互联互通机制扩容 A、H股迎长期增量资金

本报记者 易妍君 广州报道

伴随我国资本市场改革持续深入，内地与香港股票市场交易互联互通机制（以下简称“互联互通”）又将纳入新标的。

日前，证监会起草了《关于交易型开放式基金纳入互联互通相关安排的公告》（以下简称“《公告》”），并向社会公开征求意见。同时，沪深交易所分别发布沪、深港通业务实施办法的修订征求意见稿。金融机构预计，交易型开放式基金（以下简称“ETF”）纳入互联互通将于两个月后正式实施。

事实上，ETF纳入互联互通丰富了投资品种，有利于多元化资产配置，进而增强两地市场对长期增量资金的吸引力。有受访人士向《中国经营报》记者指出，ETF互联互通的建立，将进一步扩大内地与香港资本市场互联互通的规模，有利于在更大范围、更高层次、更深程度上加强内地与香港的合作，提升我国金融业的国际竞争力和服务实体经济能力。

从“互挂”到“互联互通”

当前符合纳入互联互通资格的ETF体量有限，但有望提升市场流动性与增加ETF投资规模。

据了解，互联互通机制开通以来，保持稳定有序运行，在吸引境外长期资金入市、完善市场结构与生态、促进跨境监管执法与风险防范能力提升等方面发挥了积极作用。此次ETF纳入互联互通则被视作互联互通扩容的标志性事件。

5月27日，中国证监会与香港证监会发布了联合公告，原则同意两地交易所将符合条件的交易型开放式基金（交易所买卖基金）纳入互联互通。《公告》指出，自本公告发布之日起，交易型开放式基金正式纳入互联互通，内地和香港投资者可以通过当地证券公司或经纪商买卖规定范围内的对方交易所上市的股票和交易型开放式基金的基金份额。

实际上，为进一步丰富交易品种，为境内外投资者提供更多的投资便利和机会，中国证监会与香港证监会已于2016年就交易型开放式基金（交易所买卖基金）纳入互联互通投资标的达成共识。

中金公司刘刚等人在撰写的研报中指出，自沪港通和深港通于2014年底和2015年底开通以来，北向和南向累计流入规模已达1.6万亿元人民币和2万亿元人民币，整体运行平稳顺畅，双向规模和成交活跃度也不断提升。该研报谈及，针对ETF，在启动沪深港通机制之初，机制设定者就已经为互联互通纳入A股和港股两地的ETF产品留下了伏笔，2016年两地交易所达成明确的纳入共识。2021年12月沪深港交易所及中国结算宣布就ETF纳入方案达成共识，时隔6个月后，互联互通扩容进入筹备期，两地ETF也将从“互挂时代”进入“互联互通时代”，也是互联互通机制扩容的又一标志事件。

所谓“互挂时代”是指，2020年10月，深港ETF互挂（即分别在港交所和深交所同时上市）正式开通，两地各有2只互挂ETF上市交易；次年6月，沪港ETF互挂开启。至此，内地与香港投资者拥有了低门槛、高效率的跨境投资新渠道。“不过，当时的ETF互挂相当于香港ETF在内地设立的联接基金，通过QDII投资于香港的目标ETF，并不是直接购买对方市场的ETF，还不算完全意义上的互联互通。本次ETF直接纳入沪港股通标的，意味着投资者可以直接购买对方市场名单中的ETF，真正实现两地ETF的跨境直投，而非绕道联接基金。”华夏基金有关人士向记者解释。

与此同时，证监会对ETF纳入互联互通有关制度安排予以明确，并要求上交所、深交所和中国结算分别制定或修改相关业务规则，报中国证监会批准后实施。5月27日晚间，沪深交易所分别就修订《上海证券交易所沪港通业务实施办法》和《深圳证券交易所深港通业务实施办法》向社会公开征求意见。

具体来看，在修订深港通业务实施办法方面，根据深交所5月27日晚间发布的公告，在现有深港通机制基础上，将满足条件的深交所与联交所股票ETF纳入深港通标的范围。具体如下：深交所ETF过去六个月日均资产规模达15亿元人民币，且其成份证券以深沪股通标的股票为主；联交所ETF过去六个月日均资产规模达17亿港元，且其成份证券以港股通标的股票为主，不得属于合成ETF、杠杆及反向产品。纳入标的的ETF须满足上市满六个月、其标的指数发布满一年等要求。原则上标的ETF将每半年调整一次。

中信证券研究部王兆宇、赵文荣等撰写研报分析，根据证监会及交易所发布的相关规则征求意见稿，ETF互联互通与股票基本一致，投资者仅可在二级市场交易，二者共用一个投资额度，纳入互联互通的ETF名单依据基金规模、跟踪指数选股以互联互通标的股票为主等原则进行确定。ETF纳入互联互通使得境外投资者可以投资海外市场稀缺的内地ETF，内地投资者可投资无涨跌幅限制、折溢价相对小的香港ETF。北向资金的持仓披露使得内地ETF的日度资金流数据可按内地和北向投资者进行拆分，两类投资者在ETF上的日度交易行为蕴含丰富信息。

对于互联互通ETF的交易方式，鹏华基金量化及衍生品投资部基金经理张羽翔解释，互联互通ETF仅可在二级市场进行交易，不允许申购赎回。他认为，随着后期业务的展开，两地交易所及登记结算机构对于相关业务规则的完善，在当前互联互通ETF交易模式运行一段时间后，两地ETF的投资方式有可能进行申购赎回，但相关政策的出台需要多方的共同努力。

数据显示，截至2021年底，内地共有629只ETF产品，资产规模同比增长30.6%至1.4万亿元，其中权益类ETF占比67.44%。根据中信建投非银金融团队的测算，当前符合纳入互联互通资格的ETF体量有限，但有望提升市场流动性与增加ETF投资规模。

沪深港通机制大事记

- 2016年沪港通取消总额度限制；
- 2018年北向和南向每日额度扩大3倍；
- 2019年将香港上市同股不同权公司纳入港股通范围；
- 2021年2月，将合格内地科创板股票和香港上市未盈利生物科技公司纳入沪深港通股票范围；
- 2021年12月沪深港交易所及中国结算宣布就ETF纳入方案达成共识；
- 互联互通扩容进入筹备期，两地ETF也将从“互挂时代”进入“互联互通时代”。

数据来源：公开资料整理

实现双向跨境投资

ETF互联互通为A股吸引北向资金创造了新途径，有利于推动A股国际化更进一步。

除了丰富交易品种、提供交易便利和机会，业内人士普遍认为，此次互联互通机制扩容具有多重意义。

上述华夏基金有关人士指出，沪深港通是中国资本市场实现双向开放的重要通道，目前的资金载体主要是股票，而ETF作为一揽子股票的集合，具有低成本、高效率、高透明度等特征，符合大资金的稳健投资逻辑，市场对于ETF纳入互联互通机制呼声已久，ETF的本质就是股票，因此也是互联互通机制的题中应有之义。

“对于投资者而言，在ETF互联互通机制安排下，内地投资者可投资香港市场主流ETF产品，这为内地投资者进行跨境资产配置和分享联交所优质上市公司经营成果提供了多元化的投资渠道；全球投资者也可借道香港直接投资于境内ETF，扩大了海外投资者投资A股市场的标的范围，切实有效实现双向跨境投资。”该人士进一步谈道。

谈及对A股市场的影响，华夏基金有关人士表示，ETF互联互通为A股吸引北向资金创造了新途径，有利于推动A股国际化更进一步。沪深港通、A股“入摩”（A股纳入MSCI）与“入富”（A股纳入富时罗素指数），主要是吸引北向资金直接进场买入A股，ETF互联互通则是吸引北向资金投资指数基金，通过指数基金间接买入股票，为A股引资创造了新的投资方式。建立ETF互联互通将拓宽境外投资者进入内地市场的渠道，优化内地资本市场的投资者结构，也有利于进一步扩大内地资本市场规模，提升内地资本市场的国际地位。

尤其是A股、H股的ETF布局存在明显差别，将利好A股吸引专业投资者。该人士具体介绍，境内市场的行业主题琳琅满目，而香港市场的资产类别更为丰富、地区分布更加广泛。目前，香港本地市场投资A股的ETF仍集中于主要宽基指数，而近年来，内地股票ETF市场不断深挖细分，行业主题类ETF快速兴起，数量已占到全市场的半壁江山，例如证券、银行等行业ETF，以及5G、芯片、消费、新能源车等热门主题ETF。

“ETF纳入互联互通标的，有利于香港及海外投资者更加精细化地布局A股细分行业和热门赛道，为境内ETF市场带来更多的专业投资者及新增流动性。”华夏基金上述人士强调。

张羽翔认为，纳入合格ETF是港股通后续制度的重要改革，中长期看影响深远。不仅有利于丰富交易产品种类、为外资投资中国资本市场提供更多便利，同时对促进两地资本市场相互融合，以及中国资本市场进一步开放也有重要意义。特别是有助于国际长线投资者对A股进行配置型投资，对A股影响或大于港股。

另外，中信建投非银金融研究报告则提及，目前已经纳入互联互通的产品主要是股票与债券通，但市场有需求的产品仍然非常多，如衍生品、商品期权期货等，而且对于改善交易与结算的需求也尚未完全满足，如节假日交易安排、股票借贷安排以及北向大宗交易等。ETF获纳入将扩大产品品类，满足市场各方对于互联互通更高的要求，为内地与香港市场创造共赢，促进两地市场的持续发展，进一步促进资本市场双向开放。该报告指出，展望未来，互联互通将继续扩大，港交所在此所承担的“连接器”角色将愈发重要。

万家基金黄海：房地产板块风险释放充分 迎来估值和盈利双重修复

本报记者 任威 夏欣 上海报道

2022年开年后市场连续震荡下行，公募基金要想获得正收益亦非易事。截至5月30日，全市场近6000只（份额分开计算）主动权益类基金中，年内收益超过30%的只有三只——万家宏观择时多策略、万家新利、万家精选A，这三只基金均由万家基金副总经理、投资总监黄海所管理。

上述产品之所以能够取得突出的业绩与黄海对煤炭、房地产板块投资机会的精准把握密切相关。今年以来，该基金重仓的煤炭、房地产板块个股都有不错的表现。

“当市场对地产行业极度悲观的时候，往往是买入地产股的好时机，因为这时候房地产政策可能要适当放松了。”黄海在接受《中国经营报》记者采访时表示，政策底到市场底一般还需要经历两个季度左右的时间，但上市公司股价随着政策底的到来就开始有所表现了。

重仓房地产、煤炭板块强势上涨

Wind数据显示，截至5月30日，万家宏观择时多策略年内收益为44.66%，位列主动权益类基金首位。此外，黄海管理的万家新利、万家精选A年内业绩也毫不逊色，收益分别为：39%、33.68%。

截至一季度末，万家宏观择时多策略前十大重仓股均来自房地产和煤炭板块，分别是：陕西煤业、保利发展、淮北矿业、山煤国际、潞安环能、金地集团、万科A、新城控股、平煤股份和山西焦煤。

从自上而下的角度，黄海阐述了他对煤炭和房地产板块的投资逻辑。“2021年三季度以来，经济开始面临增长动力不足的压力，而市场对稳增长一直抱有较高的预期，对潜在的风险定价并不充分。”通过对2021年经济的大致研判，黄海基本能够确认，“2022年全球性的通胀压力会比较大，是美联储货币政策收紧的大年，美联储的加息和缩表等行为均会导致国内稳增长政策空间变小。”

基于此，黄海判断2022年A股的企业盈利和流动性环境均面临一定压力，因此在配置上偏向防御。其中：煤炭行业是低估值、高股息，且受益于全球大宗商品的通胀，盈利还可能继续增长，是非常好的配置选择；房地产行业股价则经历数年下行，估值处在底部，加上行业出现大规模出清，格局加速优化，处于盈利的底部，且风险释放充分。房地产作为稳增长重要抓手，后续政策有望持续放松从而带来其估值和盈利的双重修复。

下转↘B3

券商、保险资管“公募化”疾进

本报记者 任威 夏欣 上海报道

千亿保险系公募基金扩容。5月26日，泰康基金管理有限公司（以下简称“泰康基金”）获得中国证监会核发的《经营证券期货业务许可证》。这意味着开展公募业务七年后，泰康资产管理有限责任公司（以下简称“泰康资产”）公募事业部正式转型成为独立的泰康基金。

无独有偶。券商资管公募化转型也在提速。随着《公开募集证券投资基金管理人监督管理办法》及其配套规则（以下简称“《管理办法》”）发布，券商对公募基金可以实现“一参一控一牌”。即同一主体在参股一家基金、控股一家基金的基础上，还可以再申请一块公募牌照。

在新规之下，原本受限于“一参一控”的券商资管，如今申请公募牌照不再受限。

多家券商已提前布局资管子公司，中信证券、中金公司等正在设立资管子公司，为下一步申请独立公募牌照夯实根基。

资源互补 加快财富管理转型

“此前受‘一参一控’的政策限制，券商很难直接以自身的名义开展公募业务，因此在品牌宣传力度上会受到一定限制。”济安金信基金评价中心研究员张碧璇对《中国经营报》记者表示，券商及传统券商资管所服务的客户群体与公募基金有一定差异，如果能够获得公募基金牌照，有助于扩展券商自身的业务范围及品牌影响力。

在他看来，公募基金业务的开展在投研、风控、销售、运营等多方面均有较为严格的规范和要求，券商在这样的框架下完善从研究到投资的运作链条，有助于日后各业务的协同发展。

不少券商资管就申请公募牌照做好了充足准备。2022年4月，国信证券公告拟设立资管子公司，中金公司、中信证券等头部券商也正在申请设立资管子公司。

“产品净值化方向使得公募基金规模迎来爆发性增长。”在私募排排网财富管理合伙人荣浩看来，公募基金业务对券商发展最重要的就是高净利贡献率。另外会降低行业链条内的“摩擦成本”（交易成本、销售成本等），还可以为券商带来相关业务规模的增长。

“对实力较强的中大型券商来说，获得公募牌照意味着业务可以更加多元化，并进一步提高综合实力以及盈利空间。”天相投顾基金评级中心相关人士认为，券商本身作为研究能力、销售能力较强的机构，获得公募牌照意味着业务线更加健全，公司本身的研究和销售能力都可以为公募基金业务提供更强的支持。

此外，受益于新政策，原本已有公募牌照的资管子公司的国泰君安证券，也在近期通过收购股权，实现对华安基金的控股。

国泰君安证券相关人士表示，公司将以增持华安基金股权为契机，积极打通财富管理和资产管理服务链条，主动对接客户分层分类的财富管理需求，全面提升全球优质资产的配置能力，积极创新公募REITs、绿色低碳、养老“第三支柱”等领域产品与服务。

上海证券基金评价中心分析师姚慧指出，在代销渠道方面，公募基金可以有效利用券商的渠道销售资源，提升产品营销能力，降低尾随佣金过高对收入的侵蚀。此外，券商客户风险偏好较高，与基金公司股票类、权益类产品的目标客户高度一致。而基金公司丰富的各类产品，也能够帮助券商扩充产品种类，增强资产配置服务能力，加快券商的财富管理转型步伐。同时，两者在研究、托管、融券等业务上也都具有资源互补的效应。

当然，券商的公募化转型也绝非易事。券商资管和公募基金业务本身就有不小差别，在向公募化转型的过程中也面临着管理制度、合规、投研等诸多问题。

2013年，由于新《基金法》出台，将超过200名投资者的集合资产管理计划定性为公募产品，因此传统的券商资管此类业务便出现收缩。

“这导致券商资管与公募基金在产品投资范围、组织形式、服务的投资者群体等均出现差异。券商资管一般是以服务机构和高净值客户为主，产品及投资端更多是非标准化的。”张碧璇谈到，公募基金作为面向不特定公众的资产管理机构，所发行产品更多是服务普通的个人投资者，因此标准化程度更高，受到的监管也更加严格。

财通资管、华泰资管、东证资管等多家券商均为早已开展公募业务的证券公司。据记者了解，上述券商在开展公募业务已较为成熟，产品线也越来越多元化。

华泰资管相关人士表示，华泰资管业务条线形成了包含现金管理、权益、固收、多资产、FOF、ABS、公募REITs、跨境业务在内的全业务条线，已形成多个具有特色的产品线。

保险、券商资源禀赋各有所长

在券商争相跑马圈地的同时，保险资管对于自身公募化的转型也不甘落后。日前泰康资产公募事业部正式转型，成为独立的泰康基金。

“传统的保险资管相对于公募基金来讲，主要的优势在于大类资产配置以及债券等固收类资产的投资上。”张碧璇表示，一般保险资管的资金特性更偏长期，因此投资风格都是比较稳健均衡，更加注重绝对收益，这一点也比较契合很多机构及个人投资者的诉求。

荣浩也称，由于保险资金的第三方受托资金的资金属性以及成本等因素，决定了保险资管在长期性、稳定性、收益性方面平衡会做得很好，也是其优势。

在天相投顾相关人士看来，保险资管有着投资方法成熟、业务规范、资金体量巨大的优势，这些优势可以为险资发展公募基金业务提供投研能力和资金的助力，而较强的资金实力也能够引入更多的人才并且塑造公司和产品的品牌。

上述人士还指出，作为追求长期收益的大型金融机构，其投资风格对于一些符合风险偏好的客户会更有吸引力。另外，保险机构本身也有大量存量客户，这些长期服务的客户可能对于保险公司有着更高的信任，有利于帮助保险资管从事公募业务。

由于券商资管和保险资管的机构属性以及资源禀赋上的差别，在公募化转型过程中也有各自特点。

“券商由于长期接近权益类市场，因此券商资管在权益类资产的投资研究方面具有优势。”因此，天相投顾相关人士分析，券商资管业务未来可能会更加倾向于较多发行权益类产品。而且，券商的市场化机制与传统公募基金行业更为接近，当然也会面临更大的竞争。

对于保险资管，在上述人士看来，由于巨大的资金体量和长期较低的风险偏好，前期从事公募业务可能会在“固收+”领域布局更多，风格相对稳健。另外，由于保险资管机构具有独有的险资资源，前期业务压力相对较低，但也可能面临市场化不足的情况，这需要在后续的发展中继续加强。

“由于机构的特性在投资范围侧重不同，券商的研究团队一般在权益类资产的研究深度上比较具有优势，而保险资管则是在固收类资产上更加深耕。”张碧璇认为，二者服务客户群体的特性可能不同，比如保险资管在面向机构方面的资源与券商可能会有比较明显的差异；所依托的资源禀赋也不尽不同，比如在母公司品牌、销售渠道、营销资源等方面也有所差别。

“掘金”医疗新基建

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

医疗新基建正成为大势所趋。日前，国泰君安证券发布的研报《医疗新基建的机遇》（以下简称“研报”）指出，2020至2021年，中国新建/改扩医院的立项数量分别为425项、612项，分别同比增长73%、44%；2021至2022年的结项数量分别为384项、409项，分别同比增长68%、7%。

国泰君安证券认为，医疗新基建主要发展方向包括疫情之下补公共卫生短板、医院高质量发展、强化基层医疗，“医院建设高潮已至，国产医疗设备迎来机遇”。

重视医院带来的潜在市场空间，并对其进行业务布局，成为部分医疗企业近年的主要发展策略之一。

迈瑞医疗（300760.SZ）在2021年年报中表示，随着医疗新基建的开展，国内医疗器械市场将迎来长期扩容，对公司三大业务均有不同程度的拉动作用。

日前，理邦仪器（300206.SZ）回答投资者提问时表示，公司有参与到方舱医院的医疗设备采购事项中。在年报中，其将国内基层医疗作为公司心电产品未来的目标渠道。

近日，理邦仪器董秘办刘姓工作人员在接受《中国经营报》记者采访时表示，目前国内医院建设的主要形式从单独的采购设备向全科室、全院级建设转变。公司拥有多条产品线，现正在推行整体化的医疗解决方案以满足市场需求。

有方案，也有对应产品。据澳华内镜（688212.SH）日前披露，公司AQ-200产品正在陆续进入三级医院；明年预计推出AQ-300，主要针对三级医院用户。

澳华内镜方面对记者表示，“公司认为，当产品力、技术积累等内因与政策层面（如医疗新基建）外因共同驱动时，国产品牌才会被临床真正认可，进口替代才会加速。”

跑马圈地

华康医疗业务布局扩容、做深的背后，是近年来我国医疗行业配套政策及规划支持不断出台。

日前，华康医疗（301235.SZ）发布公告称，拟将“营销及运维中心建设项目”的实施方式从购置办公场地改为租赁，实施地点由石家庄、广州等7个城市增至27个。

华康医疗称，目前公司主要业务集中在华中区域，在国内其他区域业务覆盖相对较少。我国华北、华南、华东、东北、西北、西南区域的核心城市人口密集、医疗设施建设较早，拥有大量医院新建以及改扩建的市场需求，是公司未来跨区域经营的重点布局城市。

对于此次变更项目所涉及的区域和城市，公司是否设置了对应的经营计划及目标？记者就此致函致电华康医疗方面，截至发稿，对方未予以回应。

根据年报，华康医疗主要面向大中型公立医院开展医疗净化系统集成业务及相关服务，具体包括医疗净化系统研发、设计、实施和运维，相关医疗设备和医疗耗材的销售。

2021年，华康医疗营业收入约8.61亿元，同比增长12.99%，净利润8136.15万元，同比增长54.67%。其中，医疗净化系统集成业务收入占比81.99%，同比增加54.4%；医疗设备销售收入占比4.76%，同比减少72.48%；医疗耗材销售收入占比11.23%，同比减少31.54%。

对于公司经营模式的未来变化趋势，华康医疗表示，公司依靠在医疗净化系统集成业务的技术优势，向医院智能化、中央空调（平疫结合）、物流传输系统、放射防护、污水处理等医疗专项工程拓展。

华康医疗业务布局扩容、做深的背后，是近年来我国医疗行业配套政策及规划支持不断出台。

国务院办公厅《深化医药卫生体制改革2021年重点工作任务》提出，统筹谋划推进“十四五”时期区域医疗中心建设，完善合作方式和引导机制，推动试点医院与输出医院同质化发展。国家卫健委《“千县工程”县医院综合能力提升工作方案（2021-2025年）》提出，到2025年，全国至少1000家县医院达到三级医院医疗服务能力水平，发挥县域医疗中心作用。

迈瑞医疗披露，2021年，公司在国内医疗新基建中收入约为30亿元。剔除2022年一季度已执行的商机，截至今年一季度末，系统中的医疗新基建待执行商机仍有240亿元，预计将在未来两年时间左右逐步落地。

根据年报，迈瑞医疗主要产品覆盖生命信息与支持、体外诊断、医学影像，同时实现从中低端到高端、从科室到全院的整体化、集成化解决方案。

截至2021年末，迈瑞医疗产品覆盖国内近11万家医疗机构和99%以上的三甲医院。公司生命信息与支持业务的大部分子产品，如监护仪、呼吸机、除颤仪、麻醉机、输注泵、灯床塔等市场份额均成为国内第一；血球业务首次超越进口品牌成为国内第一；超声业务首次超越进口品牌成为国内第二。

迈瑞医疗方面此前接受记者采访时表示，从公司可及市场来看，预计未来几年“千县工程”带来的商机达到100亿元。此外，其计划通过并购交易，整合全球范围内的全产业链前沿技术，提升现有业务在中高端市场的综合竞争力。

把握国产创新机遇

在澳华内镜方面看来，国产品牌创新需要产品力、技术积累与政策层面共同驱动。

作用到行业层面，医院建设的高质量发展带动了医疗设备的研发创新。

根据年报，理邦仪器主要从事医疗电子设备产品和体外诊断产品的研发、生产、销售、服务。业务主要涵盖病人监护、心电诊断、妇幼健康、超声影像、体外诊断、智慧医疗6个领域。

其中，病人监护为理邦仪器的营收主力。2021年，理邦仪器的病人监护产品收入占比为36.58%，该业务目前主要涵盖急危重症监护方案、床旁监护方案、智能生命体征查房方案等。

床旁监护方案方面，理邦仪器称，随着医疗新基建的发展，临床对于监护产品的测量算法准确性要求逐步提高，同时对于床旁监护的信息化联网需求也日益迫切。因此，公司在监护核心技术层面发力，涉及心电、血压、血氧、气体技术及算法，实现遥测监护和床旁监护混合组网，以提供针对性监护解决方案。

值得注意的是，近段时间以来，医疗器械行业鼓励国产、优先国产、采购国产等相关政策不断。“对于我们这些能够为医院、科室建设提供信息化解决方案的厂家来说，是一个利好。”理邦仪器董秘办刘姓工作人员对记者称。

与此同时，在上述政策支持下，我国医疗器械企业的市场地位得到了有效提升。

根据研报，心电图机、监护仪的国产化率已分别超过80%、70%，但血管内超声、软式内窥镜、手术机器人、血管造影机DSA等高端医疗设备的国产化率均低于10%。

不过，在澳华内镜方面看来，国产品牌创新需要产品力、技术积累与政策层面共同驱动。

根据年报，澳华内镜主要从事电子内窥镜设备及内窥镜诊疗手术耗材研发、生产和销售，其产品目前已应用于消化科、呼吸科、耳鼻喉科、妇科、急诊科等临床科室，主要渠道为二级及以下医院。

2021年，澳华内镜收入3.47亿元，同比增长31.82%，净利润5703.7万元，同比增长208.16%。

近日，澳华内镜方面对记者透露，AQ-200升级款AQL-200L已于今年5月取得医疗器械注册证，其将助力公司产品在三级医院渗透。“AQ系列中高端产品逐步往三级医院渗透，AQ-300将会配备更多临床实用功能，有望进一步提升三级医院占比。”

对于国内医院市场的前景，澳华内镜方面表示，未来几年，国内市场仍是公司收入增长的主要驱动力，公司将积极开拓三级医院市场的同时重点布局全国范围内县域二级医院、基层医疗机构和民营医院，争取成为临床主流产品。

为了进一步提升市场占有率，澳华内镜方面对记者表示，公司将加强产品研发力度，持续进行关键技术创新，未来将结合疾病早诊早治等临床需求，进一步开发内窥镜产品及相关技术。另外还将拓展销售网络、加强人才培养等。

“未来几年，公司将继续聚焦软性内窥镜领域，深化‘医工结合’理念，加强与临床合作，在科研创新、技术培训、临床诊治等方面持续探索。”澳华内镜方面表示。

价格大涨 实验用食蟹猴困在周期里

本报记者 伍月明 广州报道

从事食蟹猴繁衍项目的研究员孙强在等待他培育的食蟹猴长大。早在2019年，他已经预料到食蟹猴价格上涨、供给短缺的状况，但如今食蟹猴价格的涨幅已然超过其预期。

“实际上，食蟹猴并非一直价格高涨。2013年，食蟹猴的身价跌至谷底，每只仅需要七八千元，但近期，每只食蟹猴的价格已涨至15万-20万元。”在采访中，孙强向《中国经营报》记者透露，“我们项目需要性成熟的猴作为实验动物。但性成熟的母猴一般要5岁或5岁以上，我现在买不到这个猴子，你想谁会把繁殖种群动物卖给我？”

除了从事食蟹猴研究项目的研究员以外，食蟹猴持续上涨的价格也考验着美迪西等药企的实验模型资源控制能力。

记者注意到，上海美迪西生物医药股份有限公司（简称“美迪西”，688202.SH）2021年年报所提及的《大鼠、比格犬及食蟹猴若干关键药物中毒性疾病诊断体系建立》等在研项目均涉及食蟹猴。而其年报还指出，临床前CRO业务的成本受到临床前业务实验用猴的价格及数量持续上涨等因素影响而大幅上涨。

5月30日，记者就食蟹猴的价格及市场供给情况致电国内数十家有食蟹猴养殖业务的企业。绝大多数企业向记者表示，实验猴已被预订，无猴可卖。5月31日，记者就食蟹猴的供应问题致电且致函美迪西，但其电话未接通。

非人灵长类动物食蟹猴的均价已经从2017年的约1.38万元上涨到2020年1-9月的约4.2万元。 视觉中国/图

有价无猴

食蟹猴为灵长目猴科，又名长尾猴、爪哇猴。主要产地为东南亚诸国。食性杂，除以水果、树叶、各种小动物为食外，因其喜欢退潮后在海滨觅食螃蟹及贝类，故名食蟹猴，在我国属国家二级保护动物。

作为与人类亲缘关系最近的非人灵长类实验动物，食蟹猴在生物医药临床前研究和评价及脑科学和生殖生物学等研究领域具有不可替代的作用。

然而，近年来食蟹猴身价大涨，甚至到有价无市的地步。

根据Frost&Sullivan资料，随着生物药物研发数量的不断增加，在需求的推动下，非人灵长类实验模型的价格要较其他同类型的实验模型高出很多，其中非人灵长类动物食蟹猴的均价已经从2017年的约1.38万元上涨到2020年1-9月的约4.2万元。

记者以“食蟹猴/实验猴”为关键词在天眼查上搜索，联系数十家开展食蟹猴养殖的企业，但绝大多数企业表示目前已经无猴可卖。

广西玉林市的一家实验动物驯养繁殖中心的负责人表示，“目前没有猴子可供售卖，现有的食蟹猴都已被预订了，是3年前签订的合同。”关于食蟹猴的价格，上述人士则表示需要根据猴子的规格、质量以及检测标准等方面来确定。

广东地区的一家生物科技公司负责人则表示，“自己所在的公司也设有实验猴的研究院，现在主要是用自己公司培育的动物做实验，由于现在接到的项目较多，所以实验动物也暂时不能对外出售。目前了解的信息是，猴场都由老板自己对外报价，没有统一的市场价，因为食蟹猴不愁卖，无非是价高者得。”

记者登录中国食品药品检定研究院官网发现，从2018-2022年实验用食蟹猴采购项目招标公告上，可以看出近几年来食蟹猴的价格走势。而其对于投标人的要求，是符合供应商资格以及具备实验用食蟹猴生产许可证、繁殖许可证等资质证书。

经记者梳理，根据中国食品药品检定研究院食蟹猴采购项目的采购需求，2018年，研究院计划采购150只年龄3.5-4岁的食蟹猴，预算金额为210万元。经计算，平均每只食蟹猴的价格为1.4万元。2019年，研究院计划采购100只3-4岁的食蟹猴，预算金额为300万元，平均每只食蟹猴价格达到3万元。

2021年，食蟹猴的身价急剧上涨。2021年，该研究院采购项目的采购需求为200只年龄在3-5岁的食蟹猴，预算金额与最高限价均为1410万元。经计算，平均每只食蟹猴的价格为7.05万元。2022年3月，该研究院计划采购需求为40只食蟹猴，预算则高达530万元，这意味着，每只食蟹猴的身价已经上涨至13.25万元。

养殖周期长

实际上，中国科学院神经科学研究所非人灵长类研究平台主任孙强注意到，食蟹猴的供应紧缺早有端倪。

孙强认为，“食蟹猴紧缺的原因主要在于市场缺口大，但食蟹猴本身的生产能力跟不上。近年来，生物大分子制药市场发展势头迅猛，抗体药经过30余年的发展，已经成为全球医药市场的重要组成部分。而生物大分子药物的临床前研究对实验动物的要求更高，需要选用与人类具有相似分子靶标和信号转导途径的实验动物。这极大地推高了非人灵长类实验动物在候选药临床前研究中的使用数量，也促成了食蟹猴需求的居高不下和价格的井喷式增长。”

在考虑到食蟹猴紧缺的情况后，孙强于2020年开始决心自己养食蟹猴，只不过目前所养的食蟹猴还未到成熟期，需要等2023年才能长成实验项目所需的猴子规格。

对此，孙强也有着自己担忧，“目前食蟹猴的供给对自己的研究项目进度有所影响。由于自己是做食蟹猴生殖相关的实验，需要性成熟的猴作为实验动物。但现在，性成熟的母猴一般要5岁或5岁以上，我现在买不到这个规格的猴子，你想谁会把繁殖种群动物卖给我？”

值得注意的是，食蟹猴的紧缺与其自身的繁衍周期以及养殖场的售卖策略等因素有关。

孙强向记者介绍，“猴子有着其自己的生长周期，按照出栏来计算，大致需要6年时间。猴子的性成熟期为4年，留种个体平均需要4年以上时间得到首胎，首胎到出售还需1-2年时间，而这意味着，当食蟹猴产品面临短缺时，需要用6年的时间才能缓解这一境况。”

然而，从孙强调研情况来看，由于食蟹猴价格曾现井喷式增长，养殖场大多执行有猴就卖策略，少留或不留种。“去年，食蟹猴的报价就高达17万元，换位思考，如果你作为猴场的老板，是否愿意等待4年的时间母猴再生育？”实际上，正如孙强所担忧的那样，不少投资者和猴场的经营者对这类回报周期较长的投资望而却步。

另外，更为严峻的是，我国繁殖用食蟹猴种群偏向老龄化。

据孙强透露，中国实验灵长类养殖开发协会针对国内26家会员单位的调查显示：2020年实验食蟹猴总存栏数约18万只，其中繁殖母猴69304只。繁殖母猴中8岁以上为39386只，占比达到了56.8%。这其中又有三家企业8岁以上繁殖母猴数据为零。如果去除这三家的数据干扰，8岁以上繁殖母猴的占比是61.7%。

孙强指出，可以预见我国繁殖用食蟹猴种群会进一步老化，年出栏率会继续走低，导致食蟹猴供给进一步下降，令供需矛盾更加突出。食蟹猴繁殖种群10岁以上仍然是绝大多数，其所占比例将进一步上升，这种状况在未来5-7年内很难得到缓解。

供需存差距

值得注意的是，食蟹猴的生产能力下降，但与之形成反差的是逐年旺盛的市场需求。

十年磨一剑。我国的医药产业逐渐形成有机的医药生态创新环境，培育了创新药蓬勃发展的土壤。近年来，随着大量生物技术药物逐渐进入新药报产阶段，实验用猴的需求量持续增长。

记者注意到，美迪西2021年年报所提及在研项目《大鼠、比格犬及食蟹猴若干关键药物中毒性疾病诊断体系建立》《X射线导航实验动物鞘内给药技术》《生物大分子药物LC-MS/MS定量生物分析技术平台的建立》均涉及食蟹猴。美迪西年报还显示，受到临床前业务实验用猴的价格及数量持续上涨等因素，临床前CRO业务的成本金额为2.5亿元，较上年同期变动比例为94.79%。

记者登录实验动物许可证查询管理系统官网查询发现，2022年，获得生产类的实验动物许可证的公司仅有33条记录，例如，肇庆创药生物科技有限公司的许可证适用范围为普通级（食蟹猴，6380㎡）。对此，业内人士解读，“实验动物许可证分为生产与使用的类型。持有生产许可证的企业才能繁育和销售动物，而使用范围中的面积则可以显示出企业承担猴子饲养的最大规模。”

就我国食蟹猴的产业分布，有业内人士向记者介绍，“目前我国食蟹猴主要是分布在华南、广东、广西以及云南，这几个省份均有1-2家规模较大的猴场，但目前多数大规模的猴场已被药企收购。”

据不完全梳理，2020年，药明康德（603259.SH）全资子公司苏州康路生物完成对广东春盛猴场的收购，该猴场的食蟹猴饲养规模达2万余只。2021年，康龙化成（北京）新药技术股份有限公司（简称“康龙化成”，300759.SZ）以购买股权及增资的形式收购新日本科学旗下肇庆创药生物科技有限公司50.01%的控股股权。2022年，北京昭衍新药研究中心股份有限公司（简称“昭衍新药”，603127.SH）以18.05亿元的价格收购两家实验动物模型公司，分别为英茂生物和玮美生物。

由此，如何使得食蟹猴产业能够正向循环运转，在采访中，不乏有生物科技领域的人士寄希望于开拓进口的食蟹猴渠道。“目前，食蟹猴主要是外来物种，而且国内的食蟹猴老龄化较为严重，如果这一实验动物可以实现进口流通，国内市场的需求可能得到缓解。”

孙强则指出，食蟹猴的产业实现可持续发展与其产业经营者的理念有较大关系，“由于食蟹猴的供给涉及基础研究和生命研究的医学药物研发，这需要相关产业的经营者有科学长远的规划、提高科技产量以及动物的反应率。如果没有制定以及执行科学的、长远的种群繁育和更新计划，长此以往，整个产业会逐渐萎缩，重新恢复会较为困难。”

印刷：人民日报印务有限责任公司（北京市朝阳区金台西路2号）

斥资逾16亿元上位最大股东

上汽集团“接盘”东正金融 汽车金融拉动销量增长协同效应渐显

本报记者 夏治斌 张家振 上海报道

一则股权竞拍公告，让有“汽车金融第一股”之称的上海东正汽车金融股份有限公司（以下简称“东正金融”，02718.HK）和上海汽车集团股份有限公司（以下简称“上汽集团”，600104.SH）双双成为汽车圈热议的对象。

5月27日，上汽集团和东正金融发布联合公告称，上汽集团通过股权拍卖收购东正金融约71.04%的股权，涉及资金约16.07亿元。这也意味着，上汽集团将成为东正金融的最大股东。

当天，东正金融早盘复牌，股价大幅上涨超19%。《中国经营报》记者注意到，上述股份共计15.20亿股，由东正金融控股股东中国正通汽车服务控股有限公司（以下简称“正通汽车”，01728.HK）持有，此后被上海银保监局申请法院强制执行，并通过网络平台拍卖。

对于上述交易，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、研究员盘和林告诉记者，从汽车制造业延伸到汽车金融业，上汽集团总体上还是围绕汽车发展需求来经营，是企业向相关产业实现多元化拓展的体现。“汽车金融和汽车销售的关联度比较高，并存在互补性。上汽集团在卖车的时候可以给用户提供车贷，同时利用现有的销售渠道，通过金融产品来促进整车销售，以车贷促进汽车金融发展。”

根据公告，上汽集团将成为东正金融的最大股东。 本报资料室/图

成功竞得东正金融超七成股权

5月19日，上汽集团以16.07亿元的价格在股权拍卖中胜出，成功竞得东正金融71.04%的股权。

相关资料显示，东正金融成立于2015年3月11日，是目前国内25家获授权的汽车金融公司之一，主要为正通汽车销售的豪华汽车品牌以及其他品牌提供汽车金融服务。

根据股权结构，正通汽车和东风汽车集团有限公司分别持有东正金融71.04%和3.74%的股份，H股流通股股东共持有25.22%的股份。其中，正通汽车成立于2010年7月，并于同年12月在港交所主板成功上市，成为第一家在港交所上市的豪华汽车经销商集团。

2020年10月19日，上海银保监局发布的《行政决定书》（沪银保监通〔2020〕41号）显示，正通汽车通过不正当手段获批发起设立东正金融。“自东正金融开业至今，正通汽车为其控股股东。正通汽车及其关联人与东正金融违规开展关联交易，严重危及东正金融的稳健运行。”

经查，2019年4月、8月和2020年8月，东正金融在开展部分经销商贷款业务时，贷前用途调查、资金支付管理控制和贷后管理严重违反审慎经营规则，严重危及东正汽车金融的稳健运行。

根据相关法律法规，上海银保监局决定撤销同意东正金融控股股东正通汽车出资、增资等行政许可，限制控股股东正通汽车的股东权利，责令清退正通汽车持有的东正金融股权，且基于该行政许可取得的利益不受保护。

而应正通汽车申请，上海银保监局于2020年10月15日举行听证会，并审理终结上述案件。上海银保监局表示，自收到决定书之日起3个月内，东正金融应清退控股股东正通汽车持有的股权。

上海银保监局还表示，东正金融应限制控股股东正通汽车召开股东大会请求权、表决权、提名权、提案权、处分权、分红权等相关股东权利，正通汽车基于上述被撤销行政许可取得的利益不受保护。

此外，因未按合同约定检查监督部分经销商汽车贷款资金的使用情况、未按规定进行部分经销商汽车贷款资金支付管理、部分经销商汽车贷款用途调查严重不审慎、违规开展关联交易，东正金融被上海银保监局责令改正，并处罚款200万元。

根据公告，今年1月29日，正通汽车收到上海金融法院颁布的行政裁定书及财产保全告知书，根据裁定将强制执行《行政决定书》，以股权拍卖方式清退正通汽车持有的东正金融股权；同时对正通汽车持有的东正金融股权及孳息实施冻结裁定，冻结期限为2022年1月26日至2025年1月25日。

此后的2月9日，上海银保监局发布公告称，因正通汽车未在法定期限内履行《行政决定书》，上海银保监局依法向上海金融法院申请强制执行，上海金融法院也已裁定准予强制执行。

4月16日，上海金融法院于京东网司法拍卖网络平台发布了《关于东正金融15.2亿股股份（第一次拍卖）的公告》。直到5月19日，上汽集团以16.07亿元的价格在股权拍卖中胜出，成功竞得东正金融71.04%的股权。

根据竞拍要求，上汽集团已于5月13日向上海金融法院缴纳1.6亿元保证金，剩余约14.47亿元的资金应于5月29日或之前向上海金融法院支付。

不过，上汽集团方面表示，本次竞拍完成后，还需获得中国银行保险监督管理委员会等相关部门批准，本次竞拍收购东正金融股份并完成全面要约程序存在一定的不确定性；在未来对东正金融的运营管理中，可能存在国家相关政策、行业环境等发生重大变化，导致不能达到预期效益的风险。

有望实现双方业务协同

收购东正金融亦有助于上汽集团汽车金融业务的发展，有利于为全体股东创造价值。

“作为中国领先的汽车集团之一，上汽集团能够为东正金融提供广泛的客户群，以促进其汽车金融业务的发展。”5月27日，东正金融发布公告称，“公司作为中国获授权的25家汽车金融公司之一，亦将进一步促进上汽集团汽车金融业务的发展及为股东创造更多价值。”

记者注意到，2021年，上汽集团整车销量连续16年保持国内第一，自主品牌销量首次占据“半壁江山”，新能源车销量位居国内第一，海外销量6年国内居首。同时，上汽集团已第17次跻身《财富》世界500强行列，排名第60位。

财务数据方面，2021年，上汽集团实现营业总收入7798.5亿元，同比增长5.1%，净增加377亿元；归属于上市公司股东的净利润增加41亿元，达到245.3亿元，同比增长20.1%。

上汽集团在公告中称，公司竞拍收购东正金融相关股份，有利于双方在业务层面产生协同效应。作为国内产销规模最大的汽车集团，上汽集团可以为东正金融提供广泛的客户资源，助力其在汽车金融市场中取得更好的发展。

上汽集团同时表示，东正金融作为国内25家经授权的汽车金融公司之一，收购东正金融亦有助于上汽集团汽车金融业务的发展，有利于为全体股东创造价值。

事实上，汽车金融近年来发展迅速。中国银行业协会发布的《中国汽车金融公司行业发展报告（2020年度）》显示，截至2020年底，全国25家汽车金融公司资产规模达9774.84亿元，同比增长7.85%。2020年，汽车金融公司零售贷款车辆678.07万辆，占2020年我国汽车销量的26.79%，同比增长2.02个百分点；经销商批发贷款车辆428.39万辆，占2020年我国汽车产量的16.98%。

盘和林表示，当前国内汽车金融正处于稳定发展态势中。今年前几个月，受新冠肺炎疫情反复影响，消费者对汽车的需求量下滑，相应地对汽车金融的需求也在减少，但相信随着疫情影响得到缓解，未来汽车消费和汽车金融将有所回暖。“汽车贷款相比于其他消费贷款来说更加稳健，主要是因为汽车具有一定的二手价值，汽车贷款属于抵押贷。”

J.D.Power（君迪）5月26日发布的《2022中国经销商汽车金融满意度研究报告》显示，2021年，中国新车和二手车市场金融渗透率分别达到62%和54%。这也意味着，汽车金融对乘用车销量增长的拉动作用显著。

J.D.Power中国区汽车金融事业部总监杨绪表示：“与近年来整体乘用车市场销量的波动性增长相比，汽车金融发展势头更平稳、更高速，对经销商利润的贡献率也越来越大。”

“分析2012—2021年经销商利润构成的变化，我们可以很清晰地看到，虽然新车销售、售后服务和零部件仍然是经销商的三大利润支柱，但是汽车金融业务利润对经销商的贡献越来越多，占比从2012年的3%增长到了2021年的14%，增长了将近3倍。”杨绪举例说道。

在J.D.Power中国区联合研究总经理王庆华看来，近年来，国家相关部门出台了一系列扶持新能源汽车产业发展的政策措施，汽车新零售模式开始兴起，二手车市场逐步得到规范，车险费率不断改革，车险服务类产品也不断丰富，中国汽车金融行业将迎来一系列的利好加持。

徐工有限整体上市事项顺利过会 “新徐工”或重塑工程机械行业版图

本报记者 方超 张家振 上海报道

在历经一年多时间的“长跑”后，徐工集团工程机械有限公司（以下简称“徐工有限”）整体上市取得了决定性进展。

5月27日，徐工集团工程机械股份有限公司（以下简称“徐工机械”，000425.SZ）发布公告称，当天，中国证监会上市公司并购重组审核委员会召开2022年第7次并购重组委工作会议，审核徐工机械吸收合并徐工有限暨关联交易事项。根据会议审核结果，公司本次交易获得有条件通过，公司股票自5月30日开市起复牌。

据了解，徐工机械于2021年4月7日披露吸收合并徐工有限的重组预案，此后先后于2022年3月12日和30日公告中国证监会一次和二次反馈意见；5月12日，公司回复证监会二轮反馈，并发布了《徐工机械吸收合并徐工有限暨关联交易报告书（草案）》（以下简称《吸收合并草案》）。

“本次重组完成后，有助于壮大上市主体，打造更具国际竞争力的机械装备产业集群，进一步降低经营风险、提高公司的竞争优势，更好地参与全球化竞争，加速成为国际顶尖装备制造企业。”徐工机械相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示，此次吸收合并暨关联交易事项的顺利过会，标志着以改革创新锻造大国重器的“新徐工”呼之欲出，同时为推进企业转型升级、激发企业活力提供可借鉴、可复制的经验和样本。

徐工有限、徐工机械董事长、党委书记王民也表示：“徐工始终按照‘珠峰登顶三步走’的战略目标，科学研判全球疫情影响和国际市场变化，加速市场国际化，加速布局国际化，加速经营国际化，加速人才国际化，形成跨国经营‘航母舰队’。”

核心资产整体注入上市公司

在经过一年多时间的“征程”后，徐工有限整体上市计划最终顺利“闯关”成功。

将时间拉回到2021年4月7日。彼时，徐工机械发布《关于筹划重大资产重组事项的停牌公告》，拟通过向控股股东徐工有限的全体股东以发行股份等方式实施吸收合并。

根据公司此前披露的《吸收合并草案》，徐工机械拟向徐工有限全体股东发行股份吸收合并徐工有限。本次交易完成后，徐工机械将承接及承继被合并方徐工有限的全部资产、负债、业务、人员及其他一切权利与义务，徐工有限旗下挖掘机械、混凝土机械、矿业机械、塔式起重机等工程机械生产配套资产将整体注入上市公司徐工机械，有利于优化产业结构，完善产业布局。

此后，在历经深交所问询与回复、中国证监会受理及两次反馈意见等环节后，5月17日，徐工机械最终披露了最新的交易方案。

据了解，徐工有限100%股权的最终交易价格为386.86亿元，按照发行价格5.55元/股计算，发行股份数量为69.70亿股。本次交易后，徐工有限持有的全部徐工机械股票将被注销，徐州工程机械集团有限公司（以下简称“徐工集团”）成为上市公司的控股股东及实际控制人。

“上市公司未来将通过优良的管理经验，进一步提升盈利能力和资产规模，为上市公司的持续经营提供坚实保障。”徐工机械方面如此表示。

记者梳理发现，徐工有限旗下拟整体注入徐工机械的资产皆为优质核心资产。安信证券研报显示，徐工有限非上市资源包括国内排名第二、全球排名第六的挖机，露天挖运设备位居全球前五的矿机，以及稳居全球第一阵营的混凝土机械，排名国内第二的塔机。此外，徐工有限的港口机械、零部件配套等亦呈现快速发展之势。

“我们认为有利于完善产业布局，做大上市主体，增强直接融资能力，降低经营风险。注入业务毛利率较高，有利于增强整体盈利能力和核心竞争力。”光大证券研报表示，目前公司资产重组正按计划有序推进。作为混改的延续，公司将精简管理层级，优化治理结构，提高决策效率，完善激励机制，进一步激发经营活力。

或重构工程机械行业竞争格局

作为全球工程机械行业龙头企业，徐工机械反向吸收合并徐工有限，亦被视为徐工深化国企改革的重要举措。

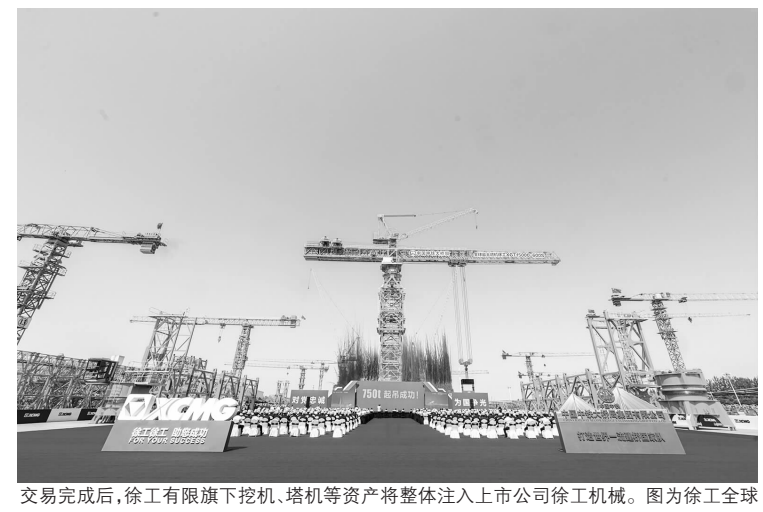
“本次交易是装备制造行业最大规模的吸收合并交易，是国有企业拥抱资本市场的改革创新典范；本次交易也是徐工有限混改的延续，是继续深化国企改革的重要体现。”中信证券如此评价道。

不仅如此，在业内人士看来，被冠以“行业最大规模的吸收合并交易”的徐工有限顺利实现整体上市，也有望对工程机械行业竞争格局产生重大影响。

记者梳理多家工程机械行业上市公司财务数据发现，2021年，三一重工（600031.SH）、中联重科（000157.SZ）和柳工（000528.SZ）分别实现营业收入1061.13亿元、671.31亿元和287.00亿元。

券商分析师认为，根据吸收合并暨关联交易报告书备考数据，徐工有限工程机械资产整体上市后，2021年度上市主体收入、归母净利润规模估计分别为1167.7亿元、82.1亿元，分别较交易前增长38.47%、46.19%。规模扩大的同时，未来盈利能力有望持续提升。

此外，在全球工程机械市场，据英国KHL集团发布的2021年全球工程机械制造商50强排行榜，卡特彼勒位居第一，小松制作所紧随其后，而第三至第五位则分别为徐工有限、三一重工和中联重科。


交易完成后，徐工有限旗下挖机、塔机等资产将整体注入上市公司徐工机械。图为徐工全球最大塔机下线。 本报资料室/图

中信建投证券分析认为，“新徐工”值得期待，从旗下具体板块来看，挖机国内第二、全球第六，塔机跃升至全球第二，混凝土机械稳居全球第一阵营。“随着公司国际竞争力不断增强，未来将冲击全球龙头地位。”

值得注意的是，在中国工程机械企业竞相逐鹿的海外市场，完成整体上市后的“新徐工”或将进一步提升自身的全球竞争力。

相关数据显示，2021年，徐工机械实现境外收入129亿元，同比增长112%。徐工方面提供的最新资料显示，今年1～4月，徐工产品出口金额大幅领先国内同行业，客户遍布全球187个国家和地区。

中信证券方面也表示，本次交易完成后，徐工集团核心资产将集中到上市公司徐工机械，有助于建立国有资本有序进退、合理流动的资本布局和机制，有助于徐工机械优化产业结构、完善产业布局，提高综合竞争实力和盈利能力，打造更具国际竞争力的机械装备产业集群，更好地参与全球化竞争，加速成为国际顶尖装备制造企业。

据介绍，随着此次吸收合并事项顺利过会，“新徐工”将进一步坚持以转型升级和高质量发展为主线，以技术创新和国际化战略为重点，围绕“高质量、高效益、高效率，可持续”的“三高一可”新发展理念，在打通创新链、补强产业链、稳定供应链、提升价值链等方面积极作为。同时，“新徐工”将加快智能化转型的步伐，推动企业向更高价值层面发展，将公司真正打造成基业长青、世界一流的品牌。

“中国工程机械行业未来竞争的关键在海外、在高端市场，只有赢得了国际高端市场竞争，受到高端客户的信赖，才真正称得上是一家品牌卓著的世界一流企业。”王民表示。

全国地铁2021年招标近5000辆 七大主机厂平分市场

本报记者 路炳阳 北京报道

全国城轨地铁2021年共计招标43个项目，涉及车辆近5000辆，中标金额近350亿元，其中北京地铁车辆装备有限公司（以下简称“京车装备”）中标2个项目，涉及车辆近150辆，中标金额约9亿元。北京市基础设施投资有限公司（以下简称“京投公司”）权威人士近日对《中国经营报》记者透露上述信息。

七大主机厂交车近万辆

2021年全国七大城轨地铁主机厂共交车9100余辆，其中中国中车交车近9000辆，同比减少近一成。

京投公司是北京市轨道交通领域唯一投资方，京投公司控股京车装备。京车装备是国内7家拥有城市轨道车辆生产资质的企业之一，也是7家公司中，唯一一家非中国中车股份有限公司（以下简称“中国中车”，601766.SH）所属企业。

来自中国中车的数据也与全国情况基本吻合。接近中国中车人士对记者透露，2021年，中国中车6家城轨地铁主机厂中，中车南京浦镇车辆有限公司（以下简称“南京浦镇”）地铁车辆中标金额最高，约占市场总份额的三分之一；中标金额其次为中车长春轨道客车股份有限公司（以下简称“长客股份”）和青岛四方机车车辆股份有限公司（以下简称“青岛四方”），2家合计约占市场总份额四成。

中标金额第4、5名分别为中国中车株洲电力机车有限公司（以下简称“中车株机”）和中车大连机车车辆有限公司（以下简称“中车大连”）。包括京车装备在内，七大主机厂中标最少的为中车唐山机车车辆有限公司（以下简称“中车唐山”），2021年没有中标项目。

而以招标城市看，中国城市轨道交通协会（以下简称“城轨协会”）提供的数据显示，2021年苏州城轨地铁车辆以招标超过700辆的成绩，拔得全国头筹，占全国招标数量近15%；紧随其后的是重庆和南京，占比均在10%左右。招标数量4～9名分别为郑州、长沙、长春、大连、武汉和贵阳；第10名为沈阳，2021年招标地铁车辆250辆左右，占全国的5%左右。

整合资源 巩固市场

近两年来，城轨地铁各制式产品中，占比最多的是地铁产品，达95%以上。

地铁板块利润率方面，接近中国中车人士对记者透露，南京浦镇以超过20%的利润率排名最高，其后按照利润率逐渐递减排名分别为中车株机、青岛四方、中车唐山和长客股份；中车大连以不及13%的利润率排名最后。京投公司权威人士亦对记者表示，京车装备2021年产品利润率与中国中车平均值基本一致。

近两年来，城轨地铁各制式产品中，占比最多的是地铁产品，达95%以上；市域快轨、有轨电车、磁浮列车、电子导向胶轮系统分别为3%、0.7%、0.15%和0.05%左右。产品制式占比与近年来城轨地铁各制式开通里程占比基本相符，城轨协会数据显示，2021年中国内地共计新增城轨交通运营线路长度1222.92公里，其中地铁开通971.93公里，占比79.48%；市域快轨133.15公里、跨座式单轨46.31公里、有轨电车38.73公里、导轨式胶轮系统15.4公里、电子导向胶轮系统14.0公里、轻轨2.2公里、磁浮交通1.2公里。

上述接近中国中车人士对记者透露，中国中车2021年城轨板块目标收入为600亿元，实际完成收入是目标收入的九成多。2022年销售收入目标为570亿元左右，板块毛利率要争取提升1%。“当前，中国中车对2022年城轨地铁板块的销售目标比较保守，主要精力仍要放在巩固原有整车市场上，尽量获得新造订单。”

我国轨道交通板块面临产业结构性调整。 新华社/图

京投公司人士也对记者表示，京车装备2022年仍要立足北京及周边市场，在深耕京津冀的基础上，持续发挥在轨道交通领域的资源整合能力，推动高端装备制造、运营管理等优势产业联动发展，实现北京市轨道交通项目“走出去”。

2022年4月29日，绍兴地铁1号线顺利开通，京投公司作为该项目的牵头人，通过创新PPP项目管理模式，整合多股东资源，与属地充分融合，得以让北京市轨道交通投资、建设、运营专业化运作经验在绍兴获得实践。

就2022年中国城轨地铁市场情况，城轨协会人士对记者表示，2022年中国内地地铁车辆新造市场招标将有所恢复，全年预计招标7000～8000辆。

产能过剩依旧严重

中国中车方面称，中国中车包括城轨车辆在内，轨道交通部分板块存在产能过剩矛盾，面临产业结构性调整。

中国中车《2021年年度报告》显示，2021年中国中车营业收入2257.32亿元，同比减少0.85%，净利润103.03亿元，同比减少9.08%，这是继2020年两项指标双降后，再次双降。总收入中，城轨与地铁收入545.56亿元，同比减少6.01%。中国中车方面称，下降原因主要是城市轨道车辆的收入下降所致（详见中国经营网2022年3月31日报道《中国中车营收净利再双降 国铁采购长期低迷是主因》）。

城轨协会发布的《2021年中国城市地铁客运量报告》显示，截至2021年12月31日，中国内地地铁里程共7253.73公里，同比增长15.47%。同期城轨协会发布的《2021年中国内地城轨交通线路概况》还显示，2021年，中国内地共有50座城市开通城市轨道交通（地铁、市域快轨、跨座式单轨、有轨电车、导轨式胶轮系统、电子导向胶轮系统、轻轨、磁浮交通）运营里程9192.62公里。其中地铁占比78.9%（详见中国经营网2022年2月17日报道《中国地铁客运量恢复性增长 城轨运营里程接近一万公里》）。

中国城轨行业长期实行企业定点资质，国内有7家企业拥有城市轨道车辆生产资质，可生产地铁、轻轨等轨交产品，包括中国中车6家子公司和京投公司全资子公司京车装备。在中国中车6家子公司中，南京浦镇、青岛四方和中车株机属于原中国南车；长客股份、中车唐山和中车大连属于原中国北车。

中国中车2021年半年报显示，中国中车城轨车辆年产能为1.18万辆，也就是说，如算上京车装备产能，保守估计中国城轨车辆年产能在1.2万辆以上，当前全国地铁年招标量仅为年产能的40%左右，中国城轨车辆产能过剩问题严重（详见中国经营网2021年8月27日报道《中国中车净利增8%较疫情前仍大幅下降 产能过剩严重》）。

就此，中国中车方面称，中国中车包括城轨车辆在内，轨道交通部分板块存在产能过剩矛盾，面临产业结构性调整。中国中车已成立专门机构研究改革方案，按照不同板块不同策略原则，通过业务重组、压缩产能等方式优化资源配置。中国中车将严格控制上述车辆总组装产能，大力推动动车组、城轨车辆、机车“修造一体化”，促使修理与新造资源共享，提高动车组、城轨车辆和机车的新造产能利用率。

转让定价跨部门监管先行先试 深圳率先试点海关税务联动

本报记者 杜丽娟 北京报道

在促进国内国际双循环的新发展格局下，进一步打通机制堵点，成为政府部门服务纳税人的一项新课题，如今这项课题在海关与税务部门之间实现首次联动，深圳成为此次跨部门合作的先行示范区。

近日，深圳海关和国家税务总局深圳市税务局联合发布《关于实施关联进口货物转让定价协同管理有关事项的通告》（以下简称“《通告》”），在全国率先推出海关和税务局在转让定价管理及服务领域的联动机制。

在财税人士看来，该制度的推出，解决了企业在关联进口交易中的重复性征税问题，同时也厘清了海关和税务之间的价格双重认定标准，成为企业转让定价管理方面具有里程碑意义的重要举措。

跨部门合作

全球经济一体化的发展，使跨国企业在全球范围内的布局变得普遍，而跨境交易中最常用的工具就是转让定价。随着《通告》的发布，转让定价这个最为跨国企业熟悉的概念也进入大众视野。

转让定价，通俗解释就是关联企业之间在销售货物、提供劳务、转让无形资产等时制定的价格。转让定价的对象可以是有形资产，比如机器部件、原材料等，也可以是无形资产，比如技术专利、版权等。

“由于转让定价主要在关联企业之间发生，且很多时候是跨境业务，所以整个交易过程中涉及的部门也较多，但主要的部门有海关和税务局。”智方圆税务师事务所主管合伙人王冬生说。

《中国经营报》记者了解到，一直以来，由于法规依据等方面的不同，海关和税务局在转让定价审查中的关注重点也存在诸多差异。

通常情况下，海关主要关注进口货物的关联交易价格是否低于合理水平而导致少缴进口环节的税收，税务局则更关心上述价格是否高于合理水平而侵蚀境内企业的所得税税基。

这种差异，使进口关联交易定价的合理性成为海关和税务部门审核的重点。值得注意的是，随着跨境业务量的增大，越来越多的跨国企业面临着被两个部门重复征税的问题。

毕马威近日处理的一个案例就属于上述情况。相关资料显示，某外资企业曾被某A海关质疑其从境外关联方进口货物价格的合理性，之后按照海关要求，每年需要进行进口价格调整并补缴B万元的进口环节税款。

与此同时，该外资企业还被某C税务局质疑其支付的特许权使用费与进口货物相关，并要求将特许权使用费计入进口货物价格中补缴进口环节税金。

虽然该案例并未公布具体需要补缴的税款，但单从结果看，企业面临着海关与税务的双重认定及重复性征税问题。

毕马威税务部门相关负责人表示，《通告》推出以前，现行的管理体制下，海关和税务部门对企业进口采购的关联交易，主要依据是，是否符合独立第三方交易原则，但实践中双方的出发点常常有所不同，且双方信息的不共享也使得交易过程存在重复征税的可能。

在该人士看来，深圳试点开展后，税务机关和海关打通了双方协商合作的通道，双方互认最终协商结果，这极大缓解了企业的重复性征税问题，提高了企业转让定价管理确定性，并可以降低企业税收遵从成本。

“深圳经验”推广

作为全国范围内首次在制度层面实现的海关和税务协同管理机制，《通告》在提升企业的遵从确定性的同时，也开启了海关和税务部门对关联进口货物转让定价安排协同共治的先河。

按照《通告》，两部门合作方式主要由深圳海关和深圳税务局对企业关联进口货物的价格进行联合评估，协商一致后与企业联合签署《关联进口货物转让定价协同管理备忘录》，并分别做出海关价格预裁定、税务预约定价安排。

其适用企业主要包括：符合海关总署236号令（《中华人民共和国海关预裁定管理暂行办法》）第4条以及国家税务总局64号公告（《国家税务总局关于完善预约定价安排管理有关事项的公告》）第4条的申请条件，具有良好转让定价遵从意识的深圳企业。

具体标准有两个：一是与实际进出口活动有关，并且在海关注册登记的对外贸易经营者；二是前3个年度每年度发生的关联交易金额在4000万元以上。

王冬生介绍，从以往案例看，企业在处理关联进口货物转让定价问题时，同时获得海关及税务部门认可的难度很高。

“虽然近些年来，海关和税务局有了较多沟通，同时也对双方各自使用的关联交易评估方法达成了部分共识，但两者之间对信息互认并未展开实质合作，从这个角度看，这次两部门能够进行跨部门合作，意义重大。”王冬生说。

市场观点也普遍看好两部门首开先河的合作。

全国政协委员、德勤中国副首席执行官蒋颖在今年全国“两会”时曾提交了关于搭建税务与海关在转让定价领域监管桥梁的提案，其建议加快推进税务机关与海关部门在转让定价领域协同执法的配套规范，探索协同管理试点在有条件地区先行先试。

如今，《通告》在深圳率先试点，意味着我国海关与税务机关在探索转让定价领域的协同管理机制方面迈出了第一步。

蒋颖认为，该制度在深圳率先实施，不仅有利于服务深圳总部经济发展和深圳市先行示范区的建设，也会进一步辐射粤港澳大湾区发展，并为全国层面的制度探索积累“先行先试”的宝贵经验。

不过，基于目前《通告》的适用范围仅为深圳海关和深圳税务局所辖企业，因此，对于海关估价实践如何与转让定价评估方法在技术层面深度融合，后续仍需要两部门和企业根据实际情况具体研判。

从安永最近的观察结果看，《通告》仅对深圳海关及深圳税务局协同管理的框架性内容进行了规定，具体操作细则还有待进一步明确，后续深圳的试点是否会在全国范围内形成示范效应，也仍有待继续观察。

免税消费重镇迎来“专家官员” 陈希获任三亚市委副书记

本报记者 裴昱 北京报道

作为海南离岛免税消费的重镇，三亚市领导班子迎来了重要的新成员。5月27日，三亚召开市领导干部任职宣布大会。在一系列人事任免中，陈希接任包洪文出任三亚市委副书记引人关注，包洪文的新职务是海南农垦集团党委书记，并获董事长提名。

陈希原任海南省商务厅厅长，1976年出生，博士学位，在赴海南任职前，长期在上海工作，有着丰富的上海自贸区工作经历。转任海南后，陈希出任海南省商务厅厅长，其时恰逢海南离岛免税方兴未艾，商务厅具体分管离岛免税产业。

陈希具体参与了海南自贸港免税政策以及相关清单的制定和落实工作。2021年，陈希曾就海南岛内居民免税清单问题接受《中国经营报》记者采访，他当时表示，岛内居民免税消费正面清单和离岛免税正面清单上商品品类将有较大区别，一些价值非常高的、明显不属于日用消费品的，不会放在清单中。“我们主要考虑到要让岛内居民有一种获得感。”

一位大型国有免税企业的人士告诉记者，三亚是海南免税消费领域的“重镇”，业内素有“全国免税看海南，海南免税看三亚”的说法。三亚海关数据显示，2021年全年，三亚海关监管的离岛旅客免税购物金额，占全省离岛免税总销售额逾七成。这一年，三亚离岛免税销售额同比增长74.8%，达到361.1亿元人民币。

陈希一直以来都十分重视免税消费领域的工作。2020年时，海南离岛免税行业受个人免税消费额度提升至10万元的政策利好影响，销售额激增，但也带来了“排长队、支付不便、提货不便”等问题，严重影响了消费体验，消费者反映较为强烈。这一问题引发海南省委、省政府的高度重视。此后，陈希于2021年初明确表示，海南省将推动离岛免税“邮寄送达”“本岛居民返岛提取”等措施尽快落地。

一位海南免税店经营者表示，这些便利性的政策，虽然不大，但是切中要害，直击问题，极大地提升了购物体验，解决了痛点问题。“消费者的不便解决了，经营者也能够更多获益。”

实际上，当时的海南政府从两方面入手解决问题：其一是推出“邮寄送达”“本岛居民返岛提取”等便利性的服务措施；其二是优化免税消费业态布局。当时，中央有关部门已经批准海南新增6家免税店，经过慎重周全考虑，其中3家放在了三亚：海旅免税城、中服三亚国际免税购物公园和三亚凤凰机场免税店。

陈希任职海南商务厅期间，海南免税业改变了“一家独大”的局面，增加了多个市场竞争主体。2020年8月，陈希对外宣布，海南省政府新批两家海南企业的免税经营资质，并已报财政部等中央部门备案，分别是海南旅投免税品有限公司和全球消费精品海南发展贸易有限公司。这两家企业的母公司，分别是海南旅游投资发展有限公司和海南省发展控股有限公司。

长期以来，中国中免（601888.SH）在海南免税消费领域“一家独大”。该公司年度财务报告显示，2021年全年，中国中免营业收入676.76亿元，这其中海南地区实现营业收入470.96亿元。2021年全年，海南全省10家离岛免税店销售额601.73亿元。中国中免在海南的市场份额由此可见一斑。

陈希表示，这（增加经营主体——记者注）将有利于海南形成多元化主体、差异化经营的格局。下一步，海南还将欢迎省外免税品企业前来竞争参与海南免税品销售，更好地满足消费者需求。

多位大型免税企业的管理层都向记者评价，海南方面对于开放市场、吸引海南以外的免税企业到海南投资，有着十分开明的态度。此前，在接受记者采访并谈及岛内居民免税清单问题时，陈希就表示，“经营岛内居民免税品的企业，我们主要考虑准入即准营，只要达到一些条件就能够进入。我们欢迎符合条件的经营主体都来参与。”

陈希有着非常丰富的“自贸”工作经历。在上海工作期间，他从上海外高桥集团起步，历任上海综合保税区管委会贸易发展处处长（正处级），上海市浦东新区人民政府办公室主任助理、副主任，区人民政府驻北京联络处主任，共青团上海市浦东新区委员会书记（副厅级），浦东新区人民政府副区长，中国（上海）自由贸易试验区管理委员会副主任，亲身参与了浦东开发开放以及上海自贸区的建立和运行。

2021年，在接受上观新闻采访时，陈希表示，上海作为第一个自贸试验区，海南作为第一个自贸港，国内均无可参考可借鉴的现成经验和模板，要实现“从0到1”的突破难度非常大。推进自贸港建设，要把好方向，把握重点，蹄疾步稳，有序推进，这是做好工作的关键。具体来说，中央有明确要求的马上干，看清楚、想明白的抓紧干，看不清楚的睁大眼睛看看清楚再干，尚未想明白的静下心来想想明白再干，无论怎么干，都要防范风险，稳中求进。

城投债担保“强弱组合” 效力分化考验机构掘金能力

本报记者 石健 北京报道

随着“强担保＋弱资质”的城投债担保模式在业内受到普遍认可，一些优质担保公司被竞逐的情况开始在市场上增多。

根据Wind显示，截至2022年4月25日，共有3763只担保城投债，合计规模21850.44亿元，占存量城投债的14.47%。有业内人士在接受《中国经营报》记者采访时说：“目前，城投债担保呈现一定的新趋势，即集团母公司担保的数量在下降。但是，省级担保公司做担保的情况开始增加，且呈现‘强担保＋弱资质’的模式，担保公司的强弱也在影响城投债的收益。想要从中挖掘收益价值，对投资者而言，这一趋势值得关注。”

同时，东方固收研究团队亦认为，今年以来，城投债信用利差呈现进一步收窄，城投整体融资政策趋紧，估值波动存在一定的风险。基于以上因素，可以关注由专业担保公司所担保的城投债，“偏强的担保人+偏弱的发行人”组合可以平衡风险，同时提供一定的投资性价比。

引发溢价效应

以往集团母公司为城投做担保的情况开始减少，而省级政府政策性担保公司成为融资担保行业发展的主线。

最近，江西省一家AA级的城投公司融资部一直在“盯着”一家省内担保公司的评级。“此前，省内没有AAA级担保公司。但是，这家公司刚刚评级从AA＋调至AAA级。”上述城投公司融资部负责人对记者说。

记者在采访中了解到，城投公司不仅关注自身的主体信用评级，更关注于所在区域的担保公司的评级。该城投公司融资部负责人介绍说：“尤其是对AA级的公司来说，根据监管要求，都需要有担保公司进行担保。当然，主体信用级别越高，债券发行通过的几率就越大。”

一位债券融资顾问告诉记者，“对这家刚刚升级为AAA级的担保公司而言，接下来，不仅业务会有所增加，引发的溢价效应其实更值得关注。目前，这是省内唯一一家AAA级担保公司，自然政策上会出现一些倾斜。那么，其资本实力接下来也会随之提升，担保的证券很有可能出现溢价的情况，这就会极大地提升城投债的价值投资。”

从天风固收研报可以看出，自2021年以来，为首次发债的城投公司做担保的担保公司数量已经开始增加。对此，一位从事城投债的投资顾问告诉记者，“为首发城投债做担保的公司增多，实际上就意味着目前城投发债存在一定的难度，势必通过‘强担保＋弱资质’的组合，来提升城投的融资综合水平。”

此外，据天风固收研报显示，相比较2020年四季度内无城投债担保情况出现，2021年四季度，为城投公司进行担保的担保公司已达到34家，涉及的债券共194.8亿元，多集中在安徽、四川、湖南、江苏、江西等省份，且主要以省级融资担保公司担保为主。

值得注意的是，以往集团母公司为城投做担保的情况开始减少，而省级政府政策性担保公司成为融资担保行业发展的主线。

对于为什么集团母公司为子公司担保数量有所减少，有业内人士分析认为，“这可能与现阶段城投不断整合有关。随着整合，集团体系内各子公司的融资定位都会发生变化，集团母公司则不会向以往一样按照‘一盘棋’的思维对子公司进行担保”。

在多位业内人士看来，集团母公司担保数量的减少，对城投融资而言，并非更趋困难。相反，通过“强担保+弱资质”的模式，可以挖掘一些投资机会。

根据Wind显示，截至今年4月，担保公司担保的城投债主要集中在企业债，其次为私募公司债，规模分别为4462.61亿元、1622.31亿元，占比分别为54.96%、19.98%。由于企业债券一般要对应项目且有担保措施要求，如“资产负债率在60%以上的城投类发债申请企业和资产负债率在70%以上的一般生产经营性发债申请企业，原则上必须提供担保措施；主体信用级别达到AAA级的，可适当放宽为资产负债率在70%以上的城投类发债申请企业和资产负债率在75%以上的一般生产经营性发债申请企业，必须提供担保措施”，因此企业债占据了担保公司担保城投债的半数。

从行权剩余期限来看，担保公司担保城投债剩余期限主要集中在2年至3年以及5年以上。其中，2年至2.5年、2.5年至3年以及5年以上的规模分别为1258.80亿元、1105.68亿元以及1366.40亿元，分别占总担保公司担保城投债的15.50%、13.62%和16.83%。

东方固收研究团队认为，经过2021年的投资“抱团”，城投债信用利差进一步收窄，主流区域城投债挖掘充分，票息水平吸引力偏弱。同时，城投整体融资政策趋紧，区域间分化演绎。尽管尾部区域虽还未出现公开市场实质性违约，但估值波动存在一定风险，城投债投资继续下沉空间不足，投资收益挖掘难度加大。可以关注由专业担保公司所担保的城投债，“偏弱的发行人+偏强的担保人”组合可以平衡风险，同时提供一定的投资性价比。

分化中挖掘价值

有业内人士认为，“寻求与优质担保公司进行合作，也不失为一种价值收益的挖掘。”

虽然业内普遍竞逐AAA级担保公司，但从实际的担保效力来看，亦存在一定的分化。

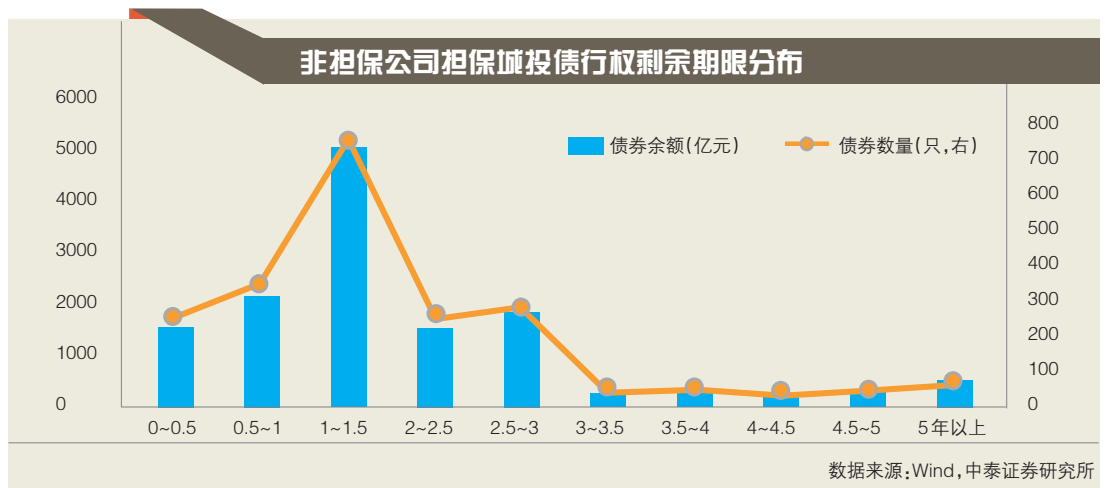
根据东方固收研报显示，同一发债主体在同一发行方式下有担保和无担保的发行信用利差，以发债主体信用利差压缩幅度来衡量担保公司的担保效力。公募债方面，全国性担保公司的信用利差压缩幅度居前，平均可压缩近100bp；非担保公司的信用利差压缩幅度次之，平均压缩40bp至70bp；地方性担保公司的利差压缩幅度相对更大，平均压缩80bp至90bp。综合来看，全国性担保公司的担保效力更强，地方性担保公司中，江苏、安徽、湖北的担保效力更强，而西南地区的部分担保公司并未带来信用利差的显著压缩。

就投资策略而言，江西某担保公司工作人员告诉记者，“担保效力较好的，往往所担保的各期限城投债的估值收益率普遍偏低，收益率水平在3.5%～4.0%，可以采取中长期策略；处于中档的担保公司，或存在一定代偿风险的，适当控制投资期限，可以考虑期限1年至2年的债券，收益率一般在4%以上；剩余担保公司资质分化，主要考虑1年以内的短债，其平均收益率水平虽不低，但存在一定的代偿风险，普遍在4.5%以上。同时，省级担保公司在目前以及未来融资担保体系中，重要程度较高，未来可能获取更多政府支持，而且政策性较强的地方性担保公司在协调当地资源方面具备优势。首先，建议积极关注省内唯一且聚焦省内业务的担保公司所担保债券，这类公司会得到政策偏重，同时也会得到所属地方政府的支持。其次，对于省内唯一但在省外也有业务的担保公司，建议关注其省外业务范围及开展的稳健程度，较为稳妥的公司可以关注。最后，对于省内非唯一但业务聚焦于省内，同时区域整体经济实力等较强的，可以结合被担保主体的信用资质适当关注。”

采访中，有业内人士认为，“寻求与优质担保公司进行合作，也不失为一种价值收益的挖掘。”记者梳理发现，在省级担保公司中，包括浙江省担保、安徽省担保、北京首创、广东粤财等21家AAA级，以及东北中小企业担保、福建省再担保、黑龙江省担保等7家AA+级。

中泰证券认为，省级担保公司可以进一步细分为省内唯一和非唯一的担保公司。省内唯一的担保公司方面，在AAA级中，聚焦于省内业务的江苏再担保、安徽省担保、浙江省担保、广东粤财、晋商增信担保效力较好，担保利差相对较高；湖北省担保、陕西信用增进业务以省内为主，同时拓展省外业务，但整体业务开展较为稳健，市场认可度尚可；而湖南、贵州、广西等地的一些担保公司，或与其被担保省内弱资质城投债本身认可度过差有关，认可度不高。在AA+级中，福建省再担保所属区域较好，聚焦省内业务，认可度较高。

此外，中泰证券研报还认为，主要地方性担保公司均为当地国有企业，能够受益于股东外部支持，且政策性较强的地方性担保公司在协调当地资源方面具备优势。安徽担保、江苏再担保、甘肃金控担保和武汉信用担保的净资产规模较大，担保放大倍数还处于偏低水平；而天府信用增进、重庆进出口担保的放大倍数则偏高。代偿方面，浙江担保、贵州担保、天府信用增进和晋商信用增进还未出现过代偿，出现代偿的担保公司多数代偿率水平仍可控，但需要关注未来代偿风险。



数据来源：Wind，中泰证券研究所

“稳信贷”举措密集出台 农商行多措并举纾困小微

本报记者 郭建杭 北京报道

近日，央行、银保监会连续出台多项稳增长、稳信贷的相关政策，推动银行等金融机构建立普惠小微长效机制。在此背景下，农商行对于服务小微企业的需求将得到释放。

部分农商行有对小微贷呆坏账的担忧，农商行人士告诉《中国经营报》记者，“现在疫情对小微企业影响较大，会担心未来贷后的风险。”记者在采访中了解到，相对于金融机构对信贷风险的担忧，小微企业信贷需求减弱是信贷资金“淤堵”的主要原因。

对二季度以来受疫情影响信贷投放如何，以及是否对2022年信贷计划产生影响等问题，常熟银行（601128.SH）方面认为，“今年以来，受疫情影响，人员流动受限，客户需求、客户经理展业均受到影响”。但同时，常熟银行方面也表示，将提前做好客户授信储备。

普惠金融的“供需矛盾”

近期，“稳增长”等一系列相关举措陆续出台，并着重针对建立普惠小微信贷长效机制出台了相关通知。

公开信息显示，5月23日，国务院常务会议进一步部署稳经济的6方面33项一揽子措施；25日，国务院召开全国稳住经济大盘电视电话会议，要求前期确定的稳经济一揽子政策5月底前都要出台实施细则；26日，中国人民银行印发《关于推动建立金融服务小微企业敢贷愿贷能贷会贷长效机制的通知》（以下简称“央行20条措施”）。

记者注意到，在“央行20条措施”出台后，农村金融机构积极响应，部分农商行已依据该措施的指导，有落地动作安排。

在当前经济大环境的客观情况之下，农商行在支持小微企业，服务实体的过程中都存在哪些制约因素？农商行又该如何依据政策的指引，积极应对解决？

对此，江苏如皋农商银行普惠金融部主管王骁告诉记者，近年来，随着供给侧结构性改革深化，普惠金融成为金融机构下沉服务的重要环节，同时也是金融机构改善客户结构的重要方式。目前，总量层面的“融资难”得到了初步解决，但普惠小微信贷的供需矛盾仍然存在。

王骁认为，在供给方面，部分小微企业出现“多头授信”，增加信贷风险。随着各家金融机构下沉服务小微企业，资产充足、资质较优的小微企业的信贷需求得到充分满足，但信贷投放的过度无形中积聚了优质客户的风险压力。

此外，符合信用贷款条件的客群量少。为加大对普惠小微客户的支持力度，江苏如皋农商银行出台了一系列信用贷款产品鼓励发放信用贷款。而普惠小微客户中有信用贷款需求的客户，往往是经营一般、财务状况欠佳、负债偏高等类型的客户，不太符合信用贷款条件，一定程度上加大了金融机构信用风险。

而在需求方面，当前信贷政策环境下，小微企业对金融机构的期待有较大程度的提升，往往期望获得更高质量、更低价格的信贷产品，而金融机构需要基于风险等角度综合考量成本，难以满足客户的全部要求。

王骁指出，“普惠小微企业具有灵活性的特点。经营情况好的企业，往往积极采取措施降低成本、适应市场环境，以提升经营收益。部分小微企业主或个体工商户无融资需求或不具备融资条件，如有暂时性的融资需要，这部分客户更愿意选择熟人借款，达到短期融资的目的。”

针对以上农商行服务小微企业中存在的制约因素，结合“央行20条措施”的引导性政策，江苏如皋农商银行积极响应，给出相应的解决政策。

王骁告诉记者，首先是完善正向激励机制。印发《普惠信贷业务尽职免责管理办法》，增加经办人员容错、纠错的容忍度，同时突出服务“三农”宗旨，强化支农、支小的市场定位。

其次是创新信贷产品方面，推动数字化转型，依托大数据开展客户精准营销，完善线上产品体系，深入践行普惠金融的发展理念，拓宽服务渠道，解决小微企业融资难的问题。通过对“线下调查、网点办贷”的传统服务模式进行优化，创新打造阳光E贷、如意快贷等特色产品，简化信贷流程，实现信贷便利化。

以及从抵质押物方面解决企业足额贷款的问题，王骁告诉记者，积极采用“不动产抵押+其他补充担保措施”的组合担保方式，扩大抵押率，解决企业足额贷款问题。注重对企业第一还款的分析判断，在第一还款覆盖充分和风险可控的前提下，对符合国家产业政策、公司治理完善、负债水平合理、履约记录良好的优质企业适当提高贷款比例。

最后是从贷款利率端给予调整，记者了解到，江苏如皋农商银行整体贷款利率水平普遍下调，在同等条件的基础上，对制造业企业利率下调5个基点。同时，针对普惠小微企业客户再下调10个基点，利率优于其他客户。

截至4月末，江苏如皋农商银行2022年面向普惠小微企业客户共投放金额54.56亿元，惠及9269户普惠小微客户。对于未来在普惠小微贷上的投放计划，江苏如皋农商行方面表示，下一步，该行将继续加大对实体经济的支持力度，发展普惠金融业务，降低普惠小微融资成本，在确保普惠小微贷款增速高于各项贷款增速的基础上，将信贷政策进一步向普惠小微企业倾斜，支持普惠小微企业纾困恢复和高质量发展。

科技助力“纾困小微”

对于目前的信贷需求端整体情况，光大证券金融研究团队在5月29日发布的分析报告中指出，“中小企业和个体工商户经营压力加大；出口订单有所萎缩，制造业相关订单和产业有从国内向东南亚地区转移的苗头等”。同时，信贷需求明显偏弱时，流动性淤积在资金市场形成“堰塞湖”，未来银行贷款利率或下行。

在业内人士看来，“央行20条措施”中对于建立普惠型小微信贷长效机制所面临的解决之道，是从多维度入手解决制约金融机构放贷的因素，如健全容错和风险缓释机制，调动信贷人员敢贷积极性；做好资金保障和渠道建设，拓宽信贷资金来源，并结合近期人民银行普惠小微贷款支持工具及再贷款的相关政策，保证农商行支持小微的可持续发展；以及推动科技赋能和产品创新。

熟悉农商行领域的专家们则较为关注，科技在农商行普惠小微贷业务上可以发挥的作用。

中国社会科学院金融研究所金融科技研究室主任尹振涛告诉记者，近期的相关政策多次强调了金融科技的能力。央行的政策更充分肯定了金融科技在整个支持小微企业贷款方面发挥重大作用。金融科技可以通过嵌入到整个金融信贷环节的各个流程中，在支持小微企业贷款方面发挥重要作用。

尹振涛表示，“加强大数据风控能力，能够减少不良提高金融机构‘敢贷’的动能；降低金融机构融资成本和运营成本，有利润空间才能实现商业可持续，增加金融机构‘愿贷’的意愿；‘能贷’则考验金融机构在信贷场景的切入能力，通过科技能力、产业链等方式链接出贷款场景，而不是坐在网点等用户上门；‘会贷’则考验金融机构使用标准化的工具和手段来为小企业服务的能力。”

此外，记者注意到“央行20条措施”中给出了多个指导性的举措，如拓宽资金来源，鼓励通过权益市场融资；优先核销小微贷坏账，应核尽核；建立容错机制等。以上提法并非首次提出，2019年3月，银保监会印发《关于2019年进一步提升小微企业金融服务质效的通知》，提出在目前小微企业信贷风险总体可控的前提下，将普惠型小微企业贷款不良率容忍度放宽至不高于各项贷款不良率3个百分点。

针对中小行资本补充问题，监管部门也不断推出资本补充创新方式。例如允许地方政府专项债通过认购可转债等方式补充中小银行资本金；支持符合条件的银行机构通过发行股票、无固定期限资本债、二级资本债等方式补充资本等。

对于政策如何对金融机构发挥推动作用，需要哪些外部力量或者是具体的变化等问题，尹振涛认为，此前的政策没有发挥出相应作用。一方面是执行方面存在障碍，可通过激励机制，配套的政策来完善等方式解决；另一方面是部分中小银行自身的问题阻碍了政策发挥作用，特别是在公司治理、股东结构以及业务集中度业务特色等方面的规划影响到对小微企业的支持力度。

国产芯片崛起 车企多维度拓展芯片供应链

本报记者 黄琳 王金龙 深圳报道

随着芯片产业链承压，车企开始寻求多种方式解决芯片紧张的“卡脖子”难题，例如以战略投资等方式加深与芯片制造商的合作关系，保障芯片供应；有意识地寻求并培养潜在的国产芯片制造商；甚至自研自建芯片产业链，把握关键技术。

《中国经营报》记者通过市场观察发现，包括比亚迪半导体、广东粤芯半导体技术有限公司（以下简称“粤芯半导体”）、广东芯聚能半导体有限公司（以下简称“芯聚能”）等国产芯片商逐渐获得车企青睐，且已有部分国产芯片实现搭载新能源车型并量产。而在车规级AI芯片方面，包括地平线、华为等国产芯片商均已受到车企认可。

与此同时，近年来相关政策也加大对芯片行业的扶持力度，从税收优惠、人才引进、投资额度等多维度支撑国产芯片的研发生产，包括鼓励商业性金融机构加大对集成电路产业和软件产业的中长期贷款支持力度，支持符合条件的集成电路企业和软件企业在境内外上市融资等，国产芯片正在迎来崛起时刻。

越来越多的车企接受并认可国产芯片，某车企采购国产芯片匹配某品牌汽车。 陈茂利/摄影

国产芯片制造商密集受到市场关注

大湾区的国产芯片商正在有计划地突破业内紧缺的车规级芯片制造，越来越多的车企、金融机构等愿意接受并认可车规级国产芯片，并向国产芯片注资或达成深入合作。

解决车规级芯片“卡脖子”难题已成为中国汽车工业发展必须攻克的关卡。尤其在芯片缺口日益明显的情况下，国产芯片正被越来越多的车企列入采购名单。不同于以往的技术发展，国内车规级主控芯片，包括MCU（微控制器）、IGBT（绝缘栅双极型晶体管）等芯片制造商开始密集受到市场关注。

5月，广州市南沙区召开2022年重点集成电路（半导体）企业座谈会，包括广东芯粤能半导体有限公司（以下简称“芯粤能”）、芯聚能、晶科电子、联晶智能、南砂晶圆等17位国内集成电路（半导体）企业、头部基金公司代表共同探讨第三代半导体材料的发展，而像这样通过当地相关部门搭建国产芯片企业与金融机构互惠互利的形式已在全国各地出现。

芯粤能总裁徐伟在座谈会上表示，碳化硅芯片在新能源车的应用已经得到验证，而且受到广泛的认可。与此同时，作为广东“强芯工程”重大项目的芯粤能碳化硅芯片制造项目主体工程也已于近日封顶。项目一期达产年产值40亿元，二期达产后合计年产值将达100亿元。

而日前，芯粤能股东之一的芯聚能所研发的碳化硅主驱模块成功登陆smart精灵#1量产车，成为国内第一批由第三方提供的、进入量产乘用车的碳化硅主驱模块，这也标志着芯聚能的碳化硅模块和使用芯聚能碳化硅模块的控制器均已进入量产状态。

与此同时，粤芯半导体也于近日迎来广汽集团董事长曾庆洪、广汽埃安总经理古惠南等的调研。粤芯半导体董事长陈谨表示，粤芯半导体目前正在与广汽推动共同打造芯片“设计、制造、封装、认证”一体化供应链，以粤芯半导体和广汽体系各自制造能力、技术研发能力、产品终端需求为共同基础，结合资本手段，共同搭建“芯片制造—整车厂”产业链联动模式。

除此之外，目前已进入上市提交注册阶段的比亚迪半导体一直是资本市场的焦点。不管是业内紧缺的IGBT芯片，还是第三代半导体的碳化硅模块，比亚迪半导体均有所涉猎。而在比亚迪半导体的招股说明书中，比亚迪半导体已进入小鹏汽车、东风岚图、宇通汽车、小康汽车、长安汽车等车企的供应商体系。

显然，大湾区的国产芯片商正在有计划地突破业内紧缺的车规级芯片制造，越来越多的车企、金融机构等愿意接受并认可车规级国产芯片，并向国产芯片注资或达成深入合作。

车企强化国产芯片产业链

在行业缺芯的大背景下，车企通过多维度拓展对国产芯片的合作，甚至亲自下场自研自建产业链。

在保供稳链的当下，车企拓展芯片产业链的主要方式包括与芯片商达成深度合作、寻求替代的国产芯片、自研自建芯片供应链等。

首当其冲地与芯片商达成深度合作的案例比比皆是。上文提及的广汽集团与粤芯半导体的合作即是。曾庆洪表示，2021年3月，广汽集团通过广汽资本对粤芯半导体投资，同时在技术和产品方面通过广汽研究院、广汽埃安等与粤芯半导体进行了深入合作，并产生了一系列重要成果，未来更要建立全天候的战略合作伙伴关系，全力强化车载芯片供应链。

广汽集团方面表示，目前广汽集团部分电子控制器（ECU）产品已形成初步的国产化推进方案，广汽集团自主研发的空调控制器已完全自主可控；同时，广汽集团支持国产芯片的研发，积极采用国产芯片，比如智能网联部分系统将计划采用国产芯片。

而此前，古惠南就目前行业缺芯情况向记者表示，短期内广汽埃安将通过开发替代方案、调整生产计划，尽可能满足市场订单需求。同时广汽埃安也与芯片企业进行战略合作深度绑定，确保芯片的稳定供应。长期来看，建议国家把芯片列为关键核心技术，通过加大产业支持力度，鼓励企业加快发展和技术突破，提升国产芯片厂家的自给能力。

事实上，除了粤芯半导体，今年1月，广汽集团子公司广汽零部件有限公司与株洲中车时代半导体公司合资设立广州青蓝半导体有限公司，该合资公司将围绕新能源汽车自主IGBT领域开展自主技术研发和产业化应用，成为华南地区首个新能源汽车自主IGBT投资项目。

同时，广汽资本还在今年3月新增投资了、苏州旗芯微半导体（以下简称“旗芯微半导体”），后者基于ArmCortex-M4的32位车规级MCU芯片FC4系列已开始正式流片，预计2022年七八月左右可量产。基于业内对车规级MCU及域控制器芯片的需求，旗芯微半导体成立一年已斩获累计数亿元融资，投资方包括上汽集团旗下尚颀资本、小米产投、经纬恒润、耀途资本等。

当然，有资金能力的车企也开始自研自建芯片产业链。包括长安汽车表示将成立科技公司自研芯片和算法；吉利汽车表示，自研的智能座舱芯片龙鹰一号将于2022年第三季度量产装车；理想汽车关联企业Leading Ideal HK Limited全资控股的四川理想智动科技有限公司于近日成立，经营范围包括集成电路芯片设计及服务等。

政策加大扶持力度

实际上，除了市场力量正在努力，国产芯片制造端的利好政策也在不断出台。

“国产芯片崛起可能还是更多要动用市场的力量，尤其是国际国内两个市场，片面强调自主研发在一个开放的环境下是做不到的，尤其是无论芯片产业链还是汽车产业链，都无法做到自己全部控制。”中国社会科学院工业经济研究所时杰博士向记者表示。

实际上，国产芯片产业链的建设目前仍处于起步阶段，有业内人士向记者表示，即使国产芯片商掌握芯片的研发技术，建设符合精度要求的车规级芯片生产线也起码需要两到三年的时间，且费用不菲。

另有传统车企负责人向记者表示：“目前国产芯片正被大力扶持，但真正实现搭载并量产的车型并不多。且国内消费者对国产芯片质量仍带有主观偏见，这需要整个产业链共同努力改变。”

实际上，除了市场力量正在努力，国产芯片制造端的利好政策也在不断出台。自2013年开始，《国家集成电路产业发展推进纲要》《中国制造2025》《新时期促进集成电路产业和软件产业高质量发展的若干政策》《关于做好2022年享受税收优惠政策的集成电路企业或项目、软件企业清单制定工作有关要求的通知》等政策陆续出台，对相关企业的税收优惠、投融资、人才引进等方面都给予了支持。

例如，在税收方面，对于按照集成电路设计、装备、材料、封装、测试企业和软件企业享受税收优惠政策的，优惠期自获利年度起计算。自获利年度起，第一年至第二年免征企业所得税，第三年至第五年按照25%的法定税率减半征收企业所得税。

在投融资方面，大力支持符合条件的集成电路企业和软件企业在境内外上市融资，加快境内上市审核流程，符合企业会计准则相关条件的研发支出可作资本化处理。鼓励支持符合条件的企业在科创板、创业板上市融资等。

具体到各个地方，《广东省制造业高质量发展“十四五”规划》提出要“打造半导体及集成电路全产业链，建成具有国际影响力的半导体及集成电路产业聚集区”。《广州市半导体与集成电路产业发展行动计划（2022-2024年）》指出，广州将打造“一核两极多点”的产业格局，其中南沙将重点打造宽禁带半导体设计、制造和封装测试全产业链基地。

拆解“日系三剑客”2021财年增长密码：坚持改革 电动化提速

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

在世界汽车版图中，以丰田、本田、日产汽车为代表的日系车可谓是不容忽视的一道亮丽风景。近日，上述三家日系车企接连披露了2021财年（2021年4月1日～2022年3月31日）财务报告。《中国经营报》记者注意到，在全球新冠肺炎疫情以及供应链震荡的背景下，“日系三剑客”丰田、本田、日产均交出业绩增长“答卷”。

其中，丰田依旧是最赚钱的日系车企。2021财年，其营业额、营业利润和净利润均创下历史新高。本田是日本仅次于丰田的第二大汽车制造商，也是全球最大的摩托车厂家。2021财年，本田营收和利润也实现了“双增长”。值得注意的是，本田2021财年14.55万亿日元（约合人民币7640亿元）的营收主要源于摩托车业务与金融服务业务的增长。日产汽车则在经历了“戈恩事件”以及高层动荡、连续三个财年亏损后，重返盈利轨道，实现了2%的经营利润率。

2021财年，受疫情持续蔓延、芯片供应短缺、原材料价格上涨等不利因素影响，汽车产业面临复杂的经营环境，全球车企感受到了前所未有的压力，缘何“日系三剑客”能交出一张不错的成绩单？记者注意到，丰田、本田、日产汽车取得较好表现的背后，离不开这些年一直在坚持的改革，通过成本削减、效率提升、侧重高利润车型、削减落后产能等转型措施，其业绩表现出了较强的韧性。

内部“改革”驱动业绩增长

丰田再次问鼎日系三强榜首。近日，丰田发布了2021财年的丰田集团联合财务报表与2022财年（2022年4月1日～2023年3月31日）的联合财务预测报告，其范围包括大发汽车公司和日野汽车公司等丰田集团联合财务报表对象范围内的子公司。

财报显示，丰田集团2021财年销售额为31.38万亿日元（约合人民币16192亿元），同比增长15%；营业利润为3万亿日元（约合人民币1546亿元），同比增长36%，创下6年来最高纪录；纯利润为2.85万亿日元（约合人民币1471亿元），同比增长27%。在新冠肺炎疫情蔓延，原材料、物流价格上涨以及芯片短缺的背景下，丰田集团2021财年的表现仍然可圈可点。

对于业绩上涨原因，丰田方面表示，2021财年丰田的业绩离不开其从2009年开始一直坚持开展的收益结构改革和体制改革。

从2009年开始，围绕“制造更好的汽车”这一方针，丰田开展了许多举措。在体制方面，导入地区CEO体制，将当地社会和居民的需求放在首位，让决策更加符合当地情况；导入“社内公司制”，组织结构由原来的以职能划分改为以“商品”划分。在开发方面，通过TNGA架构，实现卓越基础性能的同时，让零部件能够灵活互通。在生产方面，丰田同供应商一起，通过VA（价值分析，即Value Analysis，通过改善图纸及样式，提升制造方法的能效等，实现降低成本的活动）、体制改革等，追求不断改善成本。

通过上述举措，丰田实现了收益结构不再受销售台数、汇率影响。2021财年，受益于上述措施的实行，丰田经受住了新冠肺炎疫情等不利因素对经营业绩的冲击。

同为日系车企，受益于“Nissan NEXT企业转型计划”，日产汽车也在2021财年实现了业绩增长。财报数据显示，2021财年日产汽车实现合并净收入为8.42万亿日元（约合人民币4367.4亿元），经营利润2473亿日元（约合人民币128.3亿元），经营利润率达到2%，净收益为2155亿日元（约合人民币111.8亿元）。可以看到，在经过三个财年后，日产汽车首次重返盈利。

根据日产汽车方面披露，在过去的两年时间里，在“Nissan NEXT企业转型计划”实行之下，日产汽车全球产能精简20%；全球产品线合理优化15%；全球管理架构简化为四大核心市场（美国、日本、中国和欧洲），形成更加精简、快速响应的组织架构。

受益于降低成本、控制促销等措施，本田汽车也在2021财年迎来了丰收。根据本田披露的财报数据，截至2022年3月31日，本田全财年实现营收14.55万亿日元（约合人民币7640亿元），去年同期为13.17万亿日元（约合人民币6940.6亿元），同比增长10.5%；营业利润高于市场预期的8200亿日元（约合人民币432.1亿元），为8712亿日元（约合人民币459.1亿元），去年同期为6602亿日元（约合人民币347.9亿元），同比增长32%；归属股东净利润为7071亿日元（约合人民币372.6亿元），去年同期为6574亿日元（约合人民币346.4亿元），同比增长7.5%。

记者注意到，2021财年，其摩托车业务销售收入2.18万亿日元（约合人民币1148.9亿元），同比增长22.3%。汽车业务销售收入9.36万亿日元（约合人民币4932.7亿元），同比增长6.6%。

与丰田、日产汽车相似的是，为提振汽车业务增长，本田也在近两年启动了变革。2020年4月，本田大规模调整了四轮车事业部的研发体制，位于埼玉县和光市的研发子公司本田技术研究所担任的四轮车研发功能将合并到总公司，大规模调整业务的目的在于建立迅速有效的研发体制。2021年2月18日，本田技术研究所的汽车事业部被本田母公司合并，本田汽车希望通过提升汽车业务整体研发效率，优化绩效核算流程，加强汽车产品整体竞争力。

值得注意的是，“日系三剑客”亮丽的业绩背后难掩对于未来的隐忧。丰田预测，2022财年丰田及雷克萨斯销量将达到990万辆，同比增长104.1%。即使销量提升，同时开展成本改革，丰田方面表示，也无法完全弥补原材料价格上涨（增加14500亿日元，约合人民币764.2亿元）带来的影响，明年收益预计会有所减少。

近日，在丰田汽车公司2021财年联合财务报表说明会上，丰田副社长近健太（Chief Financial Officer）表示，2022财年原材料价格的变动（14500亿日元，约合人民币751.1亿元）是史无前例的水平。上一财年（2021财年）的6400亿日元（约合人民币337.3亿元）也是过去都没有过的巨额数字，而相较于上一财年，当前原材料价格变动带来的影响不止翻倍。

“日系三剑客”均认为，新冠肺炎疫情、原材料及物流价格上涨、芯片短缺、不稳定的世界局势等，将使2022财年的市场环境更加严峻。日产汽车方面称，其将继续通过稳固产品、提升销售质量、进一步精细财务管理和固定成本控制等举措来应对挑战。

押注电动化加快进攻节奏

虽然面临着前所未有的压力，但面向未来，“日系三剑客”均在“储备粮草”，以期实现在电动化转型上占据更多的主动权。

2021年12月，丰田发布了其最新的电动化战略，未来将计划投入8万亿日元（约合人民币4480亿元），用于包括电动汽车、混合动力汽车、燃料电池汽车在内的新能源汽车上，其中有一半用于纯电动方向的研究。丰田方面表示，到2030年，其将推出30款电动汽车，其中包括纯电动、插电式混动、氢燃料以及混合动力的汽车，预计每年销售350万辆电动汽车，届时，新能源汽车的销量在总销量的占比中将达到75%。到2035年，雷克萨斯品牌将转型成为一个纯电品牌。

今年4月12日，本田也发布了面向2030年的电动汽车事业最新举措。本田方面表示，未来10年，其将投入约8万亿日元（约合人民币4058亿元）研发经费，其中在电动化和软件领域共计投入约5万亿日元（约合人民币2536亿元），加快电动化进程；到2030年，将在全球市场推出30款纯电动汽车，计划年产量超过200万辆。

按照本田的规划，本田将加快电池的自研，决定为目前正在开发的全固态电池建设示范生产线，计划投资约430亿日元（约合人民币22.7亿元），于2024年春季启动。

在纯电动汽车投放方面，本田计划从现在开始到2020年代后半期，根据各主要地区的市场特点进行产品投放。在北美地区，到2024年推出2款与通用汽车共同开发的中大型纯电动汽车（Honda品牌：新型SUV“Prologue”、Acura品牌：SUV车型）；在中国市场，到2027年推出10款纯电动汽车；在日本市场，2024年上半年推出价位在100万日元左右（约合人民币5万元）的商用轻型纯电动汽车，并将在这之后计划适时推出面向个人的轻型电动汽车和SUV型纯电动汽车。

近两年，日产汽车也在加码发力电动化。在电动化转型上，除了推出重磅车型日产Ariya外，近期日产汽车方面还宣布，其在控制成本、加快产品线调整的同时，将更多资源投向电动化、智能化和网联化的转型中。

按照日产汽车方面的规划，至2026财年，日产汽车电驱化车型占比将提升至40%；为下一代纯电动车型开发低成本无钴锂离子电池；2024财年在日本横滨建造试点工厂，生产全固态电池（ASSB）；将电动汽车枢纽（EV Hub）模式从英国拓展至日本、中国和美国等核心市场；至2026财年，日产和英菲尼迪品牌车型将有超过250万辆搭载ProPILOT超智驾技术等。根据“日产汽车2030愿景”，日产汽车计划在未来5年内投资2万亿日元（约合人民币1054亿元），加快推进电驱化产品布局和技术创新，计划到2030财年推出23款电驱化车型，包括15款纯电动车型。

过去，外界有观点认为，日系车企在电动化转型方面显得相对保守。可以看到，近两年日系车企在电动化转型上已经提速。有业内人士表示，虽然经历过彷徨，但日系车企在混动、氢燃料电池等方面有一定的积累和优势，未来日系车企在电动化转型上的表现值得期待。

围堵地方隐性债务

本报记者 樊红敏 北京报道

花样繁多的地方隐性债务融资路径正在被围堵。

《中国经营报》记者注意到，近期严控地方政府隐性债务问题的消息频传。从中央到地方，防范新增地方隐性债务政策措施不断发布，多起地方政府隐性债务问责典型案例公布。

与此同时，在面临经济下行、“稳投资”“稳增长”等要求之下，严控隐性债务政策亦面临较大考验。对此，监管在“堵偏门”的同时进一步“开正门”，保障基础设施建设。

隐性债务融资路径曝光

隐性债务主体新增融资的限制，使得各地需寻找在符合规定情况下满足合理融资需求的方式。

5月18日，财政部发布《关于地方政府隐性债务问责典型案例的通报》，集中通报河南、湖南、贵州等地城投公司八起地方政府隐性债务问责典型案例。

上述问责案例也让多种地方政府隐性债务融资路径曝光，包括以医院采购药品名义向银行申请贷款，用于支付应由财政预算安排的新院项目工程款；以政府购买服务形式融资，约定到期需偿还的贷款本息列入政府财政预算；以资金“往来”名义占用国有企业资金，并以“拨款”“补贴收入”等名义拨付用于公益性项目支出；在未安排财政预算的情况下，先后要求相关企业垫资实施工程，形成工程欠款等。

据记者了解，除上述被曝光违规举债路径之外，地方城投融资过程中规避隐性债务的模式也浮出水面。某专注房地产、城市更新等业务的专业投资机构近期撰文提到，在资金投放形式方面，考虑到负债率以及化债要求，避免触犯《银行保险机构进一步做好地方政府隐性债务风险防范化解的工作指导意见》（银保监发〔2021〕15号）关于隐性债务等问题的相关规定，不少城投公司要求资金机构认购基金的LP份额或买债以解决项目资本金问题，或者要求通过股权投资形式参与到项目公司。

此外，据记者了解，为规避政府隐性债务限制，目前城投融资过程中存在的“变通”融资模式还包括“F+EPC”模式、明股实债等。

以“F+EPC”模式为例，天达共和律师事务所刘超文、童新雅近期曾撰文指出，“F+EPC”即融资加总承包的模式，指承建方通过融资或垫资并且总承包的方式完成项目建设，由政府平台公司或实施机构使用财政资金回购或补贴，让承建方实现投资回报的开发模式，实际上是BT（建设—移交）的变换模式。“因‘F+EPC’模式的开发费用及投资回报来源于政府预算之外的财政资金，其间接增加了地方政府的隐性债务。”上述文章中提到。

中关村创意经济研究院副院长兼城投通首席研究员王中杰亦向记者确认，这种“F+EPC”模式应用非常普遍，很多城投公司尤其是地方财政实力不是很强的城投公司都在运用这种模式。

“‘F+EPC’模式、私募股权投资形式以及在城投公司下面设立高科技企业，以科技子公司名义进行融资等各种形式都有，毕竟各地融资需求是确实存在的。”对于目前市场上城投公司规避隐性债务的模式，某从事城投融资中介服务的人士向记者透露。

此外，部分因区内城投公司存在隐性债务而难以新增融资的地区，解决融资的方式就是成立新的城投平台。

中泰证券研报显示，隐性债务主体新增融资的限制，使得各地需要寻找在符合规定情况下满足融资平台合理融资需求的方式。简单来讲有两种方式：一是使融资企业不再是隐性债务主体，二是用非隐性债务主体进行融资。

“在监管对隐性债务的刚性约束下，城投公司、地方政府可能还会有更多的创新融资模式出来。”某资深行业研究人士向记者表示。

控隐性债务政策频出

严控隐性债务对地方城投部分融资渠道影响明显，很多融资都难以再开展。

在违规举债花样变换的同时，围堵地方隐性债务的政策也在不断推出。

记者梳理发现，今年以来，多项政策或会议中均提及地方政府隐性债务化解问题。

中央全面深化改革委员会第二十五次会议强调，“要压实地方各级政府风险防控责任，完善防范化解隐性债务风险长效机制，坚决遏制隐性债务增量，从严查处违法违规举债融资行为。”

国务院办公厅近日发布的《关于进一步盘活存量资产扩大有效投资的意见》提出，依法依规稳妥有序推进存量资产盘活。严格落实防范化解地方政府隐性债务风险的要求，严禁在盘活存量资产过程中新增地方政府隐性债务。

在国务院新闻办日前举行的国务院政策例行吹风会上，工业和信息化部副部长徐晓兰谈到防范和化解拖欠中小企业账款问题时指出，相关措施之一是“严格执行《政府投资条例》，加强政府投资项目审批管理和政府投资资金预算管理。对于没有落实资金来源的，一律不得开工建设，严禁未批先建，严禁政府投资项目以各种方式要求企业垫资建设”。

银保监会也在近期发布《关于银行业保险业支持城市建设和治理的指导意见》，要求坚决遏制新增地方政府隐性债务，严禁银行保险机构配合地方政府通过新增隐性债务上新项目、铺新摊子。

此外，记者注意到，今年多个地方政府也在部署防范化解隐性债务工作。如河南省近日发布的《关于进一步深化预算管理制度改革的实施意见》提到，“决不允许通过新增隐性债务上新项目、铺新摊子，严禁以企业债务形式增加隐性债务，严禁各级政府通过金融机构违规融资或变相举债。”

近期，财政部湖北监管局发表《提高政府债务“三个指数”，强化地方政府债务监管》一文。文章表示，在日常监管中综合采用电话告知、约谈提醒、下发关注函等多种方式，及时提醒并制止部分违规举债行为，确保中央重大决策部署在湖北落地落实，提升地方政府债务整体“安全指数”。

另外，今年以来，已有多个地方政府公布了地方违规举债、不实化债问责案例。如今年4月份，云南省玉溪市政府网公布《关于玉溪市违法违规举债融资等问题的问责情况》。5月23日，广西贺州市政府网披露《贺州市本级2021年上半年债务核查问题问责处理公告》等。

多位业内人士向记者透露，严控隐性债务相关政策给地方城投公司的融资带来较大影响。“城投公司承担的不少政府融资项目都容易形成政府隐性债务，金融机构很难像之前那样大力支持城投公司，所以相关项目融资就很难。”北方地区某城投公司人士向记者表示。

某为地方城投公司提供融资中介服务的人士也向记者表示，严控隐性债务对地方城投部分融资渠道影响明显，很多融资都难以再开展。

严禁在盘活存量资产过程中新增地方政府隐性债务。 视觉中国/图

支持合理融资需求

在严控隐性债务的同时，监管已经在为地方合理融资需求提供更多的政策支持。

值得关注的是，当前国内面临经济下行压力，而基建投资被业内认为是“稳增长”的重要抓手。在严控隐性债务的同时，监管已经在为地方合理融资需求提供更多的政策支持。

4月18日，中国人民银行、国家外汇管理局印发《关于做好疫情防控和经济社会发展金融服务的通知》提出，要在风险可控、依法合规的前提下，按市场化原则保障融资平台公司合理融资需求，不得盲目抽贷、压贷或停贷，保障在建项目顺利实施。

5月23日，中国人民银行、银保监会召开主要金融机构货币信贷形势分析会，研究部署加大信贷投放力度。

5月31日，国务院印发的《扎实稳住经济的一揽子政策措施》提出，加快地方政府专项债发行使用并扩大支持范围；政策性开发性银行要优化贷款结构，投放更多更长期限贷款；引导商业银行进一步增加贷款投放，延长贷款期限；鼓励保险公司等发挥长期资金优势，加大对水利、水运、公路、物流等基础设施建设和重大项目的支持力度。

值得一提的是，作为基建资金重要来源，专项债券今年以来发行提速明显。财政部最新数据显示，截至5月27日，已累计发行新增专项债券1.85万亿元，较去年同期增加约1.36万亿元，占已下达限额的54%。

5月30日召开的全国财政支持稳住经济大盘工作视频会议提出，要继续做好疫情期间地方债代操作工作，省级财政部门要抓紧调整专项债券发行计划，合理选择发行时间，加快支出进度，确保今年新增专项债券在6月底前基本发行完毕，力争在8月底前基本使用完毕。

联合资信相关研报提到，2022年一季度，地方政府债券发行规模合计1.82万亿元，同比增长103.84%。预计今年作为“前门”的地方政府债有望持续发力，二季度或为发行高峰，地方政府隐性债务严监管政策仍将持续，专项债资金监管将继续强化、强调资金使用效率，地方政府债券发行定价将更加市场化。

隐私计算练兵金融数据治理

本报记者 李晖 北京报道

随着《要素市场化配置综合改革试点总体方案》、央行《金融科技发展规划2022—2025》等顶层设计出炉，以及去年落地的《个人信息保护法》助推，解决数据安全合规流通的隐私计算已经取代区块链成为金融数字化转型中最走俏的技术。

值得注意的是，经过2020年以来的沉淀，杀入隐私计算赛道的参与者快速发展到数百家，相关技术在数据流通和治理中的原理和作用已初步得到市场认可。进入2022年，金融机构、创业公司以及风投机构显然希望看到更多实打实“落地”的价值以及生产级项目出现，等待一个拐点性阶段到来。

“隐私计算并不是一个容易在短周期内完成真正落地闭环的技术，这受到技术自身难度和领域交叉复杂度制约，除了行业自身升级工程化能力需要进一步提升。虽然当前顶层设计层面的政策密集，但转化为机构执行力还需要时间。”一位隐私计算头部公司高管直言。

隐私计算供应激增

在今年4月，央行旗下的北京金融科技产业联盟相继发布了《隐私计算技术金融应用研究报告》、《多方安全计算金融应用现状及实施指引》和《联邦学习技术金融应用白皮书》等多项研究成果。这也是继央行与支付清算协会此前发布相关规范后，央行系统针对隐私计算技术在金融领域应用的又一次全面梳理。参与编撰的机构包括国有大行及其金融科技子公司、清算机构，以及头部隐私计算服务商等。

中国信息通信研究院（以下简称“中国信通院”）云大所大数据与区块链部副主任闫树接受《中国经营报》记者采访时透露，根据信通院统计评测，去年以来隐私计算商用产品快速增加，目前已有80余家企业陆续发布了自己的相关技术产品。

大型机构的入场可以看做一项技术效果和成熟度的重要指标。作为数据密集度最高的行业，金融领域被公认为隐私计算发酵和落地的首个场景，目前大约占据了隐私计算市场七到八成的份额。

市场共识在于，基于密码学发展而来的隐私计算几乎是解决数据“可用不可见”“可控可计量”的唯一选择。富数科技CEO张伟奇举了个例子：去年年底，银保监会给银行信用卡中“睡眠卡”比例设置了不超过20%的上限，这就需要识别潜在流失用户并匹配一定的挽留策略。

但识别存量用户信用情况时，仅靠银行内部数据是不够的，必须结合运营商、平台公司、银联等外部数据。过去的一种普遍做法是，直接通过API接口调用第三方数据源，但这种方式目前存在合规问题。“隐私计算的解决方案相当于在机构内的业务数据和外部合规数据源之间搭一座桥，在数据不出本地的前提下，实现联合建模或者多方安全计算，盘活了这个数据流通僵局。”张伟奇表示。

华夏基金董事总经理、首席数据官兼首席技术官陈一昕向记者表示，虽然基金公司尚无落地层面的应用，但痛点和需求同样存在。“基金公司不能获取更多维度用户信息的条件下，也无法精准刻画出立体的用户画像。因此，需要借助隐私计算技术，在确保不泄露参与方保密数据的前提下进行联合建模。”

效能压力催生路线分化

值得一提的是，隐私计算技术的复杂性和早期性，也让其在金融领域落地时步伐迈得并不算大。这直观体现为相关招标项目的金额有限，较难出现“大单”。其背后的主要原因之一，即隐私计算技术在从实验室走向工程化、生产级输出过程中，面临着算力、技术路线和行业标准缺失等一系列制约。

记者梳理相关招标公告发现，目前隐私计算领域的招标金额多在几十万元到数百万元，超过300万元的项目很少。前述隐私计算头部公司高管透露，行业头部公司中，现阶段卖软件一年能做到两三千万元就已经非常了不起，涉及交付压力也很大。

隐私计算招标金额不大的一部分原因还来自于金融机构的系统兼容问题。陈一昕告诉记者，大型金融机构经过多年的技术沉淀，许多系统往往都有着复杂的架构，且各系统间紧密连接，对现有系统的改造牵一发而动全身。这就导致隐私计算技术的使用很多时候只能从一个迷你的测试场景做起，再逐渐过渡到一个新的系统。

此外，隐私计算作为一种“密文计算”，相对于“明文计算”的效能仍旧有限。“受效能以及安全性的制约，去年一些金融机构的试点项目也不了了之。”某金融机构高管透露，虽然技术发展已经大幅提升了密文运算的算力，但在本地建模上相较明文计算，密文运算要慢5～10倍，特别是在对多方海量数据的生产级运算方面。

加拿大皇家科学院及工程院院士、FATE开源社区技术指导委员会主席杨强向记者表示，效率问题一直是隐私计算行业的重中之重，如果一个技术足够安全但实际效率却很低，则同样没办法使用。

效率问题使得算法优化和工程化训练成为去年下半年以来一些公司的主要发力方向。所谓工程化，即在符合银行生产环境下进行作业的能力。张伟奇告诉记者，公司这一年的主要精力是提高技术和方案的工程化能力。进行生产级应用后，网络系统抗攻击性是否强大？是否支持大规模数据吞吐？这些都是比较大的挑战。

闫树指出，性能瓶颈和安全风险仍然是当前隐私计算大规模商用需要关注的两个重点问题。除了算法优化和工程化，通过软硬件一体的隐私计算解决方案，隐私计算应用可以进一步加速性能，加固安全，提升易用性。

这也使得在2021年，头部隐私计算公司的发展路径开始发生分化，逐渐过渡到单点突破。比如蚂蚁已经在隐私计算软硬件一体机上进行押宝，星云Clustar主攻高性能算力提升，推出了隐私计算加速卡和一体机等硬件方案；数牍科技则推出了软硬协同的隐私计算方案；也有公司侧重发展基于TEE（可信安全执行环境）的芯片研发……

在闫树看来，隐私计算安全要实现从“研究安全”到“产品安全”的跨越，必须经过三个标准核验：算法安全、密码安全和产品安全。“多技术融合是趋势之一，隐私计算涉及多方安全计算、联邦学习、TEE。若想实现互相融合、取长补短，就需要结合应用场景综合选择合适的技术，并不断提高产品安全性。”

拐点何时来？

隐私计算技术的小步发展，既显示了金融机构“试水”的谨慎，也折射出现阶段不同技术厂商提供的隐私计算技术产品和解决方案在设计原理和功能实现之间存在较大差异，标准化程度不足。

闫树直言，为实现多个合作方之间的数据融合，用户往往要付出极高的沟通成本以协调产品选型方案，甚至不得不部署多套产品以逐一适配，造成重复建设，这对隐私计算技术的推广应用十分不利。

这指向的是不同技术壁垒之间互联互通的老问题。

在这一背景下，2022年以来，“开源”和“可信”的呼声逐渐高涨。据记者了解，目前55%的国内隐私计算产品基于或参考了开源项目，相关方也希望推动更多公司可以加入开源社区，降低技术门槛，促进技术互通。全球首个隐私计算和联邦学习的社区FATE的技术指导委员会主席杨强认为，足够多测试者和共同开发者的参与，就更容易定位软件的bug（缺陷），也可以解决隐私计算技术本身黑箱化的问题。

深圳数据交易有限公司副总经理、开放群岛（Open Islands）开源社区委员会生态赋能工作组组长王冠向记者表示：“通过开源协作，在隐私计算核心技术发展层面可以有效提升开发与迭代能力，降低开发门槛，实现跨数据、跨平台、跨行业互联互通，满足数据交易多场景技术需求，并且有助于监管透明化。”

据记者了解，目前FATE社区已经在国际建立了一个联邦学习的初始标准；在国内，央行系统有关单位和中国信通院也都致力于引导建立隐私计算不同技术路径的相关标准。

而在杨强看来，目前隐私计算的需求方仍缺乏“急迫性”。一个典型案例是，在国外并不是金融机构率先使用隐私计算技术，而是谷歌和苹果等大型科技公司。由于欧盟针对个人信息保护提出了极为严苛的法规《通用数据保护条例》（简称GDPR），美国几大巨头先后在欧洲连续遭到巨额罚款，迫使他们不得不急速引用隐私计算技术。

“国内一家手机终端公司去年以来就积极引入隐私计算技术，是因为他们的产品会卖到欧洲，必须加速对系统进行改造升级。”杨强表示。

在杨强看来，隐私计算行业发展需要在技术、法律、行政要求等方面加速推进，真正把机构需求和政府要求转化成技术的确切规范。

多举措促消费 深圳打出政策“组合拳”

本报记者 蒋翰林 王金龙
深圳报道

近期，各地促消费政策纷纷出台，助力经济恢复。5月23日，深圳多部门联合印发《关于促进消费持续恢复的若干措施》（以下简称《措施》），围绕汽车、电子产品、家电、信创产品、文体旅游、大宗商品等九大方面提出30条措施。据相关部门预计，将拉动消费约450亿元。

《中国经营报》记者调查发现，和以往发放“消费券”相比，此轮消费补贴规模和力度更大，指向更明确和集中，聚焦新能源汽车、电子产品和家用电器，市民在购买或者更新置换的时候，都会享受到相应的实惠。此外，将促消费与推动绿色低碳转型相结合，鼓励加大绿色智能领域消费。

记者在5月底走访了福田区、龙华区多个商圈，发现门店人流活跃，不少电子产品商铺贴出了“返现15%，最高2000元”的活动海报，消费者享受到了“真金白银”的补贴。

实际上，今年以来，深圳市政府密集出台政策“组合拳”，为广大市场主体和消费者带来了实实在在的利好。五一前后，深圳启动发放5亿元消费券，截至5月30日，记者在深圳市商务局官网上看到，“端午欢乐购3000万数字人民币红包”仍在派发中。

“新能源汽车、电子产品都是深圳的优势产业，体现了促消费与本地产业结构相结合的特点。”IPG中国首席经济学家柏文喜向记者表示，30条措施一方面拉动了消费，另一方面也发挥了产业链带动作用，支持本地企业发展，激活整体经济，对其他城市具有借鉴意义。

以“30条”撬动消费450亿元

本次促消费以汽车、消费电子、家用电器三个方面作为重点，包括新增2万个小汽车指标，购买消费电子和家电按照销售价格15%补贴等。

新能源汽车给予最高1万元/台补贴、手机电脑等电子产品每人最高2000元补贴、保障性住房试点全屋智能家居“拎包入住”…… 日前，深圳打响了一线城市促消费的“第一枪”，力度大、范围广，引发全社会关注。

5月23日，深圳市发展和改革委员会、深圳市商务局、深圳市工业和信息化局、深圳市交通运输局、深圳市文化广电旅游体育局、深圳市卫生健康委员会六部门联合印发文件，出台促进消费30条措施，为经济复苏注入强劲动能。

记者注意到，新能源汽车是此次《措施》中力度最大的，在30条措施中，鼓励汽车消费就占到10条。

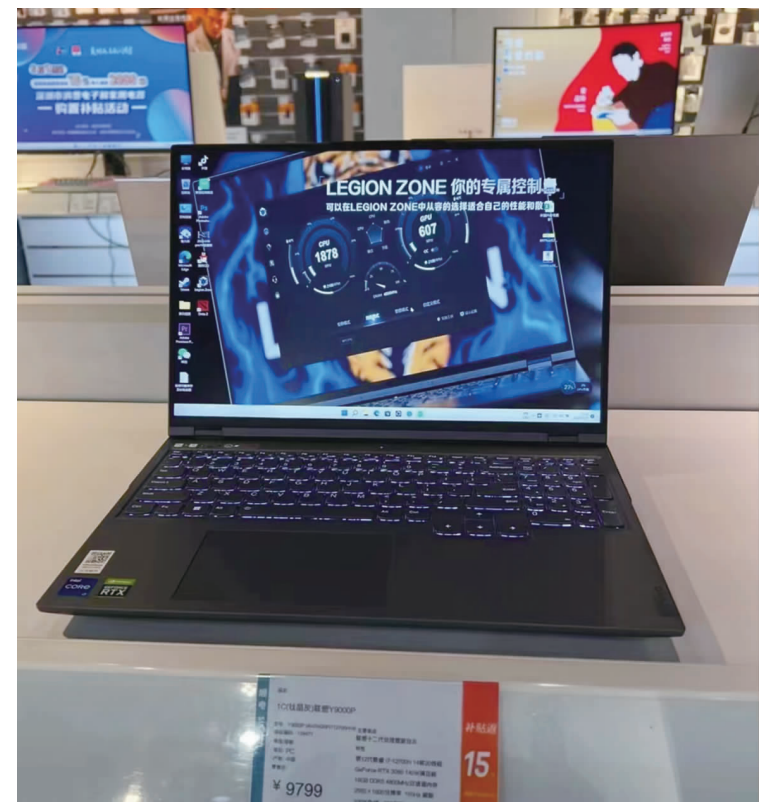
根据《措施》，新购置符合条件新能源汽车并在深圳市内上牌的个人消费者，将获得最高不超过1万元/台补贴。同时，新增投放2万个普通小汽车增量指标，通过摇号活动，面向仍在摇号且已参加60期以上的“未中签”申请人进行配置。

电子信息产业是深圳优势产业之一，为扩大消费电子市场规模，带动企业扩大生产，《措施》提出通过政府支持、企业让利相结合方式，加大电子产品、宽带服务等方面促销力度。

5～8月期间，对消费者购买符合条件的手机、电脑（含平板电脑）、耳机、全屋智能家电等产品，按照销售价格的15%给予补贴，每人累计最高2000元。

值得一提的是，《措施》提出实施保障性住房“拎包入住”工程，完善保障性住房交付标准，对年内建成、具备条件的保障性住房实施全装修成品交房，配置热水器、空调等基本家居产品，并开展全屋智能家居试点。

随着新冠疫情得到控制，深圳市民对文化、旅游、体育等消费有了更高期待。借此机会，《措施》中提出，将陆续举办黄金海岸旅游节、红色旅游等系列旅游活动，开展草地音乐节、沙滩音乐节、粤剧周等文化活动。



位于福田区的顺电商场，部分商品贴出了“补贴15%”的优惠标识。 蒋翰林/摄影

深圳市发展改革委相关负责人日前通过媒体透露，政策的出台预计会拉动消费450亿元左右。

线下市场复苏明显

深圳是一个通过“内部移民”建设起来的年轻城市，其消费潜力相当可观。

面对新一轮“政策红包雨”，深圳市民的消费热情如何？5月30日下午，在福田区的几家家电商场里，记者看到店铺在醒目处贴上了补贴促销的海报，再加上“6·18”促销预热，部分热门产品断货、销量倍增。

“‘双11’都很少打85折，像深圳这次最高补贴2000块钱，还是比较难得。”市民陈先生告诉记者，他正在选一款5000多元的手机，叠加“6·18”促销活动，打完折4000元左右，他打算立刻购买。

现场销售人员吴女士告诉记者，顾客来店里都会询问产品是否参与补贴，目前包括华为、OPPO等多个品牌机型均参与了补贴促销，参与活动的产品均有明确标签，活动采取先消费、后返现的补贴方式。吴女士称，今年的线下销售行情受疫情影响很大，但5月份以来的销售已基本回到3月份疫情封控前水平。

“每天到店看车的客户明显多了，大部分都计划买新能源汽车，也都在关注最近的补贴政策。”龙华区一家4S店销售人员向记者介绍，“其中一个措施是增加2万个指标名额，主要针对摇了60期以上还没有摇到号的客户，这意味着上牌机会增多，对销售额会有一定激励作用。”

实际上，作为消费发达的一线城市，深圳今年以来的经济增长受疫情影响一度承压。3月中旬，深圳为严控疫情按下了长达一周的“暂停键”。数据显示，深圳一季度社会消费品零售总额2107.34亿元，同比下降1.6%。

全联并购公会信用管理委员会专家安光勇向记者表示，深圳是一个通过“内部移民”建设起来的年轻城市，其消费潜力相当可观。他进一步分析称，进入老龄化阶段的城市在疫情危机下消费相对保守，而深圳消费者在消费观念上是不同的，对于他们来说，很多消费也是一种投资概念。

柏文喜指出，此次促进消费的措施中，深圳对符合条件的绿色家电补贴15%，在新能源汽车方面也提出诸多补贴措施，这等于从消费和生产两端同时推动城市发展向绿色低碳转型，对于促进城市发展模式转变有着实际的推动效果。

发放多轮“亿级”消费券

这是深圳三个月以来，为拉动消费、纾困企业出台的第三个“30条”措施。

“这次深圳促消费可谓大手笔，真正激发了大家的购物欲望。”盘古智库高级研究员江瀚告诉记者，这次政策设计也十分巧妙，涉及高额耐用消费品，而这类消费品往往产业链很长，一旦这些产业链启动起来，将带动整个经济发展。

今年以来，深圳市政府及各区已经发放多轮消费券。除深圳市政府组织的消费券活动，福田区、南山区、罗湖区等区政府纷纷跟上，部分区政府的消费券还可以与深圳市政府消费券叠加使用，形成双重刺激。而从各区消费券的类型来看，普遍以餐饮消费、新能源汽车、消费电子、家电消费作为主要抓手。

在深圳工作的任先生告诉记者，他在五一假期抢到过政府发放的50元餐饮消费券，同时也抢到了满51-50元的景区消费券，并在五一假期使用了。“真金白银”的红包让任先生很意外，最近他又在关注“端午欢乐购”3000万数字人民币红包。

实际上，这已经是深圳三个月以来出台的第三个“30条”措施。此前，深圳推出的助企纾困、促进消费等系列政策“组合拳”，将生产端和消费端连接起来，为广大市场主体和消费者带来了实实在在的利好。

5月26日，深圳市发展和改革委员会相关负责人通过媒体透露，深圳推出的系列政策预计为企业减负750亿元，如果叠加国家的相关政策，市场主体获益累计将达1360亿元。

集成灶“四小龙”崛起密码：浙江“链条矩阵”助力产业智造高地

本报记者 杨让晨 石英婧 上海报道

得益于浙江省嵊州、海宁两地的产业“链条矩阵”构建与政策扶持，新兴的集成灶企业正在行业赛道上“弯道超车”。

据奥维云网（AVC）数据显示，今年4月，家电零售线下、线上市场合计销售额分别较上年同期下降22.72%和5.88%。全渠道来看，2022年1～4月零售合计约71.9万台、65.4亿元，零售量同比增长0.3%、零售额同比增长14.0%。其中，4月线下零售量、零售额同比均出现一定程度下滑。

尽管家电大盘下滑明显，但集成灶赛道却一枝独秀。据奥维云网监测数据显示，今年4月集成灶线上渠道零售额较上年同期上涨约8.49%。同时，均价方面也较上年同期增加约17.86%，在厨电各品类中居首。

赛道的红火也带动相关企业业绩持续增长。据了解，集成灶行业当前在A股上市的四家公司中，浙江美大实业股份有限公司（以下简称“浙江美大”，002677.SZ）、火星人厨具股份有限公司（以下简称“火星人”，300894.SZ）、帅丰电器股份有限公司（以下简称“帅丰电器”，605336.SH）、浙江亿田智能厨电股份有限公司（以下简称“亿田智能”，300911.SZ）均取得了不错的成绩。其中，火星人在2022年第一季度实现营业收入约4.5亿元，较上年同期增加约29.22%，归母净利润约0.6亿元，较上年同期增加约35.92%。

值得注意的是，上述四家企业均位于浙江省。据了解，浙江省是我国集成灶产业的发源地之一，奥维云网数据显示，2021年集成灶在浙江省的零售量已超过25万台，销售额超过26亿元，并且是集成灶的主要产地之一，同时2020年油烟机保有量达到83.6台/百户，位列全国第三。

高速增长

集成灶总体保持着高速增长态势。

数据显示，2022年1～4月，集成灶线上市场规模达到约16.8万台，价值达12.6亿元，尽管销售量同比下滑6.5%，但零售额同比增长20.9%。线下市场方面，市场规模达到55.2万台，价值达到52.8亿元，零售量同比增长2.6%，零售额同比增长12.5%。

保持增长态势的同时，集成灶的产品结构也开始出现优化。具体来看，曾经的主力产品消毒柜款集成灶和蒸箱款集成灶均在向蒸烤一体款和蒸烤独立款持续转移，其中蒸烤一体款的结构占比已稳定在50%以上，均价稳定在万元左右。

销售额方面，奥维云网监测数据显示，今年4月，上述线上蒸烤一体款和蒸烤独立款占集成灶零售额约60%，而上年同期该数据仅为40%；线下蒸烤一体款和蒸烤独立款的零售额占比也已达到42%，上年同期仅为28%。

此外，上述产品的线上、线下均价较上年同期均出现大幅提升。数据显示，2022年4月上述产品的线上均价达到了7755元，较上年同期增长1174元，线下均价达到了9981元，同比增长727元。

同时，集成灶行业目前还在新品方面不断发力。据了解，在今年3～4月期间，集成灶行业一共推出63款新品，其中蒸烤一体式的达到28款，蒸烤独立式的为7款。值得注意的是，当前推出的集成灶产品不仅款式新，功能也更加进步。空气炸、消毒等新概念开始进入新产品领域。以行业龙头火星人此前发布的新款蒸烤一体产品为例，售价达到13806元，拥有空气炸这一新功能。火星人另一款近10000元的产品，也加入了二星级母婴消毒功能。此外，还有部分集成灶产品拥有烟机自清洗功能。

逆势向上

赛道景气度的提升拉动了企业业绩的增长。据目前A股的四家集成灶主业上市公司2022年第一季度财报显示，其主营业务收入和归母净利润等指标均出现不同程度的增长。其中，最早上市A股的集成灶企业浙江美大在今年第一季度获得营业收入约4.14亿元，较上年同期增加约12.15%，归母净利润达到约1.22亿元，较上年同期增加约20.92%。

除了传统龙头企业浙江美大外，后来居上的火星人今年第一季度营收也达到了约4.51亿元，较上年同期涨幅近三成。归母净利润方面，火星人在今年第一季度斩获约0.6亿元，较上年同期增加35.92%。而亿田智能则在增速方面达到了最高。一季度财报显示，亿田智能营业收入达到2.47亿元，增幅达到63.08%，归母净利润达到0.45亿元，增幅达到51.48%。

业绩翻红的背后，是集成灶行业日益白热化的竞争。据了解，除了深耕于集成灶的上述企业外，诸如老板电器等传统厨电企业也在进军集成灶行业。对此，集成灶行业内的传统企业纷纷开始另辟蹊径。

创新与智能是当前集成灶行业最为火热的话题。浙江美大相关负责人在接受记者采访时表示，目前公司的集成灶产品已集成了烟、灶、消、蒸、烤等多种厨电功能，同时实现了烟灶联动、精准控温、智能预约、体感控制、手势智控、语音智控、云端菜谱、远程升级等多项智能互联技术和智慧控制功能，并创新实现了智慧变频技术，引领集成灶行业技术和市场的快速发展。

中怡康数据显示，集成灶行业的市场规模在2020年和2021年分别为181亿元、267亿元，仅占整个厨电行业规模的约10%，属于厨电市场中新兴的细分行业，正处于快速发展阶段，并且行业内面临着激烈的市场竞争。

对此，帅丰电器在日前回复投资者提问时表示，其他品牌的加入，从侧面反映出集成灶行业的良好发展前景，一定程度上会增加行业竞争，但整体来看，有助于推动产品升级，构建消费认知，扩大零售规模，促进集成灶行业的发展。浙江美大方面也告诉记者，市场竞争的加剧既能推动行业的快速发展，也能推动行业的洗牌，通过洗牌，优胜劣汰，行业集中度将不断提高，行业头部企业优势将更为明显。

“链条矩阵”

集成灶行业的逆势发展既有自身的新兴细分行业优势，也有集成灶产业发源地浙江省的一系列政策扶持优势和产业集群效应。

据了解，在A股上市的四家集成灶公司均位于浙江省内，其中浙江美大和火星人位于浙江省海宁市，而亿田智能和帅丰电器则位于浙江省嵊州市。同时，集成灶产业也正是海宁市和嵊州市的优势产业，并且两地都出台了一系列扶持政策。

嵊州市经信局产业管理科相关负责人告诉记者，2021年嵊州市规上厨具企业共65家，规上总产值达到80.5亿元，同比增长37%，占到全市的14.8%。“尽管今年受新冠疫情等因素影响，但厨电产业依然保持较好增长势头，2022年第一季度嵊州市累计规上工业总产值达到15.62亿元，同比增长17.5%。”

上述负责人还表示，目前嵊州市的集成灶产业正由“集成灶·嵊州造”产业集群向“中国集成智能厨房产业基地”战略转型。“下一步，嵊州市将谋划申报厨具产业大脑试点，以‘厨电产业大脑’平台为核心，开发‘原材料集采拼购’应用场景，包含原材料集中下单、仓储、配送等功能，协同经信、金融、大数据等政府部门，打通企业与金融机构、原材料供应商数据接口，实现跨部门、跨业务、跨系统实时数据共享。”上述负责人表示。

除了嵊州市外，浙江省海宁市也是目前集成灶产业的重要聚集地之一。记者了解到，海宁市目前正在建设尖山新区、袁花镇等高端厨电制造基地，并且目前已有火星人、优格、科大等集成灶整机业务进驻尖山新区，此外还有一批厨电关联企业也已入驻。

据海宁市经信局产业发展科相关负责人介绍，目前海宁市聚焦培育高端集成灶品牌，打造“高端灶·海宁造”名产地品牌。“海宁市现拥有集成灶整机制造企业共6家，其中上市公司有2家。2021年海宁市集成灶产业实现产值44.56亿元，同比增长31%，利润总额11.94亿元，同比增长25%。形成了以集成灶整机生产为主体，高端装备、核心零部件、智能水槽、厨房净水等产业链协同发展的产业格局。”

海宁市上述负责人还告诉记者，近期海宁将出台《关于加快推进集成灶产业集群化发展的若干措施（2022-2026）》（以下简称“《措施》”），计划通过五年时间，形成200亿规模的集成灶产业集群。

据了解，该《措施》涉及顶层设计、设立专项资金、企业梯度培育、产业创新平台、创新运营模式、提升品牌能级六大方面，共二十条，全方位加大对集成灶产业的扶持力度，推进海宁集成灶产业高质量发展。

海宁市对集成灶产业的大力支持也得到了相关企业的肯定。浙江美大方面告诉记者，海宁市委、市政府目前已规划布局了以集成灶为主体的厨电产业园，并制定了系列支持政策，引导企业入园集聚发展。同时把品牌培育、标准化制定作为提升集成灶产业的关键环节，努力打造全国知名的厨电产业研发生产基地和智慧集成灶产业样板。“作为集成灶的发明者和领军者，公司积极响应当地政府的决策，并发挥行业领军企业作用以及技术、品牌等方面的优势，积极参与厨电产业园的建设，共同营造良好的营商环境，推动集成灶行业的蓬勃发展。”

权益类信托净值回撤：4057只产品破“1”

本报记者 陈嘉玲 广州报道

今年以来，伴随着股债市场大幅震荡，银行理财产品频频破净，“固收+”产品出现大幅回撤，权益类信托产品亦不例外。

《中国经营报》记者从多家信托公司官网和APP应用调查了解到，2022年以来，“固收+”、权益类信托产品的净值回撤明显，其中近半数权益类产品的净值跌破“1”。

与此同时，近期集合信托市场股票策略的产品募集规模亦出现下滑。有分析观点认为，出现此类现象的原因在于证券市场波动对标品信托募集带来较大影响。

半数产品破净

本报记者统计获悉，投向二级市场的8026只信托产品当中，最新单位净值跌破“1”的有4057只，占比过半，达50.55%。

对信托公司而言，当前转型权益投资已是大势所趋。

近年来，资金信托投向证券市场的占比大幅提升。中国信托业协会数据显示，截至2021年四季度末，投向证券市场的资金信托余额为3.35万亿元，占比达到了22.37%，同比大幅上升了8.50个百分点。其中，投向股票、债券和基金的规模分别为0.72万亿元、2.35万亿元和0.28万亿元，同比分别增长35.17%、57.67%和19.34%。

从产品类型来看，根据《关于调整信托业务分类有关事项的通知（征求意见稿）》，资产管理信托被分为固定收益类、权益类、商品及金融衍生品类、混合类。

从投资策略来看，目前市场上的信托产品主要包括股票策略（主观多头、量化多头）、债券策略（纯债策略、强债策略）、MOM/FOF等。

“据我们观察，各类投资策略的净值表现有所不同。在近期市场情况下，净值跌幅大的主要是多头策略，部分‘固收+’产品回撤明显，中性策略、大宗商品量化对冲策略等产品表现相对好些。”一位信托公司财富管理部门人士告诉本报记者。

本报记者根据私募排排网数据统计获悉，投向二级市场的8026只信托产品当中，最新单位净值跌破“1”的有4057只，占比过半，达50.55%。

具体来看，宏观策略的信托产品15只，净值跌破“1”的占比达8成，有12只产品；组合策略（MOM、FOF）的信托产品604只，净值跌破“1”的有430只，占比71.19%；复合策略（主观多策略、量化多策略）的信托产品1109只，净值跌破“1”的有593只，占比达53.47%；股票策略（主观多头、股票多空、量化多头）的信托产品4861只，净值跌破“1”的有2518只产品，占比达51.80%。

相较于股票策略，以债券市场为主的债券策略表现相对稳定。债券策略的信托产品1166只，其中纯债261只，强债233只，债券复合672只。净值跌破“1”的产品数量为452只，占比38.77%。若以净值低于0.8元的传统预警线计算，债券策略的仅有32只产品，占比2.74%，股票策略则有790只，占比16.25%。

另外，相对价值和管理期货策略的信托产品，净值跌破“1”的占比更少，均为18%左右。相对价值策略主要包括股票市场中性、套利和相对价值复合；管理期货策略则包括主观趋势、主观套利、量化趋势、量化套利、管理期货复合。

针对上述净值回撤情况，平安信托证券投资部董事总经理周侠在接受记者采访时表示：“信托公司的权益类产品本质上跟其他机构的权益类产品类似，也会受到标的的波动而产生净值波动。去年四季度以来新发的一些产品，由于受到权益市场大幅调整的影响，部分产品净值不足‘1’，这是当前的一个普遍现象。净值化权益产品和信托之前发行的非标产品有很大区别，投资人也要理性看待。”

募集受市场波动影响

记者梳理2022年以来集合信托成立的各周数据发现，标品类信托和金融类信托的成立规模增幅与上证指数的涨跌大致同步。

5月24日，本报记者从用益金融信托研究院处获悉，5月16日至5月22日集合信托成立数量下滑，成立规模明显缩水。标品类信托产品方面，共有169款标品信托产品成立，环比减少13.33%；成立规模为34.26亿元，环比减少47.28%。

用益信托研究员喻智分析指出，标品信托产品的成立规模下滑，各投资策略的产品均有一定程度下滑，其中股票策略的产品成立数量大增，但募集规模下滑。一方面与标品信托产品信息披露有关，另一方面证券市场的大幅波动对标品信托募集影响较大。

本报记者梳理了2022年以来集合信托成立的各周数据发现，标品类信托和金融类信托的成立规模增幅与上证指数的涨跌大致同步。比如，4月25日，有市场“风向标”之称的上证指数跌破了3000点整数关口，并以最低点2928.51点报收。而4月25日至5月1日当周，标品类信托产品成立规模48.41亿元，环比减少20.95%；金融类信托成立规模63.92亿元，环比下降4.04%。

证券投资类信托产品的净值情况

投资策略	信托产品数量（只）	净值跌破“1”的产品数量（只）	净值跌破“1”的产品占比
股票策略（主观多头、股票多空、量化多头）	4861	2518	51.80%
债券策略（纯债策略、强债策略、债券复合）	1166	452	38.77%
复合策略（主观多策略、量化多策略）	1109	593	53.47%
组合策略（MOM、FOF）	604	430	71.19%
相对价值（股票市场中性、套利、相对价值复合）	224	41	18.30%
管理期货策略（主观趋势、主观套利、量化趋势、量化套利、管理期货复合）	43	8	18.60%
宏观策略	15	12	80.00%
事件驱动策略（并购重组、定向增发、大宗交易、事件驱动复合）	4	3	75.00%
总计	8026	4057	50.55%

数据来源：私募排排网 整理制表：本报记者 陈嘉玲

从整个4月份来看，国内疫情导致经济受挫叠加外围市场的冲击，在国内经济整体较弱的情况下，市场情绪走低，证券市场尤其是股票市场大幅下挫。数据显示，当月标品信托产品成立规模大幅下滑。截至2022年5月5日，4月标品信托成立数量914款，环比减少26.29%；成立规模208.43亿元，环比减少37.52%。

云南信托研究发展部近期发布的研报也指出：“疫情对资本市场的负面冲击影响存续标品业务与自营业务的经营业绩，同步带来新增资管业务的机会。”

“年初以来，市场上权益类产品整体业绩均出现大幅回撤，一定程度上影响了权益类产品的发行，但出现回撤并不意味着赎回压力大幅上升。”百瑞信托博士后科研工作站研究员魏文臻杰在接受本报记者采访时分析表示：一方面是信托公司的标品类产品主要集中在以投资债券资产为主的固定收益类产品及“固收+”类产品，而债券的票息收入能够帮助烫平一定的资产波动；另一方面是管理人也可以通过仓位动态调整，比如降低高波动资产仓位，对性价比凸显的行业逐步布局，以及通过股指期货对冲等手段来控制产品净值回撤。

“极端行情使得部分投资人对产品的预期有所改变，对风险有更加切实的感受。”周侠对本报记者指出，从资金端来说，部分客户的风险偏好降低，使得产品的销售遇冷，公司的证券投资类信托业务的发展也会随之趋缓；但另一方面，我们要认识到各类资产的波动都有周期性，极端行情出现后对下一阶段产品业绩的回暖打下基础，加之投资人的预期下降，事实上下一阶段投资业绩反而有望超预期。在这种低迷期，我们一方面会更积极地去完善产品体系，如推广一些固收、固收+产品线；另一方面也会更积极地去完善投研框架，研究市场规律，布局优质资产，为接下来市场回暖做好各项准备。

投资者应做好策略调整

受访业内人士还指出，面对当前的市场波动，信托机构也应帮助投资者做好策略调整。

实际上，今年以来行情震荡，市场情绪较为焦虑。

“投资者有时在低位卖掉，往往不是被割韭菜，而是由于没有流动性资金了，不得不卖掉。”承延世家（海南）投资管理有限公司创始人孟昊桀在接受本报记者采访时表示，从投资者的角度来说，后疫情时代要重新思考和改变自身的资产配置逻辑，尤其是要做好流动性资产与投资资产的布局，系统地定义流动性资金所需规模。特别是新冠肺炎疫情暴发后，有的投资人就发现，原来定义的流动性资金为6个月生活费可能并不足够。

而从财富管理机构的角度来看，周侠认为，最重要的是做好产品设计。净值相对平滑的产品能有效地抑制投资人的焦虑情绪和择时冲动，帮助投资人长期持有并获取最终的收益；其次是做好投教工作，要让投资人清楚风险和收益的互生关系，认识到市场短期波动的必然性和必要性，投资人应该更好地认识自己，并且购买符合自身风险偏好的产品，从而降低自身的情绪波动，这样有助于做大概率正确的事。

此外，受访业内人士还指出，面对当前的市场波动，信托机构也应帮助投资者做好策略调整。“若不能准确做到资产切换，在股熊债牛时产品持有体验会比较差。”某信托公司综合运营部负责人马迪野在《信托十年有感：浅谈证券投资信托的业务方向》一文中也提到，比如在2018年债牛股熊，受股票熊市拖累，二级债基就普遍跑输纯债基金。再比如从2021年的成绩上看，万得二级债基指数前三季度回报4.94%，相比于中长期纯债债基指数的3.14%自然有明显强化效果，有意思的是，二级债基的这个成绩要比平均股票仓位更高、能够参与打新的偏债混基更强，后者是3.73%，原因就在于二级债基更多配置了转债，转债指数在去年的平均回报达到11%的水平。

“不同于一次性的产品销售，信托公司作为财富管理人要将重点放在‘申购’上，能够提供一系列的着眼于风格产品配置策略的顾问服务上，通过研判市场趋势，为客户结合市场变化，会止盈能调仓。”有着十多年银行和信托财富管理业务经验的孟昊桀认为，“信托公司的财富顾问在发展自身二级市场顾问服务时，应重点聚焦于产品风格研究与匹配策略学习上，通过培训和自发研究形成非常清晰的产品或配置策略，在调仓的时候能够给到客户建议。如果做对了三四次，或者选出来的产品表现比市场平均要好，那么客户自然而然就会认同你，这是信托财富顾问开展标品业务弯道超车的一个方向。”

供应链金融渐入红海 信托公司比拼股东背景

本报记者 陈嘉玲 广州报道

2021年信托公司年报信息显示，提及供应链金融的信托公司约为8家，相较于往年有所减少，比如截至2017年末，约有12家涉及供应链金融。

有业内人士分析认为：“这恰恰是体现了行业从规模扩张转变为精耕细作，各家信托公司基于各自不同的资源禀赋，发挥自身优势，逐步实现差异化发展。”

据了解，目前已布局供应链金融业务的信托公司，主要是依托股东的行业背景，通过股东产业资源协同、运用金融科技手段赋能，通过深化信托公司与实体企业的产融结合，进一步帮助解决中小企业融资难、融资贵等问题。

8家信托提及供应链金融

《中国经营报》记者梳理2021年信托公司年报了解到，提及供应链金融的信托公司约有8家，相较于往年有所减少。

中国信托业协会相关专题研究报告显示，根据年报公开披露信息，截至2017年末，68家信托公司中有12家涉猎供应链金融。其中，中粮信托、英大信托最早布局供应链金融业务，这两家信托公司分别于2010年、2013年在农业及电力行业开展供应链研究。也就是说，多数信托公司对于供应链金融业务尚处于观望中，还未将其作为发力点。

有业内人士在接受媒体采访时提到：“现在，随着融资类业务压降以及受限于融资额度限制，一些信托公司对于供应链金融更谨慎了。”

对于供应链金融业务提及变少的情况，某信托公司研发部人士在接受本报记者采访时分析认为主要包括监管趋势、业务特性及风险暴露这三方面的原因。“首先，在当前监管趋势下，以融资类业务模式为主的供应链金融业务必然有所下降。”

上述研发部人士表示，根据供应链金融业务自身的性质，供应链金融业务不能脱离核心企业的信用，因此需要通过“物流”、“信息流”和“资金流”的“三流合一”进行债权债务关系确认。一方面，当前供应链金融业务仍较难实现“三流”的交叉印证，存在着金融欺诈等问题；另一方面，这类业务的需求仍存在疑问，很多企业不愿意做，尤其是核心企业。

“我们也发现，很多供应链金融业务爆雷的主要原因是‘三流不合一’。”上述研发部人士还认为，在去杠杆的环境下，有的信托公司可能会首选有抵押的业务，对于偏信用类的供应链金融业务，可能觉得并不是一个很好的拓展时机。

对于供应链金融业务的变化，南方地区某信托公司高管则表示：“这恰恰是体现了行业从规模扩张转变为精耕细作，各家信托公司基于各自不同的资源禀赋，发挥自身优势，逐步实现差异化发展。”

“供应链金融仍是服务实体经济的重要模式。”资管研究员袁吉伟在接受本报记者采访时表示，作为比银行起步更晚的机构，信托公司要在思考创新模式以及保证风险可控方面做更多探索，要扎根目标行业，深入了解行业内发展规律和生态，发挥信托制度优势，在信贷模式基础上，加强资产证券化等服务手段，帮助搭建更多融资渠道以及提供更低成本资金。

依托股东背景展业

目前已布局供应链金融业务的信托公司，主要是依托股东的行业背景。

袁吉伟告诉本报记者，“供应链金融并不是信托公司擅长的领域，目前主要是银行以及部分具有国企背景的信托公司参与。这类业务涉及要与核心企业建立紧密关系，获得资金流、信息流，信托公司切入比较困难。之前很多信托公司有过探索，但是过去几年一些虚假应收账款等风险事件增多，也提示了此类业务如果没有非常深的介入，可能难以有效控制信用风险。”

一位信托业内人士也指出，“供应链金融业务经常要以应收账款为主，跟这些经销商发生资金往来的核心企业才能掌握这些账款的真实性。如果集团有资源禀赋的自然好开展业务，如果没有，恐怕风险就会比较大了。”

实际上，信托公司直接与某些行业核心企业形成合作关系较为困难，而部分信托公司的股东自身就是实体企业，例如华宝信托、中粮信托等，股东均处于产业的核心位置，有整合供应链需求、支持上下游企业发展、做强整个产业链条的需求。因此，这部分信托公司通常是围绕着股东上下游企业开展供应链金融信托业务。并且，借助股东优势，能够很好地把控信息流、资金流，实现资金的闭环管理，强化业务风险控制。

从2021年年报信息来看，中粮信托表示，“作为中粮集团下属信托公司，公司积极服务集团主业，不断探索并逐步聚焦业务发展模式，重点推进玉米、甜菜、棉花等合作种植项目，助力集团上游供应链的自主可控；同时，公司稳步开展仓单质押、股权激励、下游供应商融资等业务，推动集团相关业务板块的提质增效。”

同样依托股东产业背景的，还有中航信托、中海信托、华宝信托等。作为中国宝武旗下产业金融业板块的子公司，华宝信托借助股东产业背景，深耕产业金融服务。早在2020年就提出“供应链金融服务的引领者”的公司发展愿景，并在2021年根据战略规划发展重点，将供应链金融服务产品和“固收+”产品确定为公司战略产品。

“近期落地的两个供应链金融业务案例，一个是集团内部企业的供应链合作企业，另一个是集团外部的生态圈企业。”华宝信托供应链金融业务部人士向本报记者介绍，一方面，围绕产业生态圈，紧跟中国宝武“弯弓搭箭”产业布局，加强对上下游客户的全方位金融服务需求进行梳理和拓展，通过“产业+金融”的合作，进一步践行金融服务助推产业发展的初心宗旨。另一方面，加强供应链金融业务研判，坚持以“受益人利益最大化”为目标，深入挖掘集团内外产业客户的潜在需求，加强与战略合作伙伴的联动和优势互补，实现金融深度服务产业，提升生态圈金融服务能力。

信息技术力量是关键

华宝信托供应链金融业务部人士指出，新型供应链金融是从供应链产业链整体出发，运用金融科技手段，整合物流、资金流、信息流等信息，在真实交易背景下，构建供应链中占主导地位的核心企业与上下游企业一体化的金融供给体系和风险评估体系，提供系统性的金融解决方案，以快速响应产业链上企业的结算、融资、财务管理等综合需求，降低企业成本，提升产业链各方价值。

“信息技术的运用是供应链金融的突破点。”信托业协会相关专题报告认为，做好供应链金融，其实就是如何有效地评估和控制链条上的信息流、物流、资金流。

《中国信托业发展报告（2020-2021）》也指出，在供应链金融业务方面，人工智能融合大数据、区块链等技术的应用可以有效解决供应链金融业务中的“痛点”。例如，在供应链金融中，对于票据、仓单、订单等票据真实性问题的核实一直难以解决，随着此类票据电子化，以及综合运用人工智能技术的机器视觉、文字识别、自然语言处理技术，可以很好地解决真实性问题。其中，不同证件和票据可以通过机器视觉技术进行自动识别，智能化分档归类可以通过自然语言处理实现；文字识别技术可以提取票据和证件中的结构化信息，由于减少了人工操作，降低了道德风险且提高了效率。

本报记者注意到，多家信托公司进行了信息技术方面的布局，着眼于未来的大规模应用。比如建信信托2017年联合国网英大、中冶科工、三峡资本等共同发起设立建信融通有限责任公司，专门从事供应链相关的金融信息服务、数据处理等业务。此外，爱建信托早在2019年已经自研开发建设了“供应链业务系统”。

作为首家提出“信托科技”的机构，中航信托2021年年报称，其在航空供应链等创新业务领域取得新突破。依托数字化平台，中航信托推出“订单贷+应收账款流转”模式，通过供应链金融方式专项支持航空工业体系内核心企业的各级供应商，为其提供系统性融资支持，报告期内累计准入一级供应商72家，服务航空供应链上企业规模近8000万元。

马斯克收购推特的“公司技术”

编者按/ 资本和影响力的结合会带来怎样的结果？关注全球首富伊隆·马斯克对推特（Twitter Inc.）的收购，或许能回答这一问题。

就在一个多月前，身价高达2680亿美元的马斯克对拥有2.17亿用户的社交媒体平台——推特，展开了强势收购。4月25日，推特董事会宣布接受马斯克提出的440亿美元的全资收购要约，一旦股东投票表决通过，马斯克将获得推特的完全控制权。

公开信息显示：交易完成后，推特将退市成为一家私人控股公司，这或将成为20年来最大的一笔公司私有化交易。

事实上，在这一案例中，交易双方几乎都使出了浑身解数，这也正是这一案例值得关注的视角。推特方面，虽然推出了一系列的反收购策略，比如“毒丸计划”、邀请对手（马斯克）参加董事会、原第一大股东VanGuard的股份增持等，但最终，因为推特在股权结构上没有超级投票权的安排，无力抗拒恶意收购，董事会不得不让步，对该项收购案做出一致通过。

本期商业案例将从这一世纪收购大战的“收购策略”着手，解析资本市场大型收购背后的技术路径和操盘特点，为更多市场的参与者和投资者提供借鉴经验。

特斯拉首席执行官埃隆·马斯克，背景为推特标志。 视觉中国/图

1. 失算

推特的“失算”

因为推特在股权结构上没有超级投票权的安排，在马斯克抛出54.2美元/股的较高报价后，推特最终无力抗拒恶意收购，4月25日，推特董事会对该项收购案做出一致通过。

2021年7月，推特的股价一度达到73美元/股，然而，不到一年的时间，推特的投资者们却欣然接受了马斯克提出的54.2美元/股的全资收购报价。然而，即便是这样的报价可能都不一定能够实现。就在近日，针对推特平台上的虚假账号问题，马斯克表示，“我们不可能照原价去买一件比宣传中差很多的产品。”

马斯克提交美国监管部门的信息显示，从2022年1月底开始，马斯克已经开始累积购入了推特7350万股普通股，持股比例达到9.2%，成为推特的第一大股东。

来看一下推特的股权结构：这是一家机构投资者持股非常分散的公司。除了马斯克拥有的9.2%股份外，推特的前几大股东Vanguard、摩根士丹利、黑石集团和StateStreet几大机构投资者持股比例分别为8.8%、8.4%、6.5%和4.5%。

分散的股权结构造成了分散的权利，早在2020年就有报道显示，公司创始人、拥有推特公司2.4%股份（即1804.2万股）的前CEO杰克·多西就是源自另一股东的埃利奥特管理公司（Elliott Management）的推动而下台。

这个故事在媒体上曾有完整的表述，即“2020年，埃利奥特管理公司购买了一大笔推特的股份，取得董事会席位，并公开推动多西下台。”分析人士张功（化名）认为，“这一事件暴露出来的问题并非CEO下台这么简单，更重要的是，它暗示了公司投资人与管理层之间的矛盾与分歧。正是这些分歧的存在，为后续管理层在抵制恶意收购时埋下了隐患。”

再来看马斯克累积购入推特股份的时间段，从1月到3月上半个月，推特股份一直徘徊在32~35美元/股之间，可谓是一年来的低点。一直到4月初，马斯克收购推特的消息爆出，推特股价才开始反弹，4月5日，推特股价上涨至53.850美元/股。“这暗示马斯克是有备而来，推特管理层与机构投资者的关系失衡，推特管理层疏于市值管理，股价长期低迷，给恶意收购者提供了进攻的机会。”张功告诉《中国经营报》记者。

而进一步追溯推特股价低迷的原因，一方面源自推特不理想的财报数据，2021年四季度，推特的同期净利润出现下降，同时广告量也在下降。而另一方面，当前社会化媒体平台在美国乃至世界范围内面临巨大的法律、伦理挑战，这包括了推特面临反垄断的质疑，以及外界普遍认为社交媒体的算法推送加深了用户的负面情绪等。

美国当地时间4月13日，马斯克开始向推特发起收购。推特董事会原计划用“毒丸计划”进行抵制，然而，“毒丸计划”显然没有奏效。

“毒丸计划”的正式名称为“股权摊薄反收购措施”，指的是当一个公司一旦遇到恶意收购，尤其是当收购方占有的股份已经达到10%~20%的时候，公司为了保住自己的控股权，就会大量低价增发新股，目的是摊薄收购方股权，增大收购成本，以达到收购方无法达到控股的目标。

北京实地律师事务所主任律师范伯松表示，“要实施这一策略，需要被收购公司管理层和股东会的高度配合，需要股东的同意。因为‘毒丸计划’作为反收购的一个技术手段，并非万能。一方面，这一手段本身就是‘伤敌一千自损八百’，没有‘破釜沉舟’甚至‘玉石俱焚’之心是不可能成功的。另一方面，这一策略的关键在人，即由谁来使用这一策略，由于管理层的职责是要公司资产保值增值的，没有股东会的同意，管理层一般不敢轻易使用。使用‘毒丸计划’，股东会的决策非常重要，尤其要考虑清楚能否承受相关的后果和风险，比如能不能承受股价贬值之重。”

显然，推特管理层应该是没能说服企业的机构投资者在“毒丸计划”上一战到底，加上推特董事会缺乏足够的投票权，推特董事会11名成员的持股总和还不到2.5%（如果不算联合创始人多西当下持有的2.253%，其余10人的持股总和都不到0.1%），这一计划随即流产。在此之后，推特开始试图邀请马斯克参加董事会，因为加入董事会的前提条件是持股不会超过15%，同时不会收购公司，但是，此举遭到了马斯克的拒绝。

推特原第一大股东VanGuard也开始尝试通过股份增持的方式抵制收购，公开信息显示，VanGuard在推特的持股从8.8%增持到10.3%，一度超过马斯克持股的9.2%。可惜的是，因为推特在股权结构上没有超级投票权的安排，在马斯克抛出54.2美元/股的较高报价后，推特最终无力抗拒恶意收购，4月25日，推特董事会对该项收购案做出一致通过。

需要说明的一点是，超级投票权是企业原始股东在基本投票权（同股同权）之外所拥有的额外投票权，即通常所说的“AB股”，这对于保持原始股东对公司的控制权至关重要。

范伯松告诉记者，“在重大收购项目中，预则立，不预则破。一方蓄谋已久，另一方仓促应战，结果可想而知。”可以说，推特在舆论市场不断增强的影响力与其持续的股价低迷形成了鲜明对比，吸引了收购者的关注，却最终因为没有“超级投票权”这一杀手锏而失去控制权。

2. 策略

马斯克的收购策略

马斯克真的要以这么高的价格收购推特吗？美国前总统特朗普公开发言表示“不相信”。事实上，从5月13日到5月18日，马斯克接连发推文攻击推特平台的虚假账号问题。

对于马斯克来说，拥有全球影响力的社交平台——推特，应该是其垂涎已久的“猎物”。一方面，美国大佬收购媒体掌控话语权是历来的传统，比如前首富杰夫贝佐斯2013年收购了《华盛顿邮报》；乔布斯的遗孀劳伦·乔布斯在2017年买下了《大西洋月刊》大部分股份；泰国华裔商人谢展于2018年收购了美国《财富》杂志等。

此外，马斯克商业帝国的崛起与推特的关系密切。有分析认为，马斯克在推特的8400万粉丝的账户仍被视为特斯拉和SpaceX重要的公共关系和营销工具。然而，在身居推特单一最大股东之后，马斯克也曾因“口无遮拦”而遭到推特禁言。

所有这些背景，加上推特自身的问题，为马斯克的入主提供了一个绝佳的窗口机会，更重要的是，马斯克有备而来。

从2022年1月起，马斯克先是低调入局，以极低的价格不断吸纳推特的股份，直到成为推特的单一最大股东。4月4日，美国SEC（美国证监会）披露的一份文件显示，马斯克购入了社交媒体公司推特9.2%的股份，成为其外部最大股东，受此消息影响，4月5日，推特股价一度达到53.850美元/股。

面对SEC的调查时，马斯克宣布将斥资430亿美元全盘收购推特并将其私有化，以便进行必要的改革。由此，在接下来的一个半月的时间，马斯克上演了一场令人“目眩神迷”的收购大戏，在收购策略、融资安排、股东分化、收购节奏、心理和舆论战术上尽显“教科书”级的风范。

首先，马斯克分头拜访机构股东，通过报价对现有股东构成诱惑，最终推特董事会通过的协议显示，马斯克将以每股54.2美元（对应整体估值440亿美元）的全现金报价收购推特，即便对比5月13日的推特40.720美元的每股股价（对应市值310亿美元），这一出价相当于溢价40%，更不要说对比年初推特每股30元+的每股价格。

其次，进行收购融资安排，最大限度保证资金宽裕度。事实上，即便在获得机构投资者130亿元的借款及足够的借款担保之后，马斯克还用特斯拉股权抵押了125亿美元，并准备了可动用的210亿美元的现金。而事实上，就在4月5日，马斯克以2190亿美元的净资产登顶《福布斯》全球财富榜。

再次，分化现有股东。公开信息显示：摩根士丹利本是推特的第三大股东，但它同时作为马斯克收购推特的财务顾问和融资机构，是这场收购的主要支持者。

不仅如此，推特创始人和前CEO杰克·多西在马斯克提出收购之后表示，“推特这家公司一直是我唯一的问题，也是我最大的遗憾。它一直归华尔街和广告模式所有（编者注：意指推特非常商业，没有言论自由）。从华尔街收回它是正确的第一步。”多西对外表示，“马斯克是我信任的唯一解决方案。”

有分析人士指出，通过本次交易，多西可将大约9.7亿美元现金收入囊中。某种意义上代表了推特的投资人支持马斯克收购的一个重要背景。

与此同时，有消息显示，马斯克正在物色股权合作伙伴，并继续与其他潜在的共同投资者进行谈判。因为美国私人公司的股东人数一般不会太多，在推特收购交易完成后，大多数散户投资者将不会继续持有推特股份。所以，留下继续持有股份的机构股东对推特未来的发展也将至关重要。

最后，马斯克对收购节奏的把握也非常重要。在第一阶段，马斯克低调入局；第二阶段，在成为单一最大股东，面临美国SEC调查之际，他提出了对推特的收购要约的策略；第三阶段，马斯克通过一系列的股东分化、价格诱惑以及争取行为，以“决绝”的收购之心获得了推特董事会对这一收购案的通过。

但是，马斯克真的要以这么高的价格收购推特吗？美国前总统特朗普公开发言表示“不相信”。事实上，从5月13日到5月18日，马斯克接连发推文攻击推特平台的虚假账号问题，从而开启了收购进程上的“第二乐章”。如果说马斯克在收购的第一阶段是“不达目的誓不罢休”的话，那么第二个阶段就是要在收购价格上做文章。就在5月13日马斯克对推特“假账号占比不高于5%”的说法存疑并表示将展开调研之后，推特股价从前一天的45美元/股一路跌到40美元/股的水平，跌幅达到10%。此后，5月16日，马斯克进一步表示，“我们不可能照原价去买一件比宣传中差很多的产品。”

5月17日，马斯克再次“炮轰”推特。他称，推特平台上的假账号占比高达20%，是推特公司官方说法的4倍。考虑到440亿美元的收购价是以推特公司提交的相关数据真实可靠为基础的，因此收购进程无法继续进行，双方陷入僵局。

对马斯克来说，即将开始的，或是一场新的“要价”。

3. 攻心

有理有据的“暂停”

在推特假账号问题之前，马斯克还曾多次公开批评推特目前存在的诸多弊端，从功能开发到付费套餐，到公开算法以及言论自由等，这也成为他收购推特并进行私有化的理由。

显然，在对推特的收购中，马斯克深谙消息发布和收购节奏的把握，这种策略不仅直接体现在舆论和股价上，更体现为一种“攻心战”。

举例来说，马斯克在收购报价上提出的是“一口价”，也就是说，对推特的其他股东来说，没有讨价还价的余地。他对外表示，如果收购失败，将重新考虑作为最大股东的身份，这无疑是一场“心理战术”，因为如果收购失败，第一大股东大量抛售股票的后果就是推特的股价大跌，这显然不是投资人愿意看到的结果。

而当前马斯克祭出的“暂停收购交易”牌，同时也是一种舆论与心理战术，暂停收购交易前后，推特股价下跌超过10%，而特斯拉股价则强力反弹5.71%。

范伯松表示，“在心理战上，打架就怕不要命的。当企业在收购战场上碰到一个能够进入‘一起死’的‘浑人’怀揣‘我得不到就毁掉’之心（即使只是扬言）的时候，企业如果没有坚持到底的决心，那么很容易就会被对方所控制。”

更何况，推特的对手还是具有全球影响力的首富，在多重舆论战和心理战术之后，推特在收购价格上的谈判空间正日益缩小。马斯克甚至直言不讳地表示，“推特现有管理层无法推动股价达到他的报价。在现有结构下，推特无法繁荣也无法履行社会职责。”

事实上，在推特假账号问题之前，马斯克还曾多次公开批评推特目前存在的诸多弊端，从功能开发到付费套餐，到公开算法以及言论自由等，这也成为他收购推特并进行私有化的理由。

如果再向前追溯，就会发现马斯克之所以能够一再向推特董事会施加压力，因为投资者对推特在新CEO领导下的增长前景感到了不确定。

2021年12月，推特新CEO帕拉格·阿格拉瓦尔上任以来，推特股价曾一路下滑了10%。

今年2月10日，阿格拉瓦尔和CFO内德·西格尔（Ned Segal）一同出席了2021年第四季度及全年财报的电话会议，来自摩根大通，美林美银，巴克莱、摩根士丹利等一众全球顶级分析师对推特未来的增长提出了疑问，比如推特未来两年会如何加速收入增长以达75亿美元的目标等，如何保证日活跃用户的增长等。

事实上，在马斯克提出收购之前，推特曾致力于在2023年底前实现三个主要目标：年收入超过75亿美元、日活用户达到3.15亿、新技术的研发速度提高一倍。但在推特董事会一致通过收购协议之后，4月28日，推特表示，将收回此前提供的目标和展望。

5月7日，马斯克向投资者做出承诺，表示要让推特的年营收在2028年之前增加至264亿美元（约合人民币1760亿元），其中广告营收将达到120亿美元，收入占比要降到45%（2020年占比约为90%）；付费订阅收入要达到100亿美元，Blue付费订阅收入将达到6900万美元。

根据推特此前发布的2021年财报数据，推特去年营收只有50.8亿美元（约合人民币338亿元），净亏损2.21亿美元。其中，广告收入14.1亿美元，同比增长22%。

马斯克的承诺无疑让饱受不确定性判断的投资者看到了未来，就在这一承诺做出后的两三天内，推特股价曾一路逼近50美元/股。然而，就在几天之后，马斯克针对推特虚假账号问题的发言，引发了推特股价的一路下跌。

一位不愿具名的采访对象告诉记者，“四个月来，无论是特斯拉的股价，还是推特的股价，都因这场收购案而几起几落。善于对消息和投资心理的把握，似乎成为这场收购案的一大‘特色’。”

截至5月19日，推特股价已进一步降到36.850美元/股，对应总市值281.60亿美元，仅仅一个半月的时间，推特股份遭遇了“过山车式”的波动。如今，有谁还会认为双方最终会以54.2美元/股的价格成交呢？

观察

推特的价值和一个人的收购

当很多人“戏谑”马斯克是坐在马桶上决定收购推特的时候，人们看到的只是这位全球首富的“任性”和“我行我素”。然而，作为特斯拉和SpaceX的创始人，马斯克“直击本质”的创新能力和创新精神，在这场收购案中有所体现。

首先，在这场没有PE机构参与的收购案中，马斯克以一己之力调动了全球各大银行数百亿美元的资金，再一次在“资本史”上创下“神话”。

按照投中网陶辉东提出的观点，“这是一起科技史上最大的收购案，也是史上最大的杠杆并购交易之一，完成它的不是大型机构投资者，而是马斯克一个人。”

为什么没有PE参与呢？按照陶辉东的分析，虽然推特的营收一直在稳步增长，但2020年、2021年其连续两年亏损。2021年推特的自由现金流是-3.7亿美元。

“对PE机构来说，用杠杆并购的方式收购一家自由现金流为负的科技公司是难以想象的，这违反了基本的商业逻辑。”陶辉东表示。

没有PE的参与，马斯克单枪匹马就搞定了几百亿美元的资金。根据福布斯富豪榜，马斯克的总身家是2790亿美元，主要是特斯拉、SpaceX的股票，由此股票质押成为马斯克获取收购现金流的重要方式。

那么，接下来，马斯克为什么要冒如此大的风险来收购推特呢？这就要看推特的潜在价值。

近两年来，由于推特的连续亏损，资本市场给出了并不太理想的价格，比如今年早些时候，推特的股价甚至掉到了每股30多美元。2021年财报后，投资者增加了对推特未来的不确性判断。

但在马斯克看来，推特平台一旦变革，必将产生巨大价值，其中最重要的一项变革就是“开源算法”。事实上，在专业人士看来，马斯克在社交平台上推动“开源算法”，不啻于在航天领域和新能源汽车所进行颠覆式创新，它们都是秉持“第一性原理”的思考框架，重新回归事物本质进行分析，这是与华尔街完全不同的估值模型。

公开报道显示：就在收购推特的消息公布后，有人发现推特已经在GitHub平台开通了算法的repo（脚本工具），虽然内容还是空的，但却吸引了众多的关注。显然，全世界的程序员都在等待开源的那一刻。甚至没有人知道，马斯克入主推特，将对社交平台带来怎样的颠覆性改变？

当然，推特本身的现状，也为马斯克的“入主”创造了机会。低迷的股价，分散的股权结构，投资者和管理层失衡的关系，亏损的现状与不确定性的未来，再加上“超级投票权”的缺位，都在暗示这是一个极好的收购“猎物”。

同样是社交平台，有人就拿Meta（原FACEBOOK）与推特进行对比，在Meta，股票分为A股和B股，其中管理层所持有的B股每股拥有10票投票权，而且外部一些股东还会把部分股票的投票权委托给扎克伯格代理，所以扎克伯格有绝对的控制权，没有他的同意，对手几乎无法收购。

由此，推特的命运也再一次提醒那些可能面临同样状况的上市公司们。“资本进入公司是要管理权的，别轻信‘我只是财务投资者’，开始不要管理权只是时机未到。”范伯松提醒说。

本版文章均由本报记者屈丽丽采写

圆桌论坛

稳楼市需同时提振供需两端信心

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

促进房地产业良性循环和健康发展，正成为各地因地制宜调整优化楼市政策的“重头戏”。

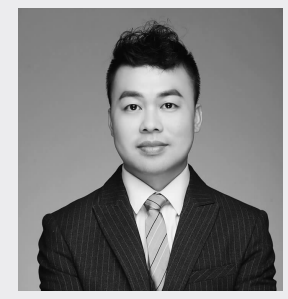
5月29日，上海市人民政府发布《上海市加快经济恢复和重振行动方案》，内容涵盖优化土地出让条件，促进房地产开发投资健康发展，加强城市更新规划编制、政策支持和要素保障，优化配置社区生活消费服务综合体等内容。

长三角地区一直是房企必争之地，也是全国楼市发展的风向标之一。根据亿翰智库最新统计数据，截至5月24日，长三角地区已有南京市、杭州市和苏州市等20余座城市“因城施策”，出台了各种为楼市“松绑”的政策。

除合理调整限购范围、提升公积金贷款额度、优化利用存量建设用地等常规举措外，不少城市也创新性地聚焦多孩家庭、人才购房和二手房市场等，以促进刚需和改善需求释放，激活当地楼市需求侧潜力。

长三角地区此轮楼市政策优化调整有哪些特点？多地聚焦多孩家庭、二手房市场的原因是什么？上海市将如何促进房地产投资和需求释放？日前，《中国经营报》记者专访了中国房地产数据研究院院长陈晟、IPG中国区首席经济学家柏文喜、中指研究院浙江分院常务副总高院生和易居研究院智库中心研究总监严跃进。

柏文喜
IPG中国区首席经济学家


高院生
中指研究院浙江分院常务副总

严跃进
易居研究院智库中心研究总监

陈晟
中国房地产数据研究院院长

超20城“因城施策”

此轮楼市政策调整有利于市场尽快回暖，对于房企销售回款而言，从市场端到资金端都是双向利好。

《中国经营报》：今年4月份以来，长三角地区已有超20座城市对当地楼市调控政策进行了优化调整，主要包括放松限购限售、提升公积金额度和满足多孩家庭合理购房需求等政策。这释放出了怎样的信号？

陈晟：长三角地区二三线城市对楼市政策进行优化调整，实际上是迎合“因城施策”、促进房地产业健康发展等要求而逐步展开的。同时，也跟近期疫情反复对整个长三角地区经济带来的影响密不可分，需要进行政策层面的调整来匹配相应市场形势的变化。

柏文喜：从楼市下行的情况来看，房企仍然面临着流动性压力。在逆周期调节背景下，地方政府也面临着财政增支减收压力，对于土地出让收入有着更迫切的需求，以及保增长、保就业、稳预期压力都促使地方尽快恢复房地产市场活力和推动房地产行业稳定运行。

此轮楼市政策调整具有力度大、涉及面广，从市场端和资金端“双管齐下”，以及新房市场与二手房存量市场联动等特点。

《中国经营报》：长三角地区此轮楼市政策调整由南京市六合区、溧水区以及苏州市常熟市和南通市通州区等经济强市的县区“打头阵”，随后传导至苏州市和杭州市等热点城市及南京市的部分核心区域，造成这样情况的原因有哪些？

高院生：2021年三季度之后，不少城市房地产市场明显降温，其中三四线和热点城市郊区市场受影响更大，市场活力至今还未完全恢复。一方面，在整个房地产市场大环境下行时，城市外围市场由于供应量比较高，会面临更大的去库存压力；另一方面，外围市场本身的投资价值比较弱，再加上当前购房者的观望情绪浓厚，也会对这些区域的去化产生影响。

而在长三角地区的核心城市，刚性和改善性需求相对韧性更强，核心地段的项目去化速度也普遍有保障。

《中国经营报》：长三角地区一直是各大房企的必争之地，该地区的市场动向也是全国楼市的风向标，除杭州外，首批集中供地城市大多遇冷。此轮楼市政策调整对于房企销售回款有哪些利好？

柏文喜：此轮楼市政策调整有利于市场尽快回暖，对于房企销售回款而言，从市场端到资金端都是双向利好。房企销售回款的改善和流动性困境的解除，也有利于提振今年后续拿地企业的信心和改善拿地企业的内部资源条件。

守住“房住不炒”基本底线

如果外来人口没有约束就可以购房，可能会引起新一轮炒作，甚至使得炒房需求增加。

《中国经营报》：针对多孩家庭购房需求，目前已有杭州市、南京市和无锡市等多座城市明确给予政策倾斜，包括放松限购要求和给予购房补贴等。这类政策会对当地的房地产市场带来哪些影响？未来是否会有更多的城市跟进？

柏文喜：这类政策会从市场端持续加大对楼市的刺激力度，对促进楼市回暖来说是明显的政策利好，未来应该会有更多的城市跟进。

高院生：多地出台针对多孩家庭的购房政策主要有两方面的考虑，一是和国家鼓励生育方针的大方向保持一致，能释放部分购房需求；二是也给房企释放出一些信号，未来应多聚焦满足多孩家庭的改善型户型。这类政策还是以一二线城市为主导，包括核心都市圈周边的一些城市。

严跃进：给予多孩家庭购房支持，已成为4月以来各地楼市政策放松的新尝试，这对于引导购房者更理性和综合看待购房政策具有积极意义和启发，能够增加人口生育规模或红利，减少购房方面的障碍和限制，并促进相关家庭更好地安居乐业。

预计此类政策后续会继续增加，成为当前各地优化调整楼市政策的新方向，且逐渐从传统的公租房模式和购房补贴模式转变为松绑限购模式。未来，结合金融政策，多孩家庭还可以享受更多的贷款利率优惠。

《中国经营报》：近期，杭州市和南京市针对二手房市场的政策调整也备受关注。部分热点城市放松二手房市场交易要求，主要是出于哪些方面的考虑？

陈晟：放松新房市场政策主要针对的是开发商，放松二手房市场交易门槛主要是对购房者进行引导，放松土地市场要求主要解决的是地方政府对土地出让收入的需求。目前，政策鼓励满足刚性和改善性住房的合理需求，所以各地最近不仅着手调整房贷利率，在优化二手房交易政策方面也更加积极主动。

高院生：自2021年二手房信贷政策收紧以来，杭州市二手房市场成交量逐月回调，至今年一季度已处于低位震荡状态，二手房挂牌量不断升高，已经突破了17万套。

另一方面，杭州市二手房成交量比较低，导致库存压力较大。今年3、4月份，杭州市二手房市场每月成交量在3000套左右，而正常水平是每月成交6000～8000套，整个二手房市场还处于低迷期，需要政策激活。

同时，针对二手房市场的政策调整效果也会逐步传导至当地新房市场，不少市民将借此机会置换改善类新房项目，改善项目后续的中签率会进一步降低，但影响传导至新房市场还需要一段时间。

严跃进：南京市此次出台的取消二手房限购政策被叫停，也说明在当前政策放松过程中或出现了一些新情况和新问题。从二手房角度来看，如果外来人口没有约束就可以购房，可能会引起新一轮炒作，甚至使得炒房需求增加。所以各地在放松楼市调控政策的同时，也需要守住“房住不炒”基本底线，要密切关注市场对于政策的吸收和反馈，防范各类投机型需求突然增加。

提振供需两端信心

政策端还需要从恢复房企市场信用和提升购房者购房能力与积极性方面着手。

《中国经营报》：当前，长三角地区的南京市、苏州市和杭州市等热点城市均发布了楼市优化调整政策。上海市5月29日发布的《上海市加快经济恢复和重振行动方案》也提出“促进房地产开发投资健康发展”。上海市在全面复工复产后，如何因城施策提振楼市？

陈晟：上海市因为存在供应、需求方面的压力，所以在楼市政策方面还是会有所限制。但针对上海自贸区临港新片区和金山区等特定区域，在购房资格方面预计会有一定程度的放松。当然，在降低房贷利率方面，由于这是全国性的指导意见，上海市也已经在积极执行了。

柏文喜：受疫情反复影响，上海市也需要进一步提振楼市，前段时间上海自贸区临港新片区放宽人才落户条件，实质上也是利好楼市的政策。上海市如果要优化调整楼市政策，除了与全国政策保持一致、降低房贷利率和首付款比例外，也可以从放宽准入条件和鼓励项目积极入市等方面因城施策。

《中国经营报》：业内人士认为，此轮楼市政策优化调整在短期内会激活部分购房需求，从长期来看还需要继续提振市场及房企信心，从供需两端共同发力。在激活需求端购房需求的同时，在房企等供应端还需要做哪些工作？

陈晟：今年1～4月，无论是房企预收款还是个人按揭贷款都出现了下滑，这主要缘于购房者担心会出现楼盘烂尾等情况。当前，政策层面会针对一些优质民营房企给予相应的债券保险支持，我认为在交房方面也应该推出相应的保险制度，促进房地产项目顺利交房，从而提振购房者对于房地产市场的信心。

柏文喜：在政策暖风频吹之下，房地产市场之所以还没有回暖，与房企以及行业陷入流动性困境导致对行业放松政策失去反应能力有关。因此，政策端还需要从恢复房企市场信用和提升购房者购房能力与积极性方面着手，通过外部增信措施来解决房企市场信用恢复和购房者信心不足问题，这是政策效应后续得到进一步体现的关键所在。

民营示范房企发债融资提速 政策利好助力穿越地产周期

本报记者 刘颂辉 上海报道

在房地产政策暖风频吹下，房地产行业“优等生”们迎来了境内发债融资“开闸”的机遇期。

5月27日，上海证券交易所（以下简称“上交所”）以线上形式组织召开公司债券投融资对接会，碧桂园、龙湖集团、新城控股、旭辉控股集团和美的置业等5家头部民营房企和多家知名投行、银行及债券机构投资者参会。

据了解，上述5家头部民营房企均属于首批启动信用保护工具融资的企业，并被监管机构选定为示范房企。上交所相关负责人表示，希望债券发行人与投资机构之间能够建立更加稳固和持久的沟通桥梁，双方充分交流，增进房企投融两端的互信互利。

事实上，这并非房地产行业首次获得监管层的窗口指导机会。2021年底，中国人民银行、中国银行保险监督管理委员会等部门就表态称，鼓励银行开展并购贷款业务，支持优质房企兼并收购出险或遇困的大型房企的优质项目。近期，中国人民银行上海总部与上海银保监局也召开座谈会，支持房地产开发企业、建筑施工企业的合理融资需求。

《中国经营报》记者从上述对接交流会上了解到，尽管今年前4月房地产市场销售低迷，但随着新冠肺炎疫情得到有效控制，各地正逐步优化调整楼市政策，头部房企对下一阶段的房地产市场依然充满信心。有房企负责人表示，维持企业运转不能只靠融资，更重要的是抓销售回款，因此，期待各地能科学合理地监管商品房预售资金，助力房企穿越地产周期。

民营示范房企陆续发债融资

“在监管机构的支持下，目前，优质民营房企融资回暖迹象明显。”新城控股一位负责人向记者介绍，公司被选定为首批创设信用保护合约发债示范房企，并于5月24日发布了2022年度第一期中期票据发行文件，债券注册金额为30亿元，发行金额上限为10亿元。

当天，中债民企债券融资支持工具（以下简称“中债民企支持工具”）和上海银行联合创设信用风险缓释凭证，助力新城控股2022年第一期中期票据顺利发行。信用风险缓释凭证拟创设总金额不超过1.3亿元，支持新城控股融资总规模不超过10亿元。

中债民企支持工具是由我国首家专业债券信用增进机构中债信用增进投资股份公司设立。官网资料显示，此举是为了减轻企业短期债务集中到期负担，优化政策效果，发挥市场带动效应，积极支持符合条件的民营地产企业恢复合理的市场融资需求。目前，碧桂园和美的置业等房企项目也在积极推进中。

新城控股此次拟发行的中期票据，是中债民企支持工具推出的首单房企信用风险缓释凭证，搭配债券的品种为中期票据，期限2+1年，有效支持了企业中长期限融资需求，释放出明确的政策信号。

据了解，在此之前，碧桂园、龙湖集团和美的置业被监管机构选定为示范房企，并陆续发行了人民币债券。随后，新城控股和旭辉控股集团也被列入示范房企名单中，后续将发行公司债等相关融资产品。

此外，为吸引投资人，创设机构将同时发行包括信用违约掉期（私募CDS）或信用风险缓释凭证（CRMW）在内的信用保护工具，以帮助民营地产商逐步恢复公开市场的融资功能。

旭辉控股集团首席财务官杨欣在对接会上表示，只要市场有窗口，公司一定会积极去捕捉机会。“公司刚从交易所和银行获得了一些融资额度。我们会结合市场情况，抓住窗口机会安排融资发行工作，落地时间应该会很快。”

新城控股高级副总裁兼财务负责人管有冬表示，目前，民营房企面临融资发债的信用挑战，公司希望能与金融机构有更多沟通交流的机会，阐明项目的资产价值，以增强金融机构对公司发展的信心。

“我们欣喜地看到，今年以来，基本上每个月都有融资贷款获批，成为公司调杠杆、稳杠杆过程中的重要资金来源。”管有冬表示。

进一步修复市场信心

亿翰智库研究总监于小雨分析称，从监管机构支持的示范房企名单来看，被纳入名单的房企主要有以下几大特点：一是财务结构稳健，偿债压力较低，没有持续恶化的风险，处于可控的状态；二是在房地产行业销售下滑的形势下，成交量表现依然优于行业平均水平；三是土地储备向高能级的城市调整，投资结构得到优化升级。

据新城控股方面介绍，公司保持稳定安全的财务基本面，已按照“三道红线”要求稳步降至绿档。2022年，公司在公开市场的总债务规模约126亿元。其中，前5个月已累计偿还76亿元，目前待偿还债务规模约50亿元，偿债压力已趋于缓解。

管有冬介绍称，今年前4个月，新城控股累计销售金额400余亿元。其中，2月份，公司抢抓春节返乡置业热潮，采取了“抢春行动”，销售额与1月份相比有明显提升。

“在公司销售收入中，长三角地区的占比较高，接近50%，超过了土地储备的占比。由此可见，在房地产市场下行的大环境下，长三角地区依旧有恢复销售的能力。”管有冬表示。

不过，今年4月受新冠肺炎疫情反复影响，新城控股的销售情况又出现回落。据管有冬介绍，在疫情严重时，长三角很多地区的售楼处不能开放，即使有少部分开放，客户到访也受到限制。

“五一”假期以来，随着各地优化调整楼市政策逐步释放利好，包括按揭贷款利率下降、降低首付比例以及放宽限购、限售条件等，房地产市场销售行情呈现复苏趋势。管有冬表示：“与4月份相比，公司5月份的销售额应该会有明显提升，未来几个月的销售额也有望陆续企稳，呈现出增长趋势。”

龙湖集团相关负责人则认为，公司的回款速度会得到保障，按揭额度充分，关键在于房源的签约数量和消费者的信心。另外，预售资金监管放松政策的确还需要大力落实，因为在“一城一策”的总体要求下，房企的沟通难度和成本还比较高。

“我们还是充满信心，预计全国主要城市的房地产市场能够在今年三季度迎来销售回暖。相关部门该给的政策都给了，接下来就是市场信心的修复。”杨欣表示。

另一位不愿具名的机构分析师介绍，房企示范名单接下来可能会动态调整，有望增加到10余家。而房企要获得融资发展的机会，至少需要满足现金流表现趋稳，没有出现债务违约、延期和展期情况等要求。

支持房企合理融资需求

今年以来，房企融资发债可谓是“几家欢喜几家愁”。

据克而瑞研究中心统计，今年4月，房企融资规模同环比均有所下降，融资成本保持在较低水平。其中，100家典型房企的融资总量为641.28亿元，环比下降25.2%，同比下降44.5%。

同策研究院助理院长宋红卫认为，监管机构支持民营房企融资发债，对于房地产行业来说意义较大。“近期，虽然有关需求端的政策在陆续作出调整，具体包括优化调整公积金，放松二手房限售、限购条件等，但只有解决房企融资端的核心问题，才能真正稳定房地产行业发展，恢复购房者的信心。”

中国人民银行上海总部官网发布的信息显示，5月25日，该行与上海银保监局召开上海主要金融机构货币信贷工作座谈会。会议指出，要准确把握和执行房地产金融审慎管理各项要求，保持房地产信贷投放平稳有序，支持房地产开发企业、建筑施工企业的合理融资需求。

“房地产行业仍是中国经济的压舱石和稳定剂。2021年，房地产业增加值77561亿元，比上年增长5.2%，拉动整体经济增长0.4个百分点，对GDP增长贡献率达到4.6%。受疫情影响，短期经济下行压力加剧，而在经济稳增长的政策大环境下，‘撑地产’显得更重要。”该机构指出。

克而瑞研究中心建议，要不断改善房企融资环境，加大民企融资支持力度。“支持房企合理的融资需求，尤其要加大民企融资支持力度，积极运用债券、中期票据等多种融资工具，全面提升民企融资额度，并降低企业融资成本，有序引导企业销售、购地、融资等经营行为尽早回归正轨。”

上海复工复产攻坚：让汽车产业链“转起来”

本报记者 盛兰 张家振 上海报道

6月1日起，经过两个多月的持续奋战，上海进入全面恢复正常生产生活秩序的新阶段。

作为全国乃至全球举足轻重的汽车产业重镇和核心聚集区，上海市汽车产业的“马达”却并未停歇，而是经历了一场重启汽车产业链的“攻坚战”。

4月中旬开始，在经历了短暂停产周期后，上海市以“龙头企业”率先复工复产为抓手，实现了产业链、供应链上的“链式复工”，有力保障了汽车产业链的稳定和保供。

“今天18:30在园区门口集合，统一进厂进行封闭式生产。需要在公司吃住，时间可能长达半个月，公司会提供帐篷和睡袋。”5月20日下午2点，陈夏（化名）突然收到了主管领导发来的进厂复工复产的通知。

陈夏所在的公司位于上海金桥经济技术开发区（以下简称“金桥开发区”），是上汽大众汽车有限公司（以下简称“上汽大众”）的一级零部件供应商。主管告诉她：“上汽大众急需公司配套生产的汽车零部件，我们必须排除万难，加紧复工。”

这只是上海汽车产业链加速“转起来”的一个缩影。上海市汽车产业举足轻重，上海汽车集团股份有限公司（以下简称“上汽集团”，600104.SH）和特斯拉等知名车企的复工复产进程也备受关注。

在统筹新冠肺炎疫情防控与经济社会发展的总体要求下，上海市疫情防控已经取得阶段性成效，复工复产也正在有序推进。根据上海市政府官网5月29日对外发布的《上海市加快经济恢复和重振行动方案》，上海市将于6月1日起取消企业复工复产审批制度，采取建立长三角产业链供应链互保机制、畅通国内国际物流运输通道等政策措施，支持各行业领域复工复产复市，稳步提高企业达产率。

5月30日，上汽集团相关负责人告诉《中国经营报》记者，自复工复产以来，截至5月28日，上汽临港生产基地日均下线车辆的数量已经恢复到满产时的8成左右。与此同时，从5月27日起，上汽临港生产基地开始进行双班生产压力测试。“后续将基于疫情走势和供应链等情况进一步制定复工复产的动态规划。”

上海市经济和信息化委员会（以下简称“上海市经信委”）是此番上海市汽车产业链复工复产的主要负责单位之一。上海市经信委相关负责人近日在接受记者采访时说：“上海市汽车产业链的恢复情况，关乎国内多个城市的汽车产业发展，国内有20余个城市给我们发了几百份协调函，涉及企业多达四五千家。我们每天还会接到大量电话，希望上海市可以给予支持，恢复汽车零部件等产品的供应。与此同时，‘链式复工’也需要各地相关政府部门的紧密配合，在过去两个多月时间里，周边省市为确保上海市汽车产业链的稳定和保供，都给予了很大的支持。”

抓住“龙头”

4月19日，经历了20余天的停产周期后，特斯拉上海超级工厂约8000名员工正式回到了各自的工作岗位上。

工信部此前发布的公告显示，上海市已累计发布4批复工复产“白名单”，其中涉及整车及汽车零部件企业约1500家。截至5月19日，上汽集团、特斯拉在上海的工厂自复工复产以来已分别累计实现2.1万辆和2.6万辆整车下线；全市已有1200余家汽车零部件企业复工复产。

上海汽车产业链的恢复情况，关乎国内多个城市的汽车产业发展。　本报资料室/图

位于上海市西北郊的嘉定区安亭镇，是上汽大众的发祥地。作为国内历史最悠久的汽车合资企业之一，上汽大众位于安亭的工厂已经扩充到4家——上海安亭第一、二、三工厂以及MEB智能工厂，总规划年产能超过100万辆。

据了解，4月18日，作为上海市首批复工复产“白名单”中的“经济支撑类企业”，上汽大众上述工厂开始进行复工复产压力测试，并实现了闭环生产。

在上海市经信委发布的首批复工复产“白名单”企业中，特斯拉则被标记为“必须复工的停产企业”。4月19日，经历了20余天的停产周期后，特斯拉上海超级工厂约8000名员工正式回到了各自的工作岗位上。

吴峰（化名）是特斯拉上海超级工厂的一员，也是参与首批复工复产的一线员工之一。5月初，他告诉记者：“工厂采用的是单班生产模式，每周有1天的休息时间，上班时每天有300元的补助，休息时每天有100元的补助。”

不过，近日有消息称，从5月23日开始，特斯拉上海超级工厂已经开始进行双班制生产，产量已基本与疫情管控前持平，预计6月份有望全面恢复到正常生产水平。对此，特斯拉相关负责人5月30日告诉记者：“还是需要根据疫情走势等具体情况来确定生产规划。”

“汽车产业的产业链非常长。特斯拉上海超级工厂的复工，意味着许多零部件供应商也需要实现协同复工。”特斯拉全球副总裁陶琳表示，特斯拉向上海市经信委等各级政府部门、长三角其他省市政府部门以及国务院联防联控小组提交了一份涵盖100余家零部件生产商的名单。

上海市经信委相关负责人向记者透露，目前，特斯拉需要协同复工的零部件生产商已基本实现协同复工。“因为特斯拉作为纯电动整车企业，自身并不涉及零部件生产环节，并且在国内只有两款量产车型，我们需要协调的零部件供应商只要到一级或者二级的程度便可以。”

“但是上汽集团仍需努力。”该负责人坦言，上汽集团旗下的子品牌众多，涉及10余个车型，而且多是燃油车型，需要的零部件种类很多。此外，上汽集团旗下还有众多零部件公司，需要协同复工的供应商可能会到五级甚至六级，涉及几千家汽车零部件企业。

“汽车产业链中的供应商均会对整车企业的复工复产产生关键性影响。目前，在推动上汽集团稳步提升产能的情况下，我们要保障汽车零部件的有效供应，保障其每天的零部件库存至少能满足三天的生产需求，按照三天的生产预警线来保供。”上述上海市经信委相关负责人说。

某外商独资企业旗下位于金桥开发区的工厂，是上汽通用重要的角度传感器供应商。该工厂车间主任刘文（化名）告诉记者：“上汽通用工厂在复工复产之后，急需这种零部件。为了实现产业链的运转，上汽通用和金桥开发区管委会进行了协商，希望让我们工厂可以协同复工复产。我们公司也在4月20日向金桥开发区管委会提出申请，随后被列入第二批复工复产‘白名单’。”

“目前公司还没有全面复工，参与封闭生产的一线操作员工共有12人，虽然自己并不是一线操作人员，这段时间也需要在生产线上协助生产。”刘文表示，在封控之前，公司角度传感器1天的产能是2000～3000个，现在1天的产能大概1500个，只能保证基本的出货量。

“链式复工”

“在过去的两个多月，周边省份为上海市汽车产业链的稳定做出了很大贡献。”

“汽车产业‘牵一发而动全身’，产业链条复杂。整车厂复工复产需要上下游产业链实现‘协同复工’。”上海市经信委相关负责人向记者坦言，上海市一地的车企复工复产无法带动周边地区所有产业链，“链式复工”仍需各地政府相关部门紧密配合。

事实上，早在3月中旬，上海市经信委部分工作人员便已“驻扎”在办公室。“在这两个多月的时间里，我们一直在为汽车产业链、供应链的稳定做保障，每天的任务都很艰巨。”

上海市经信委相关负责人介绍：“目前，上海市有两个汽车产业专班，一个是上海市经信委牵头成立的‘双链（产业链和供应链）保供’专班；另一个则是在工信部装备司牵头下，由工信部、上海市相关部门、上汽集团、特斯拉以及目前交通物流等存在瓶颈问题的各省市县工信部门组成的专班，专门保障汽车零部件等的运输，工作专班每日都要召开例会。”

“我们建立了‘红灯机制’，每天要准备‘红灯清单’。”上述负责人表示，这些清单涵盖了需要协同复工复产的企业，“红灯”则预示着需要紧急对接安排协同复工复产的企业或者需要打通物流仓储的地区。“例如，某车企所需的原材料库存量达到预警线，该原材料生产商便会被纳入清单，我们会与属地沟通协同复工。”

“‘红灯清单’每天都会更新，每天凌晨1点左右就要形成第二天的清单，因为要盘库存，这个工作量是巨大的，每天的工作便是让这份清单清零销项。”上述负责人感慨道，“在过去的两个多月，周边省份为上海市汽车产业链的稳定做出了很大贡献。事实上，实现汽车产业链协同复工并不是一件易事。”

据介绍，围绕特斯拉上海超级工厂，众多汽车零部件供应商在江苏省南京市、苏州市、无锡市和浙江省宁波市、绍兴市、台州市等长三角地区组成了特斯拉“4小时朋友圈”。而汽车零部件供应商聚集的长三角地区在此次新冠肺炎疫情反复中受影响较大。

对如何帮助车企实现异地零部件供应商协同复工的问题，前述上海市经信委相关负责人感慨道：“比如，我们在与外省市相关部门沟通零部件生产商协同复工事宜时，‘动之以情，晓之以理’，利用单位和整车厂的影响，再动用个人人脉和感情，希望当地可以协助相关企业复工复产。”

“需要当地工信部门协助的工作主要包括安排工作人员进入工厂，哪怕是小批量复工也可以；如果无法实现员工进厂复工，我们也希望当地部门可以安排部分人员进入厂区清理库存，让库存的零部件可以从当地运到上海市，最后则是请当地政府部门协调发放运输通行证。”上述负责人告诉记者。

而除了整车厂需要解决产业链供应链协同复工问题外，零部件制造商同样面临着协同复工的问题。

宁波均胜电子股份有限公司（以下简称“均胜电子”，600699.SH）子公司均胜汽车安全系统（上海）有限公司是纳入上海市首批复工复产“白名单”的企业之一。均胜电子相关负责人告诉记者，公司在上海自贸区临港新片区和青浦区均设有工厂，其中临港工厂在上海市实行封控管理前便已经处于封闭生产状态，青浦工厂则于4月中下旬逐渐复工。

在实现复工复产后，均胜汽车安全系统中国区副总裁朱晓峰在接受媒体记者采访时说：“我们每天都在看上一级、再上一级的供应商，确认它的供应‘断点’在哪里，以协助释放再上一级供应商的产能。”

跨省市物流运输链

“实际上，车企将配套的零部件从位于异地的生产商厂房运回上海市，最多的时候可能需要办6张通行证。”

在上海市汽车产业复工复产过程中，除龙头车企带动本地零部件供应商协同复工复产外，还需要打通跨省市物流运输链的“堵点”“卡点”。

“异地物流运输的情况仍在动态变化，我们还在不断‘攻坚’当中。”上海市经信委相关负责人向记者说，“目前在上海市区内，复工企业可以申请车辆通行证，上海市内运输压力已经基本舒缓了，也不会阻拦市内持有通行证的车辆离沪，但上海至外地的物流运输效率仍有待提高。”

一位国内“造车新势力”高管也向记者感慨：“在前段时间，工厂在与上海市相关零部件供应商对接过程中，运输环节面临着很多困难，检查站比较多，即使没跨市域可能也会面临检查，目前这种情况已经得到改善。”

与此同时，长三角地区的多位卡车司机向记者确认，货物运输价格与之前相比已经至少涨了一倍。“司机在路上耗费的时间更多，生活不便利，承担的风险也大很多。最初一段时间，部分地区甚至要求司机在当地隔离14天，费用要自己承担。”一位司机说。

上海市经信委相关负责人向记者坦言：“实际上，车企将配套的零部件从位于异地的生产商厂房运回上海市，最多的时候可能需要办6张通行证：由上海市本地审批的通行证，异地生产商所在的省、市、县、街道分别审批4张通行证，以及车企所在地政府部门开具的1张人员通行证，车企工作人员需前往当地高速公路出口接车。”

“全国制发统一的《重点物资运输车辆通行证》之后，上海市与某零部件供应商所在省份之间的通行证实现了互认，无需再申请该省的通行证。”上海市经信委相关负责人举例称，“与市、县间的交通仍旧没有完全打通，仍需在当地向相关部门申请。在没有建立工作专班机制时，上海与该地运输车辆的办证率不到10%。随着疫情的好转，办证率已接近100%。”

“目前，仍有不少地区需要继续协同打通物流运输通行证问题，而且具有较大不确定性。如果某地突然出现疫情，就需要去协调沟通物流运输问题，工作专班每天都要围绕这一问题进行沟通。”该负责人进一步说。

与此同时，为了解决物流运输问题，中转站模式成了另一种解决途径。在中转站模式下，各地将货物运至指定地点，由专人卸货，再将货物装至来自上海市的货车，统一送至上海市终端仓。

据介绍，在国家联防联控机制推动下，上海市已与浙江省、江苏省协同建立了长三角地区重要物资应急保供中转站。首批中转站共6个，其中上海市2个，分别位于嘉定区和闵行区；浙江省2个，分别位于杭州市和宁波市；江苏省2个，仍处于在建当中。

上海市经信委相关负责人告诉记者：“目前，中转站已经投入使用。例如，广东、湖南和湖北等地的部分货物会运到宁波中转站，再运到上海市。但是，中转站设立的初衷以及定位需进一步明晰，功能还有待进一步发挥，存在的问题仍需突破。”

他向记者解释道，目前中转站只能打通上海与非疫情地区之间的物流运输，涉疫地区与涉疫地区之间仍旧无法全部打通。“例如，上海想从某涉疫地区往上海运输汽车零部件，但是该地区并不允许该区的车辆与外界通行，运输车无法将货物运往中转站。”

除在国内汽车产业链中需完善运输体系外，上海市还承担着整车及汽车零部件进出口的重任。如何将整车运出去，并将进口的车辆、零部件和原材料分别运往国内各经销商、整车商和零部件生产商处，则是面临的另一个“考题”。

上海海通国际汽车码头有限公司（以下简称“海通公司”）旗下的上海外高桥港区海通码头是全国最大的汽车滚装码头，外高桥口岸也是全国最大的汽车进出口口岸。

与此同时，地处临港新片区的上海南港码头正承接外高桥港区逐步南迁的进出口滚装业务。今年初，海通公司已经与临港集团签订了租赁运营协议，负责南港地区汽车业务运营。

海通公司相关负责人告诉记者：“海通公司作为上海市第一批重点港航保供保畅企业，承担民生保障任务，需在疫情防控特殊时段维持运作。从3月11日上海市实行切块式网格化管理以来，公司便通过采取人员闭环管理的方式保证码头的运转。截至5月9日，海通公司外高桥港区在岗闭环管理员工总计906人，管理人员123人，公司复工比例达28%。”

记者从海通公司方面了解到，今年1～4月，海通公司旗下码头共装卸84.7万辆整车，疫情期间日均业务量为5000辆，而疫情之前日均业务量则达9000辆。“在码头装卸业务方面，受封控影响，码头原有的集疏运体系受到了比较大的挑战。外贸进口车辆无法按计划分拨，因此外贸进口船公司纷纷改靠天津、宁波、广州等港区，对原有外贸业务带来一定程度的分流影响。”该海通公司相关负责人说。

据介绍，为了解决外高桥港区外贸出口车辆无法正常集港问题，海通公司利用旗下位于江苏省的太仓港区这一非疫情区港口，创新了外贸出口车辆“太仓集港-江轮短驳-外高桥出口”的“陆改水”作业模式。

一位负责从江苏往上海运输轿车的司机告诉记者：“往常我们从工厂装载货物后便直接走高速运至上海市，现在需要把车辆从工厂运到太仓港，再经由太仓港运输至上海市。”

防疫不松懈

“工厂里设有员工宿舍，两人一间的标准，自己和同在工厂的妻子被安排在一间宿舍。”

对公司目前的生产运行情况，威马汽车科技集团（以下简称“威马汽车”）创始人、董事长、CEO沈晖向记者坦言：“威马汽车是国内‘造车新势力’中唯一一家总部位于上海市的车企，集团的设计及采购中心、研发中心都在上海。如果人流、物流无法恢复运转，影响可想而知，我们也希望能早日全面实现复工复产。”

吴峰坦言，很高兴能回到特斯拉超级工厂上班。“虽然暂时需要住在工厂二楼的办公室，但一日三餐由工厂供应，工厂也派发了睡袋、洗漱用品等生活物资，生活有了保障，休息时工厂还会组织一些休闲娱乐活动。”

位于浦东新区的上汽集团一家零部件供应商员工陈斌（化名）则一直在公司进行封闭生产。“不过，由于公司所需的生产原材料供给并不稳定，有原材料的时候就生产，没原材料的时候只能等。”

据陈斌介绍：“工厂里设有员工宿舍，两人一间的标准，自己和同在工厂的妻子被安排在一间宿舍，每日都有送餐公司按时送餐食。和待在出租屋拿底薪相比，在公司上班更有安全感。”

在复工复产企业中，吃住、办公都在工厂的也不乏公司管理人员。上汽大众上述高管便告诉记者：“在4月中下旬，我就和很多同事一起进入公司，开启了吃住在公司的生活，在办公室放置了一张床，一日三餐由公司食堂负责。公司也承担了相应的防疫压力，在设立紧急隔离点、供应一日三餐、提供抗原核酸检测等方面都很严谨。”

刘文所在的公司在向金桥开发区管委会提交复工复产申请时也一并提交了公司制定的复工复产工作专项方案。刘文向记者提供的材料显示，在专项方案中，公司成立了复工复产与疫情防控专项小组，由公司总经理牵头，人事部、生产部、物流部、采购部和财务部等部门负责人为组员，统筹推进各项工作。

与此同时，该公司还详细列明了场所分区分类管理、员工管理等多项管理方案。在员工管理方面，该公司指出，员工需每日做健康监测和登记，进行抗原和核酸检测；实施全程封控管理，不同班组员工之间需要做到无接触换班等。

根据临港新片区管委会官网发布的信息，为了解决特斯拉复工复产所面临的问题，管委会成立了工作专班，“一企一策”指导企业疫情防控。“管委会先后与浦东新区和奉贤区等职能部门、各相关街镇和特斯拉供应商建立了紧密的工作对接机制。协调支持员工返厂，与全市有关各街镇和所属居村委会对接协调，实施‘早抗原、晚核酸’的高密度检测。此外，还加强了车辆通行保障，确保物料、员工等在满足疫情防控前提下，高效组织并运输到位。”

前述上海市经信委相关负责人对记者说：“对于特斯拉员工返岗，临港新片区管委会做了大量工作，首先要跟员工所在属地进行沟通，一一确定这些员工的基本情况，在确定好个人居住的具体详细信息之后还要了解个人的健康流动情况以及所在社区情况。此后，再安排大巴把员工一个一个地接到工厂。”

“目前，特斯拉还没有全面复工复产，因为需要实行全封闭生产，工厂能够容纳员工的数量有限。”上述负责人还告诉记者，此外，特斯拉的防疫工作需要一些专业机构支撑，比如安排应急隔离设施和核酸检测机构，政府相关部门也提供了口罩、防护服和抗原试剂等物资的支持。“在员工生活保障方面，如果特斯拉无法通过自有渠道全部解决，政府部门也将提供‘托底’支持。”

陈夏和同事在进入工厂后，在仓库里放置了20顶单人帐篷，以解决临时驻厂住宿问题。5月30日，陈夏告诉记者，在工厂进行为期3天的静默期管理后，她便进入生产车间工作了。“今天小区居委会的工作人员告诉我，在6月份以后，我便可以在小区和工厂之间正常通勤，不过仍需做核酸检测。”

随着各产业链、供应链加速复工复产，上海市汽车产业链正开动马达加速“转起来”。往日充满活力的“大上海”也正加速回归。

主编/郝成 编辑/郝成 美编/刘洋 校对/陈丽
haocheng@cbnet.com.cn

多部委联手补贴企业 稳定大学生就业率

本报记者 索寒雪 北京报道

临近毕业之时，北京、上海的高校毕业生因为疫情无法像往年一样，去招聘单位面试和实习，但是这并未影响今年的就业大势。

“从数据上看，今年的就业情况与往年持平，研究生的签约率还有一定的提高。”北京学院路一所高校的就业负责人向《中国经营报》记者表示，“现在公务员考试和事业单位考试都推迟了，如果下半年考试能够进行，就业率会进一步提高。”

据了解，2022年中国高校毕业生规模达到1076万人的新高，在国内外环境不确定性因素增多的情况下，促进就业的任务更重。

随着毕业季的来临，一系列促进大学生就业的政策也相继出台。近日，《国务院办公厅关于进一步做好高校毕业生等青年就业创业工作的通知》（以下简称《通知》）指出：“支持中小微企业更多吸纳高校毕业生就业，按规定给予社会保险补贴、创业担保贷款及贴息、税费减免等扶持政策，对吸纳高校毕业生就业达到一定数量且符合相关条件的中小微企业，在安排纾困资金、提供技术改造贷款贴息时予以倾斜。”

研究生就业率提高

“从数据上看没有太大起伏，但是整个签约时间，由于疫情的原因正在推后。”

“与往年最大的不同是，今年研究生就业形势非常好，主要是研究生自己在积极签约就业。”前述高校的就业负责人向记者表示，“以往，在毕业答辩之后，研究生会被几家单位同时抢，但是学生自己并不着急，他们会慢慢地挑选。”

但是，今年研究生的态度发生了转变。“他们也意识到就业形势的严峻，因此非常关注好的岗位，一旦有机会就会提前签约，这是导致研究生签约率提高的原因。”上述负责人说。

对于本科生就业问题，该负责人表示：“从数据上看没有太大起伏，但是整个签约时间，由于疫情的原因正在推后。”

他还表示：“现在，企业没有办法见到学生，学生也没有办法实习，中等规模以上的企业还是非常注重毕业生的面试的。”

2020年疫情暴发后的两年多来，国有企业和事业单位响应国家号召，积极吸纳高校毕业生。

“各单位向毕业生释放了很多就业岗位，我们能感觉到企业也很难，岗位释放速度也有限。”上述负责人表示，“企业各层次的岗位都在向大学生开放。”

因此，他经常对学生们说：“不要因为自己有大学背景，就好高骛远，没有喜欢的岗位就不参与就业，而是要把自己的眼界放下来，期望值要降低。”

此外，与前两年相比，2022届毕业生的学习环境也发生了重大变化。

2020年毕业的学生，在校园学习了3年半的时间，只有半年是因为疫情在线上课。而2022年的毕业生则在大学期间度过了接近3年的疫情时间。

“由于一直是在线上课，所以理工科的知识，线上学习的效果不及线下课，尤其一些实习也因为疫情而取消，对学生锻炼动手能力是非常不利的。”上述负责人表示，“按照常规情况，我们的毕业生到达岗位后，可以直接上手工作。”

统计时间点推后

由于疫情的原因，相关就业手续正在优化。

按照以往的时间点，教育部门在8月31日会截止就业统计结果。

上述负责人建议：“现在，由于疫情的原因，事业单位考试延后了，有些考试安排在9月和10月，所以，就业统计也应该适当延后。”

据了解，高校的毕业统计系统与教育部门相关联，教育部门可以实时关注到各个高校的就业情况。

由于疫情的原因，相关就业手续正在优化。

5月13日，国务院办公厅印发《通知》，要求做好当前和今后一段时期高校毕业生等青年就业创业工作。

该《通知》显示，从2023年起，不再发放《全国普通高等学校本专科毕业生就业报到证》和《全国毕业研究生就业报到证》，取消就业报到证补办、改派手续，不再将就业报到证作为办理高校毕业生招聘录用、落户、档案接收转递等手续的必需材料。

受疫情影响，很多工作都在网络上进行，目前高校正在健全高校毕业生网上签约系统。

上述《通知》提出，鼓励受疫情影响地区用人单位与高校毕业生实行网上签约。对延迟离校的应届高校毕业生，相应延长报到入职、档案转递、落户办理时限。

毕业季来临，疫情下的就业问题受到多方关注。 新华社/图

多部委联手促就业

养老保险费缓缴期限实施到2022年年底。

稳就业，需要多部委形成合力。前期，人社部会同财政部、税务总局对餐饮、零售、旅游、民航、公路水路铁路运输等5个特困行业，实施阶段性缓缴三项社保费政策，其中养老保险费缓缴期限3个月，失业保险和工伤保险费缓缴期限不超过1年。

5月31日，人社部副部长李忠表示，受疫情影响严重地区生产经营出现暂时困难的所有中小微企业、以单位方式参保的个体工商户，阶段性缓缴三项社会保险费单位缴费部分，缓缴期限实施到2022年年底。

此外，“在5个特困行业实施阶段性缓缴社会保险费政策的基础上，进一步扩大到受疫情严重冲击、行业内大面积出现企业生产经营困难、符合国家产业政策导向的其他特困行业，养老保险费缓缴期限实施到2022年年底，工伤、失业保险费缓缴期限不超过一年，原来明确的5个特困行业缓缴养老保险费期限相应延长到年底。”李忠表示。

国家发改委新闻发言人孟玮表示，国家发改委将通过保市场主体保就业。在做好疫情防控条件下，推进企业复工达产。加快落实退税减税降费、缓缴社保费等助企纾困政策，更大力度推进降成本工作，加强对制造业、接触型服务业、中小微企业和个体工商户的精准支持，进一步减轻市场主体负担，帮助他们挺过难关、守住岗位。

人社部则表示，将进一步完善毕业生就业创业的支持政策，推进政策落实打包快办，加快政策兑现，引导毕业生到中小微企业、城乡基层就业，稳定扩大国有企业招聘，稳定事业单位、基层项目招聘招募。

400余家受调研外企超七成在华增资超5% 稳外资政策已见成效

本报记者 裴昱 北京报道

如果将投资额超过1亿美元视为大型项目的标准，那么，2022年1至4月，每天有1.5个大型外商投资项目在中国落地。这就是面对复杂外部环境的中国交出的“稳外资”答卷。

外资对中国的信心更多地在5月30日中国贸促会发布的《2022年第一季度中国外资营商环境调研报告》（以下简称《报告》）中显现出来。《报告》指出，与2021年四季度相比，71%的受访外资企业维持了业务规模，16.4%的企业扩大了业务规模，72.1%的企业在华增资幅度大于5%。值得注意的是，42.6%的外资企业仍将长三角作为计划投资的主要区域。

调研显示，成本提高和市场竞争是外资企业在华投资面临的最大问题。但中央已出台多项稳外资的政策，外资企业表示普遍看好中国高质量发展新机遇。多位受访专家告诉《中国经营报》记者，更高的安全性和回报率是跨国公司选择投资地的重要因素。“从这个意义上来看，中国依然是最好的投资热土。”

稳外资仍是重要任务

2022年以来，我国经济发展环境的复杂性、严峻性、不确定性上升，给外资企业在华生产经营带来一定挑战。《报告》显示，未来我国利用外资形势将更加复杂严峻，实现全年稳外资目标任务艰巨。

商务部数据显示，2022年1至4月，全国实际使用外资金额4786.1亿元人民币，同比增长20.5%。全国新增合同外资1亿美元以上大项目185个，相当于平均每天有1.5个外资大项目落地。

受访专家表示，随着我国开放红利的释放，一系列改善营商环境、吸引外资的政策效果不断显现，外资对我国营商环境的满意度提升。但受新冠肺炎疫情反复影响，内外部不确定性加大。

对外经济贸易大学国际经济贸易学院教授崔凡在接受《中国经营报》记者采访时表示，我国前4个月实际利用外资金额有较大增幅，但是由于疫情影响，3月和4月的同比增幅逐月有所下降。“5月份的数据还没有出来，稳外资仍然是今年的重要任务。”

中国贸促会新闻发言人、办公室主任于毅表示，受需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力叠加疫情影响，我国“稳外资”仍面临外部环境挑战和内部条件约束“双重压力”。

《报告》显示，60.5%的外资企业表示未来没有在华增资打算，25.9%的外资企业不确定是否在华增资，仅有13.5%的外资企业未来有在华增资打算。

“主要压力还是疫情导致的供应链中断、生产中断，要尽快控制疫情恢复生产。”崔凡告诉记者，“虽然存在印太经济框架等干扰因素，但是如果我们坚持供给侧结构性改革，持续改善营商环境，利用好RCEP等经贸协定，扩大对外开放，我们就能够保持中国对外商投资的吸引力。”

于毅透露，调查中，受访外资企业提出五方面建议：一是统筹抓好常态化疫情防控和经济社会发展；二是不断提升政策制定的科学性、完备性；三是努力营造公平竞争环境，增强外企发展信心；四是精准施策，提升跨境贸易便利化；五是持续强化外资企业知识产权保护。

持续看好在华发展前景

尽管国内外形势严峻复杂，但中国安全稳定的社会经济环境，稳健成长的宏观经济基本面，持续完善的产业链供应链体系，不断提速的消费和产业升级，日趋庞大的国内市场规模，成为外商投资中国长期持续增长的基本条件。

《报告》显示，与2021年四季度相比，71%的受访外资企业维持了业务规模，16.4%的外资企业扩大了业务规模，72.1%的外资企业在华增资幅度大于5%。外资企业持续看好在华发展前景，13.5%的外资企业未来有在华增资打算，超半数外资企业表示市场和企业战略是在华增资主因，42.6%的外资企业将长三角作为计划投资的主要区域。

霍尼韦尔中国总裁余锋表示，“霍尼韦尔深耕中国市场近90年，疫情不会动摇公司在中国长期发展的信心。新冠肺炎疫情发生以来，我们由衷感受到了中国市场的强大韧性以及中国持续扩大对外开放的愿景”。

“近年来，中国扩大开放的举措给我们带来了新的机遇，公司在中国的业务正在加快步伐。”余锋说。

据了解，霍尼韦尔过程控制（中国）运营中心和创新研发中心目前已进入试运行阶段，该项目是霍尼韦尔在中国的最新投资项目之一。

近日，中央多次表态多措并举稳外资外贸，持续扩大高水平对外开放。5月31日，国务院印发扎实稳住经济一揽子政策措施中提到，在已纳入工作专班、开辟绿色通道推进的重大外资项目基础上，充分发挥重大外资项目牵引带动作用，尽快论证启动投资数额大、带动作用强、产业链上下游覆盖面广的重大外资项目。加快修订《鼓励外商投资产业目录》，引导外资更多投向先进制造、科技创新等领域以及中西部和东北地区，支持外商投资设立高新技术研发中心等。

于毅表示，下一步将充分发挥贸促系统服务外资企业专班作用，加强对重点外资企业和项目服务，广泛收集外资企业诉求并推动解决；组织跨国公司、外国商协会“地方行”等活动；更好发挥“投资中国”平台作用；举办外资企业座谈会、政企对话会，为外资企业在华发展提供更优环境、更好服务。

《报告》由中国贸促会通过问卷调查、企业座谈等方式完成，共有400多家外资企业参与调研。参照世界银行最新实行标准，评价外资营商环境满意度的指标包括市场准入、获取经营场所、促进市场竞争和办理结业手续等10方面。

全力以赴稳住市场主体 财政重点支持中小微企业纾困

本报记者 杜丽娟 北京报道

为贯彻落实全国稳住经济大盘电视电话会议精神，5月30日，全国财政支持稳住经济大盘工作视频会议召开。会议强调，在当前统筹疫情防控和经济社会发展的关键时刻，要兜牢基层“三保”底线、保障县区财政平稳运行。

财政部部长刘昆在会上表示，各级财政部门要把稳增长放在更加突出位置，着力保市场主体以保就业保民生，努力确保二季度经济实现合理增长和失业率尽快下降。

记者了解到，今年以来，各地坚持稳字当头、稳中求进，有力统筹疫情防控和经济社会发展，扎实做好“六稳”“六保”工作。整体看，我国经济运行总体实现平稳开局。

数据显示，今年前两个月多项经济指标好于预期。但4月份以来，受新一轮疫情和国际局势变化等超预期因素叠加影响，中国经济恢复势头受到打击。

来自财政部的数据显示，1~4月累计全国一般公共预算收入74293亿元，扣除留抵退税因素后增长5%，按自然口径计算下降4.8%。

对前4月全国财政收入增速的下降，中国财政科学研究院宏观经济研究中心研究员石英华认为，其原因主要和财政政策主动作为有关，从具体措施看，税费减免、新增退税、缓税政策等集中实施，很大程度上对财政收入增速产生了影响。

“从短期看，财政收入增幅会有波动，但长远看，中国经济发展稳中向好的基本面不会改变。”石英华说。

石英华的这种预判，一定程度上来自国务院对当前经济形势预期做出的政策调整。

5月23日，国务院印发稳经济6方面33项一揽子政策。《中国经营报》记者梳理发现，33项政策中，有24项直接涉及财政部门的职责，内容主要涵盖税收、专项债券、政府采购、支出政策和民生社保等方面。

在上述财政支持稳住经济大盘工作视频会议上，财政部明确表示，要全力以赴稳住市场主体，支持中小微企业纾困解难健康发展。

在具体措施上，目前财政部已经加大政府采购支持中小企业力度，将面向小微企业的价格扣除比例提高至10%~20%，同时降低中小企业参与政府采购工程门槛，并在今年阶段性将预留采购份额由30%以上提高至40%以上。

除此之外，财政部还扩大实施社保费缓缴政策，将中小微企业、个体工商户和餐饮、零售等五个特困行业缓缴养老等三项保险费政策阶段性实施至今年底，并扩围至受疫情严重冲击、行业内大面积出现企业生产经营困难、符合国家产业政策导向的其他特困行业。

数据显示，一季度实施的制造业中小微企业缓缴税费金额达3335亿元，这为企业，特别是小微企业及个体工商户的纾困解难发挥了积极作用。

记者注意到，经济逐步修复过程中，财政除了保市场主体正常运转外，其主动作为也体现在加快财政支出进度，尽早发挥资金和政策效益等方面。

一直以来，中央坚持将“三保”支出作为预算支出重点，各地在统筹中央转移支付资金和自有资金的同时，也加大对市县“三保”的转移支付支持力度。

按照全国人大批准的中央预算，2022年中央对地方转移支付约为9.8万亿元，同比增长18%。其中正常转移支付为9万亿元，同比增长8.4%，相比以往，今年8.4%的增幅也处于较高水平。

在财税人士看来，转移支付比例的提升，表明中央正在以最大程度的下沉财力，兜底“三保”底线，这将支撑经济大盘企稳回升。

记者从财政部获悉，按照“县级为主、市级帮扶、省级兜底、中央激励”原则，财政将落实分级负责制，首先保障教师等重点群体工资、养老金等按时发放，并将疫苗接种、核酸检测、患者救治、防疫物资及必要生活物资保供等疫情防控必要支出，作为“三保”支出的重要内容。

在“稳增长”背景下，加快地方政府专项债券发行使用并扩大支持范围，着力促进稳增长、稳投资也成为财政部当前一项重要工作。

根据财政部的安排，当前要加紧推进已纳入年度计划安排的重大工程建设，用好已下达的地方政府专项债券资金，尽快形成实物工作量。

统计显示，截至5月27日，我国已累计发行新增专项债券1.85万亿元，较去年同期增加约1.36万亿元，占已下达限额的54%。

财政部还要求，省级财政部门要抓紧调整专项债券发行计划，合理选择发行时间，加快支出进度，确保今年新增专项债券在6月底前基本发行完毕，力争在8月底前基本使用完毕。

财政部副部长许宏才介绍，截至4月底，已经发行的专项债券安排项目超过1.1万个，有1200亿元的专项债券用作了重大项目的资本金，为扩大有效投资、稳定宏观经济提供有力支撑。

在中共中央宣传部就财税改革与发展有关情况举行的发布会上，许宏才表示，下一步将继续深入贯彻党中央、国务院关于退税减税决策部署，坚持财政政策靠前发力，用好政策工具箱，为稳定宏观经济大盘出力，促进经济运行在合理区间。

骑行热致“一车难求” 千亿市场持续升温

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

春夏时节，不少人开始把自行车作为出行工具的新选择，户外骑行也掀起了一股热潮。与此同时，自行车市场却出现了“一车难求”的景象，即将上岗的胡佳想选一款心仪的公路车，跑了几家门店均被告知最少要等三个月。

新一轮“骑行热”，也在助推相关产业的发展。《中国经营报》记者在小红书平台搜索“骑行”有90万+笔记，“骑行装备”“骑行露营”等词条有1万+。近日，记者联系捷安特、美利达、喜德盛线下店咨询销量情况，多位负责人表示近期销量约有30%的增长，但普遍缺货，主销车型尤其紧缺。

对此，专家认为，未来骑行运动将会持续升温。北京关键之道体育咨询公司创始人兼CEO张庆指出，骑行在近两三年迈入了蓬勃发展的新阶段，国人逐渐将其视为一种健康的生活方式，并且拉动了中高端自行车市场的扩容。经过这轮“骑行热”，大众渴望亲近自然的社会心理需求也将进一步推动户外运动的发展，而中国一直是自行车大国，有较好的工业基础，加上“双碳”背景下的助推，未来对自行车上下游产业链都会形成一个明显的带动效应，比如在骑行相关的设备、赛事、短途游等方面。

“一车难求”

不仅销售门店出现需求热，租赁门店也出现了“一车难求”的场景。

“最近去了6家店，跟我说最多的就是没货，调货也没有。”胡佳说起自己四处求购自行车的经历时表示。据了解，她要选的是某品牌的一款公路车，价格在1.5万元左右，由于车型和颜色都属于热门，所以需要预订等货。

像胡佳这样费尽心思求购一辆心仪公路车的年轻人并不少。此前，据央视报道，“五一”假期前自行车和相关骑行产品的销量直线上升，部分门店自行车销售增长了30%。同时，不少热门车型都出现了供不应求的现象。

不仅销售门店出现需求热，租赁门店也出现了“一车难求”的场景。记者得知，今年4月份以来，成都100公里绕城绿道周围的自行车租赁销售也日渐火爆，每到周末也会出现“有客无车”的情况。成都自行车经销商王杰表示，自行车的销售数量比往年同期涨了50%，目前公路车“基本没货”。

记者从多个自行车线下门店处了解到，目前价格在1万～1.5万元之间的自行车最受欢迎，近期一些热门车型处于断货状态，门店已经向厂家方面报告热销情况，申请加班处理。

据相关人士王拓（化名）透露，今年一季度，自行车销售额相较于往年同期呈现明显增长态势。前年，受疫情影响国外工厂停工停产，王拓的公司抢抓生产发展机遇，产品主要以出口为主。但今年，国内的订单明显增多，整体订货率超出去年一倍还多。目前订单已经排到了明年。

春夏时节，户外骑行掀起了一股热潮。　新华社/图

根据Research And Markets数据，2020年全球自行车市场价值为437亿美元，受疫情影响带来的增长预计持续五年甚至更久，保守预计全球自行车市场价值将在2027年达到823亿美元，乐观预计2027将达到1405亿美元。

王杰认为，当前自行车行业正在逐渐回暖，同行们的单车销售量也都至少提高了三分之一。

“骑行热”来临

盘古智库高级分析师江瀚认为，当前“骑行经济”处在一个发展的良好机遇。

“一车难求”的背后，是国人掀起的新一轮的骑行运动热。美骑网数据显示，目前自行车运动的主要群体为18～40岁青壮年人群，占比达到69.89%，坚持每周高频次骑行用户已达到70.12%。这直接带动了相关装备的升级。

张庆分析这轮“骑行热”在国内兴起的原因，“一是骑行本身就是一种替代性的交通方式，公共交通受到影响后势必会凸显其作用；二是旅行受限，人们更渴望亲近自然，进一步催速这一运动。”

张庆指出，此前，在国人心里，自行车仅作为一种代步工具，但近两三年大众的消费心理发生了变化，随着骑行专业爱好者的增加，中高端装备消费也出现了拉升，其中高端的自行车市场整体收入都提升了超20%，千元以上的自行车也有小幅的增长，其增幅超过13%。

互联网工作者高达（化名）告诉记者，他从2021年开始关注骑行，目前在骑行设备上就花了5万多元，其中包含3万元左右的公路车，其余的是一些头盔、服饰、码表、踏频器、骑行台等设备和保养的费用。

记者了解到，自行车种类有平衡车、旅行车、山地车、公路车，价格在1000起步，上不封顶；时下年轻人大多选择捷安特、美利达、迪卡侬等品牌，更有消费者会选择闪电、Trek等高端自行车品牌；而与之相应的，夜驴骑、李宁、三夫户外这些品牌的专业骑行装备系列也在不断推新。

从中国自行车协会最新公布的数据来看，去年上半年自行车规模以上企业营业收入357.1亿元，同比增长45.4%；实现利润13.6亿元，同比增长77.0%。

盘古智库高级分析师江瀚认为，当前“骑行经济”处在一个发展的良好机遇，此前像共享单车、共享经济崛起时间已经很长，大众消费者对骑行运动的市场认知程度比较高。

张庆认为，自行车需求的激增，对上游配件供应企业和中游车商都有刺激作用。随着自行车成为一种潮流性的消费品，其时尚化和数字化程度也值得车商关注。但核心零部件值得重点投入，比如，目前装配有碟刹的公路车是在自行车消费升级的过程中最受欢迎的一个品类。

从事自行车销售与生产的负责人胡先生亦指出，受全球疫情影响，零部件供应问题进一步加剧了从去年开始的高档自行车短缺，因此目前产能出现供不应求的情况。“我们需要进一步提升零部件品质和档次，攻克变速器等‘卡脖子’技术，让中国制造走得更远。”胡先生激动地表示。

线下成为主要渠道

目前主流的线下自行车门店分为官方旗舰店、加盟店和代理商店三种。

环保工作者张安琪告诉记者，自己在去年选车时也在线上“做了攻略”，多番比较，跑了几家门店看车，最终选择了捷安特的一款适合女性的公路车。

“消费者在购买的时候更倾向于线下，是因为线下产品能够体验，产品的适配性也能够立即通过现场反馈，但线上会缺乏体验感。根据艾媒过去对于自行车类产品的监测来看，对于自行车的线上销售，网民的满意度总体来说并不高，整体满意度仅在50%出头。”艾媒咨询首席分析师张毅指出。

经记者了解，目前主流的线下自行车门店分为官方旗舰店、加盟店和代理商店三种。旗舰店大多为品牌直营，比如Trek，店内有专业技师，且货品齐全，可提供多种服务；加盟店是需要个人支付加盟费，拥有品牌车款的经销权利；代理商店则主要经营国外品牌的自行车，主要面向中高端用户，而且大都是多个世界著名品牌的区域一级或二级代理。

经记者了解，目前捷安特、美利达、喜德盛等门店的主销车型普遍缺货。多个受访者表示，希望在线下选购实体自行车，至少要能在线下提车。

王杰则表示，不管旗舰店还是加盟店、代理商，中高端自行车的维修和保养都是消费者普遍关心的问题。

对此，张安琪告诉记者，“我所购的品牌在北京有多个实体店，能够满足打气、换锁的日常需要，这一点挺满意的，也会推荐亲友购买。”

线下聚集的不只是消费者，还有相关的俱乐部和赛事。捷安特的相关人员表示，在6月将会举行百强俱乐部的夏季争霸赛，目前参与俱乐部多达1300多个。

张庆告诉记者，随着骑行人群的不断壮大，骑行俱乐部的数量也在增加，能够帮助扩大消费群体和增强用户黏性。“对于体育运动来说，社群是刚需，因此社群的建立、维护和发展都需要品牌用心去做，尤其是近郊区的骑行，还要考虑安全性，因此线下轻量级的服务必不可少。”

而线下结伴骑行也拉动了相关路线的消费增长。高达和身边同事都喜欢骑行短途游。“我大概1～2周一次远行，一般都是北京周边，跟朋友、同学、骑伴等同行，骑行路线一般是城市周边，最好有配套的场所，比如农家乐、娱乐基地等。”

据悉，近日100公里绕城绿道骑行成为了成都市新晋的必要打卡活动。打开“成都天府绿道”的小程序，上面推荐了主题路线和相近的美食门店，也有不少攻略干货和赛事宣传，其中白鹭湾湿地公园、蜀道通衢等都是沿途较为热门的点位。

同样的，武汉的东湖绿道也是骑行者的聚集地。相关工作人员告诉记者，东湖绿道沿线设立了7个单车租赁服务点，提供单车及户外装备销售及租赁、赛事策划等服务，平均每月服务约33万人次。

“政府需要保障公共体育设施建设，比如骑行绿道、安全标志、补给站点等；而行业协会的角度也要通过分级、分类去制定好赛事标准、场地标准，助力‘双碳’背景下骑行运动的健康可持续发展。”张庆说。

限制过度包装发新规 粽子月饼再“瘦身”

本报记者 许礼清 孙吉正 北京报道

每逢端午、中秋等节日，琳琅满目的粽子、月饼等食品便成为了超市里独特的风景，与之相伴的，还有各式各样的产品包装。

月饼和粽子的包装具有保护商品、方便储运、引导消费等功能，但一些过度包装既浪费了资源能源，又增加了消费者负担，产生的包装废弃物更是对环境造成了污染，亟须加以规范和引导。

而这一情况即将得到改善。《中国经营报》记者获悉，近日，国家市场监督管理总局会同工业和信息化等部门，批准发布《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》（GB 23350-2021）国家标准第1号修改单（以下简称“修改单”），实施日期为2022年8月15日。修改单具体内容包括减少包装层数、压缩包装空隙、降低包装成本、严格混装要求等四项内容。

标准实施的过程中，企业的重要性不言而喻。“标准的生命力在于实施，实施的关键在于企业。在这期间，月饼生产企业应积极开展两方面工作：一是尽快贯标用标达标，当前是今年中秋节月饼包装设计和订货的‘窗口期’，希望生产企业提高绿色发展的意识，按照新标准要求，设计生产今年的月饼包装。二是尽早消化库存包装，为了避免浪费，我们留出了使用库存包装的‘过渡期’，希望生产企业把握好这个时间周期，尽早使用，确保在实施日期前消化。”市场监管总局标准技术司司长刘洪生表示。

包装再“瘦身”

实际上，近年来，各个部门对过度包装问题极为重视。

记者了解到，2021年3月，国务院印发《关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》，特别提出要“倡导绿色低碳生活方式。推进过度包装治理，推动生产经营者遵守限制商品过度包装的强制性标准”。

2021年，国家市场监督管理总局曾修订发布GB 23350-2021标准，规定了食品和化妆品的包装空隙率、包装层数、包装成本等方面的技术要求，涵盖了糕点、酒类、茶叶、饮料、保健食品等31类食品。

中国消费者协会也曾联合14家主要行业协会，发布了“反对商品过度包装 践行简约适度理念”的倡议。

“但与其他食品相比，月饼、粽子的过度包装问题仍相对突出，存在包装层数过多、包装空隙过大等问题，个别甚至还存在使用贵重材料、混装高价值的商品等问题，需要进一步对月饼和粽子包装要求再细化、再加严。”刘洪生表示。

国家市场监督管理总局食品生产司副司长黄敏也表示，当前，“安全实用、节约资源、绿色简约、消费友好”的食品包装理念还没有成为食品生产企业普遍的行动自觉，主要表现为产品包装层数过多、包装空隙过大、选材用料过度、包装成本过高等。这种现象在月饼、粽子、蜂产品、茶叶、酒类等礼盒装食品表现的较为突出，甚至有的企业舍本逐末，重“颜值”轻“品质”。

记者了解到，为了让月饼、粽子包装“瘦身”和“轻装上阵”，修改单中做了四项规定，分别是减少包装层数、压缩包装空隙、降低包装成本和严格混装要求。

具体来看，就是将月饼和粽子的包装层数从最多不超过四层减少为最多不超过三层；规定月饼不应与其他产品混装，粽子不应与超过其价格的其他产品混装。

此外，包装空隙也进行了压缩。“此次将月饼的必要空间系数从12降低为7，相当于包装体积缩减了42%；将粽子的必要空间系数从12降低为5，相当于包装体积缩减了58%。”刘洪生介绍。

而在降低包装成本方面，对于销售价格在100元以上的月饼和粽子，将包装成本占销售价格的比例从20%调减为15%；对于销售价格100元以下的月饼和粽子，包装成本占比保持20%不变。其中包装成本一般指食品企业与包装企业签订的包装采购价格，销售价格一般指食品企业与销售企业签订的合同销售价格；同时要求包装材料不得使用贵金属和红木材料。

针对这一情况，黄敏表示：“下一步，国家市场监督管理总局将深入开展食品过度包装治理，督促食品生产企业严格遵守《固体废物污染环境防治法》和《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》强制性国家标准的规定，促进食品行业高质量发展。”

关键在于企业

记者注意到，2020年9月1日《固体废物污染环境防治法》修订施行后，各地市场监管部门查处了一系列“过度包装”违法行为。例如，山东德兴堂阿胶制品有限公司生产过度包装阿胶糕案、上海嘉定澄浏店销售过度包装燕窝饮品案、南京悦家超市有限公司中央公园店销售过度包装西洋参含片案等。

国家市场监督管理总局执法稽查局副局长南军表示，为了做好过度包装治理工作，国家市场监督管理总局成立由13个司局和单位组成的治理过度包装行动协调联络机制，采取了多种形式开展过度包装治理工作。“比如在线组织行业协会、食品生产企业开展公开承诺活动；共同向广大经营者与消费者发出倡议；召开《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》（GB 23350-2021）国家标准宣贯会，对标准进行解读。”

而在标准的实施过程当中，企业的重要性不言而喻。“标准的生命力在于实施，实施的关键在于企业。”刘洪生如此表示。

刘洪生认为，“企业面对日益激烈的市场竞争，不应再耗时费力把心思花在精心包装的‘面子’上，应该在提升产品品质、花样和口味等‘里子’上用心思、下功夫、求突破，推出更多价格亲民、口味上乘的月饼和粽子，满足老百姓美好生活需要。”

根据相关媒体报道，2021年，上海市市场监督管理局开展了商品过度包装计量监督抽查。检查发现，蜂产品、茶叶的过度包装问题发现率超过20%；方便食品、糖果制品的过度包装问题发现率在10%～20%之间；乳制品、糕点、固体饮料、肉制品、可可及焙烤咖啡产品等5种食品的过度包装问题发现率约在10%。

对此，黄敏也认为，企业是治理过度包装的第一责任人。食品生产企业应当主动作为、履行责任，认真开展自查，严格执行国家强制性标准，优化产品包装设计，加强包装材料管理，强化供应商审核，不断提升产业链供应链管控水平。持续提升产品创新研发能力和生产工艺技术水平，积极开发满足消费者需求的安全健康营养的食品。严格执行食品安全法律法规和标准，加强食品标签审核，准确清晰标注食品标识和营养信息，科学合理引导消费。

另一方面，记者注意到，修改单的实施日期为2022年8月15日，对此，刘洪生解释道：“主要考虑两个方面的因素：一方面，要引导有条件的企业尽早实施新标准，以使全社会能早日见到简约包装的成效。另一方面，也要兼顾企业存在库存包装这一现实情况，为消化这些库存包装留出一定的时间，避免造成浪费。今年中秋节在9月10日，月饼将在8月份集中上市，为此将修改单的强制实施日期确定为8月15日，既可以有效规范今年的中秋市场，又可以让企业有效消化库存包装。”

“此外，目前粽子已上市销售，虽然企业来不及对包装进行调整，但我们希望企业能尽快按照标准推出新产品，也倡导消费者尽量选购简约、绿色的包装。”刘洪生表示。

淘宝村、淘宝镇数量居全国地级市首位

山东菏泽“淘宝”启示录

本报记者 颜世龙 北京报道

就在几年前，菏泽还是山东脱贫攻坚的主战场，贫困人口占到全省的37.7%，全省20个脱贫任务较重的县（市、区）菏泽占9个，贫困发生率达11.5%。

但《中国经营报》记者近期从山东省政府发布的《关于促进电子商务高质量发展若干措施的通知》中了解到，山东为实施网络零售倍增行动，要求发挥济南、青岛市龙头带动作用，推广临沂、菏泽市发展直播电商、农村电商典型经验。菏泽一跃成为直播电商和农村电商的典型，其经验更被全省推广。

来自阿里巴巴公布的数据显示，在2021年淘宝村、淘宝镇名单中，菏泽市拥有淘宝村516个、淘宝镇84个，数量均居全国地级市第1位，分别占山东省的64%、46%，11个县区实现了淘宝村的镇域全覆盖，而“宇宙中心”的曹县，更是连续四年被阿里巴巴评为全国第二“超大型淘宝村集群”和“江北最大的淘宝村集群”。

菏泽淘宝，可否“种草”全国？

农村电商“燎原”

现在的大集镇，是中国首批“淘宝镇”之一，下辖32个行政村全部被评为“中国淘宝村”，是全国最大的“儿童表演服加工基地”。

范群英是菏泽市曹县大集镇孙庄村人，40多岁的他，从17岁就开始做馒头，看到亲戚邻居做电商发了家，他也想是不是可以通过网络把馒头卖到全国各地。2019年，他创办曹县群英杠子馒头有限公司，开起了网店，第一年就卖了100多万元，成了远近闻名的“馒头大王”。对于“触网”近4年的范群英来说，每天蒸馒头、看网络订单、打包、发货，忙得不亦乐乎，现在年销200多万元。

说起电商，在曹县大集镇不得不说的人物就是任庆生。2009年，任庆生通过“淘宝”将家里生产的演出服卖到了外地，赚到了他人生的第一桶金，随后村民们便跟着任庆生学习开网店。在他的带动下，2011年丁楼村经营演出服装的网店发展到100余家，同年任庆生当选为村党支部书记，并担任了大集镇淘宝产业商会会长，引导村民和各个电商企业有序竞争，健康发展。2013年12月，在首届中国淘宝村论坛上，丁楼村作为全国20个专业淘宝村被阿里巴巴授予“中国淘宝村”称号。目前全村300户农户中家家开有淘宝网店，注册表演服饰公司40家，带动千余人家门口就业创业，全村年销售额达4.5亿元。

大集镇全镇4.7万人中80%从事演出服饰加工及上下游行业。全国电商市场近70%的表演服饰和30%的汉服产自大集镇，全镇电商年产值近70亿元，被誉为“中国汉服生产基地”。 视觉中国/图

现在的大集镇，是中国首批“淘宝镇”之一，下辖32个行政村全部被评为“中国淘宝村”，是全国最大的“儿童表演服加工基地”。全镇4.7万人中80%从事演出服饰加工及上下游行业。全国电商市场近70%的表演服饰和30%的汉服产自大集镇，全镇电商年产值近70亿元，大集镇还被誉为“中国汉服生产基地”。

曹县县委网信办主任张习伟在接受中国山东网记者采访时表示，数字乡村是乡村振兴的战略方向，电商是数字乡村的重要内容，电商为乡村振兴插上“数字”翅膀，在曹县体现得淋漓尽致。

在菏泽，插上“数字”翅膀的并不仅仅是曹县。

菏泽市委相关负责人表示，近年来，菏泽电子商务特别是农村电商从星星之火到燎原之势，实现了迅速崛起、领先发展，已成为菏泽市一张亮丽的名片。2017年，菏泽市获批“全国电子商务示范城市”；2019年，国务院对发展农村电商和产销对接成效明显的十个典型县予以激励，菏泽曹县位列其中；2021年，阿里巴巴公布的淘宝村、淘宝镇名单中，菏泽市拥有淘宝村516个、淘宝镇84个，数量均居全国地级市第1位，分别占全省的64%、46%，11个县区实现了淘宝村的镇域全覆盖，曹县连续四年被阿里巴巴评为全国第二“超大型淘宝村集群”和“江北最大的淘宝村集群”。

根据阿里研究院制定的淘宝村标准，在农村地区，以行政村为单元，电子商务年销售额达到1000万元，本村活跃网店数量达到100家或当地家庭户数的10%，就可以认定为“淘宝村”。

打造电商生态

全市通过互联网创业致富的建档立卡贫困群众达2.5万人，通过发展电商实现整村脱贫的贫困村达563个。

菏泽市委相关负责人表示，之所以菏泽能“淘宝”，会“淘宝”，与地方政府高度重视密不可分。据介绍，自2015年以来，菏泽出台《关于支持电子商务发展的实施意见》等支持电商发展的政策文件多达40多个，多次将“中国淘宝村镇培育”纳入市对县区经济社会发展综合考核；每年还要为此召开全市电子商务工作推进会、现场会；此外，由菏泽市政府出面，先后与阿里巴巴、腾讯、拼多多、抖音、快手等头部电商平台签订战略合作协议，推动特色农产品上行。

此外，菏泽还将发展农村电商作为促进乡村振兴、巩固脱贫攻坚成果的重要抓手，打造了农村电商助力乡村振兴的“菏泽样板”。“我们是市、县、乡三级政府联动，广泛宣传引导，多措并举激发群众互联网创业活力，全市通过互联网创业致富的建档立卡贫困群众达2.5万人，通过发展电商实现整村脱贫的贫困村达563个。”该负责人说，2020年，在第八届中国淘宝村高峰论坛上，菏泽农村电商助力乡村振兴的经验向联合国粮农组织、世界银行和33个国家进行了分享。

不仅如此，菏泽还积极培育壮大电商新业态。据了解，2020年，菏泽在全国地级市中率先出台《菏泽市直播电商发展行动方案（2020—2022）》（以下简称“《方案》”），通过营造直播电商的浓厚发展氛围，以规范化、系统化、市场化建设为抓手，加快电商品牌塑造，助推电商产业迭代升级。

近年来，菏泽先后举办“菏泽网上年货节暨曹州牡丹园网上贺年会”“菏泽消费年·乐享消费季”“沿着高速看菏泽”和“云赏牡丹”农特产品直播节等电商促消费系列活动，其中2021“云赏牡丹”农特产品直播活动，市县两级领导走进直播间向全国网友推介菏泽牡丹，相关信息被中央省市媒体刊发转发463万多条，相关视频播放量、文章阅读量逾10亿次，有效带动了菏泽农特产品上行，进一步提升了电商知名度。

有产品、有政策，还要有人才和培训。“我们针对不同受众精准施策，对有一定文化知识的农村妇女、返乡青年、经济困难家庭待业青年及残疾人员，采取‘走出去、请进来’、课堂教学与现场观摩、专家理论授课与店主现场说法相结合等多种形式开展培训。”上述负责人说，菏泽还与阿里、京东等电商平台深化合作，举办淘宝店铺运营技巧提升、新媒体运营、抖音快手直播带货等精准培训，依托天华电商产业园优博培训学校等专业电商培训机构开展常态化培训。

在健全完善电商生态方面，菏泽突出强化网络基础配套，推动电子商务与快递物流协同发展，目前市、县、乡、村四级物流配送体系日趋完善，中通、申通、圆通、韵达等12家快递公司在菏泽设立县级运营中心。实施“互联网+金融”战略，进一步拓展电商企业融资途径，蚂蚁金服（曹县）运营中心为中小企业提供自动授信、无抵押、免担保小额信用贷款，截至2021年底累计发放贷款80亿元，放款量居全省第1位。

值得一提的是，菏泽通过电商还持续赋能传统商贸，启动康庄、花都等传统市场与电商平台深度合作，线上线下拓宽商贸销售渠道。发挥电商线上“带货”优势，鼓励企业推动电商与“夜经济”融合发展，繁荣发展夜间消费。支持商业步行街开展电商业务，鼓励万达金街充分发挥电子商务全天候带货特点，引导商业步行街最大限度利用品牌货和线下店两大资源，开拓“线下打烊、线上开播”新运营模式，催生“复合型电子商务产业基地”。

《方案》显示，菏泽市到2022年底，要构建10个直播电商产业集聚区、扶持50家具有示范带动作用的MCN（网红孵化机构）公司、孵化100个网红品牌（企业名牌、产地品牌、产品品牌、新品等）、培育一批网红带货达人，将菏泽市打造成为长江以北知名的直播电商发展高地。

记者从菏泽市统计局方面了解到，2021年菏泽GDP达3976.67亿元，同比增长8.8%，位列山东省第八名。其中服务业实现增加值1932.49亿元，可比增长9.0%，占全市生产总值的比重为48.6%，对经济增长的贡献率达50.7%，拉动经济增长4.5个百分点。规模以上服务业营业收入达到247.2亿元，增长18.4%。其中，装卸搬运和仓储业增长31.8%，商务服务业增长51.6%，公共设施管理业增长32.2%。邮政业务总量35.91亿元，比上年增长32.8%。其中，快递服务企业完成业务量2.22亿件，增长44.7%；电信业务总量66.3亿元，比上年增长35.2%。

在居民收入方面，人均可支配收入达23854元，比上年增长9.7%。其中，城镇居民人均可支配收入31872元，增长8.5%；农村居民人均可支配收入16872元，增长11.7%。

物企多元化“阳谋”

本报记者 方超 石英婧 上海报道

除传统住宅物业市场外，物企正加速拓展多元业态版图。

克而瑞物管发布的数据显示，4月份，第三方拓展规模前三的业态分别是办公、学校、住宅，其中办公项目、学校项目分别均占比18.5%，住宅项目位于第三位，占比16.4%，物企多业态布局趋势明显。

《中国经营报》记者注意到，在竞相角逐多业态业务的同时，不少物企也遭遇团队人员结构不适应新业态、收并购带来业务整合难题等种种挑战。此外，有研究数据显示，物企热衷的城市服务等领域还存在毛利率低于基础物管服务的现象。

在业内人士看来，当下物企急于寻找住宅业务外的新领域，而商业管理、城市服务等为物企提供了业务拓展的新平台、向资本市场“讲故事”的新载体，未来有望获得进一步发展。

多元业务占比提升

非住物业面积占比提升、多元业务收并购事件增多，上市物企正在多元业务扩张赛道上加速。

嘉和家业物业服务研究院根据32家上市物企相关数据的研究结果显示，截至2021年12月31日，上市物企非住物业平均在管面积为3483.9万平方米，较2020年末增长58.2%；平均占比为36.0%，较2020年末上升2.6个百分点。

无独有偶，万联证券研报也显示，2019—2021年，非住宅占比整体呈上升趋势，其所选取的14家物业管理企业平均非住宅管理面积占比从34.49%提升至40.02%，增长5.54个百分点。

上市物企对多业态业务的重视，可以从港股物企新军——东原仁知服务身上得以一窥究竟。

相关数据显示，东原仁知服务在管非住项目规模，从2019年的115.9万平方米增长至2021年的768.3万平方米，年复合增长率达到157%，在此情况下，上述业务在东原仁知服务总在管面积中的占比，由2019年的9.8%提升至2021年的27.2%。

东原仁知服务方面表示，由于在非住宅物业领域卓有成效的扩张及运作成果，其得以进一步延伸非住宅类增值服务，未来“在开创的高品质服务之路上打造多元业态和全产业链的服务优势，力争实现成为有独特业务价值的城市更新服务商”。

除了东原仁知服务外，新城悦、绿城服务等多家物企近年来非住宅业务发展也受到外界关注。如截至2021年12月31日，新城悦服务的非住宅在管面积达2902万平方米，占整体在管面积的18.9%。

引发市场关注的是，包括上市物企在内的诸多物企，竞相角逐非住宅业务的原因又是什么呢？

“住宅物业收费较低，根据上市物企披露的数据来看，物业费通常介于1.5～3元/平方米·月；非住宅物业收费高，如部分商业物业费用超10元甚至20元/平方米·月，且企业类客户收缴率高、支付能力强。”嘉和家业物业服务研究院如此认为。

嘉和家业物业服务研究院同时认为，市场同质化程度高，物企需要更多差异化的标签，而非住宅业态细分赛道众多、市场空间也更为广阔。在仍是“规模主导”的阶段，以差异化突围对于大多数企业的意义尤为重要。

竞逐城市服务赛道

在物企抢滩的多业态业务中，商业管理、城市服务等业务无疑备受市场瞩目。

“商业物业是目前最热门的赛道之一，凭借其高收益及高盈利的优势备受企业追捧，目前有超过80%的上市物企在管商业物业。从资本的角度看，高收益及高盈利能力能够增强投资者的信心，因此能给企业带来更高的溢价能力和抗风险性。”嘉和家业物业服务研究院如此表示。

梳理相关上市物企2021年年报可发现，商管类上市物企的毛利率较高。

据中信建投证券研报统计显示，2021年24家重点物企整体毛利率维持在27.6%，仅较2021年提升0.1个百分点，而星盛商业2021年毛利率高达57.75%，中骏商管毛利率达到47.22%，宝龙商业达到33.35%。

在此情况下，上市物企亦持续进军商管领域，如2021年12月13日，世茂服务对外发布公告称，其拟将收购上海世茂在中国从事的物业管理服务业务及相关增值服务，而在上述收购完成后，其也将进入商业物业管理和设施设备管理等领域。

除了商业管理领域外，在国家政策引导、市场竞争等因素影响下，城市服务亦成为近年来备受物企青睐的新领域。

据中泰证券研报数据，预计截止到2025年，城市服务行业市场空间将达到15800亿元。其认为，城市服务等物业行业三大业务板块，头部公司市占率较低，未来依然有高速成长的机会。

梳理可发现，碧桂园、世茂服务等上市物企是城市服务领域的重要参与者，如2021年10月29日，世茂服务正式发布城市服务业务发展蓝图，定位“世茂服务城市大管家”。

世茂服务相关负责人彼时表示，其城市服务业务以“城市大管家”为角色定位，一脉相承于“物业管家”传统优势，从服务“居民”延伸至服务“居民+市民”，从服务“墙内”延伸至服务“墙内+墙外”，从“单一”物业服务拓展为“全场景”城市服务。

毋庸置疑，面对超万亿规模的城市服务赛道，诸多物企皆欲谋求占领一席之地，在此情况下，通过“牵手”地方政府或国企扩张自身的城市服务业务版图也屡见不鲜，如2021年，正荣服务与宜春公交集团达成战略合作，弘阳服务与南京市栖霞区西岗街道签署战略合作协议等。

对于物企角逐城市服务赛道，中物研协发布的《2021城市服务物业管理发展报告》认为，一方面可以开拓新的业务线条，为政府解决治理难题；另一方面继续发挥平台属性，做好城市管家，提升城市治理的效率。

业务整合或成关键

在抢滩多元业务的另一面，则是物企不得不面临的诸多挑战。

中金公司研报认为，非住宅物业管理包含写字楼、购物中心、产业园、医院等多个细分业态，业务端具备一定专业性。“企业若希望抓住细分市场机会、持续扩大市场份额及提升管理密度，那么全业态覆盖也将成为必然考量。而物企往往受关联房企本身业态布局限制，并不天然具备多业态管理能力，因此收并购成为业态补强的重要手段。”

在此情况下，包括多元业务在内的物业市场收并购规模再创新高。

克而瑞物管和中物研协发布的数据显示，截至2021年12月31日，共有29家上市物企发起53项并购，并购交易总额达355.88亿元，交易所付总代价为上年同期（94.30亿元）的3.77倍。

但在快速扩大多元业务规模的同时，物企的收并购亦给自身带来业务整合等层面的挑战。

“若物业企业在还未把当下已开展的增值服务做大做强的情况下，就贸然布局进入另一项业务领域，牵扯额外的人力物力财力投入其中，很大概率会让企业‘捡了芝麻丢了西瓜’，得不偿失。”中指物业研究如此认为。

梳理可发现，除了业务整合等挑战外，物企也面临多元业务扩张带来的财务风险。

中信证券研报显示，在新冠肺炎疫情期间，“城市服务存在更大规模的应收款项，非住宅大业主也要求一定的账期”。而中信建投证券研报也显示，公建物业部分项目存在阶段性的应收款回收效率低的问题，物企在这类项目的获取上也变得更为谨慎。

那在此情况下，物企又将如何更好应对诸多挑战呢？

在易居沃顿举行的线上公开课中，旭辉永升服务执行董事兼总裁周洪斌表示，物企规模化集中度进程还没有结束，仍会持续2～3年，物企需要做到向品牌企业发展、提升专业能力等。如在向品牌企业发展方面，其表示：“品牌企业要回归物业的本质，围绕业主的需求去构建平台与生态的多元化，全方位提供满足美好生活的模型，这会成为未来市场竞争的差异化优势。”

元宇宙游戏：野蛮生长背后仍需完善监管

本报记者 李哲 北京报道

在资本市场炙手可热的元宇宙游戏，争议的声音也相伴而生。

近日，一位女性玩家在体验美国科技公司Meta开发的元宇宙游戏《地平线世界》时，遭遇男性虚拟人物的“侵犯”，此事在业内引发热议。

互联网行业分析人士丁道师向《中国经营报》记者表示：“这样的事件发生在其他国家，对我们来说也要引以为戒，还是应该完善相关的法规。同时，一些诸如惊悚场景这样所谓‘擦边球’的内容，更应该引起重视。”

尽管争议的声音不断，但处在产业快速增长期的元宇宙依然受到资本的青睐。中国电子信息产业发展研究院（CCID）发布的数据显示，与元宇宙相关的VR产业2022年前4个月获投融资超43笔，其中超亿元的投融资共18笔，单笔最高融资金额达22亿元，融资总金额达82亿元。

野蛮生长如何监管？

一些新业态的融入为游戏产业带来了更多新的玩法和体验，这需要建立相对完善的游戏管理审核机制。

2021年，元宇宙通过整合多种科技方式向用户呈现了一个平行于现实世界的虚拟环境。游戏、医疗、教育等诸多场景通过元宇宙打破了时间和空间的限制，迅速拉近了人与人之间的距离。

元宇宙这个自由而又开放的世界似乎满足了用户更多的想象空间。也正因此，一些不和谐的声音伴随而来。

近日，《中国日报》报道，一名21岁女性玩家在Meta元宇宙游戏《地平线世界》中创建了一个女性虚拟形象，想通过体验“元宇宙”完成相关研究，而在不到一小时的时间内，她便遭到一位男性虚拟人物的“侵犯”，当时游戏中还有另一位旁观者在起哄。

业内人士认为，自由开放的元宇宙环境中发生这样不和谐的事件，从侧面反映了当前对元宇宙这个新鲜事物的监管还需进一步加强。

“近期这个话题的确是热度不减。”丁道师向记者表示，首先，相关的法律法规层面要明确，元宇宙并不是法外之地，什么能做，什么不能做。丁道师认为，上述事件虽然发生在其他国家，但对于我国来说也要引以为戒，应该完善相关的法规，强化监管。

当前，一些新业态的融入为游戏产业带来了更多新的玩法和体验，这需要建立相对完善的游戏管理审核机制。

“诸如一些惊悚、历史扭曲、泛色情之类不易察觉，但会在潜移默化中对玩家造成影响的内容，更应该引起警觉。这部分需要监管部门予以重视。”丁道师说道。

与此同时，在丁道师看来，随着行业的发展，一些问题会逐渐浮出水面。“虽然爆发了这样的事件，但元宇宙并不是洪水猛兽。这件事让更多的人关注到了元宇宙的问题，从这个角度来看，这也许会进一步推动行业发展。”丁道师表示，事实上，随着玩家对游戏体验的提升，真实感也会随之增加。如果将其应用在诸如教育、医疗等适合的场景中，会对相应的场景带来更好的体验，从而解决一些行业的痛点问题。“我想这也是投资人密切关注这一领域的原因之一。”

融资爆发式增长

元宇宙的爆发背后是一系列技术的迭代，这是一个集中、联动的爆发和升级。

尽管元宇宙仍有诸多问题待解，但其依然受到市场青睐。

目前，各地已为元宇宙产业出台了相关规划。其中，上海市经信委印发的《上海市电子信息产业发展“十四五”规划》明确提到对元宇宙的产业布局；此外，厦门市工业和信息化局、厦门市大数据管理局联合发布《厦门市元宇宙产业发展三年行动计划（2022-2024年）》提出，力争到2024年，元宇宙产业生态初具雏形。

近日，福建省发布以文博文旅为主题的数字创新平台“元屿”。该平台旨在借元宇宙概念之力，发展数字化文化消费新场景，助力福建文博文旅产业转型升级。

此前，陕西省出台的《陕西省“十四五”数字经济发展规划》（以下简称“《规划》”）中提到，到2025年，陕西数字经济迈向全面扩展期，陕西数字经济核心产业增加值占GDP比重超过10%，数字经济成为全省高质量发展的新引擎。而在文旅领域，数字化融合、云展览、云旅游等词汇纷纷出现在《规划》中，并提到，积极推动智慧旅游景区建设，推广智慧导览、智能导流、虚实交互体验、非接触式服务等应用，丰富景区文化产品体验。

虚拟现实技术与产业的融合正在打破虚拟与现实的壁垒。而元宇宙这个平行于现实世界的虚拟环境，则给了用户更多的想象空间。

丁道师向记者说道：“元宇宙不是一项独立的技术，它至少包括了人工智能、大数据、物联网、区块链、3D引擎、通讯技术、VR/AR技术设备等技术或者产品，涉及到产业链上下游的诸多机构和企业。作为下一代互联网的技术集合体，元宇宙的‘临场感’落地应用，需要方方面面的有机配合。”

“互联网经过20多年的发展，主要是实现了从‘离线’到‘在线’的历史变革，解放了生产力，突破了效率的阈值。而从‘在线’走向‘在场’，是未来的技术发展趋势，也是‘数实融合’发展的大趋势，哪怕没有元宇宙概念，也会出现其他概念，来吻合这个趋势。”丁道师进一步解释道。

在元宇宙迅速引爆之际，资本也在密切关注这一领域。根据中国电子信息产业发展研究院（CCID）发布的《元宇宙产业链生态白皮书》，与元宇宙相关的VR产业2022年前4个月获投融资超43笔，其中超亿元的投融资共18笔，单笔最高融资金额达22亿元，融资总金额达82亿元。

而在丁道师看来，元宇宙引爆的不仅是投资圈。“在技术研发、系统应用等多个领域基本上是同步爆发的。这几个方面是相互促进，相辅相成的。至于为什么自去年以来，元宇宙火爆？这是因为技术的演进，它总是伴随人们的需求而不断的发展，元宇宙提出沉浸式的呈现形式，对游戏、视频、办公、教育、医疗都可能会产生颠覆性的变化，因为这种呈现方式带来的身临其境的体验感，是诸如图片、音频、视频所无法比拟的。所以元宇宙的爆发背后是一系列技术的迭代，这是一个集中、联动的爆发和升级。”丁道师说道。

当前，围绕元宇宙产业的布局正在加码。Meta当前已经全面拥抱元宇宙。社交VR应用Horizon Worlds已于2021年底正式上线。与此同时，微软公司意欲通过收购动视暴雪进一步完善在元宇宙领域的布局。

一名男子在西班牙巴塞罗那2022世界移动通信大会上通过虚拟现实技术在元宇宙中体验音乐会。 新华社/图

在微软build 2022开发者大会上，微软CEO萨提亚首次详细披露微软元宇宙的最新进展：聊天软件Teams已经实现了沉浸式体验。值得注意的是，萨提亚还首次介绍了微软在工业元宇宙的探索成果。

相比之下，游戏被认为是元宇宙最先“落地”的领域。

2021年3月，以游戏为主营业务的Roblox（RBLX.N）在纽交所上市，顶着“元宇宙第一股”的光环，上市4个月后，其月活跃用户便超过1.5亿。

国内游戏公司同样将目光投向这一领域。其中，深圳中青宝互动网络股份有限公司［以下简称“中青宝”（300052.SZ）］开发的《酿酒大师》，是一款基于元宇宙概念的全拟真社交经营产品。该产品一经曝光便话题不断。近日，中青宝在回复深交所问询函中提到，《酿酒大师》H5版本于2022年2月28日正式开启对外测试落地。2月活跃人数1317人。

电魂网络人士向记者表示，该公司开发的VR（虚拟现实）游戏《瞳》目前已经可以在线下店体验，其在密切关注元宇宙带动下游戏产业的动向。而凯撒文化内部人士则表示，公司已经围绕元宇宙展开相关的技术研发，代号“动物星球”的VR游戏项目正在抓紧推进。

对此，丁道师表示：“元宇宙的概念不仅局限于游戏领域，但是游戏原本的虚拟属性，天然容易与元宇宙联系起来。游戏产业正在成为元宇宙发展的突破口。目前，在元宇宙发展的早期阶段，游戏占了绝大部分的份额、产值和投资额这个是毋庸置疑的。”

拟溢价拿下VMware 博通欲“软硬通吃”？

本报记者 曲忠芳 李正豪 北京报道

从戴尔科技（NYSE：DELL）完成剥离独立还不到7个月，云计算软件厂商VMware（NYSE：VMW）就迎来了新买家。5月26日晚间，半导体巨头博通(NASDAQ：AVGO)正式宣布，将通过现金加股票交易的方式、以总价值约610亿美元（约合人民币4108亿元）收购VMware的所有流通股。此外，博通将承担VMware公司80亿美元的债务。

根据双方董事会一致批准的协议条款，VMware股东们所持的每一股VMware股票将获得142.50美元的现金，或者换取0.2520股的博通普通股，两种方式大约各占50%的比例。博通普通股5月25日每股138.23美元的收盘价比VMware在5月20日（即媒体报道该收购交易的前一个交易日）的收盘价（95.71美元/股）溢价幅度为44%。预计此笔交易将在博通的2023财年（截止到2023年10月31日）内完成，目前还需要获得监管部门的批准和达成其他惯例成交条件。交易完成后，博通当前股东将拥有合并后公司约88%的股份，VMware现有股东持有12%的股份。

《中国经营报》记者注意到，这笔价值约610亿美元的交易，将成为今年以来全球科技领域的第二大收购案，仅次于1月微软以687亿美元收购游戏巨头动视暴雪。对于素有“并购狂人”之称的博通而言，该交易将创下其“买买买”历史上的最大手笔纪录。需要指出的是，博通曾于2017年企图以超过千亿美元“吞下”另一家半导体巨头高通，但因监管原因以博通不得不撤回要约而告终。而对于被收购方的VMware来说，一旦该交易完成，该公司也将完成其自创立以来的第三次“易主”。

截止到5月26日美股收盘，博通股价报收550.66美元/股，VMware股价报收124.36美元/股。

博通欲以610亿美元拿下VMware，该笔交易将成为今年以来全球科技领域的第二大收购案。 视觉中国/图

博通“阳谋”

博通近年来在软件方面明显发力，意图“软硬通吃”。

博通在公告中表示，交易完成后，旗下的“博通软件集团”将改名为VMware继续运营，也就是说，VMware将整合博通现有的基础架构和安全软件解决方案，以此来加速博通的软件规模和增长机会。

博通总裁兼CEO陈福阳（Hock E. Tan）在随后的财报电话会议上表示，随着VMware的加入，软件业务在营收中的占比将达到49%。这笔交易的预期目标是，在交易完成后3年内增加约85亿美元的税息折旧及摊销前利润(即EBITDA)。

博通最新公布的简明季度财报显示，博通在截至4月30日的2022财年第二财季，营收为81.03亿美元，同比增长23%，净利润为25.9亿美元，上年同期则为14.93亿美元。从营收结构来看，半导体解决方案营收62.29亿美元，基础设施软件贡献收入18.74亿美元。年报还显示，在截止到2021年10月31日的2021财年里，博通的营收为274.50亿美元，同比增长15%；归属于母公司股东的净利润为67.36亿美元，同比增幅高达128%。其中，半导体解决方案、基础设施软件的收入贡献分别为203.83亿美元、70.67亿美元，不难计算，博通约74%的营收来源于半导体解决方案，软件业务在总营收中的贡献占比约为26%。

CHIP全球测试中心中国实验室主任罗国昭向记者分析指出，博通一直以来的作风都是不断地“买买买”，此前其并购行为更多地在于与半导体相关的解决方案，此次收购VMware意在补充其软件业务的不足。

半导体研究机构芯谋咨询（ICWise）研究总监王笑龙则认为，博通的主营业务是信息基础设施芯片，收购相关的软件业务与自身业务是有关联与助力的，而且软件的利润通常要高于硬件，因此博通近年来在软件方面明显发力，意图“软硬通吃”。

事实上，博通的“软硬通吃”野心早已凸显。博通是世界上最大的半导体公司之一，成立于1991年，总部在美国加利福尼亚州的尔湾（Irvine）。本报记者注意到，近几年里，博通在软件领域频频出手，最具典型的两笔交易分别是：2018年7月，以189亿美元现金收购了老牌企业软件公司CA Technologies；2019年7月，博通又斥资150亿美元收购了网络安全公司赛门铁克。随着业务布局的调整，博通自2020财年开始，将财报中的组织结构划分为半导体解决方案和基础设施软件两大部门。当然，博通在半导体产业相关领域的“攻城拔寨”也并未停止。20年来，博通的收购举动涵盖无线通信、有线通信、多媒体芯片、存储等领域。尤其是2017年11月，博通向高通发起了总价值约1300亿美元的收购要约，不过这笔收购并未成功，于2018年3月被当时的美国政府以国家安全为由下令禁止。根据TrendForce集邦咨询的数据排名，仅计算2021年半导体部门营收额，博通是全球排名第3位的芯片设计公司，排在高通、英伟达之后。

VMware“卖身”

VMware再三易主的背后，实际是VMware所开创的虚拟化技术从兴起、发展到红利消减再到上“云”变迁的历程。

SEC（美国证券交易委员会）文件显示，戴尔科技创始人兼CEO、VMware董事会主席迈克尔·戴尔与银湖资本分别持有VMware公司40.2%、10%的流通股，而迈克尔·戴尔和银湖资本已签署支持这笔价值610亿美元的交易。

需要指出的是，迄今为止商业科技领域的前三大规模并购案为微软687亿美元收购动视暴雪、戴尔科技670亿美元收购EMC、博通收购VMware。

VMware成立于1998年，其最早基于x86服务器开发和应用虚拟化技术，将应用软件与底层硬件分离。2003年，VMware被EMC以6.25亿美元收购，后于2007年8月，VMware的A类普通股首次公开募股，而B类股票的唯一股东仍是EMC。2015年10月，转型中的戴尔科技以670亿美元收购了EMC，VMware成为戴尔科技的子公司。2021年11月1日，VMware从戴尔科技剥离分拆完成，成为一家独立的上市公司，如今要投入博通的“怀抱”。

VMware再三易主的背后，实际是VMware所开创的虚拟化技术从兴起、发展到红利消减再到上“云”变迁的历程。虚拟化技术摆脱了硬件设备的束缚，将一台服务器变成多台服务器，帮助数据中心运营商和服务器厂商提升计算效率、降低成本，VMware曾在相当长的时间内占据着行业领先地位，但随着近年来IT企业纷纷投入云计算，数字化浪潮兴起，虚拟化技术红利消退，因此VMware面临转型升级。

记者查阅VMware近五个财年的财报观察到，VMware公司在2021财年、2022财年时的营收分别为117.67亿美元、128.51亿美元，同比增幅分别为8.84%、9.21%，相比2019财年、2020财年超10%的增幅有所放缓。而从净利润来看，VMware在2021财年、2022财年分别实现20.58亿美元、18.20亿美元，同比分别下降67.62%、11.56%。财报显示，2022财年，VMware营收同比增长9%达到128.51亿美元，这包括31亿美元的许可收入、32亿美元的SaaS（软件即服务）订阅收入以及65亿美元的服务收入。

戴尔科技之所以选择将VMware公司剥离，主要是为了改善财务状况，以缓解因收购EMC带来的债务压力。戴尔科技全球首席技术官John Joese此前在接受本报记者专访时表示，VMware早在隶属EMC之时就已经拥有自己的一套生态系统，是非常独立的，从而可能与戴尔科技的部分客户形成竞争关系。拆分完成后，戴尔科技与VMware通过新的合作方式提升协同、研发的效率。VMware方面透露，在2022财年里，该公司来自戴尔科技的收入，占综合收入的38%。与此同时，VMware还与AWS、谷歌、IBM、微软等云计算企业建立了战略合作伙伴关系，以扩大公有云领域的客户群体。

在罗国昭看来，VMware近两年发展不尽如人意，这或许从前任CEO帕特·基辛格执掌VMware八年之久后重新回归英特尔可见一斑。对于收购方博通来说，VMware现在处于价格“低位”，算是一个较好的时机。而博通能否将其与现有的半导体业务高效整合，落入博通口袋的VMware能否快速增长，都还有待市场的验证。

手机巨头纷纷切入 PC市场打响“攻防战”

本报记者 秦枭 北京报道

PC（个人计算机，包括笔记本电脑、台式机、平板电脑等）赛道正在变得愈加拥挤。

除传统的PC厂商外，5月底的这几个工作日，华为、荣耀、Redmi等手机厂商也相继发布自家笔记本电脑，犹如智能手机当初兴起时的热闹一般。

多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，手机市场低迷，厂商业绩承压，需要寻找新的增长点。由于新冠肺炎疫情导致移动办公和网课需求较大，笔记本电脑市场有所增长，所以手机厂商切入笔记本电脑领域寻求新发展。相对于传统的PC厂商，手机厂商在营销层面有优势，线上推广能力强大。但手机厂商的劣势在于笔记本电脑售后服务较弱，线下覆盖范围小，产品结构薄弱，缺少高端产品。

来势汹汹

手机市场似乎正在告别繁荣时代。Canalys的报告显示，自2017年中国手机出货量首次出现下滑以来，中国手机出货量连续四年下跌，2017年到2020年分别跌4%、14%、7%和11%，2021年的出货量微增1%，这是过去五年来国内手机市场出货量唯一一次上涨。

然而，这种微量增长也没有保持太长的时间。5月25日，市场研究机构CINNO Research发布的报告显示，2022年4月份，国内市场智能手机销量为1760万部，同比下降21.6%，环比下降12.2%。单月的销量创下2020年新冠肺炎疫情以来第二差的单月成绩，仅高于2020年2月的水平。

面对日渐“萧条”的市场，曾经在手机领域呼风唤雨的各大厂商不得不跳出自己的舒适区，谋求新的增长点。几家头部手机厂商，不约而同地将触角伸向了笔记本电脑领域。

深度科技研究院院长张孝荣对记者分析道，手机市场低迷，厂商业绩压力很大，需要寻找新的业绩增长点。由于新冠肺炎疫情导致移动办公和网课需求较大，笔记本电脑市场有所增长，所以手机厂商转入笔记本电脑领域寻求新发展。

产经观察家、钉科技创始人丁少将也认为，智能手机市场目前遭遇发展瓶颈，无论从中国市场还是全球市场来看，整体下行趋势明显；手机用户和PC用户呈现出高度重叠的特点，手机企业的品牌积淀和渠道能力可以复用，因此进军PC市场门槛不高，且可以带来新的增量。

通信业观察家项立刚则分析道，首先，电脑市场是一个巨大的市场，且利润可观。对于手机厂商来说，尽可能争夺这个市场，让自己变得更加强大，这是很正常的。其次，电脑市场经过长时间的发展，很多传统的企业都被打败了，仅剩下联想、惠普、戴尔等，市场份额相对比较集中，竞争压力相对较小。

“技术的发展，让手机在功能和性能上已经赶上或超越了笔记本电脑。而从价格角度，高端手机的价格也早已超过了笔记本电脑的价格——这意味着之前阻碍手机厂商进入笔记本电脑市场的技术、性能和功能上已经没有太多壁垒。再加上手机客户与笔记本电脑客户较高的重合度，可以认为两者间的协同效果相当大。手机厂商布局笔记本电脑市场也是合情合理的。”全联并购公会信用管理委员会专家安光勇认为。

事实上，早在2016年，时值笔记本电脑技术迭代创新沉寂时期，华为、小米便早早地开始布局笔记本电脑领域。2020年上半年，华为在国内笔记本市场占有率曾一度达到16.9%，仅次于联想，排名第二。小米笔记本也在推出时赚足市场眼球。

时任华为消费者业务CEO余承东表示，华为进入PC行业，是要发挥“鲇鱼效应”，给多年创新力不足的PC市场注入新的活力，间接刺激PC行业创新的同时，为用户提供更好的体验。

不过，二者均因操作系统、产品供应链整合以及市场不景气等众多因素制约了发展，小米更是在长达四年时间里暂停了PC产品线更新。

然而，近两年全球PC销量持续保持增长，也让华为、小米、荣耀等手机厂商重燃对PC产品的热情。数据显示，2019年PC出货量1.73亿台，2020年增长28.3%达到2.22亿台，2021年继续增长18%达到2.62亿台，创下新的历史纪录。

集微咨询（JW Insights）认为，2022年笔记本电脑市场预期虽然不乐观，与2021年相比有所回落，但是与新冠肺炎疫情之前的2019年相比仍出现明显增长。由此可以看出，新冠肺炎疫情让线上、线下结合的混合办公、教学成为常态，人们对笔记本电脑的需求明显增加，使2020年之后的笔记本电脑市场规模维持在2亿台以上的水平。未来两三年笔记本电脑市场也可能有所波动，但是都将在2亿～2.6亿台之间徘徊。

面对眼前的一片蓝海，华为、小米、荣耀等手机厂商们也频频发力，相继发布最新的PC产品，新锐手机厂商realme也进军笔记本电脑市场。

重在交互

与传统的PC厂商略显乏味的硬件堆叠不同，作为“鲇鱼”的手机厂商，除了在处理器性能、显示效果、轻薄性等方面进行提升外，将手机、通信领域日渐成熟的技术嫁接至PC中，更多地将重心放在设备之间的融合交互，尤其是移动端和电脑端之间。

丁少将表示，在上游核心器件和系统趋于同质化的背景下，手机厂商具备基于手机的多场景打通、数据流转等新的体验优势。

5月16日，荣耀在线上发布了其独立后的第二款笔记本产品MagicBook 14。荣耀首次在PC中引入Magic OS for Windows，让Windows系统也可以像Android系统一样进行底层调优。

而在荣耀之前，华为也通过鸿蒙系统，让笔记本电脑借助超级终端功能，能够让华为笔记本电脑与手机、平板、显示器甚至智慧屏互联互通；并且，通过操作系统层面优化推出的移动应用引擎，能让电脑端华为应用市场拥有移动应用专区的体验，打通了HarmonyOS和Windows两个生态。

5月23日，华为也发布了一系列PC新产品，包括MateBook 16s i9版本、MateBook D 16、MateBook 14、MateBook D 14四款笔记本电脑。

值得注意的是，华为MateBook 16s不仅支持超级终端，还进一步进阶，多设备互联的同时，打通Windows PC与移动设备生态的功能，使得两大终端系统互通无阻，改变了手机和PC应用服务的割裂状况。PC乐享移动App，对于办公/学习的效率提升是颠覆式的。

荣耀CEO赵明表示：“这是一个荣耀可以参与的、空间不断扩大的市场，未来几年至少在中国是足够大的，对于荣耀而言都是一个明显增量的市场。但是仅依靠简单的硬件堆砌不会改变存量市场竞争的现状。只有通过深挖底层调优能力，结合OS智慧化、跨平台协同、生态构建，为用户提供综合体验更优的产品，才是赢得市场竞争的关键。未来我们还会将手机中更多技术和创新引入到笔记本电脑中。”

避免“双输”

虽然手机厂商布局笔记本电脑市场如火如荼，但不可否认的是，市场份额依然被传统PC厂商把持着。Strategy Analytics的研究报告显示，在2021年的全球笔记本电脑市场上，出货量排在前五的分别是联想、惠普、戴尔、苹果和宏碁，五家共占据79%左右的市场份额。

丁少将表示，手机厂商相较于传统PC厂商，由于前期出货规模不大，供应链稳定性会相对不足，采购成本也会相对更高。另外，品牌认知度也相对更弱一些。

张孝荣认为，手机厂商劣势在于笔记本电脑售后服务较弱，线下覆盖范围小，产品结构薄弱，缺少高端产品。

不仅如此，面对来势汹汹的新势力，联想、惠普、戴尔等传统PC厂商也在加宽自己的“护城河”，在强悍性能、显示画质、键盘手感等方向上寻求突破。

例如，5月24日，联想便接连发布了数十款新品，仅笔记本电脑新品就有30余款细分型号，包含联想YOGA、联想小新、联想拯救者等多个品牌。

然而，传统PC厂商要守住自己的优势，并不能仅仅靠数量与硬件取胜。

对此，丁少将建议，传统PC企业还是要发挥供应链优势以及全生命周期服务优势，在产品品质、价格、SKU（最小存货单位）丰富度、渠道等方面确保领先地位，同时加强针对垂直人群、垂直应用场景的产品创新和体验创新，并因时因势刷新品牌形象。另外，要通过高可靠性产品、有竞争力的价格，巩固和发展好B端市场。

与此同时，丁少将表示，手机厂商不要贪多求全，可以在个别垂直人群、市场、场景加强产品布局，集中研发、渠道、营销、供应链等资源实现以点带面的发展。产品创新方面，还是要突出场景和生态联动的优势，从外观设计到软件系统都有继续优化创新的空间，建立起智能化、个性化的新竞争壁垒。

安光勇则对记者表示，不管是攻击方（手机厂商），还是防守方（笔记本电脑厂商），需要扬长避短，发挥出自己的优势，一定要避免打价格战，因为价格战意味着“双输”的局面。

减量提质 存量更新

城市更新跑出“加速度”

本报记者 夏晨翔 北京报道

实施城市更新行动，转变城市开发建设方式和经济增长方式，对提升城市品质、满足人民群众美好生活需要、推动城市高质量发展具有重要意义。

《中国经营报》记者注意到，自从“城市更新”被正式写入《政府工作报告》后，全国各地加快了城市更新的步伐，陆续出台了相关的行动计划和任务目标，积极探索可持续的实施模式。

“城市更新项目往往会涉及公共职能和公共利益，涉及到大量社区公众的参与和协商，项目更新过程中需要更频繁地与政府进行沟通和决策。所以，无论是政府管理、公众的参与、社会资本的投资，还是开发商的运营能力，各个方面都会面临一定的挑战，都需要逐步摸索，然后形成一定的实践模式。”仲量联行华北区战略顾问部总监王飞分析指出。

多地出台城市更新细则

截至2021年年底，全国已有411个城市实施2.3万个城市更新项目，各地出台的有关地方条例、管理办法和指导意见超过200个。

2021年，“城市更新”被首次写入《政府工作报告》，而今年的《政府工作报告》更是将“有序推进城市更新”列入2022年重点工作，并提出“再开工改造一批城镇老旧小区”。

记者注意到，随着城市更新相关配套政策的不断落地和实施，各地在鼓励市场主体参与、相关的规划和资金等方面，支持力度不断加大。而城市核心区街区更新、城市公共空间提升、老旧小区改造、老旧工业厂房改造、传统商务楼宇改造、传统商圈改造将成为城市有机更新项目的重点。

如长沙市提出“差异化更新”理念，将建成区划分为更新核心区域和外围区域两个部分，核心区域以历史文化保护和综合整治为主，逐步向外疏解人口及非核心城市功能，外围区域承接核心区疏解功能，加快片区功能布局完善，提升城市品质。

成都市则在国土空间总体规划中编制城市更新专章，确立“提升城市竞争力和宜居度”的总体目标，提出更新总体指引。划定173个更新单元，以产业空间、文化空间、交通空间、生态空间四类更新为重点，带动城市整体更新。

同样作为住建部首批21个城市更新试点城市的南京市，则提出探索打破传统的“小区”概念，推进相邻小区及周边地区联动改造。以老旧小区改造为契机，整合利用城区公共空间，推动小区内外公共服务和社会服务联动的城市更新，促进居住社区品质提升。据了解，南京今年计划改造老旧小区128个，建筑面积276万平方米，惠及群众3.69万户。

值得一提的是，住建部在去年发布的《关于在实施城市更新行动中防止大拆大建问题的通知》中，曾指出有些地方出现继续沿用过度房地产化的开发建设方式、大拆大建、急功近利的倾向，随意拆除老建筑、搬迁居民、砍伐老树，变相抬高房价，增加生活成本，产生了新的城市问题。

为此，住建部提出，要严格控制大规模拆除、严格控制大规模增建、严格控制大规模搬迁、保留利用既有建筑、保持老城格局尺度、延续城市特色风貌、探索可持续更新模式、加快补足功能短板、提高城市安全韧性等多项城市更新规划原则和指导意见。

记者发现，在各地出台的城市更新计划中，“不大拆大建”已成为统一共识。

如北京市即提出，北京城市更新坚持“留改拆”并举、以保留利用提升为主，原则上城市更新单元（片区）或项目内拆除建筑面积不应大于现状总建筑面积的20%。提倡分类审慎处置既有建筑，推行小规模、渐进式有机更新和微改造。

根据住建部数据统计，截至2021年年底，全国已有411个城市实施2.3万个城市更新项目，各地出台的有关地方条例、管理办法和指导意见超过200个。在实践中，各地不断创新实施模式，不断完善支持存量更新的政策举措，逐步探索政府引导、市场运作、公众参与的可持续模式。

创新实践

“最佳实践”包括了首钢老工业区（北区）更新、劲松（一区二区）老旧小区有机更新、西单文化广场升级改造（西单更新场）等。

“其实，城市更新的定义很宽泛，不同的城市对于城市更新项目的定义又不太一样。比如，在北京，凡是拆除重建的项目都不算城市更新。而深圳的城市更新政策的口径和范围要更宽泛，分为拆除重建类和综合整治类，涵盖了旧改、工改、旧商业区改造等。”王飞指出。

事实上，实施城市更新行动，重点在于推动城市空间结构优化和品质提升。对特大城市而言，其主要任务更侧重于“存量更新”和“有机更新”。

日前，北京市对16项城市更新“最佳实践”和18项城市更新“优秀案例”评选进行公示。其中，“最佳实践”包括了首钢老工业区（北区）更新、劲松（一区二区）老旧小区有机更新、西单文化广场升级改造（西单更新场）、菜市口西片老城保护和城市更新等，涉及了多个方面。

以西单文化广场升级改造（西单更新场）为例，据项目实施主体华润置地介绍，西单更新场在建筑设计之初，需要解决很多冲突点。

如空间上，项目原有的地上和地下相互割裂开来，没有发生互动联系；功能上，项目紧邻长安街，同时又地处西单商圈的第一站，要兼顾沿长安街的建筑形象和商业活力展示，这就导致了新与旧、上与下、动与静、规矩与活力、文化与商业看似矛盾的秩序在这里交汇，如何解决这些矛盾是项目设计首要面临的问题。

因此，项目采用了“主体-资金-空间-运维”四位一体的方式，以“减量”“提质”“增绿”为核心理念进行全方位的升级改造。

据了解，改造前，该项目地下商业空间4层，总建面约4.3万平方米，层高低，空间局促，商户多为摊位形式；楼板重新规划后，现在包括车库减为3层，总建筑面积减到3.5万平方米，商业面积由改造前的2.2万平方米减至0.6万平方米，原有的小商品低端业态也得到疏解，凝练为精致的小体量商业中心。

在“提质”方面，项目改变了原来类似于小商品批发市场的业态，更新场定位“青年、艺文、潮流”，通过高度复合的业态规划，融合城市商务休闲功能、消费功能、文化功能，满足城市高质量发展阶段需要，成为西单年轻时尚潮流发声地，形成了年轻人重返西单的社会效应。

此外，项目还贯彻“城市森林”理念，在西单商业区覆盖1.12万平方米绿地，借助微地形变化营造接近自然状态的“城市绿肺”，达到“增绿”的目的。

“西单文化广场升级改造，作为践行城市二次开发途径下老旧商业设施提升的成功试验场，在老旧商场升级改造、调整功能、提升活力、建筑功能混合及地下空间复合利用等方面进行了深度实践。以城市更新中的‘减量’‘提质’‘增绿’为立足点，在长安街畔为市民提供一处休憩购物的场所，成为了首都核心区城市更新的典范。”华润置地相关负责人介绍。

日前，北京市对16项城市更新“最佳实践”和18项城市更新“优秀案例”评选进行公示。西单文化广场升级改造（西单更新场）入选“最佳实践”案例。 视觉中国/图

资金难题待解

老旧小区改造内容丰富，大规模展开必将对经济产生强力的拉动作用，但也需认识到，以往的改造工作主要采取政府包揽、工程主导的模式，大量的资金需要政府承担，对地方财政形成不小压力。

“当前，老旧小区改造面临的主要挑战是资金问题。因为其具有很强的公共属性，主要依靠申请专项资金来建设，所以目前多是依据‘一区一策’的原则，根据老旧程度的不同，分期实施。”中国建筑设计研究院装配院设计总监潘磊告诉记者。

事实上，老旧小区改造内容丰富，大规模展开必将对经济产生强力的拉动作用，但也需认识到，以往的改造工作主要采取政府包揽、工程主导的模式，大量的资金需要政府承担，对地方财政形成不小压力。

“之前国内的开发商都是采取追求高周转、获取快速回报的短期效益行为，但这种模式很难支持长期的城市更新项目。因为城市更新涉及到了公众的参与、政府公共利益保障的决策，所以它在时间上有很强的不确定性，审批流程要比一般的建设项目更加地复杂。”王飞指出。

王飞认为，开发商从原来的开发行为可能要变成金融的投资行为，以及加上长期的运营行为。开发可能变成整个项目当中的一环，但不是一个核心竞争能力。运营能力可能是核心竞争能力，长期资本的融资能力和投资能力则是更强的核心竞争能力。

对此，筑福（北京）城市更新建设集团董事长董有在接受记者采访时表示，老旧小区改造要注重投入及产出。银行贷款必须得有抵押物和利息保障，所以在改造中，可形成资产包抵押给银行，获得建设资金。当资金下来之后通过满足合作条件的多方平台公司进行战略合作协商，再组建SPV（特殊目的公司），即阶段性项目平台公司，由政府提供支持和财政补贴，项目公司提供融资、建设、运营管理等专业服务，将老旧小区改造与片区综合开发有机结合，形成老旧小区综合开发改造模式。

“通过这种建设、移交、运营的BTO模式，可以使闲置的土地房产再开发，形成资产包，系统化地构建老旧小区改造的顶层设计和闭环式的运营机制，创新了老旧小区融资模式和老旧小区改造资产证券化之路。”董有指出。

多地着力化解非住宅商品房库存：允许“商改住” 降低商住配比

本报记者 余燕明 北京报道

相比住宅商品房市场，多个城市的写字楼、商务公寓、商业等非住宅商品房市场面临着更为严峻的去库存难题。

近期，湖南省自然资源厅和住建厅联合印发通知，要求科学、精准、精细处理存量房地产土地开发利用和已建成房地产去化的关系，防止房地产库存去化超标增加系统性风险。

其中，通知明确，对非住宅商品房去化周期超过36个月的县市区，除省、市重点招商项目和物流、加油加气站用地外，暂停新的非住宅商品房用地审批和挂牌出让。

在湖南长沙，根据湖南中原研究院的监测数据，截至今年4月底，长沙全市写字楼库存面积去化周期超过587个月，商务公寓库存面积去化周期接近47个月，商业库存面积去化周期升至190个月，均处在历史高位水平。

今年4月份，长沙住建局等五部门专门出台了支持政策，以推进该市非住宅商品房去库存。长沙对一些已出让尚未动工建设的非住宅商品房用地，在满足公共服务设施和基础配套设施承载力的前提下，将可以进行“商改住”。

《中国经营报》记者获悉，除湖南长沙以外，贵州六盘水、安徽黄山等多个城市在近期均已出台相关政策，要求适当控制商业地产规模的同时，支持推进非住宅商品房去库存，这些政策包括允许或放宽“商改住”、降低商住配比、向购买非住宅商品房的业主给予财政补贴等。

盘活存量

更早之前，湖南省就已经意识到了非住宅商品房市场在去库存问题上所面临的严峻挑战，为此当地住建等六部门在去年9月份联合下发了《关于推进非住宅商品房去库存的若干意见》（以下简称“《意见》”）。

《意见》共提出了10条举措来化解非住宅商品房库存，包括严格控制非住宅商品房用地增量、加快盘活非住宅商品房用地存量、控制非住宅商品房供应、促进非住宅商品房租售、鼓励非住宅商品房自持、降低非住宅商品房交易成本、降低公寓居民用户使用成本等。

在控制非住宅商品房用地增量方面，《意见》要求科学编制非住宅商品房用地年度供应计划，原则上当年非住宅商品房用地供应计划转化建筑面积总量不得超过上两个年度平均销售总量。

此外，对连续两个季度非住宅商品房库存去化周期超过36个月的市县，除省、市重点招商项目和物流、加油加气站用地外，暂停新的非住宅商品房用地挂牌出让；对去化周期在24～36个月的市县，当年非住宅商品房用地供应转化建筑面积不得超过上两个年度平均销售总量的二分之一；对去化周期在12～24个月的市县，拟出让的非住宅商品房用地，应适当降低商住配比，保持合理有序的供应。

在盘活非住宅商品房用地存量方面，对已出让尚未建设的非住宅商品房用地，《意见》允许按规定转型用于国家支持的新兴产业、养老产业、文化产业、体育产业等项目用途的开发建设，在满足公共服务设施和基础配套设施承载力的前提下，经批准可按“商改住”进行规划修改，并可适当降低商住配比。

为推进非住宅商品房去库存，今年4月份，长沙市住建局等五部门联合印发了《关于落实〈关于推进非住宅商品房去库存的若干意见〉的通知》（以下简称“《通知》”），多措并举，重点化解商业公寓、商务写字楼等类别房屋不合理库存。

目前，长沙的写字楼、商务公寓、商业等非住宅商业房库存量高企，去化周期已升至历史高位水平。

根据湖南中原研究院的监测数据，今年前4个月，长沙写字楼市场已连续没有新增供应，芙蓉、开福、天心等五区累计成交面积1.61万平方米，同比下降了33%。到今年4月底，长沙五区写字楼库存面积373.51万平方米，去化周期超过587个月。

克而瑞湖南区域一位分析师称，今年长沙商务公寓市场率先开启了新一轮降价潮，以价换量下部分公寓项目均价四字头起，虽然拉动了一时销量，却难以扭转商务公寓市场整体去化难的局面。

今年前4个月，长沙五区商务公寓市场累计供应面积26.69万平方米，同比减少了63%；累计成交面积30.17万平方米，同比减少了32%；累计成交均价同比下跌了5%。到今年4月底，长沙五区商务公寓库存面积476.74万平方米，去化周期接近47个月。

在商业市场，今年前4个月，长沙五区累计供应面积同比下降了64%，但仍难扭转整体供过于求的状态。其间，全市商业市场累计成交面积9.75万平方米，低于新增供应的13.54万平方米，累计成交均价同比下跌了20%。

至今年4月底，长沙五区商业库存面积447.77万平方米，去化周期升至190个月左右。长沙五区当中，去化周期最短的芙蓉区约为47个月，去化周期最长的天心区高达728个月。

多措并举

为解决写字楼、商务公寓、商业等非住宅商品房市场库存高企的问题，长沙市在《通知》中明确，对一些已出让尚未动工建设的非住宅商品房用地，允许按规定转型用于国家支持的新兴产业、养老产业、文化产业、体育产业等项目用途的开发建设；在满足公共服务设施和基础配套设施承载力的前提下，将可以进行“商改住”。

一直以来，全国各地均对“商改住”有着严厉约束和限制。但随着部分城市的非住宅商品房市场积累形成了不合理的库存，地方政府开始适时对“商改住”政策进行优化调整，加快盘活非住宅商品房用地存量。

除了湖南长沙，贵州六盘水在近期提出要适当控制商业地产规模，对已出让尚未建设的非住宅商品房用地，在满足公共服务设施和基础配套设施承载力，以及城市风貌管控要求的前提下，可适当放宽“商改住”或降低商住配比，允许申请调整性质用于住宅或新兴产业、养老产业、文化教育产业、体育产业等用途开发建设；对于调整为住宅的，原则上用于安置房和保障性租赁住房建设。

六盘水市还支持推进非住宅商品房去库存，对已建未售的商务公寓、商业等非住宅商品房，经申请批准可变更为保障性租赁住房或企业自持租赁住房，其用水、用电、用气和物业费执行居民收费标准。

在降低非住宅商品房使用成本方面，长沙市也配套了类似政策。长沙市对居住在公寓的居民住户，符合“一表一户”安装条件和建设标准的，在水、电、气抄表到户后，可申请执行城镇居民用水用电用气价格标准。

此外，长沙市还通过对购买非住宅商品房的业主直接给予财政补贴，刺激非住宅商品房库存加快去化。长沙市出台的政策规定，其中购买一手房的按契税计税依据的1%给予补贴；新购买非住宅商品房且持有1年以上对外转让的，对购买方按契税计税依据的4%给予补贴。

据记者了解，国内房屋交易契税的计税依据即为不含增值税的成交金额。相当于长沙市将按照房产价格分别给予购房业主1%和4%的财政补贴。

为推进非住宅商品房去库存，直接向购房业主发放财政补贴的还有安徽黄山。日前，黄山市财政局、住建局、税务局等部门联合印发通知，2022年，对在中心城区购买新建商品住房的业主，按照契税应税价格1%的标准给予财政补贴；对在中心城区购买新建非住宅商品房的业主，按契税应税价格2%的标准给予财政补贴。

根据记者获取的一份黄山市最新的库存分析报告，到今年4月底，黄山中心城区新房库存为12446套（含住宅、公寓、别墅产品），其中住宅商品房8914套，商务公寓、别墅类产品约3532套。若按照黄山中心城区近半年月平均成交124套计算，新房去化周期约为100个月；若按照黄山中心城区2021年全年月平均成交356套计算，新房去化周期约为35个月。

《中国经营报》记者注意到，目前着力化解非住宅商品房库存的城市里，当属湖南长沙出台的相关政策覆盖范围更广、举措更多、力度更大。除了允许或放宽“商改住”、直接发放购房补贴、降低非住宅商品房使用成本等措施外，长沙市鼓励行政事业单位等机构部门在需要增加业务用房时，优先在存量非住宅商品房中购买或租赁。

垃圾焚烧市场竞争激烈 企业跨界寻找“第二增长曲线”

本报记者 茹阳阳 吴可仲 北京报道

2021年，垃圾焚烧行业上市公司业绩实现普涨。

《中国经营报》记者注意到，在A股主营垃圾焚烧发电的9家上市公司中，除中国天楹（000035.SZ）因出售子公司致营收小幅下滑外，伟明环保（603568.SH）、瀚蓝环境（600323.SH）和三峰环境（601827.SH）等8家公司于2021年全年实现营收同比增长19%～122%，归母净利润同比增长6%～72%。

与此同时，近年来垃圾焚烧行业竞争愈加激烈，部分公司开始跨界进入新能源领域，以谋求“第二增长曲线”。其中，伟明环保近期拟投资不超过2.73亿美元参与建设位于印尼的4万吨/年高冰镍项目，以此跨入新能源产业链；此外，上市不久的圣元环保（300867.SZ）准备同时“试水”风、光、氢等多个新能源领域；中国天楹则计划以储能为切入点布局新能源。

盈利普涨

伟明环保、三峰环境和瀚蓝环境归母净利润皆超10亿元，盈利能力位居行业前三甲。

我国的垃圾处理方式主要有填埋、焚烧和堆肥三种，近年来垃圾焚烧产业快速发展，渐成主流。

国家统计局数据显示，2004年至2020年，我国拥有城市生活垃圾焚烧厂由54座增至463座，处理能力由1.69万吨/日增至56.78万吨/日。另据《中国城市建设统计年鉴》数据，2019年，我国生活垃圾焚烧总量所占无害化处理总量首次超过50%，标志着焚烧已成为生活垃圾处理的主要方式。

截至2021年末，除军信股份（301109.SZ）暂未披露产能数据外，伟明环保、瀚蓝环境、三峰环境、中国天楹、旺能环境（002034.SZ）和绿色动力（601330.SH）的垃圾处理产能分别为2.84万吨/日、2.61万吨/日、4.16万吨/日、1.16万吨/日、2.29万吨/日和3.4万吨/日；上海环境（601200.SH）和圣元环保2021全年的进厂垃圾量分别为1266万吨和485万吨。

2021年，伟明环保、瀚蓝环境、三峰环境、上海环境、中国天楹、旺能环境、绿色动力、军信股份和圣元环保分别实现营收42亿元、118亿元、59亿元、71亿元、206亿元、29亿元、51亿元、21亿元和23亿元，同比分别增长34%、57%、19%、57%、-6%、75%、122%、87%和122%；实现归母净利润15.4亿元、11.6亿元、12.4亿元、6.9亿元、7.3亿元、6.5亿元、6.9亿元、4.4亿元和4.7亿元，同比增长22%、10%、72%、10%、12%、24%、39%、6%和55%。

其中，伟明环保、三峰环境和瀚蓝环境归母净利润皆超10亿元，盈利能力位居行业前三甲。

伟明环保方面人士向记者表示：“公司目前是A股市值最大的垃圾焚烧企业，近年业绩也保持了稳定的增长。在相同的投资下，公司可以把规模做到较同行更大；在相同规模情况下，可以把项目的成本做到较同行更低。公司的吨垃圾发电量也高于同行业水平，且在全产业链情况下，公司的设备业务也有可观的收益。”

该人士表示，近几年，垃圾焚烧市场不是太好，不过公司投产的项目都处于盈利状态。同时，公司有较多的在手订单，每年也都陆续有新项目投产。所以，虽未出现所谓的“爆发期”，但近年也都实现了平稳增长。

三峰环境方面表示，公司归母净利润同比增长72%、扣非归母净利润同比增长76%，主要系百果园项目、涪陵项目、库尔勒项目和梅州项目以及部分联营单位进入可再生能源补贴清单所致。

值得一提的是，瀚蓝环境和上海环境2021年营收增速皆超50%，不过归母净利润增速仅为10%。

对此，瀚蓝环境方面表示，受国际能源价格上涨及限价政策影响，公司天然气业务净利润出现阶段性同比下滑。同时，新投产有机废弃物处理项目、工业危废处理项目等产能利用率不足，盈利能力低于垃圾焚烧发电项目等因素也降低了公司的盈利能力。

上海环境方面则表示，公司利润增速小于营收增速是由于部分投产项目产能尚未充分释放。此外，公司执行《企业会计准则解释第14号》，确认了毛利率较低的PPP项目建设期收入及成本，也对利润产生影响。

应收账款攀升

在负债水平下降的同时，垃圾焚烧公司的应收账款则大幅攀升。

垃圾焚烧属于重资产行业，业内企业的高速发展往往伴随着债务的不断积累。

截至2021年末，绿色动力、瀚蓝环境、军信股份、上海环境、圣元环保、旺能环境、三峰环境、中国天楹和伟明环保的总负债分别为133亿元、187亿元、47亿元、174亿元、46亿元、73亿元、121亿元、133亿元和65亿元，资产负债率分别为66%、64%、63%、59%、59%、57%、56%、54%和44%。

绿色动力以66%的负债率水平居于行业首位，不过较其2018年～2019年间72%～75%的高位已有明显下降。

绿色动力方面人士向记者解释称：“公司近年的在建项目很多，资金需求量较大，所以负债率一直保持在较高水平。不过，通过2020年底18.2亿元的非公开发行和2022年初23.6亿元的可转债发行（及未来可能的转股），公司的负债率已较2019年底实现了大幅的降低。”

与绿色动力不同，中国天楹则通过出售旗下公司降低负债率。2020年，中国天楹的负债率高于同行，其于2021年出售旗下公司“Urbaser”100%股权，负债总额由2020年末的379亿元降至2021年末的133亿元，负债率也由75%降至54%。

在负债水平下降的同时，垃圾焚烧公司的应收账款则大幅攀升。

2021年末，圣元环保、上海环境、绿色动力、伟明环保、旺能环境、三峰环境、瀚蓝环境、军信股份和中国天楹的应收账款账面余额分别为8.7亿元、24.1亿元、15.3亿元、11.4亿元、7.6亿元、15.2亿元、17.3亿元、2.9亿元和12.4亿元，同比分别增长98%、66%、95%、103%、109%、53%、68%、66%和-79%，占当期营收比分别为38%、34%、30%、27%、26%、26%、15%、14%和6%。

其中，圣元环保、绿色动力、伟明环保和旺能环境的应收账款同比增速皆超90%，同时应收账款占营收比例皆超25%。

圣元环保内部人士向记者表示，公司的应收账款确实规模较大，不过这是行业内的普遍现象。公司8.7亿元的应收账款中有4.8亿元左右是可再生能源补贴拖欠带来的，其余部分主要是由于垃圾处理（服务）费用拖欠所致。

“公司应收账款的账龄都比较短，3年以上的部分占比较小，且都按照相应会计政策计提了坏账准备。同时，近期有一些关于‘发放补贴’的动静，公司也从福建当地了解到一些信息，认为应收账款问题可能会很快得到缓解。”该人士解释道。

绿色动力方面人士向记者表示，根据《企业会计准则解释第14号》，公司会计政策发生了变更，2021年的应收账款部分新确认了建造收入，因此2021年同2020年的应收账款内容有所不同。

上述伟明环保方面人士则向记者表示，因为政策上的原因，公司部分可再生能源补贴尚未拿到，所以产生了较多的应收账款，不过从之前情况来看，风险并不会太大。

跨界新能源

于2020年上市的圣元环保，则准备同时试水光伏、风电、氢能等多个新能源领域。

在高速成长过后，垃圾焚烧行业竞争日趋激烈。

“垃圾焚烧发电项目越来越少了，公司拿项目的量也不如前两年那么多了。”绿色动力方面人士向记者表示。

该人士称，绿色动力2021年的增速较前两年已经有所放缓，主要因市场上也没有那么多的项目来让公司保持之前的增速了。同时，在项目选择上，绿色动力并非所有项目都会拿，而要更谨慎地评估相关风险后再做决定。

三峰环境方面表示，国内增量市场主要位于二、三线城市及县城区域，新项目获取、建设和运营难度大；新开工垃圾焚烧发电项目全面实施“竞价上网”，可再生能源补贴将逐渐退出；环保排放标准不断完善，项目造价提高，生产和环保投入等项目运营成本也在持续增长。多重因素叠加对业内企业的发展提出了严峻挑战。

上海环境方面则表示，“十四五”期间，垃圾焚烧仍是固废行业核心，但生活垃圾处置需求增速放缓；焚烧规模逐渐变小，2021年新增项目平均单体规模首次跌至1000吨/日以下；垃圾焚烧市场前十大企业的市场占有率达80%，市场格局趋于稳定。业内企业的布局抢滩已“白刃相接”，竞争愈发激烈。

在告别高速成长的同时，部分业内企业纷纷向餐厨、环卫等相关环保细分领域进行业务延展，部分则谋划切入近年十分火热的新能源领域。

伟明环保于2022年1月公告称，拟投资为不超过2.73亿美元参与建设在印度尼西亚的4万吨/年高冰镍项目，以此跨入新能源上游产业链。

关于该项目的进展，上述伟明环保人士向记者表示：“项目在今年年初就已经开始动工建设。正常情况下，建设周期为一年半左右。预计该项目在2023年下半年就能投产，产生的利润也会体现在当年的报表中。”

于2020年上市的圣元环保，则准备同时试水光伏、风电、氢能等多个新能源领域。

圣元环保方面人士向记者表示，公司利用现有焚烧发电厂的屋顶资源，建设了一些小规模的光伏电站；公司正在同三峡方面就福建的海上风电项目展开合作；在固态储氢方向上，公司与有研工研院签订了具体的技术开发合同，目前已经进行到设备选型阶段。

此外，完成对子公司“Urbaser”股权变现后的中国天楹，亦准备进军新能源。该公司人士向记者表示，新能源是未来的大趋势，公司计划以储能为切入点进军新能源领域，未来可能会逐步扩展至分布式光伏发电、地面光伏电站、风力发电、智能柔性电网和充电桩等其他细分领域。

工人在生活垃圾焚烧发电项目工地施工。 新华社/图

可降解塑料迎来新标准 资本纷纷入局抢市场

本报记者 陈家运 北京报道

6月1日，由国家市场监督管理总局此前发布的《生物降解塑料与制品降解性能及标识要求》和《生物降解饮用吸管》正式开始实施。这两项标准对相关产品的降解性能要求、标识标注要求和检验方法等作出了明确规定，规范引导行业健康发展。

目前，可降解塑料行业背后的蓝海市场，已吸引资本扎堆布局。今年以来，华阳新材(600281.SH)、华塑股份（600935.SH）、和君正集团（601216.SH）等多家企业纷纷宣布入局可降解塑料行业。

对此，中研普华研究员张星在接受《中国经营报》记者采访时表示，从“限塑令”政策出台以来，可降解塑料受到市场关注，特别是在“双碳”的背景下，可降解环保材料成为了社会关注的重点。发展生物基新材料能够有效治理“白色污染”，促进社会生态体系的建设，具有重要意义。可降解塑料是国家战略性新兴产业发展方向之一，未来市场空间广阔。

万亿市场新空间

可降解塑料是指一类其制品的各项性能可满足使用要求，在保存期内性能不变，而使用后在自然环境条件下能降解成对环境无害的物质的塑料。目前的可降解塑料主要有PLA、PBAT、PHA、PGA等产品。

PBAT属于热塑性生物可降解塑料，主要原料之一是BDO。其兼具PBA和PBT的特性，既有较好的延展性和断裂伸长率，也有较好的耐热性和冲击性能。

近年来，我国塑料污染治理顶层设计不断完善。2020年1月19日，根据国家发展改革委、生态环境部发布《关于进一步加强塑料污染治理的意见》（业内又称新“限塑令”），按照2020年、2022年、2025年三个时间段，分步骤、分领域，积极稳妥推进塑料污染治理整体工作，在部分地区、部分领域禁止或限制部分塑料制品生产、销售和使用。在相关政策的推动下，可降解塑料替代率快速上升，市场需求量呈快速增长趋势。

记者了解到，在国家政策引导下，各地政府也集中出台了配套政策和实施条例，大力支持可降解塑料的研发、生产和使用，积极推进可降解塑料对传统塑料的替代进程，可降解塑料将迎来广阔的市场发展前景。

张星向记者表示，从“限塑令”政策出台以来，可降解塑料受到市场关注，特别是在“双碳”的背景下，可降解环保材料成为了社会关注的重点。发展生物基新材料能够有效地治理“白色污染”，促进社会生态体系的建设，具有重要意义。可降解塑料是国家战略性新兴产业发展方向之一，未来市场空间广阔。

他讲道，我国是全球塑料消费大国，塑料消费量占全球的比重达15%。Grand View Research公布的数据显示，2019年我国塑料包装市场规模541亿美元，预计到2025年我国塑料包装市场规模将达到698亿美元，按照可降解塑料替换率为30%计算，预计2025年我国可降解塑料市场规模约为209亿美元。总体看来，我国可降解塑料市场前景广阔，行业发展可期。

据招商证券预测，截至2022年底，可降解塑料新增需求增量有望达到227万吨；到2025年，可降解塑料新增需求有望超过400万吨，未来空间十分广阔。另外，国海证券研报则指出，在政策的推动下，预测到2025年国内可降解塑料的市场总需求可达到415万吨，是2018年需求量的9.23倍，以单价2万元/吨计算，市场空间为830亿元。

对此，金联创塑料高级分析师李莉向记者分析，据中国塑协塑料再生利用专业委员会统计，我国每天使用塑料袋约30亿个，其中仅用于买菜的塑料袋就达10亿个。据国家统计局统计，2021年全国塑料制品产量为8004万吨。1吨聚乙烯理论最多可做13万个塑料袋。每天可以消耗将近7700～23100吨原料，以目前主要原料8900～9400元/吨来计算的话，每天消耗塑料的金额在6853万～21714万元。光塑料袋一项年金额将达到250亿～792亿元。另外，可降解塑料产品的价格基本在20000～40000元/吨以上，受国外限制不可降解塑料使用等政策的影响，全球范围内的替代机会可能达万亿。

资本入局抢市场

市场空间缺口巨大，多家企业已早早布局。

华阳新材6万吨/年PBAT生物降解新材料和2万吨/年生物降解塑料制品项目已于去年开建，目前项目整体进展顺利。4月10日，公司30万吨/年PBAT项目一期10万吨/年PBAT项目，以及配套的20万吨/年1,4-丁二醇(BDO)项目获山西省国有资本运营有限公司立项批复。

华阳新材证券部人士向记者表示，我国是塑料消费大国，“白色污染”问题严峻，使用PBAT生产的生物可降解塑料是目前成熟的新材料替代方案。在国内产业政策的推动下，大量传统塑料制品将被清洁、可靠、可降解的塑料制品所取代。预计到2025年，国内生物可降解塑料市场将迎来快速增长，形成百亿级的市场规模。

华阳新材方面表示，目前，生物可降解塑料产业在我国发展时间较短，上述募投项目建设完成后，可以帮助上市公司抢占市场先机，大幅提升盈利能力。

除了华阳新材之外，华塑股份、君正集团等公司也在加码布局。

3月25日，华塑股份方面披露，拟建设年产12万吨PBAT、PBS一体化项目，计划投资金额为24亿元。

另外，4月8日，君正集团在内蒙古乌海市乌达工业园区建设的总计207亿元的绿色环保循环产业一期项目正式开工。该项目在乌海市乌达工业园区建设年产2*60万吨BDO及年产2*100万吨PBAT/PBS/PBT/PTMEG可降解塑料循环产业。

君正集团方面表示，以BDO生产为核心的可降解塑料产业在乌海具有明显优势，本项目中的PBAT/PBS/PBT作为BDO的下游产业，将充分整合公司在乌海生产基地乌达工业园区形成产业链循环经济，具有较好的经济效益。

张星告诉记者，随着近几年各地方政策的不断落地实施，未来可降解塑料市场空间将逐步打开，各企业加快了对相关产品的投资布局，纷纷扩产或新建产能。目前，国内可降解塑料的渗透率还较低，市场缺口较大，未来具有较大的发展空间。

同时，李莉表示，目前可降解塑料的生产企业屈指可数，产能也非常少，目前总体产能40多万吨，且有部分需要出口。整体来看，国内处于严重供不应求的状态。虽然大量的企业纷纷宣布参与到这个领域当中，或是有装置批复计划，但建设需要时间，这中间需要逐步释放，而我们的需求也在同步地提升。另外，当前我国替代的产品多以一次性塑料制品为主，这些快消品是对环境造成污染的主体。全球需要解决的是减少一次性产品的污染，因此前期的产品定位存在同质化的问题。在达到一定规模的替代后，才会去逐步延伸到更多的领域，这是环保发展的需要，也是市场的需要。

大量同质化产能投放后，市场竞争不可避免。随着高科技生产技术的发展，各类新材料的技术瓶颈会得到突破，生产成本降低，市场竞争会更加激烈，从而降低产品利润率。

对此，张星表示，目前，可降解塑料市场呈现出“小而散”的发展态势，小型企业更多地集中在低端产品上，在高端产品的研发上缺乏相应的布局，难以提高产品的附加值，面临着较高的市场竞争压力。随着大量企业扩产，在可降解塑料产业中，预计在低端产品上将会呈现出产能过剩的发展格局，需要进行产品提质升级。

结构性存款再受上市公司热捧 认购金额超去年3倍

本报记者 张漫游 郝亚娟
北京 上海报道

上市公司再次掀起了购买结构性存款产品的热潮。根据Wind数据统计，今年以来，上市公司购买结构性存款的金额为13022.84亿元，而2021年同期为3642.15亿元。

《中国经营报》记者采访了解到，上市公司再次看重结构性存款产品，一方面是因为短期市场风险加大和预期偏弱；另一方面结构性存款产品兼具安全性、流动性，收益也有一定保障，比较好地匹配了上市公司闲余资金的投资需求。

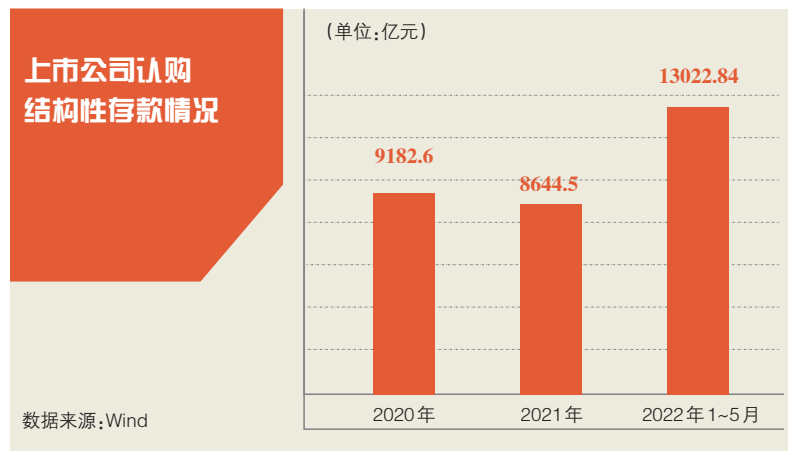
值得一提的是，近年来在监管层的指引下，结构性存款整体呈现“量价齐降”的态势。受访人士认为，结构性存款阶段性的走高也不代表这一趋势会发生变化，合理控制结构性存款规模仍是未来方向。

“安全性+流动性”

上市公司将闲置资金用于购买理财产品，最关注的是不影响企业自身经营发展，比较注重本金的安全性。

结构性存款再度成为上市公司闲置资金投资的“香饽饽”。

5月下旬，山西汾酒发布公告称，公司拟使用不超过200亿元额度的闲置自有资金购买结构性存款，在上述额度内，资金可滚动使用；在此之前，工业富联于3月发布公告称，公司及子公司使用不超过476亿元闲置自有资金投资银行、银行理财子公司等金融机构发行的安全性高、流动性好、中短期(不超过一年)、保本的理财产品和结构性存款。



根据Wind数据统计，截至5月31日，今年上市公司购买结构性存款的金额为13022.84亿元，而2021年同期为3642.15亿元。

“上市公司使用闲置募集资金进行投资，首先要保证资金安全，满足保本要求，而且要具备良好流动性，不能影响募集资金投资计划项目正常进行。”上海财经大学高等研究院“中国宏观经济形势分析与预测”课题组专家、助理研究员李双建告诉记者，对上市公司而言，购买银行结构性存款成为当下提高闲置的募集资金使用效率的重要途径。“短期内，上市公司购买银行结构性存款不仅可以避免通胀折损，还可能会增加公司收益；而且银行结构性存款本身的收益波动幅度较小，对上市公司即期业绩不会造成太大影响。”

记者检索发现，2020~2021年，上市公司购买结构性存款的规模逐渐减少。Wind数据显示，截至2020年底，上市公司购买结构性存款的认购金额约为9182.60亿元；截至2021年底，这一规模缩减为8644.50亿元。

为何今年上半年上市公司对于结构性存款产品的热情再次升温？

中国银行研究院研究员梁斯认为，当前我国经济仍然面临一定的下行压力，加之3月以来，疫情影响逐步扩大，导致经济运行受限，企业生产经营活动受到影响，为避免资金闲置，一些企业会加大对理财产品的购买。

同时，今年以来，资本市场动荡，导致涉及股市、债市资产配置的产品收益波动大，理财产品市场也受到影响，部分权益类理财产品净值波动明显，并出现“破净”的情况。

“上市公司倾向于用闲置资金购买安全、稳定、流动性较强的理财产品，保本理财已经退出，结构性存款在安全性、流动性等方面与保本理财较为接近，具有保本、保最低收益率的特点，且大多为中短期产品，比同期限的定期存款利率要高不少，所以比较受上市公司青睐。”融360数字科技研究院分析师刘银平表示。

对此，李双建也提到，上市公司将闲置资金用于购买理财产品，最关注的是不影响企业自身经营发展，因此上市公司理财对收益要求并不高，比较注重本金的安全性，其中结构性存款、货币基金、偏固收类产品等安全系数和流动性较好的理财产品，仍将是上市公司的首选。

结构性存款“量价齐跌”

“预期未来结构性存款仍将继续呈现下降趋势，但降幅较之前将有所收缩。”

从银行业整体情况看，结构性存款规模依然呈现出下降态势。中国人民银行数据显示，截至2022年3月末，中资全国性银行结构性存款余额为58505.79亿元，环比下降0.54%，同比下降12.26%。

近两年，在监管部门规范下，压降结构性存款成为商业银行负债管理的重要内容。

“结构性存款的规模较最高时期已经大幅下降，阶段性的走高也不代表这一趋势会发生变化，合理控制结构性存款规模仍是未来方向。”梁斯告诉记者，“企业增持结构性存款也不意味着银行发行结构性存款的规模必然上升，其原因可能在于企业短时间内对结构性存款的增持意愿上升，且上市公司的行为也仅代表了部分企业的做法，不一定能够完全代表所有企业。上市公司自身存在资金配置需求，合理优化自身的资产配置，以提升资金使用效率，从这一角度看，上市公司购买结构性存款存在合理性。”

融360数字科技研究院发布了《2022年4月银行结构性存款报告》显示，4月银行结构性存款收益率也出现下降。2022年4月，银行发行的人民币结构性存款平均预期中间收益率为2.99%，与上月持平；平均预期最高收益率为3.54%，环比下降5BP。

“自监管部门发文要求各银行严控结构性存款规模后，预期最高收益率和实际到期收益率均在下跌，使其对上市公司的吸引力逐渐减弱，助推结构性存款规模下降。”李双建认为。

在刘银平看来，结构性存款未来收益率存在继续下降的可能。“国有银行结构性存款收益率在2021年已经有较大幅度下调。今年虽然继续下调空间有限，但规模会继续压降。股份制银行对结构性存款的依赖性更强，因此收益下降会较为缓慢。”

谈及未来上市公司“闲钱”投资的去向，李双建认为，随着市场上信托产品、基金产品等理财产品种类越来越丰富，结构性存款吸引力逐渐下降。“预期未来结构性存款仍将继续呈现下降趋势，但降幅较之前将有所收缩。结构性存款最终将走向量稳价降的格局，并不会完全退出市场。”

梁斯认为，当前信贷条件政策宽松，企业获取资金难度下降，但在当前经济下行压力仍然较大背景下，企业获得资金应当更多用于实际生产经营环节，监管应当适度有所引导，规制资金流向。“随着疫情得到防控，经济活动逐步恢复正常，企业生产经营动力上升，资金需求意愿增强，预计持有理财产品规模或将有所放缓，但结构性存款对企业仍具有一定吸引力。”

激战28万亿消费金融红海

本报记者 张漫游 北京报道

消费金融市场新入局者不断涌现。近日，有消息称浙商银行计划布局消费金融牌照。此前，兰州银行亦在其业绩发布会上透露，未来将在监管政策允许的范围内积极开展消费金融公司等金融牌照的申请工作。

从政策导向来看，消费金融肩负着推动共同富裕、拉动消费、振兴小微、践行绿色金融等多重社会责任。基于此，麦肯锡认为，消费金融市场仍将保持稳健发展，预计2021～2025年消费信贷市场增速将接近14%，于2025年底增至约28万亿元人民币。

在消费金融的红海中，参与者众多，包括银行、消费金融公司、金融科技公司等。激烈竞争下，一年多来消费金融行业面临双重压力：一方面，竞争加剧，出现“内卷压力”；另一方面，利率压降、监管趋严、外部环境风险凸显。

中邮消费金融副总经理、董事会秘书杨俐认为，差异化客群定位、金融科技应用能力、负债成本有效管控以及资产质量把控等，将成为决定中小消费金融公司能否胜出的关键因素。

应对“内卷压力”：围绕获客、风控、科技提升竞争力

近日，银行在消费金融领域频繁布局。除上述浙商银行及兰州银行外，此前新三板金融投资服务提供商新安金融发布公告称，拟将子公司安徽新安资产管理有限公司持有的华融消费金融6.7%股权，转让给宁波银行，交易金额约为1.04亿元。

2021年12月22日，宁波银行以10.91亿元的价格竞得中国华融持有的华融消费金融70%股权。

自2020年以来，银行热衷于获得消费金融牌照。《中国经营报》记者梳理发现，2020年一年便有5家消费金融公司获批筹建；2021年以来虽无新增持牌机构获批，不过宁波银行、南京银行两家头部城商行先后通过收购股权的方式，取得了消费金融牌照。

从2021年消费金融公司净利润情况看，已开业的30家消费金融公司中，分化明显。截至2021年末，招联消费金融、兴业消费金融、马上消费金融和中邮消费金融的净利润分别是30.63亿元、22.30亿元、13.82亿元和12.29亿元，同比增长分别为83.6%、65.2%、94.1%和205.7%，这4家消费金融净利润占所有盈利消费金融公司净利润的比重超五成。

面对竞争日趋激烈的市场，杨俐告诉记者，金融机构要聚焦于细分市场，通过深挖生活消费场景，将消费金融服务真正渗透到场景中。

麦肯锡方面亦分析指出，如今已经进入“精耕细作”时代，金融机构需要转变过去粗放拓展、“撒胡椒面”模式，转而精耕细作，首先在客户分层分群基础上，精细化经营存量客户，提升投产比；其次在获客上秉持价值导向、降低漏损的同时，试水场景创新等新获客模式。

江苏银行相关负责人认为，金融机构一定要立足自身的资源禀赋，构建自身在消费金融业务中的护城河。“以中小银行为例，可通过深耕当地，借助辖内网点立足本地且更为下沉、熟悉当地信息、对客户的消费金融需求能够有更准确的把握优势，提供符合当地需求的非标准化产品，打造区域个性化特色。同时，加大行内各业务板块之间的联动性。中小银行通过深耕本地，消费金融业务通过与自身的大零售业务深度融合，能够提供极致的体验和个性化的服务，这在某种程度上让区域商业银行在激烈竞争中取得一定的后发优势。”

捷信相关负责人告诉记者，消费金融机构应围绕获客、风控、融资等核心要素不断提升自身竞争力。“具体来看，在获客方面，随着线上获客成本的飙升，覆盖线上线下的多渠道获客重要性凸显。风控能力是消费金融公司的核心竞争力。如何精细化筛选客群，为不同的客户匹配相适应的产品决定了机构的竞争力。而融资方面需要消费金融机构拓展多元化的融资渠道，压降融资成本。”

“精细化运营要求消费金融机构沉下心探索，要找出与商业银行差异化进展定位，探究优势细分领域，加快核心数据和客户资源积存。更重要的是要打造核心风控能力，摒弃‘高收益覆盖高风险’的粗放风控思路，利用金融科技强化自主风控能力建设。”杨俐补充道。

“以最小的风险快速做出决策的能力也是一个关键的区别，例如，我们利用世界一流的数据理解来降低决策过程中的风险，从而最终保护客户免受过度债务负担，并确保其偿还能力。唯有这样，消费金融机构才能努力打造一个受到市场和消费者认可的消费金融品牌。”捷信相关负责人补充道。

同时，在采访中，多位业内人士表示要加强科技赋能。江苏银行相关负责人分析称，当前，随着互联网线上化、App生态化、数字智能化对客户消费行为和消费心智的影响，客户的消费金融服务呈现着“线上线下无缝融合、全天候全实时全渠道方便可得”的特性，因此，需要全力推进业务的线上化、数智化转型，打造极致的个性化消费金融服务体验，才能在白热化的竞争格局中取得一席之地。

直面利润压降：平衡产品利率和风险管理

消费金融市场竞争虽激烈，但利润压降是消费金融必须直面的问题。捷信相关负责人坦言，消费金融公司普遍面临融资难、融资贵的问题挑战，特别是非银行系的，消费金融公司须着力最大限度降低包括融资成本在内的各项成本。

且自去年以来，多家消费金融公司收到监管部门的口头指导，要求全面控制个人贷款年化利率。杨俐表示，利率上限一定程度上限制了产品和客群的进一步下沉，但通过精准识别客户，精细化风险管理等方式，在商业可持续的前提下依然能为下沉客户提供匹配的产品。“坚持普惠金融的初心和使命，这是消费金融行业始终没有改变的。在产品利率和风险管理之间取得平衡，摒弃‘高利率覆盖高风险’的模式，才是行稳致远之道。”

捷信相关负责人赞同道，金融机构需要持续不断地优化风控策略降低信用风险成本、设计符合客户需求价格适宜的产品、通过资源整合降低线上及线下的获客成本、通过利用金融科技手段降低运营成本等。

“从实践看，我行不断加大小镇青年、新市民等下沉客群的拓展，不断优化调整消费金融的客群结构；在不断提升经营能力的前提下，逐步提高高风险客群的收益贡献占比。”江苏银行相关负责人说。

同时，捷信相关负责人呼吁，相关部门出台利好政策，能向为长尾客户群体提供服务的消费金融公司提供适当的融资政策支持，降低消费金融公司融资成本，从源头降低消费金融价格水平，这样才能更好地为更多“中低收入长尾客群”提供价格适宜的普惠金融产品。否则，为了应对压降贷款价格，消费金融公司只能提高客户门槛，跟银行抢夺头部的客群，从而导致普惠金融“惠而不普”的现象。

利率走低催热储蓄险

本报记者 郭婧婷 北京报道

今年以来，随着《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》实施，银行、券商、信托在内的金融机构所发售的理财产品打破了刚性兑付，“保本”“零风险”理财成为过去式。

与此同时，多家大行、股份行定期存款、大额存单利率也在一路走低。《中国经营报》记者了解到，目前银行3年期定期存款利率在3%左右。中国债券信息网数据显示，截至5月30日，10年国债活跃券收益率收于2.7675%。

多家银行下调定期存款利率之下，人们开始在低利率变局中寻找可以锁定未来收益的产品，拥有稳健收益的理财型保险产品成为人们的心头好，增额终身寿险等储蓄类保险因此成为热销产品。

记者采访了解到，银行网点热销增额终身寿险、年金险等具备理财性质的储蓄险产品。个险渠道积极推荐年金险和万能险等产品，近期即将下架的一些产品也被热炒。

值得一提的是，受多重因素影响，险企投资端承压，多家险企也在下调万能险产品结算利率，避免利差损风险。

“资产荒”

随着央行推行宽松的货币政策，而信托等刚性兑付逐步打破，银行等大型资产配置机构对低风险高收益的固定收益类资产需求得不到满足。

当前，经济环境多变，抗风险、稳增长成为人们投资理财的关键词，保本保收益成为“刚需”。

年初以来，央行连续进行了降准和降息的操作，再加上实体经济的融资需求较弱，资本市场流动性足够充裕。尤其是在4月和5月，资金利率整体维持低位运行，同步带动债券市场收益率下行。

南财理财通数据显示，以6个月前的净值为基准，近6个月，固定收益类理财产品净值整体呈现缓慢上涨趋势，但在今年5月中旬开始出现下滑，最新的净值增长率为1.07%，而此前净值增长率最高达到了1.34%。

权益类和混合类的净值下滑则更加明显。近6个月，权益类理财产品整体净值波动下滑，净值增长率在4月中下旬触达到最低位-16.61%后开始攀升，5月下旬又骤降至新的最低点-18.82%。混合类产品与之类似，净值相较6月前下滑了6.46%。

理财子公司权益类理财产品平均年初至今收益率为-15.01%，破净产品数量占比达70%。年初至今收益率较前两个月进一步下跌，部分理财子公司认为股市已经到底，开始增配权益类资产。

还值得一提的是，当前不少投资机构面临“资产荒”的难题。随着央行推行宽松的货币政策，而信托等刚性兑付逐步打破，银行等大型资产配置机构对低风险高收益的固定收益类资产需求得不到满足。

业内人士分析认为，可能相当长时期内“资产荒”将是新常态，从资产端看，实体经济投资回报率下降，特别是房地产等高利率主体投资回报率的下行，导致非标等高收益固收资产供给明显萎缩。从资金端看，利率市场化与转型背景下银行存款吸引力下降，居民存款搬家寻找更高收益的资产是大势所趋。

“现在的人们对保险的态度已经从最初的‘要我买’变成了‘我要买’，越是在不确定的时候，大家越是要寻找确定性。”国内某大型寿险公司资深保险经纪人告诉记者。

瑞士再保险亚洲再保险业务首席执行官及亚洲区总裁赫博山此前曾表示，他们曾做过一项调查，对公众来说，新冠肺炎疫情期间，能拥有一份保单是头等大事。

万能险走俏

与传统保险产品主要提供保险保障不同，万能险理财属性更强，能够让客户分享险企运营投资账户所带来的投资收益。

理财属性更强的万能险备受青睐。 视觉中国/图

上述情形下，可保本且兼具理财功能的储蓄险迎来发展空间，不少银行理财经理开始向投资者推荐能长期锁定利率的保险产品。目前，市面上可以实现财富管理的储蓄保险产品，有增额终身寿险、年金险、分红险和万能险等。

近期，记者走访两家银行网点，以投资者身份询问理财产品时，理财经理主推增额终身寿险，称该款产品具有低门槛、易操作、高杠杆及私密性强等诸多优点，在财富管理和财富传承中应用广泛，保险合同载明现金价值，通过指定受益人及受益比例，明确法律关系，可以实现定向传承。

据了解，增额终身寿险享有权益包括身故或全残保险金，现金价值逐年增长，且明确打印在合同上。记者了解到，若30岁开始投保该款保险，连续5年每年缴纳1万元保费，按照写进合同的3.5%复利算，到了55岁，年度末保险金额达到10.5万元，现金价值是10.7万元，达到翻番的效果。

“增额终身寿险是指那些长期收益锁定在3.5%左右、前期锁定、中后期灵活性较高的长期类储蓄计划。适合用来做闲散资金的长期配置。如果你保障齐全，手里又有不少闲钱，不想操心，想配置长期的稳健理财，又承担不了股票、基金的波动风险，可以考虑这类增额终身寿险。这类产品最近卖得非常好，部分产品开始下架了，建议尽早持有。”某资深保险经纪人向记者推荐道。

此外，还有理财经理向记者推荐年金险以及具有利率优势的万能险产品。

据了解，年金险指一次性或分期缴纳保费，未来在约定时间开始，定期按约定从保险公司领钱的保险，直至被保险人身故或合同到期。 万能险产品则是指，在传统保险产品的风险保障功能之外，加上了储蓄投资功能，即所谓“一费两户”的创新管理模式。“一费”是保险保费，“两户”是“风险保障账户”和“投资账户”，账户价值提供最低收益保证的产品。与传统保险产品主要提供保险保障不同，万能险理财属性更强，能够让客户分享险企运营投资账户所带来的投资收益。

银保监会统计数据显示，截至今年2月末，以万能险保费收入为主的“保户投资款新增交费”金额约为2164亿元，同比增长约27.29%。相关数据显示，今年1～4月，银保趸交前十产品来自分红型、万能型产品。

谈及时下理财型保险受欢迎原因，中国精算师协会创始会员、资深精算师徐昱琛分析，资管新规后，部分消费者对不保底的理财产品产生忧虑，从而青睐于现金价值有保证的保险。以终身寿险为例，其长期复利可达到3.4%，甚至3.45%以上，从收益角度，其他金融产品还是很难达到以现金价值保证的收益，这对于一些追求长期稳健收益的投资者有很大的吸引力。

多家险企下调万能险结算利率

长期以来，围绕万能险“销售误导”“结算利率忽高忽低”等问题备受诟病，高结算利率带来的利差损风险引起监管注意。

不过，值得注意的是，近年来万能险结算利率首期较高，此后逐步走低。

据了解，开年以来，部分保险公司下调万能险产品结算利率。比如，太保寿险、平安人寿、中国人寿等多家公司下调万能险产品结算利率。

今年一季度，资本市场波动较大，受此影响，险企投资收益受到不小冲击。业内人士分析，受投资收益下降，万能险投资账户的收益率也会相应下降，随之而来结算利率下调。

业内人士表示，产品结算利率同险企对万能险单独账户的资金运用水平、综合管理能力以及市场收益率情况息息相关。一季度，资本市场震荡使得资产收益率水平显著下降，万能险投资账户的收益率相应下降，因此出现险企下调万能险产品结算利率情况。

据了解，万能险结算利率随着利率下行而下行，前几年万能险最高结算利率有6%以上，而现在最高结算利率也不超过5%。

在首都经贸大学保险系副主任李文中看来，一方面，近年来，市场利率持续走低，导致万能险单独账户的投资收益同步走低；另一方面，有些保险公司对万能险单独账户管理不规范，存在早期人为提高单独账户价值，以增强万能险的市场吸引力，后期再调低其增值水平以实现平衡。

长期以来，围绕万能险“销售误导”“结算利率忽高忽低”等问题备受诟病，高结算利率带来的利差损风险引起监管注意。

2020年，银保监会约谈了12家寿险公司的总经理和总精算师，指出万能险存在利差损等风险隐患，并对各公司提出了整改要求。

2021年，银保监会颁布了《万能型人身保险管理办法（征求意见稿）》，上述文件第四十四条载明，监管要求险企的高档和中档结算利率，不得高于5.5%和4%，比此前《人身保险新型产品信息披露管理办法》规定的利率均下调0.5%。

“下调结算利率，是出于谨慎稳健经营的考虑。监管机构不希望保险公司把这种结算利率当成一个卖点，同时释放一个信号，即保险产品不能过分去追求获得绝对收益。保险最大的价值是风险保障和长期储蓄，一味追求利率会给市场不好的信号，会纵容保险公司在投资这方面变得激进。下调结算利率可引导险企稳健经营，松绑兑付压力，防范利差损出现。”对外经贸大学风险管理与保险学系主任何小伟告诉记者。

跨界布局频现 千亿冰淇淋市场竞夺升级

本报记者 阎娜 党鹏 成都报道

立夏一过，冰淇淋市场迎来销售旺季，各厂商都在积极备战。从口感到造型，创新不断，同时，传统消费品牌频频跨界进入冰淇淋赛道，尝试触达更多年轻人。

近日，茅台与蒙牛联名出品的茅台冰淇淋首发亮相，“研发茅台冰淇淋，是茅台契合年轻消费群体而做的一次努力。”茅台官方表示。

无独有偶，近日，调味品企业恒顺醋业也推出了一款文创冰淇淋，售价18元每支。事实上，此前已有不少快消品牌试水冰淇淋领域，这也从侧面反映了冰淇淋赛道的火热以及资本对该赛道的看好。

对此，快消营销专家路胜贞向《中国经营报》记者表示，“非冰淇淋品牌跨界进入，可以通过营销手段完成品牌和产品的双重传播，提升自身影响力，同时也利于实现年轻化、时尚化转型的目的。”

值得关注的是，冰淇淋市场已成长为千亿级市场，并呈现出了健康化、高端化等新趋势，如何把握市场中的新趋势、新机会以走出一条持续增长之路是企业需要不断思考的命题。

跨界产品频现

除酒企外，不少新消费品牌选择以跨界联名的方式进入冰淇淋市场。

白酒+冰淇淋的组合实际上并不稀奇。此前，江小白曾率先推出白酒味的冰淇淋，泸州老窖也曾与钟薛高联名推出“断片”冰淇淋。

白酒行业专家蔡学飞表示，茅台入局冰淇淋是融入年轻消费群体的一个很好的突破口，在一定程度上完成年轻消费群体对茅台的品质教育与推广，树立较年轻时尚的品牌形象，有利于未来的品牌发展。

目前，白酒市场的消费主力正从45岁人群逐步过渡至35岁左右的人群，蔡学飞认为，“目前年轻消费群体对于白酒的接受程度仍较低，因此通过跨界冰淇淋等方式实现对白酒的推广具有积极意义，对于整个中国白酒的持续性消费，以及未来的整个酒类消费市场的升级都起到推动作用。”

除酒企外，不少新消费品牌选择以跨界联名的方式进入冰淇淋市场。如奥雪联合王老吉推出了凉茶味冰淇淋，每日黑巧与东北大板联名推出了黑巧厚乳撞味冰淇淋等。

为何众多企业跨界，会把目光锁定在冰淇淋行业？在路胜贞看来，“在品牌传播中，冰淇淋作为老少皆宜的时尚产品，是一种天然的愉悦型的快传播工具。传统品牌可利用冰淇淋特有的风尚和愉悦特点，将传统传播不易渗透的品牌记忆，在消费者毫无防备的情况下打破消费接受壁垒，悄然无声地渗透到消费者的日常生活中，潜移默化地形成对跨界品牌的愉悦型好感、愉悦型记忆。”

冰淇淋市场专家、龙品锡中国市场研究中心高级研究员祝宝威认为，“冰淇淋是相对蓝海的领域，发展前景较好，因此吸引了不少企业布局。此外，相较其他品类，冰淇淋天然具备情感联结的属性，在营销方面容易切入，能带来更多商业机会。”

据业内人士李斌（化名）介绍，一般与冰淇淋企业进行合作的研发成本都不太高，这也是不少企业跨界该赛道的原因之一。据他透露，“不少企业入局会选择代工，代工厂会根据客户需求定制生产，从配方、包装、模具再到产品加工一条龙服务。”

高端化、营养化趋势显现

随着民众的健康意识越来越强，越来越多的品牌开始布局健康雪糕的产品线。

近日，“冰淇淋进入十元时代”登上热搜，记者走访了成都多家商超、便利店发现，1元冰淇淋踪影难觅，而10元以上的高端产品则变得常见。据36氪报道，“零售价为10元的冰淇淋，除去经销环节，零售商可拿到50%的利润。”

中国副食流通协会休闲食品专业委员会执行会长、全食展组委会主席王海宁对此表示，冰淇淋进入10元时代的原因一是原材料供应链成本上涨，二是消费需求升级倒逼产品升级而产生的。他认为，未来冰淇淋不会大幅度涨价，目前价格带基本形成。

祝宝威分析指出：“最根本的原因在于消费升级，引导企业向产品升级发展。同时，消费分级趋势也逐渐显现，产品细分成为必然，高端化产品的出现满足了其中一部分消费人群的消费需求。此外，也与企业的战略定位相关，走高端化路线的企业，需要高端化产品去维持品牌定位、品牌形象。”

另外，祝宝威表示，对于走向全国的区域品牌或专注线上的品牌来说，中低端产品或难以覆盖成本，因此布局中高端产品成为理想选择。

随着市场的不断发展，高端化冰淇淋受到消费者的追捧。　新华社/图

值得注意的是，随着民众的健康意识越来越强，越来越多的品牌开始布局健康雪糕的产品线，通过对产品原料、营养进行优化升级，向品质化方向发展。如燕麦奶品牌OATLY联合盒马、肯德基推出燕麦雪糕；钟薛高推出与国家奥林匹克体育中心合作的“少年”系列低糖雪糕；八喜推出“轻卡”系列等。

记者注意到，冰淇淋企业在配料方面实行了“加减法”，八喜、钟薛高等利用赤藓糖醇等代糖代替传统白砂糖达到减糖目的，而伊利旗下须尽欢在产品中添加3.8倍蛋白厚乳。此外，不少品牌选择添加益生菌、膳食纤维等配料。

王海宁表示，“2022年冰淇淋开始注重品质，而非营销，回归到了产品和渠道本身，同时加大了品牌的建设。在产品中低糖、低脂成为重点，冰淇淋健康化趋势已经形成，未来健康冰淇淋产品还将不断出现。”

冰淇淋新风潮不断出现的背后，离不开技术的支持。据中国绿色食品协会绿色农业与食物营养专业委员会联合多家机构发布的《中国冰淇淋/雪糕行业趋势报告》（以下简称“报告”）指出，目前，冰淇淋/雪糕产业的自动化生产线在不断升级，包括产品的原料选择、配方设计，工厂生产、包装、出库等。

“目前，冰淇淋生产企业通过机器设备的更新升级来提升产品品质，未来科技赋能生产线是十分重要的环节。”王海宁举例称，“中国冰淇淋冷食展览会中，冰师傅冰淇淋品牌就采用了充氮锁鲜技术和一物一码技术为冰淇淋赋予了更高的科技含量。科技创新能够提升品牌产品的竞争力。”

好产品是突围关键

在生产方面，多家企业加码扩建新产能。

报告显示，我国冰淇淋市场持续保持增长态势，2021年超过1600亿元，市场规模稳居全球第一。面对不断扩大的市场，竞争也愈发激烈，企业通过打造多品牌、推出新产品、扩产能等手段获得更多市场份额。

多位受访者认为，多品牌发展是基于品牌自身的战略发展来制定的，针对中高低端市场推出不同的品牌。如伊利打造了甄稀、须尽欢等多个子品牌。在产品创新方面，冰淇淋企业不遗余力地推陈出新，如推出曾经风靡一时的“双黄蛋”“椰子灰”到现在的植物基冰淇淋。

此外，在生产方面，多家企业加码扩建新产能。公开资料显示，联合利华和路雪太仓“灯塔工厂”正式对外揭幕，该厂共有15条生产线，一天产能达到123万支。玛氏箭牌也计划斥资数亿元，首次在中国市场引入冰淇淋生产线。

在祝宝威看来，目前，冰淇淋行业呈现良性竞争的局面。“以往冰淇淋企业是在分食固有的蛋糕，而现在随着各企业在品类、产品、渠道等方面的创新，将这个盘子越做越大，可分得的市场份额也在变多。企业最关键的还是要做好产品，共同把盘子做得更大。此外，做好细分领域，在价位和消费人群上进一步细分。”

他认为，以往被外资企业垄断的市场格局早已被打破，本土品牌迅速崛起，冰淇淋市场呈现“百花齐放”之势，加之冷链运输和冰饮设备技术等发展，冰淇淋企业迎来了新机。

王海宁建议道：“冰淇淋产品要接地气，要符合消费者需求，提升口感、体验感。企业要想提高自身竞争力，势必要跳出行业站在更大的市场中去发现机会，比如跨界糖果、休闲食品、饮料品类，寻找更多创新机会。”

近年来，不少品牌加速布局线上市场，如蒙牛在天猫开出“倾心冰淇淋旗舰店”，而钟薛高则加快布局线下，据钛媒体报道，钟薛高已在全国200多个城市建立了终端零售体系。王海宁认为，“渠道层面，会形成线上线下相融合，以线下渠道为主的分销环境。新零售品牌要抓紧完成线上线下的渠道布局。”

国产手机出货量下降 芯片业遭遇“砍单劫”

本报记者 谭伦 北京报道

全球“缺芯”引发的产能危机尚在延续之时，市场供需失衡的另一层效应也在显现，由于智能终端出货量骤减，部分类型芯片的“砍单”风险正在上升。

市研机构Canalys日前公布的数据显示，2022年第一季度，全球智能手机出货量3.112亿台，同比下降11%。同时，占据国内手机销量前三的小米、OPPO、vivo出货量同比都出现了20%以上的下滑。另一份由中国信息通信研究院发布的报告则给出了更为精确的统计，今年一季度，国内市场手机总体出货量累计6934.6万部，同比下滑了29.2%。

接近三成的下降很快传导至上游芯片产业。天风证券分析师郭明錤日前表示，中国内地安卓手机市场持续衰退，今年已砍掉2.7亿部订单。其中3月已砍去了约1.7亿部智能手机订单，到当前可能再砍1亿部订单。

以目前出货量稳坐手机芯片市场第一的联发科为例，郭明錤透露，联发科在2021年第四季度针对中低阶产品的出货量已砍去30%～35%，而紧随其后的高通则下修旗舰级芯片平台骁龙8 Gen1下半年订单量约10%～15%。

就此，《中国经营报》记者从联发科与高通的相关人士处进行求证，未获明确答复。但半导体产业分析师季维向记者表示，由于近两年“缺芯”带来的挑战，芯片厂商对下游需求极为敏感，并极大优化了产线的排期机制，以应对多变的市场局势。“如果现有手机销量数据明显下滑，芯片厂商做出反应也在情理之中。”季维表示。

终端需求全面下滑

2022年1～3月，国内共发布5G手机57款，同比下降10.9%，出货量5388.4万部，同比下降22.9%，占同期全部手机出货量的77.7%。

从宏观环境来看，随着新冠肺炎疫情进入第三个年头，全球各大经济体面临经济衰退风险。而从具体细分行业的角度来看，在经历完疫情初期的一波远程办公需求带动后，尤其是今年以来，以手机为代表的电子消费品需求呈现明显下滑态势，成为拉低芯片需求的直接因素。

“疫情影响下，中国手机市场本身已进入存量市场，加上5G手机的吸引力不够，用户的换机周期一再拉长。”CINNO Research的一位分析师告诉记者，多重原因打乱了中国手机市场的发展节奏。

多家市场研究机构的调查数据印证了用户低迷的换机意愿。Counterpoint报告显示，目前国内用户的平均换机周期已经超31个月，而来自Strategy Analytics给出的时间为28个月。作为比较，记者查阅数据发现，在2019年该周期为16～18个月。

而对于换机需求放缓的深层原因，C114通信网主编周桂军向记者表示，按照规律目前本处于4G至5G的过渡期，用户更换5G手机应处于高频期，但由于5G应用目前主要集中在to B行业领域，流行的消费级应用并没有出现，因此用户换新手机的动力不足。

信通院数据显示，2022年1～3月，国内共发布5G手机57款，同比下降10.9%，出货量5388.4万部，同比下降22.9%，占同期全部手机出货量的77.7%。

与此同时，进入2022年后，国内多地疫情反复，各地的管控措施对手机线下门店正常经营、线上销售、国内及海外物流配送都产生了极大影响，进而抑制了人们对手机的消费需求。近日，中芯国际CEO赵海军便在一季度业绩会上预测，今年全球智能手机销量相比之前预期至少减少2亿部，其中大部分影响的是中国手机品牌。

值得注意的是，除手机芯片外，PC、电视等终端产品需求也同时下滑。Gartner及AVC Rev数据显示，2022年一季度全球PC出货量为7790万台，同比下降6.8%；全球TV出货量为4640万台，同比下降6.1%，这导致全球面板驱动芯片厂商也呈现出大幅砍单趋势。

“疫情的不确定性仍在延续，从市场的角度，未来预期仍会是保守的。”季维表示，终端产品的市场表现在未来一段时间的颓势或会延续，而何时迎来拐点仍是未知数。

芯片“砍单劫”

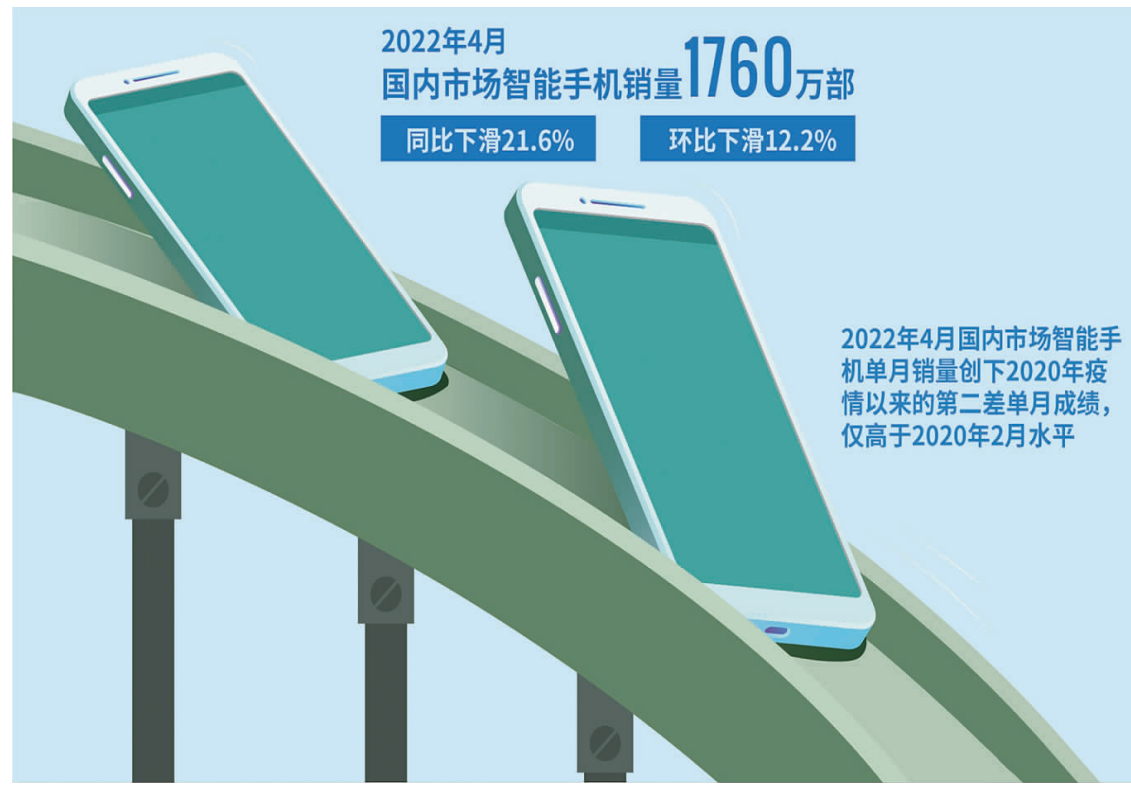
机构数据显示，联发科已将2022年全年智能机芯片出货量预期小幅下修至5.7亿～6亿组。

终端销量下行趋势的迅速传导，也令手机芯片的供应商遭遇近年来最“寒冷”的春天。在砍去1.7亿部产量后，据郭明錤测算，小米、OPPO、vivo、传音、荣耀今年的预估出货量分别约为1.6亿部、1.6亿部、1.15亿部、7000万部、5500万部。此外，记者注意到，三星今年出货量目标也下调约10%至2.75亿部。

而在芯片侧，机构数据显示，联发科已将2022年全年智能机芯片出货量预期小幅下修至5.7亿～6亿组。其中天玑9000芯片的全年出货量或从1000万套缩减至500万～600万套，高通方面则可能会在SM8550今年底出货后，将SM8450与SM8475降价30%～40%，以利于出清库存。

此外，机构预测，全球CMOS芯片今年出货量可能会降四成，只有去年出货量的60%左右；CCM（摄像头模组）与镜头出货量预计在今年第三季度减幅将达20%～30%。以CIS（CMOS图像传感芯片）为例，中国位居前五的供应商总库存量已超过5.5亿颗。

对此，联发科CFO顾大为5月23日表示，虽然全球5G手机出货量略有下降，但受惠于进入全球市场、旗舰领域，联发科对5G芯片出货量目标没有改变，今年将维持营收增长20%预期目标不变。



由于近两年“缺芯”带来的挑战，芯片厂商对下游需求极为敏感。 视觉中国/图

不过，行业人士则多持悲观态度。郭明錤指出，因5G芯片的前置时间相较于一般零部件更长，因此从高通和联发科砍单情况来看，需求疲软恐延续至2023年第一季度，而这也将降低市场对联发科、高通今年三季度至明年一季度的营收与利润预期。

季维则表示，包括手机核心芯片、摄像头芯片及面板等器件都在此次大幅砍单的范围之内，受到影响的厂商波及整个产业链，如果下游产品销量数据持续恶化，不排除芯片厂商还需要进一步下调产能计划。

缺芯主旋律依旧

虽然手机芯片出现滞销趋势，但汽车芯片、先进制程芯片的产能仍然短缺。

伴随芯片业遭遇“砍单劫”，市场多家机构已发出预警。Gartner报告显示，全球芯片短缺的情况可能在2023年迎来翻转，之后将出现产能过剩。摩根士丹利则在报告中指出，市场低估了未来2～3年可能出现芯片过剩而导致的芯片厂商盈利恶化问题。

记者注意到，在2020年进入缺芯阶段以来，全球头部的芯片制造厂商均开启了产能扩张的热潮。但由于扩产需要筹备周期，大批新增产能将会在2022年下半年才开始陆续释放，而突如其来的芯片销量下调，无疑会导致芯片过剩的问题。

对此，CINNO Research分析师向记者表示，芯片过剩会重点冲击台积电这类纯晶圆代工厂，因为如果市场需求萎缩，除开终端厂商外，一些IDM厂商也会缩减此前的委外订单，从而保证消化更多自身的产能。“造成的后果可能就是部分芯片库存量过大而降价。”该分析师表示。

而在季维看来，虽然手机芯片出现滞销趋势，但汽车芯片、先进制程芯片的产能仍然短缺，因此未来一段时间内，芯片产能不足与过剩的问题将同时存在，而这种情况会相对对冲掉芯片厂商的业绩风险。

“先进制程和车用半导体的需求目前已经占台积电营收的45%，因此手机芯片带来的冲击不会过于影响台积电。”季维表示，但必须承认，除了拥有先进技术的台积电以外，很多芯片代工厂的下半年产能利用率仍会下降。

另一方面，由于核心芯片的产能释放需要一定时间，市场整体还是在消化此前紧缺的产能，因此短期内大厂的核心芯片业绩仍维持正向趋势。以今年第二季度营收与净利都增长超过40%的高通为例，其2022年第二季度财报中，手机芯片销售便高达63.3亿美元，同比大增56%。

值得注意的是，随着海外市场进一步回暖，芯片厂商也在卸除部分压力。CINNO Research分析师指出，汽车芯片市场的火爆，会给芯片市场补充部分活力，而灵活性的产能与策略调整，将会是很多厂商今年工作的主要基调。

“全球芯片产能短缺的大氛围还是不会改变。”季维指出，全球市场需求仍处在高位，当国内疫情得到有效控制，终端芯片的起势也会较快，届时整个芯片产业会迎来另一个拐点。

疫情下的年中大促 手机厂商赴考“6·18”

本报记者 陈佳岚 广州报道

国内智能手机市场连续四个月出货量同比下滑，手机厂商们也希望在防疫形势好转的前提下，能利用好“6·18”这一销售节点，尽可能地提升全年销量。

然而，对手机品牌商们而言，年中大促既是机遇也是挑战。

真我realme副总裁、中国区总裁徐起近日在接受《中国经营报》记者采访时表示，“6·18”作为传统电商大促的节点，手机销量也会迎来上半年的一个高峰，但今年各家厂商的竞争将更加激烈，尤其是在全球经济相对下行的时候，可能消费者对价格会更加敏感。

消费需求下滑

从宏观层面看，在整体经济形势不稳定、需求端疲软、部分零部件紧张的大环境下，整个智能手机产业上下游都受到了冲击。这从第三方机构对智能手机市场出货的统计也能够看出来。

根据中国信息通信研究院发布的2022年4月国内手机市场运行分析报告，4月，国内市场手机出货量1807.9万部，同比下降34.2%，其中5G手机1458.5万部，同比下降31.9%，占同期手机出货量的80.7%。与此同时，今年1~4月，国内市场手机总体出货量累计8742.5万部，同比下降30.3%，其中5G手机出货量6846.9万部，同比下降25.0%。

而根据Counterpoint的市场监测数据，2022年第一季度由于4G SoC（系统级芯片）等重要零部件的长期短缺、新冠肺炎疫情的反复以及全球宏观经济下行等因素影响，全球和中国地区智能手机的出货量分别同比下降了8.1%和18.1%。

对于未来预期，一些第三方机构甚至认为，今年国内手机出货量或将跌破3亿部大关。徐起向记者坦言，realme全年全球的销量目标大概会下调10%~20%，并且做了渠道及供应链相应的部署，目前都在计划的范围内。此外，中国市场销量目标下调亦是如此。但徐起表示，对于下半年还是要抱有一定的期望。

这与当下消费市场的消费力减退不无关联。Counterpoint Research高级研究分析师Ivan Lam向记者分析称，在第一、第二季度市场需求不佳的情况下，手机厂商需要3000元以下的产品去稳固整个盘子，尤其会寄希望在“6·18”、返校季等电商和传统节日大促冲量。

日前，电商平台京东CEO徐雷便在京东财报会上表示：“由于疫情等原因，品牌商、商家的销售压力非常大。”但徐雷也指出，今年品牌商、商家会比往年更积极地参与京东“6·18”活动。

需求乏力下，众多品牌商不得不将希望寄托于即将到来的“6·18”电商节。

厂商何以备战

记者注意到，多款新品手机在“6·18”前密集发布，vivo发布了vivo S15系列，OPPO发布了Reno 8系列，小米发布了Redmi Note 11T系列，realme发布了真我GT Neo3火影限定版等机型，并且这些新款手机主要集中在中端价位段，有利于“走量”。

平台方面，京东5月23日晚8点开启预售，推出了手机以旧换新最高补贴1540元、30天价保、30天无忧退、365天只换不修、无限次更换原厂屏低至69元起等服务。产品上，购买指定型号iPhone 13，立减600元；荣耀Magic4 Pro以旧换新最高补贴590元；vivo S12至高省400元等。不仅是新机，不少稍早前上市的机型也有较大折扣。

“往年电商节销量较好的机型主要是中高端和中端以下的产品，高端的机型相对少，而今年‘6·18’期间厂商可能将3000元以上的机型库存清一清。”Ivan Lam向记者分析说，从今年初截止到5月，大部分厂商3000元以上的手机库存还有不少，而往年并没有那么多。为此，厂商可能对部分高端机也会给出较大优惠力度。

记者注意到，OPPO的高端机型，OPPO Find N、Find X5 Pro分别打出了至高立省500元，OPPO Find X5 Pro至高立省800元的促销。iPhone 13 Pro Max降600元，小米11ultra降300元。三星方面，Note 20 Ultra也降至5699元。

然而，在IDC中国研究经理王希看来，今年“6·18”电商渠道、厂商方的投入目前没有往年“狠”，今年的策略大方向是保利润，但今年中端产品销量占比会较去年更多些。

Ivan Lam对记者表示：“去年的‘6·18’，手机厂商凭借该促销，6月份市场销量从4月和5月的下滑中反弹，部分厂商像小米直接把2021年第二季度的销量冲得很高，而今年‘6·18’，厂商们都要面对消费情绪的问题。”

在消费情绪趋于理性、甚至陷入疲态的大背景下，市场也给品牌商、电商平台提出更多要求。在徐起看来，竞争更加激烈也是这次“6·18”面临的另一大挑战。徐起向记者举例，同样在2000~3000元价位段，各家都有比较丰富的产品，这时候品牌便要想清楚自己的产品是否可以切中最核心的人群需求。

荣耀“6·18”项目相关人士也对记者表示，今年情况比较特殊，消费者对于购买的产品更加挑剔。“这是消费者给市场和这个行业出了一个题目，所有厂家来答题，更好的产品才能让消费者愿意拿钱买。”

为了应战“6·18”，徐起对记者表示，realme把产品线收得更加精确了，特地为消费者做了产品线的精简与梳理，比如3000~4000元价位段的GT2 Pro直降500元，2000~3000元价位段的GT Neo3集闪充、游戏、影像普通版均直降200元，1500~2000元价位段的Q5 Pro直降300元，还有1000~1500元价位段的Q5降200至300元，让消费者更快地选择自己所需的产品。此外，realme还提供了全程手机价保服务。

OPPO方面称，“6·18”期间，OPPO方面为用户准备了6款新品、8亿元购物福利补贴。

尽管面临诸多挑战，但徐起希望realme在今年“6·18”期间的表现能持平于去年的手机销量水平。与此同时，徐起认为IoT（物联网）品类有望成为新的增长引擎。

政策出台促进电子消费

为了刺激消费，终端厂商们近期频发新品，并且针对“6·18”推出相关优惠举措。值得注意的是，在国内消费市场出现低迷之后，相关促进消费政策也接踵而至。

例如在5月26日，深圳多部门印发了《深圳市关于促进消费持续恢复的若干措施》，包括开展消费电子产品促销活动。具体而言，结合开学季、暑促季、传统节日等主题，在5~8月期间轮动组织开展消费电子专场促销活动，对消费者购买符合条件的手机、电脑（含平板电脑）、耳机、音响、全屋智能家电、智能穿戴设备、消费级无人机、智能家用机器人、智能健身器材等产品，按照销售价格的15%给予补贴，每人累计最高2000元；鼓励电信运营商与消费电子生产企业深度合作，开展“换新补贴”“话费奖励”“套餐升级”等活动；支持回收设备绿色利用，符合条件的企业回收旧手机在深圳翻新出售的，按照销售额的5%给予补贴。

相关措施中还提到，拓展集中采购订单，面向党政机关、事业单位、大型企业的数字办公和职工自用等需求，组织生产企业、电信运营商、服务方案提供商定期举办专场集中采购活动；实施百万用户宽带提速升级，鼓励运营商免费升级家庭用户宽带网速至500兆以上（含500兆），资费标准保持不变。

与此同时，在近日广州发放的第四轮“羊城欢乐购”政府消费券中，新增1000元面值的家电数码消费券，每满500元减100元，封顶优惠力度是消费5000元可减1000元。值得注意的是，家电数码券使用范围为广州地区的家电数码活动商户门店，其中百货类门店仅限电器专柜。此外，该消费券需要中签才能享有。

徐起则对记者表示，政府的政策对各家品牌厂商而言，确实是一个比较好的促销手段，尤其是在市场消费力紧缺的情况下，能够给在观望的人群比较大的助推力，让大家选择更好的产品。“对今年的手机市场来说，生产及配送环节不会存在太多的问题，需要解决的是消费者需求下降的问题，以及如何让消费者选择你的品牌。”

得天独厚综合资源优势 张家口领跑“东数西算”战略布局

本报记者 石健 张家口报道

虽然很难将张家口的大风低温与抖音短视频联系起来，但在短视频燃爆、互联网经济火热的背后，张家口正扮演大数据存储单元中的关键环节。

从自然资源禀赋到自身产业承载平台，随着国家“东数西算”战略布局的正式启动，8个国家算力枢纽节点和10个国家数据中心集群被列入建设规划，张家口数据中心集群成为京津冀枢纽中最重要的核心节点。国家级重大项目落子张家口，无疑为张家口市深入发展大数据产业和数字经济，促进经济发展提质增速注入了强大新动能。

近年来，张家口以国家级可再生能源示范区建设、河北“两翼”建设为重大机遇，以绿色数据存储为龙头，培育发展大数据“核心、关联、衍生”生态，将大数据产业作为张家口六大产业之一，大力推进全产业链发展，主动打造“中国数坝”品牌，积极探索出欠发达地区创新发展、绿色发展、高质量发展的新路。

根据最新印发的《张家口市推进大数据全产业链发展实施方案》，到2025年张家口市的大数据及关联产业投资规模将突破2000亿元。这场关乎张家口提质升级的“加速赛”，值得关注和参与。

算不尽的数据——跻身国家数据中心集群

据统计，能源成本占数据中心总运营成本的50%，正因为张家口气候冷凉，风力和太阳能资源得天独厚，“能耗大户”数据中心得以在张家口集群落地。

宝德数坝大数据生产线现场。　　本报资料室/图

2022年2月17日，国家发展改革委、中央网信办、工业和信息化部、国家能源局联合印发《关于同意京津冀地区启动建设全国一体化算力网络国家枢纽节点的复函》，同意在京津冀等多个节点启动建设国家算力枢纽节点，并规划了张家口集群等10个国家数据中心集群。由此，全国一体化大数据中心体系完成总体布局，“东数西算”工程正式全面启动。

四部门复函文件指出，京津冀枢纽将规划设立张家口数据中心集群，起步区边界为张家口市怀来县、张北县、宣化区，主要任务为积极承接北京等地实时性算力需求，引导温冷业务向西部迁移，构建辐射华北、东北乃至全国的实时性算力中心。

从复函内容看，张家口被寄予厚望。

国家发展改革委数据显示，截至2022年2月，我国数据中心规模已达500万标准机架，算力达到130EFLOPS（每秒一万三千亿亿次浮点运算）。随着数字技术向经济社会各领域全面持续渗透，全社会对算力需求十分迫切，预计每年将以20%以上的速度快速增长。

对此，张家口工信局相关负责人对《中国经营报》记者表示：“这是深入贯彻习近平总书记关于‘首都两区’和河北‘两翼’建设重要指示精神的一项具体工作，对于推进我市产业结构调整、构建新发展格局具有重要意义。”

从南水北调到西电东输，“东数西算”这个蕴含地理标签的“新词”，同样承载着时代变革，成为体现国家意志的重要战略工程。数据显示，“东数西算”工程每年投资体量达上千亿元，对有关产业拉动作用则会达到1∶8。从经济高质量发展的角度来看，有利于稳增长和产业振兴提升。

全国一盘棋，在京津冀节点，张家口则是落棋的重要一步。张家口工信局相关负责人告诉记者，“张家口有独特的地理、自然多方要素资源优势。比如，近年来，通过国家级可再生能源示范区的建设，张家口光伏、风能等绿色能源丰富，作为京津冀协同中的产业协同，把京津冀大数据产业转变成了绿色产业，重任落在张家口的肩上。如北京，经济发达、人口众多、数字经济蓬勃发展，产生的海量数据对算力需求愈发迫切。张家口通过大力发展大数据存储，形成巨大的数据‘资源池’，可以成为支撑首都经济发展和雄安新区发展的后方大数据基地。北京可以集中力量搞研发和创新性应用，张家口则变成了成果转化和装备制造生产的大后方。通过产业转移，将张家口纳入到区域大数据产业发展的产业链条中。”

据统计，能源成本占数据中心总运营成本的50%，正因为张家口气候冷凉，风力和太阳能资源得天独厚，“能耗大户”数据中心得以在张家口集群落地。

中国信通院2022年1月发布的《数据中心产业图谱研究报告》显示，数据中心企业大规模布局一线城市。中国数据中心大平台数据显示，北上广三地数据中心约占全国份额的26%；环一线城市数据中心产业带逐渐形成，如在北方地区由张北、廊坊、怀来、燕郊组成的环北京互联网数据中心集群；京津冀地区数据中心机柜资源位居全国主要城市群前列，其中北京市是中国在运营机柜数量最多的城市。

在张家口，阿里、腾讯、京东、中国电信等各大企业纷纷布局。阿里云张北数据中心已于2016年9月投产，大力采用风电、光伏等绿色能源，部署国内云计算数据中心规模最大的浸没式液冷集群；腾讯云在怀来县部署了瑞北云数据中心和东园云数据中心，规划容纳服务器都超过30万台，目前均已部分投产；秦淮数据自2017年入驻张家口，便分阶段快速布局与京津冀发展相契合的新一代超大规模算力基础设施集群。

通过一系列产业布局和项目落地，大数据产业已经成为张家口产业转型升级、经济提质增效的新引擎。张家口统计局的数据显示，2021年，全市数字经济核心产业实现增加值120.7亿元，同比增长72.7%，占全市GDP的比重达到7%。截至目前，阿里、腾讯、秦淮数据等12个数据中心投入运营，投运服务器103万台，其中怀来60万台、张北43万台，今年还将新增服务器3万台。同时，推动阿里张北小二台数据中心、腾讯怀来云数据中心、秦淮桑园云计算产业基地等已经投入运营项目扩容建设；及时跟进怀来合盈金融数据科技产业园、中国联通、中国电信等在建或前期项目进度，力争2022年服务器规模达到120万台。优化张家口国际互联网数据专用通道网络性能，大力引导应用推广。

可期待的产业——打造“中国数坝”品牌

“如果说秦淮数据是一间‘房子’，那么宝德数坝就是里面的‘家具’，用来存储数据”。

从怀来大数据产业基地到张北云计算基地再到经开区互联网信息产业园，一位从事大数据产业的人士告诉记者，“虽然现在张家口大数据全产业链尚未形成，全市投产的数据中心主要以存储为主，缺乏对数据的加工、分析和深度应用，产业形态较为单一。但是，未来全产业链的发展思路决定清晰，大家也在朝着这一目标共同努力。”

为实现全产业链目标，张家口先后制定出台了《中国数坝·张家口市大数据产业发展规划（2019—2025年）》（以下简称《大数据产业发展规划》）、《张家口市数字经济发展规划（2020—2025年）》、《张家口市5G发展规划（2020—2025年）》、《张家口怀来大数据产业基地发展规划》、《张家口市促进人工智能和实体经济深度融合的实施意见》等16个规划方案，逐步形成了科学性、前瞻性、系统性较强的顶层设计体系。目前，相关部门正在积极编制《关于加快推动数字经济发展的实施方案》又一推动大数据发展的重要文件。

其中，最亮眼的莫过于《大数据产业发展规划》，确立了“一带两翼三区多节点”的发展布局。“一带”即以京张高铁和张石高速为轴，沿怀来县、宣化区、经开区、桥东区、张北县一线，构建充满活力的大数据产业发展隆起带；“两翼”，即在坝上地区构建数字经济存储支撑翼，在坝下地区构建数字经济特色应用翼；“三区”即围绕“一带”分别建成以张北、中心城区、怀来为龙头的大数据产业三大功能区；“多节点”，即各县区立足自身实际，培育壮大一批区域核心产业、关联产业和融合产业主体，打造形成一批符合本地特色的支撑数字经济发展的企业或产业集群。

采访中，张家口工信局相关负责人向记者展示了一张大数据产业的规划图。他告诉记者，“别看这是一张平面图，但其实是一张产业空间布局图，围绕发展定位，逐步形成怀来大数据产业基地、张北云计算基地、经开区互联网信息产业园等核心产业园区。”

如今，在产业链硬件制造侧，秦淮装备制造产业园项目开工建设，宝德数坝数字产业（河北）有限公司下线首台本地生产的服务器。在应用侧，带动今日头条、抖音、华为等知名数据应用用户在张家口开展运营服务合作。

在张家口北方硅谷高科新城，记者采访到了宝德数坝董事长谢崇杰。“过去我是国有企业的负责人，如今是宝德数坝的董事长，更是‘业务员’，努力通过招商引资，让更多的企业认识宝德数坝。”谢崇杰告诉记者，宝德数坝主要经营的业务为本地化服务器，“如果说秦淮数据是一间‘房子’，那么宝德数坝就是里面的‘家具’，用来存储数据”。

梳理宝德数坝的落地时间轴可以看出，从2021年1月达成合作意向，到5月签约落地，再到6月厂房装修，直到9月河北省第一台本地化服务器下线，不到半年时间，这家被誉为“填补河北省大数据产业链中装备制造产业空白”的项目即正式投产。“政策引导+产业支持+企业抱负”，让这家高科技企业走出张家口速度。

谢崇杰告诉记者：“速度快得益于脚下的这片土地，得益于桥东区打造的空港经济开发区。园区的牵头投资主体为河北国控，联合张家口市政府、上海张江高新区管委会，共同投资10多亿元建成占地150亩、总建筑面积达21万平方米的现代科技园区。同时，张家口市政府每年以购买服务的形式把园区租下来，提供给入驻企业使用，并且向企业提供‘3+2’的房租支持，即企业前三年租金免费，第四年和第五年租金减半。因此，企业只需要承担水电暖等费用即可入驻办公。”

对于自身公司的筹建和经营，谢崇杰说：“张家口市政府通过下属的市政建投控股公司，在宝德数坝持股40%。目前，2500万元资金已经全部到位，接下来还有2500万元今年到位。”

面对多个自主研发产品，谢崇杰给记者算了一笔账，张家口大数据产业服务器目前数量为100万台，到2025年将达到500万台。以普通的3万元一台服务器计算，未来4年张家口本地服务器的新增市场份额将达到1200亿元。“不仅如此，宝德数坝是一家立足张家口、辐射周边省份的生产服务商，接下来我们将继续补足专业人才缺口，未来的发展前景值得期待。”

值得注意的是，张家口市委、市政府也积极为大数据产业寻找资金，谋求机遇。2021年5月13日，河北大数据产业发展基金签约仪式在张家口举行，其中包括北京中科合盈公司、天津正信集团等多家投资者。张家口工信局有关负责人说，“搭建产业基金，为张家口大数据产业发展插上了金融翅膀。通过金融资本促进大数据企业做大做强，从而吸引更多企业参与到张家口大数据产业发展中来。”

记者注意到，大数据全产业链之外，产业还在延伸。张家口工信局负责人表示，目前正在积极培育“制造业+互联网”模式应用试点示范。“以装备、食品等行业龙头企业为重点，推广个性化定制、智能化制造、网络化协同、服务化延伸、数字化管理等制造业新模式。2021年，3个项目入选河北省工业互联网创新发展重点培育项目。加快推进企业上云，鼓励企业充分利用云资源，实现业务系统向云端迁移，降低数字化、智能化改造成本。制定《千家企业上云推进工作方案》，建设企业云平台，开展应用推广。截至目前，企业云平台已有1180家注册企业，取得了良好的应用效果。”张家口工信局相关负责人说。

看得见的未来——风生水起的怀来产业积聚高地

从北京到怀来，直线距离94公里，距离上的“黄金纬度”，让怀来成为最适宜大规模建设云计算产业的区域之一。

风生则水起，对于怀来而言，风和水是事业的起点。

早在2014年，北京中关村就提出打造“京津冀大数据走廊”，驱动大数据产业发展的生产要素在京津冀地区的自由流动和合理配置。张家口工信局相关负责人告诉记者，最初的构想是打造以“中关村数据研发服务—张家口”的模式，即从过去的张家口向北京输入能源转变为北京向张家口输出大数据资源。

从最初的构想到现实，8年的时间改变了张家口，更成就了怀来。

从北京到怀来，直线距离94公里，距离上的“黄金纬度”，让怀来成为最适宜大规模建设云计算产业的区域之一。

张家口工信局相关负责人告诉记者：“实时APP通过网络传输，存在一定的信号衰减。比如玩抖音，最重要的就是传输要快，距离优势是取胜的关键。从新媒体大数据产业基地里的数据中心到其北京网络核心，双向时延不超过1.4毫秒，同城的网络质量能够满足用户在线计算等热数据需求，完全没有技术层面的问题。同时，随着G6、G7、兴延三条高速以及京张铁路的开通，北京北二环到怀来首站最快仅需19分钟。网络传输、地理距离双重对比，显而易见，在土地资源优势、气候优势和综合成本优势差不多的情况下，怀来的交通、区位、网络、人才优势完全占压倒性优势。”

一位大数据运营商也告诉记者，“建设数据中心，需要四个关键要素：气候、电力、网络基础设施和人才。虽然这几个问题在西部地区也能得到解决，但是我们终究看重的是距离优势，对于其他地区，网络时延的刚性要求依旧不能得到有效满足。”

对于怀来而言，距离优势只是其中之一。北京作为京津冀地区的核心，一直是数据中心建设热点城市。但是，受到土地资源、电力资源、环境资源、人力资源诸多因素的限制，新建数据中心需要严格审查。

怀来大数据管理局相关负责人说：“怀来能够解决的就是北京受限制的诸多要素，比如温度，怀来年均气温只有6.5℃，是天然的散热场。加上空气优质，利用新风散热有助于降低数据中心的PUE值，有效降低数据中心的运营成本。现在运用的高效应用自然冷却技术，是官厅湖新媒体产业基地的一大特点。后者也是首个规模使用间接新风制冷技术的数据中心产业基地。”

推动经济高质量发展，其中重要的一条就是充分调动各类资源配置。对于张家口而言，国家级可再生能源示范区和大数据产业不是孤立的，中国工程院院士邬贺铨曾形象地比喻二者的关系为“无缝融合”。他很早就曾表示：“建议张家口围绕数据中心机房的配套设施，发展边缘计算中心及微服务软件的开发、数据清洗、标注预处理服务等，尽早布局，打造信息产业高地，更大地提升张家口怀来大数据产业基地的效益。”

事实的确如此，作为新能源输出大县，怀来70%以上的电能都是水力发电、风能发电和太阳能发电产生的清洁能源，但这之中有50%的清洁能源无法上网，低廉的电价对于数据中心这种耗电大户而言，具有相当强的吸引力。

正是“源网荷储”联合优化的价值，让张家口数字产业发展得到重大机遇，此次的北京冬奥会，亦让怀来的大数据产业的绿色电力和通信网络等大显身手。

记者注意到，张家口市委、市政府一直注重大数据产业的顶层设计。积极推动大数据全产业链发展，发展大数据装备制造、大数据应用等上下游产业，不断延伸产业链条。特别是按照河北省委、省政府关于推进“张家口·怀来大数据产业基地规划建设”有关部署要求，编制完成《张家口·怀来大数据产业基地发展规划》，规划面积15000亩，确定了“两中心一基地”的功能定位，即大数据（存储、挖掘、算力、交易）中心，软件和信息服务中心，承接首都数字产业外溢的科技创新基地。对接北京金融机构和企业后台中心外溢的刚性需求，引进实施了一批数字经济领域重点项目，着力打造非首都功能承载地和京津冀协同发展标杆区。

记者注意到，这个数据中心的建立也让其拥有了多个业内响当当的头衔，如国内首个大规模分布式全预制、国内首个大平层预制框架结构等。“这个大数据既揭开了字节跳动迅猛发展背后的秘密，又是怀来大数据产业发展的一个缩影。”怀来大数据管理局相关负责人说。此外，通过不断发展，张家口出现了一批具有示范作用的典型性园区和企业。其中，怀来数据中心基地已被评为国家新型工业化产业示范基地。

眼下，怀来借力京津冀协同发展，以新一代信息产业为抓手，实现产业换挡升级，积极打造京津冀大数据创新应用示范区，“生态第一，创新引领，跨越赶超”的高质量发展之路越走越宽广。

记者手记

京津冀协同发展中的“大数据协同”样本

文/石健

从张家口市桥东区的北方硅谷，到怀来县官厅湖的大数据中心，张家口大数据产业看得见、理得清。看得见的是大数据产业，理得清的是大数据带来的经济效益。

北京作为京津冀地区的核心，一直是数据中心建设热点城市。但由于土地、电力资源紧张，新建数据中心需要严格审查。

时来天地皆同力。集合自然资源、气候资源、能源资源等诸多优势资源，张家口大数据产业应运而生。

在怀来地图上，将桑园镇、存瑞镇、东花园镇三点连接形成的等边三角形，正好勾勒出秦淮数据的数据中心产业布局。毗邻变电站，实现能源的就近供给；靠近高速公路、高铁站，便于网络连通；紧挨核心城市，保障快速响应业务。秦淮数据解决方案部总经理许俊介绍，从“能源流”到“数据流”再到“业务流”，唯有怀来得天独厚的优势，才能实现“三流合一”。

这是一个生动的大数据样本，更是京津冀协同发展中的“大数据协同样本”。

如今大数据产业仍在谋划和拓展，未来不但可期，而且蓝图已经擘画。《中国数坝·张家口市大数据产业发展规划（2019—2025年）》显示，到2025年，大数据服务器规模达到500万台，具备千万台级承载能力；引进或培育产值规模超10亿元的大数据总部企业或重点项目20家以上，大数据企业数量达到100家；数据中心绿色能源消纳比例上升至90%以上；建成国际知名的绿色大数据集聚区，大数据及关联产业投资规模突破2000亿元；大数据基础设施高度完善，产学研用深度融合，构建起较为完备的技术研发和创新创业公共服务体系；大数据产业实现全产业链发展、集群化发展，大数据红利充分释放；以绿色数据为基础的信息服务能力明显提升，能提供较为全面和专业的大数据分析、挖掘、组织和管理等服务，大数据成为提升政府治理能力的重要支撑和经济社会发展的重要驱动力量。

政策组合拳下 成都楼市步入良性循环

本报记者 陈雪波 卢志坤 成都报道

5月20日公布的五年期以上LPR为4.45%，下调了15个基点。叠加此前央行将首套房贷款利率的下限调低20个基点，目前一些城市的首套房最低贷款利率已经低至4.25%，这在很多房产销售人员看来是不可思议的。

《中国经营报》记者近日在成都采访了解到，多个售楼处销售人员反馈，首套房贷利率可以做到4.60%，同时一些购房者已经在申请4.45%。记者发现，虽然相比上一年贷款利率下调幅度很大，但成都因此而决定购房的人还没有明显增加。

有业内人士告诉记者，房贷利率调整以及成都最近出台的新政短期内显现的效果可能有限，但对长期市场来说是有利的，这个需要一定的市场周期才能看到。

利率下调后，并没有快速吸引更多的成都购房者下定决心买房，观望情绪依然浓厚。 本报资料室/图

“我去年买的，亏死了”

“当时是6.20%，贷了145万元，总共利息需要174万元。但按今年利率4.45%的话总利息就只有117万元，按去年的利率贷30年要多出来将近60万元的利息，亏死了！”

成都北二环外的一个住宅项目在2021年8月开盘，时隔9个月，如今购买这个楼盘的购房者的房贷利率也从5.60%降到了4.50%，加2万元还可以送产权车位。即使如此，这个楼盘的高层和洋房都还有部分房源未售出。

在2021年，成都首套房贷利率曾长期保持在5.88%，甚至一度高达6.20%。彼时，这样高的利率远远领先于其他省会城市。但今年以来，房贷利率逐渐回落，一位在今年4月签购房合同的购房者，当时约定购房利率已经下降到4.90%，而五年期以上LPR下调之后，她的房贷利率得以进一步下调到4.75%。

成华区一售楼处的置业顾问告诉记者，他们项目合作的银行是中国工商银行和中国农业银行，如果购房人贷款资料没问题的话首套房贷利率可以做到4.45%，同时也可以使用公积金贷款。

这位置业顾问用他自己的购房经历向记者讲述了贷款利率变化带来的结果：“我是去年买的房，当时银行审核非常严，还要查首付款来源，贷款利率非常高。当时是6.20%，贷了145万元，总共利息需要174万元。但按今年利率4.45%的话总利息就只有117万元，按去年的利率贷30年要多出来将近60万元的利息，亏死了！”

记者联系中国工商银行在成都市的贷款部门，对方告诉记者，现在购房贷款利率确实有下调，但是不同的合作项目约定的贷款利率也是不一样的，需要根据项目来确定实际的利率。

而一家股份制商业银行的内部人士向记者透露，现在银行的贷款额度很足，房贷利率下调以后也没有很多人来申请贷款，“我们这边最低首套房贷利率4.60%，二套房贷利率5.20%。”他告诉记者，有些银行的利率也许可以做到4.45%，但应该会审核比较严，“利率那么低，银行不一定愿意贷出去。当然也不排除银行为了保证业务量，而相应放宽条件。”

记者了解到，相比于当下成都首套房贷利率，还有很多城市将房贷利率进一步下调至“地板价”。根据媒体报道，目前已经有天津、重庆、郑州、沈阳、昆明、青岛、无锡、南通、苏州、日照等地的首套房贷利率降至4.25%。一线城市北京的银行房贷利率则已普遍按照新的五年期LPR报价降低15个基点，首套房贷利率由此前的5.15%降至5.00%；二套房贷利率由此前的5.65%降至5.50%。

中泰证券研究所政策组首席分析师杨畅告诉记者，通过下调房贷利率，降低贷款利息支出，有利于释放新增需求。同时，住房贷款往往是银行端的优质资产，但前期利率水平要高于一般企业贷款利率，在这种情况下对住房贷款利率做适当的调整，也有利于减小不同资产对应利率的剪刀差。

“下调五年期LPR利率是房地产市场需求端政策组合拳的一部分。从政策层面来看，房地产政策已经释放比较明显，近期包括通过差别化信贷利率的设计，降低了首套普通商品住房贷款的基准利率；较多的政策密集出台，充分体现了激活房地产市场、推动房地产市场良性循环的政策意图。”杨畅表示。

“看房的倒是多了，下手的还是少”

“房贷利率下调，对市场肯定是有刺激的，但这是一个慢变量，从10年、20年来看的话对购房者有明显影响，但短期看影响不大，所以现在大家观望的情绪很浓。”

房贷利率下降，节省房贷成本，是否已经引来更多的人买房呢？

常年在各个售楼处外为开发商揽客的谢勤芳（化名）告诉记者，周末的时候她每天能带两三位客人去合作的售楼处，而工作日里整天都接不到一位客人是常态。“自从房贷利率下调以后，看房子的人是多了一点，但还都是在观望，没啥人真的买下。”

据谢勤芳介绍，最近这段时间她介绍的客人里只有一位买别墅的客户签了合同，“但他是为了小孩读书，必须在那里买房，利率调不调整没什么影响，他也不差那个钱。”虽然成都一直有“网红盘”吸引数以万计有“刚需”资格购房者的关注，但这些属于吃原有政策红利，且房源并不多，与新的利率变化没有直接关系，也不需要像谢勤芳这样的人来做引流。

数十万元的利息差之下，为何没有带动更多的人签约买房？“这几年成都房价涨起来那么多，但这里人均收入涨了没多少。”一位房产销售人员直言，虽然房贷利率变化很大，但实际签约数量并没有明显的增长。

与房贷利率下调相伴随的是，成都5月16日出台的楼市新政《关于支持刚性和改善性住房需求的通知》，近郊区（市）县已购或新购住房不纳入中心城区购房时家庭名下住房总套数计算，同时缩短了无房家庭交易记录认定时间。但近期其他城市的新政中常见的公积金贷款放松、限购条件放松、挂钩生育等措施没有出现在成都本次新政中。

“房贷利率下调，对市场肯定是有刺激的，但这是一个慢变量，从10年、20年来看的话对购房者有明显影响，但短期看影响不大，所以现在大家观望的情绪很浓。”贝壳研究院成都分院院长付跃华告诉记者，包括成都最近的“5·16新政”，也会对成都的城市格局有一些影响，三圈层的购买力被激活的话，至少会让二圈层的市场活跃起来，但它也是一个慢变量，对长远来说是有利的。

付跃华也从交易结构角度出发，分析了成都二手房市场不活跃的原因：目前成都购买二手房的以刚需客户为主，但他们的购买力是有限的，这就首先需要解决他们首付的问题。今年春节后确实有一波刚需购房，但消失得很快，这个与消费的大环境有关系。付跃华指出，想要交易链条能够持续下去，就需要原来刚需的业主换房，但目前首付比例等换房的成本还比较高，这样他们卖房的预期也会提高，导致市场摩擦成本比较高。

杨畅回顾近期各地的楼市政策总结称，现阶段政策意图已充分释放，等待市场底来临。由于当前房地产市场仍然处于降温阶段，例如70个大中城市新建商品住宅价格环比下降0.3%，连续3个月下降，二手住宅价格环比下降0.3%，连续8个月回落，出于买涨不买跌的心态，购房预期尚未得到扭转，市场底仍在等待中。

虽然房贷利率变化没有给成都增量市场带来即时的变化，但这依然引起了存量购房者的注意。成都“网红盘”滨江壹号在今年4月开盘并很快售罄，购房者近来在得知房贷利率下调后，联合要求重新调整房贷利率，希望能将购房时的4.90%下调到最新的4.45%。

广告

東道®
www.dongdao.net
品牌创意集团

信仰专业的力量
Focus Insight

2014年国家文化产业示范基地
国家级工业设计中心（2020-2021年）
中国4A第十六届（2021年度）理事单位

品牌战略 / 数字营销 / 品牌设计 / CI.VI.LOGO设计 / 包装与产品设计 / 环境设计 / 导示设计

2014APEC峰会 品牌/VI/空间设计
一带一路高峰论坛 LOGO/VI
2021年中央广播电视台春节联欢晚会 LOGO
2017金砖峰会 LOGO/VI
中国国际进口博览会 LOGO/VI/吉祥物
2019北京世园会 LOGO/VI
杭州G20峰会 综合用品设计/会议用品
中国国际航空 VI/CI/SI/企业文化 品牌战略/年度服务
中国南方航空 VI/品牌策略/WVI 数字营销/用户体验
中国银行 APP设计/数字营销

东风集团 企业品牌/产品品牌/海外品牌 金融品牌/VI设计
杭州城 LOGO/VI
2019年国际篮联篮球世界杯 吉祥物“梦之子”
崇礼城市 吉祥物“冲冲”
中国国际进口博览会 吉祥物“进宝”
中国进出口商品交易会（广交会） 吉祥物“好宝”
勐海城市 吉祥物“勐勐”
奇虎360 吉祥物“安仔”
海尔 VI/SI/品牌年度服务
中国人寿 LOGO/VI设计

京东 VI设计
苏宁易购 LOGO/VI
水立方 LOGO/VI/SI/画册 年度服务
新东方 LOGO/VI/SI 年度服务/品牌设计
360 安全卫士 LOGO/VI
美的 LOGO/VI设计
波司登 LOGO/VI
新浪网 LOGO/VI
开心果 LOGO/VI
珠海 LOGO/VI

2021年德国 IF 奖发布：
东道集团位列全球品牌创意公司 TOP3 之第 2 名
全国统一客服热线：
400-890-8989

核心话题

老人“带娃费”引出的托幼问题

文/梁发芾

作者为财税史学者

前段时间，浙江省衢州市柯城区人民法院智造新城人民法庭审结了一起“带孙费”案件，判决孩子爸爸向外公外婆支付10.5万元。

不过，认真研究上述案件的报道，发现本案原告起诉的“带孙费”并不是照看孩子的辛苦费、劳务费，而是要求被告支付其垫付的抚养费。本案中，孩子从小失去母亲，由外公外婆抚养，但近十年中作为孩子的爸爸不管不问，甚至连抚养费也是外公外婆自掏腰包。于是外公外婆起诉到法院，讨要“带娃费”18万元，法院最终判决孩子父亲支付10.5万元。

虽然本案争讼的是抚养费，并不是带孩子的劳务费、辛苦费，但这并不意味着老人帮助儿女带孩子就不应该考虑劳务费、辛苦费。我觉得，老人带孩子发生的劳务费、辛苦费恰恰是一个需要讨论，但从来没有认真讨论的问题。

中国传统上劳动能力下降的老人帮助儿女照看孩子，让孩子父母全力投入工作挣钱养家，是一种习惯。当然，这种习惯主要发生在劳动阶层，并不包括富裕阶层。富裕阶层人家有专门的保姆照顾孩子，这些人家的老人是不会亲自去做这份辛苦工作的。老人带孙子之所以在劳动阶层中普遍存在，就是因为一来劳动阶层家庭条件限制，无力雇佣保姆，二来劳动能力下降的老人还能通过照顾孙子继续发挥余热，实际上是劳动力价值的再开发再利用。

这种习惯本来也是一种比较好的安排。传统上养儿是家庭的责任，充分利用家庭劳动力特点，合理分工，就可以将养育孩子的成本最小化。这种安排，实际上是一种代际分工协作的契约，通过这个契约，实现养老和抚幼的合理分工与调配。传统中国尤其农村老人没有养老金、退休金之说，一个人老了之后如何养老，就是很大的问题。虽然养儿防老是一种习惯性的安排，但是，一个人老了之后并不可能就做养尊处优的老太爷老太太享受儿女孝顺。他们仍然要从事力所能及的劳作，帮助儿女带孩子是他们最合适的工作。这样就形成了一个惯例，也是一个代际合同，即我给你带孩子，我老了动不了了，你们照顾我给我送终。这种情况下，一个老人如果还有一些气力，他不帮助儿女带孩子，他有病时谁伺候他？如果说儿子是亲生的有义务送终，那么，儿媳妇你没有生也没有养，她哪有义务照顾你？所以，传统上老人带孙子，实际上成为一种义务，以此来换取自己行动不便时被后辈服侍的权利。如果一个老人不尽这样的义务，在家里就谈不上地位，会被人嫌弃厌恶。

其实不但传统中国家庭由老人照顾孩子，就是现在城市里条件较为艰苦的双职工家庭仍然以老人帮助带孩子为首选。但相对历史而言，现在城市的情况已经有所改变。城市有较好退休金收入的老年人，往往并不愿意给儿女看孩子。这主要是因为，首先，带孩子是个苦差事，其辛苦和操心程度，远远超过很多人上班时的工作强度。而且，带孩子往往也是费力不讨好的差事，带不好要受后辈的嫌弃抱怨。对于那些没有退休金或退休金很少的老人来说，带孩子是无法推托的义务，但是对于有退休金尤其退休金相当丰厚的老人来说，就完全有底气不去带孩子受累受气。其次，现在的老人也开始追求自己的生活质量，不愿意退休后再次给儿女当牛马做保姆，他们宁愿自己潇洒地度过自己的老年时光。

这种情况的变化，使得探讨老人“带娃费”成为必要。虽然传统社会上是一个温情脉脉的人情社会，而人情社会最忌讳谈钱，从来没有人会想到老人带孩子还有什么“带娃费”。但没有这样的习惯并不证明这种情况就合情合理。老人带孩子付出巨大的辛苦，获得报酬天经地义。但是一般家庭之所以要老人带孩子而不是请保姆，恰恰也是因为老人带娃不要钱，可以省钱。这就可以证明，老人带娃这种家庭分工和代际契约，适应的是低水平的家庭生活。这种对于老年劳动力的几乎无偿的开发利用，虽然为家庭节省了支出，但很多情况下是以牺牲老年人的生活质量为前提的，说的重一些，是利用亲情，榨取老人的劳动。但带孩子的老人劳动往往既辛苦又无尊严。现在的问题是，如果需要将老人带娃的辛苦付出计算一个报酬，那么，辛苦工作的小两口，有没有这个支付能力？

这实际上涉及抚养孩子的成本，是怎么分摊更为合理的问题。传统上以及目前的法律，养育孩子都是家庭的责任。这当然在大方向上没错。但是，必须认识到，养育孩子既是家庭自己的选择和义务，同时，也是整个民族繁荣昌盛的大事，绝非一家一户的私事。所以说，养育孩子成本太高的情势下，由社会来分担一部分抚养孩子的成本，就成为值得考虑的选择。目前，养老方面，我们已经建成了社会养老体系，同样地，我们应该逐步建立社会育儿体系，将育儿成本社会化。

不妨做这样的考虑。社会承担更多的托幼成本，给养育孩子的父母更多的补贴，使他们有能力请得起职业保姆；延长育儿假期，让孩子父母有更长的抚育孩子的时间；给照顾孩子的老人提供一份补贴，让老人带孩子有一定的收入；大力发展托幼事业，建立托幼机构，价格公道而服务周到，让更多孩子可以入托入幼，等等。总之，通过多元化、社会化的抚幼体系的建立，把年轻父母从沉重的养育负担中解脱出来，也把老人从辛苦的带娃差事中解放出来。

囊中江湖

品牌是为了获得溢价？ 错误观念误导中国企业几十年

文/刘戈

作者为重阳金融研究院高级研究员

在中国，品牌专家和机构一直向企业灌输这样一个观念——打造品牌是为了获得溢价。也就是说做品牌的目的是为了让产品卖得比别人贵，可以获得更高的利润。这种观念认为，商品的品牌价值一般由功能性价值和其他附加值构成，附加值就是消费者对商品认同的情感价值和心理价值，消费者愿意为此多付出额外的金钱，这部分钱就是品牌溢价。

很多企业家也不假思索地接受了这样的观念，并以此作为企业品牌发展的目标。改革开放40多年来，这种理念支撑着无数中国企业迅速崛起又快速消亡。不得不说，这种错误观念，甚至耽误了整个中国品牌的崛起进程。

打造品牌为了获得溢价，这仅在个别产品品类中是存在的，就是奢侈品行业，而奢侈品品牌的建立需要长时间的历史积累和天赋异禀，是很难复制的。但为什么这样的观念会成为从学界到企业界笃信的教条？这可能和中国经济发展的进程相关。

和发达国家一直在市场经济环境中不断进化不同，在改革开放之前中国实行计划经济，市场经济的发展方式被中断了30年。所以从改革开放开始，当大量国外品牌进入中国市场的时候，都是以远远高于国产同类产品的价格出售。在上世纪90年代初期，买一双耐克鞋可以花掉一个人两个月的工资，去一次麦当劳可以花掉一个人一个星期的饭钱。因此外国品牌可以获得高溢价的印象深入人心。但实际上，在这些国外品牌的原产国，那些成为全球最知名品牌的产品不是因为他们卖得更贵，而是因为他们卖得最便宜，因而获得了更大的市场占有率。

这些企业早就洞悉了建立品牌的根本目的——不是为获得溢价，而是为占有市场。对绝大多数企业来说，不断地通过更低廉的价格获取更大的市场占有率才是企业发展壮大的王道。企业在创业初期，为了占有利基市场，强化自己品牌特性，这显然也是一个正确的道路。但是如果企业已经度过了最早的创业期，进入到发展阶段，这个时候如果把产品特色作为品牌传播的主要方向，那么就是在主动缩小自己的市场，为之后产品的扩张设置了障碍。对那些不想或者不具备成长为行业主流品牌的企业，坚守某个细分市场，也是一种选择，但显然那是一种无奈选择，而不是策略选择。

在多个世界品牌排行榜中，美国品牌占据了全球顶尖品牌50%的席位，这些品牌广泛地分布在从金融、能源、汽车到服装、物流、零售等各个领域，反映了美国在全球产业中的全面优势。但在美国品牌中，几乎没有奢侈品品牌。在美国和全球发达国家，所有美国消费品品牌都是物美价廉的代名词。美国品牌从来不是靠所谓品牌溢价发展壮大，而是靠不断地扩大市场占有率，让市场占有率成为品牌最核心的背书。

工业化催生的现代城市消费模式促使大众品牌快速成长。快速扩大的中产阶层群体、汽车的普及、体育与休闲生活方式的变革，促进了大众快消品的迅猛发展，标准化餐饮连锁产业和大众服装企业迎来了巨大的市场需求。

从上世纪40年代起，以麦当劳模式为榜样，肯德基、必胜客、汉堡王等快餐品牌相继建立，美国标准化廉价快餐连锁产业迅速成长起来。快餐的出现，让美国普通老百姓家的孩子也可以经常下饭馆。中产阶层对运动休闲生活的重视，促使新兴大众服装品牌诞生，如耐克、拉夫劳伦、GAP，这些服装品牌让大众以极为低廉的价格享受有品质的生活。

以耐克为例，上世纪70年代初，慢跑运动在美国逐渐兴盛，数百万人开始穿运动鞋，并认为穿运动鞋是年轻健康的象征。在巨大市场需求的推动下，耐克在创建之后的短短10年间，一跃成为美国最大的鞋业公司。耐克通过将生产工厂放在亚洲，极大地压缩了制鞋成本，让每一个美国高中生都可以轻易地获得质量很好的跑鞋。

从1940年到2010年，无论男性、女性还是儿童的服装消费都发生了变化，服装消费支出占名义总消费支出的比重急剧下降，原因之一就是服装的价格相对大幅下降。服装消费支出占名义总消费支出的比重从1940年的10.1%降到了2013年的3.1%。

从上世纪40年代起，美国企业开始引领世界快速消费产业，廉价大众化的产品迅速地占领了原来主要被欧洲企业占领的市场，也带动了美国广告业快速兴起。快速消费品的利润在很大程度上取决于市场规模，信息必须快速到达，让所有民众接触，因此企业对广告进行巨额投入，此举极大地刺激了广告业的发展。50年代，品牌的概念正式进入学术领域。60年代，美国著名的麦迪逊大街成为广告巨头云集的胜地，促使广告业创意革命的爆发。心理学以及社会科学的研究方法被用来分析消费者决策。理论上的发展和这些广告创意推动了美国大众品牌在全世界的流行。

同时，跨国公司开始迅猛发展，借助美元体系，跨国公司成为推动世界资源配置、资金流动、信息传播的全球化推手。美国产品以其低廉的价格迅速地进入到全球市场，占有率不断提高。1957年到1969年，美国45家营业额在30亿美元以上的大型跨国公司，40%以上的利润来自国外。跨国公司海外扩张，其目的就是扩大市场份额，通过扩大市场份额，美国打破了由其他国家所建立起来的商业壁垒。

以品牌全球化为标志，美国品牌形象成为美国国家形象的缩影之一，甚至成为美国先进生产力的图腾。比如耐克策划的只管去做(just do it)口号，受到了全世界年轻人的欢迎，至今充满强烈的感染力。美国的产品以及相对低廉的价格占有了全球的市场。

美国产品的低廉价格，来自于效率的全面提升。美国企业最早建立了快速消费品的概念，宝洁在1931年提出的品牌经理制在美国大型企业盛行起来，产品的研发、生产、营销在品牌理念的统筹之下更为高效协调。为了更好地推进品牌在全国和海外市场的销售，美国企业从上世纪60年代开始重视企业形象，用标准化的视觉符号来展现统一的品牌世界。麦当劳的金色拱门、可口可乐的飘带元素出现在全世界各地的街头。这种被称为企业识别体系的管理模式，成为大企业整合海外品牌形象的利器。

美国大众消费品牌在全世界的流行基于技术、管理和文化三个方面的创新发展。品牌最终成功还取决于品牌内在的驱动力和核心竞争力以及能否顺应国家迅猛的工业化进程，能否让价格变得更低，能否让效率提得更高，能否在全世界获得更大的市场，能否敏锐地感知人们消费需求的变化与趋势，创造新的生活方式和文化内涵。

世界著名品牌的出现，依赖于先进生产力基础上的社会分工与技术进步，只有这样，产品才能够被大批生产。所以品牌真正的意义在于不断地扩大市场，要有广阔的市场来接纳品牌，以形成品牌认知和品牌的联想，从而扩大品牌的知名度。大市场是产生大品牌的土壤，大品牌是大市场发展的结果。

在建立品牌就是为了获得溢价观念的指引下，中国部分企业试图通过各种“装神弄鬼”的方式来迅速建立品牌，通过对产品独特性能和特征的提炼，通过广告的狂轰滥炸，在短时间内获得了营销上的成功。但这种成功，宛如建立在沙滩上的楼房，在达到一定高度后就会轰然倒塌。

过去的几十年，那些试图让自己的产品卖得更贵来获得所谓品牌溢价的企业大都遭到了市场的淘汰。而那些跳出这一品牌陷阱，通过不断地提高自己的劳动生产效率，让自己的产品越来越大众化、越来越便宜的企业，现在正成为中国品牌的中坚力量。例如在汽车领域的比亚迪、吉利、五菱，家电领域的美的，运动服装领域的安踏等。

那些不太强的品牌，卖相对更高的价格，不是他们不想卖便宜的东西，而是他们做不到。能把产品的价格真的降下来，才是企业真正的竞争力。

自由谈

年轻人可以“合群”但没有必要“伪合群”

文/苑广阔

作者为媒体评论员

“每天身处喧嚣，却无比孤单。”这句话，曾有人用来调侃自己的“不合群”，形象地说明了内心的苦恼。前段时间，“合群真的那么重要吗”成为网上热议话题。有人觉得不重要，没必要去迎合所有人；也有人觉得，在生活中必须“合群”，不然很可能被孤立，伪装“合群”，是成年人的必备技能。

不管是在工作还是生活中，“合群”往往被视为懂交际、情商高的表现，反过来说，“不合群”则往往会被视为孤僻、清高、太有个性的象征。尽管多数人都希望自己“合群”，同时也愿意主动去“合群”，但不得不承认的是，也有越来越多的年轻人，更愿意独处，不喜欢凑热闹，但是出于工作和生活的需要，他们又不想被视为“不合群”，这就会让他们陷入一种纠结、郁闷乃至痛苦当中。

当“合群真的那么重要吗”成为了网上的热议话题，很多人也开始重新审视这个问题。在我看来，我们首先要摈弃的一个观念，就是凡是“不合群”的人，一定就是不容易相处，不值得交往，没有朋友的人。一个人“合群”“不合群”，往往和他的个人性格、成长经历有着很大的关系，但并不代表他的个人品质和素质有问题，所以无论在工作还是生活上，我们都应该尊重那些看上去不那么“合群”的人，不要因为他们的“不合群”，就孤立他们、排斥他们。

而从个人的角度来看，我们可以在单位独来独往，但是当需要完成工作任务，实现工作目标而需要和他人合作的时候，我们也同样要学会与别人进行合作，努力完成自己的分内之事。否则的话，我们在单位既不愿意和同事打交道，工作的时候又无法和同事进行很好的合作，拖了团队的后腿，最终损害了其他人的利益，那么久而久之，可能就会导致自己陷入一种孤立的状态，这无疑是不利于自己的工作和发展的。

所以我们说，对于不愿意去委曲求全，伪装“合群”的人，首先应该分清“合群”与“合作”的关系，毕竟我们身处的是一个高度分工，同时也讲究合作的社会，你可以“不合群”，但是你一定要懂得合作，不管是在工作上，还是在生活中，都是如此。还有一点就是，越是不愿意“合群”的人，越要提高自己的素质、能力和水平，让自己在工作中能够独当一面，变得不可或缺，这样才能够有“不合群”的资本，也才能让自己变得更加自由。

很多年轻人为了“合群”而“伪合群”，其实是没有必要的，毕竟这种明显违背自己内心真实想法，带有迎合意味的社交，会让自己身心都会感到很累。说到底，世界是一个丰富多彩的世界，每个人都有自己的个性，所以没有必要强求每个人都“合群”，都进入“小圈子”，“圈子文化”从某个角度来说，也有很多负面的影响，如果我们能够在做好自己的本职工作，积极承担自己应该承担的责任和义务的同时，也能够坚持自我，保持本真，又有什么不好呢？

京东产发控股中国物流资产

京东物流版图再进一步

本报记者 李静 北京报道

京东智能产业发展管理集团(以下简称“京东产发”)对中国物流资产控股有限公司(01589.HK,以下简称“中国物流资产”)的收购已经接近尾声。

根据京东产发和中国物流资产发布的联合公告披露,股份要约已于5月20日下午四时截止,京东产发已持有中国物流资产合计共34.18亿股股份,占总股本的98.38%。

《中国经营报》记者梳理发现,今年2月和3月,中国物流资产已陆续完成高管变更。来自京东系的高管人员于2月进入中国物流资产,开始担任新任执行董事和非执行董事,中国物流资产的原董事、高级管理层(非执行董事、京东集团副总裁傅兵除外)已于3月悉数离任。

京东产发收购中国物流资产后将获得优质仓储资源,同时,数位业内人士在接受记者采访时表示,京东产发的这笔收购还意味着获得了一个资本市场的“杠杆”。

京东产发对中国物流资产的收购已近尾声。 视觉中国/图

历时不足一年完成控股

“这标志着京东产发确定可以完成对中国物流资产剩余股份的强制性收购。”

早在2021年初就有消息传出,资产管理公司黑石、美团、京东旗下京东物流等正参与竞购中国物流资产的控股权,交易作价或高达20亿美元(约合155亿港元)。直到同年9月初,靴子落地,京东旗下提供基础设施资产管理与综合服务的子集团京东产发发起了对中国物流资产的收购。

当时双方发布联合公告称,京东产发同意收购中国物流资产9.16亿股股份,购买价为每股4.35港元(约3.615元人民币),总价为39.9亿港元(约合33.153亿元人民币),代售股份约占中国物流资产已发行股本的26.38%。

从披露的股权结构来看,联合公告发布前,宇培国际是中国物流资产的最大股东,持有26.38%的股份。宇培国际为中国物流资产原董事长、执行董事及创始人李士发和配偶马小翠共同持有的一家公司,其中宇培国际90%的股权由李士发全资拥有的李氏国际投资管理公司持有,宇培国际剩余10%的股权由马小翠全资拥有的李氏资产管理有限公司持有。

京东产发及其一致行动人持有中国物流资产约10.64%的股份。无利害关系股东ESR Cayman Limited持股18.1%和RRJ Capital Master Fund II, L.P.持股21.94%,以及公众持股22.94%。

此外,中国物流资产还发行有本金总额为10.63亿港元的2024年到期的可换股债券,及本金总额为7.75亿港元的2025年到期的可换股债券。

这意味着京东产发要实现对中国物流资产的全部收购,除了需要收购其他股东持有的股份之外,还需要收购已经发行的可换股债券。

京东产发首先发起了对控股股东宇培国际持有的中国物流资产26.38%股份的收购,该项股份收购最终于2022年1月28日完成,京东产发持有中国物流资产的股份增加至37.02%,成为中国物流资产的控股股东。同时,李士发辞任中国物流资产首席执行官,京东集团副总裁胡伟担任中国物流资产首席执行官。

中国物流资产控制权变更之后,京东产发发起了对其他中国物流资产的股份持有人和可换股债券的进一步收购要约。

京东产发对中国物流资产可换股债券的收购进展较为顺利,截至2月25日,已经收到本金总额为10.63亿港元的2024年到期的可换股债券接纳书,及本金总额为7.75亿港元的2025年到期的可换股债券接纳书。

京东产发对中国物流资产剩下股份的收购仍在持续中,为此,京东产发多次延长收购要约期,以提供更多的时间给要约股东考虑。

截至5月20日下午四时截止,京东产发已经持有股份34.18亿股,约占中国物流资产已发行股本的98.38%。

京东产发方面对记者表示:“这标志着京东产发确定可以完成对中国物流资产剩余股份的强制性收购,并私有化中国物流资产,预计于今年7月完成全部收购事项。”

快递物流专家、贯铄企业管理(上海)有限公司CEO赵小敏对记者分析指出:“京东产发收购中国物流资产在价格上中规中矩,但从时间成本上来说是划算的,通过并购形式拿下中国物流资产持有的物流产业园等基础设施,比自己建设节省了时间成本。”

京东的盘算

“还需要继续观察京东如何将中国物流资产纳入到其体系内,战略如何匹配。”

京东产发于2018年成立,作为京东集团旗下提供基础设施建设、资产管理和综合服务的子集团,通过基础设施物业开发、资产管理和多元化的增值服务,为全行业提供现代化标准仓库、一体化智能产业园、数据中心、光伏新能源等基础设施建设与运营的综合解决方案。

京东自2007年开始自建物流,京东的仓储物流资产部分划归到了京东产发旗下。公开资料显示,目前,京东产发的现代仓储网络布局了全国28个省级行政区,覆盖中国主要一二线城市、交通枢纽和制造业基地,管理园区规模超过1300万平方米。

中国物流资产在收购要约中也透露,京东产发与中国物流资产有类似的业务,收购之后将促进中国物流资产与京东产发之间的资源整合。

根据中国物流资产公布的2021年年报,截至2021年12月31日,在全国21个省份或直辖市的41个物流园拥有190套运营中的物流设施,建筑总面积达到570万平方米。同时,中国物流资产最大的租户就是京东,来自京东的收入占到中国物流资产2021年总收入的23.8%,而中国物流资产前五大租户的收入仅占到总收入的40.3%。2020年中国物流资产来自京东的收入占到其当年总收入的29.2%。

对于收购中国物流资产,京东产发方面表示:“在当前特殊的市场环境下,相信中国物流资产的加入将进一步提升京东产发的基础设施资产管理规模与能力,持续发挥新型实体企业的增长效能。推进更加多元化的供应链基础设施建设,通过数字化新基建来实现效率的提升,实现技术赋能,优化经济运行中物流成本并提升招商核心竞争力,助力产业升级与产业价值提升”。

不过,中国物流资产在业务和资产扩大的同时,净利润在近两年却是下滑了不少。

2018年至2021年中国物流资产的营收分别为5.82亿元、7.13亿元、7.99亿元和9.05亿元;销售毛利率分别为74.52%、76.73%、77.41%和74.61%;税后净利润分别为5.54亿元、3.49亿元、6662万元和2579万元。

对于2020年税后净利润的大跌,中国物流资产在当年财报中披露,2020年所得税开支2.89亿元,较2019年的2.92亿元减少了1.2%。但公司实际税率由2019年的45.6%增加至2020年的81.3%,主要是由于2020年产生的可转换债券公平价值亏损增加导致除所得税前利润减少。

对于2021年净利润的再度下滑,中国物流资产在财报中称,该年度实际税率增加至90.0%。

中国物流策划研究院与中物策(北京)工程技术研究院执行院长李芏巍对记者指出,物流基础设施建设逐渐趋于理性,意味着物流地产赛道即将要进入一个靠内涵、靠高端方式实现增长的时期,中国物流资产有其本身的仓储资源,但缺乏运营内涵与高端作业。

“对京东来说,到目前为止京东还没有特别成功的大型并购案例。”赵小敏对记者说道,“还需要继续观察京东如何将中国物流资产纳入到其体系内,战略如何匹配、以及和京东商城、京东物流、京东科技和京东产发各方资源是否能完全协同到位。”

李芏巍认为,“京东产发对中国物流资产的提升改造将是必然之举。业务可以从租赁向运营类拓展,例如仓配一体化、供应链服务、智慧生态物流转型,这对京东产发乃至京东都是一个考量。除了提供基础性物流基地运营管理工作之外,还需要提供一系列增值服务,为上中下游客户做好个性化服务工作。”

增值服务是指物流地产商在提供传统仓储服务的同时,为供应链上的节点企业提供一系列的服务,在拓展服务范围的同时也享受到了增值的利益。“这样就将投资物流地产从单纯的靠长期租金收益获得利润逐渐转变为收益来源多元化的有巨大潜力的投资项目。”李芏巍补充解释道。

京东产发收购中国物流资产除了业务层面的需求,或许还有资本层面的考量。

随着中国经济结构调整和流通体制改革,国内大市场加快成型,物流地产企业迈向2.0时代。同时,物流设施融资多元化,国内公募房地产投资信托基金(REITs)已率先在基础设施领域开展试点。

2019年以来,京东产发已经成立了4只物流基础设施基金,截至目前,京东产发旗下基金平台的资产管理规模超过200亿元人民币,核心投资者包括新加坡主权财富基金GIC和阿联酋主权投资公司穆巴达拉。另外,京东产发还在去年3月和今年3月分别完成了7亿美元的A轮融资,和8亿美元的B轮融资。投资机构包括高瓴资本和华平投资等。

“京东产发并购中国物流资产也是希望对仓储物流基础设施进行更高度的资产盘活。整个京东旗下的基础设施,既包括京东产发的仓配、京东物流的亚洲一号、还有京东商城旗下的相关基础设施,可以打包实行资产证券化,然后进行全方位的联动和资源协同效应。”赵小敏说道。

“作为京东的重头戏之一,京东产发随着运营型物流地产的产品设计、服务质量变化,必然会不断总结经验选择性收购类似企业。”李芏巍也表示,京东产发所研究的领域和方向,还需强调金融创新思维和金融工程技术的运用,这也许将成为推动京东发展的一个动力源。

网经社电子商务研究中心主任曹磊从资本市场的另一个角度对记者指出:“从京东过去将子公司分拆进行IPO的路径来看,京东通过并购优质资产标的实行快速的业务全面布局,是京东子集团IPO的一种前兆。”

中国物流资产目前仍在港股市场挂牌,也是一个较好的上市壳资源。赵小敏认为:“中国物流资产直接更名京东产发的可能性比较大。”

手机销量稳居全球前三 小米欲借徕卡冲击高端

本报记者 李昆昆 李正豪 北京报道

近日,小米与徕卡宣布正式达成移动影像战略合作,双方联合研制的第一款影像旗舰手机将于今年7月面世。此外,小米还在近期交出了其2022年第一季度的答卷,期间集团总收入734亿元,小米手机出货量依旧稳居全球第三。

现在的小米,一直在按照计划前进。一方面,继续全球化战略,不断拓展新市场。另一方面,推进高端手机战略,加大研发投入。

持续拓展全球化战略

5月19日,小米集团公布2022年第一季度业绩,期间集团总收入734亿元,同比下滑4.6%;经调整净利润29亿元,创新业务费用4.25亿元。研发支出35亿元,同比增长16%。

小米集团总裁王翔在财报电话会议上表示,“2022年第一季度(小米)依然稳坐全球智能手机出货量第三名,并在全球各个市场表现良好。在全球49个市场智能手机出货量排名前三,68个市场排名前五,全球规模和战略纵深能让我们受益于境外市场增长的同时,也有效抵御单一市场波动风险。”

不过,在推进全球化战略的同时,小米手机今年一季度出货量出现了下滑,但这也可以认为是全球手机市场现状的一个缩影。根据Canalys的最新数据,2022年第一季度全球和中国手机市场的出货量分别下滑11%、18%。细分地区来看,除北美市场外,全球其他地区的出货量都出现下滑。具体到厂商方面,全球Top5手机厂商中,除苹果外,其他4家的出货量都出现下滑。

第一手机界研究院院长孙燕飚在接受《中国经营报》记者采访时表示,“国内外手机市场的低迷,原因有所不同。国外市场主要是受通货膨胀、地缘环境变化等因素的影响,消费需求陷入低迷。此外,4G芯片缺货,也造成了比较大的供应缺口。国内市场主要是受新冠肺炎疫情的影响,一些城市采取防控措施,影响了物流和线下商业,而线下销量约占中国手机销量的70%左右。”

DCCI互联网研究院院长刘兴亮在接受记者采访时表示,全球手机销量都在下滑,手机市场下行是一个整体上的大趋势,谁家都不能幸免。除了芯片短缺这些原材料供应方面的影响,一季度我国新冠肺炎疫情也比较严重,而且通常一季度也是手机销售的一个淡季,所以各方面原因导致销量下滑,也不足为奇。

孙燕飚说,虽然手机销量下滑,但小米仍是全球第三大手机厂商,而且市场份额的波动不大。同时,小米手机的ASP(Average Selling Price,平均售价)同比提高了14.1%。短期来看,平均售价提高,一定程度上弥补了销量下滑对收入的影响。长期来看,平均售价的提高,反映出小米的高端化战略取得了成果,这对于提升小米的品牌形象、盈利能力都会有所帮助。

上述人士认为,整体而言,下半年小米面临的外部环境将会有所好转。国内方面,目前新冠肺炎疫情防控形势已经有所好转,物流和线下商业正在恢复正常。同时国家也出台了一系列旨在促进消费的政策。相信这都会有助于提振手机市场的需求。

“国外方面,零部件短缺的问题在下半年将会缓解,大众消费市场的‘缺口’有望填补。小米在海外市场,特别是高端市场的拓展也取得了不错的进展,通过互联网业务进行商业变现的效率有望提高。一季度小米互联网业务收入中,来自境外的部分同比增长超过70%,这已经传递出比较好的信号。”孙燕飚说。

同时,小米在新品方面也加快了动作。Redmi Note 11T Pro、Redmi Note 11T Pro+等新品在“6·18”大促之前上市,和徕卡联合研发的首款旗舰机也将在7月发布。这对带动小米全线产品的销量也有可能起到积极作用。

与徕卡合作推进高端化战略?

一位不愿具名的小米内部人士在接受记者采访时表示,“高端化战略方面,公司会继续加大研发投入,雷总也说了未来5年研发投入1000亿元,另外通过和徕卡这样的全球顶级品牌合作,也旨在提升高端市场的份额。”

上述人士称,“徕卡已经有一支工程师团队在北京和我们一起工作了,我们真的是在联合研发产品,不是‘联名’这么简单。应该说是把小米和徕卡最好的东西结合在一起,把徕卡的影像能力集成到我们的产品上,来提升用户的摄影体验。”

刘兴亮认为,徕卡放弃与华为的合作,主要因为华为(手机销量)下滑明显,受美国的制裁,华为手机已经处于比较艰难的状态。而现在手机公司跟传统相机公司进行合作,也是一个标配。对于小米来说,它也需要一家传统相机公司来跟其合作,正好徕卡也在寻找新的伙伴,双方一拍即合。

孙燕飚说,小米和徕卡的合作是“相互成就”。两个品牌在各自领域内都是全球化的知名厂商,而且在移动影像方面的目标是趋于一致的。同时,小米在影像技术方面有不错的积累,在全球众多国家和地区的市场份额都处于领先地位,在49个国家和地区的市场份额都进入前三。这意味着,双方的合作有高的起点。

此外,孙燕飚亦认为,所有国际公司都是基于利益,“华为手机现在销量下滑较多,徕卡肯定会选择更合适的合作伙伴。三星、苹果等不希望借助徕卡,但是小米有这个需求。过去华为跟徕卡合作,在中国市场有很好的表现,小米跟徕卡合作,对其拓展中国市场也会有更多帮助。”

刘兴亮称,“当年徕卡跟华为合作,对华为的照相效果提升很大,一举奠定了华为手机在拍照界的地位。因为徕卡是一个高端品牌,跟华为合作,对它的高端定位有很大帮助。现在小米也在冲击高端,过去它的定位是性价比,现在它也在不断地冲击高端市场,与徕卡的合作对它站稳高端市场肯定有帮助,而且对于提升小米开拓高端市场的信心也会有很大帮助。”

小米科技创始人、董事长雷军在微博中表示,“经过长期深度联合研发的反复打磨,我们跟徕卡的首款合作产品,今年7月终于要和大家见面了。目前,这款作品的影像表现,已经超出了双方工程师们的预期。最近,我委托我们小米西欧区总经理欧文,带领我们总部和驻欧洲的影像专家团队到访徕卡德国总部Leitz-Park。为了达成更完美的表现,在德国和中国北京两地的工程师们特别举办了‘最终联合调校启动会’,接下来的1个多月,联合研制团队将全力以赴、精益求精,进行最终的精细微调。”

刘兴亮认为,现在低端手机利润越来越薄,小米未来能不能有更好的未来,就取决于它能否在高端市场站稳脚跟。

逾10家银行出手稳股价 板块投资价值凸显

本报记者 杨井鑫 北京报道

由于A股市场今年表现低迷，素有“压舱石”之称的银行股也难逃跌势，这也让多家上市银行触发了稳定股价措施的条件。同时，在股价超跌之后，10多家银行年内通过增持稳定市场信心。

近日，瑞丰银行、齐鲁银行两家银行均发布公告称，公司股票已连续20个交易日的收盘价格低于每股净资产，达到了触发稳定股价措施启动条件，并表示随后将推出稳定股价的具体方案。

据《中国经营报》记者了解，在沪指今年震荡下行的过程中，24家银行股的股价持续走低，其中12家银行股跌幅超过大盘跌幅。

截至5月31日，A股市场共有352只股出现破净，而银行股破净的数量达到了37只，居板块第二位，其破净股占比达到88.1%。

然而，股价的下跌也让其投资价值凸显，机构对于银行股的关注升温，调研热情渐涨。

增持银行股

今年以来，已有浙商银行、重庆银行、厦门银行等银行触发了稳定股价措施启动条件，数量高于去年同期。

由于触发稳定股价措施启动条件，瑞丰银行和齐鲁银行均表示将推出稳定股价的具体方案。

根据瑞丰银行公告，自4月26日起至5月9日，公司股票连续7个交易日的收盘价格低于2021年度经审计的每股净资产8.99元/股；5月10日至5月26日，公司股票又连续13个交易日的收盘价格低于2021年度经审计并经除权除息调整后的每股净资产8.81元/股。

齐鲁银行最近一期经审计的每股净资产为5.86元，自4月26日起至5月26日，公司股票已连续20个交易日的收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产。

根据稳定股价预案，银行及相关主体可采取一项或多项举措稳定股价，包括向社会公众股东回购部分股票，控股股东及董事（独立董事除外）、高级管理人员增持股票，通过实施利润分配或资本公积金转增股本的方式稳定股价；削减开支、限制高级管理人员薪酬、暂停股权激励计划等。

据记者统计，今年以来，已有浙商银行、重庆银行、厦门银行等银行触发了稳定股价措施启动条件，数量高于去年同期。同时，招商银行、南京银行、上海银行、兴业银行、紫金银行、渝农商行、郑州银行等银行均有银行高管或股东出手增持自家股票。

除了瑞丰银行和齐鲁银行，仅5月份出手稳定股价的银行就不少。5月26日，招商银行新行长王良在上任仅一周时间就斥资77万元买入了该行股票2万股，在市场上引发了颇高的关注。

5月31日，上海银行董事会秘书李晓红在业绩说明会上称，“近期，银行高级管理人员以自有资金从二级市场买入公司A股股票，对公司未来发展保有信心。”

此前，上海银行于5月6日发布公告称，其行长朱健等6位公司高管于5月5日以自有资金从二级市场买入公司股票数量为56.5万股。

5月7日，重庆银行发布了其关于稳定股价措施实施进展的公告。公告显示，拟采取由其现任董事、高级管理人员、第一大股东增持股份，增持金额合计不低于2662.24万元。截至5月6日，上述增持主体以自有资金通过上交所交易系统以集中竞价交易方式累计增持该行股份315.92万股，累计增持金额2620.92万元，达到本次计划增持金额的98.44%。

5月19日，南京银行也发布了关于5%以上股东增持超过1%的提示性公告。

记者梳理发现，从时间上看，今年最早增持银行股的当属浙商银行。该行发布公告称，行长张荣森于2022年1月4日增持公司股份28.41万股，价格3.52元/股，增持金额100万元。

银行股超跌？

2020年以来，银行的整体估值水平偏低，近半年达到了过去10年的历史低位。

在银行高管拿出真金白银增持自家股票的背后，是部分银行股在今年前5个月的持续走低。记者统计发现，截至5月31日，24家银行的股价在年内有所下跌，其中12家银行的股价跌幅超过大盘跌幅。

截至5月31日，沪指由3639.78点下跌至3186.43点，跌幅为12.46%。瑞丰银行和青岛银行两家银行的股价跌幅分别为26.45%和24.73%，均超过了20%；招商银行、平安银行、郑州银行、青农商行、厦门银行、宁波银行、张家港银行、西安银行、苏州银行、重庆银行、紫金银行和上海银行的股价跌幅均超过10%。

相比之下，国有大行的股价比较稳定。工商银行、建设银行、农业银行、中国银行、交通银行和邮储银行年内的股价分别涨幅为0.65%、2.05%、3.06%、4.59%、6.74%和2.74%。

此外，成都银行和南京银行两家银行的股价涨幅分别为28.49%和20.94%，而常熟银行和江苏银行两家银行的股价涨幅也分别达到了10.49%和10.31%。

“2020年以来，银行的整体估值水平偏低，近半年达到了过去10年的历史低位，主要是因为短期情绪的影响。”一家券商银行分析师称，银行股的走势背离了行业的基本面，可能目前与资金的相关度更大。

该分析师表示，大部分银行在一季度的利润和资产质量表现都很不错，利润增速维持两位数，不良率回落和拨备覆盖率持续高位，都说明行业面向好。同时，市场维持低利率水平、地产融资情况改善，以及银行加大信贷投放，都将有利于银行资产质量提升。“从长期走势来看，这个局面是会打破的。”

事实上，尽管银行股的股价表现低迷，但是市场对于银行股的关注度却在不断提高，资金的流入也表明了有机构在提前布局。

据了解，5月以来，A股42家上市银行中，共计1033家机构对11家银行进行了35次调研，而2021年同期则仅有138家机构对银行调研了23次。无论是从数量上还是次数上，机构对银行的关注度提升是显而易见的。其中，宁波银行、江阴银行、苏州银行三家银行调研机构数量甚至超过了百家。

上述银行分析师认为，相比国有大行和一些股份制银行，机构对于地方城商行和农商行的关注更高。在银行数字化和零售转型中，中小银行的突破可能性更大，尤其是一些经济发达地区的银行，能让机构给予更高估值。

目前资金已经在流向上也表现出了对银行股的青睐。公开数据显示，今年5月份，Wind最新数据显示，截至5月30日的一个月之内，北向资金通过陆股通净买入银行板块超过56亿元。

从个股情况看，银行板块获得北向资金增持的个股包括农业银行、招商银行、兴业银行等20家银行。其中，农业银行、招商银行、兴业银行、工商银行、江苏银行5家银行被北向资金增持超过5000万股。

“银行板块的估值低，盈利和资产质量前景乐观。在经济回暖的过程中，银行板块的估值修复将有利于股价的表现。”该分析师认为，在行情震荡的过程中，有信号表明部分机构在调仓时增加银行股的配置。

部分上市银行今年以来股价表现

证券简称	开盘价(元)	收盘价(元)	涨跌幅(%)
瑞丰银行	11.23	8.26	-26.45%
招商银行	48.54	39.69	-18.23%
平安银行	16.86	14.16	-16.01%
上海银行	7.14	6.41	-10.22%
齐鲁银行	5.57	5.02	-9.87%
浙商银行	3.50	3.25	-7.14%
中国银行	3.05	3.19	4.59%
杭州银行	12.89	13.62	5.66%
交通银行	4.60	4.91	6.74%
江阴银行	3.83	4.15	8.36%
江苏银行	5.82	6.42	10.31%
常熟银行	6.58	7.27	10.49%
南京银行	8.93	10.80	20.94%
成都银行	11.90	15.29	28.49%

数据来源：Wind。截至日期：2022年5月31日

监管支持纾困实体 银行发债“补血”进行时

本报记者 王柯瑾 北京报道

为进一步充实资本金，更好地支持实体经济发展，商业银行加大“补血”力度。

5月30日，邮储银行发布公告表示，该行拟在取得相关监管机构批准的前提下发行不超过人民币900亿元永续债。5月27日，建设银行公告表示，获准在全国银行间债券市场公开发行不超过1200亿元二级资本债券。

此外，随着国内新冠肺炎疫情得到有效控制，上海等大城市逐步复工复产以及国家稳住经济和助企纾困政策的频繁落地，银行加大补充资本力度支持经济发展迫在眉睫。

国有大行密集入场

5月30日，邮储银行公告表示于5月30日召开的董事会审议并通过了《关于中国邮政储蓄银行发行减记型无固定期限资本债券的议案》，同意在取得相关监管机构批准的前提下发行不超过人民币900亿元（含900亿元）或等值外币的减记型无固定期限资本债券，募集资金用途用于补充邮储银行其他一级资本。

5月27日，建设银行公告称，近日已收到《中国银保监会关于建设银行发行二级资本债券的批复》，获准在全国银行间债券市场公开发行不超过1200亿元二级资本债券。

今年以来，发行永续债和二级资本债补充资本的银行较多。记者梳理统计，截至目前已有包括工商银行、中国银行、兴业银行、恒丰银行、温州银行、重庆银行等在内的多家银行宣布获批或完成永续债或二级资本债的发行。

对于近期多家银行密集发行永续债和二级资本债，光大银行金融市场部宏观研究员周茂华告诉《中国经营报》记者：“永续债对于银行来说可以补充其他一级资本，发行门槛相对低，而对投资人来说，永续债的收益率相对高，且属于信用风险低的优质资产。二级资本债也是银行常用的补充二级资本的工具，二级资本债发行审批流程相对简便，对银行是否上市没有硬性规定；同时，二级资本债的发行利率相对于普通金融债券收益率高，也在一定程度上受到投资者青睐。”

“目前银行频繁发行永续债、二级资本债，主要由于部分银行补充资本压力仍较大，通过多元化资本补充工具补充资本，优化资本结构，提升抗风险能力；央行维持流动性合理充裕，也有效降低了部分行业银行融资成本；同时，监管部门鼓励银行多渠道补充资本，提升银行金融机构支持实体经济能力。”周茂华表示。

在本次邮储银行和建设银行发布永续债、二级资本债发行相关公告前，今年以来，工商银行发行了900亿元二级资本债，农业银行完成了500亿元永续债发行，中国银行陆续发行了共500亿元永续债。

东方金诚首席金融分析师徐承远表示，大型银行在支持小微企业复工复产中起着关键作用，信贷业务发展对资本形成较大的消耗，进而补充资本需求增加。此外，在监管政策的鼓励下，银行发行资本补充工具动力增强，使其资本充足率进一步提升，进而有利于银行提升支持实体经济能力。

政策支持力度凸显

以永续债为例，Wind数据显示，截至5月31日，今年以来已经有11家银行发行永续债，总规模达1470亿元。尽管国有大型银行永续债发行规模占绝大比重，但从发行机构数量上看中小银行数量居多。截至5月31日，今年11家发行永续债的银行业金融机构，其中有8家是中小银行。

为提高银行永续债的市场流动性，支持银行发行永续债补充资本，增强金融服务实体经济的能力，央行于5月30日开展了央行票据互换（CBS）操作，操作量50亿元，期限3个月，费率0.10%。本次操作面向公开市场业务一级交易商公开招标，中标机构包括国有大型银行、股份制银行、城商行、农商行、证券公司等各类金融机构。换入债券既有国有大型银行和股份制银行发行的永续债，也有城商行发行的永续债，体现了对中小银行发行永续债补充资本的支持。

5月26日，央行印发的《关于推动建立金融服务小微企业敢贷愿贷能贷会贷长效机制的通知》提到，继续支持中小银行发行永续债、二级资本债，配合有关部门指导地方政府用好新增专项债额度合理补充中小银行资本，鼓励资质相对较好的银行通过权益市场融资，加大外源资本补充力度。

周茂华表示：“从目前各类型银行资本水平看，整体处于合理区间，但部分中小银行补充资本仍有一定压力，同时，监管部门支持商业银行多渠道补充资本，夯实稳健经营基础，预计后续银行补充资本仍活跃，且工具更加多元化。”

当前，银行资本工具主要包含其他一级资本工具和二级资本工具，其他一级资本工具主要为永续债、优先股，二级资本工具主要为二级资本债。

招商证券银行业首席分析师廖志明分析道，银行资本工具投资者主要包括银行自营资金、资管产品（特别是银行理财产品及公募基金、专户产品等）、保险资金、券商自营资金、境外机构以及其他（如央企财务公司、中国烟草公司等）。

从流动性方面看，廖志明分析，国股行永续债及二级资本债成交活跃，流动性较好。从月度成交量来看，二级资本债及银行永续债皆稳定在3000亿元上方，较前几年流动性已大为改善，成交活跃。特别是国有大型及优质股份行由于实质信用风险极低，几无违约担忧，成为市场化资金的重要配置对象。

从中小银行资本工具发行难度看，廖志明认为，中小银行资本工具发行主要靠银行理财“互持”及银行自营资金“互持”。未来没有理财子公司的中小行将退出理财业务，这将使得中小行资本工具理财“互持”变得艰难。理财公司理财产品由于普遍市值法估值，难以容忍投资债券踩雷，风险偏好将降低，投资资质差的银行资本工具意愿较低。这将使得资质较差的中小行发行资本工具难度上升。

上接 B2

以房地产为例，黄海坦言，当时（2021年四季度时）非常看好房地产板块的机会，主要基于以下方面原因：

其一，房地产调控政策放松的概率增大。从稳地价、稳房价、稳预期的角度出发，地产政策适度宽松的概率大幅增加。房地产板块一直受政策影响较大，如果政策环境逐渐由紧转松，地产股估值将会有明显修复。

其二，开发商拿地利润率过低的问题在修复。2021年四季度以来，房企拿地的利润率情况明显改善。

其三，从中长期角度，地产行业龙头企业财务风险低，未来具备稳健增长的特点，股息率高，市场占有率加速提升，值得长线资金的关注。

2022年黄海旗下基金重仓的煤炭板块同样强势上涨。分析这一轮煤炭行情，黄海表示，2021年以来，以国家发改委为主导，持续出台保供、限价政策，目前来看，限价政策确实收获了明显效果，主要体现在几个方面：一是国内动力煤现货价格与海外是明显倒挂的；二是电厂采购的长协煤价格又要远比现货价格低，已经很好控制了国内通胀。

另外，国内煤炭的供需格局一直是偏紧的。从供给端分析，在黄海看来，2016年供给侧改革以来，A股大型煤企基本没有新建矿的资本开支。去年以来，通过保供措施，各大煤企已经把产能潜力充分释放出来，今年产量再进一步增加的空间有限。从需求端看，黄海分析，国内经济依然在稳增长，高端制造业在发展，新能源汽车渗透率在提升，这都会导致煤电需求进一步增长。而新建煤矿的建设周期一般需要5年，因此煤炭供需偏紧的格局可能还会持续较长时间，煤炭价格维持高位、煤企高盈利、高现金流、高分红的持续时间也将大大拉长，从这个角度上说，煤炭板块投资价值凸显。

新能源板块进入布局期

目前以沪深300、中证500为代表的主流市场指数估值已经处于过去5年20%以下的分位区间，大部分行业板块的估值分位数已经低于50%。

“考虑到中国经济中长期稳中向好，在这个位置，从长期角度配置A股的胜率和赔率都是比较好的。”黄海表示。

除了政策底，黄海认为业绩底也同样重要。虽然股价反映的是投资者对企业未来盈利的预期，但只有在政策得到有效落实的情形下，投资者才能进一步看清企业盈利的拐点，才可以给资产按未来现金流重新定价，市场的拐点才会到来。

在目前的时点，黄海认为，国内经济方面的风险已经部分释放，叠加估值已经处于相对低位，因此，对A股后市需要耐心观察，稳步转向乐观。

反观之前的强势板块，比如新能源、半导体等赛道今年表现稍显弱势。

对此，黄海判断，未来新能源板块仍然具备较好的投资价值。一方面，年初至今板块调整较多，估值已经回落到合理的位置；另一方面，新能源行业的基本面趋势较好。首先，国内外对于新能源发电的投资热情仍然较高，尤其是在海外局势动荡的大背景下，以欧洲为代表的全球主要地区电力价格都迎来显著上涨，这进一步推升了海外新能源投资方的投资热情。

其次，伴随硅料产能的逐步释放，预计光伏成本将逐步下降，这又将进一步刺激明后年的装机需求。明年如果大宗商品价格趋于理性，则风电的成本端也将引来显著改善。所以，黄海认为新能源板块未来将逐步进入较好的布局期。

半导体行业经过过去3年（2019-2021年）的小牛市，在2022年，该板块业绩、估值普遍到了比较高的水位。2022年以来，伴随外部疫情环境影响需求，乌克兰局势导致通胀等原因，半导体大行业景气度向下，部分公司业绩还受到2022年疫情的影响，估值大幅下杀。

黄海分析，半导体板块公司的估值已经普遍下跌到历史较低水平，有些甚至是历史最低估值。与此同时，国内半导体行业国产替代的长期成长逻辑没有变化，有少数龙头公司的产品已经不断高端化，并开始走向全球化。他判断，在目前的估值水平下，如果半导体公司的盈利能够企稳，那么其投资价值将开始显现。

经营成就价值

WWW.CB.COM.CN 2022/6/6

新浪微博 weibo.com

本报官方微博 本报官方微信

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

总2458期/每周一出版/本期32版

新闻热线:(010)88890030

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

社长、总编辑/季为民

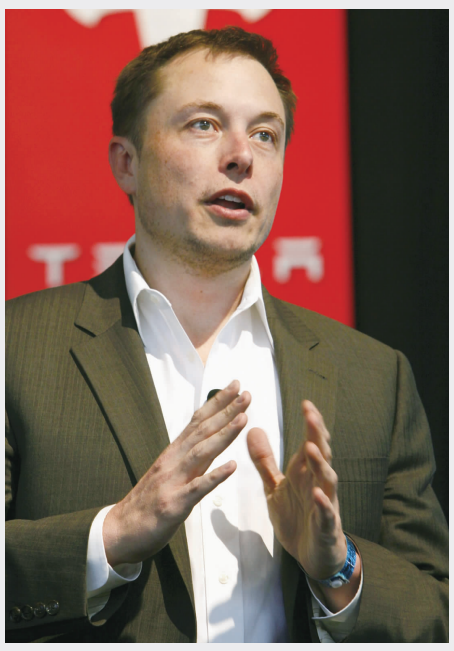
零售价/ RMB5.00

多部委联手补贴企业 稳定大学生就业率

A2

上海复工复产攻坚:让汽车产业链“转起来”

A4



马斯克收购推特的“公司技术”

商业案例 C4

资本和影响力的结合会带来怎样的结果?关注全球首富伊隆·马斯克对推特(Twitter Inc.)的收购,或许能回答这一问题。

就在一个多月前,身价高达2680亿美元的马斯克对拥有2.17亿用户的社交媒体平台——推特,展开了强势收购。4月25日,推特董事会宣布接受马斯克提出的440亿美元的全资收购要约,一旦股东投票表决通过,马斯克将获得推特的完全控制权。

公开信息显示:交易完成后,推特将退市成为一家私人控股公司,这或将成为20年来最大的一笔公司私有化交易。

事实上,在这一案例中,交易双方几乎都使出了浑身解数,这也正是这一案例值得关注的视角。推特方面,虽然推出了一系列的反收购策略,比如“毒丸计划”、邀请对手(马斯克)参加董事会、原第一大股东VanGuard的股份增持等,但最终,因为推特在股权结构上没有超级投票权的安排,无力抗拒恶意收购,董事会不得不让步,对该项收购案做出一致通过。

本期商业案例将从这一世纪收购大战的“收购策略”着手,解析资本市场大型收购背后的技术路径和操盘特点,为更多市场的参与者和投资者提供借鉴经验。

社评

推动“双碳”目标达成 政府机关也需变得更“绿”

财政部日前正式印发《财政支持做好碳达峰碳中和工作的意见》(以下简称《意见》)。在财政政策措施方面,《意见》明确,要完善政府绿色采购政策。加大新能源、清洁能源公务用车和用船政府采购力度,机要通信等公务用车除特殊地理环境等因素外原则上采购新能源汽车,优先采购提供新能源汽车的租赁服务,公务用船优先采购新能源、清洁能源船舶。强化采购人主体责任,在政府采购文件中明确绿色低碳要求,加大绿色低碳产品采购力度。

政府绿色采购是指政府在提高采购质量和效率的同时,从社会公共的环境利益出发,采取优先采购绿色环保产品、禁止采购高耗能污染产品等一系列政策措施,驱使企业的生产、投资和销售活动朝着有利于环境保护目标的发展路径转型。由于政府采购占GDP的比重不低,世界各国纷纷强化政府绿色采购,成为引导可持续消费的重要手段。我国政府近年来也不断加大绿色采购比例。有关数据显示,近十年来,我国政府采购环境标志产品规模已达1.3万亿元,其中,2020年政府采购的环境标志产品达到813.5亿元。

也因此,政府绿色采购取得了非常好的社会效益和环境效益,根据对部分产品2016~2020年环境标志产品政府采购数据的统计分析,在大气污染减排方面,近5年政府采购环境标志办公家具共减排14.9万吨挥发性有机物(VOCs),相当于石化行业VOCs年排放量的5%,同时,减排2191.48吨甲醛;采购的办公用台式计算机和便携式计算机共减排2517.6吨二氧化硫、2517.6吨氮氧化物。在温室气体的控制方面,5年来采购的环境标志台式计算机和便携式计算机产生的二氧化碳减排量为171.9万吨,相当于19.1万公顷森林的年碳汇量。

随着《意见》出台,未来政府公务用车、用船优先采购新能源、清洁能源车船,必将进一步提升政府机关日常资源消耗的节能性,并且对社会起到示范作用,这也为新能源车船产业提供了新的市场机遇。由于公务用车、用船对技术、安全等标准要求较高,能够倒逼相关供应企业持续进行技术、产品和服务升级,这势必将造福于更多的消费群体,有助于做大新能源车船市场规模。

显然,政府绿色采购将在“双碳”目标达成的过程中发挥越来越重要的作用。如果放置到一个更加宏观的视野来审视,除了政府采购,国有企业采购、学校医院等公共机构采购也应纳入其中。《中国公共采购发展报告(2021)》显示,2021年我国公共采购总额超过45万亿元。由于公共采购资金大量来自于公共财政,相关部门可指导各级公共机构在采购过程中对节能、节水、节材等有利于环境保护的原材料、产品和服务优先采购和使用,从而加速公共采购体系的全面低碳化。

“双碳”目标由政府首倡,政府及其他公共机构应成为各类节能举措的最坚决执行者,以表率行动呼应政策落地。基于绿色采购涉及资金量大、牵涉面多等特点,还需从几个方面发力,让政府绿色采购更加规范有序,保障公共利益与环保利益的统一。

首先,制定更加细化的绿色采购产品标准及技术指标,不断完善绿色产品采购清单,这有助于政府及其他公共机构持续加大包括新能源车船在内的绿色产品采购力度。

其次,加强绿色采购的全流程监督管理。针对绿色采购的招投标、评估,制定相应的管理举措,以政府专门监督机构为主导、相关领域的专家和学者为专业技术顾问、民间团体组织及社会公众共同参与,形成联合监督机制。

最后,信息公开也能更好地保障政府绿色采购的成效,通过定期更新绿色产品信息,公布采购预算、采购合同详情、资金流向以及后期验收等执行情况,建立通畅的情况反映及举报通道,强化采购的公平公正性。

政府绿色采购发挥更多示范作用,将促进绿色产品的生产和消费,也能助力绿色低碳生产和消费观念在更大范围的普及,推动节能环保的公共道德从政府领域到企业领域再到私人领域,形成一条完整的责任链条。2021年,绿色电力交易试点正式启动,共17个省份259家市场主体参与,其中既包括中铝等传统能源企业,还包括腾讯等新兴互联网企业。随着政府绿色采购、企业绿色交易、民众绿色消费范围的扩大,将为我国如期达成“双碳”目标提供不断凝聚的政企民多方合力。

经济大势 A1~A8

全国地铁2021年招标近5000辆 七大主机厂平分市场 ····· A3

元宇宙游戏:野蛮生长背后仍需完善监管 ····· A8

营商环境 B1~B16

互联互通机制扩容 A、H股迎长期增量资金 ····· B2

结构性存款再受上市公司热捧 认购金额超去年3倍 ····· B4

权益类信托净值回撤:4057只产品破“1” ····· B7

山东菏泽“淘宝”启示录 ····· B9

多举措促消费 深圳打出政策“组合拳” ····· B13

骑行热致“一车难求” 千亿市场持续升温 ····· B14

智在公司 C1~C8

拟溢价拿下VMware 博通欲“软硬通吃”? ····· C2

京东物流版图再进一步 ····· C3

促汽车消费“放大招”:部分车辆购置税减半 或将惠及800万辆车 ····· C5

国产芯片崛起 车企多维度拓展芯片供应链 ····· C6

“掘金”医疗新基建 ····· C8

本期热词

稳外资见效

《2022年第一季度中国外资营商环境调研报告》指出,与2021年四季度相比,71%的受访外资企业维持了业务规模,16.4%的企业扩大了业务规模,72.1%的企业在华增资幅度大于5%。值得注意的是,42.6%的外资企业仍将长三角作为计划投资的主要区域。

400余家受调研外企超七成在华增资超5% 稳外资政策已见成效 A2

围堵隐性债

从中央到地方,防范新增地方隐性债务政策措施不断发布,多起地方政府隐性债务问责典型案例公布。与此同时,在面临经济下行、“稳投资”“稳增长”等要求之下,严控隐性债务政策亦面临较大考验。对此,监管在“堵偏门”的同时进一步“开正门”,保障基础设施建设。

围堵地方隐性债务 B1

储蓄险热销

银行3年期定期存款利率在3%左右。中国债券信息网数据显示,截至5月30日,10年国债活跃券收益率收于2.7675%。多家银行下调定期存款利率之下,人们开始在低利率变局中寻找可以锁定未来收益的产品,拥有稳健收益的理财型保险产品成为人们的心头好,增额终身寿险等储蓄类保险因此成为热销产品。

利率走低催热储蓄险 B8

芯片“砍单劫”

2022年第一季度,全球智能手机出货量3.112亿台,同比下降11%。同时,占据国内手机销量前三的小米、OPPO、vivo出货量同比都出现了20%以上的下滑。另一份由中国信通院发布的报告则给出了更为精确的统计,今年一季度,国内市场手机总体出货量累计6934.6万部,同比下滑了29.2%。

国产手机出货量下降 芯片业遭遇“砍单劫” C1

中国经营者俱乐部 本报官方订阅微店

6 942626 144086

广告许可证:京海工商广字第0224号

本报常年法律顾问所:北京德和衡律师事务所

国内统一连续出版物号/CN 11-0151 邮发代号/1-76 社址:北京市海淀区玉泉山路23号院北区7号楼 邮编:100097 总机电话:(010)88890000 内地发行/征订电话:(010)88890120 广告热线:(010)88890020 监督电话:(010)88890050 海外发行总代理:中国国际图书贸易总公司 海外发行代号:1613D

促汽车消费“放大招”：部分车辆购置税减半 或将惠及800万辆车

本报记者 陈燕南 童海华 北京报道

“购置税新政力度空前，刚一出台就有不少顾客前来咨询，此前不少持观望态度的顾客也表示近期会到店看车。为了吸引顾客，我们也加大了优惠力度。”一名北京的4S店销售人员告诉《中国经营报》记者。

5月31日，财政部、税务总局发布《关于减征部分乘用车车辆购置税的公告》（以下简称《公告》）。根据《公告》，为促进汽车消费，支持汽车产业发展，对购置日期在2022年6月1日至12月31日期间内且单车价格（不含增值税）不超过30万元的2.0升及以下排量乘用车，减半征收车辆购置税。此次《公告》，是日前国务院常务会议提出“阶段性减征部分乘用车购置税600亿元”的后续执行细则。

《公告》一出，记者第一时间采访了多位专家。中国流通协会副秘书长郎学红向记者表示，政策惠及面从过去的1.6升提升到2.0升，政策普惠，力度超预期。如果全年乘用车要实现增长10%，按照目前政策的力度，将可能会有超过600亿元的减税额度。

职业投资人程宇则对记者表示，减税和延期还本付息等手段降低了车辆的购买和使用成本，缓解了购车人群的成本压力。这次新政或对于收入稳定的群体较有吸引力，对持币待购的用户能起到立竿见影的刺激购买作用。

记者注意到，截至6月1日，有20余家企业发布加码补贴政策。有不少车企发布了全免购置税的全新优惠政策，甚至有车企至高可享125%购置税补贴。除此之外，0利率、0首付、0养车等相关的福利也层出不穷。“疫情之下，行业压力较大。当前，我们不少车型本身就能优惠两至三万元，再加上现在保险时间的延长、置换补贴的提高等厂商新政的落地，现在的优惠力度相较去年真的非常大。例如大众速腾这款汽车，优惠价格就达38000元，如果免去购置税或可节省4万～5万元。”北京的一名4S店销售人员告诉记者。

600亿元购置税减免或可覆盖800万辆车

如果单车价格粗略取15万元进行计算，600亿元购置税减免可以覆盖800万辆车。

近日，国务院常务会议召开，进一步部署稳经济一揽子措施，努力推动经济回归正常轨道，确保运行在合理区间。

会议指出，当前经济下行压力持续加大，许多市场主体十分困难，所以此次会议决定，实施六方面33项措施。其中涉及放宽汽车限购，阶段性减征部分乘用车购置税600亿元。汽车央企发放的900亿元货车贷款，要银企联动延期半年还本付息。

事实上，我国历史上曾两次使用下调汽车购置税的优惠政策刺激汽车消费。2008年全球金融危机之后，政府宣布从2009年1月20日至12月31日，1.6升及以下排量乘用车按5%征收车辆购置税，2010年税率上调至7.5%。2015年，政府宣布新一轮购置税优惠政策，1.6升及以下乘用车购置税在2015年10月1日至2016年12月31日期间下调至5%，2017年上调至7.5%。

郎学红表示，此前的刺激政策效果远超预期，2009年汽车销量达到1360万辆，同比增长46%，乘用车销量1033万辆，同比增长53%。2016年，汽车产销分别为2811.9万辆和2802.8万辆，产销同比增速重回两位数，实现较快增长，分别达到14.5%和13.7%，增幅分别比上年提升11.2%和9.0%。其中乘用车产销分别为2442.1万辆和2437.7万辆，同比分别增长15.5%和14.9%，增幅分别比上年提升9.7%和7.6%。

另有分析认为，当前汽车购置税为10%，减半征收即购置税降低为5%。以一辆单价30万元（不含增值税）的车为例，购置税由3万元降低为1.5万元，节省1.5万元。即使是单价10万元（不含增值税）的车，购置税也可节省5000元。如果单车价格粗略取15万元进行计算，600亿元购置税减免可以覆盖800万辆车。

预计2022年汽车零售销量增加200万辆

专家认为：“通过购置税优惠等诸多新政策的实施，预计全年国内汽车零售销量增加200万辆左右。”

目前，汽车行业正在面临着巨大的压力。中汽协副秘书长陈士华指出，疫情影响下汽车供应链被中断，导致4月损失了100万辆左右的产销量，整个汽车产业链在二季度承压严重。

全联并购公会信用管理委员会专家安光勇在接受记者采访时表示，汽车行业的萧条，并非仅仅是供应侧问题，而是供需双方都存在严重的问题。汽车行业的“缺芯”现象、电池原材料供应冲击等的确成为影响汽车生产的重要原因之一，但同时需求方也受经济萧条的影响，不少消费者收入大幅减少甚至失业，所以即便疫情得到控制，国内的消费也可能不会马上反弹。

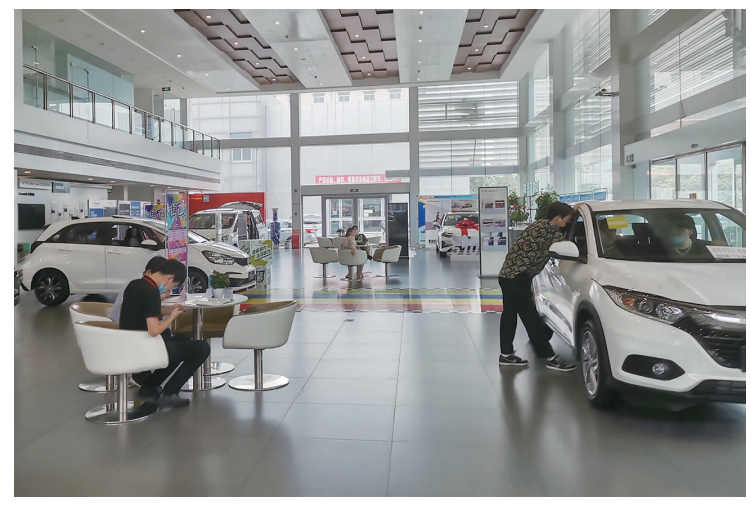
同时，也有业内人士认为，购买力下降，大宗消费行为减少了很多，所以很难说本次购置税减免政策能达到前些年那样火爆销售的情景。

然而对于此次新政策的出台，乘联会秘书长崔东树表达了乐观情绪：“受疫情影响加剧，5月中旬乘联会原本预计，2022年全年汽车零售销量是1900万辆，同比下降5%。不过通过购置税优惠等诸多新政策的实施，预计全年国内汽车零售销量达到2100万辆的规模，增量达到200万辆左右。”

他还表示：“此新政有望全面拉动自主品牌车型以及合资主流车型，部分入门级豪车市场的需求爆发潜力巨大。对混合动力车型及自主品牌长城、吉利、长安、红旗等都有很好的拉动作用。”

中国汽车流通协会专家委员会成员李颜伟则对记者表示，2.0升、零售价格不超过30万元（不含增值税），增值税13%，即车价33.9万元（含增值税）可以享受购置税减半，这个价格也覆盖了豪华车市场，利好豪华车的销量。另外，为了能享有购置税减半的政策，接下来车企或将调整配置，推出卡线的相关车型。整体看，下半年车市回暖比较乐观。

中信证券也持有相同看法，其分析研报指出，购置税减征是拉动汽车销量最有效的政策之一，政策力度超出市场预期，短期有望拉动100万～200万辆乘用车新增需求。



“购置税新政力度空前，刚一出台就有不少顾客前来咨询，此前不少持观望态度的顾客也表示近期会到店看车。”有北京的4S店销售人员对记者表示。 本报资料室/图

打出刺激汽车消费“组合拳”

各地正在纷纷响应中央的号召。据不完全统计，今年以来，已有约20地提出汽车消费补贴措施。

有分析认为，除了减征购置税，下半年更需要多措并举，提振车市，让长期被抑制的汽车消费得到进一步释放，对于车市未来的健康发展来说才是真正的利好。

事实上，除购置税减半之外，5月31日，工信部还推出了新一轮2022年新能源汽车下乡活动，将在山西、甘肃、江苏、浙江等10多个省的三四线城市举办若干场专场、巡展、企业活动。除此之外，参与此次下乡活动的车企也比去年有所增多，达到26家，参与车型达近百个。

同时，国务院还全面取消二手车限迁政策，在全国范围取消对符合国五排放标准小型非营运二手车的迁入限制，完善二手车市场主体登记注册、备案和车辆交易登记管理规定。

汽车是促消费中的关键发力点，对稳定经济大盘起着重要作用。在此情形之下，各地也在纷纷响应中央的号召。据不完全统计，今年以来，已有约20地提出补贴措施。例如江西、湖北、广东、浙江等地直接补贴现金，补贴金额2000～13000元不等。山东、河南、海南等地则以发放消费券为主，消费券金额在几千元不等。

记者注意到，各地的补贴政策更加倾向于新能源汽车。

其中，上海计划年内新增非营业性客车牌照额度4万个，同时，2022年12月31日前，个人消费者报废或转出名下在上海市注册登记且符合相关标准的小客车，并购买纯电动汽车的，给予每辆车1万元的财政补贴。5月22日山东省提出，6月30日前在山东省内购置新能源乘用车并上牌最高发放6000元消费券。深圳则对个人消费者购买新能源汽车给予每辆最高不超过1万元补贴。

汽车分析师林示则对记者表示，目前全国多省市能拿出这么多的资金来支持汽车消费属实不易，不过针对汽车消费的补贴仍然不足以抵消汽车涨价带来的负面影响，所以仅仅依靠补贴的方式来刺激消费，力度仍然有限。要想在短期内刺激汽车消费，还是建议全面放开限购政策。另有观点认为，想要持续促进汽车消费，尽快恢复汽车市场的持续发展，更为关键的是要提升消费者的稳定收入，提升大家的消费信心。

专注储能事业20载 “双碳”助力超威集团开启新里程

随着全球能源转型、我国能源电力体制改革、新能源汽车发展和我国新能源汽车推广目标的不断实现，储能产业随即迎来爆发式发展，超威集团凭借着自主研发能力、超前的战略眼光、长期的技术储备，在储能行业领先。

“我们这款新产品采用了自主开发的超耐腐铅合金和高强度活性物质，不仅大大提高了产品的能量输出能力，也让产品的充电接受能力和使用寿命有了大幅的提升。”近日，技术专家周洁清在超威集团研究院对“新一代电力用长寿命铅炭储能电池”进行测试。

超威集团创立于1998年，是国内最早布局动力电池和储能电池领域研发和生产的企业之一，成立以来，坚持“倡导绿色能源完美人类生活”的使命，规划了动力和储能两大战略路径，致力成为全球领先的新能源制造商、运营商、服务商，现已成长为全国最大的新能源生产企业之一。

科技创新突破瓶颈 产品落地生花

受全球气候变化、能源日渐枯竭等影响，可再生能源越来越受到世界各国的高度关注。高效、清洁、低碳已经成为世界新能源发展的主流方向。随着可再生能源的增加，储能产业获得了重要的发展契机。

在超威集团总部和很多子分公司厂区内，都有一座集装箱式储能电站。这些小小的电站可将“低谷电能”进行储存，到“尖峰时段”进行使用，为公司节省了电费，这成为超威集团20多年来在储能领域不懈发展的最好证明。

2002年，超威集团涉足新能源动力和储能产品研发，不久后即研发出其首个储能电池技术。时间来到2009年，超威集团解决了光伏储能电池使用寿命的难题，并实现批量化生产。超威集团研发生产的长寿命胶体储能电池在厦门得到广泛应用，对行业的转型升级具有积极示范效应。

在新能源技术研究院成立初，超威集团更进一步布局储能电池等产品的技术研发工作，研制出储能用铅酸胶体蓄电池，该产品的技术在同类产品中处于领先水平。

2012年，超威集团发力动力与储能用锂离子电池的研发，经过四年的努力，超威集团锂离子动力与储能电池研究院成为浙江省企业研究院，其实验室成为中国轻工业新能源动力与储能电源重点实验室。

2017年，超威集团与全球工业巨头美国通用电气加强在钠盐电池储能产品的研发、生产和销售方面的合作。

近年来，通过对长寿命铅碳储能电池、石墨烯等新材料的不断研究和精进，超威攻克了多项储能领域的技术瓶颈。与此同时，超威还在氢燃料电池、金属空气电池、液流电池、锌镍电池等储能新技术新产品的研发和升级上不断加码。

研发上的成果，得益于超威集团牢牢抓住科技创新关键，围绕产业链布置创新链，以全球19家研发中心为支点，迅速掌握全球储能产业领域全新的信息、先进的技术和优秀的人才，按照“量产一代，研发一代，储备一代”的原则，加快储能新技术、新材料、新产品的吸收和转化。

产品齐全 “双碳”助推行业加速发展

2015年，国内外众多企业开始意识到储能的重要作用并开始布局；2016年布局储能技术领域的企业开始进行商业模式的探索与创新；2017年，越来越多的储能技术和项目出现在大众视野。

然而，超威却凭借着在储能产品技术、材料等领域的超前布局和厚积薄发，以及多年来在发电侧、电网侧、用户侧等多场景储能运营服务的创新探索，迅速站稳储能风口，迎来了发展的黄金期。

目前，超威集团旗下储能产品群涵盖钠盐电池、铅炭电池、磷酸铁锂电池、锌镍电池、液流电池、氢燃料电池等多个品种，储能核心技术储备已走在行业前列。并且这些产品对环境亦十分友好。

超威与美国通用电气公司合作的钠盐电池具备超长寿命、环境适用能力强、高比能量、高比功率、稳定可靠、绿色环保和成本低等优势，可以为客户提供削峰填谷、峰谷套利、变压器扩容、应急供电、智能调度等功能；铝空气电池作为一种金属燃料电池，能量密度大、可靠性高、使用时无有害气体产品、废弃物可以回收循环使用、不污染环境；锌镍单液流电池、锌锂锰水系电池具有低成本、高性能等优点，不仅所用材料储量丰富、廉价易得，同时对环境友好。另外，双极性水平电池也是超威集团研发的重要产品，具备快速充电、环保节能和生产智能化等核心优势。

这些产品，有的可作为备用电源广泛应用于通信领域和部分偏远地区作为照明电源；有的可适用于智能微网、局域网和电网的储能与调节；还有的可广泛应用于光伏、风力发电等新能源领域。可以说，超威在储能领域的产品储备十分丰富，可以满足各种储能应用场景的需求。

2019年，超威集团与中国联通达成合作，应用钠盐电池建成的通信基站储能系统成功安装运行，这标志着国内钠盐电池储能试点项目率先建成投用。随后，超威集团的钠盐电池储能系统落户北京宝之谷、北京市科学技术研究院现代制造技术产业园、浙江电信基站，为智慧能源综合利用提供了示范样本。

不仅如此，超威还在浙江、安徽、江西、山东、内蒙等地建设了多个应用不同产品的储能示范项目。并有钠盐电池、便携式储能产品出口海外，受到海外市场欢迎。

2020年9月，中国在联合国大会上明确表示，二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值，2060年前实现碳中和。今年3月21日，国家相关部门印发《“十四五”新型储能发展实施方案》，提出要大力发展新型储能。

为加快储能产业快速发展，2022年以来，全国已有超过20个省市出台了63项储能政策，其中就包括鼓励发展新型储能。可以预见的是，储能行业巨大的市场和发展潜力。由此可见，超威集团因储能领域20余年的积累将迎来新里程。

“十四五”是中国加快推进生态文明建设和经济高质量发展攻坚期。超威集团紧贴“双碳”发展需求，持续推进产业和生态协调发展，将更多的低碳绿色发展方案融入到经济建设中，为实现“双碳”贡献自己的一份力量。 广告

“餐饮外摆”掘金夜经济 融合发展成趋势

本报记者 蒋政 郑州报道

“经市政府研究决定，鼓励餐饮企业有条件地开展外摆服务，有条件地开展外摆服务。再次重复，有条件地开展外摆服务。”

5月27日晚，餐饮连锁品牌森虎虾尾的董事长王虎在手机视频里看到郑州市商务局局长张波喊出这一政策时，他意识到，餐饮业的复苏就要来了。

在郑州拥有多家连锁门店的王虎告诉《中国经营报》记者，在夏天允许餐饮外摆，对于大部分餐馆的业绩提升，具有非常直接且重大的意义。

恢复城市“烟火气”，餐饮企业扮演的角色非常重要。记者注意到，截至目前，成都、哈尔滨、南京、西安、长沙等地出台政策支持餐饮外摆。

同时，多地还通过发放消费券、推出系列活动刺激夜经济消费，这都将对餐饮行业带来重大利好。

多位行业人士告诉记者，餐饮行业事关国计民生，并为就业贡献很大力量。各地除了当下的外摆政策之外，还应制定更加长远的规划，从城市发展的层面为餐饮行业谋求更多福利。同时，整个行业在经历疫情洗礼后，目前正在朝多元化、融合化发展，这都将有利于提升餐饮行业的整体竞争力。

“外摆”红利

行业人士表示，在关注餐饮外摆刺激消费的同时，还需关注其带来的次生影响。

“能不能出店经营，对于我们这种定位的餐饮品牌，影响是巨大的。”王虎说。

他所创建的森虎虾尾品牌，主打夜市特色的百姓消费定位，夏季是经营旺季。当地政府发出允许外摆政策后的第二天晚上，森虎虾尾二七旗舰直营店就开始外摆经营。

该门店外有一个大广场。5月31日20点许，记者看到，在留出足够人行通道之后，该门店在外摆出了60张桌子，相当于经营面积扩大了一倍。很多消费者在室外烧烤畅饮。

王虎给记者算了一笔账，外摆是从晚8点到凌晨1点，60张桌子平均翻台3次，每桌消费200元计算，这意味着，仅一个外摆政策，可让这一家门店在一晚上增加3.6万元的收入。

“千万不要小瞧这些收入，这对于当下的餐饮企业来说至关重要。”王虎说。

郑州市餐饮协会相关负责人告诉记者，从5月27日公布政策之后，很多餐饮企业的生意和营业额的增长是显而易见的，餐饮人的信心在提升。这种促进作用是非常明显的。

成都市允许临街店铺在划定区域内和节假日期间，在不影响居民日常生活和交通安全情况下，允许开展外摆经营活动和各类促销活动。

南京市实施包容审慎监管，适时鼓励在符合防疫要求、不影响交通的前提下，允许有条件的街区、开放空间及沿街零售、餐饮商铺开展外摆经营等。

西安则是允许具备条件的商业步行街、商业综合体在夜间规定时间段外摆经营，适当延长夜间营业时间。

行业人士表示，在关注餐饮外摆刺激消费的同时，还需关注其带来的次生影响，比如环保、噪音以及占道等问题。

对此，哈尔滨市出台的政策更加完善。该地城管局出台《关于餐饮及零售企业门店外摆经营规范管理指导意见》，餐饮企业只能在自有门店开间范围内外摆经营，并为行人留出不少于2米的通行空间。同时，餐饮企业外摆经营时间不超过22时，22时后须停止店外餐饮或转入室内经营。

王虎提到，只要政策细化标准，企业就可据此去执行。所以说，标准越细化，其实对餐饮企业来说越是一种扶持。

整体来看，餐饮行业的复苏，也在带动周边产业的发展。在重庆地区销售啤酒的崔永强（化名）说，当地虽然没有明文规定放开外摆，但很多地区实际上已经开始执行。他平时供货的那几家餐馆，这几天啤酒消耗量明显增加。

郑州允许出店经营后，当地一家餐饮门店客流量激增。 蒋政/摄影

中国商业联合会专家委员会委员赖阳告诉记者，还需关注上述政策的稳定性和可持续性。企业经营需要安全感，应尽可能减少不可预期的因素。

深耕夜经济

记者注意到，多个城市的商业综合体频频推出主题市集配合当地夜经济消费。

值得注意的是，除了餐饮外摆，多地还通过发放消费券来刺激消费。

深圳、广州、长沙、宁波、江西等多省市纷纷发放巨额消费券，刺激餐饮消费。6月1日，郑州首期餐饮消费券1500万元将通过多个平台同时发放。

“通常来讲，餐饮外摆，受益更大的是路边餐馆。发放消费券，具有一定体量或者位置处于商场内部的餐饮门店会直接受益。从这个角度讲，相关部门出台的政策，也是考虑到餐饮行业不同的经营主体。”中国食品产业评论员朱丹蓬说。

他还提到，各地出台政策刺激消费，应该重视夜经济所蕴含的消费潜力。

艾媒咨询发布的《2021~2022年中国夜间经济监测及典型城市案例分析》显示，2020年中国夜间经济规模已突破30万亿元，预计2022年将突破40万亿元，包括夜间经济在内的消费新模式将会成为拉动消费的新力量。

公开信息显示，包括郑州、秦皇岛、湖南、新疆等地都在推出政策支持当地夜经济的发展。

麦当劳在发展夜经济上表现积极。麦当劳方面提供给记者的文件显示，从5月11日起，麦当劳中国全新平台“麦麦夜市”正式上线，以新消费模式加码发力夜经济。从即日起的每天17点，麦当劳中国餐厅及线上点餐渠道，都将准时开启“夜间模式”主题界面。

“新常态下，麦当劳积极响应政府促进消费的号召，加码发力夜经济，打造全新平台扩展用餐时段与场景，以新的消费模式助力消费复苏。”麦当劳中国首席市场官须聪表示。

北京师范大学政府管理研究院副院长、产业经济研究中心主任宋向清告诉记者，政策扶持有基于促进消费的消费券对餐饮产业的“拉”，又有基于扩大供给的开放堂食、允许外摆等对餐饮企业的“推”，可以说扶持政策是多方位、多层次的。

记者还注意到，多个城市的商业综合体，还频频推出主题市集配合当地夜经济消费，借助差异化消费内容和主题场景，吸引消费者并带来转化。

近日，位于郑州东区的汇艺银河里推出后备厢市集。在该购物中心，汽车后备厢就是一个摊位，销售产品主要包括食品以及文创类产品。

该购物中心相关负责人表示，疫情防控常态下，很多商场都受到较大冲击。我们借助郑州发展夜经济的契机，推出符合商场定位的促消费活动，一方面可以增加郑州夜经济的活力，另一方面也可以为商场商户带来更多消费者。仅从这几天来看，市集带来的人流量对于商场内部餐饮门店的转化还是很可观的。

多位行业人士对记者表示，对于大多数城市来说，餐饮外摆以及发放消费券属于阶段性政策，要想长久地为餐饮行业赋能，地方还是需要在顶层设计上多做功课。

家住深圳的李闪闪告诉记者，她所居住的社区周边，目前形成了好几条特色小吃街，在抖音等平台已经成为了网红打卡地。

这是深圳政策扶持的表现。当地指出支持企业做出特色，鼓励发展餐饮新场景、新业态，着力打造一批特色餐饮街区，培育一批网红街区和店铺。

这并非孤例。位于陕西西安的大唐不夜城，依托文旅资源，打造沿街商业矩阵，诸多餐饮和文创品牌入驻，已经形成可持续的“文化+”街区。

“从城市的功能分区上重视餐饮，为产业提供更多的便利，这对当地的餐饮企业来说，无疑可以带来可持续性的利好。”朱丹蓬说。

融合化发展

更多的餐饮企业开始布局零售业务。

对于重视体验和服务的餐饮行业，在人员流动受到限制的大环境下，整个产业也在被倒逼转型。

盘古智库高级研究员江瀚告诉记者，越是重业务体系、重用餐体验的餐饮企业，往往受到的影响越大。

“疫情要求之前一些没有做线上化、外卖化的餐饮企业开始向线上化、外卖化的方向发展。相比于传统的重线下的堂食模式，外卖等轻模式逐渐成为了餐饮市场发展的主要方向。”江翰说。

与此同时，餐饮企业的业务板块逐渐扩大，不再局限于堂食和外卖，包括西贝、同庆楼、广州酒店等大型餐饮企业，在今年已经进军预制菜赛道。

更多的餐饮企业开始布局零售业务。越来越多的餐饮品牌，将自己的产品铺货到超市、卖场，试图通过零售渠道增加收入。

太二酸菜鱼、小龙坎、眉州东坡的零售业务已经初具规模。另外，一些茶饮品牌如奈雪的茶等也在布局瓶装饮料市场并在各大商超铺货。

朱丹蓬告诉记者，无论是疫情还是消费端的竞争，都在倒逼餐饮行业创新迭代。尽管有些时候餐饮企业是处于被动的位置，但这种产业结构调整就是行业升级的表现。

“数字化运营和私域化营销将会成为市场发展的重要方向。很多餐饮企业进一步提升自己的数字化运营水平，当下的很多商业模式都可以进行优化。”江瀚告诉记者。

酒店民宿预订量上涨 端午假期成恢复拐点

本报记者 李媛 北京报道

儿童节刚过，端午节紧随其后，全国各大城市周边游热度再度攀升。从目前来看，“距离近、时长短、高频次”的周边游、微旅行已逐步成为人们远离城市喧嚣、享受美好假日的全新生活方式。

城市周围民宿等也在有序恢复接待游客。5月28日，北京疫情防控工作第348场新闻发布会上，有关部门发布了北京门头沟、平谷、怀柔、密云、延庆区酒店民宿农家乐恢复正常接待服务。当晚，《中国经营报》记者就注意到，一些旅游平台的搜索酒店流量大幅攀升。途家数据显示，截至5月29日中午，北京门头沟、平谷、怀柔、密云、延庆区民宿搜索量较前一日上涨两倍。其中，怀柔、延庆、平谷是搜索量最高的三个区。去哪儿平台数据则显示，北京京郊酒店的搜索量较前一日上涨了一倍。

“几家OTA（在线旅游社）都出了一些数据，行业整体信心还是有恢复的，各地给到酒店业的纾困和扶持政策也是层出不穷，相信从端午小长假开始，酒店业的复苏指日可待。”迈点网主编兼迈点研究院研究总监郭德荣对记者说。

华美顾问首席知识官、高级经济师赵焕焱告诉记者，虽然目前他所在的上海地区还没有近期酒店的经营数据，但“期待正常社会生活恢复后，正常企业经营和正常工作带来的人员流动，酒店业也能因此看到希望”。

提升经营管理是关键

熙熙宪宪的乐园是一家位于延庆区界碑石村、主打亲子特色体验的乡村民宿。民宿主理人刘添文一直琢磨着升级民宿体验，疫情期间，他陆续为民宿增加了骑马、露营等体验项目，并按照平台的指导全面为泳池、滑梯等设施进行了消杀。用他的话来说，“这20多天并没有因为暂停营业歇下来，反而更加忙碌”。

截至5月30日，刘添文的十多间房在端午节期间全部订满，甚至已有不少客人开始预订暑期档的房间了。

事实上，民宿业可以说是疫情防控部分解封后最快的受益者，因为民宿大多接纳的是周边游、微旅行的游客，在跨区域流动还不是很确定的情况下，周边游、微旅行还是行业趋势。而酒店业在疫情期间虽有着很多不确定因素，但这也是提升自身经营管理的契机。

“目前堂食还没有解封，酒店会做一些套餐类产品服务周围居民，另外，还引进了月子中心等服务，在星级酒店坐月子，保证产妇的餐饮。多元化的经营才能让酒店在疫情常态化的过程中拥有持续收入。”王府半岛酒店的一位资深从业者告诉记者。

记者在采访中发现，在疫情常态化的背景下，一些酒店一边应对疫情冲击，一边谋求通过产品升级强化竞争力，提升收益率。同时，一些酒店希望通过产品升级来抢占风口，打开发展空间，但又不得不面对现金流吃紧等问题，一些平台也给出了纾困和具体的解决方案。携程通过免房置换和分期支付帮助酒店解决现金流问题，酒店可以0现金投入实现酒店升级；对特色酒店给予营销资源支持，通过特色标签和优化展示信息实现酒店人群精准导流，帮助酒店实现口碑、流量、收益等多维度提升。

另外，携程先后打造亲子房、电竞房等模式来丰富酒店的产品线，提高客房溢价。旺盛的消费需求也在助推酒店供给侧加速提质升级的步伐。数据显示，5月份以来，携程与酒店共同打造的亲子房产品，已连续3周环比增长100%以上。

端午节的机遇

尽管疫情的不确定性缩短了消费者的决策周期和出游半径，但旅行热情却持续高涨。一些客户更是在五一假期过后，就开始为端午节甚至更长期的旅行做准备。

携程平台数据显示，在过去的半个月内，通过携程直播、携程特价专区等渠道预售的高星酒店的产品较去年同期增长近20%。与传统的即订即用的酒店产品相比，高星酒店预售产品具有性价比高、所购房券有效期长、部分产品节假日通用等特点。从近期酒店预售交易额最高的目的地来看，三亚、杭州、湖州、苏州、宁波分列前五名。

《2022端午假期出游趋势预测大数据》显示，跨省游回暖、大西北升温、住宿体验和花式玩法持续创新，成为今年端午旅游市场的主要特点，部分旅游业态相比五一和清明假期呈好转迹象。

携程研究院战略研究中心副主任张致宁认为，近期，国内本轮本土疫情得到有效控制，5月最后一周，国内确诊病例数连续下降，恢复跨省游的省份逐渐增多，作为上半年最后一个小长假，端午假期会成为国内旅游市场的一个拐点。

数据显示，2022年端午亲子酒店热门城市TOP 10为澳门、三亚、广州、深圳、南京、杭州、重庆、长沙、成都、青岛。其中，三亚订单量相较清明增长90%，入住天数为一天订单量相较清明增长162%；广州订单量相较清明增长93%，订单量同比增长7%；深圳订单量相较清明增长354%，订单量同比增长41%。

“同样是3天假期，与今年清明假期相比，端午假期的跨省团队游已提前半个月恢复至清明假期的55%以上。在游客旅行决策周期显著缩短的背景下，跨省团队游仍有较大的复苏潜力，预计端午假期的跨省团队游整体交易额将超过清明假期，从而为今年上半年的假期跨省团队游画上一个句号。”携程相关人士对记者说。

从途家目前的京郊端午民宿预订量来看，最热门的民宿区域TOP5是怀柔风景区、延庆休闲度假区、平谷城区、门头沟/妙峰山风景区、密云古北水镇。5月30日，记者致电怀柔区四渡河的老木匠民宿负责人肖彤，其称上午已接到端午期间的订单，但仍在等待怀柔区正式营业的通知。

华住集团数据显示，端午假期的订定量较五一假期有大幅提升，其中经济型及中档酒店预订量较五一均提升80%以上，中高档酒店预订量较五一增幅较大，达150%，但较2019年、2021年端午假期仍有差距。华住集团相关人士对记者表示，随着疫情常态化及人员流动，酒店业势必迎来一波复苏。

虽然端午假期将成为酒店行业走向复苏的拐点，但专家提出，酒店还要关注自身的长远战略，因为不确定性会成为常态。

华住集团相关负责人认为，疫情之下，酒店业的洗牌效应明显，单体酒店投资风险加大，酒店连锁化会成为投资者的更优选择。而且还要坚持低线城市渗透，华住做下沉市场，不仅要做到高效管理、扩大规模，也要将产品品质做到极致，做出众。此前，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于推进以县城为重要载体的城镇化建设的意见》，明确了要因地制宜促进县城建设发展的方针，未来县域经济发展空间巨大。由此可见，下沉市场已成大势所趋，是未来酒店集团扩张新版图的重要方向。

“消费者出游住酒店的意愿肯定不会因疫情而减弱，反而会更加强烈，端午节点肯定会带来一波小高潮，但作为酒店从业者，更应该思考在不确定性环境下的经营管理该如何改善，如此才能为长远经营奠好基石。”浩华管理顾问公司董事蒋海峰认为，疫情只不过加速了酒店业之前问题的凸显，真正的问题在于酒店自身的经营管理。“在任何情况下，做好自己的本分工作，重新考虑行业的初心，才是重振酒店业的根本。”蒋海峰表示。

核心话题

免费之外 旅游业应在“体验经济”发力

文/毕舸

作者为财经评论员

个体旅游是感性的产物，然而旅游业则需要更多的理性思考，为游客们提供全新的体验和服务，创造出更多细分赛道，从而改变以往靠门票收入主导的单一模式。

对于近年来屡受新冠肺炎疫情影响的国内旅游业而言，今年6月相比以往承载了更多的特别意义。上海等地社会生活逐步复苏，势必为旅游消费市场提供增量，而上半年最后一个小长假——端午节以及下半年时间跨度更长的暑假，被国内众多景点寄予厚望，希望通过各种优惠举措吸引游客。

5月29日，张家界宣布2022年暑期旅游优惠政策，即日起至2022年12月31日，张家界大峡谷景区、张家界七星山旅游度假区对全国游客实行门票免票优惠。2022年6月1日至8月31日，张家界武陵源景区、天门山景区等对在校学生（含研究生）实行景区门票免票优惠。此前，其他地区亦相继出台类似举措。近期云南省文化和旅游厅连发7个实施方案，“以奖代补”切实促进旅游市场恢复。秦皇岛市也表示要“让旅游景区‘强起来’、让旅游商品‘热起来’、让旅游民宿‘火起来’”三位一体统筹推动旅游业恢复发展。

旅游业无疑是近年来受疫情影响较大的行业之一，根据文化和旅游部公布的数据，2020年国内旅游人数28.79亿人次，同比下降52.1%；2021年，国内旅游总人次32.46亿，同比增长12.8%，恢复到2019年的54.0%；2022年一季度，国内旅游总人次8.30亿，比上年同期减少1.94亿，下降19.0%。在国家发展改革委等14个部门2022年2月发布的《关于促进服务业领域困难行业恢复发展的若干政策》里，旅游业与餐饮业、零售业、公路水路铁路运输业、民航业等一并被纳入“服务业领域困难行业”范畴。

旅游业如何重振，成为摆在所有相关从业者面前的命题。景区门票价格优惠或者免费举措当然是最直接吸引游客的举措之一。毕竟，国内部分景区门票价格较高，成为影响游客前往的无形门槛，虽然门票降价或者免费会让景区损失部分收入，但游客的吃住行一条龙需求能带动相关产业链，同时能够聚拢人气，形成口碑传播效应，为后续吸引更多游客奠定基础。

但是，仅仅依靠门票降价或者免费来提升旅游业景气是不够的。疫情前，国人出境旅游人数不断攀升，在不少国家地区的人均消费额并不低于甚至高于国内。而能够吸引游客买单的，除了独具特色的各国风情，也包含了全过程消费体验的提升，这恰恰是部分国内景区的短板。

体验是旅游的价值核心，人们从一个熟悉的地方前往另一个陌生的地方，期待获取的不仅是新鲜感，还有更为开放的生活方式，包括旅游过程中接触的人、事、物。旅游产生的所有细节体验，最终构成了游客对于景点以及生活的感受与认知。

因此，旅游业应该带来更丰富的体验内涵，从而形成提供更多价值回报、带来更多产业延伸的体验经济形态。

让更多人“看到”是景区吸引游客的关键所在。尤其是随着短视频、直播等行业的兴起，线上直播、录制旅游短视频能带来很多人气，笔者就在某短视频平台关注了好几个旅游博主和导游，旅游博主可以帮助我们先行体验不同的景点，导游通过解说让我们对千里之外的某个景点有了更深入的了解，景点与旅游博主、导游等自媒体大V合作“云”旅游，可以以很低的成本完成品牌宣传和特色展示，让更多人慕名前往。

线上内容展示拉动线下游客前往之外，景点就应当提供更多的旅游模式。对景区而言，通过联合专业团队，策划设计景区内各种新游玩设施、新游玩线路，形成形态丰富的旅游内容供给，增加游客的停留时间，为其带来更多样化的游玩感受，就能进一步升级产品层次，提升其美誉度。

同时，除了门票价格的适度优惠及免费举措外，景区也要在打造平价餐饮、住宿上下功夫。去年某景区饭店多年不变的“十元快餐”引发热议，也反映出很多游客对于景区旅游消费价格的“敏感”，希望能够获得更多价廉物美的商品和服务。景区要引导经营者做好长线经营，避免因高价吓退游客，甚至引发“宰客”之类负面新闻，如此才能形成门票、住宿、餐饮平价化的联动效应。

此外，积极研发更符合当下年轻人需求的个性化、定制化旅游服务模式，也是国内旅游业的发展方向。今年“露营经济”火爆，越来越多游客喜欢野外扎营，景区可以推出针对性的露营配套服务，比如帐篷、天幕、桌椅、露营车、充气气垫、充气沙发等基础装备，餐具、炉具、菜刀、菜板、水桶、冰箱等厨房装备，还有氛围灯、投影仪等氛围装备，吃、喝、玩、睡，一应俱全，让游客实现无需携带相关设备就能空手体验的“便携式”露营服务，也就能带动更多游客前来。

个体旅游是感性的产物，然而旅游业则需要更多的理性思考，为游客们提供全新的体验和服务，创造出更多细分赛道，从而改变以往靠门票收入主导的单一模式，发展成为高中低层次不同、兼顾不同年龄收入人群的体验经济，如此才能加速复苏，获得更长远的发展。

养老中国

老龄阅读：形式VS内容VS功能

文/李佳

作者为盘古智库老龄社会研究院副院长，老龄社会30人论坛成员

在推动老龄阅读的过程中，要让阅读不仅限于“独乐乐”，而是实现更大范围的“众乐乐”。只有这样，才能真正践行积极应对人口老龄化国家战略的题中之义。

阅读是人类特有的活动之一。在阅读中，无论年龄高低，人们都可以探索精神世界，寻找乐趣、汲取知识，进而转换到物理世界之中。随着人口老龄化的快速发展，老龄群体的阅读也越来越受到社会的关注。

我们看到，一批以老龄生活为题材的出版物、一批以老龄作者为代表的创作者、一批以老龄群体为主要参与对象的银龄读书会，正如雨后春笋般涌现出来，在各个社交平台和各种线下空间广受欢迎。

与此同时，政府和有关部门也越来越重视老龄群体的阅读。

2021年，中国老龄协会连续第八次开展的“向全国老年人推荐优秀出版物活动”提格扩容，中国出版协会首次成为主办单位，韬奋基金会、中国编辑学会、中国新华书店协会等首次参与联合协办，推荐榜单首次登陆北京图书订货会。

12月，国家新闻出版署印发《出版业“十四五”时期发展规划》，提出保障特殊群体基本阅读权益，包括丰富老年人、进城务工人员、农村留守妇女儿童的阅读资源供给，保障特殊群体的出版文化权益。

2022年2月，国务院印发《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》，要求扩大老年文化服务供给，鼓励编辑出版适合老年人的大字本图书。

4月23日“世界读书日”当天，首届全民阅读大会在北京举行，会上专门举办了以“关注老年阅读、关爱老年生活”为主题的银龄阅读分论坛。同时，咪咕阅读、当当网等同步在线推出了“2021年向全国老年人推荐优秀出版物活动”数字阅读及购书专题，微信读书同步推出了“老年阅读书单”。

5月17日“世界电信日”期间，多个阅读App推出“适老版”，以大字体、听书等功能助推老龄数字阅读。

无独有偶，当我们观察日本的人口老龄化进程，也能看到老龄阅读的兴起。1994年，日本65岁及以上人口比重达到14%，进入中度老龄社会。同年，关于“老、病、死”的书籍开始热卖，以“死亡”为主题的《大往生》、以“疾病”为主题的《癌症重发》、以“代际关系”为主题的《日本最短的写给母亲的信》等3本书全部入选当年十大畅销书。此后，临终关怀医院医生撰写的《人生应该这样度过》，百岁作家撰写的《103岁之后明白的事情》，预测日本老龄化影响的《未来年表》等书相继入选年度畅销书，引发了一轮又一轮的浪潮。更有意思的是，一些畅销书的作者都是60岁之后才发表处女作的“老龄”新作家。有分析认为，在日本，受中老年读者支持的书籍更容易登上畅销书榜。

那么，在推动老龄阅读的实践中，有哪些是我们需要关注的呢？

一是阅读的形式。目前，很多人将推动老龄阅读的重点放在字号的大小、字体的选择、颜色的搭配等排版层面，以及听书、直播讲书等功能层面。实际上，阅读的形式还有很多可以改进的地方。例如注解，有的是缩小字号置于页下，有的是统一附在文章后面，不光是老龄群体，连年轻人读起来都不是很方便。再如数字阅读，我们虽然强调了听书和直播讲书，但相关推荐工作并没有跟上。“向全国老年人推荐优秀出版物活动”以往曾设有“电子音像”类，直到2020年才取消。应该说，取消是适应时代发展变化的，但遗憾的是，目前并没有向全国老年人推荐的优秀微信公众号和视频号。

二是阅读的内容。比形式更重要的，当然是内容。目前，我们的老龄读物大致被分为人文历史、养老保健、老年生活、娱乐休闲、文学艺术等几大类。这些分类过于传统和笼统，已经很难适应现在的阅读需求。我们可以把实体书店和当当、京东等网站对比一下，就可以看出其中的差距。另外，这些分类还客观上影响和限制了阅读内容的创作，将人们的目光局限于棋琴书画、花鸟鱼虫的传统老龄生活当中。为什么不能有如何创建社会组织、如何继续参与社会的管理营销类书籍呢？还有内容的可视化设计，也是被人们忽视的地方。从国外的阅读实践看，思维导图、漫画的应用能够极大地方便老龄群体的阅读。

三是阅读的功能。比形式和内容更重要的，其实是功能。文章开头我们就说，阅读的重要功能之一，是将精神世界的收获折射到物理世界之中。一位朋友曾举了这样一个例子：奶奶要带孙子读世界名著，妈妈表示很担心。于是奶奶给妈妈讲了自己的阅读心得。妈妈听傻了，然后说以后孙子的读书就全交给奶奶了。我想，这个案例充分说明了阅读的功能。实践中，有的银龄读书会组织了领读、跟读、共读等读书活动，还有的组织了戏剧表演等文艺活动，不仅能够让老龄群体在彼此之间建立联系，还能够让老龄群体在代际之间、其他群体之间建立联系，使老龄群体在家庭之中、群体之中、社会之中重新找到了归属感。

因此，在推动老龄阅读的过程中，要让阅读不仅限于“独乐乐”，而是实现更大范围的“众乐乐”。只有这样，才能真正践行积极应对人口老龄化国家战略的题中之义。

自由谈

扫厅堂下厨房之外，劳动教育还有哪些新内涵？

文/王钟的

作者为媒体评论员

随着我国劳动力成本优势的削弱，人口老龄化程度加深，服务业价格可能水涨船高。年轻一代掌握更多劳动技能，有利于应对时代的变化。

你多大时学会做饭的？面对这个问题，已经成年的“90后”“00后”恐怕不好回答。在餐饮业高度发达、外卖服务遍地开花的当下，“会做饭”已然成为一种稀缺技能。不少人对做饭的热衷，仅限于“朋友圈厨艺大赛”举办时刻。

这种状况，或许将在更年轻的一代身上发生改变。前不久，教育部正式印发《义务教育课程方案》，将劳动从原来的综合实践活动课程中完全独立出来，并发布《义务教育劳动课程标准（2022年版）》。其中，将劳动分为日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动三个板块，日常生活劳动包括清洁卫生、烹饪、整理收纳等，生产劳动包括农业生产、传统工艺制作等，服务性劳动则包括现代服务业劳动和公益劳动与志愿服务。

以烹饪为例，不同年级的学生需要掌握不同烹饪技能，如三四年级的学生要会煮鸡蛋、水饺，五六年级的学生要会做西红柿炒鸡蛋，初中生则要设计一日三餐的食谱，独立制作午餐或晚餐中的3～4道菜等。对鲜少走进厨房的孩子来说，新出台的劳动课程标准不仅新鲜，也在很大程度上充满挑战。

平心而论，劳动课程的不少项目都可以找到专职人员“代劳”。现代社会的特征是高度分工，拿餐饮业来说，城市里到处都是餐馆，外卖服务更是遍地开花。人们难免会提出这样的疑问：点个外卖省时省力，为什么还要学习做饭？

对于生活中的劳动技能而言，人们可以“备而不用”，但很难在必须使用时“临时抱佛脚”。受新冠肺炎疫情影响，很多人过上了足不出户的居家生活。在这样特殊时刻，掌握更多劳动技能，对保障生活质量有很大帮助。即便不是因为疫情，会做几道拿手菜、会种植几种蔬菜、掌握一两门手艺，不仅能给生活加分，也是一种陶冶情操的好办法。“一屋不扫，何以扫天下？”我国传统文化对人的劳动同样抱以很大期许。

随着我国劳动力成本优势的削弱，人口老龄化程度加深，服务业价格可能水涨船高。在生活水准整体更高的发达国家，亲力亲为的劳动依然是普通人的生活常态，点外卖、上门家政等有偿劳动服务反而是偶然为之的享受。年轻一代掌握更多劳动技能，有利于应对时代的变化。

尽管中小学很早就有劳动教育相关课程设置，但过去的“劳动课”，要么是集体参与的大扫除，要么是简单的手工课。整体来看，学生参与度和体验度不足，课程实用性也有所欠缺。学生在劳动课取得好成绩，在生活中却未必熟悉一针一线。如今，教育部门丰富劳动课程内容设置，有利于切实提升学生劳动能力。过去，劳动教育更多被认为属于家庭教育的职能，但是，如今年轻的家长可能自己对劳动技能都比较陌生，由学校主导实施专门的劳动教育有很大必要。

与发达国家相比，我国劳动教育的范围、深度和强度尚有差距。比如，从2008年9月起，英国将烹饪课列为11～14岁学生的必修课，规定所有学生必须学习且通过，不及格就不能毕业。德国的劳动教育同样重视家政实践，学生不仅需要学习和掌握烹饪、清扫等劳动技能，还要学习理财、营养知识等常识。总而言之，让学生掌握创造美好生活的能力，是劳动教育追求的理想目标。

需要注意的是，劳动教育不是为了考核，不能成为形式上的“走过场”。劳动教育追求的应当是“人人合格”“人人过关”。对于多数普通人来说，掌握烹饪技能不是为了当大厨，而是为了自己和家人吃上一口热乎乎的家常菜；学会种植技能也不是为了成为职业农民，而是能够补充生活所需。因此，学校实施劳动教育要耐心对待每一个学生，而不能将劳动课程当成纳入考试排名的新指标。

劳动创造生活，劳动更能带来乐趣。对于真正热爱劳动的人，劳动过程本身就是一种享受。当前，很多城市“打工人”在工作之外，常常感觉缺乏享受生活的时间，对家务劳动自然也“对付着过”。创造更好的劳动氛围，需要将更多人从“内卷”的压力中解放出来。推广劳动教育，也呼唤张弛有度的社会生活，让青少年对未来展示劳动技能充满信念。

在机器和技术不断替代人力的现代社会，劳动课程设置也应与时俱进，跟时代发展同频共振。与过去的劳动课相比，新近出台的《义务教育劳动课程标准（2022年版）》加入了三维打印技术、激光切割技术、智能控制技术等技术应用的内容，给劳动注入了新内涵。我国要保持制造业大国的优势，需要培养和发掘一批“大国工匠”，劳动教育有助于引导青少年形成对技术岗位的兴趣，为制造业输送新鲜血液。

与此同时，劳动课也不能抱残守缺，拿落后的劳动方式要求下一代。比如，洗衣机已经替代了多数手洗衣服的工作，家用吸尘器也越来越普及，学会使用和维护机器同样属于劳动。借助现代技术的便利性满足生活实际需求，这样的劳动才是接地气的。

马克思认为：“劳动已经不仅仅是谋生的手段。而且本身成了生活的第一需要。”开展劳动教育，不是让学生“吃苦”，而是让学生从劳动中找到获得感、谋求一种自我实现。当代青少年群体中，“躺平”的是极少数，不懈奋斗的是大多数，劳动教育就是旨在启迪青少年参与奋斗、感受奋斗。从劳动中感悟生活，生活也会报之以歌。