退保黑产案件。

福建监管局相关负责人透露，该案件引发全国强烈反响，此次案件侦破后，又推动辖内各地陆续以敲诈勒索罪对代理退保黑产立案7起。

但目前，像福建这样的协同机制仍处于探索阶段。一位当地金融监管部门人士直言，针对很多可能涉及非法维权代理的投诉案例，目前缺乏相应的法条支撑，

涉案标准不清晰，证据链收集存在较多的盲区。

《报告》显示，“非法代理维权”的渠道近年来愈发多元化、隐蔽化。据记者了解，黑灰产通常以合法注册公司存在，不少是金融机构的职工或者曾经为金融机构服务的第三方机构人员转型来做，非常了解金融机构的考核和减免规则，营业注册地不一致。

“特别是这些公司注册为服务型公司，根本不在金融监管部门的监管范围内，游走在灰色地带，在管理时必须涉及跨部门协同，也给日常监管带来较大难点。”一家金融科技机构内部人士表示。

生产力。”

随后，工商银行（601398.SH）、农业银行（601288.SH）、中国银行（601988.SH）、建设银行

## 加大“科技反黑”投入

不断增加的信访投诉甄别压力，促使机构通过科技手段加大对非本人投诉的识别力度。

黑产化的反催收行为时打时新，也迫使企业不得不投入大量人力、物力、精力对信访投诉进行甄别，占用了解决消费者真实合理诉求的资源。

“我们从2020年开始对收到的相关投诉进行统计梳理发现，黑灰产类的投诉占比在逐年增加，已经导致涉企投诉从过去的各类诉求均态分布发展为聚焦少数领域，恶意挤占投诉服务资源，严重侵害平台和其他金融消费者的合法权益。”奇富科技（360.HK）高级副总裁徐庆宏表示。

上述压力促使机构开始加码通过科技手段加大对非本人投诉的识别力度，提升黑灰产识别能力。

奇富科技近年来开始探索在风险识别领域加入金融行业大模型辅助，通过主动识别阻塞各类黑灰产渗透。徐庆宏透露，公司自有系统已经为用户提供超2500次反诈预警，相关技术储备与信息也实现向金融行业合作伙伴输出分享。

另有机构采用声纹技术来进行甄别黑产。信也科技（FINV.N）副总裁、消费者权益保护委员会主任委员郑麒透露，公司已能够运用技术能力识别相应违法特征，在本年度建立了黑灰产“人工+智能”辨识机制，标记疑似黑灰产近万人，

自研的反诈矩阵式风控体系共阻断诈骗7000余次，帮助用户及机构免受损失近1.3亿元。

除了技术之外，机构也在制度层面面对信访投诉处理进行精细化管理。据徐庆宏透露，在加大客服人力资源投入，建立健全消保服务体系、提升投诉信访处置工作质效之外，目前公司还建立了“过度借贷救助机制”，对因为借贷导致困境、确有困难的客户提供解决方案，并从制度层面面对贷后催收工作进行规范和约束。此外，通过建立行之有效的催收监督机制，实现了对催收业务全流程监督。

厦门国际银行零售普惠消保处的郑艺龙，在前述座谈会上也提出，在受理消费者投诉时，希望监管部门区分投诉类型，针对停止催收、修改征信等无理诉求类型，可以转交给银行机构处理，但不记录通报和考核数量，减轻银行处理的压力，不给不法分子可乘之机。

记者注意到，非法代理投诉与反催收乱象的猖獗，也促使金融机构在近年来出现了前所未有的团结，银行、消费金融公司、金融科技公司抱团打击趋势增强，开始体系化应对金融黑产。

一家金融科技公司内部人士向记者透露，2021年下半年这种亟须跨部门、跨区域共治

势开始变强，一些同业会互相通气，互相提醒对某些特殊客户注意。“我们也有顾虑，毕竟利益相关方影响非常大，行业逐步下决心要态度明确地反击。”该人士直言。

公开信息显示，2022年3月，马上消费金融股份有限公司、平安普惠融资担保有限公司、招联消费金融股份有限公司、新网银行等几十家机构共同参与成立了打击金融领域黑产联盟，达成信息共享、经验互通、行动互联等共识，反击金融黑产，打出了机构合力反击的第一枪。

但类似的行业共享机制可能还存在一些障碍。“毕竟是同业，也是竞争对手，在数据共享时可能会有一定保留。因此，最好还是由政府或者协会等独立第三方层面来牵头更有权威性。”前述金融科技公司人士表示。

记者也注意到，2023年8月，中国互联网金融协会发布《关于加强互联网金融行业协同、维护行业正常秩序的倡议》，披露正在起草甄别各类黑灰产活动的特征指南和具体应对措施，研究相关信息行业共享、阻断黑灰产信息网络传播等难题，探索建立向金融监管、公安、司法、网信等国家相关部门定期报告黑灰产危害情况的机制。

## 中央经济工作会议解读

# 六家国有银行定调2024年工作重点：精准赋能新质生产力

本报记者 张漫游 北京报道

目前召开的中央经济工作会议，对2024年经济工作进行了

系统部署。会议提出：“以科技创新推动产业创新，特别是以颠覆性技术和前沿技术催生新产业、新模式、新动能，发展新质生

产力。”

随后，工商银行（601398.SH）、邮储银行（601658.SH）六家国有银行分别召开了党委会议，传达学习贯彻中央经济工作会

（601939.SH）、交通银行（601328.SH）、农业银行（601288.SH）、中国银行（601988.SH）、建设银行

议精神。

《中国经营报》记者注意到，对比2022年中央经济工作会议后六家国有银行相关会议

披露的内容，2023年各家银行更着重强调要高质量助力现代化产业体系建设、助力发展新质生产力。

## 加大支持科技创新力度

中国银行研究院分析认为，本次中央经济工作会议将科技创新作为2024年经济工作的首位，既是对我国当前科技创新发展现状的深刻把握，也凸显了科技创新作为引领经济高质量发展关键引擎的重要定位。

在此背景下，以六家国有银行为代表的银行机构，在传达学习贯彻中央经济工作会议精神时，普遍强调了将助力科技创新、发展新质生产力。

工商银行召开党委会议强调，下一步要“围绕服务现代化产业体系建设，做好对‘卡脖子’领域、‘专精特新’企业、战略性新兴产业、未来产业等的精准支持，助力发展新质生产力”。

中国银行表示，2024年将进一步支持科创企业、“专精特新”企业、战略性新兴产业，优化完善科技金融服务体系，“以高质量供应链金融服务支持制造业重点领域产业链高质量发展，助力提升产业链供应链韧性和安全水平”。

建设银行提出：“要持续提升金融服务新型工业化能力水平，坚持传统产业升级和培育壮大

战略性新兴产业两手抓，为国家先进制造业集群发展提供适配的金融服务方案。”“要为产业链供应链打造更多场景式、嵌入式金融服务，支持龙头企业和中小企业共同发展。”“要切实履行国有大行责任，持续深化新金融行动，大力发展战略性新兴产业，用好‘技术流’评价体系，不断完善金融科技全链条、全周期、多元化服务。”

交通银行则明确，2024年将紧密对接以科技创新引领现代化产业体系建设要求，持续加力支持战略性新兴产业、传统产业转型升级、新型工业化、产业链薄弱环节等，以高质量金融服务推动新质生产力发展。

农业银行提出，接下来“要大力支持以科技创新引领现代化产业体系建设，将更多金融资源配置到科技创新、制造业、战略性新兴产业等重点领域，助力提升产业链供应链韧性和安全水平”。

邮储银行表示，要把主要金融资源投入到实体经济领域，高质量助力现代化产业体系建设。

值得一提的是，近年来我国高度重视金融支持科创企业发展。目

前，已初步建立了国家产业引导基金、资本市场、风险投资、科技保险等多层次科技金融体系，银行业通过加大对科创企业贷款支持力度、探索科技支行专营机构、投贷联动等方式支持科创企业发展，这些探索和努力取得了较大成效。

中国人民银行此前披露的数据表明，从信贷角度看，截至2023年6月末，高技术制造业中长期贷款余额为2.5万亿元，同比增长41.5%，连续3年保持30%以上的较高增速；科技型中小企业贷款余额为2.36万亿元，同比增长25.1%，连续3年保持25%以上的较高增速；全国“专精特新”企业贷款余额为2.72万亿元，同比增长20.4%，连续3年保持20%以上的增速。从资本市场角度看，我国推出了科创票据、科创公司债等债券产品，拓宽科技型企业直接融资渠道；设立科创板、北交所，深化新三板改革；引导创业投资和私募股权投资基金持续健康发展。截至2023年6月末，科创票据、科创公司债余额约4500亿元，超过1000家“专精特新”中小企业在A股上市，创业投资和私募股权投资基金管理规模近14万亿元。

## 信贷资源向战略性新兴产业倾斜

关于下一步助力科创企业的发力方向，2023年中央经济工作会议围绕相关领域，进一步明确了未来科技创新发展的重点方向：一是加强顶层设计规划，推动科技成果向现实生产力转化。会议指出：“以颠覆性技术和前沿技术催生新产业、新模式、新动能，发展新质生产力。”

三是完善产业科技创新体系。会议延续了2022年中央经济工作会议提出的“推动科技—产业—金融良性循环”的基调，针对基础研发、企业创新主体和融资支持也做出相应部署，未来围绕创新体系内各主体创新能力提升工作将持续完善。

四是聚焦重点方向，加大关键领域技术创新的技术攻关和应用。会议强调了新型工业化、数字经济、人工智能三大重点方向，在此基础上，围绕新兴产业发展提出“打造生物制造、商业航天、低空经济等若干战略性新兴产业”和“开辟量子、生命科学等未来产业新赛道”，围绕传统产业转型升级提出“广泛应用数智技术、绿色技术”。五是针对科创企业经营特点，金融机构应研究设计差异化、特色化科技信贷服务。加快

构建与“专精特新”企业内在特征相一致的授信审批新模式。根据科创企业“轻资产”的特点，金融机构应推广知识产权质押、动产质押、应收账款质押等；加强服务创新，开发“专精特新”专属金融产品。针对不同企业的资金需求，精准画像，开发定制化金融产品。例如，“专精特新”成长贷、小巨人贷、技改创新贷等。加大投贷联动发展，为科创企业提供更全面资金支持。

六是建立有利于科技金融发展的风险容忍和补偿机制。科创企业往往具有“高不确定性、高波动性、低担保”的风险特征，要探索设计专门针对科技金融的风险管理模式。从全产业链视角出发，建立科技成果转化项目库和中小科创企业数据库，扩大抵押物范围，深化与担保机构合作。完善科创企业贷款利率定价机制，建立风险分担和信息共享机制，建立政府公共征信机构，扩大国家风险投资担保基金的规模，设立风险补偿资金池及多方风险共担。

# 京沪房贷利率调降“定向降息”或持续

本报记者 慈玉鹏 北京报道

作为一名在北京工作近15年的房产中介梁亮(化名)而言,近日贷款利率调降让他颇感高兴。

“12月下半月的客户相对此前要多一些,楼市新政策是影响因素之一。”

《中国经营报》记者了解到,北京、上海两地近日出台楼市新

政,提出降低首付比例、房贷利率,同时延长房贷年限。基于12月五年期以上贷款市场报价利率(LPR)为4.2%保持不变,北京首套利率降至4.2%~4.3%(分区),

二套利率降至4.75%~4.8%;上海首套利率降至4.1%,二套利率降至4.4%~4.5%。而同为一线城市的广州、深圳,已在近期出台楼市松绑政策。

业内人士认为,此次楼市新政对于京、沪两地居民购房贷款支持力度提高。整体来看,今年12月房贷利率有所调降,尤其是二套房贷利率下调较为明显。展望未来,2024年居民房贷利率下调仍有空间,而引导五年期以上LPR报价进一步下调是关键所在。但基于银行净息差压力因素,此举空间或有限。

## 新政松绑

此次新政从贷款利率、首付比例、贷款年限等方面,做出了有利于购房者的调整,起到一定效果。

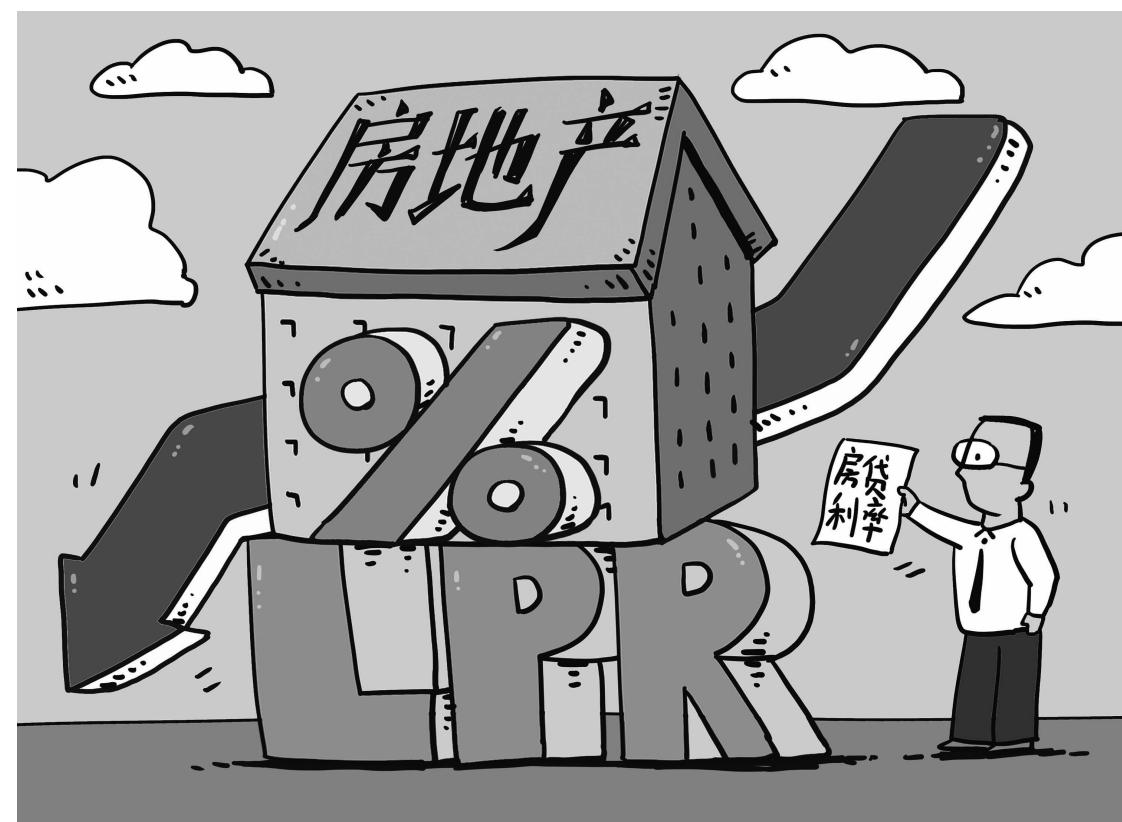
记者采访了解到,近日,北京多家银行已执行房贷新政。一位北京地区银行人士告诉记者,目前,北京城六区首套、二套房贷利率下限分别调整为LPR加10个基点、LPR加60个基点;非城六区首套、二套房贷利率下限分别降为LPR加0基点、LPR加55个基点。

根据最新发布的五年期以上LPR报价4.2%来看,北京地区城六区首套、二套房贷利率下限分别调整为4.3%、4.8%;非城六区首套、二套房贷利率下限分别调整为4.2%、4.75%。

上述北京地区银行人士表示,此前,北京首套利率为4.75%,二套利率为5.25%,对比来看,此次下调幅度并不小。

12月14日,北京住建委、中国人民银行北京市分行联合多部门发布《关于调整优化本市普通住房标准和个人住房贷款政策的通知》(以下简称“《通知》”)指出,为加大购房信贷支持力度,更好满足居民家庭刚性和改善性住房需求,降低首付款比例,对于贷款购买首套住房的居民家庭,最低首付款比例不低于30%。对于贷款购买二套住房的居民家庭,所购住房位于城六区的,最低首付款比例不低于50%;所购住房位于城六区以外的,最低首付款比例不低于40%。

另外,《通知》指出,个人住房贷款年限最长从25年延长至30年。北京住房公积金管理中心表示,此次政策调整后,在其他贷款条件不变的情况下,贷款时要求的月缴存额及还款时的月还款额均有所下降。首先,申请同等额度贷款时,月偿还金额下降。如以等额均还计算法计算,按照原最长贷款年限25年申请100万元



2024年居民房贷利率下调仍有空间,而引导五年期以上LPR报价进一步下调是关键所在。

## 房贷利率降幅加大

未来,除了继续落实房企金融支持政策外,后期政策“工具箱”在放宽购房条件、下调居民房贷利率方面还有较大空间。

贝壳研究院监测显示,2023年12月百城首套主流房贷利率平均为3.86%,二套主流房贷利率平均为4.41%,分别较上月微降低1BP(基点,下同),2BP。12月首、二套房主流房贷利率较去年同期分别回落23BP和50BP。12月银行平均放款周期为19天,与上月持平,维持2019年以来最快放款速度。

分类统计显示,12月一线城市首、二套房贷利率分别为4.13%、4.54%,较上月分别降低25BP、34BP;二线城市首、二套房利率维持上月的3.88%、4.42%;三、四线城市二套房利率下降1BP至4.40%,首套房利率保持不变。与去年同期相比,12月一线城市首、二套房利率分别下降48BP、59BP,降幅最大;二线城市首、二套房利率分别下降19BP、50BP,三、四线城市首、二套房利率分别下降23BP、50BP。其中,一线城市房贷利率的下降主要由京沪带动,本次京沪利率下降后均是2019年以来的最低水平。

某股份制银行人士指出,2023年,为推动房地产市场升温,央行采取按季动态调整首套房贷利率政策,推动首套房贷利率下降,同时调降二套房贷利率下限。整体来看,个人住房贷款利率降幅显著加大。

值得注意的是,LPR是影响房贷利率走势的关键。据中国人民银行公示数据,12月一年期LPR为3.45%,五年期以上LPR为4.2%,均与上月持平。实际上,自2023年以来,伴随两次降息,一年期和五年期以上LPR已分别累计下调20BP和10BP,带动居民贷款利率下行。

展望未来,民生银行首席经济学家温彬认为,中央金融工作会议提出:“要加大政策实施和工作推进力度,保持流动性合理充裕、

融资成本持续下降。”央行2023年三季度货币政策执行报告指出:“增强LPR对实际贷款利率的指导性,推动实体经济融资成本稳中有降。”此外,中央经济工作会议提出:“促进社会综合融资成本稳中有降。”这意味着,2024年中国人民银行大概率仍将引导LPR适度下行,但LPR和新发贷款利率进一步下行空间将有所收窄。

东方金诚首席宏观分析师王青认为,2024年货币政策的一个重点将是引导房地产行业尽快实现软着陆,带动商品房销量、房地产投资和土地市场企稳回暖。可以看到,自2021年下半年以来,房地产低迷一直是国内经济下行压力的一条主线。我们判断,下一步政策支持空间依然较大,特别是最新数据显示,2023年9月新发放居民房贷利率仍高达4.02%,仅略低于此前2009年9月4.34%的历史低点,而当前的经济增速和通胀水平都与2009年前后相距甚远。

王青指出,未来,除了继续落实以“三支箭”为代表的房企金融支持政策外,后期政策“工具箱”在放宽购房条件、下调居民房贷利率方面还有较大空间。其中,引导五年期以上LPR报价进一步下调,持续降低居民房贷利率是关键所在。这意味着,即使2024年政策利率(MLF利率)保持稳定,但针对房地产的定向降息会持续推进。2024年年中前后,房地产市场有望出现趋势性回暖,这将结束行业约三年的下行周期。这既是当前“要有效防范化解重大经济金融风险,守住不发生系统性风险底线”的要求,同时也能够从根本上改善2024年下半年的经济增长动能。

## 房贷诈骗背后:虚假购房“套路”伤了谁?

本报记者 杨井鑫 北京报道

近日,上海警方破获了一起系列贷款诈骗案,抓获犯罪嫌疑人34名,涉案金额超过6000万元。

公开披露的相关信息显示,有人以买房为由,伪造虚假资信证明骗取银行贷款。在银行放款

后,购房者玩起了消失,贷款也未按时偿还。

据《中国经营报》记者了解,通过虚假购房交易骗取银行贷款实现“套现”的套路,对一批着急卖房者的吸引力越来越大,且已有中介将之作为一门赚钱生意。

具体而言,由于当下房价呈

下行趋势,且卖房成交也不易,在抖音上已出现不少“手把手”教人用房产贷款套现的短视频,而一些中介也看到了其中的巨大商机。

对于银行而言,住房按揭贷款的潜在道德风险有所上升,房产价值评估的弹性可能成为比较关键的风控漏洞。

## 中介“灰产”

从上海警方披露的案件信息看,主导此次6000万元贷款诈骗的关键在中介公司一方。中介公司根据卖房者的需求,让卖方拿到了卖房款,而贷款方则以个人信用记录换取了所谓的报酬,中介公司更是在其中获得了不菲的利益。

“房价下跌的时候,这样的操作可能更容易一些。不用过分地做高房产价格,只需要比原来价格稍微高一些就行。况且,如今购房的首付已经有所调整,这样的操作空间也会更大。”北京一家中介公司人士向记者表示。

据他介绍,“一些中介公司可能为了牟利主导这样的事情。但

## 风控“堵漏”

长期以来,商业银行住房按揭贷款一直被视为低风险贷款业务,贷款有房产抵押兜底,且在价值上有一定程度的打折空间。但是,在上海的系列贷款诈骗案,对于银行贷款风控提出了新的要求,其中最为关键的是在房产价值评估方面。

“房地产评估价格确实存在一定的弹性,但也要在合理的范围内。银行要避免骗取按揭贷款的陷阱,就要对于房地产评估价格区间有一个准确的判断。对于一些房产价格虚高的情况,贷款审批时就要对收入等其他的条件严格把

关。”一家国有大型银行人士表示。该人士认为,在不少正常的购房交易贷款中,一些购房者为了减轻首付的压力,会选择做高房产的总价向银行申请更多贷款,这也是比较常见的。但是,在当前房屋挂牌价格有“水分”的情况下,银行对于房产的评估也需要更加保守,况且每月需要偿还的房贷也应该与购房者的收入相匹配。

“目前,部分银行已经在手机银行上开发了一些关于房产价值评估的软件,只需要输入房产的地址和面积,系统就能够根据房产的位置、周边楼盘情况等综合给出一个评估价格。这个价格相对来说是比较保守的,多数是略低于市场价格,能够作为辅助参考。”该人士认为,银行的风控手段也在不断升级,但是大型银行与中小银行之间还是有一些差异。

针对目前市场上的这种虚假购房贷款的套路,该人士表示,骗取银行贷款是一种犯罪行为。中介公司以此牟利肯定是在监管打击的对象,这从上海刚公布的案例中已经可见,一旦查处后果很严重。对于购房者来说,更是没有必要铤而走险,否则事发后得不偿失,也会需要承担相应的责任。

## 骗贷6000万元

上海警方梳理2019年当地房价明显虚高的交易,发现有11套房产涉嫌贷款诈骗。

其中一个案件显示,房东徐女士多年前投资了上海青浦一套199平方米的顶层复式房。后来,她因急于将房产抛售变现,但是挂牌后一直无人问津。一个姓沈的中介人员主动找到了她,让徐女士将价值253万元的房产合同价格做高到550万元。彼时,商业贷款首付比例为35%,贷款金额为357万元。通过上述操作获得银行贷款后,除去各种税费,中介可以获得约85万元。

2019年9月,小李经“黄牛公司”介绍,配合上述中介公司在上海贷款购买徐女士的房产。中介公司承诺,一旦贷款下来之后,他们就能获得高额的回报。为了帮助小李顺利与银行签订贷款合同办理贷款,中介专门包装了他的财务状况,并根据贷款数额

的推算,为其定制了达到放款标准的收入证明材料。随后,银行工作人员在收取了一定好处费后,瞒着银行暗箱操作,完成了贷款审批。

上述案件中,房东拿到贷款之后,扣除房屋的价格,将多余资金全部转给了中介,实现了房产的套现。中介公司与“黄牛公司”均在其中获得了不同的好处。

通过对银行流水与贷款合同综合研判,专案组迅速锁定一个以宁某、郭某为首的犯罪团伙。在上海市公安局经侦总队的协助下,专案组于2023年6月底在上海市及外省市多地展开集中行动,捣毁了这一制造虚假证明材料、勾结房产中介等实施贷款诈骗、信用卡诈骗的团伙,抓获宁某、郭某等34名犯罪嫌疑人。

后经深挖,专案组还发现该团伙利用“白户”名下房产向银行申请多张高额度信用卡,开卡后

立刻套取全部额度现金,随后就将卡丢弃,逾期也不归还,造成多家银行损失。目前,犯罪嫌疑人宁某、郭某等34人因涉嫌贷款诈骗罪已被青浦警方依法采取刑事强制措施,案件正在进一步侦办中。

实际上,在当前房地产价格下行,卖方挂牌量激增的情况下,通过做高房价骗取银行住房按揭贷款套路的市场关注度越来越高,这种套路在现实中隐蔽性很高,而抖音上甚至有一些所谓的案例指导。具体的操作主要包括:做高房产的评估价、虚构交易、直接断供。虽然贷款方会因此变为信用“黑户”,但也会有人受高额回报的引诱铤而走险。

值得关注的是,从该套路的模式看,交易各方都在其中能够获利,而最终的风险则由银行埋单。这种虚构的交易与真实交易在流程上如出一辙,银行也很难了解到交易的真实目的。

# 美联储加息至尾声 外资连续三个月增持人民币债券

本报记者 郝亚娟 张茱旺  
上海 北京报道

美联储2023年年度利率决议收官。这是自2023年9月以来，美

## 美债收益率将下行

美联储在2024年将停止加息，随后小幅降息，但基准利率仍将维持相对高位。

12月中旬，美联储宣布将联邦基金利率目标区间维持在5.25%—5.50%区间不变。本轮加息周期自2022年3月开启，共加息11次，累计加息幅度达525个基点。

与美联储保持同步的是，欧洲央行、英国央行、瑞士央行均将政策利率维持在之前水平。

渣打中国财富管理部首席投资策略师王昕杰接受《中国经营报》记者采访时指出，在12月美联储议息会议之后，美联储的鸽派言论被市场认为正式转向鸽派。从历史上的降息周期来看，美联储似乎是在经济下滑到一定程度，为了对冲较大风险事件的时候才会开启降息周期。目前来看，美国经济尚具有韧性，当前经济基本面并不支持激进的降息，未来要观察紧缩周期的滞后性会对经济造成多大的影响。他预计美联储将从2024年年中开始降息。

在中国银行(601988.SH)研究院高级研究员赵雪情看来，2024年，美联储货币政策面临艰难转向。从经济来看，美国增长动能减弱，更多领域的负面因素开始显现。私人消费的支撑作用回落，制造业投资和工业生产疲弱，就业市场开始降温。尽管美国经济更可能是软着陆，但衰退风险依然存在。这就要求美联储结束

联储连续第三次暂停加息。市场普遍预期美联储本轮加息周期将结束，并在2024年转向降息。

在过去一段时间，受美联储加息影响，以美元存款、QDII美元理

财产品为代表的投资迎来一波“小牛市”。

随着美联储加息进入尾声，投资者的资产配置将如何调整？受访人士指出，长期来看，美元存款

利率会下调，投资美元存款还需关注汇率风险。此外，国际金融市场波动增大，投资者可以在多元化配置基础上适量增持人民币等新兴市场的金融资产。

在5%以上，3个月期美元存款利率也多在4%以上。根据央行统计数据，2023年1—9月活期、3个月内大额美元存款加权平均利率分别为2.26%、4.50%，分别较上年12月上升1.06个百分点和0.84个百分点。

“随着美联储加息进入尾声，美元存款利率将随之回落。从短期来看，美元存款利率仍将维持高位，投资者持有的美元存款利率是固定的，不会受市场变化影响。”刘银平如是说。

不过，赵雪情认为，考虑到美强欧弱的基本格局、美联储基准利率难以大幅调降以及地缘政治风险下避险情绪阶段性高涨，美元市场利率、汇率均将维持相对高位，QDII美元理财、美元存款仍是重要的投资选项。

刘银平补充道，当前，投资者购买美元理财产品面临的最大风险是汇率风险，如果人民币兑美元汇率升值，则投资者购买的美元存款利率会打一定折扣；如果美元相对人民币升值，则购买美元存款的实际利率会更高。今年2月份以来，人民币兑美元汇率整体呈上升趋势，11月中下旬以来略有下跌，投资者购买美元存款需要对未来汇率走势有一定判断，综合评估收益情况。

## 多元化配置对冲风险

投资者可以在多元化配置基础上适量增持中国、印度等新兴市场金融资产，但也需要做好风险对冲与管理。

美联储货币政策的转变也将影响各类资产表现。

赵雪情指出，2024年中美金融周期收敛，国内经济增长积极因素增多，人民币兑美元汇率将稳中走升，美元资产估值可能受到一定影响。

就资产配置而言，赵雪情建议，随着美联储货币政策转向，美元市场利率将小幅下行，美元指数高位震荡后走弱。

考虑到美元基准利率处于相对高位，市场流动性依然维持紧平衡格局，短期资金运行“去存款化”，美国国债收益率将延续高位震荡走势。受美国通胀回落、美联储货币政策转向以及企业盈利能力提升等因素支撑，美国股票市场将呈现上扬态势，但考虑到美股股价虚高等因素，后续美股上行空间相对有限。与此同时，国际金融市场波动增大，风险偏好可能增强，中国、印度等新兴市场证券组合投资流入节奏加快，投资者可以在多元化配置基础上适量增持中国、印度等新兴市场金融资产，但也需要做好风险对冲与管理。

中金公司(601995.SH)研究团队指出，美联储进入政策平台期后美国国债利率下行，或缓解人民币贬值与外资流出压力，减少对我国货币政策掣肘，利好人民币资产表现。

记者注意到，国家外汇管理局副局长、新闻发言人王春英近日指出，证券投资项下外资总体恢复净流入，外资配置人民币债券意愿持续提升。外资在近几个月连续净增持境内债券，11月外资净增持境内债

券规模达330亿美元，为历史新高。

中国人民银行上海总部发布的数据显示，截至2023年11月末，境外机构持有银行间市场债券3.49万亿元，约占银行间债券市场总托管量的2.6%。相比10月末的3.24万亿元再增持约2500亿元，这也是境外机构自9月以来，连续第三个月增持人民币债券。

在此大背景下，个人投资者的资产配置应如何调整？王昕杰指出：“美国国债收益率去除通胀影响的实际利率部分，是持有黄金的机会成本。黄金是天然的避险资产，也会受到地缘危机、经济衰退等风险事件的支持，但是从更长的事件维度来看，黄金价格和美国的实际利率呈现反向联系。”

王昕杰进一步分析，对于稳健投资者，可以选择固收类资产的投资。中美之间的利率倒挂，体现在居民端造成了理财产品收益率的差异。虽然在2024年中美之间的利差有缩窄的空间，但是在中国经济复苏阶段，还是会维持中性偏松的货币政策，这可能导致利率倒挂依然存在，采取全球化配置固收类投资是适合稳健投资者的可取方式。

“对于寻找收益率的投资者，在美元降息的预期下，海外美元债特别是高评级的政府债券具有性价比，除了高收益之外，未来的美国国债利率下降也可以使债券投资者取得资本利得，另外配置一些高股息的股票可以综合整体的投资回报。”王昕杰如是说。

## 百融云创：数字财富管理突围之道

中国财富管理市场空间广阔。截至2022年年底，中国已成为全球第二大财富管理市场，中国居民个人金融资产超过250万亿元，占全球20%以上。据麦肯锡全球财富数据库统计，未来10年，预计中国居民个人金融资产将继续以9%的年复合增长率平稳增长，到2032年全国整体个人金融资产将达到571万亿元。

中国财富管理市场长期聚焦顶端人群，大量中长尾客群难以享受到专业的投资理财服务，依旧保持着存银行的投资习惯。银行也有苦衷，一个理财经理管户数是有限的，对于一家银行来说，其中部及腰部客群可以是几十上百万的，要覆盖全部客群，需要投入巨大的人力和物力。

如何降低财富管理门槛，让普通人也能享受私行般服务？以AI为代表的数智化技术正在逐一击破财富管理市场困境，为中长尾客群提供专业服务。

### 人+数字化的客户运营

中国财富管理市场空间广阔。据麦肯锡全球财富数据库统计，未来10年，预计中国居民个人金融资产将继续以9%的年复合增长率平稳增长，到2032年全国整体个人金融资产将达到571万亿元。

更为重要的是，财富管理市场正以不可逆的趋势向大众客群下沉。事实上，大众客群财富量非常可观，过半资产为现金或储蓄形式，其价值尚未被有效挖掘。

“以大众富裕客群为代表的长尾市场，是下一个十年财富管理机构打造增量的新机遇。”百融云创专家团队称，做好大众客群财富管理，首先要做好财富客群经营，在某种程度而言经营要比投顾更重要。面向大众客群，我们要重塑以客户为中心的模式，在提供规模化服务的基础上，满足客户个性



**百融云创**  
Bairong, Inc.

化财富管理诉求，我们认为构建人+数字化的客户经营体系将是突围之道。

百融云创的做法是通过AI智能语音机器人等产品去触达用户，在进行智能交互过程中，会借助决策式AI的力量进行数智化洞察，再通过生成式AI制定完整的营销和运营策略，最终实现私人银行般的服务。“这相当于帮助银行机构批量化招聘了数十万名中等水平以上的理财经理。”百融云创CEO张韶峰表示。

### 激活海量长尾客户

作为较早深耕决策式AI的科技公司，百融云创拥有近十年的行业累积和专家经验，对金融客群拥有深厚的洞察。

“客户洞察不是一锤子买卖，而是要持续推进、逐步深入，形成动态调整。”百融云创专家团队表示，客户洞察，需要不断创造与客户之间的触点，只有不断与客户产生思想碰撞，才能精准把握客户聚焦的重点，才更有可能赢得客户的信任和选择。

在此基础上，围绕客户人生阶段、投资潜力及职业属性、MOT等维度，百融云创进行静态分析，360度还原客户并对其进行分层分群，从而实现多渠道、多波次触客。

一位股份行业务负责人表示，数字化的洞察，为银行激活和服务海量中长尾客群提供抓手，是开展差异化经营策略的基础。

策略是营销最重要的“落脚点”，也是驱动智能营销方案的核心引擎。基于客户洞察和分层，百融云创沿着时间流、现金流，制定了多波次、立体化策略规划。

以提高营销响应率为指引，一方面，百融云创分析评估行方历史营销策略的效果，筛选出高成功率的策略，进行保留优化；另一方面，自主搭建事件类营销和规则模型营销策略，形成本地化的策略库。同时，开发了产品响应、资产提升等多个模型，使得客户转化效果大幅提升。

有了策略并非万事大吉，如果策略只限于单向推送，无法根据客户的反应调优，那么客户经营也将缺乏“生命力”。对此，百融

云创为行方打通了大数据平台、企业数据平台、精准营销系统、客户经理营销渠道四个系统的交互，通过大规模策略应用 A/B TEST，实现人机不困的营销闭环运营流程。

最后，由与ChatGPT同源技术的百融智能语音机器人完成外呼触达，一套完整的财富管理智能营销动作便打出了。

截至目前，百融云创已形成了在休眠客户激活、客群资产提升及链式输送、代发客群经营等场景方面成熟的解决方案，并积累了丰富的经验。

### 以效果定成败

以代发客群经营为例，代发客群体量大、稳定，且拥有固定资金流水，很多银行都将其作为发展财富管理业务的突破口。

一家国有大行省分行针对行业内百万级规模的代发客群，采取了多种触达方式，但代发留存率、转化率很不理想，在设置工资到账提醒后，资金流失率反而上升了。

通过对“沉睡金矿”物理环境

的全面勘察和深层分析，百融云创专家团队发现该行在客户运营层面没有形成闭环运营机制，整个业务流程存在诸多断点，缺乏有效的效果反馈机制，致使代发留存率处于较低水平。

百融云创专家团队认为，这些问题只是表象，其根本原因在于没有形成“客户洞察-智能策略-运营-敏捷迭代”的动态闭环，就如同“静止的自行车无法直立，但跑起来就可以”。

在客户洞察方面，专家团队从客群和企业两方面切入，从上百个视角提炼出多种指标特征，雕刻出代发客群的大体轮廓，将其投资心理画像投射出来。例如，某企业集中在10号和20号发工资，大约3—4成的客户在领取后会将大部分资金转移出去，那么在这两个时间段进行营销效果就非常显著。

有了清晰的客群“光谱”，为客户分层铺平了道路。最终，专家团队将该行存量客户分为12个细分客群，通过搭建营销响应等模型识别出高潜力客户，并排列营销优先级。

在营销策略方面，百融云创专家团队设计了“行为断点”和“资金流”两大主题策略，例如在行为断点方面，基于客户浏览相关产品但没有购买，其背后原因是什

么、后续如何开展维系才能更好促进转化等。围绕两大主题，通过设置大量单条策略和策略组，调动银行金融产品、权益活动、人力资源和内容运营工具箱，以正确的时间、合适的渠道、适当的方式、精准的产品去触达目标客群；为了让策略处于不断的迭代当中，专家团队将每个策略都设置了成功准则，通过A/B Test对比执行组、对照组的成效，通过策略评估看板，对每一条策略是否发挥作用、能否产生量化效用展开评估。例如，经过两周的策略迭代，企微好友添加成功率由此前的10%提升至30%。

在数智技术的赋能下，该行逐渐形成了财富管理常态化运营机制。该项目形成30万余营销线索，人均提升产品数达到1.8个，代发留存率从原来的14%提升到16%，AUM年增量超20亿元。 广告

# 港股震荡配置价值显现 南下资金持续加仓

本报记者 顾梦轩 夏欣  
广州 北京报道

2023年全年,港股表现一直差强人意。Wind数据显示,截至12月20日,恒生指数年内下跌16.01%,恒生科技指数年内下跌9.74%,恒生传媒指数年内下跌8.71%。

## 青睐银行、传媒、医药等板块

截至12月20日,南向资金持股数量排名前三的行业分别是银行、房地产和商贸零售。

根据Wind数据,截至12月20日,南向资金累计净买入2.89亿港元,已经超过去年全年净买入2.57亿港元。

从各月份资金流入情况看,南向资金除今年7月出现过净卖出情形外,其他月份均为净买入,其中8月,南向资金净买入755.3亿港元,创最近两年南向资金单月买入额新高。另外,今年3月,南向资金净买入额为671.4亿港元,资金量较大。

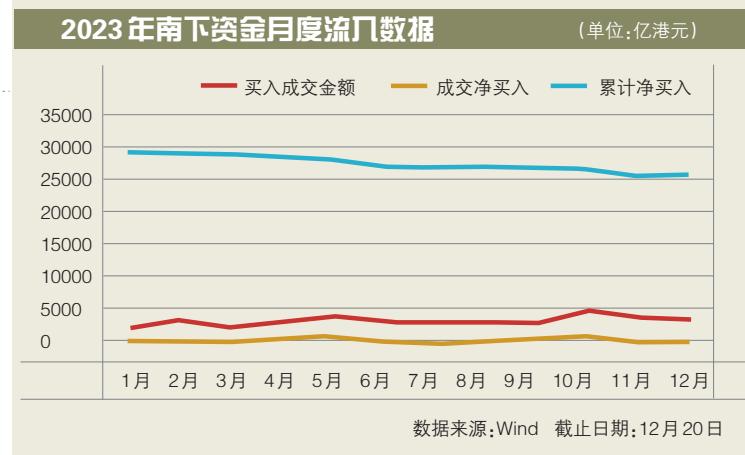
天弘基金方面表示,近期南向资金的表现主要受消息面提振有所回暖和市场风险偏好有所回升,主要事件包括:第一,中央金融工作会议召开,强调巩固提升香港国际金融中心地位;第二,中央财政宣布新增发国债1万亿元,有助于减轻地方政府的资金压力,并有效拉动国内需求;第三,香港特区政府宣布股票交易印花税率由目前的0.13%下调至0.1%,帮助改善目前港股低迷的流动性。

从流入行业情况来看,Wind数据显示,按照中信分类,截至12月20日,南向资金持股数量排名前三的行业分别是银行、房地产和商贸零

但《中国经营报》记者注意到,南向资金似乎没有受到港股表现的影响,最近几个月一直持续保持净流入状态,今年8月净流入额还创出近两年新高。

汇丰晋信沪港深基金港股通双核基金经理付倍佳在接受

记者采访时表示,过去三年,南向资金其实是持续流入港股的,尤其在市场悲观情绪过载的时候,南向资金会更愿意做逆向布局,核心是在好价格买好资产。当前港股部分优质资产明显超调,风险收益比变得更有吸引力。



售,持股数量分别为703.6万股、447.4万股和306.4万股;持有市值排名前三的行业分别是银行、传媒和医药,持股市值分别为3618.4亿元、3373.3亿元和1998.4亿元。

针对上述南向资金主要流入的几个行业,天弘基金方面表示,银行方面,从已经披露的银行三季报数据来看,银行净利息收入下滑,由于今年LPR利率(贷款市场报价利率)调降、存量房贷利率调整、城投化债等影响,我们预计今年至明年上半年银行的净利息收入均有一定压力。但从监管态度来看,2022年以来,监管态度从“银行单方让利”转变为存款利率同步下调,来缓解息差收窄的压力。并且,当前净息差并不是银行板块的主要投资逻辑,当前对银行板块的主要关注点是防御属性、稳增长政策以及经济修

复视角。非息收入方面,由于债券和利率波动的影响,三季度整体走弱。资产质量方面,不良率和整体拨备覆盖率维持平稳。营收和拨备前利润承压,但由于通过少提拨备释放利润,银行整体的净利润亦保持平稳。

地产方面,天弘基金方面指出,三季度进入政策暖风期,整体政策基调超预期,出台一系列稳增长的措施,对地产的相关举措更加积极。虽然近期已经边际走弱,我们不预期地产销售持续改善,但长期来看,地产销售和投资已经处于相对合理的水平,大幅向下风险不大。

传媒方面,从上市公司三季报披露的情况看,传媒行业业绩增速大概率已经见底。在AIGC(生成式人工智能)方面,预计将迎来长期β行情,有望逐步实现从产品到收入的转变。

## 民泰银行:“金融活水”助力乡村共富路

温州文成县,位于浙江省南部山区,由于其独特的地理环境,常年温暖湿润,森林覆盖率达72%以上,空气质量优于国家一级标准。近年来,当地政府部门、金融监管机构以政策为导向,不断深化以绿色金融、乡村振兴等为主打的第一产业,同时利用环境优势,积极带动当地居民打造“林下经济”理念,切实推进乡村振兴全面发展。

### 送去企业“及时雨”,撑开农民“致富伞”

文成县百丈漈镇石庄村550多亩林场里,工人们正忙着采摘、筛选、运送红托竹荪,一个个脸上洋溢着灿烂、幸福的笑容。竹荪对土地土壤、地理环境有严格要求,要高海拔雨水阳光充足、温度保持在15—28摄氏度之间、最高不能超过30摄氏度的地方,得天独厚的地理环境孕育了独特的竹荪经济。

浙江新欣菌业科技有限公司法人林先生为文成县食用菌企业主,主要对红托竹荪进行研发、生产和副产品开发,通过“龙头企

业+数字农业工程+村集体经济+农户”模式,采取“公司育种”和“农户代养”建立利用联结机制,今年已带动80户农户增收致富,预计明年带动200户农户增收致富,扩大10倍种植规模。同时,新欣菌业已与县有关部门商谈,准备推动村企合作,村里出地,公司出种子,做起来给村里集体分红,增加村集体收入。

“以往公司的菌种都需要从贵州买进,不仅花费巨大,菌种在运输途中也有发酵的风险。”林先生说道。为了企业的长远发展,林先生



图为浙江新欣菌业科技有限公司竹荪种植基地

### “没有一个员工离职”

与百丈漈景区仅300米之隔的百丈逸家民宿,借助区位优势,积极承接百丈漈景区游客外溢效应,打造了“百丈漈景区民宿街”的全新名片。

文成县百丈逸家生态休闲有限公司法人刘先生在国外生活17年,回国后兄弟俩一起创业,2021年5月份开起了百丈逸家的第一家民宿,并在2021年百丈漈5A级景区评定下来后迅速扩大规模,现有民宿26家、餐厅4家,与温州当地300多家旅行社签订了合作协议,客源遍布金华、福州、台州、宁波、上海、杭州等地,客服入住率全县最高,淡季时也有70%以上,5—7月时更是温州市民宿热销榜的

第一名。

逸家名下餐厅原材料向周边农户收购,民宿方面吸纳当地农户就业,并在1—3月旅游淡季时利用平台优势帮镇上农户自家开的小民宿代运营,带动周边零星小民宿致富。

“开业以来,没有一个员工离职。”刘先生欣慰地说道。回国自主创业,刘先生有着一套独特的人事管理方法,“把员工当成自己的家人。每个人都在为自己的家努力,整个公司的管理就不会乱。”

“我要做旅游综合体,但资金方面还是有些紧张。”刘先生有些为难。旅行社按月结账的账期随

着规模的持续扩大让他的现金流愈加紧张,虽然民泰银行已经给予了他100万元的普惠贷款,但随着公司跨越式发展,资金需求越来越大,未来,民泰银行还将考虑更多方面的金融扶持。

金融扶持不只是扶一把,而是与企业相互搀扶,先“共扶”而后“共富”。民泰银行通过激活一个产业,来带富一方百姓,不断推动乡村振兴和农户共同富裕。民泰银行发挥平台优势,组织相关支行对接村委,聚焦农旅行业客观规律,深耕乡村普惠金融,在广泛走访基础上进行针对性服务,向客户提供适合的金融支持,打通乡村金融服务最后一公里。广告

## 三大因素驱动港股

付倍佳指出,决定港股的主要驱动力是三大因子——盈利增长、利率周期和地缘风险。

受港股全年表现不佳影响,今年以来港股基金的表现也不尽如人意。根据Wind数据,全市场398只港股主题基金(不完全统计),今年以来取得正收益的只有28只,占比仅为7%。

创金合信港股通量化基金经理董梁、孙悦在基金三季报中指出,2023年三季度,宏观环境相对上半年变化较小,美国经济总体表现出一定韧性,就业数据比较超市场预期,美联储9月暂停加息,继续维持缩表规模,并传递利率长时间维持高位的信号。国内市场方面,政策拐点已经出现,7月政治局会议之后,一系列政策出台,经济数

据开始边际好转,社融数据企稳回升,PMI边际改善。大类资产方面,原油价格反弹,美元指数小幅回升,黄金、美股窄幅震荡,A股小幅调整。国内市场方面,主要指数8月开始走弱,价值风格强于成长风格,TMT、新能源回调,港股持续调整。

“香港市场目前整体格局依然没有走出区间震荡模式。港股估值、风险溢价、情绪指标都处于较低的位置,当有利好刺激时,弹性是存在的。但未来能否持久上涨走出牛市,中国经济增长的进一步确认还是关键性因素。”天弘基金有关人士表示。

付倍佳指出,决定港股的主要驱动力是三大因子——盈利增长、利率周期和地缘风险。其中,盈利增长是决定市场方向的,降息加息周期的预期和节奏是影响市场振幅的,地缘因素可能会放大短期扰动。在这样的框架下,过去的三年港股多数时间处在逆风期。但在这个时间点,上述三大因子有望迎来共同改善的共振。展望2024年,利率中枢向下是确定性的趋势,盈利增长随经济复苏有望从“预期冰点”回暖,港股在当前位置是在从三重困境逐步松绑反转,2024年港股基金的机会有望大于风险。

## 配置性价比显著

机构判断,恒生科技“政策面”“基本面”企稳回升的逻辑正在强化。

低迷了一整年之后,2024年港股将会有何表现?天弘基金表示,今年整个港股市场,尤其是我们关注的互联网大厂在第三季度的业绩表现基本符合预期,甚至在盈利方面略微超出了预期。首先,2022年第三季度是一个低基数的时期,许多上市公司由于各种原因导致业绩相对糟糕。因此,与去年同期相比,今年的同比增长无疑是合理的,这一点确实可见。其次,过去一年多,这些互联网大厂采取了许多降本增效的举措,这些效果逐渐体现出来,成本方面的压力开始逐渐下降。同时,一些公司通过新的业务模式或商业模式不断创新创造新的利润。

天弘基金分析,根据彭博数据,当前恒生科技指数静态市盈率为27.9X,2023年、2024年和2025年前瞻PE分别为20.0X、15.3X和11.3X。在疫情与监管的不确定性消除后,2022年下半年以来平台企业的基本面已呈现逐步复苏的信号,阿里、腾讯及美团大厂降本增效继续推动盈利增长的同时,营收端的回暖也在逐步提速,常态化监管带来的稳定预期也使得营收端的扩张更加通畅。同时,恒生科技成分股涉及促进内需的方方面面,包括汽车、电子产品、文化旅游等细分赛道,也包括与宏观经济密切相关的消费(电商)与广告平台。结合以上,我们认为恒生科技

“政策面”“基本面”企稳回升的逻辑正在强化。尽管前期的下跌及信心的低迷非一日之寒,而市场的信心修复也非一日之功,但在政策面及基本面筑底回升的背景下,当前恒生科技的配置性价比已十分显著,估值安全垫及增长预期修复都有望使得底部更加牢固,一旦海外流动性出现趋势性逆转,则将打开指数进一步的上涨空间。

付倍佳表示,我们会顺着利率、盈利、风险这三大因素,挖掘不同的结构性机会,利率敏感型资产可布局创新药、有色金属;创新方向可布局智能驾驶、电子及互联网;高确定性红利型资产可布局上游能源、通信、交运等板块。

## 信保业务再敲合规警钟

本报记者 樊红敏 北京报道

保险资金投资信托产品的合规性问题正在成为监管处罚的重点领域之一。

国家金融监督管理总局官网

公布的罚单信息显示,12月份以来,已有3家保险资管公司、1家信托公司因为信保合作业务相关违规问题被处罚。

某央企背景信托公司研究发展部人士向《中国经营报》记者表示,信保合作业务近几年一直保持在万亿级体量,逐步得到监管重视,很多信保合作都是由保险机构指定资产和资金,信托公司主要提供受托服务,其中可能暗藏一些不规范之处。

## 通道业务违规是处罚重点

根据中国保险资产管理业协会发布的《中国保险资产管理业发展报告(2023)》,截至2022年年末,保险资金投资的集合资金信托计划规模为1.34万亿元,信托计划依然为险资配置的第一大类非标金融产品。

随着保险资管规模的壮大,其暗藏的风险也在不断显现。从上述罚单信息来看,涉及的3家保险资管机构分别为光大永明资管股份有限公司(以下简称“光大永明资管”)、合众资产管理股份有限公司(以下简称“合众资管”)、中国人保资产管理有限公司(以下简称“人保资管”)。

据业内人士介绍,在信保合作集合信托计划的初期,还是以信托公司主动管理为主,但随着保险资金投资信托计划规模的攀升,整个行业产品发行压力加大,加之信托触及的资产质量难以匹配保险资金的要求,主动管理的合作模式逐渐减少。

值得关注的是,保险资金投资信托计划除了面临合规性监管趋严之外,近两年还同时面临另一个较大的挑战,即非标融资类业务大幅压降之下信保合作空间的受限。

中国信托业协会公布的数据表明,2020年,融资类信托业务全年压降接近万亿元,达0.97万亿元;2021年年底,融资类信托规模降至3.58万亿元,比上年末压缩了1.28万亿元,降幅高达26.28%;截至2022年年末,融资类信托规模降至3.08万亿元,与2019年末5.83万亿元的峰值相比已经压降近一半。

在此背景下,2020年开始,保险资金投资信托计划的增速就已经开始下滑,2021年、2022年,保险资金投资信托计划的规模则连续两年出现下滑。

中国保险资产管理业协会公布的数据显示,2020年保险资金

投资信托计划增速相比2019年已下降了22.05个百分点;2021年年末,保险资金投资信托计划规模为14119亿元,同比增速为-14.2%,首次出现下降;截至2022年年末,保险资金投资集合资金信托计划的规模为1.34万亿元,同比下降5.1%,较2020年峰值减3000亿元。

对于保险资金投资信托计划规模的减少,某信托行业从业人士向记者表示,一方面是因为非标融资类业务大幅压降,信保合作空间会受到明显限制;另一方面,近两年地产信托处于下行期,频频出现违约,地方融资平台也在压降融资成本,优质非标资产供给减少,保险资金投资信托计划也更为谨慎。

“信保合作的非标投资主要集中在融资类集合资金信托计划方面,在监管压降信托非标融资规模的背景下,该类业务的规模将受制于信托公司的供给被动收缩,逐渐被其他非标资产替代,这些非标资产主要为股权投资、保险资管公司债权计划、不动产REITs,以及证券公司、证券资产管理公司、证券投资基金管理公司发行的单一资产管理计划。”保险行业资深投资专家鲁晓岳在接受记者采访时表示。

提供劣后级资金,保险资金作为优先级资金参与其中,既保证了资金的安全性,同时也提升了预期收益。”鲁晓岳称。

“随着资管新规和信托产品新业务分类政策的深入推进,原信保机构在融资类信托领域的业务合作逻辑也将发生变化,在未来新的资产管理信托中,信托公司需坚守受托人定位,根据保险资金的委托要求,站在保险资金利益的角度开展资产管理活动,包括投资非标债权类资产。”鲁晓岳建议。

## 拓展权益投资类合作

那么,在双重压力之下,信保合作未来的方向在哪里呢?

上述信托行业从业人士向记者表示,未来的信保合作,一方面,信托公司可以在有限的非标融资类业务空间内,提升主动管理能力、资产配置能力,为保险提供优质非标资产;另一方面,目前股权投资已成为信托业非标业务转型的重要方向,权益投资也受到保险资金的青睐,未来信托公司与保险资金可以探索在股权投资、产业基金等领域的合作。

华润信托董事长刘小腊此前也撰文表示,随着传统的偏平台服务性质的合作模式的空间日益压缩,基于资金风险收益偏好的不同,信托公司与保险资金在股权投资、产业基金领域的合作是值得探索的。

“无论是单一项目的股权投资,还是针对某特定领域的专项基金,信托公司可以发起产品、设立基金,作为基金管理人或者资产管理人,发挥主动管理优势,缓释项目风险;也可以通过结构化设计,

# “开门红”存款利率涨跌不一 部分短期产品逆势上调

本报记者 张漫游 北京报道

在2023年年底“开门红”阶段，部分中小银行逆势上调了存款利率，且上调利率的产品多为短期存

## 部分银行“开门红”存款利率不升反降

存款利率上涨主要是3个月及1年期产品，这不仅有助于调整存款结构，也有助于稳定成本。

近期，进入2023年“开门红”阶段的银行机构未出现大规模提升存款利率的情况，仅部分中小银行上调了存款利率，上调幅度普遍为5—15BP。

《中国经营报》记者注意到，近期部分中小银行提升存款利率主要是3个月及1年期产品的存款利率提升幅度较大。

“一般来说，1年以内的储蓄存款占比相对高一些，主要是这些期限能较好平衡收益与流动性需求。”光大银行(601818.SH)金融市场部宏观研究员周茂华表示，目前国内推进存款利率市场化改革，各家银行在满足自律机制前提下，根据区域存款市场供需情况、自身经营状况合理调整存款利率。同时，临近年底，部分中小银行也在积极备战“开门红”，主动增加负债，毕竟部分中小银行在负债方面相对处于弱势。

“在国内‘稳增长’的背景下，各家银行供需两端发力，主动负债积极推动宽信用。而地方银行负债能力相对弱一些，竞争压力大，年底表现更加进取，同时年初往往是信贷投放高峰期，提前备战‘开门红’能更好地锁定全年收益。”周茂华说。

邮储银行(601658.SH)研究员娄飞鹏认为，存款利率上涨主要是3个月及1年期产品，这不仅有助于调整存款结构，也有助于稳定成本，这些期限短的存款相对长期限存款的利率更低。

“对银行来说，岁末年初往往

是揽储旺季，在利率市场化深入推进的情况下，银行根据自身负债结构特点，有针对性地调高存款利率，有助于更好地吸收存款，也有助于优化存款结构。”娄飞鹏说。

总体来看，2023年的存款利率走势持续下调。2023年12月22日，工、农、中、建、交等国有银行再次下调了存款挂牌利率，调整幅度为10—25BP，其中3年期、5年期定期存款挂牌利率下调幅度较大。在此之前，2023年6月、9月，国有大行分别两次官宣调降存款利率，调降幅度为10—25BP。中小银行也紧随其后陆续下调了存款利率。

中国人民银行货币政策司司长邹澜此前解读称，国有商业银行和股份制商业银行根据市场供求变化和利率走势，综合考虑自身经营情况，主动下调部分期限存款利率，反映存款利率市场化调整机制在持续发挥作用，也表明存款利率市场化程度在进一步提高。

融360数字科技研究院监测的数据表明，2023年11月，银行3个月、6个月、1年期存款平均利率环比持平，2年及以上期限存款平均利率涨跌不一，其中2年、5年期存款平均利率环比下跌0.2BP、1.3BP。融360数字科技研究院统计显示，从不同类型银行利率调整情况来看，11月国有银行利率调整情况较少，中、农、工、建四大行基本没有调整，交通银行(601328.SH)个别城市网点长期存款利率下调，邮储银行多个城市网点3年期存款利率上调。

“对银行来说，岁末年初往往

仍有这个过程。这种情况下，“开门红”期间银行整体吸储热情与常年有差异。

分析人士认为，少数银行上调



视觉中国/图

11月，股份制银行3年、5年期存款利率调整情况较多，有涨有跌，上涨情况多于下跌情况，部分股份制银行上调3年期存款利率。整体来看，1年期及以上存款平均利率均环比上涨，其中3年期涨幅较大，环比上涨9.5BP。

“存款利率有升有降，反映国内存款市场机制在起作用，属于正常现象，但前提是是国内存款市场保持正常竞争秩序，各家银行存款利率调整要满足自律组织要求，存款利率调整要与银行负债、净息差等

存款利率对区域储户存在一定吸引力，但宏观经济前景、金融市场情绪、理财产品预期收益等方面将对居民储蓄偏好产生一定影响。

## 存款利率仍有下降空间

为推动存贷利差稳定、压降资金在体系内的空转套利空间与前期虚增规模，引导存款成本有效下行仍有必要。

谈及下一步，银行存款是否还会持续下调，民生银行(600016.SH)首席经济学家温彬分析指出，2023年以来负债端管控措施不断出台，2024年政策红利将进一步释放；但市场不规范竞争以及存款定期化、长期化亦部分对冲前期调降存款挂牌利率等政策效果，导致负债端定价相对刚性，负债成本管控时间难以对冲资产端下行压力。

惠誉评级亚太区金融机构评级董事薛慧如认为，展望未来，银行净息差压力仍然存在。“从资产端来看，伴随着整体利率中枢的下移，对公贷款收益率持续下行，按揭贷款利率也将因房地产政策放松和存量按揭利率调整而继续下降。从负债端来看，监管降准以及引导存款利率下调将使得整体负债成本有所优化，但是预计资产收益率降幅将大于负债成本降幅，净息差仍将收窄。”

“为推动存贷利差稳定、压降资金在体系内的空转套利空间与前期虚增规模，引导存款成本有效下行仍有必要。预计2024年银行负债端成本管控仍有举措，如继续下调存款挂牌利率或MPA考核上限，对协议、通知、协定等高息主动型负债产品做进一步自律和规范，推动中小银行降低长端存款利率等。”温彬说。

值得一提的是，2023年6月银行进行存款利率调整时，长端存款利率下调更多。中金公司方面分析认为，此举旨在“压平”存款利率曲线，与国债收益率曲线趋近，从而降低银行端负债压力，缩短负债久期。

中国人民银行数据显示，11月末，人民币存款余额284.18万亿元，同比增长10.2%，增速分别

比10月末和2022年同期低0.3%和1.3个百分点。今年前11个月，人民币存款增加25.65万亿元，同比多增1301亿元。11月人民币存款增加2.53万亿元，同比少增4273亿元。其中，住户存款增加9089亿元，非金融企业存款增加2487亿元，财政性存款减少3293亿元，非银行业金融机构存款增加1.57万亿元。

融360数字科技研究院分析师刘银平认为，2023年以来，人民币住户存款规模保持较高增速，是由于长期存款利率优势明显，居民倾向于购买长期存款，近两年经济增长压力较大，投资环境不景气，股市持续低迷，理财产品净值波动不稳，且投资者对净值波动的理财产品接受程度不高，投资风格较为保守，这也是存款定期化、长期化的主要原因。虽然很多银行储蓄存款利率下降，但储蓄存款成本却并不降反升。

从中长期来看，长期存款利率不断下调，未来存款搬家现象是否会加剧？

今年存款利率经历两轮较大幅度调整，刘银平认为，银行主要下调的仍然是长期存款利率。融360数字科技研究院监测的数据显示，2023年11月，2年、3年、5年期存款平均利率相较于年末分别下降了27BP、39.5BP、43.5BP，接下来银行存款定期化趋势或有所缓解。部分存款资金或流向理财领域，对理财市场来说属于利好，但这也需要看理财产品自身净值波动情况，产品收益稳定才能吸引更多存款资金。

下转 B6

# 银行汽车金融“冲刺”

## 利好政策频出

本报记者 王柯瑾  
北京报道

临近年末，全国多地开展新一轮汽车促消费活动。中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)发布的预测数据显示，2023年全年，我国汽车总销量或可达到3000万辆，同比增长11.7%。展望2024年，中汽协方面预测，中国市场的汽车总销量将达到3100万辆，同比增长3%。

作为拉动汽车消费的有力引擎，汽车金融成为多家银行发力的重点。《中国经营报》记者在采访中了解到，当前银行汽车金融创新呈现多重特点：在“双碳”目标下，结合新能源汽车消费的兴起，推进绿色低碳主题的汽车金融服务；配合新能源车下乡的趋势，推出适合农村居民、新市民特点的汽车消费金融服务等。

近期中央经济工作会议再次强调要“着力扩大国内需求”，稳定和扩大传统消费，提振新能源汽车、电子产品等大宗消费。

业内分析认为，银行汽车金融应挖掘消费潜力、畅通汽车流通、服务汽车产业链，不断推动中国汽车行业高质量发展。

## 瞄准新能源汽车

在绿色发展理念指引下，发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必经之路，因此发力新能源汽车金融也成为银行汽车金融的突破口。

记者从建设银行(601939.SH)了解到，该行信用卡业务从“客户端”和“厂商端”双向发力，促进资源整合，将新能源汽车消费金融作为满足大众绿色金融需求的重要抓手。在“客户端”，该行信用卡支持

## 抢占数字化高地

数字化已经成为各家银行汽车金融差异化破局的重要手段。

记者从中信银行了解到，线上化方面，该行构建了汽车经销商信用风险统一评价体系，实现线上审批，审批效率提升近50%；支持全部协议线上签约，提升客户体验及业务办理效率。自动化方面，每笔放款平均5分钟，“信票通”产品组合运用，支持厂商收到的银行承兑汇票“无感贴现”实时入账；7×24小时自助释放车辆合格证和钥匙等。智能化方面，建立汽车产业数字金融与数字化汽车消费金融；其二，结合新能

河南监管局、河南证监局日前联合印发的《关于金融支持新能源汽车产业高质量发展的意见》提到，要加大新能源汽车产业链关键环节金融支持力度。鼓励政策性银行提供低息贷款，支持优势整车企业建设智能汽车、专用车等特色基地和产业园区，培育一批产业协同区和产业集群。鼓励银行业金融机构加大对汽车消费信贷支持力度，探索开展线上贷款产品创新，采用数字化新型风控手段，提供差异化金融服务

方案。而在融资体系方面，鼓励金融机构在风险可控的前提下与外部投资机构深化合作，探索以“贷款+外部直投”业务新模式，推动在企业生命周期中前移金融服务，更多发放中长期贷款和信用贷款，支持初创期、成长期企业发展……

此外，明年汽车消费尤其是新能源汽车消费将继续成为政策支持的重点。为有效推进上海市大气环境治理和节能减排工作，促进新能源汽车产业加快发展，上海市

相关部门制定《上海市鼓励购买和使用新能源汽车实施办法》，明确提出2024年对消费者购买和使用新能源汽车继续给予政策支持。

在此背景下，多家银行优化升级汽车金融业务，例如近日邮储银行(601658.SH)App邮储车贷汽车专区正式上线。App界面展列汽车品牌、热门车型，用户可以一键打开，了解车型信息、查看贷款方案，且贷款方案页内嵌申请入口，方便申请人操作。除了邮储银行

外，近期还有多家银行信用卡推出针对新能源汽车的活动，例如江苏银行(600919.SH)上海分行信用卡新能源汽车分期单期利率低至0.2%；2023年12月31日前，办理上海银行(601229.SH)信用卡新能源汽车分期可享限时优惠利率、消费返红包和账单分期减息券等福利；2023年12月31日前，成功办理上海银行苏州分行直客式新能源汽车分期的客户，可获赠充电桩抵用券等。

模式量身定制配套融资方案。对经销商、以销定产的新能源品牌，

“随着新能源汽车消费的兴起，汽车消费金融的格局可能会重塑，由此带来更为激烈的市场竞争。”中央财经大学证券期货研究所研究员、内蒙古银行研究发展部总经理杨海平表示，“新能源汽车有别于传统能源汽车，对金融产品和服务模式提出了新的要求。此外，银行还应加强新能源汽车金融服务的风险识别与管理。”

提供融资，用于日常经营周转。

在政策助推和市场需求的刺激下，服务汽车车主也成为多家银行零售业务增长的重要抓手。苏筱芮表示：“银行在车主服务领域提升差异化破局能力，可以不局限于汽车消费本身的购买支付、租赁融资、加油缴费等服务，而是围绕汽车连接的出行、旅游、物流、保险等更多场景及服务应用。另外在营销渠道方式上，除当前主要的积分权益、消费优惠等常规营销活动，还可以结合视频营销以及车主在自驾、旅游等场景下的粉丝活动，广泛拓客、促活。”

终端零售客户融资购车需求，客户分期购买新能源汽车时首付比例低至15%，有效减轻支付压力。

在“厂商端”，该行信用卡与理想、蔚来、小鹏、特斯拉等新能源汽车厂商开展总对总合作，加大对上汽、广汽、一汽等传统汽车厂商在新能源车型的合作。此外，随着汽车消费由增量市场向存量市场转变，该行信用卡响应国家相关部署，推出“龙E贷好车”二手车分期产品，盘活二手车市

场，推动资源循环利用的绿色发展

理念深入人心。

区别于传统汽车授权4S店销售模式，新能源汽车从底层重构汽车行业产品、技术、销售模式等商业逻辑，积极探索与之匹配的渠道网络建设，授权、代理和直营模式全面开花。

以中信银行(601998.SH)为例，该行紧随市场和渠道的变化，以标准化、定制化、线上化为产品设计理念，针对新能源品牌不同的销售

模式量身定制配套融资方案。对经

销授权、以销定产的新能源品牌，“订单融”产品可基于消费者购车订单，向经销商、交付中心提供融资，用于向厂商采购车辆；对代理、直销模式的新能源品牌，“交付融”产品可向代理店、交付中心提供融资，用于向厂商支付交车保证金；“佣金贷”产品可结合厂商提供的历史返利数据或者厂商销量任务目标数据，为符合条件的代理店、交付中心

提供融资，用于日常经营周转。

在“客户端”，该行信用卡与理想、蔚来、小鹏、特斯拉等新能源汽车厂商开展总对总合作，加大对上汽、广汽、一汽等传统汽车厂商在新能源车型的合作。此外，随着汽车消费由增量市场向存量市场转变，该行信用卡响应国家相关部署，推出“龙E贷好车”二手车分期产品，盘活二手车市

场，推动资源循环利用的绿色发展

理念深入人心。

区别于传统汽车授权4S店销售模式，新能源汽车从底层重构汽车行业产品、技术、销售模式等商业逻辑，积极探索与之匹配的渠道网络建设，授权、代理和直营模式全面开花。

消费金融专家苏筱芮分析认为，目前银行机构仍以“卡+App”为主要发展路径，面临与传统汽车金融公司的竞争，在营销路径、场景渠道方面也受到挑战。“银行可以针对汽车主机厂商在资金、贷款等金融服务方面的需求，利用资金、金融业务和科技优势，为生产方、供应商提供信用卡分期、

融资租赁、抵押支付等服务。在

客群方面，银行则可以结合这两年政策引导的新市民客群，提供更加精细化的汽车消费服务。”

受访业内人士均认为，未来汽车金融创新空间较大。杨海平认为，未来银行汽车金融创新方向包括：“一是在‘双碳’目标下，结合新能源车消费的兴起，推进绿色低碳主题的汽车金融服务；二是在汽车消费信贷服务的基础上，进一步拓展服务内容，利用数字化平台推进场景化汽车金融服务；三是配合新能源车下乡的趋势，推出适合农村居民、新市民特

# 规模缩水逾三成 公司理财降温

本报记者 秦玉芳 广州报道

12月份以来，多家上市公司发布2024年闲置自有资金理财投资的公告，其中10余家企业投资资金限额调降。

与此同时，2023年A股上市企业配置理财产品的规模也在大幅缩减。数据显示，截至12月21日，

## 公司理财规模大幅缩水

2023年经济复苏不如预期，股市行情不佳，很多上市公司营业收入和利润受到明显影响，现金流越来越紧张。

截至12月21日，有30余家A股上市公司公布2024年闲置自有资金进行理财投资的公告，其中10余家企业进行投资理财的资金规模较2023年有不同程度缩减。

尚太科技(001301.SZ)公告显示，同意公司及子公司使用不超过20亿元的自有闲置资金开展委托理财，在此额度范围内资金可以循环使用。2023年该公司委托理财的资金总额不超30亿元。创新新材(600361.SH)公告显示，计划将暂时闲置自有资金购买低风险理财产品，2024年委托理财单日最高余额上限为20亿元，而2023年其单日最高余额上限为50亿元。

2023年企业理财产品的配置积极性出现大幅下降。Wind数据显示，2022年12月22日至2023年12月21日，1174家上市公司合计持有存款、结构性存款、银行理财、证券公司理财等理财产品约1.49万个，同比降幅达27.7%；认购理财

1174家上市公司认购理财产品及主要产品类型的持有规模同比均呈现降幅。

在此背景下，银行加大存款类现金管理产品的营销推广力度，低波稳健且短期限的产品密集上线。业内人士分析认为，在存款利率持续下行、市场风险加大、理财产品业绩波动下行态势

下，企业现金管理会更加趋于谨慎；不过理财产品依然是企业进行现金管理的主要工具，未来企业投资者对低波稳健产品的需求将更加多元化，金融机构应强化理财产品体系的优化，保障产品安全性，同时也要提升科技创新服务水平，以满足企业不断变化的理财需求。

产品，包括存款、定期存款、结构性存款、银行理财、证券公司理财、投资公司理财等金额达10022亿元，同比降幅33.7%。

从产品类型来看，存款、银行理财等主要产品的投资规模均在明显下滑。Wind数据显示，2022年12月22日至2023年12月21日上市公司实现存款702.5亿元，同比降幅36.3%；认购定期存款340.6亿元，同比降幅31.83%；结构性存款6801.6亿元，同比降幅30.9%；通知存款358.5亿元，同比降幅51.8%；银行理财747.8亿元，同比降幅55.2%。

在融360数字科技研究院分析师刘银平看来，2023年上市公司减少理财产品认购规模，可能与公司计划用于经营方面的资金量增加有关。

Wind数据显示，2022年12月22日至2023年12月21日，1174家上市公司认购理财产品自有资金

2869.35亿元，同比降幅达36.3%。

某股份银行对公业务经理向《中国经营报》记者透露，2023年经济复苏不如预期，股市行情不佳，很多上市公司营业收入和利润受到明显影响，现金流越来越紧张，因此不少企业用于理财投资的现金管理资金有所减少。

另一方面，理财产品收益下降，对企业投资者的吸引力也在下降。据招商证券最新发布的研报显示，截至11月末，现金管理类理财产品收益率中枢为2.16%，较上月底微降3BP；11月中下旬债市震荡，下半月定开纯固收、定开固收+、持有期固收类理财平均半年化收益率分别为2.9%、2.4%、1.0%，较上半月回落明显；截至11月末，定开纯固收、定开固收+、持有期固收类理财平均近3个月化收益率分别为2.0%、2.1%、0.7%。

招联首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼认为，

总的来说，今年以来整个理财市场表现较为一般，现金管理类理财产品的收益率也不高。与往年相比规模下降，一方面是受金融市场影响，债券收益率下行；另一方面是受现金管理产品的整改影响。

刘银平强调，银行理财产品向净值化转型后，产品收益具有一定波动性，且经历去年的“破净”潮，无论个人投资者还是机构投资者，在理财产品配置方面都更加谨慎；加之今年整体经济环境影响，上市公司投资风格发生转变，相比银行理财产品，更青睐存款、结构性存款等低风险的稳健型产品。

Wind数据显示，2022年12月22日至2023年12月21日上市公司配置存款、定期存款、结构性存款和通知存款四类产品8203亿元，超过银行理财产品的认购总额。

上述股份银行对公业务经理表示，最近企业比较青睐的是结构

性存款。“现在理财收益低，大多企业会选择本金更稳定的结构性存款产品，尤其是挂钩欧元、日元汇率的人民币产品，美元存款产品收益率也比较高，总体上企业除了存款更多是配置结构性存款产品。”

IPG中国首席经济学家柏文喜指出，随着我国宏观经济形势的变化，企业对自身现金流的管理需求加强，更加注重资金的安全性和流动性。“近年来随着我国金融市场风险事件频发，企业对高风险理财产品的态度变得更加谨慎，稳健型产品越来越成为企业投资者的首要选择。”

刘银平指出，结合当前经济、投资环境、企业经营情况来看，未来企业在现金管理方面对资金的稳定性要求会比较高，对投资收益的要求则会相应下降，配置结构性存款、大额存单、单位协定存款、现金管理类产品及其他低波动理财产品的意愿会更高。

上接B5

刘银平分析称，由于居民储蓄意愿较强，社会信贷需求不足，目前银行普遍不太缺存款，但临近年末，银行面临年关考核，并且开始备战“开门红”营销活动，因此短期内存在部分银行阶段性上调存款利率的可能。

“少数银行上调存款利率对区域储户存在一定吸引力，但影响程度受宏观经济前景、金融市场情绪、理财产品预期收益等因素制约。”周茂华建议，中小银行需要加快完善内部治理，提升内部管理水平，充分发挥地缘优势，深耕区域市场、主责主业，提升经营水平，更好满足区域市场多元化金融服务需求，促进资产负债良性循环。

中国银行(601988.SH)研究院建议，中国银行业面临息差管理压力，要强化资产负债管理能力。高度关注各国货币政策走向，以及国内外利率走势，保持对市场因子变化的敏感性，动态监测资产负债错配风险，充分运用压力测试等手段检视错配风险，及时调整资产负债结构，在错配风险与收益目标间动态合理地取得平衡。同时，坚持“存款立行”理念，高度关注核心存款的变化趋势，做好情景模拟，前瞻性地制定相关策略，采取多元化的方式保持存款稳定。另外，还可通过拓展国际化业务、提升非息收入占比等应对低息环境。

## 短期流动性产品配置需求增加

金融机构加大了短期、低风险理财产品的供给，以满足企业流动性管理的需求，同时更加注重资产的多元化配置，通过优化资产组合降低风险。

企业投资者需求的转变，正在驱动金融机构产品供给营销策略调整。

易观千帆高级分析师王玺指出，配合市场需求，金融机构中低风险、固收类理财产品占整体新发产品的比例上升，主要投向现金、银行存款、债券等类资产，另外新发产品业绩比较基准下降幅度较大。

王玺强调，基于企业在理财产品配置上对于稳健性及流动性的需求偏好，金融机构将持续低波稳健的策略，通过配置低风险资产来降低产品的净值波动，同时侧重产品

流动性管理，加大现金管理类产品以及中低风险固收类产品的投放。

从金融机构产品供给层面来看，部分银行及理财公司加快了短期人民币机构性存款及美元存款、活钱理财等产品的上线步伐。如某股份银行主推的对公理财产品中，新增两款一级风险的活钱理财产品，七日年化收益率2.23%~2.46%。某城商银行也积极推出1天~98天的多款产品，业绩比较基准普遍在2.5%以上。

上述股份银行对公业务经理也指出，多数A股上市公司当前现金流不充裕，上市公司进行闲置资

金的现金管理整体趋于保守的同时，对流动性强、收益更加稳健的现金管理产品会优先考虑。“这一态势在形势不是很明朗的情况下还会持续较长时间，因此各家银行也在增加流动性强且收益稳健的产品配置。”

在柏文喜看来，尽管企业理财的整体配置额度在下降，但在产品的投资品种选择上则更加多样化、短期化。

柏文喜进一步强调，在针对企业现金管理的理财产品配置上，当前金融机构的产品供给和资产配置策略也呈现出新的特点：一方

面，金融机构加大了短期、低风险理财产品的供给，以满足企业流动性管理的需求；另一方面，金融机构也更加注重资产的多元化配置，通过优化资产组合降低风险。

董希淼也指出，尽管此前银行对现金管理产品进行了调整，但整体来看企业投资者对该类产品的配置积极性在提升；下一步随着产品整改的完成，还会有更多的产品涌现，以满足企业投资者流动性管理的多样化需求。

此外，柏文喜表示，理财产品依然是企业进行现金管理的主要工具，长期来看，企业将更加注重

理财产品的收益稳定性，对中长期理财产品的需求可能会上升。“同时，未来智能化、个性化的理财产品将逐渐成为主流。企业对理财产品的选择将更加多元化，包括投向绿色金融、供应链金融等新兴领域的产品会更受关注。”

“在此背景下，金融机构应对这些变化进行策略的调整，包括优化理财产品体系、提高产品的多样性和竞争力、加强风险管理、保障理财产品的安全性等方面。同时，金融机构也需要加大科技创新力度，提升金融服务水平，以满足企业不断变化的理财需求。”柏文喜认为。

# 加快内外贸一体化 多家银行推“一站式”服务

## 金融支持外贸

本报记者 杨井鑫 北京报道

近日，国务院办公厅出台的《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》提出了5方面18条工作举措，其中涉及强化金融机构对内外贸企业的服务能力，例如“更好发挥信用保险作用”“加大金融支持力度”等。

国家金融监督管理总局政策研究司司长李明肖在国务院政策例行吹风会上表示，鼓励银行机构在做好押汇保理、票据贴现、订单融资等常态化贸易金融服务基础上，优化整合单项产品，推出集支付结算、融资融信、汇率避险等于一体的综合性服务。

据《中国经营报》记者了解，金融在加快内外贸一体化发展中起到了至关重要的作用。为了解决内外贸企业的融资难问题，中信银行(601998.SH)、浦发银行(600000.SH)等多家银行均推出了“一站式”的综合金融服务，在新业态中构建创新金融服务体系，通过供应链、存款、订单、保单等方式融资缓解企业资金压力的同时，不断优化外贸结算环境，助力企业汇率风险管理。

作为拉动经济增长的“三驾马车”之一，外贸对稳增长稳就业、构建新发展格局、推动高质量发展具有重要的支撑作用。近日召开的中央经济工作会议指出，要积极稳定外贸基本盘，加快培育外贸新动能。为此，金融业深入贯彻落实会议精神，不断加大支持外贸稳发展力度。

海关总署统计数据显示，今年前11个月，我国货物贸易进出口37.96万亿元，已经连续两个月实现了同比正增长，带动就业人数超过1.8亿人。

但是，面对复杂的外贸形势，部分外贸企业尤其是中小微企业的生产经营仍存在困难，资金压力较大，这不仅需要银行业金融机构加大对融资支持力度，降低成本、减费用，还需要银行在新业态中提供结算、避险等一揽子的综合

金融服务。

中信银行人士表示，为了更好地服务外贸企业，该行不仅提供交易产品服务，还结合企业的组织架构、管理体系、经营情况和汇率管理经验等综合因素，为企业定制专业的交易避险方案。这些方案的出具，通常在了解客户管理现状和需求的基础上，以解决客户痛点为核心，协助客户在完善汇率风险管理体系、厘清复杂风险来源和管理思路、构建数字化外汇交易平台等方面提升风险管理水平及交易效率。同时，根据企业的实际需求，银行设计和提供的方案覆盖企业资产负债、财务报表管理、订单敞口等方面避险保值需求。

据介绍，中小微外贸企业在汇率避险方面存在风险意识不足、管理基础薄弱、缺乏专业人员、资金成本较高等问题。针对这些问题，

中信银行在全国范围内建立了一支专业的外汇资金经理团队，持之以恒宣导“汇率风险中性”理念，帮助中小微企业树立风险中性意识，提供便捷、高效的交易与管理平台，提升企业办理避险业务的获得感与有效性。

为了实现外贸企业提供金融便利化，提升汇率避险效能，中信银行专门打造了线上的数字化平台“外汇交易通”，客户可自主进行即期、远期、掉期、期权全品类的外汇交易产品的在线报价、交易、交割、查询等全生命周期服务及管理。数据显示，自“外汇交易通”平台上线以来，累计交易额超620亿美元，助力9600多家企业“一点接入式”全线上办理外汇避险交易。

对于美元持续加息导致的外贸企业外币融资成本上升，浦发银

行在为跨国企业提供全球化金融服务过程中，该行深圳分行凭借跨境多平台服务优势，与香港分行紧密联动，实现了降低企业融资成本、规避汇率风险、提升货币兑换及付款时效的目标。同时，浦发银行深圳分行不断推进贸易外汇收支便利化，通过优化单证审核、线上流程更新等措施，以满足客户的全方位结算及融资需求。

针对外贸新业态，银行全面建立了面向跨境电商生态链的客户经营和服务模式。这种模式以跨境电商行业价值链为核心，提供低成本、更高速度的金融服务。

浦发银行相关人士称，该行2022年年初正式对外发布了《“i浦汇”跨境综合金融服务方案》，主要服务于跨境电商企业客户，运用数字化技术为出口卖家提供全球收款、账户管理、跨境结算、在线融

资、理财产品、生态服务(跨境电商物流、海陆运货、外贸CRM)等全产品的综合金融服务。该行2022年跨境人民币结算量接近万亿元，连续三年的平均增速保持在30%以上。

记者了解到，在助力外贸企业顺利“走出去”时，各家银行及分支机构也在不断创新提升服务企业的质效。中国银行(601988.SH)山东分行设计推出“区间宝”业务，通过设定灵活价格区间，即保底价格和封顶价格，进一步锁定两端价格，可有效降低汇率波动风险。中国银行广西分行创新推出“优质企业贸易外汇收支便利化试点”，通过实施优化单证审核等便利化措施，使企业交易时所需的审核材料减少95%以上，办理时长由半天时间压缩至5分钟，大幅提升了企业跨境收支效率。

跨境供应链金融平台。”

“围绕跨境业务的场景特征，结合供应链的模式，部分银行已经在线推出了一些融资解决方案，帮助企业更好地融资。近期，国家推动金融机构加快支持企业拓展国内和国际两个市场，这也倒逼银行在金融服务能力、产品创新能力和风险管理能力上都更进一步。”上述深圳某地方银行人士认为，银行支持内外贸易一体化不仅是金融支持实体的表现，也能够让银行实现差异化，增强银行的市场竞争力。

## 机构合作共赢

面对复杂的外贸形势，银行在授信过程中也会对风险的顾虑，这需要银行加大外部合作，实现风险分担，以优化外贸企业的信贷环境。”一家股份制银行人士表示。

该股份制银行人士表示，由于外贸涉及的国家较多，政策制度存在差异，往往会出现货物拒收拒付的现象，这也让银行在授信时很难对风险进行评估。“为了解决该问题，部分银行加大了中国信保的合作，对企业海外的业务进行承保，一旦出现风险，由保险公司履行赔

付义务。银行则能够根据保险公司的承保情况，加大对企业的授信力度，更好地支持企业到海外接单、扩大生产。”

针对银行保险机构加强对内外贸企业开拓国内国外两个市场的支持，李明肖也明确提到了支持保险公司依法依规开展出口信用保险和国内贸易信用保险业务，持续优化承保理赔条件，扩大信用保险覆盖面。同时，推动保险机构延伸服务链条，更好覆盖贸易中的潜在风险，帮助企业全力拓展国

内外市场。

“目前，国家鼓励银行金融机构加大对外贸企业的服务。在这个过程中，多数银行也在加大与政府、第三方等外部合作，形成合力支持外贸企业。同时，为了给企业提供更加便利的服务，银行纷纷打造线上数字化平台，将银行的产品和服务融入其中，提供账户管理、汇兑、融资、避险等‘一站式’的服务。”上述股份制银行人士称。

深圳一家地方银行人士认为，对于银行来说，加快内外贸一体化

的重点仍然落脚在供应链金融上，而数字化和新技术的应用是实现一体化的重要路径。“传统的供应链融资模式至今存在一些痛点、堵点，比如核心企业确权意愿和应收账款真实性等。要解决这些痛点，银行需要在金融上有所创新，强化金融与产业的融合。不少银行都在尝试推进人工智能、大数据、云计算、区块链等技术在优化跨境供应链金融服务和风险管理方面的创新应用，加快跨境供应链金融相关软件开发，做强信息化、数字化

的场景特征，结合供应链的模式，部分银行已经在线推出了一些融资解决方案，帮助企业更好地融资。近期，国家推动金融机构加快支持企业拓展国内和国际两个市场，这也倒逼银行在金融服务能力、产品创新能力和风险管理能力上都更进一步。”上述深圳某地方银行人士认为，银行支持内外贸易一体化不仅是金融支持实体的表现，也能够让银行实现差异化，增强银行的市场竞争力。

跨境供应链金融平台。”

“围绕跨境业务的场景特征，结合供应链的模式，部分银行已经在线推出了一些融资解决方案，帮助企业更好地融资。近期，国家推动金融机构加快支持企业拓展国内和国际两个市场，这也倒逼银行在金融服务能力、产品创新能力和风险管理能力上都更进一步。”上述深圳某地方银行人士认为，银行支持内外贸易一体化不仅是金融支持实体的表现，也能够让银行实现差异化，增强银行的市场竞争力。

跨境供应链金融平台。”

“围绕跨境业务的场景特征，结合供应链的模式，部分银行已经在线推出了一些融资解决方案，帮助企业更好地融资。近期，国家推动金融机构加快支持企业拓展国内和国际两个市场，这也倒逼银行在金融服务能力、产品创新能力和风险管理能力上都更进一步。”上述深圳某地方银行人士认为，银行支持内外贸易一体化不仅是金融支持实体的表现，也能够让银行实现差异化，增强银行的市场竞争力。

跨境供应链金融平台。”

“围绕跨境业务的场景特征，结合供应链的模式，部分银行已经在线推出了一些融资解决方案，帮助企业更好地融资。近期，国家推动金融机构加快支持企业拓展国内和国际两个市场，这也倒逼银行在金融服务能力、产品创新能力和风险管理能力上都更进一步。”上述深圳某地方银行人士认为，银行支持内外贸易一体化不仅是金融支持实体的表现，也能够让银行实现差异化，增强银行的市场竞争力。

跨境供应链金融平台。”

“围绕跨境业务的场景特征，结合供应链的模式，部分银行已经在线推出了一些融资解决方案，帮助企业更好地融资。近期，国家推动金融机构加快支持企业拓展国内和国际两个市场，这也倒逼银行在金融服务能力、产品创新能力和风险管理能力上都更进一步。”上述深圳某地方银行人士认为，银行支持内外贸易一体化不仅是金融支持实体的表现，也能够让银行实现差异化，增强银行的市场竞争力。

跨境供应链金融平台。”

“围绕跨境业务的场景特征，结合供应链的模式，部分银行已经在线推出了一些融资解决方案，帮助企业更好地融资。近期，国家推动金融机构加快支持企业拓展国内和国际两个市场，这也倒逼银行在金融服务能力、产品创新能力和风险管理能力上都更进一步。”上述深圳某地方银行人士认为，银行支持内外贸易一体化不仅是金融支持实体的表现，也能够让银行实现差异化，增强银行的市场竞争力。

跨境供应链金融平台。”

“围绕跨境业务的场景特征，结合供应链的模式，部分银行已经在线推出了一些融资解决方案，帮助企业更好地融资。近期，国家推动金融机构加快支持企业拓展国内和国际两个市场，这也倒逼银行在金融服务能力、产品创新能力和风险管理能力上都更进一步。”上述深圳某地方银行人士认为，银行支持内外贸易一体化不仅是金融支持实体的表现，也能够让银行实现差异化，增强银行的市场竞争力。

跨境供应链金融平台。”

“围绕跨境业务的场景特征，结合供应链的模式，部分银行已经在线推出了一些融资解决方案，帮助企业更好地融资。近期，国家推动金融机构加快支持企业拓展

# 养老保险“回归”主业 短期健康险三年内压降清零

本报记者 陈晶晶 广州报道

近日,针对专业养老保险公司的首份专项监管规定正式出台。国家金融监督管理总局(以下简称“金融监管总局”)发布《养老保险监督管理暂行办法》(以下简称“暂行办法”),拟从机构管理、

## 养老保险须加强监管

《暂行办法》针对养老保险公司的经营特点和要求,在资本管理、考核机制、业务范围、风险控制等方面都作了一些专门规定。

公开资料显示,养老保险公司是专业性人身保险公司,是我国金融市场中唯一一类带有“养老保险”字样的持牌金融机构。

自2004年首家养老保险成立来,目前,国内养老保险数量已经达到10家,分别为平安养老保险股份有限公司、太平养老保险股份有限公司(以下简称“太平养老”)、中国人寿养老保险股份有限公司(以下简称“国寿养老”)、泰康养老保险股份有限公司(以下简称“泰康养老”)、长江养老保险股份有限公司(以下简称“长江养老”)、大家养老保险股份有限公司、新华养老保险股份有限公司(以下简称“新华养老”)、中国人民养老保险有限责任公司(以下简称“人保养老”)、恒安标准养老保险有限责任公司(以下简称“恒安标准养老”)、国民养老保险股份有限公司(以下简称“国民养老”)。

此次《暂行办法》适用的10家机构中,只提及了上述9家养老保险,不包括长江养老(注:长江养老近日变更业务范围,已定位为资管公司,将不适用《暂行办法》),

## 转型阵痛不可避免

《暂行办法》特意在年金保险、人寿保险业务之前注明“具有养老属性”的限定词,并将“健康保险”业务表述改成“长期健康保险”。

实际上,此前养老保险公司的业务涵盖了多个领域,包括企业年金、职业年金、个人养老保险及其他委托管理资产。

上述业内人士对记者表示,有的养老保险公司的偏离主业,特别是养老特点不明显的业务较多,比如团体寿险、短期健康险、团体意外险、个人养老保险产品等,在一定程度上影响了养老保险业务的开展。

2021年监管下发的《通知》已明确规定,养老保险不得经营保险资产管理业务,包括受托管理保险资金和开展保险资产管理产品业务,现有经营保险资产管理业务的养老保险,原则上应于2022年年底前依法合规完成终止经营或剥离相关业务等整改工作;持续压降清理现有个人养老保险管理产品。2022年6月30日前,适时停止

公司治理、经营规则、监督管理等多方面加强养老保险公司的监管,规范养老保险公司的经营行为,引导我国养老保险创新发展。

与2023年初发布的《养老保险监督管理办法(征求意见稿)》(以下简称“征求意见稿”)相比,此次

《暂行办法》将“健康保险”的表述改为“长期健康保险”,这意味着养老保险公司将不能再经营短期健康险业务。除了暂停短期健康险业务外,此次《暂行办法》还要求养老保险“不得受托管理保险资金和开展保险资产管理产品业务”。

《中国经营报》记者注意到,根

据养老保险公司的年报数据,目前部分养老保险公司的健康险业务收入占原保费收入比例较高,个别公司甚至达到七成以上。多位养老保险业内人士对记者分析表示,此次新规落地将促使部分养老保险公司的战略目标、内部架构、产品结构、人员配备等发生重大变化,影响深远。

金融监管总局表示,此次《暂行办法》的出台弥补了养老保险公司在缺乏专门规定的制度短板,有利于增强养老保险公司的监管针对性、有效性,进一步推动养老保险机构聚焦主业,更好参与和服务多层次、多支柱养老保险体系建设。



养老保险应该主要经营与养老相关的业务,包括养老金保险、商业养老金、养老金管理等,不得受托管理保险资金和开展保险资产管理产品业务。  
视觉中国图

理办法》(保监发〔2013〕41号)规定。

养老保险不但经营上述业务,还经营“商业养老金”时,注册资本不得低于10亿元人民币。在经营上述两项业务的同时,还经营“养老金管理”时,注册资本不得低于30亿元人民币。

记者梳理年度报告注意到,《暂行办法》提到的上述10家养老保险机构中,只有恒安标准养老、建信养老金公司注册资本未达到30亿元人民币。

不过,2023年11月,恒安标准养老披露公告称,股东恒安标准人寿拟向公司增资2亿元,新注入的

2亿元全部计入实收资本。此次增资方案获得监管部门核准后,恒安标准养老注册资本将从目前的2亿元增加至4亿元。

泰康养老和太平养老也在2023年启动增资计划。4月,泰康养老公告称,泰康保险集团拟向其增资10亿元,增资后泰康养老注册资本将由50亿元变更为60亿元。

8月,泰康保险集团拟再度向泰康养老增资10亿元,增资后泰康养老注册资本将变更为70亿元。9月,太平养老在上海联合产权交易所发布增资扩股项目,拟募资金额不低于10.75亿元。

从上述养老保险公司的经营的业务类型来看,大致可归纳为两类:一类为保险业务,另一类为养老金管理业务。《暂行办法》要求,养老保险经营保险业务、商业养老金业务等,应当符合相关规定,计提相应的责任准备金,并进行偿付能力评估。不仅如此,养老保险根据经营的不同类型业务,还需要逐级提高注册资本,增强公司风险抵御能力,建立健全多元化资本补充机制。

其中,养老保险经营“具有养老属性的年金保险、人寿保险、长期健康保险、意外伤害保险”时,应当符合《保险公司业务的范围分级管

理办法》(保监发〔2013〕41号)规定。

养老保险不但经营上述业务,还经营“商业养老金”时,注册资本不得低于10亿元人民币。

在经营上述两项业务的同时,还经营“养老金管理”时,注册资本不得低于30亿元人民币。

记者梳理年度报告注意到,《暂行办法》提到的上述10家养老保险机构中,只有恒安标准养老、建信养老金公司注册资本未达到30亿元人民币。

不过,为了防止影响养老保险正常经营,《暂行办法》给予了一定的过渡期,对业务范围超出规定的养老保险,自《暂行办法》印发之日起3年内完成业务范围变更。

记者采访获悉,从2023年年初开始,已经有养老保险逐步拆分短期健康险业务。

一位寿险公司营销渠道负责人对记者表示,当初监管发放专业养老保险公司的“牌照”,是希望这些养老保险专门经营养老金保险、商业养老金等养老保险业务,而不是与现有的寿险公司竞争,抢夺寿险公司的业务。

不过,为了防止影响养老保险正常经营,《暂行办法》给予了一定的过渡期,对业务范围超出规定的养老保险,自《暂行办法》印发之日起3年内完成业务范围变更。

记者采访获悉,从2023年年初开始,已经有养老保险逐步拆分短期健康险业务。

一位寿险公司营销渠道负责人对记者表示,当初监管发放专业养老保险公司的“牌照”,是希望这些养老保险专门经营养老金保险、商业养老金等养老保险业务,而不是与现有的寿险公司竞争,抢夺寿险公司的业务。

一家头部养老保险公司的相关负责人回复记者采访时表示:“公司会按照监管政策要求,按照平稳有序、维护客户合法权益的基本原则积极部署工作,在规定的3年内完成业务变更,实现业务平稳转型。未来,公司将发挥自身独特优势全力推动养老金保险、商业养老金业务发展。”

## 商业养老保险或为发展重点

从产品形态上看,“锁定+持续”双账户是商业养老保险的一大特点。

多位业内人士认为,监管对养老保险业务进行整治,为其未来发展指明了方向,即集中资源着力发展长期养老服务的主赛道,为第三支柱发展奠定基础。

记者注意到,2022年12月,原中国银保监会发布《关于开展养老保险商业养老保险试点的通知》明确,自2023年1月1日起,在北京、上海、江苏等10个省(市)开展商业养老保险试点,期限暂定一年。

据了解,商业养老保险是养老保险公司经营的一种新型商业养老保险业务,主要依托保险经营规则创新产品和服务,向客户提供养老账户管理、养老规划、资金管理、风险管理等服务。商业养老保险定位面向广大人民群众的普惠性、创新性个人商业养老保险业务,是第三支柱养老保险的组成部分,对个人养老金制度发展具有支持和补充的作用。

记者获悉,自试点以来,人保养老、国寿养老、太平养老、国民养老等4家参与试点的养老保险推出多款产品,并研发养老规划服务系统,加强与银保、互联网渠道合作,持续提升业务的可得性。从产品形态上看,“锁定+持续”双账户是商业养老保险的一大特点。根据中国人寿集团提供的数据,目前国寿养老已发行7款商业养老金产品,存量规模超18亿元,行业市场份额第一。

值得一提的是,随着此次《暂行办法》的下发,意味着其他几家养老保险也能申请经营商业养老保险资格。

不仅如此,2023年10月25日,金融监管总局亦发布了《关于促进专属商业养老保险发展有关事项的通知》,将专属商业养老保险从试点转为正常业务,其中对于养老主业突出、业务发展规范、内部管理制度健全的养老保险,可以豁免关于上年度末所有者权益不低于50亿元的门槛规定,意在鼓励更多专业养老保险机构参与。

金融监管总局发布的数据显示,截至2023年9月末,专属商业养老保险承保单合计63.7万件,累计保费81.6亿元;其中,新产业、新业态从业人员和灵活就业人员投保保单件数约7.9万件。

# 摘牌OR转板 新三板农商银行分化明显

本报记者 郭建杭 北京报道

在挂牌全国中小企业股份转让系统(以下简称“新三板”)近7年之后,梅州客家村镇银行股份公司(客家银行,

NEEQ: 839969)近期即将退出。

根据公告,客家银行摘牌原因是“结合当前市场环境及公司长期战略和发展规划,为进一步提高经营决策效率、降低运营成本、降低负面舆情传

播风险”。

截至目前,8家新三板挂牌农村金融机构已走出不同的路线,一部分农村金融机构因地方农信系统改革、自身发展规划等原因退出新三板,另一部

分农村金融机构则在为转板上市努力。

中央财经大学金融学院教授、证券期货研究所所长王汀汀告诉《中国经营报》记者,受宏观经济变动的影响,银行业

面临的环境和监管要求也在发生变化。

银行需要从资本市场获得实际的资源支持,以提升自身服务实体经济和应对风险的能力。如果新三板无法满足金融机构的多样化

需求,那么从成本效益出发,这些金融机构可能会选择终止挂牌。这种选择也可以理解为金融机构根据自身条件和未来发展规划作出的战略调整。

## 村镇银行结构性重组进程加快

公开信息显示,客家银行成立于2010年11月,于2016年挂牌新三板。客家银行注册资本金1.78亿元,注册地址位于广东省梅州市,新疆库尔勒银行为第一大股东,持股比例为20%。客家银行官网显示,该行以吸收存款为主要负债业务,以发放贷款为主要资产业务,立足梅州区域,以“服务‘三农’、服务小微”为市场定位。

在挂牌之初,客家银行因规模较小,曾一度引发关注。2023年10月开始,客家银行多次发布《可能触发降层情形的进展公告》。11月29日,客家银行发布停牌公告,12月7日发布《被全国股转公司作出降层决定的公告》。12月13日,客家银行发布《被调整至基础层的公

告》称,调整前所属层级为创新层,调整后所属层级为基础层。同日,该行发布的另外一则公告显示,已召开2023年第一次临时股东大会,审议并通过关于拟申请在股转公司终止挂牌的议案。

数据显示,客家银行在2020年开始出现亏损,2021年净利润同比减少362.70%,亏损1498.01万元;2022年亏损806.89万元;2023年上半年亏损399.89万元。截至2023年6月末,客家银行的资本充足率、一级资本充足率、核心一级资本充足率分别11.52%、10.41%、10.41%,较上年年末均下降0.02个百分点。

2019年之前,新三板因特定的制度规则更适合农村金融机构而受到后者的“青睐”。不少农村金

融机构为了补充资本而进入资本市场,通过新三板的股份转让和退出机制实现股权增值的需求。但随着各省农信系统改革、中小银行化险、村镇银行结构性重组进程加快等因素变化,新三板上的农村金融机构也出现了较多变化。

2023年,先后有新疆喀什农村商业银行股份有限公司(喀什银行)、琼中黎族苗族自治县农村信用合作联社(琼中农信)退出新三板。

王汀汀认为,从目前摘牌新三板的银行类机构来看,摘牌原因有一些是为了配合当地政府对金融机构的整合需要,比如喀什银行和琼中农信;还有一些机构则是出于客观原因,如在认识到新三板市场并没有对银行自身的发展起到积

极推动作用后,选择退出新三板。比较极端的如客家银行,可能是因为触发降低所属层级的条件而申请摘牌。

对于此次客家银行退出新三板,也有业内人士认为,可从村镇银行整体的改革化险、结构性重组的角度来看待。

村镇银行是我国县域地区重要的法人银行机构,在支持农户、小微企业方面发挥重要作用。但少数村镇银行近年来受到各种因素影响,风险水平快速上升,相关问题较为突出。2023年,村镇银行结构性重组进程加快,除了被主发起行吸收合并之外,村镇银行还可以通过直接解散、多家村镇银行合并重组为一家、主发起行增持等方式进行改革重组。

某中部地区农商银行领导告诉记者:“在大规模成立村镇银行的阶段,很多偏远地区的银行在发达地区如长三角、珠三角发起设立村镇银行,谋求异地市场。但是,这些地区本身金融业很发达,竞争比较激烈,外来的村镇银行面对本地银行的竞争并没有太多优势,进而导致这些村镇银行面临生存压力。”

此外,该农商银行领导还强调:“外地发起行往往会在设立村镇银行时引入一些民企股东,如果持股比例不够高,缺乏对村镇银行的管控能力,就容易出现股权管理方面的问题。”

对于村镇银行结构性重组加快的原因,以及村镇银行未来的发展走向等问题,中国社科院金融研

究所银行研究室主任李广子对记者表示,目前村镇银行数量众多,不同银行经营状况分化明显,部分村镇银行风险较为突出。现阶段的整合只是开始,预期行业整合将会持续一段时间。重组的目标在于,通过行业重组,提高村镇银行经营效率和抵抗风险能力,防止金融风险向金融体系传染。

李广子进一步表示,村镇银行立足本地,只能在县域开展业务。这一特点决定了村镇银行的发展高度依赖地方经济,两者共生共荣。村镇银行的经营活动需要与地方经济深度融合。如果地方经济发展不好,村镇银行的发展也会受到限制,可能要更多地依靠发起行或相关政策的扶持。

下转 B8

# 从“钱等项目”到“项目为王” 多地探索全周期债券监管机制

本报记者 石健 北京报道

随着发行“快马加鞭”，专项债已经成为一种积极的财政政策工具，尤其是随着专项债适用范围合理扩大，重点投向与民生息息相关的领域，专项债已经成为城投公司

融资的重要来源。

今年以来，多地提出“项目为王”的工作目标。在不少城投行业人士看来，随着专项债、特殊再融资债的加持，城投在经营项目上更加注重项目的质量和效益。

《中国经营报》记者注意到，在

## 强化政府管理

多地都在扭转“钱等项目”现象，努力打造“项目为王”的新局面。

“对于专项债的规范使用和管理方面，我们一直在探索阶段。”在谈到专项债的规范和使用问题时，西南某地一家城投公司负责人对记者直言。

值得注意的是，今年，财政部西南某省监管局调研发现，专项债在使用管理中仍然存在项目立项审批把关不严、项目前期准备不足、项目实施和管理不规范、项目收益自求平衡难、资金挪用、通过预付款方式提高资金拨付率以完成考核、项目后续配套融资缺口大、“钱等项目”、项目收入管理堪忧等问题，亟须引起重视。

有业内人士告诉记者：“常见问题主要体现在项目总投资核定不严格，建设内容与实际不尽相符。比如，某县以中心城区公共停车场建设项目申报新增专项债券，拟新建路面停车位，立项批复建设内容包含土建工程、充电桩及智能管理设施设备、标示标牌、供排水、供电管网、绿化、亮化等附属设施，相当部分建设内容与停车场无直接关系，且土建工程占总投资的82%，明显虚高。像这一类项目就应该在审批环节进行整改。部分地区为了争项目、争资金，不切实际打捆包装项目，批复立项的项目实质无对应建设内容，甚至把已完工项目纳入建设内容申报，项目批复金额脱离实际需求，产生‘钓鱼工程’，为挤占挪用专项债券资金预留空间。”

此外，“钱等项目”也是削弱专

项债投资效益的重要因素。财政部西南某省监管局披露，少数新增专项债项目在收到资金的当月就将专项债券资金存为3个月定期存款，个别以前年度项目甚至将结余专项债券资金存为1年期定期存款。此类项目，资金拨付进度较慢，实际资金需求不迫切，容易造成资金沉淀。让“项目等钱”的专项债项目演变成“钱等项目”，影响了专项债券资金使用效益。

为了专项债提质增效，记者注意到，该省采取了“拓展现场+非现场的专项债监管”机制，开展穿透式监测。不断提高监测数据的完整性、准确性，对数据分析有疑点的项目，要求报送资料进行核查，并同步跟进拟发行的新增专项债券项目发行额度及申报相关情况；对资料送审有问题的项目开展实地核查，发挥实地核查监管直观、高效、迅速的优势，准确掌握专项债券资金到项目单位之后的使用情况，以及项目建设进度、运营管理等情况，第一时间发现问题并及时纠正，夯实专项债券全生命周期管理基础。

记者在采访中发现，多地都在扭转“钱等项目”现象，努力打造“项目为王”的新局面。“像‘钱等项目’这种情况是必须破解的，以我们所在区县为例，无论是产业园区基础设施、仓储冷链物流还是教育事业，都急需财力的保障。”谈及专项债的重要意义，广西某区负责人这样说。

城投项目质量和效益提升的背后，与其当地的地方政府重视债券监管、构建全周期债券监管机制密不可分。机制的建立，对于过去的“钱等项目”“应付考核”“管理不当”等现象则大为改观，债券市场筑底企稳态势显现。

在该负责人看来，建立专项债监管机制就像一面“多棱镜”，要从多角度去发现问题，解决问题。数据显示，该区申报专项债券项目35个，债券资金需求93.5亿元，截至目前，共获得新增政府专项债券项目9个，资金11.62亿元，同比增加8.02亿元，同比增长222.78%。

12月5日，安徽省某市财政局发布的《2023年工作总结和2024年工作计划》(以下简称《计划》)也提到债券监管内容。针对2023年的债务管理工作，《计划》显示，2023年该市加强债务风险管控，并积极争取特殊再融资债券额度44.7亿元，专项用于置换今明两年到期的公司信用类和非标类隐性债务。该市还严格对照5年化债计划稳步推进隐性债务化解，从债务风险源头管控，依托穿透式监测系统，强化专项债券项目“借、用、管、还”全生命周期管理。2024年，该市将不断加强资金统筹调度，提升资金使用效益，强化资金保障能力。

中诚信国际研报认为，在地方政府债务风险管理方面，《计划》提出2024年将强化政府债券管理，加强政府债务全过程穿透式监测和隐性债务常态化监测，对用债项目支出进度和绩效项目实现情况进行“双监控”。同时，将按照上报的隐性债务化解方案，多方筹集化解资金，压实平台主体责任，积极化解隐性债务，牢牢守住不发生系统性风险的底线。

## 严把入口关

严把入口关、发行关成为行业的普遍共识。

关于管好用好国债资金方面，财政部党组书记、部长蓝佛安在接受新华社采访时提出三点要求：一是严把准入关口。国家发展改革委、财政部将会同有关部门建立工作机制，抓紧布置地方做好项目申报，严格做好项目梳理和筛选储备工作，把好项目关口。二是加快资金下达。根据确定的项目清单，尽快下达国债项目预算。同时，督促地方加强资源整合，做好与现有资金安排的衔接，保障项目建设需求，尽快形成实物工作量。三是压实监管责任。积极发挥各地监管局属地优势，督促各地将国债资金使用情况作为财会监督工作的重点，推动建立全流程、全覆盖的常态化监管机制，促进国债资金安全、规范、高效使用。

中诚信国际信用评级有限公司研究院执行院长袁海霞认为，中央金融工作会议对于地方债务提出了两个新的机制，即建立防范化解地方债务风险长效机制和建立同高质量发展相适应的政府债务管理机制。“从长效机制上来看，未来还是需要关注债务的形成机制、债务管理机制，以及协调监管机制。”袁海霞表示。

对此，多地已经通过完善报告反馈机制强化债券管理和监督。

在湖南，监管部门对发现的问题在向财政部报告的同时，区分问题类型，及时向属地党委、政府反馈，对普遍性问题，推动政策完善，堵塞漏洞；对典型性问题，下发提示函，在系统内通报，并建议追究相关责任人的责任。自2022年以来，地方政府债务监管方面相关材料累计获部省领导批示20余次，推动湖南省出台专门文件，规范政府



要发挥实地核查监管直观、高效、迅速的优势，准确掌握专项债券资金到了项目单位之后的使用情况，以及项目建设进度、运营管理等情况。  
视觉中国/图

性投资项目和专项债券项目申报储备管理。

财政部按时足额拨付377笔还本付息资金，确保法定债券不出风险，维护省政府信誉。累计调度8亿元用于市县垫付新增债券项目，先行调度259.9亿元用于市县按时还本，累计延发规模达616.9亿元，年内节约利息约2.77亿元，债券综合成本有效降低。

记者注意到，个别地区为了提高专项债项目申报成功率，过度包装、“蹭热度”等现象已经逐步被监管规范。河北一家城投公司负责人谈及所见变化，向记者举了两个例子。他说：“比如现在比较热的‘老旧小区改造’，在专项债审批上就会审查是否存在以‘老旧小区改造’之名行‘市政建设’之实的情况。再如现在流行的智慧停车项目，有些地区确实存在收益不足的项目，所以只能以预测的形式增加收益，如停车场的收益测算中，停车场的车位预计使用率普遍畸高，某地停车场测算收益时车位的使用几乎达到满负荷状态。这种情况在申请专项债时都不会给予通过。”

数据显示，2022年，浙江省

# 小贷行业持续调整 兼并重组将成趋势

本报记者 蒋牧云 何莎莎

上海 北京报道

近期，小贷行业调整动作频频。一方面，行业持续出清，其

中包括行业头部的小贷公司退出行业；另一方面，多地金融监管局发布相关文件，对小贷公司的经营范围、资金融入等作出明确要求。

## 行业持续出清

近日，重庆市地方金融监督管理局公告了4家小贷公司退出，具体分别是：重庆市两江新区典通小额贷款有限公司、重庆瓜子小额贷款有限公司、重庆两江新区明德小额贷款有限公司、重庆蚂蚁小微小额贷款有限公司(以下简称“蚂蚁小贷”)。

其中，行业头部蚂蚁集团旗下的小贷公司退出更是引起业内关注。根据公开信息，该公司已改名为重庆市蚂蚁小微信息技术

有限公司，经营范围中原有的“在全国范围内开展办理各项贷款、票据贴现、资产转让业务”等经营事项，均已不再包括在内。

在业内人士看来，重庆市一直是小贷行业发展形势较好的地区，此次多家企业退出一方面有企业自身发展规划的因素，另一方面也可以窥见小贷公司的生存压力。

事实上，近年来小贷行业不断出清。根据人民银行公布的数据，截至2023年9月末，全国

在一系列背景下，小贷行业将出现哪些趋势？

多位业内人士告诉《中国经营报》记者，综合看近期多地发布的地方小贷监管办法，对

小贷公司的资本金、贷款利率、业务范围等方面做出更加严格的规定，旨在防范金融风险和保护消费者权益。随着监管政策的收紧和市场竞争的加剧，

小贷公司将面临更大的经营压力。为了生存和发展，行业整合或将成为一种趋势，通过兼并、重组等方式提高行业集中度和整体竞争力。

## 客群出现重叠

据悉，蚂蚁小贷退出行业后，重庆蚂蚁消费金融有限公司将承接小贷公司中符合监管规定的消费信贷业务。蚂蚁集团也表示，小贷公司退出后，将保持存量业务的连续性，保障用户服务体验不受影响。

由此可以看到的是，消费金融、银行的普惠业务不断下沉，与小贷公司的客群出现了重叠。对此，中国信息协会常务副理事长、国研新经济研究院创始院长朱克力认为，消费金融、银行的普惠业务确实与小贷公司的客群产生了重叠，这使得小贷公司的行业定位略显“尴尬”。然而，这并不意味着小贷公司没有差异化的竞争力。事实上，小贷公司往往更加灵活，能够迅速响应市场变化和客户需求。与大型金融机构相比，其在服务小

微企业和个人消费者时，通常能够提供更加个性化、定制化的解决方案。此外，小贷公司在地域性和社区性服务上具有天然优势，能深入了解当地市场和客户情况，从而提供更加精准的服务。因此，尽管面临竞争压力，小贷公司仍有机会通过发挥自身优势，在市场中找到独特的定位。

王鹏则进一步表示，与消费金融公司或银行相比，小贷公司的资金成本较高，客户基础相对较窄，这使得其在市场竞争中处于不利地位，因此，小贷公司更需要掌握差异化的竞争力。在具体举措方面，王鹏建议，可以通过创新业务模式，如开展供应链金融、农业产业链金融等，为特定行业或领域的借款人提供更加专业的服务。此外，也可以

在风险识别、评估和控制方面，形成自己独特的风险管理方法和技术，降低不良贷款率，提高资产质量。

需要注意的是，小贷行业的严监管趋势仍将持续。近期，多地金融监管局均发布了小额贷款相关文件。比如，湖南省地方金融监督管理局印发《湖南省小额贷款公司分类监管评级办法》明确，根据评级结果采取不同监管措施、实施差异化监管等；北京市地方金融监督管理局发布《北京市小额贷款公司监督管理办法》，对小额贷款公司在营业区域、资金融入、业务集中度、放贷专户等方面做出明确规定；天津市地方金融监督管理局也发布了《天津市小额贷款公司监督管理办法》，对进一步加强小额贷款公司监督管理、规范

行业秩序提出明确要求。

在一系列背景下，地方监管文件的发布带来哪些信号？业内又如何看待小贷行业接下来的发展趋势？

对此，朱克力表示，综合看近期多地发布的地方法律监管办法，往往对小贷公司的资本金、贷款利率、业务范围等方面做出更加严格的规定，旨在防范金融风险和保护消费者权益。在此背景下，可以认为小贷行业整合将提速，部分规模较小、经营不善的小贷公司可能面临退出市场的压力。此外，业务创新将成为行业发展的主要驱动力，小贷公司需要不断探索新的服务模式和产品以满足客户需求。与此同时，合规经营成为行业共识，小贷公司将进一步加强风险管理、内部控制，以适应日益严格的监管环境。

经济学家、新金融专家余丰慧也告诉记者，随着监管政策的收紧和市场竞争的加剧，小贷公司将面临更大的经营压力。为了生存和发展，行业整合将成为一种趋势，通过兼并、重组等方式提高行业集中度和整体竞争力。在数字化时代下，传统的小贷业务模式已经难以满足市场需求。因此，小贷公司将加快数字化转型步伐，利用大数据、人工智能等技术手段提高业务处理效率和风险管理水平。为了寻找新的盈利点，小贷公司将积极拓展新的业务领域。例如，开展供应链金融、农业产业链金融等创新业务模式，为特定行业或领域的借款人提供更加专业的服务。同时，也可以考虑拓展海外市场或开展跨境金融业务等。

上接 B7

## 配合地方农信改革

在此次客家银行退出新三板之后，新三板挂牌的农村金融机构在未来的走向也有所不同，部分农商行会配合地方农信改革而出现变动。

2023年初，河北省农信改革确立“省联社改革模式”。原河北省农保监局在2023年工作会议上指出，已指导河北省联社制订改革方案，确立改革模式。本报记者获悉，在河北省联社改革的整体规划下，从2022年开始以邢台农商银行为主体、周边几家农商银行为基础，计划成立市级农商银行。在市级农商银行的成立过程中，作为新三板挂牌企业的邢农银行(NEEQ:873041)或可能退市。

新三板挂牌的农商行未来能否复制齐鲁银行的新三板转板上市的路径？

对此，王汀汀指出，目前，沪深主板、科创板、创业板和北交所的定位有一定差异，在中央金融工作会议进一步强调金融服务实体经济的政策背景下，金融机构在交易所上市还会有具体的要求。因此，业绩表现良好并不是能够转板的充分条件。同时，并非所有业绩优良的金融机构都有意愿登陆A股市场，需要充分权衡A股上市的利弊。不论金融机构上市与否，其宗旨都是服务实体经济。如果一家具备上市条件的银行能够借助资本市场平台，提升自身服务实体经济的能力，并实现自身的可持续发展，才具有上市基础。所以，类似齐鲁银行转板上市的情况可能还会出现。

王汀汀认为，农商行与村镇银行，既是金融机构，也是正常运营的企业。在企业发展的过程中，资本市场可能发挥重要的作用，但很多农商行、村镇银行无法达到股票交易所的上市条件，因此选择在新三板市场挂牌。新三板发展初期的政策前景让很多企业(包括金融机构在内)对未来充满期待，这种期待包括获得更多的融资、提高股权流动性、转板至交易所市场等。



## 高质量发展谋新篇

## “施工图”变“实景图”:轨道上的长三角一体化发展提速

本报记者 方超 张家振 上海报道

在长三角一体化发展战略实施五周年之际,长三角地区在基础设施互联互通、创新资源整合融通等方面取得了一系列突破性的发展成果。

据新华社报道,日前,习近平总书记在上海主持召开深入推动长三角一体化发展座谈会时指出,长三角区域整体实力和综合竞争力持续位居全国前列,彰显中国特色社会主义制度优越性的窗口和我国参与国际竞争合作的重要平台的作用日益显现,为构建新发展格局、推进高水平对外开放赢得了战略主动。

## 合力打造世界级产业集群

长三角地区也面临着诸如产业链、供应链分工协作水平有待提升等问题。

相关资料显示,近年来,常州市在新能源汽车领域异军突起,动力电池产销量约占江苏省的50%、全国的20%。2023年,常州全市新能源产业规模有望突破6500亿元,新能源整车产量突破70万辆,正加速迈向“新能源之都”。

除常州市外,在竞逐激烈、“坡长雪厚”的新能源汽车赛道,上海市、南京市、合肥市等长三角地区城市,皆是全国乃至全球新能源汽车领域的重量级选手。

胡润研究院发布的《2022胡润中国新能源产业集聚度城市榜》显示,在上榜城市中有26个来自华东地区,占据榜单一半以上席位,上海市、南京市、合肥市更是位居全国前十。

事实上,长三角地区汽车产业基础雄厚,已形成新能源汽车“4小时产业圈”,正合力打造新能源汽车世界级产业集群。

公开统计数据显示,长三角地区占全国不到4%的国土面积,创造了近四分之一的经济总量。近年来,长三角地区综合经济实力再上新台阶,作为全国经济发展重要引擎的作用也进一步凸显。

在经济发展持续领跑全国的同时,长三角地区三省一市也紧扣一体化和高质量发展这两大关键词,在构建协同创新产业体系、深化一体化体制机制创新等方面不断取得突破。

近日召开的中央经济工作会议指出,要完善新型举国体制,实施制造业重点产业链高质量发展行动,加强质量支撑和标准引领,

提升产业链供应链韧性和安全水平。会议同时指出,要推动城乡融合、区域协调发展。

“长三角地区是我国综合实力最为突出的区域之一,人口、城市、产业密集等优势明显。”江苏省政府参事室特约研究员丁宏告诉《中国经营报》记者,与美国、英国、日本等国打造的世界级著名城市群相比,长三角地区在产业层次、原始创新能力等领域还存在薄弱环节,未来发展必须要抓住高质量发展的“牛鼻子”,在新的历史起点上开启高质量发展新征程,为推进中国式现代化新实践作出长三角的贡献。



上海市召开“高水平建设长三角生态绿色一体化发展示范区工作推进会”。本报资料室/图

此外,在代表我国参与全球竞争合作的国家先进制造业集群名单中,长三角地区达到18个,在所有区域中高居第一位,江苏省更凭借坐拥10个国家先进制造业集群而冠盖全国,涵盖海工装备和高技术船舶等领域。

在取得一系列成绩的同时,长三角地区也面临着诸如产业链、供应链分工协作水平有待提升等问题,亟须进一步寻求破局。

在丁宏看来,长三角地区未来要直面当前错综复杂的国际环境和新一轮科技革命、产业变

革发展趋势,推动发展方式由要素驱动真正向创新驱动转变,发挥长三角地区高度密集的科教资源优势和作用,进行“再创新”“再开放”。

“建议推动国内外创新要素、产业要素在区域内加速流动配置,促进开启新领域、新赛道,塑造新动能、新优势,以更优路径加快形成新质生产力,更大力度培养拔尖创新人才,更高效率攻克‘卡脖子’关键核心技术,更强能级打造区域科技创新共同体。”丁宏表示。

在长三角地区,沪苏浙地区正深入推进结对帮扶工作。早在2021年

## 跑出互联互通“加速度”

“联动接卸”是海关支持长三角区域一体化发展的重点举措,目前已在12个港口复制推广。

“水运运力大,港口多条航线直达,加上海关推出的‘联动接卸’等通关模式,为我们节约了大量的时间和物流成本,实现了出口汽车即装即走。”奇瑞国际公司关务负责人蔡文雯表示。

在以奇瑞为代表的“长三角制造”汽车远渡重洋、畅销全球的背后,“联动接卸”这一通关模式发挥了重要作用。

芜湖市相关部门负责人向记者提供的资料显示,以芜湖港为例,在“联动接卸”监管模式下,该港到上海国际航运中心深水港区洋山港由原来的“陆水中转”变成了“水中转”。“在该模式下,企业可省去转关申报和二次运抵等通关手续,每个集装箱境内物流成本可降低30%。”

据了解,今年1—8月,芜湖港实现集装箱吞吐量95.03万标箱,同比增速为13.9%,是全国平均增

速的3倍。

获益的不仅仅是芜湖港,记者在采访中了解到,“联动接卸”是海关支持长三角区域一体化发展的重点举措,目前已在12个港口复制推广,截至今年10月,累计开展相关业务共计40.5万标箱,同比增长41.5%。

除航运外,《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》(以下简称《规划纲要》)提出,长三角地区要提升基础设施互联互通水平,加快建设集高速铁路、普速铁路、城际铁路、市域(郊)铁路、城市轨道交通于一体的现代轨道交通体系,构建高品质快速轨道交通网。

以有“长三角地理中心”之称的浙江省湖州市为例,其正积极抢抓长三角一体化战略大机遇,全力打造长三角枢纽门户之城,2025年将全面建成“十字型”高铁主骨架。

湖州市南太湖新区相关部门负责人提供给记者的信息显示,目

前,沪苏湖高铁建设正加速推进,将共同筑起长三角核心区域城际快速铁路客运网络。南太湖新区轨道交通全面推进,将全力做好前期用地报批、征迁及管线迁改工作,保障南太湖新区段顺利施工。

除备受关注的高铁项目建设外,城际铁路、市域铁路等项目也已取得诸多丰硕成果。近年来,南京都市圈、杭州都市圈内的杭海城际铁路、杭绍城际铁路、宁句城际地铁多条城际铁路、轨道交通密集开通,“轨道上的长三角”早已成为现实。

而在未来几年,宁马城际、宁滁城际、杭德市域铁路轨道等城际轨道也将陆续开通运营,“以都市圈同城化通勤为目标,加快推进城际铁路网建设,推动市域铁路向周边中小城市延伸,率先在都市圈实现公交化客运服务”的规划图景将从“施工图”逐步转变为“实景图”。

## 下好协调发展“一盘棋”

不少长三角地区城市也瞄准上海市、杭州市等城市资源,全力招商引资、探索“飞地经济”等新模式。

“我们全力融入长三角一体化,深化与杭州市的全面结对合作,新增沪苏浙产业项目861个,总投资占省外资金额的65.5%。我们加速融入淮海经济区,合作共建了宿徐现代产业园。”安徽省宿州市相关负责人近日表示。

在宿州市跨区域融合发展的背后,长三角地区正在下好区域协调发展“一盘棋”。

《规划纲要》指出,长三角地区要加强区域合作联动,推动长三角中心区一体化发展,带动长三角其他地区加快发展,引领长江经济带开放发展。2023年中央经济工作会议也指出,要充分发挥各地区比较优势,按照主体功能定位,积极融入和服务构建新发展格局。

在长三角地区,沪苏浙地区正深入推进结对帮扶工作。早在2021年

12月8日,国家发展和改革委员会就印发了《沪苏浙城市结对合作帮扶皖北城市实施方案》,形成了上海闵行区与安徽省淮南市结对、松江区与安徽六安市结对等对口合作关系。

沪苏浙结对合作帮扶皖北城市,也已取得一系列成绩。以招商引资为例,公开数据显示,今年1—9月,安徽蚌埠市新签约沪苏浙地区亿元以上项目134个,协议总投资508.6亿元。而在宿州市,沪苏浙投资在建亿元以上项目实际到位资金376亿元,增长20.25%。

除沪苏浙结对合作帮扶皖北城市外,近年来,不少长三角地区城市也瞄准上海市、杭州市等城市资源,全力招商引资、探索“飞地经济”等新模式。

湖州市南太湖新区相关部门负

责人提供的数据显示,当地坚持项目为王,聚焦“3+1”主导产业精准发力,联合湖州市产业集团与上海张江高科达成战略合作,规划布局半导体产业园,累计签约项目19个。

“着力推动省际产业合作园区建设,创新与沪苏浙园区合作共建新模式,全市9个省级及以上开发区已与沪苏浙园区达成15项园区合作共建协议,在全市范围内实现了园区合作共建的全覆盖。”湖州市相关部门负责人表示。

据芜湖市上述负责人介绍,当地“通过开展产业对接合作,建立跨区域产业转移、园区合作的成本分担和利益共享机制等多种方式,探索‘飞地’‘反向飞地’等模式,等高对接沪苏浙先发地区的园区配套条件,打造开发区经济高质量发展新的增长点”。

## 房地产业迎2023年终局:房企高管频繁换防

## 房企创始人密集退场

本报记者 方超 张家振 上海报道

即将过去的2023年,房地产行业在市场调整中加速洗牌,竞争格局也正加快重塑。

“2023年以来,全国百强房企格局持续分化,央企及部分优质民企韧性较强、中小房企竞争力不足。”克而瑞研究中心表示,2023年1—11月份期间, TOP10房企的销售操盘金额门槛同比降低2%至1499.8亿元,TOP20门槛降低21.7%至561亿元。

行业格局分化之际,房企人事调整亦在密集进行。

目前,大悦城(000031.SZ)对外发布关于公司董事、总经理离任暨变更总经理的公告,其中,曹荣根因年龄原因,申请辞去公司董事及董事会专门委员会委员职务、总经理职务,与此同时,大悦城聘任姚长林为公司总经理。

不仅仅是大悦城,在更早前的11月30日晚,旭辉控股(集团)有限公司(以下简称“旭辉控股集团”)对外发布公告披露,由于健康原因,林峰已辞任执行董事、行政总裁及香港联交所证券上市规则规定的公司授权代表职务。对此,旭辉控股集团相关工作人员回复《中国经营报》记者称:“本次变更不影响集团的正常营运。”

在房地产业内人士看来,房企高层频繁变动的背后,与房地产业复苏动能不足房企格局加速分化等因素密切相关。在房地产业别“三高”模式、构建新格局的当下,房地产业人才加速流动现象或将延续。

## “明星职业经理人”褪去光环

除创始人或掌舵者辞任外,房企明星经理人离任也层出不穷。

今年8月2日,世茂集团(00813.HK)对外发布人事变动公告称,因职务调动,吕翼由世茂集团执行董事及执行总裁调任为公司非执行董事。在几个月后的11月15日,世茂集团再度发布公告,吕翼由于个人事业发展原因,辞任公司非执行董事职务。

公开信息显示,吕翼为房地产业明星经理人,曾被称为世茂集团“最牛管培生”。2008年从浙江大学毕业后,吕翼以管培生的身份加入世茂集团,此后经历

多次职务升迁,尤以掌舵世茂海峡最受外界关注。相关统计数据表明,2020年,世茂海峡销售额突破了千亿元大关。

而在吕翼辞任的同时,世茂集团也正进行区域架构调整。据多家媒体报道,今年11月初,世茂集团在内部发布的区域撤销合并公告中表示:“世茂海峡和原浙西区域公司下辖浙江公司合并成立东南区域公司。”

无独有偶,10月31日,中国奥园(03883.HK)发布董事调任公告,马军为投入更多时间处理其个人事务,由公司执行董事调任

为公司非执行董事。据悉,马军于2015年3月加入中国奥园,此前拥有中海地产等多家房企任职经历。

记者进一步梳理发现,近年来,多位房地产业“明星职业经理人”已选择离职。其中,朱荣斌因个人原因辞去了阳光城执行董事兼总裁职务,袁春辞任弘阳地产执行董事、行政总裁等职务。

另据安居客财经统计数据,今

年前三季度,共有452位房地产高管发生了职位变动,变动人数较去年同期相比增长近30%。其中,辞任数量达到167例,占房企高管变

动总数的37%。

“这反映出房企高管的艰难处境,在房地产业下行趋势中,曾经的明星高管光环已经褪去,高管的压力非常大,能够承诺年度增长目标的民营房企大部分消失了。”宋红卫告诉记者。

宋红卫进一步表示,很多民企房企在偿债和保交楼的困境中挣扎,尤其是民营房企不再投资拿地,也就没有了持续发展的潜力,只剩下处置存量债务等问题,单靠高管的力量很难解决企业面临的难题。“在看得见的结果面前,很多高管也就不再

做无谓的努力。同时,薪资待遇也大幅下调,偏离了高管的预期。”

此外,在房地产业深度调整周期中,不只是房企的“明星职业经理人”,诸多地产从业者亦深受影响。

“2022年,受市场波动影响,地产开发相关从业人员预计下降至170万人,这将导致地产开发上下游产业减少约600万个岗位,影响全产业链1500万—2000万人。由此可见,地产行业作为基础民生产业的重要性不言而喻。”可研智库曾如此表示。

月,朱荣斌出任合富辉煌集团董事会主席,再度出任职业经理人。

房企高管离职后缘何选择进入代建等赛道?宋红卫直言:“选择创业和轻资产运营模式,很多时候是无奈之举。轻资产运营模式是未来房地产业发展的方向,但是由于市场体量在收缩,而新进入的群体越来越多,未来市场竞争也会十分激烈。”

## 竞逐房地产上下游赛道

对于房企高管离职后的去向方面,记者梳理公开信息发现,选择入职央国企或稳健型民企成为不少房企高管的共同选择。例如世茂集团原副总裁、华北区域原董事长刘辉已担任中交房地产管理集团总经理,龙湖集团原营销中心副总、合景泰富原营销总经理何敏此后进入中海地产,担任营销部副总经理。

对于房企高管跳槽央国企的

现象,宋红卫表示:“近两年,央国企经营相对比较稳健,还能保持一定的拿地投资规模,不断推动行业发展。相对而言,在央国企未来还有想象空间,这也是很多职业经理人的选择。”

柏文喜也认为,央国企平台具有较高的稳定性、一定的资源优势及职业发展空间。在资源优势方面,柏文喜表示,央国企拥有更多的

政府资源和市场优势,能够为高管提供更广阔的发展平台和机会。值得关注的是,除了进入央国企或稳健型民企外,不少离职房企高管亦选择自主创业,而代建就是其中的热门选项。

天眼查信息显示,成立于2023年7月28日的深圳璀璨建设管理集团有限公司(以下简称“璀璨管理集团”),实控人即为吕

翼。据媒体报道,璀璨管理集团还完成了对上海世茂建设管理有限公司(以下简称“世茂管理”)的股权收购。目前,世茂管理由璀璨管理集团持股80%,深圳璀璨管理有限公司持股20%。朱荣斌亦在离职后选择进入代建赛道。相关资料显示,2022年3月,朱荣斌创立了荣宇建设(广州)有限公司。不过,今年5

# 资源枯竭型城市河南濮阳转型启示：改造“老饭碗”打造“金饭碗”

本报记者 夏晨翔 北京报道

日前，国家发展和改革委员会组织召开全国资源型地区转型发展暨采煤沉陷区综合治理经验交

流现场会。会上，河南省濮阳市作为9个典型地区之一，向全国分享了资源型城市转型的“濮阳经验”。

濮阳市地处豫鲁冀三省交界，曾是一座因油而立、因油而兴

的资源型城市。但是随着油气产量下降，2011年被确立为全国第三批资源枯竭型城市。

《中国经营报》记者了解到，近年来，濮阳市大力实施换道领

跑、优势再造、数字化转型等战略，重塑产业发展新优势，壮大转型发展新动能，开辟经济发展新赛道，资源枯竭型城市转型取得了丰硕成果。

从石油化工“一业独大”，到“三大”“三专”产业“多业并举”，再到“一高、四新、两能”产业弯道超车、换道领跑，濮阳努力在全国资源枯竭型城市高质量发展中走

在前列、勇立潮头。2020—2022年，濮阳市连续三年在全国67个资源枯竭型城市转型绩效评价中获得优秀等次。2021年，还获得了国务院督查激励表扬。

## “中原油城”转型路

濮阳市坚持把制造业高质量发展作为主攻方向，强力推进制造业倍增行动。

1975年，濮参1井喷出工业油流，中原油田诞生。1983年9月，为支援中原油田勘探开发，国务院批准成立了濮阳市。依托丰富的油气资源，濮阳迅速成长为一个新兴的石油化工城市。

彼时的濮阳市，原油产量平均每年递增100多万吨，到1988年产量高达722万吨，位居全国第四位。中原油田创造的生产总值曾占到濮阳全市的40%左右，投资占到50%左右，对濮阳市本级税收贡献率达到40%左右。

更有测算显示，中原油田每下降1万吨原油，就要影响全市规模以上工业增速0.3个百分点。

作为“先油后城”的资源型城市，濮阳产业结构面临着“一业独大”的困境。随着中原油田油气开采难度的不断加大，原油、天然气的储量产量逐年下降，油气资源优势逐渐弱化，直接影响相关产业的持续发展。

2011年11月，濮阳市被列入全国第三批资源枯竭型城市。

直面发展问题，转型迫在眉睫。2013年，《濮阳市资源枯竭城市转型规划(2012—2020年)》获河南省政府批复，提出以新型城镇化、新型工业化和新型农业现代化协调发展为主体目标，2013年完成资源枯竭型城市转型战略初步部署，到2015年，资源枯竭带来的突出矛盾和问题得到较好解决，到2020年，资源枯竭带来的突出矛盾和问题得到根本解决。

也是这一年，濮阳市GDP首次

突破千亿元大关，总量达1130.5亿元，是2011年的1.3倍，年均增速达12%，比河南省平均增速高3个百分点。

濮阳市油气采掘业产值占规模以上工业总产值比重逐年下降，2013年占比为9.3%，较2011年下降3.7个百分点；化工、食品加工、家具制造等接续替代产业产值是2011年的1.4倍，年均增长18.4%。

在此之前，濮阳市还先后提出了“以工兴市”“产业强市”等战略，提质发展石油化工、装备制造、食品加工“三大”主导产业和现代家居、羽绒及服饰加工、生物基材料“三专”特色产业。

“濮阳市大力实施换道领跑战略，改造‘老饭碗’，打造‘金饭碗’，重塑产业发展新优势，壮大转型发展新动能，以产业转型带动全面转型。”濮阳市委书记万正峰曾在接受媒体采访时如是表示。

记者了解到，近年来，濮阳市坚持把制造业高质量发展作为主攻方向，强力推进制造业倍增行动，加快构建能级更高、结构更优、创新更强、动能更足、效益更好的先进制造业体系，为现代化濮阳建设奠定了坚实基础。

坚持转型发展也让濮阳市工业经济发生了翻天覆地的变化。

2022年，濮阳市完成生产总值1889.53亿元，是建市之初的145倍；全市完成工业总产值1482.55亿元，是建市之初的276倍；工业增加值实现545.59亿元，对GDP增长的贡献率达38.5%。

## 布局氢能产业

濮阳市还拥有5个省级化工类先进制造业开发区。

位于濮阳工业园区的中原油田“绿氢”制造项目所在地，曾是中原油田唯一一座炼油厂区，经过改造升级，已成为中国石化首个兆瓦级可再生电力电解水制氢示范项目。

制氢、储氢、加氢站、膜电极、电堆、车载储氢瓶、整车……是氢能产业的一体化链条。如今在濮阳，“制、储、运、用”全产业链正逐步形成。

2022年，为抢抓氢能产业发展机遇，打造氢能健康发展生态圈，河南省印发了《河南省氢能产业发展中长期规划(2022—2035年)》《郑汴洛濮氢走廊规划建设工作方案》，提出支持濮阳市打造“郑汴濮”陆港联运物流集散货运氢能示范、“郑汴洛濮”绿色低碳市政交通

### 做好“四篇文章”

事实上，资源型城市实现转型发展，项目建设是重要载体。

在日前召开的全国资源型地区转型发展暨采煤沉陷区综合治理经验交流现场会上，濮阳市分享了转型工作中的鲜活案例和宝贵经验，总结为扎实做好产业转型、创新赋能、绿色发展、民生改善“四篇文章”。

其中第一项即为做优“产业转型”文章，重塑转型发展新优势。聚焦制造业主攻方向，实施制造业倍增行动，着力推动产业转型升级，加快构建现代化产业体系。

氢能示范；整合传统氢源，建设豫北氢能供给基地；支持濮阳市大力发展氢能全产业链和一体化布局。

氢能产业布局为何落子濮阳？

记者了解到，濮阳东临山东“鲁氢经济带”，北依河北“沿海氢能应用示范带”，南接郑州燃料电池汽车应用示范城市群，发展氢能产业区位优势得天独厚。

濮阳市还拥有5个省级化工类先进制造业开发区，共培育中原大化、中原石化、远东科技等制氢企业13家，氢气年产能23.6万吨，约占河南省40%，氢能资源供应充足。全市风能、太阳能等新能源资源丰富，新能源装机245.8万千瓦，为“绿氢”制取提供了充足



图为位于濮阳市的中原油田。

绿电支撑。

于2022年年底投产的中原油田“绿氢”制造项目一期工程“绿氢”年产能360吨，二期年产能将达4700吨。中原储气库与国家、省多条天然气骨干管道互联互通，覆盖华北及中部地区7省50余市，为发展掺氢天然气输送提供了广阔空间。

2022年，中国氢能产业发展（濮阳）峰会成功举办，吸引了500余名外地客商参会，现场签约重点项目15个、总投资293亿元。2022年，濮阳招商引资氢能全产业链相关企业（项目）20余家。如今，“中原油城”正在加快向“中原氢城”转变。

## 北京楼市迎近年来最大力度优化政策

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

成为近年来北京出台力度最大的楼市优化政策。

按照新的政策，调整后，不论普宅或非普宅，首套房首付比例统一降至30%，二套房首付比例最低为40%，即日起施行。此外，商业银行新发放房贷利率政策下限也将调整，按11月贷款市场报价利率(LPR)计算，首套房贷利率最低为4.2%。

对于北京此次调整优化房地产产

政策，市场期待已久。《中国经营报》记者走访了解到，当前北京二手房市场买卖双方已博弈许久，临近年尾，部分业主选择进一步降价以期尽快成交，进而带来一波成交量的反弹。

而在此前，由于北京市场改善需求占比较高，二手房置换链条“被卡”也影响到市场整体成交热度。业内人士认为，此次政策优化力度较大，二套改善性住房需求将进一步释放。

对于二套房首付比例作出进一步细化，对城六区和郊区划分了不同的标准，城六区之外的郊区首付比例要更低一些，具体为购买城六区外住房为40%，购买城六区内住房为50%。

以一套城六区外总价800万元的二套非普宅为例，原先的首付比例为八成，需要640万元；而新政后的首付比例为四成，需要320万元。

同时，此次调整取消了房价过快上行阶段北京市对房贷年限的从严控制，由目前最长25年恢复至30

年。据了解，此前北京贷款最高年限曾有过30年的标准，后调整为25年。此次再度调整到30年，与全国一致。

以首套房贷款200万元计算，如果贷款年限为25年，月供约11402元；如果贷款年限为30年，月供则约10433元。

据了解，北京市此次首付比例的调整，范围不仅针对商业贷款，公积金贷款也将按照此政策执行。调整后的首付比例标准将有效降低购房者的购房门槛。

对于二套房首付比例作出进一步细化，对城六区和郊区划分了不同的标准，城六区之外的郊区首付比例要更低一些，具体为购买城六区外住房为40%，购买城六区内住房为50%。

再以二套房贷200万元还款30年计算，此前是5.25%的利率，总共需要还利息197多万元，月供约11044元。

如今按照新利率标准，如果购买的是城六区内的住房，总共需要还利息177多万元，月供约10493元；如果购买的是城六区外的住房，总共需要还利息175多万元，月供约10433元。

据了解，此次调整针对的是新发放的贷款，各商业银行将根据加点下限，结合本机构经营情况、客户风险状况等因素，合理确定每笔贷款的具体加点数值。

如今按照新利率标准，如果购

## 调整普宅标准

值得注意的是，此次政策还涉及此前市场上备受关注的普宅标准调整。

据了解，北京之前一直沿用2014年9月公布的普宅标准，包括住宅小区建筑容积率在1.0(含)以上；单套建筑面积在140平方米(含)以下；实际成交价低于同区域享受优惠政策住房平均交易价格1.2倍以下。

具体价格上，北京按照环路来定价格标准。其中，五环内普通住房的价格标准为39600元/平方米、总价为468万元；五环到六环为31680元/平方米、总价374万元；六环外为23760元/平方米、总价281万元。单价、总价两个标准符合作出其一即可。

市场机构统计数据显示，按照此标准，当前北京交易的

### 市场期待已久

对于北京此次调整优化房地产政策，市场期待已久。

在北京此次政策发布之前，一线城市中，此前上海已对郊区限购、普宅标准进行了微调，深圳对二套房首付、普宅标准进行了调整，市场期待北京跟进出台更多的优化政策。

记者走访了解到，今年9月“认房不认贷”的政策落地，北京市场成交量曾短暂冲高，随后行情迅速回落。当前北京二手房市场降价卖房群体进一步增加，进而带来了11月至今一波成交量的反弹。

根据北京住房和城乡建设委员会最新公布的网签数据，11月份，北京二手住宅网签量为12545套，环比增长17.8%，同比增长16.7%。

同时，近期北京二手房挂牌量也开始回落。截至12月5日，贝壳内部北京市场二手房挂牌量近16.6万套，而在11月

住宅中，有70%住房被认定为非普宅。

此次对于普宅标准调整后，容积率的标准没有变化，但单套建筑面积标准线从140平方米调整为144平方米。据了解，这是因为2005年国务院办公厅发布的普宅标准中，面积方面的标准是120平方米、可浮动20%，也就是144平方米。

此次调整最大的是环路价格标准，北京不再设置房屋总价标准，仅保留了单价标准。其中，五环以内符合普宅标准的房屋为8.5万元/平方米；五环到六环的房屋为6.5万元/平方米；六环外的房屋为4.5万元/平方米。

测算显示，新标准下，北京交易的住房中，符合普宅标准的房屋占比将从过去的30%提高到70%。

二手房成交较多的月份。不过，从近几年同期数据来看，今年11月，北京二手房成交量是近7年中第二高的，仅次于2020年11月的17268套。

值得注意的是，北京市场置换需求占比过半，上述经纪人告诉记者，链家系统内部有近70%的客户均为“买一卖一”。一位房企营销总告诉记者，自9月下旬以来，北京二手房市场买卖双方博弈持续，使得许多二手房业主置换“链条”被卡，进而也影响了新房市场的成交量。

记者走访北京市东五环外一个交易较为活跃的社区时了解到，该社区90多平方米的户型在9月时报价为590万—600万元，但在12月初的报价已普遍降至530万元。而新政出台后，其中一套90多平方米的2居室户型很快成交，而此前该房源已经挂牌超过半年。

# 万达投资联盟“洗牌”

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

随着太盟投资集团(PAG)牵头

的投资团队入场,围绕着“万达系”的投资者联盟迎来新一轮“洗牌”。

据了解,在新签署的投资协

议中,部分原有投资人选择退出,如曾在2021年珠海万达商管上市前参与战投的投资者之一碧桂园

即于近期宣布将出售所持有的珠海万达商管部分股份。

此外,早前的投资者之一永

辉超市也于近日宣布清仓在大连万达商管集团所持股份。亦有市场消息称,京东、苏宁、融创中国

等早期投资人意欲退出对大连万达商管集团的投资。对此,万达方面未予置评。

## 碧桂园离场

公告披露,若不考虑8%的利息,此次交易碧桂园较初始投资成本亏损1.62亿元。

12月14日,碧桂园发布公告称,将出售所持珠海万达商管的部分股份。

根据公告,12月13日,碧桂园、大连万达商管集团及珠海万赢订立协议,金逸环球(碧桂园间接全资附属公司)有条件地同意向珠海万赢或万达方指定方出售珠海万达商管1.79%股权,代价为30.68亿元。

据了解,珠海万达商管是大连万达商管集团旗下商业中心轻资产运营管理的唯一业务平台,于2021年3月下旬成立,随后于当年10月向港股冲击上市。

在当年冲击上市之前的7—8月份,珠海万赢、大连万达商管集团及珠海万达商管与腾讯、阿里、碧桂园、PAG等22家投资者签订股份转让协议并设立了对赌协议。

招股书显示,大连万达商管集团引进的22家机构投资人以及公司高管合计持股约21.17%,这次战略投资使得珠海万达商管获得约380亿元的融资,为其后续规模拓展提供了资本。

其中,碧桂园方面通过两个公司主体参与到此次投资,分别为金逸环球和碧桂园服务(06098.HK),各自持股1.7945%,入股总价均为32.3亿元。

根据当时的对赌协议,若珠海万达商管2023年年底前未能成功上市,22家投资者可要求万达按照8%的年收益率回购部分或全部股权。

上述公告披露,若不考虑8%的利息,此次交易碧桂园较初始投资成本亏损1.62亿元。

此外,据万达方面披露,自上述22家机构投资人2021年出资以来,珠海万达商管连续三年超额完成业绩目标,2021年税后收入为235亿

元,2022年为271亿元,2023年(预估)为293亿元,平均年增长约12%。2021年税后利润为53亿元,2022年为75亿元,2023年(预估)为95亿元,年增长率达34%。过去三年,珠海万达商管共计上缴税收约100亿元,对股东的分红分别为2021年46亿元、2022年67亿元以及2023年(预估)85亿元。

若按金逸环球持股1.7945%进行计算,三年预计可以获得分红共计约3.55亿元。

据了解,金逸环球30.68亿元的退股资金会分成三笔支付,分别为6.57亿元、3648万元、23.75亿元,第三笔资金不晚于2024年3月31日支付。

碧桂园在公告中表示,集团目前正积极化解阶段性流动压力。由于集团仅由珠海万达商管持有少数权益,公司认为进行出售事项能提前锁定较为合适的交易价格和退出路径,以规避未来退出时点与金额的重大不确定性,有效保障公司战投股权资产变现的价值,将对公司有利。

对于此次出售股权所得款,碧桂园方面表示,由于集团正积极寻求整体方案以全面解决当前境外债务风险,金逸环球根据协议收到的目标股份出售款项净所得将用于境外重组。

截至目前,随着金逸环球的退出,碧桂园在珠海万达商管的持股还剩碧桂园服务所有的约1.3亿股股份(占比1.7945%)。

就在珠海万达商管上市对赌大限将至之际,12月12日,万达集团官网发布公告称,已与投资人之一的PAG签署新投资协议。

根据公告,珠海万达商管现有

投资人于2021年8月对其投资额约为380亿元,其中PAG的投资额约为28亿美元(约180亿元人民币),现有投资人在原投资安排中享有到期赎回权。

按照新签署的投资协议,大连万达商管集团持股40%,为单一最大股东,PAG和数家现有及新进投资人股东参与投资,总计持股60%。

根据此前招股书披露,大连万达商管集团在珠海万达商管直接持股69.99%、通过珠海万赢持股8.83%、通过银川万达持股0.01%,合计持股78.83%。其余21.17%股权由外部投资人和公司高管持有。

万达方面并未披露PAG此次具体投资数额,以及将有哪些新进投资人参与投资。

据知情人士透露,在新签署的投资协议中,尽管有个别现有投资人选择退出,但绝大多数投资人保留了对万达的投资。更重要的是,有新的投资人进入,其中包括一些境外投资人。“通过引进新投资人,不仅解除了对赌风险,化解了380亿元债务,大连万达商管集团也因此另外陆续获得增量资金近300亿元。”



碧桂园30.68亿元出售持珠海万达商管1.79%股份。

视觉中国/图

## 首开集团换帅 房地产业务仍是挑战

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

北京国资首开集团近期迎来了新一届领导班子。

与以往内部晋升的人事任命路径不同,此次北京市国资委副主任谢忠胜“空降”首开集团,接任党委书记、董事长。

### 国资委领导“空降”

根据首开集团近期官微发布的消息,北京市委、市政府决定,北京市国资委副主任谢忠胜接任北京首开集团党委书记、董事长;首开集团原董事长潘利群到龄退休。随后,首开集团官网领导团队信息随之更新。

据了解,首开集团前两任董事长皆来自内部晋升。2005年,原北京天鸿集团公司董事长兼总经理刘希模一手推动了北京城市开发集团与北京天鸿集团合并重组,组建了首开集团,成为北京市规模最大的

房地产开发企业,刘希模出任董事长,至2015年不再担任首开集团党委书记、董事长职务。

随后,2015年6月,潘利群成为首开集团党委书记、董事长。据了解,潘利群此前先后任京城建副总经理、北京市经济管理职业学院院长、北京市国资委党委校长。2010年4月进入首开集团担任党委副书记、董事、总经理,在首开集团任职13年。

根据以往人事任命经验,首开集

团董事长一般会同时兼任集团旗下地产业务上市公司首开股份的董事长。

首开股份官网信息显示,现任董事长李岩于2016年8月开始担任首开集团董事、总经理(接替潘利群),当年12月起担任首开股份副董事长,2019年8月接替潘利群担任首开股份董事长。

此前,业内曾认为李岩有可能接替潘利群成为首开集团董事长。但在最终的人事任命上,首开集团迎来了国资委领导“空降”。

(集中公告、集中出让)土地供应新政下,重点区域优质地块竞争激烈,与其他房企类似,首开股份新增项目“地货比”(地价与房价比例)攀高,项目盈利空间受到进一步挤压。

2022年,首开股份迎来了2001年上市以来的首次亏损,当年营收479.21亿元,同比下降29.32%;归母净利润为-4.61亿元,同比下降274.81%。

今年以来,受全国楼市进一步下滑影响,首开股份销售情况并未出现好转。根据最新披露的销售数据,今年1—11月,首开股份累计实现签约面积242.1万平方米,同比降低14.23%;签约金额558.17亿元,同比降低27.71%。

### 年内已多次转让资产

今年以来,销售市场的持续下滑加剧了房企的现金流压力,首开股份亦不例外。

克而瑞公布的数据显示,2023年11月近六成百强房企单月销售业绩环比降低,超四成百强房企销售数据同环比双降。

首开股份表示,在此背景下,公司今年以来已加快项目去化速度,目前在克而瑞公布的销售百强排名中,11月份排名24位,保持了相对稳定的水平。

从下半年开始,首开股份也在加快资产处置速度。

9月份,其摆上货架的资产包括北京首开云锦铂郡商业管理有限公司(以下简称“铂郡商管”)和北京首开云锦璞瑅商业管理有限公司(以下简称“璞瑅商管”)100%股权及全部债权。

挂牌信息显示,截至今年4月30日,铂郡商管净资产账面价值约897.24万元,净资产评估价值约1.96亿元,首开股份对其全部债权合计金额为9198万元;璞瑅商管净资产账面价值约1405.61万元,净资产评估价值约3.4亿元,首开股份对其全部债权合计金额为1.04亿元。

据了解,以上公司所对应的资产均为商业项目。首开股份表示,铂郡商管和璞瑅商管自持经营多年,租金收入涨幅不大。若公司继续持有经营,带来的利润和净现金流有限,未来增值潜力较小,对其进行处置有利于快速回笼资金。

10月份,北京首开瑞泰商业管理有限公司(以下简称“瑞泰商管”)100%股权及全部债权被列为待处置资产。据了解,其对应项目为北京市朝阳区阜荣街10号商业(以下简称“首开广

场”),合计建筑面积为3.76万平

方米,用途均为商业。

截至今年4月30日,瑞泰商管净资产账面价值为3548.55万元,净资产评估价值7.67亿元,首开股份对其全部债权合计金额为零元。

截至目前,上述三项资产尚在等待合适的受让方。

今年10月9日,首开股份公告披露了一项资产转让进展,公司与香港皓年有限公司共同组建(双方股权比例为61.5%:38.5%)的北京联宝房地产有限公司(以下简称“北京联宝”)在经历了多次挂牌后,最终已寻得意向受让方。

据了解,北京联宝所对应的项目为北京市朝阳区联宝公寓项目,此前首开股份已自持经营多年,租金收入涨幅不大。

根据《产权交易合同》,北京联宝将以6.9亿元的价格转让予意向受让方,其中首开股份将取得转让价款为4.24亿元,可实现所得税前利润约3.5亿元。企查查信息显示,目前北京联宝股东信息已变更。

首开股份在回复记者采访时表示,目前房地产行业依然处于筑底回暖阶段。对于公司而言,当前要保证持续稳定的经营,一方面要加快项目销售,另一方面需要进行手经营资产的处置。无论是住宅项目还是商业项目的出售,核心逻辑都是一致的,即持续回收资金。“在手经营资产转让是行业中任何一家地产公司在当前环境下的必然选择,也是正常生产经营行为。”

与此同时,为减少开发压力,首开股份还在积极为旗下项目引进合作方。

比如在北京市场,今年7月25日,首开股份以22.82亿元拿下顺义新城第1街区01—01—01—09地

块。8月8日,地块项目公司北京顺恒远泰置业有限公司(以下简称“顺恒远泰置业”)成立,注册资本约为11.41亿元,首开股份100%持股。

随后,9月22日,北京产权交易所披露了顺恒远泰置业增资项目,其拟募集资金金额不低于约11.18亿元,对应持股比例为49%。

据了解,该项目定名为“璞瑅润府”,记者从项目宣传物料及项目置业顾问处了解到,该项目由首开及华润联合操盘,主要面向改善客群,售楼处预计在12月底开放。截至目前,企查查信息显示,顺恒远泰置业仍由首开股份100%持股。

11月3日,首开股份公告称,拟以非公开协议方式转让持有的北京昌信同泰置业有限公司(简称“昌信同泰”)30%股权至北京房地置业发展有限公司(简称“房地置业”),价格确定为约3亿元。据了解,房地置业为北京房地集团全资子公司,而房地集团由首开集团全资控股。

昌信同泰为今年首开股份在昌平所得地块的项目公司。据了解,今年3月份,首开股份以底价27亿元的价格竞得北京市昌平新城东区三期土地一级开发项目CP00—1002—0001地块,销售指导价5.3万元/平方米。

在拿地次日,项目案名即公布,定为“梧桐山语”,项目于2023年7月底正式开盘,开盘当日即签约308套,实现签约金额15.4亿元。

首开股份表示,公司转让持有的昌信同泰30%股权至房地置业,可以充分利用房地置业现有资金,降低管理成本,提升项目开发建设速度,有利于支持公司经营发展。

# 配售型保障性住房建设提速 深圳探索房地产发展新模式

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

日前,深圳市宝安区一宗地块规划调整引起关注。

据深圳市规划和自然资源局公告,根据市政府相关工作部署,为支持首批配售型保障性住房建设,完善片区配套,深圳市规划和自然资源局宝安管理局依职能开展[机场东地区]法定图则06-11地块规划调整工作,将06-11地块拆分为06-11-01、06-11-02两个地块,其中,

06-11-01地块规划建设配售型保障性住房。

无独有偶,11月29日,深圳公共资源交易中心发布关于包括龙岗区宝龙街道在内的8个保障性住房项目基坑支护、土石方及桩基础工程(批量招标)的招标计划信息。变更记录显示,该项目的原招标项目名称为“深圳市第一批配售型保障性住房基坑支护、土石方及桩基础工程(批量招标)”。事实上,加快保障性住房建

设、城中村改造等“三大工程”是今年推进房地产发展新模式的重头戏,配售型保障性住房被视为改革的新路子。住房和城乡建设部党组书记、部长倪虹表示,规划建设保障性住房是完善住房制度和供应体系、重构市场和保障关系的重大改革。这次改革的重点是拓展了配售型保障性住房的新路子,最终是实现政府保障基本需求、市场满足多层次住房需求,建立租购并举的住房制度。

广东省城乡规划设计研究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,“三大工程”(保障性住房规划建设、城中村改造和“平急两用”公共基础设施建设)既是新时期住建系统的工作重点,也是房地产新模式的抓手。“配售型保障性住房主要解决工薪阶层、人才群体等住房困难群体对拥有低成本产权住房的需求。”



图为深圳市南山区一处项目施工现场。  
本报资料室/图

的指导意见》(以下简称“《指导意见》”)。

国务院常务会议指出,推进保障性住房建设,有利于保障和改善民生,有利于扩大有效投资,是促进房地产市场平稳健康发展、推动建立房地产业发展新模式的重要举措。要做好保障性住房的规划设计,用改革创新的办法推进建设,确保住房建设质量,同时注重加强配套设施建设和公共服务供给。

《指导意见》指出,保障性住房重点针对住房有困难且收入不高的工薪收入群体,以及城市需要的引进人才等群体。保障性住房建设坚持以需定建。支持城区常住人口300万以上的大城市率先探索实践。具备条件的城市要加快推进,暂不具备条件的要做好政策和项目储备。

## 首次规划地块建设

保障性住房重点针对住房有困难且收入不高的工薪收入群体,以及城市需要的引进人才等群体。

11月28日,深圳市规划和自然资源局宝安管理局发布关于宝安区[机场东地区]法定图则06-11地块规划调整的公示,披露支持首批配售型保障性住房建设。

公告显示,按照原先已批准的法定图则,06-11地块用地面积20804平方米,规划用地性质为图书展览用地,未设定容积率,配套设施为图书馆。

调整过后,拆分出来的06-11-01地块规划用地性质为二类居住用地,容积率为3.7,配套设施包括幼儿园、文化活动室,同时规划建设配售型保障性住房;06-11-02地块用地面积调整为3184平方米,规划用地性质为公共绿地,未设定容积率和配套设施。

这是深圳首次在地块规划公示中给出“建设配售型保障性住房”的字眼,目的是为支持首批配售型保障性住房建设。

此前,深圳市人才安居集团有限公司(以下简称“深圳人才安居集团”)已经启动深圳市第一批配售型保障性住房建设的相关招标工作。

深圳公共资源交易中心显示,由深圳人才安居集团发布的包括龙岗区宝龙街道在内的8个保障性住房项目基坑支护、土石方及桩基础工程(批量招标)预计在2023年12月30日至2024年2月24日招标,招

标估价为4.5亿元,项目涉及基坑支护工程施工、基坑土石方开挖及外运等工程措施。

值得注意的是,上述招标项目名称原先含有“深圳市第一批配售型保障性住房”的字眼,但于2023年11月27日变更为包括龙岗区宝龙街道在内的7个保障性住房项目基坑支护、土石方及桩基础工程(批量招标),于2023年11月28日再次变更为包括龙岗区宝龙街道在内的8个保障性住房项目基坑支护、土石方及桩基础工程(批量招标)。

至此,外界有观点认为,深圳市首批配售型保障性住房至少包括8个项目,但目前仍有待官方的进一步详细披露。

李宇嘉表示,配售型保障性住房是我国新时期住房保障事业发展的重要制度创新,旨在全面推进住房供给侧结构性改革,重点解决住房困难人群,特别是工薪人群和各类人才的住房需求。“这部分群体的住房需求特别迫切,但住房支付能力比较低,需要大规模供应保障性住房来满足其需求。”

事实上,政策端在推进保障性住房建设、促进房地产市场平稳健康发展和民生改善等方面持续发力。8月25日,国务院常务会议审议通过《关于规划建设保障性住房的指导意见》(以下简称“《指导意见》”)。

国务院常务会议指出,推进保障性住房建设,有利于保障和改善民生,有利于扩大有效投资,是促进房地产市场平稳健康发展、推动建立房地产业发展新模式的重要举措。要做好保障性住房的规划设计,用改革创新的办法推进建设,确保住房建设质量,同时注重加强配套设施建设和公共服务供给。

## 调整住房供应结构

随着配售型保障性住房的加入,深圳或将迎来住房供应结构的另一次重大调整,在探索房地产新的发展模式上也将更进一步。

当前,深圳市保障性住房包括公共租赁住房、保障性租赁住房、共有产权住房等。其中,公共租赁住房由政府提供政策优惠,限定建设标准和租金水平,面向符合条件的住房困难户籍居民和为社会提供基本公共服务的一线职工出租;保障性租赁住房由政府提供政策支持,发挥市场作用,以小户型为主、限定租金水平,面向符合条件的新市民、青年人、各类人才租赁;共有产权住房是指政府提供政策支持,主要采用市场化方式建设筹集,限定套型面积、销售价格、使用和处分权利等,面向符合条件的居民供应,实行政府与购房人按份共有产权的住房。

8月1日起,深圳市发布的《深圳市公共租赁住房管理办法》《深圳市保障性租赁住房管理办法》《深圳市共有产权住房管理办法》《深圳市保障性住房规划建设管理办法》正式实施。至此,深圳将住房保障体系与国家住房保障体系全面衔接,保障各类住房困难的居民住有所居。

根据《深圳市住房发展2023年度实施计划》,深圳市2023年共建设筹集保障性住房18.5万套,计划供应分配保障性住房8万套。2023年,深圳市计划实现用地保障规模900公顷,其中加大住房保障力度,拟通过城市更新和土地整备规划筹集保障性住房(含配套宿舍)34000套。

随着配售型保障性住房的加入,深圳或将迎来住房供

应结构的另一次重大调整,在探索房地产新的发展模式上也将更进一步。

李宇嘉表示:“这类房源(配售型保障性住房)以成本价建设和供应,由国有企业承担建设和销售,以满足中低收入人群拥有产权住房的需求,目的是彻底让住房回归居住和民生属性,彻底解决供需错配的问题,让广大中低收入人群能够分享到房地产市场和城镇化的红利,解决房地产发展不可持续和内需疲弱的问题,也是构建内循环和实现共同富裕的必经之路。”

北京中指信息技术研究院市场研究总监陈文静认为,随着《指导意见》印发及住房和城乡建设部相关领导表态,预计2024年配售型保障性住房将在部分城市探索实施,在取得一定经验后加速推广建设。

值得一提的是,《指导意见》出台后,深圳并非唯一一个采取行动的城市。12月5日,广西壮族自治区住房和城乡建设厅发布一则消息称,南宁市将建设7200套配售型保障性住房,投资约39亿元,其中2024年计划建设住房4000套。下一步,广西壮族自治区住房和城乡建设厅将同有关部门,指导南宁市合理确定建设计划,加快研究制定配售型保障性住房的具体实施办法和配套政策,特别是建设、申请、轮候、配售、运营等管理制度,并在土地、金融等要素保障方面给予全力支持和服务,确保条件成熟的项目尽快开工。

根据《深圳市住房发展2023年度实施计划》,深圳市2023年共建设筹集保障性住房18.5万套,计划供应分配保障性住房8万套。2023年,深圳市计划实现用地保障规模900公顷,其中加大住房保障力度,拟通过城市更新和土地整备规划筹集保障性住房(含配套宿舍)34000套。

随着配售型保障性住房的加入,深圳或将迎来住房供

# 深化数字化转型 广东家电制造企业发挥“头雁效应”

本报记者 陈婧斌 广州报道

## 数字化转型成趋势

今年以来,随着数字中国建设的深化以及产业高质量发展的要求,广东多家家电制造企业的数字化转型也在“提速”。

美的厨电相关负责人向记者介绍,美的厨电今年以来积极发挥“头雁效应”,联合美云智数制定产业集群数字化转型的行动路线图,以精益生产为导向,依托工业互联网平台,打通产业链上下游中小型企业,形成高效协同的厨电产业链、供应链体系,为佛山厨电行业构建协同共进的产业集群生态网。

据了解,美的厨电产业集群以进销存云、寻源云、生产协同云、品质云、追溯云等产业链多领域云化以及大数据应用为核心,深化MES系统,实现协同效率提高,降低供

应成本和数据增值,打通集群供应链上下游,从关键流程着手实现按需匹配的智能物流配送,供应链协同效率提升50%,供应商库存呆滞下降26%,交付准时率达95%。

该集群还打通市场、服务用户、产品研发、供应链工业软件及制造等全价值链,实现高端产业集群助推产业链创新、支撑产业链基础、配置产业链资源、协同产业链组织,推动企业在生产管理、计划执行、生产控制、系统集成、制造体系的智能化管控方面能力的提升,供应商人员效率提升38%、用户口碑(NPS)达到52。

除了美的厨电在推动数字化转型外,2023年,广东格兰仕微波生活电器制造有限公司持续增资

扩产,自主研发自动化装备,进一步掌握制造的核心技术,持续通过自主创新、智能制造挖掘潜质、提效率、降成本。

“格兰仕中山工业4.0智能制造基地建设持续投入,上半年投入生产的自主研发自动化装备100多台,覆盖微波炉全产业链。格兰仕微波炉打通了生产、售后、库存管理等系统的数据流,实现了无缝对接、秒级沟通的协同生产。与2019年相比,目前全产业链生产效率提升了36%,研磨周期缩短了50%。”格兰仕相关负责人告诉记者。

格兰仕方面亦表示,将通过技术改造持续推进数智化转型,让产业链、供应链更加高度自主可控,一方面从硬件上和世界同行

拉开距离,一方面把数智化转型和AI有效结合起来,积极发挥产业链“链主”的作用,拉动整个产业链共同发展。

今年万和电气也在同步开展数字化转型的相关重点工作。

万和电气相关负责人介绍,在品牌营销侧,万和电气联合百度智能云共同打造厨卫行业的首位数字代言人Yona。后续将不断加速AIGC(生成式人工智能)内容与营销的深度融合,不断拓展新的数字营销场域。

在业务数智化方面,万和电气则以用户为中心,积极推动“硬件+软件+内容+服务”的融合,深度链接用户需求,给用户更友好、更高效、更智能的生活体验,打造

全触点用户综合体验。通俗一点来讲,即万和电气所有业务流程都要数字化,经营过程、商业决策都要智能化。

此外,在平台数智化方面,万和电气则依托消费互联网和工业互联网,利用“产品+AIoT+内容+服务”的业务模式,逐步实现由“智能单品—智能套系—智能化场景—智能化生态空间”的智能化变迁。通过“精益化推进、自动化导入、数字化应用”三者相融合,实现从“智能设备—数字化工厂”的智造升级。

“未来3年,我们要打造一家‘灯塔’工厂;未来5年,万和电气将实现数字化敏捷组织。”万和电气相关负责人向记者表示。

对此,孙连才建议可以加强人才培养和引进,提高劳动力素质,鼓励企业加强技术研发和创新,提升技术水平和创新能力。同时,加强产业链协同和整合,促进产业链上下游企业之间的合作和协同发展,提高整个产业链的竞争力和效益。此外,政府应加大对制造业的扶持力度,提供税收优惠、财政补贴等政策支持,为制造业高质量发展创造良好的环境。

袁帅则建议,要加强技术研发和创新投入,提高技术创新能力。“政府可以出台相关政策,鼓励企业加大技术研发和创新投入,推动技术创新和产业升级,加强资源环境保护和绿色发展,实现制造业的高质量发展。”

## 政策引导制造业数字化转型

事实上,政策引导家电制造业数字化转型也确实是贯穿今年的重点工作。

中共中央、国务院今年2月印发的《数字中国建设整体布局规划》提出,到2025年,数字中国建设取得重要进展。到2035年,数字化发展水平进入世界前列,数字中国建设取得重大成就,从夯实数字中国建设基础、全面赋能经济社会发展、强化数字中国关键能力、优化数字化发展环境等方面做出部署。

今年7月,中央经济工作会议明确提出,要以科技创新推动产业创新,广泛应用数智技术、绿色技术,加快传统产业转型升级。推进制造业数字化、绿色化协同转型,是助力“双碳”数字化治理

新征程、打造绿色数字产业化新业态进而推动经济高质量发展的重要举措。

近日广东拟立法的《征求意见稿》也在制造业数字化、绿色化发展方面做了相关部署。

根据《征求意见稿》,相关部门将积极支持新一代移动通信网络、光纤网络建设,统筹数据中心、超算中心等新型基础设施建设,提升制造业数字化转型的支撑能力,推动制造业企业和产业集群数字化转型。

同时,鼓励制造业企业开展低碳、零碳、负碳等先进适用技术研究和推广应用,加强工业固体废物和可再生资源循环利用,发展绿色循环经济。支持制造业企业使用新能源提升能源利用效率。

如何进一步推动技术改造?《征求意见稿》则要求省、地级以上市政府工业和信息化主管部门制定支持技术改造投资政策,推动传统制造业设备更新、工艺升级、数字赋能、管理创新,引导和鼓励制造业企业开展数字化、绿色化、智能化技术改造。支持企业采用新技术、新工艺、新设备、新材料对现有设施、工艺条件及生产服务等进行改造提升,通过增资扩产、软硬件一体化改造等手段提升竞争力。

对此,北大纵横管理咨询集团高级副总裁孙连才向记者指出,制造业高质量发展的瓶颈难点包括劳动力素质、技术创新能力、产业链协同等问题。中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅亦指出,

制造业高质量发展还存在一些瓶颈难点,如技术创新能力不足、产业结构不合理、资源环境压力增大等问题。

对此,孙连才建议可以加强人才培养和引进,提高劳动力素质,鼓励企业加强技术研发和创新,提升技术水平和创新能力。同时,加强产业链协同和整合,促进产业链上下游企业之间的合作和协同发展,提高整个产业链的竞争力和效益。此外,政府应加大对制造业的扶持力度,提供税收优惠、财政补贴等政策支持,为制造业高质量发展创造良好的环境。

袁帅则建议,要加强技术研发和创新投入,提高技术创新能力。“政府可以出台相关政策,鼓励企业加大技术研发和创新投入,推动技术创新和产业升级,加强资源环境保护和绿色发展,实现制造业的高质量发展。”

首套、二套房首付比例下调

# 上海楼市吹起政策暖风 有楼盘称将收回折扣优惠

本报记者 杨让晨 张家振 上海报道

与当前过境上海市的寒潮天气形成鲜明对比的是，上海楼市吹起的政策暖风。

“工作日加上下雨原本是不会有客户来店里的。”在上海闵行区华漕板块一家大型连锁住房中介机构工作的置业顾问对《中国经营报》记者表示，尽管12月15日是工作日又遇上寒潮降温下雨，但店里还是来了好几组客户要看房。

记者注意到，12月14日下午，上海市住房和建设管理委员会、房屋管理局等部门联合发布了优化差别住房的信贷政策，对首套房和二套房的首付比例、房贷利

率等做出了调整。其中，首套房的最低首付款比例调整为不低于30%，二套房的首付比例调整为不低于50%。此外，还在自贸区临港新片区、嘉定区、青浦区等共计7个区域实施差异化信贷政策。

该政策落地当天，各大房企在上海的楼盘项目就发出海报，宣布推出“不打烊”活动。日前，记者走访了上海市的多个楼盘发现，新政利好之下，有楼盘在宣布“不打烊”的同时还表示即将收回优惠折扣。

据上海市房地产交易中心数据，新政落地后的三天（12月15日至12月17日），上海市新房成交量达到2097套，交易量创下12月以来的新高。



在出台房地产利好政策后，上海楼市成交量回暖明显。图为购房者在虹桥灿耀星城项目营销中心了解项目信息。  
本报资料室/图

出“今夜不打烊”的活动。此外，万科海上映像、保利建发·印象青城、金地嘉翠汇等多个楼盘也加入了不打烊的阵营中。

不过，记者注意到，宣布不打烊的楼盘大多位于上海市外环，甚至外环以外的区域。对此，卢文曦表示，上述区域内的楼盘去化压力较大，遇到政策出台正好能够借势营销推动去化。“这对于维护市场交易、开发商回款都是有利的。”

位于青浦新城板块的保利建发·印象青城置业顾问对记者表示，如果在这周末（16日至17日）下定金，最高能够给予全款9.7折

在易居研究院研究总监严跃进看来，此次上海市各项政策的出台，力度符合市场预期。“房贷新政标准略高于央行此前规定的下限，总体上与其余的一线城市保持一致，普通住房标准的调整，也符合上海的实际。”严跃进进一步对记者表示，总体感觉，此次出台的政策是基于支持居民刚性和改善性住房需求及当前市场情况进行的优化和调整。

上海中原地产首席分析师卢文曦告诉记者，此次上海楼市优化政策力度符合市场预期，普宅标准优化和金融政策一起配合，同时考虑到区域发展不同，施行差异化信贷，说明制定措施细腻。

## 刺激二手房成交放量

二手房多为刚需和首改客户，新房多中高端消费群体，二者相辅相成。

此次上海市出台楼市优化新政或许与近来上海楼市的成交量表现有关。

今年11月，上海新房市场去化再度走低。据克而瑞数据，今年11月，上海全市范围内共有35个新楼盘入市，其中仅有4个日光盘，平均去化率达到48%，除了静安区、徐汇区的三个楼盘项目去化率分别达到97%和100%外，其余位于宝山区、嘉定区、杨浦区、闵行区等区域的33个楼盘去化率均在60%及以下，其中青浦区的1440套房源仅售出357套，去化率仅为25%。

对此，虹桥灿耀星城的置业顾问告诉记者，楼盘热度高低更取决于楼盘板块的位置和未来的发展趋势。“虹桥板块内的涨跌幅度就很大，政府规划、发展战略等对楼盘的销售有较大影响。”

除了新房市场外，上海的二手房市场近来表现也较为一般。据上海链家研究院数据，今年11月，上海全市共成交二手房1.41万套，

## 或呈现“稳中向好”态势

新房市场能否“高热”延续的根本还与二手房市场回暖程度密切相关。

在业内人士看来，此次上海楼市新政有提振市场信心的作用，但作为一线城市的上海，其楼市政策未来或许还有进一步调整的趋势。

严跃进表示，此次政策出台，将进一步发挥好政策效应，有力支持房地产交易市场的活跃和行情的提振。在各市场参与者的共同努力下，上海房地产市场将呈现稳中向好的良好态势。

卢文曦则告诉记者，之前上海楼市的优化政策，短期来看是有效果的，但效果持续性可能没有预期中理想。“对于2024年的上海楼市，还是谨慎乐观，毕竟市场还

环比增长6%，同比下降13%；成交金额472亿元，环比增长7%，同比下降16%；成交均价40693元/平方米，环比持平，同比下降3%。

不过，新政出台后二手房市场的冷淡或许将有改观。“新政出台的第一天晚上，同事们都舍不得下班。”在上海市嘉定区江桥板块某大型连锁房产中介机构的中介顾问对记者表示，在新政出台当天，门店的二手房客户数量就增多了，店里的同事都在带客户看房，自己周末的带看也已经约满。

该中介顾问进一步告诉记者，在新政出台之前，该板块二手房市场表现比较一般。“第三季度所属大区挂牌量约170套，成交了约14套，新政出台二手房挂牌量肯定会增加，置换客户也会增多，相较于新房市场有较多改善和刚需客户，表现稍好些。”

据上海市房地产交易中心数据，在上海新政落地后三日，二手房市场成交量节节攀升，15日至17日

的三天时间里，共成交1999套二手房，较11月平均水平增长约41.8%。

记者注意到，此次政策调整中，上海市对普通住宅认定标准做出了更新。在上海市更新后的普通住宅认定标准中，单套面积已从140平方米及以下调整为144平方米及以下，对原本的实际成交价格也已不再做要求。

对此，卢文曦表示，新政出台加快了二手房交易的置换链。“新标准出台后，普宅的部分税费可以免去，新政可以为价格谈判带来缓冲余地，原先不能接受的价格现在因为税收减免可以接受了。”卢文曦进一步表示，二手房多为刚需和首改客户，新房多中高端消费群体，二者相辅相成，交易链条顺畅对楼市顺畅运行有积极作用。

严跃进也表示，此次调整标准，以住房物理要素作为认定条件，较大幅度提高普通住房的覆盖面，让更多二手住房交易享受优惠税收政策。

的流动性恢复才能使得新房热度持续。”克而瑞方面进一步表示。

中指研究院方面表示，上海市大力优化楼市政策，整体符合市场预期，政策优化对二套房购房者尤为利好，大幅降低了购房者置业门槛和购房成本，是落实“以进促稳”的重要举措。

“从市场趋势来看，短期北京、上海房地产市场活跃度均有希望提升，预计也将进一步稳定价格预期。北京、上海市场预期好转或将进一步提振整体市场信心，推动全国市场加快筑底企稳。”中指研究院方面进一步分析认为。

## 购房门槛再降低

在上海楼市新政发布后不久，多家房企位于上海市的楼盘项目再次推出了不打烊的活动。

继今年“认房不认贷”调整后，上海市对购房门槛进一步做出调整。

记者注意到，除了前述的首套房和二套房首付门槛调整外，上海市对首套住房商业性个人住房贷款利率下限也进行了调整，调整为不低于相应期限贷款市场报价利率（LPR）减10个基点。二套住房商业性个人住房贷款利率下限则采取差异化政策，嘉定区、青浦区、松江区、奉贤区、宝山区、金山区以及自贸区临港新片区调整为不低于相应期限贷款市场报价利率（LPR）加20个基点，其余区域为加30个基点。

在上海楼市新政发布后不久，多家房企位于上海市的楼盘项目再次推出了不打烊的活动。据招商蛇口上海公司的海报资料，招商蛇口旗下招商云澜湾、云湖壹号等6个楼盘宣布在12月14日当天推

的折扣，房款总价能够减少约13万元，如果错过了，后续折扣就不再提供了。“该项目是保利和建发联合开发，两家开发商之前对折扣优惠的问题已经开会讨论过。明年开始折扣就会收回，这个月将要认筹的二期项目折扣也会很少。”

记者注意到，也有部分房企选择在楼盘销售时进行促销。记者在保利虹桥和颂项目了解到，对于在12月8日至31日认购并签约的业主，保利地产将通过抽签赠送业主包括冰岛双人游、爱达魔都号邮轮日韩游、上海迪士尼等在内的多个旅游产品。

**多国免签政策利好重重**

## 文旅业年终“快步走” 出入境游有望加快复苏

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

临近年末，出入境游迎来了诸多利好。

相关资料表示，自12月1日开

始，马来西亚对中国公民实施入境30天内免签证的便利措施。6天后，新加坡也宣布，计划与中国实施30天互免签证。

《中国经营报》记者注意到，在

此前，中方宣布试行扩大单方面免签国家范围，对法国、德国、意大利、荷兰、西班牙、马来西亚6个国家持普通护照人员试行单方面免签政策。

事实上，全球旅游业也正快速

复苏。联合国世界旅游组织最新公布的统计数据显示，2023年1月至9月，国际旅游业已恢复至疫情前的87%，预计到2023年年底有望恢复到疫情前的95%。

在2023年中国旅游集团发展论坛上，文化和旅游部党组成员、副部长杜江表示，近期，随着多国对华旅游免签政策落地，旅游企业要利用客源优势，融入国际旅游产业链，推动旅行服务免税零售、度假区开发运营等业务走出去。同时，各部门正在共同推动提升来华签证住宿、支付、出行等方面的便利化水平，入境旅游复苏迎来利好。

## “机酒”搜索量大幅上涨

12月7日，新加坡副总理兼财政部部长黄循财在参加中新双边合作联合委员会（JCBC）会议时透露，在新中航班不断增加的基础上，双方将通过30天互免签证安排，加强两国人员往来。

对此，春秋旅游副总经理周卫红表示，对于中国人来说，新加坡是一个云集公务、商务、探亲、求学、研学、旅游等需求为一体的综合性目的地；与此同时，新加坡人来华公务、商务、探亲、旅游的需求也很旺盛。“在没有互相免签时，中新交流往来已经很频繁，如果正式

免签，需求将会被进一步激发。”“免签对于自由行的利好要大于跟团游。”周卫红进一步指出，在免签之前，新加坡团签办理起来较为便捷，只需提供护照信息即可；但对于自由行游客而言，原本需要至少提前7个工作日提交签证材料，确认出签后才能购买机票，免签将省去材料准备与签证办理的时间。

新加坡并不是第一个与中国互相免签的东南亚国家。12月1日，中马两国已经率先实现互相免签。中国对马来西亚持普通护照

人员免签15天，马来西亚则对中国游客实施30天免签证入境措施。

而早在9月25日，泰国已对中国游客实施为期5个月的免签政策。据悉，泰国计划将针对中国游客的免签政策延续至2024年年底，同时考虑在当前免签30天的基础上，大幅延长至90天。

航旅纵横大数据显示，受免签利好政策影响，12月1日至12日，中国内地往来新加坡的航班量超过1000班次，已恢复至2019年同期的82%。

“在免签消息公布后，涉及新

加坡的搜索量环比公布前一小时

增长8成，机票搜索量增长9成，酒店搜索量增长5成。”携程集团相关负责人告诉记者，截至12月14日，平台上新加坡近7日搜索量环比前7日增长了近两成，泰国、马来西亚分别增长了一成。

去哪儿大数据研究院研究员肖鹏表示，此前，在马来西亚宣布对华免签后，马来西亚单独一地的旅客增长并不明显。“一旦新加坡免签，其旅游线路的可玩性也将增加，马来西亚3日游可以延长至新马两地5日至6日游，旅客单次出境游玩更具性价比。”

## 入境游仍有待激活

11月24日，外交部宣布中方决定试行扩大单方面免签国家范围，对法国、德国、意大利、荷兰、西班牙、马来西亚6个国家持普通护照人员试行单方面免签政策。2023年12月1日至2024年11月30日期间，上述国家持普通护照人员来华经商、旅游观光、探亲访友和过境不超过15天，可免办签证入境。

据国家移民管理局统计，12月1日至3日，相关国家人员入境数量持续上升，上述6国共有近1.8万人次入境中国，日均入境人次较11月30日增长39%。其中，有近7000人次是通过免签来华，占到6国入境总人次的39%。

“此举在国际上引起了非常好的反响，既显示了大国自信，又带来实质性改善。”携程集团CEO孙洁表示，但今年入境游还有很大上升的空间，上海市预计接待入境游客300万人次，北京市则预计为120万人次，约为疫情前的三分之一。

环顾其他国家，也都在抢跑入境游。据孙洁介绍，中东地区的卡塔尔、阿联酋和沙特阿拉伯等国家不仅提供免签、航班量翻番，入境后还提供免费的SIM卡；游客在新加坡入境后可以完全自助，无需填表和人工处理，得到全球好评。

杜江表示，目前各部门正在共同推动提升来华签证住宿、支付、出行等方面的便利化水平，文

化和旅游部在抓紧制订入境旅游促进计划，入境旅游复苏迎来利好。广大旅游企业要把握机遇，完善供应链，提升服务效率，推动入境旅游高水平复苏。

记者注意到，今年下半年，文化和旅游部设计制作了“你好中国”对外旅游推广品牌标识，由卡通熊猫形象、“Nihao China”彩色字母以及“你好中国”汉字古风印章构成。目前，相关部门已在英国、法国、美国等国家开展了“你好中国”国家旅游形象推广。

孙洁表示，携程将集中海外资源，以“你好中国”国家形象发布的契机，向全球宣传好中国形象。同时，公司进一步打磨推出更具中国特色、符合外国人生活习惯的产品和服务。

中国旅游集团总经理王海民也指出，产品服务方面，要深入洞察外国游客的需求，打造适配性更高的产品，提质升级国际旅游服务接待水平；旅游推介方面，要用外国人感兴趣的方式，通过内容创新、视角创新，在适合的主流社交平台上加强宣传，增强外国人来华旅游的意愿。

“发展入境游，不仅是增进国际社会对中国优秀传统文化了解、认同的重要方式，也是入境旅游市场的增量机会所在。”王海民总结道。

## 东南亚旅游迎反弹

中国一直是东南亚各国的最大旅游客源地之一，然而，今年中国游客并未像预想的一样涌向这些国家。

最早对中国实施免签的泰国也是如此。11月24日，泰国旅游局方面表示，今年已有约301万中国游客到访泰国，预计全年中国游客将保持在340万至350万。而在今年上半年，泰国旅游局方面曾预计，全年将有530万至700万中国游客赴泰旅游。

记者注意到，随着马来西亚和新加坡先后宣布对中国免签，加之元旦、春节假期临近，东南亚出境游的平淡局面有望被打破。

“预订12月前往‘新马泰’的团队游产品环比增长63%。”据携程集团相关负责人介绍，目前，携程已推出新春出境游专题活动，上线多条包含新加坡在内的旅游线路，近期从北京出发的新加坡和马来西亚6日跟团游最低2744元起。

周卫红也表示，春秋旅游元旦期间的新马连线产品均成团，仅有少量余位；春节期间，春秋旅游赴“新马泰”的产品选择面很广，三国单一航线和新马连线均有覆盖，能够满足不同游客的出游需求。同时，春秋旅游新加坡业务板块也将筹备“新马泰”10日连线产品。

“截至12月12日，元旦假期出入境机票预订量超过34万，比上周增长约13%。”航旅纵横行业总监赵楠告诉记者，从元旦假期订票量来看，新加坡位居我国最热门出境游目的地前五位。如果在元旦、春节假期落实免签政策，将大大促进相关航线的恢复情况，带动泰国、马来西亚等地区迎来新一轮的民航旅客增长。

携程统计数据显示，截至12月14日，预订元旦出境游订单量同比增长近5倍，预订春节出境游订单量同比增长21倍。2024年春节热门出境旅游目的地为日本、泰国、澳大利亚、马来西亚、中国香港、新加坡、韩国、新西兰、中国澳门和印度尼西亚。

另据爱彼迎发布的2023年冬季中国出境游趋势报告，中国用户的出境游需求将在“十一”黄金周同比增加8倍的基础上进一步提速。“计划在春节长假进行出境游的中国用户，相关搜索热度已飙升至同比14倍以上。”

爱彼迎方面表示，每年年末都是出境游的热门时段，叠加寒假、元旦、春节等更方便游客安排假期。泰国、马来西亚和印尼成为今年“冬鸟南飞”的首要目的地，其中，泰国普吉岛、苏梅岛、印尼巴厘岛和马来西亚亚庇最受欢迎。

# 创新药“九死一生”:舒泰神1.5亿元研发项目终止

本报记者 晏国文 曹学平 北京报道

当前,国内创新药行业发展如火如荼,不过创新药研发仍是“九死一生”。近期,多个创新药研发项目遭遇意外,宣布终止临床试验。

2023年12月11日,舒泰神(北京)生物制药股份有限公司(300204.SZ,以下简称“舒泰神”)发布公告称,公司及全资子公司北京三诺佳邑生物技术有限责任公司(以下简称“三诺佳邑”)终止STSG-0002注射液临床试验。

终止的原因,经与主要研究者充分沟通现有临床试验数据,公司认为,目前观察到的初步有效性数据

未达到预期,后续受试者继续接受试验药物获益有限,为降低受试者风险,三诺佳邑和主要研究者共同决定终止该项目的相关临床试验。

据披露,STSG-0002注射液研发投入共计1.5亿元(未经审计)。

12月21日,《中国经营报》记者以投资者身份联系舒泰神方面。相关人士介绍,STSG-0002注射液的研发投入在前期已经计入了当期的研发支出/费用,不会影响今年的损益表。新药研发风险系数较高,这个项目体现了这一点。后续公司的研发布局会考虑到技术难度、研发资源分配等,优先聚焦管线中推进较快的优势项目。

## 临床试验历时超4年

今年12月11日,与STSG-0002注射液相关的4项临床试验均主动终止。

从递交新药临床试验申请到终止临床试验,STSG-0002注射液的临床研发经历超过4年。

历史信息显示,2019年6月18日,舒泰神及三诺佳邑向国家药品监督管理局(以下简称:“国家药监局”)提交关于治疗乙型肝炎病毒感染相关疾病的基因药物(项目名称:STSG-0002注射液)的新药临床试验申请。2019年9月19日,舒泰神及三诺佳邑收到国家药监局签发的《临床试验通知书》。2023年5月,STSG-0002注射液完成Ib/II期临床试验的首例受试者给药。

2023年12月11日,舒泰神公告表示,根据Ia及Ib/II期临床试验及长期随访结果,STSG-0002注射液安全性和耐受性良好,未发生严重不良事件,未发生3级以上不良事件。经与主要研究者充分沟通现有临床试验数据后认为,目前观察到的初步有效性数据未达到预期,后续受试者继续接受试验药物获益有限,为降低受试者风险,三诺佳邑和主要研究者共同决定终止该项目的相关临床试验。

临床试验终止后,该临床试验将停止入组,已经入组的受试者将继续按照临床试验方案进行随访和长期随访,已入组受试者的权益将得到充分保障。

记者查询国家药监局药物临床试验登记与信息公示平台注意到,与STSG-0002注射液相关的4项临床

试验均在今年12月11日主动终止。登记号为CTR20230448的临床试验显示,试验通俗题目为评价STSG-0002注射液对慢性乙型肝炎经治患者的安全性和有效性。该试验目标入组人数为32人,已入组和实际入组人数均为9人。2023年4月25日,该试验第一例受试者签署知情同意书;5月8日,第一例受试者入组。今年12月11日,试验主动终止。

该试验主要研究者是北京大学第一医院主任医师王贵强教授。临床试验参加机构有北京大学第一医院、北京大学人民医院、首都医科大学附属北京佑安医院和重庆医科大学附属第二医院。

舒泰神2019年至2023年上半年财报信息显示,STSG-0002注射液的开发支出分别为2342万元、2799万元、2938万元、3044万元、1117万元,合计约1.224亿元。

记者查询舒泰神官网的研发管线图注意到,STSG-0002注射液和另一款名称为“治疗艾滋病的细胞治疗药物”的在研药物,目前都已不再显示临床试验进度。

对此,舒泰神方面表示:“治疗艾滋病的细胞治疗药物没有终止,因为本身没有对外公开披露过进展。按照深交所的信息披露规则,药物提交IND(新药临床研究申请)或受理才是第一个公告的节点,目前该项目还未到上述阶段。如果项目到了IND阶段,公司会按信息披露规则发布公告。”

## 科华生物第一大股东或将易主

本报记者 张悦 曹学平 北京报道

近日,上海科华生物工程股份有限公司(002022.SZ,以下简称“科华生物”)公告,其第一大股东珠海保联投资控股有限公司(以下简称“珠海保联”)拟通过公开征集受让方的方式协议转让其持有的公司5%股份,并拟将其持有公司的10.64%股份对应的表决权无偿委托给受让方。

根据公告,若本次公开征集转让及表决权委托实施完成,科华生物第一大股东将可能发生变更。交易成功后,受让方将直接持有5%科华生物股份,并通过表决权委托方式控制科华生物10.64%表决权,将合计控制科华生物15.64%表决权。

珠海保联拟转让科华生物5%股份(对应约2571万股股份),本次股份转让价格不低于人民币20元/股(含),意味着本次交易价格或将超过5亿元。

消息发布后,科华生物12月15日、12月18日连续2个交易日收盘价格涨幅偏离值累计超过20%。截至12月21日收盘,科华生物股价为10.74元/股,总市值55.24亿元。

就参与征集的受让方相关情况以及未来公司经营安排等问题,《中国经营报》记者致函致电科华生物,其工作人员表示对于参与征集的具体对象并不了解,采访事宜将向相关负责人传达,截至发稿时记者未获回复。

## 再度拟转让

目前珠海保联持有科华生物9586.3万股股份,股份性质为非限售法人股,占科华生物总股份数的18.64%,为科华生物第一大股东,其中2400万股处于质押状态。

2020年5月,格力地产(600185.SH)的全资子公司珠海保联以18元/股的价格受让科华生物原第一大股东所持股份,总计代价为17.3亿元。

科华生物主营业务为体外诊断试剂、医疗检验仪器的研发、生产和销售,产品品类涉及分子诊

断、生化诊断、免疫诊断领域。

2018年,为提升科华生物在分子诊断领域的竞争优势,科华生物取得西安天隆科技有限公司(以下简称“西安天隆”)和苏州天隆生物科技有限公司(以下简称“天隆公司”)各62%的股权。而随着新冠肺炎疫情后天隆公司经营业绩的爆发性增长,双方就此前协议中关于天隆公司剩余38%股权的归属产生分歧,科华生物曾公告天隆公司“失控”,并与天隆公司少数股东对簿公堂,仲裁涉及金额超过百亿元。

事实上,科华生物的高管团队在其与天隆公司和解后也有所调整。

今年4月,科华生物公告,CHEN CHAO辞去公司总裁职务,唐珺辞去公司证券事务代表职务。科华生物聘任李明为公司总裁,聘任CHEN CHAO为公司高级副总裁。

科华生物三季报显示,2023年前三季度受市场环境变化、行业竞争加剧和集采政策推行等因素影响,公司营业收入同比有所下滑。今年年初至报告期末科华生物营收为19.04亿元,同比减少64.62%;净利润为-1995.41万元,同比减少101.67%。

2021年5月,圣湘生物(688289.SH)拟以19.5亿元的价格受让珠海保联持有的科华生物18.63%股权,因项目推进过程中股权转让过户事宜未能完成,无法达到交易各方的预期,三个月后该项收购作罢。彼时公告显示,珠海保联所持有的科华生物股份如重新对外转让,同等条件下圣湘生物具有优先购买权,且该优先权不可撤销。

珠海保联成为科华生物第一大股东后,科华生物股价一度突破20元/股,此后逐渐回落。

科华生物2023年半年报显示,上年同期数据中天隆公司未纳入合并范围,报告期内营业收入为13.96亿元,同比增长54.66%;净利润为2112.80万元,同比减少54.50%。2023年上半年,西安天隆营收为6.69亿元,占科华生物总营收的比例近48%。

科华生物的高管团队在其与天隆公司和解后也有所调整。

今年4月,科华生物公告,

根据公告,科华生物公开征集提示性公告日前30个交易日的平均股价为9.02元/股;最近一个会计年度科华生物经审计的每股净资产值为9.36元/股。故而珠海保联的最终转让价格也令市场关注。

对于谁将成为珠海保联的受让方,市场也有诸多讨论。拥有优先购买权的圣湘生物是否将“接手”受到关注。

圣湘生物方面12月21日向记者表示,公司曾于2021年与珠海保联签订《股份转让协议之终止协

议》,珠海保联所持有的科华生物股份如重新对外转让,同等条件下公司具有优先购买权,且该优先购买权不可撤销。公司将视具体情况决定是否行使本项权利,以公司披露于上海证券交易所官方网站的公告信息为准。

西安天隆也被部分投资者认为是珠海保联股权受让方的选择之一,对于西安天隆是否有意愿参与本次公开征集,记者致函致电西安天隆,工作人员表示将向相关同事转达。截至发稿时记者未获回复。

信息披露义务。

“百亿仲裁案”落幕后,科华生物的未来发展也受到投资者关注。

对于股权的转让,意向受让方除了应满足基本条件外,珠海保联提出了意向受让方应提出有效的措施或方案,促进上市公司及其子公司的持续及协同发展,为上市公司引入有效的管理、技术、市场或产业协同等战略资源,协助上市公司提升产业竞争力等要求。

根据公告,本次公开征集期为2023年12月15日至2023年12月28日。珠海保联将在综合考虑各种因素的基础上选择受让方。同等条件下,符合本次征集资格条件且存在国有及国有控股企业股东或投资人的受让方将优先考虑。

## 连续3年重金投入研发

2020年、2021年和2022年,舒泰神研发费用分别为2.43亿元、3.62亿元和3.63亿元。



2023年12月11日,舒泰神及其子公司宣布终止STSG-0002注射液临床试验。

视觉中国/图

度,舒泰神营业收入为2.74亿元,同比下降28.33%;归属于上市公司股东的净利润为-1.85亿元,同比下降19.43%。

舒泰神的研发管线主要聚焦于神经系统疾病、感染系统和自身免疫系统疾病的治疗性药物。处于临床研究阶段的主要研发项

目分为单抗药物、蛋白药物、基因治疗药物、化学药物。

研发管线中,进展较快的是BDB-001注射液项目,有3个适应证,分别为COVID-19、中重度化脓性汗腺炎、抗中性粒细胞胞质抗体相关性血管炎。针对COVID-19适应证的临床研究已

经进入III期,针对后两个适应证的临床研究目前在II期。

近期,BDB-001注射液项目取得新进展。12月19日,舒泰神公告披露,BDB-001注射液项目已被国家药监局药品审评中心(CDE)纳入突破性治疗品种名单。

## 新药研发风险高

近期,多个创新药研发项目遭遇意外,宣布终止临床试验。这也再次表明,创新药研发是件高风险的事情。

截至2023年12月21日,国家药监局药物临床试验登记与信息公示平台登记的试验总数为22895项,主动终止的有626项,约占试验总数的2.73%。主动终止的试验中,药物类型为中药/天然药物、化学药、生物制品的有13项、421项、192项。

据《中国临床药理学杂志》2022年11月发布的一篇论文《我国主动终止药物临床试验情况分析》,“722临床试验数据核查”之后,2016年CDE年药品受理数量由此前的年均8000余个减少至3779个,但是到2018年数量又开始大幅上升。近年来,医

药企业新药研发热度持续增高,2020年及2021年受理数量均超过1万个。

根据国家药监局药物临床试验登记与信息公示平台主动终止项目的公示内容,项目主动终止的前四大原因主要有:申办者研发战略调整、临床试验失败、试验方案设计有误需要变更方案、试验入组困难,占比分别为23.2%、21.7%、15.6%、10.1%。

记者梳理发现,除了此次舒泰神终止STSG-0002注射液临床试验外,2023年行业内也有复星医药(600196.SH)、歌礼制药(1672.HK)等多家知名药企主动

终止创新药临床试验。

2023年6月14日,歌礼制药通过公告披露,终止ASC06和ASC09两款创新药项目的研发。前者是用于治疗肝癌的候选药物,后者是一种HIV(艾滋病)蛋白酶抑制剂候选药物。

歌礼制药终止ASC06和ASC09两款创新药项目研发的主要原因,均为其他公司同类产品取得较大临床或商业化进展,而自身产品缺乏竞争优势。

上海睿郡资产管理有限公司医药行业研究员魏志华向记者指出,创新药的研发是九死一生,其安全性、有效性需要经过严格

的I、II、III期临床试验。有统计数据表明,美国的创新药从临床I期到最终获得FDA批准的概率约9.6%,其中由II期临床进入III期临床最为关键,成功率也是最低的,大约30%。近期,多个创新药研发项目遭遇意外,宣布终止临床试验。这也再次表明,创新药研发是件高风险的事情。因此,背后需要有完善的制度支持,包括融资体系、支付体系等配套,以及投资者对研发容忍度的提高。

“对于投入创新药研发项目的公司来说,在项目POC(概念验证)阶段,要做更充足的准备。”魏志华说。

# 三一集团 All in 第三次创业：光伏业务能否做到“中国第一”？

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

12月15日，在三一能源装备产业园内，三一硅能株洲5GW N型TOPCon太阳能电池制造基地投产仪式顺利举行。该项目仅用152天完成建设并投产，创造了湖南省10亿元以上项目最快投产的“株洲速度”。

这正是三一集团加速布局光伏业务的一个缩影，也是三一集团

All in 第三次创业并转型绿色能源产业的重要一环。

三一集团创始人、原董事长梁稳根曾谈及三一集团的三次创业经历，并在“退居幕后”前提出了万亿市值的目标。“1986年，梁稳根带领创业团队，成立了涟源茅塘焊接材料厂，也就是三一集团的前身，将焊接材料做到市场第一；1994年，三一集团开始第二次创业，从涟源到长沙，从特

种材料到装备制造，三一重工完成股权转让改革，成为全球机三强。”

如今，三一集团开启第三次创业，加快推进“全球化、数智化、低碳化”战略转型，并全面布局风、光、储、氢新能源产业链及部分核心装备技术。2022年，三一集团正式进军光伏产业，并成立三一硅能。2023年以来，公司进一步加速推进垂直一体化产能建设，推进规

模化落地。

关于三一硅能的垂直一体化产业布局的进展，三一硅能方面对《中国经营报》记者表示，临近年底比较忙，数据仍待统计，不便接受采访。一位业内人士向记者表示，今年三一硅能的光伏业务仍处于初步发展阶段，垂直一体化产能达到5GW，预计组件出货量300兆瓦左右，明年表现会更好一些。



如今，三一集团开启第三次创业，加快推进“全球化、数智化、低碳化”战略转型，并全面布局风、光、储、氢新能源产业链及部分核心装备技术。图 视觉中国/图

TOPCon太阳能电池制造基地项目投产。

相比湖南，三一硅能在山西的光伏制造落地速度也同样不慢。2023年9月，三一朔州一期5GW单晶硅项目投产。10月6日，该项目首根单晶硅棒产品下线，这也为未来公司在山西单晶硅棒实现规模化落地奠定了基础。

紧接着，10月27日，三一朔州二期大尺寸超薄单晶硅片项目和三一集团平鲁区整区分布式光伏发电项目合作协议签订。12月9日，三一朔州二期超薄单晶硅片项目首刀硅片成功下线，这也意味着该项目正式进入试生产阶段，为项目量产打下基础。

三一硅能在2023年4月通过官方微博发布《三一集团稳步进军光伏产业》一文称，三一集团有超过10GW的硅片、电池和组件工厂正在建设中。三一硅能副总经理张淳在接受行业媒体记者采访时称，今年将在中试线基础上完成5GW—10GW的全产业链布局，计

划三年完成50GW的全产业链布局（含国内外）。

2023年5月，SNEC第十六届（2023）国际太阳能光伏与智慧能源大会暨展览会（以下简称“SNEC2023”）在上海召开。彼时，三一硅能也首次公开亮相。

三一集团董事、三一硅能董事长代晴华还出席了SNEC2023全球绿色能源领袖对话并发言。“三一集团进军光伏产业，源自对新能源的未来充满信心，当前我们正处于中华民族伟大复兴的中国梦与第四次工业革命叠加第三次能源革命的超级技术窗口期，我们将新能源的转型作为三一集团的第三次创业，对新能源革命充满了期待。”代晴华说。

代晴华还表示：“作为后加入者，我们希望以技术创新来提供光伏行业的更优解决方案，通过国际化的发展，解决全球对新能源需求的一些担忧及布局的不平衡，这也是我们中国企业家的巨大机会。”

记者注意到，三一集团旗下除了三一硅能布局光伏制造外，三一

重能此前也涉足了光伏领域。

2023年9月，三一重能发布公告称，基于战略发展需要，为减少关联交易，在保留自发自用的光伏电站外，将涉及分布式光伏电站运营管理业务的11家全资子公司100%的股权转让给关联方三一重工。

与此同时，三一重能在10月入股了清电光伏科技有限公司。相关资料显示，后者为清电集团（含有新能源投资、光伏制造、环保和农业业务）旗下光伏板块，业务覆盖工业硅、多晶硅、单晶硅及硅片全产业链。

三一重能人士告诉记者，目前除自用的厂房屋顶光伏外，公司并没有其他光伏业务。“此前，三一集团旗下有很多事业部建了一些厂房屋顶光伏电站，它们属于三一重能旗下，现在为了减少关联交易，因此划至三一重工。此外，投资清电光伏属于股权投资，投资比例较低，这种动作一般考量产业链公司上市或业务协同，我们看好它的增长前景。”

## 能否扛过周期风暴？

当前对于入局时间尚短且产能规模并不靠前的三一硅能而言，实现较好盈利不容易。

近三年，在碳中和潮流背景下，光伏赛道变得越发拥挤。《大国光伏》一书记载，截至2022年8月，中国光伏相关企业数量达到49.62万家，仅2022年1—8月就新增9.15万家，同比增长45%。

作为刚入局的跨界者，三一集团选择了垂直一体化制造模式，并投入了最新N型TOPCon电池技术。这也是当下光伏行业的主流趋势。

在垂直一体化模式下，当前光伏新老玩家主要通过直接争抢终端电站项目投资“金主”或中间电站项目承包商销售光伏组件产品。值得一提的是，尽管三一集团在风电领域深耕多年，积累了稳定的客户资源，但面对身经百战的光伏巨头们和众多跨界者想要从中分走一杯羹仍面临竞争压力。

据三一硅能消息，SNEC2023期间，三一硅能便签订了国内外订单11.7GW，其中与江西电建达成了5GW的合作意向。有业内人士向记者表示，2023年三一硅能的光伏业务仍处于初步发展阶段，组件出货大约300兆瓦，明年表现会更好一些。不过，这一数据并未得到三一硅能方面的确认。

目前，三一硅能正在加速拓展市场，并逐渐走向激烈的竞赛场中央。比如记者注意到，除了上述与江西电建签订合作意向订单外，三一硅能在2023年10月才进入大唐集团的光伏组件准入供应商目录。2023年11月，在组件招投标中出现了三一硅能的身影。

值得一提的是，三一硅能布局光伏业务之际，恰逢行业进入新一轮的产能过剩周期，行业迎来“史上最强内卷”。

在供过于求的市场环境下，光伏市场加速进入调整并走向出清。有的光伏企业放缓了投资步伐，甚至暂停了投资。有的光伏企业还出现了减产、停产的现象。

当前最直观的市场表现

便是光伏产品跌价。在上游多晶硅价格传导下，目前组件价格一路下跌，年内已出现腰斩。

InfoLink Consulting 12月14日的数据显示，当周组件国内182型PERC单面新签价格在0.92元/瓦—0.93元/瓦，少量已开始谈判0.9元/瓦、0.85元/瓦。TOPCon组件价格每瓦在0.9元—1.18元，后续新签订单已经接近0.98元/瓦—1.05元/瓦。

记者了解到，目前三一硅能的TOPCon组件报价处于行业的中间水平，在1元/瓦左右，可根据规模略有调整。

随着光伏价格下行，企业的盈利能力难免承压。10月31日，隆基绿能创始人、总裁李振国在第三季度业绩说明会上表示，光伏组件环节出现直逼1元/瓦的非理性价格，这一价格水平全产业链都很难盈利。即使一体化产业链企业在1元/瓦的水平上也只能勉强维持。

晶科能源和晶科科技董事长李仙德近期则表示，光伏组件价格即使降至1元/瓦，对于光伏垂直一体化企业来说仍有盈利空间。

不过，当前对于入局时间尚短且产能规模并不靠前的三一硅能而言，实现较好盈利不容易。

三一国际2023年上半年业绩报告显示：“自收购事项以来，三一硅能截至2023年6月30日已经为本集团贡献0.37亿元的收入及0.22亿元的综合亏损。”

三一硅能光伏业务的发展，仍有待时间的检验。

按照三一集团此前制定的目标，其工程机械、港口机械、煤机矿车业务要成为世界第一，风能装备、新能源商用车、石油装备、电池装备、氢能装备、光伏装备成为中国第一，工业互联网、动力电池、光伏产业、建筑工业化、环保装备、投资协同实现破局。

# 红海危机波及航运 国际油气价格影响几何？

本报记者 陈家运 北京报道

## 多公司暂停红海运输

12月18日，英国石油公司（BP）宣布将暂停所有通过红海的运输。消息公布后，欧洲天然气价格迅速飙升。截至12月19日，英国天然气主连盘上涨超过13%，收盘涨幅回落至6.66%。

此前，由于多艘船只行至红海水域时遭到也门胡塞武装袭击，地中海航运公司、达飞海运集团、马士基集团、赫伯罗特公司等多家国际航运巨头都暂停了其

集装箱船在红海及其毗邻海域的航行。

红海是进入苏伊士运河的必经之路，避开红海将意味着放弃通过苏伊士运河进入地中海。光大证券研报数据显示，苏伊士运河承载着10%左右的全球海运贸易总量，是连接亚洲和欧洲最为重要的航运通道。

陈昭娟告诉记者，作为全球海运的重要航道，苏伊士运河扮演着

欧洲、亚洲、非洲十字路口的角色，同时也是北美至亚洲的快捷航线。

随着红海事件的爆发，马士基集团、赫伯罗特等航运企业已暂停在红海和苏伊士运河的航行。多家海运公司正在考虑绕行好望角，以确保货物安全送达目的地。

然而，绕行非洲西南端的好望角将增加数千英里的航程，这也意味着燃料成本上升。

陈昭娟表示，绕行好望角带来

的直接影响是国际运费的上涨。据了解，已有相关航线运费较12月上半月上涨约6倍。

“红海停运对欧洲地区的影响尤为明显，由于地缘政治因素，欧洲部分管道气供应已逐步替换为LNG，在欧洲LNG进口来源国中，卡塔尔位列第二，2022年欧洲自卡塔尔地区进口的LNG约占总量的四分之一。”陈昭娟进一步解释称，因此来自中东地区的LNG资源送

至欧洲需绕路好望角，而改道好望角航线一方面会使运输时间延长，另一方面则是引发运费上涨。欧洲地区或面临阶段性短缺和接货价格高涨的问题，从而加剧国际LNG供需错配矛盾。

国际航运公会发布消息称，本轮避开苏伊士运河、绕行非洲西南端的好望角，意味着航行成本增加、航运天数增多，交货时间也会相应推迟。

为完善的管道输气和液化天然气进口体系。国内市场上的天然气消费主要集中在城市居民使用、工业生产和电力行业方面，随着国民经济的发展和政策的推动，这些需求预计还会继续增长。

对于后市行情，陈昭娟分析，地缘因素影响短期难消，欧洲气价仍有上行空间，国际供需错配矛盾或将逐步渗透至中国市场，可能在一定程度上对已进入上行周期的国内市场起到推波助澜的作用。综合来看，预计短期国内LNG市场仍保持偏强运行，但国际影响始终有限，当前国内市场走势仍需密切关注国内自身驱动因素的变化。

## 国内LNG进口影响有限

“中国LNG进口资源主要来源于澳大利亚、卡塔尔和马来西亚等地，而这些地区的LNG运输均不受红海事件的影响，因此无论是航运暂停还是航线调整，对中国LNG进口影响相对有限。”陈昭娟表示。

卓创资讯的船期数据显示，未来几天到港的船期受红海事件的影响也相对较小。然而，欧洲和亚洲地区作为全球主要的LNG进口地，欧洲市场的价格变动将不可避免地影响到亚洲市场。此外，与欧洲气价关联度较大的东北亚LNG现货到岸价格变化需要一定的时间周期进行反映。预计未来东北

亚现货到岸价仍有一定上行空间，可能间接影响到国内天然气市场。

中研普华研究员李芬珍子告诉记者，短期来看，红海局势对国内天然气市场影响甚微。如果航运公司长期无法继续供应天然气，可能会导致全球天然气供应中断或减少，从而对中国市场造成一定影响。

目前，市场整体保持稳定。截至12月19日，中国LNG地区成交均价为5544.38元/吨，较上月末下滑11.65%。较今年1月5日的最高价6862.48元/吨，下滑19.21%。陈昭娟表示，近期LNG价格下滑主要是受前期北方多地降雪天气影

响，导致多地高速出现封闭现象，上游出货压力加大，进而通过降价刺激销售。此外，近日西部液厂气源成本下调，也未能对市场价格形成有效支撑。

在管道气市场，由于近日我国多地气温出现“断崖式”下滑，居民采暖需求增量明显。据卓创资讯监测，多地城燃管道供应压力有所加大，全国天然气用量已突破峰值，叠加进口管道减量等利空影响，国内管道气整体供需偏紧。

对此，陈昭娟指出，LNG市场一方面受管道气供应偏紧影响，部分液厂出现停售、限售优先保居民用气现象，接收站气化外输量有

# 需求增长叠加成本高企 钛白粉巨头纷纷提价

本报记者 陈家运 北京报道

近日,龙佰集团(002601.SZ)、中核钛白(002145.SZ)以及鲁北化工(600727.SH)等多家钛白粉巨头纷纷宣布上调产品价格。

《中国经营报》记者从多家企业了解到,此轮涨价的原因主要是

## 海外需求旺盛

受外贸市场需求增加,钛白企业订单增加,厂家库存处于低位,市场报价维持坚挺。

根据龙佰集团发布的信息,从2024年1月1日起,该公司各种型号的钛白粉产品销售价格在原价基础上,对海外市场国际各类型客户上调100美元/吨。此外,另一家行业巨头中核钛白也发布了相同涨幅的涨价公告。

高梦涵认为,此次涨价反映了全球经济的复苏,尤其是发达国家市场对钛白粉的需求不断增长。作为全球最大的钛白粉生产国,我国拥有丰富的资源和先进的技术,能够满足全球市场的需求。

事实上,今年以来钛白粉国外出口市场保持良好态势。海关数据显示,2023年10月,中国钛白粉出口量达到11.88万吨,尽管环比下降了18.02%,但同比2022年同期仍实现了19.95%的增长;2023年1—10月,钛白粉累计出口量约为137.34万吨,同比增长17.19%,出口量增加约20.15万吨。这表明,中国钛白粉在国际市场上的竞争力不断提升。

隆众资讯分析师王晓倩向记者分析指出,2019—2023年,中国钛白粉出口量逐年递增,目前出口依存度达到41%。2022年出口量达140.58万吨,同比增加7.17%,创下近5年来

现阶段海外需求旺盛,企业订单充足。同时,今年以来成本端长期处于高位,因此本次涨价有助于改善企业利润。

中研普华研究员高梦涵向记者表示,此次钛白粉企业上调出口价格,主要归因于发达国家市场的

复苏,导致钛白粉的需求不断增长。同时,国内高质量产品竞争力也在不断增强。而在国内市场,由于原材料钛矿、硫酸价格一直高位运行,厂家面临着较大的成本压力,因此不得不相应地上调产品价格。



近日,龙佰集团、中核钛白以及鲁北化工等多家钛白粉巨头纷纷宣布上调产品价格。图为中航国际涂料油墨及黏合剂展中核钛白展台。  
视觉中国/图

的新高。她预计,2023年出口量将达到162万吨,有望再创新高。

随着国内钛白粉项目的改扩建,我国钛白粉产量增长率长期高于表观消费需求增长率。为了缓解这一问题,钛白粉生产企业积极拓展海外市场。

王晓倩表示:“国内钛白粉行业随着产能的增加,在国际上的地位不断提升。中国钛白粉产能占全球产能的50%以上,是全球钛白粉第一生产大国。国产的硫酸法钛白粉在国际市场有价格优势,利好出口市场,且供应稳定,质量优良,市场份额逐渐增加。”

值得注意的是,在2023年,国

外钛白粉企业泛拓关停了意大利和德国的两家工厂,并随后宣布申请破产保护。此外,8月科慕也宣布关闭中国台湾观音钛白粉工厂。

“这些关停事件导致全球钛白粉产能缩减,更加利好我国钛白粉出口市场。”王晓倩说。

涂多多分析师齐宇也表示,钛白粉市场需求有所改善。截至12月21日,中国金红石型钛白粉含税出厂价格为15200元—16500元/吨,锐钛型钛白粉含税出厂价格为13600元—14200元/吨。受外贸市场需求增加,钛白粉企业订单增加,厂家库存处于低位,市场报价维持坚挺。

## 产品价格持续上调

此次国内市场涨价主要是钛白粉的主要原材料包括硫酸、钛矿石等价格的上涨直接推高了钛白粉的生产成本,进而导致价格上涨。

在国内市场,钛白粉企业也面临着成本上升的压力。鲁北化工、湖南创大玉兔等公司决定自2023年12月18日起,调整金海硫酸法及祥海氯化法钛白粉的市场价格。此次调价涉及国内客户,在原价基础上上调500元/吨。

记者注意到,这是今年钛白粉企业集中第7轮涨价。此前,国内钛白粉企业分别在2月1日、3月1日、4月12日、7月26日、8月24日、9月19日宣布涨价。

高梦涵告诉记者,此次国内市场涨价主要是钛白粉的主要原材料包括硫酸、钛矿石等价格的上涨直接推高了钛白粉的生产成本,进而导致价格上涨。

鲁北化工在涨价函中也提到,根据近期钛白粉原材料价格上涨,以及实际库存情况,公司决定自2023年12月18日起,调整金海硫酸法及祥海氯化法钛白粉的市场价格。此次调价涉及国内客户,在原价基础上上调500元/吨。

高梦涵进一步指出,钛白粉原材料钛精矿和硫酸占比达到50%左右,上述两个产品价格走势,均处于近十年价格的历史高位区间。尤其是去年受多重因素影响,原油国际大宗商品价格持续上涨,国内硫酸、氯气等基础材料价格出现了阶段性暴

涨,这也导致钛白粉原材料成本上涨明显。钛白粉的另一重要原材料——钛精矿也出现了暴涨。

齐宇表示,截至12月21日,攀矿钛矿价格高位运行,导致下游成本压力较大,采购多仍较为谨慎;下游市场开工恢复,钛矿需求稳定,市场供需基本平衡。然而由于成本高位,市场维持刚需,后期价格预计平稳运行。

生意社方面也表示,目前原料行情高位,钛白粉厂家压力较大,多交付前期订单,新单成交一般,整体来看以维稳运行为主。

## 市场需求稳定增长

预计到2025年,我国涂料产量将达到3000万吨,2021年至2025年复合增速为4.96%。未来随着房地产景气度好转,有望进一步拉动钛白粉需求,带动钛白粉价格上涨。

市场需求稳定上升也是此次涨价的重要原因。

高梦涵表示,随着全球经济好转,全球建筑、涂料、塑料等行业对钛白粉的需求不断释放,现货资源供应偏紧,价格随之上涨。同时,国内钛白粉产线检修节奏提前、库存偏低、下游积极囤货,价格进一步攀升。

“供需方面,虽然今年稳地产政策频出,对涂料行业形成利好,钛白粉的需求或将有所增加,但下游需求到底能增加多少是未知数。”高梦涵认为,长期来看,市场需求面支撑力度待考,未来行业持续扩产,仍有新增产能待落地,价格上行动力依然不足。未来对于钛白粉企业来说,要想获得稳定利润,要抓住矿产原料来源,持续降低成本,要么大力发展第二产业。

业内人士告诉记者,从长远角度来看,钛白粉应用场景众多,随着全球经济的发展和人民生活水平的提高,尤其是人口众多的发展中国家工业化和城镇化的发展,将刺激钛白粉产品需求不断增长。全球涂料、油漆需求呈增长态势,同时国内房地产行业庞大的存量与翻新需求量,也拉动了涂料、油漆需求增长,成为钛白粉市场增长的额外推动力。

中国涂料工业协会数据显

示,预计到2025年,我国涂料产量将达到3000万吨,2021年至2025年复合增速为4.96%。未来随着房地产景气度好转,有望进一步拉动钛白粉需求,带动钛白粉价格上涨。

另外,龙佰集团方面表示,由于涂料行业、塑料行业和造纸行业等下游行业的需求日益增加,全球钛白粉消费量出现稳定增长。2016年至2021年的复合年增长率为3.9%。“根据相关专业机构统计及预测,因全球经济低迷影响,市场需求不及预期,2022年全球钛白粉市场需求量约为690万吨,预计2025年达到750万吨。”

# 氢能产业化加速 系列基础设施持续落地

## 央企加大布局

本报记者 李哲 北京报道

12月20日,西南地区最大的燃料电池车用氢供应中心在重庆正式投运,该项目具备3000标准立方米/小时的供氢加氢能力,这是中国石化在西南地区的首个供氢中心。

《中国经营报》记者注意到,近年来,我国氢能产业呈现出强劲的发展势头。随着全球对清洁能源需求的日益增长,氢能作为一种高效、环保的能源形式,受到广泛关注。在此背景下,我国氢能产业正在加速推进,围绕氢能的一系列基础设施持续落地。

如今,越来越多的企业将目光聚焦于此。12月7日,许继电气提出拟设立许继电气氢源技术分公司,拓展其在氢能领域的业务布局。同时,国鸿氢能科技(嘉兴)股份有限公司(以下简称“国鸿氢能”)和河南金源氢能科技股份有限公司也相继在港交所上市,这意味着氢能产业的市场化进程正在加速推进。

近年来,国家电投、国家能源集团、中国石油、中国石化、中国海油等央企直接参与制氢、加氢、装备制造等环节的研发生产。其中,中国石化以打造规模最大、科技领先、管理一流的中国第一氢能公司为目标,聚焦氢能交通、绿氢炼化两大领域,大力发展氢能一体化业务。

12月20日,西南地区最大的燃料电池车用氢供应中心在重庆正式投运。该项目由中国石化主导,具备3000标准立方米/小时的

供氢能力,是中国石化在西南地区的首个供氢中心。满负荷运行条件下每天可向社会供应纯度为99.999%的高纯氢6400公斤,可满足260辆氢燃料物流重卡用氢需求。该项目采用中国石化自主提纯技术,综合成本较常规氢气生产可降低30%以上。

此外,11月20日,国家管网宣布国内首次全尺寸掺氢天然气管道封闭空间泄漏燃爆试验成功。实施这次实验选用323.9毫米管径

管道最大掺氢比例为30%,是我国最大尺度的管道掺氢天然气燃爆试验。

天然气管道掺氢输送是将氢气与天然气进行不同比例混合,再利用现有天然气管网进行输送,掺氢天然气可被直接利用也可以将氢和天然气分离后单独使用。我国现阶段天然气掺氢利用的比例为3%,欧美部分国家天然气掺氢运输最高比例已经达到20%。

在“双碳”目标的推动下,我

国能源产业正在加速转型。新能源在能源结构中的占比持续增加。氢能以其能量密度高、全环节低碳排甚至零排放的优势,在我国能源结构中的占比正在持续上升。

12月10日,齐齐哈尔百万吨级氢基绿色能源基地在讷河市启动。该项目由国家电投集团黑龙江公司主导建设,总投资420亿元,规划建设350万千瓦离网风电,配套16.4万吨/年制氢系统,可实现年产40万吨绿色航煤和40

万吨绿色甲醇。

记者了解到,2022年我国氢气产量3781万吨,占全球37.1%。目前我国以煤制氢为主,但随着“双碳”政策的实施以及对清洁能源的需求增加,将持续增加更加清洁的制氢方式比例。

中国石化方面表示,除了加快加氢站布局外,其还在氢能产业链上持续加大投入。截至目前,已在全國先后建成11个氢燃料电池供氢中心。

## 产业链条雨绸缪

近年来,我国围绕氢能产业的政策和标准体系持续强化,氢能管理规范陆续出台。地方政府围绕项目投资、装备制造、企业引进等方面完善政策体系以引导产业发展。

在政策层面,26个省、区、市已公开发布氢能及燃料电池产业专项政策316项,新增政策中明确给予财政补贴的政策占比超过40%。氢能项目审批流程制度逐步明确。此外,38个地方政府发布了加氢站建设审批规范文件,如山东、吉林、广东、上海等多个省市非化工园区制加氢

项目管控放开。氢能标准体系逐步健全,已发布氢能相关国家标准102项、行业标准30项、团体标准136项。

根据《氢能产业发展中长期规划(2021—2035年)》的指引,到2025年,我国将形成较为完善的氢能产业发展制度政策环境,产业创新能力显著提高,基本掌握核心技术及制造工艺,初步建立较为完整的供应链和产业体系。届时,燃料电池车辆保有量约5万辆,部署建设一批加氢站。可再生能源制氢量达到10万—20万吨/年,成为新增氢能消费的重要组成部分,实现

二氧化碳减排100万—200万吨/年。到2035年,形成氢能产业体系,构建涵盖交通、储能、工业等领域多元氢能应用生态。

随着政策的密集出台和企业对氢能产业的重视度的提高。“现在新增燃气发电机组都会预留掺氢的空间。这是客户的要求。”某发电设备制造企业人士告诉记者。

随着氢能市场的不断扩大,多家公司已经开始积极布局。12月5日,国鸿氢能在香港证券交易所首发上市。12月7日,许继电气发布公告称,为把握新型能源领域的战

略机遇,培育孵化公司新兴产业,公司拟设立许继电气氢源技术分公司。此外,12月20日,河南金源氢能科技股份有限公司正式在港交所上市。

外资企业也看到了我国在氢能领域的积极探索和广阔前景。“作为一种可再生清洁高效的二次能源,氢能是应对气候变化和建设脱碳社会的重要产业方向,对能源转型发展起到关键作用。

随着氢能市场的不断扩大,多家公司已经开始积极布局。12月5日,国鸿氢能在香港证券交易所首发上市。12月7日,许继电气发布公告称,为把握新型能源领域的战

石文才表示,“霍尼韦尔看好氢能产业广阔的发展前景,相信氢能产业的发展将有效助力中国能源结构转型。”

由于氢是一种低密度的易燃气体,并且无法在气态形式下高效运输,霍尼韦尔UOP的LOHC解决方案则可利用现有的炼油设备设施制造和运输载体。在霍尼韦尔LOHC解决方案中,氢气通过霍尼韦尔UOP甲苯饱和工艺以化学方式合成与现有设施兼容的便捷液态载体,随后用汽油或类似烃类相同的方式运输。

## 燃料电池仍处起步阶段

我国燃料电池整车虽然仍处于起步阶段,现阶段相比传统油车和纯电动汽车,其竞争力仍有提升空间,但随着产业的不断集聚,增长势头已初露端倪。

目前,产业面临着成本高、氢气价格昂贵、加氢站稀缺、关键零部件自主化不足以及产业链协同效率低下等多重挑战,导致市场端对氢燃料电池汽车持观望态度。

业内人士指出,燃料电池的高成本直接影响了燃料电池汽

车的市场价格,而高昂的氢气价格和稀缺的加氢设施则限制了加氢的便利性。此外,关键零部件的自主化程度低和产业链协同效率的不足也制约了产业的发展速度。

不过,随着我国氢燃料电池的发展,市场空间正在打开。企业增长咨询公司弗若斯特沙利文发布的报告显示,2018—2022年中国氢燃料电池电堆出货量及出货价值的复合年增长率分别为76.3%和25.4%,2023—2027年预测

复合年增长率为98.2%和64.5%。2018—2022年中国氢燃料电池系统销售量及销售价值的复合年增长率分别为79.0%和41.5%,2023—2027年预测复合年增长率为99.2%和64.2%。按2022年出货量及销售量计,前五大中国氢燃料电池电堆及电池系统的市占率分别为84.9%和90.7%,市场集中度高利于现有行业龙头。

相关业内人士表示,目前我国燃料电池汽车推广聚焦商用车,运输车、自卸车、牵引车等重型商用

车装载的燃料电池功率以110千瓦—130千瓦为主,客车、公交车功率以60千瓦—90千瓦为主。大功率燃料电池取得突破,多个企业发布的燃料电池产品功率超过200千瓦。

记者注意到,已登陆港交所的国鸿氢能以氢燃料电池为核心产品,其氢燃料电池电堆及氢燃料电池系统的终端客户包括巴士公司、物流及运输公司、港口、工厂及铁路公司。

目前,随着企业在氢能关键技

术持续迭代,装备制造成本进一步下探,部分制氢技术路线达到国际先进水平。依托“燃料电池汽车示范城市群”重大示范项目,2022年中国燃料电池汽车销售量比上年增长约36%,加氢站增幅超过40%。重型交通领域加快试点,工业领域示范项目陆续开建,累计建成运营发电/热电联产项目55个,总规模超12兆瓦,比去年增长118%。截至2022年年底,中国石化已建成加氢站98座,在全国加氢站占比近30%。

# AI生成图片版权第一案镜鉴：有无独创性成关键

本报记者 秦泉 北京报道

生成式AI火爆出圈正在引发知识产权、学术伦理等方面诸多争议。

近日,北京互联网法院对人工智能(AI)生成图片著作权侵权纠纷

纷第一案作出一审判决。在本案中,原告利用AI图片生成软件通过提示词生成图片并发布,但被告在引用时不仅未告知原告,还删去了图片中的水印。

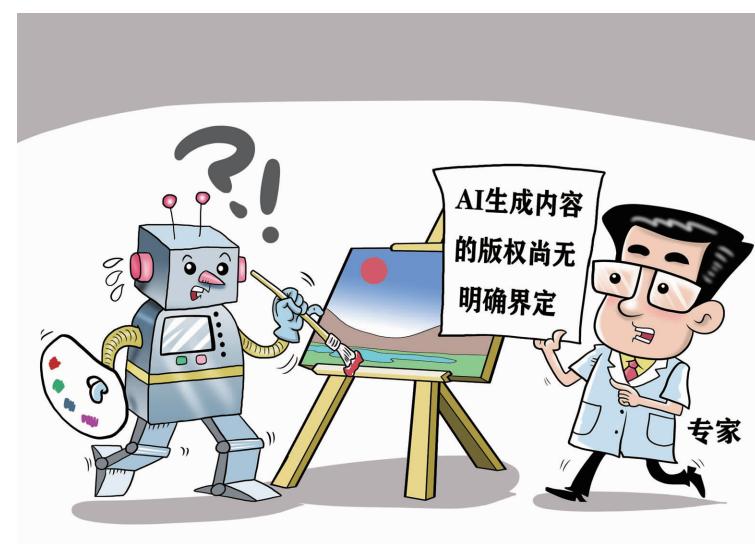
该案被称为国内“AI绘图著作权第一案”,因此,这一判决的产生

也被看作具有风向标意义的判决。从结果来看,北京互联网法院最终判定被告侵权。但就在判决书公开之后,许多民众乃至专家学者提出质疑,引发热烈讨论。

《中国经营报》记者注意到,当前的舆论讨论焦点主要包括:通过

AI工具生成的内容是否受著作权相关法律法规保护?若形成了著作权,那权利人又是谁?

在此之外,还值得注意的是,在AI产业加速发展的当下,相关版权保护与产业发展之间的平衡又该如何维持?



近日,北京互联网法院对人工智能(AI)生成图片著作权侵权纠纷第一案作出一审判决。

视觉中国/图

画面不断调整、优化,此过程可以体现出原告的审美选择与个性判断,具备“独创性”。此外,涉案图片显然属于艺术领域且具有一定表现形式。因此,法院认定案件中

涉及的满足“作品”构成的四要素,是著作权法意义上的“作品”。考虑到案件具体情况和侵权情节,法院最终判决被告向原告赔礼道歉,并向原告赔偿经济损失500元。

## 17万人在线观看

8月24日,该案件庭审在央视等多个平台直播,累计吸引了17万网友观看,但没有作出判决。

2023年2月24日,原告李某使用AI图片生成软件“Stable Diffusion”通过输入提示词的方式生成古装少女的图片,后将该图片以“春风送来了温柔”为名发布在小红书平台,并标注为“AI插画”。

但在3月2日,原告发现被告刘某通过百家号账号发布名为《三月的爱情,在桃花里》的文章,文章里使用了自己先前生成的图片作为插图,并且去除了该图片原有的水印。

随后,李某以侵害作品署名权和信息网络传播权为由将刘某起诉到北京互联网法院,要求被告赔偿其经济损失5000元,并赔礼道歉。

8月24日,该案件庭审在多个平台直播,累计吸引了17万网友

观看,但没有作出判决。

该案主要涉及三大争议点:一是“春风送来了温柔”图片是否构成作品,构成何种类型作品;二是原告是否享有涉案图片的著作权;三是被诉行为是否构成侵权行为,被告是否应当承担法律责任。

在经过了三个多月的等待后,11月27日北京互联网法院对上述案件做出一审判决。法院在判决中认定涉案图片是原告在AI生成图片初稿基础上,通过增加提示词、调整参数等方式,经过智力投入后,产出的“智力成果”,该创作过程本质为人利用工具进行创作。

同时,案件中涉及的图片是原告通过增加提示词设计出人物和画面元素,并通过参数设置方式对

画面不断调整、优化,此过程可以体现出原告的审美选择与个性判断,具备“独创性”。此外,涉案图片显然属于艺术领域且具有一定表现形式。因此,法院认定案件中

涉及的满足“作品”构成的四要素,是著作权法意义上的“作品”。考虑到案件具体情况和侵权情节,法院最终判决被告向原告赔礼道歉,并向原告赔偿经济损失500元。

## 争论

法院认为,从原作者构思涉案图片起,到最终选定涉案图片止,从整个过程来看,进行了一定的智力投入。

虽然北京互联网法院一审判决原告胜诉,承认了原告对于案件中涉及的AI图片享有著作权,但迅速引发了业界和网络讨论,AI生成图片是否属于受著作权法保护的“作品”,谁才是AI图片的权利人?

根据《中华人民共和国著作权法》,著作权确认一般包含三个要素:第一,主张著作权的客体是否具有独创性;第二,是否具有一定表现形式;第三,是否属于智力成果。

以上三要素结合上述案件的判决,在业内外引发了广泛关注。

湖南天地人律师事务所合伙人郭子新认为,在认定纯粹的AI作品不具备著作权的基础上,人为参与对AI作品的修饰是具有产生新的著作权的可能的。其关键就在于人为因素对AI作品的修饰是否体现了创作者的“独创性”和“智力成果”。

浙江垦丁律师事务所创始

人、主任律师张延来告诉记者:“我们对人工智能生成内容的讨论,首先应该避免陷入一个误区,即以为AIGC就是完全由AI生成的内容,人在其中没有参与实质性的创作活动。这样的观点是不准确的,虽然确实存在很多人只给出简单指令、生成过程几乎不参与的情况,但在诸多复杂的任务中,人不但要参与,还要起到关键性的主导作用。”

记者从判决书中了解到,法院认为,从原作者构思涉案图片起,到最终选定涉案图片止,从整个过程来看,原作者进行了一定的智力投入,比如设计人物的呈现方式、选择提示词、安排提示词的顺序、设置相关的参数、选定哪个图片符合预期等。图片体现了其智力投入,具备了“智力成果”要件。

同时,原作者通过输入提示词、设置相关参数,获得了第一张图片后,其继续增加提示词、修改

参数,不断调整修正,最终获得了图片,这一调整修正过程亦体现了其审美选择和个性判断,因此法院认定该图片并非“机械性智力成果”。在无相反证据的情况下,可以认定案件中涉及的由原作者独立完成,体现出了原作者的个性化表达。综上,案件中涉及的具备“独创性”要件。

北京市盈科(深圳)律师事务所高级合伙人、数字经济法律事务部主任郭志浩认为,由于AI创作的本质,只是针对原有数据进行了分解、抓取、组合的过程,因此生成的作品是原数据的独创性体现,还是使用AI工具的人的独创性体现,或者是都有体现,还存在很大的争议。未来如果承认AI具有法律意义上的“人格”,争议会更大。所以人为参与创作的AI作品是否能够被认定为具有法律意义上的独创性,还有待结合大量的司法实践后进一步地立法予以明确。

就认定问题,郭子新认为应该视情况而定,他认为,无论使用何种方式、何种工具(包括AI工具),如果创作者对纯粹的AI作品的修饰体现出了自身独有的原创性和智力成果,我们应当就其中有独创性和智力成果的部分认定为具有著作权,并得以与原AI作品共同行使。比如画家在一幅AI山水画中手动绘画增加了花鸟,那么他将享有这些新增花鸟的著作权。

但如果创作者对纯粹的AI作品的修饰,是在不具有自身独创性和智力成果的情况下通过其他机器手段完成的,那么在这一修饰下产生的作品就不能认定其具有著作权。”郭子新举例道,“比如最近较为火热的AI扩图工具,我们可以尝试使用已有的AI图片进行再次扩图产生新的图片,但因为这张图片仍未体现出创作者的独创性和智力成果,我们就不能认为这张经过扩图产生的新图具有著作权。”

## 意义

由于我国不是判例法国家,且AI作品的法律问题还需要在实践中不断深化,所以该案判决造成市场跟风和混论的可能性不大。

市场主体容易以此为切入点,开始以著作权保护为重心的竞争和追责,这将在迅速发展的AI市场中引发大量矛盾纠纷,影响AI市场的正常发展方向和进程。

普通的作者可能还会遭遇AI作品的“背刺”。郭子新担心,在AI作品被赋予著作权意义的情况下, AI作品将从目前普遍的工具属性中脱离出来,部分市场主体将会以部分作品的“AI原创”作为方向,制造大量AI作品,同时以AI作品在先为由,向自然人作者之后创作的类似作品进行追责,或是在部分创作领域率先实现AI垄断,楹联作品、古体诗作品等内容较为简单的领域将可能成为最早被AI垄断的创作领域,音乐作品中的和旋、简单的乐句、乐段也将可能因AI的自我学习和创作成为“被侵权”的可能空间。

不过,在郭志浩看来,由于我国不是判例法国家,且AI作品的法律问题还需要在实践中不断深化,所以该案判决造成市场跟风和混论的可能性不大。

特别是互联网产业同样较为发达的地区,也经常出现各地裁判观点和结果不一的情况。

张延来也认为:“北京互联网法院的判决肯定了部分人机协作(AIGC)生成的作品是可以获得著作权法保护的,这一点具有极大的进步意义,不会造成市场混乱,下一步要紧的是制定标准,区分人机协作(AIGC)的内容哪些可以保护、哪些不可以。”

“从立法目的来看,保护著作权的核心目的,一方面是鼓励人类进行创作,另一方面则是为了促进文化和科学事业的发展与繁荣。”郭志浩认为,“未来立法后,对于人为利用AI创作的作品的保护标准可能会进行一定程度的提高,亦可能会对保护范围进行一定程度的限缩。”

# 吴泳铭兼任淘天集团CEO 阿里再调整意在年轻化

本报记者 李立 上海报道

沿袭了每年“双11”后都有一轮大调整的传统,2023年12月20日,阿里巴巴宣布新一轮架构调整。与往年不同的是,即将过去的2023年,阿里巴巴一直在调整。

阿里巴巴宣布,阿里巴巴集团CEO、淘天集团董事长吴泳铭兼任淘天集团CEO。《中国经营报》记者向阿里巴巴方面确认,吴泳铭将同时担任阿里巴巴集团和淘天集团、阿里云智能集团三项CEO职务。

## 不变的是“变化”

呼应阿里巴巴“唯一不变的是变化”的价值观,2023年的阿里巴巴一直在变化。

2023年3月,阿里巴巴集团董事会原主席兼首席执行官张勇,启动了阿里巴巴24年来最重要的组织架构调整。“1+6+N”组织变革,将集团分拆为六大业务集团和多家物业公司。蔡崇信和吴泳铭9月正式接任阿里巴巴集团董事会主席和CEO,张勇卸任阿里巴巴集团董事长与CEO职务。

不过这场变革似乎还在持续,启动调整的张勇的离开,创始人马云开始更多关注公司业务;不久之前的财报会议上,履新阿里巴巴集

团CEO后吴泳铭宣布,不再推进云智能集团完全分拆,并推出第一批战略级创新业务“阿里四小龙”:1688、闲鱼、钉钉、夸克。

吴泳铭接任以来,确立“用户为先,AI驱动”两大战略重心,同时进行管理团队年轻化改革。11月,在阿里季度业绩电话会上,吴泳铭首次向外界披露新战略大图,将阿里巴巴面向未来十年的重要优先级,明确为三个方面:技术驱动的互联网平台业务,AI驱动的科技业务,全球化的商业网络。

阿里巴巴方面认为,变革数月,阿里巴巴新的战略重点和发展路径

产管理公司”。

接近阿里巴巴的观察人士认为,尽管过去一年阿里巴巴一直处于调整中,但调整仍会继续。从目前吴泳铭同时担任三项CEO的局面看,实现过渡期后,接下来大概率会放权给冲在业务一线的“年轻人”。

不过在互联网商业分析师郝智伟看来,此举也意味着阿里巴巴大的基本面调整已经成型。2023年是淘天集团稳定局面的一年,从目前看应对抖音的冲击暂告一段落,与拼多多的比拼却远未结束。

已经清晰呈现。随着吴泳铭对淘天和阿里云“两手抓”,阿里巴巴专注战略核心业务发展的阵形已基本形成。阿里巴巴方面认为,这将有助于以技术创新引领淘天的变革,确保集团对两大战略重心电商和云的统一指挥与高强度持续投入。

不过记者注意到,在吴泳铭兼任淘天集团CEO的同时,暂未对淘天集团内部业务线及其相关负责人做轮岗和调整工作。在郝智伟看来,吴泳铭兼任淘天CEO的短期内,更多地会集中在统一战略方向,而不是对活跃在业务一线的淘天集团负责人进行人员调配。

## 让“年轻人”上?

尽管阿里巴巴方面表示,此轮调整重点在于确保统一指挥和高强度投入,但是吴泳铭兼任背后仍然释放出一些活跃信号。

首先是“兼任”,上述阿里巴巴观察人士认为,吴泳铭一人身兼三职,尤其在阿里云、淘天集团更多扮演的是兼任角色。以“2023云栖大会”为例,吴泳铭到现场却并未发表讲话。阿里云、淘天都需要更多懂业务的人冲在一线,吴泳铭会负责更多战略统一的部分。在合适的时候,会有新的CEO接替吴泳铭。

其次戴珊的离开,背后也进一步释放了让“年轻人上”的积极信号。蔡崇信在全员信里明确表示:“接下来,我们将全面启用在基层得到锻炼、崭露头角的年轻管理团队,为年轻人创造属于他们的创新环境。”

作为阿里巴巴的“十八罗汉”之一,戴珊当时回归淘宝、天猫,曾被寄予厚望。2021年“双11”之后的架构调整,戴珊

和蒋凡分别负责新设立的“中国数字商业”和“海外数字商业”两大板块。

作为上任后的第一把火,戴珊宣布将淘宝、天猫“合二为一”,淘宝和天猫后台打通,形成统一的平台机制。不过据记者了解,对这一决定阿里巴巴内部颇有争议,有接近阿里巴巴的内部人士认为,淘宝、天猫虽同属电商业务,但基因不同、发展的方式也不同,并不看好合发展。

一年后,淘宝、天猫再次调整,“一分为三”。据当时的调整,行业发展一部聚焦“丰富性”,主要业务包括淘宝服饰、小金刚行业(潮流玩具、宠物、运动户外、珠宝等)、淘特、1688等,由淘特原负责人、资深副总裁汪海(花名:七公)负责;行业发展二部聚焦“品牌”,主要业务包括天猫服饰、快速消费品、消费电子、手机天猫、天猫国际等,由天猫国际原负责人、B2C零售事业群总裁刘鹏(花名:奥文)负责;行业发展三部则聚焦“高频”,

包括天猫超市、淘菜菜、淘鲜达、食品生鲜等业务,由天猫超市原负责人、副总裁刘一漫(花名:一漫)负责。

公司内部有声音认为,淘宝天猫的合并和分拆,在某种程度上错过了回击拼多多的最佳时机。作为创业元老,戴珊最擅长的是协调资源,在电商越来越激烈的竞争中,需要年轻人守在业务一线冲锋陷阵。这也是阿里巴巴一直强调起用年轻管理团队的根本原因。

相比进攻凌厉的竞争对手,阿里巴巴需要更快速更敏捷。戴珊主导淘天集团期间,曾提出了“用户为先,科技驱动,生态繁荣”三大战略,强调内容化、将改善用户体验放在最前端。不过上述人士表示,尽管在用户体验上做了诸多改进和技术升级,但显然还不够快,也不够有效。

在拼多多市值一度逼近阿里巴巴前夜,马云在内网上回帖称“阿里会变、阿里会改”,现在看来,再度印证了阿里巴巴的名言“唯一不变的是变化”。

# 中国广电5G用户突破2000万 试商用差异化业务

本报记者 谭伦 北京报道

在5G商用进入下半场后，握有700MHz黄金频段的中国广电的5G建设进展备受关注。

2023年12月19日，中国广播电视台网络集团有限公司(以

下简称“中国广电”)副总经理曾庆军在“2023中国通信产业大会”上透露，通过与中国移动的共建共享，中国广电目前已经建成700MHz 5G基站超60万个，成为全球最大的全程全网的700MHz 5G网络。同时，

中国广电已推动929款入网终端支持700MHz频段，也使得700MHz成为全球产业链全面支持的主力5G频段。

具体落地方面，曾庆军表示，主流厂商在广电5G网络开网半年内完成了软件适配

型号超630款，覆盖到了近四年内主流品牌的主力机型，目前已适配中国广电网络的机型已覆盖到了全国12亿的存量手机终端90%以上。此外，中国广电基本已经完成全国网络测试及优化。

而在用户侧，《中国经营报》记者也于日前举行的“2023年世界5G大会”期间了解到，在今年10月份，中国广电5G用户已突破了2000万，固移融合用户达到了870万户。

值得关注的还包括5G新应

用方面。据曾庆军介绍，中国广电也在参与5G新通话应用探索，其是在5G VoNR(超清视话应用)多媒体实时通信的基础上搭载新的数据传输通道，为用户提供高清音视频通话与数据应用融合的全新实时通信服务。

## 700MHz完整部署再进一步

由于历史原因，中国广电的700MHz频段此前主要用于广播电视信号的传输，因此，需要先将其完成迁移，才能腾出700MHz频段用于新的5G网络。

作为5G频段中最受关注的资源，700MHz具备穿透力强、信号覆盖广、适合大范围网络覆盖、组网成本低等优质特性。因此，在5G迈入精细化部署阶段后，700MHz基站的作用开始凸显。

广电产业分析师吴纯勇向记者表示，根据测算，要实现5G全国的规模部署与700MHz基站覆盖，约需要100万座的基站及配套天线、电缆、电源等保障。

“从时间上看，距离中国广电的5G正式商用也已经过去一年半的

时间，从实际使用来上，中国广电目前的5G网络效果也反响不错，但对于整个中国5G网络的完善而言，和中国移动的共建共享才是更大的目标，因此，中国广电仍需要向更多700MHz基站的建设目标努力。”吴纯勇表示。

不过，值得注意的是，在完整部署700MHz基站前，中国广电并非只有建站一项任务。据吴纯勇介绍，由于历史原因，中国广电的700MHz频段此前主要用于广播电视信号的传输，因此，需要先将其完

成迁移，才能腾出700MHz频段用于新的5G网络，这也是此前中国广电“边清频、边建网”战略的由来。

今年9月，国家广播电视台总局副局长朱咏雷曾对外透露，在全球规模最大的地面数字电视700MHz频率迁移工程中，涉及超过6300座台站的频率迁移和上万部新发射机的采购安装。据其预计，到2023年年底，将全面完工。该进展随后也得到了中国广电董事长宋起柱的确认。

而作为700MHz网络的配套，记者从中国广电方面了解到，中国

广电还自建了核心网及BOSS系统，以提供覆盖强、容量足、体验优的广电5G精品网络。

此外，目前中国广电已完成了核心网及网络云资源池南北两个大区、4个节点以及31个接入省用户的建设工作，完成了IT云资源池南北两个大区、3个资源池节点的建设工作，共计部署物理设备5000多个。基础网络平台建设方面，已上线了BOSS系统、业务平台，开通了全国31省份的互联网公网出口。

## 探索5G差异化竞争力

此次中国广电5G NR广播最新预商用的内容将涵盖无卡广播接收在内的多项功能，该能力可以在不插SIM卡的情况下接收电视信号，使用户能够实现免流看电视。

在探讨5G市场发展的众多声音中，应用是产业界聚焦度最高的一个环节。据曾庆军最新透露，中国广电联合中国移动即将在北京、上海、深圳开展5G NR(基于OFDM的全新空口设计的全球5G标准)广播预商用，中国广电也将逐步推动手机终端出厂即支持5G NR广播功能。

作为中国广电独具特色的业务应用，5G广播是一种能够通过5G网络在手机等终端移动接收的新型广播业务，据记者从多位广电专业人士处了解，通俗上理解5G NR广播业务，可类比此前中国广电在北京奥运期间推出的CMMB(中国移动多媒体广播电视)业务，即通过5G现有网络收看数字电视。但该业务极度耗费带宽流量，因此只有700MHz频段的特性才能满足要求，从而保证用户不用担忧流量和网络拥堵问题。

与此同时，据吴纯勇介绍，CMMB的终端设备需要一根短天线接收，而5G NR广播设备不需要；CMMB终端需要在内部单独拥有一块芯片，而5G广播设备则将其集成

到了5G主芯片中。因此，5G NR广播并不需要针对硬件设备做改变，只需进行底层软件的更新即可。

据悉，此次中国广电5G NR广播最新预商用的内容将涵盖无卡广播接收在内的多项功能，该能力可以在不插SIM卡的情况下接收电视信号，使用户能够实现免流看电视。

Omdia电信战略高级首席分析师杨光认为，打造差异化的特色应用是中国广电在5G与传统三大运营商巨头展开竞争的手段之一，虽然5G NR广播在呈现形式上并不新鲜，但如果中国广电能够依托于700MHz底层网络的支持，以更低成本实现更高带宽的视频观看体验，同时打造围绕5G NR广播的各类应用，对于中国广电未来5G竞争力的提升仍是一大助力。

此外，曾庆军表示，中国广电也在参与5G新通话应用探索，这是在5G VoNR多媒体实时通信的基础上搭载新的数据传输通道，为用户提供高清音视频通话与数据应用融合的全新实时通信服务。

据悉，在5G新通话业务模式下，可结合分级模式，将呼叫业务的前、中、后三个不同阶段，通过不同业务手段使用户能够在呼叫

业务中承载更多信息，内容交互简单、创新业务形态，成为个人用户业务、政企用户业务的流量增益新通道。



目前，中国广电已经建成700MHz 5G基站超60万个。

视觉中国/图

## TWS耳机市场松动 头部品牌转向OWS技术

本报记者 秦鼎 北京报道

在过去很长一段时间，TWS(真无线立体声)耳机一直主导个人智能音频市场，但随着产品同质化现象严重，市场逐渐呈现出饱和状态，再难起波澜。Canalys数据显示，2023年第三季度，全球个人智能音频设备出货量同比下跌3%至1.1亿部，TWS占整体个人智能音频设备出货量的73%。在此行业背景之下，各大厂商纷纷寻求创新和突破，从近期市场发售的新品来看，索尼、华为、小米、JBL等大厂已经悄然将船头转向另一个耳机战场——OWS(开放式，Open Wearable Stereo)耳机。

多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，未来哪种类型的耳机成为新的风向，取决于市场需求和技术的发展。如果OWS耳机能够解决其噪音干扰、续航时间短等问题，并提升便携性，那么OWS耳机可能会成为新的市场趋势。同理，如果TWS耳机能够解决音质、佩戴舒适度等问题，那么TWS耳机也可能继续占据市场主导地位。

### 市场略有回暖

2016年，苹果公司发布的iPhone7系列首次取消了3.5mm耳机接口，并同时推出了TWS耳机AirPods，使得新款手机用户在购买时自然接受了取消耳机接口的设计，TWS耳机由此横空出世，瞬间点燃了市场热度，随着出货量持续攀升，TWS技术也逐渐成为市场主流。2020年中国TWS耳机市场出货量为1.02亿副，同比增长22.8%。2021年为1.15亿副，同比增长12.7%。

然而，由于市场饱和、产品同

质化等因素，中国TWS耳机市场增速已经明显放缓，并出现了持续下滑的趋势。TWS耳机市场似乎陷入了一潭死水的困境。

虽然，各大品牌纷纷推出自家新款TWS耳机，不仅在音质、降噪效果上进行优化，还加入了智能化、生态化等特色。但是，这些创新功能并没有带来明显的市场差异化，消费者在选择时往往感到迷茫。此外，随着供应链的成熟，越来越多的中小品牌加入竞争，进一步

加剧了市场竞争。

值得注意的是，在TWS耳机市场发展初期，消费者对于无线耳机的便捷性、音质和续航等方面的需求尚未得到充分满足。然而，随着技术的进步，这些问题已逐步得到改善或解决，消费者对TWS耳机的需求也逐渐饱和。在此基础上，厂商再难凭借现有技术优势吸引消费者。

于是，随着TWS耳机市场的逐渐饱和，市场增长速度放缓，投资者对市场的信心减弱。对于厂

商而言，投资研发新款耳机的市场风险逐渐增大，在投资回报降低的背景下，当前的市场环境也制约了创新和发展。

日前，Canalys发文称，2023年第三季度，全球个人智能音频设备出货量同比下跌3%至1.1亿部。各个地区之间的表现大相径庭，北美和西欧分别下跌12%和10%。不过，国内市场出现略微的增长。

Canalys研究经理陈秋帆表示：“中国市场在连续五个季度的

下跌后，因价格实惠和音质良好的产品带动该市场重回增长。目前，中国对消费电子产品的需求较低，厂商正主攻低价、新型的耳机来刺激当地的复购。华为是增长速度最快的厂商之一，通过利用智能手机增长实现生态设备的交叉销售，同比大增30%。在竞争激烈的中国市场，各大厂商通过寻求新的增长途径来应对TWS耳机的同质化问题。新型和音质优良的入门级无线头戴式耳机正在促进中国市场的复苏。”

### OWS“搅局”

随着TWS耳机同质化竞争加剧，以及消费者对音频品质和佩戴舒适度的追求不断升级，OWS耳机开始崛起。

2021年，由原BOSE团队创立的Oladance公开提出“OWS”的概念，使得开放式耳机逐渐成为市场上的明星产品。随后，Sony迅速布局，华为、小米、OPPO、荣耀等厂商也有所动作，并且在2023年推出了自己的开放式耳机，还有韶音、南卡、骨聆、Cleer、SANAG塞那等近些年崛起的品牌厂商，都力争在这场竞争中占据一席之地。

IPG中国首席经济学家柏文喜对记者表示，随着人们对健康、舒适和自然听觉体验的追求，开放式耳机逐渐成为消费者的首选。相较于传统的封闭式耳机，开放式耳机在音质、佩戴舒适度和听力健康方面具有明显优势。他认为，随着耳机技术的不断发展，开放式耳机在声音传输、降噪和舒适度等方面创新不断涌现，为厂商提供了更多研发空间和市场竞争力。

在天使投资人、资深人工智能专家郭涛看来，一方面，用户使

用耳机的习惯和平均时长已经有了很大的变化，游戏、音乐、综艺等愈加丰富的内容让消费者佩戴耳机的时长进一步增加。同时，开放式耳机在舒适度和健康方面也有其独特的优势，解决了传统耳机可能造成的胀痛、挤压、闷热等问题。另一方面，随着索尼、小米、华为等大厂纷纷投入或计划加入这一赛道，使得开放式耳机市场竞争日趋激烈，同时也催生了这一市场的蓬勃发展。

不过，在业内人士看来，短时间内OWS耳机并不会取代TWS耳机占据智能音频市场的主导地位。Canalys统计数据也显示，TWS占整体个人智能音频设备出

货量的73%。空气传导和骨传导等其他形式的可穿戴设备在2023年第三季度的出货量占比不足2%。这些设备仍属于小众产品。

评论家、品牌专家解筱文认为，OWS式耳机和TWS耳机在市场上都有一定的份额，它们各有优缺点，具体哪种会成为新的风向，取决于市场需求和技术的发展。OWS耳机的主要优势是音质更好，因为它们能够提供更自然、更宽广的音场，让用户感受到更真实的声音。然而，OWS耳机也存在一些问题需要解决，例如容易受到外界噪音的干扰、续

航时间通常较短。此外，OWS耳机可能存在漏音问题，这可能会泄露用户的隐私信息。

国内咨询机构Co-Found智库研究负责人张新原表示，厂商需要进一步提高OWS耳机的音质，以吸引更多消费者；对于OWS耳机，舒适度和佩戴稳定性是消费者非常关注的问题。厂商需要不断优化产品设计，提高佩戴舒适度和稳定性，以满足消费者的需求。随着市场竞争的加剧，OWS耳机在功能、设计和技术创新方面需要有更多突破，以区别于其他竞品，赢得消费者的青睐。

# 拟收购射频巨头在华工厂 立讯精密与苹果绑定加深

本报记者 陈佳岚 广州报道

在大客户依赖潜在风险显现的大背景下,部分果链公司仍在持续加码深入果链。立讯精密工业股份有限公司(002475.SZ,以下简称“立讯精密”)有望再度提升其在苹果供应链的地位。

美国当地时间12月18日,射

频芯片大厂威讯联合半导体有限公司(Qorvo,纳斯达克股票代码:QRVO)宣布,双方已达成最终协议,公司将把位于北京和山东德州的组装测试业务出售给立讯精密。如果满足监管及其他条件,两家公司预计在2024年上半年完成交易。

Qorvo专注生产5G基站、智能手机和其他小型设备中的蜂窝

和Wi-Fi连接的射频芯片,是全球功率放大器和滤波器的主要供应商,在中国拥有北京和德州两大高科技制造中心。这一出售计划引发外界关注,主要因为苹果是其最大客户。财报数据显示,截至2023年4月,苹果占其总收入的37%。苹果产品在中国市场的强劲需求会对Qorvo的业务产生积极影响。

多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示,这一交易主要是Qorvo主导的,出售在华工厂后,Qorvo仅在美国、哥斯达黎加和德国设有自建工厂。

方正证券电子分析师郑震湘在研报中表示,这一收购有利于增强立讯精密在组装供应链垂直一体化布局,提升立讯精密在大客户中的供应链地位。

## 收购射频芯片制造商在华工厂

交易完成后,立讯精密将收购上述两家工厂的业务和资产,包括物业、厂房、设备及现有员工,以保证运营的连续性。

根据“Qorvo半导体”微信号此前披露的信息,德州工厂是Qorvo全球范围内最大的组装、封装和测试运营中心,补充了Qorvo现有的北京制造业务,并与Qorvo北京工厂组成Qorvo中国制造中心,共同合力支撑全球的生产运营。

Qorvo公告显示,北京和德州工厂主要制造Qorvo高集成先进蜂窝产品。交易完成后,立讯精密将收购上述两家工厂的业务和资产,包括物业、厂房、设备及现有员工,以保证运营的连续性。而Qorvo将继续保留其在中国的销售、工程及客户支持员工。此外,立讯精密将根据新签订的长期供应协议为Qorvo组装和测试产品。

在交易完成之前,中国北京和德州工厂会作为Qorvo全球制造网络的一部分继续运行。而在交易完成后,Qorvo的组装、封装和测试业务会由位于美国、哥斯达黎加和德国的工厂及第三方外包合作商继续进行。

Qorvo是一家射频芯片制造商,射频前端是无线通信系统的核心模块,其客户包括了全球主要的手机品牌。根据Counterpoint数据,Qorvo为全球智能手机射频前端第二大供应商(该市场前三名份额依次为:高通23.5%、Qorvo17.0%、Skyworks16.8%)。

当前全球MEMS BAW滤波器厂商主要为博通和Qorvo,两者占据超过80%的市场份额。据Yole的MEMS产业报告,全球射频MEMS器件市场前五大厂商为



图为立讯精密昆山工业园区。

视觉中国图

博通、Qorvo、高通、太阳诱电以及Skyworks,其中Qorvo占据约29%的市场份额。

Qorvo最大终端客户为苹果公司,苹果在该公司2022年营收中占比超三成,其次为三星,两家公司主要购买Qorvo的RF方案产品,再应用于各式智慧型装置之中。

对于该收购计划的交易金额及收购标的工厂是否涉及苹果订单等相关问题,记者联系立讯精密投资者关系部,截至发稿未获得回复。

除苹果外,Qorvo的客户还包括华为、OPPO、小米、联想、三星、高通等。

值得留意的是,在射频模块

领域,立讯精密此前已有布局,通过投资台湾宝德,强化板端连接器和RF射频连接器产品的研发制造,并在2017—2018年募资扩建电声器件及音射频模组项目,但在手机领域的射频前端芯片还没有布局。

对于Qorvo为何会考虑将在华的两座工厂出售给立讯精密,多位行业人士对记者表示,主要是Qorvo主导。“属于纯粹的撤资行为。”芯谋研究张亚向记者表示。

芯谋研究顾文军则表示:“这两年,外资想卖掉在中国的封测厂的案例不少,目前还有几个在谈。”

根据Qorvo北京时间11月2

日发布的2024财年第二季度财报(2023年7月1日—9月30日),公司营收11.03亿美元,同比下降4.7%,环比增长69.5%;毛利率47.6%,同比下降1.6%,环比增长4.7%。

Qorvo首席财务官Grant Brown表示:“此次交易进一步推动了我们降低资本密集度的努力,同时支持我们的长期毛利率目标并确保中国客户的连

续性。”亦有行业人士分析,苹果产品在中国市场的强劲需求对Qorvo的业务产生积极影响。这次交易意味着Qorvo将通过把封测厂的运营权转移给立讯精密,以更好地应对中国市场变化,确保业务的稳健发展。

## “苹果依赖症”加重

2021年、2022年立讯精密来自前五大客户的营收占比约为83%,而来自苹果公司的营收占比分别高达74.09%、73.28%。

立讯精密收购Qorvo在华两座封测厂也被外界视为立讯精密有意加码进入封装产业。

记者注意到,2022年2月,立

讯精密曾发布拟定增融资135亿元加码汽车产业链业务,其中包括半导体先进封装及测试生产线建设项目投资9.5亿元。立讯精密称,根据中国半导体行业协会数据,中国大陆封装测试市场规模由2011年的975.7亿元增长至2020年的2509.5亿元,年复合增长率为11.1%,增速明显高于同期全球水平。随着下游市场需求增长和封装技术的不断进步,中国半导体封装测试行业未来市场广阔,根据前瞻产业研究院预测,到2026年中国大陆封装测试市场规模将达到4429亿元。

不过,2023年12月1日,立讯精密却终止了百亿定增项目。对于终止定增的原因,立讯精密表示,相关拟募投项目已通过自有资金投入实施。

“当前,我国封装产业竞争激烈,市场前景广阔。随着5G、物联网等新技术的快速发展,封装产业将迎来新一轮的增长。立讯精密通过收购Qorvo的在华工厂,可以迅速切入封装领域,提升自身在该领域的竞争力。”资深产业经济观察家梁振鹏向记者分析,目前我国封装产业呈现市场规模逐年扩大、技术水平不断提升的情况,但也存在企业竞争加剧的局面。

半导体产业专家姚嘉洋对记者分析,立讯精密当前业务还是比较偏向系统代工为主,而收购Qorvo在华工厂可以强化整个供应链韧性,比如,在缺货的情况下,上游封测可以优先给立讯精密。

立讯精密与苹果的合作覆盖iPhone、Apple Watch、AirPods三大产品线,以及Apple Vision Pro的开发与制造服务,双方合作至今已有12年之久。

今年9月,iPhone 15发布之

后,立讯精密董事长王来春接受媒体采访时表示,今年公司为苹果生产三款iPhone 15,该业务比去年翻一番。

如果该收购计划落实,也就意味着立讯精密与苹果之间的供应链合作有望再度加码。

“一方面将有机会加深其在苹果业务方面的合作,另一方面也会推动公司在组装供应链垂直布局上取得进一步发展。”梁振鹏对记者表示,此次收购将有助于立讯精密提高生产效率、降低成本,进一步巩固其在电子产品制造领域的优势。

然而,越发深入的合作亦带来较严重的客户依赖风险。2021年、2022年立讯精密来自前五大客户的营收占比约为83%,而来自苹果公司的营收占比分别高达74.09%、73.28%。

与此同时,立讯精密也出现业绩增速放缓的情况。

立讯精密三季度财报显示,2023年前三季度实现营业收入1558.75亿元,同比增长7.31%,实现归母净利润73.74亿元,同比增长15.22%。营收、净利润双增,不过营收同比增速已降至个位数,这也是自2010年以来,立讯精密营收增速首次降至个位数。此外,公司第三季度实现营业收入579.04亿元,同比下滑8.51%,这也是其加入果链后罕见的单季度业绩下滑。

不过,王来春在投资者关系活动上强调:“对这个情况我们不担心,毕竟客户的需求还在那里,也并非本质性的下降。”

立讯精密表示,2023年,公司管理层依旧遵循“三个五年”的战略指引,加强对现有业务的开拓以及新领域、新技术、新产品的前瞻布局,并以精密智能制造大平台和工艺制程的自主研发优势为依托,实现公司在消费电子、通信、汽车等领域各项资源互融互通,打造完整的产业垂直整合闭环,推动公司经营朝预期方向稳健发展。

# OTA跨年旅行趋势:年轻人成主力军 出境游增近10倍

本报记者 李立 上海报道

元旦假期临近,新岁将至,仪式感成为2024年跨年旅行标配。

多家OTA平台日前发布2024年跨年旅行消费洞察显示,年轻人成为跨年旅行的主力军,辞旧迎新的跨年旅行,消费者更看重仪式感,看日出、观烟花、参加演唱会成为热门主题。

与此同时,出境游进一步升温。携程数据显示,截至2023年12月15日,元旦假期出境游订单量同比增长近5倍;飞猪数据显示,出境游预订量同比去年

## 首选“高铁游”

元旦假期只有三天,小半径周边游仍然是大多数人的选择,快捷准时的“高铁游”成为首选。

同程旅行数据显示,综合已售线路及预约购票的情况,元旦假期火车出行前十大目的地中,除了北京、上海、广州、深圳之外,杭州、长沙、成都、重庆、哈尔滨、郑州等较为热门。

而比较热门的前十大出发地中,除了北京、广州、上海外,还包括武汉、苏州、贵阳、南京、成都、杭州、哈尔滨等城市。此外,元旦假期首日(12月30日),核心城市群的短途线路车票较为紧俏,比较热门的线路主要有:北京至天津、上海至南京、深圳至广州、重庆至成都等,出行需求主要以探亲为主。

增长近10倍,日本、中国香港、泰国、韩国、新加坡等成为热门目的地。

同时,相比热门目的地高铁票一票难求,国内仍有不少宝藏目的地值得假期“捡漏”。飞猪数据显示,错开元旦假期首日和前一日的机票仍有不少“白菜价”,如2023年12月28日的郑州—银川、西安—宜昌、昆明—拉萨,2023年12月31日的北京—西宁、天津—长春等,仍然有1至2折、价格不超过400元甚至仅100多元的机票在售,低于高铁二等座票价。

## 年轻人成跨年主力

值得注意的是,年轻出行人群持续增长,成为跨年旅行主力,其中00后占比已超过三成。

携程发布的《2024年元旦跨年游旅游洞察》显示,年轻人成为跨年旅行的主力人群。2024年元旦假期,出行的主力人群为00后、90后、80后,分别占比33%、33%和23%。00后“特种兵”作为旅游圈的新生势力崛起,比肩90后在本次元旦小长假扛起了旅行主力大旗。据了解,元旦假期00后参加旅游的人次同比增长了2.5倍。

年轻人成出游主力军,登山、滑雪、泡温泉、听演唱会、看烟火表演等仪式感拉满的活动成为主流旅行选择。在飞猪平台上,近两周包含上述方式在内的跨年旅行热度同比增长约10倍。

携程数据显示,近期“日照金山”“登高”等关键词热度逐渐攀升,川西、丽江、九江、黄山等著名山岳景区所在地的酒店搜索热度居高不下。值得注意的是,从山岳

## 出境游继续迎利好

此外,随着出入境管理政策持续优化,一些出境游目的地推出的签证便利叠加跨年时机,出境游在新年假期继续迎来利好。

携程数据显示,截至12月15日,携程平台上元旦假期出境游预订订单量同比增长近5倍。日本、中国香港、泰国、韩国、新加坡、中

类景区门票数据来看,“登高望远族”的头号人群是年轻力壮的00后“特种兵”。

看烟火表演也在新年受到追捧,香港维多利亚港跨年狂欢、上海迪士尼烟花秀、长沙世界之窗烟花秀、广州塔跨年灯光秀都是跨年热门项目,各大景区、主题乐园等都纷纷开启盛大烟花灯光表演。携程数据显示,2024年元旦主题公园门票预订量同比增长4.5倍。

此外,仍然有更多的人新年旅行在“追逐演唱会”。元旦期间,全球各地将举办各式各样的跨年演唱会、音乐会,有广州任贤齐和陈奕迅的演唱会、温州楠溪江芒禾跨年音乐节、上海霓虹花园演唱会,以及泰国曼谷Neon Countdown音乐节、奥地利维也纳金色大厅2024新年音乐会等。

2024年元旦延续了2023年国内“旅游+演出”市场的繁荣态势。以广州陈奕迅演唱会为例,截至12月14日,12月29日至12月



亚布力度假区迎旅游旺季,游客在体验滑雪运动。

视觉中国/图

31日演唱会场馆周边酒店预订量同比2019年增长300%,部分热门酒店提前1个月就已售罄。从携程门票数据来看,元旦假期演出、音乐会的“忠实铁粉”人群是80后,经济实力及热爱推动着人们用音乐辞旧迎新。

同程旅行联合中国演出行业协会发布的数据显示,2023年前三季度,国内累计观演人次已超过

2019年全年水平。相比其他游客,看演出的游客往往在抢到演出票之后就会迅速预订酒店交通出行产品,大型音乐演出现场周边的酒店预订周期平均为7天左右,而普通酒店的平均预订周期仅为1~2天。同程旅行平台结合热门音乐演出活动,推出优惠的酒店住宿及一站式出行产品套餐,为用户提供更多旅行选择。

利亚、新加坡、韩国、中国澳门、新西兰、菲律宾是热门目的地。

值得注意的是,年轻人成为出行主体,也带动出境游主题发生变化,滑雪成为元旦出境游的热门主题。

携程方面表示,12月以来,出境滑雪产品订单环比上月增长73%和10%。

# 竞逐派对游戏：腾讯10亿元“造梦”

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

派对游戏赛道迎来重量级玩家。

12月15日，腾讯天美工作室群自研合家欢派对游戏《元梦之星》正式上线。从老牌的《人类：一败涂地》到国产端游《猛兽派对》，派对游戏产品愈加丰富，可供玩家

## 腾讯入局

《元梦之星》项目团队向记者介绍了10亿元造梦基金的规划途径。

12月15日上线的《元梦之星》于今年1月获得版号，在9月和11月已经过2轮测试。据介绍，《元梦之星》基于虚幻引擎研发，由天美工作室群内部在休闲、竞速、射击赛道有经验积累的研发团队共同支持，有闯关、竞速、射击、大乱斗等玩法。

作为一款剑指大DAU市场的作品，《元梦之星》为玩家提供UGC功能。游戏内置编辑器“星世界”，创作者可以自选武器类型、设置初始生命值、设置团竞模式或混战模式，还能利用射击UGC地图的积分规则。

《元梦之星》项目团队对记者表示，“星世界”编辑器遵循“低门槛、高上限”的原则——对于新人，一键操作的元件管理器、性能管控工具等可以减少冗余的繁琐操作，智能配色等辅助工具则为创作者提供更多灵感；而高手使

选择的派对游戏玩法涵盖了闯关、竞速、大乱斗、狼人杀等。

UGC（用户生成内容）模式是《元梦之星》的一大亮点。该游戏项目团队告诉《中国经营报》记者，其对游戏内UGC的态度是让热爱创造的创作者专注创造，让渴望发展的创作者获得发展。其宣布将拨出10亿元用于扶持UGC地图创作者。

用编辑器，则可根据自己的想法设计玩法、规则、模式、机制。另据团队介绍，内置的粒子特效编辑器能实现复杂、酷炫的效果，如拖尾、烟花、爆炸等，让画面、演出效果与玩法相匹配。

官方鼓励创作者共享自己的模组，为此打造了模组社区。新手可以在社区中一键获取大神创作的模组，而共享者可以获得成长值，并参与创作激励大赛获得奖励。“开放编辑、引用模组、接力创作等功能又进一步提升了社区的共享性质和创作的深度。”《元梦之星》项目团队表示。

在12月2日的“元梦之星·定档派对”活动上，游戏官方宣布首期规划14亿元专项投入，其中10亿元“造梦计划”基金旨在扶持UGC地图创作者。

《元梦之星》项目团队向记者

在整个派对游戏品类中，UGC都是一大发展方向。《糖豆人》在推出近3年后，也添加了创意工坊模式。业内人士告诉记者，

由研发团队单独承担内容产出，很有可能会遇到增长的瓶颈，UGC是一款大DAU（日活跃用户数）游戏必须解决的问题。



12月15日，腾讯天美工作室群自研合家欢派对游戏《元梦之星》正式上线。图为“2023 ChinaJoy展”腾讯游戏展台。

视觉中国/图

介绍了10亿元造梦基金的规划途径：对于头部作者，计划从所有激励赛事的冠军创作者中选拔出1位年度总冠军，签约1000万元的Offer，10名年度影响力作者，可获得100万元的Offer。

面对所有创作者，游戏官方计划以细水长流的方式激励、培养创作者：全部玩家均可零门槛参与创作者培养活动“追梦星途”，由业界创意大神指导，由小白入门、成长；以赛季为基础的地图长线征集活动……《元梦之星》项目团队介绍，

这套体系中包括与全国高校进行深度合作，通过培训辅导、赛事与奖金、IP合作、大学生创业扶持等相对立体的内容，创作者既可以通过参与比赛赢得收益，又可以在官方的支持下快速成长。

“得益于腾讯系平台强大的资源与分发能力，好玩的、吸引人的地图无须担心曝光度。”《元梦之星》项目团队表示，平台对所有玩家都保持着开放的态度，凭借审美、判断力与积极分享的精神，推图能手同样可以成为优质创作者。

初同时在线人数上升了72倍，显示出玩家在游戏内社交的需求。疫情期间的居家娱乐需求将派对游戏的热度推向新高。2018年首次推出的多人在线“太空杀”游戏《Among Us》在2020年间同时在线人数一度达到近40万人；2020年8月，《糖豆人》推出，首月揽获820万名玩家和1.85亿美元收入；2022年年底，在一众主播的带领下，玩法脱胎自《Among Us》的《鹅鸭杀》在中国爆火，同时在线人数一度超过70万人。

即使居家红利消退，派对游戏

的游戏包括《蛋仔派对》《香肠派对》《光·遇》《太空狼人杀》《鹅鸭杀》《糖豆人》。

尽管派对游戏中推攘攘、

跌跌撞撞的玩法给玩家带来不少快乐，但作为聚集了大规模人群的社交游戏，其中仍存在不少问题，如游戏内社交环境的保障，匹配、竞赛机制的公平性，服务器的稳定运行。此外，派对游戏的画风大多偏向圆润软萌，而这也更吸引低龄玩家，如何保障未成年人防沉迷政策的落实，也是一个值得重视的问题。

第三方机构数说故事发布的《2023游戏行业热点趋势报告》显示，2022年下半年，派对游戏凭借社交属性异军突起，其品类声量的平均月增速达到131%，在各大游戏品类中位列第一，声量位于前列

## 中国游戏市场首次突破3000亿元

## 海外收入延续跌势

本报记者 李哲 北京报道

经历了2022年的短暂下跌后，中国游戏市场在2023年回暖，同比增长13.95%，首次突破3000亿元关口。不过，研究机构认为，之后中国游戏市场的增长

或将放缓。

与此同时，曾经连续高增长的海外市场出现收缩。国产游戏出海收入延续下降趋势，同比下降5.65%。

在当前趋于饱和的市场环境下，小游戏赛道成为较受瞩

目的发展领域。三七互娱战略投资副总裁王自强表示，在小游戏赛道，必须把握机遇、前瞻性布局，培养并掌握流量经营的能力，深化赛道路理解、提升产品迭代能力，才是最核心的竞争。

集中上线，带动这一领域市场规模增长。这一年，二次元移动游戏市场实际销售收入317.07亿元，同比增长31.01%。报告解读称，这主要得益于用户群体付费意愿较高且能力较强，头部产品盈利能力尤其令人瞩目，少数新品的表现也异常强劲。此外，二次元市场集中度较高，而收入主要集中于头部产品，那些非头部产品的营收水平并不理想。

展望未来，伽马数据认为市场仍将增长，但增速或放缓。这是由于市场规模由付费直接带动，但当前用户的游戏时长及支付金额均处于较高水平，难以再推动市场实现快速增长。

该机构提出，当玩法、题材高度切中用户细分需求时，较多用户愿意提升付费水平，市场也将受此影响而持续扩张。从游戏获得乐趣仍然是显著影响其付费表现的关键要素，如果能更精准地挖掘到用户的兴趣点，或能在更大程度上激发用户付费意愿。

亿人，创历史新高。其中，移动游戏用户规模约6.57亿人，同比增长0.38%。

收入规模占比74.88%的移动游戏市场同比增长17.51%，达到2268.60亿元，同样创历史新高；客户端游戏市场实际销售收入为662.83亿元，同比增长8%，主要受客户端新游上线、网吧回暖、更多新游采取移动及PC端同步发行等因素的影响；主机游戏市场实际销售收入28.93亿元，同比增长率22.93%，主要受高知名度产品集中上市与硬件销量增加的影响，其中新世代主机及限定版主机的带动作用尤为显著。

原创IP已经成为移动游戏内容生产的主力军。在收入排名前100的移动产品中，原创IP数量占比51%，收入占比47.83%。另外有21%、9%和5%移动游戏的IP分别源自客户端游戏、单机/主机游戏和移动游戏，收入占比分别为32.37%、6.91%和4.68%。

2023年，多款二次元游戏

## 出海竞争或加剧

2023年，国产游戏海外市场收入延续2022年的下跌趋势，同比下降5.65%，达到163.66亿美元。

伽马数据指出，海外地区移动游戏市场整体收缩，进而导致中国游戏收入也随之降低。而在未来，出海竞争更激烈，国外增加了对本地游戏产业的扶持力度，对进口产品的监管也会越来越严格，包括准入条件、隐私保护、支付合规等，游戏出海将面临更大挑战。

其认为，由于中国企业的出海进程深化，深入更多地区的头部市场，随着游戏市场受宏观经济回暖而提振，中国出海收入也将回暖。

就具体地区而言，美国、日本仍是中国移动游戏主要海外市场，占比分别为32.51%和18.87%；韩国位于第三，为8.18%；德国、英国、加拿大合计占比9.45%；中东、拉美等海外新兴市场则未见显著提升。

## 小游戏赛道崛起

报告显示，2023年，国内小程序游戏市场收入200亿元，同比增长300%。现阶段小程序游戏的变现模式主要包括内购付费、广告变现、混合变现三类。目前由于内购付费的占比快速提升，带动了小游戏市场规模的较快增长。

伽马数据指出，《咸鱼之王》产品在本年度取得了较高的市场热度。

未来小游戏领域将呈现至少三项趋势：第一，小游戏领域仍存机会，这是由于激活其潜力的因素仍然存在，即质量提升、买量成本较低、跳转链路更完善、多潜在用户；第二，付费优化将成创收重点，这是由于小游戏用户具备内购付费、广告变现接受能力双高的优势，但对付费点、付费项目的要求与App版本有差异，因而能更早完善产品调优的团队将具备优势；第

## UGC机制聚拢人气

UGC是当下游戏产品发展的一大主流方向，在派对游戏品类中尤为如此。

派对游戏热度来得快，沉寂得也快。

低门槛、易上手对于派对游戏而言是一把双刃剑，虽然能为产品迅速聚拢人气，但也注定了产品缺少护城河，易被模仿超越；不仅如此，大批玩家同时在线的游戏极为考验服务器能力，一旦玩家游戏体验不好，极有可能放弃游戏；不少派对游戏以闯关为核心玩法，但是反复游玩相同的地图会让玩家感到厌倦，及时补充新鲜的游戏内容也至关重要。

如今，《Among Us》同时在线人数较2020年巅峰时期已减少了97%；突然爆火的《鹅鸭杀》曾经紧急招聘专业人员，如今的游戏人数也只剩2023年初的零头；《糖豆人》曾因Bug和地图更新慢等因素一度陷入低迷；《猛兽派对》正式推出前，其游戏品质已被众多玩家看好，但在有内购模式的前提下，其98元的初步定价成为拦截流量进入的一道坎，地图数量少也是玩家打差评的原因之一。

对于派对游戏而言，游戏本身的机制和品质固然是吸引玩家的重要因素，但后期的运营和营销能力才是持续留住玩家和不断拓圈的核心要求。

《蛋仔派对》在2022年5月公测，开局较为平淡，8月建立UGC地图推荐机制，12月联动《喜羊羊与灰太狼》，才激起大量玩家传播。2023年12月8日，《蛋仔派对》宣布其用户数量突破5亿人。而根据《2023年1—6月中国游戏产业报告》，截至上半年中国游戏用户为6.68亿人。

游戏本身的萌系画风、频繁的联动和版本更新、UGC机制撑起的内容量、达人营销和带玩是《蛋仔派对》不断拓展用户边界和保持热度的原因。七麦数据

头“暗黑破坏神”“阿凡达”等高知名度的全球性IP均于近年授权游戏改编，这意味着企业有更大的机会分享全球性IP的利好。”

另外，支付也是影响国产游戏出海获客、营收的重要因素。伽马数据《中国游戏出海支付研究报告》显示，超五成受访企业表示不够了解本地用户，超六成企业认为用户充值体验差。全球支付体系的复杂性首先体现在地区多元化，几乎每个地区相对常见的支付形式都在5种以上，且地区间的主流支付方式也存在差异。在游戏企业目前的支付份额中，六成游戏企业三方支付通道占比超30%。

与海外相比，本土市场对国产游戏的消费意愿进一步提高。报告显示，中国自主研发游戏国内市场实销收入2563.75亿元，同比增长15.29%。而在去年，这一增长比例为-13.07%。

内游戏市场其实是往轻重两个比较极端的方向在发展。”与游戏App精品化趋势相对应，小游戏因为轻量化、点开即玩的特点，更适合快节奏、碎片化场景，也能满足差异化的玩家需求。其指出，在小游戏赛道，首先必须把握机遇、前瞻性布局，其次是要培养并掌握流量经营的能力，最后深化赛道路理解、提升产品迭代能力，才是最核心的竞争力。

部分公司正准备在产品层面布局小游戏。比如，世纪华通将实现《传奇》IP进入小游戏领域；中手游推出了SLG游戏《城主天下》的小游戏版本，并进行了长时间测试，目前位列小程序游戏畅销榜TOP100；益世界的《商道高手》《这城有良田》《我是大东家》均为App+小游戏双端发行，其未来将进一步结合小游戏赛道与模拟经营。

## 用户规模止跌转增

12月15日，由中国音数协游戏工委与中国游戏产业研究院主导编写的《2023年中国游戏产业报告》（以下简称“报告”）公布。报告显示，2023年，中国游戏市场实际销售收入同比增长13.95%，达到3029.64亿元，首次突破3000亿元关口。不过，研究机构认为，之后中国游戏市场的增长

或将放缓。

与此同时，曾经连续高增长的海外市场出现收缩。国产游戏出海收入延续下降趋势，同比下降5.65%。

在当前趋于饱和的市场环境下，小游戏赛道成为较受瞩

目的发展领域。三七互娱战略投资副总裁王自强表示，在小游戏赛道，必须把握机遇、前瞻性布局，培养并掌握流量经营的能力，深化赛道路理解、提升产品迭代能力，才是最核心的竞争。

伽马数据指出，《蛋仔派对》《香肠派对》《光·遇》《太空狼人杀》《鹅鸭杀》《糖豆人》

# 寒潮天气新能源汽车迎大考 续航缩水痛点难破引用户焦虑

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

寒潮天气来袭，新能源汽车也迎来“大考”，续航里程“缩水”的行业痛点引发低温地区车主的用车焦虑，“充电慢，掉电快”“电动爹”成为用

户形容冬季新能源汽车的高频词。

“冬天续航就是会‘缩水’。我的车现在续航基本都是打七折，在高速上开的话，可能也就五折左右。”12月20日，上海的一位新能源汽车车主向《中国经营报》记者如是说道。

低温导致续航里程问题是新能源汽车冬季使用的行业顽疾。除了私家车主外，也有电动出租车司机、货拉拉司机向记者表示，他们的新能源

汽车续航也都有不同程度的“缩水”。

为何新能源汽车过冬难？中关村新型电池技术创新联盟秘书长、电池百人会理事于清教告诉记者，这主要是因为动力电池耐低温性能

有待提升以及空调加热、座椅加热消耗电量加大。“用户驾驶习惯、寒冷环境车辆轮胎变硬、行驶阻力变大等都会影响实际续航里程。”

记者注意到，在低温天气的影响下，新能源汽车续航里程缩

减，也有不少新能源汽车车主向记者表示，他们的充电频次有所增加。一位上海的电动出租车司机表示：“我的车标续是500公里，以前一天跑300多公里基本是不需要去充电的，但现在每天必须要充一次电。”

## 新能源汽车“过冬”难

新能源汽车市场狂飙背后，仍有很多行业痛点急需解决。

近年来，中国新能源汽车始终保持着高速增长的态势。中汽协数据显示，今年1—11月，我国新能源汽车产销累计完成842.6万辆和830.4万辆，同比分别增长34.5%和36.7%，市场占有率达到30.8%。尤其在11月，国内新能源汽车月度产销首次双超百万辆，产销分别完成107.4万辆和102.6万辆，同比分别增长39.2%和30%，市场占有率达到34.5%。

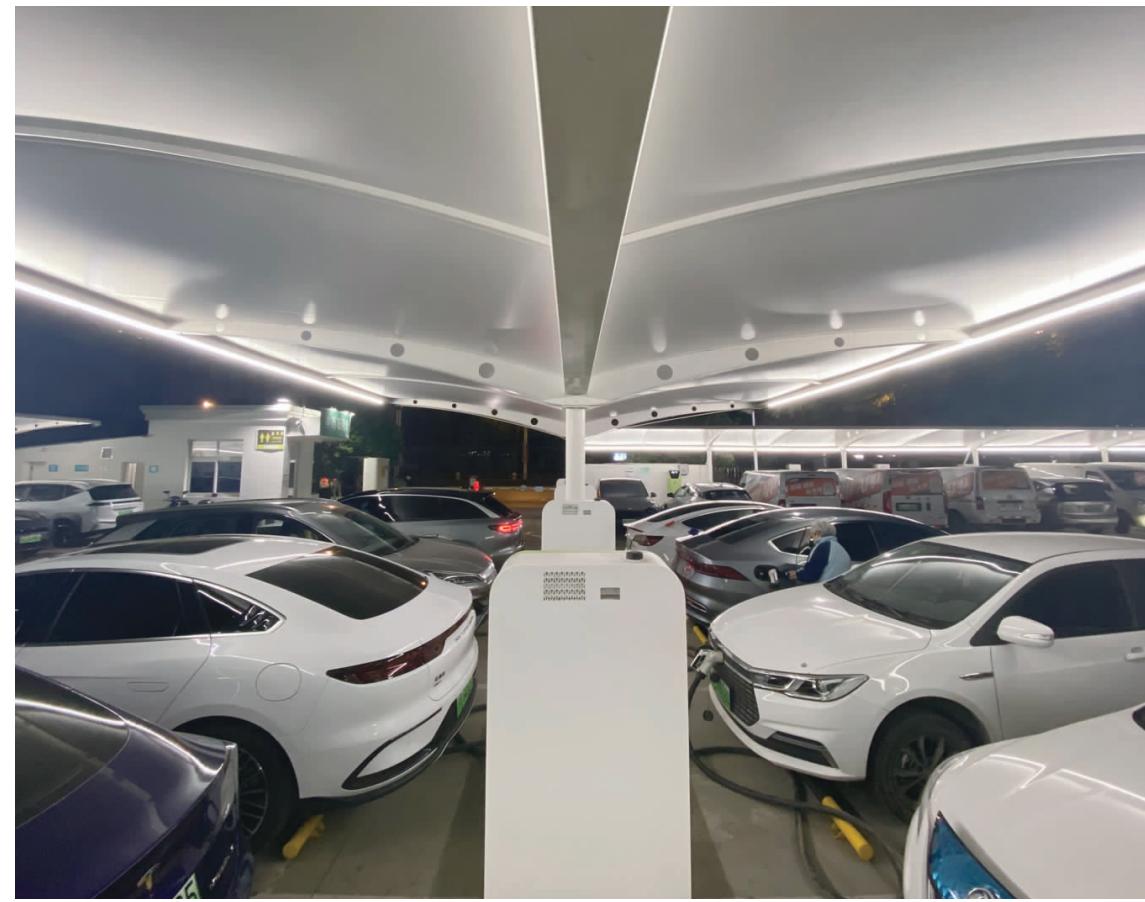
新能源汽车市场狂飙背后，仍有很多行业痛点急需解决。不久前，一家知名的评测机构公布的2023年新能源汽车冬季测试结果，也引发了外界对低温续航里程的广泛关注。

12月20日晚11时许，北京的气温已经是零下10℃，电动车车主张强健(化名)在给自己的电动车充电，虽然推荐的充电电量为最大电量的80%，但他还是选择给电动车充满了电。

“这几天天气太冷，电量掉的多。”张强健告诉记者，在北京的低温环境下，他的车标续是607公里，但现在充满电只有437公里。“空调开到22度，显示99%的电量只有300公里。”

与张强健有相同体验的新能源汽车车主并不少。李华(化名)是上海的一位纯电车主，提车已有半年。他告诉记者，他平时的用车频率并不高，即便用车，开车距离也不会太远。

“北方是速冻模式，上海降温也很明显。”李华告诉记者，“我其实是很扛冻的，冬天开车很少开空调。但这些天确实太冷，上车



位于上海嘉定区的一处超级充电站，晚上10点之后，停满了前来充电的新能源汽车。

本报资料室/图

不开空调真的不行，空调一开电就掉得快。”

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔告诉记者：“新能源汽车装配的电池包，它们正常工作的温度都是有标准的。一旦高于或者低于这个标准，电池电量都会衰减。这是目前所有锂电池的一个共性，现在还没有好的方法去解决这样的行业难题。”

此前也有业内人士告诉记者，新能源汽车低温续航里程下降的原因是锂电池温度特性决定的，即低温下锂离子热运动能力下降使其可释放的有效电量下降了，从而

导致里程的下降。

谈及对冬季低温环境下的新能源汽车的使用，张翔告诉记者：“除了低温的影响外，新能源汽车的实际续航里程还与路况、驾驶人的驾驶习惯、车内空调等功能使用有关。”

“续航里程缩水，充电频次也会相应地增加，这样充电成本也会有所增加。”李华告诉记者，“电量一旦降到20%就会去附近的充电站充电，至少充到60%以上才不会焦虑。”

记者注意到，对于充电成本很多新能源汽车车主都是“精打细算”，他们会选择在电费的平段、低谷去充电。“晚上拉客结束后，肯定

是要充电的，因为晚上便宜。”一位上海的电动出租车司机向记者直言，“白天是1.58元1度电，晚上10点之后就是0.95元1度电。”

“晚上10点后这里人很多，有时候来晚了还要稍微排会儿队。跟白天比，还是能省一点儿的。”不久前，在上海嘉定区的一处超级充电站，一位新能源汽车车主向记者如是说道。

记者近期也实地走访了上述超级充电站，晚上10点之后，上述超级充电站几乎停满了充电的新能源汽车。多位新能源汽车车主向记者表示，之所以晚上来充电就是图比白天便宜。

车企也在减轻低温续航缩水给车主带来的困扰。“有些车企会给电池包增加一个保温系统，通过这个系统使得电池包的温度回到正常工作的温度范围，这样电动车的电量是不会有大的衰减的。”张翔说道，“现在20万元以上的大部分车型，都是有这种电池包保温系统的。”

谈及电池的热管理系统，上汽大众相关负责人告诉记者，ID.车型都具备高效热管理系统，这可以让电池时刻保持正常工况。

“独立的热管理系统允许电池在零下30℃至零上55℃的温度环境中均保持正常的工作状态。即使在极端温度下，电池温度也能保持在15℃至30℃的工作范围内，使车辆能够适应不同用车环境，确保了车辆的可靠性。”

上述负责人还告诉记者，位于电池包下方的液冷系统配合高效的导热胶让电芯间的温度差异保持在3℃以内，提升了电池的安全性。此外，当使用功率达100千瓦的直流快充时，热管理系统能保证电池温度稳定，避免充电过热，确保在30分钟内即可从30%充至80%的电量。

针对冬季开车，特斯拉也给出相关建议。对于冬季新能源汽车的能耗增多，特斯拉方面表示，寒冷天气用车时，会消耗一部分电能为车辆加热，让电池达到理想的工作温度。驱动电机输出动力也会消耗更多电量，低温还会影响能量回收效果，一定程度上增加行驶能耗。

对于如何降低新能源汽车

的能耗，特斯拉方面表示可以多使用座椅加热功能，来代替空调进行制热，不但可以更快提升体感温度，还比空调制热更省电。

如何从车企和车主端解决或者减轻低温续航缩水的问题，于清教告诉记者，从车企端，它们要优化车身设计、电池设计、能量管理、热管理等；车主端，车主要保持良好的用车习惯，例如充电时尽量避免温度过低的环境、长期停放时定期充电以维持动力电池活性等。

增加电池的续航里程，也被认为是缓解新能源汽车车主因续航里程“缩水”而产生的用车焦虑。

不久前，蔚来创始人、董事长、CEO李斌驾驶ET7实测150kWh超长续航电池包。经过14小时，蔚来150kWh电池续航测试在使用97%电量的情况下，行驶里程达1044公里。

据了解，蔚来上述150kWh超长续航电池包采用固液混动电解质，属于半固态电池。张翔告诉记者：“蔚来的半固态电池，它的工作原理有别于传统的锂离子电池。它是固态的电解液，它的低温特性会更好一些，或者说它正常工作的温度范围更广一些。”

“相对于目前的液态锂电池，半固态电池/全固态电池耐低温性能更好一些，且能量密度较高，是解决续航问题的途径之一。但是，无论是半固态电池，还是全固态电池，目前仍面临技术、成本等多方面的挑战，规模化上车还需要时间。”于清教说道。

## 手机厂商反向跨界“华小魅”激战智能汽车赛道

本报记者 夏治斌 石英婧  
上海报道

“你中有我，我中有你”的竞合关系正成为手机和汽车两大行业的发展新趋势。当蔚来、吉利等汽车厂商将触角伸至手机行业之时，小米、魅族等手机厂商也在积极地进军汽车行业。

不久前，星纪魅族集团董事长兼CEO沈子瑜在2023魅族秋季无界生态发布会上宣布，将在2024年一季度启动DreamCar共创计划，为魅友们打造一款专属的MEIZU DreamCar MX。

《中国经营报》记者注意到，除了星纪魅族外，华为近期也与国内多家车企牵手合作，小米汽车也已经箭在弦上。“华小魅”的组合正成为当下汽车圈不可忽视的新兴力量。

谈及当下“华小魅”，以及未来手机和汽车的交融，汽车分析师钟师告诉记者，当电动汽车成风潮时，就有各色各样的外部投资者进入。“而当汽车智能化浪潮兴起，与智能化关联度强的科技公司投入会更积极，因为他们储备的人才、软件、大数据、ICT技术、AI等技术转型到汽车智能化上是顺水推舟的事情。手机技术与汽车智能化技术上有许多的交集。”

### 星纪魅族官宣造车

星纪魅族集团是跨界融合的全栈智能终端平台，由吉利控股集团董事长李书福与沈子瑜共同创立。今年3月，星纪魅族集团正式宣布成立，总部设在武汉。同年6月，该公司正式宣布与豪华纯电高性能汽车品牌Polestar极星(纳斯达克股票代码：PSNY)进行战略合作。

而后在2023魅族秋季无界生态发布会上，星纪魅族集团发布了无界生态系统FlymeOS、全新“手车互融”解决方案Flyme Link等多款产品，并宣布要启动DreamCar共创计划。

“我们天生就具备汽车的基本。”沈子瑜直言，“我们希望魅族系列能够为诸多汽车公司赋能，明年我们会推出‘魅族定制车’，用我

们的软件进行赋能，在我们的渠道进行售卖。”

对于星纪魅族官宣造车，钟师告诉记者，这说明吉利集团把智能电动汽车的运作分散在吉利系的各板块中，这样品牌运作的风险就相对分散，但也可让品牌之间充分竞赛，胜者为大。“吉利集团集中统一开发智电平台技术并给各个品牌分享，旗下丰富的工厂资源可以代工，整体上风险可降低不小。魅族想更上层楼切入‘整车’，不用背负很大的投资负担。”

盘古智库高级研究员江瀚告诉记者，当前手机厂商造车已经是大势所趋，前有华为、小米，所以魅族造车也并不让人意外。“随着科技的发展，汽车行业正面临着前所

未有的变革，而新能源汽车、智能网联汽车等新兴领域的发展，更是为手机厂商提供了新的机遇。这些手机厂商凭借着在通信、软件、硬件等方面的技术积累，纷纷进军汽车行业，试图在这个新兴市场分一杯羹。魅族作为国内知名的手机品牌，自然也不愿意错过这个大好时机。”

谈及与友商相比的优势，沈子瑜表示，星纪魅族的优势在于更懂汽车，这是先天的基因。公司大平台就有大概30年的造车基因。“在汽车上面，我们肯定比友商理解的要深。”

沈子瑜也坦言：“在智能化和软件能力方面，当然它(华为)是遥遥领先。魅族也有自己的优势和

积累，我们要努力追上它。从用户体验和整个交互、软件性能方面，我们还是有自信的，因为FlymeOS和Flyme历届的交互系统都得到了用户的认可。”

江瀚表示：“华为问界的成功给魅族等手机厂商带来了巨大的启示。华为凭借其强大的技术实力和品牌影响力，成功在手机市场上占据了一席之地。而在进军汽车行业时，华为选择了与汽车制造商深度合作的方式，参与产品的定义、设计及功能开发环节，并提供包括智能座舱、智能驾驶等在内的解决方案。这种合作模式无疑为魅族提供了一个可借鉴的模板。”

“魅族作为一个同样拥有强大技术实力的品牌，其对于智能座

舱、智能驾驶等解决方案的研发能力也是不容忽视的。因此，魅族有能力像华为一样，与汽车制造商进行深度合作，共同开发出具有竞争力的汽车产品。”江瀚进一步说道。

值得注意的是，为助力魅族品牌更好地进入汽车市场，星纪魅族也请来了汽车圈资深人士的加盟。11月30日，陈思英在其个人认证微博上宣布加入星纪魅族集团，其职称为星纪魅族集团高级副总裁、汽车事业部总裁。在配文中，陈思英表示：“我将致力于协助公司加速推动汽车产业和消费电子产业的深度融合和超级协同，助力集团打造更为智能化的出行生态。汽车已不仅

是交通工具，让我们一起打造一款不一样的汽车。”

小米第一辆车投入了3400名工程师，整个研发投入超100亿元。

华泰证券研报指出，小米汽车如要在激烈的整车市场竞争中脱颖而出，接下来的定价及智能化水平至关重要。“我们看到2023年第四季度以来，华为、小米等手机品牌开始加速入场，进一步加快整车市场‘快鱼吃慢鱼’竞争，车企在智能化层面的硬实力愈发重要。”

上述研报还指出：“随着小米、华为等手机品牌厂商高调入局，预计2024年汽车竞争格局会更加激烈，推升车企对智能化的硬需求，高级别智能驾驶是本土品牌的的核心竞争力，智能座舱和智能驾驶功能逐步成为新车型的必选项。”

### 智能汽车竞争加速

实际上，消费电子与汽车产业的融合是大势所趋，手机厂商入局汽车行业并非新鲜事。手机厂商也正在汽车行业进行深度布局，譬如华为正在不断地扩大智选车“朋友圈”。

12月1日晚间，江淮汽车发布公告称，公司与华为终端有限公司(简称“华为终端”)签署《智能新能源汽车合作协议》，双方将基于华为智能汽车解决方案，在产品研发、生产制造、销售、服务等多个领域全面合作，着力打造豪华智能网联电动汽车，通过合作车型不断的升级、迭代，满足用户对智能网联汽车的更高需求和期望，最终赢得用户的青睐和厚爱。

在生产制造上，江淮汽车负责打造先进的生产基地，充分发挥江淮汽车在先进制造领域的优势，依托工业互联网和成熟的制造管理经验为用户提供智能制造全方面解决方案，并借助华为终端在相关领域的优势，构建先进制造能力，从而实现合作车型的高效交付。

销售方面，鉴于华为终端拥有全球化的销售网络、强大的品牌营销和用户运营能力，江淮汽车同意华为终端或其指定的第三方在全球范围内独家提供合作车型的销售服务，包括但不限于营销、销售、用户及生态运营。针对合作车型的出口业务需双方达成一致后方可实施。

记者了解到，华为在汽车业务方面有三种合作模式，一种是零部件供应模式，一种是华为HI模式(Huawei Inside)，还有一种是智选车模式(现为“鸿蒙智行”)，华为鸿蒙智行目前的合作伙伴共有四个，分别为赛力斯、奇瑞汽车、北汽蓝谷以及江淮汽车。

今年11月，华为与奇瑞汽车合作的智选车车型智界S7上市。华为常务董事、智能汽车解决方案BU董事长余承东在发布会上表示，欢迎更多更有实力的车厂与其智选车合作。

除了江淮汽车、奇瑞汽车等车企之外，华为与长安汽车签署《投资合作备忘录》。据悉，华为拟设

立一家从事汽车智能系统及部件解决方案研发、设计、生产、销售和服务的公司，其业务范围包括汽车智能驾驶解决方案、汽车智能座舱、智能汽车数字平台、智能车云、AR-HUD与智能车灯等，并将专用于该公司业务范围内的相关技术、资产和人员整合进来。

除了华为在汽车领域动作频频外，小米汽车也备受外界关注，也有新的消息传出。近期，小米集团董事长雷军在央视新闻《面对面》访谈中表示，小米造车坚持“十倍投入”的策略。

在节目中，雷军还举例称，一般车企造一辆车，大概投入三四百人，10亿—20亿元的研发经费，而

# 破解“充电焦虑”多玩家入局追逐超充“风口”

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

马上将迎元旦、春节假期。又逢全国多地低温气候,电动车充电难、充电慢问题再度被关注。

资料显示,在“补能”上,电动车充电的效率远不及燃油车加油的效率,这是业内外共同的认知。为卸掉身上的“充电焦虑”包袱,电动车产业发展出了超充技术,试图从充电焦虑这一痛点入手解决问题。

根据不同的充电速度划分,电动车充电桩可分为慢充、快充和超充三类。《中国经营报》记者注意到,

## 超充成为香饽饽

在超充领域,不少企业看到了它广阔的市场空间,正纷纷蓄力以为未来的市场拼杀作准备。

电动车充电慢是行业难题,近两年每逢五一、国庆等节假日,高速公路服务区几乎都会出现电动车排队充电的现象。

根据《中国高压快充产业发展报告(2023—2025)》,影响电动车购买的因素涵盖充电、电池寿命、安全性等多个方面,其中充电慢、充电不便是当前用户选择购买电动车的主要顾虑。当前,电动车平均充电时长普遍在1小时及以上,且匹配快充需求的直流充电桩数量不足,无法满足用户快速补能需求。

为了提高充电效率,缩短充电时间,解决充电慢的痛点,行业提出了超充的解决方案。记者注意到,随着技术不断升级,眼下超充技术可以实现用10分钟时间让电动车的电量从10%提高到80%,补能效率基本接近燃油车加油。

目前,汽车企业对超充技术普遍热情高涨。截至目前10月,特斯拉已建成11000多个超级充电桩,大多数为V3超充电桩,峰值功率为250kW;国内新能源头部车企蔚来汽车也不逊色,目前500kW超快充电桩已超

为了匹配市场的快速补能需求,头部车企、豪华车企,在超充网络的建设方面加速布局,如特斯拉、极氪汽车、华为、理想汽车、小鹏汽车、奔驰、宝马、沃尔沃、捷豹路虎等。其中,极氪汽车在近日发布了自研800V超快充金砖电池,并表示正在加速构建800V超快充网络。与此同时,“国家队”中石油、中石化、国家电网等亦大举入局超充赛道。

超充已然成为企业竞争的新热点。一位充电桩运营商相关负责人向记者表示,大功率超快充是当前电动车快速补能的重点技术

方向之一,超充设施正迎来新一轮技术变革和市场落地。

“要建设以超快充为主的高质量充电基础设施目标网,让车、桩、网协同发展。”12月20日,在2023中国汽车充换电生态大会上,华为充电网络业务总裁刘大伟表示,高质量充电基础设施目标网具备四大典型场景,分别有以下不同需求:在城际充电场景,在高速、国道等服务区或加油站,实现超充100%覆盖,做

到“有路的地方就有超充”;在公交、物流、矿山等快周转专用场站,要实现兆瓦级超充覆盖;在城市公共充电场景,要实现“广覆盖”,打造1公里以内的超充圈;在居民小区等驻地场景,则应推广智能有序直流慢充这一充电方案。

多位业内受访人士认为,超充充电桩的不断完善,会改善电动车使用体验,推动电动车销量持续快速增长。



视觉中国/图

第三代换电站批量部署,截至2023年11月底已部署近1000个;截至2023年11月底,小鹏汽车共部署约360个S4超快充电桩;理想汽车则重点围绕高速公路布局,在打通热门出行线路的基础上不断扩展丰富补能网络。目前,理想汽车5C超充站大部分已实现“1+3”布局,即一个站点配备1个5C超级充电桩和3个2C充电桩,截至2023年11月底,理想汽车已部署约440个2C充电桩。近日,极氪汽车方面宣布,公司正在加速构建800V超快充网络,截至2023年11月30日,累计建成401座极充站,覆盖全国100座城市,提供2261个极充电桩,每个极充电桩的充电功率都在360kW以上。汽车行业对华为颇为关注,据悉,目前华为全液冷超充电桩最大功率已达到600kW,在50多个城市及20多条高速沿线部署200多个全液冷超快充场站,并计划到2024年年底部署超10万个全液冷超快充电桩。

备受关注的是,部分豪华车企选择通过抱团的方式布局超充赛道。11月30日,宝马和梅赛德斯-奔驰同时

近年来,中石化积极布局充

电、换电等业务,在新能源汽车充电领域打造服务品牌“石化易电”。11月17日,中石化首座超级充换电综合能源站——安徽石油大众综合能源站在合肥投入运营。据悉,该站点设有快充、货车快充、液冷超充等不同类型的充电桩位142个,充电最快仅需10分钟。

“目前,我们在运营的公共充电设施超过18万个,已建成高速公路快充网络,满足电动车出得了城的基本要求。”国网智慧车联网技术有限公司能源服务中心(负荷调控中心)总监秦俭表示,下一步,在高速公路方面,公司将继续巩固高速公路充电网络,应用大功率充电技术,促进协同建设,服务互通。

目前,在超充领域,不少企业看到了它广阔的市场空间,正纷纷蓄力以为未来的市场拼杀作准备。

# 打响智驾之战 宝马获国内L3级自动驾驶车辆路测牌照

本报记者 陈燕南 北京报道

在利好政策、市场需求的双驱动下,宝马集团的自动驾驶也迎来新的进展。

近日,《中国经营报》记者获悉,宝马集团搭载L3级自动驾驶功能的车辆在上海正式获得高

速路自动驾驶测试牌照。未来,宝马将在上海市政府的监督和指导下,在指定区域开展L3级自动驾驶道路测试。据了解,宝马集团L3级自动驾驶成为首个符合联合国UN ECE R157 ALKS法规并在中国高速公路开展测试的产品。

## BMW 5系已具备拓展至L3级自动驾驶的能力

长期以来,宝马中国研发团队积极开展L3级自动驾驶本土化研发,根据法规要求,已经为今后L3级自动驾驶功能在中国的适配和应用做好充分准备,满足中国复杂交通路况和中国客户的驾驶特性。即将上市的国产全新BMW 5系长轴距版在技术上就已经具备拓展至L3级自动驾驶的能力。

据了解,早前,宝马集团已通过德国联邦汽车运输管理局(KBA)严格的技术条例审批,并获得L3级自动驾驶功能的认证和批

准。搭载该功能的BMW车型将于2024年春季在德国交付客户。截至目前,德国联邦汽车运输管理局仅对个别汽车厂商批准了L3级自动驾驶功能,宝马集团在技术上获得认可,充分说明宝马已经成为实现高级别自动驾驶的头部领先汽车制造商之一。

根据宝马集团方面的介绍,L3级自动驾驶已经拥有成熟和完备的研发体系。宝马集团通过对车辆的耐久性测试和数千个模拟场景的分析,结合与目前的道路交通安全水平的对比,将在高级别自动驾驶车辆上实现最高的系统安全性。L3级自动驾驶技术套件能够集成更多高性能传感器,例如新的激光雷达系统,并将所有传感器信息与长距离雷达、前置摄像头数据相互关联,建立起L3级自动驾驶车辆完整的环境模型。宝马L3级自动驾驶搭载的激光雷达能提供独特的感知能力,位于风挡玻璃上的800万像素前置摄像头,可远距离探测行人、车辆、交通标志和环境中的其他物体,保障车内外人员安全。基于此,在L3级自动驾驶功能处于激活状态时,驾驶者能够

积极成效。关于智能网联汽车准入和开启上路通行试点工作的企业受到诸多关注。有分析认为,在众多品牌大力发展智驾能力的当下,率先带来稳定且实用的L3级自动驾驶辅助功能,或许能够再度复制当年特斯拉入华时的“鲇鱼冲击”。

更加充分地利用在车上的时间,在旅途中享受游戏、流媒体视频等车载影音娱乐。

目前,全新BMW 5系应用L2+级智能驾驶辅助系统,引入了首款宝马自动变道辅助功能。在高速公路上,在60公里/小时—180公里/小时的速度范围内,驾驶员注意力监控系统会持续跟踪驾驶员的状态。当需要超车时,系统会判断周围交通状况,并自动给予驾驶员变道提示,驾驶员可以看一眼后视镜检查交通情况,从而确认自动变道。

# 北京现代加速能源转型 践行“电+氢”双线战略

本报记者 陈燕南 广州报道

左手电动,右手氢能。现代汽车正在持续推动在新能源领域的业务布局。

近日,北京现代Hi-Tech超级技术日——探访广州HTWO氢燃料电池工厂活动成功举办,围绕“科技

现代”活动主线,《中国经营报》记者深入探访了这座氢燃料电池系统生产工厂。

记者在现场看到,该工厂包含创新中心栋(外部)、办公楼,以及由连廊连接的电极电堆栋和系统总装栋。据了解,2023年,现代汽车海外首个氢燃料电池系统研发、

池系统,并进行活性化检测。该工厂总占地面积20.2万平方米,建筑面积8.2万平方米。

据介绍,“HTWO广州”投产后,与国内合作伙伴一起完成了三款氢能物流车和一款环卫车的开发,为下一步在广州开展高质量的燃料电池车辆示范运营打下了

良好基础。同时,现代汽车在今年5月与广州市黄埔区国有企业恒运集团及广州市开发区交通投资集团成立了合资公司——现代氢能科技(广州)有限公司,并于今年6月与广州公交集团、恒运集团、交投集团、文远知行携手,共同推广公交、乘用车、物流车、冷藏车、氢能自

动驾驶清扫车。

对于未来的发展,现代汽车方面表示,将通过多种方式积极参与以商用车为主的燃料电池汽车示范运营,为中国的氢燃料电池乘用车,以及船舶、轨道交通、发电等多个领域提供全球领先的氢燃料电池系统,与中国全面共享高质量发展成果。

## 热潮下的冷思考

超充作为一种能够快速补能的充电方式,虽市场前景广阔,但其建设和落地面临电网功率不够、投资成本高等问题。

超充技术虽然受到业内的追捧,但对于电动车行业“补能”发展路径中,慢充、快充、超充未来将形成怎样的关系,以及适用超充技术的场景是什么等问题,业内有不同看法。

有观点认为,超充是解决电动车里程焦虑最理想的路径;也有业内人士认为,超充难以成为一种主流的补能方式。

“据我们通过各公司官网进行的不完全统计,目前支持超快充的车型已经包括保时捷taycan、小鹏G9、特斯拉全系(低压快充)、极氪001FR、长城机甲龙、极狐阿尔法S、埃安V plus、阿维塔12、智界S7等多款车型,2023年下半年以来,主流车企的旗舰、次旗舰车型大多开始逐步升级至800V高压电气架构。”中信证券方面在研报中表示,800V高压平台有助于大幅提高充电功率,缩短充电时间。随着各大车企车型和电气架构的迭代,高压快充有望逐步放量,在2024年开启车、桩两端的超快充的快速发展之路。

杭州闪电速能科技有限公司CEO王小飞表示,用户在不同场景下对于充电补能存在不同的需求。目前,充电市场百花齐放,小功率直流充电、大功率风冷超快充以及大功率液冷超快充等充电模式都有市场,要满足不同细分市场用户差异化高品质补能需求,打造差异化的高品质的充电生态。

“近两年,随着新能源汽车的推广应用,C端市场增长非常快速。在这样的市场背景下,充电基础设施的发展已越来越

细分化,尤其是私家车车主的比例上来了之后,不同车型以及价位的车主对充电服务的需求是不一样的。相比营运车辆,私家车辆充电更注重品质和服务。”中国汽车工业协会充换电分会、中国电动汽车充电基础设施促进联盟副秘书长仝宗旗表示,应科学布局充电基础设施,围绕不同的场景、车型和用户,去满足相应的补能需求,充电基础设施也应遵循差异化发展原则。

在刘大伟看来,针对充电基础设施支撑新能源汽车和新型电力系统变革的需求,要建设以超快充为主的高质量充电基础设施目标网的发展方向。“对于政府管理者而言,通过超充、快充技术换时间、时间换空间,提高宝贵的土地和电力资源利用率,也通过集中建设、集中管理降低充电事故发生概率和财产损失。”

“今年以来,超充的概念在行业内得到极大的普及和推广,超充是一个好‘东西’,但是它的投入也很高,成本回收周期太长。我们运营商投一个场站下去,到底多长时间才能收回成本,这是我们面对的一个很重要的问题。”天津大真电器集团有限公司董事长王雷说。

从现阶段来看,在补能模式中,超充并不是一种放之四海而皆准的万能工具,仍然需要与慢充、快充、换电技术路径协同向前,共同构筑能满足不同场景需求的补能网络。

## 供应商或为宝马提供高精度数据+定位方案

为了在驾驶辅助系统及自动驾驶技术的研发和测试领域集中发力,今年7月,宝马集团正式启动了位于捷克共和国索科洛夫市的未来出行开发中心(Future Mobility Development Center)。未来出行开发中心拥有宝马全球最大的测试场地,专门用于测试L3和L4级自动驾驶和泊车技术。

宝马集团负责研发的董事韦博凡称:“在这里,我们以极高的灵活性和效率测试所有可能出现的驾驶场景,包括城市、乡村、高速公路和自动泊车等。特别之处在于,我们可以连续不停地测试多种场景,以达成真实、可靠、以客户为导向的测试结果。”

在今年的慕尼黑车展上,韦博凡也提到:“我们秉承开放式合作。我们不仅仅是跟自己的供应商合作,也在和中国领先的科技企业合作。比如大家在新时代车型当中会见到的ADAS自动驾驶相关的功能,我们就是与腾讯、百度、四维图新等科技企业合作开发,希望能够丰富大家的用车体验。”

宝马近日公布了一份名为“宝马中国峰会”的文件,揭示了其智能驾驶中国方案的核心合作伙伴,包括智能科技公司高通、英特尔、法雷奥、腾讯、千寻位置和四维图新等都名列宝马智能驾驶供应商之列。

有分析认为,从供应商中可以看出,对安全尤为重视的宝马,选择了“高精定位+地图”方案。记者注意到,有投资者向四维图新方面提问宝马L3级自动驾驶的相关问题,四维图新方面称,将为宝马集团在中国市场的下一代自动驾驶功能提供ADAS地图、HD地图及LBS等产品和服务;同时,作为宝马智能驾驶中国方案的供应商,四维图新与合作伙伴一起,向宝马L3提供高精度数据+定位方案,横跨宝马Gen AD21、Gen AD25两代平台。

宝马方面表示,随着自动驾驶级别的提升,技术研发的复杂程度也会成倍增加,而宝马将始终坚持以最高级别的安全标准来开发不同级别的自动驾驶系统,为用户提供安全、愉悦及舒适的驾驶体验。

宝马近日公布了一份名为

## 形成“乘商并举”产品阵容

事实上,近年来,现代汽车集团不断扩大燃料电池系统动力车型阵容,先后推出了氢燃料电池SUV NEXO、氢燃料电池大巴ELEC CITY Fuel Cell和氢燃料电池重卡XCIENT Fuel Cell等产品,已经形成“乘商并举”的全产品阵容。

其中,截至2023年10月,氢燃料电池SUV NEXO累计销量超3.7万辆,为氢燃料电池汽车销量全球第一;全球首款量产型氢燃料电池重卡XCIENT Fuel Cell,已出口到瑞士、美国;氢燃料电池巴士ELEC CITY Fuel Cell,已在韩

国普及应用。

值得注意的是,现代汽车此前发布了“2045年碳中和”目标,计划在未来几年逐步提高零排放汽车的销售份额,其中零排放汽车(ZEV)主要包括纯电动汽车(BEV)和氢燃料电池汽车(FCEV)等电动化车型。北京现代方面也表示,今年是北京现代成立21周年,面对汽车行业的变革浪潮,站在下一个二十年的新起跑线上,北京现代将以“2025向新计划”为指引,向智电时代进军,从产品、品牌、服务维度全面向新。

# 打造国际竞争优势 车企“出海”提速

本报记者 陈靖斌 广州报道

汽车作为国民经济的重要支柱产业，产业链长、关联度高、带动性强，发挥着工业经济稳增长的“压舱石”作用。2023年以来，作为工业经济的“压舱石”，汽车行业在“出海”方面保持稳中向好发展态势。

在这其中，《中国经营报》记者了解到，比亚迪、长安汽车以及广汽集团等多家车企，随着出海布局的深入，同时也在带动着新能源汽车产业的高质量发展。

## “出海”布局稳增长

比亚迪、长安汽车以及广汽集团通过不断深入“出海”布局，为锚定“全球最大汽车出口国”打下坚实基础。

今年以来，汽车行业的发展运行保持着稳中向好发展态势。

中国国际贸易促进委员会汽车行业委员会会长、中国国际商会汽车行业商会会长王侠表示：“我国汽车今年全年出口量成为世界第一已成定局。”中汽协预计，今年我国汽车出口量预计可达450万辆，将成为全球最大汽车出口国。

在这其中，记者了解到，比亚迪、长安汽车以及广汽集团通过不断深入“出海”布局，为锚定“全球最大汽车出口国”打下坚实基础。

比亚迪相关负责人向记者介绍，自2021年5月比亚迪正式开始“乘用车出海”以来，比亚迪新能源汽车的足迹已经遍布日本、德国、澳大利亚、巴西、阿联酋等59个国家及地区。

“仅在2023年11月，比亚迪新能源乘用车出口量就高达30629辆，居新能源乘用车领域11月出口量冠军，占当月国产新能源乘用车的三分之一。”比亚迪相关负责人向记者表示。

依托于全球范围内的品牌战略和市场布局，比亚迪在多个市场频频夺得销量冠军。今年上半年，比亚迪首次进入全球汽车销量前十。

在泰国和新加坡，比亚迪获

得1-11月纯电动汽车累计销量冠军；在巴西，比亚迪今年下半年连续5个月成为当地新能源汽车市场销量冠军，并不断打破单日新能源汽车销售纪录；在哥伦比亚和哥斯达黎加，比亚迪获得今年1-11月新能源汽车累计销量冠军。

比亚迪“出海”亦在领跑中国新能源汽车市场。据乘联会数据显示，今年前10月，中国新能源汽车累计销量728万辆，同比增长37.8%。比亚迪更是领跑市场，截至今年前11月，比亚迪累计销量268万辆，同比增长64.8%，距实现全年目标仅一步之遥。

在中国新能源车企“出海”的大趋势下，今年4月18日，长安汽车也发布“海纳百川”计划，来加速推进长安汽车的国际化发展。

长安汽车相关负责人介绍，“海纳百川”计划，即到2030年实现“四个一”发展目标：海外市场投资突破100亿美元，海外市场年销量突破120万辆，海外业务从业人员突破10000人，着力推进五大布局，即市场布局、产品产能布局、品牌建设布局、营销服务布局、组织人才布局，将长安汽车打造成世界一流汽车品牌，标志着长安汽车全球化发展正式驶入快车道。

截至2023年，长安汽车进入

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力向记者指出，走出国门实现“出海”对车企来说，具有重要作用与现实意义。“一方面，有助于车企拓展海外市场，增加销售额和利润，提高企业国际竞争力。另一方面，通过与国际市场竞争与交流，车企可不断提升自身技术水平和创新能力，推动企业转型升级。此外也有助于提升我国新能源汽车产业的国际地位与影响力，为国家经济发展作出贡献。”



比亚迪参加东京车展。 本报资料室/图

60余个海外市场，其中在沙特、秘鲁、巴基斯坦等17国排名中国品牌“数一数二”；1-11月，长安汽车自主品牌海外销量220849辆，同比增长38.1%。长安汽车积极响应国家“一带一路”倡议，98%的海外销量源自“一带一路”共建国家。

对于广汽集团而言，2023年也是“出海”提速的一年。广汽集团相关负责人向记者介绍，2023年年初，广汽国际“出海”之旅按下加速键，陆续在厄瓜多尔、玻利维亚、巴拿马三地开设全新展厅，分别是厄瓜多尔基多

展厅、玻利维亚圣克鲁斯第三展厅、巴拿马圣地亚哥首家展厅，由北到南逐步拓展美洲市场布局，为美洲市场销量增长打造有利阵地。

11月14-16日，广汽国际相继在墨西哥、埃及、哈萨克斯坦三个国家圆满举办了品牌上市发布会，三天内向墨西哥、非洲、中亚三大市场导入重磅新车，宣告广汽国际正式进入当地市场并开始运营，成为了深耕海外重点市场的又一里程碑，推动品牌的国际化进程。

## 政策引领“出海”提速

目前，车企“出海”布局仍存在诸多重点难点问题需要引起重视。

事实上，中国新能源汽车“出海”之所以能够百花齐放，也与中央的政策引领密不可分。

今年4月，国务院办公厅发布《关于推动外贸稳规模优结构的意见》(以下简称“《意见》”)，明确指出要培育汽车出口优势。

《意见》强调，各地方、商会协会组织汽车企业与航运企业进行直客对接，引导汽车企业与航运企业签订中长期协议。鼓励中资银行及其境外机构在依法合规、风险可控前提下，创新金融产品和服务，为汽车企业在海外提供金融支持。各地方进一步支持汽车企业建立和完善国际营销服务体系，提升在海外开展品牌宣传、展示销售、售后服务方面的能力。

今年8月25日，工业和信息化部等七部门亦印发了《汽车行业稳增长工作方案(2023—2024年)》，提出2023年力争实现全年汽车销量2700万辆左右，同比增长约3%。其中，新能源汽车销量900万辆左右，同比增长约30%；汽车制造业增加值同比增长5%左右。2024年，汽车行业运行保持在合理区间，产业发展质量效益进一步提升。

《意见》还强调要推动汽车出口提质增效。鼓励汽车企业加快研发和生产面向国际市场的汽车产品，建立和完善国际营销服务体系，加强与航运企业、国内外金融机构合作，巩固扩大重点国家和地区市场汽车出口，加大“一带一路”沿线国家和新兴市场开拓力度，培育汽车出口优势。

《意见》要求指导行业机构组建汽车企业国际化发展创新联

盟，促进企业之间实现信息资源、网络渠道等共建共享。研究建设海外政策、法规、标准等信息共享服务平台，推动与主要出口目的国检测认证标准的统一。加强与重点国家和地区的全产业链低碳发展合作，推动形成互相认可的碳排放、碳足迹核算体系，为汽车企业海外发展创造更好环境。

对此，中国交通运输协会新技术促进分会专家委员解筱文指出，目前车企“出海”布局仍存在诸多重点难点问题，需要引起重视。“车企需提升产品质量，确保产品符合国际技术标准。在品牌建设与推广层面，需加强品牌建设，提高国际知名度。此外，车企还需在海外市场建立完善的销售和服务网络，了解并遵守海外市场的政策法规，避免合规风险，还要有充足的资金支持，加强人才培养和文化交流，提高企业在国际市场的适应能力等。”

朱克力亦表示，车企在“出海”过程中确实面临一些重点难点需要突破。“例如需要深入了解目标市场的需求和消费者喜好，制定符合当地市场的营销策略和产品规划，同时要应对国际贸易摩擦和知识产权保护等挑战。”

对此朱克力也建议，车企可加强与当地政府和企业合作，共同推动新能源汽车产业发展；积极参与国际交流与合作，学习借鉴国际先进经验和技术；加强自主创新及品牌建设，提高产品质量与服务水平。通过采取这些措施，车企有望更好地适应国际市场需求与变化，实现自身及产业可持续高质量发展。

# 打好L2级辅助驾驶最后一役 多家车企向城市NOA发起冲锋

本报记者 陈茂利 北京报道

近日，很多车企都在忙着进行城市NOA(Navigate On Auto-pilot，自动辅助领航驾驶)测试，为2024年“开城”(在城市内推送辅助驾驶功能)作准备。

12月19日，正在恶补智能驾驶短板的理想汽车正式推出覆盖

超过100座城市的智驾功能。在智能驾驶领域一直被认为走在“造车新势力”阵营前列的小鹏汽车宣布，新增27个无高精地图覆盖的城市导航辅助驾驶(XNGP)。同期，宝马、奔驰先后宣布，于近日分别拿到北京、上海L3级(有条件自动驾驶)高速公路自动驾驶测试牌照。

所谓的城市NOA，即面向

城市的智驾功能。在智能驾驶领域一直被认为走在“造车新势力”阵营前列的小鹏汽车宣布，新增27个无高精地图覆盖的城市导航辅助驾驶(XNGP)。同期，宝马、奔驰先后宣布，于近日分别拿到北京、上海L3级(有条件自动驾驶)高速公路自动驾驶测试牌照。

所谓的城市NOA，即面向

城市的智能辅助驾驶，车辆可以实现在城市道路自主行驶，完成跟车、变道、超车、转弯、过红绿灯等动作，最终到达目的地。值得一提的是，城市NOA被视为L2级辅助驾驶的最后一役，是从L2跨越到L3至关重要的一步。

城市NOA加速覆盖对于车企具有怎样的意义，影响城市

NOA大范围普及的要素有哪些？国研新经济研究院创始院长朱克力接受记者采访时指出，“城市NOA作为一项前沿技术，能帮助车辆在复杂的城市环境中实现自动驾驶，极大提升驾驶便捷性与安全性。掌握这项技术，无疑会为车企市场竞争增加优势。”

地平线智能驾驶产品规划与市场总经理吕鹏接受记者采访时表示，“目前，城区NOA系统仍存在很多痛点，如成本过高，给功能标配带来挑战；全场景NOA受高精地图覆盖限制，用户使用频率不高(功能有限，仅在少数城市开通)；使用频率不高会造成迭代开发难度大、周期长。”

## 多家车企公布城市NOA推送日程

2024年，城市NOA功能将加速“上车”。记者关注到，在被行业视为“智驾产品爆发大年”的2024年即将到来之际，理想、小鹏、蔚来、智己等多家车企宣布全国城市NOA推送日程。

12月19日，理想汽车正式向L系列车型推送OTA5.0版本，本次升级新增145项，包括全场景智能驾驶(NOA)，全场景辅助驾驶(LCC)，同时智能泊车效率也有所提升，新增离车泊入和代客泊车功能。

理想汽车全场景智能驾驶，将实现高速、城市环路和城区道路全覆盖，支持变道超车、按道路限速控速、施工场景避让、拥堵博弈变道、城市场景路口同行以及避让绕行等众多主流驾驶辅助应用。

“XNGP开城稳步推进中。我们的目标是做得要比说得还好。”小鹏汽车方面透露，“XNGP进入无图快速扩城时代，小鹏汽车完成落地不依赖高精地图的城市导航辅助驾驶方案，XNGP随着4.4.0 OTA覆盖至25城。”

根据小鹏汽车此前披露的计划，今年12月底，小鹏XNGP将开放至50个。2024年，小鹏会将轻地图XNGP覆盖全国。

蔚来的计划是，在今年年底之前，完成25万公里的城区领航路线验证，遍布200座城市；到2024年第二季度，将完成40万公里的城区领



未来5年将是智能辅助驾驶大范围普及的5年。 陈茂利/摄影

航路线验证，超过230座城市。

智己汽车官方宣布，IM AD城市NOA将如期于2023年年底开启上海地区的用户公测，春节前陆续推送，上海地区率先开放。2024年年中，城市通勤模式先行版将上线；2024年内，通勤模式将覆盖全国100城。

“头部厂家比拼高阶智驾，腰部厂家保中阶快速落地，ADAS(高级驾驶辅助系统)标配成为全球共识。”吕鹏表示。

传统车企也正在加速自动驾驶功能落地，开展L3级自动驾驶“上车”测试。12月14日，宝马方面宣布，搭载L3级自动驾驶功能的车辆在上海市获得高速路自动驾驶测试牌照。下一阶段，宝马将在上海市获得高速路自动驾驶测试牌照。在指定区域开展L3高速路自动

驾驶道路测试。记者从宝马方面获悉，即将上市的国产全新BMW 5系长轴距版在技术上已经具备拓展至L3级自动驾驶的能力。

继宝马拿到测试牌照两天后，奔驰方面宣布，拿到北京市有条件自动驾驶高速公路道路测试牌照。实际上，自2021年起，奔驰便开始在中国开展L3级自动驾驶系统的封闭场地测试。

今年，梅赛德斯-奔驰在全新长轴距E级车上推出了由中国团队主导研发的L2+导航辅助驾驶功能，其覆盖全国范围内高速与城市快速路段，可实现高速点到点的导航辅助驾驶功能。

需要注意的是，从拿到测试牌照到L3级自动驾驶车辆摆脱“地理围栏”，大规模“上路”还需要一段时间。

## 大规模普及需克服成本等“拦路虎”

“相信从现在开始的5年将是智能辅助驾驶大范围普及的5年。”小鹏汽车董事长何小鹏在11月举办的财报会议上作出预测。盖世汽车研究院在发布的《智能辅助驾驶趋势展望》预测，到2025年，NOA搭载量将突破400万辆。

城市NOA加速覆盖对于车企和消费者有什么样的意义？在毫末智行董事长张凯看来，城市NOA落地是一场关乎智驾的生死战，“2024年，毫末智行要跨过关隘，打赢城市NOA落地这一硬仗。”

采访中，记者了解到，一众车企卯足劲进行城市NOA研发、测试与市场需求直接相关。当前，城市NOA已经成为各品牌竞争的卖点和用户关注的重点。

“智能辅助驾驶系统已成为新能源购车人群的重要决策依据，成为消费端衡量汽车产品竞争力的重要评价指标。”吕鹏表示。传播星球APP联合创始人由曦有类似的观点，“城市NOA是智能驾驶技术的重要组成部分，能够在复杂的城市环境中实现自动驾驶，可显著提升消费者的驾驶体验，拥有先进的城市NOA技术的企业将在市场竞争中占据优势，提高品牌知名度。”

“汽车新四化”产业研究者、出行韬略合伙人杨继刚在接受记者采访时表示：“提升城市NOA覆盖率，既可以满足用户在城市道路智

能驾驶的多场景应用需求，又可以通过优化日常驾驶路线与行驶车速，降低驾驶风险，进而降低车辆油耗与维修成本。同时，有了大量的用户行驶数据，又可以帮助车企优化产品设计，降低生产成本。”

城市NOA对于车企打赢智能驾驶之战具有重大意义，但实现大范围普及仍需克服诸多难题。多位业内人士在接受记者采访时指出，成本对于城市NOA的普及非常关键。

“城市NOA技术成本较高，叠加在车辆价格上可能导致消费者负担加重。”由曦指出。记者了解到，目前城市NOA硬件成本比较高，主要在30万元以上的车型上配置。

硬件成本中，自动驾驶感知环节的硬件占“大头”，在该环节，主要通过摄像头、毫米波雷达、激光雷达和超声波雷达等多融合传感器感知周围环境。其中，激光雷达的价格高昂。

“参考各大车企和方案商的传感器配置，目前想要实现城区领航功能，至少需要配备1颗激光雷达(主激光雷达单价约500美元)，算力需求超200TOPS(200TOPS芯片单价300-400美元)，软硬件整体成本在万元左右。”中信证券在研报中指出。

尽管激光雷达的价格高昂，但轻舟智航联合创始人、CEO于

认为，近几年，激光雷达对城市NOA来说仍是必需的。”

实际上，城市NOA软件成本也不容忽略。杨继刚告诉记者，“要实现城市NOA功能，需要采集大量数据并进行处理，包括高精度地图数据、车辆传感器数据、交通信号数据等，这需要强大的算力与存储支持，对车企来说同样是巨大的成本投入。”

城市NOA大规模普及，成本很关键，地平线创始人、CEO余凯向记者指出：“到2025年，真正要做的是在合理的性价比下，把高速NOA、环线NOA封闭道路的自动驾驶体验，做到如丝般的顺滑，而且价格不能太贵。同时要持续投入，真正地把城区的NOA做到可用。”

此外，城市NOA普及也面临技术层面的难度。杨继刚介绍：“城市道路的复杂度远高于高速公路驾驶场景，车流、人流、物流交织在一起，还要应对复杂的交通信号、临时管制与突发事件，这对于车辆自动驾驶系统的环境感知、决策和控制算法都提出了更高的要求，克服技术难题还需要时间。”

“面对这些挑战，车企不仅需要加大技术研发的投入，而且要在法规、市场策略等方面进行综合施策，才能在这场竞争中脱颖而出。”朱克力指出。

# 上海免费绿牌“收紧”:车企“现车供应”加码营销

本报记者 方超 石英婧 上海报道

“我们店现在有很多人下单，不仅仅是外地人下单，本地人也是一样，因为如果他们手里有蓝牌车，从明年1月1日起就申请不下来绿牌了。”近日，上海长宁区一家极氪空间销售顾问陆涛(化名)同时向《中国经营报》记者表示，“如果你着急提车，时间真的不多了，只剩最后半

个月时间。”

在陆涛“催促”记者尽快下单的背后，上海近日发布的2024年绿牌新政正引发市场密切关注。12月15日，上海市发布《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》”)，其中要求个人名下“既无新能源车，也无燃油车(沪C号段车辆除外)”。

## 申领门槛进一步提高

不仅仅是个人用户申领上海“绿牌”门槛提高，单位用户亦同样如此。

“2024年绿牌政策已颁布，距现行上海绿牌政策结束仅14天，”12月18日，上海闵行区七宝万科广场蔚来空间门口展示牌上的上述话语，吸引了过往行人的目光。其中，“14天”字样更是被放大和加粗处理，颇受瞩目。

“明年有绿牌，但是跟今年不一样，”上述蔚来空间销售顾问李海(化名)向记者介绍，对于外地户口人士申领绿牌，相比现行政策，2024年上海绿牌政策要求大大提高，须连续缴纳36个月社保。

将时间拨回到12月15日，上海对外发布《实施办法》。而据上海市政府办公厅发布的《实施办法》政策解读显示，《实施办法》总

## 车企密集“出招”促销

“一石激起千层浪”，上海绿牌新政的出台，迅速搅动当地新能源市场，不少车企连夜“出招”。

“我们连夜调拨了3000台车给上海地区，保证在年前下订的朋友都能够完成提车。大家一起加电！”据相关媒体报道，12月16日清晨，一位蔚来汽车区域经理如此“喊话”上海当地消费者。

“目前，我们有3000台现车，是专为上海市场准备的，所以如果现在用户下单，买的就是这3000台现车中的一种车型。”李海向记者证实了上述信息，其进一步解释称，“所有新能源车型都须定制，与传统4S店年初囤一批货放在门店不同。”

李海直言：“蔚来也是一样，即使用户今天下定一款车，14天内也拿不到车，因为生产周期差不多要三周时间。”在其看来，受上海绿牌新政影响的人很多，“很多有上海蓝牌的本地人，明年就上不了绿牌”。

记者注意到，不仅仅是蔚来，在距离上海现行绿牌政策即将到期的情形下，不少车企准确捕捉消费者急于提车上牌的心理，纷纷对外打出“现车供应”牌，引发市场关注。

陆涛就直言：“我们现在有现车，但用户至少要预留一周的时间，因为我们需要在用户提车后，才能给其走上牌流程。”在陆涛看来，受上海2024年绿牌政策影响，最后半个月，其所在门店“订单会比较多，所以越早订能越早提车”。

除此之外，亦有车企明确对外

打出“现车供应”牌，“广而告之”。12月19日，“上汽MG名爵汽车”微信公众号发布《2024年新能源车减免政策更新，MG4 EV满电等你来购！》的文章，喊出“MG4 EV现车供应”的口号。

在现行绿牌政策进入“倒计时”、车企密集“出招”下，消费者又有何反应呢？

长宁区上汽新能源某商超展厅销售顾问向记者介绍：“我们的荣威D7和MG4备货量都挺大，想买这两款车的消费者，都是打算这两天订车，下礼拜走流程。”陆涛也向记者直言，其所在门店“有很多人下单”。而在记者走访多家新能源车企终端门店过程中，不少销售顾问表示，在上海绿牌新政出台当天，不少客户为赶政策“末班车”和享受车企优惠政策，选择连夜下单。

引发外界关注的是，上海2024年绿牌政策申领门槛的提高，会对今年12月的车市销量带来影响吗？

颜景辉向记者表示，上海2024年绿牌政策不会产生太大的“连锁反应”。崔东树近日也表示：“相对于去年的插混退出免牌而言，今年这个政策调整力度相对温和，对车市影响较小。”不过国金证券研报指出，上海绿牌政策延续，利好以上海为主要市场的高端智能新能源车企。

54%。”光大证券研报如此认为。

而在上海“收紧”绿牌政策、新能源汽车渗透率持续提升的大背景下，其他城市是否跟进也受到外界关注，中国汽车流通协会专家委员会委员颜景辉向记者表示，在目前拉动内需的情形下，各城市会根据自身交通拥堵等情况来确定政策。其直言，整体“跟风”上海绿牌政策的可能性不大。



近日，上海闵行七宝万科广场的蔚来空间，打出“距现行上海绿牌政策结束仅14天”的标语。  
本报资料室/图

## 未来政策或持续收紧

在2024年“绿牌”政策落地之前，关于上海市“绿牌”政策收紧的信息一直在市场流传。

受到外界关注的是，上海市对“绿牌”申领政策进行相应修订的原因是什么呢？

“基于促进节能减排和缓解交通拥堵考虑，对于名下没有在本市注册登记汽车的个人用户，《实施办法》通过发放免费专用牌照额度继续支持购买和使用新能源汽车。”《实施办法》政策解读同时指出，“对于名下已拥有在本市注册燃油汽车的个人用户，《实施办法》则鼓励个人将燃油车置换为新能源汽车。”

记者注意到，在2024年“绿牌”政策落地之前，关于上海市“绿牌”政策收紧的信息一直在市场流传，最近的一次则是今年11月份。

据多家媒体报道，今年11月份，有网友在某社交媒体上发布了一张“上海市经济和信息化委员会回复市民关于新能源牌照申请事宜的咨询”的截图，并配文称“上海，正式明确今年年底纯电车型停止送绿牌”，引发市场密切关注。而上海相关部门彼时回应称：“网传消息为自媒体的报道，不予采信！”

无独有偶，今年4月份，市场亦传出“明年中旬上海绿牌蓝牌要合并了，后续不再新发绿牌”的信息。据媒体报道，4月12日，上海市经信委相关负责人就表示：“电动牌照的政策（今年）年底肯定不变，还是免费申办，明年是什么政策，还会重新研究。”

而在记者近日走访市场过程中，不少行业人士也表示，上海绿牌政策未来或进一步“收紧”。有行业人士直言：“现在上海新能源车保有量很多，已带来交通拥堵等问题。”

那么，在上海收紧“绿牌”政策的情形下，会有其他城市选择跟进吗？

“目前国家在拉动内需，无论中央还是地方，都出台了促消费政策，在汽车行业还提倡不要有过多限购的政策，”在颜景辉看来，这“实际上已经定调了，其他一线城市‘跟风’的可能性不大”。

# 频频牵手知名车企 华为汽车朋友圈加速扩容

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

华为的车企朋友圈正在加速扩容。

日前，华为常务董事、终端BG CEO、智能汽车解决方案BU董事长余承东在微博官宣了将于12月26日正式发布问界M9。《中国经营报》记者注意到，近来华为在汽车领域动作频频，并且已和多家车企牵手合作。

## 强强联合

江淮汽车此次通过签署《协议》较为深度地与华为展开了合作。

记者注意到，《协议》中对江淮汽车与华为双方的职责和分工进行了明确。“为确保合作车型按照约定的计划按时上市，双方一致同意进行分工和配合。同时，双方承诺将按照约定的职责和分工充分保障本协议下合作项目各阶段的资源投入，包括但不限于人力资源、产线资源、供应链资源和资金等。”

事实上，江淮汽车并非近期首家宣布与华为合作的车企。此前长安汽车也发布公告称，拟投资华为设立的一家从事汽车智能系统及部件解决方案研发、设计、生产、销售和服务的公司。此外，包括赛力斯、奇瑞汽车等在内的车企已经与华为开展了汽车相

型，对标车型为梅赛德斯-迈巴赫，新车预计在2024年第四季度上市。

对此，记者以投资者的身份致电江淮汽车证券部。相关人士对记者表示，之前已经发布过公告，具体可以查看之前发布的公告，并未作出正面回应。

记者注意到，在《协议》中，江淮汽车确有提到将和华为着力打造豪华智能网联电动汽车，但并未披露更多信息。江淮汽车方面表

示，将通过合作车型不断升级、迭代，满足用户对智能网联汽车的更高需求和期望，最终赢得用户的青睐和厚爱。

“此次合作是鉴于华为在用户领域拥有打造高端产品的成功经验，江淮汽车将与华为强强联合，优势互补，双方将给予华为智能汽车解决方案，在产品开发、生产制造、销售、服务等多个领域全面合作。”江淮汽车方面表示。

具体来看，此次江淮汽车与华为签署的《协议》中明确了产品开发、生产制造、销售、服务等方面的责任与分工。其中，合作车型的产品开发将由江淮汽车总体负责，具体分工以华为和关联公司与江淮汽车签署的相关协议为准。

在生产制造方面，江淮汽车负责打造先进的生产基地，充分发挥江淮汽车在先进制造领域的优势，依托工业物联网和成熟的制造管理经验为用户提供智能制造全面解决方案，并借助华为在相关领域的优势，构建先进制造能力，从而实现合作车型的高效交付。

销售方面，江淮汽车方面表示，鉴于华为拥有全球化的销售网络、强大的品牌营销和用户运营能力，江淮

同意华为或其指定的第三方在全球范围内独家提供合作车型的销售服务，包括但不限于营销、销售、用户及生态运营。“针对合作车型的出口业务需双方达成一致后可实施。”

江淮汽车方面同时表示，在服务方面，华为与江淮汽车将共同围绕着合作车型搭建“以用户为中心”的服务体系。

除了上述四个方面外，江淮汽车还表示高层将与华为建立定期互访机制，定期开展市场信息、行业动态、技术创新、营销经验等方面交流。

此外，《协议》中还对知识产权、违约责任等相关内容也做出了明确。江淮汽车方面同时还表示，《协议》的签署不会对公司2023年经营业绩和财务状况构成影响。

意的是，在10月的挂牌转让公告发出一个多月后，江淮汽车就官宣了同华为的合作。

在业内人士看来，江淮汽车此次寻求与华为合作或许是想借助华为在新技术领域的优势提升市场竞争力。

江瀚对记者表示，华为在5G技术领域拥有强大的技术优势和研发能力，这可以为企业提供更加

智能化、高效率的技术支持，帮助车企提高市场竞争力。

对此，柏文喜告诉记者，华为拥有强大的智能汽车解决方案技术，能够为各家车企提供高质量、高效而具体的智能汽车解决方案，帮助车企快速推出优质的新能源汽车产品，并抢占市场先机。“华为在通信、人工智能等领域技术积累，以及在智能终端市

场的优势，也使得车企与华为的合作能够带来更多的商业机会和价值。”

记者注意到，目前华为已在相关车型上展示了实力，日前由华为和奇瑞汽车联合打造的智界S7就搭载了华为的多款黑科技。余承东此前表示，智界S7是鸿蒙智行首款纯电轿车，在产品定义、ID设计、用户体验等领域由华为深度赋能。



图为奇瑞汽车与华为联手打造的智界S7发布会现场。  
本报资料室/图

## 驶入智驾快车道

随着智能驾驶进一步发展，或许将有更多的车企加入华为的“朋友圈”中来。

记者注意到，在智能驾驶方面，目前华为已经发力颇多。智界S7在首发华为HarmonyOS 4的同时，还搭载了HUAWEI ADS 2.0高阶智能驾驶系统，借助GOD通用障碍物检测网络和RCR道路拓扑推理网络精准识别车辆、行人、交通设施与标识、柱筒等，实现全国不依赖高精地图的高阶智能驾驶。

同时，智界S7的车载智慧助手也拥有华为盘古大模型的加持，能够主动学习、主动感知，根据用户习惯和出行场景主动提供服务、帮助用户规划好行程以及准确回答用户关于车辆使用的问题等。

此外，智界S7还拥有包括泊车代驾在内的智能驾驶新功能，车辆可以自主找车位并泊入。如果车位被占还可以漫游寻找可泊车位，解决停车位困难、费时间的痛点，目前这一功能已支持超过160种泊车场景。随着日前工业和信息化部、公安部等四部委联合发布《关于开展智能网联汽车准入和上路通行试点工作的通知》，我国智能网联汽车的商业化运行，产业发展迈出关键一步。

中国银河证券相关研报就分析认为，智驾功能在消费者购车决策中的权重日渐增长。在市场传统“价格战”之外，智能化将成为市场竞争的另一大核心要素。

“在市场继续扩容之外，智能化将成为高端市场竞争格局重塑的核心影响因素，智能化技术领先的企业有望在激烈的市场竞争中率先脱颖而出。”中国银河证券方面表示。

面对这一趋势，华为的车企“朋友圈”或将进一步扩大。中信建投相关研报就分析认为，未来其他智选车企和一汽、东风等有望加入，华为智驾能力领先，通过赋能整车企业，能够快速推进中国汽车智能化水平。

华鑫证券相关研报也认为，华为还可能会继续在智能汽车领域平台上与更多的车企一起携手打造智能合作新模式，加速自主品牌智能化节奏。

# 卖货新模式背后：董宇辉的“去”与“留”

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

近日，东方甄选不断引发社会热议。其中，董宇辉的去留拨动着消费者和资本的心弦。

《中国经营报》记者注意到，董宇辉于18日晚在直播间透露，将另起一个由自己主导的账号，带货内

**董宇辉三个新身份** 业内认为，东方甄选短时间内难以离开董宇辉。

12月18日晚，新东方创始人、东方甄选CEO俞敏洪透露，将为董宇辉成立独立工作室。他表示，这是一个独立平台、独立IP，“如果宇辉离开东方甄选，账号归属权将归他。”

这是否意味着，东方甄选完成了初步的“去辉化”探索？

从表面上看，“去辉化”尚不成立。12月18日凌晨，东方甄选发布的直播预告海报上，董宇辉的身份为“东方甄选高级合伙人”。俞敏洪在当日直播中表示，其工作室的收入将计入东方甄选，保证东方甄选股东利益。

但资本市场并不买单，12月20日，东方甄选股价继续回落，跌幅超过8%。12月21日晚，董宇辉、俞敏洪在

东方甄选抖音直播间再次强调，虽然将组建个人工作室，但该工作室由东方甄选100%控股，GMV（交易总额）都是记在这家上市公司的报表里。

同日直播中，董宇辉还透露了下一次直播的时间：“上次和大家说的是1个月后直播，俞老师根据各方反馈，可能尽量提早至1月10日恢复正常。”12月22日早上10时，东方甄选市值重回300亿港元。IP从业者向记者表示，在IP运营的过程中“跟上话题、借力散热”非常重要，应趁话题度最高时快速展开相关业务，否则后续的运营要花费更多的资金来人为推动IP造势。

业内认为，东方甄选短时间内

容涉及书籍推荐、文旅推广以及文化访谈。

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、研究员盘和林认为，此前很多消费者认为东方甄选就等于董宇辉。东方甄选和董宇辉的流量属性本该形成正反馈互动，而不是相互掣肘。

**董宇辉三个新身份** 业内认为，东方甄选短时间内难以离开董宇辉。

难以离开董宇辉。艾媒咨询CEO张毅指出，目前，董宇辉的IP价值对东方甄选仍非常重要，否则不需要管理层花那么多精力去调配和处理；另外，董宇辉的带货总额大概占东方甄选整体带货额度的五六成，从商业角度出发，其主播地位举足轻重。

业内人士周薇以美ONE举例，其这两年尝试扶持其他主播，但李佳琦的影响力一旦减弱，其GMV也会随之下滑。

俞敏洪在社交平台发布的《关于董宇辉任命的通知》显示，董宇辉被任命为新东方教育科技集团董事长文化助理，兼任新东方文旅集团副总裁。

俞敏洪还对董宇辉的三个新身份进行解读：“东方甄选高级合伙人对公司有话语权的，相当于VP，甚至有股东身份的色彩。新东方教育科技集团董事长文化助理不只是秘书，是董事长助理的概念。”而对于董宇辉担任新东方文旅集团副总裁，则是在这个岗位上能发挥其最大能力。

在业内看来，第一个身份仅为回应大众情绪，并无实权；但后两个身份或意味着董宇辉将继续为新东方新的商业版图提供流量。

值得注意的是，上述对于董宇辉管理层的任命是否能满足东方甄选及其集团对新业务模式和新商业模式的探索，尚未可知。

缘何“去辉化” 张毅指出，如果想要健康持续发展，需要做好风险可控的工作，脱离完全依赖大主播的状态，降低资本运作风险。

“小作文”事件本只是一场公司内部的运营事故，但暴露了管理与IP之间的协调难题。应该反思的是，企业应该如何为优秀人才提供平台，进行人才管理。

智联招聘集团董事长、CEO郭盛表示，在强IP时代，相关企业需要思考组织体系能否与其行业发展自治，需要考量组织、人、商业利益之间的适配性。“因为一旦‘明星’膨胀了，肯定想要更多符合自身价值的经济利益。”

记者留意到，新东方拥有丰富的优秀人才资源库。不管是承接了东方甄选流量的“高途佳品”直播间的高途集团创始人、董事长兼CEO陈向东，还是多次喊话董宇辉和俞敏洪的罗永浩，都是出师新东方的行业明星级人物。教育博主“暴躁赵园长”也称，公司的“排课”筛选机制保证了能够留下的都是优秀人才。

**后续流量转化** 业内认为，东方甄选在完成粉丝积累后，要做的是平台化、供应链完善和低价策略。

在如何借流量探索商业新版图上，东方甄选及其集团任重道远。盘和林指出，头部主播流量聚集的马太效应是一把双刃剑。东方甄选和董宇辉的流量属性本该形成正反馈互动，后续如何形成良好生态值得企业思考。

此前，俞敏洪把直播带货视为销售的重要渠道，认为直播经济是商业的第三次革命。

近两年来，东方甄选一直处于快速发展的状态。东方甄选从去年6月1日至今年5月31日的2023财年数据显示，其全年带货GMV100亿元，实现收入45亿元，净利润9.71亿元。此外，其推行

但近日，多个前新东方员工在网上发声，称在职时内部管理混乱，存在“不断扶持新人、去明星讲师化”的现象。有前新东方员工向记者透露，当优秀讲师出现“明星效应”后，公司会考虑“减弱该明星讲师的影响力”，导致许多“明星讲师”出走。

俞敏洪也曾反思过大量名师出走新东方，是缘于激励措施不到位。其在直播中称：“对新东方的大量名师在激励上其实不够到位。甚至新东方的几十个名师在全国都很有名了，包括罗永浩，当时在互联网能够把他们的能力不断放大的时候，没有给这些老师匹配更好的激励措施，没有把他们和自己从雇佣变成合作关系。”

然而，随着东方甄选在去年的崛起和电商直播行业的特殊属性，这一问题更被放大到聚光灯下。

12月17日，俞敏洪现身第四

了“多渠道、多平台”的发展策略，不仅布局了自营APP，还启动了淘宝直播，在10月正式推出付费会员业务，是国内第一家付费会员制的电商企业。

张毅指出，从企业的经营规模来看，确实需要全品类、全平台来支撑其选品体系，建立长期品牌，实现企业的可持续发展。

私域运营资深人士郭嘉辉则认为，电商直播被视为新的“人货场”，不可忽视的是流量，而大IP本身具有的流量就是打开销售的重要渠道。“其中‘人’从原来简单的消费者向粉丝的角色转变，因此IP流量能够实现强曝光，完成

届中国职业教育发展论坛，提及东方甄选此次风波背后的核心原因，“就是因为管理团队思维没有扭转，是以传统思维来管理这些优秀的员工们。靠着友情能维持一段时间，但是不能老维持。这也导致传统管理模式不适应，下面必然要引起震荡和变动。”

业内认为，“留下董宇辉”后商业价值更大。东方甄选在12月17日恢复直播后，飞瓜数据抖音版显示，直播GMV预估达到1亿元以上，观看人数也接近7000万人次，是近一个月来平均观看人数的7倍。

但周薇指出，仅依赖头部大主播的机构风险过大。从过往经验来看，过度依赖头部主播的企业几乎曾陷入舆论风波甚至面临经营风险，比如与微念发生股权纷争的李子柒、因偷逃税被罚的薇娅等。头部主播一旦出现问题，GMV和商业变现的可能性就会下滑。因

此作为一家上市公司，东方甄选确实不应该完全“押宝”董宇辉。

“去头部化”亦被看作直播机构合理的商业化诉求。此前，第一代网红张大奕背后的“网红第一股”如涵控股，距离纳斯达克敲钟不到两年，就正式宣布在美私有化退市。另外，罗永浩曾在直播中透露，在尊重自己意愿的前提下，交个朋友从2021年开始就在“去罗化”。

张毅指出，“鸡蛋不能同时放在一个篮子里”，如果想要健康持续发展，需要做好风险可控的工作，脱离完全依赖大主播的状态，降低资本运作风险；此外，如何利用组织体系搭建平台、实现业务创新也需进一步探索。

他强调，直播不应该成为企业的全部业务，毕竟东方甄选和新东方教育科技集团本来就是一个成熟的商业体，似乎并不致力于成为一个培养网红的MCN机构。

著名顶层设计专家、清华大学品牌营销顾问孙巍指出，此事件虽然暴露了其内部管理问题，但从目前的结果而言，相关利益者都没有输。从顶层战略设计的角度看，后续董宇辉的话题流量将再度转移至新东方文旅，未来东方甄选、新东方科技集团和新东方文旅或有可能成为并列的三驾马车，实现多赢的局面。

截至发稿，董宇辉抖音账号粉丝为2267.1万人，比10天前粉丝数量增长800多万人。郭嘉辉认为，目前董宇辉的抖音账号属于个人运营状态，尚未开展带货这类商业活动，商业价值有待挖掘。

# 中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

2024  
年征订已开启

1 周一出版

2 彩色印刷

3 全国发行

广告



## 经营成就价值

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，报社始终秉承“终身学习、智慧经营、达善社会”的理念，洞察商业现象，解读商业规律，助推商业文明。服务于中国的商务管理阶层、企业经营管理者，为读者提供全方位的资讯产品。《中国经营报》遵循“重要、有用、深入、可读”的新闻理念，立足经济前沿，捕捉财经资讯，挖掘商业价值，记录和见证中国经济的发展，是国内领先的综合财经媒体服务商。

订阅 240  
价格 NEWS 元/年

读者服务：  
010~88890120  
邮局订阅：11185

码上订阅

# 马拉松越野赛再出发

本报记者 孙吉正 北京报道

日前，甘肃省人民政府新闻办公室召开新闻发布会，通报了白银马拉松事件的调查结果，并追责了相关负责人及部门。

对此，三夫户外董事长张恒告诉《中国经营报》记者：“在越野赛快速发展的今天，大家需要

## “建议每5公里设置1个CP点”

“从安全的角度来看，相关协会建议是每5公里就需要设置一个CP点。”张庆说。

“越野跑本身就有一些危险性，比赛中一些意外不可避免。”职业马拉松选手八零告诉记者，但不同的承办商，差别很大，良莠不齐。负责的承办方会在路边竖立非常醒目的标识，且会设有全程的巡逻队救助受伤的参赛者，且负责GPS的人员会监视所有选手的位置，一旦出现问题就会让巡逻队立刻前往事发地，这些措施的本质就是尽量避免意外的发生。

上述说法同样得到了一名野外马拉松爱好者王然（化名）的认同。“在圈内，能够举办该赛事的团队或者公司确实不多，且这些公司或者团队的口碑不一。”

王然告诉记者，例如某公司的高管在圈内多次表示，赛事会都以参赛者的安全为第一要务，且在执行上也确实如此，因而受到行业人士赞扬。但仍有部分公司或团队在执行上存在一些隐患，例如CP点（关卡）一般都是选手补给水分以及求助的地方，每个CP点都应该配有救助人员，但是有的承办方为了节约成本，省去了CP点提供的部分功能，这实际上就存在一定的隐患。

“从安全的角度来看，相关协会建议是每5公里就需要设置一个CP点。”张庆说。

对此，上文的圈内野外马拉松

静下来更加细致地把控好流程管理和安全管理的各个环节，更加认真地面对我们所从事的行业风险，把构建一个安全、有序、健康的越野跑生态作为我们共同努力的方向。”

体育产业专家、体育咨询公司关键之道创始人、体育营销专家张庆说：“此次事件的很多细节

说明了由于此前举办越野赛并没有发生重大安全问题，导致了承办方以及参赛者对于突发事件认识不足，也说明了目前这个行业对举办方没有强制性的保障要求，相关部门对相关赛事承办方应该设置具体的要求和应对措施，才能从根本上减少发生悲剧的概率。”



11月19日，浙江温岭市举办第四届警察越野邀请赛暨环浙步道温岭段挑战赛。视觉中国/图

爱好者告诉记者，她参加了数十场野外马拉松，几乎没有承办方可以达到每5公里就设置CP点，绝大部分都是超过10公里的。“目前并没有强制性的规定要求CP点之间的距离，因此CP点都是按照承办方的经验来设置的。”

根据2015年12月21日出台、2016年3月1日开始实施的《体育总局关于印发<体育赛事管理办法>的通知》第三章第十一条：“商业性、群众性体育赛事取消审批，合法的法律主体（包括全国单项协会）均可依法组织和举办，自行确定或协商确定举办地点。”张庆告诉记者。

程，仅需在营业执照上具备组织赛事的经营许可即可举办商业赛事活动，不存在资质方面的限制条件。

“随着近年来马拉松运动的发展，很多城市尤其是旅游风景区纷纷开始通过越野赛的方式作为旅游推广的手段，越野赛因其不需要交通管制，报名费较高（相较于马拉松，越野赛报名费基本以10元/公里）吸引了很多小型的商业公司从事相关的组织工作。可能一些不掌握越野赛的核心（户外基础技能）就成为了相关从业人员，这势必会存在一定的管理风险。”张庆告诉记者。

# 荣获“2023中经新消费独具匠心奖” 养元饮品深耕植物基饮品领域

作为20多年来深耕核桃饮品品类的企业，六个核桃坚持真材实料，从源头产地布局好原料，走出了第一条推动产业高质量发展的新路径，深耕于三大黄金产区的原材料筛选，从源头保证产品品质造就优质核桃乳。

日前，由《中国经营报》主办的“长期主义 行稳致远”2023中国新消费高峰论坛圆满落幕。论坛携手专家学者及企业代表，聚焦消费市场变革、高品质消费、品牌出海等热点话题，助力各行业用高质量供给不断激发消费升级意愿，持续释放新的消费潜力，为推动中国经济运行整体向好提供坚实支撑。

企业和企业家在恢复和扩大消费中发挥着重要的作用，为表彰他们为提振消费做出的努力和贡献，

## 全产业链的深耕布局

六个核桃作为全国性的植物蛋白饮料之一，其覆盖全国的成绩离不开背后产业链的不断升级和创新。养元饮品将企业内部各分支机构、外部供应商、经销商、终端消费者纳入到统一的管理体系，符合互联网、云管理、大数据时代的风貌。同时打通了企业物流、信息流、业务流，三流合一，并导入销售管理系统、条码系统、物流系统、销售计划，经销商管理系统建立起一套完整的信息化体系，有效支撑了养元集团的快速

献，论坛同期举行了“2023中经新消费驱动力评选”颁奖典礼，经过专业评选机构及相关媒体选拔出获奖企业名单，河北养元智汇饮品股份有限公司荣获“2023中经新消费独具匠心奖”。

作为家喻户晓的六个核桃母公司，养元饮品一直持续在植物基饮品领域深耕，尤其是在近年来刮起的植物奶风潮，使得养元饮品的技术和产品优势得到了进一步释放。养元饮品深知只有持续取得关键技

术突破，才能助力核桃乳产业的升级进程，一方面这些技术不仅提高了产品的附加值，同时也为六个核桃的持续创新力提供了强大的支持，为产业的向好发展打下了坚实基础。

此次养元饮品以过硬品牌实力与优异的市场表现入选榜单，荣誉背后是养元六个核桃对品质多年如一日严格把控的成果，也是品牌多年来对于科研实力的执着追求，以及对社会、行业、消费者承诺的有力见证。

发展。养元饮品通过产业链的不断升级，已经建立起从上游到下游实时且有效的监察系统，能够快速有效地了解全国各地反馈机制，以便企业及时调整战略的部署和计划。

除此之外，养元饮品六个核桃目前已经建立了国际先进的在线质量控制系统，先后引进了多国先进研发设备，保证更快速、及时地检测到产品在每个环节的实时状态，真正做到了生产过程质量控制的全程追溯，提高了企业的质量安

全保障能力和技术水平。

作为20多年来深耕核桃饮品品类的企业，六个核桃坚持真材实料，从源头产地布局好原料，走出了第一条推动产业高质量发展的新路径，深耕于三大黄金产区的原材料筛选，制定了严格的“3·6·36”采购标准，从源头保证产品品质造就优质核桃乳。

通过上述的努力，养元饮品已经成为国际一流的饮品企业，进一步奠定了六个核桃在中国饮品的品牌地位。

养元饮品基于对全球植物基食品需求趋势的感知，对中国消费市场进行洞察。素食主义、动物性食品安全性、环保和生态可持续发展，时尚养生观念等都是中国植物奶市场成为蓝海的需求因素。养元正是基于这一点，瞄准消费者需求实施植物奶品牌高端化战略。

除此之外，养元饮品还与多家全球高端配料公司展开战略合作，在获得全球高端食品配料的同时，

也及时引进国际先进的实验仪器设备和技术，并与全球高端实验室进行了资源共享。

养元饮品对内发力科研，不断通过技术创新提升产品品质和竞争力；对外合纵连横，引进先进仪器及高端技术，让技术研发始终走在行业的前列。双管齐下，用匠心琢精品塑造企业形象，以创新赢得未来开拓市场格局，六个核桃将助力植物蛋白饮料行业走向更加广阔的未来。

## 多方保障赛事安全

无论是数量还是参赛人数上，国内的越野赛事仍旧处于发展初期。

在上述事件发生后，国家体育总局一度叫停延期了野外马拉松赛事，并发文称，为切实保障人民群众身体健康和生命安全，从即日起，暂停山地越野、戈壁穿越、翼装飞行、超长距离跑等管理责任不清、规则不完善、安全防护标准不明确的新兴高危体育赛事活动。

对于业内人士所关心的马拉松项目，国家体育总局指出：需严格按照中国田径协会的竞赛组织标准及相关要求，落实安全风险防控方案、应急处理方案、疫情防控方案和赛事组织方案，向赛事所属省级主管部门进行赛事陈述汇报获批准后，方可举办。

八零告诉记者，在事件发生后，相关部门发布了很多相关规定对行业进行了整顿，尤其是野外马拉松项目，后勤保障方面已经有了很大的改善，很多地方政府动用了

多方力量来保障赛事安全举行。

根据三夫户外提供的数据，国外的越野赛文化开始得比较早，赛事相对都比较成熟，数量相较于国内更多，但是整体上规模都会比国内的小。

据三夫赛事前西班牙赛道设计师Carlos介绍，在西班牙一年有超过2000场的越野赛，但是单场次人数超过300人的大规模赛事就很少，很多时候都是百八十人的比赛。目前，国内越野赛总量相较于马拉松也是发展得比较缓慢，据其合作的网络报名平台统计，截至2019年，全国的越野赛总数还不到1000场，单场次比赛人数超过1000人的赛事活动不到总数的10%，3000人以上的比赛不到10场，且基本分布在北上广，小的赛事组织落地以资源丰富的西南部和西部地区为主。

相比较国外的数据来看，无论

是数量还是参赛人数上，国内的越野赛事仍旧处于发展初期，目前还未形成产业化的产业链，依赖于政府的津贴和支持。国内的越野赛事，通常由当地政府、文旅局、赞助商、营运公司等机构参与。

近期，中国田径协会也发布了相关通知，强调各级监管单位要建立健全赛事工作机制，遇到突然重大事件和情况，相关单位需要在30分钟之内上报。

“目前，国内对于承办赛事的企业和公司要求不高，所以行业里存在良莠不齐的现象。很多小公司都采取低成本运作，公司专业人士较少，以销售和公关类型的工作团队为主，负责招募选手和政府公关，到了执行阶段就通过临时组建的执行团队来承担最重要的赛道设计规划和管控以及安全和救援等相关的技术工作，因此存在一定的管理风险。”张恒告诉记者。

# 新希望瘦身聚焦主业 向内谋挖潜

本报记者 蒋政 郑州报道

低公司负债，增加资金储备，以此应对外部市场行情。

同时，《中国经营报》记者获悉，一场由公司高层参加的“利润池挖掘工作会议”日前在新希望召开。该公司希望工作更加快捷高效，去除“大公司病”；发动“全员打粮食”，

## 寻求瘦身

日前，新希望发布公告称，拟将旗下子公司山东中新食品集团有限公司（以下简称“中新食品”）51%股权出售给中国牧工商集团有限公司（以下简称“中牧集团”），交易金额合计27亿元。交易后，中牧集团成为中新食品的控股股东。同时，控股子公司拟转让持有的德阳新希望六和食品有限公司67%的股权，交易作价15亿元，受让方为新希望集团旗下公司。

在此之前，新希望的主要业务包括饲料、白羽肉禽、养猪、食品。2023年上半年，新希望营收694.53亿元，上述业务营收占比分别为56.37%、13.90%、15.31%、8.36%。

受生猪市场行情影响，新希望承受着较大的亏损压力。财报数据显示，2021年至今年前三季度，

新希望累计亏损近150亿元，资产负债率达72.76%，为上市以来最高水平。

多位行业人士告诉记者，新希望盈利出现较大波动的原因在于介入养猪业务。该公司在2016年切入养猪板块，并在2019年、2020年赶上猪周期红利，盈利颇丰。之后选择产能扩张，却遇到猪价回落，最终导致连续三年亏损。

实际上，新希望的禽产业，尤其是禽屠宰规模，一直处于行业领先地位。对于新希望转让该板块的控股权，外界不乏质疑和讨论。

新希望方面告诉记者，过去几年因为猪周期波动，公司对白羽肉禽板块的投入有限，使其扩产能力受到限制。但该产业需要资本、资源的持续注入，当前公司向其倾斜资源有难度。

新希望方面告诉记者，公司战略上关注行情、周期，但是战术上更关注内部。对于猪产业，公司的核心目标是降成本、提质量、调结构、稳规模，公司核心内部经营策略是将有效成本做到行业领先。

记者注意到，新希望在上月底发布的定增募资计划显示，拟向不超过35名特定对象发行A股股票募集资金总额不超过73.5亿元。其中，有22.04亿元用于偿还银行债务。“展望未来三年，公司会按照负债率降到60%左右的目标去管控。一方面要进一步抓好生产经营，降低负债率

营，降低成本，改善利润；另一方面要推动权益类融资。”新希望方面告诉记者。

记者注意到，从2022年起，新希望就开始处置闲置猪场，相继回笼资金超20亿元。新希望方面表示，这一工作仍在积极推进，今年年底到明年，都会有定量的现金流流入。同时，新希望的资本开支也在收缩，今年总体预计在40亿元左右，明年大约在20亿元左右。

整体来看，头部生猪养殖企业负债率均在60%以上，天邦食品逼近80%。相关企业大多通过定增计划、可转债计划等途径融资储备“余粮”。

“企业选择更加谨慎的资本开支计划和储备资金计划，既是为了接

下来做打算，也是当下迫切需要做的事情。储备资金可以帮助企业应对市场波动，确保生产经营的稳定进行。”IPG中国区首席经济学家柏文喜告诉记者。

不过，有券商研报指出，2023年以来，生猪养殖行业呈现“深亏损、高负债、慢去化”特征。主要原因之一是在行业主动去化背景下，头部养殖企业现金储备仍具韧性。

“对于头部企业来说，自身获得融资之后，去产能的动力会减弱。也就是说，在一定程度上，头部企业融资是行业去产能的减速器，但也是迫使行业产能结构性重组的助推器。”香颂资本执行董事沈萌表示。

率，降低养殖成本，并提高生猪养殖自动化、智能化水平，降低人力成本。

此前，包括牧原股份、温氏股份等企业在接受记者采访时均提到，行业低谷期应苦练内功，做到精细化管理。比如，牧原股份提到的从饲料、育种、健康管理、养殖、屠宰五个环节进行挖潜，做到每头猪的600元的成本挖潜空间；扬翔股份采用数字基因育种、创新养殖模式、智能设施养猪、坚持生态养殖和提升产业价值等。

“生猪养殖企业在降本增效和组织效率提升等方面均有很大的挖潜空间。作为头部企业，理应充分发挥市场调节作用，合理控制扩张速度，提升自身高质量发展，引导市场回归良性空间。”柏文喜说。

新希望方面告诉记者，公司战略上关注行情、周期，但是战术上更关注内部。对于猪产业，公司的核心目标是降成本、提质量、调结构、稳规模，公司核心内部经营策略是将有效成本做到行业领先。

根据新希望披露的数据，11月份，在运营场线出栏肥猪的完全成本降到了15.6元/公斤左右，希望年底能够降到15元/公斤以下，明年全年平均的养猪成本会低于15.5元/公斤。相比较而言，牧原股份在11月的生猪养殖完全成本为14.9元/公斤，温氏股份在10月的肉猪养殖综合成本为15.6元/公斤。

根据徐洪志的推测，如果成本能够降至14元/公斤，可以保证2024年是盈利的。这也意味着新希望仍

# 女子体育收入冲击十亿美元 带动装备市场发展

本报记者 刘旺 北京报道

女子体育正在快速崛起。近日,权威咨询机构及会计师事务所德勤(以下简称“德勤”)发布《女子精英体育:突破十亿美元大关》研究报告称,到2024年,职业女子体育的全球收入将达到12.8亿美元。

德勤体育业务集团洞察主管Jennifer Haskel表示:“过去几年里,我们看到全球女性体育运动

的极速增长,这明显推动了其商业价值,反过来也不断吸引着投资者的兴趣。最关键的是,女性运动越来越被视为一种独特的产品,与男性运动越来越不一样。”

而在国内市场,人们对女子体育商业价值的提升感受更为明显,明星女性运动员、女子体育赛事关注度提升,品牌方借势女子体育营销、专门的女子运动装备愈发丰富等,都在印证着女子体育市场的快速升温。

## 女子体育蓬勃发展

聚焦到国内,女子体育赛事的热度在2023年可见一斑。

德勤在上述研究报告中,将女子体育的收入分为三类,分别为比赛直接收入、媒体转播费收入以及商业收入。

其中,商业收入占比最高,达55%,包括俱乐部赞助、合作伙伴以及周边商品销售等,明年能给女子体育运动带来6.96亿美元收入。而转播收入为3.4亿美元,占总收入27%;比赛收入为2.4亿美元。

聚焦到国内,女子体育赛事的热度在2023年可见一斑。中国女篮时隔12年再夺亚洲杯冠军,女足世界杯、WTA网球巡回赛等全球性比赛也掀起了极高的热度。

在亚运会赛场上,中国女子运动员的表现也让人眼前一亮,游泳健将张雨霏以2分05秒97的成绩打破亚运蝶泳200米纪录,并且夺得首金;体操新星左彤,在亚运会体操个人全能赛中夺得金牌;跳水女子10米跳台项目当中,全红婵和陈芋汐展现出了惊人的稳定和技术水平,包揽了金、银牌。

赛事带来的收入不容忽视。据国际足联主席因凡蒂诺介绍,2023年女足世界杯实现了“收支平衡”,获得超5.7亿美元的收入,已成为吸金能力仅次于男足世界杯的全球体育单项赛事。

SponsorUnited 首席执行官

兼创始人鲍勃·林奇(Bob Lynch)曾表示:“近年来,涉及女性运动和运动员的上座率、收视率和社交参与度都大幅上升,通过投资和赞助获得了姗姗来迟的资金支持,这些投资和赞助明显取得了回报,只会继续加速增长。”

赛事除了带动现金收入外,更为关键的是吸引着各界的关注,通过女性力量,让体育运动得以更好地传播。

根据此前中国篮协发布的《中国女篮影响力报告》,女篮亚洲杯决赛全网阅读量超64亿,亚运会女篮决赛全网阅读量超76亿,2023年中国女篮相关话题阅读量超985亿。

伴随着女子体育赛事受关注程度的提高,也涌现了许多明星运动员。近年来,许多女子运动员的名字给大家带来惊喜,张伟丽、王艺迪、谷爱凌等都彰显了中国女性的力量。

关键之道体育咨询公司创始人张庆认为,女选手在各大赛事当中取得的不俗成绩,表明了我国体育事业的“平衡”取得了长足进步。另外,女选手的出色表现同时能够激励更多的女性参与到体育运动中,而且,一位母亲对家庭的影响非常重要,所以这对体育运动本身的普及和推广也会起到积极的作用。

## 商业价值持续攀升

更引人注目的是,在女足世界杯倒计时10天之际,中国女足国家队与意大利奢侈品牌Prada共同宣布全新合作。

伴随着关注度的提高,女子体育的商业价值和收入也在提升,这在“足篮”两大球上体现得更加明显。

如中国女篮,在赢得世界杯亚军之前,中国女篮国家队共有6家合作伙伴;而今年亚洲杯期间,包括TCL、中国银联和瑞幸咖啡都选择和中国女篮国家队牵手,合作伙伴增长至9家。以TCL为例,作为国际篮联全球合作伙伴,女篮国家队斩获世界杯亚军后,TCL宣布奖励中国女篮全队300万元,并赠送全体队员和教练员一套智慧家电。

另外,在2022年中国女足国家队亚洲杯夺冠后,中国女足国家队的各级赞助商已超过了20个,涵盖多个行业。此前,中国女足只是与一些品牌有过短暂的合作,如今,女足国家队已经有了独立的赞助

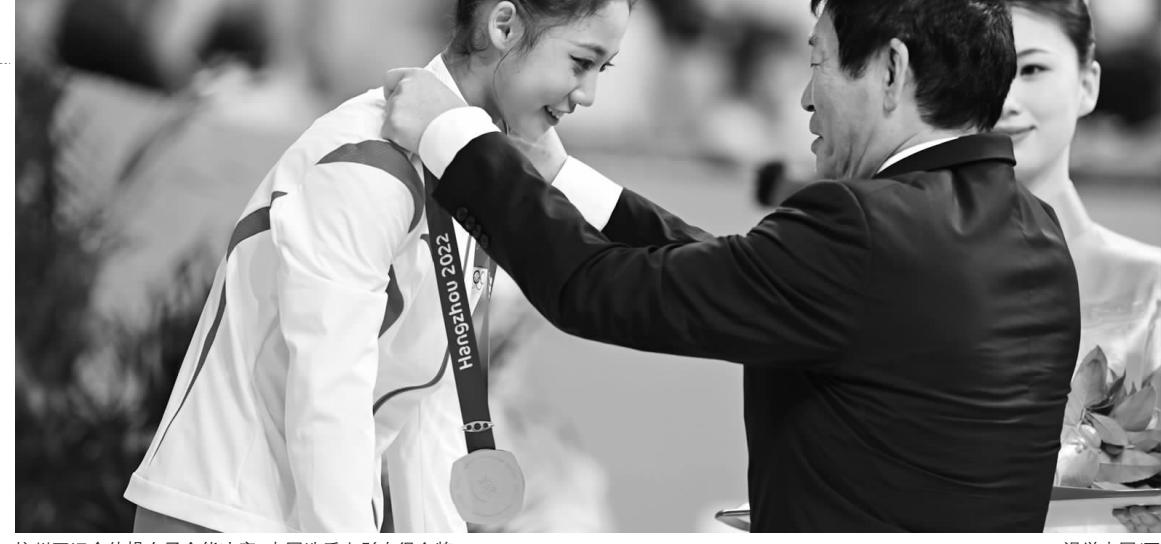
## 带动细分市场消费

孙巍认为,近年来,女性越来越关注健身运动,这增强了女性在运动健身方面的商品购买力。

尽管机构预计女子职业体育的收入2024年才突破10亿美元,但职业女子体育的蓬勃发展,早就带动起了更为庞大的细分消费市场。

例如,早期的运动服饰当中,并没有明确的男女之分,如今女子运动装备已经形成了一定的规模。据德国statista数据统计,2021年,全球女性运动服市场价值约为1780亿美元。预计到2029年,该市场将增长超过900亿美元,达到2690亿美元,在2022—2029年的预测期内复合年增长率为5.33%。

在国内市场,这一趋势也得以印证。京东曾发布报告显示,女性在游泳、冰上运动、滑雪运动等方面购买的商品件数持续增长,其中增长最快的商品品类包括飞力士棒、握力器、拉力带等,此外女性用户对于运动营养品的偏好显著高于男性。



杭州亚运会体操女子全能决赛,中国选手左彤夺得金牌。

视觉中国/图

体系。

更引人注目的是,在女足世界杯倒计时10天之际,中国女足国家队与意大利奢侈品牌Prada共同宣布全新合作,Prada将为女足提供正式场合和旅途着装。不仅如此,中国女足国家队的多位运动员签约伊利、纯水乐等品牌,迎来个人层面商业价值的提升。

实际上,明星运动员的代言近年来越来越多。张庆告诉记者,从

传播的角度来看,越受关注的运动项目和运动员,相对来说传播效率更高、流量更高。竞技运动本身,成绩还有竞技场上的表现还是基础,取得了好的成绩,自然受关注度就高,品牌也会热衷于选择这些运动员或团体。

此外,对于女子体育整体的商业价值攀升,张庆表示:“从大环境来看,女性明星运动员或者团队,都是积极进取和健康的形象,相较于娱乐明星,尽管带货能力较弱,但足够稳定,性价比更高。”

态度,所以也会有国际大牌去签约。”张庆表示,对于一些品牌,在选择代言人或者签约资源时,也会更多地选择与自身品牌理念形象一致的运动员或团体。

“就像张伟丽,尽管其从事的项目在国内是小众,但她有鲜明的

侧重于柔美和健康类运动场景,像瑜伽、慢跑等,同时要关注女性情感营销,这是品牌打动女人心的突破口。

在营销层面,2023年1月,空手道世界冠军龚莉出任361°女子运动风尚代言人,随后,361°又从女性运动特点入手,开设自主IP——“女子健身局”,打造品牌专属的女性运动社群。

“社区、社群化运营在推广女性运动装备上非常有效果。”张庆表示,女性消费者的消费决策会容易受社群的影响,社群的建立对提升复购率、转化率方面,有一定的帮助。

不过,清华大学品牌营销高级顾问孙巍认为,近年来,女性越来越关注健身运动,这增强了女性在运动健身方面的商品购买力,女性体育产业已经成为一个快速增长的赛道。女性品牌营销方面要

创新,提升她们的运动表现、拓宽运动形式,鼓励更多女性参与体育运动,助力展现当代女性运动新风。

在营销层面,2023年1月,空手道世界冠军龚莉出任361°女子运动风尚代言人,随后,361°又从女性运动特点入手,开设自主IP——“女子健身局”,打造品牌专属的女性运动社群。

“社区、社群化运营在推广女性运动装备上非常有效果。”张庆表示,女性消费者的消费决策会容易受社群的影响,社群的建立对提升复购率、转化率方面,有一定的帮助。

不过,清华大学品牌营销高级顾问孙巍认为,近年来,女性越来越关注健身运动,这增强了女性在运动健身方面的商品购买力,女性体育产业已经成为一个快速增长的赛道。女性品牌营销方面要

创新,提升她们的运动表现、拓宽运动形式,鼓励更多女性参与体育运动,助力展现当代女性运动新风。

不过,清华大学品牌营销高级顾问孙巍认为,近年来,女性越来越关注健身运动,这增强了女性在运动健身方面的商品购买力,女性体育产业已经成为一个快速增长的赛道。女性品牌营销方面要

创新,提升她们的运动表现、拓宽运动形式,鼓励更多女性参与体育运动,助力展现当代女性运动新风。

“从观赏角度来讲,运动的过程也需要尽情展现女性魅力,这些都带来了巨大的空间,甚至可以催生一个品类,甚至是一个品牌。”张庆表示,纵观整个体育服装市场,有1/3来自女性服饰。这对品牌商来讲具有很大的想象空间。

## 保暖服饰热度攀升

### “黑科技”引热议

本报记者 刘旺 北京报道

在全国多地大降温的背景下,保暖服饰迎来了销售高峰。

近日,京东发布的《2023保暖服饰消费观察》(以下简称《观察》)显示,进入12月以来,男士羽绒服、女士羽绒服、保暖内衣成为服饰中最受消费者关注的产品,成交

额占比分别达16%、12.7%和6.5%。

《中国经营报》记者注意到,今年关于保暖服饰出现了不少热词,“军大衣”成为部分年轻人的潮流服饰、羽绒服价格备受争议、保暖服饰“黑科技”等都曾登上热搜。不管是销售数据端,还是话题性上,保暖服饰都在这个寒冬热闹了起来,市场上也展现了新

的发展趋势和特征。

鞋服行业专家马岗认为,今年的保暖服饰仍然将功能性放在首位,以实用、性价比为主。另外,也出现了许多在消费场景上寻找卖点的品类,例如冲锋衣就是典型的户外场景;也有很多新兴厂商推出了更多产品和营销卖点,这也提高了市场的活跃度。

《中国经营报》记者注意到,今年关于保暖服饰出现了不少热词,“军大衣”成为部分年轻人的潮流服饰、羽绒服价格备受争议、保暖服饰“黑科技”等都曾登上热搜。不管是销售数据端,还是话题性上,保暖服饰都在这个寒冬热闹了起来,市场上也展现了新

的发展趋势和特征。

上海证券的一份研报认为,2023年保暖服饰市场呈现诸多新变化,三合一冲锋衣成为今年保暖市场新宠,即运动户外正在向日常穿搭中渗透;国货品牌的销量增幅尤为突出。

国研新经济研究院创始院长朱克力告诉记者,随着气候变化及消费者对环境友好型产品的日益关注,绿色、可持续保暖材料和技术开始受到更多重视。例如,

一些品牌推出使用回收材料制成的羽绒服,既环保又保暖。此外,数智化趋势也在保暖服饰市场得到体现,比如通过智能穿戴设备检测体温、调节服装保暖性能等。这些新特征反映出消费者对环保、科技含量更高的保暖服饰的需求增长。

京东发布的《观察》中也提到,从消费者的关注点来看,产品品质、保暖性能、服饰材质、穿着舒适度及款式设计等,成为购买保暖类服饰的主要关注点。

马岗认为,这反映了消费者追求性能与舒适度相结合的消费喜好,注重产品的实用性和品质。

马岗认为,这反映了消费者追求性能与舒适度相结合的消费喜好,注重产品的实用性和品质。

## 新老玩家同台竞技

保暖服饰在销售市场的火热,不仅与寒潮相关,也离不开各个品牌方的推动。记者注意到,如今的保暖服饰市场,集结了各方“力量”的布局。

有媒体统计称,在天猫榜单保暖套装热销榜及好评榜上,处于榜单前列的既有猫人、三福、浪莎、红豆等老品牌,也有蕉内、蕉下、ubras等新锐品牌。

新人局者增多的现象在羽绒服赛道更加明显,天眼查数据显示,我国有近一半羽绒服相关企业成立于近10年内,今年1—10月新增注册相关企业260余家。

马岗告诉记者,保暖品类是一个细分领域,可以推出少量的单品、专注于大单品,对新人局者而言,风险低,也容易出爆款,相比品类切入,投入产出比较高。

IPG中国首席经济学家柏文喜认为:“新人局者瞄准保暖服饰市场的原因有三:一是市场需求大,随着气温下降,消费需求持续增长,市场潜力巨大;二是利润空

间高,保暖服饰通过制造和研发,价格普遍较高,利润空间较大;三是创新空间广,保暖服饰的技术不断创新,如石墨烯、抗静电等新技术的应用,为市场带来了更多的可能性。

不过,新老玩家打法有所不同。朱克力总结道,老牌企业同时拥有品牌影响力和成熟的供应链,能通过品牌营销及产品线来巩固市场份额;而新人局者则更注重创新,通过研发新的保暖材料与技术来吸引消费者。

柏文喜也提到,老玩家品牌知名度高、口碑好,拥有稳定的客户群体。注重产品质量和性能;而新玩家则注重创新,以科技驱动产品研发,追求差异化,他们营销手段多样,善于利用社交媒体和网红效应吸引年轻消费者。

此外,程伟雄认为,新锐品牌一般对线上渠道有着深入了解,在定价、产品调整等方面反应速度更快,更加灵活;而传统品牌则深耕线下渠道,各有优势。

不过,马岗认为,众多的“黑科技”一方面跟营销卖点有关;另一方面年轻的消费者喜欢新概念,容易体现出产品的差异性。“当然,真正的好面料,有高科技含量的面料,对整个行业都有拉升力,但比较可惜的是这类面料比较少。”

“不排除是企业和品牌把科技研发过度营销化了。现在有很多企业在进行新功能、新材料的研发,也有了一些专利,这是值得肯定的,但要将专利转化成为生产力和商品,这样才能体现出价值。”程伟雄表示。

## 保暖服饰市场展现新特征

保暖服饰的热销,在电商平台最为明显。京东数据显示,12月中旬多种类的保暖服饰受到关注,羽绒服的搜索量同比增长超5倍,运动款羽绒服成交额同比增长10倍,羊绒衫成交额同比增长6.4倍,皮草成交额同比增长103%,还有毛呢大衣、围巾、手套等多款产品的成交额均同比增长4倍。

飞瓜商品数据大盘显示,近一个月来,仅抖音平台的保暖套装销售额就已突破1亿元,GMV(商品交易总额)增长率高达36.94%,多日浏览量突破1000万。

保暖服饰的相关话题也总能引起人们的热议。“不是羽绒服买不起,而是军大衣更有性价比”,大学生组团购买军大衣登上热搜;动辄上千元,羽绒服“贵”上热搜;气凝胶、火山岩、石墨烯、自发热,一系列保暖“黑科技”引发人们的热议。

在销售额和话题的背后,则隐现着保暖服饰市场新的特征和

趋势。

上海证券的一份研报认为,2023年保暖服饰市场呈现诸多新变化,三合一冲锋衣成为今年保暖市场新宠,即运动户外正在向日常穿搭中渗透;国货品牌的销量增幅尤为突出。

国研新经济研究院创始院长朱克力告诉记者,随着气候变化及消费者对环境友好型产品的日益关注,绿色、可持续保暖材料和技术开始受到更多重视。例如,

一些品牌推出使用回收材料制成的羽绒服,既环保又保暖。此外,数智化趋势也在保暖服饰市场得到体现,比如通过智能穿戴设备检测体温、调节服装保暖性能等。这些新特征反映出消费者对环保、科技含量更高的保暖服饰的需求增长。

京东发布的《观察》中也提到,从消费者的关注点来看,产品品质、保暖性能、服饰材质、穿着舒适度及款式设计等,成为购买保暖类服饰的主要关注点。

马岗认为,这反映了消费者追求性能与舒适度相结合的消费喜好,注重产品的实用性和品质。

马岗认为,这反映了消费者追求性能与舒适度相结合的消费喜好,注重产品的实用性和品质。

根据《观察》,从消费者的关注度来看,产品品质、保暖性能、服饰材质、穿着舒适度及款式设计等成为购买保暖类服饰的主要关注点。

而从羽绒服的材质面料来看,石墨烯羽绒服获得了较高的销售增速,成交额同比增长超10倍,GORE-TEX羽绒服增速也超过200%,鹅绒羽绒服的成交额增速超260%。

当下,如果打开一个冬装店铺,大概率会看到一些“黑科技”词汇,如气凝胶、空气锁温、石墨烯、自发热等。马岗认为,这反映了消费者追求性能与舒适度相结合的消费喜好,注重产品的实用性和品质。

根据《观察》,从消费者的关注度来看,产品品质、保暖性能、服饰材质、穿着舒适度及款式设计等成为购买保暖类服饰的主要关注点。

而从羽绒服的材质面料来看,石墨烯羽绒服获得了较高的销售增速,成交额同比增长超10倍,GORE-TEX羽绒服增速也超过200%,鹅绒羽绒服的成交额增速超260%。

当下,如果打开一个冬装店铺,大概率会看到一些“黑科技”词汇,如气凝胶、空气锁温、石墨烯、自发热等。马岗认为,这反映了消费者追求性能与舒适度相结合的消费喜好,注重产品的实用性和品质。

## 1. 支柱

### 娱乐帝国支柱的“分解”

从过去一百年的发展历史来看,迪士尼是以“内容制造”起家的。在公布2023财年业绩报告之前,迪士尼的业务主要分为两部分,即媒体网络与娱乐内容分销、主题公园与商品销售。其中,媒体网络与娱乐内容分销可以进一步分成内容销售与授权、有线网络、流媒体。再具体细分,内容销售与授权下辖迪士尼工作室、漫威、卢卡斯影业、皮克斯工作室、20世纪福克斯等;有线网络则包括ABC广播电视台、迪士尼频道、ESPN、国家地理频道等;流媒体则包括Disney+、ESPN+、Hulu、Star等。

由此也可以看出,媒体网络与娱乐内容分销业务本质上是负责迪士尼影片的制作、渠道、发行。从过去一百年的发展历史来看,迪士尼是以“内容制造”起家的。从1923年至1940年期间,迪士尼创作了多个经典动画角色,包括幸运兔奥斯瓦尔德、米老鼠米奇、唐老鸭、小熊维尼、布鲁托等至今还让世人耳熟能详的经典IP。

2005年,罗伯特·艾格担任迪士尼CEO后,不仅修复了与苹果创始人史蒂夫·乔布斯的关系,还在次年以74亿美元价格买下了后者创办的皮克斯动画工作室。自此,迪士尼的对外收购之路一发不可收拾。2009年,迪士尼花费42.4亿美元收购漫威,从而拥有了漫威旗下超5000个角色的版权;2012年,以40.5亿美元收购卢卡斯,拥有了《星球大战》所有版权;2018年,又以713亿美元天价收购福克斯大部分资产,包括20世纪福克斯电影、20世纪福克斯电视、FX有线电视网、国家地理频道、30%的Hulu股份和39%的欧洲SkyTV股份,印度Star电视台以及亚洲付费电视网星空传媒,福克斯旗下《X战警》《阿凡达》《辛普森》等著名IP也都被迪士尼收入囊中。

有了外购IP的补充,尤其是漫威、卢卡斯、福克斯等拥有的迪士尼以往缺乏的英雄角色IP,使得迪士尼的电影收入持续表现强势,穿越了内容驱动模式下的产品周期属性,具备了成长公司的趋势风格。从历届奥斯卡动画长片奖、票房排名靠前的电影来看,背后所属的工作室,其实不少都出自迪士尼

外购的工作室。在内容库极大扩充后,这也给迪士尼下游的媒体网络业务带来了利好。

迪士尼的媒体网络业务,是指将旗下作品以及授权的第三方作品在电视、广播等媒体平台上面向用户播放(类似电视、长视频等作品播放平台)的业务类型。对应着传统媒介的发展迭代,从广播电台到有线电视,再到互联网流媒体,迪士尼都及时顺应了用户消费习惯变迁的趋势;线下主题乐园不仅增加了旗下IP的变现渠道,也成为迪士尼的又一支柱性业务。

媒体网络可以进一步分为传统有线网络、流媒体两类。流媒体是互联网发展到一定阶段的必然产物。相对于有线电视媒体、广播电台,它的优势非常明显——价格便宜。但受文化习惯的影响,在美国本土市场中,线下电视媒体用户规模一直很大。从迪士尼2023财年业绩报告中也可以看到,利润支柱仍然是公园、消费品和有线网络,前两者都属于体验业务板块,也就是此前的主题公园与商品销售业务,后者可以说是曾经的媒体网络与娱乐内容分销业务、如今迪士尼娱乐业务的支柱。

但是这个支柱在近几年出现了松动的迹象,直至在其成立百年之际开始“分解”。首先在内容制造上,自2019年的《复仇者联盟4》之后,迪士尼便再没有票房爆款。实际上,自1994年的《狮子王》之后,迪士尼在独立创作经典动画、影片方面,便开始陷入了困境,此后的爆款内容绝大部分出自外购的工作室,包括漫威、卢卡斯影业、皮克斯和20世纪福克斯。不过在最近几年,这些外购工作室也开始纷纷“哑火”。财报数据显示,2022财年第二财季开始,迪士尼内容销售的经营利润率开始下降,甚至有多个财季为负。

其次,有线网络等传统渠道的趋势性衰落是不可逆的,“流媒体是未来”的观点在行业内已达成一致,有线电视只在特定的一些领域

## 百年迪士尼的新命题

**编者按** 时间来到2023年年底,迪士尼(NYSE:DIS)正式迎来了自己的一百岁生日。

复盘迪士尼的百年发展之路,早期的米老鼠、白雪公主等知名IP(Intellectual Property,知识产权)大大地丰富了内容库,在此后的数十年间源源不断地为它提供着现金流;媒体网络业务可以将旗下作品以及授权的第三方作品在媒体平台上面向用户播放,而且该业务基本对应了传统媒介的发展变迁,从广播电台到有线电视,再到互联网流媒体,迪士尼都及时顺应了用户消费习惯变迁的趋势;线下主题乐园不仅增加了旗下IP的变现渠道,也成为迪士尼的又一支柱性业务。

不难看出,迪士尼已是一家覆盖影视娱乐全产业链的巨头公司,从上游的内容制作、发行,到下游的渠道以及衍生业务,均有涉猎。2005年,罗伯特·艾格接任CEO后,迪士尼在内容制作、渠道等方面多次进行收购,在扩充IP的同时,这也进一步夯实了发行、渠道方面的优势。尤其是在过去十年间,迪士尼更是成为好莱坞极具代表性的一面旗帜。

但在新冠肺炎疫情来临后,这家“百年老店”的业绩缩水明显。其2020—2022财年的年度净利润也都跌至40亿美元以下,2023财年(2022年10月2日—2023年9月30日)净利润则为33.9亿美元,但在疫情前的多个财年,其净利润基本都在百亿美元以上;同时,迪士尼近三个财年的净利率也在5%以下徘徊,但2006—2019年,该项财务指标始终保持在10%以上。

而其盈利能力下滑的主要原因之一就在于迪士尼的流媒体业务。根据迪士尼2023财年第一至第三财季(对应自然年2022年第四季度至2023年第二季度)的财务报告,流媒体业务累计经营亏损额高达22.24亿美元,尤其是该业务自2019年成立以来,已累计亏损超过100亿美元。

值得注意的是,也是在2023财年财报中,迪士尼将业务架构进行了调整,将原本分属有线网络的ESPN和分属流媒体的ESPN+,以及印度的Star合并为体育业务,单独列为与娱乐、体验(即原来的主题公园与商品销售业务)平级的部门。这也意味着,原有的媒体网络业务与内容分销业务被一分为二。

在过去一百年里,迪士尼能生存并发展壮大的一大原因就在于总能发觉到稳定且具有成长性的业务,如成立早期的动画,上世纪60—70年代的主题乐园,上世纪80年代至本世纪初的媒体网络业务,以及最近二十年的内容分销业务。如今,在成立一百年的特殊时刻,这一次的“变阵”是否能让迪士尼摆脱困境?前景被看好但又持续亏损的流媒体业务能否成为迪士尼再次成长的新引擎?

还有刚性需求,比如美国大选期间的政治广告投放,以及部分被有线运营商把控版权的体育赛事广告。尼尔森数据显示,2023年初以来,有线电视用户花在有线电视频道上的时长份额继续呈现趋勢性下滑。从中长期来看,有线电

视的广告收入将继续承压。

此外,从2022财年第二财季至今,迪士尼有线网络的经营利润率从46.6%一路下降至30.6%。雪上加霜的是,以体育内容为主的ESPN从有线网络中分离出来,这种下滑趋势会更加明显。

## 2. 困局

### 流媒体困局

流媒体兴起后,大力推广用户自行选择观看的点播模式。而点播从根本上取消了收视率、重播率等传统的影视热度衡量标准。

1.5亿—2亿美元。平均到每一集来看,制作费用高达2500万美元。就连以“烧钱”著称的HBO的《纸牌屋》和亚马逊剧集《指环王》每集的制作费用也就只有1500万—2000万美元。

与此同时,迪士尼的流媒体业务一直处于亏损状态。数据显示,自2022财年第一财季至今,迪士尼流媒体业务的经营利润率一直为负,2022财年第四财季,该项指标甚至高达-31%。

于是在2022年11月,罗伯特·艾格回归迪士尼并重新担任CEO后,对外提出的公司经营目标便是“向流媒体转型的同时实现盈利”。

从财报披露的数据以及第三方机构的统计报告来看,自罗伯特·艾格回归后,迪士尼的流媒体业务经营利润率有显著提升,在2023财年第四财季,已收窄至-14%。

对于流媒体业务,除了亏损之外,摆在迪士尼面前的另一个问题是,如何处理好流媒体与院线渠道之间的关系。

“这是一个比较矛盾的事情。”国内某院线公司的人士说,“在中国内地,即使是爱奇艺这样的头部长视频平台上,他们投资拍摄的电影也会先在院线放映,直到密钥到期,或者票房增长势能基本耗尽,才会在平台上线。但是过去几年,好莱坞的一些公司却选择院线与流媒体同步上映,或者在院线上映后不久便上线流媒体,这样造成的结果就是,流媒体势必会分流院线渠道的观众,对于合作的院线一方

而言,必然会有损失。”

据多家外媒报道,早在2020年,迪士尼将《花木兰》上线流媒体时,就曾有多家院线公司采取撕毁海报、焚烧线下宣传物料等方式进行抗议。2021年,迪士尼投资拍摄的超级英雄电影《黑寡妇》在海外线下院线上映后不久,便上线Disney+,这引起了该片主演约翰逊·斯嘉丽的不满,她在洛杉矶高等法院提起诉讼,指控迪士尼违反了合同,电影《黑寡妇》登陆院线的同时在Disney+线上播出,给她造成了预估超过5000万美元(折合人民币3.2亿元)的巨额损失。

“在好莱坞,许多演员往往会与‘六大’(通常指迪士尼、20世纪福克斯、华纳兄弟、派拉蒙、环球影业、索尼哥伦比亚影业)达成票房分成的协议。也就是说,除了基本的片酬,票房收入的一部分也会分给部分演员。”从事电影制片的金妍(化名)这样告诉记者,“如果上线流媒体,就意味着线下观影人群很可能会减少,进而票房降低,影响演员的后续收入。这既是流媒体与传统渠道的矛盾,也是美国影视行业近几年新产生的劳资纠纷的主要来源之一,今年好莱坞持续一百多天的罢工中,演员工会和编剧工会明确提出抗议之一就是影片上线流媒体减少了演员、编剧等主创人员的收入。”

记者了解到,流媒体兴起后,大力推广用户自行选择观看的点播模式。而点播又从根本上取消了收视率、重播率等传统的影视的具体协议内容。

## 3.“加减法”

### 降本增效的“加减法”

流媒体的扭亏还需要保持并提升用户黏性。

在2023财年最后一个财季,迪士尼继续贯彻“利润第一”的战略,一番操作下来,内部盈利能力同比有比较明显的改善。其中变化非流媒体业务莫属,经营利润率从去年同期的-31%下降至-14%。

另据财报披露,迪士尼架构调整较大的是,整体从原先的媒体网络与娱乐内容分销、主题公园与商品销售业务架构整合调整为娱乐、体育、体验三大业务板块。以ESPN频道和ESPN+为主体的体育业务线是迪士尼近两年多次提及并看好的领域,从有线网络与流媒体中剥离出来,一方面体现了迪士尼管理层的重视以及公司未来重点发展的方向,另一方面,将有线网络、流媒体、内容制作与销售整合成娱乐,也体现出管理层进一步加强内容和分发渠道的联系、从源头上解决同一内容不同渠道分配问题的想法。但这是否能解决上述矛盾,仍有待观察。

在此之外,流媒体的扭亏还需要保持并提升用户黏性。

“对于流媒体来说,剧集带来的用户黏性普遍高于电影。迪士尼的优质电影很多,虽然最近几年也有《洛基》《猎鹰与冬兵》《旺达·幻视》这样的优质剧集,但是相比之下,迪士尼在剧集方面可能还需继续补强。”上述院线公司人士说,“目前海外的流媒体正在探索的一条路径是,电影在院线上映一段时间后,在流媒体平台上上线导演剪辑版,不知道迪士尼是否参考这个方法。”

而从迪士尼流媒体业务减亏的原因来看,关键还是在于内部的成本费用收缩,迪士尼2023财年对支出端的实际优化规模为75亿美元,高于原先计划的55亿美元。实际上,不论是国内的爱奇艺、腾讯视频、优酷等长视频平台,还是奈飞、Disney+和HBOMAX等国际流媒体巨头,降本增效是这些公司近几年都在采

用的举措。

在过去一年里,迪士尼业务的多次调整都是围绕着“降本”展开的。而“增效”方面,迪士尼采用的第一个手段就是涨价。今年8月,迪士尼宣布无广告版Disney+服务的月费将从10.99美元涨至13.99美元,涨幅超27%;无广告版Hulu的月费将从14.99美元涨至17.99美元,涨幅约20%。而这已经是迪士尼流媒体在一年内的第二次涨价。

谈及涨价,迪士尼在财报会议上表示,上次因为涨价而造成的用户流失率微乎其微,因此也给了迪士尼足够的空间定价,且在提高Disney+服务质量的同时,现在的定价策略更加复杂,也在全球范围内更加协调。

第二个手段则是收购Hulu的剩余33%股权,实现对Hulu的完全控股。公开资料显示,Hulu是2007年由NBC环球以及原福克斯母公司新闻集团出资成立的流媒体视频平台。2009年,迪士尼第一次成为Hulu股东,后来迪士尼收购福克斯,后者原本持有的30%的股权也辗转到了迪士尼的手中。

在此次发布财年业绩之前,迪士尼发布公告称,将以至少86.1亿美元的价格,从康卡斯特手中买回Hulu的33%股权,实现对Hulu的完全控股,交易预计2024年完成,届时迪士尼将成为Hulu的唯一所有者。

在财报电话会议上,罗伯特·艾格宣布,将推出Hulu与Disney+组合的测试版,用户可以在Disney+应用程序中访问Hulu的所有内容,同时测试版还会提供家长控制功能,确保观看体验适合各个年龄段。这对订阅了Disney+和Hulu捆绑套餐的用户来说是一个好消息,可以通过一个应用程序轻松地切换不同的内容。而对于迪士尼来说,完全收购Hulu也将对保持迪士尼流媒体业务架构的完整性提供利好。



迪士尼100周年米老鼠雕塑坐落在上海苏州河畔。

视觉中国/图

## 观察

### 内容仍是迪士尼的核心根本

无论是媒体网络、内容制作与销售,还是主题公园,迪士尼最核心的竞争优势仍然是能够持续产出优质内容。

从迪士尼的业务架构来看,在此次调整之前,媒体网络与娱乐内容分销、主题公园与商品销售,分别对应着内容产品的生产、分发、销售、提升价值与二次销售,而这一条业务线能够持续运行下去,关键在于内容产品的初次销售能够成功。

而从迪士尼的发展历史来看,早期的米老鼠、唐老鸭、白雪公主等动画内容产品的成功奠定了发展的基础;上世纪60年代后,崛起的主题公园与衍生商品销售,也是围绕前期内容IP建设的;而在华特·迪士尼与罗伊·迪士尼两大创始人去世后,迪士尼群龙无首,面对同行的迅猛发展却选择了保守战略;80年代,迈克尔·艾斯纳担任CEO后,虽然挽救了深陷发展泥潭的迪士尼,但艾斯纳提出的“复兴迪士尼十年计划”中,将“电影制作投资”放在了“主题公园扩建”“媒体投资”之后,这最终导致的结果便是,自1994年的《狮子王》后,迪士尼自身便罕有爆款作品问世。于是,在罗伯特·艾格执掌迪士尼后,迪士尼便踏

上了收购之路,皮克斯工作室、漫威、卢卡斯影业、20世纪福克斯在过去二十年里陆续被迪士尼收入囊中。这些被收购的公司在过去二十年里贡献了诸多享誉全球的影片,但在最近几年,这些被收购的标的产出的内容在品质上却乏善可陈。

在影视娱乐行业,内容、渠道都很重要。渠道扩张能够带来短期的收益,但公司长期成长的动力仍然在于上游能够持续产出大作,这也是迪士尼能够成为“百年老店”的核心原因之一。

在对待流媒体业务的态度上,迪士尼高层积极拥抱未来趋势的态度无疑是积极的信号,但流媒体也非常依赖持续产出高质量的内容,

但根据最近两年迪士尼财报披露的数据,其内容投入从2022财年第一财季开始持续下滑,而内容创作在成本端的投入恰恰非常重要,或者在拍摄制作时投入巨资,或者需要付出较高的时间成本去打磨作品。

接下来,好莱坞罢工结束,迪士尼完成变阵后,该如何突破内容瓶颈,是提升自制内容的实力,还是继续买买买?

本版文章均由本报记者张超采写