经营成就价值

WWW.CB.COM.CN 2024/8/5

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2565期/每周一出版/本期32版

新闻热线:(010)88890000

中国社会科学院主管

中国社会科学院工业经济研究所主办

《中国经营报》社有限公司出版

社长、总编辑/季为民

零售价/ RMB5.00

税制改革三大要义:公平、统一、绿色

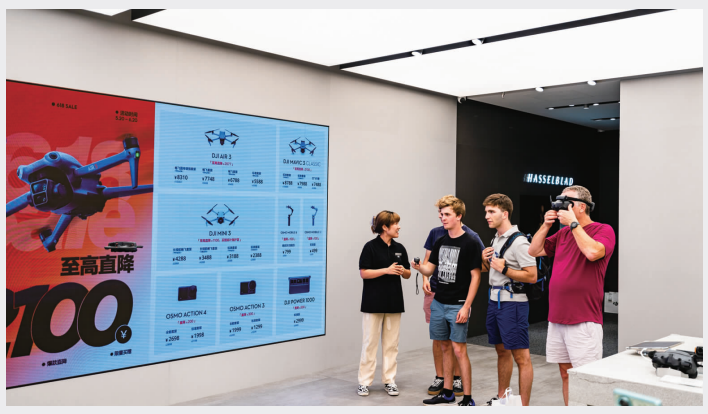
A2

元宇宙道阻且长 Meta布局十年仍需“磨剑”

C1

“无人机之王”大疆的另类崛起

商业案例 D4



7月31日,商务部、海关总署等发布公告,优化调整无人机出口管制措施,将高精度惯性测量设备增列入管制范围,取消对特定消费级无人机的临时管制。自2024年9月1日起正式实施。

而今年6月,美国众议院曾推出“反制中国无人机法案”,打算禁止中国无人机制造商DJI大疆创新(大疆)的产品在美国运营。不过很快被现实“打脸”,一个月后,美国参议院通过的相关法案中取消了相关禁令。

实际上,美国已多次试图阻止大疆无人机在美国销售,只不过它无惧美国连续多年的各种打压,在美国和全球的市场份额不降反升,反而成就了大疆“无人机之王”的美名。

前瞻产业研究院数据显示,大疆在全球消费级无人机市场所占份额近八成,在全球的民用无人机企业中高居第一。胡润研究院发布的“2023年全球独角兽”排行榜显示,大疆凭借1250亿元的估值在中国企业中排名第九。

一位大学毕业生在二十平方米仓库创立的作坊,何以在短短十多年间成长为全球无人机的霸主,又何以无惧美国的多年打压反而逆势向上?本期商业案例,《中国经营报》记者和你一同走近这家另类的中国科技企业,并探索其不一样的崛起。

社评

加快深化金融改革 有效服务实体经济

高水平社会主义市场经济体制是中国式现代化的重要保障,党的二十届三中全会明确提出要推进中国式现代化,这要求既“放得活”又“管得住”,统筹好“有效市场”和“有为政府”,畅通国民经济循环,激发全社会内生动力和创新活力。

市场本质上具有高效配置资源的能力。当市场机制被充分释放时,它能够促进资源的最优配置,为经济注入活力,这便是所谓的“放得活”。然而,市场机制并不是万能的,在某些情况下也会失灵。这时,政府的角色就显得至关重要,通过制定规则以确保市场秩序,进而实现“管得住”。这种市场与政府的有机结合,就是最好的经济模式,它不仅能够促进社会内在动力,也能激发创新的活力。

金融活,经济活;金融稳,经济稳。经济兴,金融兴;经济强,金融强。经济是肌体,金融是血脉,两者共生共荣。金融,是国家核心竞争力的重要组成部分,对国民经济至关重要。为了全面深化改革,推进中国式现代化,我们必须深化金融体制改革,防范化解风险。

在党的二十届三中全会公报中,有三次提到“金融”。第一次,提出“统筹推进财税、金融等重点领域改革,增强宏观政策取向一致性”;第二次,要求“深化财税体制改革,深化金融体制改革”;第三次,强调“落实好防范化解房地产、地方政府债务、中小金融机构等重点领域风险的各项举措”。

在党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》中,与金融直接相关的表述超过1200字,其中,“金融”一词出现了34次,“资本市场”被提及5次。对于“金融”的改革目标,全会将其放在“健全宏观经济治理体系”中,并提出,要完善宏观调控制度体系,统筹推进财税、金融等重点领域改革,增强宏观政策取向一致性等内容,这体现了政策制定的完整性要求。

事实上,“增强宏观政策取向一致性”首次出现是在2023年12月召开的中央政治局会议上。此后,中央经济工作会议、2024年《政府工作报告》也反复提及。此次党的二十届三中全会再次强调,其重要性可见一斑。

这种安排也为市场更好理解政策走势,提供了更多参考。过去,在宏观调控制定过程中,政府各部门往往是各自出招、各管一摊,政策之间不注重相互配合,不仅政策目标难以达成,有的可能相互抵消,甚至出现“合成谬误”。而现在,随着政策强调宏观政策取向的一致性,财政政策、货币政策、金融政策以及非经济性政策的统筹协调,不仅破除了信息壁垒,也形成了政策“组合拳”,这提高了政府对经济宏观调控的政策效果。

在党的二十届三中全会召开后,金融管理部门纷纷重磅发声。

中央财办分管日常工作的副主任韩文秀强调,要把经济政策和非经济政策都纳入宏观政策取向一致性评估,形成推动高质量发展的强大合力。中国人民银行表示,立足服务高质量发展首要任务,加快完善中国特色现代货币政策框架。国家金融监督管理总局表示,聚焦服务中国式现代化,不断提升金融服务能力和水平,畅通“资金—资本—资产”循环,为中国式现代化提供有力的金融保障。证监会强调,突出强本强基、严监严管,通过进一步全面深化改革来破除体制机制障碍和结构性问题,加快建设安全、规范、透明、开放、有活力、有韧性的资本市场,并提出以改革促稳定、以改革促发展、以改革强监管、以改革强队伍四大资本市场改革目标。

7月30日召开的中央政治局会议也释放了给力的积极信号。会议指出,宏观政策要持续用力、更加给力。要加强逆周期调节,实施好积极的财政政策和稳健的货币政策,加快全面落实已确定的政策举措,及早储备并适时推出一批增量政策举措。要加快专项债发行使用进度,用好超长期特别国债,支持国家重大战略和重点领域安全能力建设,更大力度推动大规模设备更新和大宗耐用消费品以旧换新。要优化财政支出结构,兜牢“三保”底线。要综合运用多种货币政策工具,加大金融对实体经济的支持力度,促进社会综合融资成本稳中有降。要保持人民币汇率在合理均衡水平上的基本稳定。要切实增强宏观政策取向一致性,形成各方面共同推动高质量发展的强大合力。

在此之前,中国人民银行也对货币政策调控框架进行了调整,包括创设临时隔夜正、逆回购操作,以及将公开市场7天期逆回购操作调整为固定利率、数量招标。

不仅如此,通过引导公开市场操作利率、贷款市场报价利率(LPR)、中期借贷便利(MLF)利率接连下降等方式,中国人民银行在常规的每月15日开展一次MLF操作基础上,于7月25日又增加了一次MLF操作窗口,进一步强化市场流动性。

货币政策之外,财政政策也在提质增效。按照财政部的部署安排,2024年财政部将通过组合运用赤字、专项债券、财政补助、贴息、税收等多种政策工具,促进经济持续回升向好。同时,财政还将注重与货币、产业等政策的协调配合,发挥“四两拨千斤”的撬动作用,引导金融资源、社会资本投入普惠金融、绿色发展等重点领域,促进科技、产业、金融高水平良性循环。

然而,要想打好政策“组合拳”,我们也必须平衡全局与局部的关系。毕竟,不同的政策由不同的政府部门制定,为避免实操中出现的分头管理、协调不顺的现象,在政策“组合拳”的规则制定、推出时机、执行力度、导向等方面,需要充分考虑其对其他部门及整体政策效果的影响,只有这样,才能促进我国经济的高质量发展。

本期热词

贵州算力

在数字经济高质量发展背景下,中国算力也进入了新时代。贵阳市市长马宁宇表示,希望加快构建以生成战略为核心的人工智能大模型,为全社会生产生活提供普惠、应用低价、绿色和安全的算力氛围。

中国算力进入低成本时代 贵州打造国产算力资源强省 A3

“代抢”乱象

存款利率持续下行,大额存单“断货”已成常态,一些黄牛做起了大额存单“代抢”生意。代抢大额存单可能违反银行的销售规定和金融监管政策,在代抢过程中,投资者需要提供个人银行账户信息,增加了个人信息泄露的风险,可能导致资金被盗或身份被冒用。

大额存单“代抢”乱象 B2

视频奥运

巴黎奥运会开幕,长短视频平台的新一轮竞赛也鸣锣开打。UGC和PGC在变现途径上存在明显差异。UGC的变现周期通常较短,金额较小,但量大且持续性强,但难度在于内容质量参差不齐,需要平台进行有效筛选和推荐。而PGC变现周期较长,金额较大,内容质量高,但制作成本和投入也更高。

长短视频的奥运竞赛 C3

“平替”优衣库

曾被外界称为“性价比之王”的优衣库,在中国市场的经营或许即将迎来战略拐点。优衣库母公司迅销集团发布财报。中国内地和香港市场的业绩情况相对不那么理想。随着消费环境以及需求、渠道等的变化,越来越多的大众服饰品牌都在角逐中国市场,尤其是很多消费群体不断寻找更多“平替”,积极战略转型对于企业长久发展至关重要。

“平替风”吹向优衣库 “性价比之王”在华将迎拐点 D2

经济大势 A1~A4

新一轮政策支持周期启动 下半年或有增量措施推出 …… A2

信泰人寿7股东的“隐秘”行动 …… A4

营商环境 B1~B16

上市公司理财“变奏”:企业存款“搬家” 债券配置升温 …… B3

“卷”食汽车金融市场:贷款促销激战升级 …… B6

流量金融扩围 贷款广告挤进朋友圈 …… B7

一台机床远销全球 新质生产力助推中国企业“走出去” …… B9

溢价成交、“地王”频现 土拍市场点状升温 …… B10

人形机器人赛道火热 “贾维斯”走进现实还有多远? …… B12

指数创历史新高 中药材价格缘何疯狂? …… B14

智在公司 C1~C8

从激光雷达到AI 自动驾驶技术路线之争 …… C2

上海千亿母基金支持集成电路、人工智能 …… C4

深化改革 塑造汽车产业新质生产力 …… C5

昊铂HT因设计缺陷“夹”上热搜 广汽埃安卷不动了? …… C8

消费连锁 D1~D4

广药集团李楚源离职 王老吉重振凉茶待破局 …… D1

海伦司赴新加坡二次上市 小酒馆的出路在哪里? …… D3

中经传媒智库 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

总机电话:(010)88890000 发行/征订电话:(010)88890120 广告热线:(010)88890020 监督电话:(010)88890050

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 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 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)

主编/杜丽娟 编辑/杜丽娟 美编/刘洋 校对/陈丽
dulijuan@cbnet.com.cn

三中全会聚焦

税制改革三大要义：公平、统一、绿色

本报记者 杜丽娟 北京报道

自党的十八届三中全会提出“全面深化改革”以来，我国改革进程不断向“深水区”突进。刚刚闭幕的党的二十届三中全会以“进一步全面深化改革、推进中国式现代化”为主题，在延续此前改革思路的同时，也详细部署了未来五年改革的重点任务和方向。

会议审议通过了《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》(以下简称《决定》)。其中，健全有利于高质量发展、社会公平、市场统一的税收制度，也为实现税收现代化绘就了蓝图。

多位财税人士表示，在绿色可持续发展成为全球共识的背景下，深化生态文明体制改革，对“双碳”目标的实现具有现实意义。而健全绿色税收体系成为其中的一个重要抓手。

18个税种的税收占比和分配方式

收入级次	税种	2023年税收占比	备注	中央占比	地方占比
中央税：中央政府财政收入，由税务局和海关征收	消费税	8.9%		100%	
	关税	1.4%		100%	
	车辆购置税	1.5%		100%	
	船舶吨税	<1%		100%	
地方税：各级政府财政收入，由税务局统一征收	土地增值税	2.9%	房地产专项税		100%
	契税	3.3%			100%
	房产税	2.2%			100%
	城镇土地使用税	1.2%			100%
	耕地占用税	0.6%			100%
	车船税、烟叶税、环境保护税	<1%			100%
中央地方共享税：中央与地方按比例分享的财政收入，由税务局征收	增值税		非海关代征增值税	50%	50%
			海关代征增值税	100%	
	企业所得税	22.7%	中央企业、地方银行和外资银行及非金融企业、各银行总行、铁道部门、各保险公司等级缴纳部分	100%	
			其他企业缴纳部分	60%	40%
	个人所得税	8.2%		60%	40%
	城市维护建设税	2.9%	中国铁路总公司、各银行总行、各保险总公司集中缴纳的部分	100%	
			其余部分		100%
	印花税	2.1%	证券交易印花税	100%	
			非证券交易印花税		100%
	资源税	1.7%	海洋石油企业缴纳	100%	
			非海洋石油企业缴纳		100%

根据公开信息整理

强化税制公平性

围绕健全税收制度，《决定》提出要“完善增值税留抵退税政策和抵扣链条，优化共享税分享比例”，此举将有助于保障地方税收的主要来源。

普华永道中国税务部主管合伙人李尚义表示，通过完善增值税抵扣链条，优化留抵退税制度设计的方式，可以降低以增值税为代表的间接税比重，这能提升税制的公平性。

财政部数据显示，2023年国内增值税收入为69332亿元，占全部税收收入的比例为38.28%。

增值税的基本原理是通过“上征下抵”对产业链各环节的“增值额”进行征税。即上游企业销售商品或提供服务时缴纳增值税销项税，并向下游采购企业开具增值税专用发票作为抵扣凭证。同时，下游采购企业根据抵扣凭证所列示的税金抵扣进项税。

但在实际操作中，由于增值税设定了简易计税方式，因此存在免税、即征即退、先征后退等多种优惠政策，这在一定程度上影响了增值税链条的完整性。

为解决这一问题，2019年，我国开始对符合条件的纳税人试行增值税增量留抵退税制度。2023年8月，全国人大常委会对《增值税法草案》进行二次审议时，明确规定当期进项税额大于当期销项税额的部分，纳税人可以选择结转下期继续抵扣或者申请退还。

对于这种安排，一位财税人士在接受《中国经营报》记者采访时说，增值税法草案如果能在法律层面确定留抵退税制度，那将不断完善增值税链条抵扣的完整性，同时也可以更好地保障增值税的中性原则。

扩大税收自主权

在完善增值税抵扣链条的同时，《决定》还将研究把城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加合并为地方附加税，授权地方在一定幅度内确定具体适用税率。

目前，城建税和教育费附加作为一种附加税费，主要以消费税和增值税为征收基础。

李尚义表示，将城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加三税费合并，合并之后税制更简单，同时赋予地方一定的自主管理权限，极大方便了征收管理。

值得注意的是，除上述三税费合并外，推进消费税征收环节后移并稳步下划地方，也成为党的二十届三中全会一个重要议题。

根据财政部的统计，2023年消费税占我国税收收入的8.9%，涉及税收金额约1.6万亿元。由于消费税100%划归中央，在地方财政收支矛盾逐渐增大的情况下，消费税征收环节后移成为改革的焦点。

2019年，国务院印发《实施更大规模减税降费后调整中央与地方收入划分改革推进方案》，其中提出后移消费税征收环节并稳步下划地方。此后，市场对消费税改革也有各种呼吁。

上述财税人士介绍，按照健全地方税体系改革要求，在征管可控的前提下，将部分在生产(进口)环节征收的现行消费税品目逐步后移至批发或零售环节征收，拓展地方收入来源。

7月31日，在国新办举行的“推动高质量发展”系列主题新闻发布会上，财政部副部长王东伟表示，财政部考虑将推进消费税征收环节后移并稳步下划地方，统筹考虑中央与地方收入划分、税收征管能力等因素，分品目、分步骤稳妥实施，拓展地方收入来源，引导地方改善消费环境。

普华永道预测，消费税征税环节后移后，消费力强劲的经济大省、人口大省受益会更明显。

这一结论也和银河证券的测算相吻合。

根据银河证券研究院的测算，若按照各省烟酒油车消费的统计数据计算消费税改革对地方政府的财力贡献，并假设将消费税税目的征收环节后移至批发零售环节，同时按照央地“5:5”分成的比例下放地方，那将分别增加东、中、西、东北地区省份税收收入3308亿元、1560亿元、1593亿元、500亿元。

其中，东部10个省份主要消费税课税对象消费量合计占全国比重约50%，这表明东部省份获得的消费税绝对收入规模最大。

绿色税制改革

当绿色低碳发展成为全球共识，绿色税制改革也成为税收政策创新的重要方向，而环境保护税的实施，也使企业从算“经济账”转向“绿色账”。

2018年1月1日，环境保护税法正式实施，当年4月，首批环境保护税纳税人开展首次纳税申报。六年来，以环境保护税为核心的“多税共治”绿色税收政策体系逐渐形成。

国家税务总局统计显示，2023年，我国工业企业绿色化投入增长较快，其中购进环保治理服务增长17.7%，高耗能制造业占制造业比重降至30.7%，较2022年下降1.5个百分点，全年环境保护税入库税收205亿元。

在此基础上，《决定》提出要完善绿色税制改革方向，其中包括全面推行水资源费改税，完善增值税、消费税和企业所得税等有关促进绿色发展的政策体系。

国家税务总局相关人士表示，站在新发展阶段，企业不仅要算经济小账，更要算事关大局的环保大账，通过高水平环境保护，企业能够塑造发展的新动能和新优势。

今年2月，习近平总书记在中共中央政治局第十二次集体学习时再次强调要“推动经济社会绿色低碳转型”。从我国税收工作出发，目前以环保税、资源税、耕地占用税“多税共治”的绿色税收体系框架也构建形成。

面向新时代新征程，谋划新一轮财税体制改革中，推动新一轮绿色税收体系改革是其中重要的一环。

中国社科院财政税收研究中心主任杨志勇表示，随着绿色发展理念和“双碳”目标的持续推进，我国绿色税收体系也覆盖了减污、扩绿、增长的职能布局，并形成资源税、消费税和环境保护税等涉碳税种，这将有效促进绿色低碳循环发展经济体系的建设。

新一轮政策支持周期启动 下半年或有增量措施推出

本报记者 谭志娟 北京报道

由于二季度GDP增速较一季度放缓，且国内有效需求不足现象仍较为突出，下半年稳增长政策的加力预期受到关注。

7月30日召开的中央政治局会议指出，要加快全面落实已确定的政策举措，及早储备并适时推出一批增量政策举措。

随后，7月31日国务院常务会议再次强调，要研究推出一批操作性强、效果好、让群众和企业可感可及的增量政策举措。这再次为市场释放出稳增长政策加力的信号。

在业界看来，新一轮政策支持周期启动。受访业界专家认为，考虑到经济增长放缓的压力，后续的逆周期调节力度有望增强，而增量政策举措也更值得期待。

多项措施密集出台

近日我国央行打出降息“组合拳”，释放稳经济信号，提振市场信心。

7月22日，央行授权全国银行间同业拆借中心公布，1年期贷款市场报价利率(LPR)为3.35%，5年期以上LPR为3.85%，均较上一期下降10个基点。同日，央行宣布将7天期逆回购操作利率由此前的1.80%调整为1.70%。

随后7月25日，央行以利率招标方式开展2000亿元1年期中期借贷便利(MLF)操作，利率下调20个基点至2.30%。

民生银行首席经济学家温彬认为，近期货币政策已经开始发力，央行下调7天期逆回购、LPR、SLF、MLF利率，MLF的政策利率色彩淡化，7天期逆回购操作利率将发挥基准政策利率功能，新的调控框架也已基本成型。

此外，在扩内需方面，国家发展改革委、财政部近日联合印发《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》(以下简称《措施》)，其中明确，统筹安排3000亿元左右超长期特别国债资金，加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新。

7月25日，国家发展改革委副主任赵辰昕在专题发布会上表示，今年3月，国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》(以下简称《行动方案》)，4个多月以来，《行动方案》提出的“四大行动”都取得了积极成效。限额以上单位(年主营业务收入达到500万元及以上的零售企业)家电和音像器材类商品零售额同比增长了3.1%，较去年同期增速加快了2.1个百分点。

在国务院发布《行动方案》后，多地也陆续推动消费品换新，进一步激活消费市场。

比如，北京市住房和城乡建设委员会等8部门就发布关于印发《积极推进家装以旧换新工作方案》的通知。通知提出，北京市住建委牵头制定积极推进家装以旧换新工作方案，明确各单位的责任分工。

粤开证券首席经济学家罗志恒对《中国经营报》记者表示，推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动，一是有力促进投资和消费，提振需求和信心；二是提升先进产能、淘汰落后产能，加快市场出清；三是加快产业转型升级，推进绿色低碳发展。

在房地产市场方面，7月中央政治局会议提出“坚持消化存量和优化增量相结合，积极支持收购存量商品房用作保障性住房，进一步做好保交房工作，加快构建房地产发展新模式”。

易居研究院研究总监严跃进认为，从工作重心看，下半年主要围绕“消化存量和优化增量”展开，这对于二手房、烂尾楼、存量土地、商办项目等的盘活和重新规划是非常重要的启发。

市场期待增量举措

面对下半年更加复杂严峻的内外部形势，受访专家表示，需要更加有力的宏观支持政策，才能实现全年5%左右的增长目标。

7月政治局会议指出，宏观政策要持续用力、更加给力。要加强逆周期调节，实施好积极的财政政策和稳健的货币政策，加快全面落实已确定的政策举措，及早储备并适时推出一批增量政策举措。

温彬认为，去年年底中央经济工作会议提的是“要强化宏观政策逆周期和跨周期调节”，此次单提“加强逆周期调节”，表明政策将会以熨平短期波动为目标加大实施力度。

他认为，除了目前已确定的政策之外，一批增量政策也在储备中，其中包括对重点领域的结构性减税、新增加再融资债额度以及加大国有资本经营利润、结存利润、国有资产等盘活力度。

西部证券宏观首席分析师边泉水在研报中也称，增量政策中，房地产方面不排除下半年会出台新的收储支持政策的可能性。

对于货币政策的增量措施，东方金诚首席宏观分析师王青认为，在7月央行降息、引导LPR报价下行之后，三季度降准也有一定的空间，同时不排除四季度政策利率再度下调的可能。

对于房地产政策走势，王青预计，前期出台的“收购存量商品房用作保障性住房”政策将以更大力度推进，预计后期央行专项政策工具可能在增加额度、降低利率等方面发力。

在他看来，“5·17”房地产新政之后，监管层还会继续较大幅度引导居民房贷利率下行，以逐步扭转居民实际房贷利率偏高的局面。“这亦是当前制约楼市企稳回暖的主要症结所在。”王青补充。

工信部：力促工业经济平稳增长 稳定中小企业市场信心

本报记者 孙丽朝 北京报道

在上半年工业生产实现平稳较快增长之后，下半年的工业经济形势备受市场关注。工信部官网发布的信息显示，7月26日，全国工业和信息化主管部门负责同志座谈会在京召开，会议对下半年工作作出部署。

工信部方面称，做好下半年工作，对实现全年目标任务十分重要。要全力促进工业经济平稳增长，继续发挥重点行业、重点地区带动作用，积极扩大国内需求，着力稳定工业产品出口，加强工业经济运行监测调度。

在工信部部署安排相关工作后，工业经济的运行情况备受关注。

根据国家统计局7月27日发布的数据，2024年上半年全国规模以上工业企业利润同比增长3.5%，增速比1—5月份加快0.1个百分点。其中，6月份规上工业企业利润增长3.6%，增速比5月份加快2.9个百分点。

对于上半年工业企业利润数据变化，国家统计局工业司统计师于卫宁在做解读时表示，上半年，规模以上工业企业营业收入同比增长2.9%，与1—5月份持平，企业营收稳定恢复，为利润持续增长创造有利条件。整体看，工业生产平稳较快增长，叠加二季度以来工业品出厂价格降幅明显收窄，共同推动企业营收稳定恢复。

“同时也要看到，国内有效需求不足制约企业效益持续改善，国际环境严峻复杂加大企业经营压力，工业企业效益恢复基础仍需巩固。下阶段，要积极扩大国内需求，畅通国民经济循环，因地制宜发展新质生产力，塑造发展新动能新优势，不断推动工业经济高质量发展。”于卫宁表示。

在上述工信部座谈会上，工信部相关人士表示，要加快培育新支柱新赛道，抢抓新一轮科技革命和产业变革机遇，聚焦智能网联汽车、新材料、生物制造、氢能、人形机器人、元宇宙、脑机接口、量子信息、低空经济、商业航天等领域精准发力，加快发展新质生产力。

对于下半年的工业经济形势，财信研究院副院长伍超明对记者分析称，预计下半年工业利润持续修复存在一定压力。一是去年工业利润增速逐季大幅走高，预示着今年下半年工业利润将面临高基数效应，对其增速持续改善形成压力；二是受居民、企业投资消费支出意愿偏弱，政府支出面临收入端掣肘的影响，预计国内需求不足短期难以大幅改善，本轮企业盈利修复或仍面临波折；三是预计PPI降幅有望持续收窄，价格因素对工业利润的拖累减弱，但PPI全年负增长格局未变，支撑仍偏温和。

“政策加力助力需求恢复可期，但国内供强需弱格局下，工业生产对企业利润支撑难以大幅提高。随着需求改善推动产销衔接水平提高和政策加力呵护，预计企业单位成本有望温和改善。”伍超明表示。

工信部方面还提出，要促进中小企业高质量发展，进一步完善政策法规体系、梯度培育体系、优质高效服务体系，健全防范和化解拖欠中小企业账款长效机制，稳定中小企业发展预期和信心。

中国中小企业协会7月10日发布数据显示，2024年二季度，中小企业发展指数为89.0，较一季度下降0.3点，高于2022年同期水平，与2023年同期持平。

中国中小企业协会表示，中小微企业困难仍较突出，普遍面临需求偏弱、预期不稳、信心不足、成本上升、应收账款拖欠等问题，营商环境有待进一步改善。

“尽管国际国内形势复杂多变，我国经济潜力足、韧性强、回旋空间大、政策工具多的基本特点没有变，长期向好的基本面没有变。综合国力显著提升为中小企业发展奠定坚实基础，深层次改革和高水平开放为中小企业发展注入强大动力，科技革命和产业变革为中小企业发展提质升级带来新机遇，综合统筹力度加大对中小企业发展形成有力支撑。中小企业面临的大环境依然是机遇与挑战并存，有利条件强于不利因素。”中国中小企业协会称。

中国算力进入低成本时代 贵州打造国产算力资源强省

本报记者 索寒雪 北京报道

在数字经济高质量发展背景下，中国算力也进入了新时代。

在2024中国国际大数据产业博览会（以下简称“2024数博会”）新闻发布会上，贵州省大数据发展管理局局长景亚萍透露，《流浪地球2》《三体》等大片的渲染是贵州省提供的算力服务。“未来无人驾驶，也有可能由贵州算力提供计算。”

据悉，由国家数据局主办、贵州省人民政府承办的“2024数博会”，将于8月28日至30日在贵州省贵阳市举办，会议以“数智共生：开创数字经济高质量发展新未来”为主题，全方位、多角度展示国内外数据产业最新发展动态、最新成果和发展趋势。

贵阳市市长马宁宇向包括《中国经营报》在内的媒体记者表示，希望加快构建以生成战略为核心的人工智能大模型，为全社会生产生活提供普惠、应用低价、绿色和安全的算力氛围。

2024中国国际大数据产业博览会新闻发布会现场。 国家数据局/图

让算力像电力一样方便

“我们要提供充沛的低成本算力。”马宁宇向记者透露，“人工智能大模型最需要的是智算，贵安新区的算力集群主要发展智算，截至目前，我们的智算规模已经超过33亿元。”

“我们是一台一台服务器、一张卡一张卡算出来的，预计今年年底将超过75亿元，这样贵安新区将成为全国国产化计算能力最强的地区。”马宁宇表示，“通过这样澎湃的算力，我们联合华为、移动、电信和联通等头部企业，面向全国拥有自研大模型的企业，提供以生成为主的多元异构算力服务。”

马宁宇向记者透露：“让大家就像使用电力一样，方便安全地来使用贵安新区的算力，开展大模型训练。”

据了解，按照国家数据局“五个一体化”的要求，贵阳目前正在统筹算力数据和算法的协同应用，未来还将建立计算服务中心、模型训练中心、数据流通中心、人才培养联合创新中心和产业负责中心等5个中心。

马宁宇说：“希望通过建设5个中心，加快构建以生成算力为核心的人工智能大模型，为全社会生产生活提供普惠、应用低价、绿色和安全的算力。”

目前，贵阳正在搭建开源模型的训练平台，这一模型能够提供低门槛、低成本的训练。“为了降低模型的训练成本，我们专门搭建了这样的公共服务，提供开源的基础模型和优惠的算力，集成各种优秀的算法为大模型企业提供模型的预训练及调优推理，支持大模型一站式训练、推理、部署和运维，缩短行业模型的培育和应用的建设周期。”马宁宇说。

相关资料显示，贵州算力和大数据服务的业务范围主要涉及金融服务、工业制造、医疗健康、商贸、人工智能等多个领域，同时涵盖文字、音频、视频、图片等多种状态，这为人工智能和大模型厂商提供了“燃料”。

国产算力占比达85%

作为全国一体化算力网络国家八大枢纽节点之一，贵州也进入抢抓东数西算的机遇期，目前全省正努力打造面向全国的战略保障基地。

景亚萍向记者介绍：“产业的发展，最核心的是要有政策体系，我们构建的是总体规划加实施意见，包括激励政策和管理办法，同时我们出台了算力综合政策，向全国提供校园服务。”

值得注意的是，随着人工智能的爆发，数据中心也面临转型的问题。

景亚萍介绍：“贵州也在推动数据中心向算力一体转变，目前国产算力占比达85%，贵州省也成为全国国产计算资源最多、能力最强的省份，在国家数据局的支持下，贵州也开展了公共传输通道弹性网络的试点，以降低企业使用网络的成本。”

数据作为新型生产要素，也是数字经济时代最关键、最核心的生产要素。当前，贵州是全国率先推动数据要素市场化配置改革的省份之一。

景亚萍表示：“每年的数博会，数据要素都是重点展览项目，我们深刻感受到数据作为新型生产要素，在推动数据畅通流动以及高效建设方面的作用。”

据了解，“2024数博会”筹备工作将着重突出展览多样性，全面展现数字创新前沿趋势；更加突出专业权威性，打造引领大数据发展的风向标；更加突出企业主体性，让企业在数博会舞台上唱主角；更加突出服务精细化，全面提升办会效能和参会体验感。

在完善数据基础制度方面，贵州省以制度建设为主线，围绕数据共享、开放、产业发展以及安全治理等出台了一系列政策法规和规划。在构建数据流通交易体系方面，2015年，贵阳大数据交易所成立，这为市场打造了安全的数据流通平台。

非制造业PMI高于临界点 多数建筑业企业对行业发展乐观

本报记者 谭志娟 北京报道

7月制造业景气度基本稳定。国家统计局服务业调查中心和中国物流与采购联合会发布的数据显示，7月份，制造业PMI为49.4%，比上月略降0.1个百分点；非制造业商务活动指数和综合PMI产出指数均为50.2%，均比上月下降0.3个百分点，我国经济总体产出继续保持扩张。

在业界专家看来，7月制造业活动继续收缩，主要是制造业淡季，市场需求偏弱，叠加高温、水涝等自然灾害冲击，制造业企业扩大生产和投资方面决策偏谨慎。

但7月制造业生产继续位于50枯荣线上方，反映制造业生产活动继续保持扩张。

国家统计局服务业调查中心高级统计师赵庆河表示：“7月份，因传统生产淡季、市场需求不足以及局部地区高温、洪涝灾害、极端天气等因素对企业生产经营的影响，制造业PMI为49.4%，景气水平略有回落。”

大型企业景气度提高

从分类指数看，7月构成的制造业PMI指数的5项分指数“三降两升”，除生产指数、新订单指数与供应商配送时间指数下降，但7月原材料库存指数与从业人员指数均比上月上升0.2个百分点。

在业界专家看来，这反映制造业企业原材料备货储存趋稳回升，以及当前制造业就业形势保持稳定。

值得注意的是，7月大型企业景气度提高。大型企业PMI为50.5%，比上月上升0.4个百分点，其生产指数和新订单指数分别为52.1%和50.6%，大型企业生产经营活动总体稳定，为制造业平稳运行提供有力支撑。中、小型企业PMI分别为49.4%和46.7%，比上月下降0.4和0.7个百分点，景气水平均有所回落。

中国银行研究院高级研究员梁婧在接受记者采访时分析说：“大中小企业景气度分化是经济结构分化的一个体现。当前，我国经济运行面临国内有效需求不足、重点领域风险隐患仍较多等挑战，二季度以来经济稳增长压力有所增大，企业面临的竞争更加激烈。在此背景下，与大型企业相比，中小型企业竞争能力、抗风险能力相对较弱，景气水平也相对更弱。”

梁婧同时表示：“今年宏观政策持续加码，尤其是二季度以来，地方政府专项债、超长期特别国债加快发行使用，大规模设备更新、消费品以旧换新政策加快落地实施，这些政策对于稳增长发挥了重要作用，这个过程中大型企业可能获益更明显。”

在此背景下，如何更好支持中小企业发展也值得关注。

7月底中央政治局会议对此做出相关部署。在梁婧看来，推动需求回升，引导企业理性竞争，把更多资源和精力放在技术和产品质量提升上，将有助于促进中小企业经营持续改善，也有利于其高质量发展。

梁婧认为：“未来，政策仍需要注重对中小企业的支持，促进有效需求回升，而减轻企业负担则是一个重点方向。”

在政策支持下，企业预期也保持乐观。相关数据显示，7月生产经营活动预期指数为53.1%，比上月下降1.3个百分点，仍位于扩张区间。“这表明多数制造业企业对近期市场发展较为乐观。”赵庆河解释说。

从行业来看，医药、铁路船舶航空航天设备、电气机械器材等行业，生产经营活动预期指数均位于57.0%以上较高景气区间，企业对相关行业发展信心较强。

建筑业扩张放缓

7月份，非制造业商务活动指数为50.2%，比上月下降0.3个百分点，仍高于临界点。

在受访专家看来，非制造业商务活动指数扩张步伐放缓，主要是受房地产、资本市场、零售商务活动及建筑业活动表现不佳影响。

7月建筑业扩张出现放缓迹象：受高温暴雨和洪涝灾害等不利因素影响，建筑业企业生产经营活动有所放缓，商务活动指数为51.2%，比上月下降1.1个百分点。从市场预期看，业务活动预期指数为52.9%，表明多数建筑业企业对行业发展保持信心。

梁婧告诉记者：“建筑业扩张出现放缓有季节性因素的影响，7月份高温暴雨和洪涝灾害等会对建筑业施工产生一定影响，过去几年也都有类似情况，同时房地产市场仍处于调整阶段，市场仍相对低迷。不过，相比之下，今年7月份建筑业环比降幅为1.1个百分点，降幅要小于去年同期。”

东方金诚首席宏观分析师王青指出：“7月基础建设相关活动仍保持较快增长趋势，其中土木工程建筑业商务活动指数仍保持在55%以上。这显示基建投资仍保持较快增长，正在对冲房地产投资下滑的影响，发挥宏观经济稳定器作用。”

展望未来，梁婧认为：“未来，财政政策力度将进一步加大，专项债、超长期特别国债加快发行使用，项目建设将有所加快，加之天气之类的临时性因素逐步消退，预计建筑业商务活动将有所回暖。”

王青表示，7月30日中央政治局会议明确提出“坚定不移完成全年经济社会发展目标任务”，并要求“加大宏观调控力度”，以三季度政府债券发行将明显提速为代表，接下来稳增长政策会全面发力，再加上7月央行降息效应逐步释放，都将提振宏观经济景气水平。

基于此，王青预计，8月官方制造业PMI指数有望由降转升，将达到49.7%左右。

农业农村部：将加快完善牛肉分类分级标准体系

本报记者 蒋政 郑州报道

“牛肉分类分级要看按照哪个维度分，不同部位的牛肉价格偏差很大。”河南贝吉尔肉食品有限责任公司相关负责人告诉《中国经营报》记者。

未来，我国牛肉的分类分级问题，有望通过更加系统完善的标准来解决。

近日，农业农村部对十四届全国人大二次会议第5433号建议进行答复，提到将加快完善符合我国生产和消费实际的牛肉分类分级标准体系，将标准的实施推广纳入肉牛产业集群建设项目。同时，还将因地制宜发展热鲜牛肉经营模式，助力打造牛肉“中国热链”。

多位行业人士提到，目前我国消费市场流行着数套牛肉分级标准，消费者对牛肉分级仍未形成较为统一的认识，不利于牛肉产品实现优质优价。同时，我国肉牛品种众多，牛肉品质却参差不齐，建立统一的牛肉分级标准存在现实困难。

中国农业科学院北京畜牧兽医所研究员朱增勇告诉记者，目前我国还缺少适用于肉牛产业和牛肉消费需求的分类分级标准，这是打造牛肉“中国热链”的基础。

完善分类分级标准体系

牛肉是我国食物消费中仅次于猪肉的肉类食品，消费者对于牛肉的需求已经从满足营养需求向安全、品质和健康方向转换。

不过，多位业内人士表示，目前我国对牛肉等级划分并没有被普遍接受的行业规范，消费者对于牛肉分级的认知尚处于初级阶段。记者走访郑州多个大型商超发现，牛肉大多以胴体部位区分，少有等级上的区别。

今年全国两会期间，全国人大代表、安徽省畜牧技术推广总站站长张莉提出关于加快牛肉分类分级标准制定，打造中国牛肉热链的建议。

她表示，要加快针对中式消费方式的牛肉分类分级标准制定与推广。加快制定国内特色化、差异化牛肉消费分类分级标准及相关制度，联合肉牛养殖主产区和牛肉主销区，建立产区和销区分类分级标准建设示范点。

记者注意到，我国曾在《“十四五”全国农产品质量安全提升规划》《关于实施农产品“三品一标”四大行动的通知》中提到，要加快推进农产品质量分级标准体系建设，加强标准的实施推广。

不过，在日前召开的第七届全国肉牛产业技术研讨会上，多位与会专家提到，我国对牛肉等级的划分大部分以西方国家的分级标准为主要参考，并不能很好地适应我国消费习惯和市场需求。

另有行业人士提到，市场充斥着多套标准，目前消费者对牛肉分级仍未形成较为统一的认识，不利于牛肉产品实现优质优价。

延边大学硕士生导师金熙杰在近日发表的文章《韩国牛肉分级制度的演变及对我国的启示》中提到，我国牛肉分级制度在标准执行过程中出现一些问题。主要原因归结为我国牛种众多，但牛肉品质参差不齐，建立一个统一的牛肉分级标准困难较大。

农业农村部在近日答复中称，将会同市场监管总局、国家卫生健康委等有关部门，加快完善符合我国生产和消费实际的牛肉分类分级标准体系，将标准的实施推广纳入肉牛产业集群建设项目。利用绿博会、农交会等展销平台，促进国内优质牛肉消费。

品牌营销专家路胜贞认为，进行牛肉分级分类，有利于改变产业盈利水准。通过产业整合，提升各环节的效率、效益，满足基础市场需求。

朱增勇也提到，建立国产牛肉分类分级标准体系，有利于消费者区分、选择市场中更适合的牛肉产品，也有助于打造国产牛肉品牌，促进我国肉牛产业的标准化、规范化。

打造牛肉“中国热链”

简单来说，国内市场上流通销售的牛肉产品主要分为热鲜肉、冷鲜肉和冷冻肉等三种形态。

进口牛肉多以冷冻肉形态进入中国市场，近些年在总量上持续飙升。

根据中国畜牧业协会肉牛分会和海关总署数据，我国进口牛肉总量已经实现十一连增，由2012年的7.05万吨升至2023年的273.74万吨，接近国内供给量的30%。

张莉认为，要加快牛肉消费市场多元化发展。打造适宜本地养牛本地消费、区别于进口牛肉的“中国热链”。

事实上，有研究表明，热鲜肉和冷鲜肉的食用品质更好。

上海市农业科学院畜牧兽医研究所副研究员张莺莺团队曾以安格斯牛和中国荷斯坦奶牛为研究对象，比较分析同一品种内热鲜肉、冷鲜肉、冷冻肉三种形态牛肉的营养品质、理化特性和微观结构。结果表明，同一品种不同形态牛肉的品质存在一定的差异，热鲜肉和冷鲜肉营养成分保存较完整、食用品质较好。

雨轩清真食品股份有限公司（以下简称“雨轩食品”）负责人也告诉记者，国产牛肉的优势在于鲜、风味，进口冷冻牛肉无法与其相比。国产牛肉应紧盯消费需求，把握消费升级的大势，切入高端化消费市场和细分市场。

农业农村部答复称，接下来将围绕牛肉差异化发展需求，积极引导各地发展特色肉牛养殖，优化区域布局，强化政策扶持，因地制宜发展热鲜牛肉经营模式。持续落实相关税收政策，加强政策宣传引导，帮助供牛或屠宰加工相关经营主体及时享受政策红利，助力打造牛肉“中国热链”。

从肉牛产业发展来看，要想做大热鲜肉的消费市场，需提前布局肉牛养殖环节。记者了解到，全国多地已经开始推动肉牛产业集群发展。截至2024年6月，农业农村部已建设肉牛相关优势特色产业集群17个、农业产业强镇81个。华南地区正陆续发展热鲜牛肉消费模式。

根据《南方农村报》报道，在大湾区市场，不管是火锅餐饮还是品牌肉企业，热鲜牛肉消费都保持火爆状态。

不过，从终端消费来看，冷冻牛肉的价格在成本上更具优势。根据雨轩食品提供的信息，从2023年开始，我国进口冷冻牛肉呈现出量增价跌的趋势。2024年前4个月，进口牛肉均价为17.03元/斤，已经低至3年前的水平。

多位行业人士表示，价格是影响消费者决策的核心因素，这也是进口牛肉能够在国内市场持续保持增长的重要原因之一。

吉林农业大学经济管理学院原院长曹建民日前在第七届全国肉牛产业技术研讨会上表示，应协调平衡国内和国外牛肉供应，通过配额或者关税等措施为国内产业的调整赢得时间，同时应明确国产和进口牛肉标识，区分二者的流通渠道。

“进口牛肉与国内牛肉市场相互影响，又具有一定的独立性。进口牛肉用于餐饮加工比例较高，由于进口冻牛肉价格较低，会影响国产牛肉在餐饮和加工中的消费比例，挤占国内鲜牛肉市场份额。培育国产热鲜牛肉品牌，打造新的产业链模式，有助于提高国产鲜牛肉的市场认可度，培育消费群体，提高国产肉牛价值链效益，提升国产肉牛产业和国产牛肉市场竞争力。”朱增勇说。

信泰人寿7股东的“隐秘”行动

本报记者 陈晶晶 北京报道

在巴菲特的一个比喻中，如果伯克希尔是一辆投资战车，那么这辆战车的动力，靠的正是保险业务这台“发动机”。他多次表示，用保险浮存金做投资是成功的关键，伯克希尔成绩超过一半要归功于非上市的保险业务。“它比免费的钱更棒！”

在股东信中，巴菲特讲得更直白：“保险业务是为伯克希尔公司量身定做的，它永远不会过时，而且业务销量通常会随着经济增长和通货膨胀而不断增长。”

将保险业务视为“现金奶牛”，是不少资本的共同特点。而在诸多案例中，如何通过股权代持、隐瞒关联关系等手段操纵、经营管理，并采取违法违规手段套取或挪用保险资金，则是其手段和目的。

防范化解金融风险，特别是防止发生系统性金融风险，是金融工作的根本性任务。而监管持续整治金融机构的股权乱象、查处违法违规股东并将其剔除出金融机构，是防范化解金融风险、改进金融机构公司治理结构的重要举措。

自2020年7月开始，监管部门相继发布五批重大违法违规股东名单。

不久前，国家金融监督管理总局公布了第六批银行保险机构重大违法违规股东，违法违规行为主要包括：入股资金来源不符合监管规定；违规代持银行保险机构股权；隐瞒关联关系、一致行动关系；存在涉黑涉恶等犯罪行为。

《中国经营报》记者注意到，在这第六批“黑名单”上，信泰人寿保险股份有限公司（以下简称“信泰人寿”）7家原股东赫然在列。

根据金融监管总局补发的关于信泰人寿的行政批复、撤销决定书、行政处罚，包括处罚原董事长邹平笙终身禁入保险行业、撤销信泰人寿之前的股东变更批复等信息公之于众。

信泰人寿曾推出“如意”“达尔文”系列等爆款保险产品，其高速发展曾一度引发业界关注。现在，曾隐藏在“繁荣”背后的股东秘密行动，如洋葱一般，正在被监管剥开。

非自有资金入股

值得一提的是，就在7家公司入股信泰人寿一年多后，监管便查出这些公司弄虚作假。

在信泰人寿17年的历程中，其早年经历了股东争斗、高管入狱、偿付能力不足、停业整顿，本以为通过增资或迎来新生，没想到却仍是被资本围猎的对象。

2020年4月，经监管批准，信泰人寿第一大股东浙江永利实业集团有限公司（以下简称“浙江永利集团”）将所持有的23.56亿股股份（占总资本的47.12%）转让给中微小企业投资集团股份有限公司（以下简称“中微小企业”）。转让后，浙江永利集团退出信泰人寿股东席位。

2020年11月，7家违规股东联合登场，分别为：天津大田供应链管理有限公司（以下简称“天津大田”）、远洋资本有限公司（以下简称“远洋资本”）、景成新能源投资有限公司（以下简称“景成新能源”）、吉林省九洲能源集团股份有限公司（以下简称“吉林九洲”）、天津市康恒信息科技有限公司（以下简称“天津康恒”）、西藏财邦能源装备有限公司（以下简称“西藏财邦”）、山东浩信集团有限公司（以下简称“山东浩信”）。

根据监管批复，由上述7家公司共同接盘中微小企业、浙江华升物流、利时集团股份有限公司所持有的信泰人寿全部股份。

这场合计涉及69.4%的股权变更，不仅是信泰人寿控制权的一次重大变化，更是对其公司治理的一次深刻考验。

7家新股东入股看似是带来了新的资金血液，实际上是一场精心策划的局。

有意思的是，信泰人寿对于上述股权系列变更，彼时选择“秘而不宣”。直到2021年第二季度偿付能力报告发布后，对比2021年第一季度股东股权信息，公众才发现差别。

需要注意的是，上述7家违规股东公司，穿透股权关系背后，存在千丝万缕的联系。

根据国家企业信用信息公示系统，华田投资有限公司（以下简称“华田投资”）曾是天津大田的唯一股东，也曾是天津康恒的大股东。且华田投资都在2019年退出持股这两家公司。

而华田投资的大股东广州秋石资本管理有限公司（以下简称“秋石资本”）背后，曾出现过远洋资本的身影。

国家企业信用信息公示系统显示，秋石资本的大股东为芜湖远福昌烁股权投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“芜湖远福昌烁”）。在2019年3月—2021年3月期间，芜湖远福昌烁彼时的股东先后有宁波繁菁投资管理有限公司（以下简称“宁波繁菁”）、宁波梅山保税港区远澈企业管理咨询有限公司（以下简称“宁波梅山保税港区远澈”），且这2家公司法定代表人均为徐志全。

穿透至宁波梅山保税港区远澈的最顶层股东，实际由远洋资本100%持股。宁波繁菁亦是如此。

另外2家公司——景成新能源、西藏财邦，都曾有着共同的自然人股东。持有景成新能源投资12.5%股权的自然人胡明阳，其在2017年8月—2024年4月，还持有西藏财邦16.7052%股权。

显然，上述公司背后的联系极其隐秘，需要层层剖开才能看出其中端倪。

值得一提的是，就在上述7家公司入股信泰人寿一年多后，监管便查出这些公司弄虚作假。

2022年7月，监管向信泰人寿及其7家股东下发的行政许可事项撤销决定书【银保监撤销许可〔2022〕1号】指明，天津大田、远洋资本、天津康恒、景成新能源、吉林九洲、西藏财邦、山东浩信等公司入股信泰人寿的资金均非企业自有资金。

据此，监管决定撤销信泰人寿在2020年11月准许变更股东的批复【银保监复〔2020〕805号】。监管表示，信泰人寿应按照监管要求，有序开展7家股东股权清退工作。

监管表示，7家违规股东基于被撤销行政许可取得的利益不受保护；信泰人寿应限制上述7家违规股东参会权、提案权、表决权等相关股东权利。未按上述要求履行本决定的，监管部门将视情况采取进一步监管措施。

后续的一系列监管处罚也接踵而至。

2022年12月28日，信泰人寿因股权转让许可申请中提供虚假材料，被监管处罚50万元；2023年3月27日，时任信泰人寿董事长邹平笙因同样原因被撤销任职资格，并禁止终身进入保险业。

北京排排网保险代理有限公司总经理杨帆对记者表示，企业以非自有资金入股保险机构。一方面，它可能扰乱险企的正常资本结构，影响财务健康和长期发展战略的制定与执行。另一方面，非自有资金的使用可能会导致股东利益与公司利益的错位，股东可能更倾向于短期逐利行为，而非公司的长远发展，影响公司治理的公正性和有效性。

“为防止此类事件，保险公司应加强对股东的审查和监督，确保股东有足够的资金实力来承担长期的投资风险。同时，保险公司应建立健全的风险管理和内部控制制度，防止股东使用非自有资金进行投资。”杨帆说。

保险资金去哪儿了？

中国裁判文书网公布的多份判决书亦显示，邹平笙在任期间，信泰人寿曾几度为“毫不相关”的信托计划“买单”。

前些年，在股东股权复杂且存在部分股权代持下的信泰人寿，其保险资金关联交易多次被监管查出违规。

2017年3月，监管对信泰人寿进行了公司治理现场评估，查实其在关联交易管理方面存在系列违规问题，并禁止直接或间接与嘉兴信业领信投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“信业领信”）、绍兴领雁股权投资基金合伙企业（有限合伙）（以下简称“绍兴领雁”）及上述企业控制或施加重大影响的组织开展交易，包括提供借款或其他形式的财务资助。

彼时，信泰人寿还专门发了一则公告回应此次关联交易违规问题。“公司董事会和管理层高度重视，深刻反思，并积极整改。坚决贯彻监管要求，立即停止与信业领信、绍兴领雁及上述企业控制或施加重大影响的组织开展监管函列示的相关交易，补充相关的关联交易档案”。

随后，信泰人寿补充发布了一则于2016年11月间接投资绍兴领雁的重大关联交易信息披露公告。

据此交易公告，信泰人寿以有限合伙人身份投资了信业领信，认缴投资份额为9.95亿元。信泰人寿向信业领信实缴出资5.19亿元，而信业领信向绍兴领雁投资5.18亿元。

不仅如此，2017年9月，信泰人寿在恒丰银行办理协议存款5000万元；2018年3月，又在吉林春城农村商业银行办理协议存款3亿元。信泰人寿由于违规办理这两项协议存款而被监管处罚。

需要注意的是，信泰人寿后续一些投资行为更耐人寻味。

信泰人寿在2018年1月出资5.6亿元，投资深圳市汇兴弘大股权投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“汇兴弘大”），持有份额为66.67%。对于这个投资，信泰人寿仅在2018年一季度、二季度偿付能力报告“子公司、合营企业和联营企业”一栏中披露过，其余时间均未再出现。

国家企业信用信息公示系统显示，信泰人寿2018年1月22日新晋成为汇兴弘大投资人十多天后，汇兴弘大便出资成为绍兴虹利化纤有限公司（以下简称“绍兴虹利化纤”）股东。

绍兴虹利化纤是绍兴市柯桥区永利小额贷款股份有限公司（以下简称“柯桥永利小贷”）股东之一。穿透股权背后，信泰人寿彼时第一大股东浙江永利实业集团是柯桥永利小贷大股东，持有45%股权。

除了被监管查出关联交易问题，信泰人寿原董事长邹平笙还被爆出挪用超百亿元保险资金。

据财新报道，2021年5月，邹平笙被相关部门带走调查，并于2022年被检察机关提起公诉。根据检察机关调查，2019年—2021年，邹平笙涉嫌利用担任信泰人寿董事长的职务便利，通过协议存款、信托通道、投资不动产等方式，套取了信泰人寿超过160亿元的保险资金。

经过此次股东股权调整，围绕信泰人寿股权多年的“阴霾”或终于消散，迎来“曙光”。监管对于银行保险股权管理、股东行为，以及保险机构乱象的整治力度，也迈入更高的台阶。

视觉中国/图

近两年，中国裁判文书网公布的多份判决书亦显示，邹平笙在任期间，信泰人寿曾几度为“毫不相关”的信托计划“买单”。

例如，根据《确认合同有效纠纷》【（2022）青0104民初3480号】，2019年12月20日，青海银行股份有限公司（以下简称“青海银行”）与长安国际信托股份有限公司（以下简称“长安信托”）签订《长安宁-天津大田供应链应收债权买入返售单一资金信托合同》，约定青海银行作为委托人、受益人，以9亿元信托本金，委托长安信托收购天津大田对华田投资享有的12.32亿元应收账款，信托期限内，天津大田要溢价回购标的应收债权。

上述协议签订后，信泰人寿与青海银行还签订了《协议存款合同》《协议存款合同补充协议》并约定：若青海银行在投资期限届满时未足额收取所投资的9亿元人民币时……青海银行有权直接扣划信泰人寿存款账户内资金。

2022年6月14日，天津大田未能按照《主债权合同》约定足额支付溢价回购款，导致长安信托无法向青海银行足额分配信托利益，信托终止。上述《协议存款合同》项下存款金额为10亿元，青海银行依据合同约定，扣收信泰人寿在《协议存款合同》项下存款约9.87亿元。

业内人士对记者表示，作为经营风险的行业，保险业能够行稳致远发展，依靠的就是稳健经营和防御风险能力。管理好、使用好保险资金正是保险公司做好风险管理的重要方面。如果保险公司自身的风险管理水平都做不到位，又何谈为被保险人提供保障。

存款保险基金现身

信泰人寿此次化险和增资引战是多方合力的过程，浙江政府相关部门、国家金融监管总局及其浙江监管局、保险保障基金、存款保险基金均发挥了重要作用。

前述在2022年7月被监管要求清退的7家违规股东，几个月后也有了处置方案，即“存款保险基金+保险保障基金”现身承接。

监管分两次批复了股权变更，7家违规股东将所持的信泰人寿全部股份，先转让给信泰人寿子公司联创保险销售有限公司（以下简称“联创保险”），再由联创保险将股份分别转给存款保险基金管理有限责任公司（以下简称“存款保险基金”）和中国保险保障基金有限责任公司（以下简称“保险保障基金”）。转让完成后，7家违规股东全部退出。

值得关注的是，存款保险基金入股信泰人寿，这是公开信息可见的首次入股保险机构。此前，其入股过蒙商银行、徽商银行等银行机构。

除了存款保险基金、保险保障基金两大基金“救助”信泰人寿，浙江国资也出巨资参与。

2023年，信泰人寿发布增资扩股公告，称注册资本金拟增至102亿元，引进新股东4家，合计增资不超过93.74亿元，认购公司52亿股股份。

这4家具有浙江地方国资背景的新股东分别为物产中大集团股份有限公司（以下简称“物产中大”，600704.SH）、杭州城投资本集团有限公司（以下简称“杭州城投资本”）、杭州萧山环境集团有限公司（以下简称“杭州萧山环境集团”）和杭州萧山钱江世纪城股权投资有限责任公司（以下简称“杭州萧山钱江世纪城”）。

工商资料显示，物产中大总部位于浙江省杭州市，是浙江省政府直属的特大型国有上市公司；杭州城投资本为杭州市城市建设投资集团有限公司全资子公司，后者控股股东为杭州市人民政府；杭州萧山环境集团和杭州萧山钱江世纪城均为杭州萧山国资旗下企业全资持有。

据披露，股权价格方面，经评估，信泰人寿在评估基准日的股东全部权益价值为90.7亿元，即1.81元/股。在评估基础上，经与信泰人寿股东方协商谈判，确定增资入股价格为每股1.8011元。

增资方案显示，物产中大以约60.65亿元增资款认购信泰人寿发行的约33.67亿股股份，获得33%持股，成为新任第一大股东。存款保险基金和保险保障基金分别持股17%，并列第二大股东。另外，杭州城投资本、杭州萧山环境集团、杭州萧山钱江世纪城分别增资约16.54亿元、10.29亿元和6.25亿元，持股比例分别为9%、5.6%和3.4%。

此次增资完成后，4家浙江国资公司持有信泰人寿股份总计52.03亿股，合计持股51%。

得到增资后，信泰人寿注册资本从50亿元跃至102亿元，股权结构再次发生重大变化。

物产中大在公告中表示，为优化公司金融产业布局，提升金融核心竞争优势，推动保险与养老服务产业、智慧供应链集成服务、新兴产业投资等领域的协同发展，促进共同富裕示范区建设，入股信泰人寿。

物产中大进一步称，参与增资入股信泰人寿，有助于进一步优化公司金融产业布局，推动保险资金跨周期、低成本优势与公司养老服务产业的紧密结合，探索实践“养老+保险”的业务模式，助力共富养老产业发展。

在符合监管要求的基础上，物产中大方面称，将推动保险投资业务与公司智慧供应链集成服务及新兴产业投资融合发展，稳步提升公司金融服务的核心竞争力。

2024年1月23日，信泰人寿变更注册资本及股东获得监管批复，变为国有企业。

据悉，信泰人寿此次化险和增资引战是多方合力的过程，浙江政府相关部门、国家金融监管总局及其浙江监管局、保险保障基金、存款保险基金均发挥了重要作用。

业内人士称，经过此次股东股权调整，围绕信泰人寿股权多年的“阴霾”或终于消散，迎来“曙光”。监管对于银行保险股权管理、股东行为，以及保险机构乱象的整治力度，也迈入更高的台阶。

管理层变更

除了董事会，监事也进行了调整。

引进浙江国资获批后，信泰人寿一系列管理层变动随即而来。

物产中大入场后，信泰人寿多个高层职位变更，其中党委书记由来自物产中大的党委委员、副总经理、总法律顾问吴斌担任，按照惯例，吴斌将在监管批复任职资格后正式出任信泰人寿董事长。此外，信泰人寿的财务、人事、投资方向等重要岗位负责人也全部变更。

7月12日，信泰人寿最新披露称：“由于董事会换届等原因，我公司本年度董事会变更人数已超过董事会成员人数的三分之一，现按照监管要求，对公司董事会成员变更事项公告。”

“经公司股东大会选举，并经国家金融监督管理总局浙江监管局核准任职资格后，公司任命吴斌、王君波、楚静、苑莉、翁国民、郭金龙、刘贤斐为第四届董事会董事，原第三届董事会董事谭宁等人不再担任公司董事。”上述公告进一步显示。

在新的一届董事会成员中，吴斌、王君波均由第一大股东物产中大提名，楚静、苑莉分别来自存款保险基金、保险保障基金。翁国民、郭金龙、刘贤斐则为独立董事。

除了董事会，监事也进行了调整。此前，信泰人寿监事为刘志猛、梅威、刘越，如今调整为来自物产中大的傅璟、来自杭州萧山环境集团的劳明荣。

当下，保险行业的发展面临着资产和负债的双重压力，一方面负债端保费增长步入低增速区间，负债成本不断上升，另一方面投资端面临着宏观环境变化带来的不确定性和投资收益下降的挑战。

浙江国资入场和新管理层到任后，将如何帮助信泰人寿提升经营效益和治理水平？

6月13日，浙江省人民政府国有资产管理委员会官方微信号发布的消息显示，浙江省国资委党委书记、主任董贵波赴信泰人寿开展调研，详细了解物产中大和信泰人寿相关工作进展情况，听取意见建议，帮助解决实际困难。

此次参与调研的人员还有浙江省国资委党委委员、副主任董正泉，物产中大董事长、党委书记陈新，副总经理、党委委员、信泰人寿党委书记吴斌等。

董贵波在调研座谈会上指出，信泰人寿要以更高的站位，在服务大局上有新担当。要以更大的格局，在深化改革上有新作为。聚焦高质量可持续发展，在服务新质生产力上下功夫，做优战略规划，做强市场经营，深化金融改革，不断丰富“保险+服务”产品供给体系，统筹规划公司治理结构、管理团队建设、业务经营水平提升等改革任务，全力打造金融行业新标杆。要以更大的力度，在风险管控上有新举措。积极适应监管制度，严格落实降本增效，高度关注投资风险，全面推进依法依规治企，进一步完善金融风险监测、识别、预警、处置工作机制，促进企业高质量发展等。

陈新也称，物产中大将深入贯彻落实省委省政府及省国资委决策部署，支持信泰人寿进一步规范法人治理结构、提升精细化管理水平、强化内控机制运行，持续提升企业内在价值和核心竞争力。

关于股权变动、追讨原董事长挪用的保险资金、经营安排等问题，信泰人寿方面接受记者采访时表示，目前公司各项业务正常运营，经营稳定。公司坚持保险保障初心不变，继续为客户、为员工、为股东创造价值。

万亿市场东风再起 金融与“两新”政策双向奔赴

本报记者 王柯瑾 北京报道

近日，国家发展改革委、财政部印发《关于加大支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》（以下简称《措施》）的通知。从资金总量、资金结构与补贴范围三个方面进一步加大对大规模设备更新和消费品以旧换新（以下简称“两新”）政策的支持力度。

此前，在国务院新闻办公室举行的国务院政策例行吹风会上，国家发展改革委副主任赵辰昕表示，我国每年工农业等重点领域设备投资更新需求在5万亿元以上，汽车、家电换代需求也在万亿元以上级别，“两新”市场空间巨大。

面对万亿市场蓝海，金融在推动“两新”工作中扮演着至关重要的角色。业内分析认为，一方面，金融通过提供精准的资金支持和创新的金融服务，为“两新”政策的落地实施提供了坚实的后盾，促进了企业设备升级换代和消费品市场的更新换代。另一方面，“两新”政策的推进拓宽了金融服务的领域，为金融机构创造了新的业务增长点，二者呈现双向赋能之势。

“三个大幅度”加力与3000亿元资金支持

《措施》在现行“两新”工作格局和政策体系基础上，进一步强化中央和地方联动，明确由国家发展改革委牵头安排3000亿元左右超长期特别国债资金，加力支持“两新”。

推动“两新”工作，是党中央、国务院着眼于我国高质量发展大局作出的重大决策部署。今年2月，中央财经委员会第四次会议研究“两新”问题，强调要打好政策组合拳，推动先进产能比重持续提升，高质量耐用消费品更多进入居民生活，废旧资源得到循环利用，国民经济循环质量和水平大幅提高。今年3月，国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》，对“两新”工作进行全面系统部署。

近日，党的二十届三中全会胜利闭幕，为落实好会议精神，推动“两新”工作取得更大成果，国家发展改革委、财政部等部门推出《措施》，进一步加力“两新”政策。

《措施》在现行“两新”工作格局和政策体系基础上，进一步强化中央和地方联动，明确由国家发展改革委牵头安排3000亿元左右超长期特别国债资金，加力支持“两新”。同时，《措施》明确了相关资金渠道，并对强化组织领导、加强项目资金管理、营造良好市场环境、及时跟踪问效等提出了具体明确的要求。总体而言，加力支持的内容可以概括为“三个大幅度”，即大幅度扩大支持范围、大幅度优化组织方式、大幅度提升补贴标准。

中国银行（601988.SH）研究院研究员范若滢分析认为，支持资金总量的增加，体现出积极财政政策进一步发力。《措施》提出，统筹安排3000亿元左右超长期特别国债资金，加力支持“两新”。由国家发展改革委牵头安排1480亿元左右超长期特别国债大规模设备更新专项资金用于落实“优化设备更新项目支持方式”和“支持老旧营运船舶报废更新”；直接向地方安排1500亿元左右超长期特别国债资金，用于落实“支持老旧营运货车报废更新”“提高农业机械报废更新补贴标准”“提高新能源公交车及动力电池更新补贴标准”“支持地方提升消费品以旧换新能力”“提高汽车报废更新补贴标准”“支持家电产品以旧换新”；财政部通过原有渠道安排275亿元中央财政资金，用于落实“提高设备更新贷款财政贴息比例”“落实废弃电器电子产品回收处理资金支持政策”。

“支持的资金结构进一步优化，中央财政承担比例较高。”范若滢表示，“用于‘支持老旧营运货车报废更新’‘提高新能源公交车及动力电池更新补贴标准’‘支持地方提升消费品以旧换新能力’‘提高汽车报废更新补贴标准’‘支持家电产品以旧换新’的资金按照总体9∶1的原则实行央地共担，东部、中部、西部地区中央承担比例分别为85%、90%、95%。中央财政承担了绝大部分的资金支出，尤其是考虑到中西部地区地方财政压力更大，进一步加大了中央财政支出比例。”

此外，补贴范围也进一步扩大，并体现出绿色化、智能化等特征。“设备更新支持范围扩大到能源电力、老旧电梯及重点行业节能降碳和安全改造等领域。消费品以旧换新支持范围中对购买1级以上能效标准的产品额外给予产品销售价格5%的补贴，并支持符合条件的营运类货车、新能源公交车及动力电池等以旧换新。”范若滢表示。

随着“两新”政策的加码，我国内需潜力有望进一步释放。自2024年《政府工作报告》提出“两新”政策以来，各地方陆续制定出台相关细化措施，政策效果已经有所显现。“1～5月，设备工器具购置投资同比增长17.5%，对全部投资增长贡献率为52.8%；家电、通信器材零售累计分别增长7%和13.9%，对整体社零的贡献度为24.51%。但6月以来，家电消费出现明显回落，设备工器具购置投资增速也有所放缓。《措施》的出台，能够增强‘两新’政策效果的持续性，进一步释放内需潜力。根据我们测算，预计将拉动GDP增长0.56～0.9个百分点。”范若滢表示，“一是有利于推动耐用消费品消费增长，尤其是新能源汽车、智能家电等重点领域消费；二是顺应我国制造业逐渐进入补库阶段的周期规律，强化制造业投资扩张的内在动力；三是从供需两端引导经济向高端化、智能化、绿色化发展，推动经济高质量发展。”

金融机构不断发力赋能“两新”

受访人士认为，一是及时调整配置信贷资源；二是创新金融产品和服务；三是强化科技与数据赋能，提高金融服务质效。

日前，为积极推动“两新”，加快构建新发展格局，中国银行间市场交易商协会创新推出“两新”债务融资工具，要求募集资金投向《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》所涉及领域。据悉，截至7月2日，首批70亿元“两新”债务融资工具成功发行。其中，54亿元专项用于“两新”领域，涉及供热、纺织、化工等重点行业技术升级、设备更新改造，承销商涉及多家银行。

以光大银行（601818.SH）为例，该行精准对接目标客群需求，制定专业化债券承销方案，成功落地中国华能集团有限公司10亿元、3年期“两新”债务融资工具。该笔债券为中国银行间市场落地的首批“两新”债务融资工具，募集资金专项用于华能集团百万吨级二氧化碳利用与封存研究项目的换型改造，对于畅通资源循环利用、节能降碳具有重要意义。

此前，浙商银行（601916.SH）推出“二十条专项举措”支持“两新”工作，实施时间为2024年至2027年，是一项长达四年的长期政策。该行方面表示，力争到2027年年末，重点领域贷款投放余额较2023年年末增加30%以上，并从消费品以旧换新的供需两端同时发力，打造具有特色的场景金融服务模式。据悉，浙商银行将为“二十条专项举措”的落地配置专项经营资源，出台专项授信政策，确保符合条件的贷款能放尽放。同时，充分发挥“投研一体化”优势，加强对工业、农业、建筑等行业转型升级细分场景的金融服务模式研究，形成专业化金融服务方案，进一步提升场景化服务能力。

如何推动金融与“两新”政策双向赋能？范若滢表示：“一是及时调整配置信贷资源，积极支持‘两新’政策。加大对重点领域企业设备更新的贷款支持，给予适度利率优惠。加大消费信贷的支持力度，通过给予利率优惠、提升贷款额度等方式，以争取更大的消费信贷市场。在风险可控的前提下，布局农村消费金融市场，推出额度小、门槛低的消费信贷产品。加大对资源回收行业企业和重点项目的金融支持力度。二是创新金融产品和服务。进一步重视汽车消费金融的发展，推广新能源汽车分期业务，可适当给予定价方面的优惠。关注二手车市场相关业务机会，以及购车后的汽车保养、车载装饰等细分场景业务机会。区别城镇家庭（以存量产品更新换代为主）和农村家庭（以智能化、绿色化增量产品为主）的不同需求，有针对性地开发不同金融产品和服务。三是强化科技与数据赋能，提高金融服务质效。借助大模型应用，深入分析客户数据，强化客户画像能力，不断延伸和下沉金融服务触角。加强信息科技风险和信息安全管理，在推动消费金融下沉至县城、农村地区的同时守住风险底线。”

范若滢还建议，未来应定期重检“两新”政策效果，有针对性地进一步完善和细化相关政策安排。一是持续加大资金支持力度；二是进一步挖掘县域、农村地区在智能家居、新能源汽车等方面的消费增量；三是配合税收优惠等措施增加企业设备更新的自主积极性。

张斌：提升总需求水平仍是当务之急

本报记者 李晖 北京报道

今年，经济运行中积极因素增多，社会预期改善，但持续回升向好仍面临一些挑战。

中国金融四十人论坛近期发布的《2024年二季度宏观政策报告》（以下简称《报告》）显示：第二季度国内工业生产持续改善和出口持续向好，主要挑战仍然是需求不足，名义GDP增速进一步下降，经济增长获得感有待提升。

中国社会科学院世界经济与政治研究所副所长、中国金融四十人研究院资深研究员张斌

本报资料室/图

经济基本面的挑战也蕴含着改革的方向。作为执笔人之一，中国社会科学院世界经济与政治研究所副所长、中国金融四十人研究院资深研究员张斌，在上述《报告》中从内需不足和贸易失衡的角度对当前经济的现状与挑战进行了深入解读，并针对财政和货币政策提出了相关建议。

近期，张斌在接受《中国经营报》记者采访时表示，通过提升总需求水平实现宏观经济稳定是当前的迫切挑战，政策力度足够充分可以起到立竿见影的效果。

张斌认为，做好总需求管理，关键是用好、用足规范的货币和财政政策工具。用超出市场预期的力量改变市场预期，就能走出需求不足局面。

政策力量需要大于市场预期

《中国经营报》：2024年已经过半，你在《报告》中也提到，财政收入和支出增速放缓，社融还没有走出乏力区间，应该如何看待目前的经济增长挑战，突破口在哪里？

张斌：社融增速不及预期是多种变量之间相互作用的合成结果，收入下降、支出下降、信贷下降以及预期下降形成了螺旋式下降的循环。

这个负反馈机制如何去打破？结合国际和历史经验来看无非两个办法：一方面是货币政策，通过降低政策利率，刺激资产价格上涨，减少债务负担，改善资产负债表；另一方面是广义财政政策，即追加地方政府的投资。

整体看，目前我们需要更大力度的逆周期政策来刺激信贷的增长，继而带动收入增长、支出增长以及预期改善。但需要看到，只有政策力量大到一定程度，大于市场预期，才能扭转这种下行力量。

《中国经营报》：今年上半年财政支出目前和预期增速还有较大距离，你认为财政政策下半年还有哪些发力空间？

张斌：二季度我国GDP实际同比增速为4.7%，名义增速为4.1%，低于去年同期水平。地方财政收缩带动内需边际走弱，国内生产强、消费弱的格局还没有扭转，这不利于提高社会公众在经济增长中的获得感。

财政政策要发挥逆周期政策功能，用好政府信用，通过低成本举债增加支出。当前我国财政收入增速放缓，特别是地方政府的综合财力增速放缓更明显，使得政府支出难以发挥逆周期功能。

我建议：一是要加快政府债券发行力度，加快执行年初制定的计划。二是增加债券发行，为了走出需求不足局面，目前有能力改变局面的还是政府。想把广义政府支出增长保持在高于名义GDP增速的水平上，就需要额外发债增加政府支出。三是把握好化债力度，避免市场自发信贷增速放缓与压降地方政府债务的叠加。

《中国经营报》：在破解需求不足方面，我观察到你去年以来一直在强调加大货币政策力度，但目前政策面更偏向贷款利率稳中有降，你认为顾虑主要是什么？

张斌：有各种各样的顾虑，比如担忧汇率问题，担忧长期利率持续走低，同时也有声音认为卡点在货币传导机制，降利率不一定有用，一系列因素让目前监管可能倾向保留政策空间。

经济可持续复苏离不开金融数据的改善，货币政策应该把走出低通胀、改善经济基本面放在突出位置。通过降低政策利率改善经济基本面，对汇率、资本流动和银行业经营都是更根本性的支撑。即便存贷款利差下降了，银行盈利下降，但资产负债表是改善的，不良贷款减少，持有的资产的估值会提高，对金融稳定也是有帮助的。

要实现更可持续的经济复苏，货币政策需要通过大幅降低短期利率的方式，提升通胀预期，实现维持正常利率曲线形态的政策目标。

如何应对贸易失衡？

《中国经营报》：2024年上半年，工业生产持续改善和出口是一大亮点，但你在报告中也重点分析了应该关注可能引发的贸易失衡，当前我国贸易顺差较高，应该如何评估这一现状？

张斌：贸易顺差背后有趋势性成分也有周期性成分。趋势性成分背后有合理成分，也有不合理成分，不合理成分主要是来自遏制国内消费和投资的市场失灵和政策扭曲。周期性成分来自国内外经济周期的变化，也包含了逆周期政策选择的影响。

我国的投资和消费仍有较大提升空间。举例来看，虽然我国在铁路、公路、机场、电力和燃气等基础设施方面有大量投资和长足进步，很多领域已经接近甚至个别领域超过了发达国家水平，但是在文化、体育、医疗卫生、地下网管等公共领域的投资还有很大差距。

以减少国内消费和投资为代价获取的贸易顺差，面临着很高机会成本。比如贸易顺差所积累的海外资本的真实收益率不高，多数时候甚至低于国内资产的实际收益率。

《中国经营报》：你认为贸易顺差持续扩大会带来哪些影响？

张斌：一国贸易顺差的扩大对应着贸易伙伴国贸易逆差的扩大，贸易伙伴就会感觉到不断增加的竞争压力，以及企业破产和失业压力，对贸易的政治关切上升，贸易摩擦随之而来。近期，美国和欧盟均表达了对所谓“产能过剩”问题的担忧，而中国贸易顺差的持续扩大被视为“产能过剩”概念的一个直观例证，把“产能过剩”议题与中国的强劲出口表现及其不断增长的贸易顺差紧密关联起来。

《中国经营报》：针对当前的贸易失衡，你有哪些政策建议？

张斌：走出贸易失衡，关键在于消除其背后的不合理成分，需通过减小和消除各种市场失灵和市场摩擦，减少不当的政策干预。具体看可以从结构类政策和周期性政策两大类型的政策调整。

本轮贸易顺差的放大，有结构性原因，但更主要的原因还是内需不足，是进口增速的过快下降。改变这种局面下半年重头戏还是要通过标准的逆周期政策、稳定房地产市场政策和把握好节奏的地方政府化解债务政策扩大内需，继而影响进口，更好平衡贸易盈余。

结构性政策上则需要改变地方政府激励，把投资和生产补贴转向公共福利支出，打破服务业进入壁垒，推动公平市场竞争，并推动金融服务业改革，更好地服务企业融资和居民养老保险。

《中国经营报》：你建议地方政府把资源从补贴工业企业转移到提升公共服务上，在目前地方财政紧缩的背景下，是否存在较大难度？

张斌：这种转移是建议地方政府在使用地方财力的时候转移一下方向，现在各个地方政府搞GDP竞赛，包括工业增加值、固定资产投资，很多钱用在补贴企业上后也由此带来了产能过剩和出口贸易顺差问题。

我的建议是，在目前地方财政资源有限的情况下，不应该再把过多资源用来补贴制造业，是否能优先用来化债，或者提高点民生福利以及投资基础设施？对于制造业，需要进一步推动其内部升级迭代走向高质量发展，而不是补贴。让服务业更好成长，对制造业升级也会起到支撑作用。

用好用足政策工具

《中国经营报》：经济基本面面临的挑战也蕴含着改革的方向。《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》提出，必须完善宏观调控制度体系，统筹推进财税、金融等重点领域改革，增强宏观政策取向一致性。你如何理解当前面临的主要任务？

张斌：通过提升总需求水平实现宏观经济稳定是近期的迫切挑战。

发展阶段决定了过去的主要任务是防止过热，现在的主要任务是防止过冷。持续的需求不足环境下，企业盈利和居民收入增长乏力，新增就业困难，经济增长的获得感不强，对未来的信心和预期会持续减弱，金融风险和社会不稳定也会增加。

做好总需求管理，关键是用好、用足规范的货币和财政政策工具。用超出市场预期的力量改变市场预期，就能走出需求不足局面。

《中国经营报》：你认为面向未来的宏观经济治理体系建设关键点在哪里？

张斌：面向新时代的宏观经济治理体系改革主要包括三方面的目标：一是提升经济增长动能，主要是通过营商环境政策、对内和对外贸易政策、产业政策、基础设施建设等政策工具提升科技水平和优化资源配置，进而提高生产效率。

二是保持宏观经济稳定，主要是通过货币和财政的逆周期政策工具，让总需求与总供给平衡，促进物价稳定和充分就业，实现合理的劳动收入增长和企业盈利增长。

三是促进社会公正，主要是通过再分配政策、社会福利和公共服务等政策，提高低收入群体生活福利和公平竞争机会。

面向未来的宏观经济治理体系改革是一个系统工程。在推动宏观经济治理体系的改革过程中，需要确保方向正确，也需要根据当时的宏观经济环境分清楚轻重缓急。提升经济增长动能和促进社会公正是长期挑战，久久为功才会见效。

大额存单“代抢”乱象

本报记者 郝亚娟 秦玉芳
上海 广州报道

“一单难抢”“买到全凭手速”……当前，存款利率持续下行，大额存单“断货”已成常态，一些黄牛做起了大额存单“代抢”生意。

《中国经营报》记者注意到，某平台出现多条代抢代买大额存单的帖子。帖子内容显示：“出某银行3.65%大额存单抢购方法，抢到概率100%。”

有银行业内人士告诉记者：“因为额度管控，大额存单成了稀缺资源。银行一般把它作为钩子产品，要‘配货’才会给一些大额存单的额度。一般人买不到，所以会有黄牛帮忙牵线买，里应外合，拿回扣。”

融360数字科技研究院分析师艾亚文指出，代抢大额存单可能违反银行的销售规定和金融监管政策，如果内部人员违规操作，可能会触犯法律法规，投资者和代抢者都将可能面临处罚。此外，投资者将资金交给代抢者，存在资金被挪用或诈骗的风险，在代抢过程中，投资者需要提供个人银行账户信息，增加了个人信息泄露的风险，可能导致资金被盗或身份被冒用。

“一票难求”的大额存单

当前，大额存单市场呈现出供需紧张的态势，尤其是三年期以上产品，多家银行货架上已难觅其踪。

“原来买的（大额存单）都是4.2%、4%的（利率），额度很多。现在3%的（利率）都得抢。”投资者王先生感慨道。

投资者赵女士表示：“定好闹钟也抢不到大额存单，现在能买到的都是转让的，剩余期限都达不到三年。”

7月下旬，国有大型银行和股份制银行的新一轮存款利率下调纷纷落地，存款利率进入“1”时代。记者注意到，目前多数银行已停售大额存单，一些中小银行发行的大额存单三年期利率超过3%，成为投资者眼中的“香饽饽”。

艾亚文告诉记者：“当前大额存单市场呈现出供需紧张的态势，尤其是三年期以上产品，多家银行货架上已难觅其踪，部分银行也对大额存单起存金额和购买资格有所限制。”

某股份制银行零售业务人士也向记者透露，目前该行针对个人客户的大额存单已经停售了，停售前三年期大额存单利率已经降到2.3%左右，现在只有针对企业客户的大额存单还有部分额度。“但额度管控也非常严，算是稀缺资源。我们一般把这种大额存单产品作为钩子产品，给企业做产品组合的配比。”

“哪里有交易，哪里就有黄牛。”代抢大额存单已成为一种新玩法，有人卖攻略，也有人直接帮忙代抢赚服务费。

上述股份制银行零售业务人士透露，目前大额存单对各家银行来说都算是稀缺资源，一般客户买不到，就可能会出现帮忙牵线撮合的黄牛。

在某平台上，有用户发帖：“出某银行3.65%大额存单抢购方法，100%抢到，从未失手，标价只要8.8元。”记者联系后，对方表示，需单独加微信，在转账后发抢购教程。

据媒体报道，有黄牛表示可“代抢”大额存单，从中收取客服手续费，价格在150元～500元之间，以200元左右的价格居多。但需要客户提供账户、密码等信息，黄牛直接在客户账户中操作，利用工具抢单。

在康德智库专家、北京市两高（上海）律师事务所律师郭凤丽看来，代抢大额存单现象的存在，一定程度上反映了市场信息不对称和投机行为的泛滥。黄牛利用技术手段和快速反应能力，抢占市场先机，从中牟取利益。

中国银行研究院银行业与综合经营团队主管邵科表示，代抢大额存单正是其供给和需求不匹配的一种体现。银行存款利率持续下行，非对称的下调模式导致利率曲线日趋平坦化，较高利率的中长期大额存单变得更加稀缺，购买难度有所增大，部分投资者试图通过其他渠道购买这些产品。

代抢大额存单现象的存在，一定程度上反映了市场信息不对称和投机行为的泛滥。 视觉中国/图

值得注意的是，通过黄牛进行大额存单产品的代购，风险也须警惕。邵科指出，代抢过程中，投资者需要向代购者提供个人身份、银行账号等敏感信息，这些信息可能会被滥用，给投资者带来风险隐患。

郭凤丽强调，投资者应增强个人信息保护意识，避免向不明身份的中介提供敏感信息。同时，银行也应加强客户信息安全保护，防止信息泄露。

邵科还表示，代购过程缺乏资金的监控机制，可能出现投资者的资金或存单被盗用的风险，其间的资金安全风险须警惕。

在郭凤丽看来，代抢大额存单现象虽然在一定程度上满足了部分投资者的需求，但其背后存在的风险不容忽视。投资者应保持理性投资态度，增强风险防范意识，选择正规渠道进行交易。同时，银行也应加强监管和打击力度，维护市场秩序和投资者权益。

截至记者发稿，此前多个“代购大额存单”的帖文内容已改为“出售大额存单抢购方法”。

替代产品受青睐

“固收+”理财产品因其相对稳健和高收益特性，对低波稳健投资偏好的投资更有吸引力。

大额存单如此紧俏，更反映出在利率持续下调环境下，投资者兼具安全稳健和高收益的投资需求难以被满足的现状。

华宝证券研报显示，截至7月29日，六大国有银行与12家股份制银行均完成了存款利率下调，一年期以下定存利率下调10BP，一年期以上定存利率下调20BP。

利率新一轮下调后，理财产品收益率进一步下降。普益标准数据监测显示，2024年7月22日～7月28日一周新发行理财产品中，开放式产品平均业绩比较基准为2.59%，封闭式产品平均业绩比较基准为2.90%。

上述股份银行零售业务人士强调，目前居民风险偏好仍然较低，更倾向低波稳健、持有期较短且相对收益高的产品。“相比理财产品的净值波动，收益率能达到3%以上的大额存单产品自然是投资者最青睐的首选。但在低利率、低息差的环境下，银行都在尽可能降低负债成本，很多银行选择停售大额存单，或者调降大额存单利率。”

华宝证券在研报中进一步分析指出，就银行而言，通过停售长期限大额存单，可以降低高负债成本，优化负债结构，稳定息差水平。从行业整体来看，截至2023年年末，银行净息差下滑至1.69%，跌破1.7%关口。将成本较高的中长期定期存款或存单压降，有利于缓解净息差压力，改善银行经营水平。

不过，上述研报也强调，部分区域中小银行反其道而行之，逆势增加大额存单产品以增加获客。这是由于不同银行负债结构、市场竞争地位的差异，因此调整节奏、方式也会有所不同。

从市场表现来看，受存款利率下调影响，大额存单“量价齐跌”，不同类型银行的大额存单发行利率出现了一定分化。邵科指出，大中型银行的息差水平持续下降，亟须控制高成本负债，大额存单发行动机有所下降，特别是利率较高的中长期产品，整体利率水平也跟随存款挂牌利率下调而相应下降。部分中小型银行的息差处于较高水平，资金需求相对旺盛，大额存单发行热情不减，不仅额度充足、期限灵活多样，而且利率也相对较高。

“从需求端来看，目前存款利率普遍下调，大额存单利率相对较高且支持转让，具有较高的流动性和安全性，仍受到广大投资者的青睐。”邵科指出。

与此同时，替代大额存单的产品也越来越受投资者和金融机构关注。前述华宝证券研报分析指出，流动性较好的日开型非现金管理的固定收益类理财产品，其近1月年化收益率仍在2.5%以上，而替代大额存单的封闭式1年～3年期的理财产品，近1年年化收益均在3%以上，高出同期限定期存款利率100BP以上，对投资者而言具备较强的吸引力。

总体来看，利率持续下行趋势难改，在此环境下投资者要如何做好资产配置？

“由于经济增速的下行，投资回报率下降带动各类资管产品收益率以及存款利率持续走低。存款利率下行，也会进一步带来投资于高息存款类资产的理财产品收益的走低。”上述研报指出，低利率市场环境下，投资者应尽量调整好投资心态。首先，调整及降低对投资收益的预期。其次，根据自身风险偏好和对每一笔钱的投资风险收益要求，综合进行资产配置。对于稳健型投资者而言除了存款类产品之外，替代中长期限大额存单的“缺位”，可以适当配置期限在半年到三年期的低波稳健的固收类理财产品和部分保本策略的结构性理财产品。

不少投资人士认为，“固收+”理财产品因其相对稳健和高收益特性，对低波稳健投资偏好的投资更有吸引力。

普益标准研究员王杰表示，今年以来，市场环境复杂多变，纯固收类理财产品已难以满足部分投资者的收益需求。“固收+”策略通过固定收益类资产作为底仓，搭配股、债等低相关性资产进行风险分散，通过多元化资产配置，在控制波动与回撤的前提下增厚产品收益，越来越受到投资者青睐。

黄金ETF规模创历史新高 “黄金+”投资走热

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

2024年以来，全球金融市场波动加剧，黄金投资却表现亮眼。在此背景下，“黄金+”的资产配置理念受到关注。

《中国经营报》记者注意到，越来越多的机构投资者在投资组合中开始增加配置黄金，比如：公募养老目标FOF、银行理财、私募基金等。

数据显示，中国黄金ETF在二季度却流入25吨，总规模超过92吨，达到历史新高。除了个人投资者的买入，机构投资者发行含黄金产品以及增加黄金配置，也是中国黄金ETF规模突破历史新高的原因之一。

世界黄金协会中国区CEO王立新指出：“根据我们的调研，个人投资者对于投资黄金往往面临几大误区或难点，如下手难、择时难、持有难、占比少等。对此，投资者可通过专业投资机构提供的资产配置建议，选择配备‘黄金+’类型的产品投资黄金。”

降低单一资产类别风险

7月中旬，现货黄金价格突破了2480美元/盎司的历史新高，足金首饰价格超过750元/克。

金价不断走高，对于投资者而言，除了可购买首饰黄金、投资金条以及黄金ETF外，又增加了“黄金+”产品。

所谓“黄金+”产品，指的是把一定比例的黄金加入到投资组合的业绩基准中，将黄金作为投资组合长期战略资产配置的一部分。“黄金+”理财产品对黄金的配置具有战略性和长期性，而非简单的短期投机。

世界黄金协会指出，随着机构投资者对黄金的认可度不断提升以及客户的需求增加外，市场上越来越多的机构投资者在投资组合中开始增加配置黄金，比如公募养老目标FOF、银行理财、私募基金等，这类产品被定义为“黄金+”产品。

光大银行（601818.SH）金融市场部宏观研究员周茂华在接受记者采访时指出，黄金价格不断创出历史新高，“挣钱效应”明显，地缘冲突频发、市场对发达经济体及全球央行降息周期预期，以及近年来全球央行增持黄金等因素，都提振了黄金及相关产品的市场人气。部分金融机构推出“黄金+”产品，既满足市场多元化、个性化投资需求，也有助于机构获客，增强客户黏性，提升市场竞争力。

以招银理财招睿目标盈稳金2号为例，产品资产配置目标中枢为80%债券+10%黄金+10%量化中性策略，在尽量分散风险的前提下，配置了较高仓位的黄金资产，力求在美元降息周期中，博取黄金资产上涨机会，为投资者实现超额收益。

招银理财相关人士表示：“稳金系列除了黄金ETF以外还可以用期权来进行投资。有的期权结构可以让黄金收益上有顶、下有底，有一个比较确定性的区间；有的期权结构可以让我们即便在金价高位震荡的时候也能够拿到较为稳定的票息收益。”

北京黄金经济发展研究中心研究员宋蒋圳指出，目前“黄金+”理财产品主要投资于银行存款、存单、货币市场工具等固定收益资产，衍生品部分综合考虑标的指数的估值水平和波动水平，结合期权价格，选择挂钩SGE黄金9999（AU9999.SGE）的自动赎回结构场外期权，产品投资通常分为固定收益和期权两部分，固定收益部分投资于债券类资产，获取较稳定的基础收益，用不超过债券票息收益所对应的本金来购买期权，产品具体收益取决于期权挂钩标的黄金表现。简单来说，就是用固收的收益去博黄金期权的超额收益。这样就能做到保本的同时，还能获得额外收益，收益范围一般在0.01%～5.5%。

“黄金+”理财产品不是只投资于黄金，固收类资产的配置占据了绝大比重。普益标准研究员李振宇分析称，与直接投资黄金相比，“黄金+”理财产品是一种投资组合，可以降低单一资产类别的风险。理财产品由专业的资产管理团队管理，相比之下，直接投资黄金需要投资者自己进行市场分析和决策。黄金ETF具有很高的流动性，“黄金+”理财产品的流动性视赎回结构、持有期限不同有所差异。另外，直接投资黄金（买金条）的门槛可能较高，“黄金+”理财产品具有较低的投资门槛。

招银理财建议投资者将黄金的配置工作交给研究更深入、工具更多样的专业管理人。除了投资黄金ETF，理财产品还可以通过挂钩黄金标的场外期权等方式进行投资，以期规避短期内的金价波动。

克服黄金投资“四大难”

在金价屡创新高的影响下，二季度金饰需求同比下降19%，跌至391吨，为4年以来的最低点。“眼看着黄金涨得这么高，不敢下手。”上海的王女士表示。

7月30日，王立新在媒体沟通会上表示，投资者对于投资黄金，往往面临几大误区或难点：一是下手难，投资者对黄金投资机制的不了解，和对于黄金的购买形式和渠道的不了解，使其在投资关键节点容易产生犹豫心理；二是择时难，投资者难以把握入市时间点，由于黄金在投资中同样会发生一定程度的波动，因此对于普通投资者而言找到合适的时间节点买入或卖出是一个难题；三是持有难，大部分普通投资者在投资黄金时缺乏长期性，黄金的轻微波动都有可能导致对黄金投资决策的变化；四是占比少，把握持有仓位也是一大难题，部分投资者在投资组合中黄金的比重放的较小，但事实上需要持有一定比例的黄金，才能获得资产的保值和增值。根据组合额度配置及风险收益目标有所不同，黄金在投资配置中的比重占到2%～10%是较为理想的组合方式。

面对投资黄金的痛点，普通投资者很难克服，世界黄金协会特别强调“黄金+”概念和投资模式，通过专业投资机构提供的资产配置建议，从而选择配备“黄金+”类型的产品投资黄金。

此外，在投资门槛上，“黄金+”产品有明显优势。宋蒋圳指出，“黄金+”理财产品的优势也非常明显。首先，产品以份额认购的形式销售，门槛低，1元起购。其次，满足了部分客户既怕金价波动带来损失又想参与黄金投资的需求。再次，一般“黄金+”理财产品的投资周期在三个月到一年，投资者根据不同的资金状况，有多种选择。最后，“黄金+”理财产品有多重选择结构（看涨或震荡），在享受保本的同时还能体验参与金价走势的主观判断。

“从投资收益来看，‘黄金+’理财产品是一个类固收产品，投资期限和收益都相对固定，而金条和黄金ETF同步于实时黄金价格，收益只能来自金价上涨，投资也没有固定期限，自主性更强一些。当然，‘黄金+’理财产品本质还是理财产品，黄金只是作为一个加分项，如果金价持续单边上涨，那金条和黄金ETF的投资收益肯定是要高于‘黄金+’理财产品的。”宋蒋圳如是说。

李振宇认为，当下选择“黄金+”理财产品，投资者需要注意三点：一是目前金价已经站在了高点，在没有大的外部环境变化的条件下，黄金价格不具备大的上涨机会，甚至可能面临超额收益消失的风险。进行“黄金+”理财产品的投资，一定要充分了解产品的特点和风险，根据自身的风险承受能力和投资目标进行合理配置。二是“黄金+”理财产品不仅是投资黄金，黄金配置占比较低，因此更需要关注产品中其他资产配置的合理性，需要了解这些资产的比重以及各自的风险与收益特性，判断是否符合自身的风险偏好。三是仍需要着重关注理财产品背后的管理团队的经验和业绩记录，资产配置顺应外部形势是理财产品收益表现的决定因素，但优秀的资产管理团队能够更好地应对市场变化，优化资产配置。

“从历史经验看，长期或超长期持有黄金具有一定抗通胀作用，目前黄金处于历史较高水平，影响黄金走势不确定性因素仍然较多，对投资者专业性要求较高，从稳健投资的角度，更倾向于多元化投资组合，审慎投资，重视短期市场波动风险。”周茂华认为。

不过，在渣打中国财富管理部首席投资策略师王昕杰看来，作为相对稳健并挂钩黄金的产品，“黄金+”理财产品并不需要精准的择时操作，但对于黄金大致的走势应该有一个了解，以便获得收益率。黄金近期的震荡符合预期，最主要的原因是黄金在前期较为充分的定价了起码一次降息，未来随着真实利率下行，对黄金还将形成支撑。此外，是印度下调了黄金进口税，这也刺激了实物黄金的需求。

具体在选择“黄金+”理财产品时，宋蒋圳提示道，首先还是要以银行或者相应的具备资质的金融机构为准，不要被市场上的一些不知名机构所忽悠。其次，“黄金+”理财产品是固收类产品，无法提供高收益回报，在金价大涨的时候需要有一颗“平常心”。最后，要看清楚所选“黄金+”理财产品是二元看涨自动赎回型还是鲨鱼鳍型，前者是基于价格上涨的判断，后者是基于价格震荡区间的判断，一旦判断错误，是无法获得超额收益的。当然，绝大部分“黄金+”理财产品都会有一个观察期，投资者可以进行多次观察，提高判断准确性。

上市公司理财“变奏”：企业存款“搬家” 债券配置升温

本报记者 秦玉芳 广州报道

近日，各家银行宣布再度下调存款利率，存款利率正式迈入1时代。随着利率的持续下调，上市公司也加入存款向理财“搬家”的队列。据Wind数据统计，年初至今，上市公司认购理财产品的规模达3756亿元；与此同时，上半年非金融企业存款减少1.45万亿元。

不过，整体来看，年初至今上市公司配置理财产品的数量及规模缩减趋势明显，除投资公司理财产品外，包括定期存款、结构性存款、通知存款、银行理财、证券公司理财等类型的多数产品规模均出现同比两位数降幅。

业内人士分析认为，随着利率调整和经济形势变化，企业投资者在资产配置领域的偏好正经历深刻转型，尤其对低风险、稳定收益产品的强烈需求；同时，公司投资者为获取稳定收益、提高资金使用效率，企业债券这类高息“平替”产品越来越受青睐。与之相佐证的是，近来上市公司对利率债及债基等资产的配置意愿显著提升。

存款类理财同比下降两位数

从理财产品结构来看，截至8月1日，今年以来上市公司配置的理财中多数产品规模均呈现同比两位数降幅。

年初以来，上市公司配置理财产品用于现金管理的数量、规模等指标普遍大幅缩减。

Wind数据显示，截至8月1日，今年以来共有628家上市公司公布理财产品配置计划，合计持有理财产品6385个，认购理财产品金额合计3756.7亿元，与去年对比可知，各项指标远低于去年同期。

Wind数据显示，2023年1月—8月1日，1137家上市公司持有理财产品1.14万只，合计持有规模7944.3亿元。

从资金来源看，今年以来上市公司自有资金配置理财的规模也下降明显。Wind数据显示，截至8月1日，2024年以来，上市公司进行理财配置的自有和自筹资金合计3740.2亿元，其中自有资金仅1384.4亿元；而2023年同期上市公司理财配置的自有和自筹资金合计7931.8亿元，其中自有资金5740.7亿元。

尽管理财产品整体配置规模缩减，但从结构上来看，企业存款“搬家”趋势凸显。

一方面，今年以来企业存款持续减少。央行发布的《2024年上半年金融统计数据报告》显示，上半年人民币存款增加11.46万亿元。其中，住户存款增加9.27万亿元，非金融企业存款减少1.45万亿元，财政性存款减少2434亿元，非银行业金融机构存款增加2.21万亿元。

与此同时，越来越多公司机构减少存款，购买兼具灵活性和收益性的稳健委托理财产品，以获取一定的资金收益。

东吴证券在最新研报中指出，近年来在经济温和复苏背景下，多数企业资本开支相对谨慎，设备、厂房等投资意愿相对较低。为了充分使用资金获取收益，企业开始将更多闲置资金进行委托理财，投资领域涉及存款、理财、基金等产品。

杭州某建筑企业财务负责人告诉《中国经营报》记者，近年来公司业务减少盈利降低，对外投资也在大幅缩减，为了保障流动资金安全，公司更愿意把资金放入保险、理财等相对稳健且投资者期限较长的资产上。

华西证券在最新发布的研报中表示，近期银行存款利率再下调，六大行从7月25日起下调人民币存款挂牌利率，其中活期下调5BP；1年期及以下下调10BP；2年期及以上下调20BP。这可能会使得居民和企业存款继续往理财产品“搬家”。

从理财产品结构来看，截至8月1日，今年以来上市公司配置的理财中多数产品规模均呈现同比两位数降幅；其中定期存款、结构性存款、通知存款产品规模同比降幅均超过50%，银行理财产品和证券公司理财产品配置规模同比降幅分别为42.06%和39.38%。

不过，结构性存款仍有相对的“吸金”优势。某股份银行对公业务经理也透露，一直以来企业做协议存款进行流动资金的现金管理配置，但年初以来利率持续下降，能给到企业的存款利率也没有优势了，因此企业越来越愿意进行多元化配置，存款产品配置需求明显减少。“相比之下，挂钩外汇、黄金等产品的结构性存款因利率相对高一点，仍有一定的‘吸金’优势。”

Wind数据显示，2024年1月1日—8月1日，上市公司认购结构性存款规模仍有2391亿元，占认购合计金额比仍接近64%。

普益标准研究员何雨芮分析认为，当前，稳定性高、灵活性强兼具收益性的产品更受企业投资者青睐，比如结构性存款、中低风险银行理财产品、现金管理类产品等。

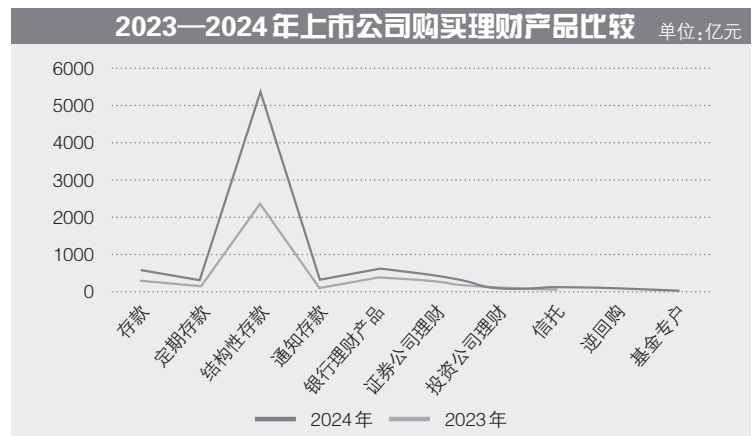
在何雨芮看来，在市场波动环境下，企业投资者的投资态度倾向于谨慎，风险、受益与资金流动性是其主要关注点，以达到在满足其灵活资金需求的同时，保障资金安全、获得较高收益的目的。

在普益标准研究员屈颖看来，企业投资者在资产配置领域的偏好正经历深刻转型，表现为对低风险、稳定收益产品的强烈需求。“在此背景下，货币市场基金、现金管理类理财产品及部分固收类银行理财产品凭借其独特优势，成为企业投资者的优选。这些产品之所以备受青睐，原因在于其稳健的资产配置与投资策略、侧重于低风险资产的布局，以及精准对接了部分存款客户对于风险规避与稳定回报的双重需求。”

屈颖强调，因此当前理财公司在产品设计上更偏向将稳健性置于核心地位，在资产配置策略层面，更倾向于精选信用等级高的低风险资产，旨在构建更为稳固的收益防线，以确保投资者财富的稳健增长。

奥优国际董事长张玥也指出，当前热门理财产品在设计上更注重风险控制和流动性管理，同时也在资产配置策略上更加多元化。

2023—2024年上市公司购买理财产品比较 单位：亿元



年份	存款	定期存款	结构性存款	通知存款	银行理财产品	证券公司理财	投资公司理财	信托	逆回购	基金专户
2024年	305.84	138.47	2391.2	58.66	372.01	273.86	82.18	84.55		10.11
2023年	576.13	304.13	5403.92	319.59	642.07	451.72	27.91	143.17	63.75	11.93

备注：数据统计区间分别为2023年1月1日—8月1日；2024年1月1日—8月1日。

数据整理：秦玉芳 数据来源：Wind

利率债产品吸引力上升

从配置债券类型来看，李兆霆强调，企业投资者更青睐高流动性、高资质的债券。“一方面是流动性管理需求，避免赎回压力造成亏损；另一方面则是信用资质较好的品种可降低组合投资风险。”

值得关注的是，今年以来上市公司对投资公司理财产品配置意愿大幅提升。Wind统计显示，2024年1月1日—8月1日，配置规模82亿元，同比增幅高达194.5%。

与此同时，在当前存款、大额存单利率下行的背景下，债券类产品对上市公司的吸引力逐步上升，尤其是收益和风险相对稳健的利率债产品。

东吴证券在最新研报中分析指出，6月新增企业存款明显低于历史同期，开始逐步向更高收益的理财产品，货币、债券基金等转移。

东吴证券分析认为，今年以来为缓解银行息差压力，银行存款包括大额存单利率持续调降，中长期大额存单逐步暂停发售，随着高利率存款产品的到期，为获取稳定收益、提高资金使用效率，企业需要寻找更多高息“平替”产品。“那么，在当前债牛背景下，债券类金融产品便是一个较好的选择，相对于货币基金、货币类理财产品来说其业绩表现相对更好，同时风险可控，投资价值更高。”

盈米基金研究员李兆霆也指出，存款利率持续下降，导致企业和居民的存款向理财等资管产品转移；且实体融资需求一般，中小银行买债趋势明显，特别是农商行大量购买超长利率债。

从配置债券类型来看，李兆霆强调，企业投资者更青睐高流动性、高资质的债券。“一方面是流动性管理需求，避免赎回压力造成亏损；另一方面则是信用资质较好的品种可降低组合投资风险。”

根据东吴证券测算，2024年、2025年企业金融产品投资中流向利率债市场的资金规模分别大约维持在1362亿元、1912亿元。

在债市持续走牛、市场风险偏好下行的背景下，债券基金也越来越受到投资者追捧。企业通过基金渠道进行债券配置的积极性也在提高。

李兆霆进一步强调，目前债基规模达10万亿元以上，在股市表现不佳与资产荒的大背景下，机构端更倾向配置利率债基，一些避险或风险偏好偏低的资金流入到债基的配置中，叠加化债下信用债收益率下行更凸显了利率债投资价值。

不过，业内人士普遍分析认为，在资本市场波动加剧的环境下，配置债券类资产也需要更加注重风控与收益的平衡。为满足企业投资者配置需求，金融机构也在积极推进债券资产配置策略调整。

李兆霆补充表示，金融机构通过灵活调整投资策略与券种去应对债市的不同阶段，进行产品创新和配置策略调整，以满足当前机构投资者的需求。“比如理财产品通过与信托机构合作投资短久期私募债，提高组合收益并平滑收益波动；保险机构增配超长期信用债，以延长资产久期并适应新会计准则实施；公募基金在市场走强时拉长久期、适度下沉挖掘潜在收益，而在市场调整时灵活交易以应对市场波动和赎回压力。”

张玥也指出，当前企业投资者在资产配置的需求上，更注重风险控制和收益平衡。为了满足这种需求，理财机构推出更多的低风险、高收益的理财产品，以及采用多元化的资产配置策略，将资金分配到不同的资产类别和投资标的，以降低单一资产的风险。

此外，张玥认为，理财机构还可以加强与企业的合作，提供定制化的资产管理服务，以满足企业投资者在特定领域和周期内的投资需求。

期货业净利润同比下滑超两成 风险管理业务成新引擎

本报记者 郭婧婷 北京报道

日前，中国期货业协会（以下简称“中期协”）发布了《2024年6月期货公司总体经营情况》，全国150家期货公司6月交易额44.97万亿元，交易量5.97亿手，营业收入35.10亿元，净利润8.09亿元。其中，净利润环比增加1.25亿元，涨幅超过18%。

《中国经营报》记者根据中期协官网数据统计，今年上半年，期货公司累计营业收入为179.76亿元，同比下降3.74%；累计净利润为38.44亿元，同比下降22.87%。

“传统经纪业务盈利能力下降，经纪业务收入主要依赖交易手续费和客户权益产生的利息净收入，但上半年交易所返还政策调整、行业竞争加剧以及低利率环境都对经纪业务产生了负面影响。传统经纪业务承压是导致期货行业盈利规模收缩的重要原因。”中央财经大学金融学院教授王汀汀在接受记者采访时分析。

值得一提的是，风险管理业务已经成期货公司新引擎。

“（风险管理业务）子公司业务作为这几年行业的亮点是有目共睹的，各公司不断加码子公司业务，不论是从注册资本金、业务考核和软硬件投入都是大力支持的，有一个佐证就是出现了一批从子公司提拔上来的公司高层。”浙商期货北京分公司副总屈晓宁告诉记者。他指出，子公司业务也是一把双刃剑，每年都会有不同程度的个别公司出现大幅亏损情况，从而影响行业子公司整体利润。

传统经纪业务盈利收缩

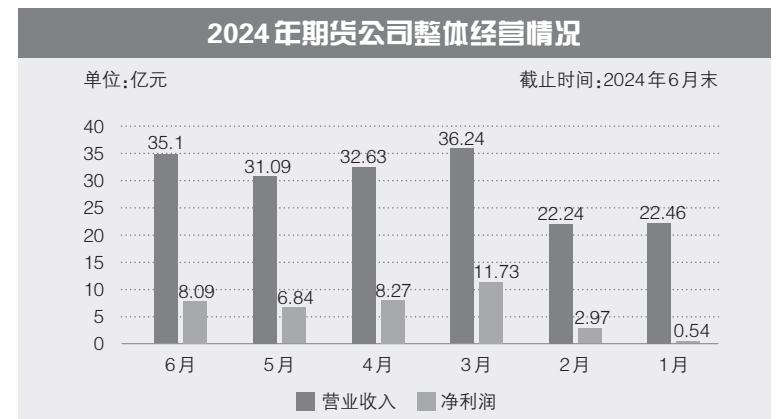
近日，中期协公布的《2024年6月全国期货市场交易情况》显示，1—6月全国期货市场累计成交量为34.60亿手，累计成交额为281.51万亿元，同比分别下降12.43%和增长7.40%。

对此，屈晓宁分析，收入小幅下滑在情理之中，大环境处于复苏阶段，期货品种行情相对分化，有强势品种但整体交易氛围不足。利润大幅下行主要是受到交易所相关政策的变化和行业整体对部分业务调整的结果，业务转型和修内功成为行业共识。

王汀汀指出，期货公司营业收入和净利润均出现下滑，特别是利润降幅较大，这一现象背后有多重因素共同作用，既涉及经济发展的阶段性特点、行业自身的结构调整，也与国际国内形势的变化密切相关。

在王汀汀看来，除了传统经纪业务盈利能力下降这一原因之外，还有多重原因，具体来看，全球经济复苏放缓和地缘政治风险加剧，导致市场参与者对未来走势的预期趋于一致，市场整体波动收窄，减少了交易机会和交易量，这直接影响了期货公司的营业收入；在低利率环境下，期货公司的利息收入也面临收缩。客户权益产生的利息净收入是期货公司的重要收入来源之一，低利率环境减少了这部分收入，对以传统业务为主的期货行业产生了冲击。随着期货市场的不断发展，新进入者增多，行业竞争加剧。为了在市场中立足，期货公司不得不降低佣金费率以吸引客户，这进一步压缩了公司的盈利空间。

2024年期货公司整体经营情况



数据来源：中国期货业协会官网

风险管理业务成胜负手

虽然上半年营收和净利润有所下降，但是仍不乏亮点。比如，截至今年上半年，共有96家期货公司在协会备案设立99家风险管理公司，其中97家备案了试点业务。

相关数据显示，期货风险管理子公司合计净资产为437.12亿元，环比增长2.31%；总资产1738.74亿元，环比增长0.53%。上半年，风险管理公司期货做市交易成交额为48884亿元，同比下滑71.35%。值得一提的是，期货风险管理子公司6月当月净利润为7.7亿元，环比大增21331.16%。环比大增原因有二：“一是服务产业的集中体现；二是与5月相比，半年结算带来的集中利润释放。”屈晓宁分析。

受访人士分析，风险管理子公司盈利环比大增的原因主要包括市场环境的有利变化、业务发展的推动、投资收益的贡献以及服务中小微企业的成效等多个方面。目前风险管理子公司的收入和利润规模都比较小，所以增长快速，未来行业发展规模逐渐增大，业务逐渐成熟，增长率会回归到一个正常的状态。

“风险管理子公司的投资收益在净利润中占据了重要比例，上半年受益于市场波动和结构性行情，风险管理子公司的投资收益大幅增长，成为推动其盈利环比大增的主要动力。另外，风险管理子公司通过灵活运用现货、期货和场外衍生品等工具，开展衍生品业务，如场外期权、含权贸易等，这些业务在上半年表现出色，为子公司带来了一定的收益。”王汀汀指出。

盈利上涨还有一个原因是由于场外期权业务增加导致的情况。“当前，A股对个别股票指数避险对冲的需求也大幅增长。”某业内人士分析。

“风险管理子公司的投资收益在净利润中占据了重要比例，上半年受益于市场波动和结构性行情，风险管理子公司的投资收益大幅增长，成为推动其盈利环比大增的主要动力。另外，风险管理子公司通过灵活运用现货、期货和场外衍生品等工具，开展衍生品业务，如场外期权、含权贸易等，这些业务在上半年表现出色，为子公司带来了一定的收益。”王汀汀表示。

在经纪业务发展面临挑战的背景下，头部期货公司纷纷寻求特色化、差异化发展方向，有观点认为，境外业务与风险管理业务成为新的胜负手。

王汀汀指出，这一现象既是短期市场变化带来的临时调整，也是代表了期货行业未来较长时间的发展趋势。随着期货市场不断发展和开放，期货公司需要不断适应市场变化积极探索新的业务模式和增长点，以实现可持续发展。

在屈晓宁看来，作为服务实体经济的重要抓手，期货风险管理公司近年来业务规模持续扩张。风险管理公司为众多实体企业提供风险管理解决方案的同时，也成为期货公司实现差异化发展的新引擎。

海通证券预计，以风险管理业务为代表的创新型业务将是期货行业未来转型发展的重要方向。在期货经纪业务同质化竞争激烈、行业佣金费率面临下行压力等环境下，向以风险管理业务为代表的创新业务转型是期货公司发展的重要方向，预计未来风险管理业务在期货行业营收及利润中的贡献将进一步提升。

服务实体经济+转型升级

7月初，证监会期货监管司撰文表示，今年以来，各证监局依法采取了近50项涉及期货公司的行政监管措施；期货交易所发现并处理违法违规线索100余条；中期协实施自律管理措施近70项。

谈到未来方向，文章提到：“下一步，证监会还将督促期货相关单位紧盯期货市场重点品种及行业机构的运行情况，持续加强监管、严格执法，全力维护期货市场平稳运行。证监会还全面部署行业机构风险排查，重点关注法人治理、互联网营销、居间人管理、子公司经营、信息技术系统等方面存在的突出问题。”

近日发布的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》中提到：“更大力度服务实体经济回升向好。完善新股发行逆周期调节机制，用好债券、期货、区域性股权市场等多层次资本市场工具，稳妥有序推进资本市场制度型开放。”

下转↘B4

掘金全球资本市场 QDII基金业绩亮眼

本报记者 顾梦轩 夏欣
广州 北京报道

2024年年初至今，全球资本市场高潮迭起，也吸引了诸多投资者参与其中。不少投资者开始试水海外投资，不仅拓展了投资机会，而且还有效分散风险，提高投资组合整体回报。

《中国经营报》记者注意到，投资海外的QDII基金也在今年跑出了不错的收益。不论是投资美股，还是投资东南亚股市的QDII基金，都为投资者带来了惊喜。

Wind数据显示，截至7月31日，全市场628只QDII基金年内平均收益3.2%；其中79只投资纳斯达克市场的QDII基金平均收益10.67%，最高收益23.41%；三只投资印度股市的QDII基金收益均超10%；两只投资越南股市的QDII收益率在6%左右。

天弘基金国际业务部基金经理杨恋令表示，全球投资不仅可以有效分散单一市场风险，还有望提升整体投资组合的回报潜力。一方面，A股市场与美国、日本、越南等市场走势低相关，全球投资有望为投资者降低单一市场波动的影响；另一方面，如果选择了合适的投资标的，海外投资则有望提升投资者的投资回报，以标普500指数为例，该指数近15年年化收益率超10%，且波动率低，显示出较高的夏普比率。

美股回调释放风险

美股近期的回调更多是出于宏观变数的增加和龙头股增长放缓，是一次美股集中度过高的风险释放。

从全球范围看，许多经济体依旧处于强劲增长中，为投资者带来更多机遇。以美股为例，纳斯达克主题基金、跟踪标普500相关指数的QDII基金均在年内取得了不错的业绩。

Wind数据显示，截至7月31日，全市场62只跟踪标普相关指数的QDII基金年内平均收益8.79%，其中，跟踪标普500指数的28只基金年内平均收益为11.64%。

从指数涵盖的公司类型来看，纳斯达克指数主要由在纳斯达克交易所上市的高科技、互联网和生物科技公司组成。纳斯达克指数被视为科技股的代表，具有较高的成长性和创新性。而标普500指数则涵盖了在纽约证券交易所和纳斯达克交易所上市的500家大型公司，涵盖了美国股市中大部分的经济部门，包括工业、金融、能源、科技、消费品等。相对而言，“标普500指数更能够全面地反映美国股市的整体表现。”格上理财研究员毕梦婀说。

具体到纳斯达克指数和标普500指数产品，投资者又该如何选择？博时基金指数与量化投资部投资副总监兼基金经理万琼指出，投资者在选择指数时，应该考虑自己的投资目标、风险偏好和市场预期。如果投资者更看好科技行业的发展，可能会选择纳斯达克100指数相关的投资产品；如果更偏向于整体美国经济的表现，可能会选择标普500指数相关的投资产品。当然，投资者也可以根据个人偏好和资产配置的需要，在两个指数之间进行分散投资。

2024年QDII基金业绩TOP10

基金简称	总回报(%)	同类排名
景顺长城纳斯达克科技市值加权ETF	23.41	1/339
景顺长城纳斯达克科技市值加权联接A	19.65	2/339
国泰中证香港内地国有企业ETF	19.58	3/339
景顺长城纳斯达克科技市值加权联接E	19.51	4/339
景顺长城纳斯达克科技市值加权联接C	19.36	5/339
景顺长城纳斯达克科技市值加权联接A美元现汇	18.78	6/339
易方达MSCI美国50ETF	18.52	7/339
易方达标普信息科技A人民币	17.78	8/339
易方达标普信息科技C人民币	17.54	9/339
华夏中证香港内地国有企业ETF	17.30	10/339

截止日期：7月31日 数据来源：Wind

毕梦婀表示，2024年二季度，美国GDP数据超预期，为股市提供了坚实的经济基础。其次，美国通胀也走入了震荡下降的区间，相对缓和的通胀将有助于美联储年内降息。此外，由于估值下跌的空间有限，制约美股的一大因素逐渐消散。

记者注意到，此前一直强势上涨的美股刚刚经过一轮回调。在7月11日至7月31日，纳斯达克指数跌幅为8.04%，多数大型科技股跌幅较深。截至当地时间7月30日收盘，英伟达（NVDA.O）、阿斯麦（ASML.O）、台积电（TSM.N）月度跌幅分别为16.04%、15.73%、11.09%。

毕梦婀认为，美股近期的回调更多是出于宏观变数的增加和龙头股增长放缓，是美股一次集中度过高的风险释放。近期一系列的突发事件也加剧了科技股的调整，比如，美国前总统特朗普遇刺事件；美国对中国采取的芯片贸易限制；受到微软“蓝屏”事件的波及，导致VIX（恐惧指数）上升。“不过从行业表现和盈利上看，并不会导致美股重蹈2000年‘互联网泡沫’的覆辙。”毕梦婀分析。

万琼指出，7月24日，特斯拉和谷歌两大科技巨头发布的财报不及预期，7月31日微软财报中的智能云计算业务收入低于预期，亦引发投资者对AI持续创造盈利的担忧。此外，一些经济数据显示美国经济增长放缓，经济数据放缓同样加大了市场对于9月美联储开启降息的预期。7月24日发布的标普PMI（采购经理指数）制造业数据跌到荣枯线以下。

东南亚新兴市场崛起

当下QDII基金主题名称日渐繁多，投资东南亚市场的QDII数量也日趋增多。

美联储降息预期加上美元走弱，增强了新兴市场对投资者的吸引力。与此同时，供应链迅速向东南亚转移，加之旅游业复苏，为企业盈利提供了更好的前景。摩根大通资产管理公司投资组合经理Pauline Ng在接受媒体采访时表示：“总体而言，东南亚国家联盟（资产）的估值看起来比长期以来更有吸引力。再加上较长期的结构性利好，东盟股市可能为投资者提供令人信服的机会。”

记者注意到，当下QDII基金主题名称日渐繁多，投资东南亚市场的QDII数量也日趋增多。事实上，早在2018—2019年，投资印度市场的QDII基金相继面世，包括宏利印度、工银印度市场基金（人民币）以及工银印度市场基金（美元）等。2020年，投资越南股市的天弘越南市场基金诞生，这也是目前为止唯一投资越南市场的公募QDII。

“如果考虑从现在开始投资越南，机会并未逝去。”越南胡志明券商投资研究负责人Peter Redhead在天弘基金海外投资年中策略会上表示，越南经济的最好时刻尚未到来。

对于越南在经济多元化方面的成就，Peter Redhead指出，过去十年，越南从一个以商品和农业生产为主的经济体，逐渐转向汽车、电子产品和更多高附加值产业。目前，越南的经济增长速度约为每年7%，其长期目标是到2045年成为一个高收入经济体。

此外，在城市化进程与人口结构方面，越南也具备一定优势。Peter Redhead指出，越南拥有大量年轻、受过高等教育的人口，并且在很大程度上仍处于城市化的起步阶段。这为越南提供了巨大的潜力。城市化和人口优势是新兴市场成功的关键因素之一。越南在这方面具有明显的优势。

Peter Redhead还提到了越南在基础设施建设方面取得的进展。他指出，近年来，越南刚刚完成了一条南北高速公路，连接河内和胡志明市，基本上用一条高速公路连接了整个国家。此外，越南还刚刚制定了第一条高速铁路线的计划。这些基础设施项目不仅有助于促进经济增长，还能在贸易下滑时提供支持。

相对于其他新兴市场，越南还具有财政方面的优势。Peter Redhead分析称，越南的政府债务与GDP之比相对较低，这为政府提供了大量的财政空间。“政府有能力投资于基础设施，而不会对经济产生太大的影响。这是越南相对于其他新兴市场的一个重要优势。”Peter Redhead说。

全球市场波动率或增加

2024年被国际舆论称为“超级选举年”，地缘政治也存在不确定性。整体而言，全球市场的波动率或将会有明显的增加。

对于美股三季度的表现，国泰基金持偏谨慎态度。主要是因为美债利率，美国通胀可能有反弹压力，美债利率会偏高。这对于科技股，尤其是对估值很敏感的科技股，是存在压制的。但是即使是这样，美股已经用过去十几年证明是一个长牛的资产。这背后有很多的坚实的基本面支撑，包括制度、人才、全球流动性等。即使短期交易拥挤度过高，但是长期来看，美股仍然是全球最好的资产之一。

具体到投资策略，国泰基金建议，投资者保持仓位配置，但如果仓位已经很高了，可以控制一下，做好波动率的对冲和保护。

对于印度股市，宏利印度QDII基金经理师婧表示，2024年，全球经济GDP或将继续处于降速周期，美联储为首的各国央行开始步入降息周期，降息的方向是相对确定的，但是节奏是不确定的，而市场的风险来自于对于降息节奏的过于提前的乐观计价。同时，由于海外AI创新和不同经济体各自差异的背景下，全球风险资产呈现结构的分化。同时，2024年被国际舆论称为“超级选举年”，地缘政治也存在不确定性。整体而言，全球市场的波动率或将会有明显的增加。

相比较而言，师婧认为，印度经济增速虽然相比2023年有所放缓，但是依然有望保持相比全球经济较高的增速率水平。在7月IMF（国际货币基金组织）《世界经济展望》中，继续上调2024年印度的GDP增速，从6.5%上调至7%，同时保持其2025年6.5%的增速不变，而对同期发达国家和发展中国家的平均增速预计分别为1.7%和4.3%。

值得关注的是，越南股市在过去几年中表现出色，但Peter Redhead认为越南股市仍有巨大的增长潜力。他认为，越南市场目前被低估，他预计未来几年将实现强劲增长。2024年越南上市公司的ROE（股本回报率）很强，他预计2025年ROE将继续表现良好。

Peter Redhead还指出，尽管面临一些挑战，如汽车销售下降，但越南的经济总体上运行良好。国内消费和游客人数已经恢复到疫情之前的水平。政府在公司债券方面的政策也有助于稳定市场。

万琼提醒，在投资过程中，投资者需要注意防范风险。首先是汇率波动的风险。投资者投资海外资产，不仅仅是标的资产的波动，同时还会受到汇率的影响。

其次是地缘政治的风险，不同国家的政治环境可能不同，一些地区的冲突不断，投资海外资产需要警惕可能产生的风险。“最后投资者要清楚投资市场的风险收益特征，明确资产风险属性。”万琼强调。

信托公司“招兵买马”自建财富直销渠道

本报记者 樊红敏 北京报道

自6月份前后第三方代销业务被叫停之后，信托公司“招兵买马”加速财富端建设的趋势颇为明显。

《中国经营报》记者注意到，近期，金谷信托、大业信托、国元信托等多家信托公司通过公司官网或第三方平台发布信息，招聘财富管理相关岗位。

据相关媒体今年7月中旬报道，经记者梳理，在猎聘网中有35家信托公司挂出理财经理等相关职位的招聘。其中，陕国投A（000563.SZ，以下简称“陕国投信托”）、西部信托等公司的相关招聘职位均在20个以上，光大信托、国通信托等公司的相关招聘职位也均在10个以上。这也意味着，信托行业内超过半数的信托公司在招聘财富管理人才。

“信托公司目前建立完善自己的直销渠道和财富团队是一种大趋势。”某资深信托行业研究人士在接受记者采访时表示，一方面，监管对于代销渠道的监管有所收紧，7月已经禁止信托公司通过第三方财富公司代销产品；另一方面，信托公司的业务逐渐由非标业务转型向标品信托业务和财富管理服务信托业务等，服务客户对专业性的要求越来越高，自建渠道打造专业服务团队是大势所趋。

信托招聘主打财富岗

从信托公司发布的招聘信息来看，涉及财富管理业务的具体岗位设置包括“区域财富中心负责人”“城市财富中心营销总监”“财富顾问”“理财经理”“家族信托团队负责人”等。这些岗位工作地点多数覆盖北上广深等多个核心城市，信托公司建设打造区域财富管理中心的用意颇为明显。

举例来看，近日，金谷信托通过第三方平台发布了“区域财富中心/家族团队负责人”“区域财富中心/家族团队财富顾问”岗位招聘信息，上述岗位工作地点覆盖北京、上海、广州、深圳、杭州、成都等多个城市。今年7月8日，国元信托在官网发布“理财团队负责人”及“理财经理”两个岗位的招聘信息，前者工作地为上海，后者工作地覆盖蚌埠、芜湖、浙江、江苏、上海。今年6月，大业信托通过第三方平台发布“财富团队负责人/家族信托团队负责人”“财富顾问（理财经理）”岗位的招聘信息，岗位工作地点覆盖广州、北京、上海、杭州、福州等地。

实际上，早在今年年初，本报记者就注意到，财富管理岗位成为信托公司重点招聘方向之一。彼时，百瑞信托在招聘财富顾问、高级财富顾问等；西藏信托在招聘财富管理中心分部负责人、财富顾问以及家族办公室经理；苏州信托在招聘财富管理总部理财营销经理及助理；华融信托在招聘财富管理与家族信托部总经理、副总经理。

这背后，向财富管理方向转型，早已成为信托行业的战略共识。近年来，信托行业加速布局财富管理，通过建设区域财富中心、提升财富经理能力、丰富信托产品体系及构建科技信息系统，以多种方式助力发展信托行业的财富管理业务。

中国信托业协会统计数据显示，截至2017年年末，35家信托公司成立了财富中心，不同地区财富中心机构数量合计204家。

中国信托业协会发布的《中国信托业发展报告（2020—2021）》显示，在区域财富中心的搭建方面根据协会调研有效问卷，共有368个区域财富中心，平均每家公司有约8个区域财富中心。根据百瑞信托相关研报统计，2022年有3家信托公司新增财富中心。

从某种意义上说，近期，监管叫停第三方代销业务，或进一步加速了信托公司财富团队建设的步伐。

今年6月下旬，记者从业内获悉部分信托公司收到监管部门窗口指导，要求证监会批准的公募基金代销牌照公司不得代销信托产品；要求信托公司排查是否存在通过第三方财富平台销售自主发行信托产品的情况。

记者梳理发现，近期，长安信托、大业信托、西藏信托、国民信托、陕国投信托、天津信托等多家信托公司均曾发布公告，澄清未与第三方非金融机构开展信托产品代销合作。

“第三方财富机构不能再代销信托产品，这给市场造成的冲击其实是相当大的。以近一两个月发行的政信类信托产品为例，受信托公司暂停第三方财富机构代销的影响，很多自建财富端较弱的信托公司或者资金规模较大的信托产品都面临很难募齐资金的问题。”专注于城投债、城投非标等业务的专业投资机构西政资本认为。

做强财富管理服务信托

从招聘岗位设置来看，信托公司有意将人力资源重点向财富管理服务信托业务领域倾斜。

比如，粤财信托招聘岗位为“财富管理服务信托总部-成都财富中心负责人”；岗位职责包括“负责成都财富中心的团队组建，重点拓展西南区域机构客户，完成财富管理服务信托总部下达的年度及阶段性的任务目标”。

又如，西部信托在招聘“家信业务部（筹）负责人”，岗位职责为“负责公司家族信托、家庭服务信托等财富管理类业务的战略规划与统筹管理，建立与健全各项家信业务管理制度与工作流程”。

另外，大业信托、金谷信托所招聘岗位也包括“家族团队负责人”。

2023年3月，《关于规范信托公司信托业务分类的通知》正式发布，资产服务信托项下的财富管理服务信托被细分为七项，分别为家族信托、家庭服务信托、保险金信托、特殊需要信托、遗嘱信托、其他个人财富管理信托以及法人与非法人组织财富管理信托等7类具体业务，满足客户的财富管理需求。

金乐函数信托分析师廖鹤凯在接受记者采访时也表示，随着新分类的推进，信托公司的发展方式正在重大转变，发展思路也有较大调整，信托公司角色面临转换，即“买方”角色强化，“资产管理业务”会是未来较长时间信托公司的主要盈利来源，而资产服务信托在这个过程中也将发挥非常重要的作用。

“这一过程中，信托公司也面临历史遗留问题解决和与时俱进适应新时代、新形势团队建设的挑战。部分信托公司根据自身业务情况强化服务信托领域的拓展发挥信托制度优势，满足与日俱增的客户资产托管、财富管理、家族信托、遗嘱信托等热门领域需求，作为服务匹配就需要在业务集中城市加速建设财富团队。”廖鹤凯称。

上接 B3

谈及期货发展方向，屈晓宁认为，经纪业务作为期货公司的基石业务是毋庸置疑的，再如何寻求发展也是围绕如何拓展客户和如何深度服务客户，重点是产业类型客户成为期货公司的核心竞技场。海外业务的发展已经有多家企业做出了成绩，从而更多公司加重了投入。风险管理作为期货行业服务实体经济最直接的手段，将会是未来最重要的指标和公司核心价值。

屈晓宁进一步指出，期货行业如何成为产业转型升级中的一环，更好地为产业客户做好风险管理和仓单服务是行业发展的实际方向。

“未来商品、工具更多元化，有明确的引导方向。对于期货业‘面’的拓展，有大的想象与发展空间。但是以未来5年来看，除了工具的完善‘面’外，‘质’发展也能逐步改善的话，发展空间将有大的机会。”前述不具名的资深业内人士指出。

王汀汀观察到，随着中资企业加速“出海”，境外中资企业套保资金增长，为期货公司提供了广阔的海外市场空间。具备境外布局优势的期货公司通过拓展境外业务，不仅可以规避国内市场的竞争压力，还可以利用国际市场的资源和机遇实现差异化发展。

“面对经纪业务的同质化竞争和佣金费率下行压力，期货公司必须加快创新和转型步伐以寻求突破。作为期货公司新的增长点和发展方向，境外业务和风险管理业务不仅有助于提升公司的竞争力和盈利能力，还有助于推动整个期货行业的创新与发展。”王汀汀表示。

净息差降幅趋缓 银行加大信贷结构调整

本报记者 杨井鑫 北京报道

随着银行业减费让利支持实体经济持续进行，目前企业融资成本已降至历史新低。然而，净息差整体持续走低为银行业盈利带来了挑战，银行规模化效应向精细化管理方向的转变也更加迫切。

据《中国经营报》记者了解，2024年上半年银行业的净息差仍在探底过程中，但降幅有所趋缓。为了应对净息差变化给银行经营带来的影响，各家银行都在通过优化资产负债结构来稳息差。在风险可控的情况下，增加个人消费类贷款、小微企业贷款、科技企业贷款等领域投入，提升资产端收益率。同时，压降负债端成本，减少高付息主动负债。

降幅空间有限

银行净息差仍在下行区间，但是下半年降幅空间有限。目前银行的存款利率也在调整，有利于银行稳息差。

2024年，银行净息差的表现仍是决定银行业绩的关键因素，也受到了业界的高度关注。

7月31日，南京银行（601009.SH）披露了A股首份银行2024年半年报。报告显示，截至6月末，该行实现了营业收入262.16亿元，同比增长7.87%；归属于上市公司股东净利润115.94亿元，同比增长8.51%。不良贷款率0.83%，较上年年末下降0.07个百分点，拨备覆盖率总体稳定。

值得注意的是，在营收和净利润双增的同时，南京银行上半年的净息差却由2.04%降至1.96%。报告期末，该行利息净收入128.11亿元，同比减少5.97%。但是，非利息净收入134.05亿元，同比却增长了25.51%。

该行半年报显示，在信贷方面，南京银行上半年发放贷款规模1.21万亿元，较年初增加逾千亿元，增幅达到了9.79%。银行利息收入388.7亿元，同比增长仅3.73%。银行利息支出260.59亿元，同比增长了9.26%。

也就是说，南京银行2024年上半年的业绩增长得益于非息收入的亮眼表现，而信贷利润的贡献则有所减少。

记者注意到，半年报披露数据中，南京银行企业贷款的平均利率为4.27%，而零售贷款的平均利率为6.63%。南京银行上半年对公贷款余额9185.78亿元，增长12.7%；个人贷款余额2881.29亿元，增长1.46%。

南京银行表示，下半年将推进重点项目建设、制造产业转型升级、实体经济高质发展等方面精准发力。同时，围绕零售贷款高质量、可持续发展目标，继续丰富产品矩阵、加快渠道建设、优化客户服务、强化风险管控，实现零售贷款业务规模、效益、质量的协同发展。

国家金融监督管理总局披露数据显示，今年一季度商业银行的净息差由1.69%降至1.54%。其中，大型商业银行、股份制商业银行、城市商业银行、民营银行、农村商业银行、外资银行的净息差分别为1.47%、1.62%、1.45%、4.32%、1.72%、1.47%。

“银行净息差仍在下行区间，但是下半年降幅空间有限。”一家券商分析师认为，目前银行的存款利率也在调整，有利于银行稳息差。

该分析师表示，部分中小银行贷款规模在营收中的占比高达80%以上，净息差的下降对业绩的冲击会很大。中小银行的资金成本高，受信贷规模增长和净息差收窄双重因素影响，信贷结构和重点业务都需要有相应调整，即在增量资源配置上有选择，在存量结构上有调整。

6月25日，中国人民银行货币政策委员会召开2024年第二季度例会，对金融机构再次强调要提高资金使用效率。会议明确指出，现阶段，我国社会融资领域出现新变化，即信贷增长由供给约束转化为需求约束，需要银行业金融机构及时认识并适应这一变化，摒弃信贷投放的“规模情结”，将重心转向调整优化信贷结构、盘活被低效占用的金融资源和减少资金空转沉淀等。

7月19日，建设银行（601939.SH）党委召开传达学习党的二十届三中全会精神专题会议也提到，银行要树立正确的经营观、业绩观、风险观，摒弃“规模情结”和“速度冲动”，统筹平衡好总量和结构、规模和效益、短期和长期、局部和全域、发展和安全，提升资产质量、负债质量、资本质效、收入质量、成本质效。

零售贷款的收益要比对公贷款的收益高，尤其是消费类贷款利率有明显的分层，也成为很多银行业务发力的方向。 视觉中国/图

信贷“有增有减”

调整信贷结构降低净息差变化影响的前提是风控跟得上，这与银行经营风险能力和风险容忍相关。

“对于当前商业银行而言，扩大中间业务收入占比是降低息差影响最直接的方式。但是，中间业务收入持续增长比较难，且银行当前不断加大信贷投放，贷款投向和定价更加重要。”上述分析师称。

7月25日，杭州银行（600926.SH）发布了2024年上半年业绩快报。报告显示，该行上半年实现营业收入193.40亿元，同比增长5.36%；归属于上市公司股东的净利润99.96亿元，同比增长20.06%。截至2024年6月末，杭州银行不良贷款率0.76%，与上年年末持平，拨备覆盖率545.17%，较上年年末下降16.25个百分点，整体保持较优异水平。

对于净息差的变化，杭州银行回应称，对于趋势的展望，总体有下行压力，斜率会放缓，但拐点的到来需要一定时间。银行将加强定价管理，增加信用小微、中小企业等高收益贷款投放；负债端积极调整存款结构，加强低付息存款的吸收，减少高付息主动负债，同时把握同业负债吸收时机，有效推动负债成本下行，稳定净息差。

对于消费类贷款，杭州银行表示始终践行分层分类经营模式，根据不同客群运用不同产品和营销策略，二季度保持了余额稳定增长。银行消费贷款风险防控情况良好，不良率持续处于较低水平，不良趋势维持稳定，截至5月末消费贷不良贷款余额和不良率较年初均略有降低。

此外，苏州银行（002966.SZ）、兰州银行（001227.SZ）等上市银行近日在机构调研中也被问及对净息差走势的看法。苏州银行表示：“银行业净息差普遍承压，本行净息差也面临一定压力。展望未来，本行将继续坚持以客户为中心的一体化经营策略，不断加强和完善精细化管理，做深做透客户综合服务，从资产和负债两端综合施策，更加积极主动加强净息差管理，力争全年净息差保持在同业相对合理水平。”

兰州银行则表示，近年来，净息差收窄日益成为银行业共性挑战。“从我行净息差管理的实践看，在资产端主动定价空间有限的情况下，更多是通过持续强化负债质量管理，有效缓冲净息差的收窄。”

一家股份制银行地方分行负责人表示，目前大型企业对公贷款的年化利率不到3%。根据监管数据披露，今年一季度的普惠型小微贷款的利率为4.42%。在应对净息差下降过程中，银行对于新发放贷款要增加小微企业领域的投放，以提升收益。“对公贷款的单笔规模大，但利率低。在小微贷款实现线上投放之后，行业竞争加剧。”

该负责人表示，相比大企业而言，银行对于小微企业定价更有话语权。同时，小微企业的金融需求也比较大，银行在客户拓展方面能够结合场景应用，发挥自身的特色。比如，不少银行是根据当地的产业发展，主要通过供应链方式覆盖“链上”的小微企业融资。风险控制比较容易，信贷投放的收益也会略高一些。

“零售贷款的收益要比对公贷款的收益高，尤其是消费类贷款利率有明显的分层，也成为很多银行业务发力的方向。”该负责人称。

记者注意到，在监管披露的一季度银行净息差数据中，民营银行的净息差高达4.32%，远超行业平均水平，其中的根本原因就是民营银行业务中消费类贷款的占比较高。

上述负责人认为，国有大型银行或头部股份制银行的消费贷客户群体最优质，贷款利率较低。但是，消费贷行业整体的利率还是在一个比较高的水平，降幅也比较有限。部分银行会通过客户的下沉提升利率，对净息差的影响也很明显。

业内人士表示，通过调整信贷结构降低净息差变化影响的前提是风控跟得上，这与银行经营风险能力和风险容忍相关。如果风控能力不足，过多涉足一些领域的信贷反而会产生更多不良，可能还不够利润来弥补。“在银行整体加大信贷投放的同时，行业的不良率是稳中有降。但是，上半年银行信贷中部分行业的资产质量变化还是比较大，这与产业的发展是存在较大关系的。”

存款利率进入“1”时代

本报记者 慈玉鹏 北京报道

近日，6家国有银行和12家股份制银行调降存款挂牌利率。就五年期整存整取年利率看，国有银行一致调降至1.80%，股份制银行大多数调降至1.85%。这意味着，存款利率步入“1”时代。

《中国经营报》记者采访了解到，未来存款利率仍有继续下降的可能，我国需要更低的资金利率以进一步释放内需、激活投资。另外，银行净息差亦处于低位，需要压降存款利率缓解。

利率下调使得存款的吸引力下降。截至7月31日，记者从普益标准获得数据显示，银行理财市场存续规模提升至29.59万亿元。业内人士表示，随着更多银行加入存款利率下调大军，预计2024年下半年，理财规模有望冲击31万亿元的关口。

利率整体下调

7月25日，六大国有银行集体下调人民币存款利率，调整范围及下调力度保持一致，涉及活期、定期、协定存款、通知存款等全部存款类型，下调幅度为5到20个基点不等。这是继2023年12月后，六大国有银行再次迎来存款利率下调。其中，一年期、三年期、五年期整存整取年利率分别调整至1.35%（邮储银行为1.38%）、1.75%、1.80%。

2022年至今，存款挂牌利率已经历多次调降，主要商业银行分别于2022年9月、2023年6月、2023年9月、2023年12月主动下调存款挂牌利率，并陆续带动中小银行调降存款利率。

近日，12家股份行紧随国有银行脚步下调存款利率。其中，中长期限存款下调幅度较大，一年期普遍降息10个基点，三年期、五年期普遍降息20个基点。

股份制银行中，一年期整存整取年利率方面，招行银行降至1.35%，其他11家股份行降至1.55%；三年期整存整取年利率方面，招行银行降至1.75%，另有8家股份制银行降至1.80%，浙商银行降至2.05%，渤海银行和恒丰银行降至2.10%；五年期整存整取年利率方面，招行银行降至1.80%，8家股份制银行降至1.85%，浙商银行、渤海银行、恒丰银行降至2.10%。

中国银行研究院高级研究员李佩珈告诉记者：“近日更多银行加入下调存款利率大军，既是各家商业银行应对净息差收窄的必然要求，也是存款利率市场化调整机制有效发挥的体现。总的来看，此轮存款利率下调具有如下特点：一是国有大行率先降息，股份制银行跟进。二是降息幅度普遍在5个～20个基点，中长期存款利率降幅更大。三是降息后18家银行（国有大行和全国股份制银行）三年期存款利率普遍在2%以下，仅有个别银行三年期存款利率在2%以上。”

苏商银行研究院高级研究员杜娟表示，7月，作为贷款基础利率的LPR一年期和五年期均下调10个基点，银行贷款端利率下行，同时银行净息差已收窄至新低，所以需要再降低负债端成本。目前融资需求偏弱，政策引导降低实体经济融资成本，贷款利率下行的大趋势下，存款利率依然有下调空间。

从利率走势看，中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平告诉记者，站在当前的时点上，初步判断未来存款利率仍有继续下降的可能。主要原因：一方面，在当前的经济形势之下，中国需要更低的资金利率以进一步释放内需，激活投资；需要更低的资金利率以适应房地产去库存调控意图；需要更低的资金利率以压降整体的债务风险。另一方面，在商业银行净息差处于历史低位的情况下，商业银行要压降贷款利率，需要同步压降存款端利率，以保持净息差基本稳定。

李佩珈也表示，在实体经济融资需求总体偏弱、货币政策保持宽松取向、维护净息差保持基本稳定等背景下，存款利率总体易降难升，更多中小银行或将加入存款利率下调的大军。一方面，在LRP利率整体下行背景下，存款利率下调是顺应资产端利率下行的必然要求。另一方面，资产荒是银行发展面临共性问题，部分银行“高息揽存”动力减弱。

杨海平指出，目前净息差压力仍较大，缓解这一问题需要中国人民银行和商业银行均采取措施。一方面，中国人民银行要在出台调控政策的时候，尽可能呵护商业银行的净息差水平。另一方面，商业银行要谋划复杂经营环境下战略管理范式的进化、业务策略迭代，依靠基于精准定位建立起来的品牌影响力和护城河，依靠基于业务创新的敏捷化、体验好的优质服务，依靠精细化的定价管理和成本管理，特色化的增值服务，增加客户黏性，提升客户综合综合贡献，维持净息差基本稳定。

李佩珈表示，存款利率下调将产生多重影响。一是有利于促进消费、增加投资。存款利率下调使得存款的吸引力下降，消费的性价比相对上升。二是有利于促进银行净息差稳定，部分对冲资产端收益的下行。根据最新LRP报价利率，一年期和五年期以上LPR双双下降10个基点，而此次银行存款利率降幅在20个基点。不过，受利率下行、银行让利于企、实体经济融资需求不振等多种因素影响，银行净息差收窄压力依然较大。为此，银行可通过加快中间业务发展、把控好负债成本等方式来对冲净息差收窄压力。一方面，加快发展支付结算、投贷联动、财富管理等各类中间业务收入，通过非息收入占比来部分对冲净利息收入的下降。另一方面，通过缩短存款期限、调控结构性存款规模、适度增加主动负债占比等方法来降低存款利率。

谈及目前的净息差压力，杜娟表示，银行应夯实负债基础，在息差持续收窄环境下，能够更稳定地获取低息负债，如对公结算存款、理财沉淀存款等，对银行调节息差、稳定营收有重要作用，近期多家银行在强调客户运营，对于夯实负债会有较好效果。应优化产品定价能力，适时调整存贷款产品定价，如最近有银行三年期、五年期定期存款利率倒挂就是在综合考虑客户留存、负债成本等基础上所做的变化。另外，应调整资产结构、重视风险管理、扩展多元营收来源、拓展海外市场。

银行理财规模或提升

根据银行业理财登记托管中心数据，2023年年末，我国银行理财市场存续规模26.80万亿元。普益标准数据显示，截至2024年6月末，银行理财市场存续规模提升至28.10万亿元。截至2024年7月31日，银行理财市场存续规模提升至29.59万亿元，接近30万亿元大关。

杨海平表示，在存款利率下调的背景下，投资者可能会投入更多的精力寻找存款特别是定期存款的替代产品，银行理财产品因其稳健收益的优势，会被纳入投资者的考虑范围。同时，投资者也逐步认识到高收益资产的稀缺性，从而更加注重资产的安全性。基于上述情况，将存款转化为银行理财的确会出现，但其规模不会对存款市场造成较大影响。

李佩珈表示，存款利率下调有利于稳定银行负债成本，提高银行机构经营的稳健性和可持续性，进而为扩大信贷投放创造条件。当然，这也会在一定程度上加剧存款“搬家”，部分存款可能向中小金融机构转移。当前，个别中小银行三年期存款利率仍有“3”字头产品。但考虑到便捷性、稳定性等因素，这部分存款转移规模并不会太大。与此同时，部分存款也可能向理财市场分流。2024年6月末，银行理财子接近28万亿元。随着更多银行加入存款利率下调大军，预计2024年下半年，理财规模有望冲击31万亿元的关口。

民生银行首席经济学家温彬指出，存款利率下调，将进一步降低企业和居民的储蓄倾向，增强经济活力。“当前存款定期化、长期化趋势明显，且已维持了相当长一段时间，一方面是由于居民对未来的收入信心不足，企业对未来经济的预期偏弱，导致居民消费和企业投资的内生动力不足，居民用减少消费节余的资金进行大量预防性储蓄，企业将削减投资剩余的资金存入高收益定期存款；另一方面是由于资产荒格局下，我国各类投资产品表现低迷，叠加房地产市场不景气，居民观望情绪浓厚，投资和购房的需求减少，大幅降低了货币供给中的活期存款占比。”

温彬表示：“下调存款利率，有利于降低经济主体的储蓄倾向，将资金更多运用于消费和投资活动，既可以缓解存款定期化、长期化趋势，减轻银行负债端压力，又可以增强经济活力、促进优化资产配置，增强资金流向资本市场和房地产的动力，助力股市企稳回升、维护房地产市场稳健发展，促进经济良性循环。”

“卷”食汽车金融市场：贷款促销激战升级

本报记者 秦玉芳 广州报道

自中国人民银行宣布调整汽车贷款有关政策后，商业银行纷纷加码汽车信贷业务，联手各大车企推出购车分期、零首付、低利率等优惠福利，促销举措纷至沓来。

在此种背景下，以汽车贷款和消费分期为核心的银行汽车金融业务竞争愈加激烈，尤其部分中小金融机构获客、拓客压力凸显，以高佣金为抓手的“价格战”愈演愈烈。

分析人士认为，在消费金融低迷不振的环境下，汽车金融正在成为金融机构拓展零售消费金融的重要方向，尤其新能源汽车信贷业务更受金融机构青睐。不过，对于中小金融机构而言，随着乘用车金融行业高压内卷态势持续，其获客难、创新能力不足等挑战愈加凸显，未来仍待持续发力，构建差异化核心竞争力。

价格“内卷”加剧

商业银行面临来自汽车金融公司和其他非银行金融机构的竞争压力，在寻求增量市场占有的初期往往策略上会相对激进一些。

自今年第二季度以来，商业银行纷纷加码汽车消费信贷促销，针对新购、置换汽车的大额消费，推出利率优惠、分期补贴、零首付等各种产品优惠方案，尤其新能源车成为此轮银行汽车金融业务布局的热点。

7月初，特斯拉发布了最新“限时零息贷款”方案，可在多家银行适用；邮储银行在其官微公告称，联合比亚迪及其多个旗下品牌车型推出置换增购优惠，补贴高达28000元；小米、小鹏、理想等新能源车企也纷纷联合多家银行推出限时分期优惠政策。

在消费金融低迷不振的环境下，汽车金融正在成为金融机构拓展零售消费金融的重要方向。　视觉中国/图

针对近来商业银行密集加码汽车消费信贷促销的原因，易观千帆汽车金融咨询专家陈毛川认为，从市场需求来看，新能源汽车销量快速增长，消费者对新能源汽车接受度提高。目前新能源汽车零售渗透率较高，并且消费者对灵活、专业的金融服务需求增加。

罗兰贝格汽车金融行业首席研究员斯元华也指出，随着我国新能源汽车渗透率的不断上升，新能源汽车金融的市场需求正在不断释放。同时，从银行业务层面来看，零售化转型是过去相当一段时间内银行业务转型的方向，而汽车金融作为相对大宗的零售资产，受到追捧。“尤其在房地产市场发展放缓的当下，汽车金融作为房贷后的第二大零售资产类型，且新购车客群往往具备较好资质，因此新能源汽车金融越来越受银行重视。”

在萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊看来，近年来银行其他信贷业务空缺较大，而新能源汽车市场持续增长，带来了广阔的业务机会。同时，随着消费升级和年轻人成为购车主力，汽车金融产品的多样性和便捷性成为吸引客户的关键。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜也表示，汽车消费信贷资产质量较优，成为银行零售转型的重点方向。汽车金融市场增长前景广阔，尤其是在刺激消费的政策背景下，行业有望迎来政策红利期。

陈毛川强调，为推动新能源汽车产业发展、促进消费，国家出台了一系列扶持政策，包括购车补贴、税收优惠等，同时也促使银行发力新能源汽车信贷业务。

今年4月，中国人民银行、国家金融监督管理总局联合印发《关于调整汽车贷款有关政策的通知》（以下简称《通知》），明确金融机构在依法合规、风险可控前提下，根据借款人信用状况、还款能力等自主确定自用传统动力汽车、自用新能源汽车贷款最高发放比例。

《通知》还鼓励金融机构结合新车、二手车、汽车以旧换新等细分场景，加强金融产品和服务创新，适当减免汽车以旧换新过程中提前结清贷款产生的违约金，更好地支持合理汽车消费需求。

陈毛川认为，从政策倾向上来看，大致可以看到政策对促进汽车消费（尤其是新能源汽车）、简化信贷审批流程、鼓励创新服务、优化风险控制层面都是支持的。

“据此，金融机构对汽车金融的业务布局大多侧重以下几个方面：一是数字化转型，借助流程数字化、风控智能化、业务线上化等措施，提高效率、减少不良贷款、精简服务流程；二是绿色金融，重点布局新能源汽车消费金融业务；三是深化合作，与主机厂、经销商、金融科技公司等多个角色深度合作，推出定制化产品、扩大销售渠道；四是区域化策略，专注于本地市场，提供更贴近地方特色的汽车分期产品和服务。”陈毛川表示。

陈毛川同时指出，商业银行面临来自汽车金融公司和其他非银行金融机构的竞争压力，在寻求增量市场占有的初期往往策略上会相对激进一些。

多方面挑战凸显

中小金融机构受限于其资金成本相对大型机构而言较高，其产品价格与品牌服务难以在优质客户细分中争得一席之地。

随着汽车金融业务竞争不断加剧，中小银行在汽车信贷等领域的汽车金融业务布局面临的挑战也愈加凸显。

在郑磊看来，当前中小金融机构在汽车金融发展方面呈现出多元化的趋势，不仅在产品创新上积极尝试，还通过与三方机构合作，拓宽获客渠道。然而，这也带来了风险控制的问题，例如信息不对称、贷后管理不完善等。

斯元华指出，就风控端而言，中小金融机构在数据的积累、业务场景的理解、风控策略与模型的成熟度等方面存在一定的差距。因此，往往需要渠道端进行风控的第一道把关，而自身开展第二道把关，通过联合把控的模式，充分发挥各方优势。

同时，获客能力不足也是限制中小金融机构汽车金融业务发展的重要因素。在陈毛川看来，中小金融机构品牌知名度较低，获客成本相对较高，线上渠道建设不如大型金融机构完善，线下网点覆盖范围有限，导致过于依赖汽车直营店、4S店等渠道。

斯元华进一步强调，中小金融机构往往难以大笔投入构建直营团队获客，因此较多通过服务中间商的模式开展业务，而服务中间商往往对接多家金融机构，因此在渠道端为争取较好资质客户或者较多的金融申请，需要支付较高的渠道佣金。近年来，渠道佣金亦呈现出价格战的趋势，但这一势头正在逐步被规范。

《2024年中国汽车金融报告》（以下简称《报告》）分析提出，2023年至今，我国乘用车金融市场竞争白热化加剧；价格战在汽车金融市场同样存在，且大有愈演愈烈之势。监管部门出台相关政策规范，抑制以佣金为抓手的价格竞争，以保护消费者利益。

此外，产品创新能力不足也是中小金融机构发力汽车金融业务面临的挑战之一。产业观察专家洪仕宾指出，目前市场上针对新能源汽车的信贷产品相对较少，不能满足市场需求。

在斯元华看来，中小金融机构受限于其资金成本相对大型机构而言较高，而面临激烈的市场竞争，其产品价格与品牌服务难以在优质客户细分中争得一席之地。同时，中小金融机构对于用户的理解相对有限，因此金融产品的设计更多突出传统要素，如价格、期限、首付等。相较而言，领先的金融机构已经开始设计针对用户实际需求的多元产品，并推向市场。

基于此，陈毛川认为，中小金融机构可以加强技术应用，优化自身技术能力，在提升汽车分期产品服务体验的同时，优化自身风控能力。同时，与其他金融机构、汽车制造商、科技公司建立合作关系，共享资源、深化合作。此外，可以采取差异化竞争策略，开发特色产品和服务，针对特定细分市场、特定品牌、特定区域提供定制化解决方案。

展望未来，在监管部门各种支持政策的影响下，金融机构在汽车金融业务领域的布局值得关注。郑磊强调，尤其在政策导向、市场机遇和风险管理等方面，政策导向将影响金融机构的业务模式和风险管理策略，市场机遇则要求金融机构抓住新能源汽车市场的增长机遇，不断创新产品和服务。

斯元华强调，随着支持政策的相继落地，汽车金融机构对于新能源金融产品的追捧成为趋势，部分金融机构在行业内卷和价格战的压力下，也将寻求差异化竞争的手段，而构建针对用户体验的服务体系以形成竞争壁垒，正在成为部分金融机构的战略选择。

“更多的金融机构也在具体的细分场景中挖掘市场机遇，如针对网约车市场的产品服务、针对短租企业的相关金融产品支持、针对跨境出口汽车业务的相关金融配套等。”斯元华表示。

斯元华还指出，作为贷款业务的补充，融资租赁产品尤其是直租产品，正被行业众多参与者研究与推动。直租产品在拥车模式方面的差异化，正吸引一部分B端企业、出行行业客户和尝鲜的C端客户。

进博会“百日冲刺” 银行抢滩溢出效应

本报记者 王柯瑾 北京报道

第七届中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）将于2024年11月5日至10日在上海举办，目前已经正式进入倒计时100天。

进博会作为一个全球性的贸易平台，不仅促进了商品和服务的进口，还通过国际采购、投资促进、人文交流和开放合作等活动，为全球企业搭建了展现舞台，助力推动构建开放型世界经济，实现合作共赢。回望往届进博会溢出效应硕果满满。

在此背景下，《中国经营报》记者注意到，近期包括工商银行（601398.SH）、中国银行（601988.SH）等在内的多家金融机构已经开始布局进博会金融方案，提前锁定盛会“溢出效应”的黄金机遇。

专属综合金融方案

党的二十届三中全会对进一步全面深化改革、推进中国式现代化作出重大部署，对以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业具有重大而深远的意义。进博会作为中国构建新发展格局的窗口、推动高水平开放的平台和全球共享的国际公共产品，前六届成果丰硕、影响广泛，全面展示了中国式现代化的新成就和新机遇。

日前，第七届进博会开幕倒计时100天新闻通气会在上海举行。会上，中国国际进口博览局副局长孙成海介绍称，第七届进博会的各项筹备工作进展顺利，已经取得阶段性成果，截至目前已有超过50个国家和国际组织确认参展。

近日，记者从中国银行了解到，作为唯一战略合作伙伴，该行发布第七届进博会综合金融服务方案，依托全球化服务网络和深入服务六届进博会的丰富经验，聚焦“双商客群全流程服务”及“‘C·I·I·E’进博专属场景服务”两大模块，继续为进博会提供全方位金融服务支持。

在“双商客群全流程服务”方面，中国银行借助全渠道全平台服务体系，发挥全球撮合和跨境服务经验，为参展商、采购商“双商”客群提供全流程专属服务，涵盖展前报名、展中参会、意向磋商、项目落地、衍生服务五大环节，让“双商”客群依托进博会平台，共建共享“市场相通、产业相融、创新相促、规则相联”的良性循环，推动“展品变商品、展商变投资商”。

在“‘C·I·I·E’进博专属场景服务”方面，中国银行为第七届进博会升级专属综合服务方案，打造四大专属金融服务场景，即跨境撮合、国际协作、创新引擎、数智赋能。

除中国银行外，记者了解到，作为进博会全面合作伙伴，工商银行将依托全球经营网络，充分发挥客户资源和产品优势，从招展招商、配套活动、交易促进、金融服务等多维度全方位服务第七届进博会，持续服务国家高水平对外开放。

据介绍，工商银行利用其全球化经营布局，积极对接第七届进博会的全球招展及境内招商工作。今年，工商银行境外分支机构加强同当地政府、商会联动，成功在欧洲、中东、亚洲、南美等地区举办15场境外招展推介活动。该行境内分行积极推动展购互联，在吉林、安徽、上海成功举办第七届进博会展前供需对接活动，行业覆盖食品及农产品、医疗器械及医药保健、技术装备等多个板块，后续该行将继续在多省市举办展前供需对接活动。

此外，高质量筹办配套活动也是工商银行此次的发力点之一。据悉，该行已连续5年主办中欧企业家大会，连续3年承办虹桥国际经济论坛金融主题分论坛。本届中欧企业家大会，将邀请中欧政要和企业高级别代表深入交流，依托中欧企业联盟促成务实合作，共同推进中欧经贸合作提质升级。分论坛将邀请政府机构、中外资金融机构及企业代表，发挥“一带一路”银行间合作机制的广泛代表性优势，紧扣高水平对外开放，凝聚各方共识，共绘发展蓝图。

助力企业把握商机

金融作为现代经济的血脉，通过提供高效便捷的融资支持、创新多元的金融服务解决方案以及安全稳定的支付结算体系，不仅可以为进博会参展商和采购商搭建畅通的资金流通桥梁，还可以促进贸易投资便利化，助力进博会成为国际商品、技术、服务和资本交流的重要平台。

在中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平看来，作为世界上首个以进口为主题的国家级博览会，进博会是中国对外开放以及推进新型全球化的风向标。“进博会以其展品变商品的职能，促进跨境贸易和内外贸一体化发展，为商业银行跨境贸易融资提供了机遇；以其展商变投资商的定位，拓展了跨境经济交往的深度与广度，为商业银行跨境金融综合服务提供了舞台；以其创新孵化专区，服务于种子期、初创期、成长期企业，为商业银行科创金融服务‘走出去’提供了可能；以其汇集全球新产品、新技术、新服务，扩大全球朋友圈的胸怀，为中国商业银行走向世界舞台中央提供了通道。”

基础金融服务始终是商业银行的重点工作，如何发挥自身专业优势助力全球展客商把握商机至关重要。以工商银行为例，该行持续聚焦进博展客商企业跨境贸易结算、汇率避险、线上融资等核心需求，不断优化升级进博综合金融服务方案、扩充产品矩阵，为境内外展客商提供全球账户、跨境结算、全球融资、全球现金管理、外汇网银、电商平台、展会配套服务等一揽子金融综合服务，不断提高跨境结算效率、降低融资成本、保障交易安全，助力展商与客商顺利交易采购。今年，工商银行还推出了一系列便利化支付举措，包括优化来华人员账户开立、外卡受理环境搭建、ATM设备支持、外汇现金服务等，将进一步提升进博来华人员支付便利化体验。

此外，作为全球贸易的盛会，进博会为各国展示与推广新质生产力成果搭建了重要平台，促进了全球科技创新与产业升级的深度融合。为加快发展新质生产力，第七届进博会还将在技术装备展区下增设新材料专区，打造新材料行业的新品首发首展地、最新行业趋势首推地和国际创新资源共享地。

中国银行方面表示，该行将牢牢抓住发展新质生产力这一推动高质量发展的重要着力点，依托进博会平台，紧密结合国家关于科技创新、绿色转型、长三角区域一体化等决策部署，构建创新开放、高效适配的金融服务体系，引金融活水精准“滴灌”人工智能、新材料、“新三样”等领域，为经营主体提供多层次、多样性的综合服务，持续为培育新质生产力注入金融动能。

企业是历届进博会的主角，每一年的进博会，都汇聚了来自世界各地的优秀企业，它们带着自己的明星产品和技术，在这里展示、交流、合作。它们不仅可以通过进博会这个大舞台展示自己的实力和创新能力，还能与全球的合作伙伴建立联系，寻找新的商机和发展机遇。

据悉，第七届进博会企业商业展将延续设置食品及农产品、汽车、技术装备、消费品、医疗器械及医药保健、服务贸易六大展区和创新孵化等专区，其中食品、消费品、医疗展区签约面积已超过规划面积的90%，其余展区也均已超过80%。

自第四届进博会以来，工商银行以金融机构委托布展方式在食品及农产品展区搭建展台，帮助海内外企业实现从“行商”到“坐商”场景转换，为展客商提供展示、洽谈、交易平台和优质高效金融服务。今年进博会期间，该行将继续在食品及农产品展区搭建1000平方米展台，帮助境外展商进入广阔的中国市场。

针对参展商、采购商企业，尤其是中小企业，金融服务将发挥重要作用。杨海平表示：“针对这部分企业，商业银行除了为其参展提供便利的非金融服务之外，更重要的是提供撮合服务、贸易融资类金融服务以及汇率风险管理类金融服务。”

与此同时，在抢滩进博会溢出效应的过程中，金融机构也要确保风险管理的有效性，既抓住机遇又有效防控潜在风险。对此，杨海平亦提醒：“商业银行应特别注意提升跨境金融综合服务的合规性，注意防控国别风险、汇率风险以及跨境数字金融服务伴生的信息科技风险等。”

流量金融扩围 贷款广告挤进朋友圈

本报记者 郑瑜 北京报道

“我借到了11.8万元，再也不欠人情债了”“在微信上，××卡贷小程序可以借钱啦”。日前，《中国经营报》记者注意到微信朋友圈出现多个贷款广告。同样的，这些贷款广告在视频、资讯平台上并不少见。

在一些社交平台上，用户们对于如何避免或者减少自己收到各种平台官方推送的贷款营销的讨论热度也在持续。“不到24小时，某平台已经推送了三条贷款广告”“各大App全都是这样，安静地刷会儿社交平台、买个东西、看会儿电视剧都不行，总弹借贷广告，有的软件还会有多个合作的借贷机构”。记者在某社交平台上看到，不少用户对于当下互联网金融借贷营销广告有着讨论。

营销火热的互联网金融行业正在发生什么变化？流量平台能否将贷款广告与普通广告“一视同仁”？业内共识在于，只要是别家没有触及的流量领域就是好的。“如果别家已经涉及，那么也不能落下。”一位互金从业者表示。

腾讯广告相关负责人对记者表示：“腾讯针对金融贷款类客户的开户资质进行严格要求，从投前设置严格的准入要求开始，投中进行广告内容审核及落地页管控，以及投后风控与审核定期巡查。比如，广告投放后，腾讯广告建立投放风控与审核定期巡查机制，基于人工不定期抽查、互联网舆情、媒体投诉与用户负反馈等，确保素材及落地页的合规性及一致性。”

流量成本之考

一家在某视频平台投放信息流广告的互金机构表示，其实其所在公司已经注意到当前投放成本偏高的问题，流量平台客户的匹配程度也难言优秀，但是仍在这一模式中尽力尝试。

互联网金融发展之初，较为流行的导流借贷方式是在一些App钱包功能中嵌入“贷款超市”，一般是引入银行、小贷公司的贷款产品，供借款人主动选择贷款方或者为借款人匹配、推荐贷款方的第三方互联网信息服务平台。随着行业的发展，贷款导流的生意逐渐蔓延到了资讯、视频、社交等平台。

在三天时间内，记者微信朋友圈里出现五家机构的贷款广告，甚至在同一天两个小时内出现了两家不同机构的广告。

“朋友圈广告现在作为（我们）获客渠道之一，行业内各家的做法其实都是高度同质化的，对于平台的筛选逻辑与投放策略相关，一般都不愿意出来分享。”某贷款平台接近投放业务人士表示。

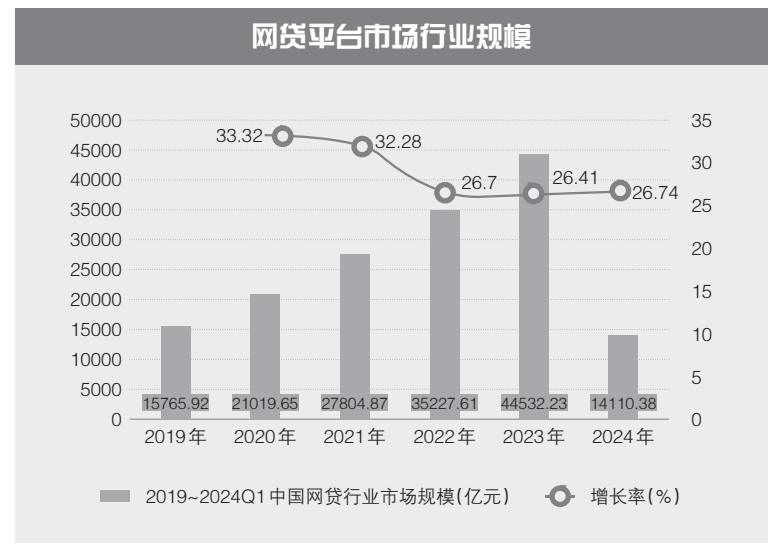
某城商行高层告诉记者：“现在各资金方为了抢客户可谓‘无所不用其极’，尽管在流量上所花费的成本可能2—3年内都赚不回来，但至少业务‘进来’了。只要客户规模在，就可以实现长期目标。”

一家在某视频平台投放信息流广告的互金机构表示，其实其所在公司已经注意到当前投放成本偏高的问题，流量平台客户的匹配程度也难言优秀，但是仍在这一模式中尽力尝试。

前述腾讯广告相关负责人表示，腾讯根据《广告法》《互联网广告管理办法》等相关法律法规的规定，在广告主准入、广告内容发布、广告巡查等全生命周期建立了一系列的审核标准和规范流程，确保所发布的广告内容合法合规，同时平台制定的审核标准相较法律法规规定的要求更为严格。“具体包括：核查广告主的经营资质、查验广告主的真实身份并建立有效的广告发布档案；严格审核广告发布内容，对内容不符或者证明文件不全的广告，不予发布；针对上线广告内容进行巡查，对擅自更改落地页链接及发布内容的行为进行制止等。”相关负责人详细介绍道。

该负责人补充表示，腾讯广告还建立了有效的投诉、举报受理和处置机制，用户如发现平台上有任何涉嫌违规的广告，可通过腾讯广告公示的投诉渠道进行投诉，腾讯广告会在第一时间进行核实处理。

在投放后风控环节，腾讯广告表示，针对客户的素材及落地页的合规性，除上线前进行审核外，上线后，还会进行人工不定期巡查，发现不合规后及时下线处理，确保素材及落地页的持续合规，并且会主动排查互联网舆情及用户、媒体投诉与负反馈后，及时核查问题，一旦发现不合规，则根据平台规则对广告内容、广告主进行相应的下线、处罚等措施。“此外，腾讯广告合规团队不定期抽查助贷类客户实际展业情况，通过留资体验实际业务流程等方式，确保客户展业的合规性。”



数据来源：智研瞻产业研究院

合作方风险须重视

贷款本身属于金融类产品，相应地，监管要求也会更加严格。基于此，展示广告的平台需要对贷款广告进行更有针对性的核查，包括业务资质、广告内容、信息披露等。

记者以投放广告主的身份从某营销广告供应商处了解到，在朋友圈营销贷款广告需要100万元的保证金，以及金融许可证与承诺函。同时，还需要提供与银行的合作协议，以及省级有关部门颁发的小额贷款许可证。

对于上述情况，记者也向腾讯方面进行了核实。据悉，其单主体广告主需要缴纳保证金100万元，用以担保其在合作期间内，遵守相关法律法规、腾讯广告平台规则等，为用户提供合法合规的广告。

在展示平台眼里，贷款广告与普通广告是否有区别？在合规风险方面是否相同？

对此，北京大成（上海）律师事务所合伙人彭凯律师表示“确实会有不同”。贷款本身属于金融类产品，相应地，监管要求也会更加严格。基于此，展示广告的平台需要对贷款广告进行更有针对性的核查，包括业务资质、广告内容、信息披露等。具体来看，比如广告主是否具备合法经营贷款业务的资质或取得合法授权，广告是否包含“利率低至”“无风险”等违规表述，以及是否按照监管要求披露贷款条件、利率范围等关键信息等。

据彭凯介绍，各家平台通常对贷款广告主的资质和内容有一套审核机制。比如在注册广告投放账号时，平台就会要求贷款广告主提交营业执照、金融许可证或相应的授权文件等，由平台事先进行资质审核，有些平台还会要求贷款广告主签署合规承诺函并上传。此外，平台也会对贷款广告主所投放的广告素材（文字、图片、视频、链接等）进行审核，有的平台会“先审后发”，有的可能是先发再抽查。

他也坦言，由于现在广告市场投放量很大，平台无法完全实现人工“先审后发”，所以会通过技术自动识别违法内容。如果违法内容出现在二跳（跳页是指从一个页面跳转到另一个页面的过程）甚至是三跳页面，技术就不容易抓取到。针对这种情形，平台可以考虑限制广告主设置二跳页面，以防止广告脱离平台审核范围。

记者从腾讯广告处获悉，其针对金融贷款类客户的开户资质有严格要求，除满足《中国人民银行金融消费者权益保护实施办法》《广告法》《互联网广告管理办法》，还要求开户广告主提供《金融免责函/广告主免责函》《利率一致性承诺函》等承诺文件。

“针对贷款类广告的广告主，除了要求经营范围里必须取得金融、贷款相关工商许可外，还要求广告主持牌经营或取得相关资金方的合作协议等额外要求。同时从源头筛查并防控具有违规风险的广告主，一旦发现有广告主的开户链接显露了已知的违规特征，则直接拒绝。为进一步阻拦伪造资质的违规广告主，腾讯在开户环节提高了准入门槛，增加了对法人的实名认证；针对曾存在违规行为的广告主，腾讯根据情况将其纳入黑名单，纳入黑名单的广告主将永久不会合作。”腾讯方面表示。

在彭凯看来，从平台角度来看，上述做法确实可以降低风险。无论是缴纳保证金还是提交合作协议或许可证，本质上都是为了筛选出更合规、更有实力的广告主，同时通过提高广告主的违规成本抑制其违规行为。

彭凯建议，首先，平台要建立一套完整的广告承接、登记、审核机制，覆盖资质、内容、展示形式等各方面；其次，广告投放后，还要做好广告监测和用户投诉处理，确保及时下架违法广告，并妥善处理用户的投诉、举报。“至于是否建立专门的投诉渠道和处理机制应对贷款广告引发的问题，这个可能要看平台的规模以及贷款广告在平台的占比等因素。但从保护消费者权益角度来说，平台确实需要制定针对广告的、清晰的投诉处理流程，成立并培训专门的投诉处理团队，确保能够及时妥善地处理各种类型的广告投诉。”他表示。

合并管理资产规模超13.5万亿元 中国人寿集团推进全面深化改革

本报记者 陈晶晶 北京报道

国家金融监督管理总局（以下简称“金融监管总局”）最新数据显示，2024年上半年，保险业原保险保费收入约3.55万亿元。其中，财产险原保险保费收入7442亿元，人身险原保险保费收入2.8万亿元。

当前，中国保险行业进入深度调整和转型阶段，随着“报行合一”、下调产品预定利率、新会计准则等实施，各大保险机构都在积极探寻未来新发展的着力点。

《中国经营报》记者采访获悉，2024年上半年，中国人寿保险（集团）公司（以下简称“中国人寿”）整体保持稳健增长，集团合并营业收入、合并保费收入、合并总资产、管理资产规模均创新高。其中，集团合并总资产突破7万亿元，管理资产规模突破13.5万亿元，境内新增保险金额达465万亿元，保险资金直接服务实体经济存量投资规模超4.6万亿元，品牌价值突破5000亿元。

追根溯源，实际在于中国人寿立足主责主业，进一步全面深化改革、精准高效服务新质生产力、持续促进社会治理效能的提升。

近日，在2024年上半年工作会议上，中国人寿明确提出：“要结合实际、深学细悟，自觉把思想和行动统一到习近平总书记重要讲话以及二十届三中全会精神上来，当好进一步全面深化改革的坚定促进派、实干家，走好服务中国式现代化的第一方阵。要把改革创新贯穿中国人寿工作各领域全过程，切实增强抓改革促发展的强烈紧迫感责任感，不断聚集新动能、打造新优势、开创新局面。”

发展是第一要务 多项业绩指标创新高

保险业在提高经济韧性、增强市场活力，以及完善民生保障体系、推进国家治理体系和治理能力现代化等方面大有可为，并将发挥不可替代的作用。减震器与稳定器功能发挥得越好，党中央决策部署在微观机构层面落实得越充分，就越能为国家高质量发展注入更多动能。

作为国有大型金融机构，中国人寿始终坚持发展为第一要务，将自身发展与国家经济发展全局相融合。值得注意的是，为更好服务中国式现代化，中国人寿深刻把握建设金融强国的精髓要义和实践要求，提出了建设世界一流金融保险集团的目标。

当前，就金融服务的质量、广度、深度而言，中国人寿旗下各个子公司正在积极为建设“世界一流”奠定基础。

最新数据显示，中国人寿旗下寿险公司是全球最大的单一寿险公司，始终占据国内寿险市场领导者地位。2024年上半年，中国人寿寿险公司总资产超6万亿元，实现保费收入4896亿元，同比增长4.1%，创历史同期最好水平。财险方面，中国人寿旗下财险公司业务发展稳中有进，效益经营稳中向好，实现保费收入577.06亿元，同比增长3.46%；累计为经济社会提供风险保障177.06万亿元。

银行板块，集团成员单位广发银行总资产达3.5万亿元，营业收入、净利润超额完成进度目标；境内信贷余额超2万亿元，成功发行300亿元永续债，资本实力和发展后劲进一步增强。

在行业面临“资产荒”和再投资的双重压力下，投资板块的资产和效益对于保险机构而言尤为重大。作为行业“头雁”，中国人寿着力当好维护金融稳定的压舱石，投资板块业绩释放出强劲的增长信心。

今年上半年，中国人寿旗下资产公司管理资产规模近5.8万亿元，服务实体经济投资存量规模达3.5万亿元，增速达4.7%。养老险公司年金管理规模稳居行业首位，管理资产规模近1.9万亿元。国寿投资公司持续领跑国内另类投资行业，在管资产规模突破5500亿元。国寿健投公司作为专注于大健康大养老产业的专业投资主体，已在全国拥有养老床位近万张。

此外，中国人寿集团保险、投资、银行各业务板块协同发展，综合金融协同优势不断凸显。2024年上半年，中国人寿综合金融改革有序推进，战略客户大单业务陆续落地，寿产协同保费同比增长，各养老社区积极接待客户参观，有效带动首年期交保费，各类商业养老保险准备金规模近4万亿元，各板块个人养老金、商业养老金业务协同快速发展。

值得一提的是，中国人寿打好“主动仗”、保持稳健发展的底气还来源于推进党纪学习教育走深走实，系统党员干部遵规守纪的意识明显增强，切实做到学纪、知纪、明纪、守纪。不断提升巡视整改质效，管党治党“严”的氛围持续强化，进一步压实责任、分类施治，推动巡视整改走深走实。紧扣服务中国式现代化，金融工作的政治性和人民性进一步彰显。

践行金融为民 部署六项重点工作

当前，中国人寿构建起规模更大、业务结构更优的可持续发展模式，实际也是基于践行金融为民的发展理念。

保险机构应该如何找准服务中国式现代化的着力点？即聚焦创新发展，精准高效服务新质生产力；围绕民生福祉，更好满足人民美好生活需要；着眼安全应急，持续促进社会治理效能提升。而这也是中国人寿一直坚持落实的工作内容。

中国人寿方面表示，在服务新质生产力发展方面，公司持续发挥保险资金规模大、期限长、稳定性高的优势，实现保险资金长久期与科技创新长周期发展之间的同频共振。

比如，出资约120亿元参与上海集成电路产业投资基金，支持产业链上下游重点企业；设立50亿元的国寿科创基金，以“数字经济”为投资主线，投资智能汽车、算法科技、先进制造、物联网等领域。截至上半年，中国人寿战略性新兴产业投资余额超3500亿元，战略新兴产业贷款、科技企业贷款分别较年初增长17.5%和20.3%，国寿大健康基金投资科技型企业占比超70%，已培育上市企业17家。

近年来，中国人寿深度参与多层次社会保障体系建设，截至2024年上半年末，大病保险覆盖近3.5亿人，长期护理保险覆盖4400万人；中国人寿财险公司服务小微企业79.1万家，通过小微企业贷款保证保险支持1662家小微企业获得融资超38亿元，通过安责险为20.76万家企业提供风险保障近1.1万亿元。

截至2024年上半年末，中国人寿企业年金和职业年金管理规模较年初增长超1300亿元，在业内率先发起设立100亿元银发经济产业投资基金；同时着力打造康养服务生态，持续推进养老产业投资布局和专业化运营，构建机构养老、社区养老、居家养老“三位一体”的健康养老服务体系。截至2024年上半年末，中国人寿已在全国20—30个中心城市推进养老社区布局。

筑牢灾害防护网方面，中国人寿立足保险主责主业，积极拓展农业保险、巨灾保险、科技保险及新兴领域保险，强化实体经济各领域的风险保障和损失分担，助力实体经济增强韧性。

今年上半年，中国人寿农业保险已为近1000万户次农户提供3800亿元保险保障，安全生产智能预防体系试点推广至全国41个县区，参与地方巨灾保险项目14个，对重大自然灾害损失快速理赔，有力支持灾后重建。

值得一提的是，2024年上半年工作会议肯定了上述一系列工作成果并指出，中国人寿更好地发挥了经济减震器和社会稳定器功能，充分彰显了服务实体经济的主力军和维护金融稳定的压舱石作用。

据记者采访了解，对于2024年下半年经营管理工作，中国人寿做出了六项安排：一是全力加强党的全面领导；二是全力抓好中央巡视反馈问题整改；三是全力提升服务大局质效；四是全力达成年度经营目标；五是全力推进改革重点任务；六是全力守牢风险合规底线。

“下半年要紧扣学习宣传贯彻党的二十届三中全会精神，围绕‘强党建、促发展、抓改革、推创新、防风险’工作思路和年初各项工作部署，聚焦重点、持续攻坚。”中国人寿方面进一步表示。

新征程新内涵 深化重点领域改革攻坚

党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》中，有13处提及“保险”，从服务实体经济、建设多层次社会保障体系两大主题出发，涵盖养老、医疗、护理、农业、科技、航运等话题，与国家战略、人民生活紧密相关，指明未来保险业发展重点。

面向未来，中国保险业大有可为，金融保险央企也必然肩负起更大的使命与责任，通过高质量发展、不断提升核心竞争力，服务中国式现代化，将金融工作的政治性和人民性有机结合。

中国人寿方面认为，要持续深入学习贯彻党的二十届三中全会精神，深刻领会习近平总书记关于全面深化改革的一系列新思想、新观点、新论断，各单位要加强组织领导，周密部署安排，高标准全方位抓好学习宣传贯彻工作，认真谋划和推动好公司新一轮深化改革：准确把握新时代全面深化改革取得的历史性成就；准确把握进一步全面深化改革的主题；准确把握进一步全面深化改革的重大原则；准确把握进一步全面深化改革的重大举措；准确把握进一步全面深化改革的根本保证。

据记者采访了解，中国人寿在深化重点领域改革攻坚指导之下进行了全方位发展布局：将聚焦中国式现代化建设对金融保险提出的新要求，聚焦人民群众对金融保险的新需求，一方面，持续深化金融供给侧结构性改革，着力做好金融“五篇大文章”、拓展重点领域保险，全力服务新质生产力发展，积极参与多层次社会保障体系建设；另一方面，将深度融入社会治理体系建设，切实发挥保险的经济减震器和社会稳定器功能，着力当好服务实体经济的主力军和维护金融稳定的压舱石。

中国人寿党委书记、董事长白涛表示：“中国人寿将自觉把改革摆在更加突出位置，认真谋划和推动进一步全面深化改革，坚持问题导向、目标导向、结果导向，不断走出舒适区、勇闯深水区，加大重点领域改革攻坚力度，加快建设‘强大的金融机构’，加速迈向‘世界一流’，为以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业贡献积极力量。”

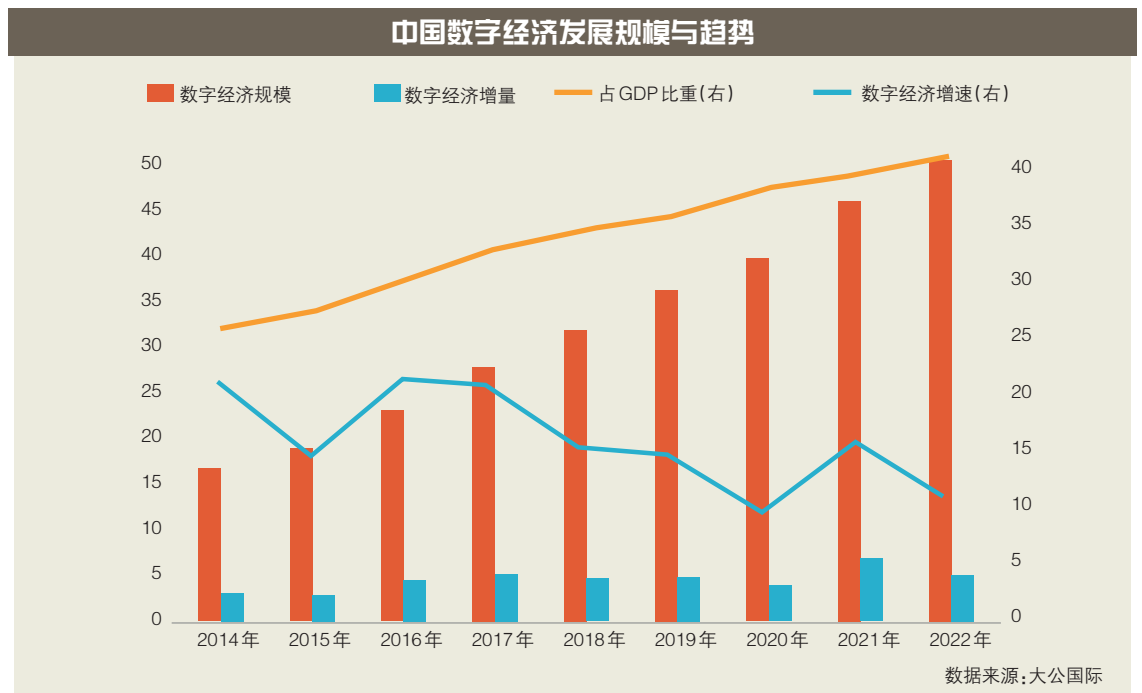
数字强国 破浪向前

数据迈向资本化 隐私计算破题安全流通

本报记者 蒋牧云 何莎莎
上海 北京报道

数字化时代下，一面是数据资产的交易与入表在不断铺开，另一面各行各业对于数据训练的需求也不断上升。在这一过程中，涉及的跨行业、跨地区的大量数据要如何高效、安全地流通，成为数据基础设施建设中急需解决的卡点。

《中国经营报》记者在采访中了解到，多家企业正通过隐私计算、区块链等一系列金融科技手段，解决可信流通以及安全与隐私保护的问题，并在数据训练、合规登记、数据资产交易等方面实际落地。未来，相关数据亦可以向金融领域拓展，进行联合建模、辅助风控管理等。不过，多位业内人士也向记者指出，虽然相应技术的应用能够解决部分流通卡点，但在实际服务过程中可以看到的是，数据的应用效率仍有待提升，且相关的行业准则与标准也仍待完善。



信任成为核心卡点

数据空间通常会融合多项金融科技技术，是一张可以灵活弹性组网的数据流通网络。

在业内人士看来，要进一步激活数据要素的价值，则必须将数据从要素化向资产化逐步转变，最终使数据资产能够进行交易、融资等金融活动。而记者也了解到，目前数据要素市场尚在发展初期，在数据要素跨区域、跨地区流通的过程中，信任与安全的问题上始终存在卡点，因此，只有在疏通相关卡点后，数据要素的价值与应用才能实现向其他领域的拓展，比如投融评估、贷款风控等。

具体而言，广州芳禾数据有限公司（以下简称“芳禾数据”）CTO李明博士告诉记者，从技术角度看，由于不同部门、区域和主体使用的数据格式、标准，以及各自使用的信息系统可能不同或不兼容，数据难以统一管理和流通。而数据流通涉及敏感信息的共享，如何确保数据在传输和使用过程中的安全性和隐私保护是一大挑战。

对此，上海零数科技有限公司（以下简称“零数科技”）相关负责人也告诉记者，在数据流通过程中，数据提供者最为担心的问题是，数据使用者是否会将数据用于约定以外的目的甚至滥用或违法使用，给自己带来不利或风险。数据使用者最担心的问题是所获得的数据是否真实、完整，是否可自动地实现关联分析或计算。因此，信任是数据流通中最为核心的关键点，也是核心卡点之一。

记者了解到，业内正通过隐私计算、区块链等技术来疏通相关卡点。马上消费金融股份有限公司相关负责人告诉记者，公司自主研发的跨主体数据安全共享隐私计算平台，通过秘密分享、不经意传输、同态加密等多种安全多方计算底层协议及多种多方联合建模算法，构建数据资产管理、隐私集合求交等功能模块。并自主创新研发联邦网络运营模式和事件驱动通信机制，提升多方节点底层通信框架的稳定性和安全性，并有效解决数据安全、隐私保护等问题，在原始数据不出域前提下，规范开展数据共享应用，深入应用于营销、风控、黑产打击等联合业务场景中。

零数科技相关负责人则表示，公司基于区块链和隐私计算技术，打造了面向公共数据、企业数据以及个人数据流通的可信数据空间。围绕可信解决了主体可信、流通数据可信与流通过程的可信。

有业内人士告诉记者，数据空间通常会融合多项金融科技技术，可以将物理分布在不同参与方域内的数据对象，按需受控地进行虚拟化连接，是一张可以灵活弹性组网的数据流通网络。

前述零数科技相关负责人则向记者举例，车企和自动驾驶方案供应商在自动驾驶系统研发过程中需要海量数据进行算法训练，从而产生补齐训练数据短板的数据流通需求。该负责人还表示，相关数据进一步流入金融领域，还可以高效实现智驾保险，将产业数据空间与资本结合，形成金融数据空间，将全面激活新质生产力的金融价值。

为此，零数科技利用区块链的去中心化以及不可篡改的特征，将所有的身份认证数据分布式存储在网络的每个节点上，避免单一中心化服务器攻击造成的数据泄露和数据篡改的风险。同时所有的身份验证数据都将被记录在区块链上，并对所有参与者可见，这使得整个认证过程变得透明且可验证。数据存储方面，电子数据存证技术由传统的可信时间戳技术发展到基于区块链的数据存证技术，有效地保证了数据的真实性和完整性，进而解决了流通数据的可信。最后，基于隐私计算、数据沙箱技术，实现数据可用不可见，同时基于智能合约，保障流程过程在可信数据空间的可管，进而解决流通过程的可信。

李明也告诉记者，芳禾数据自主研发的“飞数-数据安全流通平台”已经能够提供数据资产管理、数据安全流通的能力，并合规拉通多源数据，完成智能化数据资产安全管理。目前已开展的项目包含消费领域、交通出行、金融领域、智慧政务等。

具体而言，李明表示，芳禾数据通过研发高效、安全的隐私计算组件库，包括多功能加密、隐私集合求交技术和多方秘密共享方案，确保数据在处理和传输过程中的隐私性和安全性。搭建包括安全人工智能训练与应用平台、数据要素安全流通与服务平台、数据合规跨境服务平台和数据全周期存证溯源平台的综合平台体系，结合数据匿名化、脱敏、加密、隐私计算和区块链等技术手段，提升数据流通的安全性和透明度。

格式差异仍待解决

数据在不同环节之间的高效衔接仍需进一步改进。

有业内人士告诉记者，数据的安全、可信、完整得到保障后，相关数据平台的可拓展性就会更高，比如在金融领域，除了相关产业的保险设计或投资之外，通过联合数据分析，金融机构可以建立更加精准的评估模型，降低贷款风险。同时，在贷前、贷中、贷后监管的过程中，亦可以保障贷款的隐私性、可监管性。

近期大公国际发布的研报《数据资产化和资本化政策、路径及发展展望》中也提到，随着区块链、人工智能、大数据等技术的不断发展，数据资本化程度将逐步深化。一方面，基于数据资本的金融产品和服务创新将不断涌现，金融机构围绕数据资产“入表+融资”的实践将逐渐丰富，形成数据资产质押融资、数据资产增信、数据资产作价入股和数据资产证券化等数据类金融产品，激发资本市场新活力；另一方面，基于数据资本的金融市场体系将不断丰富，数据资本的高速发展将推动数据银行、数据信托、数据征信、数据开发商等一系列数字金融机构的兴起，形成更丰富的数据金融业态，进一步提升数据资本的金融属性。

不过，北京社科院副研究员王鹏向记者指出，目前科技企业通过区块链、隐私计算、可信空间等技术解决数据流通的安全、效率问题，这确实为数据要素流通提供了一定的技术支持。然而，这并不意味着数据要素在流通环节的难点已经完全解决。接下来，数据要素流通中依然面临不小的挑战。比如，隐私计算技术尚需进一步成熟和普及，以降低应用门槛和成本。跨领域协同时，需要不同领域、不同行业之间的协同合作，共同推动数据流通标准的制定和实施。此外，随着技术的发展，监管政策和法律法规也需要不断完善，以适应新的数据流通模式。

李明也告诉记者，在服务企业的过程中，芳禾数据发现数据要素在流通和其他环节中仍有提升空间，主要体现在数据流通效率、数据安全性和完整性，以及跨境数据流通的合规挑战三大方面。“尽管已经建立了全链路的数据流通基础设施，但数据在不同环节之间的高效衔接仍需进一步改进，以进一步打破信息孤岛和提升数据利用效率。同样地，为了应对不断变化的安全威胁，数据加密、授权和存证溯源等技术也需要不断升级。”李明谈道。

为此，芳禾数据也计划继续完善数据汇聚、共享和交易平台，提高各环节的衔接效率；进一步提升数据保护技术和管理措施，并不断更新跨境数据流通的技术方案，以适应国际法律法规的变化，确保全面合规。

零数科技相关负责人则补充道，目前数据供给仍存在责任和收益失衡的现象，《网络安全法》《个人信息保护法》等法规以及各地的数据管理办法等要求政府和企业对数据进行更加严格的管理和保护，违反法规可能导致与收益巨大失衡的问题。建议细化“重要数据”“其他情形”等条款的具体内容，对数据监管的目录进行完善，从而明确界定关键信息基础设施和重要数据的范围，减少商业性个人信息数据流通的阻碍，减轻企业的运营成本。与此同时，不同系统和数据格式的碎片化限制了数据的互操作性，组织内外的数据格式差异导致数据流通变得繁琐。建议推动制定跨行业的数据标准，加强各方之间的沟通和协作。

对此记者也注意到，相关的行业政策与标准已经在加速推进中。近日，国家数据局就数据要素基础设施建设发声，国家数据局数字科技和基础设施建设司司长杜巍表示，该局正在组织编制《数据基础设施建设指引》，明确数据基础设施的概念、发展愿景和建设目标，凝聚社会共识，明确建设方向，推动构建协同联动、规模流通、高效利用、规范可信的数据基础设施服务体系。

王鹏也向记者表示，《数据基础设施建设指引》的出台，有望指导行业合理配置资源，避免重复建设和资源浪费，提高整体建设效率。促进技术创新与加速产业升级的同时，明确的政策指引有助于增强市场对数据基础设施建设的信心，吸引更多投资。

企业数字化转型下半场：建构生态圈+高质量产品

本报记者 石健 北京报道

随着财政部制定印发的《企业数据资源相关会计处理暂行规定》（以下简称《暂行规定》）于2024年1月1日起施行，数据已经成为企业的重要资产。同时，随着数据市场要素的加速构建，越来越多的企业开始关注数字化转型的话题，以及数据资产化如何实现落地。

盟拓数字科技（苏州）有限公司副总裁朱大鹏在接受《中国经营报》记者采访时表示：“企业数字化转型主要解决的是数据生态安全的问题，如何将数据资源和质量进行提升。眼下，随着越来越多的企业实现数据资产入表，企业的数字化转型进入下半场，企业应该考虑的是如何让数据更有质量和价值。”

解痛点、建生态

在业内看来，数据作为数字经济的关键生产要素，已成为极其重要的新型资产之一，数据资产入表更是给市场和企业释放了积极的信号。一方面，近年来，政策端持续加码，从战略高度推动数据要素市场加快建立和完善。另一方面，产业规模巨大与交易机构的成立，让数据资产化条件逐渐成熟。可以说，数据要素市场的培育已从顶层设计阶段逐步进入落地实施阶段，不断推动数据确权、合规、交易流通、分配制度等完善。

对于企业而言，为何数据资产入表是现阶段的重要趋势？对此，朱大鹏认为，对于企业共性实质价值而言，数据资产入表将为企业带来四大实质价值。“一是改善经营和财务状况。经过确权、估值的数据资产，可以无形资产或者存货的形式，进入数据资产负债表，有助于企业更准确地反映其真实的经营和财务状况。二是优化资产和负债结构。一方面，帮助企业减少一部分的当期支出，提升业绩水平；另一方面，新的规定将增加一部分资产，从而优化资产和负债的结构，更有优势地反映其经营和财务状况。三是提升企业估值和融资能力。企业的财务报表将发生变化，这种变化将优化企业的整体估值以及融资能力。四是直接变现带来收益。企业可打造数据产品、数据服务、数据能力、数字资产等可用来交易的资产，通过市场化交易可直接变现，为企业带来收益。”

从顶层设计的角度看，企业数据资产入表急需一个有益的数据资产交易生态圈。值得注意的是，2024年6月28日，上海数据交易所举行数据资产交易市场发布会。据了解，上海数据交易所探索建设数据资产交易市场，旨在促进数据要素市场与金融要素市场联动发展，激发数据要素价值释放的活力。成立近3年来，上海数据交易所围绕“构建数据要素市场，推进数据资产化进程”谋划推进各项重点工作，为探索建设数据资产交易市场打下了工作基础。

搭建生态的同时，制定统一的数据行业标准也是行业一直关心的问题，其中，数据质量评价依然存在若干痛点问题。对此，朱大鹏直言：“目前，对于数据质量评价方面，存在五个主要痛点问题。一是不客观的问题。评价不客观主要是因为数据质量评价大多通过专家手工评分解决。二是数据整改效率低。数据质量评价报告无明细问题分析。三是缺少公信力。这主要是因为数据质量评价没有统一的行业标准。四是操作繁琐。这主要是因为数据质量评价指标和规则自主定义复杂。五是评价效率低。目前，数据质量报告还不能自主达成，这也制约了数据质量的评价。”

容诚会计师事务所数据资产服务与创新主管合伙人芮柏松则认为，数据治理体系构建是企业数字化转型的关键环节。在构建数据治理体系之前，需要明确数据治理的基础，包括数据的所有权、使用权和经营权。通过明确这些权益，可以确保数据的安全、合规和高效利用。数据治理体系的重要性在于它能够帮助企业实现数据资产的优化管理，提升数据质量，从而支持企业的战略决策和业务创新。

从治理到产品

数据资产入表推动了企业不断挖掘数据资产价值。但回归到实践层面，数据要素、数据产品、数据资产、数据治理、数据合规等各种概念在数据管理人员耳边回响，如何将庞大的数据资源转化为资产，并进行有效管理和利用成为行业必须思考的问题。

香港置地中国区数字科技总经理张喆认为，数字化是企业赋能业务的必要条件，而数据是核心的数字化资产，是数字化实践的新引擎，并提出企业需要在“以用带治，以治促用”的方向进行数据治理，破解数字化实践中的瓶颈。“数据资产是企业及组织拥有或控制，能带来未来经济利益的数据资源。数据资产运营即是合理配置和有效利用此类数据资产，从而提高数据资产带来的经济效益，促进企业各项业务发展。其核心思路是把数据作为一种全新的资产形态，并且以资产管理的标准和要求加强相关制度和应用。一直以来，如何让数据变现始终是业界难题。而数据资产运营成为大数据产业生态的关键点，只有将数据资产化，实现交易闭环，才能使大数据的商业价值最大化。”

在谈及数据资产化运营的问题时，张喆告诉记者，应该包含三方面。“一是数据共享。通过打通不同业务的数据源、建立数据中台等方式，可以实现企业内部的数据共享，打破数据信息孤岛；同时通过引入外部数据，可以有效缓解企业内部数据不足导致的资源瓶颈。二是数据治理。数据治理是实现数据资产管理的基础底座，主要包含主数据管理、数据质量、元数据管理、数据开发管理等领域，应分阶段、有重点、以应用为驱动迭代推动并完善。三是数据平台。通过数据平台工具，可以协助数据管理组织和人员，对数据的整个生命周期全过程进行有效的自动化管理，有效管控系统整体在线数据规模，降低流通运营成本，满足最终用户的数据访问和应用的需求。”

对于数商来说，数字化转型进入下半场，如何打造高质量数据产品成为行业竞争的关键。对此，朱大鹏对记者说：“目前，很多数商都在致力于打造高质量的数据产品，高质量的数据产品需要具备三点：一是有用。数据产品有用的关键点在于数据质量过关，关键举措在于数据标准的统一，同时还需要保证数据质量合格。二是可用。数据必须安全可靠，其举措就是数据安全可控。三是好用。实现数据产品的好用，需要打造丰富的应用场景，其举措就是数据平台功能的强大。数据产品是数据资产价值化的重要载体，高质量数据产品需要具备数据质量过关、数据安全可靠、应用场景丰富等关键点，因此企业需要在统一数据标准、检测数据质量合格、把控数据安全、充分应用数据平台等方面进行数据产品打造，赋能数据要素潜能释放。”

在数字化转型的过程中，公共数据资产也正在释放更大的经济效能。2024年《政府工作报告》提出，健全数据基础制度，大力推动数据开发开放和流通使用。全国两会期间，受国务院委托，国家发展和改革委员会提请十四届全国人大二次会议审查《关于2023年国民经济和社会发展计划执行情况与2024年国民经济和社会发展计划草案的报告》。该报告对“公共数据资源开发利用”的内涵进行了解析，即“公共数据资源开发利用”，是指对公共机构依法履职或提供公共服务过程中产生的数据进行加工处理再利用的过程；主要包括政务数据共享、公共数据开放、公共数据授权运营三种方式。全国两会期间，多位人大代表和政协委员围绕公共数据开发开放与价值释放以及数据立法等积极建言献策。

对此，上海数据交易所方面表示，公共数据资产估值定价是价值释放的基础，相对于其他数据，公共数据标准化程度较高，规模较大，推动公共数据产品入场交易，通过标准化带来的网络效应，形成公共数据产品的公允价值，是公允价值难题的破题关键。企业在场内交易可以形成数据资产凭证，为公共数据资产的会计实现方式和估值体系提供有力依据，在此基础上通过入表、融资等方式开展公共数据资产创新应用，推动公共数据资产价值释放，带动区域产业发展。

新质生产力调研行

一台机床远销全球 新质生产力助推中国企业“走出去”

本报记者 赵毅 广州报道

“前段时间有一个英国人过来考察，机器的价格让他感到不可思议，他问我怎么做到这么便宜。因为在国外，这样一台封边机就要100多万元，而这几台主机加起来才几百万元。”弘亚数控（002833.SZ）自动化项目负责人、子公司星石智能总经理项东鹏在智能仓储中心指着一台机器设备对《中国经营报》记者表示。

记者了解到，这台机器所在的产线被称作“一人线”。这条产线是由多台数控机床连成的一条智能生产线。让这位英国商人感到惊讶的是，这套设备在国外的价格是1000万元，而弘亚数控可以做到260万元，价格压缩到了四分之一。

作为广东制造业500强，弘亚数控是众多国家级专精特新“小巨人”企业当中的一个缩影，截至6月底，我国已累计培育专精特新中小企业超14万家，其中专精特新“小巨人”企业1.2万家。这意味着，在我国创新能力强、发展速度快、运行质量高、经济效益好的中小企业队伍逐步壮大，踏上了参与国际竞争的舞台。

“一人线”提质增效

产品、服务、售后均跟得上国际水平，而价格却接近四分之一。这让海外客户感觉到“不可思议”。

7月22日，记者实地探访了弘亚数控旗下三大制造基地，24个车间，每个车间整洁有序，智能机器人取代了大部分人工，这个庞大的生产体系整装待发，随时迎接来自世界各地的订单。

“一套衣柜在这条‘一人线’上只需要50分钟即可完成。”项东鹏对记者表示。

在强调新质生产力的当下，家居企业也在寻求更高效的解决方案，作为一家从事高端数控家具装备及自动化成套生产线研发、制造的国家级高新技术企业，弘亚数控正不断为企业提供更多的可能性。

就以“一人线”为例，传统的单机生产模式，需要10人操作，现在只需要1人。据项东鹏介绍，这条生产线突破了行业的极限，最小可以做到5厘米×25厘米的板件都在上线加工，使板件加工的自动化率高达92%以上。

不仅仅是高效，这条生产线使用一体化软件，从接单到交付的沟通效率提高3倍，错误率降低80%。而传统生产交货周期30天，“一人线”交货周期缩短到7天以内，能有效提高家具厂物料周转率，节约制造成本。

记者了解到，“一人线”无库存积压，采用以销定产，客户在订购产品后采取全款发货制度，无论是销往国内还是国外，会定期做技术培训，由于核心软硬件均已实现自主研发，一旦出现问题，能够在最短时间内进行排查，降低维保人员的工作难度。此外，海外70个国家的代理商能够很好地进行售后服务以解决设备环节出现的问题。

产品、服务、售后均跟得上国际水平，而价格却接近四分之一。这让海外客户感觉到“不可思议”。“一位来自英国的客户，在考察产品时不断发问，这样的价格，难道这个也包括吗？那个也包括吗？”项东鹏对记者表示，“外国人根本不相信，我们可以把成本控制得这么好。”

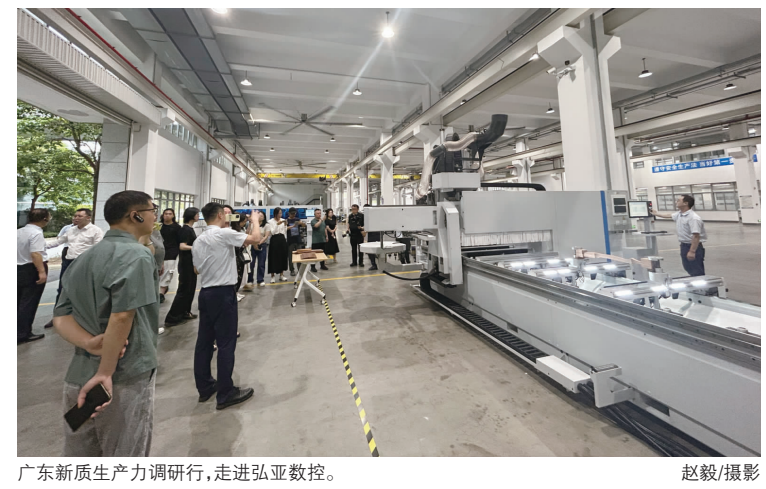
在与记者交流的过程中，项东鹏表示，自主研发、生产效率、供应链优势是实现新质生产力的关键。“现在我们的芯片使用国产的，效果也一样。我们之所以能够做到成本管控是因为强大的供应链优势，比如一个主轴，我们3000块钱，国外要13000块钱。另外，我们具有极强的软件开发能力，能够最大化提高设备的加工效率。”

随着自动化程度提升、环保要求提高、消费者定制化需求增加以及人工智能技术的发展，家具装备行业也在快速转型。据了解，家具装备行业全球市场规模大概在500亿元人民币，主要分布在德国、意大利和中国，欧洲企业合计占比在50%以上。其中德国豪迈占比25%，是全球收入规模最大的家具设备厂商。

正因此，国内企业所面临的不仅是本土的竞争，更是全球的竞争，如果能在竞争中脱颖而出，海外市场将是一片蓝海。

制造业面向全球竞争

近年来，我国新型工业化扎实推进，制造业高端化、智能化、绿色化发展步伐加快，数字化转型加速推进，工业现代化水平不断提高，新质生产力助推中国企业“走出去”。


广东新质生产力调研行，走进弘亚数控。 赵毅/摄影

“目前，公司拥有200余项专利技术，产品成功进入欧洲、北美等国际市场，业务遍布70多个国家及地区，公司始终坚持国内领先、国际一流的发展战略。”弘亚数控董事长李茂洪在与媒体记者交流时表示。

据了解，弘亚数控相继收购了意大利Masterwood S.p.A.、四川丹齿、王石软件等产业链关联企业。形成了精密零部件、家具装备制造、智能制造解决方案的产业链协同战略规划。2024年年初，弘亚数控投资成立凯澳智能和星石智能，正式布局家具装备的高端市场和自动化市场。

“收购意大利Masterwood S.p.A.，不仅填补了中国没有高端五轴加工中心的空白，还为全球的客户提供更优质的产品。与Masterwood的技术团队进行了深度整合，将五轴加工中心方面的先进技术本土化。”弘亚数控副总经理、董事会秘书莫晨晓对记者表示。

据弘亚数控董事、副总经理陈大江介绍，过去生产家具装备的关键、核心部件——高精度减速器总成、精密传动件、C轴、直角头等主要依赖于进口，弘亚数控在收购丹齿精工后开始自主研发，已经能够全面代替进口。通过收购多家公司，弘亚数控实现了关键技术的跨越，摆脱了对进口的依赖，不仅突破了卡脖子问题，也降低了成本。

而在原材料供应链管理体系方面，弘亚数控则实施多元化采购方案，拓宽原材料采购渠道。正如前文所述，同样的主轴，国内的价格是进口的四分之一。弘亚数控供应链高级总监胡传梅对记者表示：“我们的采购规模和付款条件均优于同行，所以供应商愿意在供应价格、供应及时性和供应品质等方面给予我们更多保障。”

同时，记者了解到，弘亚数控也在加快推进内部智能化、数字化改造升级。据弘亚数控副总经理、财务负责人许丽君介绍，公司通过开展ERP系统升级、产线改造、关键工序柔性生产智能化改造等措施提升管理效率。通过自建数据运用平台（MASTER-MOM）、OA等工具强化各管理系统之间的衔接，围绕实现制造中心全面数字化，打造业务协同、智能决策、数据驱动的数字化工厂。

“基于此，我们保持着较高的生产效率，从结果导向看，我们的盈利能力保持比较稳定的水平，有的产线能达到30%以上。”许丽君表示。

在采访中，弘亚数控管理层多次提到，自主研发、生产效率、供应链优势推动实现成本集约化。弘亚数控的做法无疑是在向管理要效益。“新质生产力正是推动企业高质量发展的关键因素。企业通过融合各类创新策略，如管理创新、技术创新、市场创新等，不断提升企业运营效能，研发出更具竞争力的新产品。”李茂洪表示。

近年来，我国新型工业化扎实推进，制造业高端化、智能化、绿色化发展步伐加快，数字化转型加速推进，工业现代化水平不断提高，新质生产力助推中国企业“走出去”。国家发展改革委主任郑栅洁指出，中国作为世界经济增长的重要动力源，积极培育和发展新质生产力，不仅能发展自身，也将为世界经济复苏和增长注入更多更强动力。

陕西低空经济蓄势起飞 掘金万亿规模新蓝海

本报记者 黄永旭
西安报道

“无人机将外卖送达客户手中，已经测试成功了。”陕西水务发展智能科技有限公司总经理孟晨介绍，对消费者而言，无人机低空配送外卖这一应用，相较现在的外卖骑手、跑腿代购，“不光配送时间大幅缩短，而且配送成本也可以大幅降低”。

《中国经营报》记者了解到，随着科技的飞速发展，低空经济以其独特的优势，逐渐成为推动经济社会发展的新动力。“低空经济”“低空制造产业”等词汇成为地方政府工作报告和重点发展方案中高频热词，全国各地都抢抓项目落地，加速竞逐万亿低空经济赛道。

今年年初，低空经济首次被写入陕西省政府工作报告，陕西低空经济发展迎来全新机遇。近期，陕西省工信厅印发了《推动低空制造产业高质量发展工作方案（2024—2027年）》，确定了低空制造产业发展的总体思路。

业内专家认为，我国低空经济发展正处于起步阶段，陕西省亦是如此。不过，陕西省拥有许多顶尖高校、科研院所，为低空经济发展积蓄了丰厚的科技、人才力量，具有巨大的资源优势。

低空无人配送

今年，陕西省各部门高效推进低空经济发展，取得了阶段性成效。近日召开的陕西省低空经济发展推进会议提出，要找准着力重点，规划发展路径，驱动低空经济良性循环，着力打造新兴领域发展“增长极”。

在孟晨口中，省市文件、会议中的新兴领域，正是他们公司技术研发人员每日工作内容。“低空经济空地协同无人配送项目，经过近一年的技术攻关，产品应用测试初战告捷。”

测试现场，该项目团队选择榆林高新区一家商业综合体为配送枢纽。在消费者下单后，机器人即时响应，完成自动取件并转运至无人机，由无人机将货品送往收货地后再交由机器人完成入户配送。

孟晨介绍道：“将榆林市商业综合体作为枢纽配送站，以它为起点，然后周边消费者就可以通过我们空地协同无人配送的应用，享受到该商业综合体商户的商品和服务。配送中，结合视觉识别技术，让无人机自己‘看’到降落环境，通过对比计算实现精准降落。降落后，我们通过精密的多机械模块协同运作，让无人机平稳安全地把货物‘交’给机器人，最后送达客户手。”

此外，该项目在榆林搭建了两条航线。“一条是中短航线，能够辐射周围3~5公里的住宅小区。另一条，长线的航线是在10公里以上，直接从该枢纽配送站辐射到榆林南收费站附近。通过这两个场景的搭建、结合，基本上就可以做到覆盖榆林市主市区，然后全境配送范围的覆盖。”孟晨说。

据介绍，“低空经济空地协同无人配送方案”是一种创新的末端物流解决方案，它通过整合多旋翼无人机、轮足式机器人和无人转运站等先进设备，充分发挥无人机与地面机器人的各自优势，实现了室内外、多点多路线、复杂环境的智能配送。

孟晨表示，在这个项目中，无人机利用其高速、远距离的飞行能力，在大面积室外环境中完成初步配送任务。而地面机器人则发挥其在室内环境的导航和多路线配送能力，确保包裹能够安全、准确地送达客户手中。

那么，相较于传统的外卖、跑腿人工配送订单，空地协同无人配送方案是否具备走向日常生活，成为日常应用的优势呢？

孟晨表示，空地协同无人配送方案，对商家、对消费者都具有人工配送无法比肩的优势。“经过实际测试，长线的那条配送航线全程约10公里，如果用跑腿订单，人工配送的话，用时25~30分钟，配送费用约为36元钱。但是，通过无人机空地协同的模式进行配送，配送时间可以缩短到10~11分钟，比人工配送缩短了一半多，而且，配送费用及成本不足6元钱。”

通过对比，空地协同无人配送方案优势明显，但是，该技术何时普及应用？是否会走向日常应用都犹未可知。

对此，孟晨道出了对低空经济发展的思考。“对于低空经济、无人机行业，我们认为制约整个行业发展的一个‘卡脖子’的问题，就在于现在的空域审批制度，而且相关制度的制定和完善也需要尽快推进。”

丰富应用场景

作为战略性新兴产业，“低空经济”如今被全国各地争相竞逐，关联领域动作频频，应用场景不断丰富，驶入发展“快车道”。

何为低空经济？是指在3000米以下空域内，以有人驾驶和无人驾驶航空器的低空飞行活动为牵引，辐射多领域的综合性经济形态。其中无人机、eVTOL（电动垂直起降器，也称“飞行汽车”），是两大热门领域。

中国民航局发布的数据显示，截至2023年年底，国内注册无人机126.7万架，同比增长32.2%，运营无人机的企业达1.9万家。到2025年，我国低空经济市场规模将达1.5万亿元，到2035年有望达3.5万亿元。业内测算，2023年我国低空经济规模已超5000亿元。

在我国低空经济市场规模快速扩大的同时，应用场景的培育和发展也不断提速。低空经济赋能各行各业中，物流行业是目前低空经济商业应用落地最广泛的场景。针对这一发展“蓝海”，国内多地加快布局低空物流产业，显著提升供应链效率，上述空地协同无人配送项目便是其中之一。

3月底，工业和信息化部、科学技术部等四部门联合发布《通用航空装备创新应用实施方案(2024—2030年)》，指出推动“低空+物流配送”“低空+城市空中交通”“低空+应急救援”等规模化发展，深化航空应急救援、航空物流配送等重点领域示范应用。

去年4月，陕西省消防救援总队以西咸新区沣西新城大队为试点，建成两座自动化无人机机场。并计划在西咸新区11个消防救援站及19个小型站“网格化”布点，建成后，全区五个新城高空监测巡防将达到无人机全覆盖、无盲区。

据了解，当火情发生时，西咸新区消防救援支队指挥中心按照响应级别对所属队站下达出动命令，无人机机场实时接收警情地理信息坐标后会自动生成航线，然后处警平台一键控制起飞。无人机可利用挂载的可见光、红外摄像机设备接近发生火情的建筑物，进行测温和热成像侦察，协助消防员以最快速度寻找着火点及被困人员，指挥中心及辖区指挥员也会同步收到现场拍摄的画面，第一时间了解着火部位物质和周边水源、路况等基本情况，迅速判断火灾发展蔓延趋势，全程跟踪救援过程，及时调整救援方案。

除了空地协同无人配送项目，陕西水务发展智能科技有限公司早在2015年，便开始进行无人机应用的探索，将市面上成熟无人机产品应用到工程巡检、环水保巡查等工作场景。

2022年2月，陕西引汉济渭工程秦岭输水隧洞全线贯通。工程横穿秦岭，地形复杂，普通的无人机难以满足超长距离的飞行作业，如何保障工程建设与后续安全运行管理成为“卡脖子”的难题。

孟晨表示，引汉济渭一期工程深处于秦岭腹地，交通非常不便，环境极其恶劣。尤其是冬天，锂电池无人机的工作效率的衰减非常明显的，难以完成巡检巡任务。通过秦创园平台的资源的对接，在西安交通大学张锦英教授团队帮助下，公司利用石墨烯稳定包覆固态储氢技术，使无人机飞行作业时间大幅提升。

孟晨介绍，氢动力无人直升机飞行平台是省级重点科研项目，更是秦岭生态巡查巡检的“王牌空军”。该机型目前主要应用于引汉济渭工程巡查巡检，未来还可以根据不同应用场景，针对长航时、大载重、高原低温等特殊技术标准衍生多种飞行平台，广泛应用于工程建设、综合管理等领域。

陕西的优势

近日，陕西省抢抓低空经济产业倍增的战略机遇和黄金窗口，发布了《推动低空制造产业高质量发展工作方案(2024—2027年)》，并且召开了陕西全省低空经济发展推进会，可见政府和政策层面对低空经济寄予厚望。

在全国加速推进低空经济的竞逐中，陕西省有哪些优势和家底呢？

中国企业资本联盟副理事长柏文喜表示，首先，在航空制造和无人机技术方面，陕西省拥有一定的产业基础，可以为低空经济提供技术和装备支持。而且，陕西省具有优越的地理和气候条件，适合开展多种低空飞行活动和测试。另外，陕西省高等院校、科研院所众多，可以为低空经济发展提供技术和人才支持。

最新统计数据显示，截至2024年，陕西省共有97所普通高等学校，其中，不乏国内一流的名校，如西安交通大学、西北工业大学、西安电子科技大学等，它们以卓越的教学质量和科研实力，为西安的教育事业树立了标杆。

对此，孟晨深有感触，没有西安交通大学张锦英教授团队的帮助，引汉济渭无人机巡查巡检将难以进行。“高校资源非常丰富，科研人才基础非常的雄厚。尤其是像西安交通大学、西北工业大学等顶尖学府，在无人飞行器方面有很多的技术专利，可以应用到低空经济领域。”

溢价成交、“地王”频现 土拍市场点状升温

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

近期，地块高溢价率成交、总价刷新历史诞生新“地王”等现象接连出现在北京、上海、广州、杭州、成都、南京等地土拍市场。

7月25日，保利发展（600048.SH）联合北京建工竞得北京海淀区一宗涉宅用地，溢价率3.5%，总价89.01亿元刷新该片区纪录，成为海淀区新晋“地王”。保利发展也是广州今年首宗实现溢价成交土地的得主，其以约6.99亿元的总价和8.5%的溢价率斩获荔湾区鹤洞路以南一宗宅地。

据克而瑞研究中心统计，7月，全国土地市场热度略有提升，平均溢价率升至3.8%，环比增长0.6个百分点。中指研究院发布的研报指出，1—7月，房企聚焦核心城市优质地块拿地的趋势仍在持续，但市场分化也在加剧。

中指研究院市场研究总监陈文静对《中国经营报》记者表示，对于核心区地块，房企仍保持较高的参拍意愿，这些地块往往具备质量高、周边配套较为完善、所处区域房地产市场短期库存相对合理、项目流速确定性高等特点。

土地市场点状回暖背后，部分房企近段时间的拿地积极性相比今年上半年有所提高。以保利发展为例，据中指研究院统计，其在上半年权益拿地金额仅有110亿元，进入7月，保利发展的拿地金额已达97亿元。保利发展方面对记者表示，公司整体会依据自身的研判体系，根据土地的综合素质、板块、配套等因素进行综合考虑。在投资方面，公司相关部门会跟进每一块土地，形成复盘体系，动态对标外部企业优秀做法，完善自身做法。

冷热分化

仍有少数城市在7月出现挂牌地块以底价成交、终止出让的现象。

时隔8年，曾让万科选择折价退地的海淀区永丰地块重新进行拍卖，经过合计8轮报价，最终由保利发展和北京建工联合体摘得，成交总价89.01亿元，住宅楼面价约5.96万元/平方米，销售指导价为9万元/平方米。据中指研究院统计，这是7月全国住宅用地成交总价最高的地块。

公开信息显示，上述海淀区永丰地块土地面积约为8.56万平方米，总建筑规模约为16.29万平方米，包含3宗地块，其中0120、0132地块为二类城镇住宅用地，容积率分别为2.0和1.7，建筑面积为14.92万平方米；0162地块为零售商业用地，建筑面积为1.36万平方米。值得一提的是，海淀区永丰地块2016年起拍价为44亿元，上限价格为59亿元，到了2024年，该宗土地价格几乎翻倍增长，其起始出让价和上限价格分别为86亿元、103亿元。

对于保利发展来说，海淀区永丰地块也是其今年在北京首个收入囊中的地块，开局便拿下片区“地王”。值得注意的是，在7月土地市场热度颇高的长三角区域，保利发展也斩获一宗溢价成交地块。

7月9日，上海首场恢复“价高者得”规则土拍所出让的4宗地块全部成交，其中有2宗溢价率分别达到21.18%和17.12%，前者来自杨浦区平凉社区02H1-01地块（以下简称“杨浦平凉社区地块”）。该地块是此批出让土地中唯一的内环内宅地，竞拍前已获得高度关注，其总出让面积约为1.38万平方米，建筑面积约为2.49万平方米，容积率1.8。最终经过60轮竞价，保利发展如愿以偿拿下杨浦平凉社区地块，成交价约为22.03亿元，成交楼板价88462元/平方米，刷新了该区域土地单价纪录，成为“单价地王”。

值得一提的是，保利发展“豪气出手”的北京和上海也是7月土地市场热度较高的城市。据中指研究院统计，今年7月住宅用地成交总价排名前十地块中，北京和上海分别有3宗，此外，杭州和成都也分别有2宗地块上榜。

但记者注意到，仍有少数城市在7月出现挂牌地块以底价成交、终止出让的现象，甚至是同一城市的不同批次土地出让，成交表现也有所分化。比如武汉计划于7月底出让7宗地块，最终仅成交1宗；与杭州、上海同位于长三角地区的苏州有3宗土地以底价或低溢价成交；北京在7月初的土拍有2宗地块以底价成交。

持续供应

目前，一线城市中北上广均有新增土地挂牌。

当前，“高频、少量、质优”正在成为土地市场发展的主流趋势。从供应端来看，近段时间高溢价成交以及“地王”地块亦往往具备质量高、周边配套较为完善等特点。

以杭州滨江区白马湖宅地为例，7月30日，该地块进行拍卖，其建筑面积约为9.3万平方米，挂牌起始价19.46亿元，起始楼面价20938元/平方米，采取“价高者得”原则确定竞得人。最终经过42轮竞价，上述地块由绿城以27.16亿元竞得，成交楼面价29223元/平方米，溢价率接近40%。

对于白马湖地块受热捧的原因，中指研究院华东大区常务副总高院生认为，该地块所处的白马湖板块长期供应稀缺，上次宅地出让要追溯到10年前。还有，该地块周边配套较为完善，紧邻在建地铁18号线白马湖站，位于杭州白马湖国际会展中心西侧，周边有多个学校。另外，白马湖地块的出现弥补了板块内改善型高端住房需求的空白，而这里已有的老小区多为刚需产品。

在优质地块仍能拍出高溢价的杭州，据克而瑞研究中心统计，7月，该城市土地成交的平均溢价率再度回到20%以上，特别是在月末接连出现高溢价宅地成交。进入8月，杭州的土拍数量和频次有所加快。近日，杭州公示4宗位于拱墅区的宅地将于8月底出让，容积率分别在1.2—1.9不等，起始总价为45.02亿元，均设有新房限价。

克而瑞研究中心发布的研报显示，今年6月以来，各城市供应优质住宅用地的积极性明显提升，平均容积率指标持续下降。2022年及2023年所供应宅地的平均容积率均高于2.1，而今年7月所供应宅地的平均容积率为2.06，且较今年6月下降0.02。

目前，一线城市中北上广均有新增土地挂牌。其中，关注度较高的有上海徐汇区滨江住宅用地（原小米总部地块），起始楼板价已达到10万元/平方米，该地块于今年由商办属性更改为住宅属性。广州海珠区也有一宗居住用地将于8月出让，起拍价达到47.45亿元，宗地面积约为6.7万平方米（其中出让宗地面积约为3.03万平方米）。与此同时，杭州、苏州、南京、济南等城市也有新增低密度住宅地块挂牌。

克而瑞研究中心认为：“随着各地低密度宅地持续入市，预计8月仍将会有较多高溢价地块成交，但在需求规模同比持续回落的大环境下，土地市场的冷热分化也会更加显著。”

保利发展北京近期交付项目和悦春风实景图。 保利发展官微/图

新房销售仍在寻底

去库存仍是房企的主要目标。

中指研究院提供的数据显示，1—7月，百强房企拿地总额为4307.1亿元，同比下降38%。分区域来看，长三角地区拿地金额排名前十房企合计金额约为885.2亿元，继续居四大城市群之首；京津冀地区拿地金额排名前十房企合计金额约为809亿元，位列第二；中西部地区拿地金额排名前十房企合计金额约为373亿元，位列第三。

“总体而言，房企拿地聚焦核心城市优质地块的趋势仍在持续，但土拍市场和销售市场分化加剧，促使房企在短期内对于拿地整体仍保持审慎态势。”中指研究院指出。

在房地产行业，土地常被形象地比喻为“面粉”，房子比作“面包”，二者的价格紧密联系。但眼下，去库存仍是房企的主要目标。

7月，市场进入传统销售淡季。根据中指研究院初步统计，重点城市新房销售面积同比下降约10%，市场依然面临调整压力。核心城市的二手房价格回落后性价比凸显，也对新房市场造成分流影响。二手房市场整体延续“以价换量”态势，核心城市二手房成交量环比略微下降，同比增幅扩大。

据克而瑞中心统计，7月，百强房企实现销售操盘金额2790.7亿元，环比下降36.4%，同比下降19.7%。1—7月，百强房企合计销售操盘金额21309亿元，同比下降37.5%，降幅收窄2个百分点。中指研究院提供的数据显示，1—7月，销售总额超过千亿房企有6家，较去年同期减少4家，百亿规模房企有51家，较去年同期减少34家。

中指研究院认为，整体来看，随着下半年市场高基数影响减弱，预计全国新房销售同比降幅将有所收窄，但市场仍处筑底阶段。同时，关于促进需求释放的相关政策有望在下半年进一步得到落实，地方政府将获得更多调控自主权，“因城施策”推动房地产市场尽快企稳，国企收储政策的落实进展也是决定市场恢复节奏的重要因素。“房企应重点关注救市政策，加强活动促销去库存，提升销售能力，为‘金九银十’做好准备。”

老牌房企“去地产化”转型众生相

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

“起了个大早，赶了个晚集。”老牌房企冠城大通（600067.SH）日前宣布，将彻底剥离房地产开发业务，经营上聚焦电磁线的研发、生产与销售主业，行业分类也将调整为电气机械和器材制造业。

据了解，冠城大通很早便确立了“去地产化”转型战略，于2015年开始切入新能源业务。加之受房地产业务拖累，冠城大通预计，2024年半年度归属于上市公司股东的净利润为-2000万元到-3000万元。

在业绩压力之下，冠城大通决定全面回归电磁线“老本行”。7月31日，冠城大通董秘办工作人员向《中国经营报》记者表示，目前，公司正逐步退出房地产业，锂电池板块也在加速清理库存。“电磁线业务我们很早就在做了，最早在上个世纪80年代就有了电磁线工厂，其实是冠城大通最早的主业，现在公司战略就是以电磁线业务为主，并将该业务做大做强。”

无独有偶，近年来持续“去地产化”的新湖中宝（600208.SH），一方面引入衢州国资这一“白衣骑士”，另一方面将注册地址迁至衢州市并加大对高科技和先进制造业领域的投资布局。8月1日，新湖中宝发布公告称，拟把公司名称变更为衢州信安发展股份有限公司，进一步深度绑定衢州市。

对于寻找转型发展之路的房企而言，无论是股权投资还是发展实业，进入一个新行业、新领域都绝非易事。冠城大通和新湖中宝的转型之路，或能为房地产业带来经验和启发。

房地产业务拖累业绩

7月10日，冠城大通发布的2024年上半年业绩预告公告显示，冠城大通预计2024年半年度归属于上市公司股东的净利润为-2000万元到-3000万元；预计2024年半年度归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为-2800万元到-3800万元。

对于亏损原因，冠城大通方面解释称，因公司目前正逐步退出房地产行业，存量房地产业务已多年未有新增项目，大部分项目处于尾盘状态，可结转资源减少，同时受房地产项目开发周期的影响，本期房地产高毛利项目结算规模较小。

事实上，在不久前的2023年年度股东大会上，冠城大通方面直言对房地产业持悲观态度：目前，购房者信心不足，市场整体持续低迷。公司对现有存量地产项目实施精细化管理，针对不同地域、不同开发阶段的项目，顺应市场环境变化，整合渠道资源，调整营销策略，实施“一项目一策”加快去化。

年报数据显示，截至2023年年底，冠城大通在开发项目仅剩位于北京市的冠城大通百旺府及西北旺新村项目和位于南京市的冠城大通蓝湖庭、冠城大通华宸院，以及位于福州市的冠城大通悦山郡。

上述冠城大通董秘办工作人员告诉记者，冠城大通很早便提出了“去地产化”战略，2019年之后就没有拿过地了。剩余的大部分项目处于尾盘状态，大概还有几十亿元的货值。

同样受房地产业务拖累业绩的还有绿地控股（600606.SH）。7月9日，绿地控股发布2024年半年度业绩预告，预计2024年半年度实现归属于母公司所有者的净利润2.0亿元到2.5亿元，与上年同期相比将减少23.6亿元到24.1亿元，同比减幅90.4%到92.3%；预计实现归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润0.6亿元到1.1亿元，与上年同期相比将减少18.2亿元到18.7亿元，同比减幅94.3%到96.9%。

绿地控股方面分析称，今年上半年，房地产、基建行业整体低迷态势尚未扭转，企业面临的挑战仍然很大。净利润降幅较大，主要原因是公司房地产业结转规模、基建产业营收规模同比均有较大幅度下降。同时，上年同期转让子公司股权产生了较大金额的投资收益。

加速开辟新赛道

在日前召开的2023年年度股东大会上，绿地控股方面决定“二次创业”，依托现有业务基础和资源条件，发展协同性、带动性较强的新业务。“坚决依托现有资源条件挖掘潜力、做深做透，通过资源重整、模式重构、团队重塑、发展重启，来提升老赛道、开辟新赛道，从而不断破局突围。”

大力发展医疗产业相关业务，正是绿地控股加快转型发展的重要举措。在今年年初，绿地控股与迈瑞医疗签约，以自动体外除颤仪（AED）为切入点，开展医疗器械贸易，并于6月初获得首单。7月1日，绿地医疗产业集团揭牌成立，同时与九州通、联影医疗分别签署了战略合作协议。

绿地控股方面表示，绿地医疗产业集团将依托集团旗下产业内容、空间场景及供应链，发挥绿地独有的体制机制优势，加快血液透析中心、医疗综合体、医疗医药产业园等项目筹建落地，进一步完善医疗产业业务布局。同时，加快在中国上海和哈萨克斯坦阿斯塔纳设立“一带一路”医疗器械出海创新展示培训中心。

老牌浙系房企新湖中宝也早早踏上了转型之路。近年来，新湖中宝已很少在公开市场拿地，在提出“有序退出、有序替代”的“去地产化”策略的同时，加速投资高科技企业，布局高端制造业。

记者注意到，新湖中宝战略股权投资主要集中在区块链、人工智能、高端制造、芯片设计、生物医药等板块，多个投资标的已经上市。2023年，新湖中宝通过标的公司回购处置了所持有的万得信息股份，交易产生处置收益6.3亿元；同年，新湖中宝还减持了宏华数科（688789.SH）、龙芯中科（688047.SH）等多家上市公司股份。

除股权投资外，2021年，新湖中宝将注册地址变更至浙江省衢州市，依托衢州市产业优势，重点拓展新能源电池负极材料、氟化工及数码喷印等产业链。2022年12月，新湖中宝与衢州国资公司联合投资，在衢州市智造新城征用土地450亩，达产后形成年产40万吨新型高性能负极材料的生产能力。

新湖中宝方面表示，近年来，公司加大了对高科技和先进制造业领域的布局力度，已经渐成规模和体系，为未来发展打开广阔空间。“公司战略投资了大量具有国产自主可控技术的高科技企业，已经或拟将陆续上市，具有很大的升值空间。”

冠城大通更称得上是房企转型的先锋，早在2015年便加快战略转型步伐，进入锂电池产业链，以此切入新能源赛道。2017年年底，冠城瑞闽投资的新能源锂电池项目一期正式投产，可规划产能约5.6GWh。

转型不顺回归老本行

不过，转型多年的冠城大通，并未能借助新能源汽车产业的火爆行情实现业绩腾飞，反而在2021年迎来上市20多年后的首亏。这也让公司的转型战略有所动摇。

2023年，冠城瑞闽加快对库存电芯加工并开展销售。财报数据显示，截至当年6月，冠城瑞闽净利润为-2550万元，净资产约为-5亿元，已陷入“资不抵债”困境状态。

由于业绩不佳，冠城大通实控人、董事薛黎曦未对2023年半年度报告提交表决票。薛黎曦解释称，主要原因为公司近些年转型战略执行不坚定、措施不到位，导致经营业绩不理想、市值不断萎缩，对此不予认可。2023年12月，薛黎曦因此被上交所予以监管警示。

记者从冠城大通方面了解到，冠城瑞闽目前已不再生产电芯，仅进行库存电芯销售以及两轮车电池包快速换电PACK的生产与销售，冠城大通计划尽快完成对于锂电池业务清算或重组处置工作。

事实上，冠城大通另一大转型业务——电解液添加剂，也在走下坡路并处于亏损状态。财报显示，2023年，该业务实现产量221.69吨，同比下降25.57%；实现销售量198.96吨，同比下降29.43%；实现营收4058.10万元，同比下降48.48%；净利润为-1278.77万元。

在几经权衡之下，2024年7月10日，冠城大通方面宣布，拟将持有的房地产开发业务相关资产及负债转让至公司控股股东（或实际控制人指定的关联公司）。交易完成之后，公司将不再从事房地产开发业务，而是集中人力、物力、财力，适时通过扩产、并购等各种方式进一步做大做强电磁线业务，并寻求现有业务相关产业链上下游及横向并购机会。

此后的7月22日，冠城大通公告称，与先登高科电气股份有限公司（以下简称“先登高科”）现有股东签订股份转让框架协议，拟收购先登高科55%股份，以扩大产能并强化电磁线业务。

据介绍，先登高科成立于2013年，目前主要生产基地为浙江湖州吴兴厂区，占地约146亩，主导产品“先登”牌系列电磁线拥有40多种型号、超千种规格。截至2023年年底，先登高科的总资产为16.26亿元，所有者权益为5.01亿元；2023年度营业收入为38.26亿元，净利润为1235.03万元。

“本次交易是公司拓宽电磁线产业布局的重要举措，符合公司战略发展方向和实际经营需要。”冠城大通方面表示，先登高科目前拥有电磁线产能约8.5万吨，如达成本次交易，预计公司电磁线业务总产能将达到17.5万吨，可以增强公司整体经营实力，巩固公司在电磁线行业领先地位，提升公司市场竞争力和盈利能力，增强公司可持续发展能力。

与标的公司打起“口水仗” 跃岭股份终止重大资产重组

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

“联姻”失败后，浙江跃岭股份有限公司（002725.SZ，以下简称“跃岭股份”）与上海源悦汽车电子股份有限公司（870231.NQ，以下简称“源悦汽车”）之间因相应事项发生争议。

日前，跃岭股份发布公告称，公司此前拟以现金方式收购源悦汽车51%股权，现公司决定终止本次筹划重大资产重组事项。对于终止原因，跃岭股份在公告中表示，在对标的公司尽职调查过程中，对发现的标的公司存在的问题，标的公司给出的解释未能消除合理怀疑，且各方也无法就该等问题的解决方案达成一致意见。

对此，源悦汽车则发布公告称，公司认为跃岭股份公告内容与事实不符，公司作为交易标的，不存在跃岭股份公告中所述事项，不存在对其本次收购造成实质性障碍的情形。

《中国经营报》记者注意到，双方上述交易计划始于今年3月底，相应交易意向协议生效后不久，跃岭股份已向源悦汽车支付意向金500万元。上述公告中，跃岭股份表示将向交易对方要求全额无息退还交易意向金；源悦汽车则提请对方注意，不能以收回意向金为目的而对公司合法合规经营进行无理由的指责，从而对公司商誉造成不良影响。

跃岭股份与标的公司打起“口水仗”，双方各执一词。 视觉中国/图

筹划4个月后终止

在对标的公司尽职调查过程中，对发现的标的公司存在的问题，标的公司给出的解释未能消除合理怀疑。

上述交易计划始于今年3月底，彼时，交易双方均发布了提示性公告。

跃岭股份在公告中表示，公司与源悦汽车现有股东张鹏程、徐惟签订了《股份转让意向协议》，公司拟以现金方式收购对方持有的源悦汽车51%的股权，交易完成后，公司将成为源悦汽车的控股股东。根据初步研究和测算，本次交易构成《上市公司重大资产重组管理办法》规定的重大资产重组。

对于源悦汽车而言，相应交易完成后，该公司实际控制人将发生变更。

上述源悦汽车两位股东中，张鹏程持有源悦汽车9.6225%股份，徐惟持有源悦汽车49.7169%股份。相应交易若顺利实施，从对源悦汽车持股比例变动来看，张鹏程将降至8.3394%，徐惟持股降为0%，跃岭股份则将由0%增至51%。

双方当时并未约定具体交易对价，只是原则同意标的公司100%股权的价值应当与其业绩承诺期的平均承诺净利润并按10—11倍PE计算所得金额相当。同时双方约定，跃岭股份应以现金方式支付全部股份转让款，原则上分四期支付。

不过，相应交易筹划4个月后，跃岭股份近日发布公告称决定终止相应事项。

“在对标的公司尽职调查过程中，对发现的标的公司存在的问题，标的公司给出的解释未能消除合理怀疑，且各方也无法就该等问题的解决方案达成一致意见。”跃岭股份在公告中表示，公司经与各中介机构沟通和协商，认为源悦汽车目前尚不满足被上市公司收购的基本条件，不宜继续推进本次交易。

双方各执一词

源悦汽车在近日发布的公告中表示，公司作为交易标的，不存在跃岭股份公告中所述事项，不存在对其本次收购造成实质性障碍的情形。

在上述公告中，跃岭股份也透露，公司与交易对手未能对终止相应事项达成一致。

跃岭股份认为，标的公司存在的问题已使得《股份转让意向协议》中协议实施先决条件无法满足，所以公司决定终止本次筹划重大资产重组事项，并要求交易对方返还意向金。

此处所指意向金金额为500万元。披露信息显示，跃岭股份同意，上述意向协议生效之日起5个工作日内，其向交易对方支付500万元作为此次交易的意向金。按照双方约定，意向金将根据正式交易协议的约定转为本次交易对价的一部分，如本协议终止或解除，甲方应当向乙方全额无息退还交易意向金。

对于跃岭股份相应表述，源悦汽车则予以否认。

“公司认为跃岭股份公告内容与事实不符，跃岭股份自2024年4月组织尽职调查以来，公司根据相关法律法规及全国股转系统业务规则的要求，予以充分配合，并对对方提出的问题，给予详尽且合理的解答。”源悦汽车在近日发布的公告中表示，公司作为交易标的，不存在跃岭股份公告中所述事项，不存在对其本次收购造成实质性障碍的情形。

“源悦汽车自公司实际控制人处获悉，公司实际控制人一直要求跃岭股份明确公司存在哪些不满足被上市公司收购的基本条件的情形，但截至本公告披露之日，其仍未给予任何回复。”源悦汽车表示，公司实际控制人将与跃岭股份就本次收购的意向金事项进行沟通，并提请其注意不能以收回意向金为目的而对公司合法合规经营进行无理由的指责，从而对公司商誉造成不良影响。

目前暂不知晓双方具体因何产生争议。

值得注意的是，在意向协议中，双方就相应交易约定了业绩对赌，对赌期为2024—2026年度，源悦汽车承诺净利润（以扣除非经常性损益前后孰低为准）分别为2500万元、3000万元和3500万元。若实际净利润低于或超出相应标准，将进行业绩补偿或超额业绩奖励。

Wind数据显示，2020—2024年，源悦汽车扣非净利润分别为1157.28万元、1529.50万元、1904.88万元、954.95万元。

工商信息显示，源悦汽车法定代表人为张鹏程。近期该公司董事发生变动，2024年6月份，该公司董事中，张小文退出，新增陆洁琼。

毛利率持续下滑

2022年度，该公司销售毛利率仍在10%以上，为10.36%；2023年度则降至5.32%，下降超5个百分点。

“受让源悦汽车的股份，公司可以实现业务的多元化拓展，进入汽车电子控制器领域，增加公司在汽配行业的产品线和市场份额。”对于相应交易影响，跃岭股份在公告中表示，依托标的公司在胎压监测系统（TPMS）的研发优势，互相发挥在传统轮毂产品及TPMS系统的研发和供应链优势，可丰富公司现有的产品结构，提高产品的竞争力。

跃岭股份还表示，相应交易为现金交易，不涉及发行股份，对上市公司的股权结构不构成影响；本次交易将构成公司重大现金支出，公司将在保证运营的前提下，审慎安排整体资金计划。

不过，跃岭股份认为现阶段无法预计相应交易对公司当年经营业绩的影响。

相关资料显示，跃岭股份主营业务为汽车铝合金车轮的研发、设计、制造与销售，且主营产品以出口为主。近三年，该公司外销收入占比均在80%以上。

不过，跃岭股份相应产品低毛利问题逐渐显现。Wind数据显示，2019年以来，公司销售毛利率持续下滑，已由2019年度的近20%下降至2023年度的5.32%。值得注意的是，2022年度，该公司销售毛利率仍在10%以上，为10.36%；2023年度则降至5.32%，下降超5个百分点。

实际上，2023年一季度，跃岭股份毛利率已出现明显下降。披露数据显示，当期该公司毛利率仅为0.01%，上年同期则为15.26%。对此，该公司解释称，主要受毛利率较低的低压轮产品产销比例较上年同期有所上升及订单不足等因素影响。

值得注意的是，2022及2023年度，跃岭股份低压轮产品毛利率均为负数，分别为-5.12%及-13.28%。同时，近年来该公司低压轮产品营收占比多在20%上下，2020年度曾超25%，2022年度降至19.08%，2023年度则增至30.67%，明显高于此前年度。

Wind数据显示，2024年一季度，跃岭股份销售毛利率为12.79%。

同时，跃岭股份预计其2024年半年度经营业绩较上年同期实现扭亏为盈，主要原因一方面为报告期内出口订单较上年同期增长，公司营业收入增长；另一方面公司业务规模同比增加，产品结构优化，相关固定性成本费用摊薄，毛利率有所恢复，较上年同期有所增长。

就相应问题，记者致电致函跃岭股份证券部采访，对方表示不接受采访。源悦汽车方面回复称，因目前公司实控人正在出差中，不便接受采访；另终止股权交易具体事项是由实控人与跃岭股份之间具体沟通，公司这边还未收到进一步信息。如有需要对外披露的信息，公司会及时在股转系统如实披露。

佳禾智能跨界布局新能源 拟2.3亿收购宁德时代供应商

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

受全球消费电子市场需求疲软、竞争激烈影响，电声产品制造商佳禾智能（300793.SZ）近年来业绩出现波动，在开拓消费电子产品品类的同时，将目光聚焦在新能源、储能业务上。

近日，佳禾智能宣布拟以2.3亿元收购一家动力电池产业链公司51%股权。《中国经营报》记者了解到，该公司为宁德时代、吉利、小鹏等知名车企的一级供应商。

若此项收购顺利完成，则佳禾智能从传统的电声产品领域向新能源及储能业务跨界则再进一步。

收购动力电池产业链公司

7月25日晚间，佳禾智能发布公告称，计划出资2.3亿元收购东莞市佳超五金科技有限公司（以下简称“佳超科技”）51%股权。

公开信息显示，佳超科技是一家专业从事新能源动力电池模块铜铝软连接、硬连接的研发、生产及销售于一体的高新科技公司，隶属于佳华兴集团旗下。

据了解，佳华兴集团总部位于香港，业务涵盖精密零部件的研发制造及销售，产品包括动力电池软连接、精密CNC车件、五金冲压件、精密弹簧、记忆弹簧等。

佳超科技官网显示，公司现有员工总数1200人，新能源连接件的技术开发人员25人；铜铝排软连接产品研发每月150—250款，每月有效量产连接件产品50—100款。目前公司已经获得40项专利技术，其中有5项发明专利。

值得注意的是，佳超科技业务范畴与当前全球新能源汽车产业紧密关联，主要客户包括宁德时代、小鹏汽车、新能安、威睿电动、欣旺达、亿纬锂能（维权）、南都电源、珠海冠宇、立讯精密、国轩高科、蜂巢能源、壹连科技、宇通客车等国内知名企业，公司也是宁德时代、吉利、小鹏等公司的一级供应商。

目前，该股权收购事项尚处于筹划阶段，佳禾智能暂未公布佳超科技审计报告。根据公告，佳超科技的整体预估值暂定为4.5亿元。

佳禾智能将从传统的电声产品领域向新能源及储能业务跨界。 视觉中国/图

此次收购设置了业绩对赌，具体为佳超科技在2024—2027年的营业收入分别不低于5亿元、6亿元、7.2亿元、8.6亿元，合计26.8亿元；扣非净利润分别不低于3200万元、4000万元、4800万元、5600万元，合计1.76亿元。

此次交易条款中设定了灵活的估值调整机制。若佳超科技在未来几年内未能达到上述业绩要求，估值将重新协商，且佳禾智能有权选择终止交易，相关费用由卖方承担。

据了解，本次收购交易也将分四期完成，除首期外，剩余三期将分别对应佳超科技完成2025—2027年业绩承诺时支付。

天眼查信息显示，佳超科技共有6名股东，分别为简伟民、贺建国、东莞市联瑞成企业咨询有限公司、廖勇军、溧阳瑞远投资有限公司、黎秀燕。目前，简伟民担任公司董事长，贺建国、廖勇军分别担任公司总经理、副总经理。

若本次交易完成，佳禾智能将享有佳超科技过半数的董事席位，目前初步确定佳超科技董事会人数为5位，佳禾智能享有3席，佳超科技享有2席。业绩承诺期内，佳超科技总经理由卖方担任，财务负责人由佳禾智能委派，佳超科技的日常经营由卖方经营层决定及负责。

佳禾智能在公告中表示，本次收购符合公司的整体战略规划，如顺利实施，有利于公司拓展业务领域，提升公司盈利能力，为公司提供更多的商业机会和增长潜力。通过整合双方的资源优势，形成协同效应，提升公司整体运营效率及市场竞争力。

公告显示，如佳超科技完成业绩承诺，则佳超科技和佳禾智能双方可参考本次交易的定价方式，就剩余49%的股权收购继续协商。

记者就本次收购的标的估值、与原有业务如何协同致电佳禾智能，相关负责人表示目前交易尚在推进中，一切信息暂以公告为准。

寻找第二增长曲线

据了解，佳禾智能是一家专业从事电声产品的设计研发、制造、销售的高新技术企业，是国内领先的电声产品制造商，主要产品包括TWS耳机、骨传导耳机、无线音箱、智能手表、AR/VR等。

公司营业收入主要来源于耳机、音箱和智能穿戴类等产品。2023年，公司实现营收23.77亿元。其中，耳机产品收入占比78.41%；音箱产品收入占比17.54%；智能穿戴系列产品收入占比3.43%。公司主要客户来自海外市场，去年海外销售实现营收15.64亿元，在总营收中占比65.77%。

不过，受全球消费电子市场需求疲软影响，公司近年来业绩出现波动。财报显示，2021—2023年，公司的营收分别为27.34亿元、21.72亿元、23.77亿元；归母净利润分别为0.53亿元、1.74亿元、1.33亿元。

今年一季度，公司实现营业收入4.47亿元，同比下滑6.57%；归母净利润0.15亿元，同比下滑54.44%。

佳禾智能解释称，这主要是受客户结构及产品迭代影响，收入规模有所下降，同时受松山湖运营中心、江西产业园投入使用相应费用增加，国际汇率变动导致财务费用变动，研发投入增加等影响，公司今年一季度净利润下降。

在此背景下，除了耳机、音箱等电子产品外，佳禾智能表示，公司未来将致力于深化在消费电子领域的耕耘，以音频产品为核心，逐步拓展至周边的消费电子产品。比如小家电和智能家居等多元化领域，以满足市场和消费者不断变化的需求。

据了解，佳禾智能一直坚持大客户、大订单战略，在进一步深化与现有客户业务合作的同时，持续加大新客户和新市场的开拓力度。

今年1月份，佳禾智能成功发行可转债10.04亿元，募集资金将用于年产500万台骨传导耳机项目、年产900万台智能手表项目、年产450万台智能眼镜项目以及补充流动资金。

此外，公司也开始寻找第二增长曲线，将目标聚焦在新能源、储能业务上。据了解，佳禾智能于去年6月份启动储能业务板块的布局。

去年7月份，佳禾智能将旗下的广东贝贝机器人有限公司更名为广东佳禾新能源有限公司（以下简称“佳禾新能源”），并将其经营范围改为储能技术服务、电池制造、电池零配件生产等。当年年底时，佳禾新能源已具备完整的锂电池Pack生产能力，并成功完成了部分客户的导入及样品试制工作。

今年3月8日，佳禾智能斥资1500万元，在江西萍乡设立了佳禾新能源（江西）有限公司。佳禾智能表示，设立该子公司是为了加快推进其在江西上栗县的屋顶光伏项目投资，并有利于拓展江西光伏储能等相关新能源项目。预计今年佳禾新能源锂电池产品销售及光伏储能电站运营业务，将为合并报表贡献一定的营业和利润。

据佳禾智能5月份接受机构调研时介绍，今年佳禾新能源已完成应用于两轮和三轮电动车的小动力电池、通信基站电源、户用储能等产品综合解决方案的研发工作，未来将在上述三个产品方向上大力拓展客户。

人形机器人赛道火热 “贾维斯”走进现实还有多远?

本报记者 杨让晨 张家振 上海报道

为主人准备咖啡、提供生命体征监测功能,这是出现在漫威电影《钢铁侠》中的AI(artificial intelligence,人工智能)机器人管家“贾维斯”的工作场景。

随着科技日趋进步,类似“贾维斯”这样的AI机器人或将在不久的将来走进现实。《中国经营报》记者注意到,今年7月,上海市印发《上海市推进养老科技创新发展行动方案(2024—2027年)》并提出,要推进重点产品开发,开发包括神经功能受损康复在内的康复类产品和康复机器人、外骨骼机器人等健康促进设备在内的康复辅助类产品。

对此,上海傅利叶智能科技有限公司(以下简称“傅利叶”)方面对记者表示,截至目前,公司的外骨骼机器人已经在为脑损伤病人、骨伤患者等进行步行康复训练实验。

事实上,除了帮助患者康复外,人形机器人的应用场景也在不断拓展,比如进入危险工作环境,以进一步解放生产力。上海开普勒探索机器人有限公司(以下简称“开普勒”)CEO胡德波日前表示,实际上,人形机器人落地应用已经到了拐点,并且落地时间可能会比很多人预测得更快。

在业内人士看来,尽管国内厂商在成本控制、应用场景理解以及满足市场需求方面具有显著优势,在全球范围内具备更强的竞争力,但人形机器人市场仍处于早期阶段,实际落地和应用场景较为欠缺。

从实验室走进现实

中国机器人市场规模持续扩大,已成为全球最大的工业机器人市场之一。

随着技术进步,电影中的机器人助理、管家或将慢慢变成现实。

相关资料显示,目前,包括傅利叶、开普勒和钛虎机器人等在内的多家人形机器人企业均已有相关产品投入实验。

傅利叶方面表示,在纯康复领域,傅利叶的机器人产品Exo Motus M4能够通过优化的步态曲线,帮助脑卒中、脊髓损伤等疾病引起的下肢运动功能障碍患者,在康复早期实现节律性步行,促进髋膝关节的分离运动,提供正确的感觉输入,抑制异常运动模式。

开普勒方面告诉记者,目前,公司的人形机器人正面向智能制造、仓储物流、特种行业和科研教育等领域进行开发,并且有一套系统的应用场景落地流程。“从需求分析开始,到实验场景验证(POC)、模拟环境部署进而是实际产线部署,根据实际情况持续优化。在落地过程中,对机器人的能力评估涉及臂展工作空间、手臂负重能力、手部和手指能力、导航能力、视觉能力、行走能力、工作续航、工作稳定性等。”

在IPG中国首席经济学家柏文喜看来,中国机器人市场规模持续扩大,已成为全球最大的工业机器人市场之一。同时,技术创新也很活跃,在机器人设计、制造、应用等方面,国内企业不断取得技术突破,部分领域已达到或接近国际先进水平。

“人工智能蓬勃发展,机器人是人工智能进入现实物理世界的最佳载体。”华创证券相关研报测算,到2030年,人形机器人的销量可达216万台,市场规模将达到3500亿元。

不过,作为智能硬件产品,我国人形机器人赛道仍然处于早期阶段,发展周期依然在突破的临界点上。业内人士预计,未来2—3年,人形机器人将在硬件层面迎来重大突破,以提升可靠性、降低成本,并优化相关指标。

聚焦养老医疗赛道

通过智能机器人提供更加精准和个性化的养老服务,满足老年人多样化的需求。

在业内人士看来,人形机器人集成人工智能、高端制造、新材料等先进技术,有望成为继计算机、智能手机和新能源汽车后的又一颠覆性产品。

工业和信息化部在2023年印发的《人形机器人创新发展指导意见》也为各地布局人形机器人赛道奠定了政策基础。“要培育2—3家有全球影响力的生态型企业和一批‘专精特新’中小企业,打造2—3个产业发展集聚区,孕育开拓一批新业务、新模式、新业态。”

在此基础上,上海市在今年7月25日发布的《上海市促进工业服务业赋能产业升级行动方案(2024—2027年)》中提到,要创建国家人形机器人制造业创新中心,在汽车、电气设备生产和零部件加工等领域,打造一批人形机器人赋能制造应用场景,形成机器人生产解决方案。

事实上,上海市已先后发布了多个领域机器人建设行动方案。今年5月,全国首个国家地方共建人形机器人创新中心在上海市浦东新区揭牌,其自主研发的人形机器人“青龙”在2024世界人工智能大会上亮相。

在柏文喜看来,上海市发展包括人形机器人在内的具身智能机器人产业有多重因素。“上海市是中国老龄化程度较高的城市之一,发展具身智能机器人有助于缓解养老服务人员短缺的问题。通过智能机器人提供更加精准和个性化的养老服务,满足老年人多样化的需求。”

柏文喜进一步表示,发展智能机器人产业,还有助于促进产业升级,推动传统制造业向高端制造业转型,促进经济结构优化调整和转型升级。同时,发展具身智能机器人产业,还能增强城市竞争力,提升上海市在全球养老科技领域的竞争力和影响力。

开普勒方面告诉记者,公司的“先行者”系列通用人形机器人定位“高智商蓝领机器人”,聚焦仓储物流、智能制造、智慧巡检、科研教育等应用场景,具有高负载、长续航、高性价比的特点。

傅利叶方面则向记者表示,公司始终致力于为包括医疗康复、学术研究等在内的现实应用场景打造高智能的通用机器人平台。“目前,傅利叶机器人服务覆盖来自全球40多个国家和地区的2000多家机构和医院。”

在2024世界人工智能大会上,开普勒展示公司自主研发的人形机器人。

本报资料室/图

行业标准尚需规范

人形机器人赛道需要加大研发投入,持续进行技术创新。

不过,在业内人士看来,作为新兴产业的人形机器人赛道,还需要在行业标准、伦理道德等方面对其进一步规范,实现产业化应用还有很长的路要走。

柏文喜告诉记者,人形机器人赛道需要加大研发投入,持续进行技术创新,提高机器人的智能化和实用性,以更好地满足养老服务、复健康复等需求。

“政府也应出台更多的支持性政策,为机器人产业发展提供良好的政策环境和法律保障;同时建立和完善机器人产品和服务相关标准,确保产品质量和安全性。”柏文喜进一步表示,同时还要加强人形机器人市场教育,提高公众对智能机器人参与养老服务的认知度和接受度。并且针对不同的使用场景,开发适应性强的机器人产品,满足特定需求。

“此外,还需要解决人形机器人使用过程中的伦理和法律问题,处理好机器人养老可能涉及的相关问题,确保机器人的使用符合社会伦理和法律规定。”柏文喜告诉记者。

记者注意到,企业端已开始在技术层面逐步发力。胡德波日前表示,人形机器人的技术进步正在提速。“开普勒研发人形机器人已有3年多的时间,公司第5代人形机器人会在今年第四季度开始小批量生产,给一些早期的客户发货。”

据了解,开普勒采用自研算法,实现了人形机器人预设动作与端到端全自主规划相结合模式及精准控制,全身配备包括高性能GPU主板、纯视觉识别和导航方案在内的多样传感器。仿生型构造也让人形机器人在工作时更好地像真人一样处理、解决繁重问题,将人从重复性劳动和高危行业中解放出来,提升生产力水平和工作效率。

傅利叶方面对记者表示,目前,公司研发团队已在仿真环境中训练GR-1型人形机器人,再将训练好的模型迁移到现实世界中。“仿真环境安全可控且成本低,不仅显著加快了算法迭代速度,也降低了研发成本。通过远程遥操采集人类的动作数据,用于训练和改进仿真模型,GR-1型人形机器人得以模仿学习人类运动,完成跳舞、打鼓、放置物品等日常生活动作。”

“在模型训练过程中,研发团队采用强化学习算法,进行大量试错学习,不断优化机器人运动控制策略。”傅利叶方面表示,此举能让GR-1型人形机器人在草地、非平整路面及泥泞斜坡等户外复杂地形中顺利行走,实现稳定、自主的运动控制表现,为机器人在实际应用中的高效作业打下坚实基础。

站上风口 多地“下注”人形机器人

本报记者 方超 张家振 上海报道

18台人形机器人组成的“十八金刚”,向现场观众作出整齐划一的挥手、作揖等欢迎动作,引来围观者啧啧称奇。在日前举行的2024世界人工智能大会(以下简称“WAIC 2024”)上,人形机器人成为全场的“顶流明星”。

在AI浪潮驱动之下,人形机器人赛道正在加速“起飞”。在融资层面,据《中国经营报》记者不完全统计,今年上半年,国内有10余家人形机器人企业获得融资。

例如,逐际动力相关负责人向记者提供的信息显示,公司近日已完成A轮战略融资。上海市一家人形机器人初创企业相关负责人也向记者感叹:“人形机器人正站在风口上,热度很高。”

人形机器人赛道火热,不仅仅体现在融资层面,上海市、安徽省和山东省等地也纷纷发布相关文件,加码人形机器人产业。安徽省提出,到2030年,建成国内有重要影响力的人形机器人产业发展高地。

“全球人形机器人领域融资活跃,显示出资本市场对这一新兴行业兴趣浓厚,也表明资本市场对行业前景持乐观态度。”万联证券研究所大消费首席分析师陈雯向记者表示,但人形机器人实现量产和规模应用,还需克服成本、技术成熟度、应用场景适配等挑战。

千亿产业风口开启

在此前举行的WAIC 2024上,人形机器人备受关注。

据悉,WAIC 2024展区重点打造了人形机器人专区,由15款、18台人形机器人组成的“十八金刚”人形机器人阵列集中亮相。不仅如此,“世界人工智能大会”官微信息显示,WAIC 2024展览现场共有56款具身智能产品首发首秀,智能机器人达42款,其中人形机器人22款。

在国内,人形机器人产业正呈加速发展态势。《中国人形机器人产业发展蓝皮书(2024)》指出,我国人形机器人研究开始于20世纪90年代。前期,科研院所成为推动人形机器人产业进步的关键力量,而在创业公司和“造车新势力”等助力下,“我国人形机器人产业实现了从‘追赶式创新’到‘开拓式创新’的跨越。”

记者注意到,在WAIC 2024上,达闼双足XR4、傅利叶GR-1、宇树“Unitree H1”等国产人形机器人一一亮相,所在展台也成为“网红打卡点”。

“在这次盛会上,宇树带来的人形机器人和四足机器人成为全场瞩目的焦点之一。”宇树相关负责人提供给记者的信息显示,宇树对外展示了通用人形机器人H1、工业级四足机器人B2和消费级四足机器人Go2。

近年来,傅利叶、开普勒、钛虎、星动纪元和智元等人形机器人公司也追逐人形机器人浪潮。记者从企查查方面获悉,将目光扩大至机器人行业,每年的公司注册量已由2014年的1.33万家逐年增长至2023年的17.85万家,增速基本在15%—70%。

特斯拉CEO马斯克在日前举行的2024特斯拉股东大会上表示,人形机器人将成为工业主力,数量有望超越人类,预计将达到100亿—200亿台。特斯拉的目标是年产10亿台,占据市场10%以上的份额。

而在国内市场,人形机器人产业亦被认为是下一个蓝海市场。据《人形机器人产业研究报告》预测,2024年,中国人形机器人市场规模将达约27.6亿元;到2029年达到750亿元,将占世界总量的32.7%,占比位居世界第一;到2035年,市场规模有望达到3000亿元。

多家车企密集投资

在千亿级蓝海市场之下,资本正向人形机器人赛道加速汇聚。

7月15日,据多家媒体报道,逐际动力再获多家机构的战略投资,领投方为招商局创投、尚颀资本,知名投资机构兼老股东峰瑞资本、绿洲资本和明势资本继续跟投。

逐际动力相关负责人提供给记者的信息显示,公司A轮融资目标是在通用人形机器人的AI时代,找到匹配的战略性产业资源和应用场景,在利用多模态大模型加速通用人形机器人技术突破的同时,推动相关技术在真实场景中进行验证和迭代,从前沿技术探索升级为商业化落地实践,为通用人形机器人多场景的商业化应用打下技术和产业基础。

记者梳理发现,还有多家人形机器人企业获得资本“下注”。今年6月,银河通用机器人宣布完成天使轮融资,总规模7亿元。5月,斯帝尔对外宣布获知名投资机构近亿元A轮融资,将主要用于市场销售(终端设备+共享工厂)、研发迭代、基于打磨场景的人形机器人布局等方面。

公开报道显示,今年上半年,国内人形机器人投融资事件达到13起,融资总金额超过20亿元。

“资本市场对人形机器人行业的前景持乐观态度。”陈雯向记者表示,随着人工智能技术不断进步,人形机器人在运动、感知和认知等方面的表现均有显著提升,在工业、医疗、服务等多个领域的应用前景正逐渐被认可和期待。

“人形机器人被视为解决劳动力短缺问题的一种方案,其市场需求不断增长,市场潜力大。未来在技术进步、市场需求增长、政策支持等多重因素的共同推动下,人形机器人行业融资端的活跃趋势有望延续。”陈雯进一步表示。

值得注意的是,记者穿透多家人形机器人企业的背后投资方发现,车企在其中扮演着重要角色。

例如,业界知名的波士顿动力是现代汽车旗下的人形机器人公司。而在国内,以逐际动力为例,在其A轮战略融资中,领投方包括上汽集团旗下私募股权投资平台尚颀资本。

对于参与逐际动力A轮战略融资的初衷,尚颀资本投资团队表示:“随着大模型技术爆发与硬件成本持续降低,我们认为通用人形机器人是搭载AI最佳的下一代智能终端硬件。作为本轮领投方及产业方,我们期待和逐际动力一起加速推进通用人形机器人在智能制造领域的应用。”

除上汽集团外,比亚迪、北汽集团等车企旗下相关机构也对人形机器人企业进行了投资。例如,在人形机器人企业上海智元新创技术有限公司的股东中,就有比亚迪的身影。此外,在银河通用机器人的天使轮融资中,北汽产投也参与其中。

“汽车与人形机器人在软硬件端技术上具有较高的相似性,这些技术在汽车产业中已经得到了广泛应用和发展。目前,汽车产业拥有成熟的供应链体系和生产能力,车企能够利用现有的规模化生产优势和供应链资源降低成本,加速人形机器人的商业化进程。”陈雯表示。

“此外,车企通过研发人形机器人,有利于增强自身的技术实力和市场竞争力。人形机器人作为新兴领域,应用场景广泛,市场潜力大。”陈雯向记者表示,展望未来,预计将有更多的跨界企业和资本投入到人形机器人行业的发展热潮中。

成招商引资“香饽饽”

加码人形机器人赛道的除资本和车企外,亦有地方政府。

今年以来,多地发布了支持人形机器人产业发展的政策。今年4月,《山东省促进人形机器人产业创新发展实施方案(2024—2027年)》提出,到2027年,人形机器人技术创新能力显著提升,综合实力达到全国先进水平。5月,《安徽省人形机器人产业发展行动计划(2024—2027年)》(征求意见稿)提出,到2030年,建成国内有重要影响力的人形机器人产业发展高地。

记者注意到,在发布扶持政策的同时,不少地方纷纷成立了人形机器人产业创新中心。今年3月,浙江人形机器人创新中心启动并发布相关产品;5月,全国首个国家地方共建人形机器人创新中心在上海市浦东新区揭牌;7月,安徽省人形机器人产业创新中心成立大会在合肥市举行。

地方政府还争相向人形机器人企业抛出“橄榄枝”,招揽企业赴当地建立区域总部、研发中心和生产基地等。例如,今年6月28日,优必选工业具身智能机器人产业园暨优奇智能总部项目在无锡经开区开工。

“项目总投资10亿元,将倾力打造全市首个工业具身智能机器人研发生产基地,加速竞逐人形机器人万亿级市场大蓝海。”《无锡日报》报道称。

“多方入局,人形机器人正迎来产业高速发展窗口期。”华安证券研报分析认为。而甬兴证券研报也表示:“随着人形机器人相关利好政策不断出台、各地抢先布局,有望推动人形机器人‘产、学、研、用’一体化全链条发展,推动产业加速发展。”

对于2024年有望成为“人形机器人量产元年”的说法,陈雯告诉记者,人形机器人行业正迎来快速发展的机遇,但实现量产还需克服成本、技术成熟度、应用场景适配等挑战。

“目前,人形机器人在运动控制、环境感知、人机交互等方面仍面临技术挑战,还需要在特定场景中进行测试和迭代升级。此外,人形机器人在推广过程中还面临着成本问题和隐私安全问题。”陈雯向记者表示。

前任董事长被立案调查 捷强装备官宣“换帅”

本报记者 王登海 北京报道

在公司实际控制人之一、董事长兼总经理潘峰因涉嫌职务犯罪被立案调查和实施留置之后，天津捷强动力装备股份有限公司（以下简称“捷强装备”，300875.SZ）迎来了新的掌舵人。

7月31日，捷强装备发布公告称，根据《公司法》和《公司章程》等规定，公司董事会选举潘淇靖为公司第四届董事会董事长，任期三年，自董事会审议通过之日起至本届董事会任期届满之日止。

潘淇靖系捷强装备其中2名控制人潘峰和钟王军之子。

《中国经营报》记者观察到，捷强装备于2020年在深交所上市，上市首年，公司业绩曾一度攀升，但自上市后的第二年起，捷强装备的业绩出现了显著的下滑，2022年、2023年连续2年亏损，今年一季度仍未改变亏损局面。

在上市后，捷强装备频繁进行收购，但多家被收购公司的业绩未达预期，反而造成了巨额商誉减值，进一步侵蚀了公司的利润。

对于公司的经营情况等问题，记者致电捷强装备，其工作人员以相关负责人不在为由婉拒了采访。

业绩变脸

自上市后的第二年起，捷强装备的业绩出现了显著的下滑。

捷强装备是一家从事核化生防御装备核心部件的研发、生产和销售的高新技术企业，公司主要产品为应用于各通用型号装备军用核化生洗消车辆的液压动力系统，公司于2020年8月24日上市。

在上市当年，捷强装备实现营业收入2.68亿元，同比增加9.56%，对应的归属净利润为1亿元，同比增加5.21%，是这几年业绩最好的一年。

然而，自上市后的第二年起，捷强装备的业绩出现了显著的下滑。2021年，公司实现了1.98亿元的营业收入，与前一年相比下降了26.19%。尽管如此，捷强装备在这一年仍然保持了盈利状态，但其净利润同比大幅下降了61.54%，仅为0.38亿元，归属于母公司的净利润更是下降了69.03%，降至0.31亿元。

在接下来的两年时间里，捷强装备虽然在营业收入上取得了连续增长，但盈利能力却未能同步提升，反而出现了亏损。2022年，公司营业收入达到2.4亿元，同比增长21.06%，然而净利润却为负，亏损额为0.1亿元。到了2023年，营业收入进一步增长至2.93亿元，同比上升22.24%，但亏损额却扩大至0.69亿元，2022年、2023年净利润同比下降幅度分别达到了125.8%和593.58%。

同时，归属于母公司的净利润也遭受重创，2022年为0.17亿元，2023年为0.68亿元，同比分别下降了156.22%和289.68%。

今年第一季度，捷强装备的业绩依然未能摆脱亏损的困境。公司实现的营业收入为0.21亿元，与去年同期相比下降了56.25%。净利润方面，公司亏损0.08亿元，同比降幅达到了1221.55%，归属于母公司的净利润亏损0.06亿元，同比下降了328.54%。

对于亏损的原因，捷强装备在2023年年报中解释称，因持续加大市场拓展力度，调整产品营销策略，加快新产品研发，本期各项费用出现较大幅度增加；因产品订购计划调整、部分订单延迟交付，部分子公司净利润目标未完成；商誉减值和应收账款减值等导致的资产减值损失比上年有较大增加。

数据显示，2023年，捷强装备累计管理费用6337.50万元，同比增加12.36%；销售费用3979.80万元，同比增加72.96%；研发费用4564.15万元，同比增加37.56%。

权力交接

公司实际控制人之一、董事长兼总经理潘峰因涉嫌职务犯罪被立案调查和实施留置。

根据捷强装备披露的信息，公司的控股股东、实际控制人为潘峰、毛建强、马雪峰、钟王军、刘群。截至2023年年末，潘峰、毛建强、马雪峰、钟王军、刘群的持股比例分别为25.41%、11.97%、3.75%、2.24%、1.87%。

其中，潘峰、钟王军为夫妻关系，毛建强和刘群也系夫妻关系。潘峰、毛建强、马雪峰为基于《一致行动协议书》约定的一致行动人关系。

6月26日，捷强装备披露重大事项公告称，公司近日收到国家某监察委员会出具的《留置通知书》和《立案通知书》，公司实际控制人之一、董事长兼总经理潘峰因涉嫌职务犯罪被立案调查和实施留置。

捷强装备披露的资料显示，潘峰1968年11月出生，曾任职于中国磁记录设备有限公司、中创软件工程有限公司、北京中创禾源科技有限公司等，担任过副经理、总监、总经理等职务。在此次被立案调查前，还担任北京中戎军科投资有限公司执行董事兼经理、海南戎晖科技中心（有限合伙）执行事务合伙人、绵阳久强智能装备有限公司董事长等职。

同时，自2015年8月起，潘峰担任捷强装备董事长兼总经理。

对于实控人被立案调查和实施留置一事，捷强装备此前的公告称，公司尚未知悉留置及立案调查的进展及结论。

根据捷强装备公告安排，潘峰在留置期间暂时无法履行法定代表人、董事长、总经理职责，将由公司副董事长毛建强代为履行董事长相关职责，由董事、副总经理夏恒新代为履行法定代表人、总经理职责，同时授权夏恒新代表公司对外签署重大合同、招投标文件及定期报告等相关文件。

上市后，捷强装备频繁进行收购，但多家被收购公司的业绩未达预期。 视觉中国/图

在潘峰被立案调查和实施留置之后，潘峰之子潘淇靖成功接位。

7月31日，捷强装备公告称，公司于2024年7月30日召开了职工代表大会，于2024年7月31日分别召开了2024年第一次临时股东大会、第四届董事会第一次会议、第四届监事会第一次会议，完成了董事会、监事会的换届选举和选举董事长、副董事长、监事会主席、董事会各专门委员会委员及聘任高级管理人员、证券事务代表的工作。

此次换届选举之后，潘淇靖成功接位捷强装备董事长、总经理职位。

捷强装备发布的公告显示，潘淇靖生于1995年，是潘峰和钟王军之子，2024年1月至今，担任公司总经理助理。

并购泥潭

捷强装备收购的上海仁机也未完成承诺业绩。

自上市以后，捷强装备在资本市场上动作频频，展开了一系列并购活动，试图通过这一手段实现业务的快速扩张和市场竞争力的提升。

2021年，捷强装备就收购了北京弘进久安生物科技有限公司（以下简称“弘进久安”）、华实融慧（北京）科技有限公司、上海仁机仪器仪表有限公司（以下简称“上海仁机”）3家公司，并参与瑞莱斯定向增发。同年，捷强装备下属全资子公司北京中戎军科投资有限公司，以自有资金460万元收购上海计亮检测技术有限公司100%股权。

这一年，捷强装备还以自有资金700万元受让杭州嘉富泽枢股权投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“嘉富泽枢”）合伙份额3500万份，占嘉富泽枢总合伙份额的35%。

到了2022年，捷强装备控股子公司上海仁机又以增资扩股方式收购上海怡星机电设备有限公司51%股权。

但是，捷强装备收购的多家标的公司也不尽如人意，出现了未完成业绩承诺指标的情况。例如2021年1月，捷强装备以自有资金向应天翼购买其持有的弘进久安51.00%的股权。在收购弘进久安时，应天翼承诺，弘进久安2021年度、2022年度、2023年度营业收入分别不低于1500.00万元、2000.00万元、2500.00万元，2021年度、2022年度、2023年度实现净利润分别不低于人民币200.00万元（不含2021年度新增固定资产折旧）、500.00万元、800.00万元。

根据捷强装备披露的信息，2021年，弘进久安完成了业绩承诺，但是，2022年、2023年均未完成业绩承诺，这2年的营业收入分别是2768.35万元、785.54万元，净利润分别是362.26万元、-1300.85万元。

不过，日前，捷强装备发布公告称，应天翼以无偿转让其所属的北京弘进玖安企业管理咨询合伙企业（有限合伙）持有弘进久安15%股权的方式完成业绩补偿。

此外，捷强装备收购的上海仁机也未完成承诺业绩，不过目前，业绩承诺方也履行完成业绩承诺补偿义务。

然而，捷强装备所并购的多家公司面临并购后的业绩不达标和亏损问题，这迫使公司不得不进行大规模的商誉减值，进一步削弱了其利润基础。

数据显示，2023年度，捷强装备新增计提商誉减值准备5077.00万元，其中，对收购弘进久安、上海仁机、绵阳久强智能装备有限公司形成的商誉，分别计提商誉减值准备3031.28万元、1962.64万元、83.07万元。

此外，在2022年、2023年，捷强装备还曾2次计划通过重大资产重组方式收购卡迪诺科技（北京）有限公司100%股权，但最终以失败告终。

重大重组完成未满一年 中船科技上半年预亏9500万元

本报记者 陈雪波 卢志坤 北京报道

中船科技（600072.SH）近日宣布一笔近30亿元的定增终止。此前，中船科技发布今年上半年业绩预告，预计归母净利润亏损9500万元。而定增终止和业绩亏损的原因，或都与该公司近年来转向的新业务有关。

中船科技前身是由江南造船（集团）有限责任公司独家发起，以其下属的钢结构机械工程事业部为主体，于1997年成立的上市公司。公司原是老牌重工制造业，是深耕大型钢结构件、工程总承包、船舶配件的企业。2021年年底，公司启动重大资产重组事项，主营业务转向了风电新能源领域。

对中船科技来说，最近一年的业绩表现可能至关重要。2023年8月，中船科技完成了重大资产重组，主营业务正式转向风电。不过，导致该公司上半年业绩下滑的，正是“风电市场持续保持竞争激烈的态势”。与之形成对比的是，今年以来，造船市场欣欣向荣，以船舶制造为主业的公司多在上半年预期盈利。

中船科技在回应《中国经营报》记者采访时表示，公司的定增终止与新业务——风电市场竞争有关，但出于集团的同业竞争方面考虑，公司不会大规模增加船舶方面的业务。公司生产船舶配件，且参与造船基地的建设，但从来没有从事整船制造业务。

近30亿元定增终止

根据中船科技公布的上半年业绩预报，该公司营业收入出现了显著下滑，预计归母净利润下滑至约亏损9500万元。对于业绩下滑的原因，中船科技解释称，主要是由于国内风电市场持续保持竞争激烈的态势，市场招标价格继续呈现下行趋势，公司主营业务面临较大的市场竞争压力，部分项目实施进度未达预期，营业收入出现明显下滑，同时，公司在本报告期内未能实现风电场产品的转让销售，导致公司本期业绩出现亏损。

2023年7月24日，中船科技收到中国证券监督管理委员会出具的批复，同意公司发行股份募集配套资金不超过30亿元。根据公告，该次发行对象为不超过35名符合条件的特定对象。这笔定增本将用于补充上市公司和标的公司的流动资金或偿还债务，标的公司项目为兴城2号30万千瓦风电项目、江苏盐城风电叶片产线升级改造项目、中国海装象山大型海上风电装备产业园总装基地建设项目、正镶白旗乌宁巴图风电二期100MW风电项目等，均与新业务风电有关。

然而，到今年7月20日，这笔推进时间超过一年半的定增以终止结束。中船科技在公告中解释定增终止的原因为，未能在批复的有效期内实施发行股份募集配套资金事宜，该批复到期自动失效。

记者就该笔定增终止的详细原因致电中船科技，该公司回应称，定增终止确实与风电行业竞争格局、风机制造端的竞争压力有关，另外也有一些不便透露的原因。

新业务一波三折

在本次转型之前，中船科技的主营业务涵盖了工程总承包、工程设计勘查咨询和监理、船舶配件等多个领域。

2021年年底，中船科技启动重大资产重组，通过发行股份方式收购中国海装、中船风电、新疆海为、洛阳双瑞、凌久电气5家企业股权，这意味着中船科技新增风电新能源产业。公司介绍称，这一重组旨在将公司打造成中国船舶集团旗下的高科技、新产业发展平台。2023年8月，重大资产重组尘埃落定，上市公司借此成功注入风电相关新能源领域资产。在合并风电相关业务收入后，2023年公司实现营业收入144.86亿元，与前一年同比下降22.97%，实现归母净利润1.62亿元，同比下降46.96%。

资产重组完成不到一年，中船科技的业绩开始转盈为亏。在2023年上半年，中船科技归母净利润尚有5106万元；到2024年上半年，该公司的归母净利润已经预亏达9500万元。

中船科技还在继续缩减船舶配件业务。今年7月3日，公司宣布拟在产权交易所预挂牌转让全资子公司中船华海船用设备有限公司100%股权。而截至2024年5月31日，该子公司资产总额7.24亿元，负债总额6.34亿元，所有者权益0.91亿元，营业收入2.53亿元，利润总额2129万元，净利润2096万元，仍是盈利资产。

记者了解到，中船科技的风电业务呈现出高周转的风格。比如，2021年年底，该公司收购新疆海为股权。今年7月27日，中船科技发布公告，子公司中船风电下属全资子公司新疆海为拟以不低于评估值的首次挂牌价格在产权交易所挂牌转让持有的部分在运营风光电场产品股权。

在最近一年里，还有寿阳盛寿、木垒县统原宏燊、哈密盛天等风电公司被转让。中船科技告诉记者，在完成重大资产重组后，把风电风机制造、资源开发等相关产业置入上市公司，近年来做一些股权的出售，是该公司的滚动开发模式。公司持有的风电场，也可以看作是公司主营业务中的产品，在持有达到一定量以后，可能就要变现，回笼资金。

值得注意的是，尽管公司积极推进，但市场竞争的激烈程度超出预期，导致部分风电场产品的转让销售未能实现。此外，为筹集资金，该公司此前曾持续转让名下房产。2023年8月31日，中船科技全资子公司中船第九设计研究院工程有限公司以不低于6827.66万元的价格在产权交易所公开挂牌转让其分布于上海市、深圳市、重庆市等地的多处房产资产。

即便风电业务近期的表现并不尽如人意，但中船科技依然对风电市场信心十足。今年4月12日，中船科技在投资者互动平台表示，海上风电是公司未来重点发展方向之一，公司将继续坚持“海陆并举”，大力推动海上风电业务发展。

中船科技向记者解释称，中船集团旗下已经有中国船舶、中船防务、中国重工三家主业从事造船领域的兄弟公司，出于同业竞争的考虑，中船科技不会继续大规模增加船舶方面的业务。中船科技的定位是中船集团旗下新能源产业平台的上市公司，公司主业会围绕新能源开展。

澄清造船领域误解

与中船科技当前的业绩状况形成鲜明对比的是，整个造船行业在今年呈现出强劲的发展态势。根据工业和信息化部数据，今年上半年，我国造船完工量、新接订单量、手持订单量均保持两位数增长，且在国际市场上的份额持续领先。

具体而言，1月至6月，我国造船完工量2502万载重吨，同比增长18.4%；新接订单量5422万载重吨，同比增长43.9%；截至6月底，手持订单量17155万载重吨，同比增长38.6%。在全球18种主要船型中，中国有14种船型新接订单量位居全球首位。

在上市公司层面，多家船舶制造公司在2024年上半年交出了亮丽的业绩答卷。如中国重工（601989.SH）预计2024年半年度归属于上市公司股东的净利润为5亿元至5.8亿元，与上年同期相比增长160.25%至201.89%；中国动力（600482.SH）预计公司2024年半年度实现归属于母公司所有者的净利润4.59亿元到5.16亿元，与上年同期相比增加60%到80%。

虽然中船科技名字中带有“船”字，但其船舶配件业务只占到主营业务的很少一部分。该公司告诉记者，外界对中船科技主要业务可能有一定误解，中船科技从来没有直接从事整船制造业务，只做船舶配件，近些年的主营业务中很大一部分是大型钢结构，随后是工程总承包、设计施工勘查等。重组之前的2022年年报显示，当年公司工程总承包收入27.12亿元，在其主营业务收入33.09亿元中占到81.96%；船舶配件收入0.57亿元，只占到1.72%。

不过，中船科技依然在造船厂建造方面承担着重要角色。2022年，该公司先后承接了江南造船（集团）有限责任公司数字化船舶研制保障条件建设工程总承包、中船长兴造船基地二期工程港池建设项目工程总承包、中船长兴造船基地二期建设项目等造船厂相关业务。但该公司依然选择继续向风电业务转型，该公司向记者解释称，造船基地领域已接近产能过剩，所以需要转向新业务。

财税审专家、资深注册会计师刘志耕认为，结合技术不断进步、国家政策等方面的背景，风电将成为未来能源的重要组成部分，风电项目应该还有一段持续良好的发展。但需要注意的是，国内风电市场的价格竞争已经达到了白热化程度，这种激烈竞争应该还会持续保持一段时间，风电行业的盈利可能会稳中有降。中船科技似乎是与2019年全面开始的风电投入浪潮慢了一个节拍，所以，在中船科技投入风电行业期初，由于在经验、价格、商机等方面不具优势，为了在市场上取得一席之地，没有盈利应该情有可原。

指数创历史新高 中药材价格缘何疯狂？

本报记者 晏国文 曹学平 北京报道

“去年，亳州菊花出现了‘烂市’，市场一塌糊涂，种植户宁愿烂在地里都不收。今年7月中旬遭遇强降雨后，估计60%的菊花都被淹了。秋天菊花价格一定会往上攀升。”8月1日，亳州市中药材种植协会会长张启岭对《中国经营报》记者说。

供大于求价格下跌，供不应求价格上涨，这是市场经济的基本规律，在中药材行业极端行情中持续演绎。

康美中国中药材价格（月）指数显示，2023年年中至2024年年中，指数走势呈V字形。今年以来，指数持续上涨。今年7月，指数创历史新高，达到2245点。

今年7月下旬，亳州市高新区市场监管局和安国市市场监管局接连发布《关于查处哄抬价格违法行为的通知》和《关于中药材价格提醒告诫书》，用于应对和打击哄抬中药材价格的违法行为，维护中药材市场秩序。

“现在很多中药材价格处于高位，所以社会对中药材行业关注度很高。但是在价格跌入谷底的时候，药就变成草。药贱伤农，价格低的时候问都没人问，种植户是哑巴吃黄连有苦说不出。虽然说市场是一种无形的手，但不能完全靠市场，应该通过中药材战略储备，把市场价格过高和过低的两个极端给压住。”张启岭对记者分析说。

记者注意到，仅2024年全国两会期间，就有陈静、郑杰、阮鸿献、崔应麟等多位全国人大代表或政协委员建议建立国家中药材储备库，以平抑中药材价格异常波动，防止价格暴涨暴跌，促进中药材行业平稳良性发展。

部分品种涨幅太大

张启岭说，中药材价格不稳定，成本抬升太快，影响老百姓服用中药，也对产业不利。

亳州和安国是国内重要的两个中药材集散中心。针对中药材价格快速上涨，7月下旬，亳州和安国相关部门接连发布维护市场价格稳定的公告。

7月20日，亳州高新区市场监管局与康美（亳州）华佗国际中药城商业有限公司发布《关于查处哄抬价格违法行为的通知》，表示将加大市场巡查力度，及时梳理投诉举报线索，密切关注群众反映问题，加强对重点区域、重点环节、重点商品的价格监督，依法查处哄抬价格的违法行为。

对于该通知，8月1日，亳州市高新区市场监管局工作人员表示：“我们确实有发布过这个通知，这是关于查处哄抬价格的举措。主要是因为近期中药材价格异常波动，目的是维护市场价格稳定，不准炒作，所以跟康美联合发布了这个通知。目前，还没有接到相关的投诉举报。”

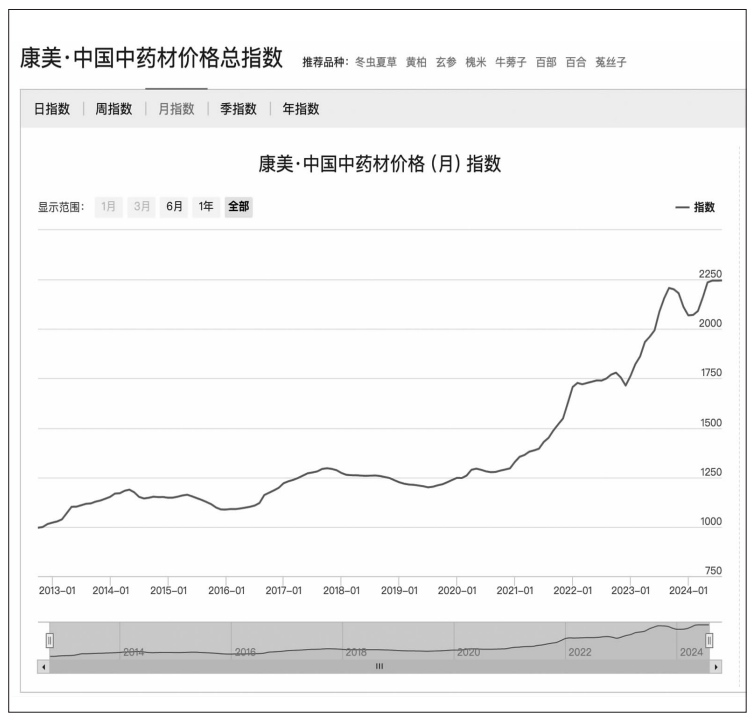
7月23日，安国市市场监管局微信公众号发布《关于中药材价格提醒告诫书》，提出7条具体告诫，包括不得哄抬价格、囤积居奇，不得相互串通、操纵市场价格等。安国市市场监管局表示，将加大执法力度，密切关注中药材相关价格投诉举报，严肃查处囤积居奇、捏造散布涨价信息、哄抬价格等价格违法行为。

“市场有没有人为炒作，这个现在我们还没有证据，还不好说。目前，中药材品种价格有涨有落。部分品种涨得幅度太大，比如白术、白芍、牡丹皮、何首乌等。”张启岭对记者说。

“但是，价格低的时候，有的商户辛辛苦苦种了5年，全部投资都打了水漂。中药材种植靠天吃饭，风险很大。今年亳州一场特大暴雨，我估计60%的菊花都淹得差不多了，种植户遭受了巨额损失。”张启岭说，中药材价格不稳定，成本抬升太快，影响老百姓服用中药，也对产业不利。

要解决中药材暴涨暴跌的问题，张启岭对记者说，恐怕还是要站在全局视角，对主要的前30位或前50位的大品种，进行中药材战略储备。在今年全国两会上，有许多人大代表、政协委员提过相关建议。建立国家战略储备库，在中药材价格大跌的时候，可以进行收购，不至于过度损害种植户的利益以及积极性，一旦价格过高，又可以拿出来一部分供应市场，平抑物价。

记者注意到，网上也流传亳州市中药材协会发布的《关于禁止哄抬中药材价格的倡议书》。倡议书称，当前，受社会资本的影响，部分中药材从业者组成联盟，囤积居奇，导致一些中药材品种价格异常波动，已经严重超出了历史价格……向全市中药材经营者、协会会员发出“倡导诚实信用，禁止哄抬价格，加强价格自律”的倡议书。



今年7月，康美中药材价格（月）指数创历史新高。　康美中药网/图

8月1日，亳州市中药材协会联系人李根对记者表示：“这个文件没有正式发布。是我们内部的一个文件，不知道怎么就流出去了，导致网络上引用很多、传播很广，本身也产生了一定的影响。但也没有媒体找我们求证。我们是为了给内部会员‘打预防针’，本意是无论有没有从业者组成联盟操纵市场这种情况，希望协会会员不要盲目跟从。”

李根对记者分析称，近期，中药材价格整体上涨较快，可能主要有以下几方面原因：第一，中医药受到更多关注，需求上升；第二，一些中药材作为野生资源本身比较匮乏；第三，受耕地所限，种植面积可能有所减少；第四，中药材种植本来就是靠天吃饭，多地出现了一些自然灾害，影响了收成；第五，行业监管更加严格，从业门槛逐步提高。

“就看患者买不买单？”

“上游中药材价格一直保持高位，下游企业也会调价，最终就看末端的老百姓买不买单。”

今年6月，记者注意到网上流传一张片仔癀（600436.SH）的涨价通知。通知称，该公司决定于2024年5月28日起对以下品种进行价格调整，包括川贝清肺糖浆、清热止咳颗粒、增乳膏、复方片仔癀含片、心舒宝片。其中，川贝清肺糖浆的零售参考价是29.8元/瓶。

6月初，记者曾就涨价通知向片仔癀公司求证。片仔癀相关人士表示：“您说的具体文件我还没有看到，但我能确定的是，川贝清肺糖浆、增乳膏、复方片仔癀含片这些品种的价格是有调整的，价格是上涨的，跟原材料有关。”

据片仔癀2024年半年度业绩快报，中药材价格快速上涨对片仔癀利润空间也造成了不小的负面影响。

2024年上半年，片仔癀营业收入和净利润同比都实现超过10%的增长，但重要原材料成本的上涨对其利润空间造成了压缩。

据了解，川贝清肺糖浆的原料主要有枇杷叶、苦杏仁、川贝母、麦冬、地黄、甘草、薄荷等。上述原料中，只有川贝母价格最高并且持续上涨。

康美中药网数据显示，2022年之前，川贝母（松贝）的价格在3200元/千克，此后价格阶段性上涨，2023年8月价格达到5200元/千克，至今价格保持坚挺。

针对川贝母市场行情，记者采访了多位商户。川贝母商户章衡（化名）对记者介绍，川贝母是化痰止咳用的中药材。川贝母是一个大类，通常简称为川贝，主要有5种规格，分为松贝、青贝、炉贝，还有太白贝和瓦布贝等。目前，最贵的是松贝，市场价格在5000多元/千克，其次是青贝，4000多元/千克，然后是炉贝，应该是4000元/千克左右。

“在我的印象和记忆中，川贝价格最低的时候还得追溯到2011年，那时候好像是2000多元/千克。川贝的价格，总的趋势是一直往上走的。”章衡说。

章衡介绍，川贝本身是比较名贵稀缺的中药材，主要产地在四川阿坝州、甘孜州等地。“我感觉后面应该还会再涨。毕竟它是野生的东西，跟虫草一样需要藏民采挖。而且这些野生资源的采挖也受到一定的管控。栽培种植的川贝与野生的质量还是有差别的，还不能完全替代。另外，呼吸类疾病增多后，止咳类的用药需求扩大，川贝的需求自然随之增加。”

曾经经营过川贝的商户黄立（化名）对记者说：“我现在没有川贝的货了，之前压的货都在去年卖掉了。我已经不经营这个品种了。我平常没事看哪个品种有投资潜力，我就压点货。我不是主要做川贝这个品种的，什么品种我没准都经营一下，就看它的市场前景。”

“上游中药材价格一直保持高位，下游企业也会调价，最终就看末端的老百姓买不买单。”中药材商户李勇（化名）对记者说，川贝价格是逐年增长的，没有什么历史最高点，现在就是最高点。“当前市场整体有点过热，前两年资金进来很多，有点炒作。资金进来太多，价格涨得太多，但是需求量其实没那么大。”

张启岭对记者分析，川贝属于地方品种，受产区限制，价格本来就高。怀中抱月形的川贝一般都得3000-4000元/千克，现在涨到了5000多元/千克。如果存量不足，需求加大，供需矛盾短期内不能得到缓解，那也可能继续涨价。对下游企业而言，上游中药材价格过快上涨，等于企业原料药上涨，另外，企业人力成本以及各项经营成本也在上涨，企业产品价格也自然会上涨。

“先上车，后买票” 人福医药追认关联交易超20亿元

本报记者 张悦 曹学平 北京报道

近日，人福医药（600079.SH）发布了2024年半年报。报告期内，公司营收128.61亿元，同比增长3.86%，净利润11.11亿元，同比减少16.07%，扣非净利润10.89亿元，同比增长1.68%。

与半年报同步披露的是多项关联交易公告。此前，人福医药“先上车，后买票”，与关联方进行过转让子公司股权、收购子公司股权、子公司签订工程施工合同、子公司购买物业资产等多项交易。关联交易总金额超过20亿元，其中人福医药及其子公司在2022年与两家关联方产生的交易金额便超过17亿元。

根据监管规则，对于部分交易，人福医药需要按关联交易补充审议和披露程序。在8月12日的2024年第一次临时股东大会上，人福医药将审议包括《关于子公司购买物业资产暨关联交易的议案》在内的议案。

就关联交易相关问题，人福医药方面对《中国经营报》记者表示，公司下属4家子公司基于经营发展需要，于2022年3月分别向武汉珂美立德生物医药有限公司（以下简称“珂美立德”）购买物业资产，所购物业资产已于2023年年底全部交付并办理完成不动产权证。公司于近期收到了控股股东武汉当代科技产业集团股份有限公司（以下简称“当代科技”）的告知函，获悉当代科技下属企业因业务关系，能够对相关交易主体实施重大影响，董事会经审慎判断，同意追认相关交易为关联交易。

16亿元向大股东买楼

根据相关规定，珂美立德股东为武汉当璟商业管理有限公司（以下简称“武汉当璟”），为人福医药关联人。

2018年11月，人福医药及子公司、原子公司向武汉当璟转让所持珂美立德合计100%股权，转让价格为1.89亿元，其中人福医药转让珂美立德30%股权，价格为5675万元，当年已完成工商变更登记。

武汉当璟主要从事建筑工程项目管理及商业运营管理，实际控制人为刘柏君，交易时，武汉当璟成立不足一年。

未经审计的数据显示，截至2018年9月30日，珂美立德资产总额2.59亿元，净资产-197.39万元，负债总额2.61亿元；2018年1-9月营业收入0.00万元，净利润-60.70万元。本次交易时，珂美立德尚未全面开展经营业务，负债基本为对公司的欠款，交易双方结合珂美立德资产情况、发展前景，经协商确定交易价格，不存在损害公司及全体股东特别是中小股东利益的情形。公告显示，珂美立德所欠公司款项已全部偿还。

此后，在人福医药的4家全资或控股子公司又与珂美立德发生交易。2022年3月，4家公司与珂美立德签署物业资产购买合同，分别以约5.1亿元、4.7亿元、3.9亿元、2.8亿元向珂美立德购买物业资产，合同金额合计约16亿元。

人福医药公告显示，珂美立德法定代表人为刘柏君。本次交易时，珂美立德未被列为失信被执行人。4家公司所购物业资产已全部交付并办理完成不动产权证，该交易已实施完成。根据公告，相关物业资产包括位于东湖新技术开发区的别墅、写字楼、公寓。其中，人福医药子公司宜昌人福分别以1.51亿元、1.26亿元购买了275套公寓及10套房屋。

人福医药子公司购买的办公用物业资产及部分公寓的平均价格为11359元/平方米，对比销售备案均价的折扣率约为75%；以1.26亿元购买的人才公寓按2层计容面积（实际可使用面积为地面3层及地下2层）计算的平均价格为70359元/平方米，对比销售备案均价的折扣率约为78%。

记者在某房产中介平台观察到，与人福医药子公司所购买资产地址相同的两处3层别墅，目前售价分别为490万元/套、470万元/套，平均价格约4万元/平方米、3.8万元/平方米。附近光谷金融中心的写字楼售价单价在1.3万元/平方米左右。

人福医药方面表示，宜昌人福是国家麻醉药品定点研发生产企业。2023年，宜昌人福麻醉药产品实现销售收入约67亿元，较上年同期增长约16%。武汉位于区域发展中心，更靠近产业链前沿，更接近高端人才市场，更容易将创新人才留下来。依托于武汉的教育、科研、产业、区位等优势，宜昌人福已在武汉市东湖新技术开发区设立了研发和市场营销中心。为进一步提升公司对研发类优秀人才的吸引力，确保优秀人才引得进、留得住，宜昌人福在武汉市东湖新技术开发区购买人才公寓，拟用于引进领军人才和高端人才。目前所购物业资产已全部交付并办理完成不动产权证。

人福医药方面表示，经国家企业信用信息公示系统查询，交易期间珂美立德时任法定代表人为刘柏君。目前，珂美立德法定代表人为杨象鹏。不过，2023年11月，由于通过登记的住所或者经营场所无法联系，珂美立德被武汉东湖新技术开发区市场监督管理局列入经营异常名录。此外，中国执行信息公开网显示，武汉当璟、珂美立德、杨象鹏已被限制高消费。

关联方施工近3亿元

公告显示，武汉市新洪建筑工程有限公司（以下简称“新洪建筑”）、武汉遥星医药有限公司（以下简称“遥星医药”）也是人福医药关联人。

2016年-2021年，人福医药3家全资或控股子公司分别与新洪建筑签订相关合同。其中，2家公司的第三方审定工程造价分别为8922.41万元、6025.88万元，1家公司工程造价第三方审核工作尚未完成，相关合同金额合计为2.9亿元。人福医药3家子公司的项目总投资额分别约为2亿元、1.7亿元、15亿元。

中国执行信息公开网显示，2022年起，新洪建筑便存在多项被执行信息。人福医药公告显示，经查询，新洪建筑于2022年12月因拒不履行执行和解协议而被法院列为失信被执行人。新洪建筑所承包的公司下属建设项目均已通过验收，不会对公司项目进度造成影响。由于黄冈·人福医药国际高端新型特色原料药产业化生产基地项目的工程造价第三方审核工作尚未完成，相关工程款项尚未支付完毕，黄冈人福已收到与新洪建筑相关的法院协助执行通知书，后续将根据工程项目结算情况按照法院生效法律文件进行工程款项的支付，对黄冈人福的生产经营不会造成影响。

此外，2022年3月，人福医药以1亿元的价格向遥星医药收购湖北葛店人福药用辅料有限责任公司（以下简称“葛店药辅”）交易完成后，人福医药及控股子公司合计持有葛店药辅80%股权。

国家企业信用信息公示系统显示，遥星医药2022年参保人数为2。2021年，葛店药辅首次扭亏为盈，2022年双方经协商确定葛店药辅100%股权作价即达到2.5亿元。公告显示，葛店药辅股东全部权益于评估基准日2023年12月31日所表现的市场价值为2.76亿元，评估值比账面净资产增值率为188.93%。

在业绩方面，2024年上半年，人福医药实现净利润11.11亿元，较上年同期减少16.07%，主要系上年同期公司出售资产及债务重组实现的非经常性损益高于本报告期所致。

对于营收和扣非净利润的增长，人福医药方面表示，在2024年上半年，公司积极落实“归核聚焦”工作，严格控制负债规模，着力提升经营质量，集中资源发展既定专业细分领域；核心医药工业积极培育重点品种，高度重视市场准入、学术推广、渠道拓展、市场服务等工作，为公司经营规模与利润的稳步提升奠定了坚实基础；坚持研发创新和国际化拓展，加快核心领域的创新药项目研发，围绕产品线推进特色仿制药的开发上市，不断丰富产品管线，积极拓展欧美成熟市场和非洲、中亚、东南亚等新兴市场。

人福医药表示，公司以产品为核心，加快国际化发展步伐，推动企业转型升级，提升竞争力、扩大发展空间；充分利用海外子公司已有的“研产销”一体化平台优势，实现产品升级和渠道拓展，扩大海外市场覆盖范围；全面提升国内子公司生产质量、研发注册等管理体系，从研发、生产到营销，与国际高端市场进行全面接轨，实现医药产品技术的引进和输出，形成全球研发、注册、生产、销售的医药全价值链能力。

瀚蓝环境私有化粤丰环保：百亿收购资金从何而来？

本报记者 陈家运 北京报道

7月22日，瀚蓝环境（600323.SH）公布了一项重大资产购买预案，计划私有化粤丰环保（01381.HK），交易总价约为111亿港元，折合人民币103.54亿元。交易完成后，瀚蓝环境旗下子公司瀚蓝（香港）环境投资有限公司（以下简称“瀚蓝香港”）将持有粤丰环保92.77%的股份，粤丰环保将从港交所退市，并纳入瀚蓝环境的合并报表范围。

瀚蓝环境方面向《中国经营报》记者表示，本次交易的资金来源为公司的自有资金、自筹资金（银行贷款）、引入的联合投资人资金。近年来，随着固废处理行业的成熟度提高，新建项目需求减少，公司与粤丰环保所需的资本性开支也在逐年下降，现金流逐步向好。此外，公司经营状况长期良好，固废、能源、水务相结合的业务结构抗风险能力强，净利润水平近年总体呈现增长趋势，财务状况健康。粤丰环保同样具备良好的经营和财务表现，通过后续整合，能够进一步优化公司的整体经营业绩和财务状况。

截至发稿，粤丰环保方面未就上述收购事宜向记者做出回复。

中研普华研究员袁静美在接受记者采访时表示，从两家企业的体量、行业地位以及时间节点来看，本次收购案例将会是环保行业具有标志意义的重大整合，也将是环保存量整合时代固废领域的首例重大并购事件。她进一步指出，此次收购事件以及接下来将会发生的同类资产或企业的并购整合，都有一个共同的大背景，即上一轮的经济发展周期已经到了供给过剩、存量整合的转折点。

百亿收购

截至2024年一季度末，瀚蓝环境货币资金为18.21亿元，其短期借款为17.96亿元，资金状况似乎并不宽裕。

早在7月7日，瀚蓝环境就披露关于筹划重大资产重组的公告称，其筹划通过瀚蓝香港以协议安排方式私有化收购香港联交所上市公司粤丰环保。此次交易完成后，粤丰环保将成为瀚蓝香港控股子公司，并从香港联交所退市。

瀚蓝环境还表示，本次交易示意性注销价暂定为4.90港元/股，按照粤丰环保公开披露的已发行总股本24.4亿股计算，交易完成后，瀚蓝香港将持有粤丰环保约92.77%的股份，大约是111亿港元。

7月22日晚间，瀚蓝环境发布该重大资产收购案预案，报价维持不变。

对于交易的资金来源，瀚蓝环境方面向记者表示，本次交易的资金来源为公司的自有资金、自筹资金（银行贷款）、引入的联合投资人资金。

从账面资金来看，截至2024年一季度末，瀚蓝环境货币资金为18.21亿元，其短期借款为17.96亿元，资金状况似乎并不宽裕。

为此，瀚蓝环境联合广东省国资委旗下的广东恒健投资控股有限公司（以下简称“广东恒健”）、佛山市南海区国资局直接控股的广东南海控股集团有限公司（以下简称“南海控股”）共同来完成本次交易，南海控股同时是瀚蓝环境控股股东的母公司。两家具有国资背景的联合投资人资金实力较为雄厚。

对此，瀚蓝环境方面表示，联合投资人包括广东省国资委下属企业广东恒健及瀚蓝环境控股股东母公司南海控股。两位联合投资人将合资设立广东南海上市公司高质量发展股权投资基金，并由广东恒健担任普通合伙人及执行事务合伙人，发挥金融“活水”作用，出资20亿元参与对瀚蓝佛山的增资。省地两方国资联合出资，体现了国资对本次交易的支持和重视。

瀚蓝环境平洲污水处理厂。 视觉中国/图

具体来说，瀚蓝环境拟联合广东恒健和南海控股成立高质量基金，向境内间接子公司瀚蓝佛山增资。增资前，瀚蓝佛山注册资本为5.8亿元，全部由瀚蓝环境全资子公司瀚蓝固废认缴。增资后将使瀚蓝佛山注册资本由5.8亿元增加至46亿元。同时，瀚蓝佛山拟向境内银行申请不超过61亿元的并购贷款。在获得上述增资款和并购贷款后，瀚蓝佛山再向其全资子公司瀚蓝香港增资至总股本不超过113亿港元（或人民币105亿元），用于支付本次私有化交易对价。

此外，瀚蓝香港拟与境外金融机构签署金额合计不超过105亿元人民币等值港币的融资安排协议，在本次私有化交易达到付款条件后，如瀚蓝佛山对瀚蓝香港的增资款项未能在约定时间内足额支付至瀚蓝香港，则瀚蓝香港可根据上述融资安排在境外提取贷款，以保障本次交易对价的按时支付。

强强联合

瀚蓝环境收购粤丰环保本质上是存量背景下区域做强核心产业的重大整合。

瀚蓝环境主营业务包括固废处理、能源、供水和排水业务。粤丰环保主要从事垃圾焚烧发电厂的营运及管理，以及提供智慧城市环境卫生及相关服务。

袁静美指出，此次瀚蓝环境收购粤丰环保，以及接下来将会发生的同类资产或企业的并购整合，都有一个共同的大背景，即上一轮的经济发展周期已经到了供给过剩、存量整合的转折点。

记者注意到，2024年4月，“新国九条”明确提出，鼓励上市公司聚焦主业，综合运用并购重组、股权激励等方式提高发展质量，推动上市公司提升投资价值。

瀚蓝环境方面向记者表示，近年来，多方政策鼓励具备条件的企业开展市场化产业并购，从而实现高质量发展。其中，广东省围绕高质量发展进行部署，大力推进上市公司高质量发展和产业链补链、强链、延链，支持优质上市公司开展产业链并购整合，以实现做强、做优、做大。作为本次交易的联合出资方，广东恒健将发挥广东省国有资本运营平台优势，助力瀚蓝环境发展为广东省二十大战略性产业之环保产业的“链主”企业。

袁静美表示，垃圾焚烧发电行业已趋于饱和，市场的增量空间急剧收缩，行业进入运营为王和存量优质项目的整合阶段。这就要求企业具备对产业链的深度掌控和话语权，因此，瀚蓝环境需要进一步扩大规模领先优势。

在袁静美看来，瀚蓝环境收购粤丰环保本质上是存量背景下区域做强核心产业的重大整合。由于整合的双方都具有相当的体量，因此，有望快速形成协同效应和规模效应。

同时，天风证券方面认为，双方有望在经营协同、资金管理、供应链优化、新业态发展、海外项目开拓等多方面强强联手、协力共赢，并持续创造增量价值。

天风证券方面指出，截至2023年年底，粤丰环保已投运33个垃圾焚烧项目，对应日处理垃圾4.37万吨。2023年，粤丰环保年处理垃圾约1662万吨，年发电量达62亿千瓦时，吨垃圾发电量达374度。而瀚蓝环境垃圾焚烧规模为3.575万吨/日（不含参股），因此并购完成后，瀚蓝垃圾焚烧规模有望达到行业前三，稳居固废处理行业第一梯队（交易后，瀚蓝环境在运营项目的垃圾处理量将达到7.35万吨/日，待建及规划项目达到1.68万吨/日，合计将超过9万吨/日）。

袁静美表示，并购不仅将带来环保行业的资源和市场互补优势，更有望通过协同创新和优化资源配置，共同打造出更具竞争力的环保服务模式，引领行业继续向更高水平发展。

瀚蓝环境方面表示，其和粤丰环保均为大湾区内重要的环保产业龙头企业，通过本次交易，将有效完善公司在粤港澳大湾区优势区域及全国范围内的业务布局，打造地区环保产业“链主”企业，促进自身的进一步发展并持续带动粤港澳大湾区环保产业的整体发展，本次交易也有望为环保行业的存量整合做出有益的示范。

应收款风险

如果标的公司应收账款未来继续增长且不能按期收回，或发生坏账损失，将对标的公司资金周转以及经营业绩造成不利影响。

目前，高额的应收账款困扰着多个环保细分行业的企业，而固废治理领域也难独善其身。

财报数据显示，截至2024年一季度末，瀚蓝环境应收账款为37.95亿元，占流动资产约45%。同时，2023年年末，粤丰环保应收账款26.6亿元，占流动资产近六成，占当年收入约58%。

对此，瀚蓝环境方面向记者表示，其和粤丰环保所从事的业务是城市基础设施运营服务，属于社会刚需，应收账款是由正常经营活动产生，客户主要是国家及地方政府，客户信用情况良好，应收账款风险可控。

“关于本次交易标的方粤丰环保应收账款问题，公司已通过粤丰环保大股东臻达出具的不可撤销承诺，对历史应收账款的回收进行保障安排。”瀚蓝环境方面表示，此外，公司有专门机构跟进应收账款催收业务，持续与各地政府推进完善和落实费用拨付机制，加快应收回款速度。截至目前，公司应收账款回收重点地区的付费机制已基本建立。公司将推动建立常态化机制保障和加快应收账款的回收，继续改善公司现金流状况，降低财务费用，优化资产负债表。

瀚蓝环境方面进一步表示，随着公司业务的持续发展和经济持续复苏，以及垃圾焚烧资本化开支逐渐减少，其与粤丰环保的应收账款及现金流状况预计将持续改善。

不过，瀚蓝环境方面也提醒，标的公司应收账款主要为应收新能源发电补贴，以及应收垃圾处理费。虽然公司已通过标的公司大股东臻达出具的不可撤销承诺，对历史应收账款的回收做了一定的保障安排。但如果标的公司应收账款未来继续增长且不能按期收回，或发生坏账损失，将对标的公司资金周转以及经营业绩造成不利影响。

创始人被调查留置 水务巨头碧水源何去何从

本报记者 李哲 北京报道

7月26日，北京碧水源科技股份有限公司（以下简称“碧水源”，300070.SZ）公告披露，其创始人文剑平被立案调查、实施留置。

文剑平在水资源领域深耕多年。从2001年创办碧水源，到2023年卸任董事长，文剑平与碧水源共同经历了多个发展关键期。近年来，随着文剑平的卸任以及对碧水源股权的多次减持，两者似乎正渐行渐远。

对于文剑平此次被留置，碧水源方面向《中国经营报》记者表示，文剑平目前在碧水源主要担任董事、顾问等职务，不具体负责日常业务经营管理，对公司日常经营不会产生重大影响。

被调查留置

根据碧水源公告，其于7月26日收到弥勒市监察委员会签发的《立案通知书》和《留置通知书》，公司持股5%以上股东、董事文剑平被立案调查、实施留置。

公开履历显示，文剑平1962年出生，1987年参加工作，长期从事与环境相关的科研工作。其中，1987年8月至1989年10月任中国科学院生态环境中心助理研究员；1989年11月至1994年5月任国家科委社会发展司生态环境处副处长；1994年6月至1998年3月任国家科委中国国际科学中心副主任、总工程师，兼任中国废水资源化研究中心常务副主任；1998年9月至2001年7月赴澳大利亚留学。

2001年7月学成回国后，文剑平与北京华昊水利水电工程有限责任公司共同出资创办北京碧水源科技发展有限公司（碧水源前身），文剑平任董事长兼总经理（2006年6月起不再兼任总经理）；2007年6月3日，北京碧水源科技发展有限公司整体变更为碧水源，同时，文剑平任碧水源董事长、总经理。此后，文剑平长期担任碧水源董事长职务，直到2023年7月18日，其因个人原因辞去董事长职务，辞任后仍担任董事职务。2024年4月，在碧水源董事会、监事会换届之时，文剑平被选举为碧水源第六届董事会成员，同时出任碧水源非独立董事。

从文剑平的任职履历来看，自创办碧水源以来，其长期在碧水源担任核心职务。

对于文剑平被留置事宜，碧水源方面向记者表示，其目前在公司主要担任董事、顾问等职务，不具体负责日常业务经营管理，对公司日常经营不会产生重大影响。“目前公司生产经营一切正常，公司董事会运作正常，日常经营管理由高管团队负责，其他董监高均在认真履职中。公司目前收到的相关通知，尚未知悉立案调查的进展及结论，公司将持续关注上述事项的后续情况，并严格按照有关法律法规的规定和要求，及时履行信息披露义务并提示相关风险。”

多次减持

碧水源官网信息显示，其是中国环保行业、水务行业标杆企业，全球领先的膜装备生产制造商和供应商之一，位列“全球水务50强”第36名。截至7月31日收盘，碧水源报收于4.23元/股，总市值为153.30亿元。

文剑平在碧水源任职期间，曾多次对其所持有的碧水源股份进行减持。

2023年7月，在文剑平卸任碧水源董事长之后不久，其所持有的部分股份被司法拍卖。记者了解到，此次被司法拍卖的碧水源股票共计40868884股，合计占文剑平所持有碧水源股票的14.25%，占碧水源总股本的1.13%。

此次文剑平所持有的部分碧水源股票被执行司法拍卖，是由于中国民生银行股份有限公司申请执行文剑平、刘振国一案，北京金融法院在执行过程中拟对查封的被执行人文剑平持有的碧水源40868884股股票进行处置，上述执行标的物已进入拍卖程序。

记者注意到，2018年财报显示，文剑平在碧水源持股22.77%，为公司第一大股东。

而到了2020年，文剑平因归还贷款及偿还个人债务，减持碧水源股票45000000股，即不超过碧水源总股本的1.42%。彼时，文剑平在碧水源的持股比例为17%。随后，文剑平还有过多次减持，2023年财报显示，截至2023年12月31日，文剑平共持有碧水源股票239397572股，持股比例降至6.61%。

对于文剑平的减持行为，碧水源方面向记者表示，此前的减持是由于业绩承诺，因为2021年的业绩承诺未能达成，因此将股权减持来对业绩承诺进行补偿。

记者注意到，碧水源在2019年财报中提到，文剑平及相关承诺方对公司经营业绩做出承诺，2019—2021年，公司归属于母公司所有者净利润相比于前一个完整会计年度的归属于母公司所有者净利润增长率分别不低于10%、15%、20%。如未能实现业绩承诺，承诺方应于当年年报公布后30日内以现金方式，向公司支付实际业绩与承诺业绩之间的差额部分。

而在2021年，碧水源营业收入同比下滑0.72%，净利润同比下滑48.93%。记者了解到，因2021年业绩承诺未能达成，2022年9月，中国证监会北京监管局对文剑平等四人未能如期履行业绩补偿承诺事项的行为，采取责令改正的行政监管措施，并记入证券期货市场诚信档案。

应对挑战

2020年3月，中国城乡控股集团有限公司（以下简称“中国城乡”）通过现金认购非公开发行股票的方式取得碧水源股份。根据《股份认购合同》，中国城乡拟以现金37.16亿元认购非公开发行股份数量占发行前碧水源总股本的15.21%，即481344780股，发行价格为7.72元/股。本次非公开发行完成后，中国城乡持有碧水源22.00%股份。中国城乡成为碧水源控股股东。

近年来，随着中国城乡对碧水源的股权并购，以及文剑平的接连减持，双方对碧水源的持股比重此消彼涨。2023年财报显示，中国城乡在碧水源持股33.04%，文剑平则为6.61%。

不过，碧水源此前的一些并购目前仍然对其业绩造成影响。2023年财报数据显示，其在当年实现营业收入89.53亿元，同比增长3.03%；净利润7.65亿元，同比增长7.74%；归母净利润4.2亿元，同比下滑6.83%。

对此，碧水源在投资者关系活动中提到，其控股的良业业务在2023年出现约3.3亿元的亏损，同时，参股的云南水务在2023年也有较大的亏损面。公司管理层对这些问题保持高度关注，并正在积极采取措施来应对这些挑战。

碧水源方面提到的良业业务来源于2017年的一次并购。彼时，碧水源以8.49亿元收购北京良业环境技术有限公司（后更名为良业科技集团股份有限公司，以下简称“良业科技”）70%股权。截至2023年年底，碧水源共计持有良业科技90.10%股权。良业科技主要为客户提供城市、景区和家庭的光科技产品及整体解决方案。

记者注意到，对于2023年总资产765.31亿元的碧水源来说，截至当年年底，其应收账款达到110.44亿元，占总资产的14.43%。

对此，碧水源方面在投资者关系活动中表示，公司的应收账款总额为110亿元，相比去年增长了1.29%，公司非常重视，虽然这一增速略低于主业增速，但是总额也确实比较大。2023年，公司在积极寻求内外部资源的整合，以加快应收账款的回收进程。2023年的回款情况优于往年。“未来，我们将继续完善内部管理制度，提高员工的风险意识和收款技能，以全面提升应收清欠工作。同时，我们也将密切关注政策动态，加强与客户的沟通合作，针对不同项目情况制定合适的收款策略。”

《鬼谷八荒》移植手游端：能否给玄幻题材注入活力？

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

时隔3年，曾经首月销量破180万套、刷新Steam国产游戏纪录的《鬼谷八荒》宣布，即将正式登陆移动端。

“移植到移动端的想法我们很早就有了，但一直没有去做，主要原因是工作室的人力不是很充足。”7月30日，该游戏制作方鬼谷科技方面对《中国经营报》记者表示，“目前我们已经重新整合了团队，移动版的开发速度和产品质量都会得到极大的提升。”

记者了解到，《鬼谷八荒》移动版仍在开发中，鬼谷科技将对UI（用户交互）适配、增加新内容，此外还将进一步优化性能，为玩家减负，“我们还会对部分消耗时间较长的玩法和战斗进行优化，使其能更适应手游用户在碎片时间进行游玩的情况。”

Steam爆款移植到手机

《鬼谷八荒》需要玩家花费时间刷取材料，而移动设备可以让玩家利用碎片时间随时随地登录游戏。

在6月底的TapTap游戏发布会上，鬼谷科技方面宣布，《鬼谷八荒》手游移植版预计2025年第二季度上线。

7月22日，国家新闻出版署公布了105款国产网络游戏审批信息，《鬼谷八荒》移动端版本在列。

这款上线3年多的游戏终于将迎来手机版。

《鬼谷八荒》是一款开放世界沙盒修仙游戏，以《山海经》传说作为游戏世界观，采用水墨风格，玩法结合ARPG（动作角色扮演）、弹幕射击等元素。玩家可以在游戏中体验从凡人一步步修行成长为强者的过程，与《山海经》中各种妖、兽战斗。游戏官方介绍，在“修行”过程中，玩家要“慎做抉择，把握自己的命运”。

2021年左右，在修仙题材热潮从网络小说蔓延到游戏圈之际，《太吾绘卷》《了不起的修仙模拟器》《一念逍遥》等玩法各有侧重的修仙题材游戏相继上市。

《鬼谷八荒》首次发布于2021年1月，很快凭借契合主题的美术风格、完善的修仙体系、高自由度玩法受到玩家青睐。该游戏发布首月Steam销量达到180万套，上线一年累计销量达390万套。其Steam最高在线人数达到18万，刷新国产游戏纪录。

“其实不同的人对《鬼谷八荒》有自己喜欢的点。例如有些玩家喜欢研究NPC（非玩家角色）生态，有些硬核玩家喜欢战斗，有些玩家喜欢剧情，有的喜欢游戏古朴的《山海经》世界观。”鬼谷科技方面介绍道。

《鬼谷八荒》需要玩家花费时间刷取材料，而移动设备可以让玩家利用碎片时间随时随地登录游戏。从游戏特性出发，《鬼谷八荒》非常适合上线移动端。

目前，《鬼谷八荒》在TapTap平台预约量达到16万，期待值为8.2。

“我们整个团队的全部精力都投入到开发PC版的新版本中去了，无法分出精力来开发移动版。”鬼谷科技方面向记者表示，将游戏移植到移动端可以让全球更多不方便玩PC的玩家随时体验《鬼谷八荒》的乐趣，但由于人力不足，只能将移植计划置后，到正式版完成之后才着手规划制作移植版本，“一开始Switch版和移动版是同时进行的，不过后来因为工作室的部分人员变动，影响了移动版的开发进度，所以Switch版先完成并且上线。目前我们已经重新整合了团队，移动版的开发速度和产品质量都会得到极大的提升。”

《鬼谷八荒》Switch版于2024年2月1日发布。根据玩家评论区的反馈，游戏存在卡顿、闪退问题。对此，鬼谷科技方面表示，Switch版刚上线的时候性能表现比较差，经过了半年时间的持续优化，已经有了不少提升。

“目前市面上的绝大部分手机性能都比Switch要高不少。所以对移动版的性能表现，我们是很有信心的。”关于玩家对《鬼谷八荒》性能的担忧，鬼谷科技方面告诉记者，“性能优化这块，我们其实一直在做。从最开始的PC版更新，到后来我们做Switch版的时候，有一些很细节的点，每个点对性能的提升都比较小，需要我们一个一个去抠，非常费时费力，有时做一个月下来，性能提升也不明显。即便如此，我们依然持续地在性能优化上投入人力。”

跨越两年的EA期

《鬼谷八荒》的NPC系统是玩家对这款游戏津津乐道的内容之一，有些玩家热衷于探索游戏内NPC的故事。

除了性能优化，玩家对《鬼谷八荒》移动版较为担心的问题还有内容重复度、商业模式、能否继承端游的精彩剧情和丰富玩法等。对于这些问题，鬼谷科技方面一一作出回应。

至于UI适配问题，鬼谷科技方面表示：“UI适配是整个移植开发最重要，也是工作量最多的模块。”鬼谷科技方面透露，目前《鬼谷八荒》移动版还在开发中，其UI被重新设计，还会增加一些新内容给玩家新鲜的体验，“一些信息较多、操作较复杂的界面都需要重新设计，使其界面更精练，且适应手机用户的操作习惯。还有一些与UI相关的小玩法也需要重新设计，如学习功法小游戏，在PC上是需要同时使用鼠标左键和右键的，但在手机上没有这个硬件条件。”

对于游戏内容重复度高，玩家感到“肝”（代表想要玩好游戏需要投入一定的时间和精力，投入巨大的玩家被戏称为“肝帝”）的情况，鬼谷科技方面表示，这个问题在游戏PC版上线初期比较明显，随着后续更新迭代已经减轻了不少，移动版将进一步减负，让玩家在正常游戏的过程中就能收集到大部分所需资源，“并且针对手游的用户习惯，我们还会对部分消耗时间较长的玩法和战斗进行优化，使其能更适应手游用户在碎片时间进行游玩的情况”。

据鬼谷科技方面透露，移动版会采用CDKey（激活码）的模式，但有一定的免费试玩时长。另外，《鬼谷八荒》后续可能会推出小额付费的DLC（可下载内容），增加更多的游戏内容。

“移动版的内容与PC版是基本一样的，少量不同的内容是由于性能优化，我们对部分技能和Boss的表现进行了微调。”鬼谷科技方面介绍道。

记者查询《鬼谷八荒》官方微博发现，该游戏几乎每隔1个月或2个月就会公布一次内容更新或修复。

事实上，在《鬼谷八荒》上线两年多后的2023年5月，曾迎来一次正式版更新，此前游戏处于EA（抢先体验）阶段。

在采访中，记者了解到，该游戏上线后的3年多里通过迭代更新将战斗、剧情、宗门、神器、NPC等系统补充得更加完整。其中，主线剧情在最初的《愚公移山》《后羿射日》《精卫填海》基础上，增加了《钻木取火》《夸父逐日》《刑天舞干戚》《天元山》，并为玩家提供了可触发多结局的选项。

《鬼谷八荒》的NPC系统是玩家对这款游戏津津乐道的内容之一，有些玩家热衷于探索游戏内NPC的故事。据鬼谷科技方面介绍，游戏中有着上千个NPC，玩家与NPC的社交方面也有很高的自由度，还会触发各种定制的经典小说桥段。

此外，据鬼谷科技方面介绍，其将NPC与AI技术结合，目前仍在进行优化：“现在NPC能更智能地选择要去做的行为，以及对于他人的互动反馈，同时还加入了更深厚的互动，如师徒之间会有传授功法，道侣之间会有吃醋事件等。游戏还基于AI定制了部分特殊NPC，当玩家遇到特殊NPC后则会开启一段与NPC相关的互动型奇遇，这些内容都会给玩家带来更多的互动体验，创造出更多有趣的故事。”

在6月底的TapTap游戏发布会上，鬼谷科技方面宣布，《鬼谷八荒》手游移植版预计2025年第二季度上线。　视觉中国/图

核心元素同质化

玄幻题材源自中国本土文化，囊括了仙侠、修仙、神魔、山海异兽乃至道教、佛教等诸多元素，但在游戏开发中，却大多侧重于仙侠这一特定元素，玄幻题材移动游戏中核心元素的同质化与单一化正是用户难以找到满意产品的一个重要原因。

自2021年至今，修仙的“真气”已经吹过了3年。市场调研显示，市面上的游戏产品仍未真正满足修仙题材爱好者。

游戏产业研究机构伽马数据发布的《2024中国游戏产业趋势及潜力分析报告》显示，神话题材的产品流水与用户偏好存在差距——玩家对这一题材偏好占比达到11.2%，而该题材在2023年中国移动游戏流水TOP100产品中占比仅5.9%；在令玩家感兴趣的细分游戏题材统计中，修仙题材占比达29.9%，在各个题材中位列第五名。

伽马数据《2023中国移动游戏品类发展研究报告》（以下简称《报告》）显示，当前市场下玄幻题材产品的玩法以MMORPG为主，且有超过七成玄幻用户认为当前产品存在同质化问题，缺乏新意。

根据该《报告》统计，接近50%的用户对玄幻题材感兴趣，但未找到满意的相关产品。

《报告》指出，玄幻题材源自中国本土文化，囊括了仙侠、修仙、神魔、山海异兽乃至道教、佛教等诸多元素，但在游戏开发中，却大多侧重于仙侠这一特定元素，玄幻题材移动游戏中核心元素的同质化与单一化正是用户难以找到满意产品的一个重要原因。

事实上，修仙、仙侠游戏赛道十分拥挤。仅在2023年，就有《寻道大千》《龙神八部之西行纪》《神仙道3》《凡人修仙传：人界篇》《我的御剑日记》等产品先后上线。

然而，其中不少游戏本质上鼓励玩家追求数值压制，而并未提供与修仙题材相关的玩法乐趣。产品通过买量获客，而非通过产品独特性吸引玩家。

DataEye研究院数据显示，《凡人修仙传：人界篇》上线初期的7天内，投放素材量冲上ADX（手游广告营销情报分析工具）中重度手游App投放周榜榜首；《寻道大千》今年上半年投放素材量排名素材榜第一，大幅度领先第二名，目前这款游戏在微信小游戏畅销榜排名第四。

AI赋能游戏　打破“不可能三角”

本报记者 李哲 北京报道

2024年上半年，中国游戏市场更进一步，收入超过1400亿元。

7月25日，中国国际数字娱乐产业大会在上海举行，会上发布的《2024年1—6月中国游戏产业报告》显示，今年1—6月，国内游戏市场实际销售收入为1472.67亿元，同比增长2.08%。另据游戏产业研究机构伽马数据发布的《2024中国上市/非上市游戏企业竞争力报告》（以下简称《报告》），2023年全球游戏收入TOP50上市游戏企业中，中国共入榜17家企业，数量位列各国之首。

这得益于游戏企业对“内功”的持续修炼。《中国经营报》记者采访获悉，AI、元宇宙等一系列新技术已经被应用在游戏的多个领域，进而带动市场持续增长。网易公司副总裁庞大智表示，AI带来的提质、提效，有望成为游戏行业摆脱传统增长束缚与发展路径的一种方式，打破长期以来的“不可能三角”。

竞争力增强

上述《报告》显示，2023年全球游戏收入TOP50上市游戏企业中，中国共入榜17家企业，数量位列各国之首，在全球头部企业范围中，中国企业的竞争力较强。较强的市场表现与中国企业擅长移动游戏领域有关，现阶段该领域是全球规模最高的游戏市场，在潜力空间上具备优势。

《报告》指出，我国游戏企业对移动游戏的研运能力较强，因而在全球移动市场中均占据较多份额，并且这一优势仍在扩大。《报告》显示，2024年6月30日入榜的中国移动游戏同比增加1.3个百分点，且在单一地区的头部榜单中入榜产品数量持续增加。

近年来，“加码技术投入”是游戏企业布局的重点。现阶段，“基础技术能力是否足够坚实”已成为竞争力能否持续的重要前提。《报告》中提到，整体而言，拥有足够坚实的基础技术能力，愈发成为竞争力的基本体现。而在夯实基础技术能力的同时，较多企业投入对AI创新技术的探索，未来，这部分创新技术有望通过“激发新兴需求”提升竞争力。

《中国游戏产业新质生产力发展报告》中提到，约八成受访者认为AI技术促进了整体项目的提质增效，让生产效率提升超过20%。

记者在“2024 ChinaJoy”（第二十一届中国国际数码互动娱乐展览会）获悉，多家游戏企业在AI领域持续投入，并已产出部分研究成果。

腾讯公司副总裁张巍表示，腾讯在今年推出了新的自研AI引擎“GiiNEX”，具备3D图形、剧情、关卡等多种AIGC能力，能够让游戏场景制作、内容生成等领域的部分工作效率提升40倍以上。

一款游戏的研发制作往往需要花费大量的时间。这就使得游戏行业长期存在一个“不可能三角”：成本、质量、效率很难同时满足。通常一个几百人的团队、花费几个月时间制作的内容，玩家可能只需要两周时间就能消耗完。

庞大智表示，AI带来的提质、提效，有望成为游戏行业摆脱传统的增长束缚与发展路径的一种方式，打破长期以来的“不可能三角”。“AI的出现，给我们带来了新的思路——通过把AI‘开源’给玩家，让玩家更好地融入整个游戏的生态系统。我们在《蛋仔派对》《逆水寒》手游等产品中已有不少尝试。例如，在《逆水寒》手游的‘剧组模式’中，玩家只需上传视频，或输入文本、语音到游戏中，就能一键生成大片。”

拓展新兴赛道

《报告》中提到，2023年中国上市游戏企业的整体表现有所改善，从A股企业来看，游戏收入正增长的企业比重增加。

其中，布局新兴渠道为企业的业绩带来显著加持。小程序游戏方面，从上市企业财报来看，近六成企业提到这一机会，部分企业受加持程度达到20%，业绩贡献较明显。

根据腾讯微信公开课披露的信息，2023年微信小游戏月活已经达到4亿。在今年7月举办的微信小游戏开发者大会上，微信小游戏团队方面称，微信小游戏月活用户已经突破5亿。其用户规模的增长速度可见一斑。

《2024年1—6月中国游戏产业报告》显示，上半年小程序移动游戏收入166.03亿元，同比增长60.5%。其中内购产生的实销收入90.98亿元，同比增长81.56%；广告变现收入75.05亿元，同比增长40.75%。

小游戏市场收入已连续三年保持高速增长，其中内购收入占比也在逐年提升。在当前的市场环境中，这对企业能力的全面、细致程度提出更高要求。

《报告》中提到，一方面，参考App游戏的发展历程可知，用户对产品的要求将向精品化转变，且在抉择质量相近的产品时会重点参考其在游戏运营、稳定性、安全性等方面的表现；另一方面，竞争加剧会压缩获利空间，若想保存经营成果，则需要企业更积极地与其他伙伴合作，挖掘更多细分渠道、关注并深度运用各项福利政策等。

此外，小游戏市场变化节奏快。DataEye研究院数据显示，2023年上半年投放素材量第一的《咸鱼之王》在2024年上半年素材投放量下滑，仅排名投放素材榜第12名。对比去年同期，仅剩下《我是大东家》排名投放素材榜TOP10。

对此，游戏产业时评人张书乐向记者表示：“缺少自己创新性体验的小游戏，不买量就会死，这让其只能‘买量不能停’，而这几乎是大多数小游戏的通病。小游戏不能如过去网页游戏的打法，只是移植上代客户端游戏（网游、手游），而是应该利用自己碎片化的游戏体验，去创新一些属于小游戏的品类。”

《报告》指出，进入下一阶段时企业或重点关注与第三方的合作，这是由于较多小程序游戏的团队规模较小或配套技术不完善，而第三方企业的成熟方案可弥补其人手、工具等方面的不足。

坚持长期主义

《报告》显示，2023年全球游戏收入TOP50上市游戏企业中，超半数中国企业收入不足50亿元，而收入超100亿元的企业中逾八成为海外企业。

此外，虽然游戏企业的业绩较佳、“业绩波动性较大”的投资风险也有所改善，但产业的资本市场表现不佳，股价指数降幅较大、弱于相关板块的整体走势。此外，国内企业在全球范围内受到低估，总市值有所缩减，2024年年中市值不足百亿元的企业占比较2023年年底提升8.3个百分点；市盈率也回落至略高于2022年的水平。

中国音像与数字出版协会理事长孙寿山曾表示，从权威研究报告发布的数据看，游戏行业整体的生态发展不平衡、不充分：资源聚集化程度加深，头部效应加剧，资金、技术、人才等持续向头部游戏厂商集中，中小游戏厂商的数量持续缩减；市场发展呈现出“哑铃”状结构，两极分化严重。

随着市场的逐渐成熟，更加注重“长期主义”的游戏公司，将获得更大的增长空间。

张巍表示，从腾讯游戏的市场经验看，在全球范围内的持续成功主要得益于以下两方面的坚持。一是多栽“长青树”，重视精品驱动，不断培育“强枝”和“新芽”。二是跑好“马拉松”，重视长线积累，实现产业“接力”和“合力”。从全球范围看，游戏行业的一个特点是行业周期长，“姜是老的辣”。梳理过去十年中最成功的产品可以发现，能够达到10亿美元量级的团队，平均耕耘时间为14年左右。腾讯游戏很早之前就开始进行长线布局。

世纪华通总裁谢斐则提到，技术的变革从来不是一蹴而就的。“游戏行业想要从数字交互科技的辅助领域，逐渐走向核心，从隐性角色慢慢走向显性，确实需要韧性，也只有脚踏实地地找准行业以及我们希望赋能行业的真正痛点，并且去克服它，才能够平等坦诚地连接更广泛的行业领域。”

元宇宙道阻且长 Meta布局十年仍需“磨剑”

本报记者 曲忠芳 北京报道

2014年，是社交网络巨头Facebook（现改名Meta）创立的十周年。在这一年，Facebook于2月斥资190亿美元收购WhatsApp之后，3月又以20亿美元收购了虚拟现实初创团队Oculus—— 一家创立仅2年、创始人仅22岁、尚未推出一款正式产品的虚拟现实公司。这不仅是Facebook押注未来的开端，而且对整个虚拟现实行业起到了举足轻重的示范效应，围绕虚拟现实领域的创业热潮兴起并在全球迅速蔓延。

截至今年，Facebook在虚拟现实已布局投入十年之久，累计花费已超过500亿美元。押注的最高潮要属2021年10月底，Facebook创始人兼CEO马克·扎克伯格宣布将公司改名为Meta，取自“元宇宙”Metaverse一词的前缀。然而，受制于产品、市场、技术等多方面因素，Meta的元宇宙梦想并没有实现。直至2023年年初，当AI大模型引爆技术革命热潮时，Meta调整船头加大在开源大模型LLama上的投入，今年7月升级至最新的LLama3.1。而与此形成鲜明对比的是，Meta继续削减旗下Reality Labs（现实实验室）部门支出。

元宇宙是否已然“熄火”？虚拟现实与AI是什么关系？如何科学地认知当下虚拟现实的发展现状？元宇宙实现还有多久？……针对这些业界关注的热点问题，《中国经营报》记者作了相关调研与采访。

“脱离了营销炒作和过度追捧”的阶段

“我更倾向于认为脱离了营销炒作和过度追捧的现如今，才是这个行业开始落地走向发展的阶段。”

前不久，据美国媒体The Verge报道，Meta正在削减其负责VR（虚拟现实）、AR（增强现实）及元宇宙技术研发的Reality Labs预算，预计到2026年减少近20%的支出，削减举措还包括裁员。关于裁员人数及支出减少的具体数额，Meta方面未予置评。

对于这一消息，业内人士普遍反馈并不意外。这里简要回顾一下Meta在虚拟现实及元宇宙领域大手笔布局的十年。被高价收购的Oculus团队在声明中称：“收购对整个虚拟现实技术领域来说是最重要的里程碑，所有人都已经开始逐渐意识到这项技术真正的市场潜力。”没错，该笔收购直接带动了创业投资热潮，并开启了消费级市场的“教育”之路。

依靠Meta的支持与资源投入，Oculus于2016年推出了第一代产品Oculus Rift，售价599美元起；而到2019年第一代VR头盔Oculus Quest面市，售价399美元；到2020年第二代Quest 2发布时，Oculus的品牌名称被去除，128GB版本定价299美元，低价策略发挥了重要作用；到2021年年底，Quest 2销量已达到1000万台，成为全球第一款销量过千万台、销售速度最快的VR硬件产品。与此同时，Quest2的成功也离不开内容生态的发展，出现了爆款级游戏应用。2023年9月底，Meta发布了新一代VR头显Quest 3，售价499美元。

记者综合查阅历年财报注意到，Meta自2021年第四季度开始在财务报告中披露Reality Labs的业绩，在2021—2023年这三年里累计贡献了64亿美元的营收，但与此同时却带来了超过500亿美元的亏损。

自2022年年底至今，随着AI大模型技术的火爆，Meta也加入科技巨头的竞赛中。就在7月24日，Meta推出LLama3.1 405B开源大模型，称其为“当前最先进的开源模型”。迄今为止，LLama所有版本的总下载量已超过3亿次。

如今，AI大模型似乎“抢”走了元宇宙的风头，而元宇宙就此“熄火”了吗？

在回顾收购早期时，Meta首席技术官安德鲁·博斯沃思在最新接受马修·鲍尔采访时坦言：“（Facebook团队）对能力、成本、面市时间和用户接受度的预估，都乐观得有点过头。几乎每个方面都偏离了实际至少一个量级，有的甚至更多。”

需要指出的是，无论是虚拟现实，还是元宇宙，在大众语境中，这两个概念往往没有一个清晰的边界，甚至常常被混淆使用。这里为了方便读者理解，我们使用了“虚拟现实”来泛指涵盖VR、AR、MR（混合现实）等多种技术及产品形态的XR（扩展现实）产业。

IDC中国分析师叶青清向记者指出，从概念上来说，虚拟现实与AI这两者同时属于实现元宇宙的重要技术路径。而对于元宇宙，“我更倾向于认为脱离了营销炒作和过度追捧的现如今才是这个行业开始落地走向发展的阶段。”元宇宙这个庞大且复杂的概念从想象到真正落地，一定是需要漫长的发展时间和巨大的成本投入的。除了AI和虚拟现实技术以外，还需要云计算、网络通信、区块链等多方技术的共同支撑，细分领域的发展和相互间的协作都是需要一步步解决的问题。

未来两年内关键组件成本有望降低

AI的爆发式增长成为实现元宇宙内容构建的突破点，高效的算力处理大大降低在内容生产上的成本。

加大AI投入、削减Reality Labs的成本支出，或许并不意味着Meta对于元宇宙战略的放弃，更多的是出于商业资本考量而作出的决策。值得注意的是，Meta近几年在虚拟现实领域越来越采取生态合作的策略，同时将AI功能融入产品中。例如，Meta在去年9月联合雷朋推出了AR眼镜Meta Ray-Ban，销量已超过了一百万台。今年4月，Meta宣布将其Quest软件平台更名为Meta Horizon OS，并向华硕、联想、微软等第三方头显设备厂商开放。

2024全球数字经济大会上，用户在体验一款VR设备。 视觉中国/图

多年从事虚拟现实行业研究的业内人士告诉记者，Meta是虚拟现实领域的领头企业，国内许多虚拟现实厂商都将Quest系列、Meta Ray-Ban眼镜作为自身的对标产品，甚至在处理器、外观形态、定价、材质、技术路线上做跟随。不过，在没有重大底层硬件、技术突破之前，国产厂商的经营策略更加务实，不少采取裁员、削减成本等优化成本结构。

最新发布的《2024年VR/AR行业年中总结》报告统计显示，今年上半年，全球公开的VR/AR融资额为202.63亿元，其中国内市场融资16笔，共计25.04亿元，国外融资49笔，共计177.59亿元。国内市场虽然投融资数量有所减少，但大规模融资项目增多，这表明国际市场的投资热情及信心依然高涨；国内上半年投融资数量和金额的下降反映了经济环境的整体不确定性和市场的调整期，企业可能在更加谨慎地规划执行新的投融资项目。

记者调研多位行业从业者时，他们普遍提到苹果的入局，不过受制于高昂的价格障碍，短期内暂未对市场起到实质性的提振作用。苹果于去年6月正式发布了首款头戴式显示设备Vision Pro，定位于“空间计算”显示设备。今年6月底，苹果Vision Pro国行版正式发售，价格为29999元起。对于行业未来的更新，不少受访者表示会重点关注Meta的新一代VR头显和AR智能眼镜产品，同时还会关注苹果在Vision Pro之后的动作。

叶青清分析指出，AI的爆发式增长成为实现元宇宙内容构建的突破点，高效的算力处理大大降低在内容生产上的成本。同时，虚拟现实作为元宇宙的呈现方式，在苹果入局后也进入了软硬件技术升级的突破期，将迎来“空间计算时代”，但如何进一步搭建并丰富C端和B端的内容生态是目前亟须解决的问题。从产品侧看，更多产品将开始向高端化转移，也会推动厂商布局B端的高端线。而国内厂商发展的趋势也将从亏本补贴起量，转移为推出定价更高的产品；从内容应用侧看，苹果与多家内容应用开发厂商达成了包括在垂直行业和消费市场层级的合作关系，开发visionOS专属内容应用，将会进一步推动VR除了在游戏娱乐以外的使用场景落地；从硬件侧看，伴随苹果入局，关键组件的成本在两年内有望降低，上下游产业链入局者逐渐增多。

“苹果的加入为整个行业注入了一针强心剂，也带来更多机遇和变革，对于一直在虚拟现实领域深入布局和投入的Meta来说也是利好的。两者互为强大的竞争对手，能够互相正向推动对方在技术上的突破和生态上的搭建，给用户带来更好的产品体验，从而给市场带来更多生机。”叶青清如是说道。

中国3D产业联盟副秘书长、元宇宙产业共识研究院院长顾伟指出，元宇宙旨在创造一个交互式的、沉浸式的虚拟环境，用户可以在其中进行社交、游戏、工作等活动。尽管AI大模型和生成式AI目前非常火热，但它们与元宇宙并非相互排斥，而是可以相互促进和融合的技术领域。尽管社会大众可能感觉到元宇宙的热度有所下降，但实际上，许多大型科技公司和创业公司仍在积极投资元宇宙相关的技术和项目。元宇宙目前仍处于相对早期的发展阶段。许多公司和组织正在探索和构建元宇宙的基础架构和应用场景。总体来说，元宇宙并没有“过时”，而是正在经历一个逐步成熟和发展的过程。

中国公有云市场增速超40% 运营商IaaS“三分天下有其一”

本报记者 谭伦 北京报道

受惠于生成式AI和大模型需求推动，我国云计算产业规模持续走高。

中国信息通信研究院日前发布的《云计算白皮书（2024年）》（以下简称《白皮书》）显示，2023年，我国云计算市场规模达6165亿元，同比增长35.5%，增速大幅领先全球。其中，公有云市场规模4562亿元，同比增长40.1%；私有云市场规模1563亿元，同比增长20.8%。

值得注意的是，细分领域来看，IaaS市场增速达到38.5%，市场总额达到3383亿元，在排名上，阿里云、天翼云、移动云、华为云、腾讯云、联通云依次占据中国公有云IaaS市场份额前六。中国信通院指出，受生成式AI和大模型等新技术影响，云计算市场面临新机遇，中腰部厂商借助科技平台优势强势发力，快速推动原有云业务智能化转型，从而抢占市场，厂商格局或借此机遇进行洗牌。

Omdia电信战略高级首席分析师杨光向《中国经营报》记者表示，在当前的产业关系层面，云是支撑AI发展和落地的基础设施，尤其是随着新质生产力的推进，企业上云和数智化需求本身也在激增，这使得云计算与AI加速融合，由此带动了产业规模的增长。

随着AI原生带来的云计算技术革新以及大模型规模化应用落地，《白皮书》指出，我国云计算产业发展将迎来新一轮增长曲线，预计到2027年，我国云计算市场规模将超过2.1万亿元。

运营商云占比超三成

在此轮公有云的增长中，风头最高的无疑仍是近年来狂飙突进的运营商。

根据中国信通院公布的统计数据，运营商云在目前国内公有云IaaS市场中的份额继续上升。其中，2023年天翼云、移动云、联通云三家运营商云的IaaS的份额占中国公有云IaaS份额比例达到33.63%，超过三分之一。这也是从2021年起，运营商连续三年份额增长。

IaaS就是基础设施即服务，在云计算领域是指将包括服务器、存储、网络等在内的计算基础设施作为服务提供给用户，而用户可根据自身使用需求灵活调整计算资源。这一性质，使得其相比于PaaS和SaaS，角色和功能更基础，也是目前公有云市场覆盖最普遍的云服务。

在2021年的相关统计中，联通云尚未进入前六，天翼云与移动云的合计份额为22.4%，而到了2022年，联通云首度进入前六，三家份额合计增至33.05%，高速崛起也让运营商云成为国内公有云市场的一大新阵营。

而对应的业绩也直接反映出运营商的强势。财报显示，2023年，天翼云实现营收972亿元，同比增长67.9%，距千亿元目标剩咫尺之遥；移动云实现营收833亿元，同比增长65.6%，并且也设定了2024年收入超千亿元的目标；联通云收入510.3亿元，同比增长41.6%。

按照当前的趋势，业界预计，天翼云的营收有望最快在今年上半年赶上阿里云。对此，IDC中国助理研究总监刘丽辉此前向记者表示，国内公有云近年来的业务围绕政企上云、战略性投入、强化自研及行业扩张展开，新客户更多来自非互联网阵营的政企和央国企，这为运营商云的崛起奠定了优势。相比之下，非政企阵营的互联网企业上云则进入降本增效阶段。

刘丽辉认为，凭借强大业务基础和资金实力不断新建和扩大云资源池，运营商云近两年加速跑马圈地。杨光也表示，在近年来5G建网投入下降和寻求第二增长曲线的背景下，有更多的资源来发展云计算业务成为运营商的新发力点。而国家东数西算战略以及智算支撑需求，共同促成了运营商云业务的此轮增长。

记者从三大运营商处获悉，截至目前，中国电信在“2+4+31+X”全国资源布局的基础上，重点规划了“2+3+7+N+M”的智算布局，实现智算规模达到13EFLOPS，年内达到21EFLOPS以上，初步构建了全国一体化算力互联网；中国移动则“4+N+31+X”数据中心覆盖全量国家算力枢纽节点，算力并网平台接入苏州昆山超算中心、玻色量子等数十家合作伙伴的多样化算力；中国联通则采用“5+4+31+X”架构进行全国多级算力资源布局，构建了“1+N+X”智算能力布局，实现了多样性算力一体化供给。

AI成主要驱动因素

细窥此轮中国云市场增长背后，AI显然是最大的驱动力。

Gartner副总裁、资深分析师Sid Nag日前表示，由于AI模型训练、推理和微调的需求不断增长，对基础设施的需求也呈现指数级的持续增长，并将对全球IaaS的消费产生直接影响。在此背景下，Gartner测算，全球用户今年在公有云服务上的支出将增长到6754亿美元，与2023年相比增长20.4%。

IDC在日前发布的《全球软件和公有云服务支出指南》中也同样指出，从长远来看，保险、医疗保健等行业将以最快的速度加速基于云的AI平台投资。展望未来，云模型在满足客户对应用开发与部署创新的需求方面，依然占据着极其有利的位置。而随着数据处理、人工智能/机器学习（AI/ML）以及边缘计算持续引领创新的前沿，云模式也将更好地服务于这些关键领域实现跨越式发展。

对于AI带来的云热潮，IDC中国企业研究部研究经理崔婷婷此前向记者表示，2023年年初，ChatGPT的流行使AIGC等概念走进了大众视野，并引发了全行业对AI的热议。企业级用户对AIGC的问询数量呈现几何级增长，并在一定时间内转化为研发立项、AI咨询、技术测试和智慧化场景交付等具体需求，带动了算力市场和数据类产品的营收。

在其看来，在算力基础和研发投入的不断积累下，预计在未来3—5年，AI的发展会保持一定热度，其营收发展重点将逐渐完成从基础设施到解决方案的方向转变。

瑞达恒研究员资深分析师王清霖则认为，随着当前大多行业进入经济震荡调整阶段，各类企业越发看重AI这类新技术带来的变革，期待开发新技术和新产品，以持续提升企业竞争力。这是AI仍会持续推动云基础设施发展的一大原因。

内外竞争加剧

作为AI部署的基础设施，全球各国目前都在积极提高云计算的战略地位。据《白皮书》介绍，目前美国正持续加强云计算行业应用，同时出台政策、规则关注云安全和云主权，避免技术外溢，以巩固其在云计算领域的领先地位。

欧盟方面则发布宣言，计划将云计算服务的使用率定为提升国家竞争力的关键绩效指标，确认云计算作为国家科技创新和数字经济时代的重要支撑，特别强调云数据安全；东南亚和中东地区的国家，相继发布了数字路线图、法案，注重境外资源引入；日韩则侧重扩大云计算投资，推动本土云服务扩张和智能化发展。

在此背景下，中国云计算产业也获得了更多宏观政策层面的关注。2023年10月，工信部、中央网络安全和信息化委员会办公室等六部门联合印发《算力基础设施高质量发展行动计划》，提出“推动以云服务方式整合算力资源，充分发挥云计算资源弹性调度优势”，促进多方算力互联互通。2024年1月，工信部在《云计算综合标准化体系建设指南》中，也明确了优先制定云计算创新技术产品、新型服务应用和重要缺失领域的关键标准。

杨光认为，在国内云计算未来的发展上，顶层设计将是非常重要的方向指导，但核心的发展主线上，仍依靠国内市场需求和产业企业拉动。以运营商云为例，其2023年比2022年的增长依然放缓不少，其中，显然也受到来自市场竞争的影响。

王清霖认为，虽然增速惊人，但由于目前云市场在不断趋于饱和，云供应商的竞争也越发白热化，如运营商云之间的同质化竞争、阿里云通过价格调整来抢占市场等，使得运营商云的优势已经不再明显。

而在更大的市场趋势方面，据IDC此前统计，2023年上半年，中国IaaS+PaaS市场同比增长15.9%，创下近三年来同比增速新低。刘丽辉表示，在宏观经济增长压力大、市场竞争激烈的背景下，2023年下半年中国公有云市场增速其实仍在放缓。

崔婷婷指出，作为走出疫情后的第一年，2023年云计算市场整体复苏情况不及预期，企业预算持续缩减，市场发展没有完全摆脱疫情期间的疲软态势。但IDC预计，这一轮增速放缓已经触底，2024年预期会略有反弹，原因在于AI大模型的落地实践、出海、自研云加大应用等带来的新需求。

据Canalys预计，2024年中国云基础设施服务支出的增速将进一步加快，达到18%。随着企业客户逐渐走出IT优化阶段，其也将重新启动对云服务的投资，而生成式AI的兴起也将进一步推动云消费的增长。

从激光雷达到AI 自动驾驶技术路线之争

本报记者 李静 北京报道

“萝卜快跑”Robotaxi在武汉的商业化运营，让高阶自动驾驶（无人驾驶）距离普通人越来越近。

从自动驾驶的感知技术路线上，行业内存在两种主流技术路线的争论。

目前“萝卜快跑”无人车的车顶有个比较显眼“帽子”，因为这特殊的造型，也经常引起路人的关注。这个特殊的造型里面集合了主激光雷达、摄像头、毫米波雷达与超声波雷达等传感器，通过这些传感器实现车辆的环境感知，之后再结合高精地图的使用以及其他自动驾驶技术的发展，目前萝卜快跑在国内已经达到了L4级别的全无人自动驾驶的商业化运营。国内国外选择这种“多传感器+高精地图”技术路线的公司还有很多，比如滴滴自动驾驶、小马智行、Waymo等。

因激光雷达成本高，特斯拉则选择走“纯视觉路线”，完全摒弃激光雷达和高精地图，仅使用摄像头和雷达传感器来实现车辆的环境感知。埃隆·马斯克甚至表示：“傻子才采用高清地图加激光雷达（False and foolish = HD maps and LiDAR）”。小鹏汽车创始人何小鹏曾在6月下旬前往美国体验特斯拉v12版本的FSD（完全自动驾驶）系统。回国后不久，小鹏汽车的自动驾驶在感知方案上也进一步向特斯拉的纯视觉方案靠拢。

《中国经营报》记者在对一些消费者关于体验Robotaxi或者自动驾驶的采访中，大多数人表示，最担忧的就是安全性。那么究竟哪种技术路线更安全、风险更低呢？

在记者对一些消费者关于体验Robotaxi或者自动驾驶的采访中，大多数人表示，最担忧的就是安全性。　视觉中国/图

你敢乘坐无人车吗？

当出现长尾极端情况，无人驾驶无法安全处理时，就需要人类接管车辆进行处理。

早在2020年10月，萝卜快跑就在北京亦庄、海淀、顺义等区域开启了面向公众的自动驾驶载人测试运营，当时记者在亦庄体验时，萝卜快跑的Robotaxi已经可以实现不需要驾驶员控制的自动驾驶，但车辆配备了安全员。

根据政策要求，申请自动驾驶汽车无人化商业运营，需要经历主驾有安全员、车内无安全员等阶段性的道路测试。

到了2022年7月，萝卜快跑在北京亦庄开放了国内首个方向盘后无人的自动驾驶出行服务商业化试点，也就是车上不配备安全员。

2022年8月，萝卜快跑在武汉启动了全无人自动驾驶商业化运营，最初仅覆盖很小的区域。2024年7月，萝卜快跑在武汉的商业化运营已经覆盖武汉三镇的大部分区域。从众多网友发布的视频来看，车内已经没有安全员了。

小朱是地道的武汉人，虽然萝卜快跑在武汉商业化已经运营了有些时日，但小朱还没有去尝过鲜。“再等等吧，看看安全性究竟怎样。”小朱对记者说道。

在武汉往北1000多公里的北京，著名的三星堆展览正在大运河博物馆展出，吸引了全国游客。大运河博物馆、北京城市图书馆等都位于北京通州的城市绿心森林公园里，因为公园面积很大，文远知行的无人小巴在白天时段为公园内的游客提供接驳服务，炎热的夏日，很多游客选择排队体验无人小巴。

哪吒汽车产品研发中心副总经理兼智能驾驶部高级总监王俊对记者表示，L4级别无人驾驶车辆使用的自动驾驶，会有更多的安全冗余设计，包括配置更多的传感器，让车辆的安全性能更高，以及更多的兜底策略。

萝卜快跑、滴滴自动驾驶、文远知行等提供无人驾驶服务的公司，在自动驾驶感知系统层面大多采用了“多传感器+高精地图”技术路线。据了解，萝卜快跑第六代无人车全面应用了“百度Apollo ADFM大模型+硬件产品+安全架构”的方案，通过十重安全冗余设计和六重MRC安全策略，车辆主激光雷达由禾赛供应，单车搭载4颗超高清远距激光雷达AT128，探测距离超过200米，覆盖360度的高清三维感知能力。滴滴自动驾驶目前运营的主力车队为沃尔沃XC90前装冗余车型，传感器数量达50个，最远探测距离超过300米，最小可探测距离为10cm，车规级相机像素总和超1亿。

Robotaxi、无人巴士等无人驾驶的公共交通工具和有司机驾驶的乘用车在使用自动驾驶方案时，最大的区别在于乘用车上，主驾驶的司机可以随时接管车辆。无人驾驶的Robotaxi、无人巴士在测试和运营中有一个重要指标叫做“接管率”，当出现长尾极端情况，无人驾驶无法安全处理时，就需要人类接管车辆进行处理。

一家网约车企业的自动驾驶负责人对记者表示：“接管率越低意味着自动化自动驾驶的水平越高。一旦遇到0.1%的长尾情况，如果无人驾驶车辆没有相应的处理机制，就可能会导致一起恶性事件。”

“目前来看，‘激光雷达+高精地图’方案的硬件和算力成本更高，但主流的无人驾驶公司都选择这个方案，因为目前这个路线更能解决驾驶中遇到的长尾问题。车辆行驶过程中遇到长尾问题，对于无高精地图的纯视觉解决方案来说，目前看起来解决难度很大。纯视觉方案的大模型需要非常庞大的数据样本，才能提高模型的成长速度。”上述网约车企业的自动驾驶负责人表示。

另外，云端安全员也是无人驾驶车辆的安全兜底策略之一。在武汉商业化运营的萝卜快跑Robotaxi虽然已经实现了车内无人的自动驾驶，但依然有远程的安全人员在后台云端，随时准备接管遇到突发情况的车辆。

路线之争

乘用车的自动驾驶方案也存在“多传感器+高精地图”和“无图视觉”方案之争，在“无图视觉”方案中还有是否使用激光雷达方案的争论。

除了Robotaxi、无人巴士，其实很多人在乘用车上已经体验过“自动泊车”“自适应巡航”“城市领航系统”等自动驾驶功能，过去几年，高级驾驶辅助系统（也称智驾系统）在中国平价汽车中的渗透率大幅提升。

与无人驾驶企业一开始就聚焦于L4级别的全无人驾驶技术的研发不同，在乘用车的自动驾驶技术上，车企考虑的是人机共驾情景下，如何实现智能驾驶体验的优化，大部分车企是从L1、L2等低阶的自动驾驶开始，并希望在未来通过持续的迭代，实现完全无须人类监督的L4级别的自动驾驶水平。

乘用车的自动驾驶方案也存在“多传感器+高精地图”和“无图视觉（无高精地图）方案”之争，在“无图视觉”方案中还有是否使用激光雷达方案的争论。特斯拉是“无图视觉”方案的代表，华为则是使用传感器的无图视觉方案，小鹏汽车、蔚来汽车、理想汽车、哪吒汽车等新势力车企，车顶中间突出的激光雷达显示了他们走的是多传感器路线。但小鹏汽车在近期已经开始向特斯拉的纯视觉方案靠拢。

特斯拉的无图视觉方案中，仅使用摄像头，不使用传感器和高精地图是出于成本方面的考虑。

“当今世界，尤其是中国市场，智驾是车企的必争之地，而成本效益又是智驾领域的一个重要元素。”提供自动驾驶和驾驶辅助技术的Mobileye相关负责人对记者表示。

王俊平告诉记者，在“高精地图+激光雷达”方案下，单车硬件成本会比纯视觉方案高两三万元。不过目前，激光雷达价格在下降。

而在纯视觉方案中，摄像头可能会在一些情况下失去感知。“例如当车辆从强光的环境突然进入幽暗的隧道，或者从幽暗的隧道回到路面的强光环境下，摄像头在光源的巨大变化下，可能会在一瞬间失去感知。”上述网约车企业的自动驾驶负责人对记者举例说道，如果使用“高精地图+激光雷达”的方案，自动驾驶在光源上就没有挑战。

据华为常务董事、智能汽车解决方案BU董事长余承东近期透露，华为将在8月正式上市华为高阶智能驾驶ADS3.0版本，具备融合端到端能力，在激光雷达辅助下将会对智驾能力带来巨大提升。

AI的风险

技术趋势是从单车智能延伸到车与车之间的信息交换。

哪吒汽车创始人兼董事长方运舟认为：“自动驾驶的发展必须靠硬件堆积，其中靠算法优化是一种，但在当前情况下可能比较困难。”

“目前自动驾驶领域谈论较多的‘端到端’其实就是靠算法优化，‘端到端’对高精地图的依赖更弱，完全是感知决策规划，通过AI大模型的方式直接输出。”王俊平对记者指出，“端到端”的缺点是数据和算力投入成本高。“车端算力或许不是瓶颈，随着对模型依赖程度越高，云端算力将是明显的瓶颈。”

“我们认为‘端到端’技术带来的好处非常明显。”Mobileye相关负责人说道，“‘端到端’方案能从0很快地推进到95%，但完全依靠这一方案要达到99.9999999%，就会面临问题。除此之外，它所需的巨大成本、数据量和工程量也不容忽视。以现在的大语言模型和transformer为例，在从0—95%的过程中，它们有非常大的飞跃，但不是100%准确，有时候会犯一些匪夷所思的错误。仅依赖端到端要达到99.999999%是非常痛苦的。而且对于事关安全的智驾方案来说，试错空间其实极小。”

另外，从可解释的层面来看，“激光雷达+高精地图”的方案，是单向感知，由众多单个模块割裂出来，最终拼成了一个规划解决方案，哪里如果出现问题，能够被洞察，是可以被解释的。“端到端”方案中，最终的决策是依靠大模式产生的，可解释性非常差，当发生问题的时候，可能找不出问题到底发生在哪里。

“模型只输出结果，但模型的运算过程是一个黑盒，就怕出现人类不可解释的问题，导致模型失控。”上述网约车企业的自动驾驶负责人对记者表示，“我们相信，长尾问题会随着数据量的不断增大，模型能够解决大部分的长尾问题，但当有模型未知的问题发生，因为模型越滚越大，可解释性就越来越差。所以我们判断，‘端到端’方案更适合在乘用车上，当出现最极端不可控场景时，最终依然由人操控来进行安全兜底。”

目前大部分车企提供的自动驾驶是单车智能。单车智能可能在某些特定场景下能实现一些智能化，但存在无法避免的安全性缺陷。

技术趋势是从单车智能延伸到车与车之间的信息交换，现在城市中的智慧大脑、智慧交通，会逐渐让车与整个交通、社会融合，形成人、车、路、云四大方面的互通。

方运舟认为：“大约在明后年L4级智能驾驶将逐步在一些场景下实现，它需要实现人、车、路、云之间的互联互通建设。如果没有基础侧的互联互通，就很难实现这种高级别的无人驾驶。但在目前这个阶段，大家还是不要放手，方向盘、刹车、油门都要自己把握，否则很容易发生安全事故。”方运舟说道。

Wiz拒绝230亿美元收购 难阻网安市场整合趋势

本报记者 秦枭 北京报道

网络安全初创公司Wiz日前拒绝了谷歌母公司Alphabet的230亿美元的收购要约，选择继续推进其首次公开募股（IPO）计划。Wiz首席执行官Assaf Rappaport在发给员工的备忘录中表示：“拒绝提议很难，但凭借我们出色的团队，我对做出这一选择充满信心”，“让我直奔主题，公司的下一个里程碑是实现10亿美元的年度经常性收入和首次公开募股。”

多位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，网络安全领域作为技术创新的高地，持续涌现出诸多前沿概念。从基础的网络安全防护，到云安全、数据安全以及AI安全的深度拓展，技术与产品均呈现精细化的趋势。谷歌母公司斥巨资收购，进一步凸显了网络安全软件和云生态系统之间的相互关联性。

估值暴涨

近几年，随着互联网的高速发展及物联网、工业互联网、云计算、人工智能等新兴技术的兴起，网络安全形态日益复杂，攻击模式急剧多元化、复杂化，传统的单一功能产品无法再满足数据安全防护需求，企业对数据安全全面防御的要求日益提升。调研公司Gartner的研究显示，88%的公司董事会现在已将网络安全视为一种业务风险，而不仅仅是IT部门的技术问题。

今年6月，数据安全保护企业Commvault与国际专业分析机构GigaOm联合发布《2024网络恢复就绪报告》显示，83%的企业近期遭受过重大安全事件。

在此背景下，Assaf Rappaport与几名前同事于2020年创立了Wiz。据Wiz官网介绍，Wiz只需要几分钟即可通过API连接，并实现对PaaS资源、虚拟机、容器、无服务器功能或存储在公共存储桶、数据卷和数据库中敏感数据的全面覆盖，而不会中断客户的业务运营。它可以扩展到任何云环境，对资源或工作负载性能没有任何影响。

据Assaf Rappaport介绍，Wiz产品最大优势在于快速，并且无须代理。在传统的云安全中，通常需要在每个服务器或虚拟机上部署代理软件来监控和保护系统，而Wiz则直接采用了无代理的方法，仅需要几分钟就可以加入客户网络，一天时间内完成对整个云网络的扫描。

一位网络安全企业的高管对记者表示：“在过去，员工普遍在办公室内工作，我们依赖防火墙构建类似‘护城河’的防护机制，认为这种集中办公的模式相对安全，因为工作环境的物理边界清晰。然而，随着移动办公的兴起，这一安全格局发生了显著变化。当大量应用迁移至云端，潜在的攻击路径也随之拓宽，可能直接向云端渗透。这种攻击面的扩大，为黑客提供了更多可乘之机，进而导致安全事件频发，对企业信息安全构成严峻挑战。”

Wiz成立之初的ARR（年度订阅收入）仅为100万美元，到2022年年末，这一数字被Wiz提升到1亿美元。2023年，Wiz更是创造了约3.5亿美元的收入。全球员工人数也增加到900多人。

随着规模的不断扩大，Wiz的估值也一路飙升，其在2021年共融资3次，金额共计5亿美元。当年，Wiz估值便飙升至60亿美元。

2023年2月，Wiz完成D轮融资3亿美元，Lightspeed Venture Partners和Greenoaks Capital Partners等知名创投公司领投，Wiz的估值约100亿美元。在今年5月，Wiz完成了10亿美元的E轮融资，估值达120亿美元。

Wiz的成长速度也受到了业内外的格外关注，据外媒报道，谷歌母集团Alphabet正与网络安全初创公司Wiz进行谈判，计划以约230亿美元的价格收购后者。若交易完成，也将成为Alphabet有史以来最大的一笔收购。

Wedbush董事总经理兼高级股票研究分析师丹·艾夫斯表示，收购Wiz表明谷歌正在大力押注网络安全领域，以补充其在云端的旗舰产品。

但在几天之后，Wiz拒绝了Alphabet的收购要约。Wiz公司联合创始人兼CEO Assaf Rappaport表示：“虽然我们对收到的报价感到受宠若惊，但我们选择继续走自己的路，以自己的方式发展Wiz。”他进一步强调：“公司将达到每年10亿美元的经常性收入，并最终实现首次公开募股。”

网安市场将走向整合

虽然Wiz拒绝了Alphabet 230亿美元的收购，但无法改变网络安全市场正在走向整合的现状。

2023年，整个网络安全市场规模达到1875亿美元，以每年12.8%的增速增长。IDC最新全球网络安全支出指南显示，到2027年，全球网络安全硬件市场规模将达到1764亿美元。

Wedbush分析师Dan Ives在一份投资者报告中写道：“我们认为，对于微软、谷歌和亚马逊来说，自7月19日以来的CrowdStrike更新导致微软蓝屏进一步凸显了网络安全软件和云生态系统之间的相互关联性。”因此，谷歌和Wiz之间未能达成交易可能“开启一轮并购周期，因为大型云计算和技术巨头希望在其更广泛的产品组合中收购网络安全软件”。

Assaf Rappaport也在接受记者采访时指出，网络安全行业的整合是必要的，因为即使是小公司也需要使用数十种安全工具，这种市场现状给一体化网络平台带来了增长压力。

派拓网络大中华区总裁陈文俊对记者表示：“目前的网络安全市场还是一个比较分散的市场，在这个市场上，公司数量很多，但是很多在规模上都比较小，只提供某一些安全工具。我们相信在未来三到五年，整个安全市场会做一个整合，就像我们的数据库、服务器、云计算、存储等市场，经历过分散阶段，最后市场会做一个推动和整合，只剩下龙头公司。”

“尽管网络安全行业的整合普遍被多数安全领导者和从业者视为积极的发展，”上述高管认为，“然而，这一现象亦伴随着不容忽视的负面效应。具体而言，供应商数量的缩减往往会催生寡头乃至独家垄断的局面，这对买家而言显然并非利好。在此情境下，买家可能遭遇供应商锁定、高昂的价格、技术堆栈的陈旧化，以及低竞争市场中常见的种种挑战。”

在这一轮并购中，各大企业纷纷将目光聚焦于技术整合上。他们意识到，单一的安全产品已难以满足日益复杂的网络威胁环境，因此，通过并购拥有先进技术的初创公司或同行竞争对手，可以迅速弥补自身技术短板，形成更为全面、立体的防御体系。

实际上，网络安全市场的整合一直在不断地推进中，仅2023年，网络安全市场便发生了近千亿美元的并购。去年9月，思科宣布以280亿美元（约合2047亿元人民币）收购Splunk，旨在加强人工智能安全，被收购方Splunk是近年来安全创业公司领域的明星公司。

仅仅两个月之后，芯片巨头博通正式宣布完成对虚拟软件服务商VMware的收购，交易规模约为690亿美元，VMware是向业界提供虚拟机管理程序以及其他一系列工具，涵盖网络安全和云成本优化等使用场景。

此外，在去年年底，Thales宣布以36亿美元收购了一家以数据和应用程序安全闻名的美国顶级网络安全公司Imperva。

长短视频的奥运竞赛

本报记者 张靖超 北京报道

随着巴黎奥运会开幕，长短视频平台的新一轮竞赛也鸣锣开打。

从内容提供方来看，在版权拥有方之中，央视总台拥有在国内的全媒体独家版权，并对媒体版权进行了分销，最终中国移动旗下的咪咕视频拿下了直播版权，而腾讯、抖音和快手，则都购买了点播版权。

同时，由于平台性质的不同，相比于长视频和传统广电平台，快手与抖音的用户，也可以发布自己创作的奥运相关内容。特别是一些参赛运动员、解说员，以及前往奥运赛场的观众、工作人员等在短视频平台发布相关内容，不仅可以避开高昂的版权费，还可以丰富内容供给，提高与观众、用户的互动性与共鸣。

从中不难发现，内容生产可基本分为PGC（专业生产内容）与UGC（用户生产内容）。而不同的内容生产、传播方式，除了导致商业变现模式产生差异，也让两种模式、不同平台的竞争在奥运会期间再次摆到台前。毕竟一天仅有24小时，当用户选择了其中一项，就意味着在同一时间里放弃了对其他内容的消费。

“UGC和PGC在变现途径上存在明显差异。UGC的变现周期通常较短，金额较小，但量大且持续性强，但难度在于内容质量参差不齐，需要平台进行有效筛选和推荐。而PGC变现周期较长，金额较大，内容质量高，但制作成本和投入也更高。”畅销书《引爆社群》作者、太和智库研究院唐兴通对《中国经营报》记者如是说。

正在巴黎举行的第三十三届夏季奥林匹克运动会成为当前世界的关注焦点。 视觉中国/图

传统模式

广告投放带来的收入一方面与订阅会员的数量息息相关，另一方面则考验着平台方的广告实际转化效果。

作为奥运赛事传统的内容供给方，拥有赛事版权是平台能否上场竞争的最基本条件。

除了央视总台拥有全媒体独家版权外，咪咕作为持权转播商，可对巴黎奥运赛事进行实时直播、延时转播、视频点播（包括回看）及短视频权益；腾讯方面，用户可以通过腾讯视频、腾讯体育、微信、腾讯新闻、腾讯网、微视等渠道观看本届奥运赛事的点播与短视频内容，以及腾讯的自制节目；快手同样获得巴黎奥运会点播及短视频权利；首次加入奥运转播的抖音，可在抖音、今日头条等平台，进行赛事点播和回放，推出场内外资讯、多档独家体育节目等。

记者了解到，“视频点播及短视频权利”是近年来奥运会转播权分销的新提法，也更加适应短视频时代用户的收看习惯。拥有奥运点播权的媒体可以在其平台上提供奥运赛事的视频回放，但要比直播晚数小时至数天不等，具体时间取决于赛事的版权方和转播安排。由此可见，观众如果要看开闭幕式、赛事直播，央视总台以及咪咕是目前唯二的选择。

除了赛事本身，以上平台都策划了自制节目，特别是对于长视频平台，这是他们的传统优势。其中，咪咕对解说嘉宾进行了升级，总人数超过200人，并且还策划了《中国榜样》《AI乒中国》等节目；腾讯视频方面，则有每日的直播节目《赢战法兰西》、冠军纪录片《荣耀之路》等；抖音也推出了《巴黎奥运会赛事特别节目》《冠军驾到》《SU战速决》《与辉同行·运动健儿说》等节目；快手则有资讯节目《巴黎早上好》，以及《冠军观赛团》《跟着冠军游巴黎》两档冠军前方节目。

以上内容均属于PGC的范畴，在商业变现上，广告招商是最主要的方式。不过，广告投放带来的收入一方面与订阅会员的数量息息相关，另一方面则考验着平台方的广告实际转化效果。

“现在的品牌厂商对体育赛事直播进行投放，目标已不只是品牌露出，他们更关心投放所带来的实际转化。”关键之道体育咨询有限公司创始人张庆此番也前往巴黎奥运会现场，通过对近几届奥运会的观察，他总结道：“在过去，你要做的是提前做好物料，然后去沟通，在媒体做好投放。也就是说，你提前设计好，然后等待着成果的发生，比如说运动员成绩的取得，然后你去跟进作表达。但现在，消费者和受众的情绪变化是很快的，是以小时为单位的。在这种背景下，就需要品牌方作出更快速的反应，一方面要靠理性、靠数据去作分析预判，另一方面，你还需要在对运动员、运动项目本身有很好的洞察的基础上，去展开一些创意行为。”

运动员IP的深入开发

国际奥委会颁布了社交和数字媒体官方指南，允许参加巴黎奥运会的持证运动员在自己的社交网络上发布参加奥运会的视频和音频。

除了赛事以及衍生节目，运动员也是广告主与品牌方争夺的资源。不过，这种代言方式也与此前发生了变化。

“据我所知，签了运动员的品牌，都有一个期望，就是能够破圈，让自己的品牌的影响力能够达到粉丝体育人群之外，这就需要制造或者捕捉一些能够跨群体的话题与机会。”张庆说。

张庆注意到，与多年前观众对奥运会大多关注赛事本身相比，在近两届奥运会，运动员的粉丝效应愈发明显。在其中，短视频平台与社交媒体平台起到了关键作用。

“大家除了关注运动员的比赛表现，也关注其他日常，比如巴黎的风景、美食等。”张庆表示，这是与过去相比，当前观众对奥运会与运动员在关注方向上明显的变化，而这种现象必然会带来广告主与品牌商在营销打法上的变化。

“过去，广告主与品牌商倾向于与运动员签长期代言合同，现在则被短期代言替代。通过拍短视频，跟球迷粉丝互动活动等方式去作更快的反应，更直接的沟通，这一点上还是比较明确的。”张庆说。

实际上，短视频在本届奥运会开赛前就被各方寄予厚望。今年1月11日，国际奥委会颁布了社交和数字媒体官方指南，允许参加巴黎奥运会的持证运动员在自己的社交网络上发布参加奥运会的视频和音频。允许拍摄的地点包括奥运会开闭幕式、奥运村、比赛和训练场地等，在比赛场地，运动员可在比赛开始前一小时、和离开比赛场地或者兴奋剂检测站后一小时进行拍摄。这也意味着，社交媒体与短视频平台，若签约奥运会的持证运动员，将有机会规避赛事版权，获得第一手的奥运村和赛场内视频和音频内容，同时，也为短视频平台借用赛事进行二次内容传播提供了流量基础。

其中，快手方面邀请了苏炳添、谢震业、巩立姣、李雯雯、张雨霏等运动员在快手平台发布独家短视频，记录各自的巴黎奥运之旅，并于赛后第一时间，在快手开启个人直播。抖音方面也透露，本届巴黎奥运会有超过300名中国代表团运动员开设了个人抖音账号，巴黎奥运会期间，众多现役运动员将用短视频、直播分享训练、生活日常和赛后感言。

“目前，观众和粉丝对运动员日常的内容更为关注和青睐。赛事本身固然吸引眼球，但赛场外的运动员生活、训练花絮和个人故事更能引发共鸣。观众希望看到运动员的真实一面，这种亲密感和互动性是传统赛事转播无法提供的。周边花絮也逐渐成为热点，因为它们展示了更多幕后的细节和趣味，满足了观众对完整体验的渴望。”唐兴通表示，争夺运动员入驻平台开设账号发布内容在操作上更为复杂。相比之下，购买版权是一次性的交易，而与运动员合作需要持续的维护和管理。难度上，争夺运动员意味着与其他平台的竞争，这不仅涉及财务资源，更需要提供独特的价值和支持，才能吸引并留住运动员。

UGC与PGC的竞争

与此前靠转播权和贴片广告进行变现的长视频平台不同，短视频平台的入局拉开了奥运“消费场”的序幕。

无论是长视频平台自制的PGC内容，还是短视频平台的UGC内容传播，两种在不同生产方式下产生的内容，并非在本届奥运会期间才产生竞争。

在2018年前后，随着抖音、快手等短视频平台的崛起，相比长视频平台一集动辄几十分钟的剧集与综艺，前者短平快的内容就有效地占据了用户大量碎片化的时间，并且基于此前在内容分发算法上的积累，抢夺之势越发明显。

于是在过去几年，长短视频之间，从口水战，到内容侵权、互相屏蔽链接的不正当竞争诉讼，时有发生。

与此同时，长短视频在竞争中，也在互相靠近，一方面腾讯不断在短视频领域加码，从微视到微信视频号，腾讯从未放弃在短视频领域的探索。另一方面，短视频平台也不断加大内容投入力度，与各大长视频平台在版权上不断达成合作，同时对于短剧的投入支持力度也不亚于长视频平台。

从商业变现来说，二者都是to B与to C混合的生意，前者需要广告主买单，后者则考验着各自的用户运营实力，创造场景，提升用户持续为内容和相关商品付费的意愿。当广告主有意收紧营销投放的预算时，内容形式随之变形，一方面是时长会压缩，内容精细度上也大打折扣，另一方面，则是广告主、品牌商以及网店的运营管理者更加看重投放的性价比，即每一次投放、花的每一分钱能带来多少的下单转化。

这种竞争也延续到了本届巴黎奥运会上。据腾讯视频方面介绍，在此期间，腾讯打通了数字产品矩阵，其中，微信以视频号为核心产品，结合搜索、看一看等资讯专题，构建一站式奥运观赛场景。

抖音与快手也加入了对奥运会版权的竞逐。不过，与此前靠转播权和贴片广告进行变现的长视频平台不同，短视频平台的入局拉开了奥运“消费场”的序幕，也打开了体育赛事商业化的新思路。

抖音相关负责人表示，抖音电商于7月20日—8月2日推出“热力先锋季”主题活动，为消费者带来运动好物、趋势新品、超值好物以及互动红包福利，覆盖运动服饰、体育用品、美妆、数码家电、食品酒水等品类。快手方面表示，从7月23日至8月26日，快手联合品牌、商家、达人主播，为用户带来超值折扣商品、直播间福利大放送等消费体验；同时，在奥运主会场首次推出团购商品模块及奥运期间专属的团购分会场，联动超过1万个品牌商家，给消费者带来超过4万款团购商品以供选择。

“运动员和解说员在短视频平台发布内容，与体育品牌广告结合，能够创造更自然、更可信的广告效果。这种方式使广告融入日常内容中，减少观众的反感和抵触心理。通过运动员的个人影响力和解说员的专业解读，品牌信息能够更有效地传达给目标观众。相比传统的购买版权然后寻求版权变现，这种方式的优势在于更高的灵活性和互动性。”唐兴通这样说道，“但缺点也很明显，这依赖个人品牌的稳定性和内容的持续创新，需要更多的管理和策划。”

全世界游客涌向法国 巴黎兴起“反向游”

本报记者 李立 上海报道

正在巴黎举行的第三十三届夏季奥林匹克运动会，让巴黎成为全世界的焦点。在全世界游客涌向巴黎的同时，巴黎却正在兴起“反向游”，将巴黎让给奥运会和游客。

从日前各家OTA平台晒出的数据看，全世界游客正在涌向巴黎，带动住宿和机票价格上涨。携程数据显示，中国内地游客在奥运会期间（7月26日—8月11日）赴巴黎旅游的订单同比去年增长114%，内地旅客预订巴黎酒店订单量同比增长194%。同程旅行数据则显示，奥运会开幕首周，巴黎核心城区酒店预订热度同比增长4倍多，国内主要城市飞往巴黎的航班机票均价环比上涨40%以上。

有趣的是，与其他奥运会主办城市争做东道主的雄心壮志不同，巴黎人正在按部就班地安排避暑度假，甚至有意与奥运擦肩而过。而携程数据显示，奥运会期间巴黎人入境中国内地的旅游订单量同比增长72%。

奥运会拉动欧洲“错峰游”

大型国际赛事对旅游业有强大的拉动力，巴黎奥运会正在为法国乃至整个欧洲带来旅游热潮。

飞猪方面对《中国经营报》记者表示，自7月份以来，飞往法国的机票预订量比去年同期增长超七成，法国酒店预订量比去年同期增长超1.5倍，赴法国签证办理服务的成交额比去年同期增长超1.4倍。

作为奥运会顶级赞助商，Airbnb爱彼迎平台上正在迎来全球各地的游客。相比2023年同期，爱彼迎巴黎大区房源的预订量同比增长5倍以上，中国出境游旅客增速领先。“来自亚太地区的游客增速尤为显著，其中来自中国的出境游游客增速领先，远超澳大利亚、英国、日本、韩国等。”爱彼迎方面表示。

与常规的法国游不同，奥运带动了巴黎周边与法国的深度游。因举办奥运赛事与庆祝活动的场馆遍布法国各地，游客的深度游也更多元化和分散。

一些原本相对冷门但拥有赛事举办权的城市也成为新的旅游目的地。携程数据显示，奥运村及残奥村所在地、巴黎北部卫星城圣但尼，以及承办篮球和手球比赛的北部城市里尔皆因奥运赛事的到来，旅游预订量同比增长8倍以上。

值得注意的是，主办奥运会夺金热门比赛的城市更受中国游客追捧。携程、爱彼迎的数据都显示，2024年夏季奥运会乒乓球比赛场地附近的旺沃（Vanves）一跃成为中国旅行者首选目的地之一，仅次于巴黎与尼斯。

让人意外的是，受到巴黎奥运会拉动，暑期欧洲游也较往年火热。但巴黎并不是今年夏天欧洲最热门的城市。去哪儿平台数据显示，从机票和酒店预订量来看，巴黎都是暑期欧洲第二热门目的地，位列伦敦之后。

“法国历来都是暑期出国长线游热门目的地。今年受到奥运的拉动，法国酒旅预订量进一步增长。但由于法国的基数较高，对欧洲其他国家的溢出拉动效应更强。”去哪儿大数据研究院表示。

去哪儿的数据显示，巴黎奥运会带动了整个欧洲的暑期旅游。7月27日直至8月底，意大利酒店预订量比去年同期增长1.6倍，德国增长1.5倍，西班牙和瑞士均增长1.67倍。

“奥运会期间，巴黎酒店接待能力有限，酒店价格涨幅较高，不少精明的消费者会特意选择错峰出游，避开奥运会这个又贵又挤的时间段游览法国，转而选择欧洲一些其他热门旅游目的地。”去哪儿对记者表示，今年欧洲游增幅较高的目的地，如意大利、德国、西班牙，暑期酒店预订均价比法国要低三到五成。

巴黎人让出巴黎

奥运会期间，与全世界都涌向巴黎相比，巴黎人却正在离开巴黎。

考虑到奥运会期间，巴黎将迎来大批游客，可能会交通拥堵，家在巴黎的Eva一家，“为了与人流错开”，选择在奥运会开幕前离开巴黎，前往法国南部尼斯度假，全家人甚至在一个月前已经安排好了假期。

此前对于奥运会可能带来的交通拥堵情况，巴黎人一度表示担心。巴黎交通当局RATP（巴黎公共交通局）宣布，从7月20日起地铁单程票将从2.15欧元上涨至4欧元，而巴士票将从2.50欧元翻倍至5欧元，并一直持续到9月8日。巴黎交通部门认为，涨价有助于缓解高峰时段车站的营运压力。

不过从目前来看，并没有那么糟糕。刚从南部度假回来的Rebekah，住在凯旋门附近，他表示：“地铁虽然人挺多，不过警察和志愿者增多，也干净了很多。”

考虑到奥运会期间，巴黎会很拥堵、酒店房价大涨，一些巴黎人开始向市郊、其他城市以及邻国疏散。“也许大家都这么想，房价就降下来了。”Rebekah说。

记者在爱彼迎查阅了近期巴黎核心区域的民宿预订价格，拉丁区近期的普遍房间在1000—2000元人民币之间。拉丁区索邦广场附近一套一室一厅一卫的房源价格约为1400元/晚；塞纳河边西岱岛对岸，整套出租可容纳4位房客的公寓价格约为1680元/晚。

“相比往年暑期的热门时段，价格略有上浮，但没有暴涨到离谱的程度。”在Eva看来，随着奥运会开幕，高涨的房费和紧俏的房源反而逐渐回归平静，只有位置和条件俱佳的房源才能涨价，大多数房源只有维持原价才有市场。

“七八月份，大部分巴黎人都会去度假，借奥运会逃离巴黎更像是一个度假的借口。”在法国南部海边小城科利尤尔（Collioure）经营民宿的影子（化名）告诉记者。

法国和西班牙边境阳光明媚、色彩浓烈的海边小城科利尤尔，野兽派创始人马蒂斯在此居住十年，称“全法国的天空，没有比科利尤尔更蔚蓝的”。今年6月科利尤尔赢得2024年法国人“最喜欢的小城”称号，游客明显增多。据影子预测，奥运会期间，也会有一些游客看完比赛顺便南下旅游。

有趣的是，与按部就班去南部度假的巴黎人相比，更有一部分人借助出走巴黎反向出游，远走中国。携程数据显示，奥运期间巴黎人入境中国内地的旅游订量同比增长72%。上海、北京、广州、厦门、成都、温州、武汉、南京、深圳、昆明成为法国人反向旅游的热门目的地。

法国政府也支持当地人出去度假，把巴黎的空间留给奥运会和游客。携程方面发现，有部分法国游客，恰好利用了法国入华免签政策的便利反向来中国旅游。

来自法国的姑娘艾美丽在接受记者采访时表示，自己正是躲避奥运会人潮的那一批巴黎人，她无意中在携程国际平台上看到中国的度假农庄，感觉很新奇，就想体验一下中国的乡村生活。如今，在携程上预订并入住陕西佛坪度假农庄的她，收获了很多意外的惊喜。

数据显示，反向来华旅游的法国游客，主要为80后、90后、70后和10后，分别占比28%、20%、16%和14%。从提前预订时间来看，提前2个月计划“ChinaTravel”的法国人占比约50%，提前1—2个月做计划的游客占比46%。

从全世界涌向巴黎到巴黎人让出巴黎，一边是大型体育赛事拉动的出游热潮，另一边法国人体现出特有的文化自信和松弛感，“反向游”带动了更多法国人到中国旅行，或许会成为奥运会历史上特有的旅行现象。

上海千亿母基金支持集成电路、人工智能

本报记者 李玉洋 上海报道

近期，上海集成电路、人工智能行业迎来利好政策消息。

7月26日，上海三大先导产业母基金正式启动，包括集成电路、生物医药、人工智能母基金以及未来产业基金，总规模达到1000亿元。《中国经营报》记者注意到，三大先导产业母基金中的集成电路产业母基金、人工智能产业母基金的资金规模分别为450.01亿元和225.01亿元，资金规模占据千亿母基金的第一、二位。

“母基金的成立增强了市场对上海集成电路和人工智能产业发展的信心，或将吸引更多的投资，促进产业的进一步繁荣。”半导体研究机构芯谋研究分析师王立夫对记者表示。而上海市集成电路行业协会秘书长郭奕武也向记者表示，成立集成电路产业母基金是对上海集成电路行业的重大利好，“一是我们起步晚，目前大部分领域处于中低端；二是我们与全球头部企业在资金投入上只有他们的20%—40%，（投入）严重不足。”

据了解，人工智能产业母基金将重点投向智能芯片、智能软件、自动驾驶、智能机器人等领域。对此，记者询问壁仞科技、天数智芯、黑芝麻智能、地平线、蜜度等企业，他们都表示相关母基金目前还未与之接触、联系。

“无论是投资一级市场，还是二级市场，这些母基金的成立是为了支持行业发展，尤其强调投早投小。”前经纬创投投资经理庄明浩表示。郭奕武则表示，要成为相关母基金投资标的公司应技术领先、潜力很大，“特别是可以强长板、补短板的领域，能与国际巨头在某些领域一拼的公司。”

出资阵容豪华

上海三大先导产业母基金的出资单位阵容堪称豪华。

事实上，早在今年3月底的2024上海全球投资促进大会上，上海市国资委就宣布，聚焦产业基金，围绕集成电路、生物医药、人工智能三大先导产业，推动设立总规模1000亿元的产业投资母基金，以发挥“投早投小”、产业投资、并购整合、补链强链功能。

而4个月时间不到，上海三大先导产业母基金已正式落地。根据工商注册信息，上海三大先导产业母基金7月22日正式设立，出资额合计890.03亿元。其中，集成电路产业母基金总规模为450.01亿元，重点投向集成电路设计、制造和封测、装备材料和零部件等领域；人工智能产业母基金则为225.01亿元，重点投向智能芯片、智能软件、自动驾驶、智能机器人等领域。

值得一提的是，上海三大先导产业母基金的出资单位阵容堪称豪华，主要包括上海三大国有资本投资平台、多个区级投资平台和上海市属国企等。从出资金额看，上海国经投资发展有限公司（以下简称“上海国经投资”）在三大先导产业母基金中出资金额最高，合计达400亿元。目前的工商登记信息显示，上海国经投资为上海国盛（集团）有限公司的全资二级子公司，注册资本为50亿元。

具体来看，上海国经投资、上海国有资本投资有限公司（以下简称“上海国投公司”）、国泰君安证裕投资有限公司、海通创新证券投资有限公司等机构对三大先导产业母基金均有出资。

而上海三大先导产业母基金的基金管理人均为上海国投先导私募基金管理有限公司，该公司于今年5月正式成立，为上海国投公司的全资子公司，实际控制人为上海市国资委。

据了解，上海三大先导产业母基金将按照“政府指导、市场运作、专业管理”的原则运行，遴选专业投资团队，通过子基金投资、直投、生态运营等运作方式，发挥“投早投小投硬科技”、产业培育、并购整合、补链强链功能。每只母基金的期限均为15年，其中前8年为投资期，投资期最长可延长2年，为科技创新提供耐心资本。

7月24日，2024上海国际智能工厂展在国家会展中心举行。　视觉中国/图

“根据《2024年上半年中国母基金全景报告》，截至2024年6月30日，中国母基金全名单共包括433只母基金，总管理规模达55428亿元，其中，政府引导基金318只，总管理规模达到45186亿元。从单个母基金的平均规模来看，这次上海的三大先导产业母基金属于中等偏上规模。”电子创新网创始人兼CEO张国斌对记者表示。

投早投小投硬科技

“要成为相关母基金投资标的公司应技术领先、潜力很大，特别是在可以强长板、补短板的领域，能与国际巨头一拼的公司。”

庄明浩表示，通常情况下，母基金是出资人，基金还有管理人，基金管理人再去做投资。“直接投资创业公司，或投资给创业基金，甚至购买上市公司股票，或者给股票基金出资，这些都是投资的工具，母基金的成立是为了支持行业发展，尤其强调投早投小；再考虑到母基金背后的出资方（各部委、各城市、大国企）也有太多直投的能力，所以选择母基金比较常见。”他说。

虽然目前还没有上海这三大先导产业母基金要投资谁的确切消息，但张国斌认为，在集成电路行业潜在的投资标的公司应是“有创新能力、能实现自主创新的一批集成电路、EDA和IP企业，还有半导体先进制造、封测方面的设备企业”。

郭奕武也表示，要成为相关母基金投资标的公司应技术领先、潜力很大，“特别是在可以强长板、补短板的领域，能与国际巨头一拼的公司。”

一名国内人工智能芯片创业公司的员工告诉记者，这类政府母基金合作很多不会公开，并且也不会马上投入到企业，加上上海科技企业也比较多，竞争激烈，而能获得此次集成电路产业母基金青睐的机会主要在制造、封测环节。

根据上海2024年《政府工作报告》，2023年，上海集成电路、生物医药、人工智能三大先导产业规模达到1.6万亿元。而人工智能和集成电路中的芯片强相关，业内有“无芯片不AI”的说法，尤其是大模型时代，模型的训练需要大量的芯片来提供算力支持。

“两大母基金的设立有助于强化相关产业链的集聚，为上海当地产业链补强提供了支撑，推动与支持上海在集成电路和人工智能领域的先导产业创新发展。”王立夫表示，大制造、尖端科技这两类可能是上海这三大先导产业母基金的潜在投资方向。

在2024年世界人工智能大会上，上海国投公司董事长袁国华表示，上海国投公司的角色定位不仅是战略投资者，而且是资源撬动者、赛道引领者、生态构建者，“我们提出的发展愿景，就是当好服务上海科技创新和策源孵化的主力军、促进三大先导产业和未来产业发展的主引擎、落实国资布局优化和结构调整的主平台，成为全国一流的复合型国有资本投资运营公司。”

统计数据显示，今年上半年，上海先导产业制造业产值同比增长6.1%，增速较一季度加快4.9%。其中，集成电路、生物医药、人工智能生产形势全面好转，增速较一季度分别提高5.2%、5%及0.7%。

2024年8月新刊抢先读

广告

第33届夏季奥林匹克运动会在巴黎举办，叠加此前刚刚结束的欧洲杯、世锦赛、法网等体育赛事，2024年可谓“体育大年”。围绕体育竞技，商业战场的较量也逐渐展开。

体育强国的背后，体育产业正逐步成为中国经济增长的“新蓝海”。过去十年间，中国的体育产业总规模、增加值年均增速都超过了10%。体育运动及产业的垂直与细分不仅让人们发现了一些从小众市场起步的新兴品牌，更打造出了全球高端品牌。不仅如此，它们还带动了新的产业链并塑造了新的生态圈。同时，技术创新、渠道创新，成为体育品牌发展的关键。

更为重要的是，体育商业的价值绝不仅仅是品牌的商业回报，它同时也是精神的高地。环保、治愈、快乐、享受、自由……这些词汇让体育产业看起来更加ESG，进而成为一个集商业价值、社会价值、环境价值融合更好的领域。

本期《商学院》杂志通过深入探索体育的商业面，全面揭示体育产业背后的价值与未来。

• 热点 HOT NEWS •

18 体育产业：国家经济增长的新引擎
25 始祖鸟是如何起飞的?
33 Patagonia要做“地球上最酷的公司”
42 运动品牌扎堆，小红书成为新战场
81 鸿蒙穿越“生死线”，迎来蜕变时刻?
86 曹操出行：定制车模式构建新生态
94 凯悦酒店：如何制造“本土品牌”？
116 建设数字媒体时代新闻伦理新机制
128 中科美菱：超低温存储“先行者”

订阅
《商学院》杂志全年订价480元
本期零售价40元
邮发代号：2-520
订阅咨询电话：010-88890090

在线零售
淘宝：https://zjyd.taobao.com/
拼多多：https://mobile.yangkeduo.com/mall_page.html?mall_id=543690507

纸质刊订阅　商学院APP

新品频出行业升温 AR眼镜的理想和现实

本报记者 李昆昆 李正豪 北京报道

最近，在Vision Pro国行版销量遇冷、遭受行业质疑时，Rokid在7月25日晚官方新品上市并直播，5万人在线围观Rokid AR（增强现实）Lite开售，12小时内，销量已破万。7月31日，XREAL系列AR眼镜的最新成员XREAL Air 2 Ultra也在国内正式发售。

速途研究院院长丁道师在接受《中国经营报》记者采访时表示，“在我的体验来看，十几年前在从谷歌眼镜到联想Glass出来时，这个行业当时我们挺看好，但是后来的发展远不及当时的预期，让眼镜相关的产业过一把瘾就没有下文了，到今天都没有发展起来。你有没有看到特别成功的案例？所以说即便新出的AR眼镜，我觉得它还是在一些特定领域会有一些特定的应用，目前不会成为一个大众的大规模普及的电子消费产品。”

AR眼镜火了

据了解，Rokid这款新品不仅能像Vision Pro一样在眼前浮动多个屏幕，同时可打开多个应用程序，还能开启超大屏巨幕看电影、打游戏。AR Lite还可以同时打开三个嵌入现实空间内的虚拟大屏，可以边写代码边看资料边播放视频。或者是同步处理微信、钉钉上的消息。

谈及目前AR眼镜行业的发展，商询科技CEO李劼告诉记者，目前行业到了一个形态/业务高度分化的阶段。如果说以前AR、MR、VR能比较清楚区分的话，目前这三者的边界已经变得越来越模糊，从使用方法上我们可以大致分为三类：

第一类是基于Birdbath（一种AR增强现实领域的光学成像方案），这些光学透视（OST）方案，长得更像眼镜的AR眼镜，主要是用来做观影、游戏投屏，比较典型的是Xreal、雷鸟、Rokid、Viture、OPPO、歌尔（为其他家代工）这些。另外是有些专门做工业应用和行业应用的。

第二类是基于光学透视方案，更类似头显的AR眼镜，也就是传统说的MR（混合现实）头显，更注重虚实结合，基本都是工业应用。

第三类是基于视频透视（VST）方案的传统VR头显，比如Meta Quest 3、Varjo、Apple Vision Pro、联想VRX。这些头显现在也被叫作MR头显，但和第二类区别还是比较大的。其有一定AR能力，或者按苹果的说法是能够空间计算，但绝大部分应用停留在VR（虚拟现实）形态，MR软件生态和硬件能力都还处于比较早期阶段，透视主要的作用是为了改善戴VR头显者的实际体验，虚实结合的杀手级应用还没有出现。

未来前景

IDC最新发布的《AR/VR头显市场季度追踪报告》显示，2024年第一季度中国AR/VR头显出货量为10.7万台，同比2023年下滑37.8%。其中，AR出货量虽然同比上涨119.2%，但只有0.8万台。

近日，Meta首席执行官扎克伯格在SIGGRAPH大会预测，智能眼镜将是新一代计算平台的“移动版”。扎克伯格此前表示，Meta今年年底前会发布AR智能眼镜。

7月31日下午2点，XREAL系列AR眼镜的最新成员XREAL Air 2 Ultra在国内正式发售。XREAL方面表示，这款AR眼镜是主要面向开发者群体打造的产品，旨在降低广大开发者进入空间计算的门槛，推动空间计算领域革新，建立更繁荣的AR生态体系。

谈及AR眼镜的发展瓶颈，李劼表示，其也遵循短板原理。

外观需要进化到大众可以接受的程度。目前上述第一类AR眼镜做得相对较好，2/3类做得相对较差，也就是说功能越丰富，外观越难以简化到大众审美上。

李劼认为，光学这部分目前限制看起来是最大的，虽然birdbath方案很成熟，但视野和体积依然不让人满意。光波导的镜片体积很好，但造价昂贵，成像质量不稳定。视频透视的方案成本不低，效果也普遍欠佳。总的来说，市面上没有让其能觉得比较满意的AR眼镜，最大的问题还是卡在光学上面。

重量方面，第一类AR眼镜追求越轻越好，第二和第三类头戴设备追求穿戴舒适感和平衡性。目前减重是个大问题，不少部件在短时间内已经没有进一步优化的可能性了。

李劼表示，系统OS（操作系统）方面，目前缺乏统一的AR系统，绝大部分是各家自己拿安卓改的。原生安卓本身的实时性相对较差，修改出来的则是千奇百怪，这就造成了生态很难做，应用不通。此外，Meta和苹果都对应用访问摄像头做了很大限制，导致AR商业软件开发有很大障碍。

“即时计算能力方面，这个受头显的CPU、GPU、NPU、内存、传感器、网速、云等多方面制约。”李劼说，续航方面，基本上目前AR眼镜的续航都不能支撑8小时使用，需要搭配充电宝，有时候还会让人觉得更麻烦。

软件方面，在观影、游戏投屏这两类使用方法外，目前AR眼镜还没有找到杀手级应用。前面提到的生态割裂、计算能力薄弱、续航差、外观重量和光学性能不足都影响了软件生态的发展。没有AR软件生态的持续发展，最终用户就不会对设备更新换代持续投资，导致整个行业恶性循环。

谈及是否看好AR眼镜未来的发展，李劼表示还算看好，但他觉得这个发展是一个长期过程，和上述短板的解决有直接相关性。“这些短板问题在我看来就是苹果、微软、Meta等几家有数的公司有这个技术储备和财力采能实现阶段式的突破，但大公司总是要向华尔街低头，比如微软的Amy Hood就会选择止损退出，让行业出现阶段性的真空。”李劼说。

“站得再高一点看这个问题，未来的世界必然是数字孪生化的，这就自然带来了虚实结合随时随地访问数字世界的需求，AR眼镜作为随身的数据通道载体会变得非常普及。但在那之前，AR眼镜行业还是会多条腿走路，to C的观影游戏投屏，to B的维修操作助手，B2B2C（网络购物商业模式）的文博讲解翻译机都会比较常见。”李劼说。

主编/童海华 编辑/张硕 美编/刘洋 校对/陈丽 zhangshuo@cbnet.com.cn

三中全会聚焦

深化改革 塑造汽车产业新质生产力

安庆衡
中国汽车工业咨询委员会主任

付于武
中国汽车工程学会名誉理事长

许海东
中国汽车工业协会副总工程师

王青
国务院发展研究中心
市场经济研究所副所长

王宁
同济大学汽车学院汽车产业与
技术战略研究中心主任及教授

张强
中经传媒智库专家
罗兰贝格汽车行业首席研究员

陆盛赟
中经传媒智库专家
浅觉深知咨询创始人

本报记者 尹丽梅 张硕 北京报道

在内需不足、出海遭遇阻击等背景下，我们不禁叩问中国汽车产业接下来应如何谱写高质量发展答卷？

答案写在了近日党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》(以下简称《决定》)里。

作为国民经济的支柱性产业，汽车产业在“出口、投资、消费”三驾马车中发挥着重要作用。《决定》对于汽车产业今后的发展有何指导意义？近日，《中国经营报》记者对话中国汽车工业咨询委员会主任安庆衡、中国汽车工程学会名誉理事长付于武、国务院发展研究中心市场经济研究所副所长王青、中国汽车工业协会副总工程师许海东、同济大学汽车学院汽车产业与技术战略研究中心主任及教授王宁、中经传媒智库专家及浅觉深知咨询创始人陆盛赟、中经传媒智库专家及罗兰贝格汽车行业首席研究员张强7位汽车行业资深专家，从深化改革到发展新质生产力，从对外开放到扩大内需，进行了多维度的解读和剖析。

深化改革是走向高质量发展的“良方”

《中国经营报》：我国是全球最大的汽车市场，这些年来，我国的哪些改革推动了汽车产业的发展？对于汽车产业而言，接下来应如何进一步深化改革？

王青：全面深化改革，既要坚持民营经济的“两个毫不动摇”，也要通过建设全国统一大市场去推进社会主义市场经济的基础制度建设；既要“放得开”，也要“管得住”，其本质就是高水平社会主义市场经济体制。

建设高水平社会主义市场经济体制，既是汽车产业不断取得新进步的基础，也是汽车产业激励创新和促进市场公平竞争的需要。当前我国经济正逐步转向高质量发展阶段，意味着将主要依靠提高效率来推动经济增长。汽车产业同样如此。

许海东：中国汽车产业这些年的发展是中国改革开放取得举世瞩目成就的最好例证。

习近平总书记在2014年就指出，“发展新能源汽车是我国从汽车大国迈向汽车强国的必由之路”，为汽车产业的发展指明了方向。与此同时，国家有关部门出台了《新能源汽车产业发展规划(2021—2035年)，推出了新能源汽车国家补贴，还出台了支持充电基础设施的相关政策，这些举措推动了中国新能源汽车产业的快速发展。这也是现阶段中国新能源汽车能够引领全球汽车产业发展的重要原因。

改革开放带来的是一个充分竞争的市场。在中国汽车市场上，就整车企业而言，独资企业有特斯拉，合资企业有日系、德系、美系、韩系品牌，在自主品牌中不仅有三大央企以及五大地方国资委主管的地方国企上汽集团、北汽集团、广汽集团、江淮汽车、奇瑞汽车，还有民营企业阵营——比亚迪、吉利汽车、长城汽车和新势力车企“蔚小理”、合众汽车、领跑汽车、小米汽车以及赛力斯。在供应链企业中，有大陆、博世等合资企业，也有国有企业以及众多的民营企业，民营企业在供应链体系中发挥了非常重要的作用。

可以看到，中国汽车市场是一个充分竞争的市场，正是因为市场规律在其中发挥重要作用，才使得中国汽车产业取得了今天的成绩。这些成绩的取得都是在改革开放的背景下，在市场经济的竞争中发展起来的。

对于中国汽车产业而言，要进一步深化改革，就要聚焦于深化国资、国有企业改革，应进一步调动央企、国有企业的积极性。《决定》也提到，要推动国有资本和国有企业做大做强，去接受市场竞争的洗礼，提升核心竞争力。在进行深化改革后，让国有企业能够进一步发挥主导作用，成长为国际知名车企和汽车品牌。

张强：中国汽车产业进一步深化改革应从以下几个维度展开：一是深化供给侧结构性改革。继续优化产业结构，推动汽车产业向高质量发展转型。加强前沿引领性技术、颠覆性技术和关键技术的创新，提升汽车产业的核心竞争力。二是推动产业生态融合与创新。促进汽车产业与新一代信息技术、人工智能、大数据等产业的深度融合，推动智能网联汽车、自动驾驶等新技术、新模式的创新发展。三是加强开放和国际合作。坚持开放，吸引全球优质企业与中国企业交流与合作，同时要推动整车企业与产业链企业积极走出去，参与国际竞争，在竞争中成长并寻求新机遇。

安庆衡：党的二十届三中全会精神和《决定》，清晰呈现了进一步全面深化改革蓝图，所展现的中国式现代化广阔前景催人奋进，也为我国汽车产业发展注入磅礴力量。

正是得益于持续地深化改革和对外开放，我国汽车产业发展才取得了显著成绩。2018年，《外商投资准入特别管理措施(负面清单)2018年版》发布，明确放开专用车、新能源汽车外资股比限制。同年，汽车整车及汽车零部件进口关税进一步降低。2020年，工信部修改《新能源汽车生产企业及产品准入管理规定》，进一步放宽新能源汽车准入门槛。2021年11月发布的《新能源汽车产业发展规划(2021—2035年)》，对新能源汽车产业的改革开放作出明确规划部署。一系列深化改革的举措，激发了我国汽车产业发展活力，壮大了产业实力，铸就了我国新能源汽车全球领先的竞争力。

可以说，进一步全面深化改革，是我国汽车产业未来发展的坚实依托和强大底气。

“走出去”可以分散区域市场风险

《中国经营报》：外贸是观察对外开放的“晴雨表”。你认为，从长期来看，走出去与对外开放，对于中国汽车企业以及中国汽车产业的意义是什么？在当前阶段，应如何进一步提升中国车企在海外市场的竞争力？

付于武：实现高水平对外开放，将为汽车产业的发展增添优势和后劲。2019年，特斯拉在上海建厂，开创了我国汽车行业外商独资建厂的先河。2024年4月，特斯拉与一批中国汽车企业同步获得首批数据安全合规资质，同时特斯拉进入地方政府采购名录等，均体现了中国对中外企业的一视同仁，这也是我国持续扩大开放的重要体现。中国汽车产业加速转型升级、做大做强、走好国际化之路，都需要更高水平开放型经济新体制的支撑。

陆盛赟：作为“现代工业皇冠上的明珠”，汽车产业走出去，是中国综合实力增强的象征，具有重要的意义。对于中国车企而言，中国市场虽然庞大，但是欧美、日韩等传统汽车市场仍旧具有不可忽略的体量。

与此同时，国外市场消费者具有为价值付费的习惯，对于中国车企来说，开拓海外市场可以适当地提升企业的盈利能力，实现持续健康经营。

许海东：中国产品过去主要是聚焦于加工贸易，现在中国的汽车、手机、高端家电等产品已经在向高端延伸，向微笑曲线高利润的两端延伸，进入向高附加值产品发展的阶段。这个时候除了内循环外，我们需要走向发达国家市场，要在这些市场上参与竞争，以获得更多的利润。

伴随着产品走出去，我们要树立品牌意识，在国际市场上打造中国品牌，在这方面我们还有很多工作要做。

除了加快走出去的步伐，另一方面我们也要营造一个更好的市场环境，欢迎国外的企业进入中国市场。《决定》提出，要稳步扩大制度型开放，主动对接国际高标准经贸规则。我们看到，我国在一些商品市场、服务市场、资本市场包括劳务市场还没有完全对外开放，《决定》明确指出未来要进一步开放这些市场，这将有利于外资企业对中国市场进行投资。

张强：中国车企走出去，一方面可以扩大市场，增加销量和收入来源，从而提升企业规模和盈利能力；另一方面也可以分散区域市场风险，提高抗风险能力。

与此同时，出海可以帮助中国车企优化资源配置，打造全球供应链，能够更加高效地获取原材料、零部件等生产资源，提高生产效率，提升市场响应速度，调整产品结构和生产策略。

此外，对外开放为中国车企提供了与国际汽车企业合作的机会，通过技术合作加速技术升级和产品迭代。

而要提高在海外市场的竞争力，中国车企首先要加强对目标市场的洞察和了解，推动有针对性的研发和产品适应性改造，因地制宜优化产品矩阵，并通过有针对性的营销策略实现有效的品牌传播和用户触达。其次，要注重与海外生意伙伴的合作，拓展资源生态，加强与当地产业链、生态链的深入合作，推动包括本地化生产、本地化金融、本地化供应等一系列举措的落地。另外，还要提升车企的全球化运营能力和人才队伍建设能力，关注海外市场风险并建立相应的应对体系，实现海外市场的合规稳定运营。

王宁：从现阶段来看，中国车企出海应从单纯的贸易模式转变为以投资为主的出口形式。未来，我们要更多地去考虑如何融入当地产业链进行生产，要去适应当地的法规标准，了解当地市场消费者的偏好，去建立销售渠道，摸索如何进行生产标准的管理，以及如何推进动力电池的生产制造以及报废回收管理。

而从“引进来”来看，一方面，外资企业进入中国市场可以使我们与其展开更加紧密的合作，实现技术共享。一些国外汽车在智能底盘、智能驾驶、域控芯片等方面拥有领先优势，它们在一些创新方面可以带动国内市场的技术创新以及市场的发展。另一方面，外资企业在国内市场投资以后，可以与国内企业协同“出海”，加快开拓国外市场的步伐。

新质生产力塑造汽车产业发展新动能

《中国经营报》：《决定》指出，要健全因地制宜发展新质生产力体制机制，健全促进实体经济和数字经济深度融合制度。我国汽车产业加快发展新质生产力，应重点关注哪些重点方向？

许海东：新质生产力与汽车产业的发展需求非常契合。在汽车产业技术创新方面，芯片、软件、材料、关键零部件等都需要我们不断地去创新。同时，我们也需要在原始创新方面去不断地积累和应用。在知识产权保护方面，亦需要做大量的工作。

当前，汽车产业技术创新的重点是对于芯片和软件的创新突破。作为一种关键硬件，芯片是未来汽车产业的基础。因此，自主可控的汽车芯片底层技术是发展未来汽车产业的灵魂和生命，我们需要不断地去研发突破，实现国产化替代。

人有人脑，车有车“脑”，底层基础软件是车“脑”最为核心的部分。基于此，基础软件、相关的设计工具以及软件的生态，都需要掌握在我们自己的手里。

此外，固态电池要实现量产突破，氢燃料要解决储运、加注等环节的困境，氢燃料汽车发动机中的核心部件的国产化落地，都需要通过创新去攻克。

陆盛赟：汽车产业链较长，工艺也比较复杂，从新能源汽车未来的技术发展来看，智能化、电气化、智能驾驶会逐渐成为行业技术发展的主流方向。在这些趋势的引领下，汽车芯片相关技术会成为重中之重。例如，特斯拉自研芯片Dojo来解决自动驾驶的算力问题。其次，在新能源汽车领域，目前仍处于多种技术路线并存的发展阶段，中国仍旧要持续关注技术的升级。

在技术上，半固态电池、固态电池的发布一定会对现阶段的新能源汽车产业产生冲击。我国如果要保持领先，必须在这些方面持续投入。与此同时，一些国外车企已纷纷开始加码混动、燃料电池等技术方向的投入，对此我们也需要持续关注。在智能驾驶方面，不可忽视的是数据收集这一问题。接下来，如何加强数据要素的流动，保护数据权益，找到数据变现的商业模式，仍旧值得中国汽车产业在未来进行探索。

王宁：对于中国汽车产业而言，技术创新应着力于动力电池、智能化以及数字化三个维度。

在动力电池方面，要关注固态电池技术的发展。当前，德国、日本、美国对于固态电池都有相关布局，固态电池可能会对整个行业的技术创新产生比较大的影响，我们应加快对固态电池的研究。与此同时，在动力电池基础材料方面，我们也要围绕低成本、长寿命、高安全等维度进行研发以及商业化的推广应用。

在智能化上，虽然我们现在在智能驾驶、智能座舱、智能底盘等方面已经形成一定的优势，也已形成产业基础和配套体系，但是我们在汽车芯片、车载操作系统等方面还需要进一步的突破。

汽车产业的数字化也需要引起重视。汽车消费市场规模巨大，它同时也是一个产业链非常长的产业，在这个领域我们有大量的数据积累和沉淀，如何去利用产业链形成数据闭环并驱动产业的创新，对我国汽车产业优势的维持以及进一步的发展是一个很重要的方面。

王青：目前汽车消费已经走过了从无到有的普及阶段，正逐步进入存量结构调整阶段，其特征是以置换升级、技术进步、绿色发展带动存量市场进行结构调整。在这一过程中，更需要依靠制度创新来破解发展中的问题。

付于武：发展新质生产力是推动中国汽车产业加速前行的重要驱动力。近年来，汽车智能化、自动驾驶已经成为汽车产业竞争的热点，不仅是正在发展中的新质生产力，也是实体经济和数字经济深度融合的具体体现。

国内市场仍有待挖掘

《中国经营报》：《决定》指出，要充分挖掘内需潜力，充分利用国内超大规模市场优势，充分发挥消费的基础性作用。当前，国内汽车市场仍面临有效需求不足、社会预期偏弱等挑战。你认为，从新车市场、二手车市场、三、四线以及农村市场来看，目前存在哪些阻碍消费的障碍？应如何进一步促进汽车消费？

许海东：增加内需的核心在于经济的发展，只有经济发展了老百姓的收入才能够增加，才能有消费信心。国家也已看到这一点，党的二十届三中全会提出，要“加快培育完整内需体系”“完善扩大消费长效机制”。《决定》还提到，要建立政府投资支持基础性、公益性、长远性重大项目建设长效机制，健全政府投资有效带动社会投资体制机制，激发社会资本投资活力，促进相关投资落地。通过投资激发民营企业家的信心，才能帮助增加就业，增加老百姓的收入，推动经济的发展。经济的发展是扩大内需的根本支撑。目前，中国汽车的千人保有量还比较低，大概在230辆左右，而发达国家为600辆左右，还有较大差距。

二手车流通是汽车市场体系中的重要一环。关于二手车消费，目前国家还未公开二手车维修以及保险等相关信息，汽车是消费品，其实这些数据完全可以公开。信息公开以后能够解决二手车信息不透明的问题，更有利于二手车市场的发展。

要促进汽车消费还应尽快建立全国统一大市场。目前，在一些地方仍然还有不少阻碍汽车消费的障碍存在，比如限购、限行以及公共采购更倾向于选择本地企业等，希望相关限制能够进一步破除。

在使用环节上，比如停车，目前还存在没有地方停车、停车贵等问题，国家应该采取相关措施对上述问题予以解决。譬如，像德国、美国等汽车发达国家一样在市中心规划建设停车楼，提供更多的停车位，加快推进城市停车设施建设，解决我国停车泊位总量严重不足的问题。

与此同时，还应关注到，随着中国经济的不断发展，汽车已经从原来的奢侈品变为家庭必需品、普通消费品，此前设立的汽车消费税都比较高，现在或许可以考虑降低车船税、增值税等税费，以及降低过路费、停车费等费用，这将有利于促进汽车消费。

陆盛赟：中国新能源汽车市场规模较大，目前主要集中在超一线、一线以及二线城市。接下来，我们首先要积极鼓励新能源汽车下乡，但是我们要推出满足当地市场需求的产品，做好当地的消费者调研尤为重要。其次，要持续加大对低线城市基础设施的建设。与此同时，对于新能源汽车的全生命周期管理也应引起重视，要尽早构建新能源二手车估值体系以及推出新能源汽车回收的相关政策。

王宁：促进汽车消费可以从产品的定义、产品的战略的角度上去考虑。目前，老百姓虽然存在消费降级的情况，但这并不是说没有消费需求，只不过是他们希望可以买到性价比更高的商品。车企可以从产品开发和产品的市场定位去考虑适应这样的消费需求。

与此同时，车企在保证产品质量的同时，应从管理以及技术创新上去寻找更好的降本增效方案。

此外，对于新能源汽车而言，应加大对金融保险的关注，目前大部分险企的新能源车险业务亏损压力较大，许多险企对于做新能源车险业务的积极性不是很高，我们应在这些方面去寻找更好的解决方案，以促进新能源汽车的消费。

多家跨国车企发布财报：放缓“电动化”步伐 打响“稳利润”战役

本报记者 陈茂利 北京报道

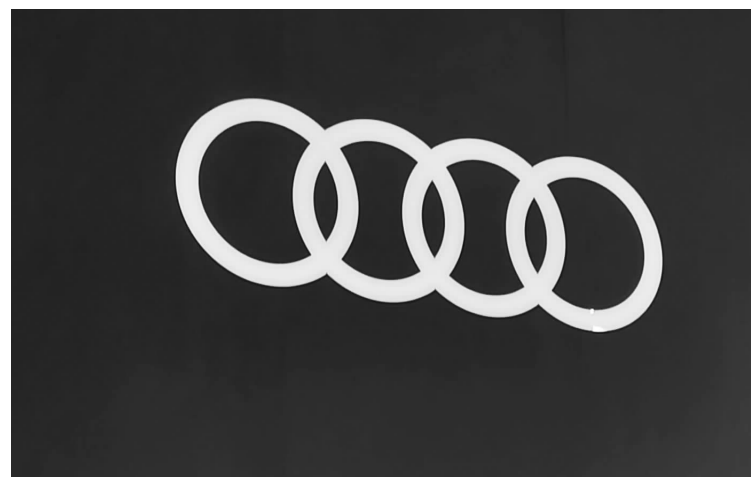
近期，奥迪集团、Stellantis集团、现代汽车、通用汽车等多家跨国车企陆续公布今年上半年经营业绩。

《中国经营报》记者梳理财报发现，2024年上半年，奥迪集团、Stellantis集团等多家跨国车企出现“营收利润双降”的情况。多家跨国车企由于营业利润下滑，以及区域市场对电动汽车需求下滑，作出放缓电动化步伐的决策。

乘联会秘书长崔东树接受记者采访时表示：“当前，汽车市场供给充足，在全球经济放缓的大环境下，单车销售价格下滑和促销力度加大对跨国车企盈利造成一定压力。”

崔东树强调：“2023年上半年汽车市场整体盈利水平高于其他年份，也是造成2024年跨国车企盈利出现同比下滑的一大原因。”

“全球市场上，电动化正面临来自运营成本增加、购买补贴减少、‘价格战’越来越激烈的‘逆风’。”前罗兰贝格资深项目经理陆盛赟向记者指出，“在此大环境下，一些跨国车企开始放缓电动化节奏。”



单车销售价格下滑对跨国车企盈利造成一定压力。 视觉中国/图

多家跨国车企营收利润双降

今年上半年，面对中国愈演愈烈的“价格战”，奥迪品牌跟进降价，这压缩了其利润空间。

2024年上半年，多家跨国车企在维持利润方面面临着挑战。

日前，奥迪集团发布财报，2024年上半年，奥迪集团收入为309.39亿欧元；营业利润19.82亿欧元，同比下降42%；净现金流11.3亿欧元，同比下降39.9%。

“由于批发量下降以及供应限制对产品组合造成影响，公司上半年营收被拖累。而报告期内V6和V8发动机的供应限制、严峻的市场形势以及新产品的升级带来的成本提升则导致利润承压。”奥迪集团方面表示。

实际上，奥迪集团在其全球最大的单一市场中国的销量下滑在一定程度上影响了其利润。今年上半年，面对中国愈演愈烈的“价格战”，奥迪品牌跟进降价，这压缩了其利润空间。

今年上半年，奥迪集团交付量为83.3万辆，同比下降8.2%。对于全年，奥迪集团持积极预期。奥迪首席执行官高德诺（Gernot D llner）称：“随着新车上市，我们的交付量和营收将因此改善。”

2024年，奥迪集团预计交付170万—190万辆，营收预计630亿—680亿欧元，营业利润率6%—8%。

“我们不能拥有不赚钱的品牌”。在全球第四大汽车生产商Stellantis集团公布上半年的财报后，其首席执行官唐唯实（Carlos Tavares）的发言被外界认为，亏损8200万欧元玛莎拉蒂或许将会被出售。

Stellantis集团上半年净营收850.2亿欧元，同比下降14%，低于预期的870亿欧元。上半年净利润为56.5亿欧元，同比下降48%，低于预期的69.7亿欧元。调整后营业利润率为10%。

对于上半年业绩下滑，该集团认为，主要是销量下滑以及产品组合减少、外汇以及重组成本等多重因素带来的不利影响。

记者关注到，Stellantis集团最主要的两大市场北美、欧洲利润下降明显。今年上半年，北美市场营业利润为43.66亿欧元，较2023年上半年的80.27亿欧元，近乎腰斩；欧洲市场20.6亿欧元，下滑44.7%。

现代汽车发布今年第二季度业绩，营业利润同比增长0.7%，为4.28万亿韩元，创下历年同期最高纪录。上半年销售额则超越去年同期纪录，创下85.68万亿韩元的新高。不过，看似靓丽的财报并没有得到资本市场的认可，该公司财报发布后，股价出现下滑。

通用汽车近日于底特律发布2024年第二季度财报，营收同比增长7.2%，达479.7亿美元，高于分析师此前的预测（455.1亿美元）；归属于股东的净利润为29.3亿美元，较去年同期增长14.3%。

记者分解利润构成发现，北美市场是通用汽车目前最赚钱的市场，且权重已经达到了最高。皮卡以及SUV等燃油车在北美市场的畅销，以及电动汽车销售的改善，是公司整体业绩的推动力。

梅赛德斯-奔驰集团也没能扛住竞争加剧的影响，该公司第二季度财报显示，营收367.4亿欧元，同比下降3.9%；息税前利润为40.4亿欧元，同比下降19%。净利润为30.62亿欧元，同比下降16%。上半年的净利润下降20.5%。

记者了解到，电动汽车市场的需求下滑对奔驰的业绩产生影响。今年上半年，该公司的乘用车部门销售额同比下降6%，其中电动汽车销售额下降了17%。

此外，奔驰在其全球最大的单一市场中国遇到增长调整。该公司表示，预计其入门级和核心车型将在中国面临激烈竞争。今年上半年，奔驰在中国市场累计交付的新车超过35.26万辆，与去年同期37.72万辆相比，小幅下滑。

近日，福特发布第二季度财报数据，营业收入478亿美元，同比增长6%；调整后息税前利润28亿美元；上半年总计55亿美元。调整后息税前利润率5.8%，提高了2.7个百分点。

侵蚀利润，电动化步伐放缓

“跨国车企放缓电动化的步伐，主要原因是全球主要电动汽车市场的销量不及预期。”陆盛赟表示。

“亏钱”“看不到利润”让不少跨国车企作出放缓电动化的决策。

近日，有媒体披露，沃尔沃将暂缓2030年完全实现品牌电动化的目标，转而研发混合动力汽车。沃尔沃汽车首席执行官Jim Rowan在近日的季度投资者线上会议上表示：“（混合动力汽车）为我们尚未准备好转向完全电动化的客户架起了一座坚实的桥梁。”

“沃尔沃这种转变是基于对全球电动汽车需求的不同、美国关键市场的不确定性回应。”陆盛赟表示。

奔驰也推迟了其电动化进程。按照奔驰此前的规划，2025年实现新能源汽车销量占比超过50%。但今年的股东大会上，奔驰这一计划被推迟到2030年。

奔驰CEO康林松坦言，该公司已经调整了先前设定的目标：不再计划在2030年前在主要市场全面转为电动汽车销售，背后的原因是奔驰的电动汽车的普及速度未达到预期。

据外媒报道，近日，通用汽车再次放出消息，放缓全电动汽车计划，进一步推迟第二家美国电动卡车工厂和别克品牌首款电动汽车的生产。此外，密歇根州电动卡车工厂的改造也推迟至2026年中期，这意味着通用汽车将无法实现到2025年在北美实现100万辆电动汽车产能的目标。

通用汽车此举与电动汽车生产侵蚀了其利润有关。通用汽车首席财务官保罗·雅各布森表示：“额外的电动汽车销量预计将降低公司的盈利，因为它们的利润将低于通用汽车传统燃油车型的可变利润。”

“跨国车企放缓电动化的步伐，主要原因是全球主要电动汽车市场的销量不及预期。”陆盛赟表示。

由于电动汽车的需求减弱，奔驰和Stellantis集团暂停了共同持股的凯泽斯劳滕电池厂的建设。Stellantis集团选择联合中国车企零跑生产电动车型，推进电动化进程。

有趣的是，在两家公司叫停电池厂建设前1个月，Stellantis集团与中国造车新势力零跑共同宣布，双方合资公司零跑国际正式落地。

近日，唐唯实透露，零跑电动汽车将进入欧洲市场，第一批运往欧洲的零跑电动汽车正在从中国出发，船上有800辆汽车。“从Stellantis集团和零跑汽车双方的合作来讲，7月向欧洲发运零跑C10和T03车型具有里程碑意义。”

陆盛赟强调，不同市场电动化发展程度不一样，面临挑战也不一样，“美国市场面临的不仅是宏观经济因素，更叠加了基础设施建设、产业链的完整性，以及潜在的地缘政治因素；而中国市场，电动汽车已经非常‘卷’，一些外资品牌表现不佳。欧洲市场正面临电车使用成本增长的挑战，电车使用成本正因激励措施逐步取消而变高。同时，电动汽车充电费和道路使用税的征收，也都推高了电动汽车的使用成本和拥有成本。”

在华新战略奏效 福特中国业务转型初见成效

2024年“赛程”早已过半，全球各大车企的“年中考”成绩单也相继出炉。从全球车市来看，虽然不少车企都身处成长阵痛期，但整个行业高速发展的脚步并未停歇。

7月25日，福特汽车发布2024年第二季度财报，公司第二季度营收达到478亿美元，同比增长6%，净收入为18亿美元，调整后息税前利润为28亿美元，公司也成为美国市场销量第一的燃油车品牌，同时位居电动车销量第二和混合动力车型销量第三。

纵观全球车市，作为近些年最为火热的赛道之一，汽车产业的发展备受外界关注，汽车行业也从不缺乏新的入局者，这给消费者带来的选择越来越多。但对于汽车产品的消费，消费者的认可从来都是一个慎重的过程。这就意味着，在当下，一家车企能够实现营收增长，并且还能在某些大的市场取得销量前几的成绩有多么不易。

中国对于福特汽车今年第二季度的表现有着重要贡献。面对市场考验，尽管今年上半年销量有所下降，福特仍然在燃油车价格优惠上坚持不作过多让步，争取业绩增长平衡，并最终实现了整体业务盈利的目标。而且福特中国已连续四个季度持续盈利。

聚焦优势 持续发力

在“产品为王”的时代，产品力始终是一家车企参与市场竞争的基础，是车企立于不败之地的根本。面对市场挑战，福特中国没有人云亦云，有着自己的思考和布局。

第二季度财报中提到，福特全球混合动力车型销量同比增长34%，占福特全球总销量近9%。未来公司最受欢迎的车型也将会推出更多混合动力版本。在中国市场福特同样快速普及混动车型，不断加快产品更新速度。继锐界L的混动车型之后，福特大马力E-混动技术受到更多市场认可。随着蒙迪欧运动版的上市加持，蒙迪欧混动车型占比较之前提升了近4倍。

除此之外，林肯电混大家族的首款车型，全新电混林肯航海家在2023年三季度上市后，便得到了行业和市场的一致好评，迈出了林肯新能源发展的坚实一步。电混航海家自上市以来保持稳步增长势头，在航海家全部车型的销量占比近35%。新近于今年3月正式推出全新林肯电混冒险家和电混Z后，林肯电混大家族正式亮相。自上市以来，电混冒险家和电混林肯Z的月均销量在各自车系中占比均超过30%。

与此同时，福特中国正在充分利用品牌旗下众多辨识度极高、充满激情的标志性车型，进一步放大与中国消费者之间的共鸣。纯血敞篷越野车国产福特烈马自上市以来，凭借纯血敢野的强悍越野性能，以及可玩、自由万变的改装个性化体验，在越野圈热度居高不下。福特游骑侠和福特F-150猛禽作为福特旗下两款高端硬核越野皮卡，不仅带来了敢玩、敢野的越野体验，更为用户打造出全新的“4+2”生活方式，凭借强大的拖拽和装载能力，以及百变后斗，轻松满足家用、商用甚至个人玩乐等多种需求，胜任各种出行场景。

集高端户外越野产品与体验、丰富多元的个性化改装体验与链接全球的社群体验于一体，福特纵横全新渠道品牌旗下“纵横野”社群活动自3月上线以来，截至6月底已开展近300场高品质户外越野社群活动，参与车辆近2500辆，解锁各地经典越野路线15条，还完成了首场出境游试点“老挝穿越之旅”。近日，福特纵横在新疆伊犁成功举办了“纵横野北疆传奇之旅”活动。

除了硬派野的一系列产品，Mustang品牌也在今年打出了新的产品“王牌”，无论是全新福特Mustang Dark Horse 5.0L V8高性能跑车，还是6月刚刚上市的全新福特Mustang硬顶性能版及敞篷运动版，均完美传承美式传奇性能跑车基因，将美式传奇性能跑车的纯粹乐趣毫无保留地带给中国用户，以性能平权的产品主张重新定义自由驾趣。接下来，福特中国还将继续推出更多Mustang城市巡游、试驾，及赛道学院等激动人心的社群类活动，让更多中国Mustang车主与拥趸感受传奇跑车的无限魅力。

出口跑出“加速度”

除了推出本土化的产品外，福特中国也在顺应本土化的发展大势。中汽协数据显示，2024年1—6月，中国市场汽车出口达279.3万辆，同比增长30.5%。

广阔的海外市场为中国品牌提供了巨大的发展机遇。然而，机遇背后也存在挑战，例如车企需要深入了解国内外市场的差异。而拥有百年积淀的福特汽车自然拥有着日积月累的天然优势，依托福特全球良好的品牌声誉、成熟的业务结构以及完善的销售网络，充分发挥国内合作伙伴强大的工程、制造能力和成本优势，福特的整车产品出口业务正加速发展。

官方数据显示，2023年，福特中国出口同比增长50%，创纪录突破10万辆；2024年上半年，福特中国出口同比增长达45%，达到75000辆，有望实现新的突破。

福特中国方面表示，目前，福特中国的整车出口业务主要面向中东、东南亚和美洲等区域的多个海外市场。其中，福特领睿和全新一代航海家在海外市场广受欢迎。未来，福特将致力于继续向更多海外市场出口更具竞争力的产品。

瞄准中国汽车产业出口的大趋势，福特中国在依据自身的优势，积极与本土合作伙伴共同拓展出口业务，从“在中国，为中国”向“在中国，为世界”的战略转变，借助福特汽车遍布全球的经销商网络，正在不断强化福特中国作为福特汽车“出口中心”的业务。

在全球最大、最具发展活力和竞争力的中国市场，福特中国全新业务转型战略正在持续产生积极的效果。福特中国以用户为中心，聚焦品牌优势，持续推出更符合中国消费者需求的车型，同时加强与本土合作伙伴的合作，加速布局混动市场，并进一步扩大出口。福特中国全新业务转型战略的持续推进，展现了其继续深耕中国市场的决心，也为其未来在中国市场的长远发展奠定了坚实基础。 广告

大模型加速“上车” 企业竞逐补能千亿市场

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“新能源汽车高速增长，充电的便捷性已经成为影响新能源汽车推广应用的重要因素之一。”日前，在“2024电动汽车充电网新质生产力发展交流研讨会”上，中国电动汽车充电基础设施促进联盟产业研究部主任李康向《中国经营报》等媒体记者表示。

公安部发布的数据显示，截至2024年6月，中国新能源汽车保有量达到2472万辆，占汽车总量的比例为7.18%。其中，纯电动车1813.4万辆，占新能源汽车总量的比例为73.35%。

“充电设施是新能源汽车产业发展的重要支撑。”中国电力企业联合会副秘书长、电动交通与储能分会会长刘永东称，经过十多年，充电设施得到快速发展，构建起世界上覆盖面积最广、服务车型最多、充电桩数量最大的充电网体系，有力支撑了我国新能源汽车的发展。

在充电设施方面，中国充电联盟发布的相关数据显示，截至2024年6月底，中国已建成充电桩约1024.3万台。其中，公共桩312.2万台，私人桩712.2万台，已建成换电站3772座。而在2024年1—6月，全国新能源汽车充电量为242.9亿千瓦，同比增长54.6%。

“充电基础设施服务网络初步形成，基本能够满足全国2400多万辆新能源汽车的充电需求。”对于充电基础设施建设，中国电动汽车充电基础设施促进联盟副秘书长仝宗旗表示。

对于充电市场规模，民生证券指出，现有电池技术及整车续航性能下里程焦虑仍在，充电桩发展迫在眉睫，需求较为刚性，预计2025年国内充电桩存量市场规模或超过3000亿元。

新能源汽车产业高速增长

近些年来，国内新能源汽车始终保持着高速增长的态势。

今年1—6月，我国新能源汽车产销量分别达492.9万辆和494.4万辆，同比分别增长30.1%和32%，市场占有率达35.2%。

仝宗旗称：“根据中国汽车工业协会（以下简称“中汽协”）预测，2024年新能源汽车销量预计将达到1150万辆，渗透率将达到35%。作为基础和保障的充电基础设施备受国家关注。”

如何给新能源汽车快速地“补能”也一直是新能源车主最关注的话题之一。“充换电行业和新能源汽车发展密切配合，并且能够为新能源车主选择买新能源车、更好地使用新能源车提供了很好的保障。”中国电力企业联合会电动交通与储能分会副秘书长周丽波表示。

“《关于进一步构建高质量充电基础设施体系的指导意见》为未来五年的充电设施发展奠定了宏观的方向性基础。”周丽波表示，上述指导意见明确提出，要建成覆盖广泛、规模适度、结构合理、功能完善的高质量充电基础设施体系，有力支撑新能源汽车产业的发展。

刘永东指出：“我国新能源汽车的发展取得巨大成绩，背后有我们充换电行业坚强的支撑和默默奉献，我们提供了较为廉价的充电服务的费用，便捷的充电服务网络，为广大车主提供了充电的信心，也坚定了购买新能源汽车的决心，有力地支撑了新能源汽车成为国家的‘新三样’之一。”

“当然，面对发展，我们也客观看到充换电行业还存在一系列发展中的问题。比如，充换电设施的布局不够完善、结构不够合理、服务不够均衡、运营不够规范等问题，需要我们共同努力逐一加以改进。”刘永东指出，当前，随着新能源汽车行业进入了规模化发展的新阶段，充电行业也面临着新的发展挑战。

充电行业是马拉松赛跑

要做出互利共赢的生态，而不是互相卷的生态。

“高质量充换电设施体系的建设是我们每时每刻追求的目标，它是一个动态的，是在不断迭代中成长的，只有一年比一年好，没有最高只有更高的一个过程。但是，建设充电设施网络的高质量体系，还有一定的规律和逻辑。这个逻辑就要从用户的体验友好，从充电行业的可持续发展，要从电网转型、保供、稳驾三个方面持续创新、持续发力，形成多赢的持续增长的向新发展的势力。”国网智慧车联网技术有限公司副总经理、党委委员王文说道。

充电行业的发展现状如何？南方电网电动汽车服务有限公司董事长陈海强表示，充电行业的竞争比较激烈。运营商之间也是互相卷，卷服务和价格。运营商卷到上游，就压充电桩生产商的设备价格，充电设备价格被压后又转到上游，充电模块价格也在不断地被压。

“实现高质量发展是行业需要共同思考的问题。如果一个行业整个上下游产业链都在卷，大家盈利都不是很好的情况下，能够持续多久？”陈海强表示，未来高质量充电、网络布局、可持续发展需要行业共同思考。“要做出互利共赢的生态，而不是互相卷的生态。”

万帮数字能源股份有限公司董事长邵丹薇说：“围绕高质量充电，各家都有各自的特点，但是从消费者（的角度）来讲，‘多快好省’一个都不能少。”以“多”为例，邵丹薇表示，多快好省中的“多”是基础。“充电和加油完全不同，充电存在场景多、产品多、技术多等多种形式，从时间讲就有半小时充电网、两小时充电网、四小时充电网和八小时充电网之分。从充电地域来说，又分为工作地充电、居住地充电、目的地充电和补能网充电等多种地域充电。”

“充电行业是马拉松赛跑，它绝对不是百米赛、千米赛、万米赛。40多公里的马拉松，这背后需要的是耐性、忍耐，需要更好地坚守、坚持和服务，只要我们活下来，我们的产品才能服务于高质量发展。”特来电新能源股份有限公司董事长于德翔说道。

特来电电动汽车群智能充电系统。 本报资料室/图

如何理解高质量的充电设施体系？于德翔指出，从现在用户的视角来看，大家追求的就是要充电快，但比现在追求充电快更高阶的发展，就是每辆车或者司机在无感无知的情况下，比如司机在晚上睡觉或者白天工作的时候，电动车可以充到便宜的电，而在电网用电高峰期的时候，电动车又可以将当天不同的电自动释放出来（获利）。“我们要构建高质量的充电设施体系，不仅仅要面向今天的快充，更要面向未来的充电网、能源的交易、能源的交互。”

补能行业刮起智能化旋风

智能化发展的旋风也刮进了补能行业，多家充电企业已经在新能源汽车充电方面进行了多维度的布局。

“挖掘数据和算法的潜力，带来的价值杠杆明显，帮助小桔充电在安全、体验、效率三方面实现了显著提升。可以说，智能化是推动充电桩升级的关键驱动力。”在第三届电动汽车充换电设施技术创新大会上，小桔能源CTO廖兰新说道。

据悉，小桔充电的充电桩智能化关键技术，涵盖充电安全、可靠体验、智能运维、电力调度、智能引擎五大技术领域。小桔充电还将上述五大关键技术融入到一个技术架构中，称之为充电桩智能操作系统，并通过三层架构建立了多角色、多场景、全协同的智能化生态。

今年5月，小桔充电再度公开自主研发的智能超充解决方案。据了解，上述智能超充方案覆盖设备硬件、设备云平台、用户体验、商户经营全场景，以进一步实现超充布局增效。

廖兰新表示：“我们将持续公开智能化技术，与行业上中下游携手推进充电基础设施高质量发展。”相关数据显示，截至6月30日，小桔充电已提交国内外专利356件，其中142件已获得授权，覆盖智能硬件、安全防护、用户体验、电力调度、智能运维、智能超充等诸多充电关键技术领域。

除了小桔充电外，特来电也深耕智能化。日前，特来电技术研究院副院长朱诗严、大数据技术研发中心专家工程师潘博存、首席科学家兼总工程师龚成明，分别发布了“充电网设备智能运维大模型”“充电与电池安全大模型”“充电网+微电网虚拟电厂能源调控大模型”。

以“充电与电池安全大模型”为例，潘博存称：“新能源汽车呈现爆发式的增长，但发展过程中的安全问题不容忽视。电动汽车相关的火灾事故，从各类媒体也不时看到相关报道，可以说新能源汽车的安全问题目前仍是行业的痛点，新能源汽车安全触动每个人的神经。”

对于特来电使用大模型技术进行安全防护的背后考量，潘博存表示，站在充电运营商的角度去看大模型的四要素，特来电已经具备了构建大模型的必要条件，算法和算力这两年得到了快速发展。从数据方向看，特来电充电网上具备海量的多维的高质量数据，并且特来电在电池安全方面的算法有着长期的积累。从场景看，特来电具备像智能运维、充电安全、能源管理等丰富的场景。“基于以上（要素的考量），我们认为构建电池安全专用大模型，是加速解决电池故障事前预测新的技术方向，因此我们进行了研发，也取得了一定效果。”

家电巨头掘金二手车市场

本报记者 方超 石英婧 上海报道

在竞争激烈的新车市场之外，不少行业巨头正念起二手车“生意经”。

日前，海尔集团旗下汽车产业互联网平台青岛卡泰驰汽车科技发展有限公司（以下简称“卡泰驰”）打造的“卡泰驰智能交互商城”正式上线，据悉，这是全国首个二手车自营商城。海尔集团方面表示，卡泰驰是其在产业互联网这一赛道赋能汽车行业而打造的平台。

“海尔明确不造整车”，卡泰驰相关负责人近日向《中国经营报》记者表示，海尔将从生态角度切入汽车市场，未来将积极打造二手车产业体系，建立标准体系和监管机制，促进二手车规范化、提高行业诚信度、提升用户认可度，从而推动二手车全产业链高质量发展。

在海尔之外，越来越多企业进入二手车行业，企查查数据显示，注册量方面，近十年我国二手车经纪相关企业每年注册量基本保持逐年增加的趋势，其中，2023年注册量同比增加25.1%至18.79万家。

“中国二手车是一个处于高速增长状态的行业。”沃达福数字汽车国际合作研究中心主任张翔向记者表示，在欧美成熟的汽车市场，二手车交易量一般是新车的两到三倍，而中国二手车行业目前还未达到这一水平，不过在政策支持、消费需求等影响下，未来具有巨大发展空间。

万亿蓝海市场

二手车交易量超938万辆、累计交易额超6252亿元，2024年上半年二手车行业整体呈现稳健增长之势。

中国汽车流通协会近日发布数据，2024年上半年，二手车累计交易量938.29万辆，同比增长7.01%，累计交易金额为6252.12亿元。不仅如此，若将时间拉长到近十年，中国二手车行业交易量整体呈现上升趋势。

在近日举办的2024年中国二手车大会上，中国汽车流通协会副会长兼秘书长肖政三透露：“十年来二手车交易规模取得了较大的提升，年交易量从2014年的605万辆跃升至2023年的1841万辆，实现了三倍增长。”

“二手车行业是非常好的一个行业”，中国汽车流通协会会长助理罗磊近日也表示，二手车行业还有很大的发展空间，首先因为中国是第一大汽车保有国，其次是二手车流通政策鼓励企业规模发展，以及“以旧换新政策拉动二手车置换”。

如在政策支持方面，肖政三表示，近年来，二手车作为汽车市场的重要循环节点，其发展受到了国家的高度重视和大力支持。2022年，以17部门印发的《关于搞活汽车流通 扩大汽车消费若干措施的通知》为标志，“二手车新政全面推出并落地实施，第一次全方位地从政策层面打通了二手车市场发展的堵点、卡点，解决了市场经营主体售卖二手车像新车一样便捷的问题。目前，随着新政的落地实施，政策的红利逐步得到显现。”

作为万亿级产业，国家对二手车行业的支持政策仍在持续发布。如今年3月份，《推动消费品以旧换新行动方案》（以下简称《行动方案》）就明确强调“促进二手车放心便利交易”“培育壮大二手车经营主体”，如在前者方面，上述《行动方案》指出：“持续落实好二手车销售‘反向开票’、异地交易登记等便利化措施，破除各类隐形障碍。”

“中国二手车行业起步比较晚，对比发达国家差距比较大，国际上发达国家二手车交易量通常是新车交易量的两到三倍，但目前中国二手车交易量还没有达到新车成交量水平，”在张翔看来，在国家政策扶持、民间资本加大投入等因素共同作用下，二手车行业发展空间很大，“这是一个巨大的蓝海市场。”

“从2022年中国汽车市场新车和二手车的对比以及美国、德国、日本的对比来看，新车和二手车对比的比例，中国只有0.68，而相比美国、德国、日本来说还有很大的渗透空间。”中国汽车流通协会曾如此表示。

家电巨头入局

来自企查查的数据显示，我国现存73万家二手车经纪相关企业。注册量方面，近十年我国二手车经纪相关企业每年注册量基本保持逐年增加的趋势，其中2022年全年注册量首次突破15万家，2023年注册量同比增加25.1%至18.79万家，不过2024年上半年，二手车相关企业注册量同比减少17.7%至8万家。

在进入二手车行业的诸多企业中，家电巨头海尔近期成为行业焦点。

7月18日，海尔集团旗下“卡泰驰智能交互商城”正式上线，海尔方面表示：“这是国内首个支持‘全国买、全国卖’的二手车自营平台，随着智能交互商城的上线，卡泰驰正式打通线上商城、线下自营连锁店、全国统一的诚信生态服务网络，形成了三网融合的中高端二手车自营连锁网络。”

梳理公开信息可发现，作为家电巨头，海尔集团对二手车行业关注已久。

企查查显示，卡泰驰早在2022年11月就已经成立，大股东为青岛卡泰驰车联科技有限公司（以下简称“卡泰驰车联”），持股比例为90.9269%，而卡泰驰车联的股东为青岛卡泰驰控股有限公司，后者为海尔集团控股企业。

记者注意到，在卡泰驰成立的2022年11月，“海尔造车”的传闻就遍布市场，彼时海尔集团相关负责人就对本报记者表示：“海尔目前依托旗下的卡奥斯工业互联网平台正在与相关汽车企业共建汽车领域工业互联网子平台，旨在赋能汽车产业链企业数字化转型。”

而自2022年11月开始，卡泰驰迅速在二手车行业“跑马圈地”。

2022年11月22日，湖北卡泰驰汽车科技服务有限公司成立，卡泰驰与河南美时捷企业管理有限公司（以下简称“美时捷”）分别持股53%、47%，而美时捷法定代表人汪国保，亦担任美驰名车董事长，而美驰名车在郑州、武汉两地经营豪华二手车，拥有“10万平方米豪华二手车城市展厅，1000台在售精品车”。

记者梳理发现，除了美驰名车外，卡泰驰近年来密集联手各地知名二手车商成立合资公司，青岛卡泰驰恒程致远汽车科技服务有限公司、北京卡泰驰中驰严选科技发展有限公司等合资公司先后成立，企查查显示，卡泰驰目前对外投资公司达到30家。

对此，张翔表示：“跟当地经销商结盟成立合资公司，一方面可以减少投资，独资通常要单独承担全部投资，合资则只要承担一半或更少资金，”其同时认为，“二手车行业集中度不高，竞争很激烈，海尔选择合资，能快速进入当地行业，利用自己品牌优势，实现高起点快速发展。”

跨界优势何在

“6月，市场正式步入了传统的销售淡季，二手车交易量仅为151.9万辆，月度同比首次出现负增长，较去年同期下降了0.9%。”中国汽车流通协会数据显示，6月份二手车经理人指数也显著下滑至41.2%，同比下跌2.4个百分点，环比亦减少1.7个百分点，凸显出二手车市场仍深陷不景气区间。

在行业人士看来，近年来，随着宏观环境变化、新车市场“价格战”等多重因素影响，二手车行业参与者感受“冷暖不一”。中国汽车流通协会发布于2023年1月份的一篇文章指出：“据摸底调查，有92.6%的车商销量减少了20%以上，其中68.9%的车商销售量锐减50%以上，92%的企业出现亏损，二手车市场疲软情况超出预期。”

引发市场关注的是，家电巨头海尔跨界入局二手车行业，其市场竞争力体现在哪里呢？

记者了解到，针对二手车行业车况信息、车价信息不透明等“痛点”，海尔集团旗下卡泰驰“有备而来”。海尔集团董事局董事、卡泰驰董事长刘斥近日就表示：“诚信是我们卡泰驰的立足之本。卡泰驰以诚信为核心价值，建立了二手车交易全流程的标准化、规范化体系，其本质是做到了‘三个透明’，包括车况透明、价格透明、服务透明。”

卡泰驰相关负责人提供给记者的信息显示，卡泰驰发布了行业首个用户诚信标准体系，明确“五大服务承诺”：9大类车况检测；“三非”车辆90天回购保障；30天整车保修；1年2万公里三大系统质保；三包服务，全国联保。以“诚信”和“标准”为核心，卡泰驰致力于提升消费者对二手车行业的信心，激发二手车市场消费活力。

此外，今年7月18日，位于江苏省张家港市的卡泰驰“再制造”数字工厂正式投产。据悉，这是汽车行业首个“再制造”数字工厂，通过工业互联网平台+“一车一码”的应用，实现质量、材料、服务、车辆的可视化、可追溯。

对于卡泰驰“再制造”数字工厂正式投产启动，卡泰驰总裁任贤存表示：“这标志着行业首个‘二手车的主机厂’的诞生。卡泰驰以诚信为基石，全面保障每一辆车辆的交付质量，为消费者带来更加诚信、透明的购车体验。”

“目前，国内二手车行业处于快速发展阶段，拥有广阔的机遇。而海尔集团在二手车赛道拥有两大优势：一是依托卡奥斯工业互联网平台，在赋能汽车产业链企业数字化转型方面拥有明显优势；二是在智慧家庭拥有技术和场景优势，可以与汽车企业共建家车互联新生态，为用户提供美好的‘家车’出行解决方案。”卡泰驰相关负责人向记者表示。

昊铂HT因设计缺陷“夹”上热搜 广汽埃安卷不动了？

本报记者 陈靖斌 广州报道

7月30日，一名自媒体博主在微博上发布了一段视频，展示了360集团创始人、董事长兼CEO周鸿祎体验广汽埃安旗下昊铂HT车型的情景。

视频中，车企工作人员介绍了该车型的鸥翼门设计，并强调其具备防夹功能。然而，当周鸿祎亲自体验这一设计时，意外被车门夹住，发出了一声“啊”的大叫。

针对这一事件，《中国经营报》记者向广汽埃安方面发出了采访请求，广汽埃安相关负责人对此回应表示：“周鸿祎被车门夹手的事件在短视频平台上被断章取义，实为流量炒作。当时周鸿祎是为了全面测试鸥翼门的安全性，昊铂HT在防夹功能上进行了多项技术优化，周鸿祎手并无大碍。”

同时，广汽埃安相关负责人也向记者表示，周鸿祎被“夹”的位置是防夹盲区。这件事也为广汽埃安提了个醒。一般来讲，车门的防夹区域主要是车门下方与侧面，而贴近车门铰链的位置是防夹的盲区。

值得注意的是，昊铂品牌近期也因未兑现赠车承诺被中国男篮选手周琦指责，并因与司马南的合作引发了公众热议。在广汽埃安总经理古惠南与司马南的‘南南合作’期间，就有网友吐槽称“这下完了要夹头”，结果一语成谶，周鸿祎体验昊铂HT防夹功能反被“夹”上了热搜。

昊铂品牌近日频频陷入舆论漩涡，而广汽埃安也迟迟无法兑现上市计划，资本市场不买单，消费市场也遭遇“滑铁卢”，广汽集团整体面临销量下滑的严峻挑战。作为广汽集团“两翼”中的重要一员，广汽埃安能否撑起半边天？

“手被夹”凸显设计缺陷

周鸿祎此次体验昊铂HT防夹功能“翻车”，或对昊铂的市场表现带来新的挑战。

7月30日，周鸿祎在微博上发布了一段视频，专门回应当天体验广汽埃安昊铂HT车型时被车门夹手的事件。他表示，经过冰敷后手已经好转，并幽默地建议用黄瓜测试车门可能会更有效。他说：“我反应挺快，手往下一抽，下面有个软垫，所以没有彻底被夹住。”

在视频中，周鸿祎透露自己虽然不会开车，但对车辆的安全性特别关注。他曾多次被车门夹手、被车窗玻璃夹脑袋，因此对防夹功能十分敏感。这次虽然手被夹住，但由于反应迅速，加上多年来练习攀岩，他的手指粗壮有力，骨头没有问题，可能只是软组织受了点挫伤。

尽管测试中出现了意外，周鸿祎对昊铂HT的整体表现表示满意。他打趣道，作为一个不懂开车的人，他觉得自己被夹到也是为国产车的安全测试做了一点贡献。“好在没夹断，否则我的攀岩事业就无法继续了。”

周鸿祎进一步指出，自己没事还好，但如果夹到小朋友或普通用户就不太好了。因此，他建议车厂针对这一问题进行改进。“每一款车都应该通过不断测试和发现问题，才能不断地改进和提高安全性。”

对于昊铂HT防夹功能是否存在局限性？对此，广汽埃安负责人解释称，昊铂HT车顶靠近撑杆转轴的位置，由于力臂短，传导力不明显，加上手指细小，对系统阻力小，难以触发防夹系统。

“霍尔防夹和电流判断对大物体有效，但对手指识别较差。为提升防夹性能，业内通常使用防夹条，通过检测电阻值变化识别挤压情况。昊铂HT在B柱、C柱等位置布置了防夹条，但技术上仍难100%准确识别，建议用户开关门时远离门框。”广汽埃安负责人表示。

据了解，昊铂HT于2023年11月发布，定位为中型纯电SUV，售价区间为21.39万—32.99万元。尽管昊铂HT具备一定的性价比，其销量却不尽如人意。懂车帝公布的综合汽车流通协会、乘联会数据显示，2024年6月，昊铂全系仅售出904辆车，其中昊铂HT销量为502辆，昊铂GT销量为399辆。从该数据来看，甚至不及一些热销新能源汽车一天的销量。周鸿祎此次体验昊铂HT防夹功能“翻车”，或对昊铂的市场表现带来新的挑战。

对于目前昊铂遇到的阻力，广汽埃安总经理古惠南此前坦然回应，“高端要做起来是需要时间积累的。目前纯电20万元以上的市场，只有特斯拉卖得好。打造高端品牌要给一点耐心，没有耐心、没有沉淀怎么可能有品牌？”

具体到执行层面，古惠南表示要从技术、产品、品牌、制造，以及新的营销服务生态和新的体制机制来发展。他特别提到，在营销上，为了实现高端化，需要改变原有的销售模式。据其介绍，今年内昊铂品牌将建设超100家品牌直营旗舰店。

广汽埃安总经理古惠南。 本报资料室/图

为了扭转埃安与昊铂的销售颓势，广汽埃安近日也在加速出海。7月17日，广汽埃安泰国智能生态工厂在泰国罗勇府正式竣工，该工厂将秉承“小规模、快产出、滚动式发展”理念，一期年产能为5万辆，形成批量规模后迅速扩张，未来逐步扩能至10万辆/年，可实现第二代AION V、AION Y Plus、昊铂HT等多款广汽埃安车型的共线生产。

尽管广汽埃安在泰国市场取得了一定的突破性进展，但仍面临着其他国内车企在泰国“内卷”的压力。比亚迪在泰国新能源汽车市场占有约41%的市场份额，相当于每卖出3辆新能源汽车，就有一辆是比亚迪生产的。比亚迪董事长王传福在比亚迪泰国工厂投产仪式上指出这一点。

相比之下，广汽埃安在泰国的市场份额只有比亚迪的四分之一。古惠南在“2024北京国际车展”上表示：“广汽埃安的全球化第一站是东南亚，在泰国市场份额已经占到了11.8%。”

销量承压何以“突围”

目前，广汽集团暂未披露2024年半年度业绩预告，但从其7月6日披露的今年上半年汽车产销快报来看，情况不容乐观。

记者注意到，今年6月，周琦在与粉丝交流时公开指责其赞助商昊铂未兑现赠送汽车的承诺，事件引发了公众的广泛关注。周琦情绪激动地称昊铂为“不守信”，感叹自己遭遇了“空头支票”。

在媒体询问此事后，昊铂最初回应称正在进行核查，并将发表声明。内部消息显示，双方实际上并未签署正式的赠车合同，仅停留在口头约定阶段。

6月23日，昊铂正式发布公告，表示自赛季结束后，双方一直保持紧密沟通，计划在球员回归球队后，随即举行奖励车辆的交付仪式。广东宏远俱乐部也在公告下方留言，表达了对合作伙伴的感谢：“感谢最佳队友的一路同行！”

此外，广汽埃安与司马南的合作也引起了网友的纷纷吐槽。广汽埃安近日引发多起公众热议，以一种特殊的方式将品牌推向公众视野。

实际上，除了销量下滑和高端化转型不利之外，广汽埃安还面临着IPO进程受阻的困境。原计划在2024年完成的IPO迟迟未能落地，这无疑给公司的资金链带来巨大的压力。

早在5月31日，有投资者在广汽集团的投资者互动平台上关心广汽埃安的IPO进展。彼时，广汽集团回复称，广汽埃安上市项目正在有序推进中，相关进展将及时公告。3月28日，广汽集团董事长曾庆洪在2023年年报媒体沟通会上表示：“如何让资本市场更好地支持国企发展，鼓励和支持民间资金投入到新能源产业发展里。”

两个月过去了，广汽埃安IPO仍未见进展，自去年以来，广汽集团经营业绩已明显承压。

2023年，广汽集团实现营业收入1297亿元，同比仍有17.62%的增长，但净利润和扣非净利润仅有44.29亿元和35.73亿元，同比分别下滑45.08%和52.31%。进入2024年，广汽集团业绩颓势延续，一季报其营收转为下滑18.79%，而净利润和扣非净利润分别同比下滑20.65%和52.08%。

目前，广汽集团暂未披露2024年半年度业绩预告，但从其7月6日披露的上半年汽车产销快报来看，情况不容乐观。

广汽昊铂HT作为广汽埃安的高端产品，其销量能否突围，对于广汽集团来说尤为重要。目前，广汽集团的主力合资品牌——广汽本田和广汽丰田，正面临销量增长乏力的问题，市场占比持续萎缩。因此，广汽集团不得不加速推进电动化转型。

今年6月，广汽集团汽车销量为16.35万辆，同比下降30.77%；上半年累计销量为86.3万辆，同比下降25.79%。各主要品牌来看，广汽本田、广汽丰田和广汽埃安销量均高两位数下滑。

其中，下滑幅度最大的恰恰是新能源车品牌广汽埃安。6月，广汽埃安销量为2.57万辆，同比下滑42.92%；上半年广汽埃安销量为12.63万辆，同比下滑39.65%。相对而言，广汽传祺通过“以价换量”的策略，实现了销量0.44%的微弱增长。此外，广汽埃安计划推出插电混动车型，这一举措可能会使其与广汽传祺在同一市场中产生竞争关系。

值得注意的是，广汽集团今年设定了年销275万辆的目标，但上半年仅完成了约三成的进度，面临着巨大的挑战。

AI浪潮席卷行业 车企竞相抢占技术高地

本报记者 方超 石英婧 上海报道

车市竞争愈发激烈，“卷技术”正成为各大车企的“破局”密码。

“我经常拿盖楼举例，地基到底按照多少层楼去打会很不一样。我们要打100层楼的地基，只要出了地面，其实每一层盖起来都是很快的。”7月27日，在“NIO IN 2024蔚来创新科技日”上，蔚来创始人、董事长、CEO李斌将底层核心技术研发比喻成“打地基”，而企业赢得长期竞争“要靠技术基础能力”。

《中国经营报》记者注意到，李斌作出上述发言的背后，7月27日，蔚来发布“中国汽车首个自主研发的整车全域操作系统”——SkyOS天枢，“意义堪比Windows之于个人电脑时代，安卓之于智能手机时代”。

蔚来之外，不少企业竞相在电池安全、智能驾驶等领域展现核心竞争力，如上汽乘用车近日对外推出“超级安芯承诺”政策，“成为国内唯一公布‘零燃保障’的车企”。而华为常务董事、智能汽车解决方案BU董事长余承东透露，华为将在8月正式上市华为高阶智能驾驶3.0版本，“我们预计到10月底或11月，最新版本的华为高阶智能驾驶将上更大台阶，智能驾驶能力会更好。”

在业内看来，相较于在同质化产品基础上展开的“价格战”，车企通过对外展示技术实力，不仅有助于树立品牌形象，也能促进终端销量提升。如在当下最受关注的智能驾驶领域，民生证券研报就指出，智能驾驶能力有望成为车企竞争的重要因素，“销量端，华为、小鹏城市NOA加速落地有望促进智驾成为影响购车的重要因素，带来智驾车型购买率的提升，促进销量向上”。

国内首个整车操作系统发布

“手机操作系统的缺失，使我们深深地认识到，在功能产品向智能产品的转换过程中，如果没有操作系统，芯片再强，汽车做得再好，都是在沙滩上起高楼。”工业和信息化部原部长苗圩曾如此表示。

当日，蔚来对外发布国内首个整车全域操作系统SkyOS天枢，其对此表示：“实现了中国车企重大的技术创新突破。据悉，SkyOS天枢是蔚来历时4年研发、投入超过23000人/月、面向AI打造的汽车智能底座。”

“汽车行业进入AI时代，智能电动车进化为AI智能体，需要具备整体的感知、思考和控制执行能力。SkyOS天枢作为面向AI的整车全域操作系统，就是智能电动车的‘灵魂’。”蔚来方面介绍。

蔚来相关负责人进一步介绍，SkyOS天枢具备高带宽、低时延、大算力与异构硬件、跨域融合、灵活持续进化、高可靠性、信息安全七大特性，在底层打通智能硬件、计算平台、通信与能源系统，实现对车联、车控、智能驾驶等全域应用的统一管理与协调，在AI时代构建真正的整车全域智能。

“我们其实从2015年开始做自研，比较注重做底层软件方面的一些积累。”对于SkyOS天枢的诞生，李斌进一步表示，蔚来“从2020年开始下定决心做SkyOS，我们在全球招募团队，招募了非常优秀的一些团队”。

下定决心攻坚操作系统的背后，除了蔚来一贯坚持的核心技术自研逻辑，也与智能汽车行业的发展现状密不可分。

“目前，汽车的智能化大多依靠在原有架构上增加软硬件模块的手段实现。在大模型、大算力的AI时代，这种‘做加法’的方式，已经无法满足新时代智能汽车的开发与持续进化的需求。”蔚来方面同时介绍，“智能汽车拥有数百个跨域的应用单元，必须有一个整车全域操作系统，协调、调度硬件资源，才能发挥硬件最大潜力，并为AI提供原生态的支持。”

据介绍，SkyOS天枢对过去多个碎片化域操作系统实现了替代与打通，其具备1个系统虚拟化平台、4个操作系统内核、N个自研核心中间件的“1+4+N”架构，具备高带宽、低延时、大算力与异构硬件等核心特性，深度、广度、前瞻性等全球领先。

受到外界关注的是，目前行业已有华为鸿蒙、小米澎湃等系统，蔚来SkyOS天枢的独特之处体现在哪里？

“头部科技公司越来越认识到操作系统的重要性。”李斌同时也表示，虽然每家公司都重视操作系统，但还是要看从哪个原点出发，“原点和DNA会决定很多不一样的东西。”其同时也强调，“鸿蒙做得非常好，有很多值得我们学习的地方。但我们还是不太一样，区别比较大。”

研发投入逐步进入收获期

“在当前情形下，我们从汽车大国到汽车强国的必由之路是‘有芯有魂’。”蔚来汽车总裁秦力洪表示，站在巨人肩膀上，用整合的软件体验，同时考虑到用户全生命周期价值，“走一条自己的路，至少没有别人干过，我们是第一家，也是目前为止唯一一家。”

记者注意到，在蔚来方面看来，SkyOS天枢属于汽车之“魂”，而流片成功的全球首颗5纳米智驾芯片神玑NX9031则为“芯”，蔚来方面介绍，蔚来“神玑NX9031”芯片和底层软件均已实现自主设计。

“神玑NX9031拥有超过500亿颗晶体管，不论是综合能力还是执行效率，一颗自研芯片能实现四颗业界旗舰芯片的性能。”蔚来介绍，在技术层面，神玑NX9031具备超强任务并发处理能力的CPU计算群和充裕的访存带宽，能够实现快速且稳定的延时处理；全链路超感增强——自研图像信号处理器ISP，能实现全天候、全场景识别，实现紧急场景下更早的刹车响应。

进一步梳理可发现，在SkyOS天枢、神玑NX9031之外，蔚来还对外发布了一系列自研技术成果。

如在日前举办的科技日上，蔚来对外发布了中国首个智能驾驶世界模型NWM（NIO World Model，蔚来世界模型）。据悉，NWM是一个多元自回归生成式的具身驾驶模型，可全量理解数据、具有长时序推演和决策能力，能在100毫秒内推演出216种可能发生的场景，寻找到最优决策。

与此同时，蔚来智能驾驶技术架构NADArch2.0也对外发布，蔚来方面介绍，NADArch2.0在算法层升级为引入世界模型的端到端架构，“直接从原始传感器数据生成驾驶决策，减少传统方案中的信息损耗。预测能力更强，让智能驾驶体验更安全、更拟人。”

“蔚来一直在研发方面坚持投入，自2016年以来累计研发投入超过460亿元，构建了12项技术全栈布局，掌握的核心技术覆盖了智能电动汽车研发制造的各个板块。”蔚来相关负责人介绍，目前，蔚来全球研发团队成员超过11000人，有效专利及专利申请总数超过9000项。

李斌表示：“整个行业竞争的路还非常长，在非常早期的今天，很难去讲谁已经有护城河了。”但其也坦言，在各种人工智能技术路线快速迭代的情况下，“我觉得只能全力以赴”。

车企“卷技术”渐成新趋势

“推出‘超级安芯承诺’政策，我们是第一个，也是目前唯一一个，这是上汽乘用车技术实力、技术自信的体现。”上汽乘用车首席市场营销官朴春旭日前对外如此强调。

记者注意到，7月4日，上汽乘用车对外正式推出“超级安芯承诺”政策，包括新能源车型“零燃保障”和“三电终身质保”等权益，上汽乘用车方面表示其“成为国内唯一公布‘零燃保障’的车企”。

何为“零燃保障”？上汽乘用车方面表示，针对非营运新能源车辆，在明确排除人为因素及外界火源干扰的情况下，若不幸发生因车辆高压电池包（动力蓄电池）自身原因导致的起火事件，在无争议情况下，其将在20个工作日内为消费者免费更换一辆与原车配置相同的新车，或由消费者自由选择一辆原购车价同等价位的新车（限同品牌）。

受到外界关注的是，上汽推出“超级安芯承诺”底气在哪里？

“推出‘超级安芯承诺’底气来自哪里？就来自魔方电池的超级安全和超长寿命。”上汽研发总院能量中心电池总监葛海龙日前向记者介绍，上汽集团在新能源技术领域投资达到1500亿元，累计有效专利超过26000项，其中，两次荣获国家科技进步二等奖。

除了备受消费者关注的电池安全外，智能驾驶也成为车企对外“秀”实力的重要领域。

近期多家企业对外透露智能驾驶最新落地进展，如华为方面表示，华为高阶智能驾驶3.0版本将于8月正式上市，而7月30日，小鹏宣布将向用户全量推送AI天玑系统XOS 5.2.0版本。

“汽车行业的一切‘卷’，都应该是以保障品质与安全为前提的‘卷’。”在上汽乘用车MG品牌事业部总经理陆家俊看来，“如果不能给用户提供一个安全、长期保障的产品，其他的‘卷’就脱离了基础。”

广药集团李楚源离职 王老吉重振凉茶待破局

本报记者 孙吉正 北京报道

7月22日晚，广州白云山医药集团股份有限公司（以下简称“广药集团”）发布公告，表示该公司董事会当日收到公司董事长李楚源递交的书面辞职报告。公告内容显示，李楚源因个人原因，辞去公司第九届董事会董事长、执行董事及董事会战略发展与投资委员会主任的职务。辞职后，李楚源不再担任公司的任何职务。副董事长杨军将代为履行董事长职责。

根据第一财经报道，一位接近广东省内国资系统的人士透露：“前天就听说李楚源进去（接受调查）了，家族成员也被调查。”对此，王老吉公司方面回应《中国经营报》记者称，一切以公告为主，目前公司经营一切正常。

据悉，李楚源执掌广药集团长达11年。在其任期内，广药集团横跨三地交易所重组，通过“白云山”品牌实现整体上市，成为A股市值最大的医药类上市公司之一。并在2012年，广药集团成功收回“王老吉”品牌。

对于广药集团的大健康板块，其拳头品牌王老吉虽然为凉茶行业的头部，但整个凉茶市场早已风光不再。“王老吉虽然在与加多宝多年的竞争中并未落入下风，但凉茶行业的增长乏力致使头部品牌也很难有出彩的表现。”中国食品产业评论员朱丹蓬说，广药集团近年来开发的新品没有亮眼的表现，总体来看，在饮品市场的声量逐步变小。

在凉茶市场，王老吉的开端是顺风顺水的。 视觉中国/图

高开低走

从目前现有的裁决结果来看，王老吉的商标依旧属于广药集团。

在凉茶市场，王老吉的开端是顺风顺水的。2012年，广药集团正式与加多宝集团结束合作。前者取回了王老吉凉茶的所有经营权，而后者另起炉灶，推出新的凉茶品牌加多宝。两个品牌的纠葛也就此展开，并开启了长达近10年的诉讼拉锯战。

在很长一段时间内，诉讼拉锯战都在朝着对王老吉较为有利的方向发展，加多宝方面一度被禁止使用凉茶标志性的红罐，直到2017年，最高人民法院判决，广药集团加多宝共享红罐包装装潢。同时，加多宝还面临着高额的赔偿。2018年，广东高院一审判决加多宝赔偿广药集团14.4亿元，双方均不服此判决并提起上诉。

2019年6月17日，最高人民法院认定广药集团提供的主要证据在“证据内容与证据形式上均存在重大缺陷，不能作为认定本案事实的依据”，撤销广东高院的判决并发回重审。 2020年、2022年，广东高院两次进行公开审理。最终，在2023年7月10日，一审判决结果为加多宝赔偿广药集团经济损失约3.17亿元；驳回广药集团其他诉讼请求。

对此，广药集团发布公告称，本公司控股股东广州医药集团有限公司收到广东高院关于“王老吉”商标法律纠纷诉讼案件的一审《民事判决书》。广药集团在公告中表示，本次案件重审判决对本公司本期或期后利润不会产生影响。

从目前现有的裁决结果来看，王老吉的商标依旧属于广药集团，且加多宝面临着侵权的赔偿。但从市场上来看，双方在争斗的同时，凉茶市场的衰落越发明显。

根据中研网发布的数据，目前国内凉茶市场大部分份额牢牢掌握在加多宝、王老吉两大巨头手中。其中，加多宝市场份额占比达到50%以上，王老吉占市场份额的43%左右，而其他凉茶品牌市场份额仅占5%左右。

“实际上，在一段时间内王老吉是超过加多宝的，但加多宝在2018年前后经历了一系列的巨变，包括人事变动、资金状况等，自身的问题导致了发展受限，而广药集团的王老吉则没有被束缚。”朱丹蓬告诉记者，在王老吉和加多宝市场竞争伊始，王老吉凭借广药集团的资本开启了渠道市场的价格战，让被迫应战的加多宝压力巨大。

“加多宝与王老吉的价格战在行业内有目共睹，双方因商标产生的矛盾致使商业上形成竞争，这实质上对于双方来说都不是好的结果。但在价格战上，投入真金白银的加多宝明显处于劣势，对于加多宝来说，想要结束价格战就显得更为迫切。但根据统一、康师傅等快消巨头的不断涨价可以看出，快消产品的成本上涨，也让当时已经占据上风的王老吉在这场价格战中产生了退意。”快消品营销专家高剑锋说。

据了解，在2018年时双方基本结束了渠道的价格战，但是王老吉并没有呈现继续增长的态势。广药集团2023年财报显示，包含王老吉的大健康板块销量100.13亿元，已经连续下滑4年。2020—2022年，对于下滑原因广药集团在财报中指出的理由是“疫情管控影响王老吉凉茶销售”。

记者从经销商处了解到，2023年，王老吉公司将部分销售部门予以调整和合并。虽然2023年的销售表现较之前的几年有所改善，但是相较于巅峰时期仍然存在差距。

“在很长一段时间内，广药集团和加多宝之争不断持续，从诉讼拉锯到产品价格，二者无暇顾及凉茶核心产品的研发创新，导致凉茶这一品类在饮品行业的发展浪潮中逐步落伍，作为龙头企业也必然受到影响。”朱丹蓬说。

仍在寻找机会

根据前瞻产业研究院发布的数据，自2016年以来，中国凉茶市场增速逐步放低，市场规模增速下降至个位数。

在广药集团的大健康板块中，王老吉作为主要产品，在很长一段时间内其产品形式都没有大的改变。对此，有投资者曾向广药集团董事长进行提问，广药集团方面对外回答是“目前公司王老吉产品正朝单品多元化战略发展，已经研发并推出市面销售的产品有：王老吉无糖凉茶、黑凉茶、茉莉凉茶、爆冰凉茶等”。

从广药集团的财报来看，目前除了凉茶之外，大健康板块还有刺柠吉、荔小吉、椰柔等饮料产品。广药集团方面称：“刺柠吉系列、荔小吉系列产品为公司近年来推出的新产品系列，目前尚处于培育阶段。未来，公司将大力推进刺柠吉、荔小吉系列产品等新产品的市场开发、销售，逐步将其培育成为大健康板块重要产品。”此外功能饮料市场，广药集团方面也曾提及。

根据前瞻产业研究院发布的数据，自2016年以来，中国凉茶市场增速逐步放低，市场规模增速下降至个位数。前瞻产业研究院报告统计数据显示，2012—2017年凉茶市场增速分别为16.7%、15.9%、15.1%、15%、9.7%和9.1%，呈现逐年下降的趋势，到了2018年凉茶市场规模只剩下470亿元，同比下降18%。

“现在加多宝的首要任务是稳定市场，健康地活下去，所以不可能拿出更多的资金培育市场，整个凉茶市场的衰落是有目共睹的。”朱丹蓬说，目前来看，王老吉有意孵化其他饮料产品，因此不太能够如同当年一般培育消费者，“毕竟当年在加多宝运营王老吉之时，是一家独大的情况，培育凉茶就等于培育自身市场，而现在情况则不同以往了。凉茶市场面临碳酸、电解质水、矿泉水、功能饮料等品类的蚕食，其消费场景也相对较少，这是整个凉茶品类的困境。”

尤其是在凉茶火爆的时代，高糖是整个饮品行业的代表名词，但近年来低糖、0糖的产品取代了高糖饮品，原有的凉茶产品也受到了市场的考验。实际上，早在2016年，王老吉就推出过无糖、低糖凉茶新品，但仅在部分线下合作门店试水和线上优先供应。直到2023年，王老吉才跟随市场变化全面推广了低糖、无糖等黑罐凉茶产品。值得注意的是，虽然王老吉对于低糖浪潮的跟随较晚，但仍是凉茶品牌中较早做出产品改变的品牌。

“王老吉具备很强的号召力，且凉茶品牌仍具有较强的发展前景。”高剑锋说，广药集团方面对于大健康板块非常重视，虽然此前李楚源的“王老吉可以延寿”的说辞让王老吉遭遇到公关危机，但对消费者来说，医药企业的健康类饮品更具说服力和权威性。

“平替风”吹向优衣库 “性价比之王”在华将迎拐点

本报记者 许礼清 北京报道

曾被外界称为“性价比之王”的优衣库，在中国市场的经营或许即将迎来战略拐点。

近日，优衣库母公司迅销集团发布财报。整体来看，第三财季（2024年3月1日至5月31日），迅销集团营收和净利润均实现双位数的大幅增长，在日本、韩国、东南亚、北美、欧洲等多个地区均获得不同程度的增长。

但由于上一财年第三季度为疫情后的消费复苏期，导致比较基数较高及其他原因，中国内地和香港市场的业绩情况相对不那么理想。

《中国经营报》记者注意到，在这背后，是整个服装连锁行业增长方式正在发生转变。优衣库大中华区CEO潘宁表示，优衣库大中华区的连锁门店发展日趋成熟，经营即将来到转折点。据悉，优衣库大中华区的目标没有改变，依然是在2028财年实现1万亿日元（约合人民币456亿元）的营收，更长期的愿景则是实现3万亿日元（约合人民币1369亿元）营收，门店数量扩张到3000家。

而优衣库作为众多进入中国市场的服装品牌之一，其发展成绩有目共睹。但同时也要看到，随着消费环境以及需求、渠道等的变化，越来越多的大众服饰品牌都在角逐中国市场，尤其是很多消费群体不断寻找更多“平替”，积极战略转型对于企业长久发展至关重要。

优衣库中国市场的经营或许即将迎来战略拐点。 视觉中国/图

“平替”加速普及

在大中华区尤其是中国内地和香港市场，迅销集团的营收和营业利润均出现下滑。

从整体来看，优衣库母公司的业绩表现不错。根据财报，第三财季（2024年3月1日至5月31日），迅销集团营收同比增长13.5%至7675亿日元（约合人民币350亿元），归母净利润同比增长37.4%至1169亿日元（约合人民币53亿元）。

整个前三财季实现了历史同期的最好水平。营收同比增长10.4%至23665亿日元（约合人民币1080亿元），归母净利润同比增长31.2%至3128亿日元（约合人民币143亿元）。

但在大中华区尤其是中国内地和香港市场，迅销集团的营收和营业利润均出现下滑。2024财年前三季度，大中华地区的营收为5224.69亿日元（约合人民币240亿元），在总营收中占比22.1%，低于往年水平。

对此，记者就公司未来对中国市场的具体规划以及“平替”等相关话题联系到优衣库方面，对方表示公司高层暂时不方便接受采访。

盘古智库高级研究员江翰表示，优衣库的高性价比是其风靡中国的核心原因。特别是最近几年，国内反向消费盛行。消费者更加注重产品的实用性和性价比，不再盲目追求品牌的知名度和高价商品。优衣库的产品定位正好迎合了这种消费风气，成为众多消费者的首选。但是，涨价或许也是业绩波动的原因之一。随着原材料成本、用工成本等不断上涨，优衣库也不得不通过提高售价来应对成本压力。

正是在这样的背景下，“优衣库平替”的相关话题讨论越来越多。记者在小红书上搜索发现，关于“优衣库平替店铺推荐”的帖子超过8万篇，有消费者还统计出来优衣库在国内代工厂的自营品牌，获取了不少的点赞与收藏。而所涉及的产品更加多样化，包括短袖、防晒衣、背包等。

同时，这部分产品的消费者，也大多集中在优衣库的主要销售市场。据极海品牌监测数据，截至2024年5月，优衣库在中国市场的门店有80%集中在一、二线城市。而千瓜数据显示，在小红书上浏览“优衣库平替”的人群中，一线和二线城市的人群占比最高，均达到25%，其次是新一线城市，占比16.67%。

潘宁在最近的简报中也提到：“性价比消费在年轻一代中尤为明显，在‘平替’消费价值观下，消费者不再选择品牌产品，而是选择质量差别不大的更实惠的产品。”

江翰认为，国产“平替”的加速普及也冲击了优衣库的基本盘。近年来，国产服装品牌遍地开花，借助拼多多及其他优势电商平台，不少物美价廉的白牌产品反而快速走红。这些国产品牌在设计、质量等方面不断提升，它们能够快速响应市场变化，推出紧跟潮流且价格亲民的产品，满足消费者的多样化需求。

显然，对优衣库来说，商品结构的调整至关重要。鞋服行业独立分析师马岗认为，优衣库的商品结构非常特别，覆盖了少年、中年、老年，从内衣到外套一整套的穿着，定价也有低价、平价、偏高几个系列。“而面对当下环境与需求的变化，优衣库应该引入更低价的商品组合，加大这类商品的供给比例，对标这几年快速增长的品牌，优化供应链。”

资深品牌管理专家、上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄认为，尤其是在争夺一些下沉市场时，优衣库需要用更加低价、定位更低的产品来应对低价市场，同时整合线上流量，与线下店铺有效结合。通过多品牌策略，对该类产品形成有效竞争。

实际上，优化产品组合一直是优衣库不断追求精进的基本功，它不仅直接影响到销售表现，也关系到库存管理。潘宁透露，截至2024年5月，优衣库大中华区的库存较上年同期减少10%。

门店网络亟待重组

记者注意到，从2024财年开始的3年内，优衣库每年将在中国淘汰或翻新约50家门店。

除了上一财年第三季度刚好为疫情后的消费复苏期，导致今年的比较基数比较高之外，顾客的消费意愿不高、天气反常导致商品组合未能满足顾客所需，也是优衣库业绩波动的主要原因。

潘宁提到，在中国市场，有大约150家优衣库店铺无法吸引顾客，他认为是中国的消费者心态在发生转变。也正由此，潘宁表示优衣库将进行以质量而非数量为重心的门店网络重组。

根据潘宁在此前的财报发布会上的介绍，优衣库并未停止在中国开新店，其计划每年在中国至少开设50家新店。其中，更有助于展示品牌形象、满足顾客需求的全球或区域旗舰店将会是布局重点。潘宁表示，优衣库计划在重庆、成都、天津、西安、昆明、郑州等潜力巨大但尚未开设旗舰店的大型城市开设旗舰店，同时也会翻新在上海、广州等地已有的旗舰店。

此外，据潘宁介绍，从2024财年开始的3年内，优衣库每年将在中国淘汰或翻新约50家门店。一些销售额较低、选址不佳的门店将会关闭；一些门店会在原有基础上做改善，比如在同一购物中心内换到更好的位置、扩大销售楼层、重新装修等。这些举措的目标是将单店营收提升到原先水平的1.5倍以上。他透露，优衣库在2023财年改造的22家店铺都实现了单店营收增长约50%。

而线上渠道也亟待进一步整合。江翰认为，对于大多数的中国消费者来说，他们始终希望在有限的预算内，获得品质优良、设计时尚的商品。过去，优衣库能够满足消费者的这一需求，因此获得了成功。然而，随着市场的变化和竞争的加剧，如今有更多更好的渠道可以帮助消费者实现这一目标。

在优衣库的计划中，也将电商作为重点发力的方向之一。记者了解到，除官方直播间外，优衣库也鼓励店员在线下门店直播带货，这一形式有望在未来大规模复制。据了解，优衣库正在培训约2000名店员——平均下来每家门店都有两名店员将具备在店内直播的能力。

东吴证券在研报中也提到，展望未来，公司希望通过一些措施使大中华区优衣库重回增长：一是更加注重开店质量，在已经展现出销售潜力的城市（如重庆、成都、天津等）开设旗舰店；二是进一步加强线上线下业务的协同作用，计划将电商销售占营收的比重由目前的20%提升至30%。

如何实现万亿日元营收

近几年优衣库大中华区对迅销集团总营收的贡献保持在20%以上。

面对新消费环境，优衣库对中国市场的期待并未改变。记者了解到，优衣库大中华区的目标是在2028财年实现1万亿日元（约合人民币456亿元）的营收，更长期的愿景则是实现3万亿日元（约合人民币1369亿元）营收，门店数量扩张到3000家。

而截至2024年5月底，优衣库大中华区门店共有1031家，其中超过900家位于中国大陆。近几年优衣库大中华区对迅销集团总营收的贡献保持在20%以上。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪表示，优衣库在中国市场的成功得益于其高性价比的产品定位、广泛的门店布局以及对消费者需求的敏锐洞察。

“然而，随着市场环境的变化，这些优势逐渐受到挑战。一方面，本土快时尚品牌的迅速崛起，凭借更灵活的供应链和更贴近本土消费者需求的产品设计，逐渐获取了市场份额。另一方面，新兴消费群体消费观念的转变，从追求品牌效应转向更加注重产品的性价比、独特性和个性化，使得优衣库原有的产品策略可能需要进一步调整。”詹军豪提到。

潘宁此前提到，优衣库大中华区的连锁门店发展日趋成熟，经营即将来到转折点。而上述内容或许就是优衣库的具体动作，即改变开店战略、融合线上线下渠道、根据本地需求强化产品组合、培养管理型人才。

马岗告诉记者，从优衣库诞生的背景环境以及定位来看，对大众消费的理解可以说在一定程度上是超过其他同类企业的，所以公司有能力快速调整好策略以应对新的环境和挑战。

对于优衣库未来的发展路径和方向，詹军豪建议：“继续坚持差异化的品牌定位，强化品牌特色。在产品设计上，注重创新与实用性的结合，推出更多符合中国消费者审美和需求的产品。在渠道布局上，优化门店网络，提高单店效益，同时加大电商投入，实现线上线下融合。此外，加强品牌与消费者的互动，提升品牌影响力和忠诚度。通过这些措施，优衣库有望在激烈的市场竞争中保持领先地位，实现可持续发展。”

客单价下跌 持续内卷的餐饮业如何突围？

本报记者 钟楚涵 蒋政 上海报道

近日，餐饮行业的九毛九集团发布2024年第二季度财报，财报披露的数据引发市场对于餐饮业降价的关注。据悉，九毛九集团旗下拥有太二酸菜鱼、怂火锅、九毛九等品牌，其中，财报显示太二酸菜鱼的人均消费已经低于该品牌2019年的水平。

对此，九毛九集团对《中国经营报》记者表示，面对市场环境的变化和出现的新消费趋势，九毛九集团正在积极应对和调整，包括聚焦优势品牌、狠抓产品品质、丰富菜单结构、注重质价比、优化员工激励、稳定开店节奏六大方面。

除此之外，记者注意到，今年不少餐饮企业如呷哺呷哺、乡村基等品牌有降价的动作。对此，艾媒咨询CEO张毅向记者指出：“餐饮企业的降价与市场竞争的激烈以及产品缺乏创新等因素有关。对于这些已经站在头部的餐饮品牌，需要做的事情是如何通过产品创新、服务创新、品类创新等赢得下一个春天。”

面临挑战

九毛九集团公告显示，预期今年上半年收入约30.64亿元，较2023年同期增加约6.4%，同期公司权益股东应占溢利不少于6700万元，较2023年同期下跌不超过69.8%。

根据九毛九发布的2024年第二季度营运表现，太二酸菜鱼（仅限自营）品牌顾客人均消费为69元，低于该品牌2019年的水平（根据九毛九集团财报，太二酸菜鱼2019年顾客人均消费为75元）。2024年第二季度太二酸菜鱼（仅限自营）、怂火锅、九毛九品牌同店日均销售额分别同比下滑18.1%、36.6%、12.6%。

对于下滑的原因，九毛九集团在公告中表示，下滑原因是2024年第二季度，太二（中国内地餐厅）及怂火锅的顾客人均消费下降乃由于外部环境变化、品牌调整发展策略从而持续调整菜单结构及菜品价格及增加推广活动所致。此外，位于低线城市的太二餐厅比例提升亦导致太二在中国内地的顾客人均消费出现下降。

餐饮行业分析师林岳向记者表示：“其实，九毛九集团的定位一直都是时尚餐饮，需要不断通过创新和在菜品、营销等方面做文章吸引顾客和消费者，但是持续的创新是比较难的。”

对于九毛九集团旗下太二酸菜鱼品牌的下滑，林岳指出：“作为九毛九集团一个比较硬核的品牌，太二酸菜鱼其实也面临着挑战。因为酸菜鱼这个品类就是一个家常便饭、一种比较寻常的菜品，本来就不应该定位那么高。太二酸菜鱼把它做出了个性比较鲜明的特点，所以在过去抢占到了细分领域的重要市场。但是随着消费者越来越‘精明’以及预制菜的出现，酸菜鱼这个品类变得比较容易实现。”

企业如何应对？

实际上，从整体的餐饮行业来说，今年以来企业降价成为普遍现象。其中，有选择直接降价的品牌，也有通过各种优惠折扣侧面降价的品牌。例如，呷哺呷哺、乡村基等品牌在今年以来产品均有所降价。根据“乡村基”公众号在今年6月发布的产品降价通知，4款产品特大降价，价格回到2008（年）。

星巴克则是通过优惠活动、折扣等方式降价，以星巴克在上海地区为例，记者注意到，今年星巴克会有限时套餐销售，饮品搭配麦芬或者蛋堡等产品，并且在抖音、大众点评等平台推出优惠套餐以及多杯优惠的活动。

根据CCFA联合普华永道发布的《中国连锁餐饮企业资本之路系列报告2024》中整理出的部分餐饮企业的客单价变化，海底捞、湊湊火锅、怂火锅、太二酸菜鱼、奈雪的茶在2022年的平均客单价分别是105元、151元、128元、77元、34元，而2023年的平均客单价分别是99元、142元、113元、75元、30元，均有所下降。

面对餐饮行业品牌降价的现象，张毅告诉记者，在今年整体的市场上，无论是线上还是线下，都有一部分品牌和一部分的产品抵挡不住市场激烈的竞争，通过价格调整来获取用户。这个现象在最近一两年是非常明显的。另外，很多品牌在后续的产品上缺乏创新。它们的成功是得益于数年之前在产品创新上抓住机会，找到了突破口，从而形成了竞争的优势。应该说这就是产品的生命周期，此前形成的周期到现在差不多到了衰老的期限。

中国商业联合会专家委员会委员、北京商业经济学会常务副会长赖阳认为，近年来，餐饮业竞争愈演愈烈。以前很多餐饮企业通过提高环境、氛围等方面的品质就可以脱颖而出，并且获得很好的业绩增长。在竞争非常激烈的情况下，价格战也是必然出现的情况。随着企业规模的扩大、供应链等方面能力的提升，企业在努力降低成本以及在适应价格下降的同时尽可能保持收益。当然，有相当一部分企业在这样的竞争中选择退出。未来，餐饮的价格竞争会进一步激烈，这是一个必然的趋势。

值得注意的是，在降价的同时，企业仍要保持盈利是有挑战的。对此，连锁经营专家李维华向记者指出：“在经营压力上，餐饮业此前是面临‘三座大山’，即房租、人工、原材料，而现在的情况是除了以上三项，还有来自各种电商平台的抽成，比如外卖、团购上平台的抽成都非常厉害。从盈利模型可以看出，利润等于收入减去支出，在降价的情况下，就要思考如何让客人的数量变多。另外，在支出上，需要把支出下降，比如在人员上，临时工、实习生的成本会更低。”

林岳认为，餐饮企业当前应对市场变化最好的策略就是要随机应变、与时俱进、不断洞察消费者的消费趋势和动机。无论是火锅业态、西北菜还是普通的快餐连锁，都需要看自身当下的定位以及其他竞争对手的动态，并不是打价格战就有前途。目前在整个行业竞争非常激烈的状态下，能够立于不败之地的品牌需要自身有比较硬核、明显、有个性的品牌特点和菜品，以及能够在消费者心中占据行业前三的位置，比如在面这个细分领域里，用户会想到和府捞面；在比萨行业，用户会想到必胜客。

“面对激烈的市场竞争，首先要通过大数据挖掘市场在产品、定价、服务等的需求点。其次，利用信息技术合理调节餐厅的时间，比如有些餐厅周末、晚上比较火，但是中午、下午甚至早上是没人的，企业可以合理调节。最后，我觉得还是要对市场需求有一个比较综合的研判，从我们监测的情况来看，整体的市场需求比如在外就餐、外出旅行的需求是在增加的，那么谁能够吃到、吃好这波用户是企业需要思考的。”张毅建议。

海伦司赴新加坡二次上市 小酒馆的出路在哪里？

本报记者 阎娜 党鹏 成都报道

近日，被称为“小酒馆第一股”的海伦司在新加坡证券交易所上市并开始交易，声称“开启全球发展新征程”。

据悉，海伦司在香港上市距今已近3年，此次二次上市，海伦司仅上市不融资，重点在于吸引新加坡投资者参与其二级市场交易，活跃交易量，提高证券的流动性。不仅如此，海伦司希望在存量市场中寻找新增量，进一步开放了加盟。今年7月推出新店模型——社区空间，瞄准了社区商业的红利，不过，新模型未来是否能顺利铺开尚未可知。

对于公司二次上市事宜、海外市场开拓计划以及新门店模型招商情况、盈利模式等问题，《中国经营报》记者向海伦司发去了采访函，截至发稿尚未收到回复。

目光瞄向海外

与此同时，为寻求增量市场，海伦司将目光转向海外。

据海伦司公告，公司以介绍方式将普通股于新交所主板二次上市，不涉及增发新股，已发行的普通股将继续在香港联交所上市及买卖。海伦司方面表示，赴新交所二次上市，有利于“进一步提升公司的全球知名度，助力公司的国际业务拓展”。

广科咨询首席策略师沈萌对此表示：“海伦司选择在新交所上市不涉及融资的二次上市，不排除是为了吸引新加坡的投资者参与其二级市场交易，活跃交易量，提升证券的流动性，并扩大股东的分布。”

此外，海伦司选择二次上市，或与其在香港资本市场表现不佳有关。2021年9月上市后，海伦司成为“小酒馆第一股”，首日收盘价为24.25港元/股，市值超300亿港元。截至发稿日，公司股价仅为1.95港元/股，市值约为24.68亿港元，与最高点相比，海伦司在不到三年的时间内市值缩水超91%。

除股价外，在业绩方面，2021年至2023年，海伦司分别实现营收为18.36亿元、15.59亿元、12.09亿元，呈现逐年下滑趋势，净利润三年累计亏损超16亿元。

在业绩走低的压力下，海伦司通过关闭直营店止损。据财报，截至2023年12月31日，海伦司旗下共有479家酒馆，同比减少288家，直营酒馆数量由398家锐减40.7%至255家。

与此同时，为寻求增量市场，海伦司将目光转向海外。财报显示，截至2024年3月19日，海伦司在新加坡已拥有2家门店，根据海伦司官方社交媒体，截至今年6月，海伦司在新加坡的门店已增至3家。

和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏表示：“新加坡是中国很多餐饮类企业出海的第一站，通过新加坡然后辐射东南亚市场，再进一步发展到其他的海外市场，这是很多企业出海推进的路径。”

中国食品产业分析师朱丹蓬认为，2019年，中国企业的全球供应链已有一定的基础，如今经过五年发展，供应链更为成熟。在此背景下，海伦司的出海符合发展趋势。

在业内人士看来，小酒馆业务考验的是本土化适配能力。国内企业出海，无论是运营策略，还是口味、服务等都需根据新市场进行进一步的探索与适应。

餐饮行业分析师林岳进一步指出，海伦司出海的挑战并不小。小酒馆文化在海外本来就有深厚的根基，而且消费人群的定位存在不同，其国内的小酒馆最早的初衷是服务大学生、年轻人等消费力不是特别高的群体，出海对供应链、运营成本的管控提出了很高的要求。

进一步开放加盟

事实上，去年海伦司已通过“嗨啤合伙人”计划全面开放加盟。

在寻求增量市场上，海伦司选择“左手”加快出海，“右手”进一步开放加盟。

今年7月，海伦司宣布推出新的商业模型“社区空间”。按照官方的说法，该模型主要以社区为核心，打造万店模型，加盟后可获得海伦司的供货渠道，且无加盟费。

在产品方面，社区店深耕“餐+酒”模式，进一步丰富产品种类，除酒水外，还提供咖啡、简餐等产品。值得一提的是，加盟商不仅是社区小店老板，还是酒水新零售代理商、社区新空间代理商。官方消息显示，“依托海伦司供应链平台，直供高质低价酒水，授权二次销售，同时开放空间打造能力，向社区周边商家销售酒水商品和空间装饰造型等”。

海伦司曾在2023年年报中表示，面对经济环境的复杂多变，其坚定向平台型公司、轻资产模式进行战略转型。此次推出的新模型，也是海伦司往平台型公司转型的举措之一。

事实上，去年海伦司已通过“嗨啤合伙人”计划全面开放加盟。据海伦司公众号，截至今年6月1日，嗨啤合伙人门店已开业256家。另据《华尔街见闻》报道，海伦司内部预计年内新开约400家加盟店，门店数量重回巅峰时800-900家的水平。

文志宏告诉记者：“海伦司在创立之初主要是靠加盟模式拓展市场，但在2021年冲击上市前，其全面整合加盟酒馆为直营酒馆。小酒馆市场发展迅速，如果采取直营一条腿走路的话，企业的发展速度和市占率的提高可能受限，推出新加盟模式顺应了市场的需求，也有利于企业的持续增长。”

“社区空间是一个好的尝试，进一步将小酒馆的概念进行迭代，成为一个符合当下经济环境的解压空间，大众而且亲民，简餐和外卖同样也是社区重要的需求，但这些尝试都会给供应链带来挑战，包括成本控制、后厨和物料采购、物流等，都需要找到平衡点。”林岳表示。

连锁经营专家李维华指出，连锁品牌进社区是一个趋势，对海伦司来说，可以将定位于年轻人的社交场景扩大至社区场景，扩大了消费人群。不过，社区门店的运营并不容易，社区店大部分顾客是熟客，不仅考验加盟商的获客能力，还考验留客能力。此外，疫情后，随着酒水消费场景向居家自饮场景转移，为社区店运营增加了一定难度。综上所述，这也是一些品牌为何将直营店选定在一线二线以及好的商圈，资源够不到的地方则开放加盟。

一家小酒馆展柜内陈列的瓶装酒水。 视觉中国/图

赛道面临挑战

据窄门餐眼数据，截至2024年7月6日，全国约有5.1万家酒馆门店，近一年内新开店20739家。

虽然海伦司近年来动作频频，不断谋求更多市场份额，但其所处的小酒馆赛道依然充满诸多挑战。

当前，小酒馆行业正处于高速增长期。据窄门餐眼数据，截至2024年7月6日，全国约有5.1万家酒馆门店，近一年内新开店20739家。由于小酒馆行业呈现高度分散化，存在机会，小酒馆生意一度吸引了许多跨界玩家。此前海底捞、眉州东坡、喜家德、和府捞面、湊湊火锅、老乡鸡等一众餐饮巨头推出子品牌切入小酒馆赛道，泸州老窖、洋河股份、江小白等酒企也纷纷推出小酒馆。

如今看来，小酒馆仍然被视为“尚未被市场完全验证”的模式。8月1日，记者检索大众点评发现，奈雪酒屋在深圳、上海、杭州等地已搜索不到商户，老乡鸡在深圳推出的“老乡鸡小酒馆”显示歇业关闭状态，开在北京的日咖夜酒品牌“囿吉山云贵川炭火与发酵Bistro”也显示“暂停营业”。天眼查显示，该品牌控股股东为海底捞体系下的四川嗨系餐饮管理有限公司。可见，小酒馆市场虽然红火，酒馆生意却未必好做。

在文志宏看来，小酒馆生意主要难在两方面，一是前端的运营和体验，包括了店型、选址到酒馆氛围的营造以及酒水的品质等，综合体验决定了前端是否能够被市场接受；二是后端的供应链是否能够高效支撑前端的运营，而且后端的建设在很长时间里都会成为酒馆行业规模化发展的重要支撑点。

此外，酒馆业态日益多元化，精酿酒吧、Live house等如雨后春笋般出现，同时，消费者对小酒馆的需求不仅局限在酒水本身，对于空间、个性化产品及情绪价值等都有更高要求。

“就小酒馆业态来说，国内企业还处在一个比较早期的发展阶段，总体处于探索期。对于包括海伦司在内的企业来说，一方面要把握好行业高增长的红利期，找准市场定位和企业发展的模型，同时要提升企业的内功，包括供应链、运营连锁能力等。”文志宏表示。

林岳也持有相似观点，他认为，小酒馆的尽头可能是社区酒馆，也可能是迷你酒吧，最终能存活的关键还是取决于对消费需求的把握，包括门店氛围、定价、提供的菜品服务等因素。

朱丹蓬表示：“小酒馆目前只是1.0阶段，企业还在不断尝试调整产品组合、盈利方式等。未来随着到1.5、2.0阶段时，整个行业会相对比较成熟，届时整个中国的小酒馆会步入一个规范化、专业化、品牌化、资本化以及规模化发展之路。”

实体零售跨界餐饮 探索新商业模式求增量

本报记者 钟楚涵 蒋政 上海报道

7月31日，物美集团创始人张文中与泰康集团创始人陈东升、华泰保险集团创始人王梓木、百川智能创始人王小川等，在位于中关村的物美超市，共同品尝物美大食堂19.9元的自助餐。

据悉，多家零售企业跨界推出了餐饮业务，如物美集团开设的“物美大食堂”主打平价策略，吸引了不少周边消费者前来体验。便利店企业7-Eleven则在广州开了一家小食堂，提供现点现做、即烤即炸的限定鲜食，销售的品类以平价的快餐为主。

和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏向《中国经营报》记者表示：“零售企业热衷于在餐饮领域探索的原因主要有两个方面，首先，这是一种新商业模式的探索，试图找到‘零售+餐饮’模式中‘1+1大于2’的效益。其次，这是部分传统商超为了应对大环境的压力和挑战所采取的一种策略。当然这也是探索性的。”

商超开设食堂

近日，物美超市在中关村店、通州龙湖店中开设“物美大食堂”。据了解，物美计划在今年年底前将“物美大食堂”拓展至20家门店。

物美集团相关负责人介绍，目前大食堂均是开设在超市内部，面积上包括后厨在内在300平方米以上，包括凉菜、炒菜、主食、水果、小吃、甜品在内的60余种菜品。定价为面食类碳水自助13元、炒菜类自助19.9元。

谈及开设大食堂的背景，物美集团相关负责人表示出：“根据2023年12月，北京市民政局联合其他部门印发《北京市加快养老助餐服务发展的工作方案》的通知，推动构建养老助餐服务体系。在此背景下，我们积极响应号召，开设了物美大食堂，不仅解决了老人的就餐，也解决了周边青年人、打工人的餐食问题。此外，大食堂项目也为超市带来了更多客流量，同时也是顺应我们天天价廉、永远物美的策略。”

根据物美方面的统计，通州龙湖店开业首日客流接近500人，中关村店持续保持每日500至700人的高客流量，单日营业额接近两万元。

零售企业探索餐饮，这是一门好生意吗？对此，文志宏表示：“物美开设食堂的优势在于品牌的背书，在北京市场，物美是最大的零售企业之一。另外，由于平价食堂对于食材的供应链的要求比较高，需要有高的性价比才可能支撑。物美卖场具备空间的优势，利用卖场空间做食堂在租金上会比其他食堂更有优势。但值得注意的是，平价餐饮竞争激烈，且毛利相对于其他餐饮业态来讲要低，因此对于企业成本控制的要求较高。”

实际上，不只是物美，多家商超也在加大对餐饮的投入。根据公众号“永辉同道”在2023年年底发布的内容，增加烘焙、面点、熟食等加工餐饮区是永辉新店的重要举措之一，以永辉福州滨江金榕店为例，在店内，永辉专门开辟出更具“烟火气”的现制早餐、轻食、卤味、炸串以及捞汁小海鲜等加工食品区；同时，在门店周边，永辉则推出具有性价比的永辉社区食堂，解决消费者的“一日三餐”。

此外，2019年进入中国市场的德国零售企业ALDI奥乐齐也在门店内部设置热食区域，销售烘焙、烤物、炸物等热食产品。

对此，连锁经营专家李维华认为，商超开设食堂最主要的原因之一是为了引流。另一个原因则是对于资源进行充分利用，为在商超的客流在饭点时间提供餐饮服务。

便利店加大鲜食投入

除了商超之外，鲜食销售在便利店中的比重正在上升。根据《2024年中国便利店发展报告》，从商品品类销售贡献看，鲜食、生鲜产品和咖啡销售占比略有上升；自有品牌销售占比为4.0%。

今年上半年，7-Eleven在广州开设了一家小食堂。根据公众号“广东7ELEVEN”发布的内容，开设在广州天河区的小食堂提供现点现做、即烤即炸的限定鲜食，品种包括即烤可颂、搭配即炸猪排的咖喱饭、牛肉汉堡、薯条等，在价格上也较为亲民，比如一份猪排咖喱饭搭配可乐套餐售价22.9元、薯条售价6.9元/件。

实际上，“以食为先”一直都是7-Eleven的核心战略。7-Eleven中国董事长、总经理严茜曾在2023中国便利店大会上指出，在全球发展的目标中，战略核心还是以食为先，将充分发挥集团在供应链、商品研发上的差异化优势，一方面不断强化供应链，另一方面不断提升FF日配为核心的商品品质，同时继续扩大各种品类。

除此之外，便利店头部企业全家也在餐饮上加大投入。在去年全家推出的新一代门店中，围绕“一日五餐”（早餐、午餐、下午茶、晚餐、宵夜）策略，升级鲜食产品，并加大鲜食区的面积。

对此，李维华指出：“便利店做餐饮由来已久，本身餐饮在便利店中就有所占比。由于很多人不吃冷的，所以就慢慢引入了关东煮以及其他的餐饮品类。另外，便利店是24小时营业，随着社会发展以及夜生活的丰富，便利店提倡‘一日五餐’，很多便利店被称为‘深夜食堂’，满足了饭店不能提供饭食的时间段里用户的饮食需求。”

文志宏则表示，便利店开设食堂，无论是日企还是国内本土零售企业都有过相应的探索。由于便利店的便利属性，与餐饮尤其像快餐有着天然的契合，因此，目前很多便利店的快餐、鲜食的营业额占比以及对于利润贡献的占比都比较高。在便利店里卖鲜食已成为了大多数便利店的标配，在此基础上，再往食堂做一些延伸，拓展堂食的空间。当然对于便利店企业来讲，这只是一种探索，因为便利店对选址的要求很高，意味着门店租金不低，且空间也有限，在此背景下开设食堂并不一定具有普遍性。

广州7-Eleven星汇国际快餐店。 视觉中国/图

“零售+餐饮”模式的未来空间

众所周知，商超和餐饮本质上是两种业态，同时经营两种业态对于企业来讲是有挑战性的。李维华认为，两个行业之间的差别还是非常大的，体现在装修、产品、加工、销售、服务提供等方面。在此背景下，企业在营销方式、人员招聘、管理、对客户的服务上都需要下额外的功夫，管理难度、经营风险等都会增加。

以物美食堂为例，物美方面与专营社区食堂、学校食堂的餐饮供应链公司莎莎供应链深度合作。据了解，物美食堂的人员、菜品，包括炒制都是由莎莎供应链负责。

在克服不同业态带来的经营挑战之外，商超要把食堂做好还需要大量的投入。中国商业联合会专家委员会委员、北京商业经济学会常务副会长赖阳表示：“7-Eleven在这方面做得好，是因为背后有大量的投入，其在餐食的口味、配送、还原度上的研究、投入是非常可观的。每一个单品都是基于研究消费者的口味、偏好、制作出来的，同时具备标准化的工艺流程，所以有了很好的口碑和回头客。”

赖阳进一步指出，现在很多超市都在探索各种各样的餐饮，这其中面临的问题在于：如果口味受消费者喜爱，那么有长期的回头客。但如果消费者觉得价格虽便宜，吃两三次之后已经吃腻，那么，恐怕客流会随着时间的推移而逐渐下降。而解决这个问题就需要较大的投入，这对于很多商超来说是个很大的挑战。有的商超选择引进第三方合作伙伴共同经营，这确实可以取长补短。至于合作方在口味的研究、品质把控上的能力如何，也考验着商超筛选合作伙伴的能力。

在艾媒咨询CEO张毅看来，商超的核心还是要回归到商品上面。“对于商超来讲，做餐饮不一定是个必选项，但确实是一个辅助项。长期来看，能不能提供好的、有优势的、有性价比的餐食服务对消费者的驻留至关重要。而更重要的则是商超本身需要进行商品和服务的改革，消费者到商超目的并不是为了吃快餐或者是轻食，还是为了购物，所以重点还是要落在消费者对产品的需求上，在此基础上提供相应的产品。”张毅表示。

“无人机之王”大疆的另类崛起

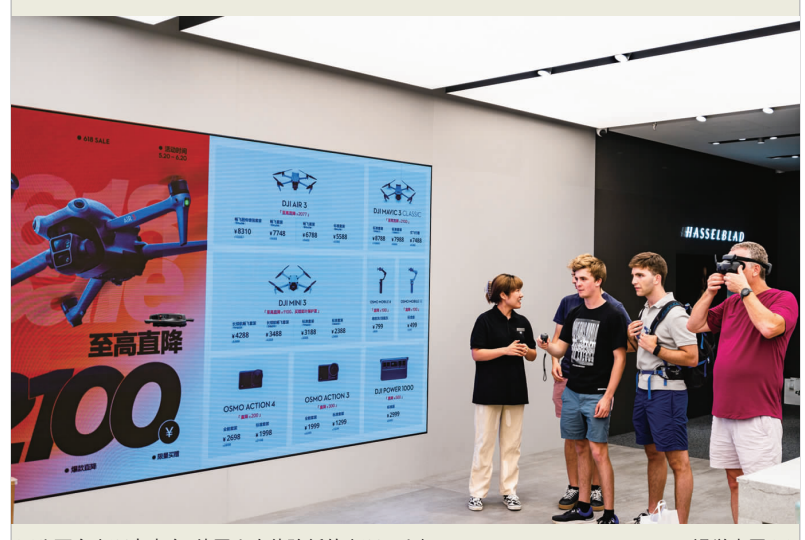
编者按/ 7月31日，商务部、海关总署等发布公告，优化调整无人机出口管制措施，将高精度惯性测量设备增列入管制范围，取消对特定消费级无人机的临时管制。自2024年9月1日起正式实施。

而今年6月，美国众议院曾推出“反制中国无人机法案”，打算禁止中国无人机制造商DJI大疆创新（大疆）的产品在美国运营。不过很快被现实“打脸”，一个月后，美国参议院通过的相关法案中取消了相关禁令。

实际上，美国已多次试图阻止大疆无人机在美国销售，只不过它无惧美国连续多年的各种打压，在美国和全球的市场份额不降反升，反而成就了大疆“无人机之王”的美名。

前瞻产业研究院数据显示，大疆在全球消费级无人机市场所占份额近八成，在全球的民用无人机企业中高居第一。胡润研究院发布的“2023年全球独角兽”排行榜显示，大疆凭借1250亿元的估值在中国企业中排名第九。

一位大学毕业生在二十平方米仓库创立的作坊，何以在短短十多年间成长为全球无人机的霸主，又何以无惧美国的多年打压反而逆势向上？本期商业案例，《中国经营报》记者和你一同走近这家另类的中国科技企业，并探索其不一样的崛起。



图为西安大疆专卖店，外国人在体验新款大疆无人机。 视觉中国/图

1. 强根基

创新文化和高技术壁垒

“它先进得不像一家中国企业，这是一家全世界都在追赶的中国公司。”《华尔街日报》曾这样评价大疆。

那怎么才像一家传统的中国企业？在很多人的传统印象中，中国企业不太擅长0~1的原创式创新，却更擅长1~100的继发式创新和产业落地。比如互联网是美国产生的，但却在中国落地生根和发扬光大，互联网支付和共享模式等都是在中国率先出现并引领全球。

而大疆不是这样的。和大部分中国公司先借鉴、跟随欧美企业的成长路径不同，可以说，是大疆开辟了民用无人机的全新天地，而且以持续不断的创新，引领和定义着民用无人机市场的标准、规则和风潮。从一开始，就是别人模仿大疆。一定意义上，大疆也成了无人机尤其是消费级无人机的代名词。

2014年，美国《时代》杂志评选年度十大科技产品中，大疆的“精灵Phantom 2 Vision+”成功入选。2015年就被评为全球十大最具创新力企业之一，在谷歌、特斯拉之后，排在第三位。2022年，中国智能制造50强名单中，大疆位列第九。

持续领先背后是大疆的创新引领驱动发展模式。公开资料显示，大疆的所有员工中有1/4是研发人员。大疆曾对外表示，每年会拿出利润的15%用于聘用人才和技术研发。坚持自主创新的发展道路使得大疆累积申请专利数量超5800件，在核心技术上拥有核心竞争力。无人机创业公司也绝对绕不开大疆。

大疆不仅开拓了民用无人机的广阔市场，并且具有强大的技术优势，形成深厚的技术壁垒。“对于新兴无人机企业而言，想要分到市场的一块蛋糕，就必须在技术、成本或者价值上有优势。可是，新兴企业没有大疆这样持续的研发投入及吸引人才的能力，而且规模较小，没有稳定的供应链，很难创造出质量稳定的产品和形成价格优势，进而被淘汰出局。”科技产业观察人士王欣对《中国经营报》记者表示。

不用一路追着别人屁股跑，不用担心各种专利限制和大棒，这种飞一般的体验是很多传统中国企业可望而不可即的，大疆做到了。也正因此，大疆可以自信地应对各类打压和专利诉讼。

2020年大疆消费级无人机占美国市场份额达76.1%。美国为限制大疆，企图征收15%关税，要求各方禁止使用。大疆直接反击，涨价13%，让美国消费者自己掏钱，结果在美国市场份额不降反升，一度接近80%。

创始人和团队的性格经历往往会决定整个公司的企业文化，大疆创始人汪滔对航模的热爱和追求，让大疆拥有了对于技术和创新的极致追求，以及“激极尽志，求真品诚”的企业风格。

戴着一副圆框眼镜，留着山羊小胡子，头顶高尔夫球帽，这就是汪滔给人的第一印象。据说他办公室门上写着“只带脑子”“不带情绪”两行字，他是一位言辞激烈却很理性的领导，每周工作80多个小时，办公桌旁边放着一张单人床。

出生于1980年的汪滔，从小学开始就对天空和航模很痴迷，他将大部分时间都花在与科普和航模有关的读物上。大三时汪滔从华东师范大学退学，只因这与其造直升机的梦想越来越远。此后在香港科技大学上学时，为了开发一套直升机飞行控制系统，汪滔全力以赴，甚至不惜逃课，还熬夜到凌晨五点。

2006年他和自己的两位同学来到电子产业生产基地深圳，在一间不足二十平方米的民房仓库里创办了自己热爱的航模飞行器公司——大疆。

由于缺乏清晰的愿景规划，加之汪滔很强的个性，其一旦有了想法就不分时间地点想要员工立刻实施，而且总是要求别人一下子就做好一件事，在创立两年后，大疆创始团队的所有成员几乎都离开了。汪滔表示，当时他可能是一个“不招人待见的完美主义者”。

“从一开始的课题不被看好到创业时遭遇员工集体离职以及盗窃研究成果等一系列打击，他都没有放弃，他的决心和韧劲不是一般人所能比拟的，他的成功决不是偶然或运气好。”一位接近大疆的产业人士对记者表示，同时目光长远的他，并不满足于眼前的利益和竞争，而能及时瞄准更宽广的天地。

大疆的产品想要达到的是汪滔所说日本手工艺品的那种完美度。在汪滔看来，真正美的事物极具感染力。

“大疆或许会成为第一家引领全行业发展潮流的中国企业。”王欣表示。正是由于大疆在无人机领域的强势地位，有媒体也将大疆与苹果公司相提并论。

正如苹果乔布斯率先推出iPhone，将手机从功能机时代推进到现在的智能机时代，大疆推出的无人机产品让无人机飞入寻常百姓家，不仅脱离了此前无人机的单纯的军事属性，而且将动辄几万元的昂贵价格拉到了消费者普遍接受的千元水平。

“如今消费者到美国最大的电子零售商百思买（BestBuy）挑选无人机时，绝大多数都会选择进口的大疆，就像我们中国人乐于购买苹果手机一样，这一点让我觉得非常扬眉吐气。”汪滔表示。

2. 攻市场

敏锐洞察和引领风潮

早在1898年，飞机诞生前5年，就有科学家提出，未来可以通过遥控或者自动控制，让飞行器自动为人类完成任务。此后很长一段时间里，从空袭、侦察到干扰，无人机一直在军事领域发光发热。相比之下，在大疆之前，民用无人机市场几乎是空白。

大疆之前的无人机市场，是少数人的专属，而定制的无人机动辄数万元，也是一个与大众无关的冷门领域。因此，如果能做出到手即飞的产品，走标准化和规模化的道路，对于行业将是颠覆性的创新。

不少同行比如法国Parrot公司也看到了这个机遇，甚至行动更早。2010年，第一台消费级无人机AR.DRONE问世。Parrot的商业嗅觉敏锐，并清晰地了解市场痛点在于价格不亲民和操作太复杂，AR.DRONE最大卖点就是可以用手机或平板来操控，操作界面也很简单，这让其声名鹊起，苹果公司都主动要求将Parrot的产品收录到App Store销售。

不过，Parrot始终认为消费者的需求是娱乐，因此其策略是不断向下：更便携、更亲民、更好玩……旗舰航拍无人机Bebop Drone仅380g，Minidrones迷你无人机的重量仅56g。而大疆的策略则是不断向上：更强的性能、更长的续航、更高清的拍摄……对此，汪滔曾有一个形象的比喻：“大疆是把一种性能非常高的专业级产品做到了大多数人可以接受的价位上，而竞争对手更多是从玩具的角度出发，给飞行玩具加了一个摄像机。”

这样做的结果是，在消费级市场，Parrot做的更像是有趣的无人机玩具，而大疆则是专业的无人机产品，从而无形间形成降维打击，因为对无人机玩家来说，更专业强大的无人机拿来当玩具，玩起来更炫酷和好玩。何况是动辄几千上万元的无人机产品，的确需要完成更多的实际功能，让消费者觉得物有所值。

时间和市场验证了这点。在大疆精灵Phantom 1发布四年后，Parrot财报显示，无人机部门收入不及预期，将裁掉三分之一的员工。此后，Parrot便逐渐退出了消费级无人机市场。

德国的MikroKopter公司是多旋翼无人机的先行者，不过想要获得它们的产品得自己找到相应的零件，用飞控板、机架脚架、自锁电机、遥控器等各种零部件，去自行组装航模，这对消费者来说太麻烦了，把大多数人都挡在了门外。

而大疆的无人机不仅是完整的无人机产品，更是一套系统的解决方案和生态体系，大疆的产品不仅是无人机，还有稳定器；也不只是摄影机，而是一套完整的影视解决方案，消费者开箱即可用、上手即能飞。

“深刻洞察消费者的潜在需求，以消费者为中心开发出他们愿意买、买得起和值得买的产品。”王欣认为这就是大疆无人机能撬动市场的关键。

给消费者带来福音的大疆很快就得到了市场的回报。

2010年，在全球著名的航模爱好者论坛DIY Drones上，很多网友开始讨论多旋翼飞控。汪滔敏锐感觉到这个商机，及时调整策略，将大疆定位于一家专门提供商业用途成品飞行控制的公司，也正是这个决定让大疆开始从只有一二十人的小作坊逐渐转变成无人机市场的领头羊。

汪滔还是一个很有危机感的人，虽然大疆已经在专业级航拍市场中成为NO.1，但他又把目光瞄准了低端市场。那时大家已开始在专业无人机市场竞争，而普通消费者的市场还是空白。依托多年来的无人机技术和成熟的供应链，汪滔决定研发一款消费级的无人机整机。大疆在2013年1月推出具备划时代意义的“大疆精灵Phantom 1”，这是全球首款消费级航拍一体无人机，作为消费级无人机的开拓者，大疆迅速成为行业第一。

面对大疆高技术壁垒和市场优势，后来者都会选择一个更新的领域切入。比如零度智控2016年推出了小型无人机“DOBBY”，避开了当时大疆主打的“精灵Phantom”系列无人机。在零度智控的设想中，DOBBY依靠低廉的价格降低消费者入手门槛，的确，DOBBY刚一上架，销量很快就过了10万。

不过同年9月，大疆就迅速推出了“御Mavic”系列。和DOBBY一样，御Mavic也走轻便路线，机身能够折叠，重量仅734克。虽然御Mavic体积较大、价格也较高，但在续航、图传和飞控上优势突出，DOBBY很快败下阵来，如今在淘宝上搜索DOBBY，只能搜出一堆零食产品了。

“在消费者看来，有限的便携优势并不能抵消性能的落后部分。大疆的这种以技术为底蕴，快速进行产品迭代的能力市场上无人可及。”无人机产业从业者杨凯对记者表示，大疆对产品与市场的高度敏锐以及先发优势，使其对后来的“挑战者”形成了极大的优势。

零度智控只能将重点转向行业无人机市场，专注于安防、测绘、巡检和物流等的解决方案。3D Robotics、亿航、道通智能、极飞等国内外无人机厂商在与大疆的同台竞技中，同样因为类似的原因先后退出了消费级无人机市场。

杨凯认为，大疆能够统治消费级无人机市场，主要是因为它在面对众多挑战者时，能够依托自身技术上的优势，迅速推出相应竞品，并更好地解决消费者痛点，从而获得商业上的成功。

3. 厚基石

扎实的产业链底座

《日经》新闻与专业机构曾对大疆Mavic Air 2进行过拆解，其最新低端机型的价格约为750美元。拆解结果显示，这个无人机的成本约为135美元，该模型的组件成本约为零售价的20%。

拆解还发现，大疆无人机成本低廉的原因在于其230多种零部件中，约80%是容易获取的通用零部件，且大疆无人机产品中，成本超过10美元的零部件只有电池和摄像头。一家日本无人机制造商的一位高管说：“我们制造一台具有相同功能的产品，仅是材料方面的成本，就是大疆的两倍。”

作为行业的开拓者和市场霸主，和苹果类似，大疆对整个无人机上下游产业链有着很强的把控力，因为和大疆合作不仅意味着大量稳定的市场需求，也可以借助大疆的品牌实力来获得消费者和行业的认可。

也就是说大疆已经打造了自己完整、优势突出的供应链。或者说，是优秀的国内电子产业供应链支撑起了大疆的高质低价。

提到深圳电子产业，很容易就想起华强北市场。实际上，大疆也是依拖这个种类丰富而廉价的电子元器件聚集地发展起来的。

从20世纪90年代起，深圳及周边的珠三角电子产业就十分发达，生产的消费电子产品不可胜数，并经历了好几波浪潮，最典型的如固定电话、MP3、DVD等。而2010年后则迎来了手机的时代，仅设计公司就有500多家，系统集成商2000多家。

珠三角各个地市区都有各自的优势产业，形成了错综复杂的供应链网络和产业链协调、交货期高度配合的产业集群，高效的配合和时空大大压缩，以及激烈的竞争，在保证品质的前提下成本不断被压低。

“在华强北及周边的珠三角电子市场里，由于手机、手表等各类电子产业发达，加速度传感器、陀螺仪，包括GPS，成本都大大降低。”华强北一位经营相关产业摊位老板林峰告诉记者，这些无人机基本配件，一开始成本可能要五六千元，现在这些东西加在一起可能成本几百元就搞定了，所以动辄数万元的无人机才能降到千元水平。

为此，大疆的产品有着很高的性价比，哪怕是普通的消费者包括大学生也能够买得起无人机。

深圳及其背后的珠三角电子产业集群不仅孕育了大疆，更形成了全球最大的无人机产业基地。相关数据显示，深圳就有1500余家无人机企业，产值近600亿元，消费级无人机占全球74%的市场份额，工业级无人机占全球50%的市场份额，是名副其实的“无人机之都”。

天时地利人和兼具的大疆无意外地登顶了全球无人机市场。不过大疆也远不能高枕无忧。

IDC预计，2023年无人机市场的整体规模仅约为334.1亿美元，具体到大疆主要营收来源的消费级无人机市场就更少了，意味着即便大疆把市场份额全部吃掉，最后其体量和企业规模也有限。汪滔坦言：“无人机市场终究是一个小众的市场，永远不可能成为有海量用户的市场。”

同时，大疆还需要面对全球无人机厂商Parrot以及众多中国本土厂商的挑战，它们都渴望从规模不断壮大的消费级无人机市场分一杯羹。

因此，大疆近些年业务拓展的动作不断。2015年大疆就已经开始发力行业无人机市场，涉足农业、新闻、消防、救援、遥感测绘等行业，并不断地融入新的行业应用。

2016年大疆还成立了自动驾驶团队，并在2019年建立首个车规级智能制造中心并明确了一级供应商的定位；2019年6月份，大疆推出了首款教育机器。近年来，大疆还向手持摄影设备、户外电源等领域扩张，不过在这些领域，大疆都面临着激烈的竞争。

面对即将到来的市场天花板，或将成为阻碍大疆发展的一大壁垒，未来大疆将会飞向哪里？依然充满变数。

无论如何，大疆在无人机技术领域的成就，不仅仅是中国科技企业的骄傲，更是全球科技企业的一面旗帜。大疆的崛起之路，为中国企业走向世界提供了重要的经验和启示，也为全球科技企业的发展提供了新的思路和方向。

观察

大疆样本

大疆的特立独行是方方面面的，作为中国科技企业中最能打最能赚的企业之一，此前大疆的营收八成来自海外且集中在欧美发达国家，技术和市场的步步领先让它无惧美国的持续打压而逆势向上。

点开大疆的官网会发现，大疆的目标是为世界带来全新视角、重塑人们的生产和生活方式、培养社会的科技创新力量；大疆的使命是“让生命更丰富”，致力于将科技与文明的力量和每个人的生命紧密相连；大疆的愿景是致力于成为持续推动人类文明进步的科技公司。

在这里，大疆自信得像个少年得志的侠客，带着三分舍我其谁的自信霸气，三分时代责任我来担当的书生意气，以及三分不知天高地厚的“孩子气”。

正如大疆官网简介里所说的，大疆就是个敢于说真话的孩子。“这里由一群从不妥协、极富洞见、坚持梦想的人聚合而成。我们坚信实干而非投机，坚信梦想而非功利。我们愿意做困难但真正有价值的事，从创始之初至今从未改变。大疆是一个创新的乌托邦，是大疆人实现梦想超越自我的精神家园。”

但如果你认为大疆只有宏大的理想和意气那就错了，实际上，大疆崛起的背后，是对消费者需求的深刻洞察和把握，是对技术的孜孜追求和很高的技术壁垒优势，背后依托的是珠三角乃至中国的最全的电子产业供应链，迎面赶上的全球消费电子的时代浪潮。

相比于其竞争对手，大疆拥有技术水平更高、成本更低这两大“护城河”。而且随着十余年品牌的沉淀，我们一提起无人机第一反应就是大疆，这就是品牌的魔力。

在全球市场的竞争中，大疆无人机依靠其技术实力和优质服务的口碑积累，赢得了消费者的信任和认可。不仅如此，大疆还通过建立全球服务网络、提供及时响应的技术支持等方式，为用户提供全面的服务保障，进一步提升了品牌形象和市场占有率。

我们欣喜地看到，中国新生代的企业很多都是生而全球的，无论是科技企业标杆的大疆，还是互联网企业代表的SHIEN和TikTok，从最开始的“三来一补”和加工出口到服装玩具、电子产业的外贸订单，再到如今的高科技及软件产品的出口和技术、产业模式的输出，这代表着中国新一代创业者的视野更加地开阔，代表着中国企业市场发展空间更加地广阔，也代表着中国企业和产业未来发展和升级的重要方向。

无论如何，大疆让我们看到了中国企业和创业者们的更多面，大疆的崛起让我们看到了企业和人生乃至家国的更多可能性。我们很欣喜地看到这种多样性和丰富性。

正如汪滔所说的，“事实上，没有不需要埋头苦干就能获得的成功，没有只靠夸夸其谈就能成就的事业，没有从天而降的高科技产品。追求卓越，需要无数苦思冥想的深夜，需要愿意向前一步的担当，更需要敢于大声说出真相的勇气。我们的经历证明，那些不去曲意逢迎、不去投机取巧的人，那些始终踏实做事、不断磨砺心性的人，终将洞见时代机遇，并最终改变世界。”

本版文章均由本报记者吴清采写