

8月经济数据超预期回升 三季度GDP有望达5% NA2

## “指尖”上的亚运会

NB1



## 酱香拿铁:创新制造需求

商业案例 NB4

2023年9月4日,贵州茅台与瑞幸咖啡联名咖啡“酱香拿铁”(编者:亦称茅台咖啡,下同)开卖,迅速火爆出圈,出道即巅峰。当天,“瑞幸回应喝茅台联名咖啡能否开车”“满杯茅台去咖啡液”等多个相关话题迅速冲上微博热搜。

与此同时,经过一天的刷屏,酱香拿铁刷新瑞幸咖啡单品纪录,这应该也是国内饮品单品的纪录,单品首日销量突破542万杯,销售额突破1亿元,实现品牌营销和经济收益双丰收。

热点加持下,贵州茅台当日



那么酱香拿铁这么香?茅台咖啡,何以引爆全网,成为全民现象级的产品?本期商业案例,

《中国经营报》记者采访多位业内人士,解析酱香拿铁爆火出圈背后的魔力。

社评

## 研发经费投入站上新台阶 使用效率也要跟上来

日前,国家统计局、科学技术部和财政部联合发布了《2022年全国科技经费投入统计公报》(以下简称《公报》)。《公报》显示,2022年,我国研究与试验发展(R&D)经费投入继续保持较快增长,投入强度持续提升,国家财政科技支出稳步增加,R&D经费总量和基础研发投入双双迈上新台阶。

《公报》数据显示,2022年中国R&D经费投入总量突破3万亿元,达到30782.9亿元,比上年增长10.1%,延续较快增长势头。公开信息显示,中国R&D经费从1万亿元提高到2万亿元用时8年,从2万亿元提高到3万亿元仅用时4年,说明近年来加快实施创新驱动发展战略取得了明显成效。而在更能代表研发经费投入水平的投入强度指标上,2022年中国R&D经费投入强度(R&D经费与GDP之比)为2.54%,比上年提高0.11个百分点,提升幅度为近10年来第二高。这一投入强度水平在世界上位列第13位,介于欧盟(2.2%)和OECD(经合组织)国家(2.7%)平均水平之间。

在近几年备受关注的基础研究方面,2022年中国基础研究经费增速比R&D经费快1.3个百分点,继续保持较快增长,并且总量首次突破2000亿元。这说明基础研究获得了更多的资金支持,与一些关键技术的突破和一批战略性新兴

产业的壮大,形成了投入—产出的呼应。同时,作为科技创新主力军的企业,R&D经费高达23878.6亿元,比上年增长11.0%,在R&D活动的三大执行主体(另外两个是政府属研究机构和高等学校)中增速最快,对R&D经费增长的贡献达到84.0%,比上年提升4.6个百分点,表明企业的创新主体地位进一步巩固。

在遭受疫情等多种不确定性因素的影响下,能够有这样的表现,可以说是非常不易,也再次表明中国企业在创新投入上的韧性。

总体看,随着科技创新之于经济社会整体发展的重要性不断提升,中国科研经费的投入规模保持了较快增长,顺应了经济社会创新发展的需要,为创新型国家建设提供了有力支撑。但是,在科研经费投入规模和强度站上新台阶的同时,科研经费投入的使用效率偏低、结构失衡等老问题,依然需要解决。

前不久,某地审计厅发布的2022年度审计报告显示,当地9所高校的科研成果转化率低于1%。其中一所高校在2020年至2022年期间实施了862项科研项目,总经费达到1.31亿元,却没有一项成果成功实现产业化。这样的案例或许不具有普遍性,但一些领域科技成果转化率不高却是事实。

今年全国两会期间,就有人大代表指出,高校和科研院所科技成果产业

化率低,成为当前制约我国科技成果转化的“瓶颈”,因此建议完善法规体系破解科技成果转化瓶颈,着力破解科研人员职务成果“不敢转”“无法转”等问题,进一步畅通校企、企企、政企合作机制。

科研经费腐败问题,也是蚕食科研投入效率的一个不容忽视的问题。有媒体检索中国裁判文书网发现,从2013年到2016年,与科研经费相关的案件呈递增趋势。而从大量现实案例来看,违规套取科研经费,把科研费异化为采购费、“关系费”的情况,在一些领域并不罕见。

也就是说,庞大的科研经费投入中,部分科研经费实际遭遇了“非科研化”,并未真正用在刀刃上。此外,科研经费预算脱离科研活动实际需求,拨付时间滞后等问题,也影响到科研效率。可以说,一方面更加明晰科研经费监管“红线”,强化经费使用上的监督、审计,有效堵住“跑冒滴漏”,一方面通过优化科研经费的分配管理,为创新主体和科研人员“松绑”,让经费的拨付和考核更加匹配科研活动的规律,对于提升科研经费使用效率缺一不可。

优化科研经费投入结构,是另一个必须重视的问题。如从投入主体来看,当前企业科研经费投入在总收入中占据明显优势,而国家财政科技支出规模不到企业的一半。并且,地方财政科技支出占到近七成,央地之间在科技资金投入方面的权责不清、

交叉重复等问题仍比较突出。在当前地方财政承压的情况下,如何确保财政科技投入继续实现“只增不减”的目标,并充分保障一些全局性、基础性、长远性的科技创新需求得到满足,改变这一状况更显迫切性。2019年国务院办公厅出台的《科技领域中央与地方财政事权和支出责任划分改革方案》已在制度层面作出回应,当前需要加快落实。

从分配情况来看,现有财政科技经费配置以竞争性项目为主,而更需要稳定资金支持的基础研究经费虽然近年有了较快的增长,但占比仍仅有6.57%,总量相对不足的问题还需要根本性解决。此外,还有政协委员指出,要探索建立基础研究青年人才的遴选、培养和长期稳定支持机制,给予青年研究者更多的经费保障。同时,考虑到企业是科技创新主体,要确保科研经费投入的稳增长、可持续,还应多管齐下,持续提升企业在研发投入上的信心。这既需要通过加大研发费用加计扣除等政策来鼓励企业的投入积极性,也有赖于构建良好的发展环境,让企业有稳定的发展预期。

总之,在研发经费投入规模实现跃升后,也要更加重视通过优化体制机制,提升资金使用效率。因为只有投入和转化率共同提升,才能实现投入价值的最大化,也才能为社会创新发展注入更强大的动力。

## 本期热词

## 封闭式理财

亦有分析人士指出,长期投资策略通常涉及更广泛的资产组合和分散风险,能够降低投资组合受到市场波动的冲击,高质量发展的资本市场上产生的财富效应也将吸引个人投资者转向投资长期化。

迎合稳健需求 封闭式理财走俏 NB2

## 小红书商化

过去一年半,小红书购买用户数增长了12倍。与此同时,它的不同面孔被投射出来:美妆、时尚、知名媛,是它精致的一面;食谱、飞盘、如何做凉皮,是它有用的一面……当然,还有小红书想要撕掉的一面:照骗、滤镜以及爱晒的虚荣心。

小红书商业化进阶之路能跑通吗? NB1

## 比亚迪“出海”

“比亚迪构建了电池、电机、电控等新能源核心技术优势,并通过设计、研发、制造、销售、售后服务闭环实现全产业链布局,并不断强化供应链的韧性,在近几年实现了澳大利亚、新加坡、泰国、日本、巴西、哥伦比亚、德国、荷兰等50多个国家和地区的乘用车出海业务布局。”

比亚迪“出海记” NB7

## “泼天的富贵”

随着国货品牌蜂花在李佳琦相关视频下留言“可以捡粉丝吗?”国货品牌纷纷蹭此热点,向用户展示老国货的物美价廉。热度之下,有品牌产品售罄,还有品牌在数日间涨价百万,这被网友形容为“泼天的富贵”。

“泼天富贵”之后 老国货如何长红? NB1

## 经济大势

A1~A4

发改委民营经济发展局推介4800个项目 A3  
财政支出节奏明显提速 ..... A4  
前8月民生基建预期改善

## 营商环境

B1~B16

科创金融升温: ..... B4  
银行实施“尽职免责”优化组织架构  
锚定数实深度融合 ..... B6  
产业数字金融探索创新  
巨量资金潜入:险资大手笔加仓ETF ..... B8  
“赛事经济”加速产业转型升级 ..... B9  
杭州亚运会释放高质量发展活力  
江苏南京亮出楼市政策调整“组合拳”... B11  
“降首付比、降利率”利好政策密集出台 B12  
西安楼市信心回暖  
中珠医疗投资数亿元的医院“待开业”... B14

## 智在公司

C1~C8

百度联盟变革布局 ..... C2  
大模型时代流量将重新分配?  
iPhone15新充电线一米145元 ..... C3  
客服仍建议使用官方配件  
错峰游抢跑“超级黄金周” ..... C4  
OTA平台抢抓机遇促消费  
电费上涨的背后: ..... C5  
汽车充电市场有望迎来千亿规模

## 消费连锁

D1~D4

子品牌“羊肉风波”殃及巴奴: ..... D2  
受冲击的“产品主义”  
中秋将至消费迎增长 ..... D3  
市场逐步回归理性



中经传媒智库



本报官方订阅微店



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



# 发改委民营经济发展局推介4800个项目

本报记者 索寒雪 北京报道

2023年9月20日，国新办举行国务院政策例行吹风会，国家发改

## 民营经济发展局收到民企反馈问题

针对近期民营企业提出的建议诉求，国家发改委统筹各部门合力，尽快形成可落地、能见效的政策举措，督促重点任务尽快取得实质性进展。

7月19日，中共中央、国务院印发《关于促进民营经济发展壮大的意见》以来，国家发改委会同有关方面坚决抓好贯彻落实，围绕优化发展环境、加强要素支撑、强化法治保障等重点领域，出台配套举措。

近日，中央编办正式批复在国家发改委内部设立民营经济发展局。该部门作为促进民营经济发展壮大的专门机构，将加强相关领域政策统筹协调，推动各项重大举措早落地、早见效。

《中国经营报》记者了解到，民营经济发展局设立后，首先建立完善了与民营企业常态化沟通交流机制。

国家发改委主要负责人多次主持召开民营企业家座谈会，邀请不同行业、不同地区、不同类型民营企业家，听取企业经营发展的真实情况、面临的困难问题和相关政策建议。其他负责同志及相关司局多次通过调研、座谈等方式听取民营企业家意见。

“可以说是举全委之力。”丛亮说，“在沟通交流中，企业提出了很多针对性诉求和建设性建议，其中既有促进民营企业发展的共性需求，也有加大对重点行业、重点领域支持力度的热切期待。对于这些诉求建议，我们通过建立台账、逐项研究、定期调度等方式，点面结合协调解决问题，推动出台务实举措。”

一位参加过政府部门座谈会的农资企业负责人向记者表示，“我们参加座谈会，会提出自己的想法，寻求政策上的支持。这种座谈形式，可以谈一些比较实际的问题，比如，

## 改善外资营商环境

要完善境外投资法律政策和服务保障体系，提升参与国际循环的能力和水平。

民间资本获得关注的同时，国家发改委还在持续改善外资的营商环境，建设更高水平开放型经济新体制。

“我们要以更大力度放宽外资市场准入，全面优化外商投资环境，充分发挥我国综合优势，以国内大循环吸引全球资源要素。”丛亮表示。

为全面贯彻党的二十大精神，根据党中央、国务院决策部署，国家发改委会同有关方面研究起草了《关于建设更高水平开放型经济新体制促进构建新发展格局的意见》，已经中央全面深化改革委员会第二次会议审议通过。关于如何建设更高水平开放型经济新体制，中央全面深化改革委员会第二次会议已作

副主任丛亮表示，新成立的民营经济发展局组织各地梳理重大项目、产业项目、特许经营项目等3张项目清单，已向民间资本推介4800

余个项目、总投资约5.27万亿元，相关项目重点分布在城建、农业、旅游、公路、水路港口等领域。

此外，他还表示，中国要以更大

力度放宽外资市场准入，全面优化外商投资环境，充分发挥我国综合优势，以国内大循环吸引全球资源要素。



国家发改委民营经济发展局推介的4800余个项目，总投资约5.27万亿元，相关项目重点分布在城建、农业、旅游、公路、水路港口等领域。  
视觉中国/图

很多企业都希望走出去，政府能够给予政策支持。”

此外，记者了解到，国家发改委曾经联合相关部门对80多家民营企业进行投资培训，内容包括工程角度和资金方面需要重视的问题，以及未来的规划。

为加紧加快向民间资本推介项目，国家发改委建立并正式上线向民间资本推介项目平台，组织各地梳理重大项目、产业项目、特许经营项目等3张项目清单，已向民间资本推介4800余个项目、总投资约5.27万亿元，相关项目重点分布在城建、农业、旅游、公路、水路港口等

领域。再如，国家发改委切实畅通民间投资问题反映渠道。

“针对民营企业在项目前期工作、推进项目实施等过程中遇到的具体问题，我们在全国投资项目在线审批监管平台上线了‘民间投资问题反映专栏’，这几天已收到一些民营企业反馈的问题线索。我们将建立健全问题‘收集—办理—反馈’闭环机制，对企业反映集中的项目前期手续等共性问题，推动有关方面抓紧做好制度政策‘立改废释’工作。”丛亮说。

针对近期民营企业提出的建议诉求，丛亮表示，国家发改委统筹各

部门合力，尽快形成可落地、能见效的政策举措，督促重点任务尽快取得实质性进展。

国家发改委强化民营经济发展形势监测分析，建立民营经济统计监测指标体系，形成有代表性的民营企业样本库，对民营经济发展中的重大苗头性、倾向性问题开展早研究、早预警。

国家发改委建立民营经济问题及政策建议的收集、转办、跟踪、反馈机制，及时回应民营企业关切，积极协调推进解决民营经济发展中遇到的重大问题，以更扎实、更有效的作为推动民营经济高质量发展。

出重要部署。

“要完善境外投资法律政策和服务保障体系，提升参与国际循环的能力和水平。推动贸易创新协调发展，促进国内市场和国际市场高效联通。深化金融领域市场化改革，构建安全开放、竞争有序的投融资体系。同时，深化创新开放合作，助力建设支撑新发展格局的创新体系和创新生态。”他表示。

对外资企业而言，投资中国，依旧充满热情。

国际粮商嘉吉今年6月就有4家工厂在华集中开业。其中，嘉吉全球首家风味糖浆生产基地在浙江平湖落成，达产后可年产5万吨小包装风味糖浆，产值3亿元，还

在上海、北京设有创新中心，以更好地支持中国客户的减糖需求和业务增长。

建设更高水平开放型经济新体制，需要高水平社会主义市场经济体制的制度环境来保障，需要强有力地改革作为支撑。

“要以制度型开放为重点，稳步推进相关重点领域改革，高水平对接国际经贸规则。同时，紧密衔接高质量共建‘一带一路’，积极参与全球治理体系改革和建设。”丛亮说。

跨境贸易数字服务公司、新加坡首个“单一窗口”的建设方新加坡劲升逻辑就是抓住“一带一路”机会，拓展中国市场的企业之一。“在华发展历程中，我们认识到中国市

场的发展潜力和发展能力。对此，我们坚持技术创新，不断突破行业技术壁垒，优化产品、解决方案和服务能力，依托我们首创的‘全方位贸易’服务范式，持续赋能跨境贸易供应链中的利益相关者，包括政府管理部门、企业和进出口监管组织机构等，助力他们轻松应对贸易挑战和问题，简化贸易流程，增强贸易竞争力，开启建设新阶段。”劲升逻辑东北亚、东盟及中亚区域副总裁黄志强表示。

丛亮表示，“下一步，国家发改委将认真贯彻落实党中央、国务院决策部署，积极主动、加快推进更高水平开放型经济新体制建设，助力构建新发展格局。”

**民政部：推进第三次分配与初次分配、再分配制度协调配套**

本报记者 索寒雪 北京报道

9月12日，国新办举行了“权威部门话开局”系列主题新闻发布会，

## 抓好慈善法修订

党的二十大报告指出，“构建初次分配、再分配、第三次分配协调配套的制度体系”，强调要“引导、支持有意愿有能力的企业、社会组织和个人参与公益慈善事业”，“这为公益慈善事业发展指明了方向。”唐登杰说，“公益慈善事业是一种具有广泛群众性的道德实践，是社会文明进步的重要标志。社会对公益慈善事业关注度越来越高，参与度也越来越高。”

据统计，目前我国登记认定的

民政部部长唐登杰表示，民政部将“加强制度建设，抓好慈善法修订以及配套政策完善工作，促进第三次分配与初次分配、再分配制度协调

配套”。

第三次分配有别于初次分配的劳动报酬所得和二次分配的税收调节，三次分配是指公益救助和慈善

事业。慈善事业作为第三次分配的主要方式，是对初次分配和再分配的重要补充，应共同发挥好促进共同富裕的积极作用。

慈善组织超过1.3万家；慈善捐赠规模稳步增长；慈善制度不断健全，公益慈善文化更加深入人心；公益慈善力量在脱贫攻坚、疫情防控、乡村振兴以及科教文卫、生态保护、应急救援等多个方面都发挥了积极作用。

今年9月5日，是第八个“中华慈善日”，民政部在人民大会堂隆重举行了第十二届“中华慈善奖”表彰大会，表彰了一批慈善项目、慈善楷模、爱心企业、爱心个人和

爱心团队。

民政部将深入学习贯彻党的二十大精神，持续推动中国特色慈善事业高质量发展。

“坚持慈善事业发展的正确方向。”唐登杰说，“坚持和加强党的全面领导，坚持以人民为中心，引导公益慈善力量响应党的号召，发挥积极作用，确保正确方向。坚持以最需要帮助的特殊困难群众为重点，推进公益慈善资源及时准确地惠及各类困难群众，助力实现共同富

裕。加强制度建设，抓好慈善法修订以及配套政策完善工作，促进第三次分配与初次分配、再分配制度协调配套。”

民政部联合国家发改委制定的《“十四五”民政事业发展规划》指出，积极发挥慈善在第三次分配中的重要作用，并配合全国人大常委会开展《中华人民共和国慈善法》修改工作，出台关于发挥第三次分配作用进一步促进慈善事业健康发展的政策措施。

落实慈善法规定的税收优惠、购买服务、用地、金融等支持政策，以促进包括教育在内的慈善活动的发展。

唐登杰表示，“将积极引导支持有意愿有能力的企业、社会组织和个人参与公益慈善事业。弘扬守望相助、扶危济困的中华民族传统美德，用好重要节日、慈善表彰等载

体，发挥先进典型的示范作用，进一步激发全社会支持和参与公益慈善事业的热情。鼓励各地丰富参与形式，拓宽参与渠道，加强数字技术在慈善领域的应用，加快形成人人慈善、随手公益的生动局面。”

针对加强慈善事业监管，着力推进阳光慈善，他表示，加强慈善组

织党的领导和党的建设。规范慈善组织内部治理、行业自律，建立健全现代慈善组织体系。实施“阳光慈善”工程，鼓励社会公众和各类媒体对慈善进行监督，促进各类慈善组织全面、真实、准确地公开信息，加强慈善活动全过程监管，提升公益慈善事业的透明度和公信力。

# 央行邹澜：推动存量房贷利率调整工作平稳有序落地

本报记者 谭志娟 北京报道

战，巩固经济回升向好态势。”谈及货币政策近期在支持经济发展方面做的努力，9月20日，中国人民银行货币政策司司长邹澜在国新办举行的经济形势和政策国务院政策例行吹风会上如此表示。

邹澜同时指出，货币政策应对超预期挑战和变化仍然有充足的政策空间。人民银行将继续精准有力实施好稳健的货币政策，加强逆周期调节和政策储备，以高质量金融服务助力高质量发展。

## 应对超预期挑战和变化仍然有充足的政策空间

人民银行将继续精准有力实施好稳健的货币政策，加强逆周期调节和政策储备，以高质量金融服务助力高质量发展。

据邹澜介绍，首先，在总量上，保持流动性和货币信贷处于合理水平。继3月降准后，在经济回升接力的关键时刻，9月14日再次宣布降准0.25个百分点，同时维持中期借贷便利超额续作，引导金融机构稳固信贷投放，9月中旬公开市场操作及时提供跨季资金，保持银行体系流动性合理充裕，持续营造适宜的货币金融环境。

其次，在结构上，精准滴灌强化重点领域支持。适时对多项结构性工具延期或展期，加大对普惠、科创、绿色等重点领域的支持；加大金融支持民企发展力度，满足民企多元化融资需求。房地产金融政策适时调整优化，在配合做好“认房不认贷”的基础上，推动降低首付比。

最后，在价格上，以我为主做好内外均衡。6月、8月公开市场操作利率、中期借贷便利利率分别合计下降20个、25个基点，带动贷款利率降至历史低位；降低二套房利率下限和存量首套房利率，指导金融机构合理调降中长期定期存款利率，促进储蓄向消费、投资转化。积极应对人民币汇率变动，稳定市场预期。

邹澜认为，货币信贷政策成效初步显现。一是经济物价平稳。8月工业、消费等指标较上月明显好转；物价触底回升，CPI同比由负转正，PPI降幅持续收窄。二是融资总量足够。8月贷款在高基数

## 推动存量房贷利率调整工作平稳有序落地

预计超过九成符合条件的借款人可在第一时间充分享受政策红利，其他借款人的存量房贷利率也将在10月底前完成调整。

邹澜表示：“近年来，我国房地产市场供求关系发生了重大变化，借款人可以从9月25日起向银行提出申请并提供证明材料，银行将对审核通过的业务进行批量调整。大部分符合要求的存量首套房贷利率将降至报价利率，2022年5月以后的将降至报价利率减20个基点，直接下调至政策下限。中小银行也在陆续参照国有银行制定并发布实施细则。预计超过九成符合条件的借款人可在第一时间充分享受政策红利，其他借款人的存量房贷利率也将在10月底前完成调整。”

邹澜还称，降低存量房贷利率，据了解已在积极有效推进。考虑到房贷存续期最长可达30年，而且不同贷款的时间、地域、个体差异较大，政策公布后，与主要银行保持了密切沟通，指导银行按照市场化、法治化原则，细化政策落地方案，尽可能为借款人提供便利。

据邹澜介绍，9月7日，四家国有大行发布公告，对于参考贷款市场报价利率定价的存量浮动利率首套房贷，明确将于9月25日，也就是政策实施首日，主动批量调整利率，整个过程不需要借款人操

作。对于“二套转首套”等其他情况，借款人可以从9月25日起向银行提出申请并提供证明材料，银行将对审核通过的业务进行批量调整。大部分符合要求的存量首套房贷利率将降至报价利率，2022年5月以后的将降至报价利率减20个基点，直接下调至政策下限。中小银行也在陆续参照国有银行制定并发布实施细则。预计超过九成符合条件的借款人可在第一时间充分享受政策红利，其他借款人的存量房贷利率也将在10月底前完成调整。

对于存量房贷利率，邹澜表示：“存量房贷利率的降低可以节约居民利息负担，显著增强消费能力。本次政策调整利好是中长期的，可持续为近几年较高利率贷款买房的家庭减少支出，支持提升居民消费能力，有效促进消费增长。”

邹澜还指出：“下一步，人

民银行将继续密切关注市场动态，维护好市场竞争秩序，推动存量房贷利率调整工作平稳有序落地。”

# 财政支出节奏明显提速 前8月民生基建预期改善

本报记者 杜丽娟 北京报道

随着8月份财政收支数据的出炉,积极财政政策加力提效的信号逐渐明显。财政部最新数据显示,

## 支出增速超预期

从过去两年的平均视角看,8月教育、社保就业、卫生健康这三项支出的增速分别达到7.3%、16.4%、8.4%,这一水平显著高于财政整体支出增速的6.4%,预计四季度财政支出有望继续保持较高增速。

在经济持续恢复的推动下,8月份的财政支出节奏有所加快。从支出结构看,8月财政支出向教育、社保就业、卫生健康等刚性领域明显倾斜。

具体而言,8月教育、社保和卫生健康这三项民生支出同比增速分别为3.4%、15.7%、5.3%,整体较上月均明显改善。受此带动,城乡社区事务、农林水事务和交通运输支出这三项基建类支出也同比增长,增速分别达7.9%、4.8%和6.8%,整体看,这些数据均出现明显提升迹象。

光大证券首席宏观经济学家高瑞东分析,从过去两年的平均视角看,8月教育、社保就业、卫生健康这三项支出的增速分别达到7.3%、16.4%、8.4%,这一水平显著高于财政整体支出增速的6.4%,预计四季度财政支出有望继续保持较高增速。

在第十四届全国人民代表大会常务委员会第五次会议上,财政

## 强化民生兜底保障

财政部、税务总局等部门还延续降低失业保险、工伤保险费率以及失业保险稳岗返还政策,加大一次性吸纳就业等补贴力度。

按照十四届全国人大一次会议有关决议要求和全国人大常委会审议意见,财政部将加力提效实施积极的财政政策,优化支出结构,增强国家重大战略任务和重点民生保障,加快预算执行,推动经济运行整体回升向好。

在民生方面,财政部表示将持续增加民生投入,强化民生兜底保障。以落实就业优先政策为例,截至7月底,中央财政就业补助资金668亿元已全部下达,这有效支持了地方落实各项就业创业政策。

与此同时,财政部、税务总局等部门还延续降低失业保险、工伤保险费率以及失业保险稳岗返还政策,这进一步提振了服务业消费。

# 前8月铁路投资4320亿元 全年将新建高铁2500公里

本报记者 路炳阳 北京报道

前8个月全国铁路完成固定资产投资4320亿元,同比增长7.2%,其中8月完成607亿元,同比增长8.39%。9月10日,中国国家铁路集团有限公司(以下简称“国铁集团”)发布上述消息。

虽然铁路投资同比持续增长,但环比连续下降态势。6月和7月,全国铁路完成固定资产投资分别为988亿元和664亿元,7—8月,铁路投资环比下降幅度分别达到32.79%和8.58%。

数据显示,前8个月铁路投资仍是3年来同期最高。2016—2020年上半年铁路投资额均高于今年同期。受疫情影响,2022年同期铁路投资过于低迷,这是今年投资显著上升的主要原因。

国铁集团在7月公布了全年铁路固定资产投资计划,预计7600亿元以上,投产新线3000公里以上,其中高铁2500公里(详见中国经营网7月23日报道《铁路投资2023年计划完成7600亿元 近3年来最高》),前8个月铁路投资已完成全年计划的56.84%。

国铁集团方面称,要抓住当前建设施工的黄金季节,统筹建设资源,加强施工组织,优质高效推进铁路建设,确保年内开通项目按期投产,在建项目努力完成更多实物工作量,计划新开工项目早日开工

今年1—8月累计,全国一般公共预算支出171382亿元,同比增长3.8%。

从单月数据看,8月一般公共预算支出进度同比增长7.2%,两年平均增速为6.4%(前值4.4%),

依此计算,8月单月完成预算进度的7.2%,快于2019—2022年同期水平。

财税专家表示,按照往年进度,进入8月份财政支出进度通常

会加快节奏,从目前数据看,今年财政支出明显回升,从两年平均增速看,已经高出了过去两年的均值,这对促进经济回升向好具有重要作用。



今年8月,城乡社区事务、农林水事务和交通运输支出这三项基建类支出同比增长,增速分别为7.9%、4.8%和6.8%。图为新疆大石峡水利枢纽工程正在修建坝基。  
视觉中国/图

## 林水利等重点领域建设。

高瑞东表示,按照相关部署,专项债要力争在9月底前完成发行,10月底前完成使用。“预计9月单月新增专项债发行规模超7000亿元,这会对基建投资形成更多支撑。”

从实物工作量转化角度看,专

项债的快发快用也有助于带动扩  
大有效投资。

财政部有关部门负责人表示,  
下一步将指导各地及时做好专项  
债券发行使用工作,持续推进重点  
项目建设,促进形成实物工作量,  
有效支持高质量发展。

直是中央持续关注的民生活题,今  
年以来,财政部全力保障基层财政  
平稳运行。

数据显示,今年中央对地方转  
移支付安排10.06万亿元,同比增长  
3.6%,1—7月已下达9.25万亿元,  
目的是压实地方主体责任,推动市  
省下沉财力,加大对困难地区和  
基层的支持力度。

财政部强调,要严格“三保”支  
出预算编制、执行、库款保障等各  
环节管理,组织地方全面摸排和重  
点核查基层“三保”保障情况,强化  
财政运行监测预警,对苗头问题和  
风险隐患做到早发现、早报告、早  
处置,兜牢兜实基层“三保”底线。

作为民生项目一项重要内容,  
强化各级财政“三保”责任落实一

按照《国务院关于今年以来预  
算执行情况的报告》要求,下一步,  
财政部还将深入实施就业优先战  
略,用好社会保险补贴、职业培训  
补贴、创业担保贷款及贴息等政  
策,促进高校毕业生等青年就业创  
业,鼓励企业吸纳就业。

刘昆表示,要持续做好义务教育  
、基本医疗、基本住房等民生保  
障,上调城乡居民基础养老金水平,  
完善“老一小”个人所得税专项附  
加扣除标准,加强对困难群众救助  
帮扶,支持做好防汛抗旱工作,不断  
织密扎牢民生兜底安全网。

作为民生项目一项重要内容,  
强化各级财政“三保”责任落实一

直是中央持续关注的民生活题,今  
年以来,财政部全力保障基层财政  
平稳运行。

数据显示,今年中央对地方转  
移支付安排10.06万亿元,同比增长  
3.6%,1—7月已下达9.25万亿元,  
目的是压实地方主体责任,推动市  
省下沉财力,加大对困难地区和  
基层的支持力度。

财政部强调,要严格“三保”支  
出预算编制、执行、库款保障等各  
环节管理,组织地方全面摸排和重  
点核查基层“三保”保障情况,强化  
财政运行监测预警,对苗头问题和  
风险隐患做到早发现、早报告、早  
处置,兜牢兜实基层“三保”底线。

作为民生项目一项重要内容,  
强化各级财政“三保”责任落实一

按照《国务院关于今年以来预  
算执行情况的报告》要求,下一步,  
财政部还将深入实施就业优先战  
略,用好社会保险补贴、职业培训  
补贴、创业担保贷款及贴息等政  
策,促进高校毕业生等青年就业创  
业,鼓励企业吸纳就业。

刘昆表示,要持续做好义务教育  
、基本医疗、基本住房等民生保  
障,上调城乡居民基础养老金水平,  
完善“老一小”个人所得税专项附  
加扣除标准,加强对困难群众救助  
帮扶,支持做好防汛抗旱工作,不断  
织密扎牢民生兜底安全网。

作为民生项目一项重要内容,  
强化各级财政“三保”责任落实一

直是中央持续关注的民生活题,今  
年以来,财政部全力保障基层财政  
平稳运行。

数据显示,今年中央对地方转  
移支付安排10.06万亿元,同比增长  
3.6%,1—7月已下达9.25万亿元,  
目的是压实地方主体责任,推动市  
省下沉财力,加大对困难地区和  
基层的支持力度。

财政部强调,要严格“三保”支  
出预算编制、执行、库款保障等各  
环节管理,组织地方全面摸排和重  
点核查基层“三保”保障情况,强化  
财政运行监测预警,对苗头问题和  
风险隐患做到早发现、早报告、早  
处置,兜牢兜实基层“三保”底线。

作为民生项目一项重要内容,  
强化各级财政“三保”责任落实一

直是中央持续关注的民生活题,今  
年以来,财政部全力保障基层财政  
平稳运行。

数据显示,今年中央对地方转  
移支付安排10.06万亿元,同比增长  
3.6%,1—7月已下达9.25万亿元,  
目的是压实地方主体责任,推动市  
省下沉财力,加大对困难地区和  
基层的支持力度。

财政部强调,要严格“三保”支  
出预算编制、执行、库款保障等各  
环节管理,组织地方全面摸排和重  
点核查基层“三保”保障情况,强化  
财政运行监测预警,对苗头问题和  
风险隐患做到早发现、早报告、早  
处置,兜牢兜实基层“三保”底线。

作为民生项目一项重要内容,  
强化各级财政“三保”责任落实一

直是中央持续关注的民生活题,今  
年以来,财政部全力保障基层财政  
平稳运行。

数据显示,今年中央对地方转  
移支付安排10.06万亿元,同比增长  
3.6%,1—7月已下达9.25万亿元,  
目的是压实地方主体责任,推动市  
省下沉财力,加大对困难地区和  
基层的支持力度。

财政部强调,要严格“三保”支  
出预算编制、执行、库款保障等各  
环节管理,组织地方全面摸排和重  
点核查基层“三保”保障情况,强化  
财政运行监测预警,对苗头问题和  
风险隐患做到早发现、早报告、早  
处置,兜牢兜实基层“三保”底线。

作为民生项目一项重要内容,  
强化各级财政“三保”责任落实一

直是中央持续关注的民生活题,今  
年以来,财政部全力保障基层财政  
平稳运行。

数据显示,今年中央对地方转  
移支付安排10.06万亿元,同比增长  
3.6%,1—7月已下达9.25万亿元,  
目的是压实地方主体责任,推动市  
省下沉财力,加大对困难地区和  
基层的支持力度。

财政部强调,要严格“三保”支  
出预算编制、执行、库款保障等各  
环节管理,组织地方全面摸排和重  
点核查基层“三保”保障情况,强化  
财政运行监测预警,对苗头问题和  
风险隐患做到早发现、早报告、早  
处置,兜牢兜实基层“三保”底线。

作为民生项目一项重要内容,  
强化各级财政“三保”责任落实一

直是中央持续关注的民生活题,今  
年以来,财政部全力保障基层财政  
平稳运行。

数据显示,今年中央对地方转  
移支付安排10.06万亿元,同比增长  
3.6%,1—7月已下达9.25万亿元,  
目的是压实地方主体责任,推动市  
省下沉财力,加大对困难地区和  
基层的支持力度。

财政部强调,要严格“三保”支  
出预算编制、执行、库款保障等各  
环节管理,组织地方全面摸排和重  
点核查基层“三保”保障情况,强化  
财政运行监测预警,对苗头问题和  
风险隐患做到早发现、早报告、早  
处置,兜牢兜实基层“三保”底线。

作为民生项目一项重要内容,  
强化各级财政“三保”责任落实一

直是中央持续关注的民生活题,今  
年以来,财政部全力保障基层财政  
平稳运行。

数据显示,今年中央对地方转  
移支付安排10.06万亿元,同比增长  
3.6%,1—7月已下达9.25万亿元,  
目的是压实地方主体责任,推动市  
省下沉财力,加大对困难地区和  
基层的支持力度。

财政部强调,要严格“三保”支  
出预算编制、执行、库款保障等各  
环节管理,组织地方全面摸排和重  
点核查基层“三保”保障情况,强化  
财政运行监测预警,对苗头问题和  
风险隐患做到早发现、早报告、早  
处置,兜牢兜实基层“三保”底线。

作为民生项目一项重要内容,  
强化各级财政“三保”责任落实一

直是中央持续关注的民生活题,今  
年以来,财政部全力保障基层财政  
平稳运行。

数据显示,今年中央对地方转  
移支付安排10.06万亿元,同比增长  
3.6%,1—7月已下达9.25万亿元,  
目的是压实地方主体责任,推动市  
省下沉财力,加大对困难地区和  
基层的支持力度。

财政部强调,要严格“三保”支  
出预算编制、执行、库款保障等各  
环节管理,组织地方全面摸排和重  
点核查基层“三保”保障情况,强化  
财政运行监测预警,对苗头问题和  
风险隐患做到早发现、早报告、早  
处置,兜牢兜实基层“三保”底线。

作为民生项目一项重要内容,  
强化各级财政“三保”责任落实一

直是中央持续关注的民生活题,今  
年以来,财政部全力保障基层财政  
平稳运行。

数据显示,今年中央对地方转  
移支付安排10.06万亿元,同比增长  
3.6%,1—7月已下达9.25万亿元,  
目的是压实地方主体责任,推动市  
省下沉财力,加大对困难地区和  
基层的支持力度。

财政部强调,要严格“三保”支  
出预算编制、执行、库款保障等各  
环节管理,组织地方全面摸排和重  
点核查基层“三保”保障情况,强化  
财政运行监测预警,对苗头问题和  
风险隐患做到早发现、早报告、早  
处置,兜牢兜实基层“三保”底线。

作为民生项目一项重要内容,  
强化各级财政“三保”责任落实一

直是中央持续关注的民生活题,今  
年以来,财政部全力保障基层财政  
平稳运行。

数据显示,今年中央对地方转  
移支付安排10.06万亿元,同比增长  
3.6%,1—7月已下达9.25万亿元,  
目的是压实地方主体责任,推动市  
省下沉财力,加大对困难地区和  
基层的支持力度。

财政部强调,要严格“三保”支  
出预算编制、执行、库款保障等各  
环节管理,组织地方全面摸排和重  
点核查基层“三保”保障情况,强化  
财政运行监测预警,对苗头问题和  
风险隐患做到早发现、早报告、早  
处置,兜牢兜实基层“三保”底线。

作为民生项目一项重要内容,  
强化各级财政“三保”责任落实一

直是中央持续关注的民生活题,今  
年以来,财政部全力保障基层财政  
平稳运行。

数据显示,今年中央对地方转  
移支付安排10.06万亿元,同比增长  
3.6%,1—7月已下达9.25万亿元,  
目的是压实地方主体责任,推动市  
省下沉财力,加大对困难地区和  
基层的支持力度。

财政部强调,要严格“三保”支  
出预算编制、执行、库款保障等各  
环节管理,组织地方全面摸排和重  
点核查基层“三保”保障情况,强化  
财政运行监测预警,对苗头问题和  
风险隐患做到早发现、早报告、早  
处置,兜牢兜实基层“三保”底线。

作为民生项目一项重要内容,  
强化各级财政“三保”责任落实一

直是中央持续关注的民生活题,今  
年以来,财政部全力保障基层财政  
平稳运行。

数据显示,今年中央对地方转  
移支付安排10.06万亿元,同比增长  
3.6%,1—7月已下达9.25万亿元,  
目的是压实地方主体责任,推动市  
省下沉财力,加大对困难地区和  
基层的支持力度。

财政部强调,要严格“三保”支  
出预算编制、执行、库款保障等各  
环节管理,组织地方全面摸排和重  
点核查基层“三保”保障情况,强化  
财政运行监测预警,对苗头问题和  
风险隐患做到早发现、早报告、早  
处置,兜牢兜实基层“三保”底线。

作为民生项目一项重要内容,  
强化各级财政“三保”责任落实一

直是中央持续关注的民生活题,今  
年以来,财政部全力保障基层财政  
平稳运行。

数据显示,今年中央对地方转  
移支付安排10.06万亿元,同比增长  
3.6%,1—7月已下达9.25万亿元,  
目的是压实地方主体责任,推动市  
省下沉财力,加大对困难地区和  
基层的支持力度。

财政部强调,要严格“三保”支  
出预算编制、执行、库款保障等各  
环节管理,组织地方全面摸排和重  
点核查基层“三保”保障情况,强化  
财政运行监测预警,对苗头问题和  
风险隐患做到早发现、早报告、早  
处置,兜牢兜实基层“三保”底线。

作为民生项目一项重要内容,  
强化各级财政“三保”责任落实一

直是中央持续关注的民生活题,今  
年以来,财政部全力保障基层财政  
平稳运行。

数据显示,今年中央对地方转  
移支付安排10.06万亿元,同比增长  
3.6%,1—7月已下达9.25万亿元,  
目的是压实地方主体责任,推动市  
省下沉财力,加大对困难地区和  
基层的支持力度。

从多元支付到数字观赛 “数智化”注入全新动能

## “指尖”上的亚运会

本报记者 李晖 北京报道

现代国际大型综合体育赛事是弥合分歧、促进友谊的重要方式，也是一次尖端数字科技的集中呈现。围绕赛事衍生出的各类服

务创新，同样是打破区域壁垒、促进交流交往的关键“钥匙”。

《中国经营报》记者采访发现，“数智化”正在为杭州第19届亚运会注入全新动能：交易服务的便捷、安全；购票与观赛的高效、科

学、以及“食、住、行、游、购、娱”的顺畅平滑，都在数字化的赋能下焕发新意。

“你扫我还是我扫你？”在数字化改造先锋的支付环节，扫码支付已经成为风靡亚洲的“移动支付通

用语言”。事实上，除了数字化赋能支付实现首个“移动互联亚运会”之外，杭州亚运会在数字化和智能化上实现了多个“首创”——首创智能亚运数字引擎、首个“云上”亚运会、首个数字点火仪式……

### 多元支付百花齐放

在赛事侧，两家官方金融合作伙伴，已完成基础设施建设、支付环境改造等准备工作。

“有手机就能付钱，直接显示扣款就是港元。”中国香港青年梁希雯在杭州体验了一把“移动支付”的魅力后不禁感慨。

体育赛事促进了不同国家与文化间的交流互通，赛事之外，如何让境外人士在赛场外的交易场景便捷、简单地完成支付至关重要。

中国人民银行浙江省分行党委委员杨仁荣在9月20日举行的“金融服务保障杭州亚运会新闻发布会”上透露，本届亚运会在赛事侧和城市侧两大场景，已经构建了外卡受理、现钞支付（含外币兑换）、移动支付、数字人民币四大金融服务体系，目前各项金融服务工作已全面进入赛时状态。

据记者了解，在赛事侧，中国人民银行浙江省分行组织工商银行、蚂

蚁集团两家官方金融合作伙伴，已完成基础设施建设、支付环境改造等准备工作。在城市侧，浙江全省金融机构共完成对4.8万户重点行业商户、2.54万台ATM机外卡受理改造工作；全省支持境外人员使用移动支付的商户已超200万户；外币兑换方面已布放自助兑换机22台，并在110家定点酒店设立外币代兑点。

作为数字人民币广泛试点后的又一场国际赛事，数字人民币这一全新支付方式作为我国金融科技发展重要成果再次精彩亮相，也给予了境外选手和游客更多选择。

根据中国人民银行信息，目前浙江省已有130万线下商户门店、102万线上商户支持受理数字人民币。在赛事侧，121家亚运定点酒店、55家定点医院提供全方位的数字人民

币应用场景支撑。在城市侧，31家大型商场、78家热门景区开通数字人民币受理。此外，杭州11条主要地铁线路也成为全国首个数字人民币地铁“乘车码”应用落地场景。

作为国内首家也是目前唯一一家获得银行卡清算业务许可证的中外合资银行卡清算机构，美国运通中国合资公司——连通（杭州）技术服务有限公司方面向记者透露，已配合和推动合作银行和非银行支付机构快速完善浙江省内六个亚运办

赛城市的美国运通外卡受理环境。

在移动支付风靡亚洲的背景下，杭州亚运会在移动支付环节的绑卡简化上进行了大量改造，使得外卡受理的网点更加下沉。早在今年7月下旬，支付宝和微信支付均已升级支付软件便利化绑定境外银行

卡的服务，方便境外人士移动支付需求。

记者采访了解到，亚运会期间，境外人员可通过下载注册、支付宝、微信、银联云闪付等App，并绑定或使用境外银行卡充值后享受移动支付服务。

支付宝国际版产品负责人金瑶瑶向记者表示，以扫码支付为代表的移动支付开通链路短，大大节省了全国支付系统升级改造的成本。扫码支付的硬件成本几乎为零，消费者无需花费几千元购买NFC手机，收款方也无需购买POS机。

资深信用卡研究人士董峥认为，从伴随国人“走出去”到带着境外友人“走进来”，通过亚运会等国际体育赛事，也提升了中国支付结算体系话语权。

### 移动支付互联练兵

针对数字钱包低成本的跨境支付方案加速落地，正在打破跨区域的支付壁垒。

亚运会。

事实上，针对数字钱包低成本的跨境支付方案加速落地，正在打破跨区域的支付壁垒。记者注意到，从去年开始，支付宝在亚洲多国推出的移动支付互联互通解决方案Alipay+——其核心是聚焦于搭建跨境的一站式解决方案。其通过标准接口实现“一通全通”，实现用户“一个账户买全球”。

这一创新方式也让此次亚运会为来华人士的支付更加便利。据记者了解，2022年，AlipayHK（中国香港特别行政区）、Touch'n Go eWallet（马来西亚）和Kakao Pay（韩国）等3款电子钱包率先试点。2023年3至8月，上述3个境外钱包用户来中国内地，跨境支付的总笔数6个月里增长了47倍。

据支付宝方面披露，近期在3款试点境外电子钱包之外，支付宝新增了mPay（中国澳门特别行政区）、Hipay（蒙古）、Changi Pay（新加坡）、华侨银行（新加坡）、Naver Pay（韩国）、Toss Pay（韩国）和TrueMoney（泰国）等7款钱包进入“移动支付全球推广计划”，直接让更多国家海外钱包可以实现在中国境内直接扫码付款。

韩国移动支付钱包Kakao Pay CEO申元根（Shin Won-Keun）透露，公司自2018年起开始与支付宝合作，一开始合作仅限中国和韩国，目前已经扩展到东南亚、欧洲、美国和澳大利亚。他认为，数字支付能增加他们（韩国旅客）在中国旅行时的消费。

在金瑶瑶看来，境外钱包在境

内的无缝使用，在给消费者带去便利的同时，也可以为商户拓展国际商机——数千万中国商家无需机具改造，就可以轻松变身“跨国商店”。

在移动支付机构之外，传统卡组织在支付互联互通上的探索实践同样步履不停。据记者了解，银联针对打破境外钱包在国内支付障碍，也推出了二维码“网络互联互通”合作解决方案——双向支持银联产品和境外钱包在对方网络中使用，韩国移动支付ZeroPay、斯里兰卡国家支付网络LankaPay等合作项目均通过该模式落地。通过这一创新业务合作模式，境外支付网络只需在后台进行技术改造，无需商户换码，即可大规模支持银联产品和服务。



杭州第19届亚运会在数字化和智能化上实现了多个“首创”。

视觉中国/图

### 数字技术革新体验

智能亚运一站通平台，基于区块链、AI等技术能力，建设了“1+1+N”的体系架构。

记者注意到，在数字化打通互联互通支付体验的同时，国产数字技术也在深度赋能围绕杭州亚运会观赛以及“食、住、行、游、购、娱”的多种需求。

据蚂蚁集团亚运办负责人张韶容介绍，往届亚运会，受制于当时移动支付体验不佳、缺乏超级平台型App、网络基建和跨硬件多语言兼容性不足等限制，造成了赛前“预热推广难、民众参与感不强、排队买票拥堵频频发生”，赛中“外国人享受当地服务不便、接驳混乱、引导缺失、支付买单时间长、观赛体验不好”等缺点。

据记者了解，此前就有其他国家亚运会曾做了9个App来为游客观众提供吃喝住行购票等服务，一些亚运会主办方虽然投入巨大开发了官方独立App，但支持服务的场景以及触达用户数量都较少。

而此次承载杭州亚运会观赛服务的“智能亚运一站通”，则是国际大型综合性运动会史上首个一站式数字观赛服务平台。

据记者了解，智能亚运一站通平台，基于区块链、AI、大数据、云计算等技术能力，建设了“1+1+N”的体系架构，建设了“1”个“mPaaS移动开发框架+自适应服务+区块链”的技术底座、“1”个“智能风控+智能客服”的安全保障中台，以及涵盖“食、住、行、游、购、娱”的“N”个数字化应用，利用这一平台，杭州亚组委围绕“食、住、行、游、购、娱”的多种需求，为观众提供从购票、出行、观赛到住宿、用餐和旅游等一站式服务。

据智能亚运一站通小程序产品负责人刘凯淇介绍，目前平台为亚运赛事40个大项，61个分项，481个小项共10多轮售票

提供给用户线上购票服务，可支持最高250万次/秒的瞬时访问，已远高于“春节抢五福”“双十一”时期，赛事结束后，小程序还可以适当改造，为城市提供数字化服务。

据记者了解，杭州亚运会也成为了历史上首届“云上亚运”——基于阿里云实现核心系统100%上云，并首次实现云上转播。国际奥委会首席信息科技官艾拉里奥·孔纳在杭州亚运会数字科技体验中心启动仪式上直言，杭州亚运会用云计算创造了历史，赛事核心系统和转播全面上云，为大型赛事的数字化普及奠定了坚实基础。

## 投资“外衣”套路多 监管严打非法集资

### “花式”投资

本报记者 杨井鑫 北京报道

日前，在2023年金融消费者权益保护教育宣传月启动仪式上，国家金融监督管理总局局长李云泽表示，始终把维护最广大人民群众根本利益作为监管工作的出发点和落脚点，用心用力解决人民群众急难愁盼问题，切实当好金融消费者合法权利权益的坚定捍卫者。

李云泽同时提及，“近期将联合有关方面开展打击非法集资‘百日攻坚’专项行动，严肃查处一批重大案件，稳妥处置一批风险隐患，切实守护好人民群众的‘钱袋子’。”

据《中国经营报》记者了解，对于金融消费者来说，非法集资严重扰乱了经济金融秩序，社会危害极大。金融投资者要加强对非法集资的警惕性，尤其是拒绝高息诱惑，不要轻信“天上掉馅饼”的事情。另外，由于非法集资的花样和套路越来越多，且离大家的生活并不遥远，一旦陷入非法集资的泥潭，难免会蒙受巨大的损失。

2023年7月3日，中国裁判文书网公布了一宗由北京市中级人民法院判决的借款合同纠纷再审民事裁定书，其背后则是因梁某在上海的一家企业非法集资引起的债务纠纷。判决书中提到，公诉机关指控梁某成立的公司，以投资新能源汽车及充电桩等项目为名，以年化10%至22.8%的高额收益为诱饵，向社会不特定公众非法募集资金。此前，法院已经对梁某的案件做出了宣判，但是投资人的追债却在艰难推进中。

记者查阅中国裁判文书网发现，不少民间借贷、合同纠纷的案件都涉及到非法集资。很多所谓的项目披着投资的“外衣”，其实质就是非法集资，且在暴雷后往往留下大量债务问题。

那么，非法集资的套路都有哪些？

记者采访了解到，最常见的

是以投资理财为名义，承诺无风险、

高收益，公开向社会发售理财产品

吸收公众资金，甚至虚构投资项目

或借款人，直接进行集资诈骗。

一位地方监管人士表示，“一些网

络上或线下的投资项目，背后仅是一

家咨询公司，并没有相关资质就发

布虚假项目，而资金被挪用到其他

地方。企业资金链断裂后，一批被

骗的投资人基本血本无归。”

该人士认为，由于投资者对项

目缺乏认识，也很难了解到项目的

实际情况。一看到高收益就选择

铤而走险，甚至很容易轻信对方渲染的一些项目有前景的假象。“你看中的是高额利息，人家看重的是你的本金。”该人士说。

记者了解到，非法集资的套路还包括成立投资基金。即在没有得到监管许可的情况下，在网络上编造一些新能源投资、重大项目投资的噱头进行募资，而实际资金去向不明。另外，还有一些原始股投资项目，声称能够低价认购企业的原始股，一旦企业上市便会获得不菲的收益。而实际上，企业的上市遥遥无期，甚至股权的价值可能在增加但根本没有变现能力。一旦入坑，则很难脱身。

记者在采访中发现，在一些二

线城市，消费返利形式的非法集资案件也越来越多。一些企业平台鼓励投资者多存入消费资金，以预售、办卡等模式进行。然后，组织投资者进行一些返利活动，并要求投资者拉进更多的人。在贪小便宜的冲动下，这种传销式的地推会筹集到大笔的消费资金，而实际企业则将资金挪作他用。

此外，如今在市场上大行其道的还有收藏品的非法集资套路。记者了解到，一些文化公司打着收藏的旗号，向公众推出邮票、字画、纪念品等藏品，并与投资人签订远期的回购协议，在一年后或两年后以高价回收藏品。表面上，这与收藏品的投资较像，但是文化公司可能卖出藏品的目

的就是为了集资，且在收藏到期后以各种理由推诿回购。

一位市场人士向记者介绍，这种套路有很强的隐蔽性，与传统的非法集资不一样。藏品的价值本来只是一个载体，与实际的投资并不匹配。在投资人藏品收藏到期后要求文化公司兑现回购时，企业则会以藏品升级换代等借口搪塞，甚至愿意将藏品以旧换新，让投资人再持有一两年。最终的结果，大概率是文化公司在集资到一定规模后跑路了。

除了上述的形式，非法集资的套路还有很多且不断翻新。有的投资虚拟产品，有的将房产资产证券化，还有的打着养老的幌子卖床位。

“除了监管的大力打击之外，投资者教育也是一个迫在眉睫需要解决的问题。尽管一些非法集资的套路类似，但仍有人上当。部分投资的简单道理，投资者都选择了忽略。举一个例子，一个项目的收益预期达到30%，这样的项目还会缺少资金投资？”前述地方监管人士认为，一些非法集资初期足额给投资者兑现收益，都是为了取得投资者的信任，让投资者能够加大资金投入，结果大多是投资者越投越多，最终陷入其中难以自拔。

在投资中如何规避非法集资？一家国有银行消费者权益保护部人士总结了四点，包括核实投资企业

### 打击+投教

面对越来越猖獗、危害越来越大的非法集资行为，我国于2021年1月建立了处置非法集资部际联席会议制度。

在国务院于2021年5月1日起施行的《防范和处置非法集资条例》中，明确提到了国务院建立处置非法集资部际联席会议（以下简称“联席会议”）制度。

2023年4月20日，作为联席会议牵头单位，国家金融监督管理总局组织召开了处置非法集资部际联席会议2023年工作会议。会议认为，受多种因素影响，现阶段中国非法集资风险形势依然严峻复杂。存量风险仍将“水落石出”，重大案件继续

处于高位。增量风险诱发因素增

多，波及领域点多面广，部分领域风

险聚集。

一些犯罪分子通过线上线

下结合的方式跨省跨域非法集

资，风

险蔓延速度加快，外溢性和隐蔽

性增强，发现和处置难度较大。

会议指出，现阶段非法集资风

险形势依然严峻复杂，官方将果断

打击处置一批重大、跨区域非法集

资案件。

江西省政府2023年9月12日

发布的《江西组织开展打击非法集

资“亮剑行动”》指出，省金融监

管局和省公安厅于今年9月1日至10月31日联合组织开展打击非法集

资“亮剑行动”，全力防范化解非法

集资风险。

此次行动坚持“高举高打、露头就打、打早打小”的方针，将“查、打、化、宣”四项重点任务一体贯通、同步推进，着力查处一批、打击一批、曝光一批非法集资案件，继续深入化解存量案件，帮助群众挽回经济损失。

的工商登记、拒绝过高投资回报、核

查企业资质、了解投资资金去向。

该人士称，投资最好是找正规持牌的金融机构，远离表面光鲜的皮包公司。如果投资者陷入了非法集资，可能损失就不可避免。

记者了解到，按照相关法律规定，因参与非法集资活动受到的损失，由参与者自行承担，而所形成的债务和风险，不得转嫁给未参与非法集资活动的国有银行和其他金融机构以及其他任何单位。债权债务清理清退后，有剩余非法财物的，予以没收，就地上缴中央金库。经人民法院执行，集资者仍不能清退集资款的，应由参与者自行承担损失。

# 迎合稳健需求 封闭式理财走俏

本报记者 郝亚娟 张菊虹  
上海 北京报道

后资管新规时代，个人投资者的投资意识不断走向成熟，开始转向长期主义，1年以上期限封

## 波动低收益高

封闭式理财产品成为银行和理财公司发行产品中的主力，且封闭期限呈逐年加长趋势。

“现金类银行理财收益率一直在降，有时候还会亏钱。在客户经理的推荐下，我买了收益更为稳定的长期限封闭式理财产品。”投资者王女士告诉记者。

近期，债券市场调整，使得作为债券投资“大户”的银行理财破净率有所提升。

广发证券固收团队指出，9月以来理财产品整体破净率持续回升，且上升速度加快。理财产品破净率自8月末小幅回落之后，9月以来上升速度加快，理财产品业绩不达标占比明显上升。9月作为季末月，理财规模多因资金重回银行表内而下降，加之债市快速调整，使得理财规模变化的不确定性加大。

一边是市场波动，另一边是投资者稳健需求，在此背景下，封闭式理财产品成为今年以来银行和理财公司发行产品中的主力，并且封闭期限呈现逐年加长的趋势。

关于封闭式产品占比上升的原因，财信研究院金融团队指出，开放式产品的下降主要源于其较高的流动性，在去年年底的赎回潮中受影响较大。封闭式产品的提升则可能与年初以来理财产品为应对债市的波动采取的策略有关。新发的封闭式产品通过采用摊余成本法或者混合估值法，降低理财产品的净值波动，吸引客户。

从期限来看，《中国银行业理财市场半年报告（2023年上半年）》显示，封闭式净值型理财产品加权平均期限由2019年6月的185天上升到2023年6月的346天；截至

闭式产品存续规模，在全部封闭式产品中的比例不断提高。

对此，普益标准研究员王雨轩向《中国经营报》记者分析称，封闭式产品具备较好的风险控制能力，封闭期产品的封闭期限制了申购

和赎回，使得银行或理财公司可以更好地控制投资组合，减少频繁的资金流动对理财产品运作的影响。最终，将有助于投资者积累更多财富和实现长期目标。

亦有分析人士指出，长期投

资策略通常涉及更广泛的资产组合和分散风险，能够降低投资组合受到市场波动的冲击，高质量发展的资本市场所产生的财富效应也将吸引个人投资者转向投资长期化。



在市场波动之下，越来越多的投资者开始转向长期限投资。

2023年6月末，1年以上期限封闭式产品存续规模在全部封闭式产品中的比例达71.48%，较去年同期增加0.33个百分点。

王雨轩分析称，从银行和理财公司来讲，长期封闭式产品有利于银行资产负债管理，因为它们可以提供相对稳定的长期资金来源，有助于银行更好地匹配长期贷款和投资。同时，封闭式理财产品通常提供较高的利率，吸引投资者锁定资金一段时间，能够为银行吸引更多的存款。

据了解，封闭式理财的底层资产主要是存款和债券，大都采用摊余成本法或者混合估值法进行估值。

冠营咨询创始人、资深金融监管政策专家周毅钦在接受记者采访时指出，2023年一季度起，理财公司和银行机构相继推出了纯摊余成本法产品和混合估值法理财产品，得到了一些风险偏好相对保守的投资者的青睐。具体来看，纯摊余成本法理

财产品有三大特点：一是在市场环境不好时，净值波动及回撤更为稳定，持有体验更优；二是若不出现信用违约，摊余成本法产品的收益可预见性强；三是封闭式产品的管理难度较小，投资经理可以安心做优业绩。而混合估值法产品使用的估值方法介于摊余成本法与市值法之间，兼具两者的特点，相较于摊余成本法估值，部分资产可进行波段操作，获取超额收益，相较于市值法估值，净值曲线更为平缓，在收益和风险组合中形成了多个新的选择，投资者可以根据自己的风险偏好对号入座。

王雨轩指出，封闭式理财产品的优点和特色主要集中在两个方面：一方面，封闭式产品鼓励长期投资，有助于投资者积累更多财富和实现长期目标，鼓励投资者采取长期投资思维进行投资思考。另一方面，封闭式产品具备较好的风险控制能力，封闭期产品的封闭期限制了申购和赎回，使得银行或理

财公司可以更好地控制投资组合，减少频繁的资金流动对理财产品运作的影响，从而更好地执行长期投资策略。

此外，在稳健性方面，封闭式产品具有相对较低的净值波动，整体上表现较为稳定，能够通过长线投资策略实现跨周期的理财效果。在收益率方面，封闭式产品通常具备较高的收益率，为了弥补封闭期的流动性，封闭期产品通常会提供一定的收益率补偿。同时，封闭期本身也有助于银行对产品资产配置的调整与投资策略的执行，实现收益率提升。

“从投资者角度分析，随着投资者理财意识的逐渐苏醒，对长周期理财的需求也逐渐提升。封闭式产品能够过滤非理性短期波动，实现长周期资产配置，符合市场对这部分理财产品的需要。同时，封闭式产品通常提供相对较高的收益率，对看重理财收益率的投资者具备一定的吸引力。”王雨轩如是说。

## 长期限投资升温

当前全球经济增速放缓可能导致市场不确定性增加，长期投资有助于实现更高的长期收益。

在市场波动之下，越来越多的投资者开始转向长期限投资，表现为长期限封闭式理财、储蓄国债、保险产品等热度一路走高。

“投资者的短期化行为有损其投资收益，而长期投资有利于建立投资信心，并且还会影响资本市场资源配置功能和效率，出现传导效应。”上海交通大学上海高级金融学院教授吴飞表示，我国个人投资者行为具有投机性强、频繁交易、追涨杀跌等特征，这些都可归纳为“短期化”的行为特征。

吴飞进一步指出，居民在投资金融产品时的普遍短期化行为（例如频繁申赎基金），会导致机构投资者为满足流动性需要而采用短期化的投资策略。

许多基金保持较高的换手率以应对投资者频繁申赎，难以践行长期投资和价值投资的理念。另外，基金的波段操作导致大量资金短期内涌入某一热门板块，迅速推高板块整体价格，为市场稳定性留下隐患。

分析人士指出，当前全球经济增速放缓可能导致市场不确定性增加，短期交易相对风险更高，而长期投资能适应不同经济周期，有助于实现更高的长期收益。

从《2022年公募基金投资者盈利洞察报告》给出的数据来看，随着持有时间的增长，获取正收益的概率逐渐提升。通常来讲，坚持投资3年以上，正收益概率可达到80%。

“中国资本市场健康发展也需要更多的长期投资者，近年来也一直在倡导长期化投资，但改变个人投资者的短期化投资习惯不是一蹴而就的，需要系统长期的投资者教育、市场从专业机构和产品渠道等方面培育，以及一个高质量发展的资本市场所产生的财富效应，来吸引个人投资者转向投资长期化。”吴飞分析道。

那么，投资者在选择长期策略时需要注意什么？

宁波银行财富管理部高级经理李臻建议，以封闭式理财产品为例，投资者需注意以下三方面：首先，要明确资金的闲置时长是否与理财产品的封闭期相匹配，避免出现封闭期无法赎回的尴尬。封闭式理财常见期限有三个月、六个月、一年和两年。对于现金流流动性要求高或者有短期闲置资金的客户，可以考虑三个月、六个月的封闭式理财。对于有中长期闲置资金的客户，如刚步入社会的年轻人为自己储备的买房资金或者养老金，就可以结合实际需求，选择封闭期一年或两年的产品。

其次，还要关注底层资产的投资方向。并非所有的封闭式理财都是100%配置存款或债券，因此在选择理财产品时，还要关注产品的风险等级跟自身风险偏好是否匹配。对于谨慎型投资者，建议选择期限短且低波类资产占比高的封闭式理财，它们相较于其他产品波动更小。对于能接受小幅波动的稳健型投资者，可以考虑拉长投资期限或者选择投向大部分投向债券，小部分配置权益或非标资产的产品，收益相对更高。

最后，如果理财产品的底层资产主要由债券构成，还要重点关注所投债券的信用等级。信用等级高的债券，违约概率小，持有到期后就能获得稳定的票息。如果债券评级比较低，就意味着违约概率高，建议投资者选择底层债券信用评级为AA以上的理财产品。

王雨轩也提示道，封闭式理财产品的主要限制是缺乏流动性，通常要等到固定期限结束才能提前赎回资金。因此，投资者需要仔细考虑自己的资金需求、投资目标与风险偏好，确保能够满足封闭期内的资金需求。

# 跨境理财升温：南北向资产配置差异凸显

本报记者 秦玉芳 广州报道

9月以来，在内地银行存款利率进一步下调的同时，个人投资

者通过“跨境理财通”进行港元定存、美元定存、美元基金等境外理财的热度持续上升。

随着粤港澳大湾区内的跨境

理财需求得以进一步释放，越来越多的投资者通过“跨境理财通”进行境外理财产品配置。人民银行广东省分行公布的数据显示，截至9月

10日，粤港澳大湾区参与“跨境理财通”的个人投资者达到6万人，办理资金跨境汇划金额达67亿元。

从配置需求来看，南北向投

资者进行资产配置的差异化愈加凸显。业内分析人士认为，南向理财更多投向定期存款、保险等理财产品，而北向理财更偏向

于基金、理财产品等资产。金融机构也在强化产品的创新和跨境理财服务的提升，以满足投资者多元化的投资需求。

## 投资规模快速增长

近年来，随着粤港澳大湾区全面通关，香港地区银行开户及理财产品配置越来越受到投资者关注。

投资者李先生向《中国经营报》记者透露，他9月13日刚在香港某外资银行办理了一款美元定期存款业务，年化利率7.4%。“目前香港的美元半年利率为4.2%左右，现阶段，买房、投资都不是好时机，总体来看储蓄理财能实现4%~5%年化收益的产品选择比较多，相对来说是个不错的选择。”李先生如此上表达。

如李先生一样看好外币储蓄理财产品及赴港开户投资的个人投资者愈来愈多。9月初刚从香港某银行开户回来的投资者陈女士也表示，最近香港地区银行的定期存款利率确实诱人，为了吸纳开户存款，香港个别银行甚至连开户要求都放宽了，原来开户限制的地址、存款等要求都可以不看。

与此同时，不少香港地区银行也在加大高息产品上线步伐及促销获客力度。例如，大新银行针对开通跨境理财通（南向通）的客户推出全新享优惠：截至2023年12月底，新开立个人账户并开立跨境理财通汇款专户及投资专户，可获得38万积分到60万积分不等的礼遇。广发银行澳门分行也上线一

款港元和澳元定存产品，5000元港元或澳元起存，存期可选择1个月至6年，不允许提前支取；港元4个月利率高达4.6%。华侨银行通过其官微宣布，为跨境理财通（南向通）新客户独家推出，2个月人民币定期存款年利率高达5.02%的专属优惠。

某股份制银行广州分行理财业务人士指出，近期内地银行利率一降再降，9月初国有银行又下调了定期存款利率。相比之下，美元、港元等外币利率偏高，利差叠加汇率影响，美元定存的产品优势就凸显出来了。“因此，今年尤其全面通关以来，大湾区内跨境投资的需求快速增长，越来越多内地的个人投资者希望配置一些香港地区银行的短期定存和中长期保险产品。各家银行也在抓住这波机遇，吸引跨境理财通的投资者开户和投资。”

人民银行广东省分行近日公布的最新数据显示，截至2023年9月10日，粤港澳大湾区参与“跨境理财通”的个人投资者达6万人，办理资金跨境汇划金额67亿元。其中，2023年以来粤港澳大湾区参与“跨境理财通”的个人投资者新增1.9万人，同比增长40.1%；办理资金跨境汇划金额44.8亿元，同比增长4.1倍，参与“跨境理财通”的

投资者数量和资金汇划规模均大幅增长。

南都·湾财社联合渣打银行最新发布的《告别利率“3时代”，大湾区居民如何增值钱袋子？》（以下简称《报告》）指出，和债券通、沪港通、深港通相比，跨境理财通是首个单独为个人投资者开放的互联互通金融机制，首次允许个人投资者直接参与跨境开户，进行投资理财的直接操作，投资者也有了更大的自主权去选择理财产品。“本次调查中，已购买‘跨境理财通’相关投资理财产品的受访者比例为9%，不足一成；未购买但有兴趣的比例为39%。可以看出，整体上有近五成受访者表达了对‘跨境理财通’相关产品的‘尝鲜’意愿。”

不过，《报告》也指出，作为大湾区居民的财富“大礼包”，上线近两年的跨境理财通依然存在不少的认知空白。

人民银行广东省分行指出，下一步将在风险可控的前提下，结合前期市场调研反映的难点、堵点，研究探索在降低投资者准入门槛、提升个人投资额度、扩大参与机构类型、扩展可投资产品范围等方面的具体内容，不断优化“跨境理财通”投资渠道，拓宽湾区内金融市场互联互通的业务应用范围。

## 稳健投资是主基调

从资产配置的偏好来看，随着跨境理财通业务规模的快速增长，南向、北向投资者配置偏好差异化也在凸显。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华表示，近年来，大湾区理财业务发展很快，市场财富管理需求释放呈现加快迹象。“从相关信息看，南北向跨境理财配置偏好还是存在差异的，南向理财更多投向定期存款、保险等理财产品；而北向理财需求更偏向于基金、理财产品等。”

渣打中国副行长、个人私人及中小企业银行部总经理李峰认为，自粤港澳全面通关恢复以来，大湾区内的跨境理财需求快速增长，通过跨境理财通进行资产配置的南北向投资者数量增加，资产配置类型也呈现多样化趋势。

“南向投资者更偏好投资外汇、环球债券和环球多元资产类别等资产，而北向投资者更偏好投资内地股票、债券等资产。”

南北向投资者对于跨境理财产品的偏好也有所不同。在李峰看来，南向投资者更倾向于选择低风险、稳健收益的产品，如货币基金、债券等，而北向投资者更倾向于选择高风险、高收益的产品，如股票、基金等。

金融机构也在加大跨境理财

业务的投入和产品布局，以满足投资者多样化的投资需求。李峰强调，金融机构在跨境理财服务方面也加大了投入，提高了服务质量和效率。他们通过优化开户流程、加强客户服务和投资指导等方式，为投资者提供更好的体验。

李峰还表示，为满足投资者的多样化需求，金融机构推出了更多创新的跨境理财产品。这些产品通常具有较低的风险和相对简单的特点，适合初级投资者参与。“同时，金融机构之间也加强了合作与互联互通，以满足投资者的资产配置需求。例如，内地银行与港澳银行合作销售合资投资产品，为南向投资者提供更多选择。”

在李峰看来，境内外金融机构在产品策略布局上也呈现明显差异。“境外金融机构更注重为投资者提供高端、多元化的跨境理财产品，而内地金融机构更注重为投资者提供低门槛、易操作的跨境理财产品。此外，境外金融机构更注重为投资者提供个性化、定制化的资产配置方案，而内地金融机构更注重为投资者提供标准化、通用化的资产配置方案。”李峰如是表述。

与此同时，随着境外理财渠道的扩展，投资者对资产配置的需求也在改变。李峰表示，投资

者越来越关注资产的多元化配置，通过跨境理财产品实现全球资产配置。“比如，他们将目光从传统的股票、债券等资产扩展到外汇、黄金等更多领域；风险偏好也在逐渐提升；更加注重长期投资，通过跨境理财产品实现财富的长期增值。”

上述《报告》也显示，受访的大湾区投资者对于境外投资抱有多期待，产品功能更好、能提高回报、全球化资产配置、为未来支出做准备等都是背后的主要原因。

整体来看，稳健投资依然是当前投资者跨境理财配置的主要基调。《报告》指出，在选择已投资/最想投资的“跨境理财通”产品类型时，有48%的受访者选择了“港澳一基金”这一产品类型，35%的内地受访者选择了“港澳一债券”，此外还有31%的内地受访者选择了“港澳一存款产品”，与整体投资偏好一致。

周茂华则强调，对于境内投资者而言，跨境资产配置尚处于起步阶段，尤其在全球复杂环境下，境内投资者须保持必要的谦虚与谨慎。尽管跨境投资理财选择更加丰富，但对投资者的专业能力也提出更高要求，跨境投资首要的是保障本金安全，避免盲目跟风或投机。

# 8月份环比增长237% 消费金融信托逆势狂飙

本报记者 樊红敏 北京报道

消费金融信托业务再度引起市场关注。

国投泰康信托近日发布的集合信托产品月度分析报告显示,8月份投向个人消费贷(消费金融信托)领域的集合信托

## 消费金融信托成主力

8月份金融领域细分投向中,消费金融信托规模环比大增237.07%。

根据国投泰康信托方面发布的数据,截至2023年9月8日,2023年8月集合信托产品发行规模环比升温,成立规模环比小幅下降。55家信托公司发行了2555款集合信托产品,发行规模900.21亿元,发行规模环比上升6.49%,同比下降53.65%;49家信托公司发行了2368款集合信托产品,成立规模607.92亿元,成立规模环比下降1.94%,同比下降56.34%。

从信托功能来看,8月,融资类信托成立规模为152.72亿元,环比下降15.28%,规模占比为25.12%;投资类信托成立规模为450.23亿元,环比回升2.78%,规模占比为74.06%;事务管理类成立规模4.59亿元,规模占比为0.81%。

从信托资金投向领域来看,8月,集合信托产品投向各领域信托资金环比增速出现分化。投向金融领域的信托资金占比最高,规模为361.96亿元,环比小幅回落,环比增速为-2.15%;投向基础产业领域的信托资金规模186.84亿元,位居第二位,环比小幅回落,环比增速为-1.83%;投向工商企业领域的信托资金规模44.05亿元,环比大增47.03%;投向房地

产品成立规模达51.1亿元,环比大增237.07%。

《中国经营报》记者梳理发现,今年1月至8月,消费金融信托成立规模分别为9.26亿元、17.21亿元、44.65亿元、30.41亿元、29.46亿元、32.09亿元、15.16亿元、51.1亿元,整体上升趋势

明显。

某资深信托行业研究人士向记者表示,在2023年经济复苏和扩大消费的宏观背景下,消费金融业务回暖,信托公司在转型的压力之下,大力拓展风险可控、发展潜力大的消费金融业务是比较好的选择。

8月份金融领域细分投向中,消费金融信托规模环比大增237.07%。

产领域的信托资金规模13.48亿元,环比大降54.63%。

其中,消费金融信托属于金融细分领域。8月份金融领域细分投向中,消费金融信托成立规模达51.1亿元,占当期金融投向总规模的14.12%,规模环比大增237.07%。

从上述数据来看,在非标融资类信托产品的成立规模继续下行的情况下,同样是作为非标融资类业务,房地产类信托和基础产业信托的成立规模均有明显的下滑,但消费金融信托则逆势大幅增长。

记者根据国投泰康信托发布的集合信托产品月度分析报告梳理发现,今年1月至8月,消费金融信托成立规模分别为9.26亿元、17.21亿元、44.65亿元、30.41亿元、29.46亿元、32.09亿元、15.16亿元、51.1亿元,整体上行趋势明显。

其中,除8月份消费金融业务环比大增237.07%之外,今年3月消费金融业务环比增幅也达159.44%。

对于今年以来消费金融信托的发展情况,金乐函数分析师廖

凯在接受记者采访时表示,非标业务规模整体收缩的趋势仍在持续,但存量业务规模可发挥空间依然较大,在传统业务非标转标,投资类业务快速发展的情况下,传统业务非标规模是下降的,空出来的额度在业务转型的当前市场环境下选择有限,风险总体可控,存量市场和发展潜力都较大的消费金融市场就成为行业的选择方向之一。

“消费金融业务今年以来发展态势良好背后或有三方面原因。其一,3年疫情对社会投资的影响是深远的、国内外政治经济形势的不确定性影响了进出口的稳定,激活国内消费的大循环,特别是国内市场的普惠性质的需求对现阶段我国经济的稳定发展显得尤为重要;其二,消费金融业务具有普惠的基础特性,国家对普惠性质的消费金融业务的正常发展持鼓励态度;其三,通过规范行业自律发展与加强监管相结合,逐步为消费金融行业理清发展方向和标准,保护了行业的生态,提升了行业发展的潜力。”厦门信托方面在接受记者采访时表示。

## 重合规、促转型

监管强化信托公司开展消费金融信托业务的统一要求,即设置了准入门槛。

公开信息显示,信托消费金融业务最早始于外贸信托2007年开展的小微金融服务。2014年之后,布局消费金融业务的信托公司逐渐增多。

中国信托业协会调研数据显示,截至2020年末,共有44家信托公司开展消费金融信托业务,并将其作为信托公司业务转型的重点方向之一;消费金融信托业务累计规模近1.22万亿元,较2019年上升28.45%。

但2020年之后,随着个人消费贷款政策的收紧以及信托融资类业务规模的压降,消费金融信托业务迅猛发展的势头不再。信托公司逐渐开始重视这一业务的展业合规性及业务的转型升级。

中国信托业协会相关报告显示,截至2020年末,消费金融信托业务累计规模12155.22亿元,较2019年上升28.45%;业务余额3196.41亿元,较2019年下滑37.34%。业务余额的下滑主要由于被动管理类业务规模的下降。其中,主动管理类信托业务余额增长19.64%,被动管理类信托业务余额下滑51.82%。

“在经过整顿清理之后,目前集合信托领域的消费金融信托大多数是信托公司的主动管理型业务。”上述资深信托行业研究人士也向记者表示。

今年3月,监管方面向信托公司下发了《关于进一步强化信托公司互联网合作贷款规范整改的通知》(以下简称“《通知》”),从自主管理贷款合同、自主掌握信息数据、自主发起放款指令三个方面对信托公司互联网贷款业务进行规范,并且明确信托公司应于2023年5月31日前完成整改工作。

厦门信托认为,《通知》的出台,一方面给了行业明确的信心,随着整改期限的到来,也意味着整改行业将进入一个更规范的发展

2023年8月金融细分领域投向的集合信托产品概况(单位:亿元)

类型	规模	规模占比	规模环比变化
个人消费贷	51.1	14.12%	237.07%
权益类金融产品	1.76	0.49%	170.77%
金融衍生品	12.97	3.58%	149.42%
组合类	7.49	2.07%	75.82%
TOF/TOT产品	144.39	39.89%	33.51%
固定收益类产品	123.1	34.01%	-15.26%
现金类金融产品	19.39	5.36%	-75.51%
其他	1.76	0.49%	-85.37%

数据来源:用益信托网、国投泰康信托研究发展部整理

阶段;另一方面通过明确三个自主,强化了信托公司开展消费金融信托业务的统一要求,相当于设置了一定的准入标准门槛。长期来看,有利于推动信托公司逐步提升主动管理能力,提升风险识别、风险控制能力,有利于行业的长期稳定发展。

据厦门信托方面介绍,该公司将加强主动管理能力建设,根据监管政策指引,不断增加科技投入,通过数字化提升业务能力,构建护城河;拓展消费金融全流程业务线,提升对基础资产的把控能力,提升资产流转的效率,提升综合的风险收益。

记者注意到,在监管要求压降非标融资类业务及推进信托业务三分类改革背景下,信托公司也在促进消费金融信托业务的非标转标及向新的业务分类方向转型升级。

今年年初,中融信托发布的研报将消费金融在内的普惠金融业务列为信托行业今年的八大展业机遇之一。中融信托认为,信托公司今年在消费金融领域的展业机会在于拓展消金资产非标转标,形成全链条业务体系。

“近几年,消金成为ABS(资产证券化)的重要资产,部分信托公司借机拓展业务链,前期参与信贷行业将进入一个更规范的发展

投放形成基础资产,再非标转标,在ABS业务中充当SPV(特殊目的载体),进而后期投资ABS优先及次级的全链条业务模式。2023年,随着消费信贷环境的改善,信托公司在拓展非标业务的同时,应重点以非标撬动转标业务,顺应非标转标趋势,提升业务的可持续发展。”中融信托方面在上述研报中称。

外贸信托董事长李强曾公开表示,外贸信托在行业内最早探索消费金融业务,持续推进产品迭代、加强自主风控,公司消费金融业务正向资产服务、资产投资等方向加速拓展。

厦门信托方面也向记者表示,在信托业务三分类背景下,信托机构在各类消费金融信托业务中,应守住合规、风险底线要求,稳健展业,运用资产管理信托、资产服务信托等不同方式,为投资人、消费者提供全面、优质的金融服务。

“信托业务三分类背景下,消费金融信托业务预期大致会向两个方向发展:一类是资产管理信托方向上的以助贷和投资消金资产为主的集合信托业务;另一类则是资产服务信托方向上的消费金融资产证券化业务。”上述资深信托行业研究人士表示。

## 信托结构调整不断深化 营收、净利反弹

本报记者 樊红敏 北京报道

9月19日,中国信托业协会披露今年上半年信托公司主要业务数据。截至2023年6月末,信托资产规模余额为21.69万亿元,环比增幅为2.21%,同比增幅为2.73%。

## 资产规模升至21.69万亿元

信托资产规模延续2022年以来稳中有升的发展态势。截至2023年二季度末,信托资产规模余额为21.69万亿元,较3月末增加4699亿元,环比增幅为2.21%,较上年同期增加5769亿元,同比增幅为2.73%。

按信托资金来源划分,总体上看,在监管引导下,信托业务资金来源结构持续优化,集合信托占比上升,单一资金信托占比下降,管理财产信托占比则相对稳定。

单一信托方面,截至2023年6月末,单一资金信托规模为4.01万亿元,占比为18.5%,较2022年6月末减少1166亿元,占比下降1.06个百分点。“单一资金信托规模占比在2013年第三季度曾达到71.28%的历史高位,之后持续下降,从原有的‘一家独大’到目前已显著低于集合信托和管理财产信托规模,信托业务的资金来源结构得到了显著优化。从长期变化趋势看,管理财产信托在资金来源中的占比呈持续上升趋势,并在资管新规落地后有所加速。”

## 营收、净利均实现正增长

截至6月末,信托业实现经营收入累计494.32亿元,较2022年同期增加20.86亿元,同比增长4.41%。累计净利润329.91亿元,较上年同期增加49.69亿元,同比增长17.73%;人均利润124.24万元,较上年同期增加24.54万元,同比增长24.61%。

“营收和利润的显著反弹,既是信托行业自身转型的成效显现,也受其他多种因素的影响。”曾刚指出,2023年一季度,上海信托以72.41亿元将上投摩

与此同时,信托行业的经营业绩有所回升。信托业今年上半年实现经营收入累计494.32亿元,较上年同期增加20.86亿元,同比增长4.41%;实现净利润329.91亿元,较上年同期增加49.69亿元,同比增长17.73%。

曾刚分析称。

从信托功能角度看,近年来信托业务结构变化较为明显,融资类信托占比短暂上升后继续回落,事务管理类信托持续下降,投资类信托则步入快速发展阶段。

截至6月末,事务管理类信托余额和融资类信托余额同比均有所下降,分别降至8.51万亿元和3.13万亿元;投资类信托则保持快速增长势头,余额达10.05万亿元,占比升至46.34%。

“考虑到目前地产市场风险仍未出清、融资需求相对低迷,预计融资类信托占比仍将延续回落,但速率放缓,而投资类信托占比将进一步上升。”曾刚表示。

从资金运用方向来看,在监管引领下,近年来信托业围绕国家战略,采取积极措施,稳步加大对实体经济的资金投入,着重引导资金进入工商企业和基础设施领域,积极支持国家重大战略实施,提高金融服务效率。与此同时,信托公司根据回归资管行业

本源的要求,大力发展标品信托,培育金融市场投资能力,投向证券市场、金融机构的规模和占比持续提升。

具体来看,截至2023年6月,投向证券市场(包括证券、债券和基金)的资金信托规模为5.06万亿元,较上年同期增长1.16万亿元,同比增幅29.92%,占比32.22%,比3月末提高2.3个百分点,同比上升6.01个百分点。信托资金配置向标准化资产转移的趋势进一步凸显。

投向金融机构的资金信托规模为2.19万亿元,同比增长2387亿元,增幅12.22%,占比上升至13.97%,同比上升0.81个百分点,环比上升0.03个百分点。

金乐函数分析师廖鹤凯分析认为,信托行业经过10年的高速发展,传统业务到了瓶颈期,规模受限。随着信托业务重新分类,信托公司发展方向正在重大转变,经营思路也有较大调整,标品、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。

交银信托拟转让持有的中航油财务公司股权,重庆信托拟转让持有的三峡银行股权等。

某信托从业人士向记者表示,营业收入回升主要得益于固有业务投资收益的增长,部分金融股权的转让给信托公司在短期内带来了大额投资收益。

信托行业今年上半年的投资业务收益数据也印证了上述观点。截至2023年6月末,投资业务累计收益为188.51亿元,较2022年同期增长67.86亿元,同比增长56.25%。

## 厚植合规管理文化 助推证券行业高质量发展

东莞证券股份有限公司关于合规管理文化建设的研究

在证券行业实现高质量发展的进程中,以合规文化为首的“合规、诚信、专业、稳健”行业文化的作用不容忽视。近年来,东莞证券积极探索合规管理新方向,搭建合规管理手段、理念与目标“三位一体”的合规管理体系,培育具有特色的合规管理文化,力争为证券行业文化建设提供基层智慧。

### 一、证券行业高质量发展必须高质量推进证券行业文化建设

文化作为一种“软实力”,可以为证券行业提供价值引领和精神支撑。近年来,监管机关与行业协会高度重视证券行业文化建设,制定发布《证券行业文化建设十要素》等工作指引,不断完善文化建设工作机制和制度支撑,贯彻落实“合规、诚信、专业、稳健”的证券行业文化理念。

### 二、高质量的证券行业文化建设离不开高质量的合规文化建设

#### (一)以合规为底线,稳住行业文化建设的“压舱石”

资本市场作为现代社会发展形成的规范市场,遵守法律法规、监管规则是资本市场兴盛的重要保证。证券公司等行业机构作为“看门人”,必须坚持以合法合规作为开展一切经营活动的前提,发挥行业机构的示范引领作用。

#### (二)以合规为核心,牵住行业文化建设的“牛鼻子”

在“合规、诚信、专业、稳健”的行业文化中,合规文化是诚信文化的应有之义,是专业文化的重要表现,更是稳健文化的根本保证,是证券行业文化建设的核心和关键。合规文化在行业文化建设中具有“牵一发而动全身”的效果,在行业文化的建设中应善于利用和把握合规文化的作用。

#### (三)以合规为示范,做好行业文化建设的“领头羊”

在行业文化建设的过程中,应充分发挥合规文化的示范引领作用,营造良好健康的合规文化氛围,形成“你追我赶”的行业文化强

劲发展势头,带动其他行业文化的建设与发展。

### 三、打造富有“东证特色”的合规管理体系,培育蕴含“东证气质”的合规管理文化

近年来,东莞证券高度重视合规管理工作,不断加强合规管理团队建设,主动探索合规管理有效模式。东莞证券始终秉持合规管理与业务共生发展的理念,深化合规管理与公司战略、经营理念的融合程度,构建合规管理手段、理念与目标“三位一体”的合规管理体系,培育具有公司特色、符合行业共同价值追求的合规管理文化。

#### (一)合规管理目标:标准清晰、过程高效、结果有效

标准清晰,意味着从顶层设计到执行规范,各层级的标准均清晰明确,方能有效指导执行落实;过程高效,则是以“合法、合理且必要”为原则审视公司经营管理的各个环节,实现经营管理的经济性及效益性;结果有效,是在“标准清晰”及“过程高效”的良性互动下,最终实现合规内控管理结果有效。标准清晰、过程高效、结果有效,三项标准之间紧密相连,确保东莞证券合规管理工作得以有效落实,实现合规管理与公司治理和业务发展形成良性互动。

#### (二)合规管理手段:制度化、系统化、标准化、产品化

制度化、标准化、系统化、产品化是互通互联、高效协同的方法论,旨在从“观念层—组织层—行为层”三个层面构建证券公司内控工作机制,实现内控管理工作的闭环,提升内控管理工作的有效性。制度化、系统化、规范化:规章制度作为一种成文的行为规范与规则,是公司内部的“法律法规”,其具有普遍性、成文性、强制性的特点。制度化、系统化、规范化:结合业务开展与经营管理的实际情况,对涉及公司各方面的内容进行了细致、详实的全生命周期梳理,并对照公司内部流程设计、执行情况,提出相应的建议和关注点。

工行为的根本标准,摒弃非制度化管理所产生的各种缺陷与弊端。

合规管理,制度先行,东莞证券高度重视制度在公司治理、合规管理中的重要性,打破补丁式制度修订模式,摒弃以部门职责分类的制度归口管理方式,探索以“行为管理”为视角的制度梳理逻辑,全方位重塑公司各层级制度架构,系统化开展公司制度的“废、改、立”工作。

标准化、产品化:标准化是对规律性、重复性的要件进行

# 科创金融升温： 银行实施“尽职免责” 优化组织架构

本报记者 慈玉鹏 北京报道

《中国经营报》记者注意到，民生银行近日发布针对科创企业的千万级信用贷产品“易创E贷”。目前，市场上银行科创金融产品愈发丰富，除信用贷外，知识产权贷、供应链贷款、股

权质押贷、订单贷等产品陆续推出。

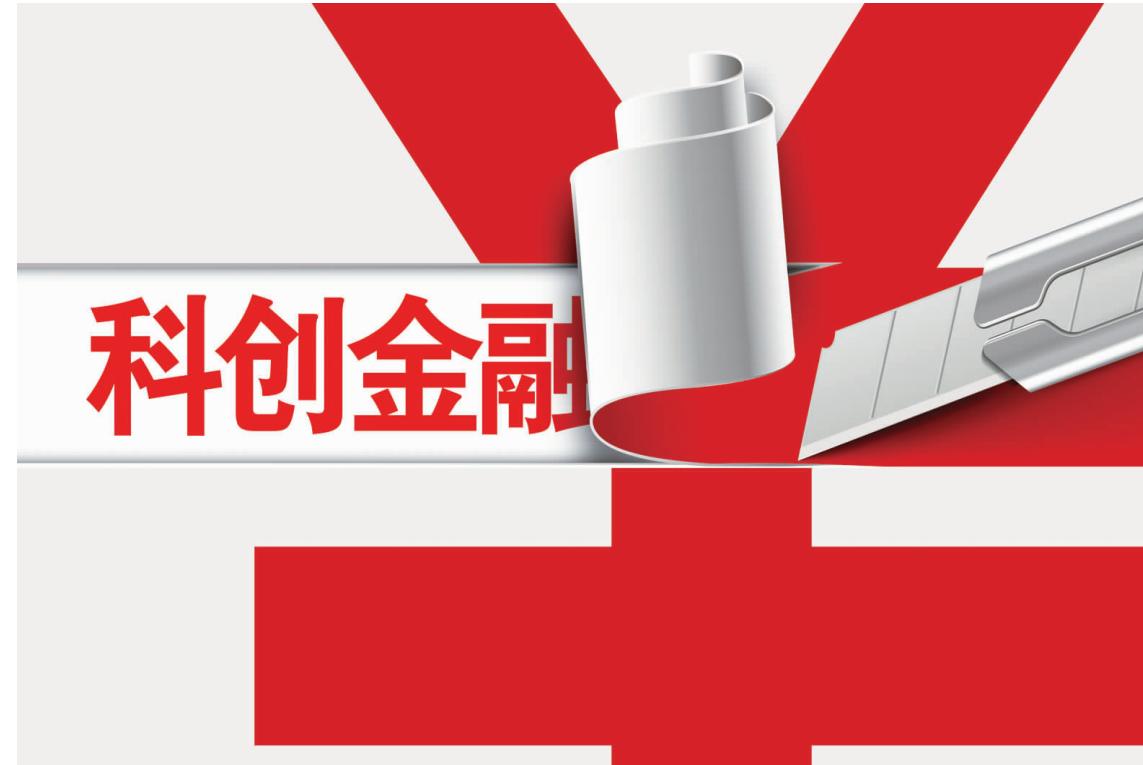
同时，记者采访了解到，多家银行为强化科创金融竞争力，纷纷设立科技特色支行或专营部门，并不断健全科创企业贷款“尽职免责”问责机制和风险防控措施，在风险容忍度内不存在

违法违规行为，原则上不发起问责，激发一线员工积极性，亦有银行分支机构为推动科创金融产品落地，进行了内部组织架构调整优化。

业内人士表示，科创企业贷款环境向好，市场竞争愈发激烈，银行机构若想抢占科创金融市场，一是提升数字化能力，利用大数据、区块链、云计算等解决科创企业信息不对称问题，通过运用金融科技手段完善供应链平台，助力识别“专精特新”中小企业需求。二是进一步探索投贷联动业务模式，做实并优化联合建立风险控制机制。

## “尽职免责”+考核推动

科创企业金融风险较高，“尽职免责”能够有效调动积极性，原则上出现坏账不需要承担处罚。



在政策引导下，近年来，商业银行积极布局科创金融，并根据科创企业的需要，为其推出了不同的服务模式与产品，全力满足科创企业全生命周期的融资需要。  
视觉中国/图

兑、贴现、保理、承诺、信用证、保函等表内外融资业务；建设银行推出科创信用贷、科创精新贷、产业集群贷、抵押快贷、网络供应链“e信通”等产品。

某“专精特新”企业负责人表示，近两年科创企业融资难度再降低，可对接的银行机构越来越多，但融资仍有一些症结，比如，部分已履行的国企或政府订单无法质押，知识产权贷评估体系与银行体系仍未打通等。

考核体系上，民生银行北京分行党委委员解琦表示，为强化对科技型企业贷款投放力度，重点考核“专精特新信贷投放”，考核内涵兼顾信贷规模与客户新增。同时，相应完善针对科创企业的内部尽职免责机制，并对于如专精特新易创E贷、供应链融资、订单融资等针对中小企业的主要服务产品，实施差异化风险容忍度。

记者注意到，多家银行已设置

“尽职免责”机制推进科创金融。例如，工行建立健全科创企业贷款尽职免责问责机制和风险防控措施，激发全行对科创企业营销积极性；湖南建行针对科创金融落实尽职免责、加大信贷资源支持力度等差别化支持政策。

解琦强调，“科创企业金融风

险较高，‘尽职免责’能够有效调动积极性，减少负担，只要按照要求进行业务开展，原则上出现坏账不

需要承担处罚。”

## 专营组织陆续设置

为加快科创金融业务落地，银行设置科创金融专营部门，并进行了一系列组织革新。

为抢占市场，解决在业务推进过程中各机构经营管理水平、科技金融业务开展专业性参差不齐、复合型人才资源有限等问题，银行纷纷设置科技特色支行或专营部门。

记者采访了解到，民生银行在中关村二级分行设立了科创金融部，承担中关村区域科创金融业务推动管理职能，负责制定科技金融业务规划和开发策略，组织规划的落地实施。分行针对科创金融部上报的科创信贷业务执行绿色审批制度，优先审批，优先投放。

针对科创企业，科创金融专营部门或机构综合专业能力更胜一筹。民生银行相关人士表示，科创金融部通过岗位设置、明确职责、细化考核等方式，优化人员结构、规范业务流程，提升专业能力，为科创金融业务开展提供人员架构保障。

通过专业化研究、行内产品综合应用、业务推动流程管理、优质渠道建设等方式，规范推动管理职能，提升专业能力，搭建科创企业营销平台，加大了科创企业开发力度，为科创企业提供综合化金融服务方案。

记者注意到，银行近年来陆续成立专营机构专门从事科创企业相关金融业务。例如，今年5月，杭州银行科技支行、农业银行滨江支行、农业银行余杭支行、工商银行余杭支行、建设银行高新支行、杭州联合银行宝善支行等12家支行被认定为2023年第一批次杭州市科创金融专营机构；2022年11月，中国人民银行等八部门公布方案，推进上海、南京、杭州、合肥、嘉兴科创金融改革。获批以来，截至今年7月，仅合肥市新增各类科创金融专营（特色）机构6家，当地共有银行保险科创金融专营（特色）机构30家。

中国银行业协会秘书长刘峰今年7月公开表示，近年来，银行业金融机构结合科技型企业不同阶段的经营特点、风险特征和资金需求，开发专属信贷产品，创新专营信贷体系，设立专营机构和

服务团队，开展针对性服务，实行差异化营销和产品配置策略。目前，已设立科技特色支行、科技金融专营机构超1000家。

另外，银行为强化科创金融业务落地能力，进行了一系列组织革新。记者采访了解到，为迅速将科创产品推向市场，民生银行北京分行设置“分-中-支”三层机构，即由几家支行联合组成一个中心支行，实现更好地统筹资源，提高效率。同时，在中支层面成立了基础客户服务中心，负责中小科技型企业的客群开发。依托“中-支”组织优势，民生银行北京分行完成了中小企业获客以及中小企业信贷集中化改革，组建共计100余人的团队，重点为“专精特新”企业提供结算和信贷业务服务。

上海金融与发展实验室主任曾刚表示：发展科创金融，银行信贷方面可开发专利权和商标权质押融资、订单融资、商票保贴、税务贷、补贴贷等更加灵活的融资类服务；利用大数据、区块链、云计算等解决科创企业信息不对称问题；设计“科技+”系列产品，满足科创企业各发展阶段的融资需要。在风险补偿上，商业银行与地方政府利用业务贴息、利差补贴、风险补偿等激励政策，设立科创企业信贷风险准备金，为企业提供无抵押、免担保信用贷款。此外，银行还加强与保险公司、担保公司的合作，为科创企业的信贷提供批量担保和个案担保。

同时，曾刚表示，应立足科技型企业需求，构建综合化金融服务体系。应逐步从以贷款为主的服务模式，升级为“表内+表外”“商行+投行”“债权+股权”“融资+融智”的综合化、全方位服务。通过运用金融科技手段完善供应链平台，帮助银行识别“专精特新”中小企业的需求。进一步探索投贷联动业务模式：其一，联合建立风险控制机制；其二，进一步发挥政府作用，提高投贷联动模式融资服务能力；其三，优化监管制度，适度放宽对商业银行限制。

# 医药板块全面反弹 机构看多中药、创新药

本报记者 顾梦轩 夏欣 广州  
北京报道

几经沉浮的医药板块近日终于回暖。Wind数据显示，9月6日—9月20日，医药主题指数上涨1.27%。细分领域中，减肥药指数表现最好，

## 估值处于历史低位

如果从2021年2月医药指数的高点计算，医药板块整体下跌时间已经达到两年半，估值已经处于历史低位。国联基金分析文章认为，从医药板块当前估值情况来看，截至9月12日，中证医药指数TTM(滚动市盈率)26.46倍，分位值3.7%，低于近10年96%以上的时间，板块低位区间特征已经越来越明显。

然而为期一年的全国医药领域腐败问题集中整治工作给医药板块来了一记重锤。受此影响，医药板块下跌幅度较大。不

过，9月9日，国家卫健委医疗应急司司长郭燕红在行业活动中发表了“把稳政策基调，推进医药腐败集中整治”的主题讲话，传达了积极信号。

政策方面，9月10日，国家金融监督管理总局发布的《关于优化保险公司偿付能力监管标准的通知》显示，引导保险公司支持科技创新。一方面，保险资金投资科创板上市普通股票，风险因子从0.45调整为0.4；另一方面，保险公司投资的国家战略性新兴产业未上市公司股权，风险因子赋

值为0.4。

格上财富金樟投资研究员毕梦婷指出，近期医药股持续走强，与前期超跌后的补涨和情绪修复有紧密关系。近日反弹很可能是一些资金在提前布局。这也是对反腐信号结束和业绩回升的反复博弈。

诺安基金指出，从收益角度看，从2005年到现在，医药行业指数的年化复合收益率约为16%，收益来源于医保扩容、医疗扩容、医药供给侧改革；而从2018年年底至今，医药行业指数的年化复

合收益率已不足10%，考虑到医保每年的增速都有10%，所以当前时点医药板块整体是低估的，相对应的就是医药板块整体的预期投资收益率在提升。

从风险角度看，诺安基金分析，医药行业投资通常是交易某种“确定性”，前段时间因为政策方面的因素，增加了医药行业的不确定性，但近期观察市场的预期在向积极的方面变化，因此“确定性”在提高。所以，从风险收益比的角度看，当下的医药资产对投资者来说是有吸引力的。

## 中药板块领涨

相对于医药板块整体，中药板块“一枝独秀”。Wind数据显示，截至9月20日，中药精选指数年内已经上涨7.25%。

从机构持仓来看，今年二季度，中药个股获得了不少基金经理的青睐。Wind数据显示：截至2023年二季度末，13家公司的25只基金持有中药龙头股江中制药，其中二季度增持2925.78万股；31家公司的81只基金持有中药龙头股片仔癀，其中二季度增持280.75万股。

毕梦轩指出，今年中药板块的上涨主要集中在上半年。当时随着病毒的减弱和防疫政策的优化，

居民备药需求大增，其中中医药成为居民用药的重要选择。另外，在供大于求的环境中，超百种中医药价格涨幅超过了50%，其中大部分与疫情相关。在此背景下，上半年医药股表现强势，中药板块的景气度回升明显。随着疫情的消散，需求量陆续减少，下半年中药板块持续震荡走低。

诺安基金认为，自2009年新医改以来，中医药行业经历了几个不同的发展阶段，形成了几轮产业周期。这一轮的中药产业周期从2018年开始，仍然受政策驱动，行情的本质是ROE(净资产收益率)

提升，表现形式包括大单品提价、国企改革、库存出清、政策出清寻找第二增长曲线、创新发展等。“就今年的行情而言，除了需求增加带来的业绩高增长以外，主要因素是基层诊疗复苏、渠道补库存、ROE提升。未来中药行业高质量发展，以及在治未病方面的发展可能是主要投资收益来源。”诺安基金有关人士分析。

汇添富基金指数与量化投资部副总监、基金经理过蓓蓓表示，中药是医药行业里央企占比最高的子板块，市值占比达到50%；中药行业国企改革和上市公司质

量提升方案落地的时间也早于“中特估”主题的出现时间。通过两年多的时间，企业经营活力被激活、中药传承创新政策充分落实，叠加人们对疫后保健诊疗的需求恢复，中药行业业绩增长有望持续。

郝森指出，长期来看，中国医药产业的长期发展逻辑，并没有发生根本性的变化。“因人口老龄化加速、医疗技术的持续创新，我们认为医药行业依然是一个非常好的投资赛道。需求侧非常稳定，成长性非常确定，供给侧有技术不断迭代和突破的拉动。”

## 创新药独具吸引力

相对于中药板块，2022年年底呼声较高的创新药板块今年以来处于下跌状态。对此，诺安基金分析有四大原因：第一，去年四季度和今年1月份，创新药有较大的超额收益，下跌调整是均值回归的诉求；第二，在研发指导原则的作用下，新药研发朝着高质量的方向发展，因此管线价值需要做相应调整；第三，从全球范围看，Biotech(生物科技)公司普遍表现不佳，因为近年来新药开发的投资回报率在降低，同时美国长债收益率处于高位，相比之下，创新药资产没有足够的吸引力；第四，企业自身的产品推进节奏问题。虽然今年以来创新药板块回撤明显，未来仍会有波折，但以长期视角，能观察到的积极因素更多，也看到美国上市大药企凭借一款好药，股价创历史新高事实。总之，创新药的投资虽然挑战很多，但是极具魅力。

诺安基金认为，虽然处于下跌状态，但创新药板块有可能是未来医药投资最好的方向。因为支付端整体的扩容仍在路上、未满足的临床需求仍然很多、创新药在医疗支出中的占比仍然很低、新药出海刚刚崭露头角等等。

郝森看好中国创新药产业的前景，创新药优质企业目前有较为显著的投资价值。同时也看好为创新药研发服务的产业链，如研发生产外包、科研服务等细分领域。

郝森指出，从需求端来说，目前创新药销售金额在中国药品市

场的占比可能才10%左右，拥有巨大的成长空间。从供给端来看，随着国内创新药企取得技术层面的长足进步以及国内丰富的临床研究资源，会有越来越多优质国产创新药产品上市。

政策层面，对于创新药、生物技术产业明确定位为战略性新兴产业，医保支付等支持性政策持续推出。创新已然成为行业未来发展的主要推动力，中国制药行业的发展迎来了转型升级的阶段。

诺安基金认为，医药板块领域众多，而且总能找到与当时的背景契合的标的。如果说医药板块准备进入新一轮牛市行情，虽然过去的策略仍然有效，可以打破这些细分领域的边界，用一个整体性的目光去分析，核心点在于寻找“与时代背景契合的现象级大单品”，现在的时代背景就是技术创新、产业融合、精专分割，现象级大单品可以是药，可以是器械，也可以是服务。未来的医药行情的风格更偏重科技成长，投资策略也会发生变化，投资周期在变长，医药板块科技属性的东西会越来越多。

红土创新基金表示，医药板块经过两年半时间的下跌，叠加近期反腐的影响，估值处于历史低位。从中长期的视角来看，当下是布局医药板块的较好时机，结构性机会较多。反腐也有利于发现竞争力、创新力较强的优质公司。人民群众就医的刚性需求不会因为反腐而受到影

# 信贷投放增加 政策着力稳外贸外资

本报记者 杨井鑫 北京报道

今年全球经济增速放缓给我国稳外贸稳外资带来了巨大的压力和挑战。近期,商务部坚定表态坚决稳住外贸外资基本盘,央行和

## 政策瞄准稳外贸稳外资

金融稳外贸的重点在于稳定市场主体,稳外资则是要营造良好的营商环境。

9月14日,全国稳外贸稳外资电视电话会议在京召开,对下一阶段稳外贸稳外资工作作出安排。会议指出,稳住外贸外资基本盘,完成全年目标任务,要用好政策空间,找准发力方向,多措并举打好政策措施“组合拳”。同时,会议要求商务系统要狠抓政策落实、服务保障、宣传培训、风险防范等各项工作,全力以赴稳外贸稳外资,为推动经济运行持续好转提供有力支撑。

9月18日,中国人民银行党委书记、行长,国家外汇管理局党组书记、局长潘功胜主持召开外资金融机构和外资企业座谈会,听取有关意见建议,研究加大金融支持稳外贸稳外资力度,进一步优化外商投资环境有关工作。在会上,潘功胜表示,下一步,将持续优化政策安排,不断提升金融服务质效,助力高水平对外开放。

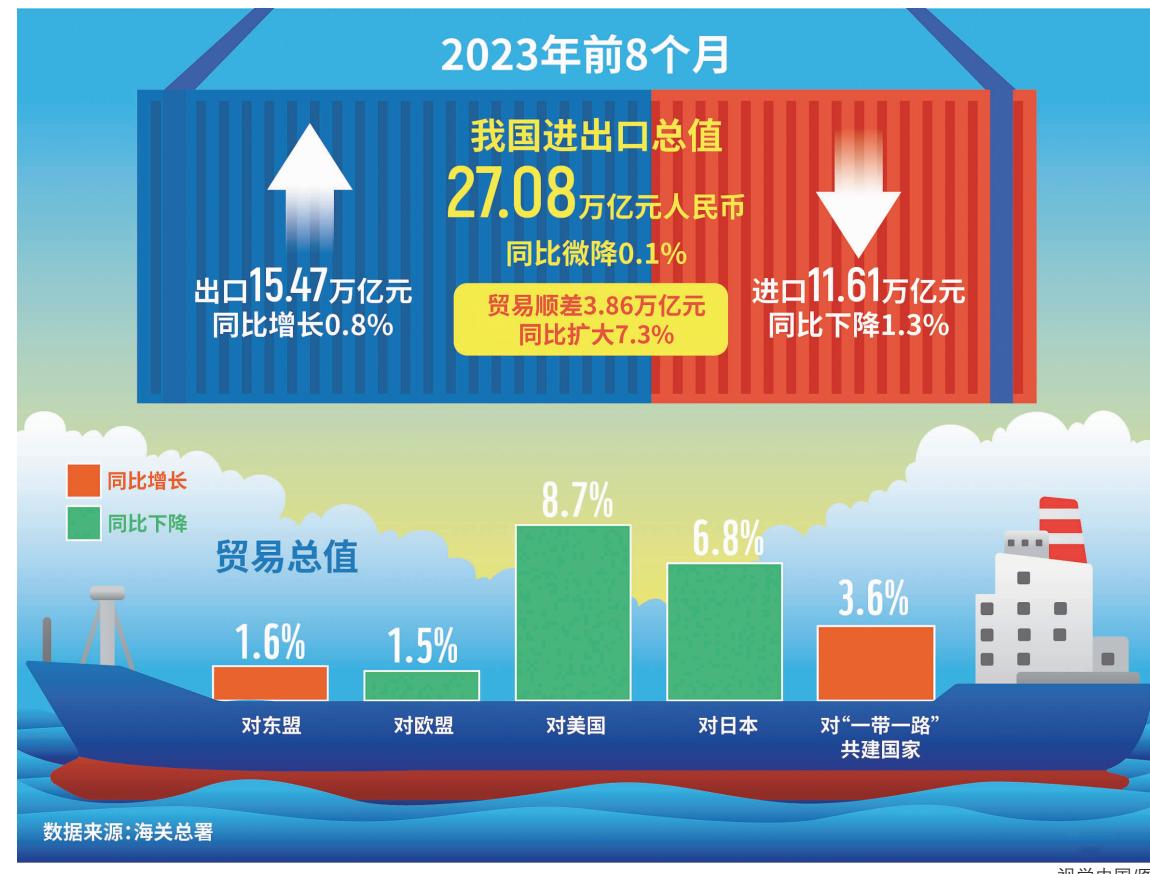
海关总署数据显示,今年8月份,我国进出口总值3.59万亿元,同比下降2.5%,环比增长3.9%。其中,出口2.04万亿元,同比下降

外管局则召开了外资金融机构和外资企业座谈会,发声要加大金融稳外贸稳外资力度,更好地服务经济社会发展大局。

据《中国经营报》记者了解,随

着消费和投资回暖趋势逐步稳固,内需正呈现出稳中有升的局面。按照监管的思路,下阶段政策的发力点将继续巩固内需的前提下,全力稳住外贸基本盘。与此

同时,作为稳外贸稳外资的关键一环,金融的支持在其中起到了重要作用。在监管要求加大金融稳外贸稳外资力度后,多家银行也将在该领域加大信贷投放。



3.2%,环比增长1.2%;进口1.55万亿元,同比下降1.6%,环比增长7.6%。

商务部公布的吸引外资数据显示,今年前8个月,全国新设立外商投资企业33154家,同比增长33%;实际使用外资金金额8471.7亿元人民币,同比下降5.1%。

商务部外资司负责人答记者问时指出,今年前8个月全国实际使用外资同比出现下降主要有两方面原因:一是世界经济恢复缓慢,全球跨国投资乏力;二是去年同期基数较大,去年前8个月实际使用外资金额也是历史同期最高的。

一家券商分析师认为,金融稳外贸的重点在于稳定市场主体,解决重点外贸企业、跨国公司等企业急难愁盼的问题;稳外资则是要营造良好的营商环境,稳步推进扩大开放,尤其是扩大服务业对外开放。

## 银行增信贷

通过出口外贸转型,外贸企业的竞争力会提升,而这个过程需要银行在信贷投放、银保合作、汇率避险等方面给予支持。

“今年下半年外贸企业的信贷投放仍然是银行的一个重点领域。”一家股份行人士向记者表示,银行的支持不仅覆盖头部企业,还包括小微外向型企业。

记者了解到,近期多家银行在各地陆续开展稳外贸稳外资的银企合作推荐会。

9月20日,交通银行广东省分行举办了“交融天下,服务全球”广州区域进出口百强客户交流会。该行在推荐会上为进出口百强客户介绍了集“境内+境外、本币+外币、在岸+离岸、商行+投行、融资+融智”于一体的综合金融服务方案,立足进出口外贸企业实际需求,为企业跨境经营保驾护航。

近日,工商银行福建省分行高管深入一线调查研究某大型外贸企业

金融服务需求。同时,银行还举办了“工银全球行”推介会暨银企合作签约专场活动,向省内外外贸企业宣导跨境人民币便利化等政策。

9月7日,农业银行湖南省分行与湖南省商务厅在张家界联合主办了“金融服务进市州”暨“金融稳外贸、农行在行动”主题推介活动。该行与7家外贸企业代表分别签订合作协议,运用省农行、市商务系统出台的支持稳外贸一揽子政策措施,为企业提供4.9亿元信贷资金。

中国进出口银行重庆分行于近期成功落地首笔中欧班列(渝新欧)外贸产业链发展贷款,支持重庆陆港型国际物流枢纽建设。数据统计显示,截至7月末,该分行累计支持“一带一路”贷款超过600亿元,融资支持项目和余额逐年稳步提升。另

外,四川省商务厅联合中国进出口银行四川分行共同印发了《关于政策性金融支持外贸稳规模优结构八条措施》,其中提到了设立500亿元外贸专项信贷额度,为拓展国际市场外贸企业提供信贷支持。

9月7日,中信银行与中国出口信用保险公司联合举办了“首届数字金融服务节暨第四届小微客户服务节”,该行常务副行长刘成与中国信保副总经理徐新伟代表双方签署“数字服务支持中小微外贸企业联合行动宣言”。

在今年上半年上市银行业绩发布会上,也有不少银行明确了加大对外贸企业信贷支持。

中国银行副行长张东在上半年业绩会上称,中国银行接下来将把稳外贸作为服务民营企业的

重要抓手,支持民营企业拓展海外资源和全球化补链强链。

工商银行副行长张伟武在上半年业绩发布会上专门介绍了银行国际化发展的相关情况,明确表示该行服务稳外贸稳外资持续发力。数据显示,该行上半年累计为境内重点外贸外资企业发放表内外融资超过6500亿元人民币,同比增长5.1%。同时,积极服务贸易新业态新模式,促进贸易便利化,办理海关“单一窗口”跨境汇款业务居同业首位。

“中国的外贸出口正在转型中,由传统产业向新能源汽车等高端产业转型。通过转型,中国外贸企业的竞争力会提升,而这个过程需要银行在信贷投放、银保合作、汇率避险等方面给予支持。”一家国有大行地方分行负责人表示。

## 上海自贸区十年路:银行持续优化跨境服务

本报记者 郝亚娟 张荣旺

上海 北京报道

今年是上海自贸试验区揭牌运行10周年。《中国经营报》记者注意到,十年来银行业不断创新

## 数字化赋能跨境金融

近日,中国(上海)自由贸易试验区管理委员会发布的《中国(上海)自由贸易试验区建设10周年白皮书》显示,作为中国首个自贸区,截至2022年年底,上海自贸试验区累计新设企业8.4万户,是同一区域挂牌前20年的2.35倍。

国家金融监督管理总局上海监管局党委书记、副局长王鑫泽指出,监管引领上海银行业保险业支持上海自贸区建设的经验成果主要体现在三个方面:一是加强顶层设计,建立自贸区金融监管制度体系;二是聚焦改革创新,不断提升自贸区银行业保险业服务实体经济

的能力;三是释放溢出效应,持续推动上海自贸区与国家重大决策部署联动。

随着我国高水平对外开放程度不断加深,金融服务和金融开放的重要性日益凸显,银行也在不断创新跨境金融业务。

建设银行行长张金良在第15届中国-东盟金融合作与发展领袖论坛上表示,数字化驱动跨境金融升级,建设银行率先推出“建行全球撮合家”平台,推动“一带一路”经贸合作,帮助1.9万余家企业实现跨境供需对接;首创“关银一KEY通”,实现海关总署国际贸易

任孙辉表示,人民银行上海总部将紧紧围绕实施自贸区提升战略,继续推动人民币跨境使用和可兑换改革,指导并推动金融机构用好自由贸易账户等特色金融服务,加快场景融合,更好地满足

实体经济的跨境金融服务需求。持续深化外汇管理改革,加大临港新片区跨境贸易投资高水平开放试点等政策推进力度,稳步扩大试点覆盖面,促进跨境贸易投资便利化。

针对跨境金融中企业的融资特点,银行方面也在积极创新。比如,兴业银行首笔“小微企业跨境融资-信保贷”业务及全线上进口押汇业务分别在大连、青岛落地。该产品是兴业银行与中国电子口岸数据中心、中国出口信用保险公司开展合作推出的跨境融资产品,支持客户线上发起融资申请,通过大数据模型构建客户“画像”,全方位满足小微企业“短、急、快、频”的融资需求,为出口型小微企业提供便捷的普惠金融服务,助力缓解出口型小微企业“融资难、融资贵”问题。

创新空间。然而,监管的日趋严格和市场环境的不断变化也给金融机构带来了重大挑战。一方面,为了确保市场的稳定性和风险的可控性,金融监管机构已加大了对跨境业务的监管力度。另一方面,由于假冒外汇交易和跨境金融交易非法集资等违法行为的存在,金融机构在风险防范、合规监管、信息

安全等方面正面临更高的要求。毛慧建议,金融机构在开展跨境业务时应深入了解目标市场的金融政策、法规和监管框架,密切关注相关机构的政策变化和新规的发布,并与当地金融机构、律师事务所和其他专业咨询机构建立合作伙伴关系,以获取专业的法律和合规建议。同时,金融机构可通过在多个国家和地

## “双碳”目标三年成效:绿色金融创新提速

本报记者 张漫游 北京报道

2020年9月22日,我国首次提出了碳达峰、碳中和“双碳”目标,至今已经过去了三年。2021年,国务院发布了《2030年前碳达峰行动方案》,该方案明确提出了一系列措施,包括完善绿色金融评价机制,建立健全绿色金融标准体系。同时,该方案还鼓励大力

发展绿色贷款、绿色股权、绿色债券、绿色保险、绿色基金等金融工具,并设立碳减排支持工具,引导金融机构为绿色低碳项目提供长期限、低成本资金。

在“双碳”目标的驱动下,我国碳金融取得了诸多突破,但也仍然存在诸多发展桎梏。业内人士认为,随着国家核证自愿减排量(CCER)市场重启,碳金融市场将获得更多的发展。

## “双碳”目标推动碳金融

“‘双碳’目标的提出,尤其是2060年碳中和目标的提出,有力推动了绿色金融开始向应对气候变化这一全球重大议题倾斜。”中国银行研究院研究员赵廷辰告诉《中国经营报》记者,我国对治理局部污染物(例如二氧化硫、氮氧化物、粉尘等大气污染)一直非常重视,这些污染物在局部地区扩散,直接影响人民群众身体健康,历来是环境治理焦点。

为进一步支持碳减排,2021年11月,中国人民银行先后推出碳减排支持工具和支持煤炭清洁高效利用专项再贷款。2023年1月人民银行发布通知,2023年继续并行实施碳减排支持工具和支持煤炭清洁高效利用专项再贷款,并将碳减排支持工具扩围,进一步带动绿色信贷规模增长,助力科学有序实现碳达峰碳中和目标。

此前,中国人民银行货币政策司司长邹澜在新闻发布会上介绍表示,截至今年6月底,碳减排支持工具余额分别为4530亿元和2459亿元,分别比上年末增加1433亿元和1648亿元。其中,碳减排支持工具支持金融机构发放碳减排贷款超过

7500亿元,带动年度碳减排量超过1.5亿吨二氧化碳当量。

赵廷辰表示,二氧化碳与氮氧化物等不同,一是其危害性不体现在直接损害身体健康(所以往往不被视为污染物),而是体现在导致全球变暖,二是具有全球性,任何一地的碳排放都会进入大气并在全球蔓延。“过去我国对碳排放问题重视程度相对不足。2014年,中国首次提出‘计划2030年左右二氧化碳排放达到峰值且将努力早日达峰’并于2015年签署了《巴黎协定》,对碳排放问题重视程度明显提升。2020年中国首次提出2060年碳中和的目标。这一重大政策的出台,有力推动了低碳产业的发展,也促进绿色金融资源更多向有助于降低碳排放(不仅是治理污染)的领域集聚。”

以贴标债券市场为例,惠誉常青ESG研究组联席董事贾菁薇指出,贴标债券市场在“双碳”目标提出的三年时间内取得巨大增长。参与绿债发行的企业数量逐渐增长并更加多元化,机构与个人投资者对绿色债券、碳中和债券的关注也快速提升。这对于引领资金流向低碳转型领域十分重要。

## 多元碳金融产品待激活

谈及“双碳”目标下绿色金融市场的发展方向,赵廷辰建议,绿色金融应与碳市场做好衔接。“2021年全国碳市场启动后,多家银行陆续推出碳排放权质押融资等金融业务。但总体来讲,碳市场对绿色金融的撬动作用还较为有限。2023年,CCER市场即将重启,有望给过去无法产生收益的多种自愿减排行为带来经济效益,从而为金融支持提供变现渠道。”

赵廷辰举例道,全国多地开发了诸多林业碳汇项目,通过植树种竹来固碳释氧,产生的林业碳汇可售予其他高排放企业用于碳市场履约。

但在CCER市场暂停期间,新开发项目无法进入碳市场参与交易,相关的开发者和金融机构也就无法得到经济回报。近年来一些地区的金融机构开发了各类“碳汇贷”,普遍面临缺乏变现渠道的问题。又如,近两年来多家银行开设了个人碳账户,用户低碳出行、绿色消费等行为均可转化为碳积分存入碳账户,但这些低碳节能行为目前也无法在碳市场销售。

赵廷辰认为,未来随着CCER市场的重启,林业碳汇、碳账户等自愿碳减排行为,在符合相关方法学的基础上,有望被认定成为CCER份额从而可在碳市场销售。这些自愿减排项目获得了变现渠道,也就为其背后的金融支持创造了必要条件。

另外,贾菁薇认为,接下来很重要的一部分是对绿色投资进行更加明确清晰的定义,来体现债券工具如何具体帮助产业减排或转型。“过去一段时间内看到境内一些发行人发行的贴标绿色债券的资质受到质疑,这有可能降低投资人对这类债券产品的投资信心;另外,在岸市场与国际资本市场在绿色项目上的定义仍有一定出入,监管在标准制定上仍有一定空间来减少这方面的差异。”

赵廷辰补充道,绿色金融应更多关注中小企业发展、贸易融资等领域。“当前以绿色贷款为代表,绿色金融支持重心是大企业贷款。当前包括风力光伏发电、绿色基础设施建设等诸多领域,多由大企业来开展。相关企业融资金额大,带动绿色贷款余额快速增长。但绿色低碳发展是全社会行动,绿色金融支持不应局限于大企业。未来应向中小企业、贸易融资、金融机构、绿色消费等多领域拓展绿色金融业务,多维度、全方位促进绿色低碳发展。”

值得一提的是,转型金融亦普遍被认为是下一步绿色金融发展的方向。贾菁薇告诉记者,转型金融对境内市场和其他新兴市场都有非常重要的意义。目前,人民银行已经在制定转型金融相关的项目名录来为银行贷款、债务资本市场等活动提供具体的参考标准;国际市场上也有多家主要金融机构发布了转型金融行业与路线图,为重点高碳排行业,如公共事业、油气、钢铁制造等,提供可行的方案。然而,这些发展尚处在早期,还面临很多技术上的缺陷,这会成为接下来绿色金融、ESG发展重点关注的领域。

赵廷辰认为,为更好地发展转型金融,首先要明确转型金融的标准。完善的标准成为绿色金融发展的基础。同样,当前对于什么是“转型”尚无明确界定,亟待有关政策出台,为发展转型金融奠定基础。其次要在金融机构和政府两方面建立激励机制。在金融支持方面,可进一步创新类似煤炭清洁高效利用再贷款等支持工具,将转型金融资产纳入合格抵押品范围,提高金融机构开展转型金融服务积极性;在政府支持方面,财政可对低碳转型企业和项目提供贴息、补贴等支持;针对开展转型金融服务的机构和企业进行减税降费。

# 锚定数实深度融合 产业数字金融探索创新

本报记者 王柯瑾 北京报道

党的二十大报告提出：“建设现代化产业体系。加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群。”

建设现代化产业体系对我国产业数字金融发展提出了更高要

求。在此背景下，银行业加速相关业务创新探索。

近日，《中国经营报》记者了解到，工商银行金融科技研究院数字化银行实验室披露了该行关于产业数字金融的创新探索实践。

“产业数字金融的价值在于提升金融服务产业、服务实体经济的质效，为现代产业体系构建

提供金融保障。”中央财经大学证券期货研究所研究员、内蒙古银行研究发展部总经理杨海平在接受本报记者采访时表示，“产业数字金融是数字经济时代金融服务产业的新模式，它伴随着企业与银行的数字化进程而产生并不断地进化，代表了产业金融的发展方向。”

## 创新驱动 汽车产业领域应用突出

不仅仅是国有大行通过技术深耕全面探索产业数字金融创新，中小银行也根据自身定位，发挥优势赋能产业发展。

原银保监会在2022年年初发布的《关于银行业保险业数字化转型的指导意见》中明确提出，积极发展产业数字金融。积极支持国家重大区域战略、战略性新兴产业、先进制造业和新型基础设施建设，打造数字化的产业金融服务平台，围绕重大项目、重点企业和重要产业链，加强场景聚合、生态对接，实现“一站式”金融服务。推进企业客户业务线上化，加强开放银行接口和统一数字门户建设，提供投融资、支付结算、现金管理、财务管理、国际业务等综合化金融服务。

产业数字金融是指以产业互联网为依托，以数据为重要生产要素，在产业政策指导下，利用人工智能、物联网等数字技术，为特定产业提供数字化投融资、支付结算、租赁信托、保险等综合金融服务，促进产业转型升级的新金融业态。

记者注意到，今年以来多家银行在产业数字金融方面发力，尤其在汽车产业领域应用广泛。

以工商银行为例，为应对智能电动汽车产业链的变化，该行武汉分行联合工行软件开发中心、中国湖北信通院、中南财经政法大学，与区域某龙头汽车整机厂商合作，创新搭建物联网金融服务平台，赋能其供应链上186家一级供应商以及500家核心二级供应商，探索物联网金融的可能性和实践性，发挥金融创新对产业链发展的支撑、促进作用。

从总体设计上看，整个环节由消费者订单驱动，利用物联网技术实现“订单—零部件—整车”的映射与追踪。在生产过程中，通过主机厂现有数字化系统对零部件进行溯源；在整车生产下线时，利用物联网技术确认账实相符后，系统自动向上游零部件供应商按物料清单比例智能授信，从而将传统的依赖报表、人工审核、周期较长的大额授信模式更替为实时、小微信贷模式，实现金融服务快速响应与风险防控二者兼顾的良性循环。

值得一提的是，据工商银行方面介绍，汽车链试点验证成功后，该行上述创新模式可快速移植、复制于其他各类制造业及适用产业。该行方面表示，将继续稳妥推进数字金融赋能产业链转型升级的试点，根据前期模式测试工作情况，进一步扩大模式应用场景覆盖面，打造数字金融产业生态，并适时引入数字人民币作为未来结算手段，不断优化体系设计和相关制度，完善业务规则和技术标准，保障系统安全平稳运行，实现“科技—产业—金融”正循环，在我国由制造大国向制造强国迈进的新征程中，全面贡献金融力量。

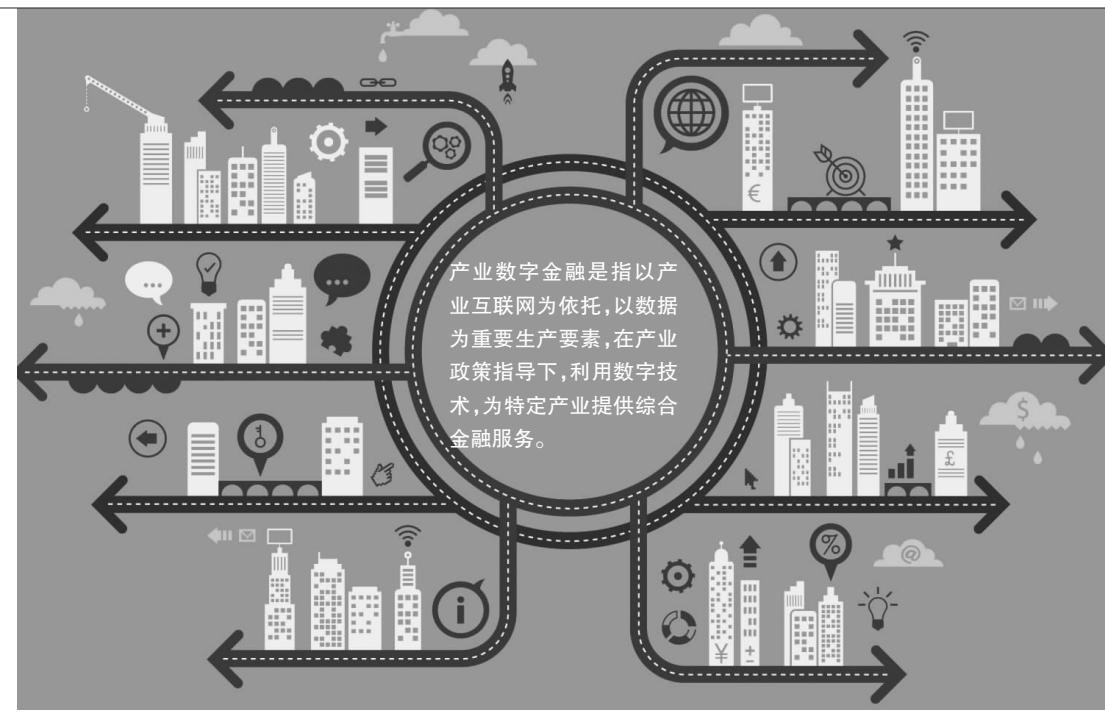
科技是国之利器。不仅仅是国有大行通过技术深耕全面探索产业数字金融创新，中小银行也根据自身定位，发挥优势赋能产业发展。近日，记者从百信银行了解到，今年以来，该行以产业数字金

融主航道为驱动，服务实体经济的质效得以稳步提升。

据了解，百信银行加大产业数字金融技术创新和应用探索，赋能传统产业数字化转型，推动绿色低碳发展，助力营造中小微企业良好融资生态。

例如，百信银行创新升级智能汽车金融服务，以供应链新模式破解融资困局。该行重点发力二手车场景，对二手车产业链金融模式进行创新探索，推出纯线上、免抵押、免担保的供应链融资产品“二手车订单贷”，为破解二手车商的融资难困境提供数字化解决方案。截至今年上半年，该行汽车金融累计放款93.5亿元，业务范围覆盖全国超过600个地市。

由中信银行组织撰写、安永咨询提供支持的《汽车产业数字金融研究报告(2023)》指出，金融机构应针对性构建生态整合、敏捷创新、数据应用三大能力，以更好地助力汽车产业高质量发展。其中，生态整合能力是主要内涵，多个金融机构通过内部资源整合，打造“融融协同+投融协同”的综合金融能力，再以融促产，融入产业生态中。敏捷创新能力是核心支撑，金融机构通过敏捷化的组织与机制，对产业生态变化与需求实现快速反应、快速部署。数据应用能力是重要基础，金融机构进一步强化数字化程度，通过数据获取、数据分析、数据应用实现产品、体验、风控等方面的创新。



视觉中国/图

## 深入了解产业 平衡投入与产出

部分中小微企业信用资质较弱，对银行产业数字金融业务的风控能力提出了很高的要求。

产业数字金融的发展开辟了新的市场。

江苏苏宁银行产业链金融高级产品总监刘峥在接受本报记者采访时表示：“产业数字金融是产业数字化与金融的高度融合，是实体经济的血脉。产业数字金融在产业链条上的‘保链’‘稳链’，在解决链条上中小企业‘融资贵’‘融资难’等方面发挥了积极作用。”

“相较于金融服务产业的传统模式，产业数字金融通过提供线上化、智能化、定制化解决方案，以交易银行服务和非金融服务助力产业链提升运行效率，为产业金融效率提升问题提供了新思路、新范式；借助产业链数据及智能化风控措施，实现风险监控的动态化，提升风险防控水平，为产业金融风险防控问题提供了新措施、新打法；通过系统打通的方式，以开放银行的思路提供适老化、自助式金融服务，为产业金融服务体验优化问题提供了新路径、新招数。”杨海平分析认为。

整体而言，我国产业数字金融的探索进展较快，但目前我国产业数字金融仍处于发展阶段，难点和挑战需要一一破解。谈及具体挑战，杨海平告诉记者：“其一，由于产业属性的差异，产业链上的主体又有不同的利益诉求，且产业主体和银行的数字化

进程不一致，设计产业数字金融服务方案难度不小；其二，由于产业数字金融服务涉及产业链上有关主体、有关政府部门，提供产业数字化是产融结合的前提，金融的数字化是天然的，产业的数字化正在路上，引导企业的微观自主行为，需要发挥国家政策指引、建设供应链‘链主’企业的标杆及行业协会的示范作用，也需要金融机构的大力支持和企业自身的共同努力。”

此外，刘峥表示，在供应链、产业链金融中，部分中小微企业信用资质较弱，在核心企业不提供信用支持的情况下，对银行产业数字金融业务的风控能力提出了很高的要求。

从具体实践看，以江苏苏宁银行为代表的多家新型银行携带科技和小微风控能力入场，服务产业链的长尾客户。“为了做好这块业务，从主观能动性层面，我行业务团队坚持深入行业、研究行业，强调‘深入田间地头做普惠’。客观层面，我行近年来大力发展战略科技，开展‘小微风控卡脖子攻关工程’，再造小微金融全流程，比如基于Lightgbm、XG-Boost、CatBoost等机器学习算法，在‘两仪’算法平台打造了60多个基于丰富行业数据的机器学习风控模型，解决获客运营、风险审批、用信放款、贷后预警等环节的‘卡脖子’问题。”刘峥表示。

# 从作坊走向工业化 AI大模型赋能银行

本报记者 张漫游 北京报道

在 ChatGPT 大火之际，其背后的大模型技术在各行各业

掀起了巨浪。在银行业，大模型之风已经从大型银行刮向了中小银行，更多区域性银行

坊式定制模型研发升级为工厂模式。

近日，江苏银行披露称，经训练，基于该行“智慧小苏”的

## 解决一线员工痛点问题

大模型是指具有大量参数和复杂结构的机器学习模型。

据了解，江苏银行推出的“智慧小苏”大模型平台已实现了客服、代码生成、图像处理等多场景的应用。目前，“智慧小苏”可根据用户需求生成高分辨率的创意图片，将代码补全功能应用到项目研发中，日均调用1500多次，需求开发由1天缩减至1小时，项目交付更加敏捷。基于“智慧小苏”的智能客服应答准确率由93%提升至96.7%，单笔工单处理时间缩减了近60%，服务效率大幅度提升。

“大模型服务平台有效解决了智能化建设中‘一个需求，一次定制’的痛点，从传统AI作坊式定制模型研发升级为工厂模式，可高效率、低成本地提供智能服务，提升金融服务质效。”江苏银行信息科部相关负责人表示。

记者梳理发现，在此前公布的上市银行2023年上半年报中，有多家银行披露了对大模型的关注，更多国有银行、股份制银行对大模型的研究和落地亦是十分积极。

今年7月，交通银行与华为、科大讯飞等共建了联合创新实验室。交行方面介绍称，与华为联合创新实验室将聚焦大模型在金融领域的应用及创新，基于全栈自主创新的算力集群，联手打造高效灵活的人工智能大模型平台，提升大模型场景落地效率和金融业务智能化水平；与科大讯飞联合创新实验室将围绕金融领域的大型语言

模型，重点研究认知大模型在金融领域的应用，基于人工智能技术推进线上线下服务一体化，深度挖掘业务价值信息，实现个性化的客户服务。

谈及大模型目前在银行中的应用，新金融联盟学术理事、工商银行首席技术官吕仲涛在新金融联盟举办的“金融机构数智化转型与大模型技术应用”内部研讨会上介绍道，大模型作为一种新型的人工智能技术，工商银行积极探索应用，提升智能客服、智慧办公、运营管理、营销创造、智能研发等业务领域的智能化水平，真正解决一线员工的痛点问题。

在智能客服领域，存在大量信用卡、存贷款等业务办理规定，传统模式中座席人员在客户服务时，需要和系统多次进行交互查询，整个处理流程需要一定时间，客户等待时间长。通过大模型的文档理解分析和生成能力，自动从大量银行业务办理规定中，总结提炼全面、专业、精准的应答话术，给座席人员提供参考，提高应答效率和客户满意度。

在运营管理领域，网点员工日常工作中存在制度规范检索难、复杂业务办理难、专业术语解释难等业务痛点问题，通过摘要生成、信息提取等大模型能力，让大量“静态”文档转换为场景化、流程化的“活”指引，提升网点员工业务应变和沟通能力，打造高质量服务。

在智慧办公领域，通过大模型AIGC（人工智能生成内容）能力，助力编写会议摘要、写汇报初稿、

润色文档、制作海报等，提升办公效率。比如会议纪要生成，根据会议对话内容，大模型快速生成会议纪要初稿，降低人工记录会议纪要的成本。同时，利用大模型代码生成、代码补全等能力，可提升一线开发人员编码效率和质量。

生成式人工智能（GenAI）主要依赖于大模型技术进行训练和预测，麦肯锡全球董事合伙人郭峰总结道，银行业GenAI应用的价值潜力主要来自“4C”：编程加速（Coding）、内容提炼/虚拟专家（Concision）、客户互动（Customer engagement）以及内容生成（Content generation）。

比如，在编程加速方面，GenAI能够解读并生成代码（从遗留系统大规模迁移主机资料、自动化测试开发、文档与格式化），使银行的代码编写效率提升55%。在虚拟专家方面，通过虚拟专家，银行一线人员能从非结构化数据中归纳提取洞见、解读文本，快速访问所有相关信息，例如产品指南和政策，以即时满足客户请求，工作效率能提升60%。在客户互动方面，使用聊天机器人完成客户触达和数据收集，未来5~10年80%以上的客户互动可被自动化；在内容生成方面，GenAI的用例包括生成文本、图像等内容。在具体职能方面，GenAI用例对银行业一线分销、客户服务、技术以及法律、风险、合规和欺诈部门的价值潜力最大，占整体价值池的70%。

智能客服应答准确率由93%提升至96.7%，单笔工单处理时间缩减了近60%。

《中国经营报》记者注意

到，更多大银行已经在智能客服、智慧办公、运营管理、营销创造、智能研发等领域深入研究大模型在银行业务间的应

用。同时，银行也正关注到大模型背后存在的问题，比如答非所问和科技伦理风险等问题已经得到了重视。

## 解决数据、算力、算法、应用等诸多挑战

日前，麦肯锡发布的报告预测称，GenAI将为银行业带来2000亿至3400亿美元的价值，相当于行业年收入的2.8%~4.7%。此外，生成式人工智能工具还可帮助各银行增强客户满意度，改善决策和员工体验，并能更好地监控欺诈和风险，从而有效降低风险。他们认为，GenAI可通过以下方式为银行业创造价值：作为虚拟客服，降本增效；加速代码生成，更快交付软件；大规模制作个性化内容。

不过，对于金融机构而言，应用大模型的前提是合法合规。

吕仲涛分析称，大模型本质上是一个海量参数的深度学习算法，受制于当前模型黑盒、计算复杂度高等因素，存在答非所问、科技伦理风险等方面问题。比如，ChatGPT生成大量看起来合乎逻辑，但内容可能并非真实甚至是捏造的事实，存在非法利用、造谣等安全隐患。

“通过工商银行的前期实践，我们认为大模型在文本、图像等领域的AIGC能力优势明显，但当前阶段并不成熟，仍存在科技伦理风险等问题。因此，短期内不建议直接对客使用，应优先面向金融文本和金融图像分析理解创作的智力密集型场景，以助手形式，人机协同提升业务人员工作质效。”吕

仲涛表示。

在讨论银行在使用GenAI过程中面临的局限时，韩峰指出了一些关键问题。他认为，银行作为一个传统行业，受到严格的监管，因此在真正规模化部署GenAI之前，必须考虑自身是否已经建立了相对安全的环境和有效的风险管理机制。与此同时，GenAI在传统行业应用方面的相关法律法规也需要逐步完善。

今年7月，我国发布了《生成式人工智能服务管理暂行办法》并自2023年8月15日起施行，旨在促进生成式人工智能健康发展和规范应用，维护国家安全和社会公共利益，保护公民、法人和其他组织的合法权益。

麦肯锡蓝跃领导人方浩翔亦提示道，训练这些模型时通常需要使用一些外部数据，或者将外部数据与内部数据结合起来进行训练。因此，银行需要采取措施，以确保在模型训练过程中不会发生数据泄露，从而避免给客户带来问题。

麦肯锡全球董事合伙人方溪源补充道：“我们认为在金融机构的应用中，人机结合是必要的。然而，人和机器结合的界面目前仍然存在挑战。我们还需要确定在每个操作环节和服务环节中，人和机器之间如何有效配合。目前，这个领域仍然不够成熟。”

“国家高度重视大模型应用安全，国家网信办明确‘利用人工智能生成的内容应当体现社会主义核心价值观’，并要求谨慎对客，同时对客场景需要统一报批。”吕仲涛认为，虽然大模型有各类安全风险，但同样给银行业数字化转型带来新机遇，在这个过程中，我们需要解决数据、算力、算法、应用等诸多挑战。

“在数据方面，通过数据驱动，释放数据要素价值，加速金融行业和企业大模型建设，加速推进银行业数字化转型；在算力方面，当前国内外算力市场面临着算力供给短缺、多厂商异构算力融合、国产AI生态不足、机房和网络建设缓慢等复杂情况，金融机构需要深化与产界各方的合作，共同推动解决大规模算力部署和应用挑战。”吕仲涛说。

同时，吕仲涛指出，大模型需要大合作，银行业要加快探索引入业界通用的大模型技术的策略和实践，通过推进大模型算法在银行业务中的应用实践，加快大模型能力增强，从而提升大模型服务金融行业能力；大模型需要大创新，大模型要想在银行深化应用，就需要探索形成一套面向银行业的高标准、低门槛的银行金融大模型应用模式，快速推进人工智能在金融领域的深化应用。

# 各地数交所活跃度提升 数据要素市场商业化初步落地

本报记者 蒋牧云 何莎莎  
上海 北京报道

自《“十四五”数字经济发展规划》、《关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》(又称“数据二十条”)发布以来,数据要素市场的改革便开始提速。如今,相

关工作的成果开始显现,市场的热度与活跃度正在直线上升。

多位业内人士向《中国经营报》记者表示,在政策支持下,数据要素市场正在形成较为成熟的商业模式,数据价值化的路径也逐渐清晰。但也需要注意的是,市场的规则和标准尚未完全明确,同时,市场

上缺少专业化机构进行估值、数据持有者提供的数据质量不统一等现象也仍待解决。在业内看来,数据要素市场改革不会一蹴而就,未来可能在制造业、金融业等数据规模以及数据结构化较好的领域中先行先试,形成一套更成熟的体系后再向其他领域推广。

## 交易额创新高

当所有的资源被数据化,而数据也融入生产后,传统的生产将会得到全面升级,降本增效的同时,数据也赋予了全社会智能化的能力。

上海数据交易所官网数据显示,2023年8月,数据交易额已超1亿元。依托上海数交所构建的一系列服务与功能,日益活跃的市场交易生态正在逐步形成。同样在8月,《贵阳贵安推进数据要素市场化配置改革支持贵阳大数据交易所优化提升实施方案》印发,明确将围绕支持贵阳大数据交易所优化提升,全力推进贵阳贵安数据要素市场化配置改革。根据规划,到2025年,贵阳大数据交易所年度交易额将突破100亿元,数据交易所企业突破1000家。

除此之外,近日深圳数据交易所也携手金融、学术研究等多方合作伙伴,发布粤港澳大湾区数据要素产业发展基金群。据悉,基金群将围绕建立跨主体金融服务与数据要素产业信息化综合服务平台,依托多方能力加快构建完善的标准规范、基础设施、行业监管、业务模式等业务、规则、体系、生态保障。

对于发展数据要素市场的重要意义,全联并购公会信用管理委员会专家安光勇告诉记者,在数字经济背景下,数据要素的意义体现在多个方面。首先,在数字经济

中,数据被视为新的生产要素,类似于劳动力、土地和资本。数据要素是数字化产业链的基础,它们被用来驱动创新、提高生产效率、支持决策制定等关键领域。其次,数据要素能够促进产业升级,通过数据分析和人工智能技术,企业可以更好地理解市场需求、优化生产过程,并提供个性化的产品和服务,最终能实现传统产业向数字化、智能化方向升级。同时也可以看到,如今数据要素正在助力企业发现新的商业模式,并帮助政府更好地了解社会和经济现象,制定更精准

## 商业模式逐渐成熟

一系列背景下,目前市场上已经出现较为成熟的商业模式。

具体而言,数据要素市场的改革主要关注哪几方面?在华西证券近期的报告《数据要素发展态势研究》(以下简称“《研究》”)中提到,数据要素作为一种全新的生产要素,与传统生产要素相比,具备非稀缺性、非均质性、非排他性以及隐私性等新特征。这一背景下,“旧规则”难以满足“新要素”的发展,而技术支撑的不足产生了确权难、定价难、安全难的现象,也因此,此前的数据要素市场活跃度不高,市场生态不强。

《研究》中进一步指出,确权方面,数据产权制度是推动数据要素流通交易的基本前提。现行法律尚未对数据产权做出规定,主流研究主要基于在财产权的基础上进行开展。但传统排他性私权的设

置可能阻碍数据要素价值的释放,此外,数据产权制度的缺位同样造成数据采集汇聚、开发利用、交易流通以及收益分配规则制定等困境。定价方面,由于数据独特性,尚未形成具有共识的数据定价模型,大部分定价模型缺乏实操性,局限性较强。当前,数据要素流通主要是以协商定价为主,导致数据要素难以实现规模化流通。安全方面,数据流通与数据安全矛盾难以破解,存在本质安全、过程安全以及制度安全困境。

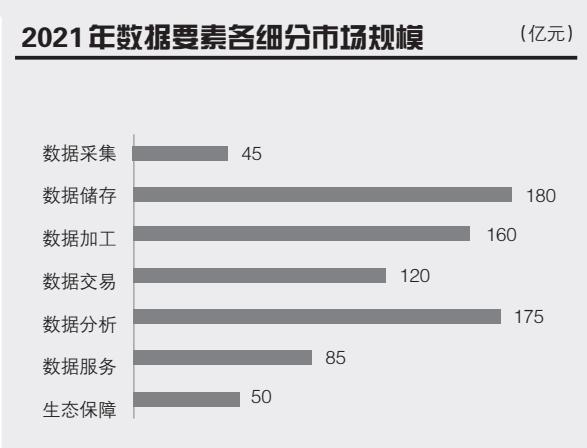
经过多方的不断努力,目前市场上已经探索出较为成熟的商业模式。

北京社科院副研究员、数据资产化研究院执行院长王鹏告诉记者,从产业链的角度,数据要素

的价值化需要三权分置,也就是持有权、加工使用权、运营权分开。首先依托交易所或特定许可部门进行确权登记,再经过专业化的部门定价,最终再由数据持有人进行下一步处置。具体的模式则可以分为两类来看,公共数据的部分,目前由政府授权相关机构或部门,以行业、区域为核心的公共数据进行运营,除了获取收益之外,也通过多样化的方式向参与者进行反馈。企业数据方面,则需要通过删除公共、个人隐私信息等,在保证合规的情况下进行加工和开发。企业可以选择纯自营的方式,通过无形资产入表提升企业的竞争力,有助于企业的增资扩股等。此外,也可以在保证数据安全可控、合法合规的情况下进



数据来源:国家工信发展研究中心



## 仍需进一步确定框架规范

数据要素市场需要更加健康的生态系统,包括数据提供商、数据使用者、中间商和监管机构等各方的合作。

在多位业内人士看来,数据要素价值发挥的很多难点正在逐步解决,但从法律法规,以及相关产业、生态布局的角度仍有进步与发展的空间。

蔡建军表示,目前制约数据要素活跃的因素,需要从内外两个方面来看。从内部来看,企业的数据质量普遍还不高,数据孤岛还比较严重,制约了数据发挥作用,所以需要积极推动企业数据治理的工作,建立数据标准,提升数据质量。从外部来看,跨企业间的数据流动目前还缺乏有效的机制,需要建立相应的流通、分配、应用的机制。同时,数据安全也是突出的问题,需要建立全社会的数据隐私保护和数据安全的意识和机制。

安光勇也表示,尽管数据要素市场在政策支持下有所改善,但仍然面临一些挑战和难题。比如,数据要素市场的规则和标准尚未完全明确,这导致了不确定性和风险。此外,技术支撑方面,数据要素的采集、存储、处理和保护需要先进

的技术支持。一些企业可能缺乏必要的技术能力,这限制了市场的发展。市场生态不强。综合而言,数据要素市场需要更加健康的生态系统,包括数据提供商、数据使用者、中间商和监管机构等各方的合作。

综合而言,未来数据改革将呈现哪些趋势?接下来的工作重点会有哪些?

王鹏认为,未来的改革有三大趋势,首先是集中统一、统分结合。除了基础的顶层设计之外,具体的探索可以由地方政府先行先试。此外,改革将在重点行业与领域中首先形成示范效应,通过在数据需求量大、数据结构化程度高的领域重点探索后,形成标准规范体系,再向其他领域精小型推广。

最后,基于相关工作对技术的要求较高,数据要素的改革与价值发挥,也需要专业化的部门与团队参与进来,进行数据的估值与入表。

# 压降融资成本 城投规范治理谋转型

本报记者 石健 北京报道

今年以来,围绕城投平台

融资规范等问题,多地通过政策联动等方式进一步压降城投融资成本,目前已经取得实

际效果。

眼下,“控总量、调结构、降成本”已经成为很多城投平

台压降融资成本的工作思路。《中国经营报》记者在采访中了解到,不少城投行业人士

认为城投压降融资成本是一个“连锁反应”,一方面可以增加城投项目的盈利目的,另一

方面也可以为城投提供更多现金流继而推动城投平台转型升级。

## 压降成本

近日,江苏省一家城投公司融资部负责人正在向有关部门报送公司融资的相关进展和情况。对方告诉记者,“如今,城投规范融资已经成为一种常态化。在此前,如果哪一笔融资出现问题会追查相关负责。而现在,则从融资申报到使用全程进行监督,确保融资资金安全。融资决策机制正在建立,逐步让融资实现全过程规范。”

从评级来看,2023年上半年各评级城投融资成本均呈下行态势,其中低评级债券下行更多。今年6月,AAA级、AA+级和AA级新发城投债平均票面利率分别为3.9%、4.17%和4.98%,相比1月分别回落了约6个基点、41个基点和54个基点,低评级城投的融资成本下行更为明显。

记者注意到,通过政策等方面发力,如今江苏省县区城投公司压降融资成本已经取得了很好的实效。

2023年上半年,高邮经开区、宝应经开区、仪征市、扬州江都区、南通市海门区等均要求融资成本不得超过6%。近日,扬州市广陵区披露其将新增融资成本上限降至5.5%。

值得注意的是,根据扬州市广陵区公布的省委巡视整改进展情况,广陵区在压降地方高成本融资方面已经形成一定机制,确保压降融资落实见效。具体来看,一是建

立完善融资决策机制,印发《融资管理办法》,对每笔融资及手续皆通过三重一大流程,每笔融资放款后一个月内完善档案资料。二是优化融资结构。扩大直融比例、暂停非标产品融资、定向融资产品全部清零。三是加大置换力度、降低高额利息。将全区新增综合融资成本上限调降为5.5%,城投公司通过发债置换高成本债务,逐笔制定压降方案。四是加大融资中介费追缴力度。追回多支付的1200万元融资费用,将相关责任人移送司法机关;追缴异常融资中介费3笔,共计3890万元。

对此,有业内人士认为,将每笔融资及手续纳入三重一大流程,可见该地区压降融资的决心。“这就意味着每笔融资及手续都已经成为‘重大事项决策’之一,对于加强城投公司负责人的风险意识和管理意识都起到重要作用。”

与此同时,纪委监委对于城投公司融资问题的督查检查也有所加强。江苏某市披露的信息显示,该市一家城市资产经营有限公司刚签约的一笔租赁融资因为成本过高,被按下提款“暂停键”。该市提出,针对国企平台融资点多、面广、量大的特点,为切实提升专项治理效能,淮安市纪委监委探索建立国企融资监督平台和融资监督大数据库,将

全市开展融资活动或有债务余额的国有企业、金融机构、中介机构、融资合同、融资成本、第三方费用、支付凭证等全部纳入监督平台,实行集成监督、统筹分析,对综合成本高、第三方费用高的“双高”融资等异常问题进行动态预警,为专项治理提供强有力的信息指引。

记者注意到,这并非江苏省首次压降城投融资成本。2020年开始,江苏省多市就将城投融资成本限制在8%以内,部分地区要求利率压降至10%以内。今年2月,南京发布的《2023年预算报告》中显示,南京全市融资平台经营性债务平均年息已降至4.41%,接近五年期LPR,为省内最低,并划定了增量经营性债务成本上限,市本级5%以上高成本隐性债务已全部置换完毕,严格财务费用合同管理,防范违规隐匿成本。

除了江苏,多地也在压降融资成本。2022年12月,长沙市国资委、市财政局发布《关于加强市属国有企业融资行为和融资担保管理的通知》提出,非经市级国资监管机构批准,综合融资成本不得超过8%(含)。2022年,遵义市国资委印发《遵义市国资委监管企业融资管理暂行办法》,其中提到“非经市国资委批准,国资委监管的企业融资成本不得超过8%”。

## 推动转型

采访中,多位城投行业人士表示,从近期多地公布的提前完成化解隐性债务的信息来看,地方政府及城投都已经意识到债务问题的重要性。但是,债务产生的根源是融资,对于压降平台融资成本而言,本质目的也是防范化解金融风险,确保城投债不出现违约的情况,二者是相辅相成的关系。此外,随着近年来货币政策宽松,政策利率明显走低,贷款利率、城投债发行利率也随之下降,压降融资成本成为必然。

对此,城投公司除了依托地方政策及巡视等方式压降融资成本之外,不少城投公司还通过置换高成本非标融资等方式压降成本。

东部省份一家城投公司融资部负责人告诉记者,“目前在做一些非标业务时,明显感觉到银行贷款利率降低了,中介费也降低了不少。”该负责人直言,“其实,并非所有的非标业务都不能进行融资。如果融资过程是规范的,融资成本在合理区间内,同时城投自身具备从事非标业务的条件,适当进行非标融资也无可厚非。”

记者注意到,2023年4月,高邮市发布《高邮经济开发区党工

委关于扬州市委专项巡察整改进展情况的通报》,其中就提到了对中介费的压降。具体来看,通报中提出进一步规范中介机构比选和中介费支出流程,对涉及外部专业担保公司担保的存量银行贷款逐步置换担保方式,降低融资费率。今后在融资租赁中介费用上严格压降在0.5%以内。严格按照市国资部门已制定融资租赁中介机构比选流程进行比选。在江西一地市财政局负责人看来,城投融资成本压降也会反作用于地方政府。

“一方面可以减轻地方政府的财政负担,有效减轻地方政府压力。另一方面通过压降融资成本可以提高城投项目的收益率,提升平台的盈利水平,确保城投平台健康运行,同时提升自身的偿债能力。同时,随着城投需要市场化转型,需要大量的资金支持,随着城投平台融资趋向稳定,可以在保证资金安全调度的基础上以低成本融资项目置换存量高成本融资项目,对于形成稳定的现金流起到积极作用。所以城投压降融资成本会连带很多经营上的问题,而并非单一的问题。”

不过,在采访中,也有不少城投公司负责人认为,城投要平

衡市场化转型和落实政策之间的关系。一方面,要避免因为过度压降融资成本致使金融机构受到影晌,以致影响金融市场的有序和稳定。另一方面,也要避免因为压降融资成本而导致短期之内城投过快、过量融资,这样会适得其反,加大城投的债务风险。但是,城投最终通过压降融资成本可以解决偿债能力不足的问题。

记者注意到,一些城投公司除了压降融资成本之外,还设定了“配套动作”。江苏一家城投公司提出,要严控经营性债务规模。通过统筹非债务资金偿还、推进融资平台市场化转型等方式,确保债务增幅不超过10%。

值得注意的是,今年以来,不少城投债出现了提前兑付的情况,用低成本融资置换高成本债券成为一定的趋势。对此,有从事债券业务的人士告诉记者,受到市场利率下行的影响,债券发行人势必会选择更加有力的融资渠道,所以会通过置换的方式兑付成本较高的债券。“不过,随着城投压降融资成本,城投本身较为稳定的属性,会使得其重新具备一定的市场占有率和竞争力。”

# 巨量资金潜入:险资大手笔加仓ETF

本报记者 陈晶晶 广州报道

公开数据显示,一些长线资金已经进场,通过ETF布局A股、H股市场。截至8月底,股票型ETF共计净增加3517亿份,其中6月增加520亿份,7月增加458亿份,8月增加了998亿份。

## 密集增持港股ETF

个别头部保险公司加仓ETF的类型丰富,不仅布局了多只宽基指数ETF,还持有白酒、半导体、医药等多类行业主题ETF。

本报记者梳理发现,ETF已成为机构投资者资产配置的重要工具,保险资金亦是ETF背后的重要“金主”之一。今年上半年,险资密集大手笔增持。

易方达创业板ETF半年度报告显示,截至今年6月底,机构、个人、联接基金的持有规模分别为172.99亿元、144.93亿元72.12亿元,占比分别为44.35%、37.16%和18.49%;相比于2022年年末,机构、个人、联接基金持有规模分别增加98.24亿元、70.84亿元和14.93亿元,机构投资者的持有规模占比大幅上升。

具体到前十大持有人,截至2023年6月末,易方达创业板ETF的前十大持有人包括国资、保险、券商、私募信托4类投资者,其中保险投资者投资最为积极,共有7家保险公司/账户产品进入前十大持有人,合计持仓规模高达50.34亿元,占比13.26%。

从头部险企持有ETF份额来看,港股ETF以及先进制造业ETF亦获险资大幅加仓。

例如,截至今年上半年末,平安人寿分红一个险分红新进景顺长城中证港股通科技ETF,持有的份额为33.27亿份,占上市总份额比例38.15%,为该ETF第一大持有人。不仅如此,平安人寿出动了旗下分红一个险分红、万能一聚财宝两只产品,分别成为富国中证港股通互联网ETF的第一、第二大份额持有人,持有份额合计为26.61亿份,占上市总份额比例合计达到18.68%。平安人寿还大力加仓了华泰柏瑞中证港股通50ETF,旗下分红一个险分红以及自有资金分别增持至15.64亿份、4.20亿份,合计持有份额增至19.84亿份,占上市总份额比例合计高达36.96%。

除了上文提及的3只港股ETF

贝莱德的数据显示,8月专注于中国股票的ETF创下206亿美元的净流入纪录,是7月的两倍半,涌人的资金全部来自包括中国在内的亚太地区上市基金。今年截至9月5日,沪深300指数下降3.1%,不过,中国ETF市场的资产规模已达291亿元,今年以来更是增长了24%。

近期披露的ETF半年度报告,揭晓了上半年加仓ETF的大买家,其中,险资是加仓的重要力量。

天相投顾数据显示,截至今年上半年末,ETF产品前十大持有人中,险资“身影”共出现952次,较2022年年末增加375次。同时,险资重仓持有的ETF份额更是直接

翻倍,达到1282.79亿份,较2022年年末增加757.05亿份。

《中国经营报》记者注意到,部分头部保险公司的动作格外突出,增持港股ETF的力度显著。整体来看,多家保险公司对ETF产品的布局较广泛,既包括大型宽基指数ETF,也涵盖多个细分行业主题ETF。

外,平安人寿还增持了工银瑞信国证港股通科技ETF、华夏沪港通恒生ETF、华夏恒生互联网科技业ETF(QDII),持有份额分别为9.57亿份、8.89亿份、9.41亿份。在宽基指数ETF中,其持有份额较多的ETF亦包括华夏上证科创板50成份ETF、易方达创业板ETF、易方达上证科创板50成份ETF、华泰柏瑞沪深300ETF等。

据天相投顾统计数据,截至上半年末,平安人寿旗下产品及自有资金出现在321只股票型ETF的前十名持有人中,对应的持有份额合计达651.46亿份。

记者根据各大ETF半年度报告梳理发现,个别头部保险公司加仓ETF的类型丰富,不仅布局了多只宽基指数ETF,还持有白酒、半导体、医药等多类行业主题ETF。

例如,今年上半年,中国人寿(601628.SH)加仓港股医疗ETF,跻身博时恒生医疗保健ETF(QDII)的前十大持有人,持有份额达到9.99亿份。中国人寿持有份额在10亿份以上的ETF还包括国寿安保中证沪港深300ETF、鹏华中证酒ETF、华夏国证半导体芯片ETF、国泰CES半导体芯片行业ETF。其中,中国人寿对鹏华中证酒ETF的持有份额较2022年年末增加13.94亿份,对华夏国证半导体芯片ETF的持有份额较2022年年末增加4.39亿份。此外,中国人寿还加仓了华安创业板50ETF,加仓份额为3.46亿份。截至今年6月末,中国人寿出现在95只股票型ETF的前十大持有人中,合计持有份额达到173.16亿份。

根据半年度报告内容,中国太保(601601.SH)、新华保险(601336.SH)也大手笔买入ETF产品。截至今年6月末,中国太保

在35只股票型ETF的前十大持有人中,合计持有份额达80.34亿份;持有份额超过5亿份的股票型ETF包括华夏恒生科技ETF(QDII)、易方达恒生国企ETF(QDII)、国联安上证科创板50成份ETF、华夏恒生ETF。其中,中国太保集团本级-自有资金-012G-ZY001、中国太保寿险分红-个人分红-太保寿险-保额分红-太保传统-普通保险产品-013C-CT001沪,均持有国联安上证科创板50成份ETF。

今年上半年,新华保险加仓了华夏恒生互联网科技业ETF(QDII)、华夏恒生科技ETF(QDII)、华泰柏瑞南方东英恒生生物科技指数ETF(QDII),截至6月末的持有份额均超过5亿份。

保险投资部人士分析表示,当前境内保险资金持续青睐港股ETF,主要受三大因素影响:一是港股平均估值偏低,近期恒生指数与国企指数市净率分别仅有0.98倍和0.91倍,处于历史低点水准;二是最新出台的一系列支持经济措施,令在港

上市的内地红筹股业绩有望明显回升;三是随着美联储加息周期即将结束,越来越多全球资本将重返新兴市场,内地资金通过提前布局可以坐享全球资金涌入港股“红利”。

值得一提的是,嘉实上证科创板芯片ETF是市场首批聚焦科创板芯片板块的行业ETF,最新规模急剧增长至二季度末的63.1亿元,其机构投资者持有份额占比由去年年底的31.12%增至49.85%。除了私募基金外,平安人寿、大家人寿、中信保诚人寿、友邦人寿等多家险资出现在嘉实上证科创板芯片ETF的十大持有人名单中。在华安创业板50ETF的前十大持有人中,截至今年上半年末,保险公司合计持有基金份额17.36亿份,较年初增长114.5%;折合市值规模16.26亿元,较年初增长123.56%。华夏国证半导体芯片ETF半年度报告显示,平安人寿、新华保险、友邦人寿等均新增加仓,成为其前十大持有人。此外,百年人寿自有资金以及百年传统产品合计加仓富国中证港股通互联网ETF4亿份。



行业主题ETF方面,保险公司自有资金对TMT、金融地产、新能源、消费等不同细分赛道产品进行了广泛的投资,特别重仓高弹性标的。保险公司分红险所持ETF基金的类型更为多样,除A股宽基标的、A股行业主题标的、港股宽基标的、债券ETF四大类型资产外,还投资了A股SmartBeta标的、海外行业标的和指数增强ETF。

视觉中国/图

# 多家发布ESG报告 消金公司绿色金融转型加速

本报记者 郑瑜 北京报道

自《银行业保险业绿色金融指引》发布以来,不仅传统金融机构纷纷发布环境、社会及公司治理(ESG)报告,作为新型普惠金融机构的持牌消费金融公司,也意识到ESG理念对市场所带来的正面影响,并逐步在乡村振兴、普惠金融、

## 信息披露再添新军

消费金融行业的发展历史并不长,直到2009年《消费金融公司试点管理办法》颁布后,向中国境内居民个人提供以消费为目的的贷款行为才正式以消费金融的概念出现。

然而,行业成长迅速。

根据中国行业协会发布的《中国消费金融公司发展报告(2023)》显示,截至2022年年末,消费金融公司服务客户人数突破3亿人次,达到3.38亿人次,同比增长18.4%;资产规模及贷款余额双双突破8000亿元,分别达到8844亿元和8349亿元,同比增长均为17.5%,高于经济和消费增速,为恢复和扩大消费需求作出了积极贡献。

与传统商业银行、汽车金融公司、小额贷款公司等其他兼营消费金融的机构不同,消费金融公司作为唯一专营消费金融业务的机构,通过金融服务与消费环节的紧密衔接,切实发挥了金融服务实体经济的重要作用。

但是,随着消费金融的迅猛发

展,目前消费金融市场竞争愈发激烈,头部效应明显、产品同质化现象突出。在行业二八效应加剧之下,消费金融机构纷纷将目光投到了ESG上。

《中国经营报》记者发现,目前已经发布ESG报告的马上消费、中原消费金融、阳光消费,其报告中都包含治理、消费者保护以及科技创新内容。

值得一提的是,马上消费还以科技创新为切入口,发展了乡村振兴服务。据了解,马上消费主动投身乡村振兴战略,通过多方走访调研了解到,养鸡行业散养鸡普遍存在计数、称重、环境监测、健康溯源、销售渠道等问题。为此,马上消费有针对性地依托自身在大数据分析、人工智能领域的技术禀赋,自研“富慧养”智慧养殖平台,并免费提供给渝北区、垫江县、石柱县养殖户使用,为养殖户提供了智慧养殖、产品溯源、订单交易跟踪、资金对接、资源撮合等一站式综合服务。通过产品溯源、养殖过程监控

融公司也都相继发布了ESG报告。伴随着消费金融渐成红海之势,其发展也从狂热逐步转向理性,航业公司如何冲破发展瓶颈?ESG可持续发展理念成为了共同关注的目标,上述报告也折射消费金融公司开始纷纷寻找发展革新路径,着力探索多维度均衡发展的战略部署,并逐步开始落地相关案例。

等,有效提升产品附加值与产品形象,带动销售,增加养殖户收入20%以上。通过全过程的数字化呈现,让养殖场由“动产”转换为“不动产”,有助于在农银对接中实现对农户融资需求的精准授信,提升农户融资可得性。

“针对散养鸡养殖企业的融资难题,我们以金融科技创新为核心,探索出‘金融科技+保险+银行’的闭环式金融创新模式。选择原耕农业公司位于渝北区洛碛镇老君山村散养鸡场的一个组团鸡(约3000只鸡苗)作为试点对象,依托此模式成功获得银行贷款授信。基于此模式,原耕农业公司可以降低养殖风险,银行和保险公司可以在贷款、投保后,利用马上消费平台,实现对养鸡场的远程实时监控,发生异常后可以及时处理,降低信贷风险和保险风险。马上消费积极通过金融科技、数字技术推动农村金融服务创新,释放‘三农’数据价值,以金融和科技的深度融合精准助力乡村振兴。”马上消费向记者介绍。

## 已有支持绿色低碳转型案例落地

2022年6月1日,银保监会印发《银行业保险业绿色金融指引》,将银行业保险业发展绿色金融上升到战略层面。同时,该指引提出,银行业保险业应将环境、社会、治理(ESG)要求纳入管理流程和全面风险管理体系。这被视为中国绿色金融发展的重要里程碑。

业内共识在于,信贷业务践行ESG理念的关键在于精准识别与精确匹配,提升金融服务质效,大力推动“双碳”目标下绿色金融各项工作,通过技术革新实现了业务线上化、无纸化、智能化,进而达到节能减排的效果。

在无纸化方面,阳光消费金融ESG报告显示,其在实际业务中,申请、审批、放款、还款等各种服务环节均实现了无纸化操作,合同签订电子化签章,全面实现自动化线上处理。截至2023年6月30日累计签订电子合同超过8000万份。

中原消费金融亦表示,自2016年成立以来,公司实行无纸化办公,采用签署电子合同的形式助力“双碳”目标,碳减排量累计达21076.07吨。此外,中原消费金融从绿色金融概念出发,在行业内首家推出“7天无理由还款”权益,用户在首次借款的前7天内还款,不收取任何费用,鼓励用户理性消费、冷静借贷,避

免造成资源浪费。

招联消费金融股份有限公司(以下简称“招联”)亦向记者介绍了其目前全流程数字化绿色金融服务的有关进展。

据悉,招联创新绿色金融产品和服务,积极探索转型金融,提升环境气候风险管理能力,助力实现绿色低碳的转型发展。针对不同消费场景和不同客户的信贷需求,招联立即推出了“好期贷”“信用付”两大消费金融产品体系,为用户提供了全线上、免抵押的普惠消费信贷服务,同时也为无纸化、自动化绿色金融运营奠定了基础。“三H”服务也基于与客户的互动,精确识别客户的诉求或困难,推动服务“惠无止境”,已取得了“让信用不负期待”的实际效果。

对于公司管理机制与风险控制,中原消费金融表示:“中原消费金融着力推动ESG理念与企业经营活动相融合,建立健全ESG管理机制,将ESG理念践行融入公司长期发展战略、重大决策,秉承立足‘金融科技、大数据赋能、探索创新’的风险管理理念,将‘大数据’和‘智能算法’贯穿整个风控流程,打造智能风控系统,构筑牢固的金融防火墙;建立健全风险管理、量化、报告体系,持续推进风险管理文化建设,有效提升全面风险管理体系建设,为业务持续、健康、稳定

发展保驾护航。”

招联表示,其在同业首创纯线上发展模式,率先推出面向全客群、全流程自动化的金融服务,形成了IT驱动、产品创新、智慧服务、互联网风控、数字化运营、智能化催收等六大核心能力,通过金融与科技的深度融合,不断降本增效,践行普惠价值观。

招联远程在线的智慧虚拟职场应用,缓解了56个城市客服人员疫情期间无法就业问题,累计为336位残疾人士创造就业机会。“在不断夯实自身能力的同时,我们也在积极开展科技输出。在智能资金调度、智能资产管理服务方面,与近百家同业机构达成合作。此外,还在ESG领域加强科技赋能,通过智慧化、数智化云应用,推进绿色公益。”

零壹智库发布的《消费金融机构ESG实践报告(2023)》显示,我国金融机构探索ESG的愿望与日俱增,部分机构已经走出了以ESG发展为着力点,平衡经济效益与社会效益的创新之路。随着碳市场从地方试点走向全国,为金融机构有序发展碳信贷、碳债券等碳金融产品创造了良好条件,气候投融资试点启动,个人碳账户的出现,引发新一轮可持续发展热潮,展望未来,消费金融机构在ESG道路上会有更多有益的尝试。



## 高质量发展谋新篇

# “赛事经济”加速产业转型升级 杭州亚运会释放高质量发展活力

本报记者 杨让晨 张家振 杭州报道

“钱塘郭里看潮人，直至白头看不足。”浙江省杭州市正在亚运经济浪潮中迎来高光时刻。

第19届亚运会于9月23日至10月8日在杭州市举行。《中国经营报》记者注意到，在杭州亚运会中，绿色低碳、数字化、智能化等正成为赛事关键词。

### 打造“首届碳中和亚运会”

绿色低碳理念不仅局限于杭州亚运会，也早已渗透到杭州市乃至浙江省的经济转型发展进程中。

据了解，绿色低碳的理念贯穿本届亚运会全程，同时也为经济发展指明了新方向。

“甲醇是全球公认的新型清洁可再生能源，具有安全高效、排放清洁、可再生的特点，常温常压下为液态，运输及使用安全便捷。”吉利控股方面表示，随着技术不断迭代，大型体育赛事对点火装置燃料要求也不断提高，此次绿色零碳甲醇作为主火炬燃料，在环保、安全性、经济性等方面优势众多。

### 核心科技赋能数智化

智能制造、数字经济都要朝工业互联网方向深度融合。

除绿色低碳外，数字化和智能化也是亚运经济中的关键词。

在本届杭州亚运会中，智能出行成为一大特色。记者从吉利控股方面获悉，作为本届杭州亚运会的官方合作伙伴，吉利控股提供了包括吉利、领克、极氪、远程等多个品牌在内的2000余辆智能精品车型，同时还有2000多名亚运专职司机入列，为出行提供保障服务。

据吉利控股方面介绍，杭州亚运会所有官方指定用车均配备

相关资料显示，杭州奥体中心馆和游泳馆的智能导光系统，借助屋顶的210根导管能够每年节能10万度电，在目前已完成的16场杭州亚运会绿电交易中，累计电量达到6.21亿千瓦时，相当于节约标准煤7.6万吨。

与此同时，在本届亚运会中，包括吉利控股、老板电器、顾家家居和奥克斯等杭州市、浙江省内本

土企业也参与其中。其中，本届亚运会开幕式主火炬塔首次使用了来自吉利控股生产制备，并提供技术解决方案的废碳再生绿色甲醇作为燃料。老板电器、宇通客车等企业也为亚运会提供绿色低碳和数字化、智能化解决方案。

在绿色低碳、数字化和智能化等办赛理念引领下，杭州市乃至浙江省的区域经济发展转型升级步

伐正在提速，也为中国经济的复苏与产业转型等带来积极影响。

产业时评人张书乐在接受记者采访时表示，举办亚运会带来的不仅仅是游客和广告效应，本身也是一种实力的展示。“杭州亚运会背后的黑科技产品、新技术新材料，都可以借助亚运会的眼球效应对外展示，并通过企业开展的各种营销手段提升存在感。”



作为史上首届提出智能办赛理念的亚运会，杭州亚运会成为中国数智化转型发展的展示窗口。图为杭州亚运会主场馆——杭州奥体中心。  
视觉中国/图

### 助推智慧城市建设

亚运赛事经济也进一步促进了周边城市协同发展。

成功举办杭州亚运会，也在助推杭州市数字经济和智慧城市建设。

在世邦魏理仕方面看来，随着赛事与城市发展的共生共融，“赛事经济”早已不仅是赛事带来的门票、周边商品等商业收入，更是对于赛事举办城市能级的一次全面提升。“数赛服务、智能应用和杭州城市大脑等技术的应用赋能了杭州亚运会赛事的举办，带动了一大批数字经济企业发展。”

另据赛迪顾问发布的《2022数字城市发展百强榜》，杭州市的数字经济发展水平处于一线，位列北上广深四大一线城市之后。“浙江省创新要素资源众多、民营经济活跃，拥有数字经济创新的优渥土壤，应重点发挥自身新模式新业态策源优势。”赛迪顾问方面表示。

相关统计数据显示，2022年，杭州全市数字经济核心产业增加值首次突破5000亿元，达到5076亿元，占GDP的比重为27.1%。日前，杭州数据交易所也已揭牌成立，旨在推动数据要素市场化配置改革，促进杭州市数据要素高效流通使用，释放数据要素价值红利，赋能实体经济高质量发展。

《2022中国智慧城市建设发展洞察报告》显示，杭州市正以城市大脑赋能智慧城市建设，全面助力城市数字化转型升级，稳步推进

城市治理体系和治理能力的现代化水平。

另据《杭州市智慧城市“十四五”发展规划》确立的发展目标，力争到2025年，杭州全市规模以上数字经济核心产业营业收入超2万亿元，增加值超过7000亿元，占GDP比重超过30%。

值得注意的是，除杭州市外，本届亚运会也在宁波市、温州市等浙江省内地级市设置了比赛副会场。世邦魏理仕方面分析认为，亚运主场馆所在地的杭州奥体板块在亚运赛事经济的加持下，成为杭州市“沿江开发、跨江发展”的主战场，在进一步加强杭州市“钱塘江时代”两岸协同的同时，亚运赛事经济也进一步促进了周边城市协同发展。

“除杭州主会场外，周边区域比赛副会场的建设也催化了所在区域及城市的发展，如桐庐马术中心为桐庐市注入新的产业链生态，宁波市象山亚帆中心建设成为亚洲最大的下水坡道，温州龙舟运动中心建设加速了周边环境整治工作。”世邦魏理仕方面表示。

在张书乐看来，杭州亚运会既是一场赛事，也是城市形象的一次集中展示。“相关产业完全可以借助亚运会的关注度走向世界。对于中国经济而言，杭州亚运会的成功举办，也可以创造很多机遇。”

# 多地轨道交通建设提速 增强城市枢纽功能

本报记者 王登海 北京报道

随着城市化进程的加速，轨道交通在城市交通体系中发挥着越来越重要的作用。

近日，兰州市自然资源局在官网发布关于《兰州市城市轨道交通新一轮线网规划》的公示，这意味着，兰州已经启动了新一轮轨道交通的申报工作。

事实上，不仅仅在兰州，今年以来，在西安、合肥、南京、郑州等多个

城市均启动了新一轮地铁规划编制和报批工作。

“与传统的交通工具相比，城市轨道交通具有更强的运输能力、更低的能耗、更快的速度、更高的安全性和稳定性。”一名业内人士接受《中国经营报》记者采访时表示，城市轨道交通作为重要的城市发展基础设施产业，不仅利于城市交通的良好运行，也是提升城市竞争优势和促进城市经济发展的有效途径。

州、东莞、广州3市的城市轨道交通建设规划调整方案获国家发展和改革委批复。

今年以来，不少城市启动了新一轮轨道交通的建设规划。8月8日，兰州市自然资源局在官网发布

关于《兰州市城市轨道交通新一轮线网规划》的公示，征求公众意见。

根据规划，新一轮线网增加了中运量辅助线路3号线、4号线、7号线。

近期，陕西省发展和改革委明确表示，已经按照相关要求，启动了西安地铁四期规划研究工作，预计年底可具备报批条件，并且将西安地铁3号线二期、11号线一期、12号线、16号线二期纳入西安地铁四期建设论证。

8月15日，合肥市轨道交通集团官网发布《合肥市城市轨道交通第四期建设规划环评第二次公众意见征询》。本期建设规划拟建设5个项目，包含2个新建项目和3个延伸项目，以及配套的车辆段、停车场、车站、主变电所等相关工程，线路总规模约115公里。

据相关媒体统计报道，当前，全国有30座城市正在进行研讨、上报或已经上报新一轮地铁规划。

### 引导企业精细化管理

“轨道交通属于重资产行业，目前地铁每公里建设成本约7亿~8亿元，部分线路的造价更是突破10亿元每公里，一个城市一轮规划建设线路需筹措建设资金从数百亿到上千亿元不等。”上述业内人士告诉记者，城市轨道交通的建设受地方经济发展水平、人口总量及密度、地方财政水平等因素影响。

同时轨道交通项目通常由政府指定主体负责融资、建设、运营，资本金主要来源于地方财政。因项目收益不高、回收期长，大多依靠政策性贷款及地方政府专项债券，社会资本参与意愿不大。

不仅如此，伴随轨道交通企

业逐步由建设期转为运营期，运

营收入与运营成本间矛盾日益凸显，为维持轨道交通企业运转，需政府补贴投入规模逐年增长。

以西安市为例，西安市轨道交通集团有限公司是西安市轨道交通投资、建设、运营的最重要主体。数据显示，2020年、2021年、2022年，其分别获得政府补贴22.25亿元、16.1亿元、38.21亿元。

事实上，从全国范围来看，西安市轨道交通集团有限公司获得的政府补贴并不多。据相关媒体统计，2022年，国内30家轨道交通公司总共获得约1100亿元政府补助，比2021年增加400多亿元，2021年这些公司获得的政府补助在650亿元左右。

在国内，能够依靠自身实力实现盈利的地铁公司数量非常有

限，大部分城市的地铁公司在扣除政府补贴后实际上处于亏损状态，仍然严重依赖政府补贴来维持运营。

“城轨交通票价由政府相关部门确定，公益性特点突出，投运后轨道运营收入无法覆盖运营成本，行业普遍处于亏损状态。”上述业内人士表示，以往简单由政府兜底的补贴方式，不利于激发轨道交通运营主体降本增效、提升运营管理的积极性能。

数据显示，2022年，我国轨道交通行业平均每人次公里运营收入0.73元，平均每人次公里运营成本1.49元，差额为0.76元。

“随着近年来各地财政持续

吃紧，轨道交通企业亏损日益严重，各地财政亟须明确当地轨道交通企业运营成本的实际水平、亏损情况，制定贴合当地轨道交通企业实际情况的科学补贴方式，引导企业开展精细化管理进而持续促进企业高质量、可持续发展。”上述业内人士表示，以往简单由政府兜底的补贴方式，不利于激发轨道交通运营主体降本增效、提升运营管理的积极性能。

不过，也有业内人士表示，尽管轨道交通项目建设成本投入大、投资收益回报慢，但是城市轨道交通的发展，有利于促进地方经济发展，促进人口资源流动，提高企业生产效率，提升居民生活体验，所以不能以单纯的是否盈利来考量。

毗邻，例如，西安地铁4号线沿途在西安大雁塔、大唐芙蓉园、曲江池遗址公园等多个知名景区设站，还衔接了西安火车站、西安北客站等重要交通枢纽，使得地铁既是游客观光游览的重要交通工具，也成为西安市的旅游业发展起到了促进作用。

同时，地铁所到之处不断造就城市的黄金地带，西安地铁2号线开通后，将西安北站、龙首原、北大街、钟楼、长安路、小寨、电视塔、韦曲、常宁等商圈紧密联系起来，沿线逐步成为城市的黄金经济线。

不仅如此，地铁的建设可以带动周边地区的发展，促进城市的拓展和升级。即将通车的西安

### 激发城市发展活力

建设成本高、投资回报期长、运营成本高，为何还有如此多的城市争相修建地铁？

“地铁能够快速、高效地运输大量乘客，突破了地面交通的限制，减少了交通拥堵，从而大大提高了城市人口资源的可达性，这不仅有利于劳动力的流动、发挥市场潜力、扩大劳动力等要素流动的范围与规模，从而促进了城市人口集聚。同时，地铁的建设和运营还直接推动了相关产业的发展，如建筑业、制造业等，从而提升城市产业的经济效益，带动相关产业的资本集聚。”上述业内人士表示。

事实上，随着区域经济发展的逐步深入，人才、资本与技术的竞争日趋激烈，地铁作为重要的

城市发展的基础设施产业，不仅利于城市交通的良好运行，也是提升城市竞争优势和促进城市经济发展的有效途径。

仍以西安市为例，自2011年以来，西安首条地铁开通运营后，目前已经突破了300公里，西安地铁在缓解和改善城市交通拥堵，拉大城市骨架，加快城市中心与外围区域之间的联通，带动区域经济发展，提升城市竞争力和综合实力等方面发挥了巨大作用。

随着西安地铁线网越织越密，四通八达的地铁线路网，几乎覆盖了西安众多著名景点。

据记者观察，目前，西安已经开通的地铁线路上，超过30个站点与市内旅游景点直接连接或

# 加强系统统筹 中央区域协调发展领导小组亮相

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

区域协调发展顶层设计与组织保障再加强。

日前,国务院新闻办就《河套深港科技创新合作区深圳园区发展规划》有关情况举行发布会。国家发展改革委党组成员郭兰峰在发布会上介绍了中央区域协调发展领导小组的相关情况,该小组主要职能与工作方式等首次公开。

## 加强系统统筹

通过设置中央区域协调发展领导小组,有助于集中力量,推动这些区域重大战略的顺利实施。

对于合并成立相关领导小组的原因,多位专家认为,应从当前我国区域协调发展面临的系列共性问题以及优化领导机构、加强系统统筹等方面来考虑。

“我个人理解,(将一系列区域重大战略领导小组合并为中央区域协调发展领导小组)就是要把党对一切工作的领导,在区域经济发展方面进行制度化、具体化,也就是要从更高层面、从战略、从全局上来谋划这些区域重大战略,系统统筹各个战略之间的重大政策。”郭兰峰在上述新闻发布会上表示。

蔡之兵表示,从优化区域重大战略领导机构方面来看,党的十八大以来,针对京津冀协同发展、长三角一体化发展、长江经济带发展、粤港澳大湾区建设等多项区域重大战略,国家层面都设置了相应的领导小组,这些领导小组在加快推进各自战略实施进程方面,都发挥了巨大作用。但也要看到,这些针对单个区域重大战略而设立的专门领导小组,往往更多的是只关注各自区域范围内的协调问题,而区域协调发展所遇到的往往都是普遍和相同的难题,通过设置中央区域协调发展领导小组,有助于集中力量,推动这些区域重大战略的顺利实施。



党的二十大之后,党中央决定把一系列区域重大战略领导小组合并为“中央区域协调发展领导小组”来统管。

视觉中国/图

中力量,推动这些区域重大战略的顺利实施。

“相较此前,该领导小组作用对象的重点将聚焦于制约区域协调发展战略深入实施的共性问题,而不会继续完全关注某一项区域重大战略内部的某一项具体问题。”蔡之兵认为,此次相关领导小组将更强调涉及区域协调发展的制度体制改革,从一般层面来破解制约区域协调发展战略的共性难题。

据郭兰峰介绍,中央区域协调发展领导小组的主要职能是研究重大战略的有关重大部署、重大规划、重要政策、重点项目以及年度工作安排,协调解决重要问题,督促落实重大事项等。同时,在领导小组之下,也可以根据重大事项、重大工作,成立专责小组或者部际联席会议机制,具体推进某一项工作,也就是在一定时间内专职协调

化区域重大战略领导机构的需要。”中央党校(国家行政学院)经济学教研部副教授、区域与城市经济创新工程首席专家蔡之兵在接受《中国经营报》记者采访时表示,经过多年实践,多项区域重大战略的实施已经取得阶段性成果,区域协调发展战略即将步入挑战更大的纵向推进新阶段,因此需要合并成立中央区域协调发展领导小组以加强统筹部署。

“党的二十大之后合并成立中央区域协调发展领导小组,既是深入实施区域协调发展战略的需要,也是优

推动这件事。

“中央区域协调发展领导小组的成立既有助于单项区域重大战略的顺利推进,更有助于实质性地推动全国统一大市场建设。”蔡之兵认为,相关领导小组能够从更高层面审视各项区域重大发展战略,有助于领导小组聚焦单项区域重大战略在实施过程中遭遇的一些重大难题并集中各种力量和资源,破解长期制约区域重大战略顺利推进的症结,从而加快推动各区域重大战略的实施进程。

蔡之兵进一步指出,相关领导小组不仅会关注各项区域重大战略的个体实施进程,更会关注整个国家的一体化进程和水平,并从一般的制度和政策层面谋划更加系统和更为彻底的行动方案,持续有效地推动区域一体化进程,从而加速推进全国统一大市场的建设进程。

## 调动地方积极性

“在促进区域协调发展的过程中,中央处于枢纽性地位。”

除优化区域协调发展统筹与推进方式外,多位专家认为,还应从中央与地方在区域协调发展中的地位与作用等方面全面看待相关领导小组的职能与作用。同时在推进区域协调发展过程中,中央加强系统统筹外,还应注重调动地方积极性。

“区域协调发展本身蕴含着丰富的中央与地方关系,也需要在央地关系视角下进行解析。”天津大学法学院教授、博士生导师王建学在其《论中央在区域协调发展中的地位与职责》(载《法学杂志》2022年第3期)一文中指出,在社会主义市场经济的内在结构中,发展的动力主要来自地方和社会,中央则主要负责促进和协调。

“相比计划经济,社会主义市场经济可以更好地促进发展,必须先有发展才能谈协调。既不能只讲发展不讲协调,更不能为协调而阻碍发展。”王建学指出,中央和地方在区域协调发展中的分

工取决于一个前提,即发展与协调的关系结构,而这一关系结构的存在背景是社会主义市场经济。在社会主义市场经济的规范框架中,市场经济决定了发展的动力主要来自于市场、社会和地方,而社会主义原则决定了中央应当承担起协调的职责。

“在促进区域协调发展的过程中,中央处于枢纽性地位。”王建学认为,党中央的集中统一领导是区域协调发展的根本政治保障,中央的各项立法是区域协调发展战略的必要载体,中央的行政权则是区域协调发展的执行依托。

“在推动区域协调发展战略过程中,中央要发挥统领全局的核心作用。”蔡之兵也认为,区域协调发展过程往往会导致不同地方区域主体的利益格局发生改变,一些发展利益会短期受损的地区可能就不愿深度参与区域协调发展战略,这就需要中央站在全局层面,统筹协调不同地区的

发展利益、统筹短期利益和长期利益、统筹个体利益和整体利益。

“此次领导小组的成立,将极大提高中央统筹各种利益关系和破解发展难题的能力,而把握地方区域的利益诉求是调动地方积极性的关键。”蔡之兵认为,在总体原则上,应确保不同地方区域的利益都能有所增加,即使个别地区会因市场一体化水平的提高而短期陷入发展困局,在财政转移支付、区域政策支持方面,也要给予足够的补偿和支持。

对于中央在区域协调发展中的职责,王建学指出,对于制约各地方全面充分发展的各种制度壁垒,中央应当在全面深化改革中消除障碍,进一步释放地方的发展动能;对于既有发展机制的内在结构性问题,特别是机制不均衡问题,中央应当为各地方创造平等发展机会;而对于因自然发展条件所导致的发展不协调,中央应进行精准的制度纠偏,从而实现地域间的实质平等与均衡。

## 区域协调发展新机制

步入区域协调发展新阶段,应进一步明确区域协调发展战略的目标。

实际上,早在2018年,中共中央、国务院就发布《关于建立更加有效的区域协调发展新机制的意见》,提出要立足发挥各地区比较优势和缩小区域发展差距,围绕努力实现基本公共服务均等化、基础设施通达程度比较均衡、人民基本生活保障水平大体相当的目标,深化改革开放,坚决破除地区之间利益藩篱和政策壁垒,加快形成统筹有力、竞争有序、绿色协调、共享共赢的区域协调发展新机制。

“中央区域协调发展领导小

组的成立意味着区域协调发展有了专门的主管组织,这有助于推动2018年相关《意见》的贯彻落实。”蔡之兵指出,2018年相关《意见》明确要坚持和加强党对区域协调发展工作的领导,此次中央相关领导小组成立,能够更好实现相关要求,更有效推动相关《意见》贯彻落实。

“当前我国区域协调发展已经基本完成了横向层面的布局阶段,即将进入挑战更大的纵向推进阶段。”蔡之兵认为,步入区域协调发展新阶段,应进一步明确区

域协调发展战略的目标,同时进一步推动地区户籍制度和公共产品制度改革以及建立更加有效、更加系统、更加科学的区域一体化制度体系等,既要强调法律的引导和约束作用,通过制定相关法律来约束和引导地方政府参与区域合作的行为;也要发挥利益分配机制的核心作用,在产业转移的统计与税收分成、跨区域生态补偿和生态产品价值实现机制、财政转移支付系数和专项债使用方法等方面出台更多能够吸引地区积极参与区域合作的利益分配办法。

# 智造强市 成都加速打造现代化产业体系

## 制造强市

本报记者 党鹏 成都报道

“来找我们咨询的企业非常多,一方面是寻求产品合作,一方面是寻求战略投资。”9月20日,在“2023成都全球创新创业交易会”(以下简称“创交会”)上,成都中建材光电材料有限公司负责人告诉《中国经营报》记者。

中建材公司是一家碲化镉发电玻璃解决方案提供商,是参加此次创交会的参展商之一。创交会秉持“为企业办会、为企业家办会”理念,围绕企业需求邀请参会嘉宾,涵盖投资机构、行业协会、智库机构、科技创新平台、高校科研院所等。参会企业中,不仅有通威、华为、腾讯、阿里等“链主”企业,也有一批初创型企业及创新团队。

本次创交会凸显出成都在现代化产业体系建设方面的生动实践。今年7月,成都市提出:“以科技创新引领现代化产业体系建设,打造服务战略大后方建设的创新策源地,加快形成带动全国高质量发展的重要增长极和新的动力源。”

成都市金沙智库研究会会长杨继瑞教授指出,成都现代化产业体系建设关键要以科技创新之“力”、体制机制之“举”、产业生态圈之“链”、园区基地之“群”、高能级平台之“势”、多元化市场主体之“强”、信息化和数字经济之“能”、各种要素之“保”和营商环境之“优”,协同给力加力,对标对表竞进、错位差异竞争、合力发展,共同撑起成都现代化产业体系“大厦”。

去年11月,成都市推进制造强市建设大会召开,正式吹响制造强市的号角。提出力争到2025年,实现制造业规模总量跃升、创新能力跃升、产业集群跃升、产业生态跃升。

记者注意到,今年上半年,成都就有241个重大项目签约落地,世界500强企业增至315家,城市发展动能越发强劲。

其中,汽车产业已然成为成都制造业的重要支撑。

数据显示,截至今年6月底,成都汽车保有量已突破600万辆,是中国汽车消费增速最快的地区,数量仅次于北京。与此同时,成都也

成为汽车产业发展最快的城市之一,并围绕汽车制造持续“建圈强链”,提升竞争力。

7月3日,四川省政府与浙江吉利控股集团在成都签署战略合作协议。根据协议,双方将围绕新能源汽车、智能网联、产教融合、新产业新业态拓展等方面全面深化合作,共同打造全国重要的新能源汽车研发制造基地。

这有望给成都新能源汽车产业注入新的动力。过去十多年来,成都与吉利“互动”密切。从2007年吉利整车制造项目落户,到2018年吉利新能源整车及泛欧亚零部件基地,再到

2020年吉利学院整体搬迁至,吉利不断重仓成都。据统计,吉利在蓉的累计投资已经超过600亿元。

不仅如此。自去年以来,比亚迪也在成都陆续成立多家子公司,深耕电池、芯片等领域。

根据《成都市新能源和智能网联汽车产业发展规划(2023—2030年)》,到2025年,成都汽车产业整体规模力争达到3000亿元,实现汽车本地整体产量达100万辆。到2030年,新能源和智能网联汽车产业供应链创新链具备较强国际辐射能力。

在汽车产业链不断强大的同

时,今年上半年,成都在动力电池及新型储能加速布局,新能源汽车、光伏电池产量实现两位数增长。

不仅如此。自去年以来,比亚迪也在成都陆续成立多家子公司,深耕电池、芯片等领域。

根据《成都市新能源和智能网联汽车产业发展规划(2023—2030年)》,到2025年,成都汽车产业整体规模力争达到3000亿元,实现汽车本地整体产量达100万辆。到2030年,新能源和智能网联汽车产业供应链创新链具备较强国际辐射能力。

在汽车产业链不断强大的同

时,今年上半年,成都在动力电池及新型储能加速布局,新能源汽车、光伏电池产量实现两位数增长。

不仅如此。自去年以来,比亚迪也在成都陆续成立多家子公司,深耕电池、芯片等领域。

根据《成都市新能源和智能网联汽车产业发展规划(2023—2030年)》,到2025年,成都汽车产业整体规模力争达到3000亿元,实现汽车本地整体产量达100万辆。到2030年,新能源和智能网联汽车产业供应链创新链具备较强国际辐射能力。

在汽车产业链不断强大的同

时,今年上半年,成都在动力电池及新型储能加速布局,新能源汽车、光伏电池产量实现两位数增长。

基于制造业“建圈强链”的强劲发展,在重点产业的支撑下,今年上半年成都GDP历史性地突破万亿元,达到10705.49亿元,同比增长5.8%。

中国城市和小城镇改革发展中心主任高国力对媒体分析,落户成都的世界500强企业中,有不少在本地开设了分支机构或者区域总部,这就让成都的研发生产方面跟全球产业链供应链串联在一起,让成都的城市生产功能充满活力。

全球价值链中高端,全面提档“蓉速度”。成都市博览局副局长钟谦表示。

四川省社科院原副院长盛毅研究员认为,要在各领域积极培育高精尖特企业,打造更多“隐形冠军”,形成科技创新体集群是新的实现形式之一。科技创新体集群建设涉及创新主体、产业链条、产业组织体系、要素配置体系、政府服务体系等建设,需要加强协作,共同织网,构建生态,可以考虑制定科技创新体集群行动计划,明确各集群的主攻方向和重点。

电子科技大学教授周涛表示。

中国政策科学研究院经济政策委员会副主任徐洪才建议,成都要抢抓经济发展的新机遇,加强成渝双城互动,形成核心竞争力;借助“一带一路”特殊的区位优势,扩大国际经济合作;加强科技创新,发展数字经济;同时,还应进一步发展健康养老产业、绿色低碳经济,以及充分挖掘人力资源潜力,推动科技创新引领现代化产业体系建设。

## “智造”动力

“目前,我们在美国、德国和中国成都设立了碲化镉技术研究中心,成都中心现有院士1人,以及多位国家、省市级高层次人才。”中建材公司负责人介绍,正是基于成都的创新创业环境,以及优秀的团队,使得公司在应用技术研究和核心技术等方面取得了多项重大突破与创新,碲化镉发电玻璃转化率达16.5%,实验室转化率达20.84%,达到国际先进水平。

这样的成都“智造”正在为这座城市的现代化产业体系带来新的活力。

据成都市经信局市新经济委副主任周成介绍,创交会正是以“创兴蓉城 智造强市”为主题,锚定制造强市目标,围绕产业链部署创新链、围绕创新链布局产业链,坚持“创新立主体、主体强产业、产业兴城市”工作思路,通过“会+展+赛+交易”多种形式,展现科技创新引领现代化产业体系建设的成都探索,凝聚全球创新力量,共创新发展、共谋新图景。

“成都在‘双创’板块给予创新创业公司的支持力度是非常大的,出台了税收优惠、人才引进等政策推动企业发展。”作为人工智能行业的从业者和创业者,成都晓多科

技有限公司副总经理谭亚军表示,今年成都创新提出“算力券”,为相关企业提供算力或算力补贴,推动企业在大语言模型方面的建设和发展,“在这样的环境中创业,我们非常有信心”。

不仅如此,“我们将探讨产业重塑风口下,如何完善金融创新服务体系,发挥重产基金和科创基金的牵引作用以及创投资本的孵化作用,激燃资本市场动力,汇聚各圈层力量促进科技创新,全力抢占新赛道,助力产业建圈强链,推动成都现代产业体系迈入

站、公众号上去搭载我们人工智能的智能应答产品。

此外,大会还发布了《成都市企业数字化转型供给清单》,收录了技术服务、运营服务、公共服务共3类共88个数字化转型服务机构产品,为数字化转型服务机构提供展示的平台。

“成都市不仅给了我们很多机会清单,而且在电商领域之外,能够不断地通过跟各级政府的合作、协同去拓展我们在政务领域的应用,比如说在政府的一些官方网

购房客加速回归

# 江苏南京亮出楼市政策调整“组合拳”

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

在半个月前的9月7日，南京市放出楼市政策调整“大招”。购房者在包括玄武区、秦淮区、建邺区和鼓楼区等主城四区范围内购买商品房，将不再需要购房证明。这也意味着，南京市自此全面解除了限购，打响了核心二线城市全面放开限购的“第一枪”。

不过，南京市楼市政策调整“组合拳”中的另一大重磅政策——“最低两成首付”，在上述主城四区的实际执行过程中发生了变化。在新政落地首周，南京市主城四区不少购房者两成首付的贷款合同未能通过审批，不得不补交至三成首付。而到了9月19日，相关政策再次回调，主城四区诸多楼盘和银行“放风”称，最低首付比例折

## 外地客户几乎占到一半

“现在不论你是哪里人，都可以在河西买房了，这在以前是不敢想象的。”

9月13日，位于南京市秦淮区的高端住宅项目金基·月府迎来首开，所推出的51套房源吸引了206组买房人报名，整体中签率约24.8%。该项目成为南京市此次楼市新政出台后的首个“日光盘”。

南京市房地产市场回暖的背景在于，9月7日深夜，南京市委市政府新媒体平台“南京发布”发文称，自9月8日起，玄武区、秦淮区、建邺区、鼓楼区等四区范围内购买商品房不再需要购房证明。此举也意味着，南京市正式全面放开了自2016年以来实行7年的限购政策。

据了解，上述四区是南京市中心城区，也是南京市此次政策出台前仅剩的限购区域。早在2022年，南京市便在执行层面取消了栖霞区、雨花区、江宁区、江北新区、高淳区、溧水区、六合区等外围区域的限购政策。

张宏伟分析认为，现在南京市取消了核心区限购，再加上执行“认房不认贷”和首付比例降低等新政策，能够带动改善型需求入市，至少

中调整为2.5成。

对此，9月20日，南京市住房和房产局一名工作人员在接受《中国经营报》记者采访时表示：“针对主城四区的最低首付比例问题，市住房和房产局未出台新政策，具体执行情况以银行信息为准。”南京市多家银行信贷部工作人员则表示，银行正在拟定相关细则，制定首付比例、贷款利率等具体操作规范。

镜鉴咨询创始人张宏伟分析认为，当前房地产调控政策的特点是循序渐进，尤其是对于南京市等热点二线城市而言，要一步一步根据市场变化情况灵活调整，逐步加大救市政策的力度。“如果未来几个月市场销售没有明显好转，那么也不排除首套房最低首付比例恢复至两成。”

## 外地客户几乎占到一半

可让核心区的交易量活跃起来。“这些政策‘组合拳’，可以带动改善型需求在9~10月集中释放。”

“新政策发布后的首个周末(9月9日、10日)，售楼处可以说是‘炸场’了，无论是样板间还是会客区都挤满了前来看房的顾客，很多都是从周边城市赶来的。”建发·缦云置业顾问张新(化名)告诉记者。

“现在不论你是哪里人，都可以在河西买房了，这在以前是不敢想象的。”张新告诉记者，随着南京市全面取消限购，众多安徽省和苏北城市的购房者前来建发·缦云售楼中心咨询看房，外地客户几乎占到一半。“不仅如此，我还看到售楼处门口停着挂着湖北省、江西省和河南省等地车牌的车辆。”

在张新看来，南京市此次出台的楼市调控政策非常有诚意，“政策箱”已经基本见底。对于建邺区等中心城区而言，购房者面临的最大阻碍便是购房资格。“现在好比‘把大坝的闸门打开了’，因此我们项目计划在9月份再次加推。”

## 首套房两成首付悬而未决

南京市主城四区最低首付比例政策或将很快迎来调整。

“鼓楼区、建邺区、玄武区和秦淮区等南京市主城四区首套房两成首付的政策已经暂停执行，主要是银行方面觉得主城区房价和总价都比较高，金融风险比较大。目前，主城四区最低首付比例仍为三成。”9月18日，张新向记者表示。

据了解，除了全面取消限购外，还包括将落实国家信贷政策最新要求、落实国家调整优化差别化住房信贷政策和降低存量首套住房贷款利率等政策。具体而言，南京市首套房首付比例最低为两成，贷款利率政策下限按现行规定执行；二套房首付比例最低为三成，贷款利率政策下限调整为不低于相应期限贷款市场报价利率加20个基点。

但很快，有市场消息称，南京市主城四区暂停执行上述政策，首套房最低首付比例恢复至三成。张新告诉记者，两成首付政

策在主城四区实行了约一周，但其所在的建发·缦云项目总价普遍较高，因此没有一名客户选择两成首付。

“我们项目最大户型为180平方米，总价在1000万元左右。如果按照两成首付计算，购房者需贷款800万元，按照商贷30年计算月供超过3.8万元，还款压力太大了。”张新感慨道。

在张宏伟看来，首套房最低首付比例两成，是弱二线、三四线城市普遍已经执行的政策。对于“强二线”城市南京市来说，发布首套房两成首付政策后又在执行层面收回，或许是当地政策制定者觉得首付比例降幅太大。

南京市主城四区最低首付比例政策或将很快迎来调整。9月19日，南京市玄武区一楼盘置业顾问表示，其所在项目与工建中农四大行、招商银行、兴业银行等主流银行均有合作，当前首套房



在官宣全面放开限购后，南京市房地产市场复苏明显。图为位于南京市玄武区的招商局中心·臻境项目营销中心前来看房的市民。

本报资料室/图

最低首付比例为2.5成，房贷利率4.0%；二套房最低首付比例为3.5成，房贷利率4.5%。

无独有偶，9月20日，张新也向记者发来“南京最新按揭贷款政策”表格：主城四区首套房最低首付比例2.5成，二手房最低首付比例3.5成；其他区域仍执行首套房最低首付比例两成，二手房最低首付比例三成政策。

月4日~10日，南京市来访量共计12883组，环比增长54%；共计认购711套，环比增长5.6%。

南京网上房地产数据也显示，在新政落地后的第2周(9月11日~17日)，南京市新房认购达1075套(不含高淳、溧水两区)，环比上升34.4%；成交量为690套，环比上升27.8%。

“此次南京新政对于提振‘金九银十’行情具有非常好的导向。随着购房门槛进一步降低，南京市核心城区将会率先复苏，不仅新房项目有望销售强劲，二手房交易也会更加活跃。政策‘组合拳’对于房企快速提振销售数据、满足购房者需求等都有非常积极的作用。”易居研究院研究总监严跃进表示。

## 政企补贴“齐头并进”

房地产企业也正借政策东风，纷纷推出了优惠折扣，希望“以价换量”。

对于去化压力更大的郊区板块，除了坚决执行“首套最低两成首付，二套最低三成首付”政策外，南京市还拿出“真金白银”补贴购房者。

9月12日，南京市江北新区宣布，对中国(江苏)自由贸易试验区南京片区(以下简称“南京自贸区”)实施更大力度的住房补助。比如针对个人而言，首次购买新房的人才，给予最高10%的补助，补助额度不超过40万元；购买新房并首次将户口迁入南京自贸区的家庭，每户获得总价2.5%的补助，最高不超过10万元。

值得一提的是，9月9日，江北新区也公布了购房补贴细则，在8月1日至12月31日购置新房给予总价1%的补助；在南京市范

围内“卖旧换新”(90平方米以上)的，再给予总价0.5%的补助。

南京市其余区域也纷纷出台了不同程度的补贴政策。其中，江宁区最高补贴4%，非南京户籍可额外获得1万元补助，同时购买新房未落户也可直接入学；栖霞区最高补助达2.5%；雨花台区最高补助为1.5%。

此外，房地产企业也正借政策东风，纷纷推出了优惠折扣，希望“以价换量”。位于南京市江宁区上秦淮板块的芳原项目，在9月4日~10日期间累计去化28套，成交量排名全市第一。

该项目置业顾问告诉记者，芳原项目有叠墅和洋房两种产品，总价介于550万~900万元之间。以一套220平方米、总价680

万元的房源为例，目前能够给到的最低价格是557.6万元，相当于打了八二折。“最终的成交价格，需要确定好房源再详谈，预计中秋、国庆假期还会有更大的折扣。”

万科朗拾·雨核项目是今年南京市销量名列前茅的“红盘”，也趁势开启了“拾全拾美生活节”。记者了解到，在9月9日~10月8日活动期间，首次来访并于当天认购的，可享受专属6万元优惠；如果和家人、朋友、同事一起买房，还有2万元的团购优惠。

在全面放开限购后，政策放松叠加政企补贴，也让南京市房地产市场有所复苏。克而瑞统计数据显示，在新政策落地当周(9月4日~10日)，南京市来访量共计12883组，环比增长54%；共计认购711套，环比增长5.6%。

## 买房赠送旅游年票

# 旅游名城黄山市争抢外地购房客

本报记者 方超 张家振 上海报道

以秀丽风景和徽州文化扬名海内外的安徽省黄山市，近日抛出了“争抢”外地购房客的楼市新政。

日前，黄山市住建局等九部门联合印发《关于进一步促进房地产市场平稳健康发展的若干措施》(以下简称《若干措施》)，其中，外地人买房赠送旅游年票等措施备受外界瞩目。

不过，《中国经营报》记者注意

到，上述若干措施目前已无法在黄山市住建局等政府部门官网查询。黄山市住建局开发物业科相关工作人员日前向记者称：“因为《若干措施》的具体细则目前还没有出台，政策牵涉到政府各个部门，觉得有些不妥就暂时撤下来了。”另据该科室负责人介绍，出台该政策目的是“吸引外地人才来黄山”。

黄山市出招吸引外地人前来买房的背后，是当地房地产市场购房需求的提升。

## 团购10套以上不受备案价限制

在南京、武汉等多座二线城市全面解除限购政策的同时，黄山市亦因出台支持外地人买房、买房赠送旅游年票的“奇招”迅速“出圈”。

9月13日，据多家媒体报道，黄山市住建局等九部门联合印发《若干措施》，从有效满足刚性和改善性住房需求、支持外来购房、防范化解房地产市场风险等七个方面，共计提出20条具体措施。其中，支持外地人在当地购房的举措颇受外界关注。

公开资料显示，黄山市上述《若干措施》提出，支持外来市民来黄山购房，对外地市民购房赠送旅游一卡通年票、公交年卡等，对外地市民组团来黄山一次性购买10套(含)以上新建商品住房的，可不受备案价限制。

黄山当地行业人士向记者解释称，该政策主要针对文旅地产项目，这些项目“不太好卖，可能一年也卖不了几套房。如果按照相关政策，买卖双方只要协商好，以低于备案价销售也可以”。

不过，在上述支持外地人买房措施引发市场关注后，当地相关部门官方网站、官方微信公众号等平台随即删除了《若干措施》。

对此，黄山市住建局开发物业科相关工作人员向记者表示，撤掉上述《若干措施》主要是因为“具体细则还没有出台”。“因为我们是住建局，政策还有文旅局的参与，它们要出台相关细则。”

另据相关媒体报道，黄山市住建局相关工作人员回复称：“仍按文件执行相关举措。”记者日前致电黄山市多个在售楼盘营销中心，有楼盘销售人员亦表示：“目前政策开始实施了。”

“黄山市属于旅游型城市，除了希望外地人来旅游外，也希望他们来买房。”对于出台支持外地人买房措施的背景，黄山市房地产业内人士朱涛(化名)告诉记者，主要目的是希望吸引外地人来消费，毕竟是旅游城市，旅游业是第一大支柱。

黄山市住建局开发物业科一位王姓科长向记者表示，黄山市出台

求正亟须进一步提振。安徽世联行统计数据显示，今年8月，黄山市区共计成交商品住宅约132套，环比7月份下降34%，成交量逐步下滑。

“黄山市持续出台‘救市’政策，主要还是和当地新房交易量持续低迷相关。”58安居客研究院研究总监陆骑麟向记者表示，在中秋、国庆“双节”即将来临之际，黄山市出台楼市新政，能够带动当地旅游地产成交量的提升。

上述措施的目的是吸引外地人才、青年人才返乡安居乐业。“因为黄山市是旅游型城市，也是一座人口总量比较少的城市，对人才的需求比较大。”

相关统计数据显示，黄山市2022年常住人口为132.3万人，在安徽省排名倒数第二位，仅高于铜陵市。

作为著名旅游城市，在黄山市近年来的房地产市场中，外地购房者的的确保持较高比例。

“黄山市近几年房产销售中，30%以上购房者为外地市民，其中以合肥市、杭州市、上海市等地市民居多。”据黄山当地媒体黄山交通旅游广播报道，黄山市住建局党组成员、总工程师吴东升曾公开表示。

黄山市多位房地产业内人士告诉记者，外地人在当地购房的现象并不少见，虽然黄山市区的房价均价已超过1万元/平方米，“但和周边的杭州市、上海市、合肥市等一二线城市相比，黄山市房价对于这些城市的购房者来说并不高。”

## 频频对外推介旅居地产

事实上，黄山市出台政策支持外地人购房，亦被业界认为有助于带动当地旅居产业发展。

公开信息显示，黄山市地处安徽南部，是徽文化重要发祥地，新安画派、新安医学、徽商等影响深远。其中，尤以旅游资源丰富而闻名天下，黄山市境内的黄山为世界自然与文化双遗产，皖南古村落西递、宏村为世界文化遗产。

在丰富旅游资源加持下，黄山市旅居地产近年来呈较快发展局面。据黄山市房地产业内人士介绍，由于拥有黄山、太平湖等著名旅游资源，黄山市生态环境优越，养老地产、文旅地产等项目较多。

记者梳理公开信息发现，黄山市近年来持续对外推介旅居地产。仅今年以来，黄山市相关部门就在深圳市、南京市、合肥市等

地多次举行黄山旅居地产推介会。例如，今年3月17日，黄山市2023年旅居地产推介营销活动第二站在南京市举办；4月24日，黄山市在合肥举行黄山市优质地块、旅居地产(合肥)推介会。

“58安居客研究院统计数据显示：2023年黄山市‘五一’和春节期间的新房找房热度分别是今年以来平均水平的1.22倍和1.65倍，假日旅游经济对城市的新房成交能带来较大促进作用。”陆骑麟告诉记者，“因此，黄山市政府出台针对出游人群的购房优惠政策，有望起到更好的刺激作用。”

在业内人士看来，黄山市出台支持外地人购房的《若干措施》，还可带动房地产上下游产业链，从而促进地方经济发展。“房地产市场的发展对于地方经济的拉动作用显著，通过鼓励外地市民购房可带动相关产业发展，如建筑、装修、物业等，进而促进本地经济增长。”

“黄山市可能存在新房库存过大，导致本地市场难以消化等问题，以此出台政策吸引外地市

## 抢抓“金九银十”传统旺季机遇

在中秋和国庆“双节”来临前出招“抢客”，或将助力黄山楼市回暖。

“通过出台楼市新政，激发城市旅游地产成交量的回升，短期内能够起到较大的刺激作用，必然能够带动城市黄金周期间新房交易量提升。”陆骑麟分析认为。

记者注意到，在上述《若干措施》出台后，歙县等黄山下属区县也纷纷组织相关活动，抢抓房地产业“金九银十”传统旺季机遇。

据“歙县发布”信息，9月17日，2023黄山旅游节歙县房地产、家居家电展示交易会线上线下同步启动，9家参展房企带来了1000余套房源。“歙县出台多

项配套优惠政策，进一步提振房地产市场活力。”

黄山市溪上桃源项目销售人

员对记者表示，该项目为纯别墅项目，毛坯交付，“价格均价在1.6万~1.7万元/平方米左右，项目支持团购，5套成团，具体优惠需要现场谈。”

“我们项目现在的优惠政

策是‘交一抵二’，即交1万元定金抵扣2万元，优惠不会太多，本身项目所在地是市中心位置，比较好卖，不可能像其他项目给出九二折等优惠。”黄山黎阳学府项目销售人员表示。

黄山市房地产业内人士对记

者表示，尽管当地出台了相关楼

市新政，但究竟能否吸引外地人

前来置业，能否进一步促进楼市回暖还需要观察。黄山市住建局开发物业科相关负责人也坦言：“我们希望把外地人才、外地游客留在黄山市安居置业，希望政策会有好的效果，但现在还不好评判。”

“相对于其他城市而言，黄山市可能是个特例。其城市基础设施发展相对成熟，旅游资源相对丰富，并且周边城市富裕程度相对较高，能对房地产业发展带来较大利好。”陆骑麟分析认为。

“黄山市通过出台优惠政策吸引外地市民购房，可提升城市知名度和美誉度，对于城市的未来发展，尤其是旅游业的发展也具有重要作用。”柏文喜表示。

# “降首付比、降利率”利好政策密集出台 西安楼市信心回暖

本报记者 黄永旭 西安报道

“最近各类支持政策落地，销售状况开始好转，出现了意向登记飘红、开盘去化率超过90%的项目，可以感觉到市场在回暖。”西安贝壳房产某门店经理秦枫(化名)如是说。

9月19日，西安市住建局发布消息称，进一步优化调整限购范围，二环以外区域取消限购。新政后，西安解除部分区域限购，依旧执行限购的只剩二环内的四个主城区。

《中国经营报》记者了解到，近期，西安房地产利好政策相继落

地，多个新开盘项目以及待开盘项目均已确认执行“认房不认贷”，即购房者在西安限购区域名下无房，购买西安房产时，可以执行首套房首付比例和房贷利率。并且，优化区域限购政策得到官宣，楼市信心出现明显提升。

西安房地产行业资深分析师朱郁表示，房地产利好政策相继出台，有利于刺激和释放住房消费需求，从而降低供需矛盾。从横向看，相较于郑州、合肥等省会城市的楼市政策，西安的楼市政策相对温和，后续可能会出台逐步放宽限购相关政策。

## 供应放量

目前，西安多家银行已执行“降首付比、降利率”操作，首套房最低首付比例降至20%，住房商业贷款最低利率为4.0%；二套房最低首付比例降至30%，最低贷款利率降至4.4%。

下半年以来，中央定调房地产、部委层面密集发布信号意义极强的住房政策，地方房地产政策迎来优化调整，西安跟进优化了住房公积金政策，并与关中平原城市群等14城开展了公积金“互认互贷”，政策逐步偏向于宽松，楼市活跃度开始提升。

据统计，8月份，西安共有29盘入市登记(含同盘多次登记)，推售房源4419套，与7月基本持平。但是，项目热度和关注度转升，8月共出现8个摇号盘，其中，还包含了2个“千人摇”。

8月下旬，“认房不认贷”“下调首付比例”两大通知相继面世，多个城市迅速跟进并且出台新的楼市政策，而西安尚未明确出台相关措施，不过在西安市场操作层面，已有多个项目及银行确认执行“认房不认贷”“下调首付比例”，进一步提升了市场活跃度。

秦枫告诉记者，目前西安多家银行已执行“降首付比、降利率”操作，首套房最低首付比例降至20%，住房商业贷款最低利率为4.0%；二套房最低首付比例降至30%，最低贷款利率降至4.4%。

根据官方备案公示，9月份，西安共有46盘入市，累计供应量达到9800多套。从区域看，9月份，新房供应以高新区、浐灞、港务区三大板块为主力，中小户型占比相对较少，改善型房源比例较大。

记者梳理看到，截至9月14日，西安住房意向登记平台已有16盘开启登记，共计推出3643套房源。而正在登记的6个楼盘中，除了2个14日8时开放登记的楼盘，4盘已有3盘登记飘红。

其中，于9月13日8时开启登记的万科东望上瑞(三期)，本次推出共414套房源，24小时申请登记家庭数已达到421个；同样于9月13日8时开启登记的陆港·海心湾(一期)，全部可售房源共88套，24小时申请登记家庭数已达到102个；于9月12日8时开启登记的高新云河颂柏悦小区，全部可售房源共346套，申请登记家庭数已达到445个。

主城区供应量扩大的同时，西咸新区也紧随其后，9月11日有3个新盘备案公示，共计推出718套房源，分别是位于泾河新城的天朗云熙、金地玖峯府和位于能源经济区的金泰观棠樾。

详细信息显示，天朗云熙公示了3栋洋房、4栋小高层，共274套房源，均价约14800元/平方米；金地玖峯府公示了10栋楼，整盘均价12576元/平方米；金泰观棠樾也公示了10栋楼，共316套，均价19189元/平方米。

朱郁认为，本轮住房信贷政策调整对住房需求的支持力度都是空前的，对开发商和购房者而言都是一个“窗口期”，政策利好之下，开发商们加快推货节奏是顺势之举，有利于把握时机提高去化。

## 信心回暖

近一段时间，多重利好政策下，新房市场开始活跃起来，二手房市场也有了起色，购房消费信心正在逐步回归。

9月2日8时，绿城海棠三章·月映海棠开启登记，共计推出4栋楼201套可售房源，截至登记结束，意向登记申请数(含撤销)共计515个，核验通过198个，并于9月9日开盘选房。

9月10日，绿城海棠三章·月映海棠官方微信发布开盘喜报称，“海棠三章，首开热销。开盘去化率93%，劲销6.1亿”。绿城海棠三章位于高新区，总占地面积约222亩，容积率为2.8。本次月映海棠入市房源户型面积129.68平方米~136.88平方米，参考价格24450~25150元/平方米。

“周六开始选房，当时现场选完房的时候就剩了10来套房子，”海棠三章置业顾问陈雨(化名)介绍，项目备案价均价约24800元/平方米，而且还有购房优惠活动，“前期收资料会有一个九八折，然后还有支付宝冻资3万块钱的一个九八折，还有线上登记一个九九折，总体折算下来就跟九五折差不多”。

此外，陈雨介绍，“只要在西安市没有房子，就算是首套房，贷款也可以按首套来算。首套房首付可以20%。贷款利率就是首套的4.0%”。

陈雨说，因为是首次开盘，所以相对后期首开价格相对不高，优惠和折扣也是最实在的。“首开备案价肯定是最低的，购房优惠也有差不多九五折，像我们二批次要开6、7号楼，公司直接通知，会涨价五六百块钱。”

万科东望上瑞(三期)位于雁塔区新兴南路以北、幸福路以东。本次开盘销售楼幢2#、3#、4#、5#楼，全部准售住房房源共414套，



在政策利好加持下，西安雁塔区某项目接待购房者人数激增。

黄永旭/摄影

户型面积95平方米~143平方米，总面积约52944.42平方米，目前已登记飘红。

9月13日，万科东望上瑞置业顾问李欣(化名)告诉记者，“今天早上8点项目才开始登记，房源一共是400多套，现在应该已经登记了将近四五百个，但是登记还没结束，登记数应该还会变化的。”

李欣说，项目参考价在18500元/平方米~19000元/平方米浮动，一房一价。“现在开盘前的优惠是冻资1万元在您自己的账户里面，等到开盘认购的时候，这1万元就直接退还，然后抵掉5万元的购房款，也就是说在房款的总价里

面实打实地优惠5万元。”

李欣介绍，“首套房商贷利率是4.0%，首付比例可以最低20%。还可以用公积金贷50万元，公积金贷款利率好像是2.85%，挺便宜的。”

秦枫表示，今年以来，经历了第一季度，尤其是3月份的“小阳春”之后，市场又归于平稳，二季度相对冷静。近一段时间，多重利好政策下，新房市场开始活跃起来，二手房市场也有了起色，购房消费信心正在逐步回归。

9月5日，西安市住房和城乡建设局官网公布《2023年8月份二手房网签情况》，8月份，全市存量房(二手房)网签备案面积92.79万

平方米，环比增长15.27%，同比增长41.84%；其中，住宅网签备案面积73.72万平方米(7495套)，环比增长5.19%，同比增长17.73%。

记者梳理发现，此前积压消费需求在上半年集中释放之后，6月，西安二手房住宅网签备案面积环比下降16.61%，降至66.82万平方米(6656套)；7月，二手房住宅网签备案面积环比增长4.88%，升至70.08万平方米(7086套)；8月，二手房住宅网签备案面积环比增长5.19%，升至73.72万平方米(7495套)。西安二手房交易量在近两个月实现环比二连涨，月成交量均在7000套以上。

## 优化限购

9月19日，西安住建局官方会议明确，进一步优化调整限购范围，二环以外区域取消限购。

8月下旬以来，房地产市场开启降首付、降利率、降存量房贷利率、认房不认贷等利好政策大招；紧接着南京、青岛、济南、兰州、郑州等多个城市宣布取消限购政策。

日前，兰州市出台《关于进一步促进房地产市场平稳健康发展的若干措施》，不仅取消了现行的

住房限售、限购政策措施，还对在兰州购房首付比例、契税补贴、贷款额度等方面进行了调整，实施购房补贴。

9月12日，郑州市出台《关于进一步支持合理住房需求的通知》，明确全面取消郑州市住房限购、限售政策，而且提出降低首付

比例，促进楼市消费等措施。

相较于部分城市全面取消限购政策，西安在限购政策调整上相对较为“谨慎”。9月19日，西安住建局官方会议明确，进一步优化调整限购范围，二环以外区域取消限购。同时提出了全面推行“带押过户”、全面推行新建商品

房“交房即交证”等措施。

朱郁表示，从近几个月统计数据看，西安房地产市场成交价格、成交量都处于稳中微涨的趋势，而且西安政策一贯稳健，因此不会出现全面解除限购、限售等政策，优化、宽松限购是符合实际情况的。

# 新政传递到购买方 成都二手房成交量小幅回升

本报记者 陈雪波 王金龙 成都报道

“现在是买家市场，是很好的买房时机！”近日，成都一位房地产

经纪人向《中国经营报》记者介绍，现在的购房利率已经降到低点，二手房价格也有调整，有买房意愿的人可以下手了。

四川克而瑞研究中心的报告显示，政策释放+传统楼市旺季“金九”，第38周(9月11日~9月17日)成都的新房供应量大涨，其中以核心区一

圈层涨幅最大；成交持续微涨，但仍处于较低水平。同时，成都二手房成交小幅回升，但仍处于低位区间。

记者近日走访市场发现，“认

房不认贷”、房贷利率下调、本科生人才购房限制放宽等一系列新政出台后，部分购房者的购房成本迅速下降，借此机会出手购房；与此

同时，二手房挂牌量在大幅增加。但到目前，在成都购买首套住房的商贷首付还是需要三成，首付两成尚未落地。

## “卖旧买新”增加

关注成都楼市很多年的郝卓(化名)在新政出台后终于买了属于自己的第一套住宅，四年前他也曾是成都的一名房产经纪人，后来转战到了其他行业。在郝卓看来，现在的房贷利率低、总价低，虽然短期房子不太可能迅速增值，但是购买自住房是没问题的。

目前，成都的新房首套房还需要首付三成，但郝卓告诉记者，有一家开发商提出如果购房者不要“精装三件套”，可以在首付上有补贴，最后购房者只需要出相当于两

成首付的钱。在兼顾了上下班距离、房子建设进度后，他果断签了购房合同。

同样从事地产行业的席明(化名)也选择在今年换房，为了孩子上更好的小学，他把温江的旧房子卖掉，置换了金牛区的新房。但他下定决心换新房更重要的原因，还是今年的房贷利率：“我2016年买的房子是4.9%的利率，今年可以用4.0%的利息买了，能给我省不少利息，身边很多人都会选这种时候换房。”

房产经纪人刘新静(化名)向记者分析，因为这段时间的房贷利率很低，不少人选择在近期换大房子，但前提是卖掉旧房子。如此一来，卖房子的多了起来，对准备买二手房子的人有利。加之最近的各项购房政策都是给购房者降低成本的，所以现在是不折不扣的买家市场。

卖房子的人多了，同样户型的一套二手房，去年挂牌价256万元，今年可能就只有246万元了。与此同时，中介费也可以打八五折。

贝壳找房数据验证了刘新静

的观察，新政出台后的几天时间里，成都二手房挂牌量持续增加：9月3日挂牌量188792套，9月6日挂牌量204035套，9月12日挂牌量是210680套，增势迅猛。

密集的新政出台后，新楼盘是否会收回原有的购房优惠？记者走访成都市场过程中未发现此现象。金牛区一项目置业顾问告诉记者，从3月开售到现在，他所在的项目一直是总价的“基础优惠2.5%+7天内签约1%”总共3.5%的优惠，这方面从来没有调整过。

## 看房情绪提升

8月末到9月初，成都地产政策调整可谓接二连三。8月28日，成都印发《关于优化完善商品住房公证摇号有关规定的补充通知》，明确建筑面积在144平方米以上的房源不再实施公证摇号；8月29日成都发布人才分类目录，增加了本科毕业生的F类。

紧接着9月1日，成都印发《成都市进一步加强人才安居的若干政策措施》，针对六类人才优化人才公寓优惠面积标准，其中对本科类人才放宽了购房条件限制；同日，成都市住建局官网公布《关于优化成都市个人住房贷款中住房套数认定标准的通知》，明确成都“认房不认贷”。

如此接连不断的政策出台，成都并非个例，比如“认房不认贷”已经蔓延至全国。据诸葛数据研究中心不完全统计，截至9月12日，全国已有25个省市官宣执行“认房不认贷”政策，其中包括1个省级地域、4个一线城市、14个二线城市、6个三四线城市。

陈霄认为，毋庸置疑的是本次“认房不认贷”的执行，确实刺激了一波需求的释放尤其是改善

性需求加速入市，但是仅仅靠“认房不认贷”这一项单一政策的放松实际上难以拉动市场全面回暖。这一波市场热度大概率难以长久维持，后续仍需要其他松绑政策的加持，比如限购政策的放宽、首付比例的调整等。

同时，市场层面也颇为看好成都。9月5日，万科集团董事会主席郁亮到访成都，他表示，万科集团对成都未来发展充满信心，将继续扎根成都、服务成都，积极引入优质资源要素，加大投资布局力度，推动更多业务板块在蓉落地，助力成都经济社会高质量发展。

多重利好推动下，接下来成都地产市场将如何发展？四川克而瑞研究中心分析，近期官方推出降门槛、扩需求的组合拳，对刺激一二线城市热度较为有效。成都“8·28”新政后，市场热度来访成交环比上涨约两成，客户看房情绪明显提升。考虑到近期供应活跃，其中不乏优质热盘，且正值楼市传统营销旺季，整体成交规模有望持续回升，但预期回升幅度有限。

## “认房不认贷”生效

华林(化名)是乐山人，妻子一直想在成都安家，所以几年前他就已经通过大学生落户政策取得了成都购房资格。但因在乐山有一套房子，所以他们在成都主城区买房按照二套房政策来算的话，需要首付六成，加之此前整体房价比较高，就迟迟没有下手。今年9月新政出台后，他能够以首付三成在成都购房，便果断下手了武侯区一套二手房，准备在过户之后把房子重新装修一下。在此之前，他没想到过今年内会在

成都买房。

席明介绍，“认房不认贷”政策让很多在外地有房的人有了新的选择。比如一些在成都三圈层区域有一套房的人，此前在限购的一、二圈层买房首付比例需要达到四到六成。“认房不认贷”落地后，他们只需要首付三成就可以在主城区买房了，能省很多钱。

多种因素推动下，9月初到现在，一些改善项目的去化表现堪称优秀。如在9月6日~9日开盘的锦江赋、锦江上院两个项目均

实现了开盘售罄，这两个项目中的合院、叠拼产品均价分别超过了45000元/平方米和42000元/平方米。

诸葛数据研究中心高级分析师陈霄向记者指出，在“认房不认贷”政策落地后，会对市场产生两方面的影响：一方面，就是一部分急于抓住政策红利“卖一买一”的购房者，这部分群体会先将手头的房源挂牌出售，甚至不排除为了加速卖出而采取降价出售的行为。此时，刚需房

源供给获得补充，带动部分刚需购房者入市。

另一方面，在这部分群体出售掉手上的房源后，可能会选择购置改善性住宅，以首套房的首付比例标准来购买新房，减轻了首付资金压力。从实际效果来看，成都第37周(9月4日~10日)新房成交2217套，环比上升12.31%，二手住宅成交3533套，环比上升2.17%。新房、二手房成交有所回升，但是政策效应的持续性尚需观察。

# 广州成立安居集团 多渠道筹建保障性住房房源

本报记者 陈婷 赵毅 广州报道

城市更新与城市建设相伴相生。当前,广州正在兑现“十四五”期间新增保障性住房66万套的安居蓝图,而“广州高质量发展新空间”的愿景之一便包含“结合城中村改造发展保障性租赁住房”。

《中国经营报》记者从广州市住建局方面获悉,就在近期,广州安居集团有限公司(以下简称“广州安居集团”)揭牌成立,该公司专责从事保障性住房投资、融资、建设和运营管理,其将通过城中村改造转化、存量房源整租运营等多渠道筹建房源。经过股权穿透,广州安居集团由广州市城市建设投资集团有限公司(以下简称“广州城投”)持股100%,广州城投副董事

长兼经理袁星侯担任广州安居集团董事长。记者注意到,在广州之前,深圳、厦门、南京等城市已先后成立安居集团。广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉表示,在市场机构参与积极性不足,加上保障性住房具有公共、公益属性的情况下,城中村改造迫切需要专业化的国企租赁平台。“广州成

立安居集团就是要改变过去城中村改造的旧模式,确保改造后新市民、青年人仍有低成本、配套完善的居所,从而助其更好地融入城市当中。”

对于广州安居集团的组织架构搭建及下一步工作安排,记者致电致函广州城投方面,但截至发稿,公司联系电话一直无人接听,对方亦未就采访函作出答复。

## 注册资金300亿元

相比此前两家国有专业化住房租赁公司,广州安居集团的资金运作规模有了较大幅度的提升。

据广州市住建局消息,9月1日,广州安居集团揭牌成立,其为市属功能型国有企业,注册资本为300亿元。广州安居集团探索构建公共租赁住房、保障性租赁住房、共有产权住房三大主营业务同步发展的住房保障运作体系,搭建住房租赁基金、智慧宜居平台等助推引擎,形成市场化、专业化、规模化的运作模式。

记者了解到,此前,广州保障性安居工程主要由广州市住房保障办公室统筹落实。2017年,广州城投住房租赁发展投资有限公司(以下简称“广州城投住房”),广州珠江住房租赁发展投资有限公司(以下简称“广州珠江住房”)成立,其性质为国有专业化住房租赁公司,主要负责组织实施广州市属政策性住房和市场化租赁住房的投资、建设和运营、管理、服务。

工商信息显示,广州城投住房由广州城投持股100%,注册资本为12亿元;广州珠江住房由广州珠江实业集团有限公司持股100%,注册资本为10亿元。如此看来,相比此前两家国有专业化住房租赁公司,广州安居集团的资金运作规模有了较大幅度的提升。

李宇嘉认为,过去,广州城投住房、广州珠江住房等类似于广州安居集团的专职保障性住房机构的职能较为分散,且主要负责存量房源管理。“前几年,广州保障性住房的筹集建设主要靠存量房源认定,缺



广州新中轴线(海珠)片区沥滘村旧改现场。

本报资料室/图

口较大,依靠过去的模式很难增加新的供应,因此必须成立专责从事保障性住房投资、融资、建设和运营管理的市属功能型公司。”

记者也注意到,广州安居集团的职能着重强调建设筹资、房源筹集等方面。

广州市人民政府官网引用《广州日报》消息称,广州安居集团将积极拓宽保障性住房筹建渠道,通过城中村改造转化、存量房源整租运营、“工改租”“商改租”、产业园区配建、集体土地新建租赁住房、土地公开出让建设等多渠道筹建房源,建立健全运行机制。稳步推进公共租赁住房建设,解决困难群众的住房问题;有序推进人才公寓、保障性租赁住房等筹建,满足不同类型人才宜业宜居的

住房需求,积极发展共有产权住房,缓解无房家庭的购房压力。

与此同时,广州安居集团将遵循“加快建立多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度”要求,坚持政策性、功能性导向,按照企业化管理、市场化运作、可持续发展原则,对标国内领先的全链条一体化大型安居产业集团,以“安居+”战略为抓手,积极探索安居集团的广州模式。未来,广州安居集团将形成以智慧服务社区为重点、金融投资为助推的安居集团产业生态,培育企业高质量发展核心竞争力,成为立足广州、辐射粤港澳大湾区的城市安居服务运营企业,力争走在内住房保障领域前列,让更多人实现住有所居。

值得注意的是,就在宣布成立广州安居集团之前,7月,广州市住建局发布关于征集《广州市城中村改造条例(征求意见稿)》意见的公告,涉及“通过城中村改造加强住房保障和人才安居”“城中村传统产业转型升级”等方面。据广州市司法局方面透露,8月14日,广州市政府常务会议审议通过《广州市城中村改造条例(草案)》,为城中村住房条件改善、产业转型升级、历史文化遗产保护、搬迁补偿等问题提供立法保障。

据新华社报道,9月1日,广州市住建局相关负责人在广州市城中村改造推进会上表示,下一步将加快制定《广州市城中村改造条例》,力争今年年底前出台。

今年有了宝宝的王先生近期在为置换房子的事情奔波。

2018年,王先生以110万元的价格买下现在居住的70平方米的小两房,单价约1.5万元。而且,他当时的房贷利率为5.38%,月供在4100元左右。

但是,自此之后,王先生的房子便不断“贬值”。贝壳二手房显示,其所在的小区目前挂牌176套房源,均价仅为1万元/平方米。

“有了孩子之后,父母从老家过来帮忙照顾,所以房子就显得小了,最近一直在考虑置换,但是这个房子现在又很难出手。”王先生感叹道。

不过,考虑到近期不断出台的利好政策,王先生还是决定先把房子挂出去,“卖一买一”同时进行。

8月31日,中国人民银行、金融监管总局联合发布《关于降低存量首套住房贷款利率有关事项的通知》,要求自今年9月25日起,存量首套住房商业性个人住房贷款的借款人可向承贷金融机构提出申请,由该金融机构新发放贷款置换存量首套住房商业性个人住房贷款。

王先生告诉记者,其已收到了贷款银行的通知,9月25日之后贷款利率将由银行进行批量调整。

彼时,其每个月的月供可以少还700多元。

一方面,老房子的月供减少了,另一方面,购置二套房的成本也在降低。

在9月12日发布的《通知》中,

## 筹建66万套保障性住房

“十四五”期间,广州将大力发展保障性租赁住房、积极发展共有产权住房、加强老旧小区改造等。

事实上,广州安居集团的成立与广州住房供应体系息息相关。

此前,广州市人民政府官网发布的《广州市人口发展及社会领域公共服务体系建设“十四五”规划》提出,到2025年,广州全市户籍人口约1120万人,年均增长率为2.6%;常住人口约2100万人,年均增长率为2.4%;常住人口城镇化率达到87%。

“十四五”期间,广州将大力发展保障性租赁住房、积极发展共有产权住房、加强老旧小区改造等。

艾振强表示,“广州安居集团的主要职能之一即包括推动城中村改造作为筹集保障性住房的重要筹集渠道,加大保障性住房筹建和供应力度,该公司必然深度参与到城中村改造之中。”

今年以来,广州积极探索城中村改造新思路,启动“依法征收,净地出让”新模式,并在广州新中轴线(海珠)片区、广州火车站、罗冲围片区、环五山创新策源区等4个重点片区开展“统筹做地”(即政府引入企业,将有待拆迁、七通一平的“生地”做成可以出让的“熟地”)试点工作。同时,结合城中村改造系统谋划保障性住房建设,明确除安置用房外的住宅用地按一定比例建设保障性住房,复建安置区除满足村民自住外,可集中建设以中小户型为主的保障性租赁住房,鼓励专业住房租赁机构整租运营。

据了解,上述四大重点片区的启动区占地面积987公顷,建筑面积1469万平方米,涉及城中村11条,占地746公顷,建筑面积1385万平方米。除城中村外,涉及需改造旧厂房8个,占地83公顷,建筑面积52.7万平方米。

那么,房从哪儿来?又该由谁筹建?

“广州现在每年能够新开发的用地已捉襟见肘,更多的还是要从存量里面挖掘。”日前,广州市住建局党组书记、局长王宏伟在主题讲座上公开表示,“对比国内其他一线城市,广州在中心城区仍有许多城中村。这既是广州的痛点所在,也是我们的重大战略资源。”

广州城中村数量多、面积广,规模大、人口多。数据显

示,目前广州有272条城中村,位于中心城区的有137条,超过一半。

艾振强表示,“广州安居集团的主要职能之一即包括推动城中村改造作为筹集保障性住房的重要筹集渠道,加大保障性住房筹建和供应力度,该公司必然深度参与到城中村改造之中。”

今年以来,广州积极探索城中村改造新思路,启动“依法征收,净地出让”新模式,并在广州新中轴线(海珠)片区、广州火车站、罗冲围片区、环五山创新策源区等4个重点片区开展“统筹做地”(即政府引入企业,将有待拆迁、七通一平的“生地”做成可以出让的“熟地”)试点工作。同时,结合城中村改造系统谋划保障性住房建设,明确除安置用房外的住宅用地按一定比例建设保障性住房,复建安置区除满足村民自住外,可集中建设以中小户型为主的保障性租赁住房,鼓励专业住房租赁机构整租运营。

据了解,上述四大重点片区的启动区占地面积987公顷,建筑面积1469万平方米,涉及城中村11条,占地746公顷,建筑面积1385万平方米。除城中村外,涉及需改造旧厂房8个,占地83公顷,建筑面积52.7万平方米。

广州市住建局发布的广州

2023年保障性安居工程年度项目建设计划任务量完成情况统计表显示,截至今年7月底,新开工(筹集)项目合计1683套,均为公共租赁住房;基本建成项目合计2232套,其中公共租赁住房605套,共有产权住房1627套。截至今年8月,广州累计批复城中村改造项目82个,面积约38平方公里,规划新配建公建配套设施621万平方米,新建村民复建安置房31万套。

# 郑州楼市新政背后:市场信心仍待恢复 有特价房总价优惠60余万元

本报记者 夏晨翔 郑州报道

“从8月开始,我们的到访量、成交量都出现了明显的增长,特别是到周末,都要忙到晚上十点之后了。”郑州市一位房地产置业顾问如是表示。

9月12日,郑州市发布《关于进一步支持合理住房需求的通知》(以下简称《通知》),宣布

全面取消限购限售政策、下调首付款比例、开展商品房促销活动、加快“保交楼”进度等多项政策。

而就在此前的8月3日,郑州市已出台了15条房地产新政(以下简称“郑15条”),涉及实施多子女家庭购房补贴政策、落地“认房不认贷”等15个方面。一个多月的时间里,密集发布的利好政策,

是否提振了市场信心?“金九银十”又能如期而至?

近日,《中国经营报》记者走访郑州楼市了解到,自新政发布以来,郑州市多个项目到访量、成交量出现了上升趋势,市场热度有所回暖,政策效果开始显现。不过,亦有受访的业内人士表示,目前购房者整体观望情绪依然浓厚,市场信心仍待恢复。

约140万元,优惠了近20万元。记者注意到,在各种优惠政策的营销策略之下,多个项目的去化情况确实有所好转。

克尔瑞监测数据显示,信达·未来公元项目于8月14日至20日推出优惠政策当周,去化套数为31套,而在政策前一周,去化套数仅为1套。此外,有项目在推出优惠政策后,去化套数由前一周的4套增至了47套。

郑州市住房保障和房地产管理局发布的数据同样显示,今年8月,郑州全市商品房销售7710套(间),较去年同期增长了3.31%,销售面积94.76万平方米,环比增长3.37%,较去年同期增长了13.5%。

不过,在走访中,亦有房产经纪人表示,推出特价房或是别的优惠政策只是短期刺激去化的手段,就整个市场而言,观望情绪依然浓厚。特别是在双节前夕,所在的项目到访量已明显下降,很多购房者会期待后续有更多的利好政策落地。

该项目置业顾问告诉记者,目前项目优惠政策共三项,其一为5万元购买车位,且总房款享受9折优惠;其二为首付1万元享受“3个点”优惠;其三为上述1%的双节优惠。三项优惠可叠加享受。

以该项目一套总价为160万元的房源为例,优惠之后的总房款

## 二手房挂牌量增多

今年有了宝宝的王先生近期在为置换房子的事情奔波。

2018年,王先生以110万元的价格买下现在居住的70平方米的小两房,单价约1.5万元。而且,他当时的房贷利率为5.38%,月供在4100元左右。

但是,自此之后,王先生的房子便不断“贬值”。贝壳二手房显示,其所在的小区目前挂牌176套房源,均价仅为1万元/平方米。

“有了孩子之后,父母从老家过来帮忙照顾,所以房子就显得小了,最近一直在考虑置换,但是这个房子现在又很难出手。”王先生感叹道。

不过,考虑到近期不断出台的利好政策,王先生还是决定先把房子挂出去,“卖一买一”同时进行。

8月31日,中国人民银行、金融监管总局联合发布《关于降低存量首套住房贷款利率有关事项的通知》,要求自今年9月25日起,存量首套住房商业性个人住房贷款的借款人可向承贷金融机构提出申请,由该金融机构新发放贷款置换存量首套住房商业性个人住房贷款。

王先生告诉记者,其已收到了贷款银行的通知,9月25日之后贷款利率将由银行进行批量调整。

彼时,其每个月的月供可以少还700多元。

一方面,老房子的月供减少了,另一方面,购置二套房的成本也在降低。

在9月12日发布的《通知》中,

即提出了降低商业性个人住房贷款最低首付比例的要求。对于贷款购买商品住房(含存量住房)的居民家庭,首套住房商业性个人住房贷款最低首付比例统一调整为不低于20%,二套住房商业性个人住房贷款最低首付比例统一调整为不低于30%。

记者了解到,以总价200万元、贷款30年的房子为例,新政落地后首付将由80万变为60万元,贷款利率将由4.8%降至4.4%。首付款减少了20万元,利息不过增加了5万元。若仍以40%的比例支付首付,则首付不变,但利息可以减少11万元。

而随着房地产政策不断落地,郑州市的二手房挂牌量也出现了明显的增长。

有媒体报道称,郑州市在8月3日发布“郑15条”当天,诸葛找房官网显示约有14.16万套二手房在售。而截至9月21日,郑州市挂牌的二手房源已增至15.76万套。

但是,相关数据还显示,郑州市二手房均价环比下降1.01%,其中降价房源452套,新上房源2808套。

不再享受其他优惠。

而按照此前价格,该项目整体均价为1.3万~1.5万元/平方米。参与团购优惠活动后,均价为1.25万~1.35万元/平方米。

另一方面,对于郑州而言,“保交楼”工作的进展同样是提振市场信心的重点。

《通知》指出,要加快“保交楼”进度。采取有力措施,进一步开展“保交楼”攻坚行动,压实企业主体责任、地方政府属地责任、银行金融支持责任,坚决按时间节点完成保交楼任务目标。

记者获得的一份团购活动通知显示,自9月16日至10月6日,企业有意向的内部员工及其亲属可直接到项目营销中心填写申请表登记购买,除统一团购优惠外,“保交楼”攻坚行动。

记者了解到,自去年以来,郑州市采取了统贷统还、政府回购、项目并购、破产重组、设立房地产纾困基金等多项措施,持续开展“保交楼”攻坚行动。

截至9月1日,郑州市“保交楼”项目已累计交付107个项目、8248套房屋,其中15个项目13419套房屋落实了“交房即发证”。

中指研究院河南公司总经理梁波涛分析指出,郑州市当前置业动力偏弱,观望情绪较浓,多轮政策对新房市场的提振作用较为有限,目前新房市场成交量再次进入底部区间,进一步下行的空间较为有限。

而9月12日的政策出台,距离此前的“郑15条”发布仅一个月有余,向市场传达了持续通过政策发力提振市场的强信号,有助提升市场预期。同时,随着需求端政策进入全面的宽松空间,购房需求有望迎来一波释放,预计市场当前的回升趋势也有望得到延续。

无《建设工程规划许可证》

# 中珠医疗投资数亿元的医院“待开业”

本报记者 晏国文 曹学平  
北京报道

“目前，北京忠诚肿瘤医院还处于待开业的状态。医院涉及房屋租赁合同纠纷是导致不能开业的原因之一。医院所涉案件二审已经结束，公司正在申请再审。”9月19日，中珠医疗控股股份有限公司（以下简称“中珠医疗”，600568.SH）投资者咨询部门人士对《中国经营报》记者介绍。

北京忠诚肿瘤医院是中珠医疗布局的首家三级医院，总投资额4亿元，计划首期开设病床400张。2016年11月起，北京忠诚肿瘤医院租赁北京市丰台区花乡高立庄615号房屋。2022年10月，北京忠诚肿瘤医院获得医疗机构执业许可证。然而，一年过去，该院仍无法正常开业。

2022年11月，一审法院判决，由于出租方未取得《建设工程规划许可证》，北京忠诚肿瘤医院《房屋租赁合同书》应为无效。今年6月，二审维持原判。

2023年8月23日，中珠医疗对北京忠诚肿瘤医院计提资产减值准备2.19亿元，这导致中珠医疗上半年净利润减少2.1亿元。

9月20日，北京京润律师事务所主任、首席合伙人张志同律师对本报记者分析称，《建设工程规划许可证》是在工程建设之前就应当取得的行政许可文件。由于始终都没有取得《建设工程规划许可证》，按法律规定，这属于违法建设。

## 租金和保证金约1.14亿元

安保人员表示，医院已经建成很久，但也不清楚何时能开业，目前外人不得入内。

日前，记者实地探访了北京忠诚肿瘤医院。该院地址位于北京南四环和南五环之间，在北京地铁房山线白盆窑站正南方向2.2千米处，在北京天坛医院正南方向约4千米处。医院建筑是长条形的三层独栋红墙楼房，东西长约185米，南北宽约30米。

医院北侧和南侧均为空地，东侧为一组目前运营还不成熟的商业楼，西侧有一个回迁安置房小区。医院所属区域比较割裂，位于两条铁道的夹角处，位置相对比较偏。

从外部看，医院大楼外立面装修已经完好，园区内道路等基础设施也基本完好。医院正大门在北侧，东侧也有便门。目前医院尚未开业。安保人员表示，医院已经建成很久，但也不清楚何时能开业，目前外人不得入内。

中珠俊天（北京）医疗科技有限公司（以下简称“中珠俊天公司”）是中珠医疗控股子公司，是北

京忠诚肿瘤医院母公司。因房屋租赁合同纠纷，2022年出租方弘洁实业控股集团有限公司（以下简称“弘洁公司”）将中珠俊天公司诉至法院。

据一审法院认定的事实，2016年12月，弘洁公司（甲方）与中珠俊天公司（乙方）签订《房屋租赁合同书》，中珠俊天公司承租弘洁公司涉案房屋开设北京忠诚肿瘤医院，建筑面积约2.46万平方米，前3年每平方米租金每天2.2元，后续每年有所递增，租赁19年。前六年年租金分别为：824万元、1979万元、1979万元、2048万元、2120万元、2194万元。后根据实际情况，双方还签订了补充协议，开始计算房租的日期有所变化。

中珠俊天公司出示的租金缴费明细显示，2017年9月7日前向弘洁公司支付1979万元为租赁保证金。自2018年5月16日至2022年7月5日，中珠俊天公司共向弘

洁公司支付租金9426万元。合计约1.14亿元。

然而，在诉讼期间，法院向北京市规划和自然资源委员会丰台分局查询，位于丰台区花乡高立庄615号房屋（北京忠诚肿瘤医院），未取得《建设工程规划许可证》。基于此，2022年11月，法院认定，双方签订的《房屋租赁合同书》无效。中珠俊天公司需腾退房屋，归还给弘洁公司。

值得注意的是，在一审判决书中，法院也表示，中珠俊天公司未就合同无效后的赔偿问题提出反诉请求，中珠俊天公司可就相关损失，另案主张权利。

今年6月，二审判决，驳回上诉，维持原判。中珠医疗方面表示，目前公司正在启动再审程序。同时，公司将继续与弘洁公司积极协商，以减少损失。

2022年10月，北京忠诚肿瘤医院取得了医疗机构执业许可



北京忠诚肿瘤医院还处于待开业状态。

本报资料室/图

京，与北京天坛医院脑神经外科专家张俊廷教授共同建设运营北京忠诚肿瘤医院。

北京忠诚肿瘤医院将是北京市一所社会办营利性肿瘤三级专科医院，总投资额4亿元，首期开设病床400张，开展业务范围主要涉及神经系统肿瘤及临近器官组织疾病（重点是颅脑、脊髓脊柱以及脑神经肿瘤及邻近器官和组织的疾病的诊断、治疗及临床科研）。

然而，筹建六七年，获得医疗机构执业许可证一年，北京忠诚肿瘤医院仍无法正常开业。

2023年上半年，中珠医疗营收为2.53亿元；净利润为-2.42亿元，上年同期为-0.27亿元。

## 租赁合同被判定无效

诉讼期间，法院向北京市规划和自然资源委员会丰台分局查询，涉案房屋未取得《建设工程规划许可证》。因此，相关合同被判定为无效。

对于本案，张志同律师对记者表示，从合同角度来讲，租赁物本身需要具有合法性，标的合法性是合同合法有效的内在基本要素之一，否则合同会被判定无效。

法院援引《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》第二条规定，由于房屋没有取得《建设工程规划许可证》，判定合同无效。

另外，同样按照该款规定，在一审法庭辩论终结前取得《建设工

程规划许可证》或者经主管部门批准建设的，这种情况下，人民法院应当认定有效。本案中，从一审判决书来看，诉讼期间，法院向北京市规划和自然资源委员会丰台分局查询，涉案房屋未取得《建设工程规划许可证》。因此，相关合同被判定为无效。

记者注意到，一审判决书中，中珠俊天公司提到，弘洁公司未按承诺期限和要求完成其承诺事项，严重影响中珠俊天公司对租赁物的使用以及医院项目建设进度。尽管中珠俊天公司享有暂停支付租金的合法权利，但基于推进医院项目建设的大局考虑，还是陆续支付租金。

2016年12月合同签订时双方约定免租期7个月。2018年5月，双方再约定免租期延长3.5个月。

从一审判决书可知，北京忠诚肿瘤医院所承租的房屋无《建设工程规划许可证》是导致纠纷以及医

院无法开业的核心原因。

但是，记者注意到，中珠医疗数次对该案件的临时公告并未如一审判决书一样写明具体原因——没有《建设工程规划许可证》。

“基于诚实信用原则，在签订合同时，出租方需要向承租方如实告知建筑物权属资质情况。如果出租方告知了具体情况，同时承租方愿意承担相应的风险，那在发生问题时，不利后果由承租方自行承担。如果出租方故意隐瞒或没有

告知权利瑕疵等细节，这就存在合同欺诈。”张志同律师说。

“无效合同自始无效，从一开始就不受法律保护。本案中的承租方可以主张退还或赔偿的范围包括租金、装修费、无法正常运营导致预期的收益损失等。”张志同律师表示。

张志同律师说，“承租人应当在签约前先进行尽调，向房屋登记管理机关查询房屋权属是否明确、有无纠纷等，从而有效地避免发生类似本案的纠纷，做到防患于未然。”

# 金域医学部分应收回款不及预期

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

“目前公司常规业务应收账款正常滚动回款，新冠检测相关应收账款正在有序回收。公司高度重视并不断强化应收账款的管理，加快业务回款进度。目前公司财务状况良好，不存在发生大规模信用减值损失的风险。”

9月21日，面对投资者提出的应收账款坏账相关问题，金域医学（603882.SH）管理层作出上述回应。

上半年，金域医学营收同比下降近五成至43.09亿元，净利润

同比下降逾八成至2.85亿元，经营活动产生的现金流量净额同比下降58.56%至3.54亿元。报告期内，公司计提信用减值损失准备约3.17亿元，其中应收账款减值损失约3.16亿元。

金域医学在半年报中表示，公司上半年医学诊断服务收入下降明显。与此同时，部分业务的应收回款不及预期，应收账款金额较大。

过去两年，得益于核酸检测收入增长迅猛，金域医学营收规模进一步扩大并超过百亿元，净利润增速也一度达到278.9%。但

今年以来，医疗机构的医疗秩序恢复正常，第三方医检行业发展回归常态，从业者的关注点亦回到开拓常规业务。

上半年，金域医学常规医学诊断服务的收入增速为21.6%，公司对此形容为“正在恢复”。不过，这一业务增长何时能覆盖核酸检测红利消退带来的影响，仍是未知数。

针对上述相关问题，《中国经营报》记者致函金域医学方面，董事会办公室相关工作人员称，“采访函悉，已转达公司品牌部进行处理。”但截至发稿，对方未予以进一步回应。

可能存在延期。”

除了上述差异性因素，2020年~2022年，随着行业试剂贸易和共建业务占比提升，回款天数增加，金域医学持续面对这一因素带来的资金风险。

Wind数据显示，2020年~2022年，金域医学应收账款周转天数从93.11天增长至135.97天，今年上半年这一数据为279.03天，去年同期为127.38天。应收账款周转率从2020年的3.87持续下降至2022年的2.65，今年上半年进一步下滑至0.65。

与此同时，金域医学上半年经营活动产生的现金流量净额同比下降超过50%，主要是由于报告期内回款不及预期。

事实上，经过前几年的爆发式增长，第三方医检行业参与者普遍面临应收账款高企的遗留问题。上半年，迪安诊断（300244.SZ）发生应收账款坏账损失约2.46亿元，截至6月30日，公司应收账款余额约105.3亿元。迪安诊断在半年报中表示，公司业务处在快速增长阶段，随着竞争加剧及公司新业务模式推陈出新，均有可能导致客户结算周期延长，应收账款数量增加有可能存在坏账的风险。

年报显示，2021年，金域医学营收规模突破100亿元，其中，大规模新冠筛查收入约18亿元。到了2022年，金域医学在年报中指出，“过去三年社会经济整体发展减速，部分地区的财政资金相对紧张，部分检测费用结算



上半年，金域医学营收同比下降近五成至43.09亿元。

视觉中国/图

## 计提应收账款损失逾3亿元

上半年，金域医学发生了近三年来金额最大的一次应收账款坏账损失。

公告显示，为了客观、公允反映金域医学上半年的财务状况及经营成果，根据相关规定和会计政策，公司对截至2023年6月30日的各项资产进行减值测试。经测试，2023年1月~6月，公司计提信用减值准备约3.17亿元，其中，应收账款减值损失约3.16亿元，其他应收账款信用减值损失约106.26万元。

去年同期，金域医学应收账款坏账损失约1.06亿元。2020年~2022年，这一项数额分别约为4605万元、7058万元、2.56亿元。截至2023年6月30日，金域医学应收账款余额约70.47亿元，占总资产比重约52%，其中，账龄在1年以内的金额约为52.41亿元。

金域医学在2023年半年报中指出，公司可能面对资金风险。部分业务的应收回款不及预期，应收账款金额较大。同时，行业共建业务集中采购占比提升，回款天数增加，带来一定资金风险。

过去三年，金域医学的应收账款规模持续增长。2019年~2022年，公司应收账款余额分别

## 业绩恢复常态化

大额计提应收账款减值损失的另一面，金域医学上半年的业绩表现遭到挫伤。

公告显示，此次计提资产减值准备减少公司2023年半年度合并报表利润总额约3.17亿元。上半年，金域医学营收、净利润均出现同比下滑，也是公司近三年来业绩首次负增长，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益净利润约为2.73亿元，同比下降83.01%。

金域医学在半年报中表示，报告期内业绩下降主要是受检验需求减少影响，公司医学诊断服务收入下降明显，但同时，随着我国医疗秩序恢复正常，患者的就医需求逐步得到释放，公司常规医学诊断服务收入正在恢复。

半年报显示，金域医学主要从事第三方医学检验及病理诊断业务，为全国各级医疗机构提供理化质谱检验、基因组检验、病理诊断等六大类合计82类检验技术，以及近3800项检验项目的外包及科研技术服务。目前，公司已在全国建立49家中心实验室，750余家合作共建实验室。

2019年~2022年，金域医学的医学诊断服务收入贡献占比持续在92%以上，其中在2020年和2021

年的收入占比达到95%。

事实上，受新冠业务影响，金域医学常规检验业务曾一度出现负增长。2020年一季度，这一业务收入同比下降25.95%，随后在当年第二季度缓慢恢复，同比增长1.87%，当年第三、第四季度的收入增速则超过20%，最终在2020年全年收入52.03亿元（扣除新冠），同比增长4.8%。

2021年，公司医学诊断业务收入113.04亿元，同比增长43.63%。扣除大规模新冠筛查的收入贡献后，该业务收入约95亿元。在重点疾病领域，实体肿瘤诊断、神经和临床免疫诊断、感染性疾病诊断（不含新冠）、血液疾病诊断业务收入增速分别为45.87%、38.21%、34.81%、31.9%。高端平台特检业务（不含新冠）收入占比达到50.45%。

2022年上半年，金域医学医学诊断业务收入同比增长51.34%至78.73亿元，其中大规模新冠筛查收入约26.6亿元。实体肿瘤诊断、感染性疾病诊断（不含新冠）、肾脏肝脏疾病诊断、神经和临床免疫诊断业务收入分别同比增长58.93%、18.37%、16.41%、13.56%。特检业务（不含新冠）收入占比进一步提升至51.3%。

到了今年，金域医学在半年报中表示，上半年行业发展逐步回归常态。同时，随着我国医药卫生体制改革持续深化、监管进一步加强，行业发展面临着新形势。

上半年，公司未直接披露医学诊断服务业务的整体收入情况。半年报显示，这一业务合同产生的收入约为38.89亿元，公司常规医检收入同比增长21.6%至40.14亿元，占营收比例约93.2%；高端技术平台业务营收占比为52.98%，同比增加1.68个百分点。

值得注意的是，与2021年上半年常规业务收入实现同比增长47.6%（较2019年增长31.57%），金域医学今年上半年常规业务的收入增速并不突出。

另一方面，经过三年疫情，ICL（第三方独立实验室）行业的关注度、影响力不断提高，行业参与者大幅增加。金域医学在半年报中表示，据粗略统计，过去三年新增独立医学实验室超1000家，其中不乏来自医疗器械企业、制药企业、IVD（体外诊断）制造商等在内的其他医疗行业企业的参与。行业参与者背景多元化，为行业注入新的活力，同时也带来多样化的竞争方式，行业竞争进一步加剧。

# 纸企迎战“金九银十”:涨价能否扭转业绩颓势?

本报记者 陈家运 北京报道

随着“金九银十”旺季来临,部分纸企相继发函宣布调涨纸品价格。

9月18日,太阳纸业(002078.SZ)发布公告称,自2023年9月18日起,其PM11、PM12、PM40机台产品的接单价格统一在目前执行价格基础上上调200元/吨。

上调涨300元/吨。自2023年10月1日起,所有新接订单价格在9月底价格基础上再次统一上调200元/吨。

不仅如此,包括五洲特

纸(605007.SH)、冠豪高新(600433.SH)在内的多家纸企也发布涨价函,特种纸、印刷用纸、包装用纸等价格均有所上涨。

对此,中研普华研究员杨兴杰在接受《中国经营报》记者采访时表示,原材料成本上涨是企业近期集体调价的主要原因之一。另外,9~12月为造纸行业

下半年的传统需求旺季。随着纸品需求旺季的到来,纸张需求量增加,企业订单饱满,供不应求的局面使得多家纸企纷纷上调价格。

## 需求旺季

目前纸业市场受“金九银十”氛围影响,市场供需表现较为利好,部分纸厂也因生产成本增加,导致价格上涨,预计短期废纸和瓦楞原纸价格可能稳中偏强整理。

9月14日,五洲特纸发布的涨价函显示,9月15日旗下所有数码纸产品在现有价格基础上,上调500元/吨(含税)。此外,冠豪高新从9月15日起,在现有价格基础上,对热升华转印纸全系列产品价格统一上调500元/吨。中冶纸业银河有限公司自9月15日起针对旗下文化用纸各品牌产品,在现行价格基础上统一上调200元/吨。

另外,生意社商品行情分析系统监测,瓦楞纸价格持续上涨,9月15日瓦楞原纸140克出厂价格均价为2776元/吨,与9月10日均价2724元/吨相比上涨了1.91%。

生意社纸张分析师认为,目前纸业市场受“金九银十”氛围影响,市场供需表现较为利好,部分纸厂也因生产成本增加,导致价格上涨。

## 成本传导

随着纸制品需求旺季到来,对原材料的成本形成较强支撑,预计纸浆价格近期将继续上涨。



随着“金九银十”旺季来临,部分纸企相继发函宣布调涨纸品价格。图为太阳纸业参展2023 WEPACK世界包装工业博览会。视觉中国/图

涨,预计短期废纸和瓦楞原纸价格可能稳中偏强整理。

卓创资讯分析师尹婷在接受记者采访时表示,就文化用纸市场来看,纸厂积极发函促涨主要有几点影响因素:首先,规模纸厂接单情况偏好,盈利水平偏低情况下,积极推涨价格;其次,华南、华东、华中等地陆续有出版招标

工作开始启动,加之局部有适量外贸订单跟进,需求端利好逐渐增强。

一位家居电商从业者告诉记者,今年7月份之前基本没有什么订单,此后订单数量翻倍增长,尤其部分订单用于出口。“我们的产品基本都是包装纸盒,近期用量比较大。”

某纸企人士告诉记者,9月纸企之所以集体涨价,是因为传统旺季需求有所改善,纸企上半年高价位库存的消化完毕,整体盈利水平预计会逐步回升。

不过,终端市场来看,上述电商从业者表示,“9月初我们的包装纸盒为0.9元,近期涨到1元,包装纸厂表示后期会持续上涨。”

高价相差2.36%。

卓创资讯分析师常俊婷在接受记者采访时表示,9月国内进口针叶浆现货市场均价继续上行,日度价格呈现震荡偏强走势,主要是因为木浆外盘持续上涨、汇率波动增加后市成本面压力,下游原纸开工提升、原纸库存去化带来木浆需求面的稳定放量、原纸市场价格表现坚挺且实单有所上涨等对浆价形成支撑。此外,在上海期货交易所纸

浆期货盘面偏强运行,阔叶浆现货市场可外售货源不多等多重因素影响下,中旬之后纸厂对高价原料采购积极性下降。整体来看,在市场多空博弈下,价格仅在50~100元/吨之间窄幅整理。

常俊婷分析认为,短期浆市供需面变动有限,业内人士考量后市成本面压力而低价惜售,下游则维持压价采买原料策略,买卖双方博弈态势不改,预计浆市

以消化前期价格涨幅为主,价格横盘整理居多。

同时,杨兴杰也表示,从纸浆期货的走势看,自2023年6月之后,纸浆价格持续上行。随着纸制品需求旺季到来,对原材料的成本形成较强支撑,预计纸浆价格近期将继续上涨。虽然纸浆价格总体趋势向上,但受政策调控、市场供需等因素影响,价格波动幅度可能会逐渐减小。

分纸企经营业绩出现环比改善的迹象。

博汇纸业方面表示,其在复杂多变的市场环境中不断实现自我突破,今年上半年公司达产品销量同比增长19%的双位数成长目标,并在质量、技术和营销服务等方面持续加强管控,第二季度吨纸净利环比改善。

山鹰国际在半年报中表示:“造纸行业整体处于恢复阶段,市场行情在上半年表现低于预期,目前仍面临供应端新增产能持续投产,而下游消费需求恢复偏慢的压力。”

上述纸企人士认为,整个行业长期低迷,企业利润承压已久。当下处于需求旺季,供需调整之下,企业通过提价以期改善盈利能力。

在杨兴杰看来,由于纸浆价格承压,左右造纸行业景气度的首要因素再次从成本端转向了需求端。上半年纸浆高位回落让国内纸企压力骤减,造纸板块或迎来提价和成本下行双重因素影响,业绩有望修复。

山鹰国际方面也表示,下半年通常是造纸行业的传统消费旺季。从供需来看,下半年,预期电子、家居等大宗消费的潜能将进一步释放,社会终端需求全面复苏。结合国内经济的结构化复苏,经过上半年的毛利润修复,预计将回归正常的盈利水平。

# 爱旭股份董事长陈刚:选择ABC技术不是下注

本报记者 张英英 吴可仲  
北京报道

“在单结晶硅时代,ABC电池技术可以成为终极技术。目前该技术已经实现量产,并且具有竞争力。我们正在对市场定价和商业模式不断测试,以达到最优状态。未来5~8年,ABC技术路线会保持领先。”

9月19日,爱旭股份董事长陈刚针对公司ABC技术、电池组件业务以及未来战略规划等问题接受《中国经营报》等媒体记者的采访,并发表上述看法。

陈刚所说的ABC电池技术正是当下整个光伏行业热议的BC(背接触电池)技术路线的一个方向。BC电池技术是金属栅线都在背面的一种电池结构,兼具效率高且美观的优势。

此前,隆基绿能董事长钟宝申在2023年上半年度业绩说明会上阐述了“未来5~6年,BC电池技术会是晶硅电池的绝对主流”“TOPCon是过渡性技术,且投资容易出现未赚钱就过剩”等观点,吸引了业内外人士再度审视BC技术,也将技术之争热潮推向了一个新高度。

站在光伏电池技术迭代的十字路口,爱旭股份与隆基绿能“不谋而合”,坚定选择了BC电池技术,可谓推动BC电池技术规模量产的“头雁”。在陈刚看来,选择BC技术并不是下注,而是一个自然选择。技术趋势不以人的意识为转移,做或不做它都会发生,顺应趋势可能会生存得更好。

## 不是下注

2021年,爱旭股份首次推出自主研发的N型ABC电池产品。次年,公司通过募投项目实现了ABC电池技术量产产能的落地,并进一步向其下游环节延伸,推出了ABC组件及解决方案。

谈及押宝ABC技术,陈刚表示:“我不觉得这是在下注,其实这是一个自然行为,走不走都会迭代到这一代(技术)。”

陈刚解释,爱旭股份成立之初,便围绕不断提升光电转化效率去构建企业的核心竞争力。“在P型多晶时代,我们就在思考它的终极技术是什么。我们看到了PERC技术,因此沿着该技术路线开发,并发明了管式PERC技术,分享到了技术红利。当PERC技术红利

逐渐消失,下一代N型时代的终极技术又是什么?我们看到ABC背接触电池技术,电池理论极限转换效率达29.4%。于是,沿着这个技术方向开发,以降低成本。”

陈刚还指出,公司很早已经掌握N型TOPCon和HJT电池技术。在进行技术比较后,公司还是回归技术本源,开发了N型时代终极技术——ABC。

对于技术的选择和判断,陈刚表示,公司会考虑每个技术路线的未来趋势、成长、效率、难度和生态成熟度等因素。“公司首先考量了量产技术是否成熟、效率极限是否够高以及是否会被替代。并且,认为要形成产业技术生态,产业链上下游需要达成共识,共同基于产业

发展去研究创新,获得新的产业竞争优势。”

据悉,爱旭股份的ABC技术市场正逐步铺开。

目前爱旭股份已经形成三个完整的ABC组件产品系列,可满足户用、工商业和地面电站市场不同应用场景的需要。预计今年年底或明年一季度,爱旭股份还将形成一个全新产品系列,即轻质组件系列。

陈刚表示,ABC组件首先聚焦在高价值的户用市场,因为户用市场对价格敏感度不高,更关注美感、安全和发电量。过去一段时间内,爱旭股份通过构建渠道、商业模式和品牌,已经取得了良好反响;对于工商业市场,客户更关注

产品性价比,ABC组件依然能带来很高的价值空间,爱旭股份会先布局欧洲、日韩和中国市场;对于地面电站市场,爱旭股份会先提供双面率在65%以上的组件,确保综合发电量相比于其他N型技术路线正背面综合多约30W功率,以分享价值红利。

半年报显示,爱旭股份建立了国内外销售网络、开拓了销售渠道及客户资源,并通过参与国内外产品展览会,打通了营销渠道。公司与德国Memodo集团签订1.3GW ABC组件供货协议,与荷兰LIBRA集团签订650MW ABC组件供货协议,与捷克25 ENERGY、也门SAHARA等公司亦达成欧洲区域产品销售协议,与丸红技术系统株

式会社、WWB株式会社、IGUAZU达成日本市场产品销售代理合作,与快易光伏、福建融信创富数字能源技术、深圳市华塔材料等达成国内ABC组件分销合作等。

“上半年,爱旭股份ABC组件已实现部分销售,平均单瓦不含税收入约2.2元。下半年,爱旭股份N型ABC组件实现批量出货,将在原先PERC电池业务基础上为公司带来经营业绩的第二增长极。”爱旭股份方面在半年报中如此表示。

陈刚向记者表示,公司ABC电池正按照正常节奏推进,基于组件进度稍微慢了一两个月,全年的组件发货会有所下调,大概2GW~3GW。

## 直面竞争

除了ABC技术,过去两年里光伏电池技术迭代的速度不断加快,TOPCon、HJT、HPBC等电池技术百花齐放,均在加速推进大规模化量产和应用。并且,不同技术路线阵营之间争论激烈。

当前,光伏行业更多将新一代电池技术的投产方向聚焦于TOPCon。据InfoLink Consulting统计,到2023年年底TOPCon名义产能将增加至629GW。

作为TOPCon电池技术的主要推动者,晶科能源CTO金浩近日也发表观点称:“未来,TOPCon将成为占据市场50%以上的技术路线。”同时,金浩直指BC技术“缺点”——“在未来两三年内,BC电池成本仍高出TOPCon电池0.1元/瓦以上”“BC更适合做单面产品,超过50%以上的双面率难达

成”等。

而此前,钟宝申也直指,“TOPCon是一个过渡性技术。并且,与PERC相比, TOPCon效率提升空间小,技术存在高度同质化,易出现投资收益不达预期或未赚钱就过剩的现象。”

结合战略考量,陈刚指出,电池业务作为公司的“现金奶牛”,还是要持续保持产品的竞争力和生命周期。基于当前市场对于电池需求的考量,爱旭股份也会考虑将存量的PERC电池升级为TOPCon电池,并且会考虑双面钝化的TOPCon技术。另外,进入ABC技术时代,公司做电池和组件,首先聚焦高价值市场,再往中价值市场布局。

在陈刚看来,技术趋势不以人的意识为转移,做或不做它都会发生,顺应趋势可能会生存得更好。

发生,顺应趋势可能会生存得更好。站在度电成本的角度,BC技术现在比任何技术都更有优势。同时,在降本增效上,ABC技术也仍具有提升空间。

半年报显示,爱旭股份新一代N型ABC电池技术标志性项目——珠海首期6.5GW ABC电池项目已于报告期内实现投产,平均量产转化效率达到26.5%,做到28%有可能。同时组件也有很大进步空间,做到功率650W也是有可能的。”

此外,对于BC组件产品的双面率质疑,陈刚介绍,ABC组件既可以做单面,也可以做双面。“尽管爱旭股份早期的ABC产品双面率只有30%~40%,但义乌基地即将投产的双面率会提高至65%左右。随着研究的深化,爱旭股份的ABC组件双面率达到70%的目标、正背面综合发电量增加30W

是有可能的,公司也是按照该目标来进行规划的。”

值得一提的是,经过对技术的研判,爱旭股份在过去一年里已经开展了ABC电池和组件产能扩产。

上半年,爱旭股份在珠海首期6.5GW电池项目基础上,宣布投资建设珠海3.5GW电池扩产项目及10GW配套组件项目、义乌15GW电池及配套组件项目和济南10GW电池及配套组件项目。

“至2023年末,预计将完成珠海首期10GW年产能电池及配套组件项目的建设,并力争实现义乌15GW年产能电池及配套组件项目的建成投产,建成后公司将形成年产能25GW的ABC电池及组件的制造能力。”爱旭股份方面称。

# Unity“人头税”风波： 收费新政引发游戏圈地震

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

全球最大的游戏引擎 Unity 于 9月 12 日宣布收费新政，这在游戏圈掀起巨大波澜。多家公司公开抗议 Unity 的行为，甚至有公

## 收费新政惹争议

经过一个周末后，Unity 收费新政引起的舆论风波并未平息。

9月12日，Unity宣布，自2024年1月1日起，将根据游戏的安装量引入Runtime费用。据悉，Unity引擎主要由两个重要软件部分组成：Unity编辑器和Unity Runtime。Unity Runtime是在玩家设备上执行的代码，每次游戏被下载时，Unity Runtime也会被安装。

根据Unity制定的收费标准，当一款游戏的营收和安装次数达到一定门槛，将触发Runtime费用。其中，Personal 和 Plus 版的收费门槛是过去12个月收入达到或超过20万美元，安装量达到20万次；Pro 和 Enterprise 版的门槛是100万美元收入和100万次安装量。

收费标准按成熟地区和新兴地区两套标准执行。以 Personal 和 Plus 版为例，在达到收费门槛后，按标准费率每次安装将被收取 0.2 美元，在新兴市场每次安装将被收取 0.02 美元。按照 Unity 的市场划分体系，中国的收费标准将

司宣布将捐款支持其他开源游戏引擎。

除了不满收费新政提出的“人头税”模式，开发者还困惑于 Unity 的安装数量追踪方式、收费范围等。在一次细则声明更

新后仍未平息舆论风波，Unity 宣布搁置该收费政策，表示将听取客户意见，并在未来公布修改方案。

事实上，Unity 的主要收入来源却并非游戏开发服务。无论是

总量还是增长幅度，广告、营销业务对 Unity 收入的支撑作用更大。截至今年二季度，Unity 仍处于净亏损中，但其扩张步伐已迈向影视制作、汽车等领域，在 AI、VR 技术方面也有所布局。

适用新兴市场费率。

Unity 方面还表示，自今年 11 月起，还将在现有订阅计划基础上，免费添加基于云的资产存储、Unity DevOps 工具和在本地运行 AI 模型的能力等工具和服务。

目前 Unity 的收费模式是，在游戏收入达到一定门槛的前提下，各版本向开发者收取固定年费或月费。收费新政猝然推出，并且在追踪安装数量、下载定义标准等方面语焉不详，一经发布在游戏行业一石激起千层浪，引发众多游戏公司的不满和焦虑。《Among Us》开发商 Innersloth、《杀戮尖塔》开发商 Mega Crit、《咩咩启示录》开发商 Massive Monster 等纷纷在社交网站上喊话 Unity，表达对 Runtime 费用的抗议。游戏发行商 Devolver Digital 也对此事有所揶揄，称：“下次来找我们发行游戏一定要告知所使用的引擎，这是重要信息。”

9月14日，Unity的社区经理 Leonhard Pickny 在 Unity 官方论坛上发布细则更新声明，称 Runtime 费用模式有较高门槛，90%以上的客户不会受到这一变化的影响。

受影响的通常是游戏下载量和收入取得了相当大的规模，且已达到安装和收入门槛的客户。对于尚未取得大量流水的创作者来说，Runtime 费用很低（或者没有），而对于已经大获成功的创作者来说，费用也是一次性收取。

Leonhard Pickny 表示，Runtime 费用仅针对 2024 年 1 月 1 日之后新产生的下载量，并且重复安装、欺诈性安装、试玩版、部分游戏 demo 和自动化安装等被排除。

此外，Unity 还在论坛帖子中更新问答内容，就安装量统计方法、收费范围、追溯范围等问题进行更详细的解答。

但经过一个周末后，Unity 收费新政引起的舆论风波并未平息。

息。据彭博社报道，Unity 甚至因为收到死亡通知而关闭了两个办公室。

9月17日，Unity就收费新政引起的纷争道歉，并表示搁置现行政策，“我们正在听取、沟通团队成员、社区、客户和合作伙伴的意见，并且会对收费政策进行修改。几天后我们将公布更新内容”。

9月18日，据彭博社报道，Unity 准备对此前发布的收费政策作出修改，包括对潜在费用设定上线。在 Unity 内部会议上，该公司 CEO John Ricciello 表示新政策旨在从最大的客户那里增收，“这对我们的商业模式来说是一次巨大的变革……但我们本可以在很多事上做得更好”。

截至 9 月 21 日，Unity 尚未公布最新版本的收费政策。《中国经营报》记者联系 Unity 方面置评新政策所引起的争议，截至发稿未获回应。

## 市场影响几何？

Unity 收费模式陡然生变，也让行业内掀起一阵是否要更换引擎的讨论。

Unity 是一款游戏行业广泛应用的引擎。PC 端方面，据 Steam 数据，2022 年通过 Unity 开发的 Steam 游戏数量占比近 50%；移动端方面，Unity 官方数据显示，截至 2021 年第四季度，使用 Unity 开发的游戏在排名前 1000 的移动游戏中占比 72%。

就泛用性而言，Unity 与其主要竞争对手虚幻引擎相比更具优势。东吴证券 2022 年研报介绍，Unity 开发门槛更低，跨平台支持性更好，在移动游戏开发中占比更高。《王者荣耀》《原神》《英雄联盟手游》等火爆全球的游戏都是通过 Unity 开发。

重庆帕斯亚科技有限公司（以下简称“帕斯亚科技”）是国内一家专注于买断制的单机游戏厂商，旗下多款游戏通过 Unity 开发。该公司对记者表示，Unity 此前公布的政策可能会引起一大批免费游戏开发者的强烈反感，原因是免费游戏在下载用户量达到一定规模后，才可能产生内购收入，“这些游戏前期有着一大批免费下载的用户，如果每一个都要按照安装量给 Unity 付费，势必产生一大笔成本”。帕斯亚科技方面认为，如果 Unity 此前的政策落地实施，会导致收入好的头部开发者不在乎，腰部开发者能抗住，

但一大批小型开发团队势必会在开发引擎的选择上重新权衡。

帕斯亚科技相关人士对记者表示，其购买的 Unity 引擎服务是 Pro 以上的版本，每份下载所收取的费用比较低，即使争议政策实施，给帕斯亚科技带来的影响也比较小。

帕斯亚科技方面表示，如果一直进行买断制游戏的开发，Unity 争议政策下的收费依然比虚幻引擎便宜一些，所以其会继续和 Unity 合作。

Unity 收费模式陡然生变，也让行业内掀起一阵是否要更换引擎的讨论。《泰拉瑞亚》开发商

Re-Logic 准备用真金白银支持、推广可替代 Unity 的引擎，宣布向开源游戏引擎 Godot 和 FNA 分别捐赠 10 万美元，并且此后每个月赞助 1000 美元。

“友商”也似乎在借机自我吆喝。9月13日，Cocos 在社交网站上喊话：“谁今天正在寻找一款免费、开源、不收版税的游戏引擎？”记者联系 Cocos 方面就 Unity 收费政策话题置评，对方表示不予回应。

随着 Unity 道歉、对政策落地的松口，舆论风波有所平息。心动公司回应记者，希望 Unity 可以广纳行业意见，推出一个更缓和、更健康、更可持续的收费标准。



9月12日，Unity宣布，自2024年1月1日起，将根据游戏的安装量引入Runtime费用。图为上海ChinaJoyBTOB综合商务展Unity展区。

视觉中国/图

## 业绩尚未扭亏为盈

尽管 Unity 业绩尚未扭亏为盈，却早已在游戏领域之外的收购、拓展迈开步伐。

Unity 二季度财报显示，当季收入 5.34 亿美元，同比增长 80%；净亏损收窄 5.3%，为 1.93 亿美元。

尽管作为一款知名的游戏开发工具，Unity 的主要收入来源却并非游戏开发服务。Unity 收入主要由两大业务板块构成：包含游戏主引擎的 Create 业务，和以广告、营销、发行为主的 Grow 业务。

在 2023 年二季度，无论是总量还是增长速度，Grow 业务都对 Unity 的收入和利润更具支撑作用。其 Create 业务收入为 1.9 亿美元，同比增长 16.8%；Grow 业务营收达 3.4 亿美元，同比增长达到 112.0%。

其中，Create 业务主要通过订阅、企业支持、专业服务以及云和托管服务产生收入。据 Unity CFO Luis Felipe Visoso 介绍，在中国以外地区的 Create 核心订阅数增长了 22%，增长数据非常健康。Unity 提出收费新政，似乎意在当客户数量增长至一定规模后，进一步拓展 Create 业务的商业空间。

值得一提的是，Unity 收费新政提及，符合条件的客户可能有资格获得 Unity Runtime 费用的积分，具体取决于采用了多少 Unity 服务（不包括编辑器本身），例如采用 Unity Gaming Services、Unity LevelPlay 聚合平台（适用于移动端投放广告的游戏）等。这意味着 Unity 鼓励客户通过广告、营销服务抵扣 Runtime 费用，使得 Runtime 费用或成为 Grow 业务的促销手段。

尽管 Unity 业绩尚未扭亏为盈，却早已在游戏领域之外的收购、拓展迈开步伐。2020 年以来，Unity 先后收购多人网络框架 MLAPI、计算机视觉和深度学习

公司 RestAR、特效公司 Weta Digital 和虚拟角色软件公司 Ziva Dynamics 等。其中，Weta Digital 是一家深耕电影特效的科技公司，曾参与创作《阿凡达》《黑寡妇》《权力的游戏》等作品。另外，Unity 将移动广告平台 ironSource 作价 44 亿美元纳入囊中，进一步完善其从开发制作、付费用户获取到广告变现的游戏产业链。

在 VR 和 AI 领域，Unity 也有所布局。今年 7 月，Unity 宣布推出 Muse 和 Sentis 两款 AI 工具，据介绍 Muse 能帮助开发者工作效率提高 10 倍，还在资源商店开放了新 AI 专区，提供 9 款第三方 AI 解决方案；6 月，Unity 宣布成为 Apple VisionOS 原生合作方之一，为 Apple Vision Pro 提供创作工具，用于创建沉浸式游戏和应用。

2022 年 8 月，Unity 宣布成立区域性合资公司 Unity 中国，把在中国的创建解决方案业务以及游戏服务业务注入这家公司中。Unity 中国吸纳了多家中国本土龙头企业作为股东，其中包括吉比特、米哈游等游戏公司。

9月15日，记者从 Unity 中国方面了解到，该公司前不久推出 Unity 中国版引擎——团结引擎。据介绍，团结引擎兼容适配国内众多软硬件平台，针对小游戏与智能汽车两个细分赛道进行了技术部署。Unity 中国 CEO 张俊波指出，团结引擎是 Unity 中国成立以来最重要的里程碑，开启了公司赋能本土开发者的新征程。

但是，关于 Unity 主引擎收费方案变更未来在中国市场如何落地等细节，Unity 中国方面尚未有所回应。

# 游戏IP变现生意经：多方联动破圈

本报记者 李哲 北京报道

如果不出意外，“2023 原神交响音乐会”将于 9 月底在

上海梅赛德斯-奔驰文化中心开启，并在之后启动全国巡演。

这是游戏 IP 联动的一个

缩影。作为米哈游旗下的爆款产品，《原神》IP 在寻找新叙事。其他的传统 IP 也在通过游戏、漫画、影视、乐园等途

径，进行多方联动，拓展布局。

《中国经营报》记者注意到，因为游戏天然的渗透力，当前这一市场已经成为 IP 变

现的主要方式之一。奥飞娱乐人士向记者表示，“目前公

司在游戏 IP 开发方面已经同多家游戏公司开展合作，而合

作形式主要是围绕盲盒、公仔

等产品。未来随着市场丰富度提高，会根据情况讨论新的合作可能。”

## 多方联动

游族网络在 2023 年半年报中提到，首款三体宇宙官方授权的正版三体 IP 游戏《我的三体：代号沦陷》预计下半年将面向用户测试并计划于 2024 年上半年上线。

同时，《我的三体：代号沦陷》这款新游戏已经出现在游族网络的储备游戏列表当中。

“公司目前已经获得了《三体》的游戏授权，开发相关的游戏产品。”游族网络内部人士说道。

近年来，包括《庆余年》《三体》等热门 IP 被游戏公司追捧。其中，世纪华通旗下盛趣游戏的《庆余年》手游产品于 8 月 31 日在中国港澳台地区上线。上线前预约人数就超过 300 万人。而在上线后，《庆余年》手游不仅获得 App Store 推荐，登上谷歌商店免费榜第一、iOS 免费榜第一，还进入 iOS 畅销榜单第 6 名。

当前，游戏市场正成为影视剧、动漫、文学 IP 变现的主阵地。

伽马数据发布的《2022—2023 移动游戏 IP 市场发展报告》（以下简称《报告》）指出，从文娱 IP 收入来源上来看，游戏与影视是 IP 营收的主要途径，其中游戏收入占文娱 IP 市场总营收的

37.2%，IP 改编移动游戏可以有效帮助各类 IP 提升变现能力。

而从 IP 源头来看，相关数据显示，我国文娱 IP 市场中原创类型为文学的 IP 占比达 52%，是最主要的 IP 来源。但是，由于文学领域 IP 变现能力有限，影视和游戏则成为其实现变现的主要市场。

事实上，IP 通过游戏变现在全球范围有着同样的蔓延之势。第三方数据机构 Sensor Tower 发布的《2022 年全球 IP 游戏市场洞察》（以下简称《洞察》）中提到，2018 年以来，IP 游戏一直处于收入上升期，在 2020 年收入增长最为突出，全球增长率达 24.5%。欧洲与中国大陆是同年收入增长最显著的市场，增长率分别为 31.1%、32.9%；美国、日本、韩国以及东南亚地区收入增长均成功突破 20%。尽管 2021 年全球 IP 游戏总收入增长有所放缓，但仍然达到 203 亿美元。

当前，我国移动游戏 IP 产业经过长期发展，其产业链雏形基本形成。记者了解到，现阶段主要由 IP 供给方、IP 运营方、IP 衍生品出品方、衍生品生产方与渠道方五大主体构成。从收入分布来看，IP 改编仍是移动游戏 IP 市场主要收入来

源，占比近七成，移动游戏 IP 产业自身 IP 孵化能力有待提升。2022 年中国 IP 改编移动游戏市场实际销售收入 1035.6 亿元。

“游戏产业发展至今，其核心玩法的增长并不明显。但是叠加不同的 IP，一方面可以天然的吸引一部分对 IP 感兴趣的玩家加入游戏，另一方面通过原有 IP 构建出来的场景，也可以让玩家在游戏中过程中更有沉浸感。”某游戏公司人士说道。

伽马数据在用户调研中发现，有近六成 IP 用户在寻找目标游戏时会优先选择 IP 产品。IP 对游戏的引流效果可见一斑。

不过，《报告》中提到，IP 改编新游表现不佳导致市场增长乏力，截至 2022 年年末，IP 改编新游流水占比已连续下降五年。

事实上，“新瓶装旧酒”的 IP 变现模式正在让玩家感到倦怠。伽马数据调研过程中发现，现阶段 IP 用户对 IP 改编产品的不满主要集中于产品氪度过高与玩法同质化严重，经过多年发展，用户体验过的 IP 改编产品数量上升，游戏市场上的竞争也更加激烈，如何从同类玩法中脱颖而出，这成为 IP 改编游戏变现需要考虑的问题。

## 如何破圈？

《报告》中提到，2022 年我国原创移动游戏 IP 产品市场收入 422.1 亿元，一方面在 2020 至 2021 年间推出的移动游戏原创 IP 数量较往年更多，而随着产品生命周期的推进，部分产品流水出现自然下滑；另一方面是因为 2022 年移动游戏原创 IP 领域缺乏头部产品，难以对市场形成有效支撑。

今年以来，国内第三座迪士尼乐园花落谁家在网上引起热议。当前，乐园的 IP 变现模式受到业内关注，但其变现方式仍处于初级阶段。

记者注意到，2022 年环球影城同《王者荣耀》联动，在北京环球影城推出“王者荣耀英雄盛会”主题活动。今年，双方再次联手。在现场除盖章活动外，还可以在环球影城门店购买王者荣耀周边产品。

此次联动让中国游戏 IP 走入线下。而一位前去游玩的游客表示，这样的联动有些类似王者荣耀概念店，如果在环球影城内设立专门的王者荣耀区，如同功夫熊猫馆一样，增加游客的参与度或许是更好的选择。

事实上，这样的设定在日本环球影城内已经得以实现。2021 年，

超级马里奥主题乐园在日本大阪环球影城对外开放。由碧姬公主城堡、蘑菇王国和库巴城堡三部分组成，1:1 还原游戏中的场景，堪称是一座真人大小的超级马里奥乐园，将马里奥兄弟的世界在现实中“造”了出来，让游客能感受身临其境的游戏体验。

谈到我国游戏原创 IP 衍生情况，游戏产业时评人张书乐向记者表示，整体而言，国内手游 IP 衍生品并没有形成市场规模，而是如同 PC 游戏衍生品一般，类似一种厂家赠品的存在，在游戏玩家和二次元粉丝间缺少存在感。国内游戏企业的原创 IP，除个别爆款游戏的 IP 外，大多是“纸片人”，人设单薄，主要靠人物形象来形成区别。同时，IP 衍生品在制作上往往公仔化、玩偶化，或盲目跟随潮流盲盒、卡牌的玩法，缺少衍生品的创意设计和二次创作，同时也缺少更多新增元素（如可动专利、桌游设定等），只是沦为一种摆件。

张书乐分析道，目前游戏产业已经多家游戏公司开展合作，而合作形式主要是围绕盲盒、公仔等产品。未来随着市场丰富度提高，会根据情况讨论新的合作可能。

“目前公司在游戏 IP 开发方面已经多家游戏公司开展合作，而合作形式主要是围绕盲盒、公仔等产品。未来随着市场丰富度提高，会根据情况讨论新的合作可能。”奥飞娱乐内部人士说道。

舍弃自营电商,押宝买手电商,试水直播电商

## 小红书商业化进阶之路能跑通吗?

本报记者 李玉洋 上海报道

“我自己从种草到下单,还是挺多的。”虽然忘记使用小红书的具体时间,但梦琪(化名)认为自己是小红书的资深用户,她在北京从事艺人宣传、演出联络等工作。

宠物、美妆、家居,是梦琪在小红书上常看的三种内容,她被这些笔记深深种草,已经在小红书上消费了“大概三两千元”。

像梦琪这样在小红书上被种草然后有过下单经历的用户

还有不少,过去一年半,小红书购买用户数增长了12倍。成立10年以来,小红书已是国内知名的种草平台,与此同时,它的不同面孔被投射出来:美妆、时尚、知性名媛,是它精致的一面;食谱、飞盘、如何做凉皮,是它有用的一面……当然,还有小红书想要撕掉的一面:照骗、滤镜以及爱晒的虚荣心。

如今,深耕内容社区的小红书,在商业变现上再做调整,开启了进阶之路。日前,小红书宣布关闭自营店铺“福利社”,不久前

其电商平台“小绿洲”也宣布今年10月1日将停止运营。在外界看来,小红书这是舍弃了自营电商业务。

根据《晚点》报道,小红书整合了电商业务与直播业务,组建成了全新的交易部,成为与社区部、商业部平行的一级部门。

小红书是彻底放弃了自营电商业务吗?随着董洁、章小蕙等名人小红书直播的走红,今年的小红书直播爆了,下一步的发展愿景是什么?未来部门组织如何调整?《中国经营报》记者联系小

红书方面,截至发稿暂未获答复。

而小红书的商业价值也正在被品牌方发现,MCN公司飞博共创商务总监李小刀表示:“今年他们(小红书)在着力搞直播,我们主要做种草,从品牌复购情况来看,甲方还是愿意用小红书来投放的。”

对此,互联网产业分析师张书乐表示:“小红书电商特有的种草基因,对于品牌方而言,更熟悉商品使用和搭配的买手,或许能展现出品牌更多的价值,以及挖掘出一些意想不到的适配场景。”



深耕内容社区的小红书,在商业变现上再做调整。

视觉中国/图

### 试水直播电商

无论是买手电商还是直播电商,流量换销量的行业本质依旧没变。

2020年4月,罗永浩在抖音开启直播带货,让越来越多的人开始在抖音上购物。小红书的直播带货,此前缺少像罗永浩这样的引爆因子,带动小红书直播带货走向大众。

据了解,小红书直播业务2020年年初上线,该业务主要分为两种模式:直播带货(店播、博主播)和内容直播。而小红书的直播带货,在名人的加持下有了声量。

今年1月,董洁在小红书开启直播带货首秀出圈,登上小红书带货日榜第一,相关平台预估其GMV超过5000万。

董洁直播模式的火爆,让小红书找到了符合自身平台调性的直播形式和机会,也让小红书终于有了带货标杆案例。

此后,伊能静进入小红书,其9月6日的直播吸引了168万人观看。约120款产品中有将近五分之一聚焦在了香水、精油这类“悦己”属性较高的消费品。

董洁、伊能静等的直播带货具有质感,讲解就像与朋友分享一样好物品,能够进行种草。这是小红书所期盼的风格,特色是帮用户挑选小众产品,而非叫卖式的直播,她们在一定程度上扮演的就是时尚买手的角色。

深圳市思其晨公司CEO、品牌管理专家伍岱麒表示:“对小红书而言,从内容到直播带货,反而有可能成为好的变现方式。首先消费者已经认可在小红书上的知识介绍,并且年轻人已养成搜索习惯,这是其流量及用户基础。”

“其次,直播带货相比自营、物流仓储等线下复杂的工作可以由商家完成,加上挑选到合适的明星或达人,实现好的销售转化,如能

有效孵化品牌的话,则会成为其与其他平台的差异化之处,有望成为品牌方更优的直播带货选择。”伍岱麒说。

张书乐也表示:“小红书的平台设定,让买手电商这种更偏重于口碑生态、有社交电商基因的形态,有更好的发展空间。事实上,其笔记带货、直播电商,本质上都和其他平台的同类电商模式不同,其基础都是建立在内容创作者深耕某一类型、分享自身体验的口碑传播基础上,即种草。这种小红书的电商基因,就让其与带有强烈叫卖风味、以流量驱动而缺乏创作者自身对产品深刻体验的直播电商、笔记带货形成了差异化,也回归了电商所期待的口碑营销范畴。”

不过,业内人士也提醒,也要警惕小红书上的过度包装、滤镜debuff(减益效果),这是所有内容平台需要面对的共同难题。有做美容的品牌商户表示,尽管大家都把小红书视为新的流量入口,但其上面的笔记需要对照其他平台评价做对比。

高客单、高转化、高复购、低退货率,这“三高一低”是小红书直播带货的特点,章小蕙首秀单价超500元,那又是谁为买手电商买单?

根据小红书最新数据,超2.6亿月活用户数中,90后用户占比超过70%,50%分布在一二线城市。梦琪即使成功被小红书买手种草、下单,但小红书还不是其主要网购平台,“就是刚好看到也需要的话才会买。”梦琪说。

无论是买手电商还是直播电商,流量换销量的行业本质依旧没变。未来谁能够发掘出每一个用户的价值,谁才是最后的赢家。或许,小红书面临的考验才刚刚开始。

### 崎岖电商探索路

小红书没有放弃对电商的探索。

回过头看,小绿洲、福利社的陆续宣布关闭,或许在此前的小红书公开活动中就埋下了伏笔。

今年8月下旬,小红书电商在上海举行link电商伙伴周“买手时代已来”活动,COO柯南(花名)在主题演讲中提及买手的概念,称买手不仅是分享好内容的作者,也不只是种草好商品的博主,是“小红书生态里的新角色”。为此,小红书推出百万买手计划,用500亿流量帮助100万个买手成长。

事实上,在成立早期,小红书便依靠种草笔记积累了一批高净

值用户,他们想用好的产品,但不知道去哪儿买,在苹果App Store评论中常见“求链接”的诉求。于是,小红书开始做电商,在2014年上线了自营店铺“福利社”。

需要指出的是,“福利社”主攻海淘购物类别,上线第一年就开了个好头,GMV(商品交易总额)突破3亿元。然而,在跨境电商赛道,随着天猫国际、京东全球购等相继入场,竞争日益激烈,价格战难以避免。媒体报道称,一位接近

小红书高层人士回忆,内部测算,小红书电商至少有超过20%的用

户在价格战期间流向了其他平台。

到了2016年,跨境电商又迎来剧变,跨境零售新税政策出台,小红书自营电商主营的美妆、奶粉、保健品类产品遭遇了强监管,不被允许轻易进口。此外,“福利社”收到的投诉也多了起来。

2017年,小红书电商增长陷入停滞,GMV始终跨不过100亿元的门槛。媒体报道称,那时劝小红书放弃电商的人多了起来。

对此,小红书CEO毛文超进行过复盘:反思自己过去的决策。包括他在做电商时认为国内

已经过了“便宜”至上的阶段,因此不打价格战;也包括团队想当然地选址在美国建设成本高昂的海外仓,建完之后发现,用户喜爱的产品更多来自韩国。

然而,小红书没有放弃对电商的探索。2016年,小红书开放第三方商家入驻,收取一定比例的佣金;2018年,小红书推出了自有品牌——有光;2021年年底又上线了“小绿洲”。业内人士认为,过去9年,小红书在电商起步不晚,但并未激起太大水花,在GMV上始终并未有大突破。

小红书自身就不必深入供应链管理和售后流程,且能够满足个体用户对于优质商品的多元化、个性化需求。

小红书数据显示,过去一年半的时间里,小红书电商的买手和主理人规模相比去年年初翻了27倍。“过去一年,小红书把电商融入了社区,打开了交易场域,打通了让用户从看笔记看直播到下单购买的链路。”柯南表示。

总的来说,小红书的电商探索方向正越来越明晰,即在关闭自营电商平台及时止损的同时,力推买手电商拓展新增量,增强对小红书博主和商家的赋能。

### 押宝买手模式

“买手、主理人等个体已成为小红书电商的关键角色,他们是商品和用户之间的连接者。”

小红书虽然已成长为无法被对手忽略的存在,但一直被“在小红书上种草,在其他平台拔草”这个痛点困扰着。新的电商需求已箭在弦上,小红书该采取什么样的途径和方式?

答案是“买手电商”。什么是买手?柯南表示,买手既是内容创作者,也是种草博主,而主理人则是有自己的产品、有供应链的品牌主理人,“买手、主理人等个体已成为小红书电商的关键角色,他们是商品和用户之间的连接者”。

“我认为小红书最有特点的两个标签,一个是消费种草及决策,一个是生活方式种草及决策,这样做的好处是,将购买链路与交易链路聚焦在买手身上,

策,前者是商业价值,后者是用户价值。”李小刀表示,“小红书的商业价值还是蛮高,对甲方来说,小红书内容可以很好地做用用户心智种草。”

在小红书的这套模式中,买手们通过日常笔记经营账号,积累粉丝,然后筛选出符合自身标签、粉丝调性的商品,最终通过直播或图文把货卖出去。小红书期待通过让内容创作者实现品效合一,内容创作者成为商品和用户之间的连接者,为小红书用户建立从种草到购买的习惯。

这样做的好处是,将购买链路与交易链路聚焦在买手身上,

## 抖音发力全域兴趣电商 图文带货成新赛道?

### 抖音商城GMV年增长277%

全域兴趣电商的建设,让抖音电商迎来了快速增长。据抖音电商总裁魏雯雯披露的数据,近一年抖音电商GMV(商品交易总额)增幅超80%。其中,商城GMV同比增长277%,电商搜索GMV同比增长159%。

除此之外,目前,抖音电商已成为超700个头部品牌的生意阵地,超18万个成长中的新商家年收入突破百万元。

抖音方面告诉记者,抖音电商自去年升级做“全域兴趣电商”,覆盖短视频和直播等内容场景里的“货找人”,也覆盖抖音商城、搜索、

店铺等货架场景里的“人找货”,内容场景与货架场景协同互通,满足用户为丰富美好生活的需求,为商家生意带来新增长。

今年5月,据抖音电商生态大会上透露的数据,过去一年,抖音电商GMV同比增长80%,其中,货架场景GMV占比达30%。数据显示,抖音电商升级做全域兴趣电商的这一年,货架场景业务在高速增长。平台上超过56%的商家在货架场景收获的GMV占比超过五成。

艾媒咨询CEO张毅接受本报记者采访时表示,抖音商城本质上是

把流量通过多种形式转化成商业价值,它的对手有小红书、淘宝等平台,抖音的优势在于目前的流量聚合最便宜也最省事,数量也是最多,它的推荐算法屡试不爽,在直播、阅读方面都有成功经验。

“但是劣势也较明显,因为抖音的物流体系是它最大的短板,尤其下游的物流服务和商品的可持续服务相对比较弱,比如我们在抖音买个东西,什么时候到哪里,其实体验不如京东、淘宝、天猫好,后续的服务相对也比较弱,这是它的劣势。”张毅说。

今年以来,为了拓展和丰富平台商品供给,抖音电商从平台侧发力,推出了一系列扶持政策,吸引更多商家和品牌入驻。

3月,抖音电商开放个人店入驻,个人仅需提供符合要求的身份证明并通过实名认证,即可在抖音电商注册“抖音小店”成为商家。6月,为了更加精准地帮助中小商家运营,抖音电商进行了一轮新的组织调整,将原来的十多个行业运营组和商家发展中心调整为A、B两个组,每组再分成不同的行业有针对性地运营。

享达人@宛宛爱分享为例,她发布的一篇图文就带动销售额达33万元。抖音电商数据显示,2023年8月,平台上图文带货视频日均播放次数相较于今年3月增长728.1%。

“我觉得淘宝、京东都已比较成熟,这点它们有优势,但是对于淘宝等而言,或者对于上游供应链而言,竞品已经在占好地方的淘宝、京东上,有很多品牌找不到机会,所以对抖音也会有期望。”张毅说,

对于小红书而言,抖音遇到的问题,小红书都有,而且小红书尤其在电商、物流服务等环节,小红书比较弱,抖音至少短期内可以打

据了解,抖音电商还推出了商品卡免佣活动,为符合规则要求的商家返还商品卡订单产生的技术服务费,降低商家经营成本。此外,面向新商家,抖音电商推出“0元入驻”权益,并开放33个类目“0元试运营”,并对启动抖音商城经营的新商家,推出了商品卡免佣福利。

一系列努力之下,抖音电商取得了可观的成果。据抖音官方数据,截至目前,已有700多个品类、超过30万商家加入了抖音电商个人店。今年以来,抖音已经拓展了超2000个新商品品类。

赢小红书,这没有多大的悬念,但是小红书有一个巨大的优势就是种草,大家都在小红书种草,市场也有新锐力量发现它们在淘宝、京东都没机会了,然后另一拨人在抖音找到了机会,但是在新的这帮品牌又发现在抖音好像也没啥机会了,所以这帮品牌会布局小红书,这是小红书给它们带来蓝海市场的红利机会。

抖音官方数据显示,过去一年,抖音里超过100字的图文作品数量增长了400%,目前抖音5分钟以上视频的日均播放量相比去年同期提升了80%。

### 图文带货成新风口?

外界很多人把图文带货看作是当下抖音的新风口。2021年6月,抖音上线图文体裁,并先后上线图文挑战、动态贴纸等功能,此后还放宽字数限制,文本内容的字数限制从55字变为1000字。2022年9月,抖音开放30分钟以上的视频权限,进一步支持中长视频,并在去年开启了弹幕功能。

频道方面,此前抖音已经上线“经验”频道,通过双列交互设计集中呈现“更加有用的生活经验内容”。据悉,抖音正在内测一个新的独立频道,用于集中呈现中长视频内容,新频道的流量分配也会更侧重内容质量和互动深度。随着频道增多,抖音还会给用户提供频道排序功能,让每个人都能定义自己的抖音首页。

推荐页方面,抖音将对多元体裁进行推荐机制上的升级。未来在图文分发上,抖音会更关注收藏、搜索、评论等用户行为,在中长视频分发上,则会更重视播放时长和互动深度等指标,播放时长更久,续播率和弹幕互动率更高的中长视频有机会获得更多流量。

谈及对图文方面的布局,抖音方面称,“图文是区别于短视频、直播和商品卡的新体裁,具有可读性强、便于制作等特点,对平台商家和电商作者而言,图文带货是拓展生意空间的新方式。针对图文带货场景,2023年9月1日,抖音电商特别推出图文带货免佣扶持活动,将向活动周期内完成任务的商家返还图文订单中产生的技术服务费,向完成任务的作者返还图文订单佣金产生的技术服务费。相关扶持举措可通过抖音App商品橱窗、抖店、抖音电商学习中心查看。”

在图文带货方面,据抖音电商数据,平台上的消费者对图文有着大量的消费需求,抖音电商上图文内容的浏览量和GMV节节攀升。以穿搭分

享达人@宛宛爱分享为例,她发布的一篇图文就带动销售额达33万元。抖音电商数据显示,2023年8月,平台上图文带货视频日均播放次数相较于今年3月增长728.1%。

“我觉得淘宝、京东都已比较成熟,这点它们有优势,但是对于淘宝等而言,或者对于上游供应链而言,竞品已经在占好地方的淘宝、京东上,有很多品牌找不到机会,所以对抖音也会有期望。”张毅说,

# 百度联盟变革布局 大模型时代流量将重新分配？

## 重构百度联盟

本报记者 李静  
武汉报道

生成式AI正在席卷千行百业，成立21年的百度联盟也开启了变革。

9月13日，百度联盟推出文心一言插件生态平台“灵境矩阵”，向广大开发者开启邀测，并提供百亿流量、亿元基金等激励措施，扶持插件生态建设。这意味着此前主要为广告服务的百度联盟正在拓宽边界，与大模型时代的开发者组成更大的联盟，探索流量和变现的“新大陆”。

“从PC时代到移动时代，流量也从PC网站再分配至移动App；未来繁荣的AI原生应用，将形成新的流量超级入口，再次引发流量的重新分配。”百度集团副总裁、移动生态商业体系负责人、百度联盟总经理王凤阳在接受《中国经营报》记者采访时表示。

在百度的大模型事业版图中，新的百度联盟承担着怎样的重任？开发者及大模型创业者是否会愿意接纳新的百度联盟？

大模型会引发流量的再次迁移吗？

2002年的百度用闪电计划，在中文搜索上体验上战胜了谷歌，夺得了中文搜索引擎第一的位置，并取得PC时代初期的流量高峰。

那个时候门户网站流量井喷，广告主们奔往线上，但网站和有投放需求的广告主之间还很难找到对方，于是百度联盟应运而生，成为连接网站流量和广告主的桥梁，让网站入口的变现效率提高，同时广告主也能实现更精准地投放。

进入移动互联网时代，百度和百度联盟也都经历了一次痛苦的转型期。2012年百度创始人、董事长兼CEO李彦宏亲自组建了以搜索为核心的百度移动生态系统，并提出百度开始实施移动生态系统，从“连接人和信息”变为“连接人与服务战略”。百度移动端产品流量逐渐超过PC端，百度联盟也找到了新的移动流量变现方式，通过技术、内

至少在百度看来，答案是肯定的。

容和服务赋能伙伴，帮助生态伙伴从PC向移动转型，完成了一次互联网流量的大迁徙。

大模型会引发流量的再次迁移吗？至少在百度看来，答案是肯定的。王凤阳说道：“从PC时代到移动时代，流量从PC网站再分配至移动APP；未来繁荣的AI原生应用，将形成新的流量超级入口，再次引发流量的重新分配。”

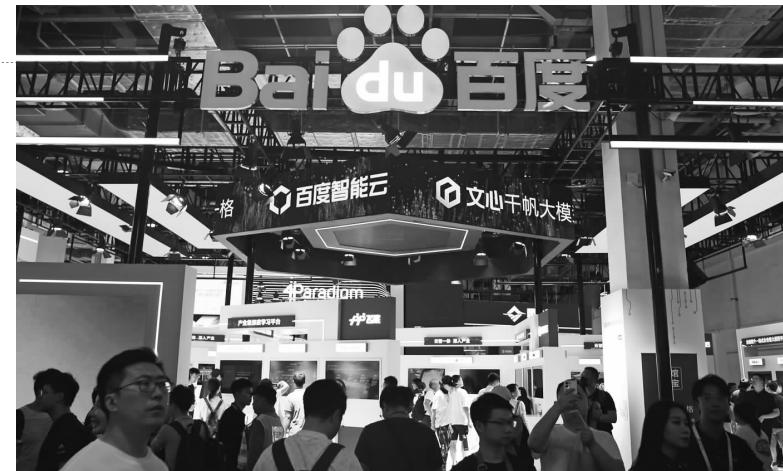
大模型时代的流量究竟会流向哪里？百度联盟选择从源头出发，目光聚焦在大模型应用上，从应用开发者入手，提前锁定。

为了吸引大模型开发者们，百度联盟首先发布了“灵境矩阵”平台，该平台可以为开发者提供生产赋能、分发贯通、商业共生三大核心能力。在生产赋能上，灵境矩阵平台为所有开发者提供低成本的平台接入能力和生产力工具；在分发贯

通上，提供百度内外部流量分发的通路，让好的插件开发者能够脱颖而出；在商业共生上，将打包to C和to B的商业能力、运营能力，与开发者共生共存。简单而言，各类服务提供者、专业数据拥有者，甚至只是有创意有想法的普通人，都能打造自己的插件。而且，开发者只要专心做好插件，就不用过多为流量、变现发愁；借助丰富多元的插件生态，用户也可以从百度获得更多AI的便利和实惠，拥有自己的AI。

此外，百度联盟还推出AI组件商店，这是插件生态在百度联盟的落地，将为联盟合作伙伴提供AI Native开发的支持、配套的商业化能

力、应用培训三大服务。百度联盟伙伴通过一站式接入AI组件商店，可以做到从模型到产品研发阶段一站式输出，整体链路更加高效。这也是百度联盟的又一次重构



对于百度来说，一个公开的、活跃的大模型插件或应用市场，是百度大模型生态中至关重要的一环。  
视觉中国/图

和边界的拓展。

据了解，在如今的百度联盟生态中，内容型原生应用开发者可以借助AI组件商店，调用文生图、图生视频、视频生短剧的AI生成式能力，开发出“AI小说短剧”，并开启这个新场景的变现；插件开发者可以开发出擅长的能力，通过AI组件商店，百度联盟将分发给需要的其他

开发者，插件开发者将获得收益。

王凤阳表示，现在到了新的AI联盟，在原有PC/移动网盟业务模式下，原有广告变现场景逐渐融入AI功能，比如文生文、文生图、图生视频等AI场景，流量场景更加多元化；另一方面新生态中开发者将衍生更多新角色，并不断探索AI Native新流量场域，拓展业务新边界。

## 大模型应用层之争

在做底层大语言模型的同时，在应用层百度也开启了从内而外的一系列布局。

今年3月，百度宣布文心一言开始内测，这是国内首个类ChatGPT的对话式大语言模型产品。

其实早在2019年3月，百度就推出了文心大模型1.0并持续演进。近期，百度文心大模型已经更新至3.5版本。

顺福资本创始人李明顺对记者表示，大模型本身不是技术创新或者技术发明，因为大模型的技术原理早在2017年就公开发表。“以前大家训练的量级比较小，OpenAI把训练量级提升到非常大的规模，然后出现了智能涌现的现象。大模型本质上不具备绝对壁垒，但与数据量、算力的投入有关。”

正是因为如此，在新一轮生成式AI热潮中，各种大模型才能层出不穷，据不完全统计，目前国内已经有超过百个大模型。但在大模型数量井喷的大环境之下，李彦宏却发言表示呼吁：“创业者不应该去卷大模型，而是去卷应用。”

“生成式AI是未来会持续较长

时间的大事。而且我们的认知比较明确，大模型本身不产生任何价值，上面的应用才产生价值。”王凤阳说道。

百度集团资深副总裁、百度移动生态事业群组（MEG）总经理何俊杰表示：“如果说大模型是一颗聪明的大脑，那么插件就是大模型的手和脚。”

在做底层大语言模型的同时，在应用层百度也开启了从内而外的一系列布局。

对内整个百度移动生态正在进行一场彻底的重构，百度提出要把全部产品重做一遍，而且不是“物理层面”的整合和接入，是“化学层面”的重做和重构。

对外，百度推出文心一言插件生态平台“灵境矩阵”，以及AI组件商店等。百度认为，插件机制是拓展大模型能力边界及构建大模型应用生态的关键。百度灵境矩阵平台大大降低了大模型插件开发的成本，无论是各类服务提供者、专业数据拥有者，甚至只是有创意

有想法的普通人，都能成为插件开发者。未来，插件将成为大模型的标配，更好地解决用户个性化、复杂化的需求。

北京融信数联科技有限公司CTO张广志认为，这一波AI创业浪潮的第一个阶段是基础大模型的竞争；第二个阶段开始聚焦大模型的实用性，提供更聚焦的服务、做开放平台，真正把大模型用起来；第三个阶段是大厂会做一些类似直营的、和传统业务相结合的大模型服务。“现在我们正处于第二阶段。”

对于百度来说，一个公开的、活跃的大模型插件或应用市场，是百度大模型生态中至关重要的一环。

“例如苹果最厉害的一个是操作系统，一个是开发者生态，谁能够为开发者生态带来越来越多的用户，形成付费的闭环，谁就能占据整个软硬件和服务生态的顶端。”中关村现代信息消费应用产业技术联盟副理事长、易目唯文化传播CEO包冉对记者表示，所有的大语

言模型平台都想基于自己的大模型做成开发者生态，因为截至目前，大模型除了以技术能力输出进行收费之外，还没有出现其他更好的营收方式。

但张广志对记者指出：“类似灵境矩阵这样的大模型生态的影响力应该没有安卓应用市场和苹果App store那么大，但从长期的经济效益和深远影响来看，大模型应用生态的价值更大。”

另外有大模型从业者对记者指出，未来国内底层大模型厂商会减少到一定的数量，各家的插件/应用生态也许会基于各自原有的业务分别占据各自优势的领域，开发者们其实可以根据自己的产品属性选择不同的平台。

记者发现，从目前百度公布的AI组件商品的能力来看，展示的更偏向于内容型。“最主要的原因是生成式AI离内容比较近，但这只是暂时性的现象。AI组件商店还是希望千行百业的合作伙伴都能够使用。”王凤阳对记者表示，“我认为下一步

比较大的机会点在服务类。例如一个旅游的合作伙伴基于AI组件商店做了一个智能化的景区导览，其实国内还有非常多的景区没有用过这种服务。”

王凤阳对记者表示，大模型时代使得开发门槛降低，对于新一代的开发者来讲，在千行百业还有很多并没有被科技覆盖到的地方，这些都是机会。

“这一轮的AI创业潮和之前的千团大战那种商业模式的创新创业不一样，如今更偏向于针对具体场景做AI的创新。”李明顺指出，“创业者一定要围绕场景去做创新的AI应用才有机会，比如可以结合教育、医疗、制造等场景。”

值得关注是，大模型插件和应用的安全问题也是开发者会顾虑的问题，“如果所有的训练数据全部在大厂的基础大模型上训练，对大厂而言相当于是透明的，那么大厂如果觉得有机会，是不是有可能自己去做那个应用。”一名大模型应用从业者对记者坦言。

# 市值4700亿元的Arm上市 66岁的孙正义欲“转守为攻”

本报记者 秦枭 北京报道

去年，孙正义在一次新闻发布会上宣布，软银集团进入“防御模式”，并几乎将软银的控制权让位

给了首席财务官后藤芳光（Yoshimitsu Goto）和公司的几位副手。

近日，芯片公司Arm于纳斯达克交易所正式挂牌，掀起了一场久违的IPO狂欢，上市首日即大涨

25%，盘中涨幅一度达到30%，市值652亿美元（约合人民币4750亿元）。这是2023年全球最大规模的IPO，也是继阿里巴巴、Facebook之后规模第三大的科技公司

IPO，这也让其背后的软银，尤其是66岁的孙正义再度站在了聚光灯下。孙正义也“适宜”地喊出了从“防御模式”转向“进攻模式”的口号。



Arm的上市让孙正义和陷入亏损泥潭的软银燃起了“卷土重来”的信心。  
视觉中国/图

元的股票，却在2019年年初以36亿美元的价格卖出，错过了英伟达后来的飙升狂潮。

在软银2019财年第二季度财报发布会上，孙正义用“一塌糊涂”“特大赤字”来形容这次业绩，“就像台风过境，这是我创业以来从没有过的亏损”。当季，软银集团亏损约65亿美元，为软银集团14年来首次亏损。

与WeWork相比，Uber则略微好一点，上市前估值高达1200亿美元，软银集团2018年以93亿美元换取Uber 15%的股份，但Uber上市后却发展疲软，截至发稿日总市值为911.41亿美元。

值得注意的是，孙正义在2017年购买了英伟达价值40亿美

之后，软银继续减持阿里巴巴股票，持股几乎降低到零。在2023年8月8日召开的业绩会上，后藤芳光介绍称，这些年来通过出售阿里巴巴股票，合计套现金额达到了808亿美元。

出售阿里巴巴股票，只能解软银的燃眉之急，却扭转不了软银投资连年亏损的局面。据统计，2019财年软银愿景基金投资亏损180亿美元，2021财年亏损160亿美元，2022财年亏损高达320亿美元。

## AI成“救命稻草”

Arm的上市为软银带来实际投资回报的同时，更让孙正义和陷入亏损泥潭的软银燃起了“卷土重来”的信心。后藤芳光在Arm敲钟仪式上表示：“我们期待，在战略上，软银在推动AI革命方面处于领先地位，相信芯片公司Arm能够帮助我们实现这一目标，从这一意义上来说，我期待Arm在软银集团整体战略中将发挥重要作用。”

但值得注意的是，Arm上市后的四个交易日，除了首日大涨，已连续三个交易日收跌，周四（9月21日）ARM收跌1.42%，报52.16美元，市值535.19亿美元，较上市首日市值已缩水超117亿美元。随着投资者起初的热情退散，曾经押注雅虎、阿里巴巴成功的孙正义能否真正的“转守为攻”？

然而，今年6月份，隐居幕后的孙正义重回台前，并高调宣布软银开启“进攻模式”，他表示，“现在该是换挡的时候了，人工智能革命的奇点即将到来。未来10年，人工智能会改变世界，软银要成为人工智能领域的领导者。且软银已经准备了充足的弹药。”孙正义称，现在账面的现金有5万亿美元（约合人民币2547亿元），已经准备好进入进攻模式了。

“我最感兴趣的是人工智能革命。我相信人类将被计算机或人工智能超越。我们希望成为人工智能革命的领导者。”孙正义表示。他要求ChatGPT为手冢治虫的经典漫画《铁臂阿童木》续写新的冒险故事：“AI正在创造故事，就好像它是人类一样。AI革命正在爆炸式地发生。”

据日本媒体援引知情人士的

话报道，在Arm上市之后，孙正义计划在AI领域投资百亿美元，希望投资OpenAI。孙正义是ChatGPT的重度用户，而且几乎每天都会和OpenAI CEO 艾特曼联系。除了投资之外，他还希望和OpenAI达成广泛的战略合作。

不仅如此，软银正在研究一系列OpenAI的替代方案，包括对其直接竞争对手进行大量投资，据称软银已经与英国AI芯片制造商Graphcore产生接触。

对此，软银和OpenAI表示“拒绝置评”，Graphcore直接否认“收到软银的收购要约”。

实际上，早在2022年，65岁的孙正义作为软银CEO的身份曾公开进行自我检讨。他对外坦诚道：“我为自己过去贪图暴利而感到羞愧。”并称，以后不再出席软银财报会议，而是专注于旗下芯片设计公司ARM的IPO。甚至很多投资者将此举解读为孙正义即将退休。

除了投资AI公司外，软银集团电信部门软银公司CEO宫川润一表示，计划“花费明年一整年时间”训练AI后推出自家生成式AI产品。

软银公司表示将成立全资子公司SB Intuitions，专注于训练生成式AI。宫川润一在财报会议上称，计划通过与微软在生成式AI方面的合作为企业客户提供服务。此外，软银还希望向日本市场提供谷歌的AI工具。

值得注意的是，据市场调研公司pitchbook的最新数据，细数全球26只生成式AI独角兽即估值逾10亿美元的初创公司，软银只投资了其中一家。

Lightning线缆及认证年入近400亿元

# iPhone 15新充电线一米145元 客服仍建议使用官方认证的配件

本报记者 陈佳岚 广州报道

iPhone 改用 USB-C(又被简称为 Type-C)接口已成为不可逆转的趋势。

近日，苹果公司发布的iPhone 15系列正式采用USB-C端口，取代自2012年以来一直使用的Lightning端口，也让iPhone 15系列成为苹果历史上第一款采用USB-C接口的手机。

对于消费者而言，这将是多年来iPhone系列手机最大的改进之一。市场研究公司CCS Insight分析师Ben Wood认为：“这可以说是近几年来对iPhone设计的最大颠覆，但实际上，这算不上什么重大举措。”

据悉，iPhone 15系列四款新手机型号都已经切换成USB-C端口进行有线充电和数据传输。

不过，尽管iPhone换上了

## 苹果因iPhone换接口带来损失

苹果每年通过销售Lightning线缆和MFi证书赚取约50亿美元(折合人民币约364亿元)。

欧盟议会在2022年10月初通过了一项法案，要求自2024年秋季开始，欧盟所有手机、平板电脑、相机等便携智能设备新机，都要使用USB-C的通用充电接口；而笔记本电脑产品使用统一充电接口，则被允许在法案生效后有40个月的“适应”期。目的是为消费者提供便利，减少电子垃圾。

众所周知，苹果MFi认证即“Made for iPhone/iPod/iPad”的简称，是苹果用于对iPhone、iPod、iPad设备的周边配件制造商所制定的测试计划以及官方授权标准。

由于苹果多款产品使用的是Lightning接口，为此，上述欧盟法案确立后，苹果也成为受影响最大的企业之一。该立法将影响到多达10亿台配备Lightning接口的苹果产品，从而可能导致苹果每年在配件销售及MFi授权认证费上的损失超过百亿元。

2022年财报显示，苹果从可穿戴、家居和附件类别中录得营收为410亿美元，占总营收的10.4%。产品除各类型的充电线、连接线、电源适配器外，还包括AirPods、Apple Watch、HomePod、Apple TV等产品。《每日邮报》曾估算过，苹果每年通过销售Lightning线缆和MFi证书赚取约50亿美元(折合人民币约364亿元)。

苹果官方网站显示，其现在有414个MFi授权制造商，MFi会员每年除了要向苹果支付99美元的会员费外，申请MFi认证的制造商每次工厂审核还需要支付2060美元。

每卖出一根MFi认证的连接线，苹果还要收取部分佣金。2010年彭博社报道称，苹果公司

还从第三方配件制造商销售的每件MFi配件中抽取20%至25%的提成。根据科技媒体AppleInsider的粗略计算，一根Lightning线上的“苹果税”(MFi认证+芯片+抽成)，可以占到连接线价格的一半。而2022年，苹果iPhone手机出货量为2.25亿台。

从产业链来看，生产USB-C to lightning连接器的供应商主要包括立讯精密、富士康、正崴精密等，随着iPhone 15系列的接口变化，相关供应商已转向批量生产USB-C口的相关产品。

国内获得苹果MFi认证的品牌不在少数，有紫米、绿联、安克、OPSO、ROCK、摩米士、耐尔金、爱沃可等。目前，已经有不少企业(绿联、安克等)转向了生产售卖支持iPhone USB-C口的充电线。对于USB-C产业来说，也有望迎来新一波增长。

通过了MFi认证的国产品牌安克方面人士对记者表示，“安克充电线接口切换到USB-C是大势所趋，从去年传出iPhone 15可能采用USB-C口的信息时，公司就已经在做相关预案，规划了高中高不同系列产品。而公司的货品准备在苹果产品发布前3个月开始。苹果发布会后公司相关产品的涨幅也很明显，目前销量的数据整体符合预期，暂时没有特别大的爆发性增长。”

但也可以想象，苹果并不愿意放弃这块利益“蛋糕”。

据《21世纪经济报道》报道，富士康已经开始大规模生产含有MFi认证的USB-C线。而如果新款的USB-C线缆也需要苹果认证，是否仍会被欧盟视为不合

规也是个问题。

事实上，2023年2月，就有传言称苹果将限制未经认证的USB-C配件的充电和数据传输速度，但欧盟将其扼杀在萌芽状态。欧盟专员蒂埃里·布雷顿还给苹果公司发出警告，不得限制USB-C线的功能，否则在法律生效后iPhone将无法在欧盟销售。“不符合单一充电器要求的设备将不会获得在欧盟市场销售的批准。”布雷顿指出。

目前，苹果官方并没有明确指出官方数据线是否含有MFi认证，iPhone 15系列还未正式售卖，还无法拿到真机做测试。

不过，有产品认证检测机构人士已经对记者表示，“新的苹果USB-C线已经不需要进行MFi认证了。”

深圳一家提供MFi认证的公司负责人在接受本报记者采访时表示，Type C的确没有再加密了，充电部分跟普通的USB-C一样。但MFi还存在于之前Lightning接口的存量市场，那些手机还继续适用于MFi项目。

需要留意的是，MFi不只包含Lightning配件，还支持AirPlay的音频产品、CarPlay、HomeKit、Apple Watch快充充电器、MagSafe充电配件等，苹果依旧可以从这些产品的认证中“吸金”。

上述安克方面人士还表示，公司会基于用户和市场变化，动态调整采购和销售计划。长期看，USB-C接口会逐步替代Lightning接口，但Lightning线不会消失，类似于今天的Micro线，因此还是会生产满足Lightning接口设备充电需求的产品。

从长远来看，苹果手中原

有的USB-C线缆及认证年入近400亿元。

对于消费者而言，这将是多年

来iPhone系列手机最大的改

进之一。市场研究公司CCS In-

sight分析师Ben Wood认为：“这

可以说是近几年来对iPhone设

计的最大颠覆，但实际上，这算

不上什么重大举措。”

iPhone 15系列发布后，《中

国经营报》记者以消费者身份咨

询苹果官方客服及线下门店人

员iPhone 15是否能与安卓充

电线互通充电时，其多位人士都表

示，“可以，但仍建议使用苹果认

证的USB-C产品。”

据悉，iPhone 15系列四款新

手机型号都已经切换成USB-C

端口进行有线充电和数据传输。

据记者观察，尽管iPhone换上了

USB-C，在不少苹果服务人士看

来，消费者手中原有的USB-C

线能否很好地适配iPhone 15系

列手机仍要打个问号。

记者以消费者身份咨询苹果

官方客服iPhone 15是否能与安

卓充电线互通充电时，该客服回

复，“一般来说是可以支持的，不过建

议使用苹果附赠的原装充电线充

电，如果还需要购买，还是建议购

买经过苹果认证的数据线，第三方

数据线由于非苹果生产无法保证

其对iPhone充电时是否会造

成意外的情况。”

记者以消费者身份咨询苹果

官方客服iPhone 15是否能与安

卓充电线互通充电时，该客服回

复，“一般来说是可以支持的，不过建

议使用苹果附赠的原装充电线充

电，如果还需要购买，还是建议购

买经过苹果认证的数据线，第三方

数据线由于非苹果生产无法保证

其对iPhone充电时是否会造

成意外的情况。”

记者以消费者身份咨询苹果

官方客服iPhone 15是否能与安

卓充电线互通充电时，该客服回

复，“一般来说是可以支持的，不过建

议使用苹果附赠的原装充电线充

电，如果还需要购买，还是建议购

买经过苹果认证的数据线，第三方

数据线由于非苹果生产无法保证

其对iPhone充电时是否会造

成意外的情况。”

记者以消费者身份咨询苹果

官方客服iPhone 15是否能与安

卓充电线互通充电时，该客服回

复，“一般来说是可以支持的，不过建

议使用苹果附赠的原装充电线充

电，如果还需要购买，还是建议购

买经过苹果认证的数据线，第三方

数据线由于非苹果生产无法保证

其对iPhone充电时是否会造

成意外的情况。”

记者以消费者身份咨询苹果

官方客服iPhone 15是否能与安

卓充电线互通充电时，该客服回

复，“一般来说是可以支持的，不过建

议使用苹果附赠的原装充电线充

电，如果还需要购买，还是建议购

买经过苹果认证的数据线，第三方

数据线由于非苹果生产无法保证

其对iPhone充电时是否会造

成意外的情况。”

记者以消费者身份咨询苹果

官方客服iPhone 15是否能与安

卓充电线互通充电时，该客服回

复，“一般来说是可以支持的，不过建

议使用苹果附赠的原装充电线充

电，如果还需要购买，还是建议购

买经过苹果认证的数据线，第三方

数据线由于非苹果生产无法保证

其对iPhone充电时是否会造

成意外的情况。”

记者以消费者身份咨询苹果

官方客服iPhone 15是否能与安

卓充电线互通充电时，该客服回

复，“一般来说是可以支持的，不过建

议使用苹果附赠的原装充电线充

电，如果还需要购买，还是建议购

买经过苹果认证的数据线，第三方

数据线由于非苹果生产无法保证

其对iPhone充电时是否会造

成意外的情况。”

记者以消费者身份咨询苹果

官方客服iPhone 15是否能与安

卓充电线互通充电时，该客服回

复，“一般来说是可以支持的，不过建

议使用苹果附赠的原装充电线充

电，如果还需要购买，还是建议购

买经过苹果认证的数据线，第三方

数据线由于非苹果生产无法保证

其对iPhone充电时是否会造

成意外的情况。”

记者以消费者身份咨询苹果

官方客服iPhone 15是否能与安

卓充电线互通充电时，该客服回

复，“一般来说是可以支持的，不过建

议使用苹果附赠的原装充电线充

电，如果还需要购买，还是建议购

买经过苹果认证的数据线，第三方

数据线由于非苹果生产无法保证

其对iPhone充电时是否会造

成意外的情况。”

记者以消费者身份咨询苹果

官方客服iPhone 15是否能与安

卓充电线互通充电时，该客服回

复，“一般来说是可以支持的，不过建

议使用苹果附赠的原装充电线充

电，如果还需要购买，还是建议购

买经过苹果认证的数据线，第三方

数据线由于非苹果生产无法保证

其对iPhone充电时是否会造

成意外的情况。”

# 错峰游抢跑“超级黄金周” OTA 平台抢抓机遇促消费

本报记者 李立 上海报道

2023年中秋节与国庆节双节合一，长达8天的“超级黄金周”即将到来。多个OTA平台的最新数据显示，即将来临的“超级黄金周”有望刷新2019年以来多项出行纪录。

9月15日，中秋国庆假期首日火车票正式开售。开售仅30分钟，北京出发到武汉、西安、郑州、

## 错峰追求“性价比”

“提前出发避开了人流高峰，机票、住宿都更便宜，性价比较高。”

国庆节与中秋节叠加，今年国庆节假期成为年内最长的法定节假日，出游需求一路上扬。

从OTA平台的预订情况来看，上海、北京、杭州、成都、广州、西安、重庆、深圳、南京、长沙跻身“十一”热门目的地前十强。受到亚运会的带动，杭州从众多旅游城市中脱颖而出排名第三，不少体育赛事爱好者早早预订好酒店前往杭州看亚运会过节。9月23日到10月8日期间，杭州酒店预订量同比去年增长超8倍，环比一个月前增长超5倍。

## 抢抓“小众目的地”出圈机遇

“体量小的目的地更需要小众优质客群，挖掘不可复制的特征，需要更精细化的规划运营。”

与疫情前的国庆假期相比，除了长线游和热门城市以外，反向选择小众目的地休闲度假游也是“超级黄金周”的新趋势。

携程的预订数据显示，香格里拉、景德镇、安吉、南阳、常州、佛山、淮安、延吉、揭阳、安图等地的订单量超过2019年国庆一倍以上。

此外，随着全国交通网络更加完善，支线航线可以轻松到达任何地方，一些拥有“小机场”、旅游环境优质，但知名度较小的旅游地，成为大家选择的高性价比目的地。

去哪儿发现，“热衷于比价的年轻人选择邯郸、洛阳、柳州、淮安、伊春这些拥有支线机场的‘小城市’，交通便

长沙等地多个车次车票售罄。与此同时，今年“十一”长假的预订高峰也提前到来。

携程、同程、飞猪、去哪儿等多个平台数据显示，距离黄金周还有半个月，国内游、出境游产品预订量已远超2019年同期。9月13日，飞猪数据显示，国庆节假期国内游产品预订量同比去年增长近6倍，出境游产品预订量同比去年增长超20倍。出境游人

次也将刷新年内峰值，国际机票、国际酒店预订量已远超去年“黄金周”全程。

不过，《中国经营报》记者调查发现，除了假期一票难求、预订爆仓以外，避开人流、错峰出游的趋势提前引爆了今年的“超级黄金周”。携程数据显示，拼假出游更划算，中秋国庆前一周机票均价比假期少24%。另外相比疫情之前众多热门旅游目的地“人从

众”的趋势，今年国庆假期更多消费者“反向”选择一个小众目的地休闲度假。

“今年旅行市场在大消费领域一直非常出彩，国庆将延续好状态。”景鉴智库创始人周鸣岐对记者表示。不过在他看来，今年出行火爆以恢复性增长、补偿性消费为主，长远来看并非真正复苏，明年春节长假开始，增长或将有所放缓。



OTA平台的最新数据显示，即将来临的“超级黄金周”有望刷新2019年以来多项出行纪录。

本报资料室/图

## “演唱会”扩散到出境游 平台持续深耕

白天逛景区、打卡目的地，晚上看演唱会，正成为今年旅游新常态，这股热浪延伸到了出境游。

随着第三批出境团队游国家名单公布，今年国庆出境游市场呈现高度活跃的态势，有望在“超级黄金周”迎来全年出境游人次峰值。

飞猪数据则显示，从预订均价水平及当地旅游资源丰富度来看，安徽、河南、江西、广西、贵州等目的地的出游性价比排名靠前；在出游节奏上，选择9月23日至9月27日、10月1日至10月4日“贴峰”出行，性价比更高。

此外，仍有不少目的地机票可以捡漏。在携程机票一特价机票频道中选择出发城市，可以查看中秋国庆全国及全球低价线路。目前来看，上海—贵阳、上海—海口、北京—日照、广州—琼海等多条线路均有300~500元机票可购买。

飞猪数据则显示，从预订均价水平及当地旅游资源丰富度来看，安徽、河南、江西、广西、贵州等目的地的出游性价比排名靠前；在出游节奏上，选择9月23日至9月27日、10月1日至10月4日“贴峰”出行，性价比更高。

携程数据显示，今年“十一”期间，出境机票搜索热度同比2019年同期恢复近100%，出境机票的主要搜索目的地为泰国、韩国、美国、英国、澳大利亚；同时，出境游酒店搜索热度同比2019年增长近20%，泰国、韩国、新加坡、马来西亚、英国等目的地酒店是用户的热门选择。

值得关注的是，白天逛景区、打卡目的地，晚上看演唱会，正成为今年旅游新常态，这股热浪延伸到了出境游。

作为周杰伦嘉年华世界巡回演唱会2023——曼谷站的旅行合作伙伴，同程旅行日前宣布将推出酒店+演唱会门票的平价套餐，9月30日上午11点起，用户可以通过同程旅行平台购买相关套餐产品。

周杰伦嘉年华世界巡回演唱

会2023——曼谷站将于12月9日在曼谷开唱。泰国一直是中

国游客最关注的出境游目的地

之一，自9月25日起对中国游客实行5个月的免签制度，预计届时将有大批的游客和粉丝歌迷奔赴泰国看演唱会。

据同程旅行介绍，今年持续深耕“旅游+”模式，先后推出了“旅行+电竞”“旅行+音乐”“旅行+市集”等场景创新。希望通过旅游业和音乐产业的融合，能连接更多的年轻旅行者，更好地提振目的地消费。

截至目前，结合OTA平台数据与目的地预订情况，“超级黄金周”有望刷新2019年以来多项出行纪录。

不过多位业内人士仍对旅游市场的整体复苏持谨慎态度，认为需要理性看待当前旅游市场的反弹情况。

“从今年春节以来的数据看，旅行市场消费活跃，贵州村超、‘特种兵旅行’等形式兴起，能看到整个市场消费分层明显。受制于护照签证、航班、渠道等恢复情况，出境游持续复苏仍有待观察。”周鸣岐认为，当补偿性消费得到满足后，市场增长就会开始放缓，最快将在明年春节期间迎来拐点。

## 威士顿MES系统：构建智能透明工厂

上海威士顿信息技术股份有限公司(以下简称“威士顿”)MES系统秉承“透明工厂”理念，通过对生产过程各个场景的全面数字化和制造过程整体可视化，打造数据驱动型工厂。利用工厂数字建模，结合现实工厂的实际情况，面向制造执行过程，以生产过程管控和智能分析技术为核心，搭建数字化生产管理平台。通过数字工厂模型与物理工厂信息模型相互支撑与优化，现实模型同步，虚实融合，为企业生产制造的持续改进与优化提供服务支持，为企业高质量发展、智能制造打下良好的基础。

### 透明工厂基础——工业大数据平台

实现“透明工厂”这一目标，须对生产全过程数据进行高效聚集和智能分析，高效的数据平台是“透明工厂”的基础。威士顿工业大数据平台数据采集内容丰富，包

括了人、机、料、法、境、测等众多内容，数据采集的方式多样，设备专有协议方式、系统集成方式、人工辅助方式；将设备状态、车间工况、生产数据等数据进行全方位的采

集、传递、分析、应用，实现生产全要素数据的大数据存储、计算以及智能分析。为生产信息透明化，生产预测精准化，企业决策科学化奠定了坚实的基石。

### 多维透视——实现信息的立体透明

基于工业大数据平台，MES系统从多维度、透明化、虚实结合地对生产过程进行全面监控、洞察以及智能分析、诊断。通过数据看板、3D等形式直观、便捷地呈现生产运营的全景。

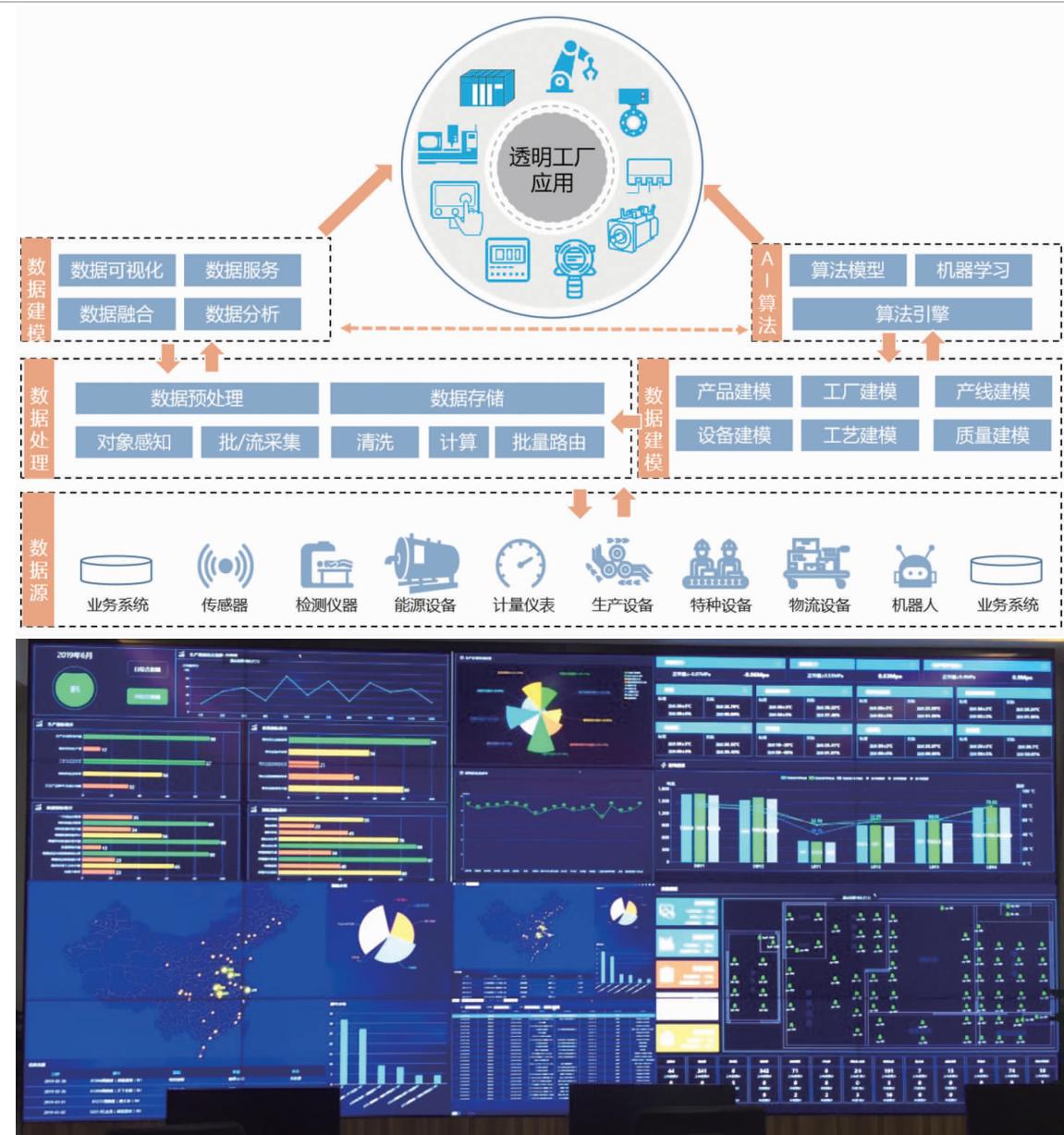
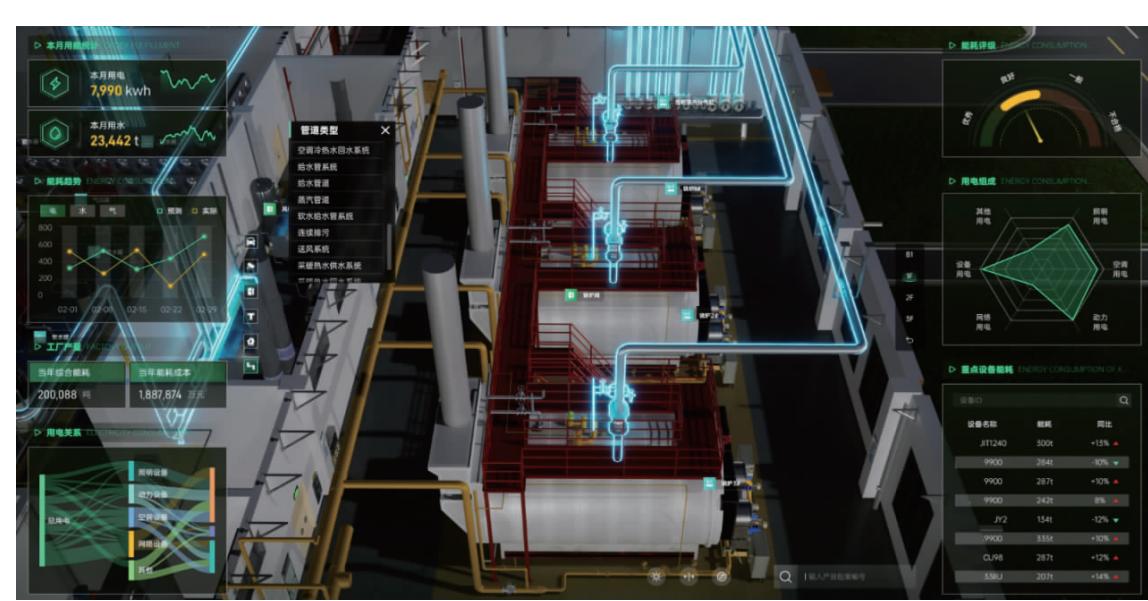
**分级数据看板**  
制造企业人员分为管理者、条线负责人、操作人员这三层

级，根据各层级的岗位职责和关注点，分别以管理决策、业务监督、操作执行的工作重心来设计看板，使每个层级的人员或岗位只关注与其工作相关的信息。

**分级数据看板**  
突破了传统信息化系统数据显示的局限性，全面应用“图形化+数字化”的界面设计，极大优化了应用人员的视觉感知和分析能力，提升了人机交互的便捷性。

#### 3D技术应用

提供3D技术建立虚拟工厂模型，通过虚拟漫游，让管理者深入其境对生产进度、设备状态、产量质量等全要素生产信息进行准确掌控。



### 智能模型

数据萃取信息，模型启发智慧，最终目的皆为支撑决策。基于算法模型的优化，使复杂决策变得科学、精细与高效。

结合用户实际应用场景，运用人工智能、大数据等先进技

术帮助工厂构建多种智能管理模型，主要包括高级排程模型、无序分拣算法模型、质量预测模型、设备健康预测模型等。通过感知和分析整个生产过程，实现生产工艺智能参数优化、产

品质量预测以及设备预测性维修等。它从订单到交付的生产全链条的数据采集、分析和优化，有效构建了一个信息流通、过程可视、运营可控的智能透明工厂。

### 面向未来，持续创新

在智能制造的大潮中，MES系统作为企业生产管理的重要工具，其重要性日益凸显，未来，威

士顿将持续增强系统的学习与决策能力，逐步实现“凡需知，必尽知”“凡关联，必互联”“凡呈现，必

可信”“凡交互，必智能”，助力企业实现数字化转型，构建智能透明工厂。

广告

# 电费上涨的背后：汽车充电市场有望迎来千亿规模

本报记者 陈燕南 北京报道

“充电费用甚至与一些节油型燃油车的油费相当，已经充不起电了。”有不少电动汽车车主表示。

一直以来，电动汽车的一大优势是使用成本低于燃油车，不少车主购买电动车是为了节省油费，然而近期，各地充电桩充电费用涨价引发了热议。

近日，《中国经营报》记者打开特来电App，发现位于北京城区繁忙地段，例如北京王府中环充电桩以及朝阳区凤凰汇购物中心充电桩的充电桩充电费用已超过2元/

度。而有报道称，上海、郑州等多地高峰时段的充电桩费用也涨至去年同期的两倍。

数据显示，2023年1~8月，国内新能源车销售为508万辆，同比增长39%。有不少业内人士认为，随着新能源汽车的渗透率持续攀升，充电费用还有上涨可能。充电背后的“生意”值得关注。

长城证券预计充电桩行业将是未来2~3年增长最快的赛道之一。据华金证券的测算，假设一根直流充电桩采购价为4万元，一根交流桩的采购价为0.12万元，且假设各省公共充电桩中直流桩占50%，2023

年5月~2025年年底，中国内地充电桩需求量接近2000亿元。

面对潜力巨大的市场以及国家“双碳”目标的持续推进，不少“玩家”正在这一市场积极布局，例如中石油收购普天新能源、壳牌加快建设充电桩。9月12日，福特汽车公司、宝马集团和本田汽车联合成立一家新公司，致力推动汽车电力的智能使用。

中国电动汽车充电基础设施促进联盟副秘书长仝宗旗向记者表示，充电市场的参与主体越来越多样化，基本上分成三类主体：第一类有土地资源，或者是停车场资

源；第二类有电力相关资源；第三类有汽车和造车相关资源。商业模式也在不断演进，随着新能源汽车朝着多元化发展，充电场景以及目标人员也越来越细化、参与主体提供的服务也越来越多样化，这让运营商们的收入从原来单一充电服务费的模式逐渐转向设备运维的服务、大数据挖掘以及增值服务等方向进行转变。

也有业内人士认为，中石油等巨头看中的并非只是充电生意本身，而是与电力相关的储能领域以及新型电力系统，这两个领域的潜在市场规模均能达到万亿级别。

## 多方入局汽车充电业务

车企、房地产、家居、能源企业纷纷进入汽车充电这一赛道。

“未来，壳牌将下大力气向‘电动汽车充电站’倾斜投资，尤其在亚洲。”近日，壳牌CEO瓦埃尔·萨万(Wael Sawan)表示，“中国电动汽车用户的渗透率很高，充电桩市场需求火爆，我们发现我们的电动车充电客户数量是内燃机客户的2倍。壳牌全球拥有4.6万座加油站，我们完全可以把充电桩设在加油站中。”

无独有偶，9月7日，中国石油正式收购普天新能源100%股权，此次股权转让的挂牌底价近15亿

元。针对此次收购，中石油相关负责人称，“未来3年中国石油将抓住新能源产业发展的窗口期，完成充电桩业务在全国的战略性布局，力争进入充换电头部企业行列。”

除此之外，中海油也加快了脚步，首座自主投资、建设、运营站外充电站今年8月已在惠州投运。中石化则计划到2025年在5000多个加油站建设快速充电站，目前已建成2000多个。

9月12日，宝马集团、福特汽车

公司和本田汽车公司宣布，三方已达成协议，将组建三方合资公司ChargeScape。三方将创建一个平台以管理电动汽车的能源使用。将电力公司、汽车制造商及电动汽车车主连接起来，通过新平台，电动汽车车主可以在高峰需求时段与电网共享其电动汽车电池中储存的能量，并且通过能源共享服务获得经济利益。不过，新公司仍需监管部门的批准，预计将从明年开始运营。

新能源汽车企业也开始寻

求与房地产行业的“破圈”合作。不久前，广汽埃安旗下高端豪华品牌昊铂与星河湾、红星美凯龙、金港企业、浙江交投中环环境科技有限公司等房地产、家居、赛事运营、交通行业的头部企业，联合发布了“高端业态标配昊铂超充到家”计划。该计划将在具备条件的高端楼盘、商超、写字楼、园区等高频生活工作场景，以及酒店、高速、赛车场等与高端出行相关的业态，大力推进昊铂超充站建设。

## 充电桩盈利问题待解

有专家对记者表示，当前不少市场主体技术经济指标不够好，一是受制于技术瓶颈，二是尚未建立起高效便捷的充电体系。

虽然汽车充电这一赛道热闹非凡且前景广阔，但是值得关注的是，目前国内大多数充电业务处于亏损状态。仝宗旗表示，目前整个行业经营较为困难，这是由于新能源汽车保有量仍然不够高，已投建充电桩利用率较低，充电桩的回本周期较长导致。

有充电桩运营商头部企业相关负责人算了一笔账：充电桩的成本包括充电桩基础设施的建设成本、经营成本、公司团队人工成本、企业税收成本等。充电桩生命周期为10年左右，从目前充

电站建设及使用效率来分析，按0.35元/千瓦时的充电服务费计算，7年才能收回成本。若按5年收回成本的合理预期，0.42元/千瓦时以上比较合理。

深度科技研究院院长张孝荣向记者表示：“充电企业盈利困难的原因是僧多粥少。首先，充电桩建设需要大量的投资，包括设备采购、场地租赁、运营维护等成本，而充电服务的收入相对较低，导致利润率较低。其次，充电桩市场竞争激烈，市场上充电桩企业数量众多，导致市场份额分散，难以形成规模效应。此外，充电桩

的使用率不高，很多充电桩在大部分时间处于闲置状态，无法充分利用资源。”除此之外，空间上的供需不平衡、充电桩技术标准不统一、设备之间存在互不兼容的情况、用户体验等原因都在阻碍着充电基础设施的发展。

独立国际策略研究员陈佳对

记者表示，当前我国充电体系内不少市场主体技术经济指标不够好，主要有两大方面：一是截至目前全球充电产业链发展受制于当前技术瓶颈，尤其是液态锂电池的转换效率、安全性、耐久性都还无法全面满足全部居民生活

场景的真实需要，严重影响了车厂全面替换高压快充车型的进展速度。

二是当前包括中国在内的世界各国尚未开发出足够高效便捷的现代充电体系与储能系统，而除了技术硬约束之外，当前市场格局亦存在相当大的现实阻力。当前国内新能源终端市场无论是电车、电池、锂资源，还是充电桩，甚至新能源车都深陷价格战的硝烟里，而储能或者区域新能源大基地等产业链配套发展措施，其政策效能要全面落实亦尚需时日。



有机构预计充电桩行业将是未来2~3年增长最快的赛道之一。 本报资料室/图

## 车联网互动、储能系统或成潜在方向

车联网互动需要用户、企业、地方政府共同参与构建能源互联网平台，如此一来三方都有收益。

当不少企业还在盈利模式上苦苦挣扎之时，国家从宏观层面指出了充电基础设施建设的未来方向。

2023年4月，中共中央政治局会议提出，要巩固和扩大新能源汽车发展优势，加快推进充电桩、储能等设施建设，更好支持新能源汽车下乡和乡村振兴；6月，国务院常务会议提出要构建“车能路云”融合发展的产业生态，构建高质量充电基础设施体系。

此后国务院办公厅印发了《关于进一步构建高质量充电基础设施体系的指导意见》(以下简称《指导意见》)，对充电基础设施建设等问题作出了具体部署。

记者注意到，《指导意见》提出，鼓励地方建立与服务质量挂钩的运营补贴标准，同时实施城市停车、充电“一张网”专项工程。与此同时，“车联网互动”、电池储能等也被视为是重要的商业模式。

据了解，广义的车联网互动将使电动汽车充电免费甚至实

现盈利。车联网互动需要用户、企业、地方政府共同参与构建能源互联网平台，三方都有收益，还具有推动新能源发展的绿色效益。同时，也可以采用车电资产分离、电池租赁新型商业模式，电池资产拥有者集中管理电池储能并获得收益，既减轻了客户的负担，又降低了整车成本，能加速电动车的市场渗透。

陈佳对记者表示：“目前来看，宏观政策已经成为国内新能源产业链尤其是超级充电、分布式储能和现代电网体系创新的巨大推动力。无论是近期多地密集出台配合中央加速充电基础设施建设的地方性配套文件和政策措施，还是下半年国内各地充电与储能系统、虚拟电厂与电力现货市场的超速发展，都可以视为相关产业链

场景的加速推进。无论是近期多地密集出台配合中央加速充电基础设施建设的地方性配套文件和政策措施，还是下半年国内各地充电与储能系统、虚拟电厂与电力现货市场的超速发展，都可以视为相关产业链政策在平衡区域经济层面的加速推进。展望未来，一旦中国建立起来现代智能充电体系与储能系统，传统电网迎峰度夏、传统农业抗旱保秋的难题就能迎刃而解，国家更能夯实新能源作为战略新兴支柱产业链的基础。”

# 政策与技术双重助力 智能驾驶规模化商用拐点已至

本报记者 张硕 北京报道

作为风口前端的产业，2022年我国智能驾驶产业市场规模已达2894亿元。据中国信通院预计，到2025年中国智能驾驶汽车市场规模将接近万亿元。随着行业利好政策的不断加码

和产业链上下游的不断成熟，智能驾驶应用商业化落地进程已从试点示范进入规模化推广阶段。

近日，由辰韬资本主办、中信证券协办的“未来已来创见未见”第二届智能驾驶商业化落地与产业发展趋势主题研讨会暨项目联

合路演在北京举行，该研讨会在探讨智能驾驶在规模化商业落地、AI大模型赋能方面的问题，共同畅想智能驾驶未来更多的可能性。同时由辰韬资本撰写的《2023年中国商用车线控底盘行业研究报告》(以下简称《报告》)在该研讨会发布。

上海辰韬资产管理有限公司董事长林新正表示：“无人驾驶并不是一个全新的技术，但它是一个全新的应用落地，因为全新，需要建立一个生态，所以需要所有无人驾驶创业公司一起发展、共同促进。这个时候，也很需要资本一起参与，因为构建

生态需要大量的资本投入，而且，资本投入越大，推进的节奏越快。”

《中国经营报》记者现场了解到，《报告》指出，线控底盘是L4及以上高级别自动驾驶实现的必要条件。商用车L4级自动驾驶的快速发展使线控底盘

成为市场的刚性需求，进而重构传统汽车产业，催生线控底盘这一细分赛道。原先的产业链分工以传统主机厂为主导，智能化趋势下的分工将转变成以智能算法研发公司为主导，形成“L4系统集成商+线控底盘公司”的新模式。

## 利好政策加速产业发展 智能驾驶规模化商用紧锣密鼓

政策和技术的双重共振加速了智能驾驶产业迈向规模化商用。2023年以来，利好智能驾驶产业的政策陆续出台，将智能驾驶行业推进到大规模商业落地的拐点，产业迎来质变时刻。

仅上半年，国内相关部门和地方政府已出台近30条涉及智能驾驶产业的相关政策和规定，从产业结构、技术创新、网联基础设施等多方面推动智能驾驶行业发展。

中国智能网联汽车产业创新联盟副秘书长李晓龙博士表示：“在产业扶持上，以科技部重点研发计划等为代表，科技部、工信部、国家发改委等部委持续加强新能源汽车、智能网联汽车相关重点研发计划支持，聚焦重点领域投入超过百亿元。”

央地协同，地方先行先试探索创新路径。截至2023年6月，我国50余个省市区发布道路测试实施细则，推动无人化测试、载人测试、载物测试、高速测试、

商业化试点等测试示范创新探索。多地通过地方立法或设立政策先行区推动智能网联汽车发展。

目前国内智能驾驶企业的商业化落地也正从单一领域、个别城市逐渐扩大到各行业领域和全国范围的规模化商业落地。各领域头部企业取得商业化落地突破性进展的案例层出不穷。

据了解，易控智驾已实现100%常态化去安全员，运营效率已实现有人驾驶的100%，单矿最大车数已经突破115台，单矿毛利转正。现阶段商业化重点已从自动驾驶算法转向开发线控底盘等硬件的开发，进入全面降本增效阶段。斯年智驾已在港口、散货集散地、物流园区完成大规模商业化落地，累计签署15个场景物流订单，车队规模超200台；专注于城市公开道路的白犀牛已有超万台车辆在10余个城市进行无人车常态化运营。当前，在城市配送和环卫

如今，技术作为限制商业化落地的最大影响因素已被突破，常态化去安全员运行从单点单场景试运营转变为多场景多点爆发。北京、上海、广州、武汉、长沙、无锡等多地已加快推进基础设施建设布局。李晓龙博士表示，未来，随着城市级“车路云一体化”规模示范应用，2025年有望成为智能网联汽车商业化应用的关键节点。

此外，《报告》指出，线控底盘行业处于早期起步阶段，产业生态正在逐步形成中。一方面，线控技术逐渐成熟，乘用车线控制动和悬架近年来开始量产搭载，线控转向也在不断迭代；另一方面，新的价值链会颠覆原有的行业格局，主机厂、Tier 1等原有相关公司由于自身基因问题，比较难向线控底盘转型。新兴初创公司更有机会摆脱传统汽车制造的旧内核，以新需求为导向，去匹配L4级自动驾驶对线控底盘的需求。当前，在城市配送和环卫

清扫等场景，已经分化出独立的线控底盘供应商。

值得注意的是，在政策、技术、市场需求以及资本等多方因素的共同推动下，L4级自动驾驶正在多场景中实现商业化的加速落地。例如，在城市配送场景，2023年搭载L4级自动驾驶技术的无人配送车成本已降至10万元以下，并进行小批量生产，即将迎来规模化商业应用。在矿山场景，L4级自动驾驶宽体车已经在多个核心矿区落地应用，实现常态化无安全员作业。以易控智驾为代表的头部玩家，其单个矿山中的运行车辆已超100台，形成规模化效应，预计在2023年下半年即可实现单矿项目盈利，并在2024年对这一商业模式进行复制和推广。受益于高级别自动驾驶的发展，线控底盘的应用场景将得到进一步拓展，可在城市配送、干线物流、矿山、环卫清扫、场内货运、巡逻侦查、无缝化移动服务等更多场景中实现落地应用。

## 产业生态重构 机构抢滩产业链细分市场机会

当前，全球智能网联汽车向规模化示范新阶段演进，中国正在加速探索“车路云一体化”发展路线与示范应用。随着“车路云一体化”的深入推进及商业化应用的落地加速，各领域需求及机会不断催生与涌现，智能驾驶产业结构有望重构，产业生态正在逐步形成。

如今，随着智能驾驶产业的高速发展、生态的逐渐构建，产业发展带来了系统性的投资机会，产业链的多条细分赛道也均受到了市场的高度关注，各大机构纷纷布局智能驾驶赛道，挖掘智能驾驶产业链的长期投资机会。

上海辰韬资产管理有限公司执行总经理贺雄松表示，智能驾驶作为少有的顶级赛道，随着产业生态重构、产业价值更替、行业逐渐成熟，将带来巨大的产业变革。受益于供应链的不断降本，自动驾驶技术的商业价值开始凸显，且空间巨大。

据了解，从长远来看，当下正值智能化大潮，亿万市场规模的汽车产业所涉及的零部件达数万个，

而软件领域所涉及的技术单元则更加庞杂，因此智能驾驶产业的未来发展将更为多元。

如当前备受关注的线控底盘行业，因其是实现高级别自动驾驶的必要条件，已日益成为智能浪潮下具有明确前景的“黄金”赛道。《报告》数据显示，2022年国内线控底盘市场规模已达200.4亿元。随着线控底盘市场渗透率的进一步提升，预计2030年市场规模将达到1420亿元。

贺雄松表示，辰韬资本过去押注了线控底盘赛道，未来在上下游还会有新的赛道机会，比如算法、硬件、运营等领域，未来行业逐渐成熟带来的分工细化，将会有众多“独角兽”涌现。

如今，智能驾驶全场景的应用已正式拉开帷幕，行业也迈入抢占领先机遇的关键窗口期，机遇与挑战并存。如何把握趋势，竞逐智驾下半场，决胜于未来？站在瞭望塔的从业者已出发，“资本”与“产业”的双向奔赴，一同创见未见，“高速”驶向全面智能驾驶时代！

# 新能源车主“一桩难求” 车企各显神通出大招破解行业顽疾

本报记者 夏治斌  
石英婧 上海报道

“您好，您的车电已经充满了，能不能麻烦您过来挪下车？”碰上充电运气不好的时候，陶华（化名）总要给已经充好电的新能源车主打去电话，再客气地以上述这句话作为开场白。

每当电量低于40%，有着电量焦虑的陶华就要搜索附近的充电站，偶尔就会碰到充电车位被“霸占”的情况。除了已充好电，车主还没及时开走的情况外，其余的就是燃油车占位。

陶华向《中国经营报》记者坦言，她对充电车位被“霸占”的行为极为气愤。“但从车主的角度，除了打电话提醒外，其余能做的就是开去下一个充电站，寻找空出的充电车位。”

对于新能源车主来说，充电车位被“霸占”的情况并不少见。车企和充电桩企业也针对充电车位被占位现象采取相应的措施，其中超时占位费便是其中最为常见的一种应对方式。

一位不愿具名的业内人士告诉记者，燃油车或者是充完电没有开走的新能源汽车的占位问题，本质上还是土地资源紧张的问题。“如果车位足够宽裕的话，那就不存在占位的问题了。”

对于车企和充电桩企业推出的超时占位费举措，黄河科技学院客座教授张翔告诉记者：“超时占位费是应对充电车位被‘霸占’的一个好办法，这能让车主将充好电就及时把车开走的规则牢记于心。如果没有超时占位费的话，车主可能就会觉得无所谓，下次还会那样。”

## 车企上线超时占位费

面对充电车位被“霸占”的现象，车企和充电桩企业也在积极地行动。

陶华住在上海普陀区的一个商住两用的小区，小区内有一些充电桩。“买车的时候想买个固定停车位装个充电桩，但嫌麻烦就没装。”陶华有些后悔地说道：“现在车位没得卖了。”

“没有固定车位的话，就只能停在地面，这就要先到先得了。”陶华向记者坦言，“虽然小区有充电车位，但没有规定只能电动车停，所以充电车位很多时候停的都是燃油车。”

面对充电车位被“霸占”的现象，车企和充电桩企业也在积极地行动。以小鹏汽车为例，其于8月在APP发布严打充电桩“霸位”的公告，提出有些车辆占位不充电，或插枪不充电，占用充电桩资源。

为了减少此类问题，其已进一步加强场站管理水平，在各场站全方位布局监控、监测场站情况，场站管理也会在发现“霸位”行为的第一时间，联系114/物业挪车。针对用户反馈有“霸位”行为较多的场站，场站管理也增加了巡检的次数，还在场站新增“充电专属车位”，

车主对于超时占位费有着不同的看法。来自北京的上汽大众ID.4X车主对超时占位费予以支持，他告诉记者：“现阶段插枪不充电的现象还无法避免。个人觉得，只有加大超时占位费的收取力度，才能杜绝此类现象。”来自深圳的理想ONE车主告诉记者，他在需

## 多维度求解充电难题

目前，充电基础设施仍存在布局不够完善、结构不够合理、老旧充电桩技术落后、服务不够均衡等问题亟待解决。

中汽协数据显示，1~8月，新能源汽车产销分别完成543.4万辆和537.4万辆，同比分别增长36.9%和39.2%。“补能”始终是汽车产业和新能源车主最关注的话题之一。

今年8月，罗兰贝格最新发布的《智能电动车补能生态体系指数》显示，在经历了2022年的震荡之后，电动车与充电补能市场恢复强劲增长。“尽管一些市场的能源价格波动，但电动车销量和补能基础设施发展等几项关键市场指标仍创下历史新高。”

中国充电联盟数据显示，2023年1~8月，充电基础设施增量为199.8万台，其中公共充电桩增量为47.4万台，随车配建私人充电桩

增量为152.4万台，同比上升24.8%。截至2023年8月，全国充电基础设施累计数量为720.8万台，同比增长67.0%。

车企也在抓紧建设充电站。以蔚来为例，8月29日，随着位于内蒙古自治区乌兰察布市丰镇恒瑞酒店的蔚来超充站上线，蔚来全国第3000座充电站正式落成。蔚来3000座充电站覆盖全国307座城市，东至抚远、西至喀什、北至漠河、南至三沙，覆盖中国四级城市。

数据显示，截至8月29日，蔚来今年已新增布局738座充电站，4439根充电桩。接下来蔚来将加快布局，完成2023年新增10000根充电桩的建设目标。此外，截至8



位于上海嘉定南翔太茂商业广场的极氪能源充电站，每个车位都装有智能地锁，并写有“充电专用”的提示语。

本报资料室/图

月29日，蔚来充电站累计已提供超2500万次充电服务，日均提供充电服务超48000次，并且蔚来充电桩向所有新能源品牌车主开放，其中超80%的充电量是为非蔚来汽车品牌车主提供服务。

乘联会秘书长崔东树称，近年来，我国充电基础设施快速发展，已建成世界上数量最多、服务范围最广、品种类型最全的充电基础设施体系。“目前，充电基础设施仍存在布局不够完善、结构不够合理、老旧充电桩技术落后、服务不够均衡、运营不够规范等问题亟待解决。”

如何应对“望桩兴叹”，浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林表示，最直接的办法就是增加快充桩的供给量，基础设施要跟上需求变化。

实际上，除了超时占位费外，上述不愿具名的业内人士告诉记者，用增加人工值守或者增加智能地锁的方式，来自动识别车牌，非绿牌车辆不能停到车位，都是处理的方法。

9月19日，记者走访了多家汽车品牌和充电桩企业在商场内的充电站，几乎都装有智能地锁，并印有“充电专用车位”“充电桩，油车勿占，损坏地锁，照价赔偿”“本停车位为电动汽车专用车位，禁止其他车辆占用，违者后果自负”等提示语。

于占用了公共资源。“对占用公共资源收费，这是天经地义的事情，当然要做好提前告知。如果新能源汽车充好电长时间不离开，也要收费的。只有通过经济杠杆，才能够让大家形成一种比较有效利用资源的意识。”

“但核心的问题是现在整个充电的服务费或者是充电的毛利率非常低，几乎还不盈利。增加人工或者增加智能地锁的手段，只是增加了整个场站的成本，对于现在的运营商来说，增加了上述成本之后，收益会更低，甚至就不赚钱了。”上述不愿具名的业内人士说道。

“由于充电设施利用率差异大，因此目前充电设施的运营收益压力较大。”崔东树指出：“着眼未来新能源汽车特别是电动汽车快速增长的趋势，需要进一步构建高质量充电基础设施体系，更好满足人民群众购置和使用新能源汽车需要，助力推进交通运输绿色低碳转型与现代化基础设施体系建设。”

## 有望带动百亿级设备市场 新能源汽车年检新规或加速落地

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“客户要是有要求的话，我们会帮客户免费做电池检测。”9月20日，上海嘉定区某4S店的工作人员向王文（化名）如是说道：“客户没有要求，我们这边是不做的。”

王文成为电动车主已经有一年的时间，之所以会跟4S店咨询电池检测的相关事宜，是因为他前些天在网上再度看到新能源汽车自燃的消息，这使得他十分关注电池的安全检测。

实际上，不仅仅是王文，几乎

所有的电动车主都对新能源汽车的电池安全保持着极高的关注度。不久前，网上传出消息，称未来的新能源汽车年检，或将增加电池检测项目，电池状态不合格直接返厂维修或者更换。上述消息一经曝出，便在汽车行业掀起

一波关注热潮。

中邮证券研报则指出：“当前新能源汽车保有量快速提升，但整体年检流程仍然遵循燃油车标准，电池、电机、电控等新能源汽车最重要的动力总成缺乏专用检测流程。”

“纯电动汽车除了不做尾气(检测)，其他都跟燃油车的年检是一样的。”9月20日，多家汽车检测公司的工作人员告诉《中国经营报》记者，目前电动车的年检不做电池检测。

对于电池检测是否有必要纳

入新能源汽车的年检当中，中关村新型电池技术创新联盟秘书长、电池百人会理事长于清教向记者表示，“电池有必要纳入年检，但检测内容应系统、科学、规范，且贴合新能源汽车的特点，重点偏向安全性能检测。”

## 提升新能源汽车安全性能日益紧迫

近些年，国内新能源汽车始终保持蓬勃发展的态势。中国汽车工业协会最新数据显示，2023年8月，新能源汽车产销分别完成84.3万辆和84.6万辆，同比分别增长22%和27%。1~8月，新能源汽车产销分别完成543.4万辆和537.4万辆，同比分别增长36.9%和39.2%。

新能源汽车还有着更高的目标要实现。工业和信息化部等部门发布的《汽车行业稳增长工作方案（2023—2024年）》提出，新能源汽车销量900万辆左右，同比增长约30%。

而作为新能源汽车的“心脏”，动力电池市场表现也很亮眼。中国汽车动力电池产业创新联盟数据显示，2023年1~8月，我国动力电池累计装车量219.2GWh，累计同比增长35.3%。

值得注意的是，新能源汽车和动力电池行业在快速发展的同时，也滋生了相关的行业问题。今年5月，中国消费者协会发布《汽车投诉情况专题报告》称，新能源汽车在发展过程中也面临着一些技术和安全方面的问题。包括新能源汽车电池故障，如行驶

可靠。

为何电池安全广受关注，于清教告诉记者，最新的数据显示，我国新能源汽车市场占有率达到30%，推广量已进入2000万辆级别，提升新能源汽车安全性能紧迫感日益加强。

与此同时，电池安全的检测也广受外界关注。9月5日，工业和信息化部举行工业稳增长系列主题新闻发布会，电子信息司副司长杨旭东表示，加快《电能存储系统用锂蓄电池和电池组安全要求》等标准制修订，持续落实《电化学储能电站安全风险隐患专项整治工作方案》，会同相关部门将锂电池有关强标检测纳入全国质量督察考核内容，促进产品质量提升。

在浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林看来，一方面电池安全性能监测受到关注，是因为其可能会出现在新能源汽车的年检项目中；另一方面也预示着，当前新能源汽车已经从全面鼓励转向了中性，一些规范性政策可能在未来出台，会考虑锂电池车和内燃机车竞争的公平性。

《通知》提出动力电池系统安全排查，企业应排查不同类型动力电池系统（如三元材料、磷酸铁锂、锰酸锂等）车辆装载情况及整车动力电池使用情况，包含车辆续航里程、电池系统总能量等电池特性及信息一致性情况，对车辆和电池的实际使用情况进行核验。信息差异明显的，应采取有效技术措施，保证车辆动力电池使用信息准确

## 或将刺激更多车企推出换电车型

实际上，新能源汽车检测的相关文件已在推进当中。2022年12月，由公安部交通管理科学研究所牵头起草的《新能源汽车运行安全性能检验规程》，目前征求意见稿已正式发布。

征求意见稿指出，随着新能源汽车快速发展，新能源汽车起火、失控等事故频发，运行安全问题不断凸显，迫切需要强化对在用新能源汽车动力蓄电池安全、驱动电机安全、动力电池安全等运行安全性能进行检验，但专门针对在用新能源汽车运行安全性能的检验技术和检验装备还处于空白。

除公安部交通管理科学研究所外，参与起草上述文件的单位有中国汽车工程院股份有限公司、重庆市公安局交通警察总队、多伦科技股份有限公司、石家庄华燕交通科技有限公司。

以石家庄华燕交通科技有限公司为例，其是我国研究、开发、生产汽车性能检测设备的代表技术企业，机动车检验设备覆盖全国30个省市，是中国汽车保修设备行业协会常务理事单位、中国汽车维修行业协会理事单位，其主要负责从检验装备方面提出标准制定意见。

针对新能源汽车起火、失控等

事故暴露出的问题，上述标准充分考虑新能源汽车与传统汽车的区别，规定的检验项目主要涉及新能源汽车高压系统、动力电池、电机、电控系统。

中邮证券研报提出，专属检验规程已发布，期待电池检测纳入新能源汽车年检。征求意见稿提出将对新能源汽车动力蓄电池安全、驱动电机安全、动力电池安全等运行安全性能进行检验，但专门针对在用新能源汽车运行安全性能的检验技术和检验装备还处于空白。

新能源汽车检测新标准落地会使得哪些企业受益？德邦证券指出，新能源汽车检测新标落地有望带来230亿元以上设备市场，设备供应商有望受益。中邮证券研报亦指出，2022年7月重庆新能源汽车检测站开始试运行，12月正式投入使用，该检测站除传统检测项目外，针对新能源汽车配备了充电桩、电安全检测、车载综合检测以及整车安全检测等应用于“三电”的专用检测设备，后续若新能源汽车年检标准落地，有望带来配套检测设备需求放量。

如何做好新能源汽车的电池检测？中国电力企业联合会副秘书长刘永东告诉记者，（若）新能源汽车年检增加电池检测项目对于电池维护具有一定积极作用，但是动力电池的维护与过去燃油车维护不同。电池的产品质量需要了解和掌握电池电芯的运行历史数据，包括电流、电压、温升等大量数据，只有对电池数据进行大数据分析才能了解和掌握电池的产品质量情况。但是目前电池数据一般由车企掌握，不在年检车间，因此，有效掌握电池数据才是电池检测的核心。

来说，算是一个利好消息，出于成本和管理等方面的考虑，或将刺激更多车企推出换电车型，促进换电产业发展。

值得注意的是，如果电池检测出问题，电池维修或更换带来的相关成本问题也是电动车主所关心的。于清教称，“成本承担需要具体情况具体分析，理论上，是因为质量及设计问题，主要责任在车企和电池供应商，车企与电池供应商的全责通常双方已有相应约定；因使用不当带来的安全隐患，或者车主未遵守质保条件，车主可能需要承担大部分责任。”

如何做好新能源汽车的电池检测？中国电力企业联合会副秘书长刘永东告诉记者，（若）新能源汽车年检增加电池检测项目对于电池维护具有一定积极作用，但是动力电池的维护与过去燃油车维护不同。电池的产品质量需要了解和掌握电池电芯的运行历史数据，包括电流、电压、温升等大量数据，只有对电池数据进行大数据分析才能了解和掌握电池的产品质量情况。但是目前电池数据一般由车企掌握，不在年检车间，因此，有效掌握电池数据才是电池检测的核心。

# 比亚迪“出海记”

本报记者 陈婧斌 广州报道

得益于“出海”的先发优势，中国新能源汽车出口市场持续向好，本土车企走出国门的步伐越来越坚实。根据乘联会的数据，

2023年6月，中国乘用车出口超过29万辆，同比增长56%，其中自主品牌出口占比达到84.1%。

值得一提的是，在这其中，比亚迪汽车2023年上半年累计销量突破125万辆，在全球新车销

量排行榜中首次跻身前十。

比亚迪相关负责人告诉《中国经营报》记者，这是中国汽车产业链不断完善、产品竞争力不断提升的表现，其中新能源汽车在出口中也发挥着重要的作用。“比

亚迪构建了电池、电机、电控等新能源核心技术优势，并通过设计、研发、制造、销售、售后服务闭环实现全产业链布局，并不断强化供应链的韧性，在近几年实现了澳大利亚、新加坡、泰国、日本、巴西、哥

伦比亚、德国、荷兰等50多个国家和地区的乘用车出海业务布局。”

新金融专家、经济学家余丰慧告诉记者，比亚迪在全球新车销量排行榜中首次跻身前十，意味着中国汽车品牌在全球市场的

竞争力逐渐增强。“这意味着中国汽车品牌突破了海外品牌霸主的垄断，展示了中国汽车制造业的实力和创新能力，对于整个中国汽车产业的国际化发展具有重大意义。”

## “出海”建厂助力产能释放

比亚迪之所以在“出海”能赢得先发优势，也与其自身的优势以及海外布局密不可分。

近日，泰国AutoLife官网公布的2023年8月泰国纯电车型上牌量数据显示，当月上牌量排名前十的车型中，中国品牌车型占据了8款。其中，比亚迪Atto 3(国内的元PLUS，下同)上牌量总数位居第一。

在9月15日比亚迪合肥基地举办的“元PLUS第50万辆下线暨冠军版上市发布会”现场，比亚迪高级副总裁何志奇表示，今年7月，BYD Atto 3夺得瑞典新能源销量冠军、新加坡纯电车销量冠军，并连续9个月夺得以色列全车系销量冠军；刚刚过去的8月，BYD Atto 3在新西兰夺得纯电车销量冠军；今年1~7月，BYD Atto 3在泰国夺得纯电车累计销量冠军，在哥伦比亚夺得纯电SUV累计销量冠军。

路透社9月19日的报道亦称，比亚迪近期在东南亚市场表现强劲，击败特斯拉等竞争对手占据该地区超过四分之一的电动汽车销售份额。

比亚迪之所以在“出海”能赢得先发优势，也与其自身的优势以及海外布局密不可分。

比亚迪相关负责人向记者介绍，首先是技术上的优势。经过20多年的技术积累，比亚迪已掌握电池、电机、电控等全产业链核心技术，陆续推出刀片电池、DM混动技术、平台3.0、CTB电池车身一体化、易四方、云辇智能车身控制系统等一系列颠覆性技术。

“目前，比亚迪已拥有超6.9万名研发工程师，全球累计申请专利超4万项、授权专利超2.8万项，实



比亚迪唐EV在哥斯达黎加上市，丰富当地新能源产品矩阵。

本报资料室/图

现了技术储备资源的同时也建立了技术护城河。”相关负责人表示。

同时，比亚迪集团还在泰国建设了比亚迪首个海外乘用车工厂，2024年随着工厂开始投产，将更好满足周边东盟国家的需求，加速产能释放。

之所以在泰国建立海外首个乘用车工厂，比亚迪相关负责人介绍，是因为长期以来泰国政府一直积极推动电动汽车产业的发展。

“2022年9月，泰国政府开始实施电动汽车补贴计划，还采取了针对电动汽车的税收优惠措施，例如消费税、道路税和进口关税等，加快普及推广电动汽车。泰国政府计划，到2030年，泰国电动汽车产量预计将占到汽车总产量的30%，泰国或将成为东南亚重要的新能源汽车市场中心。未来通过

泰国乘用车工厂的落地，我们计划将业务辐射到周边东盟国家和其他地区，这对比亚迪积极开拓海外市场，加速产能释放，具有重要的意义。”比亚迪相关负责人表示。

事实上，比亚迪“出海”建乘用车工厂带来发展机遇的同时，也迎来诸多挑战。

据了解，该工厂预计于2024年开始运营。随着首个海外乘用车工厂的落地，比亚迪将充分发挥自身全产业链优势和核心技术优势，结合泰国本土汽车工业的沉淀及规模化产业集群效应，积极推动新能源汽车的普及。此举也将带动相关产业链的发展，创造更多的就业机会，并助力泰国“双碳”目标下的绿色转型。

“当然，我们也面临一些挑

战。比亚迪需要在泰国本土招募

和培养相关领域的人才，将面对跨文化协作和管理的挑战。目前，全球多家汽车品牌逐鹿泰国，抢占电动汽车市场，甚至在泰建厂，市场竞争不可谓不激烈。”比亚迪相关负责人表示。

在诸多挑战下，企业的产品力、技术创新力和品牌影响力是赢得市场和消费者信任的关键。作为同时拥有电池、电机、电控和车规级芯片等全产业链核心技术的企业，比亚迪还将继续坚持“技术为王，创新为本”，未来也将持续深耕前沿技术，打造消费者喜爱的优质产品和服务。同时，比亚迪也会加强与当地政府、经销商以及企业的合作，发挥本土化优势，推动工厂落地及后续投产，为泰国电动汽车市场注入更多动能。

## “出海”引领中国汽车弯道超车

比亚迪出海，对中国汽车产业将起到重要的作用与意义。

立足中国，放眼世界，比亚迪在海外市场也正引领中国汽车实现弯道超车。截至目前，比亚迪乘用车已进入日本、德国、澳大利亚、巴西、阿联酋等54个国家及地区。

今年7月，比亚迪宣布将在巴西投建3座全新工厂，以全产业链优势加速全球布局，并且通过多款车型加强在欧洲市场的布局。

比亚迪相关负责人告诉记者，企业布局全球产业链需要具备前瞻性的战略思维、全球化的视野、成熟的产业链和高度整合的供应链。

“以比亚迪为例，比亚迪构建了强大的供应链垂直整合能力。当前，比亚迪形成了上中下游全产业链闭环，核心零部件基本达到自主研发、自产、自供的水平，凭借尖端研发能力和技术储备，突破供应链困局，有效保障了供应链韧性。此外，比亚迪也将‘安全’刻入了企业的基因，凭借超安全刀片电池、良好的车身刚性、完备的安全控制系统等，保障了产品的安全性，由此也获得了来自不同国家消费者的认可和喜爱。”比亚迪相关负责人表示。

而比亚迪在巴西投建的一系列工厂也是一个很好的例证。2014年，比亚迪在巴西成立了分公司；2015年，比亚迪在坎皮纳斯投建了第一家工厂，生产电动客车底盘；2017年与2020年分别投建了第二、第三家工厂，分别生产太阳能板和动力电池，实现了比亚迪电动产品在巴西的就近配套，也保障了当地供应链的稳定性，同时带动了上下游产业发展，带来更多的就业机会。

这也与比亚迪的“出海”策略

密不可分。比亚迪相关负责人向记者介绍，比亚迪“出海”策略分为“三步走”。

第一个阶段，是比亚迪早期的电池、电子业务出海。1998年，比亚迪在荷兰成立了第一家海外分公司。1999年，比亚迪成立北美分公司。这些分公司为比亚迪建立了海外人才储备，也在海外打响了比亚迪的品牌。第二个阶段，是以新能源公交、大巴等产品为主导的商用车出海。2010年，比亚迪提出了“城市公共交通电动化”战略，开始在全球范围内推广新能源公交车、出租车。第三个阶段，是以乘用车为核心产品的新一轮出海。2020年，比亚迪宣布与挪威汽车经销商合作，将唐EV打入挪威市场。

“这几个阶段体现了比亚迪海外布局策略的变化，未来比亚迪也将持续拓展海外市场，拥抱全球化机遇。”比亚迪相关负责人向记者表示。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力向记者指出，比亚迪“出海”，对中国汽车产业将起到重要的作用与意义。“首先，比亚迪的海外市场开拓经验和成功案例，对中国其他汽车品牌拓展国际市场提供了借鉴和参考。其次，比亚迪在海外建厂和开展合作项目，可提高中国汽车整车企业和零部件供应链的国际化水平，带动相关产业链的优化与升级。此外，出海还能够加强比亚迪自身的产业链合作与全球资源整合，推动其在核心技术研发上的创新与进步。”

# 长城汽车：2-3年完成智能化转型 对新能源车型盈利充满信心

本报记者 陈茂利 北京报道

## 受益于产品结构调整，业绩环比改善

业绩说明会上，长城汽车并没有避讳上半年“增收不增利”的情况。

根据长城汽车发布的半年度财务报告，今年1~6月，长城汽车营业收入达699.71亿元，同比增长12.61%，连续3年实现增长；归属于上市公司股东的净利润为13.61亿元，同比下滑75.69%。

对报告期业绩波动，长城汽车

的解释是，“归属于母公司股东的净利润减少的主要原因是：公司深化向新能源及智能化转型，产品结构调整，基于2023年新产品上市，加大品牌及渠道建设投入，同时坚持在新能源及智能化领域的研发投入，以及汇率收益减少。”

今年上半年，长城汽车研发费用35.09亿元，同比增长10.48%。销售费用32.53亿元，同

比增长46.80%。

分季度来看，2023年一季度，长城汽车营业收入290.39亿元，同比下滑13.63%；归母公司净利润1.74亿元，同比下滑89.34%。长城汽车二季度营业收入、归母公司净利润环比有明显改善，总营收409.3亿元，同比增长43.5%；归母公司净利润11.87亿元，环比增长超500%。

“（二季度）这个利润的增长有赖于整个经营状况的变化，Q1（一季度）向新能源转型，由于公司的新车尚未上市，还在做结构调整，二季度枭龙系列的产品、蓝山陆续上市以后，实现了销量的增长，同时业绩也实现了大规模的增长，今年二季度实现扣非归母净利润9.66亿元，跟去年的二季度相比，实现了28%的增长。”

李红栓表示。

对于三季度以及下半年的表现，李红栓表示，“公司目前销售稳步提升，预计三季度销量环比依旧会有进一步提升，规模效应进一步释放，叠加新车上市带来的销售结构的改善，公司对三季度的业绩充满信心。公司全年的销量目标是160万辆，全年利润目标为60亿元，公司正在向着这个目标努力。”

## 盈亏平衡点取决于市场竞争强度

近年来，“理小蔚”等造车新势力“卖一辆亏多少钱”的字眼经常见诸报端。实际上，不仅造车新势力存在盈利困境，正在向新能源转型的传统车企也面临“新能源盈利难题”，只不过在财报中呈现更为隐晦。

“中国100多个电动乘用车品牌真正盈利的也就2~3个。”长安汽车董事长、党委书记朱华荣曾在2023年中国汽车重庆论坛上表示。实际上，多位传统车企掌门人都曾谈及新能源盈利困境，“增长的新能源汽车不能挣

钱，挣钱的燃油车不能增长”。

今年上半年，某家传统车企一季度创纪录实现了69.7亿元的净利润，结果上半年整体净利润只有76.53亿元，算下来二季度只赚了不到7亿元。原因是二季度将新能源业务板块并入了整体的统计中，加上上半年“价格战”的影响，结果利润大幅缩水。

新能源汽车盈利的关键要素之一就是销量规模。特斯拉成立于2003年，2020年以全年累计49.95

万辆的销量规模首度实现盈利，当年归属于普通股东净利润为7.21亿美元（美国通用会计准则GAAP）。特斯拉从亏损到盈利用了17年时间。

长城汽车新能源业务何时能实现盈利，新能源销量达到多少万辆才能实现规模化盈利？李红栓没有直接回答具体销量数据，而是表示长城新能源盈亏平衡点取决于市场竞争的强度以及零部件的成本波动，随着更多新能源车型的上市带来的规模效应，叠加销售结

构的持续改善，对未来新能源产品实现盈利充满信心。

实际上，在改善产品销售结构方面，长城汽车已经做出了一些取舍。2022年2月，长城欧拉品牌停止对黑猫、白猫两款车型的接单。停单的原因就是亏损。欧拉品牌CEO董玉东曾向记者坦言：“虽然欧拉品牌背后有产业链的优势，但是这两款小车仍给公司带来巨额亏损。”

同时，长城汽车也在力推“盈利能力”更强的高端智能新能源产

品。对比今年一季度、二季度数据发现，随着二季度多款智能新能源产品上市、“放量”，长城汽车单车盈利能力明显改善。2023年上半年，长城汽车单车平均售价增至13.7万元，同比增加1.8万元。华西证券指出，单车平均售价变化主要由坦克/皮卡等高价车型占比提升所拉动。

“在下半年，我们预期随着销量的持续上涨，高端车型的持续放量，利润会有更好的表现。”李红栓表示。

## 加速向全球化科技出行公司进阶

2020年7月，长城汽车提出向全球化科技出行公司转型。3年时间，长城汽车是否完成从传统车企向科技公司的转型？

李红栓告诉记者，长城汽车仍在加速向科技公司进阶，“长城汽车将以新能源和智能化为两大抓手，加速向科技公司进阶，在新能源销量节节攀升后，随着城市NOH（长城汽车智能驾驶技术）等

新技术加速落地，奠定科技公司属性，完成转型。”

穆峰直言，以2023年为起始点，长城汽车还需要2~3年的时间完成智能化转型。“此次公司在电动化、智能化整体的变革，不管是从复杂度上，还是从整体变革所要经历的周期长度上，都是在民用车产品里面最复杂的，也是周期最长的。

包括长城汽车在内的汽车企业在向电动化、智能化转型过程中做了很多探索，但是自动驾驶功能到目前为止，还没有变成消费者真正高敏感性和高黏性的一种功能体验的供给。所以我一直认为，2023年一定是电动化向智能化转型的起始点。”

“2023年，长城汽车的任务是迅速把各品牌的（新能源）产品线

补齐，2024年也是长城新能源产品的大年。”穆峰透露，长城汽车将会加快智能新能源产品投放节奏。

对于下半年行业“价格战”怎么看？穆峰也分享了自己的看法，他强调，长城汽车将坚持长期主义价值观，“罗马不是一天建成的，但我们得想清楚稳定的罗马长什么样，这样才会有建设的基础，否则我们只是随便去东切一块、西切一块，这样未来一定会出现问题。这就是以前说的，‘不谋万事者，不足谋一时；不谋全局者，不足谋一域’”。

“锚定好了，在稳态竞争格局下，长城的愿景，再结合现状，要持续向消费者传递更多的价值，（从）这个维度，我们来做产品。来看长城现在的品牌划分，产品序列，一直以来都遵循这个原则。这是长期主义和价值主义。”穆峰表示。

共建“一带一路”

# 扩容“产业朋友圈” 中国汽车加速驶入东盟市场

本报记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

9月19日,为期4天的第20届中国—东盟博览会(以下简称“东博会”)在广西南宁市落下帷幕。今年是东博会设立的第20年,中国和东盟各国的合作也迈入全新的发展阶段,尤其是汽车领域合作推动双方经贸合作向高水平迈进。

东盟具有广阔的汽车需求,也是中国汽车出口重要的目标市场。中汽协数据显示,2023年1~7月,我国向东盟出口新能源载人和载货汽车、客车及牵引汽车161154辆,同比增长150.94%,出口额达到16.23亿美元,同比增长444.50%。

## 到东盟投资建厂

上汽集团、长城汽车、比亚迪、长安汽车、奇瑞汽车、广汽埃安等中国车企纷纷在东盟投资建厂或宣布“落子”计划。

今年3月,哪吒汽车宣布泰国生态智慧工厂奠基,这将成为哪吒汽车打造右舵电动汽车、出口东盟的主要制造基地,预计2024年1月底投产,建成后产能将达到每年2万台。这不仅是哪吒汽车首个海外工厂,也是中国造车新势力在泰国建设的首家工厂。

哪吒汽车相关负责人表示,通过在东盟本土布局工厂、人才,能够根据当地消费者喜好打造差异化产品,大幅提升产品竞争力,实现更快速的生产和交付。同时,哪吒汽车品牌知名度和美誉度也在当地得到提升,更有利于打开市场。

事实上,泰国是东南亚最大的汽车生产国和出口国,也是仅次于印尼的东南亚第二大汽车销售市场,成为中国车企辐射东盟市场的主要基地。因此,除了哪吒汽车,上汽集团、长城汽车、比亚迪、长安

泰国、马来西亚、新加坡是我国向东盟汽车出口金额前三的国家,其中泰国占80%。

正因如此,《中国经营报》记者注意到,上汽集团、长城汽车、比亚迪、长安汽车、哪吒汽车等中国车企,纷纷来到泰国、马来西亚、印度尼西亚等东盟国家投资建厂;宁德时代、国轩高科、蜂巢能源、亿纬锂能、蔚蓝锂芯等动力电池及原材料企业也来此“开疆拓土”。

市调机构Canalys认为,以泰国为代表的东盟国家持续出台针对新能源产业的扶持政策,叠加中国—东盟自由贸易区建设以及《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)对15

个签署国全面生效等利好因素,中国汽车产品尤其是新能源汽车在东南亚的市占率将由2022年的2.6%快速提升至12.8%。

中国汽车技术研究中心有限公司党委书记、董事长安铁成也表示,中国车企着眼当前发展机遇,开拓布局东盟市场,凭借在智能化、电动化等方面的优势,中国汽车赢得越来越多东盟国家消费者的青睐,东盟已成为中国汽车“走出去”的重要目的地。除整车出口外,全散件组装出口、海外建厂、合资合作等多元化模式也在东盟获得了广阔的发展空间,汽车产业合作共建愈发紧密。

汽车、奇瑞汽车、广汽埃安等中国车企也纷纷在此投资建厂或宣布“落子”计划。

哪吒汽车海外事业部副总经理兼泰国国家销售公司总经理保壮飞表示,目前,泰国新能源汽车产业还缺乏“三电”(电池、电机、电控)相关的供应链企业。这一市场空白在短时间内会影响中国新能源车企在泰国的本地化生产,但这将是泰国车企重新建立供应链秩序的好机会。

记者注意到,去年12月,国轩高科与泰国PTT集团旗下能源解决方案公司Nuovo Plus签订合作协议,双方合资成立泰国国轩有限公司(以下简称“泰国国轩”),共同探索东盟新能源市场,致力于打造电池出口东盟基地。

国轩高科相关负责人表示,泰国国轩业务包括,电池模组和电池Pack的设计、开发、验证

和制造,以及电池管理系统,产品适用于各类车用及储能系统。根据规划,泰国国轩计划于泰国东部经济走廊地区,建设锂离子动力电池的Pack生产线,预计到2023年第四季度一期产线将投产。

无独有偶,今年4月,上汽正大新能源产业园在泰国正式动工,将聚焦锂离子电池等新能源汽车关键零部件的本地化生产,整体项目将于2025年建成;7月5日,在泰国春武里,蜂巢能源泰国工厂正式动工,预计2023年年底完成建设,产能为每年6万套模组Pack。

“除了蜂巢能源和国轩高科,中策轮胎、立中轮毂、长城系曼德线束、上汽延锋座椅等汽车零部件企业都来到泰国,现在每周我们都会接待国内各大零件厂商,估计1~2年内会落地。”保壮飞说。

# “泼天富贵”之后 老国货如何长红？

本报记者 钟楚涵 蒋政 上海报道

9月10日，头部主播李佳琦在直播间言论翻车。“一鲸落，万物生”，此后这一事件带动了一波国货品牌在抖音上的巨大热度。随着国货品牌蜂花在李佳琦相关

## 火爆背后

公开资料显示，9月11~13日这三天内，蜂花抖音官方账号涨粉56.9万人。

趁着李佳琦的热点，9月11日抖音蜂花官方旗舰店前往李佳琦相关视频下留言“可以捡粉丝吗？”国货品牌纷纷蹭此热点，向用户展示老国货的物美价廉。热度之下，有品牌产品售罄，还有品牌在数日间涨粉百万，这被网友形容为“泼天的富贵”。

值得注意的是，当巨大流量到来的时候，品牌确实可以在短期内赚到数倍于平时的钱，但是热点、流量终将会过去。因此，对于国货品牌而言，如何能持续地长红才是真正的挑战。



近年来蜂花一直在尝试产品创新。

视觉中国/图

店第一次开通抖音账号，之后董事长史滨亲自参与直播，其在直播间跳舞的相关视频火遍全网。截至9月21日，抖音郁美净官方旗舰店的粉丝在短短数日间已经超过145万人。

上海家化也紧跟热度，记者从上海家化方面了解到，9月19日其旗下品牌美加净在抖音进行直播，四位美加净资深“老将”组团成为“老Baby天团”坐镇直播间。上海家化方面提供的数据显示，截至9月20日下午，“老Baby天团”的直播首秀为美加净品牌带来1290万人次曝光，新增粉丝数达10万人；旗下产品获得滋养面霜排行榜排名第1，护手霜排行榜、精致丽人榜单第2。

对于这一轮国货火爆的原因，上海爆品码头平台创始人、蓝狙策

划董事长刘大贺向记者表示：“这些国货品牌很会抓热点，纷纷推出79元套餐，多个产品组合极具性价比。另外，‘一鲸落，万物生’，李佳琦直播间巨大的流量需要消费，自然分流到国货品牌上。”

连锁经营专家李维华向记者表示：“老牌国货一直都很便宜，这是一个基础条件。除此之外，老牌国货还有很好的消费基础和情感基础，很多年纪大的人对这些品牌很熟悉，而年轻人则有爱国、民族自信的情绪存在。另外，实际上不少老牌国货一直在学习新的商业模式、营销模式，只不过没找到一个合适的机会来宣传推广自己。以前也一直在搞流量，但是搞起来需要天时、地利、人和，在这一次李佳琦事件中他们就抓紧了。”

赖阳指出，企业如果要长红则

## 新国货VS老国货：不同的打法

新国货品牌和老国货品牌其实在走两种不同的发展路线。

在“79元可以买到多少国货产品”的背后，是消费者对于很多新国货品牌价格的不认同以及对于低价高品质产品的向往。在此背后，新国货品牌和老国货品牌其实在走两种不同的发展路线。

以花西子为例，品牌一直打造东方美的形象，在包装上非常有创新。但是产品价格经常被消费者认为过高。

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指出：“一些新消费品牌存在的问题在科技研发和设计时尚两者之间的平衡上，有的品牌更看重短期的效果和时尚设计，在设计上和国际品牌相比不差，包装设计很漂亮甚至还有创新，很受消费者喜欢，但在研发上相对短板，有些只是靠

代工厂，因此导致复购率不高。而国际知名品牌每年会拿出很多资金来做研发投入。因此，品牌得有自己的研发和独特的价值，在这方面有的国产品牌相对缺乏竞争力，所以如果价格定高了就可能会翻车。”

对于解决以上问题的方法，赖阳认为：“需要加强研发升级，靠表面的文章肯定不行，产品需要让消费者主动、不断地买。”

与新国货相对比，以蜂花为代表的很多老国货品牌一直保持着非常亲民的低价。天猫蜂花旗舰店价格显示，1L小麦蛋白护发素仅售21.9元。根据蜂花此前的说法，产品在10年中仅仅涨价了2元。根据天猫郁美净旗舰店价格，50克儿童保湿霜仅售31.8元。

对于蜂花等老牌国货之所以可

## 如何长红？

企业如果要长红则需要持续投入。

火爆之后，老国货能否长红也成为一个热议的话题。“一个品牌，如果消费者非常认可且有很好的价格增值，一定是在科技研发、创新时尚设计上都有比较大的投入和持续的突破。现在消费者对于产品的品质标准、科技研发的要求以及现代时尚的设计标准都在提高，同时这些年不断有新的品牌出现，很多品牌在成长、发展，比如像国际品牌的护肤品都是以亿为单位进行研发投入。而我们有的老国货品牌是在经济匮乏时期发展起来的，研发也在努力提高，但是跟现在的主流大品牌相比还有一定差距。”

赖阳表示。

赖阳指出，企业如果要长红则

需要持续投入。“相当多的国货品牌要在热闹之后依然有很好的发展，那么就可以利用这一轮获取的收益，对自己做更大的升级和投入的改变。老国货的焕新和企业的持续升级投入相关，企业需要根据市场的变化，不断进行研发和设计上的投入，同时内部也要有足够的体制机制去应对市场的变化、研究市场的变化。”

以蜂花来说，记者在在其微信公众号了解到，近年来蜂花其实一直在进行产品创新。此前研发推出了爆品无硅油洗护系列、精油洗护系列、蜂花诗语香氛洗护系列；2019年研发推出蜂花九樽植萃固发防脱系列产品，此产品配方也获得了国家发明专利。同时，在生产

方面，2019年其以智能工厂标准建造的蜂花产业基地正式开业，总投资近4亿元，有12条流水线，其中7条全自动生产流水线实现了从制造到智能制造的转变。

对于国货品牌长期持续发展的建议，白云虎表示：“第一，进一步深入挖掘中国文化和品牌价值，从而赋能到老国货身上；第二，深入加大对国货配方的科研力量；第三要顺势而为。”

“如果巅峰留不住，那就重走来时路”，活力28衣物清洁旗舰店在其抖音账号上如此写道。多年以来，消费市场环境已经发生了巨大的变化。当下，老国货要焕新虽然还有很长的路要走，但是仍值得期待。

中国经营报  
CHINA BUSINESS JOURNAL



扫码了解更多

以人为本  
科技向善而行

# 子品牌“羊肉事件”波及巴奴：受冲击的“产品主义”

本报记者 蒋政 郑州报道

在过去的2周，因为超岛火锅旗下门店羊肉卷包含鸭成分一事，巴奴毛肚火锅创始人杜中兵和超岛品牌创始人杜奔父子与他们所掌舵的巴奴、超岛，长时间占据各大平台热搜。

## “如果不是我儿子，超岛和巴奴没有任何关系”

相关信息显示，超岛为巴奴集团旗下子品牌。

“超岛火锅平时运营都是独立的，他们的采购、决策、品牌管理都是独立的。大家可以这样理解，如果杜奔不是我儿子，(超岛火锅)跟巴奴什么关系都没有。”9月16日，巴奴创始人杜中兵面对前来工厂探访的消费者表示。

这种切割源于日前巴奴旗下子品牌“超岛自选火锅”卷入“假羊肉”风波。

9月4日，有博主发视频称，“超岛自选火锅”北京合生汇店卖“假羊肉”，高钙羊肉卷被检测机构检测出鸭成分。该博主还提到，该门店公示栏中显示，主要食品原材料由巴奴中央厨房统一配送。当时现场工作人员表示，“我们和巴奴是一家的”。

相关信息显示，超岛为巴奴集团旗下子品牌，由巴奴火锅创始人杜中兵之子杜奔创立。目前在北京拥有超岛串串火锅与超岛自选火锅两个品类。

超岛火锅方面在9月5日回应称，涉事羊肉为超岛独立采购。巴奴在9月6日和7日分别回应称，超岛为巴奴集团旗下品牌，但后者独立运营，巴奴负有不可推卸的监管责任，并根据超岛团队最新送检报告显示上述博主属实，巴奴开始进行赔付工作，涉及8354桌，总额约为835.4万元，每桌可领取1000元。

超岛品牌创始人杜奔自9月8日通过抖音直播的形式进行赔付工作，一直持续到9月11日。记者了解到，截至9月21日上午，已赔付534万元。

自始至终，巴奴承认超岛是其子品牌，并主动认错进行相应赔付。但其均强调后者在实际经营中为独立运营，并未与巴奴共用供应链体系。在这场“羊肉”风波中，认错和切割成为了巴奴回应的主要基调。

杜中兵表示，超岛的门店数量比较少，很多都是零星采购。因为超岛的体量较小，且定位与巴奴不

同。巴奴在北京的客单价为170元左右，超岛的客单价是70元~80元不等，供应链无法共享。

杜中兵解释，儿子创业选择了火锅，因为与巴奴有同业竞争的嫌疑，所以就必须将它纳入到巴奴体系内。“大家可以这样理解，如果我不是我儿子，(超岛)跟我啥关系没有。如果没有同业竞争的说法，它不可能跟巴奴在一起。”

公开资料显示，成立于2001年的巴奴，在2020年首轮获得亿元融资。香颂资本执行董事沈萌告诉记者，如果两者是直接竞争统一目标消费者群体，那就属于同业竞争。

杜中兵坦陈，尽管超岛运营都是独立的，但在招聘环节、一些制度的建立等方面，超岛会借用巴奴的资源。

根据相关公告，此次赔付工作由巴奴牵头进行。“巴奴采用这样做法的目的，一个是让顾客知道我们并不是主观的，另一个是让顾客清楚我们做人没问题，是事儿没做好。”杜中兵说。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示，作为巴奴的子品牌，超岛在日常经营中无形中就有巴奴在做背书。无论是否独立运营，巴奴都负有监

管责任。这也提醒巴奴，应该严格规范旗下所有业务板块的流程和合规管理。

盘古智库高级研究员江瀚认为，企业形成品牌矩阵可以满足不同的消费者，提升品牌知名度和市场占有率。但遭遇舆情时，高关联的产品矩阵更容易受到负面影响。可能因为一个事件波及所有品牌。

多位行业人士表示，在餐饮行业尤其是火锅赛道，杜中兵具有较高的知名度。他个人在餐饮领域的相关动作，均会与巴奴产生较强的关联。“企业与创始人的绑定，要警惕‘一荣俱荣，一损俱损’的情况。如果创始人出现决策失误，整个企业就缺失弹性的回旋空间。”沈萌说。

顶层设计专家、清华大学品牌营销研究员孙巍告诉记者，巴奴事态后应对的态度和做法是坦诚的，这对自身品牌修复有一定的帮助。还需从更多维度与消费者加强互动和沟通。

据了解，巴奴正在计划组织消费者探访巴奴内蒙古草原羔羊原产地及供应链活动，试图以此动作赢得消费者的信任。

巴奴方面多次强调子品牌为独立运营，希望能够斩断外界与自身的关联，并计划向相

关消费者赔付835.4万元，以此谋求外界的谅解。

但舆论依然指向这家客

单价已超海底捞的火锅品牌，

并重新审视其“产品主义”的内核。

多位行业人士告诉《中国经营报》记者，巴奴卷入此次

风波是新商业文明中企业如何操盘多品牌的重要案例，更是一堂创始人与品牌强关联下的风险规避公开课。



根据窄门餐眼数据，截至9月8日，巴奴门店数103家。

视觉中国/图

## 如何理解“产品主义”？

2015年前后，杜中兵提出“产品主义”概念。

事实上，这已经不是巴奴首次冲上热搜。此前，因“天价土豆”事件也被外界关注。结合不断提升的客单价，业界及消费者开始重新审视巴奴所推崇的“产品主义”。

2015年前后，杜中兵提出“产品主义”概念，标榜食材优质、菜品新颖，并要求以消费者为中心，贯穿消费者到店到离店的每个环节。

在朱丹蓬看来，巴奴此次强调超岛与巴奴相互独立，其目的在于希望维护巴奴多年传播的“产品主义”理念。毕竟，上述舆情事件与“产品主义”是对立的。

杜中兵表示，巴奴推崇的“产品主义”包含四层含义。一是产品品质，这是最基本的保障。为此，巴奴打造第三代供应链，即能冷鲜不冷冻、能天然不添加、能当天不隔夜。在此背景下，巴奴推出巴奴拽面、黑豆腐、笨菠菜、鲜鸭血、乌龙冰粉、新西兰毛肚、井水黄豆芽等多个大单品。

二是竞争差异化。巴奴最开始也在模仿海底捞，后来在1000

份调研中，70%的答复提到不是冲着服务来消费，还强调巴奴的毛肚和菌汤好喝。“所以巴奴就把顾客的那句话挂在门口，‘服务不是我们的特色，毛肚和菌汤才是。’也是自此之后，我们的客单价和翻台率都超过了竞品。”杜中兵说。

三是餐饮讲究初心，应坚守自己的核心价值。所以直到现在，巴奴不做外卖、不搞新零售、不卖周边。“我们始终清楚，我们就是开火锅店的。”

四是情感归属。一款美食代表着一个城市的符号，是一群人的心理归属。所以巴奴一直都非常重视每一个菜品，它传递着情感。

江瀚告诉记者，彼时，海底捞的服务特色在火锅产业备受推崇，巴奴提出“产品主义”是在对标海底捞。

多位行业人士告诉记者，巴奴保持高曝光度，一方面在于自身经营，另一方面在于与海底捞的强关联。它的宣传语从“服务不是我们的特色，巴奴和毛肚才是”升级为“服务不过度，样样都讲究”。

“类似策略在行业内较为常见，比如瑞幸咖啡与星巴克。通过与行业头部的关联和定位，带动自身的流量和认知。”孙巍说。

不过，江瀚也提醒到，巴奴需要持续保持产品质量和服务水平的稳定性，以免被“产品主义”反噬。

值得注意的是，尽管巴奴强调“能冷鲜不冷冻”是第三代供应链的一部分，但并非所有食材都采用冷鲜。巴奴的羊肉产品便是冷冻产品。

杜中兵告诉记者，目前还不能做的所有食材都是冷鲜。巴奴食材采用冷冻的主要集中在肉类和丸子。他提到，巴奴羊肉均来自内蒙古天然羔羊。每年的八九月份必须集中屠宰，然后用冷冻的方式存储在冷库，分供全国门店。

杜中兵认为，市场上的现切羊肉都是饲料羊。在他的认知中，其品质不及内蒙古的天然羔羊。“我们整体一个原则是，如果(食材)鲜的好就用鲜的，(食材)冻的好就用冻的。”

## 回应上市传闻：没有任何计划

杜中兵表示，巴奴的规模大小并不是自己的主要诉求，公司也不太会关注规模。

仅从营收规模上来看，巴奴并非行业第一梯队。

最新财报数据显示，今年上半年，海底捞营收188.9亿元，较去年同期增长24.6%；净利润22.6亿元，接近2019年全年净利润。同时，海底捞在大中华区经营1382家海底捞餐厅。而根据窄门餐眼数据，截至9月8日，巴奴门店数103家，客单价为136.75元。以其单个门店平均年营收2000万元计算，巴奴年营收在20亿元左右。

对此，杜中兵表示，巴奴的规模大小并不是自己的主要诉求，公司也不太会关注规模。

与此同时，外界颇为关注巴奴上市事宜。

在今年4月份，巴奴火锅有限公司发生工商变更，美味森林餐饮管理(郑州)有限公司成为全资股东。据悉，美味森林餐饮管理(郑州)有限公司只有一个股东，系巴奴毛肚火锅(香港)有限公司。

彼时就有业内人士表示，此举或是其为香港IPO上市做准备，要搭建红筹架构。

“关于IPO目前没有任何计划。”杜中兵表示，餐饮行业有很好的现金流，它的发展不是靠融资起来的。企业要想上市得有几个条件需要完善。一是完善内部所有

的经营数据，二是得把规划梳理出来。巴奴目前是一步一步做。

他还提到，不管是IPO一线市场、二线市场以及银行贷款，都是融资的手段。每一个环节都是看自身的势能。“等到我们认为融资对我们也很重要的时候，我们再去准备。”

相关信息显示，巴奴的首轮轮融资是在2020年3月。番茄资本以近亿元资金投资巴奴。此后巴奴公司架构虽有调整，但番茄对巴奴的投资总额无任何变动。番茄资本创始人卿永曾公开表示，“番茄资本持续看好巴奴，短期内没有退出计划。”

# 酒店“住着玩”成潮流 本土品牌强势崛起

本报记者 蒋政 郑州报道

伴随着休闲度假时代的来临，消费者“住着玩”的诉求大大提升，我国度假酒店市场获得快速增长。

不同于城市商务酒店强调“休息”属性，休闲住宿业态更追求“玩”的元素，业内更习惯从细

## 本土度假酒店品牌崛起

距离“十一”假期还有10天时，张虹(化名)却早早预定好了位于河南信阳南湾湖的开元观堂酒店。常年在北京工作的她，计划在假期拉着同事和家人感受一下当地的民俗风情。“现在预订‘十一’的客房，价格已经涨了一倍左右。如果定的晚了，房价只会更贵。”她告诉记者。

根据多家酒店集团提供的记者的数据，随着小长假的来临，休闲度假酒店迎来预订高峰。除了传统目的地城市之外，诸多低线城市、乡村游也成为大家的主要出行目标。

深耕下沉市场的尚美数智相关负责人告诉记者，公司旗下中高端度假品牌花美时、假日美地的“十一”预订率已经超过前两年同期的水平，同比增长到115%，消费者对高颜值、以旅游度假为特色的商品充满了期待。

华美酒店顾问机构首席知识官、高级经济师赵焕焱表示，近年

分场景加以区别。“正因此，我国拥有诸多区域特色的宝藏酒店，它们以得天独厚的自然地理环境和风俗民情，在细分市场拥有不可取代的地位。”赵焕焱告诉《中国经营报》记者。

记者注意到，诸多平台类企业更加重视休闲度假品牌。大众点评已经发布四年的“必住榜”，在今

年来，国内度假住宿业态的发展远远超过商务酒店、会议酒店。这反映出国民收入提高后，消费水平相应提高，休闲旅游的份额已经超越商务会议，个性化的需求成为迫切需要。在这个背景下，出现了度假酒店的主题细分，度假酒店、特色民宿、露营地等齐头并进，呈现繁荣的景象。

以民宿为例，莫干山民宿群、携程度假山庄、乡野精品度假民宿飞茑集、西北本土村落原貌的黄河宿集产品，都已经在国内形成了较高知名度。

记者注意到，诸多酒店预订平台同样给予度假酒店诸多流量支持。美团联合大众点评已经发布四届的“必住榜”，在今年首次将主题定义为休闲度假，并设定了“自然风光”“亲子玩乐”“城市美景”“特色建筑”等九大主题。

据了解，因为国内休闲度假需求的增加，该榜单中首次上榜的酒店超过4成。更加重要的是，

年首次以休闲度假为主题，发布了8个细分场景的酒店名单。其中，超过30%的上榜酒店均为本土区域性酒店品牌。

多位业内人士告诉记者，国际品牌在国内高端度假酒店市场仍占据重要位置，但是本土度假酒店品牌凭借对传统文化和自然资源的深度挖掘，正在提

供更多颇具竞争力的度假酒店产品。

“本土品牌应该深度挖掘客户需求，并发力在地化产品。通过软硬件结合，将当地文化与民俗风情转化成定制化产品来服务消费者，以此形成品牌的特色和护城河。”景鉴智库创始人周鸣岐告诉记者。

及在地化设计。

多位行业人士认为，国际酒店集团在这一细分市场仍然具有很强的品牌力，但本土酒店品牌正在强势崛起，通过差异化竞争输出更多特色产品。德胧方面告诉记者，公司发力休闲度假酒店主要集中在城市更新和乡村振兴。城市更新让传统高端酒店焕发升级，很多酒店翻牌后关注社群关系和服务品质。而乡村振兴让高端度假酒店业态与乡村生态环境和人文环境相契合。

华住方面告诉记者，公司旗下有13个高端品牌覆盖生活方式和休闲度假领域，今年有花间堂、施柏阁、施柏阁大观、宋品、美仑等五大品牌入围必住榜榜单。

另据记者了解，锦江正在孵化暖阁、云居系列等度假酒店品牌。君亭酒店则正在探讨旗下品牌放开加盟模式，以寻求更快地发展。

## 深耕在地化产品

不可否认的是，国内高端度假酒店市场，国际品牌仍占据很大优势。在张旭云看来，本土头部集团通过引入国际品牌和孵化本土品牌等路径切入这一市场。

行业形成了国际酒店品牌、本土酒店集团和区域小众本土品牌共享蛋糕的市场格局。“本土品牌要想切走更多市场，应该在差异化和细分市场上多做功课。

君亭酒店集团副总裁在接受媒体采访时表示，度假酒店产品讲究稀缺性。君澜在度假产品层面是根据每个酒店的特色，深挖属地稀缺资源，将标签做得更加明显。通过稀缺资源打造出自己的核心产品，进而形成竞争力。

尚美数智则更强调属地文化的挖掘。该公司相关负责人表示，同国际品牌相比，本土品牌的突破之处在于能更懂当地文化习俗，也能更深入挖掘并呈现本地文化特色。同时在关注乡村振兴以及可持续发展下，提供创新的个性化度假体验，满足现代消费者多元化度假需求。

“公司旗下的花美时注重属地特色体验，围绕属地化美食美景打造本土风情体验。而假日美地更加注重仪式感，侧重属地风情与东方文化的融合。只有通过不同品牌的差异化产品，才能赢得更多消费者。”上述负责人表示。

张虹对此表示认同。她告

诉记者，自己选择南湾湖的开元观堂酒店，就是看重了它们酒店丰富的文化体验活动，可以向来自外地的同事展示当地民宿风情。

德胧方面还提到，在乡村振兴的大背景下，任何联动都不是小事，本土品牌往往具备更好的“沟通能力”，文化与理念的契合，扎根于本土的资源优势，在解决复杂性问题上，有出众的表现。

“本土品牌需要更加了解客户需求，在地化产品需要软硬件结合。硬件包括酒店设施和当地的自然风光。软件则是结合当地文化、民俗风情等软实力，转化成实实在在的产品，并通过定制化套餐的模式服务消费者的多元化诉求。”周鸣岐说。

他举例道，深耕藏族文化的松赞酒店，在2018年切入定制游服务，以旗下酒店为纽带，结合当地不同季节的风格特色，制定出具有藏族地域文化的游玩路线和产品。整体来看，市场反馈挺好。

“休闲度假需求的释放，消费者诉求由住转向玩，整个行业都面临着升级和变革。在这样的背景下，本土品牌拥有了更多的展示机会。从民宿到露营再到各种野奢营地，都能看到本土品牌在诸多细分场景上的探索。这对于我国酒店产业的发展具有重要意义。”张旭云说。

# 中秋将至消费迎增长 市场逐步回归理性

本报记者 孙吉正 北京报道

今年十一黄金周，中秋撞上国庆档，商家们纷纷将此档期作为下半年业绩释放的重要节点。《中国经营报》记者注意到，从目前旅游行业的数据来看，消费迎来了强增长。其中，在商品消费领域，月饼礼盒等消费预判依旧会稳定增长，但今年，伴随着相关部门的强力监管，“天价”月饼、“纸蟹”等问题将逐步得到改善，这也反映出整体的消费市场朝着理性和实用方向发展。

相关政策的出台和监管部门的介入，使得中秋国庆消费档期的“奢靡”之风逐步退去，消费者也更理性地看待假期消费。从长远来看，中秋国庆档的主要消费产品依旧正向增长，且势头不会受影响。”中国食品产业分析师朱丹蓬说。

## 礼盒的变迁

从统计数据来看，月饼的整体销售数据并未因此受到太大的影响。

“从去年开始，中秋礼盒价格开始明显下降，主要原因还是相关部门对于过度包装的整治和管理，所以现在无论是高档还是中档礼盒，总体成本相差不多。”一名酒店的销售人员告诉记者，按照其说法，今年的中秋礼盒无论是从大小还是规格均有所减少，尤其是之前很多礼盒都是以月饼加酒或者茶叶的形式体现高端性，如今，这类礼盒成为相关部门重点的监管对象，“月饼礼盒只能有月饼，不能有其他任何的产品，这样一来，就限制了月饼礼盒的价格。”

记者注意到，去年8月15日，市场监管总局批准发布了GB 23350—2021《限制商品过度包装要求食品和化妆品》国家标准第1号修改单，其中严格限制了所有节日礼盒的包装规格，并具体给出了“对于销售价格在100元以上的月饼和粽子，将包装成本占销售价格的比例从20%调减为15%；对于销售价格100元以下的月饼和粽子，包装成本占比保持20%不变”的硬性要求。此前，国家发改委等多部门也联合发布了《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》，有关部门持续加大“天价”月饼整治力度，对单价500元以上的盒装月饼实施重点监督。

“一般情况下，一盒月饼通常为6-8块，以北方常见的口味来看，即便是纯手工制作的，其成本一般不会超过200元，如果是委托加工厂制作，生产成本则低至50元左右。”上述销售人员告诉记者，从酒店的销售渠道来看，为了避免被监管部门重点监督甚至被处罚，在价格上均低于上述规定价格，“单纯从月饼来看，没有什么附加价值和溢价属性，月饼价格确实很难卖到500元以上。”

值得注意的是，根据人民网的相关文章，依旧有品牌通过倒卖加价、隐藏关键词、组合溢价的方式变相提高月饼价格，“诸如此类的‘耍花招’‘抖机灵’是彻彻底底的对市场监管规定的无视，同时也提醒有关部门对‘天价’月饼的全面监管需进一步加强。”

虽然相关政策限制了“天价”礼盒月饼，但从统计数据来看，月饼的整体销售数据并未因此受到太大的影响。根据宇博智业机构统计的数据，2015-2021年，中国月饼销售额呈上升趋势，从131.8亿元增长到218.1亿元，增长了65.4%；2022年，中国月饼销售额达到243.8亿元。

“虽然限制了月饼礼盒的单价和规格，但是整体消费量依旧向上，说明大众对于月饼的消费热情是不断上升的，限制‘天价’月饼本身就是消费者和市场共同期望的事情。”顶层设计专家、清华大学品牌营销研究员孙巍表示，月饼的本质是食品，近年来大家越来越看重包装所带来的“附加值”，而忽略了月饼本身的食品属性，过度包装引起了消费者的反感，因此相关部门顺应民意，整治了相关产业乱象，促进其良性发展。

# “村咖”火出圈 咖啡行业打造新场景

本报记者 许礼清 北京报道

打工人的“续命”咖啡，在乡村呈现出了“诗和远方”的浪漫风味。

《中国经营报》记者注意到，在乡村振兴和咖啡行业走向下沉市场的大背景下，一众创业者开始投身于乡村咖啡，在城市远

## “村咖”火出圈

乡村咖啡带来的文艺氛围，在上海最为浓郁，这个全球咖啡馆最多的城市，咖啡已经融入了它的每一条“血管”当中。记者了解到，在上海，包括naonao森林咖啡、雨水花园、仙桃咖啡、素沁堂、花隐咖啡等咖啡店都已经成为了出圈的火爆匹配。

这些咖啡店的共同点都是开设在上海的城郊地区，设计清新自然，区别于高楼大厦里的咖啡店，乡村咖啡为消费者提供了放松身心的场所。

同样的业态还出现在北京，在京郊密云，“村咖”已经超过了10家。

经营情况也不错，根据媒体报道，西田各庄镇龚庄村的“静喧”精品民宿，精心打造“风儿CAFE”咖啡厅，日均营业额达2000元；溪翁庄镇金叵罗村的“老友季”民宿里，100平方米的咖啡厅每月能带来3万-5万元的收入。

更为密集的是湖州安吉，在这个不到60万人口的县城里，却有着300多家咖啡店。

实际上，乡村咖啡雨后春笋般出现与咖啡行业的整体发展趋势

相符合的，《2023年中国咖啡洞察报告》显示，目前国内四线城市的咖啡订单量同比增长高达250%以上，咖啡市场正在迅速下沉。

清华大学品牌营销顾问孙巍认为，咖啡是当下城市年轻人的一种时尚生活社交方式，这种文化如今已经从大城市流传到四五线城市。它反映了在互联网社交时代，年轻人追求流行时尚，猎奇好学，城市和乡村的界限正在拉近，任何一种流行文化都会很快传递到全世界。

在消费端，“村咖”也成为了年轻消费者的新潮解压方式，以京西妙峰山的弯道咖啡为例，

是相符的，《2023年中国咖啡洞察报告》显示，目前国内四线城市的咖啡订单量同比增长高达250%以上，咖啡市场正在迅速下沉。

清华大学品牌营销顾问孙巍认为，咖啡是当下城市年轻人的一种时尚生活社交方式，这种文化如今已经从大城市流传到四五线城市。它反映了在互联网社交时代，年轻人追求流行时尚，猎奇好学，城市和乡村的界限正在拉近，任何一种流行文化都会很快传递到全世界。

在IPG中国首席经济学家柏文喜看来，“村咖”火爆出圈的原因有多个：消费者对于乡村风情的追求和对于美好生活的向往使得乡村成为他们消费休闲的理想场所；咖啡文化的普及和传播使得咖啡成为一种时尚、社交的象征，而这种文化元素通过与乡村相结合，进而激发了人们对“村咖”的高度关注。消费者的消费心理已发生了明显变化，不再认为咖啡仅仅是城市白领的标配，而是更加注重产品品质

骑着摩托车或者自行车跑山，然后在弯道咖啡喝一杯咖啡，看一看风景，已经成为了不少年轻人的周末日常。

在行业人士看来，打造新的消费场景能够为咖啡行业带来新的增长点和发展空间。咖啡

已经不再是城市白领的专属饮品，通过在乡村等地打造新的消费场景，能够将咖啡文化引入更多人的生活中。这对于咖啡行业来说有着积极的意义，不仅拓展了新的市场空间，也推动了咖啡产业的可持续发展。



“村咖”咖啡师为游客现场制作咖啡。

和消费场景。

“乡村咖啡的发展，既有城镇化加速的原因，也有旅游业带动的因素，更多的原因离不开整个中国咖啡消费人群基数的扩容。此外，无论是星巴克还是瑞幸咖啡，他们在助推中国咖啡市场火爆的同时，也培养出很多的咖啡专业人才，从业者的激增，让‘咖啡下乡’成为现实。”中国食品产业分析师朱丹蓬表示。

有行业人士告诉记者，咖啡下沉确实是一个趋势，而“村咖”通过

## “纸蟹”乱象好转

早前，蟹卡的超发、空转现象就引发了舆论的关注。

中秋国庆时段，除了月饼，最火的无疑应属大闸蟹。由于礼品便利性的需要，大闸蟹兑换券成为了众多消费者的首选。但“纸蟹”带来的问题在近年来被各级媒体曝光。

曾有北京通州八里桥批发市场的商家告诉记者，“很多蟹卡都是在我们这些批发市场出的货，只要买家需要，我们可以定制任何价格的蟹卡。”

对于消费者来说，蟹卡主要问题还是价格虚标，且产品质量和分量不能得到保障。企查查App信息显示，苏州多家大闸蟹公司被列入经营异常名录。列入原因均为通过登记的住所或者经营场所无法联系。此外，诸如厂家销售完蟹卡跑路的投诉充斥在各个维权平台上。对此，央视等多家媒体均多次警示消费者，蟹卡本身属于预付消费，并呼吁将蟹券纳入预付费卡监管。

记者了解到，早前，蟹卡的超发、空转现象就引发了舆论的关注。市场上占据主流的蟹卡基本上来自食品公司或销售公司的批量生产。据了解，蟹卡超发、空转现象普遍，这导致消费者兑换了困难。

“大闸蟹的生长主要依靠天气，必须等到产地的温度逐步下降，大闸蟹才是食用的最佳时段，比如去年江苏等地降温较晚，大闸蟹到了11月底最肥，这才到了贩卖季节，而这时早已经过了中



有关部门对单价500元以上的盒装月饼实施重点监督。

视觉中国/图

秋佳节。今年中秋节较早，即便预订了大闸蟹，商家也很难在国庆前集中发货，即便发货，大闸蟹的口感和肥美程度也难以保障。”上述商家告诉记者。

虽然很多头部的商家不存在联系不上，以次充好、缺斤少两的问题，但仍旧有消费者投诉根本

无法预约到螃蟹。有消费者反映预约的时间仅有一个月，但平台上所有的日期均已被预约满。“蟹卡的有效期很多是3年，而一些商家是如果今年产量高，卖得好，就可以正常供应；如果产量不佳，直接显示今年的螃蟹已被预约完了。”一名黄牛告诉记者。

中秋佳节之前，尤其是高档白酒的价格会有所上升，中秋节之后回落，但今年这一动作不明显。江苏的一名经销商告诉记者，今年中秋国庆档期白酒依旧延续上半年的态势，将继续让利于消费者，以达到动销不降低。

同时，该经销商告诉记者，今年上半年婚宴的白酒消费明显上升，尤其是在国庆档期的预订用

酒，成为了主力消费渠道，但商务和家庭消费比例并没有太大的增长，“这类消费依旧靠降低和优惠在推进。”但从消费量来看，今年的国庆消费量较前几年有着非常明显的上升。

对于今年的白酒消费情况，国泰证券的研报显示，5月以来行业数据及端午假期数据平淡，一方面，5-6月为行业淡季，波动较

大是正常现象，且今年端午推迟，存在错位因素；另一方面，市场调研反馈多为经销商主观感受。行业当前仍处于淡季，销售端波动对酒企全年任务影响较小。

“今年下半年，酒类消费市场有一定的压力，但涨价不是主流，更多的还是消化库存，刺激消费、加强动销是企业的主要工作。”白酒行业专家蔡学飞表示。

## 如何实现可持续发展

实际上，在乡村振兴的战略背景下，“村咖”的发展机遇是十分丰富的。柏文喜认为，通过咖啡引领，乡村产业链可得到更多拓展和发展，咖啡作为一种特色产业，可以带动当地的农产品销售并增加新的经济增长点；乡村人口流动加大，发展咖啡产业可吸纳更多的人才回归乡村发展，提升农村经济，培育新型农业经营主体。

咖啡爱好者张小姐告诉记者，自己在度假的时候会买一杯用于山野拍照，还有一些店面装修好看的店，自己出于猎奇心理也会想尝尝。

但对于任何一个实体门店来说，成为“网红”打卡地都不是最终的目标，追求更多的反而是客流量的持续。

在一片繁华的另一面，对于乡村地区来说，相对于城市咖啡店，通常人口较少，市场规模相对较小。这可能限制了咖啡店的潜在客户群和收入。因此，在乡村地区运营咖啡店需要仔细评估市场需求和潜在盈利能力。

对于客流的来源，柏文喜告诉记者，年轻人特别是都市白领和年轻艺术家因对于乡村生活和自然环境的向往而成为咖啡店的主要消费群体，尤其是乡村旅游的发展及外来游客的增多，能够为乡村咖啡店的发展提供更多的潜在顾客。

在吸引消费者方面，记者注意到，不少乡村咖啡的选址都考虑到交通的便利性和人流量问题。以京西妙峰山的弯道咖啡为例，其设立在盘山路的旁边，有两处公共停车场供游客、摩友

停车；北京密云区开设的乡村咖啡馆，主要消费人群也是骑行爱好者、民宿消费者等；在上海同样如此，有媒体报道称，花隐咖啡周边有周浦花海、素沁堂离青溪老街步行5分钟，这些乡村咖啡馆的客流量与景区客流量紧密相关。

同时，店主们也在通过拓展消费场景来吸引消费者，如定期举办音乐表演、艺术展览和读书俱乐部等文化活动，丰富乡村社区的文化生活，也吸引消费者的驻足。

“通过与乡村结合，咖啡消费场景扩展到了创意农庄、山景别墅、自然生态等乡村特色场景。打造新场景不仅可以吸引更多的消费者，也能创造更具特色的消费体验，提升消费者对于咖啡消费的付费意愿。”柏文喜表示。

有行业人士告诉记者，打造新的消费场景，不仅能够给单体咖啡店带来业绩提升，也能够为咖啡行业带来新的增长点和发展空间。咖啡已经不再是城市白领的专属饮品，通过在乡村等地打造新的消费场景，能够将咖啡文化引入更多人的生活中。

这对于咖啡行业来说有着积极的意义，不仅拓展了新的市场空间，也推动了咖啡产业的可持续发展。

在此背景下，香颂资本执行董事沈萌提示，“村咖”“村BA”等都反映出乡村消费需求的活力，但是也要注意到乡村消费活力背后的能力，所以要更贴近当地消费层次，而不能短期热度炒作后脱离实际，最后让整个“村”消费经济熄火。

## 1. 话题制造

### 自发传播成就UGC时代的爆火产品

实际上,无论是茅台还是瑞幸,都是各自领域的国民级品牌,本身具备很高的关注度和话题性。

年轻人的第一杯茅台,中年人的第一杯咖啡,都相逢在了酱香拿铁里。让这款极富话题性和争议性的产品刚登场便喜提了朋友圈刷屏、社交媒体热搜的顶流待遇。

如今的互联网是Web2.0下的UGC(用户创作内容)时代。这个时代的产品要火爆,最好是在社交媒体成为舆论焦点。而从品牌营销的角度,要想成为舆论焦点,就是要在互联网自媒体间自发形成传播,因此无论是联名还是各种营销活动的一个关键就是:要引发话题性。

实际上,无论是茅台还是瑞幸,都是各自领域的国民级品牌,本身具备很高的关注度和话题性。

中国酒业独立评论人、武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青对记者表示,茅台是中国唯一具备奢侈品属性的酒类品牌,茅台的一举一动都会吸引全国主流财经媒体和众多KOL(关键意见领袖)的关注。

咖啡和白酒的中西合璧式混搭,高端奢侈白酒和咖啡中的“平民品牌”联名,有多出消费者意料之外,话题就有多火爆。

第一个话题是美酒加咖啡,到底什么味?“重口味”咖啡一经开售,即刻引爆了广大消费者的猎奇心理,对于口味的评价也成了社交媒体的段子比赛。有人说酒味很浓、确实有酱香味,也有人表示是味道较淡的酒心巧克力,还有人说一言难尽。不过这都不妨碍猎奇的年轻人纷纷晒出自己的第一杯并分享感受。

“要想引起热议,必须制造话题,而成为话题的关键是要‘逆反’。所谓‘逆反’,就是落差,就是颠覆,就是打破常规。”南理工大学工商管理学院市场营销系主任陈明对记者表示,“茅台卖到一万元不会引发热议,但卖十几元就会上热搜,这就是逆反的妙处。此外,逆反的势能越大,热议的度数就越大。即使被稀释到只有0.5度,只要花19元就能喝到真正的茅台,无疑能激发消费者的好奇心和购买欲。”

紧接着的话题是“含茅量”几何?“咖啡里是否有茅台?”引发激烈讨论,酱香拿铁的成本等引来众多猜测。

随着质疑增多和话题发酵,茅台和瑞幸共同研发厚奶的供应商——宁夏塞尚乳业董事长闫建国及时出来澄清:在厚奶生产过程中,茅台酒厂押运了价值3000万元的茅台,并派人盯着一瓶瓶加进原料(编者注:厚奶加酒后封装),此后又将瓶子运走。为了进一步证实酱香拿铁中含有茅台酒,当天晚上,瑞幸在其官方视频号中也发布了生产全记录视频,展示了茅台酒如何变成白酒风味厚奶的过程。

而在确认确实含有茅台酒后,话题热度也自然地向“喝完是否是酒驾,能否开车”转移。有网友表示喝完有微醺的感觉,有网友表示平时不饮酒、出现胃部不适等症状;更多网友则称饮用后无感觉。瑞幸客服回应称,其酒精含量低于0.5度,但对于特殊群体和酒精过敏者不建议饮用。

此外,随着事件的进展和各方的回应,各种话题持续发酵。据拓尔思信息监测数据,监测期内,酱香拿铁相关舆情声量累计51.2万篇/条,迅速达到舆情峰值。9月5日,“酱香拿铁一日销售542万杯”再引热议,推动舆情声量在当日11时达到次峰值。

事实上,事件相关话题持续登上微博热搜榜,其中,“瑞幸回应喝茅台联名咖啡能否开车”冲上微博热搜榜第一,阅读量超6亿次。

大多业内人士认为,从整个事件的进展和各方反应来看,这次事件是一次典型的企业品牌营销事件。记者注意到,早在9月1日,瑞幸官方微博就发布:“年度王炸,敬请期待”“倒计时3天”,后续也有不少媒体求证并发文,不过彼时并没引发多少关注。同时瑞幸对这次的联名物料显然是花了心思的:联名款纸袋采取和茅台酒包装相似的设计,连烫金元素印刷都是货真价实、质感满满。

## 酱香拿铁: 创新制造需求

**编者按**/ 2023年9月4日,贵州茅台与瑞幸咖啡联名咖啡“酱香拿铁”(编者:亦称茅台咖啡,下同)开卖,迅速火爆出圈,出道即巅峰。当天,“瑞幸回应喝茅台联名咖啡能否开车”“满杯茅台去咖啡液”等多个相关话题迅速冲上微博热搜。

与此同时,经过一天的刷屏,酱香拿铁刷新瑞幸咖啡单品纪录。这应该也是国内饮品单品的纪录,单品首日销量突破542万杯,销售额突破1亿元,实现品牌营销和经济收益双丰收。

热点加持下,贵州茅台当日股价飘红,最大涨幅达1.56%,市值达到2.3万亿元。9月4日午盘收盘,A股白酒板块整体上涨4.44%,当日收盘涨幅达2.97%。

实际上,从持续的话题热搜,到刷爆朋友圈,再到全民的关注和热议,一个品牌联名活动演变成了全民的体验狂欢和话题焦点。这是一次经典的企业品牌营销和新品推广案例,也注定成为载入企业品牌营销史的标杆式营销事件,同时留给我们许多的疑问和思考。

跨界联名天天有,为什么茅台和瑞幸的联手能火爆出圈?混搭饮品层出不穷,为什么酱香拿铁这么香?茅台咖啡,何以引爆全网,成为全民现象级的产品?本期商业案例,《中国经营报》记者采访多位业内相关人士,解析酱香拿铁火爆出圈背后的魔力。



瑞幸·茅台推出联名款咖啡酱香拿铁上架开售。视觉中国/图

实际上,早在今年初茅台冰淇淋门店就曾推出过茅台咖啡,售价从28元~42元不等,引来不少消费者尝鲜。茅台算是做过产品的市场调研和产品测试,有较高的可行性。

而从前期的专门录制视频到

后期快速反馈来看,无论是联名开始带来的声量还是酱香咖啡引发的争议,似乎都在茅台与瑞幸的计划中,这一场引爆全民狂欢的跨界联名,本质上仍是一场巨大的营销胜利。

## 2. 定价策略

### 高性价比是产品销售的关键

消费者往往买的并不是便宜货,而是一种占便宜和划算的感觉。

酱香拿铁获得用户关注和讨论只是第一步,促使消费者从关注到下单的关键还是产品的售价。在酱香拿铁日销542万杯和持续出圈背后,定价成为一个关键。

如今年轻人正逐步成为消费的主力军,可是当下年轻人似乎对传统白酒兴趣不大,包括茅台在内的白酒品牌也很焦虑,想尽办法吸引和拉拢年轻人。茅台董事长丁雄军曾亲自下场为茅台冰淇淋宣传称,买不起茅台,还吃不起冰淇淋吗?

的确,年轻人实现咖啡自由容易,白酒类顶流的茅台从高价格、稀缺性、高端品牌等角度说,都超出了大众尤其是年轻人的消费范畴,19元一杯的酱香拿铁到来(编者:原价38元一杯,活动期间优惠价19元,活动结束时间未定),给了他们“圆梦”茅台的机会。对比59元一杯的茅台冰淇淋,酱香拿铁门槛更低,而且咖啡的消费场景要比冰淇淋更多。

从66元的茅台冰淇淋到近期29元的冰淇淋新品“小巧支”,再到19元一杯的茅台咖啡,“年轻人的第一口茅台”门槛越来越低。

和君咨询合伙人、和君新国货实战营销研究中心主任左颖认为,快消行业在产品定价时,通常会有三种导向:成本导向、消费者导向、竞争导向。成本导向较简单粗暴,成本加利润再加部分品牌溢价,就可定出厂价;消费者导向通常取决于目标人群的购买决策与价格偏好,以此来确定消费者可接受的价格;竞争导向要看企业在

市场上对标的竞争对手,可以采取跟随策略、差异化策略等。

“茅台作为一个超级IP,自身具备类似奢侈品的属性,通常在定价上会采取高价策略或溢价策略,所以基于这样的价格策略,茅台饮品的定价是合理的。”左颖对记者表示。当然定价是否合理,还要看消费者是否买单。如今的消费者特别是年轻消费者越来越理性,而且擅长算账。消费者往往买的并不是便宜货,而是一种占便宜和划算的感觉。

此次茅台咖啡定价38元一杯,在瑞幸饮品10多元的主流价格带和9.9元的活动价格带中,属于高价位,已体现出差异性,但仍低于市面上主流品牌如星巴克拿铁的定价。星巴克曾推出“酒精+咖啡”产品,其威士忌桶酿冷萃咖啡售价为68元、威士忌桶酿拿铁为49元,均高于普通咖啡售价。

对很多年轻人来说,38元的价格体验下,平时动辄千元的茅台已颇具诱惑力,而19元的活动价则让消费者产生了较强的获得感。

有网友计算,以一杯售价19元,容量为480毫升的酱香拿铁为例,可计算出茅台酒的体积约为4.53毫升。在不溢价背景下,一瓶53度飞天茅台的淘宝售价为1499元,每瓶为500毫升。如此计算,每杯酱香拿铁的茅台部分成本价或达13.5元,19元的价格相当划算。

在左颖看来,产品定价是否合理,还可以从产品价值模型讨论。通常产品的价值模型可分为三部分:理性价值,就是从成本投入及交易角度来看该饮品的成本和售价是否合理;感性价值,对于咖啡来说更多的是一种小资、热爱生活的感受;社会性价值,产品是否有热点,是否是潮流和话题度,是否能通过该产品实现一个人与社会的相互认同。

比如星巴克的产品价值主要在于感性价值和社会性价值,星巴克咖啡的纯成本通常在7元左右,可想而知理性价值并不划算。但星巴克的卖点不在产品,而在第三空间。它的第三空间给人感觉高级、有格调,从进门到点单再到制作,给消费者高级愉悦的感受,为消费者带来感性价值。

而同样用该模型去看茅台饮品,茅台饮品即使加入了茅台酒,以茅台近90%的毛利率来说,成本也只增加几元钱,理性价值依然不太够;在感性价值上,瑞幸咖啡店的布置格局、堂食座位等比星巴克带给消费者的小资感受会弱一层,大多带走,堂食不多;而在社会性价值上,茅台饮品凸显出巨大的IP价值,这种跨界融合产生了巨大的话题度和潮流度,同时品牌影响力也足以支撑这个价格。

即使联名了高端白酒品牌茅台,瑞幸也没有走高端路线,反而有把酒类饮品“拉下神坛”的效果,这可能正是吸引年轻人尝鲜的关键。在陈明看来,互联网的本质是平等的,它不是精英的世界。“茅台和瑞幸跨界合作,就是把高端的茅台嫁接到平民化的瑞幸,让茅台更亲民、更接地气,这

符合了草根性,从而能够赢得消费者更多的认同和支持。”

不过左颖认为,类似产品的发展空间应该不会很大。产品的逻辑铁三角是价格、品质和话题性,“茅台+”产品的售卖主要依靠年轻人的猎奇心理,当产品的话题性逐渐消散,社会性价值逐渐降低,加之咖啡、冰淇淋、奶茶等行业纷纷降价,理性价值回归后,能否继续撬动消费者的需求仍有待观察。

“年轻人会出于好奇尝试新品,但能否做到产品的复购,对品牌产生兴趣,甚至购买旗下其他产品,才是关注重点。”左颖表示,目前国内的咖啡、果茶赛道拼低价、搞花样、疯狂内卷,茅台的跨界产品如果要在未来长期发力,或可考虑在现有的产品线中切入主流价格带,甚至在未来长线发展中,在不影响原有品牌定位和目标人群的前提下,考虑采用子品牌的方式来做业务的衍生。

在茅台冰淇淋上市一周年发布会上,丁雄军透露,茅台冰淇淋累计销量近1000万杯,同时将以29元、39元、49元、59元、66元价格带为基础持续深耕现有6款产品;加大研发酒心巧克力、含酒饮品、棒冰、软冰等产品。

肖竹青对记者表示,我们注意到(酱香拿铁)零售价38元、到手价19元,价格上更加亲民、更容易带来复购,今年茅台冰淇淋的新产品定价有所调整,就是要打造不同的产品价格带,更好满足消费者的不同需求。

## 3. 跨界联名

### 跨界联名已成为常见的品牌营销策略

茅台和瑞幸虽属不同品类、档位的消费品,客户群体重合度不高,但二者均为广受关注的国产品牌。这是一次奢侈品和量贩品的经典结合。

9月4日,瑞幸宣布与茅台达成战略合作,当天双方合作的首个产品酱香拿铁就火爆出圈。“美酒加咖啡”的联名为两个看似毫不相干的行业带来了新机遇。

茅台是白酒中的顶流,瑞幸则是咖啡中的话题王,强强联手;而动辄上千元一瓶的茅台和9.9元一杯咖啡的瑞幸牵手,着实让消费者感受到了“反差萌”,这种奇特的画风,很快吸引了人们热议,没有意外地冲上了微博热搜。

两者体量也差距不小。对比两者今年上半年的财报可以发现,茅台营收约是瑞幸的7倍;净利润约是瑞幸的23倍;而市值约是瑞幸的36倍。

茅台和瑞幸虽属不同品类、档位的消费品,客户群体重合度不高,但二者均为广受关注的国产品牌。这是一次奢侈品和量贩品的经典结合。

普通人和奢侈品距离较远,年轻人和高端白酒距离更远,通过联名降低身价的奢侈品,可以接近平常难得碰面的年轻人群体。对于茅台而言,通过联名做大众体验商品,并实现更广泛普及,其实也是在面向未来培育潜在消费者。

从消费的角度,白酒加咖啡等中西合璧融合产品,打破传统消费价值观的“次元壁”,突破了消费者的思维藩篱。酱香拿铁以“传统和现代”的反差,找到了时尚、青春与传统、经典的结合点,把年轻群体的消费心理和消费逻辑精准拿捏住了。

事实上,在快速消费时代,跨界联名已经成为一种常见的品牌营销策略,各种品牌都试图通过联名共享资源,开拓新的市场。近两年来,茶饮咖啡品牌正掀起新一轮联名潮。据Quest Mobile《2023夏日经济之现制咖啡&茶饮市场洞察》统计,今年上半年,现制咖啡联名数量41个,现制茶饮联名数量62个。

提高用户黏性和新品促销力度,成了茶饮咖啡品牌的关键目标,联名营销恰好可以同时满足。联名带来了非常可观的用户互动流量,《2023年H1新茶饮品牌跨界联名营销分析》报告显示,借助跨界营销,新式茶饮品牌5~6月互动量分别达2331.4万、3175.3万,增长明显。

而瑞幸正是其中的爆款制造机,联名营销经验丰富。2022年4月,椰树与瑞幸联名发布新品椰云拿铁,迅速出圈;同年10月,瑞幸与日本知名动漫IP《JOJO的奇妙冒险》的联名咖啡一经上市便受到热捧,单日销量突破131万杯;今年4月,瑞幸联名哆啦A梦推出冰吸拿铁也广受好评。此番与茅台的跨界联名,更是另一场热捧。

简单梳理后可发现,瑞幸选择的跨界联名对象,要么能够给瑞幸的调性加分,比如一些轻奢和时尚潮牌,要么能够产生足够大的反差感和话题度,同时具有话题度的IP形象、跨界品牌和影视作品也是联名的常客。

而合作另一方的茅台则有着更为长远的考量。今年上半年,白酒行业整体存在库存高、动销慢、价格乱等问题,进入存量竞争时代的基调已定。过去的主力消费者正在变老,年轻人喝白酒的习惯却没有培育起来,白酒企业正面临消费者青黄不接的尴尬局面。

年轻人成为白酒行业争夺的焦点,联名营销、推广年轻化口味的跨界产品,成为酒企竞相发力的方向。茅台最近几年围绕茅台IP开启了系列多元化周边产品探索,先后推出了茅台冰淇淋、茅台果茶和茅台文创等系列产品。

如今,茅台想和年轻人交朋友,咖啡成为很好的突破口。一杯酱香拿铁,能够推广茅台酒的酱香口味与口感,拓展年轻消费群体,培育年轻人消费市场,从而推动茅台品牌的年轻化转型和多元化经营。

肖竹青认为,消费人群存在于不同的行业、不同的圈层和不同的兴趣爱好者中。情理之中、意料之外的联名,可以获得更多关注,特别是可以获得新鲜流量。获得崭新的不同行业消费群体关注,这种关注是有生产力的,会产生增量影响力。同时借助于行业内这些著名IP的信誉,也能嫁接跨界伙伴的信任加分。

不过茅台与瑞幸带来“全民狂欢”和巨大营销成功的同时,也依然要注意可能的负面影响和风险。左颖提醒说,在进行品牌年轻化时,企业要注意平衡传统与创新的关系,避免过度年轻化造成原有消费者对品牌认知的偏差和不理解,导致核心消费群体的流失,最终捡了芝麻、丢了西瓜。

## 深度

### 酱香拿铁 如何才能“一杯再一杯”?

此次酱香拿铁的火爆出圈,与其说是口味的混搭产生了奇妙的口感,倒不如说是品牌联动引爆了营销的流量。流量密码其实不在产品本身的味道,而在品牌之间擦出的火花以及背后的争议话题属性。

案例一再表明,两个品牌之间只要反得出奇、联得有趣,仍然会不断产生奇妙的化学反应。酱香拿铁为两种行业提供了创新转换的新思路,老品牌不固化,新品牌不傲娇,用创新探索开拓市场新契机。

对茅台来说,此次合作不仅实现了市值增长,还依托瑞幸的门店、营销优势,在下沉市场、年轻人群体中,扩大了自身影响力;对瑞幸来说,不仅在拉动了业绩,也可借助茅台的高端品牌形象,提升品牌调性。两者的合作实现了1+1>2的神奇效果。

对传统企业而言,面临着在新一代中重新洗牌的挑战。互联网加速的是集体求新与嬗变的心理,这种心智模式之下,就是对品牌认定与崇拜的淡化。

随着新生代消费群体崛起,酒企需要以年轻人喜闻乐见的方式,保证品牌在年轻群体中的曝光度,挖掘

潜在消费者。对茅台来说,联名是一种变相降价来触达不同圈层消费者,又不失去原品牌调性的做法。

把几毫升茅台酒加入到雪糕、奶茶和咖啡中,其实不只是吃法和产品的创新,更是一种精神和情感的植入,让口感和品牌润物细无声地融入年轻一代的口味和习惯里。

而对于酱香拿铁的走红,我们也不用过于意外,这是这些年茅台持续推行年轻化战略和创新尝试的一个必然,也是瑞幸持续联名爆款后的另一个新高,正所谓“念念不忘,必有回响”。

本次联名出圈,也为我们提供了“创新制造需求”的经典范例。绝佳的创意加上到位的营销,新品就容易受到热捧,给企业带来丰厚回报的同时,也会创造更多的市场空间和机遇。

我们相信,酱香拿铁不会是饮品圈内的封顶之作,而只是新格局的开始。在各方努力提振消费的当下,我们期待更多国产品牌用有创新、高品质的产品来活跃消费市场,推动中国消费品牌大时代的到来。

本报记者吴清采写