



中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

新一轮财税体制改革窗口打开

NA2

外骨骼机器人下探至千元级 相关企业涉足人形赛道 ▲C3



商业案例 ▲D4

“直播电商第一股”的成长密码

杭州遥望网络科技有限公司(002291.SZ,以下简称“遥望科技”或“遥望”)作为“直播电商第一股”,从2018年跨界进入直播电商,2019年签约王祖蓝引领明星带货潮流,到培养成就瑜大公子、李宣卓等素人主播为“带货王”,再到签约上百位明星艺人,直播带货销售额进入百亿俱乐部……短短几年,就成为直播电商的头部企业。其发展过程有哪些独到之处?又能给行业和企业带来哪些有益的借鉴和参考?

社评 ▲

有效市场需要政府不“越位”不“缺位”

举世瞩目的二十届三中全会7月15日至18日在北京召开,会议重点研究进一步全面深化改革、推进中国式现代化问题。

全面深化改革的重点是经济体制改革,经济体制改革的核心问题是处理好政府和市场的关系。改革行至“深水区”,在国内外整体格局发生重大变化、经济压力依然较大的情况下,如何厘清有效市场和有为政府的边界,如何让“有形之手”和“无形之手”协同发力,受到市场高度关注。

我们知道,民营经济是我国市场经济的基础,体现了市场经济的运作规律和机制,其发展最能体现市场经济的特征。因此,深入观察我国民营经济发展境况和面临的问题是处理政府和市场关系的一面镜子。

近日,受国务院委托,国家发展改革委副主任郑备向十四届全国人大常委会第十次会议作了《国务院关于促进民营经济发展情况的报告》(以下简称《报告》)。《报告》指出,2012年到2023年,民营企业占全国企业总量由79.4%提高至92.3%,个体工商户由4000余万户增加至1.24亿户。2012年到2023年,民营企业进出口额年均增长11.1%,占全国进出口总额的比重由30%左右增长至50%以上。

总体来看,我国民营经济发展呈现稳中有进、稳中向好的基本态势。然而,我们也遗憾地看到,民营经济发展仍面临不少问题与挑战。比如,“玻璃门”“旋转门”“卷帘门”等

隐性壁垒尚未完全消除,造谣、抹黑民营企业和侵犯民营企业家合法权益的行为仍然存在。近年来一些地方政府违背契约精神、用行政力量干预企业经营的案例也时有发生,这让一些民营企业家期待值、安全感有所下降。

《报告》也因此归纳了政府在促进民营经济发展方面存在的主要问题:民企在市场准入和要素获取等方面矛盾仍较突出;民营企业产权和企业家权益保护还不充分;政府在政策落实和服务供给方面还存在短板;等等。值得期待的是,上述问题已引起中央高层关注并已开始着力解决。

我们看到,《公平竞争审查条例》(以下简称《条例》)将于8月1日正式发布,这引起了企业家群体的共鸣。这是因为,企业在经营过程中,发现妨碍公平竞争的因素依然很多,在一些地方和领域,未按照要求开展政策措施的公平竞争审查,造成在市场准入、要素获取、政府采购、招标投标、奖励补贴等方面对经营者,尤其是民营企业进行歧视差别对待,地方保护、区域封锁和行业壁垒等情形仍然存在,甚至有很多就白纸黑字写在各地各部门的相关政策文件中。

《条例》从市场准入和退出、商品要素的自由流动、生产经营成本和生产经营行为四个方面,确定了19项政策措施中不得包含的内容。为解决公平竞争审查制度刚性约束

不足的问题,《条例》进一步健全制度的实施机制,强化监督保障措施,推动制度落实落地,更大力度打破地区封锁和行业垄断。

此外,今年5月,全国人大常委会在公布的2024年度立法工作计划中已经把民营经济促进法列入在内,这将明确以法治方式保障各种所有制经济依法平等使用生产要素、公平参与市场竞争,优化民营企业发展环境。

我们期待,《条例》的实施和民营经济发展促进法,能从法治的层面上,有效保障企业家与投资者的权益,为我国打造市场化、法治化、国际化一流营商环境,加快建设全国统一大市场提供更加坚强的支撑。

改革开放四十多年来,我们取得成功的一个重要经验和共识是让市场在资源配置中起决定性作用。习近平总书记强调:“我们要坚持社会主义市场经济改革方向,从广度和深度上推进市场化改革,减少政府对资源的直接配置,减少政府对微观经济活动的直接干预,加快建设统一开放、竞争有序的市场体系,建立公平开放透明的市场规则,把市场机制能有效调节的经济活动交给市场,把政府不该管的事交给市场,让市场在所有能够发挥作用的领域都充分发挥作用,推动资源配置实现效益最大化和效率最优化。”

市场规律不以人的意志为转移,违背规律是要付出代价的,在这方面我们有很多惨重的教训。因

此,我们要学会敬畏市场,相信市场,尊重市场。各级政府一定要严格依法行政,切实履行职责,该管的事一定要管好、管到位,该放的权一定要放足、放到位,在履行政府职能时不“错位”、不“越位”、不“缺位”。

在新一轮全面深化改革即将启动之际,我们要在重塑有为政府和有效市场上下更大力气、花更大功夫,让政府“有形之手”和市场“无形之手”协调配合、相互促进。

习近平总书记指出:“我们党推进全面深化改革的根本目的,就是要促进社会公平正义,让改革发展成果更多更公平惠及全体人民。”为此,作为有为政府,必须将主要精力放在解决好就业、增收、入学、就医、住房、办事、托幼养老以及生命财产安全等人民群众急难愁盼的大事上。

比如,近日有媒体曝光罐车化工业油食用油混装,一些油罐车既承接糖浆、大豆油等食品,同时运送化工油。该事件引发了公众对食品安全的忧虑。因此,健康、安全的市场,需要行政力量更好、更科学有效的监管和引导。

“潮平两岸阔,风正一帆悬。”我们期待,此次三中全会,能够凝聚改革共识,汇聚磅礴之力,以更大勇气与智慧,全面改革不合理体制机制,激发各类经营主体的内生动力和创新活力,更好调动各方面积极性、主动性、创造性,让“有形之手”和“无形之手”协同发力,推动高质量发展,推进中国式现代化。

本期热词 ▾

“航天保险”

近年来,我国航天事业不断刷新纪录,进入创新发展“快车道”。“祝融”探火、“羲和”逐日、“天和”遨游星辰、“嫦娥”揽月、“神舟”问天、“北斗”组网……航天工程成就举世瞩目。因航天活动衍生的航天保险,也引起了公众广泛关注。

解密“航天保险” ▲B1

“小单快返”

以“小单快返”为基础搭建的柔性供应链,是外界认为SHEIN快速崛起最核心的秘诀。但据《中国经营报》记者了解,眼下以SHEIN为中心的柔性供应链,实际上正在进行新一轮更深层的数字化改造。

揭秘SHEIN柔性产业链“小单快返”加速迭代 ▲C1

萝卜快跑

7月7日,一则萝卜快跑无人驾驶出租车在武汉街头与行人发生轻微交通事故的视频在网络上被广泛传播,引发社会热议。萝卜快跑是百度旗下自动驾驶运营品牌,该事件带动百度(09888.HK)股价在7月10日与7月11日出现较大幅度波动。

萝卜快跑破圈 众多公司抢滩智能驾驶运营 ▲C2

配售减持

根据波司登发布的公告,集团创始人、董事会主席及控股股东高德康设立的信托间接全资拥有的盈新国际投资有限公司已与配售代理摩根大通订立大宗交易协议,拟按每股4.31港元的价格,配售4亿股公司股份,占公司已发行股份总数的约3.64%。

创始人配售减持背后:波司登的“冷”与“热” ▲D1

经济大势

A1~A4

消费税改革受关注 A2

三大方向助经济转型升级

A2

中国为中亚送去“大礼包” A3

A3

国家发改委推进基建合作

营商环境

B1~B16

一系列利好政策落地 B3

连跌三年医药板块否极泰来?

B3

投行收入同比下滑八成 B4

B4

IPO审核常态化券商挖潜新兴产业

监管罚单上半年超7亿元 B5

B5

信贷违规成“重灾区”

理财规模近30万亿元 B6

B6

收益率上涨乏力

变身地产“收租人”险企加码物权资产 B7

B7

国际邮轮激战暑期档 B9

B9

房价腰斩 B12

B12

承接大城市外溢需求的小城何去何从?

光伏企业半年考: B15

B15

预亏已超百亿元 2025年谷底反弹?

智在公司

C1~C8

裁员风波中的完美世界:业绩由盈转亏 C4

C4

劳斯莱斯降价超百万? C6

C6

“降价风”吹向超豪华汽车

国内新能源汽车价格战加剧 C7

C7

自主品牌领跑市场

自动驾驶商业化哨声吹响 C8

C8

消费连锁

D1~D4

一票难求:博物馆消费风潮起 D2

D2

无糖茶饮赛道持续内卷 D3

D3

企业打响价格战



中经传媒智库



本报官方微信微博

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

三中全会前瞻

新一轮财税体制改革窗口打开

本报记者 杜丽娟 北京报道

对消费税改革预期的讨论，成为新一轮财税体制改革的一个重要突破口。

根据中央部署安排，新一轮财税体制改革工作重点，主要包括进

谋划新一轮改革

随着改革走向“深水区”，新一轮财税体制改革的大幕也逐渐拉开。

2023年的全国财政工作会议强调，要贯彻党中央决策部署，坚持系统思维、问题导向、先立后破，积极稳妥、谋划推进新一轮财税体制改革。

今年年初，财政部部长蓝佛安在全国人大常委会作《国务院关于2023年中央决算的报告》时表示，推进新一轮财税体制改革，要突出问题导向，健全现代预算制度，优化税制结构，完善地方税体系，强化转移支付激励约束，建立健全与中国式现代化相适应的现代财税制度。

在这样的背景下，实施了30年

一步完善税收制度、深化税收征管改革、推进财政资源统筹、提高预算管理完整性、完善财政转移支付体系等内容。

7月15日，中国共产党第二十届中央委员会第三次全体会议（以下简称“二十届三中全会”）在北京

召开。从历届三中全会内容看，其都承担着定调发展模式、改革体制机制等重要任务。围绕“中国式现代化”这一目标，新一轮财税体制改革也有望成为此次会议的关注热点。

建立权责清晰、财力协调、区域均衡的中央和地方财政关系。

中国为中亚送去“大礼包”

国家发改委推进基建合作

本报记者 索寒雪 北京报道

7月2日至6日,国家主席习近平出席上海合作组织成员国元首理事会第二十四次会议并对哈萨克斯坦进行国事访问。

基础设施建设上新台阶

涉及基础设施建设的合作,将极大地推进共建“一带一路”国家的经贸合作。

“习近平主席对中亚进行的国事访问,证明了中国高度重视该地区,尤其是哈萨克斯坦。据欧亚开发银行的‘相互投资监测’的数据,2023年中国在中亚累计直接投资额超过了550亿美元。”总部位于哈萨克斯坦的欧亚开发银行人士在接受记者采访时表示,“这些投资中的大部分针对哈萨克斯坦。”

习近平主席对哈萨克斯坦、塔吉克斯坦进行国事访问期间,国家发展改革委分别与哈萨克斯坦、塔吉克斯坦、阿塞拜疆有关部门达成共建“一带一路”、中欧班列跨里海运输合作、扩大中哈跨境铁路合作、经济发展领域交流合作等五份合作文件。

这些涉及基础设施建设的合作,将极大地推进共建“一带一路”国家的经贸合作。

中国农业大学副教授旷宗仁在去年曾经前往中亚地区进行调研,他发现:“新疆的棉花产量已经达到每亩600公斤,中亚地区的棉花产量只有每亩100多公斤,农业技术的差距比较大,农业技术转移的需求比较迫切。”

旷宗仁访问了哈萨克斯坦国立农业大学、农业经济与发展研究所和乌兹别克斯坦国立农业大学、国际农业大学等研究机构,还考察了两个中亚国家的棉花、玉米、蔬菜生产农场和加工厂。

他认为,中国与中亚在农业

萨克斯坦、塔吉克斯坦进行国事访问。

上海合作组织成立于世纪之交,成立23年后,成员国增加到10个,包括中国、俄罗斯、哈萨克斯

坦、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦等国家。目前,“上海合作组织大家庭”覆盖三大洲26个国家,除10个成员国外,还有2个观察员国和14个对话伙伴国。

《中国经营报》记者了解到,国家发展改革委就基础建设领域,与上述国家签订了多个备忘录,同时,中亚企业高度评价了中国对中亚建设做出的贡献。



在中哈连云港物流合作基地,大型机械正在吊装集装箱。经过10年发展,中哈连云港物流合作基地已成为中亚五国过境运输、仓储物流、往来贸易的国际经济平台,有力促进中国同中亚国家的互联互通。

技术转移合作与投资贸易方面具有重大互利需求。“哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦等人口较少,土地资源丰富,但农业生产技术与中国经济之间存在着很大差距。中国人多地少,但农业生产技术方面具有显著优势,小麦、棉花、果蔬、畜牧等农业生产水平远高于中亚国家,目前已经有产业园将中国棉花种植技术引入到中亚。”

“中亚国家种粮难、卖粮难,这与中国正好互补。中国企业可以把中亚当做粮食生产基地。”他补充道。

记者从国家发展改革委了解到,国家发展改革委与阿塞拜疆数字发展和交通部分别代表两国政府达成《中华人民共和国政府与阿塞拜疆共和国政府关于共同扩大中哈

于发展中欧班列跨里海国际运输走廊路线的谅解备忘录》,双方将强化运输组织协同,提升海关合作水平,合力改善设施条件,加强中欧班列安全性,促进经贸投资合作。

此外,签订的《中华人民共和国国家发展和改革委员会与阿塞拜疆共和国经济部关于共同编制共建“一带一路”合作规划的谅解备忘录》,将推动两国经济社会发展规划对接,深化基础设施、贸易投资、产业发展、能源资源等领域务实合作,推动中阿共建“一带一路”高质量发展。

与此同时,国家发展改革委与哈萨克斯坦交通运输部达成《中华人民共和国国家发展和改革委员会与哈萨克斯坦共和国交通运输部关于共同扩大中哈

跨境铁路合作的谅解备忘录》,进一步提升中哈跨境铁路运能,推进中哈第三铁路通道合作。国家发展改革委与哈萨克斯坦共和国交通运输部关于建立中欧班列跨里海国际运输合作工作机制的谅解备忘录》,双方将以工作机制为平台,共同推动中欧班列跨里海国际运输合作。

总部位于哈萨克斯坦的欧亚开发银行人士在接受记者采访时回忆:“2023年于西安举行的中亚峰会上,中哈两国元首签署了一系列合作文件。当时托卡耶夫总统还参加了哈中投资圆桌会议。据总统新闻处称,哈中双方共签署了总价值超过220亿美元的47项协议(2023年)。”

为地区发展注入新的动力

王文涛指出:“中哈投资与贸易密切相关,扩大投资合作是促进双边贸易高质量发展的有效途径。”

“中亚五国与中国合作的重点仍是交通基础设施,包括汽车工业在内的工业、农业、水资源等领域。欧亚开发银行在包括哈萨克斯坦在内的中亚积极实施这些领域的基础设施项目。”前述欧亚开发银行人士向记者表示,“习近平主席的国事访问将加强两国之间的合作,为地区发展注入新的动力。”

2023年,中哈双边贸易额达410亿美元。中国海关数据显示,2024年第一季度中哈贸易额继续快速攀升,达94.8亿美元,同比增长16.7%。2023年中国对哈投资逾18.1亿美元,比2022年增长16.4%。早在2023年,中国就已成为哈萨克斯坦的第一大贸易伙伴国和主要投资来源国。

旷宗仁在中亚调研时看到,“中国企业将新疆的番茄酱出口到中亚国家,在当地进行生产,市场份额甚至超过了40%,在当地深受欢迎,甚至被当地认为是国民品牌。”

此外,中亚国家的畜牧业比较发达,旷宗仁介绍:“已经有中国的企业将皮革原料引入到浙江等地,更适合中国皮革制品的需求。”

记者从商务部获悉,7月2日,商务部部长王文涛在阿斯塔纳会见哈萨克斯坦贸易和一体化部部长沙卡利耶夫时表示,中方愿同哈方一道,落实好两国元首达成的重要共识,共同努力将双边贸易规模提升到新水平,在巩固能矿产品贸易基本盘的同时,拓展农产品、高附加值产品等新增长点,加快培育数字贸易、跨境电商新业态。

王文涛指出:“中哈投资与贸易密切相关,扩大投资合作是促进双边贸易高质量发展的有效途径。希望双方共同努力,加快新版投资保护协定升级谈判,为两国企业相互投资提供高水平的法律保障和制度安排。”

当地时间7月5日下午,习近平主席同塔吉克斯坦总统拉赫蒙在杜尚别共同出席中方援塔议定书签字仪式。

习近平主席强调,近年来,两国加强发展战略对接,推进全方位合作,在共建“一带一路”框架内实施了一系列战略性重大项目,助力塔吉克斯坦国家发展振兴,也让各界民众感受到了两国友好合作带来的福祉。

据了解,国家发展改革委与塔吉克斯坦经济发展和贸易部达成《中华人民共和国国家发展和改革委员会与塔吉克斯坦共和国经济发展和贸易部关于经济发展领域交流合作的谅解备忘录》,在宏观经济、战略规划等领域联合举办研修班,实地考察和座谈交流等活动,促进互学互鉴。

从事农机销售的朱经理,2023年全年都是在塔吉克斯坦度过的,“现在中亚这些国家对中国的农业机械需求量很大。”朱经理对记者说,“我们的设备要比当地原有设备先进很多。”

记者了解到,很多企业都把中亚市场看做是快速增长的市场,尤其是在农业领域。经常携带种子产品参加各个展会的农业企业负责人向记者表示:“我现在经常遇到来自中亚的客户,他们对玉米种子非常感兴趣,但是我们的产品直接出口,还需要一定的流程和手续。”

中国在多个领域与中亚国家存在供应链合作空间。

7月4日上午,习近平主席在阿斯塔纳独立宫出席上海合作组织成员国元首理事会第二十四次会议。

与会成员国领导人积极评价上海合作组织为维护地区和平与安全发挥的建设性作用,表示将进一步加强贸易、交通、能源、金融、农业、数字经济、科技创新等领域合作,深化教育、文化、旅游、青年等人文交流合作。

旷宗仁表示,中亚人口少,与中国的贸易存在一定的空间,但是相比欧美贸易量,份额较低。同时中亚处于中国与俄罗斯等国的贸易要道上,未来贸易发展大有可为。

广深第二高铁再入规划 建设时机是否成熟?

本报记者 孙丽朝 北京 广州报道

广州市政府近期发布的《广州市综合立体交通网规划(2023—2035年)》(以下简称《规划》)提出,加强铁路通道建设,新增广深高铁

新通道,强化广州与深港联系。

多位接近广东省政府人士对《中国经营报》记者表示,广深高铁新通道即此前广东省多次提过的广深第二高铁。2019年初,深圳市交通运输工作会议明确提及开展广

深第二高铁研究。此后,广东省多份交通规划中均提到这一项目,措辞均为“远期规划”或“研究”。

记者采访了解到,对于广深第二高铁,广州和深圳市相对“佛系”,途经的东莞市最为积极,东莞

市希望推动项目在“十四五”开工建设,广深两地则希望能优先建设可以不依靠铁路部门、能够自主运营的城际铁路。业界对于广深第二高铁是否应该建设、何时建设仍有争议。

圳机场站,形成广深与东莞的快速直达通道。

目前,广深之间已开通3条客运铁路(1条高铁和2条城际铁路),其中广深港高铁从深圳北站至广州南站,最高运行时速350公里/时,最快旅行时间29分钟;广深铁路从深圳站至广州东站,最高运行时速200公里/时,最快旅行时间64分钟;穗莞深城际从深圳机场站至广州东站,最高时速140公里/时,最快旅行时间103分钟。

接近广东省政府人士对记者表示,随着广深两地经贸往来越来越频繁,广深港高铁和广深铁路客流

量持续提升,节假日期间更是一票难求。穗莞深城际因耗时久、车次少、且部分站点距离市中心较远等因素,上座率一直不高。

“当前广深之间3条铁路只有广深港高铁时速可以达到350公里/小时,其他两条线路时速较低。虽然广深港高铁速度较快,但在广州的始发站广州南站远离市中心,从珠江新城乘坐地铁到广州南站需约40分钟时间。”一位接近广州市政府人士对记者表示,在广深港高铁规划阶段,为照顾佛山市客流需求,始发站广州南站距离佛山较近,距广州核心区较远,这也导致

致广深港高铁难以满足广深两市中心间的快速联系需求。规划中的广深第二高铁起自位于广州市中心的广州北站,经广州白云机场、东莞市核心区,到达深圳宝安机场站,弥补了现有的广深港高铁的缺憾,并将广深两大机场的时间距离缩短到20分钟。

除了3条铁路通道,广深之间还有广深高速、广深沿江高速等多条高速公路。以广深高速公路为例,北起广州市天河区黄村立交、南至深圳市福田区皇岗口岸,线路全长122.8公里,双向六车道,设计速度100公里/小时。

通发展“十四五”规划》提出,广深第二高铁(东莞段)长度47.8公里,总投资191亿元,计划2024年启动建设,预计2029年建成。

东莞市提出,要积极谋划广深第二高铁的前期工作并引入中心城区,争取“十四五”时期开工建设。积极谋划将广深第二高铁纳入国家铁路网近期建设计划,以实现与周边高铁网络互联互通。

《公告》称,东莞的现状是高铁站点规模小,与长途出行需求不匹配,且与中心城区区位偏离。借助广深第二高铁在东莞中心城区设站的机会,重塑东莞市域枢纽体系和中心城区发展格局,融入国家“八纵八横”高铁网,提高东莞在国家高铁路网通达

性,提升东莞对外交通辐射能力。同时,东莞中心站能够推动中心城区承担区域中心功能,并强化东莞中心城区与深圳、广州等周边城市中心城区的快速联系,提高城市区域竞争力。

尽管东莞市态度积极,且多次提出争取项目在“十四五”开工建设,但上述接近广东省政府人士对记者表示,目前,广深第二高铁仍处于规划研究阶段,项目可行性研究报告尚未进入报批程序,预计最早要“十五”时期才有望进入实质性建设阶段。

广深热衷建设自主运营的城铁

北京交通大学教授赵坚表示,广深之间只有100多公里的距离,没有必要建设第二条高铁。广深之间日益增长的高铁客流需求可以通过增加广深港高铁车次,减少发车间隔,提高运行效率来满足。广州南站距离广州市中心较远的问题,则可以通过完善其他交通方式接驳来解决。

“地方政府不能为了拉动GDP而过度投资,类似高铁这种大型基建项目更应该考虑长远经济效益。”赵坚强调。

交通与发展政策研究所(ITDP)东亚区首席代表刘岱宗在接受记者采访时表示,广深之间只有100多公里距离,下一阶段可以考虑更进一步,建设中国高水准的“四网融合”示范线,类似伦敦地铁伊丽莎白线的超级地铁。在同一条轨道上实现地铁、市郊铁路、区域快轨和高铁的融合。

伦敦2022年新建成的超级地铁伊丽莎白线全长118公里,共设置41座车站,西起希斯罗机场,东至阿比伍德,连接伦敦和伯克郡、白金汉郡、埃塞克斯郡,是一条从东至西贯穿伦敦全城的地铁干线。

“广深建设超级地铁,可以效仿伦敦地铁伊丽莎白线的运营模式,在市区每1—2公里设置一站,在郊区每5—10公里设置一站。市区部分按照地铁模式运行,郊区部分按照市郊铁路模式运行,从而真正实现‘四网融合’。”刘岱宗指出,如果修建第二条高铁,将面临高铁与地铁

换乘的问题,乘客仍需面对安检、支付购票、换乘距离、运载能力以及运营服务质量等不协调、不兼容的传统挑战。

刘岱宗建议,广东省应优先投资建设能够突破这些瓶颈的“四网融合”示范性项目。超级地铁建成后,广东省可以与其他利益相关方共同组建一体化的运营主体,尝试采用灵活的公交化运营模式,为乘客提供门到门的全链条一体化出行服务,实现乘坐体验质的飞跃。

上述接近广州市政府人士也对记者表示,广深第二高铁建成后,仍需要委托中国国家铁路集团有限公司运营,在行车安排上无法自主决策。相比广深第二高铁,广州和深圳市更倾向于推动建设深广中轴城际(又叫广深中轴城际,一条连通广州、佛山、东莞、深圳的城际铁路)。广州和深圳都有独立运营城际铁路的能力,城际铁路建成后,将由一方或双方协商自主运营,更有利于推动大湾区交通一体化。

“由于高铁通常由省政府出大头,城际铁路则由沿线各市出资为主,所以部分城市更倾向于建设高铁。”该接近广州市政府人士说。

广东省政府2021年9月发布的《广东省综合交通运输体系“十四五”发展规划》(以下简称《规划》)提出,“研究广州至深圳高铁新通道”。《规划》中列出了粤港澳大湾区新建城际铁路项目目录,目录中则包含“广深中轴城际”。

广深“佛系”东莞最积极

上述接近广东省政府人士对记者透露,对于广深第二高铁,广州和深圳两市因为铁路、公路通道较多,推动积极性并不高,反而是途经的东莞市最为积极。“虽然广深之间现有的3条客运铁路均在东莞设站,但东莞市现在的高铁枢纽虎门站远离市区,位置较为偏僻,建设广深第二高铁可以为东莞市带来更有辐射力的高铁新枢纽。”

官方信息也显示,东莞市对建设广深第二高铁充满热情。东莞市2023年2月发布的《东莞市轨道交

中国与南亚贸易额十年翻番

贸易投资自由化将提升

本报记者 索寒雪 北京报道

近日,商务部副部长李飞在国新办举行的新闻发布会上透露:“2023年,中国和南亚国家贸易额

经济互补性强

一大批惠民利民的基础设施项目在南亚落地,为当地百姓带来了实实在在的便利和实惠。

《中国经营报》记者了解到,一些企业已经在部分南亚国家建立了办事处。一位农业机械企业的斯里兰卡销售经理表示:“南亚是很重要的市场,我每年在斯里兰卡要工作很长时间。”该农业机械企业的总部位于江苏。

2013年,习近平主席提出共建“一带一路”倡议。同年,首届中国—南亚博览会(以下简称“南博会”)落户“春城”昆明。在双方领导人的战略引领下,11年来,中国同南亚国家一道,不断深化各领域务实合作,经贸往来保持良好发展势头,成果惠及双方人民。

据了解,南博会已成为中国与南亚国家开展经贸合作和人文交流的重要平台,在中国与南亚国家深化互利合作过程中,南博会发挥了重要作用,作出了积极贡献。

一大批惠民利民的基础设施项目在南亚落地,为当地百姓带来了实实在在的便利和实惠。

经贸关系迈上新台阶

不断完善贸易畅通、投资合作工作组等机制,提升贸易投资自由化、便利化水平,完善与南亚国家自贸协定安排,进一步释放贸易和投资合作潜力。

近年来,中国与南亚国家一道,秉持开放、合作、包容的精神,推进“一带一路”倡议同南亚国家发展战略对接,深入开展经贸投资合作,共建“一带一路”成果丰硕。

李飞表示:“我们将继续以双方领导人战略共识为引领,坚持共商共建共享、开放绿色廉洁、高标准惠民生可持续为指导原则,将重点从以下几个方面入手,推动中国与南亚国家经贸关系迈上新的台阶。”

在完善合作机制方面,李飞介

接近2000亿美元,比2013年翻了一番。”

中国作为巴基斯坦、孟加拉国等国家的第一大贸易伙伴地位持续巩固,巴基斯坦的大米、斯里兰

卡的红茶、马尔代夫的海产品、阿富汗的松子等,越来越多的南亚国家商品进入中国市场,深受中国消费者喜爱。

据了解,商务部将继续完善

贸易畅通、投资合作工作组等机制,提升贸易投资自由化、便利化水平,完善与南亚国家自贸协定安排,进一步释放贸易和投资合作潜力。



共建“一带一路”倡议提出以来,中国同南亚国家一道,不断深化各领域务实合作,其中一大批惠民利民的基础设施项目在南亚落地。图为巴基斯坦拉合尔轨道交通橙线地铁列车正在运行,这是中巴经济走廊早期项目之一,为中国造巴基斯坦首条地铁。
视觉中国/图

阔的合作空间。

商务部亚洲司司长王立平介绍:“一方面,双方合作意愿强烈。《数字经济和绿色发展国际经贸合作框架协议》首批参加方包括阿富汗、巴基斯坦、斯里兰卡,充分展示了南亚国家高度重视数字和绿色经济发展,不断拓展有关合作机遇的积极意愿。”

另一方面,双方合作基础好。王

立平说:“中国与巴基斯坦正在打造中巴经济走廊‘升级版’,共建绿色经济走廊;中马友谊大桥、帕德玛大桥等一系列践行绿色发展理念的项目,有力带动了当地经济发展和民生改善;中国企业积极参与孟加拉国家数据中心、中国—尼泊尔跨境地震等南亚数字基础设施建设,重视当地的数字化人才培养,助力当地缩小数字鸿沟。”

色经济等领域合作,提升互联互通水平,破除贸易投资壁垒和不合理限制,打造公平、透明、非歧视的营商环境。”

在支持地方合作方面,商务部鼓励和支持云南等地更好发挥辐射引领作用,继续通过展会、电商等平台,畅通贸易投资渠道,深化同南亚国家经贸合作和人文交往,促进贸易投资融合发展。

第八届南博会即将召开,云南省商务厅厅长杨沐介绍,目前,报名进馆参展的企业近2000家,其中近一半是境外企业,涵盖了南亚、东南亚所有国家。已报名的参会采购商超2300家。

同时,为了更加突出南博会面向南亚国家的办展定位,本届南博会将南亚馆由1个增至2个,并为主题国巴基斯坦专门设置了主题国展区;首次设置了咖啡产业馆,馆内设置主题形象、云南咖啡、品牌咖啡、咖啡设备器械、咖啡综合服务等11个展区,参展企业超150家。

第八届南博会即将召开,云南省商务厅厅长杨沐介绍,目前,报名

经贸关系迈上新台阶

不断完善贸易畅通、投资合作工作组等机制,提升贸易投资自由化、便利化水平,完善与南亚国家自贸协定安排,进一步释放贸易和投资合作潜力。

近年来,中国与南亚国家一道,秉持开放、合作、包容的精神,推进“一带一路”倡议同南亚国家发展战略对接,深入开展经贸投资合作,共建“一带一路”成果丰硕。

李飞表示:“我们将继续以双方领导人战略共识为引领,坚持共商共建共享、开放绿色廉洁、高标准惠民生可持续为指导原则,将重点从以下几个方面入手,推动中国与南亚国家经贸关系迈上新的台阶。”

在完善合作机制方面,李飞介

绍道:“以双边经贸联委会为主渠道,加强发展战略对接和经贸政策的协调,凝聚更多合作共识。此外,不断完善贸易畅通、投资合作工作组等机制,提升贸易投资自由化、便利化水平,完善与南亚国家自贸协定安排,进一步释放贸易和投资合作潜力。”

在深化产业合作方面,李飞说:“加强产业政策交流和产业资源有效整合,共同构筑安全稳定、畅通高效、开放包容、互利共赢的区域产业链供应链体系。加强数字经济、绿

色经济等领域合作,提升互联互通水平,破除贸易投资壁垒和不合理限制,打造公平、透明、非歧视的营商环境。”

在支持地方合作方面,商务部鼓励和支持云南等地更好发挥辐射引领作用,继续通过展会、电商等平台,畅通贸易投资渠道,深化同南亚国家经贸合作和人文交往,促进贸易投资融合发展。

第八届南博会即将召开,云南省商务厅厅长杨沐介绍,目前,报名

农业农村部探索受灾农业设施纳入保险保障

本报记者 索寒雪 北京报道

近年来,洪涝灾害对农民、农业的影响备受关注。虽然农业保险可弥补农民收入部分损失,但是破损的农业设施却不在保障范围内。

未来这一情况将会发生改变,

农业保险可保收入

据了解,2024年以来,中央财政已下达农业防灾减灾和水利救灾资金22.46亿元(其中湖南2.76亿元),支持受灾地区积极应对低温雨雪冰冻灾害、农作物重大病虫害等灾害影响,开展农作物改种补种、农业畜牧渔业设施灾损修复等相关工作,并明确各地可结合灾情实际,加强对受灾严重偏远山区支持力度,支持相关受灾地区加快恢复农业生产。

除了救灾政策之外,农业保险也可以减少农民的损失。近年来,农业农村部协调配合财政部、

受灾农户曾获赔数十万元

农业保险让农民收益更有保障,实现“旱涝保收”。

廖岷向媒体算了一笔账。一位农户朋友种了100亩水稻,化肥、农药、种子等直接投入再加上地租、人工等,每亩成本假设是1500元,总成本就是15万元,如果没有保险,遭遇到了大灾绝收了,那么这15万元就全部损失了,这对农户家庭来说,损失就很重了。如果投了完全成本保险,每亩可以赔1200元,加上其他农业直接补贴,基本上可以把这15万元的投入补回来,解决了种粮的后顾之忧。同时,在财政补贴下,农民每亩自己才交10元左右

受灾害破坏的农业设施也有可能纳入保障范围内。

7月9日,针对全国人大代表宁芬芳关于将农业附属设施建设纳入国家政策性补贴及农业保险的建议,农业农村部经商财政部、国家发展改革委后给出答复。

未来这一情况将会发生改变,

农业农村部在答复中表示,将继续配合财政部、金融监管总局等有关部门,加强对地方农业保险工作指导,鼓励农业保险承保机构创新产品服务,扩大南方丘陵山区有关试点区域,探索将更多农业附属设施纳入保险范围,更好满

足“三农”领域日益增长的风险保障需求。

一家中小型专业农业保险公司向《中国经营报》记者表示:“根据地区现场状况不同,温室大棚之类的农业设施在个别地区可以纳入保险。”

就是“物化成本保险”,也就是“基本险”。第二个是“完全成本”,也就是“全成本”。廖岷说:“在物化成本的基础上再加上地租和人工的投入,这就得到了总的生产成本。这是对总成本进行保障的农业保险。”第三个是“种植收入”,也就是农民种粮食的收入,根据能打多少粮食、能卖什么样的价格,测算出一个目标收入,如果最后的实际收入没达到,保险就能够给它提供一定的补偿,这就是种植收入保险。

农业农村部计划财务司负责

人王衍介绍,农业保险为受灾农民提供了实打实的经济补偿。去年农业保险整体赔付了1100多亿元,其中粮食特别是三大粮食作物所获得的赔偿占了重要部分。

他举例道:“去年东北发生暴雨灾害以后,中华联合财险向吉林省榆树市受灾的种粮农户累计赔偿1.15亿元,其中一个农户种植的722亩水稻全部投了完全成本保险,遭灾以后获得赔偿27.95万元。对这样的种粮农民来说,这笔钱就是对灾害损失的最有效补偿,实打实地算入了种粮收入。”

的风险保障。这一举措显著提升了农业生产的抗风险能力。

农业投入除了种子、化肥和农药等,农业设施也是一笔不小的投入,例如温室大棚、仓储、冷链等,这些还未能实现保险保障。

记者采访一家中小型专业农业保险公司,其只在安徽、河南等中部省份开展业务。该公司人士表示:“对于温室大棚,我们在一些省份是可以进入到农业保险进行投保的。但是也有一些省份是不能进行投保的,需要工作人员具体看一下现场的情况。”

他强调,每个省的保障范围都

不一样。

农业农村部还在对十四届全国人大二次会议第4355号建议的答复中表示,积极响应农业建设的需要,通过规划指引、贷款贴息试点、提高丘陵地区农机补贴标准等多项措施,全面推进现代设施农业建设,以提升农业产业链供应链的现代化水平。

答复称:“探索将更多农业附属设施纳入保险范围,更好满足‘三农’领域日益增长的风险保障需求。”

农业农村部认为,这一系列政策的实施,不仅为农业生产者提供了更为全面的风险保障,也为推动农业现代化、促进农业可持续发展奠定了坚实基础。

电梯钢丝绳、钢筋生产将强制执行国家标准

本报记者 索寒雪 北京报道

记者了解到,与国计民生相关的6种钢材生产将进入到强制性标准时代。

7月5日,工信部原材料工业司副司长张海登在“钢筋及钢丝绳6项重点产品强制性国家标准宣贯会”上表示:“强制性国家标准事关人民群众生命财产安全、国家安全和生态安全,是市场准入的技术底线,具有强制性、约束性作用,保护人民生命安全和身体健康可以不惜一切代价。”

记者了解到,会上同时要求强制达标才能在市场进行销售的品类还有电梯用钢丝绳。

1%的利润生死线

2024年,国家市场监管总局联合工信部等7个部门印发《以标准提升牵引设备更新和消费品以旧换新行动方案》,实施新一轮标准提升行动,将电梯用钢丝绳、热轧带肋钢筋等6项国家标准列入了重要标准研制任务清单。

张海登说:“现在由推荐性国家标准转为强制性国家标准,由工信部组织全国钢标准化技术委员会开展修订工作。此6项国家标准涉及建筑、电梯、索道、矿井等领域,转化为强制性国家标准更有利于发挥强制性标准‘兜底线’作用,充分体现了‘以人为本’的安全观。”

近日,国家市场监管总局(国家标准化管理委员会)发布了GB 1499.1-2024《钢筋混凝土用钢 第1部分:热轧光圆钢筋》、GB 1499.2-2024《钢筋混凝土用钢 第2部分:热轧带肋钢筋》、GB 13788-2024《冷轧带肋钢筋》、GB 8903-2024《电梯用钢丝绳》、GB 26722-2024《索道用钢丝绳》、GB 33955-2024《矿井提升用钢丝绳》。

一位参与标准制定的专家向记者表示:“遇到山体滑坡和地震,房屋大面积倒塌,甚至爆炸,我们认为除了加强管理之外,得有一些措施从标准层面提高安全生产和老百姓住宅安全水平。”

增加电梯钢丝绳直径

冶金工业信息标准研究院党委书记、院长张龙强向记者介绍道:“钢铁工业是我国的重要基础原材料产业,在支撑国民经济发展过程中发挥了重大作用。此次发布的6项强制性国家标准涉及钢筋和钢丝绳产品,是重要的钢铁产品。”

他介绍,2023年我国钢筋产量达到2.26亿吨,占粗钢产量的22.1%,钢筋产品不仅量大面广,而且关系到国计民生。钢丝绳是国民经济建设中的基础工业材料,广泛应用于煤炭、索道、电梯、石油、化工、建筑、航空、船舶等重要领域。截至2023年年底,钢丝绳生产企业超200家,产量约300万吨。

近年来,电梯坠落事件时有发生。他表示:“其中矿井提升用钢丝绳、电梯用钢丝绳、索道用钢丝绳是重要用途钢丝绳的代表产

带动以旧换新

今年3月,国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》,明确提出坚持标准引领、有序提升,结合产业发展实际,加快制定修订环保、安全等领域标准。工信部也希望新标准的执行能积极推进生产企业设备、用能设备、发输配电设备等老旧设备更新和技术改造,不断提升企业技术水平、数字化、绿色化水平。

张海登表示:“前期,工信部印发《推动工业领域设备更新实施方案》。在设备更新方面,工信部表示:‘聚焦重点行业坚持市场化推进、标准化引领,实施先进设备和软件一体化更新提升行动,淘汰一批低效老旧设备。’

品,由于应用场景的特殊性与广泛性,在保障工程设备平稳运行及人身安全方面起着关键作用。”

目前国内电梯保有量已超过1000万台,电梯用钢丝绳年需求量约30万吨(新增24万吨,维护更换6万吨),拥有全球最大的市场和最大的电梯钢丝绳制造基地。据了解,2021年国家市场监管总局曾经对钢丝绳进行抽查,不合格率为10.2%,本次抽查了13个省(区、市)135家企业生产的187个批次钢丝绳产品,发现19个批次产品不合格。

钢丝绳标委会副秘书长任翠英向记者介绍,新发布的强制标准,电梯用钢丝绳增加了6×24MFC-FC、6×37M-FC等3个类别钢丝绳新结构,悬挂钢丝绳直径上限由22mm扩大至25mm,增加了钢芯钢丝绳直径偏差类别。

他介绍,当前,国家正大力推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动,并出台了一系列财政和税收支持政策。钢铁企业要充分抓住政策“机遇期”,在“提质增品种、创名牌”上持续发力,提供更符合消费需求、有竞争力的优质产品。

据了解,工信部会同有关部门,先后印发了《关于加快传统制造业转型升级的指导意见》《推动工业领域设备更新实施方案》。在设备更新方面,工信部表示:“聚焦重点行业坚持市场化推进、标准化引领,实施先进设备和软件一体化更新提升行动,淘汰一批低效老旧设备。”

解密“航天保险”

本报记者 陈晶晶 北京报道

近年来,我国航天事业不断刷新新纪录,进入创新发展“快车道”。“祝融”探火、“羲和”逐日、“天和”遨游星辰,“嫦娥”揽月、“神舟”问天、“北斗”组网……航天工程成就举世瞩目。因航天活动衍生的航天保险,也引起了公众广泛关注。

《中国经营报》记者采访获悉,

多家险企联合承保

航天保险的保险人一般是实力雄厚、具有较强承保能力的多家保险公司联合承保。

航天保险是指保险人对火箭和各种航天器在制造、发射和在轨运行中可能出现的各种风险造成的财产损失和人身伤亡给予保险赔付的一种保险。按照火箭/卫星发射的时序,保险公司所提供的常见的险种主要有火箭/卫星的发射前保险,火箭/卫星发射及在轨保险,卫星在轨保险,火箭/卫星发射第三方保险等。

公开资料显示,航天保险因其适用领域的特殊性,与传统保险有所不同。航天保险的保险人一般实力雄厚、具有较强承保能力的多家保险公司联合承保。在实操过程中,航天保险项目的首席承保人非常重要,一般由首席承保人代表共保体人与航天客户对接,提供承保方案定制化服务、承保出单、期内服务、理赔等一系列服务。

中国卫通集团股份有限公司(以下简称“中国卫通”)近日发布的《关于中星6C卫星保险赔付进展公告》称,中国卫通运营管理的中星6C卫星因推力器出现故障,导致推进剂消耗增加,预计卫星剩余寿命减少。中国卫通与保险承保商就赔付方案达成一致意见并签署《责任解除协议》,确认中国卫通可从保险承保商获得中星6C卫星的保险理赔款为约3222万美元(注:按照7月11日汇率,约2.34亿元人民币),上述理赔款项约占上一年度经审计归属净利润的66%。后续保险承保商将根据双方商定的赔付进度支付理赔款项。

记者从中国人民保险集团股份

航天项目造价高、风险高,围绕其风险保障的航天保险赔付金额也较高。2023年,全球航天理赔金额达到9.95亿美元,几乎是年度保费收入5.57亿美元的2倍。

当前,航天保险在保险行业内被纳入“特殊风险”的范畴。其“特殊”之处是什么?作为特殊风险保险,航天保险如何为航天项目保驾护航?目前又面临哪些难点?

有限公司(以下简称“中国人保集团”)获悉,多家保险公司组成共保体,联合承保中星6C卫星,中国人民财产保险股份有限公司(以下简称“人保财险”)作为首席承保商承保中星6C卫星。

中国人保集团及人保财险多位负责人对记者表示,“对于此次中星6C卫星人保财险的具体赔付方案,由于涉及商业机密,公司签了保密协议,不方便回应。”

记者从中国太平洋保险(集团)股份有限公司采访获悉,中国太平洋财产保险股份有限公司(以下简称“太保产险”)亦作为中星6C卫星主要承保人之一,全程承保了中星6C发射保险及在轨保险。

“中星6C卫星故障及理赔是发生在轨险保单下,根据客户提供损失证明,卫星故障导致卫星寿命减少,判定卫星属于部分损失。”太保产险方面对记者表示。

此前,中国卫通也曾获得高额保险理赔。2019年8月19日20时03分,中星18号卫星在西昌卫星发射中心用长征三号乙运载火箭,成功发射升空,星箭分离正常,但卫星工作异常。根据中国卫通此前公告,中星18号卫星失联后,收到保险承保商根据协议约定支付的全额赔付款约2.5亿美元。

一位保险专家对记者表示:“航天保险可以为航天活动提供安全保障,当大型通信卫星、商业航天火箭等出现事故,航天保险对快速回笼资金、高效恢复科研、提振市场信心等方面都发挥了不可估量的巨大作用。”

“三高”特性明显

航天工程技术含量高、风险集中度高,航天保险也随之具有“三高”特性,即高技术、高风险、高保额。

航天工程体系庞大,是人类历史上最为复杂的系统工程之一。航天活动具有天然的高风险属性,包括航天相关的主体,如果发生损失,将面临较大的经营波动性,特别是商业航天企业。

一位财险公司航天保险负责人向记者表示,卫星发射离不开航天保险保障,越是创新和重要的卫星就越需要保险的支持。比如在发射前,从踏出制造厂到点火阶段,要经历运输、储存、测试、加注燃料等过程,任何细小环节没照顾到位都可能造成卫星损失,这就需要卫星发射前的保险;在飞行中,这个阶段发生损失的概率最大,就需要用上卫星发射保险;在入轨后,由于各种故障导致卫星运行失灵,无法正常工作或部分丧失工作能力;如果火箭卫星上的东西掉落不当造成人员伤亡或地面损失,就要用上卫星发射第三者责任保险。

航天工程技术含量高、风险集中度高,航天保险也随之具有“三高”特性。

“在高技术方面,航天保险的

承保难度大

航天保险市场将面临承保主体减少、市场承保能力降低、风险聚集和费率攀升的局面。

据悉,航天保险没有一成不变的保单和固定费率,对每个项目的承保都需要“量体裁衣”。

需要注意的是,航天保险的承保管理难度依然较大。不仅要专业的经营团队和技术人员来评估风险,加上发射航天器数量及事故数量有限,航天保险费率较高且设计较为复杂。

“一是风险识别和费率厘定的难度大,主要因为火箭和卫星往往不是批量生产,或者仅是小批量生产的产品,其可靠性是不断修改和改进的,每次发射通常



近年来,我国航天事业不断刷新新纪录,因航天活动衍生的航天保险,也引起公众广泛关注。

视觉中国/图

的,往往需要保险人甚至整个保险行业有较高的风险承受能力。”

中国财产再保险有限责任公司(以下简称“中再产险”)接受记者采访时表示。

鉴于航天项目赔偿责任方面所面临的巨大压力,各国一般都要求本国航天活动必须购买第三方责任保险和其他相关保险。

据了解,卫星发射第三者责任保险,是我国国家国防科工工业局依法对我国民用航天发射项目许可的统一要求。根据规定,我国民用航天发射项目许可证持有人必须遵照国家有关规定,购买发射空间物体的第三方责任保险和其他相关保险,已生效的第三方责任和其他相关保险保单副

本是许可证申请必须提交的材料之一,申请材料不齐全或与实际不符,可能会导致相关发射许可申请失败。

公开资料显示,依据1972年《外空物体所造成损害之国际责任公约》,卫星发射第三者责任保险的责任限额可以根据不同类型卫星从1000万美元(搭载小卫星)、5000万美元和1亿美元(大型通信卫星或遥感卫星)三个档次进行选择。

国家卫星气象中心风云三号05星航天保险采购项目中标公告显示,该项目承保范围包括发射保险、在轨保险、发射第三方责任保险,预设保额合计超过30亿元。

升的局面。

此外,受航天保险理赔激增影响,全球航天保险费率结束走低态势,保险公司从2023年下半年开始上调保险费率。这对火箭制造商、发射服务商、卫星制造商、卫星运营商以及航天保险公司均带来显著负面影响。以猎鹰9火箭为例,其执行静轨卫星发射任务(含卫星发射后在轨一年期间)的保险费率从2023年年初的不足6%增长到2024年年初的近10%,保险成本大幅度上升。

承保难度大

航天保险市场将面临承保主体减少、市场承保能力降低、风险聚集和费率攀升的局面。

不是独立临时事件,存在一个可靠增长的过程,这给风险筛选和费率厘定带来比较大的难度,第几发可保、什么费率可保都给承保人带来很大的挑战。二是非标化产品的管理难度大。航天保险保单几乎都是定制化的保单,不仅没有标准化的固定格式,并且通常会对每次投保的需求进行定制化和个性化调整,这给量化管理带来很大难度。三是风险敞口的管理难度大,除了保额高、全损概率高等因素外,还有可能因为空间天气活动、批次产品问题

等因素带来较大的巨灾事故损失。四是可选标的小、波动性大,平衡性弱,每年全球一般仅有100多次发射,可保的标的更少,因此可以供承保人筛选和管理的标的和项目数量非常有限,经营管理航天板块的难度大。”中再产险对记者进一步表示。

公开数据显示,从2023年下半年起,全球出现多起重大航天索赔案后,也有保险公司表示要退出航天保险业务。航天保险市场将面临承保主体减少、市场承保能力降低、风险聚集和费率攀

改革开放谱新篇

壮大蓝色经济 航运金融破局

本报记者 王柯璇 北京报道

今年,我国航运业发展态势向好,航运贸易蓬勃发展,货运板块表现尤为亮眼。交通运输部数据显示,1月至6月,我国沿海和内河港口进出港船舶数量达1521.17万艘次,货物吞吐量达91.84亿吨,同比

分别增长14.35%和4.85%。

作为国际贸易的桥梁,航运业的健康发展离不开金融的强力支撑。今年,金融机构不断优化航运金融,助力航运企业破解结算、融资以及其他金融需求痛点。

业内分析认为,我国港航金融发展仍有较大空间。随着航运业和

构建智能化航运金融体系

航运是指通过水路运输和空中运输等方式来运送人或货物。一直以来,航运业与金融业之间存在着紧密的相互依存关系,航运业作为国际贸易的重要支柱,其庞大的资金需求推动了金融服务的创新和发展。在航运业的发展过程中,金融机构也逐渐形成了多样化的服务产品,以满足航运企业的融资、保险、结算等需求。

近年来,面对航运业的需求升级,金融供给也需要不断破局。《中国经营报》记者从兴业银行(601166.SH)了解到,该行近期推出了《兴业银行航运金融服务方案》(以下简称《服务方案》),旨在依托兴业管家(单证通)平台,为航运企业、物流企业等客户提供涵盖运费直付、境内外币运费极速支付、海关税费支付、船企薪资代发、电子单据、跨境融资和汇率避险等跨境金融服务品,助力航运企业高质量发展。

据兴业银行方面介绍,航运金融—航运收款直通功能是《服务方案》的一大亮点。该功能简化汇款业务处理流程,实现从人工逐笔审

核,到系统智能审核、自动入账,极大地缩短了业务办理时间,尤其适用于资金周转效率要求高、交易方式较为固定的服务贸易项下海运费收汇场景。

“我们通过兴业管家(单证通)平台在线提交航运收款直通申请,实现了收款全程自动化、智能化处理,单笔入账操作耗时由3小时缩短至20秒,大大提高了资金周转效率。”深圳市一家国际货运代理小微企业负责人表示,客户通过兴业管家(单证通)航运金融模块提交发票及其他贸易背景影像资料后,即可自动生成《境内汇款申请书》,实现境内海运费支付全流程线上化办理。

据了解,目前兴业银行已为近千家航运及物流企业提供了一系列存贷汇兑金融服务。“我们将根据市场需求创设更多航运金融场景专属产品,持续提升跨境金融服务水平。”兴业银行相关负责人表示。

有效解决广大航运企业运费结算面临的高成本、多人力、长时间等难点,是金融机构需要关注的重点问题。

港口业的快速发展,港航金融服务能力不够匹配、不够平衡的问题日益突出,目前我国航运金融市场占全球的份额还远低于国际航运发达国家。

同时,在绿色发展的背景下,航运业作为重要的经济支柱和贸易载体,亦面临低碳转型升级,同样需要金融的同步支持。

以中国银行(601988.SH)上海分行推出的“中银航运直通车”为例,其致力提升航运企业结算效率,加快资金周转。据了解,“中银航运直通车”具备多渠道、全场景、高效率、深合作等特点,企业可通过中行企业网银、银企直连方式实现在线渠道对接,灵活配置多种运费支付模式,支持多类型发票的自动校验和智能审核,可帮助企业大幅降低财务管理成本,有效提升运费支付效率,深化上下游供应链合作。目前,该产品已在全国27个省市全面推广,基本构建了以航运企业为主体的行业生态链。

从航运金融的创新角度看,金融机构均依托金融科技提升服务质量。中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平向记者分析称:“航运金融创新的重点方向是通过积极提升数字化服务能力,利用数字化产业金融平台打通港口、海关以及船舶管理、船舶供应、船舶代理、货运代理等主体,将数字化金融服务与跨境金融服务相结合,构建智能化的航运金融多层次服务体系。”

助力航运企业转型升级

展望2024年下半年,华泰证券(601688.SH)方面预计,客货运将接连迎来旺季,相关板块盈利表现值得期待。

目前,上海正向全面建成国际航运中心的目标迈进。国际航运中心建设的重中之重就是要加快补齐高端航运服务业方面的短板,提升航运资源的全球配置能力。今年4月,浦东新区召开航运工作领导小组2024年度会议,明确浦东航运将聚焦推动“五个中心”联动发展,锚定海空枢纽、产业集聚、立法创新、高端服务、“三化”转型、先进制造、国际品牌、营商环境八大主攻方向。

在此背景下,记者了解到,浦发银行(600000.SH)上海分行正积极探索打造与国际规则接轨的跨境金融品牌,为船舶经营者提供全方位的金融服务,全力支持上海全面建成国际航运中心的目标。

当前,随着全球环保意识的提高和气候变化问题的加剧,航运业绿色转型已成为行业共识。我国航运业正朝着更加低碳、环保、可持续的方向发展,为应对全球气候变化和实现可持续发展目标作出积极贡献。

以中国船舶集团旗下广船国际为例,其是我国重要的军用舰船、公务船、支线集装箱船、疏浚工程船及海洋工程船建造与

保障基地之一。面对企业转型升级中技术攻关、设备更新、装备改造等的资金需求,记者从建设银行(601939.SH)广东自贸试验区分行了解到,该行多次实地走访调研,入车间、观船坞、上码头,从原油价格到配套装备,从生产经营到技术迭代,凭借着一手的调研资料和对客户需求的准确把握,为企业提供包括绿色金融贷款、预付保函在内的一系列融资产品,总授信金额超30亿元,助力船舶驶向远洋。

除银行外,金融租赁也是航运融资的重要方式。7月5日,国家金融监督管理总局发布《关于设立工银航运金融租赁有限公司的批复》,同意工银金融租赁有限公司在香港设立工银航运金融租赁有限公司(以下简称“工银航运”),以自有资金出资9亿美元,并持有工银航运100%的股权。

此外,地方政府也出台了相关政策支持航运金融发展。例如,《舟山市加快推进航运金融发展三年行动方案(2024~2026年)》提出了一系列措施,扩大航运金融总量、提升航运金融质量、优化航运金融环境等。

在转型升级发展的过程中,航运企业的金融需求是多元化的。杨海平表示,基于航运企业日常运营和战略落地过程中的难点和重点问题,会产生如下金融需求:一是购买或者租赁船舶

产生的融资需求、购买专业设备的融资需求,具体包括对银行信贷、金融租赁的需求,成熟的航运企业发行债券需要承销服务。二是开展业务产生的结算需求包括跨境结算需求,以及汇率风险管理的需求。三是部分航运企业通过兼并重组获得市场份额,并购金融服务变得越来越重要。四是航运企业面临着绿色低碳转型压力和数字化转型压力,需要绿色金融与数字金融的相关服务。

对于金融机构而言,航运金融亦面临一些风险和难点。杨海平认为:“一是全球经济波动以及地缘政治的不确定性,可能给航运金融带来信用风险。二是全球环保法规加速实施,航运金融可能面临着较大的环境风险。三是航运金融往往与跨境金融服务相联系,对法律风险、合规风险的要求更高。”

对此,杨海平建议:“包括商业银行在内的金融机构要加强国际政治经济形势的研判,利用大数据分析航运业景气程度,把握好航运金融业务策略;通过与其他金融机构合作,适度分散风险,注重引入合适的保险产品缓释风险;落实‘波塞冬准则’,优化航运业转型金融、绿色金融产品体系;优化跨境金融服务合规管理体系,持续提升跨境金融融合管理水平。”

“汇率省了费用超了”出境刷卡有哪些门道？

本报记者 郝亚娟 张荣旺
上海 北京报道

“原以为薅了汇率的羊毛，然而一看账单还是多花钱了……”日元暴跌之下，很多游客分享着攻略

“隐秘”的货币转换费

双币卡以“人民币+美元”居多，这也意味着，持卡人如果去非美元使用国家刷卡消费，还需支付一定的货币转换费。

“在日本买东西都是用Visa卡，回来一看汇率不对了。问了才知道，刷卡后需要先将日元转换成美元，再转换成人民币，购买时点的汇率和结算汇率不同，并且还有货币转换手续费。”上海的吴女士说道。

北京的张女士也表示：“在日本买了手链，刷的是日元，入账金额是美元，最后出账账单再由美元转人民币。虽然号称零货币转换费，但还是存在差价。按照最后价格，一条手链亏了200多元。”

记者采访了解到，双币卡以“人民币+美元”居多，这也意味着，持卡人如果去非美元使用国家刷卡消费，还需支付一定的货币转换费。信用卡行业研究专家葛亮告诉记者，Visa和万事达卡都是以美元为稳定货币，消费的时候是日元转成美元刷卡，按美元记录，信用卡出账后，如果用的是人民币还信用卡账单，还需要将人民币汇兑成美元还款。

银联国际相关人员指出，目前中国大陆地区的双币卡产品主要指银联与其他卡组织合作发行的双标卡。此类卡片一般支持两种结算货币，如：人民币及美元等。在日本等部分市场，根据商户具体情况，持卡人可选择交易通过银联或其他卡组织进行结算。通过银联结算时，当地货币将直接转换为人民币入账；通过

前去扫货。而在社交平台上，多个博主吐槽在境外刷卡被多扣费的遭遇。

一位不愿具名的业内人士向《中国经营报》记者称：“这种情况广泛存在，受到运营成本、系统对接等

多因素影响，目前国内大部分发卡行没有推出多种货币结算功能，通常还是以美元为主。另外，每家银行汇率结算时点不同，有的是按照信用卡入账时的汇率，有的是按照信用卡出账时的汇率，这也会造成

消费者付账单时体感的差异。”

随着中高考结束和暑假来临，出境游需求大涨。对于消费者而言，要选择合适的借记卡、信用卡，了解费用政策，在省钱的同时更要保障资金安全。



目前国内大部分发卡行没有推出多种货币结算功能，通常还是以美元为主，这也会造成消费者付账单时体感的差异。 视觉中国/图

其他卡组织网络结算时，使用卡片支持的2种结算币种以外的货币作为交易货币，则需先将本地交易货币转换为美元，后续持卡人再用人民币购汇还款，相当于进行了2次货币转换，可能会给持卡人带来额外费用。

招商银行(600036.SH)信用卡相关业务负责人表示，在境外刷卡消费发生刷卡货币和入账货币不一致的情况下，可能会产生较高的货币兑换手续费。针对用户的这一痛点，该行于2013年发行了全币种国际信用卡，开启“一卡全币”时代，持卡人去任何国家，使用任意货币消费，都能使用人民币还款，同时享受零货币兑换手续费。

招商银行信用卡相关业务负责人认为，如果带有银联标识的信用卡前往日本旅行，可以选择银联支付网络覆盖的日本商户进行消费；如果是万事达一芯双应用卡，可以选择万事达支付网络覆盖的

商户；在不清楚目的地商户具体支持哪些支付线路的情况下，可选择携带双币卡、全币种卡等。

银联国际相关人员在接受记者采访时表示，中国游客去日本买东西，推荐使用银联单标借记卡或信用卡，优势体现在以下几个方面：

在受理体验方面，日本市场全部ATM、80%的商户POS终端可受理银联卡，广泛覆盖中国游客热门目的地。2024年以来，银联国际重点针对中国持卡人刚性用卡场景优化了支付体验。同时，中国持卡人到访较为集中的重点商圈百货、旅游景点等均已开通银联卡受理。以交通场景为例，福冈、神户等主要旅游城市还可“拍”卡直接入闸地铁，使用云闪付App支付打车费等。此外，当前日本现金交易比重仍较高，中国游客仍有提现现金的需求，使用信用卡取现将产生较高的手续费成本，建议中国游客携带银联借记卡在当地取现。

在使用成本及体验方面，相比双标卡等产品，使用单标银联卡可直接通过人民币入账、用人民币还款、免收货币转换费。在提升用卡体验的同时，有效降低消费成本。

中国银联发布的《中国银行卡产业发展报告(2023)》显示，在市场需求和技术演进的共同驱动下，大数据、人工智能、物联网、云计算等技术与行业应用深度融合，促进金融产品和服务持续优化升级。2022年，银联线下受理网络已覆盖全球181个国家和地区，境外商户数达3800万家；线上支付服务拓展至境外200多个国家和地区的2200万线上商户。

另外，在账单管理上，银联国际相关人员指出，银联提供人民币对账、人民币消费通知，账单直接以人民币显示，方便持卡人核对消费记录，在减少多次换汇兑损失及手续费损失的同时，避免多次汇率转换带来的账单混乱。

银行推出境外消费返现活动

针对爆发的跨境消费需求，国内多家银行信用卡推出了境外消费笔笔返现活动。

去德国看欧洲杯、到东南亚海岛、赴非洲拍动物……随着假期模式开启，出境游热度大增。

同程旅行平台数据显示，今年暑期，中国游客出行半径明显扩大，整体国际机票均价较去年同期上涨33%。其中，欧洲旅游热度较去年更是有较大幅度上升，尤其是举办欧洲杯的德国和奥运会的法国增幅最大。7月份，中国游客飞往巴黎的机票预订热度较去年同期增长70%，巴黎奥运会期间前往法国的跟团游预订热度同比上涨了225%。

中国旅游研究院发布的《中国出境旅游发展报告(2023—2024)》显示，预测今年中国出境旅游人数为1.30亿人次。其中，中国游客出境游的意愿更加多元，一些新兴旅游目的地逐渐进入游客视野。受访者中，超过四分之一的游客有意愿前往欧美进行旅游，其次为东南亚。中国游客的出境选择也更为多元化，欧洲、北美洲、非洲等占比提升，亚洲国家和地区仍然位列榜首。

针对爆发的跨境消费需求，国内多家银行信用卡推出了境外消费笔笔返现活动。比如，招商银行信用卡2024年暑期档推出“非常境外游”活动，为持卡人提供“免费领320元汇率补贴”的优惠；建设银行信用卡推出了刷龙卡Visa畅享MUSE卡，境外消费笔笔1%返现，欧洲大牌至高10%返现。

万事达卡方面告诉记者，该组织通过三种方式判断交易真实性：一是大数据检测，利用万事达卡全球网络的大数据资源进行网络级监测，识别发卡行或交易处理器系统遭到的网络攻击；二是人工智能，利用神经网络技术构建网络级实时交易评分模型，并引入AI技术推出智能决策解决方案；三是生物识别，通过用户的行为生物特征和智能设备使用方式来判断其是否为自然人行为或是否为持卡人本人操作。

值得注意的是，在推出优惠活动的同时，银行也在积极降费。6月18日，中国支付清算协会发布一项倡议，旨在指导收单机构在境外银行卡刷卡手续费方面进行降费工作，以降低外卡受理成本。倡议中指出，收单机构应遵循“支付为民”的理念，自国际卡组织外卡费率优惠事项发布实施之日起，确保费率优惠能够完全传递至商户。

倡议还明确要求，收单机构及其外包服务机构不得通过任何方式截留外卡手续费优惠，包括但不限于明降暗升、转嫁成本等行为，以避免变相提高费率。此外，收单机构需要根据相关监管政策和行业自律要求，加强与商户的沟通，并确保信息的透明披露。

在用卡安全方面，上述招商银行信用卡相关业务负责人建议：一是在刷卡时将卡片保持在本人视线范围内，并关注银行通过各渠道推送的交易信息是否存在异常；二是不要将信用卡交给他人使用，更不要将卡片信息及个人信息告知他人；三是如在ATM机取款，输入密码时用手或身体进行遮挡，打印取款凭条尽量撕碎，避免卡面信息泄露；四是如果发现卡片丢失或遭遇盗刷，要第一时间联系银行挂失或冻结。

北京的王先生告诉记者，“去日本旅游，买小件主要用微信和支付宝扫码，很方便。买大件会考虑刷卡，因为银行有一些境外返现优惠。”

葛亮分析称：“一般在境外游旺季如7月、8月，部分银行信用卡在临时提额、促消费返点方面都会有专项活动，这跟用户在境外游的频率有关，可以优先布局机票/当地商户折扣等专项权益的信用卡。”

股市震荡探底 权益类理财回调

本报记者 秦玉芳 广州报道

7月以来，A股市场震荡探底，上证指数连续多日徘徊于3000点关口，市场情绪普遍

低落。

股市震荡影响下，权益类理财产品业绩也呈现回调趋势，6月下旬以来权益类理财产品净值回撤明显。与此同时，此前

存续规模一度下调的现金管理型产品、固收类产品等稳健型理财再度回温，其7月份以来的存续规模增长明显。

业内人士普遍认为，受股市

波动影响，近来权益类资产配置占比较高的理财产品净值下跌明显，使得投资者对固收及现金管理等稳健型产品配置意愿持续增强，理财机构对含“权”资产

的配置策略也在调整。不过从趋势来看，权益类产品能提供更高的收益潜力，依然是理财净值化转型的重要方向。未来，银行理财资金将持续流入权益市场，

理财机构在权益类产品布局上也朝着多元化、净值化、风险管理强化的方向发展，投资者在权益类理财产品的配置时，要更注意风险和收益的平衡。

权益类理财低迷

A股市场震荡探底，也影响了权益类理财产品的表现和销量。

普益标准研究员杨国忠指出，权益类理财产品主要投向于股票、股权等权益类资产，近期权益类资产表现欠佳，权益类理财产品收益率也相应有所下滑。截至2024年6月末，权益类产品的近1月平均年化收益率率为-14.4946%，环比下降19.0523%。

根据普益标准数据统计，截至7月7日，权益类理财产品今年以来平均年化收益率率为-2.1827%，较6月30日下调207.7个基点。

招商证券也在研报中指出，截至6月末，年初至今权益类理财产品平均收益率为0.4%，6月下半月权益类理财产品净值回撤明显。

易观千帆证券投资咨询专家田杰也指出，从基金表现看，今年上半年4269只主动权益类基金中，共1389只收益为正，占比约三成，全部基金平均下跌幅度达4.65%。其中，银行类高股息基金表现较好，其他类型基金普遍下跌，投资者对权益类基金表现冷淡。

业绩低迷很明显会影响权益类产品的销量。田杰透露，今年上半年权益类基金销量相当冷清，投资者更偏向于债权类基金。2024年上半年发行的基金中，股票型基金的发行份额仅占到总量的10%左右，混合型基金占到发行份额总额的6%左右，整体权益类基金仅占比不到20%，更有

部分基金出现募集延期、募集失败或“压哨发行”的情况。

融360数字科技研究院分析师艾亚文表示，股票市场低迷直接影响权益类理财产品的净值表现，产品破净概率较高。这意味着，投资者的回报率降低，收益率下滑，市场信心的低迷导致投资者对权益类产品的风险偏好下降，认购意愿不足则造成部分权益类理财产品出现规模缩水的情况。

普益标准数据显示，截至7月11日，全市场权益类理财产品最新存续规模为345.9亿元，较6月末减少0.6亿元。

杨国忠强调，权益类理财发行数量也在下降，据普益标准数据统计，2024年6月共新发了4款权益类理财产品(注：不包括外资行产品)，较4月、5月均减少2款。

在光大银行(601818.SH)金融市场部宏观研究员周茂华看来，权益市场波动导致部分偏向权益类资产理财产品的净值也随之波动。近年来，部分居民对金融产品收益稳健、可预期方面的要求不断提升，部分理财产品净值波动较大，势必影响其短期配置需求。

普益标准方面分析指出，个人客户通常具有“短视”特征，其投资行为十分容易受到市场短期波动的影响。因此，股市的波动更加容易引发个人客户对于理财产品的

申购与赎回行为。

某理财公司业务人士透露，最近新增的混合类产品多为偏债型产品，偏股型产品因为业绩表现不及预期，投资者赎回意愿逐步升高，新增配置意愿大幅降低。

杨国忠指出，近期权益类银行理财产品的存续规模占比仍然非常低，不超过0.5%。去年以来，中资机构新发行的权益类产品以私募为主，而少量公募产品主要跟踪特定指数，例如华夏理财的工天系列，该系列产品的投资策略是跟踪该机构首创的一系列指数。外资银行则有较多权益类产品在售，这些产品均为QDII产品，投资于各种境外基金。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜也认为，如果股市持续下跌，权益类理财产品所投资资产的价值也会随之下降，从而导致投资收益减少，影响产品的整体表现，进而导致权益类理财产品的发行和投资者认购意愿降低。“整体来看，在当前股市低迷的背景下，权益类理财产品的业绩表现会受到影响，发行和投资者认购意愿也有所下降。”

周茂华进一步强调，近年来，金融产品净值波动加大，投资者需要加强对理财产品信息的了解，充分评估自身风险承受能力，在考虑产品预期收益情况下，还需要关注产品净值波动风险，稳健投资。

占比提升是大方向

股市低迷、权益类理财产品配置需求降温的同时，个人投资者近来对现金管理型产品、固收类产品等稳健型银行理财的配置积极性明显回升。

普益标准数据显示，7月以来，现金管理型、固收类和混合类银行理财产品存续规模均出现回升，较6月末分别增长5039.6亿元、6162.2亿元和34.8亿元。

在杨国忠看来，在股票市场下行期，为规避股票市场下跌风险，个人投资者会更加倾向于在理财市场购买风险更低的理财产品。当前，个人投资者仍然偏好固收类产品，其也是各理财公司和银行主推的类型。

田杰也强调，当前市场投资者依然是偏向于固收类理财，今年上半年债权类基金支撑起了基金80%的发行份额，也是源于A股连续调整导致的。“最近两年来，对于股票投资者和基金投资者而言都是熊市，连续大幅度回调导致A股成交量降低，基金投资者亏损幅度较大，特别是前几年市场重大的大蓝筹、医药、半导体等基金，造成亏损额较大。预期在后面很长一段时间，权益类基金都会低迷，不过主要还是取决于股市表现。”田杰如是表示。

不过，在融360数字科技研究院分析师艾亚文看来，权益类理财产品在权益类产品布局上正朝着多元化、净值化、强化风险管理的方向发展，推动长期资金加大权益类投资，建立周

理财产品的破净率可能导致权益配置需求下滑，但整体上理财产品权益占比提升仍是大方向。

艾亚文认为，在低利率环境下，现金存款类固收产品收益下降，理财机构通过增加配置权益类产品提升收益率来吸引客户。此外，权益类产品能提供更高的收益潜力，是理财净值化转型的重要方向。

周茂华也认为，随着国内无风险利率中枢下移，理财机构投研能力增强，理财产品将逐步增加权益类资产配置比例，提高综合收益弹性，丰富产品体系，以更好满足市场多元化需求。股市作为国内最重要的市场之一，长期发展向好，是未来资管发展的重要支撑。

柏文喜也表示，随着利率市场化推进，存款利率不断下降，理财机构的传统存款收益逐渐减少，而权益类投资能够为理财机构提供更多的收益来源。同时，随着居民财富的不断积累，越来越多的投资者开始关注理财产品的风险收益特征，而权益类投资能够为投资者提供相对较高的收益。因此，理财机构也逐渐加大了对权益类理财产品的布局力度。

“理财机构在权益类产品布局上正朝着多元化、净值化、强化风险管理的方向发展，推动长期资金加大权益类投资，建立周

期考核机制。同时，更注重产品创新以适应投资者需求和监管要求。”艾亚文如是指出。

西部证券在最新研报中也明确，长期权益资金正逐步加速进入市场，随着新“国九条”政策的出台，该政策鼓励银行理财资金积极参与资本市场，并提升权益投资规模，预计未来银行理财资金将持续流入权益市场，为A股市场带来稳定且可持续的增量资金。

对于投资者来说，艾亚文认为，随着市场环境的变化，投资者可能会在低利率时期，减少现金和固定收益资产，增加对权益类理财产品的配置，以寻求更高的收益，不过投资者要注意平衡风险和收益。

浙大城市学院文化创意研究所秘书长林先表示，投资者可能会更加注重长期价值投资和分散投资策略，以降低投资风险。同时，可能会更加关注产品设计和配置策略的特点，如基金的投资方向、管理团队的背景、风险控制等方面。

在艾亚文看来，受投资者青睐的权益类产品在设计上更注重风险和收益的平衡性，提供多样化选择以满足不同风险承受能力的投资者；同时也更强调工具化、定制化，聚焦长期化、国际化视野的投资策略。

一系列利好政策落地 连跌三年医药板块否极泰来？

本报记者 顾梦轩 夏欣
广州 北京报道

持续下跌的医药板块迎来了多剂“强心针”。7月5日，国务院常务会议召开，《全链条支持创新药发展实施方案》（以下简称《方案》）获审议通过，酝酿数月的创新药产业最大利好政策出台。此前6月21日，财政部、国家发展改革委、中国人民银行、金融监管总局联合发布《关于实施设备更新贷款财政贴息政策的通知》，为更新医疗设备提供了强大的资金支持，激发了医疗器械市场的活力。

受利好政策影响，7月11日，医药板块终于迎来反弹。根据Wind数据，虽然万得医药指数依然

上涨2.07%，但是万得创新药指数上涨2.83%，万得医疗保健指数上涨2.27%。

一位业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示，一系列政策利好将对医药板块产生积极影响，例如医疗设备更新贷款财政贴息政策的实施为更新医疗设备提供了强大的资金支持，这将对医疗器械市场产生积极影响。从当前情况来看，医药板块正处于底部区域，随着政策利好逐步显现和市场需求恢复，下半年医药板块可能会有一定的反弹行情。但需要注意的是，医药板块的表现仍然受到多种因素的影响，投资者需要谨慎评估风险和机会，合理配置资产。

落地效果仍需观察

政策推动依然需要动用相对拮据的医保资金，可能导致落地效果低于预期。

今年以来，医药板块持续下跌。Wind数据显示，截至7月10日，万得医药指数下跌17.78%，此外，医药板块各个细分领域——万得创新药指数、万得医疗器械精选指数、万得医疗保健指数今年年初以来的跌幅均较大。

“医药板块年内表现不佳，既有基本面方面的原因，也有市场风格的因素。”湘财医药基金经理张泉指出，从基本面来看，大多数医药企业依然严重依赖国内市场，能够通过“出海”打开第二增长曲线的仍在少数，而医控费、医疗反腐对国内医药市场需求造成的扰动是持续性的，资本出于避险需求，短期会选择远离医药板块。从市场风格来看，今年以来市场对确定性的追求较为极致，而医药板块尚处于需要更多的证据来研判未来趋势的变革期，与市场风格偏好相左，进一步导致医药板块表现不佳。

在今年的上海两会上，上海市政协常委、复星国际联席首席执行官陈启宇建议，针对生物医药高风险、高投入、长周期

的特点，未来应在研发、准入、生产、使用、支付等各环节给予全链条的支持，努力营造鼓励源头创新的制度环境，激活源头创新“第一公里”，探索生物医药的原研转化、创新路径和政策机制。

早在2023年年底，全国政协经济委员会副主任、中国国际经济交流中心常务副理事长毕井泉曾表示，近年来，我国生物医药产业开始走上高质量发展的道路，但仍处于“爬坡过坎”阶段，面临诸多待解难题。

毕井泉认为，需从六个方面“同向发力”，在研发、转化、准入、生产、使用、支付各环节对生物医药创新给予全链条的支持，努力营造一个鼓励生物医药创新的制度环境，推动产业高质量发展。

张泉认为，一系列的利好政策对医药板块的作用，仍需观察和等待具体的落地效果。也有市场声音认为，政策推动依然需要动用相对拮据的医保资金，可能导致落地效果低于预期。

三年“至暗时刻”

2024年一季度上市公司财报整体表现平平，导致机构投资者减仓，反映出市场对行业的悲观预期。

医药板块持续下跌，医药主题基金业绩可想而知。根据Wind分类，截至7月10日，全市场196只医药主题基金（份额分开），年内平均收益-19%。196只基金中，年内取得正收益的仅有湘财医药健康A/C，且这只基金成立于2023年12月，成立时间较短。

除湘财医药健康A/C之外的194只基金均在年内出现净值下跌，其中业绩最差的是申万菱信医药先锋基金A/C和国泰创新医疗A/C，这4只基金年内收益分别为-34.8%/-34.94%，-32%/-32.17%。此外，包括这4只基金在内，年内净值下跌幅度超过20%的医药主题基金有79只。

在过去的2023年，医药板块的表现可谓“有惊无喜”。中信医药指数和沪深300指数全年趋势类似，2023年录得下跌阴线，连续三年下跌。2023年，全社会恢复正常生活工作，医疗行业医院诊疗基本恢复正常，但是整体行业开始归还疫情时代的各种欠账。二



数据来源:Wind

截止日期:2024年7月11日

季度创新药迎来一波反弹，但是无法抵御医疗行业全行业的集采和整顿带来的行业调整，虽然有阶段性热点和波段行情，全年还是以下跌告终。

张泉指出，2023年是疫情结束后的第一年，疫情期间积压的医疗需求集中爆发，与疫后人群抵抗力下降、传染病高发等需求相叠加，造就了一个医药需求的小高峰。虽然2023年下半年医疗反腐启动，但是需求压力向企业端的传导具有滞后性，因此，医药板块在

2023年全年仍表现出很多阶段性机会。而进入2024年，医药需求萎靡、医控费趋严，叠加医疗反腐的持续性影响，导致医药板块开局不利、表现不佳。

格上理财研究员毕梦娟分析，医药生物行业估值在年初以来有所下降，反映了市场对行业整体转型和调整期的担忧。如疫情防控开放后，部分医疗需求转向医院、诊所和药店的门诊量和客单价下降，也对医药板块造成了一定压力。

华梦娟指出，2024年年初以来，市场情绪更为悲观。医药生物行业的估值在2024年年初以来继续下降，医药企业的业绩在2024年年初并未出现显著好转，反而受到多种因素的制约，投资者对医药行业的未来增长预期降低。此外，“2023年年底，机构投资者对2024年医药行业表现较为乐观，但2024年一季度上市公司财报整体表现平平，导致机构投资者减仓，反映出市场对行业的悲观预期。”毕梦娟补充道。

投资难度加大

由于对医药板块的信心不足，2024年一季度，表现不错的医药个股被基金经理清仓。

医药板块的表现虽然不尽人意，但依然有表现较好的个股。根据Wind数据，截至7月9日收盘，医药（中信）成份股472只个股中，年内股价涨幅为正的有44只，占比9%。其中，诺泰生物（688076.SH）、川宁生物（301301.SZ）、艾力斯（688578.SH）、羚锐制药（600285.SH）和英诺特（688253.SH）年内股价涨幅均超40%。

上市公司股价大涨背后是公司业绩的持续上涨。诺泰生物近期披露的2024年半年度业绩预告显示，公司预计2024年半年度实现归属净利润为1.8亿—2.5亿元，同比增加330.08%—497.34%，创下诺泰生物上市以来半年度最好业绩。

川宁生物的走红则是得益于“合成生物”的概念。“合成生物”概念走红始于4月份的一场论坛。

4月26日，在2024中关村论坛年会上，北京化工大学校长、中国工程院院士谭天伟提及，目前由国家发展改革委牵头，工业和信息化部及科技部等国家部委正在联合研制国家生物技术和生物制造行动计划，并且有望在近期出台，“生物制造+”是其中的关键内容。

其后的两个交易日（4月29日、4月30日），Wind合成生物指数分别上涨4.55%、4.79%，“五一”假期后首个交易日（5月6日）上涨4.93%，截至5月7日，该指数创下新高，达到1367.84点。相关概念股也因此

受益，股价狠狠涨了一波。

但遗憾的是，医药基金经理似乎未能把握上涨行情。Wind数据显示，截至2024年一季度末，全市场持有诺泰生物的只有43只，有12只基金则彻底清仓诺泰生物，完美踏空。主动权益基金中，持有诺泰生物的只有38只；医药主题基金中，持有诺泰生物的只有16只。

而川宁生物的遭遇则更加惨淡。根据Wind数据，全市场持有川宁生物的基金只有4只，其中有3只权益基金，没有医药主题基金。持有艾力斯的9只主动权益基金中，只有3只医药主题基金；27只主动权益基金持有艾力斯，其中只有3只医药主题基金。

记者同时注意到，对于医药板块的信心不足，2024年一季度，上述表现不错的医药个股被大批基金经理清仓，基金也错失收益。

客观地说，追逐热点交易不是值得追捧的投资行为，正如申万菱信医药先锋股票基金经理姚宏福在2023年年报中所说，我们仍然坚持自下而上研究精选个股长期持有的投资风格。通过对医药板块内一级、二级产业资源的跟踪和研究，我们认为老龄化和创新药械国际化有望成为医药领域具备机会的细分领域。我们布局的个股也主要围绕以上相关领域展开。

下转 B4

医疗融资租赁“抢赛道” “大金融”概念呼之欲出

本报记者 石健 北京报道

6月25日，财政部联合国家发展改革委、中国人民银行、金融监管总局印发《关于实施设备更新贷款财政贴息政策的通知》。随着设备

更新方案不断落地落实，全国多地正在探索医疗设备融资租赁合作新模式。其中，联影医疗（688271.SH）发布公告称，拟以自有资金4.5亿元在上海嘉定区设立上海联影医疗设备租赁有限公司（暂定名），主要开

展融资租赁业务。

在多位业内人士看来，随着经济不断复苏以及医疗行业的蓬勃发展，布局医疗类融资租赁业务成为抢占该赛道的关键环节，通过产融结合的方式，实现医疗类融资租赁“大金融”理念。

家电等，从而促进消费，拉动经济增长。再次是支持中小企业发展。融资租赁可以为中小企业提供融资支持，帮助中小企业解决融资难、融资贵的问题，促进中小企业发展。最后是优化资源配置。融资租赁可以促进设备的流通和使用，提高设备的利用率，优化资源配置。”

值得注意的是，除了医疗类上市公司布局融资租赁子公司之外，一些央企系融资租赁公司亦在布局医疗类融资租赁子公司。在多位行业人士看来，未来医疗领域，将成为融资租赁行业抢占的重要赛道。

对于为何医疗类融资租赁会成为行业抢占的重要赛道，记者梳理发现，背后的因素不乏与近年来政策支持力度有关。

2020年12月，国家卫生健康委、国家中医药管理局发布《关于印发公立医院全面预算管理制度实施办法的通知》，通知指出“公立医院确需借入或融资租赁的，应当按照规定报批。”

而从地方而言，2023年年底，广东省政府发布《在我省教育科技、卫生健康等领域开展设备租赁试点工作方案的通知》，明确为加快先进设备购置、缓解财政一次性支出压力，提升相关医疗服务能力并补齐短板，在医疗机构开展相关医疗设备租赁试点，到2024年要全面推广

至全省各级医疗卫生机构。

可以说，从政策层面看，融资租赁已经成为缓解医疗机构资金难题的业务方式之一。对此，有多位行业人士认为，随着“健康中国”理念的不断推进，地方政府对医疗领域的投入不断加大，未来医疗类融资租赁势必会得到扶持举措。一方面是财税支持力度将加大。政府可以为医疗类融资租赁提供财政补贴，降低融资租赁公司的成本，提高其盈利能力。同时，政府可以为医疗类融资租赁提供税收优惠，如减免增值税、所得税等，鼓励融资租赁公司开展医疗类融资租赁业务；另一方面则是加强政策的支持。政府可以出台相关政策，鼓励医疗机构采用融资租赁方式购买医疗设备，提高医疗设备的更新换代速度。

对于医疗类上市公司布局融资租赁子公司是否会在未来成为趋势，邓勇表示，这种做法在未来可能会成为一种趋势。他进一步说，对于上市公司来说，布局融资租赁子公司可以带来以下好处，首先是拓展业务领域。融资租赁是一种新兴的金融业务，布局融资租赁子公司可以帮助上市公司拓展业务领域，实现多元化发展。其次是增加盈利来源。融资租赁业务可以为上市公司带来稳定的租金收入和利息收入，增加盈利来源。

深化产融结合

不过，早在2019年，曾出现医疗类融资租赁公司因为布局业务规模过大，致使出现资金链断裂，公司出现经营风险的情况。

对于布局融资租赁公司可能带来的风险和挑战，邓勇分析认为，“一是信用风险。融资租赁业务涉及承租人的信用风险，如果承租人无法按时支付租金，可能会导致融资租赁公司的损失。二是市场风险。融资租赁市场的竞争激烈，如果上市公司无法提供具有竞争力的融资租赁产品和服务，可能会面临市场份额下降的风险。三是法律风险。融资租赁业务涉及复杂的法律问题，如果上市公司无法遵守相关法律法规，可能会面临法律风险。”

近年来，随着金融领域反向纵深推进，租赁行业监管趋严，融资租赁公司也在建构风控体系。一位从事医疗器械融资租赁的公司负责人告诉记者，公司主要从两个层面加强风控管理。“一是加强风险管理。出租人应建立完善的风险管理体系，加强对租赁物的管理和监督，及时发现和处理风险。二是寻求专业帮助。出租人和承租人可以寻求专业的律师、会计师等的帮助，确保融资租赁业务的合法合规。”

对于如何应对风险和挑战，邓勇建议，如果是上市公司，需要加强风险管理，建立完善的风险管理制度和内部控制制度，加强对承租人的信用评估和风

险管理，提高融资租赁产品的服务的竞争力，遵守相关法律法规，确保融资租赁业务的健康发展。

在多位租赁行业人士看来，瞄准行业痛点才能更好布局市场，而行业痛点正是较大的财务需求。就医疗行业而言，可以分为上游、中游和下游三个阶段。上游医药工业往往是高附加值的产业，现金流比较充沛。财务需求最大的是中游流通行业，因为上游要预付款，下游医院又经常出现款项拖欠的情况。一般来说，财政比较发达的地方医院是不需要融资的，但是东北部、中西部等地区的财务需求更强一些，通常来说，只有医院在政策改建、扩建或新建时才会得到资金支持。

在多位行业人士看来，医疗类融资租赁公司在避险的同时，未来进军“大金融”将成为行业趋势。一方面，医疗领域是当前备受资本认可的优质赛道，企业迫切的资金需求不断推动着融资租赁行业的多元化发展。另一方面，产融结合模式正逐渐成为一大金融方向，融资租赁公司应携手各方资源，共同推动中国医疗产业健康可持续发展。

记者在采访中发现，除了像联影医疗这类的行业公司布局融资租赁子公司外，不少融资租赁公司也在布局医疗领域，以期抢占市场份额。对于融资租赁公司的优势

有哪些，一家央企背景的融资租赁公司负责人告诉记者，融资租赁公司因其专业度较高，可以在市场竞争中以模式取胜。“比如可以采取‘租赁+保理’的方式，锁定下游医疗端和中游流通端，将客户分成协同客户和外部客户两类，建立正向和反向保理，开展直租和回租业务。经过长时间的实践，通过保理和租赁相结合的方式不断拓展下游业务，整体上风险也可以控制在合理范围之内。”

在邓勇看来，融资租赁在医疗领域发挥着重要作用。特别是在经济复苏的背景下，医疗类融资租赁可以为医疗机构提供必要的资金支持，帮助其更新设备、扩大规模，提高医疗服务水平。未来或呈现三个趋势。

首先是规范化发展。随着融资租赁行业的不断发展，政府可能会加强对医疗类融资租赁的监管，规范融资租赁公司的经营行为，防范和化解金融风险。

其次是多元化发展。政府可能会鼓励融资租赁公司开展多元化的融资租赁业务，如医疗器械融资租赁、医疗服务融资租赁等，满足不同医疗机构的需求。

最后是新化发展。政府可能会鼓励融资租赁公司开展创新化的融资租赁业务，如融资租赁与互联网金融相结合、融资租赁与供应链金融相结合等，提高融资租赁公司的服务水平和竞争力。

监管罚单上半年超7亿元 信贷违规成“重灾区”

本报记者 杨井鑫 北京报道

伴随着金融强监管、严监管的常态化，监管部门近年来加大了对机构违规行为的处罚力度。同花顺相关

统计数据显示，今年上半年，央行、国家金融监督管理总局以及外管局3家监管机构共对371家银行业金融机构开出944张罚单，累计罚没金额达到7.28亿元。

监管高压态势

2024年监管对银行业金融机构的检查力度越来越大。

自去年年底以来，监管部门多次明确强化“五大监管”，要严格执法、敢于亮剑，为合规经营主体营造良好的市场氛围，也让违规主体付出应有代价。所谓的“五大监管”即机构监管、行为监管、功能监管、穿透式监管、持续监管，而让违规主体付出应有代价则主要指向了监管罚单。

相关数据显示，央行、国家金融监督管理总局以及外管局3家监管机构上半年共对371家银行业金融机构开出944张罚单，累计罚没金额7.28亿元。其中，农商行的罚单数量占比超过30%，涉及金额约2.06亿元。

从单张千万元级别的天价罚单看，今年上半年一共2张。虽然千万元级别的罚单数量有所减少，但是百万元级别的罚单数量仍然高居不下。统计数据显示，今年上半年，有97家银行合计收到158张百万级别的罚单，其中农商行收到的数量最多。

信贷违规“高发”

信贷资金违规进入房地产一直是监管检查重点。

在上半年监管开出的900多张罚单中，涉及银行信贷违规的罚单数量占到总数的一半以上。

2024年5月，监管开出的罚单数量多达120张，涉及贷款业务管理、账户管理、反洗钱、风险控制、信息披露、理财以及保险业务等方面。在这些罚单中，被罚事由大部分与信贷业务相关，包括贷前调查不尽职、贷后管理不到位、虚增存贷款规模以及信贷资金被挪用等行为。

以一家国有大行的罚单为例，今年5月该行河南省分行及其他6家分支机构合计被罚665万元，主要问题涉及贷前调查未尽职、贷后管理不到位，违规发放个人住房贷款、发放虚假用途的抵押贷款，以及信贷资金违规流入房地产市场等情况。

记者了解到，“贷前调查未尽职、贷后管理不到位”属于银行贷款“三查”范围，即贷前调查、贷时审查和贷后检查。贷前调查指的是在贷

“这两年国有大行和股份行都格外重视经营合规性问题，天价罚单的数量减少了很多。但是，中小农商行的数量多且风控能力相对弱一些，‘吃’到罚单也就更多。”一位接近监管的人士称。

“如今银行合规审查贯穿到了业务全流程。一旦业务合规过不了，该业务就会被银行果断放弃。”一家股份制银行人士向记者表示，“从目前银行机构对监管合规来看，重视程度之高前所未见。有的罚单时间跨度可能有一点大，不是银行当下的问题，可能银行已经整改完成了。”

实际上，2024年监管对银行业金融机构的检查力度也越来越大。今年3月26日，国家金融监督管理总局公布了《2024年度国家金融监督管理总局部门预算》。该文件披露，根据年度监管工作会议精神和现场检查计划等，开展执法办案现场检查工作量约合37万人·天。其中，对于银行机构现场检查工作，预

据《中国经营报》记者了解，上半年银行业的罚单数量和金额较去年同期呈下降趋势，同比下降20.8%和47.9%。单张千万元级别的罚单仅2张，较去年14张罚单大幅

减少。从监管处罚的事由看，涉及信贷违规的罚单数量达到540多张，超过总数一半。而农商行和农信社上半年罚单数量和金额都超过了国有大行和股份制银行。



监管机构上半年共对
371家银行业金融机构开出944张罚单，累计罚没金额7.28亿元。
其中，农商行的罚单数量占比超过30%，涉及金额约2.06亿元。

计派出银行机构检查组约2600个，检查银行机构约3200家次，投入执法检查工作量约28万人·天。

记者注意到，《2023年度国家金融监督管理总局部门预算》中提及，2023年预计派出银行机构检查组约2000个，检查银行机构约2500家次，投入执法检查工作量约20万人·天。相比2023年而言，监

管对银行机构派出的检查组数量和检查银行机构的数量都呈上升趋势。

“很多地方监管的专项现场检查都是带着问题来的。除了常规的业务检查之外，还有的检查是事件性的检查或者涉及到线索举报等，情况都不一样。”上述股份制银行人士表示。

多数银行大额信贷过于依赖于抵押资产。但是，这两年很多通过拍卖、市场转让等途径处置抵押物所得往往无法完全覆盖不良贷款余额，银行仍要承担资产损失。

信贷资金违规进入房地产一直是监管检查重点。上述国有大行信贷部人士表示，个人综合消费贷款、经营性贷款、信用卡透支等资金不能用于购房；企业的流动性贷款、并购贷款、经营性物业贷款资金也不能被挪用于房地产开发。

记者在采访中了解到，监管在合规性审查中，对银行信贷资金的用途和流向有严格要求。但是，企业在日常结算和资金周转时采取对公账户及多个个人账户同时使用等情况，使银行对企业的资金来源及实际最终用途监管难度增大。

“企业可能将银行贷款先周转至其上游客户，然后再通过多次划转进入不符合借款用途的去处，这会使企

业资金链逐渐陷入周转紧张的局面且银行无法对其实际还款能力做出客观判断。”该国有大行信贷部人士称。

此外，部分银行被罚事项还涉及虚增存款规模的问题，虚增方式包括发放无实际用途的存单质押贷款、利用资金中介虚增存款规模、以贷转存滚动办理授信业务等。

据记者了解，由于今年上半年一段时间银行存贷利率出现倒挂情况，企业贷款直接转存款的情况有所增多。企业从中实现盈利，而银行则做大了存贷规模。

业内人士表示，金融高质量发展一定是建立在合规经营基础上的。一些金融违规的乱象会聚集风险，不利于金融整体稳定发展。“银行罚单的背后是金融监管部门加大力度推动金融规范发展的信号，也是警示银行机构在经营过程中要强化内控，做好风险防范和管理，有效避免类似事件再发生。”

直维持在3000点附近震荡，但是各板块的表现却差异很大。在31个申万的一级行业中，多数行业板块的走势都以下跌为主，仅8个行业实现上涨。其中银行板块以近17%

涨幅位居首位，成为上半年A股市场最耀眼的明星。

据《中国经营报》记者了解，在市场行情波动加大时，银行股是投资者避险的主要品种。从银行股上

涨逻辑看，上市银行经营业绩稳定，分红相比一般企业更慷慨。同时，相比银行存款或者理财，投资者在低利率时代买银行股的意愿也会有所增强。

统计数据显示，今年上半年，A股42家上市银行中，17家银行的股价涨幅超过20%，有2家国有大行、4家股份制银行、7家城商行和4家农商行。其中，南京银行、常熟银行(601128.SH)、成都银行(601838.SH)、渝农商行(601077.SH)、上海银行(601229.SH)、杭州银行(600926.SH)和交通银行(601328.SH)7家银行的股价涨幅超过30%。

“今年以来，市场震荡加剧，一些概念股的股价有所回调。在资金避险情绪较浓的背景下，银行股的低估值和高股息率的优势有所凸显。”一家券商银行业分析师称。

据了解，在当前市场环境下，高股息率和低估值的银行股更容易吸引资金配置。股息率方面，银行股

水平仍处于低位。目前，银行股依然全部“破净”，市盈率也远低于A股市场平均水平。

更重要的是，上市银行的业绩基本面在持续改善。上述分析师认为，银行净息差近年持续收窄，但是该幅度已经趋缓甚至稳定。银行不良率不断下降，拨备覆盖率上升，资产质量不断改善。同时，一系列政策组合拳出台，房企融资回暖，购房需求释放，对银行基本面也形成了有利支撑。

“国家对金融一直强调高质量发展。对于银行来说则是将金融资源配置到国家重大战略、重点领域和薄弱环节中，调整了银行的信贷结构，也为银行的转型发展带来机遇。”该分析师表示。

上涨。”

在本轮银行股的上涨过程中，投资机构早已经提前布局。统计数据显示，今年一季度末，公募重仓持有的银行标的市值为1087亿元，环比增长28.03%，超出申万银

行指数同期涨幅17.43个百分点，意味着有较大力度的增持动作。一季末同期，在公募重仓持有的A股资产中，银行业所占权重为4.29%，也是2023年以来首次超过4%。

低价“甩卖”不良资产 信用卡加速升级“自救”

本报记者 秦玉芳 广州报道

提高至二季度的33.5%。

业内人士分析认为，过去几年粗放式发展叠加经济转型因素影响，使得信用卡不良率抬升，银行纷纷加大不良处置力度，以释放资本占用，调优资产质量；同时越来越多银行加快业务模式转型步伐，集中有限资源，聚焦优质客群进行精细化深耕。

不良资产包低价“甩卖”

近日，多家银行低价出售信用卡不良资产包，部分银行转让价格甚至不足资产原始金额的1折。

广州银行6月底公布的不良资产收益权转让结果公告显示，包括广州、深圳、佛山、东莞、中山等地个人信用卡贷款资产包的原始金额9.9亿元，实际转让金额仅5870万元。

兴业银行(601166.SH)4月公告也显示，原始金额41.8亿元的个人信用卡贷款资产包以1.34亿元的价格转让给华能贵诚信托有限公司。

银登网披露的信息显示，今年以来银行个人信用卡不良贷款的挂牌转让数量和规模快速增长。

银登中心近日发布的《2024年二季度不良贷款转让试点业务统计》(以下简称《统计》)显示，二季度银登中心不良贷款转让挂牌项目数为205单，环比增长215.38%；挂牌业务规模464.9亿元，环比增长193.13%。

在批量个人业务成交统计方面，数据显示，二季度个人不良贷款批量转让业务成交量大幅增长，挂牌107单，成交业务规模278.5亿元，分别环比增长282.14%、547.67%。

从成交情况来看，二季度个人不良贷款折扣率进一步下调。《统计》显示，二季度批量个人业务平均折扣率4.1%，较一季度下降0.5个百分点。

其中，个人信用卡不良资产占比进一步上升。从挂牌转让的不良贷款类型来看，个人消费贷款和信用卡透支资产占比量个人业务的主流。《统计》显示，二季度个人消费贷和信用卡透

用卡不良有所抬升，当前仍有上升趋势。国盛证券也分析认为，去年以来部分银行经营贷、消费贷和信用卡不良率均有不同程度提升，考虑到当前居民还款能力仍偏弱，短期看上市银行零售领域资产质量或仍有提升压力。

在此环境下，各家银行信用卡纷纷加快转型进程，调整信用卡业务发展策略。董峥强调，现在银行信用卡进入反思阶段，对过去20年粗放式经营进行“检讨”，在此基础上，越来越多银行开始聚焦有限资源进行优势客群深耕，通过业务发展模式转型，寻求生机。

全联并购公会信用管理委员会专家安光勇表示，由于不良贷款率上升，银行普遍收紧了信用卡发放标准，减少新卡发行数量，创新产品吸引优质客户，加快数字化转型提升用户体验和业务效率。

产业观察家洪仕宾表示，年初以来银行信用卡业务发展呈现一些新的调整变化：一方面业务布局更加注重风险防控和客户服务，积极推动数字化转型以提升服务质量；另一方面也更加注重与其他金融业务的融合发展。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜也指出，当前银行信用卡业务布局关注侧重点在于数字化转型和场景化布局，未来趋势将朝着数字化、智能化、场景化、个性化等方向发展。金融机构还应加强风险识别和预警，提高信用评估的准确性和及时性，同时加强贷后管理和催收，以降低不良生成率。

银行股“大象起舞” 上半年板块涨幅居首

本报记者 杨井鑫 北京报道

一直被市场调侃为“白菜价”的银行股在上半年实现逆袭。

今年上半年，上证大盘指数一

银行股屡创新高

7月以来国有六大行的股价纷纷创下年内新高，成为市场关注的焦点。截至7月10日，A股42家上市银行中有38家上涨，占比超过90%。其中，南京银行(601009.SH)以涨幅超过40%居首。

截至7月10日收盘，工商银行(601398.SH)股价涨超1%再创新高，总市值近2.14万亿元，成交额超13亿元。同一日，建设银行(601939.SH)股价涨幅0.91%也创下历史新高，总市值近1.91万亿元。

随着银行板块的持续上涨，上半年工商银行和建设银行2家银行的市值超过贵州茅台(600519.SH)的市值。目前，中农工建国有四大行和招商银行(600036.SH)均挤入A股市值排名的前十。

机构加仓银行股

“一些资金量较大的基金或险资会选择国有大行作为底层资产配置，部分投资则看好中小城商行或农商行的成长性。”一家公募基金人士接受记者采访时表示，上半年涨幅较大的中小银行

涨幅位居首位，成为上半年A股市场最耀眼的明星。

据《中国经营报》记者了解，在市场行情波动加大时，银行股是投资者避险的主要品种。从银行股上

涨逻辑看，上市银行经营业绩稳定，分红相比一般企业更慷慨。同时，相比银行存款或者理财，投资者在低利率时代买银行股的意愿也会有所增强。

水平仍处于低位。目前，银行股依然全部“破净”，市盈率也远低于A股市场平均水平。

更重要的是，上市银行的业绩基本面在持续改善。上述分析师认为，银行净息差近年持续收窄，但是该幅度已经趋缓甚至稳定。银行不良率不断下降，拨备覆盖率上升，资产质量不断改善。同时，一系列政策组合拳出台，房企融资回暖，购房需求释放，对银行基本面也形成了有利支撑。

“国家对金融一直强调高质量发展。对于银行来说则是将金融资源配置到国家重大战略、重点领域和薄弱环节中，调整了银行的信贷结构，也为银行的转型发展带来机遇。”该分析师表示。

上涨。”

在本轮银行股的上涨过程中，投资机构早已经提前布局。统计数据显示，今年一季度末，公募重仓持有的银行标的市值为1087亿元，环比增长28.03%，超出申万银

行指数同期涨幅17.43个百分点，意味着有较大力度的增持动作。一季末同期，在公募重仓持有的A股资产中，银行业所占权重为4.29%，也是2023年以来首次超过4%。

下转 B6

理财规模近30万亿元 收益率上涨乏力

本报记者 慈玉鹏 北京报道

《中国经营报》记者从普益标准获取的数据显示，截至7月10日，全市场理财产品存续规模已达到29.22万亿元，整体回升，逼近30万亿元大关。相对6月末的

规模呈现上涨趋势

“未来，理财规模缓慢增加的可能性仍很大。”

截至今年6月末，理财产品市场规模有所回落，但7月初便整体回升。

针对6月末理财产品市场规模回落的情况，普益标准研究员崔盛悦表示，理财产品规模的缩减主要是受季节因素影响回落。一般情况下，银行在季末有存款考核，高流动性理财产品资金或回流表内驰援存款规模。根据普益标准数据，6月末，日开产品和1个月以下期限的高流动性产品规模均存在明显缩减。但值得注意的是，今年6月末产品规模的降幅要小于往年水平，并且银行理财产品的规模也存在季末回落、季后回升的现象。可以看出，在资金利率持续下行、债市火热、固收类产品配置吸引力增加等多种因素下，“回暖”对理财产品规模的影响有限。

针对7月理财规模回升的情况，普益标准研究员杨国忠告诉记者：“每个季度末，银行为了应对存款考核压力会寻求将各种资金转为存款。对银行理财的影响主要表现为现金管理类产品规模突然下降，资金转入短期存款，下个季度初再转回理财产品中。”

中国银行(601988.SH)研究院中国金融团队主管李佩珈告诉记者，近期理财产品规模如期回升主要与以下因素有关：一是理财产品减费让利助推居民获得感增强。6月以来，多家理财公司公告调降费

28.10万亿元的存续规模，提升约1.12万亿元。

中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平表示，可以从两个方面理解7月理财规模回升的情况：其一是跨季效应，即6月末理财产品资金回表，跨季之后惯性反弹；

其二，现金管理类理财、货基与存款之间的跷跷板现象，即由于银行存款利率持续走低，较高利息的存款产品更为稀缺，可能有一部分存款转换为理财投资。

就未来理财产品收益率规模及收益率走势，记者采访了解

到，未来货币政策大概率延续宽松走势，这将推动利率整体低位运行，存款利率仍有下行压力，或间接推动理财产品规模进一步回升。但是，在利率整体下行背景下，理财产品收益率难有明显上涨动力。



优势凸显，因此不少投资者将目光转向了银行理财产品，以上两种因素共同推动了理财规模的增长。

展望下半年理财市场规模变化，理财规模或继续增加。李佩珈表示，考虑到经济弱复苏局面持续，货币政策大概率延续宽松取向，这将推动利率整体低位运行，存款利率仍有下行压力。在此背景下，理财产品投资性价比高的优势将继续显现，并推动理财产品规模进一步回升。

杨海平告诉记者，展望下半年，理财规模将保持稳中略升的态势。理财产品收益率的下行或将成为影响理财规模攀升幅度的主要因素。

杨国忠表示：“未来，理财规模缓慢增加的可能性仍很大。去年以来银行连续下调存款利率，今年

全国市场利率定价自律机制发布《关于禁止通过手工补息高息揽储维护存款市场竞争秩序的倡议》，使得存款收益明显降低，理财产品和存款之间的收益差距持续促进资金向理财迁移。”

值得注意的是，随着规模提升，理财市场信息披露质量也或随之提升。今年6月末，国家金融监督管理总局针对5家理财公司开出了合计2900万元的罚单。与此前的罚单相比，该批罚单更聚焦理财业务的信披违规问题。据了解，近期国家金融监督管理总局针对部分信托公司、银行理财公司、保险资管公司下发《资产管理产品信息披露管理办法（征求意见稿）》，这是国家金融监督管理总局在信息披露方面的顶层设计文件，严监管下，理财产品信息披露质量必定提升。

李佩珈告诉记者，今年来，理财产品规模呈现稳中略升的态势。理财产品收益率的下行或将成为影响理财规模攀升幅度的主要因素。

杨海平告诉记者，展望下半年，理财产品收益率的下行或将成为影响理财规模攀升幅度的主要因素。

杨国忠表示：“未来，理财规模缓慢增加的可能性仍很大。去年以来银行连续下调存款利率，今年

收益率上涨难度较大

下半年长端利率过快下行局面或将改变，这使得固收类理财产品收益率难以进一步上涨。

从投资方向看，华西证券研究所数据显示，7月首周各类理财产品规模均在回升，现金管理类产品贡献最大增幅，环比增长4109亿元。但相对2023年末，现金管理类产品规模目前整体下降。

从现金管理类理财产品利率变化看，普益标准数据显示，截至2024年6月末，全市场存续现金管理类理财产品的近1个月年化收益率的平均水平为1.87%，环比下跌0.09个百分点；近3个月年化收益率的平均水平为1.96%，环比下跌0.11个百分点；近1年收益率的平均水平为2.18%，环比下跌0.04个百分点。

李佩珈告诉记者，今年以来，现金管理类理财产品规模及收益水平双双下跌。数据显示，截至6月末，现金管理类理财产品存续规模达7.66万亿元，已连续三个月下滑，这主要与在禁止手工补息背景下，银行同业存款、同业存单发行利率不断下行有关。过去现金管理类理财产品主要投资于现金、短期银行同业存款、同业拆借、同业存单等货币市场工具。

杨海平认为，在投资者风险偏好走低的情况下，现金管理类理财产品受到追捧。因而，现金管理类理财产品也成为理财产品规模季节性回落和跨季后反弹的大头。从收益率情况看，现金管理类理财产品目前年化收益率较年初有所下降。受产品收益率和监管规定的影响，预计后续现金管理类理财产品规模增长空间有限。

普益标准研究员陈雪花告诉记者：“根据普益标准数据统计，今年以来，除了3月和6月受银行理财季度末回表影响，理财规模

有所下降，其他月份规模均呈现上涨趋势。截至7月10日，全市场存续规模已达到29.22万亿元。由于各银行下调存款利率以及禁止手工补息等一系列措施，存款搬家明显，理财产品规模上涨。从不同投资性质来看，现金管理类产品收益持续走低，规模上涨空间有限，规模占比从年初的31.25%下降为当前的27.35%。而固收类产品（剔除现管）的规模占比则呈现上涨趋势，从65.33%上涨为70.09%。其他类别的规模占比较小，未出现明显变化。”

未来理财产品收益率走势如何？李佩珈表示，理财产品收益率与货币环境、监管政策、金融市场表现、同业竞争等多种因素有关。未来一段时间，在利率整体下行背景下，理财产品收益率难有明显上涨动力。今年以来，以10年期国债为代表的中长期利率过快下行，既加大潜在风险，又使得其难以真实反映经济增长预期。在此背景下，央行多次提示长端利率风险，近期还开展了借入国债操作、创设临时正回购工具等新的货币政策工具以影响中长期利率走势。受此影响，下半年长端利率过快下行局面或将改变，这使得固收类理财产品收益率难以进一步上涨。

杨海平告诉记者，在市场利率下行、资产荒延续的背景下，资金追捧相对优质资产的力度加大，导致底层资产收益率下行。从长期国债收益率的走势可以看出，资产收益率承压的局面很难扭转，因而理财产品的业绩比较基准下行的趋势也很难扭转。

多边央行数字货币桥“投产” 跨境支付成本有效降低

本报记者 郝亚娟 张晓旺 上海 北京报道

在多边央行数字货币桥业务（mBridge，以下简称“货币桥”）进入最小可行化产品（MVP）阶段后，

解决“成本高、效率低”难题

货币桥由国际清算银行（香港）创新中心、泰国银行（泰国央行）、阿联酋中央银行、中国人民银行数字货币研究所和香港金融管理局联合建设。其采用数字钱包设计，运用了区块链技术，能够与桥上机构高效互联、同步交收，有效解决传统跨境支付存在交易链条过长、交易成本较高、支付效率较低等问题，跨境支付汇款款项即刻到账。

记者注意到，目前落地的案例是企业通过与已经加入货币桥项目的银行建立合作，进行跨境支付。

比如，交通银行（601328.SH）与汇丰香港合作，通过货币桥渠道完成国内首笔由上海国际贸易“单一窗口”发起的航贸再保险费数字人民币跨境支付；兴业银行（601166.SH）厦门分行作为厦门市自贸区某物流公司落地货币桥业务，

多家银行落地了货币桥渠道下的跨境支付业务。

中国人民银行数字货币研究所所长穆长春此前表示，货币桥与现行跨境支付体系最大的不同点在于

基于各地支付系统的互联，大幅缩短了支付链路，商业银行可在无损合规的情况下大幅提升交易效率，还能有效降低跨境支付成本。

中国（上海）自贸区研究院金

融研究室主任刘斌接受《中国经营报》记者采访时指出，货币桥将成为未来全球跨境支付体系中的重要环节，尤其是数字经济时代央行数字货币成为不可避免的发展趋势下，

货币桥的战略意义更加重大；同时，货币桥也有望成为推动我国数字人民币走出去，助推人民币国际化的重要载体，链接境内境外两个市场，打通内外双循环关键节点。

汇款款项即刻到账。兴业经济研究咨询股份有限公司金融监管高级研究员图南告诉记者，从近期使用货币桥进行跨境支付的实例来看，国内企业参与货币桥需要具备真实的贸易背景，数字货币桥在便利跨境支付的同时，并不意味着审核的放松，真实贸易背景仍是跨境支付的必要条件；并且需要依托于数字人民币运营机构开展，目前国内共有10家银行为数字人民币的指定运营机构，企业使用数字货币桥进行跨境支付需要通过数字人民币指定运营机构开通的对公钱包进行。

任图南告诉记者，货币桥项目最早可以追溯到2017年，各主要参与方的数字货币项目相继启动。2021年货币桥项目正式启动，主要有两方面背景：

一是，当下的跨境支付成本

高、速度慢、可得性低，对跨境支付渠道优化存在外部需求。目前主流的跨境支付为代理行/清算行模式，其涉及银行、支付机构、清算机构、SWIFT等众多机构，链条冗长是跨境支付体验不佳的根本原因。以支付成本为例，链条中的众多机构均从跨境支付中获取利润，导致跨境支付成本居高不下。据世界银行测算，跨境汇款的成本占转账总金额的6.3%，市场对改善跨境支付体验有着强烈需求。

二是，基于分布式账本技术的数字货币拥有支付即结算、不可篡改、多方信任机制等特点，具有改善跨境支付的可能。以分布式账本技术路线为例，该技术可以有效解决各参与方的信任问题。跨境支付涉及多个经济体的支付系统，分布式账本支持下的数字货币天然可以解决多个经济体之间的

信任问题。虽然我国数字人民币最初定位于境内零售型数字货币，但国际清算银行（BIS）、二十国集团（G20）以及全球主要经济体央行都将数字货币定位于优化跨境支付体验的工具。

从企业层面，货币桥项目有助于满足多种跨境支付需求和保护数据隐私。“企业对于改善跨境支付的需求更加迫切，货币桥显著提升了跨境支付便利化水平，使得企业跨境收付款、营销、融资、多币种资金管理等更加通畅，从长远来看支持我国贸易新业态高质量发展；在数据隐私和治理上，货币桥使用分布式账本技术保护用户身份和敏感的交易数据，为交易双方提供较好的隐私保护。”中国银行（601988.SH）研究院博士后马天娇补充道。

BIS报告显示，使用货币桥处

理一笔跨境支付业务最快可于7秒内完成，节约近一半成本，与传统代理行模式相比实现了跨式的改进。

全球支付解决方案公司Worldpay中国区总经理施南飞表示，银行电汇这类传统跨境支付模式，通常需要经过多个中间节点，存在因支付链条过长导致的低效率、高成本、高周转期等问题，以及潜在的拒付和欺诈风险，而货币桥能够有效简化交易流程，通过点对点支付，实现降本增效；降低准入门槛，形成网络效应，相比传统的跨境支付模式，货币桥的设计具有可扩展性，参与国能够在不改变本地传统支付系统的情况下直接接入，这为吸引更多国家和机构参与，形成更大的网络效应，以及构建新的国际跨境支付基础设施奠定了基础。

“随着国际经贸往来的进一步深化，本土企业走向国际化成为重要发展趋势，从最初的产品货物出海到如今的IT服务、SaaS（软件运营服务）出海，出海企业的数量和类型都愈加丰富，这不仅带动了跨境支付规模，也对跨境支付的安全性、高效性、成本管理等方面提出了更高要求。与此同时，随着数字化转型加速，在全球范围内，各国外央行数字货币正在加快试点和应用，实现支付服务的降本增效。以跨境支付和数字化为基础，货币桥在多国央行数字货币系统之间搭建了互通的桥梁，从而形成跨境支付网络，能够为批发型央行数字货币

的跨境流通提供更快速高效、安全透明、低成本且可扩展的解决方案。”施南飞指出。

对此，施南飞认为，货币桥项目顺应跨境金融服务的发展趋势，发展潜力巨大；从宏观来看，如果货币桥能够吸引越来越多的成员加入，把“网”织大、织牢，则能够借助网络效应，发展成为全球性的多边跨境支付平台，为促进国际贸易提供更大助力，也能为人民币国际化的进程推波助澜；从微观来看，推动货币桥与货物贸易、服务贸易等多种实际应用场景的结合，能够为企业提供更多安全、高效、低成本的跨境支付服务。

需要注意的是，货币桥项目也将成为金融资产跨境流动的新渠道。在任图南看来，货币桥项

上接 B5

此外，北向资金也大力增配银行股。数据显示，北向资金上半年末持仓市值为1860亿元，较年初增长46.11%，达到历史最高水平，占到所持A股资产的9.05%，环比提高1.20个百分点。

记者了解到，在银行下属的二级行业中，一季度北向资金增持力度最大的是国有大型银行，二季度则是股份制银行。截至上半年末，北向资金在两者上的持仓市值分别为622亿元和871亿元。

对于银行股下半年的行情，记者发现券商机构普遍持乐观态度，认为资产荒背景下银行作为类固收资产的配置价值仍在。中信证券7月8日发布研报称，近期银行板块延续向好行情，资金持续青睐国有大行，行业指数创年内新高，市场高度关注后续行情走势。预计二季度银行经营景气度稳定，扩表策略审慎，息差走势符合预期，信用风险格局稳定。银行股正在经历金融产品风险收益比变化逻辑下的增配过程，红利框架下的估值修复逻辑仍在延续。

中信建投的最新研报称，宏观经济渐进式复苏，银行业基本面继续筑底，高股息策略实现置信度高、安全边际充分，仍是主线思路。站在当前时点，银行高股息策略内涵需要深化、扩散，从业绩持续性和分红确定性两大维度考察，寻找基本面趋势游刃有余，具备保持高分红意愿和能力的银行。

不过，有资深机构投资人提醒，由于银行股上半年股价普遍已经有了一较大的涨幅，后期是否回调还需要进一步观察。另外，由于监管有意出台政策提振股市，市场的普遍回暖也将导致部分投资调仓。“长期投资银行股没有问题，但是在板块中选择好的标的就显得更加重要。”

变身地产“收租人” 险企加码物权资产

本报记者 陈晶晶 北京报道

随着市场环境变迁、房地产行业周期性调整，保险公司“一改前态”，纷纷减持或退出地产股股票，转向投资不动产，从“股东”变身为“房东”。

险资热情高涨频出手

除了新华保险外，工商信息显示，阳光人寿保险股份有限公司、大家人寿保险股份有限公司等险企也“看上”了万达广场。

国家企业信息公示系统显示，7月1日，烟台芝罘万达广场有限公司发生股权变更，原全资股东大连万达商业管理集团股份有限公司（以下简称“大连万达商管”）退出，坤华（天津）股权投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“坤华”）、坤元辰兴（厦门）投资管理咨询有限公司（以下简称“坤元辰兴”）两家公司为新股东，分别持股约99.99%、0.01%。穿透股权来看，坤华由新华人寿保险股份有限公司（以下简称“新华保险”，601336.SH）、中金资本运营有限公司（以下简称“中金资本”）分别持股99.90%、0.10%。

多重考量影响险资投资策略

一些流动性承压的房企为加快资产变现、回笼资金，将较为成熟且优质的商业地产项目以打折价摆上货架。

在当前低利率环境下，加之新会计准则实施的影响，保险公司的房地产投资方式和目标与以往大不相同，投资策略也发生了转变。一家大型券商公司非银研究团队资深分析师对记者分析表示：“目前，固收类资产依然是险资投资的基本盘。然而，债券收益率正持续走低，险企面临的利差损挑战在加大。同时，权益类资产配置也面临一定困境。保险公司近期频繁接盘一线、二线城市的商业办公楼、产业园区这类收租性质的不动产，可以弥补部分债券的低票息，提高资产端收益。”

据我所知，当前保险公司新配置的一些债券收益率实际上很低，有的票面利率只有2%左右，无法覆盖负债端业务成本。具有收租性质的不动产，尤其是成熟的商业综合体，有稳定的现金流提供。

随着时间的推移，其资产价值还有望得到提升，为险资带来双重收益。在盘活存量资产及多项政策的引导下，险资加码地产物权资产的趋势未来将会持续很长一段时间。”上述资深分析师对记者进一步表示。

有市场人士公开表示，一些流动性承压的房企为加快资产变现、

半年就投资超过10个项目。

多位保险行业投资人士以及专家对《中国经营报》记者表示：“各家的出发点可能有所不同。一些公司可能是基于‘抄底’的配置思路，另一些投资则可能是出于资产置换的

考虑。归根结底，险资投资始终立足于长周期视角而非短暂获利视角。投资性不动产具备优秀的长期回报水平、稳定经营期间的现金流，可有效改善保险公司整体资产组合的风险和回报结构。”

万达广场。

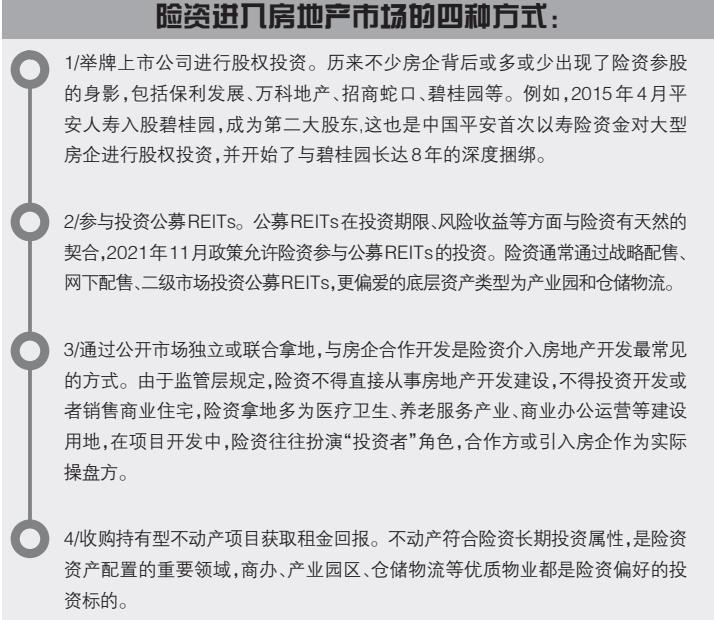
投资项目的资金主要来源于保险责任准备金。凯德投资旗下公司将持有剩余5%的股权并继续负责项目后续的租赁、运营等资产管理工作。

友邦人寿方面对本报记者表示：“本次投资是友邦人寿成立以来在北京的第一个直接地产投资项目，也是公司持续投资本土市场、深耕并推动实体经济健康发展、把握多元发展新机遇的又一有力举措。继2023年初完成上海北外滩友邦金融中心综合地产项目投资之后，友邦人寿再度进行直接地产收购，彰显了公司坚持‘长期主义’、持续投资中国的信心和决心。”

为保险资金“抄底”带来机遇。

来还会有更多有关房地产去库存的组合型措施出台。第二，房地产企业手中有大量资产，包括闲置土地、一二线城市优质的商业办公楼、运营类的资产，险资可以乘政策东风去低价‘捡漏’。第三，从全球经济政策和货币政策来看，可以说进入了降息周期，险企可以瞄准这个机会，对一二线城市当中的一些核心优质资产去收并购。”张宏伟对记者进一步说。

有保险公司投资端负责人向记者透露称：“现在物权的价格比较低。更重要的是，个别保险公司之所以有较强的收购意愿，是因为在价格非常便宜的基础上，一些不动产项目套上杠杆，或可能实现年化收益率8%。”



资料来源：克而瑞研究中心

打通全链条投资体系

险资会进一步做好REITs底层资产的重要培育者与供给方角色。

目前，在我国正式上市38只公募REITs中，多数获配机构名单中都有险资身影。值得一提的是，在公募REITs市场，险资还增添了管理人角色。未来，险资会进一步做好REITs底层资产的重

要培育者与供给方角色。

去年10月，中国人寿资产管理有限公司、泰康资产管理有限责任公司、太平洋资产管理有限责任公司、中国人保资产管理有限公司、平安资产管理有限责任公司等5家保险资管机构获准开展ABS及REITs业务。

彼时，上述保险资管公司相关负责人公开表示，我国公募REITs市场处于起步阶段，商业地产公募REITs发展空间广阔。未来，保险资管和公募基金联动，发行以保险资金投资的基础设施股权项目为基础资产的公募REITs产品，将更有利于盘活保险资金投资的基础设施股权项目，进一步释放投资基础设施、服务实体经济的潜力。

张宏伟对记者表示：“我国深入推动经济结构调整和新旧动能转换，不动产的底层逻辑由原来的资产和投资属性逐渐转

农信改革为县域经济输动能

本报记者 郭建杭 北京报道

自改革开放以来，我国农村信用系统经历了从信用合作到商业金融的转型，从“农行代管”到“央行管理”，再到“银监会监管”、省级联社成立……在这一历史进程中，农村信用社经历了从回归“合作制”到探路“股份合作制”，最终确定“股份制”的发展方向。

农村信用系统中每一轮由内而外的改革，都让整个系统再次焕发出新的活力。

在全国3800多家农村金融机构中，张家港行(002839.SZ)作为第一个由农信社改制组建的农商银行、第一批上市的农商银行、金融许可证为“0001号”的农商银行，20多年来，其成长史蕴藏着农村金融的改革史，节点性的改革发展历程在农村金融机构中具有代表性。

张家港行方面对《中国经营报》记者表示：“从农信社到农商行，张家港行始终坚守‘做小做散’战略定力，秉持‘深耕普惠、赋能发展’理念，全力服务地方经济发展、支持市场主体、助推乡村振兴，存贷规模持续增长、资产质量总体可控、经营基本盘不断夯实，为地方经济发展贡献力量。”

农村金融机构的发展与地方经济的发展紧密相关。

江苏省内95个县(市、区)各展其长，形成了各具特色的经济优势。自农信社时期起，省内农信机构便承担着推动县域经济发展的重任，直至改制为农商行，这一责任从未改变。

张家港行作为国内首家由信用社改制成功的农商行，与江苏省张家港市的发展相辅相成。

历史资料显示，在1996年之前，张家港行的前身农业银行张家港支行和张家港市农村信用联社在一起办公，同地同人办公，但分属两套系统。

1996年8月，国务院农村金融体制改革部际协调小组发布《农村信用社与中国农业银行脱离行政隶属关系实施方案》的通知，正式宣告农村信用社与农业银行脱

钩。同年9月，全国5万多个农村信用社和2400多个县联社逐步与中国农业银行顺利脱钩。

1999年，张家港市农村信用联社实施联社一级法人，统一核算的管理体制形成，一级法人体制的建立和健康运行，有效地推动了联社各项工作和业务健康发展；2001年11月27日，张家港行成为改制组建的全国首家农商行，农信社股份制改革的序幕也正式拉开。

自2003年开始，农信社改制在全国推开；2010年，原中国银监会发布《关于加快推进农村合作金融机构股权改造的指导意见》，确定股份制改革是农信社改革的唯一方向，明确加快推进资格股改造工作，要求2015年前取消资格股，不再组建农村合作银行，并在其后鼓励民间资本参与农村信用社产权改革，进而形成了延续至今的农信社改制导向。

农村金融机构的股份制改革意义重大。多位业内专家认为，在思想观念层面，农商行由过去的“在商不敢言商”顺利过渡到公开倡导市场化竞争，把盈利作为目标的阶段。农商银行因此必须持续提升自身的抗风险、经营技术、金融创新等方面的综合竞争力，才有可能在更广阔的市场中存活下来。

对于农村金融机构此前的改革对于县域经济的发展意义，华南农业大学经济管理学院院长、乡村振兴实验室执行主任、教授、博导罗明忠告诉记者：“农村金融机构此前的改革最终的目的是通过建立现代金融制度，探索通过按照现代金融制度和金融体系的要求来推进市场化、专业化以及规范化的金融服务。由合作制探索到股份制的以市场化的方式来开展金融服务，但根据的立足点仍是在农，为农，支农，通过面向农村地区，服务对象以农业人口为主，服务产业以农业产业为主。”

近年来，关于各省农信联社改革的话题持续受到关注。监管

部门多次强调，要实事求是、因地制宜探索省联社改革。国家金融监督管理总局副局长肖远企今年1月在国新办新闻发布会上表示，“一省一策”启动实施农村信用社改革已经取得了阶段性成效。

未来，农村金融机构在深化改革后要如何更好服务于县域经济？罗明忠认为：“未来在推动县域经济发展方面可以从共同富裕的新时代命题角度出发，通过发挥信用社在金融资源要素配置方面的力量，引导资本下乡，实现城乡要素互动来激活县域经济的发展，推动区域协调发展。”

近年来，张家港农商银行大力支持乡村振兴，积极对辖区种养大户、家庭农场、农业合作社等新型农业经营主体开展走访摸排，筛选、储备符合省农担涉农贷款支持范畴的农业经营主体。

记者了解到，张家港市乐余镇汇丰源果蔬专业合作社(以下简称“汇丰源果蔬合作社”)从2013年开始与张家港行合作至今。

汇丰源果蔬合作社是一家新型农业经营主体，在张家港市乐余镇红星村租下597亩的土地，用于蔬菜、水果、花卉种植。汇丰源果蔬合作社在2019年投资了900万元用于增加花卉种植及展览中心建设，进一步扩大产品线，但这几乎耗尽了合作社的流动资金。

2020年，该合作社销量骤减、产值骤降，流动资金短缺，复产陷入困境。张家港农商银行客户经理在日常走访中得知红星村新建了大型花卉种植基地，便深入了解情况，与合作社负责人姚亚彬取得联系，根据其实际情况收集各类授信资料，并与省农担公司进行多次沟通商洽，拟定融资方案，最终发放由江苏省农业融资担保有限公司担保的300万元流动资金贷款。在该笔贷款的助力下，合作社得以继续开展培育种苗、购买肥料等复产活动，目前生产秩序已基本步入正轨。

中华保险38年：向“新”而行 以“质”图强 扎实做好金融“五篇大文章”

中华联合保险集团股份有限公司(以下简称“中华保险”)自成立以来，砥砺奋进38载，与时代同行，与中华同向，见证了中国经济“海阔见鲸”的开放伟力，始终坚持“服务国家、服务‘三农’、服务民生，全心全意为人民群众提供保险保障”的初心使命，积极服务经济社会发展。

2023年，国家明确提出，做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇大文章。中华保险聚焦主责主业，充分发挥保险业经济“减震器”和社会“稳定器”功能，向“新”而行，为推动经济社会高质量发展持续贡献保险力量。

聚焦科技金融 助力国家科技创新战略

中华保险紧跟政策指引，以新质生产力为着眼点，强化顶层设计，深化落实《中华保险服务科技自立自强实施方案》，加大保险产品创新力度，不断完善科技金融服务体系，陆续开发推出新产品，产品体系覆盖了企业研发、生产、知识产权保护等环节，服务装备制造、半导体芯片制造、液晶面板制造、石化装备制造、核电站关键设备制造等行业，为京东方、中芯国际等179家企业提供风险保障约560亿元。

中华保险以“科技保险”为抓手，从保险保障和风险减量管理两个方面为新质生产力发展保驾护航。截至2024年上半年，为各类科技创新活动和科技创新项目累计提供保险保障超3721亿元。

深耕普惠金融 以高质量普惠惠及千企万户

中华保险始终坚持将人民对金融的需求、对金融的关切放在首位，主动深入服务国计民生，以高质量普惠惠及千企万户。

中华保险长期深耕“三农保

险”领域，持续发挥国内农业保险先行者的专业优势，不断提升农业保险保障水平。2023年，公司农险保费占比达25.4%，处于行业领先地位，提供农业风险保障超5200亿元，三大主粮完全成本保险和种植收入保险覆盖13个省。做好重大灾害救助，近三年应对农业重大自然灾害累计赔付49亿元。

在民生保障领域，中华保险在参与大病、长期护理和防贫保险基础上，持续加大健康保险产品创新力度，丰富健康保险产品体系。其中，“惠民保”已在23个省区市承保超70个项目。

夯实养老金融 打造“中华保险样本”

中华保险紧密围绕“健康中国”战略，积极助力构建多层次社会保障体系建设，着重聚焦“老有所养”。针对当前国内养老基础现状，中华保险在成都、石家庄、德州等地积极承担起长护险经办工

作。2023年，中华保险承保长期护理保险项目22个，覆盖全国11个省(自治区、直辖市)25个地市，为超1600万人提供逾4000亿元风险保障，累计为近15万失能老人提供长期护理服务。大病保险方面，承保覆盖广东、江苏、四川等21个省70余个地市的大病保险业务，为1.2亿人提供超40万亿元风险保障。

中华保险将持续向长护险深水区发展方向迈进，不断强化系统设计、主动创新与服务提质增效能力建设，积极适应经办新模式、助力产业新发展，满足群众新需求。

探索数字金融 加快保险服务数字化转型

中华保险持续创新“保险+科技”服务，有力促进数字经济和实体经济深度融合。创设5G物联网服务，落地“保处联动”“天空地一体化”“保险云鱼塘”“AI智慧养殖”模式等，彰显国企担当。

2020年起，中华保险与阿里云合作，全面拥抱数字化转型。着力建设新一代核心系统，已实现智能一体化、在线理赔、新一代车险“车+意”等重要标志性IT系统上线应用，承保理赔服务全面提速。其中核赔自动化率达到95%以上，电子保单批单应用已达100%，信息化、数字化、线上化和自主化水平不断提升。

中华保险将全面践行金融工作的政治性、人民性，坚持全力服务国家经济发展大局，扎实做好五篇大文章，坚定不移走中国特色金融发展之路，赋能中国式现代化建设。

广告

支付便利化“百日考”

人乡随俗+国际同频 多元支付体系渐趋成熟

本报记者 李晖 北京报道

“City not City啊！”这句被来华外国博主带火的网络流行语近来正在成为现象级热词。随

着一系列入境游“堵点”被疏通，在海外社交媒体分享中国旅行(China Travel)见闻和移动支付体验渐成新风尚，也折射出半年来国内推动支付便利化的成效

不俗。

今年3月，国务院办公厅印发《关于进一步优化支付服务提升支付便利性的意见》，对优化支付服务工作作出制度性安排。此

后，各地纷纷开启一系列行动部署，持续优化现金使用环境、切实改善银行卡受理环境、进一步提升移动支付便利性……

一年过半，优化支付服务的

攻坚战也已超百天。《中国经营报》记者注意到，在国内主要一线城市，通过移动支付创新、刷卡场景广覆盖、优化外币兑换环境等组合拳，既普及了入乡随俗

的新风尚，同时提供了与国际习惯同频的多元选择。从“获客”到“留客”，支付产业各方也正在此次优化升级中发现了更多市场需求潜力……

人乡随俗：“外卡内绑”“外包内用”倍增

在人民银行及多个有关部门推动下，“外包内用”和“外卡内绑”成为打通堵点的创新方式。

根据人民银行此前公布的数据，我国个人银行账户拥有率已超过95%，移动支付普及率达到86%，居全球第一。如何让外国友人更好感受移动支付的便利？打通境内外支付壁垒是一项重要手段。

在人民银行指导推动下，“外包内用”和“外卡内绑”成为打通堵点的创新方式。具体来看，“外包内用”指的是外籍来华人员使用境外钱包App即可在境内支付。“外卡内绑”则支持将境外银行卡与“支付宝”“微信支付”等我国境内主流支付App绑定，实现无卡在手仍能便捷支付。通过这两种方式，外国友人可以便捷享受中国移动支付红利。

“没想到，我在巴基斯坦经常用的支付软件，在北京也能扫码使用，就像在家乡一样方便。”巴基斯坦的客商冉纳在今年4月接受记者采访时表示，在巴基斯坦，现在大多数人习惯使用现金和银行卡支付，但数字支付也开始越来越流行，尤其是年轻一代喜欢使用纳雅贝、Easypaisa等电子钱包。

根据网联披露数据，今年1~6月，网联平台“外包内用”业务交易笔数2875.18万笔，交易金额53.19亿元，同比分别增长5.29倍、7.67倍。同期，“外卡内绑”业务交易笔数3738.18万笔，交易金额54.17亿元，同比分别增长6.65倍、8.03倍。值得一提的是，哈萨克斯坦Kaspi银行在今年上半年接入该业务后，其用户来华扫码消费量不断提升，近期日均成

《关于进一步优化支付服务提升支付便利性的意见》提出六大任务

- ① 切实改善银行卡受理环境，满足老年人、外籍来华人员等群体“食、住、行、游、购、娱、医”等场景银行卡支付需求。
- ② 坚持现金兜底定位，持续优化现金使用环境，不断提升外币兑换和现金服务水平。
- ③ 进一步提升移动支付便利性，鼓励银行、支付机构和清算机构合作，做好适老化、国际化等服务安排。
- ④ 更好保障消费者支付选择权，规模以上的大型商圈、旅游景区、文娱场所、酒店住宿等重点场所必须支持移动支付、银行卡、现金等多种支付方式。
- ⑤ 优化开户服务流程，合理实施账户分类分级管理，紧盯重点地区、重点网点、重点业务环节，完善开户配套措施，不断提升账户服务水平。
- ⑥ 综合运用多种方式和渠道，持续加强支付服务宣传推广。

据公开资料整理

功消费笔数在5000笔左右。

支付宝数据显示，2024年上半年，入境宾客用支付宝消费金额同比增长8倍。2023年年底以来，来华免签以及与中国互免签证的14国的入境游客，其上半年用支付宝消费金额同比增长15倍。

据人民银行深圳市分行方面透露，通过指导财付通上线“外卡内绑”验证小额支付方案，用户只需要提交简单信息，就可以直接绑定支付。该项举措落地后数据持续增长，5月累计服务的外籍人士用户数、支付笔数、支付金额增长至年初的2倍。

记者了解到，除了产品层面持续优化境外人士绑卡开通微信支付流程之外，微信支付已在全国67座城市提供超50万份双语指引，覆盖吃、住、行、游、购、娱等全场景。

北京外国语大学丝绸之路研究

院课题组近期基于对103个国家714位外国旅客所调研发布的一项报告也佐证了上述成效。报告显示：98%的受访外国旅客会向朋友推荐来中国旅行；86%有过来华旅行经历的外国旅客感受在华支付体验更便捷了；更多外国旅客入乡随俗，大部分体验过中国的移动支付。

具有运营商北京的钱包支付公司也在探索更多便利外籍人士的创新支付方式。中国电信翼支付相关负责人向记者透露，2023年7月，翼支付打造的SIM卡硬钱包产品正式上线数字人民币App，外籍来华人仅凭护照即可在营业厅现场快速办理中国电信数字人民币SIM卡、注册并开通数字人民币SIM卡硬钱包，免去了外币兑换等环节，受到用户一致好评。据其透露，翼支付也将推出英文版翼支付App，进一步降低外籍来华人使用门槛。

国际同频：外卡支付更完善、外币兑换更方便

在业界看来，提升支付便利性需要较大投入与补贴，但仍有其商业价值，带动中国支付产业与国际进一步接轨。

除了提供入乡随俗的移动支付创新选项，提供给外国友人更多符合其习惯的多元支付选择也至关重要。在这方面，一线城市和支付产业链代表的优化服务效果最具代表性。

上海在优化支付服务中的探索一直一马当先。5月底，上海市商务委、金融办、财政局联合发文，披露对收单机构在2023年10月1日至2023年12月31日期间新增或升级的外卡POS机设备，每台设备按采购成本价格的50%给予财政资金补贴，每台设备补贴金额不超过800元。

根据人民银行上海总部7月10日披露，2024年上半年，上海市各类支付服务主体共为外籍来沪人员提供支付服务超2200万笔，交易金额78亿元，同比分别增长了7倍和1.2倍。已推动16家银行共建348个重点银行网点。截至2024年6月30日，共有9000多台现金自助机具可受理外卡支取人民币现金，上半年共发生外卡取现和外币兑换业务75万笔、金额近20亿元，较去年同期分别增长了1.4倍和0.5倍。

作为支付清算产业的重要枢纽，总部位于上海的中国银联则针对提升支付便利性则投入了专项补贴，最大程度降低收单机构改造成本与商户手续费负担。

官方信息显示，这些补贴包括为收单机构提供新商户的机具补贴、商户二维码改造激励、收单机构交易提升激励和二维码支付手续费补贴等。官方数据显示，目前银联在上海已实现“食、住、行、游、购、娱、医”八大场景门店重点商户受理覆盖率达到90%以上，建成受理银行卡、二维码、手机闪付的商户门店3.5万个。

作为大湾区对外交流窗口，深圳在拓宽“卡”路、夯实“币”路上成果颇丰。人民银行深圳市分行向记者披露，截至5月末，深圳可受理外卡POS机近4.9万台，重点商户可受理外卡率大幅提高至96%，来深圳“第一站”机场商圈基本实现外卡刷卡全覆盖；全市1708个银行网点可受理外币兑换，3839台ATM机支持外卡支取人民币；1708个银行网点、32个外币兑换点累计兑换零钱包60.48万个。通过组织13家银行与62家出租车公司结对，累计上门兑换零钱包6.76万个。

值得注意的是，一些特定场景的改造也是此次打通支付堵点的重头戏。收单机构移卡(09923.HK)方面向记者透露，上半年，移卡与“深圳通”对深中机场专线巴士线路售票网点的“支付机具”进行升级改造。升级后的支付产品可以受理深圳通交通卡、银行卡、二维码、数字钱包等，并且支持美国运通卡支付，方便了外籍来华人人员在大湾区工作和生活。

随行付方面表示则向记者透露，除了与国际卡组织在国内收单领域的合作与创新，上半年自研轻量化境外银行卡收单产品已经正式投入使用——境外信用卡付款不需要POS机，持卡人仅需使用手机相机扫描付款码，即可完成付款。

在业界看来，提升支付便利性需要较大投入与补贴，但仍有其商业价值，带动中国支付产业与国际进一步接轨。

翼支付相关负责人在接受记者采访时就表示，宏观政策的利好为中国移动支付产业的“获客”创造了有利条件，提高外籍来华人人员移动支付便利性，则为实现良好“留客”效果奠定基础，对进一步激活我国超大规模市场的新型需求潜力，形成强健可持续的内需主导型增长体系，开创经济高质量发展新局面具有重要意义。

他也透露，下一步翼支付希望承接好移动支付现代产业链连长建设工作，不仅利用自身渠道优化环境，还可以发挥多领域技术能力，带动产业链上中下游、大中小企业融通创新，共同构建安全、便捷、高效支付服务体系，吸引更多外籍人员来华消费，助力经济扩内需、稳增长。

金融反黑“攻防”升级：防伪技术迭代、行业联盟形成

防伪技术成为重点

本报记者 蒋牧云 何莎莎
上海 北京报道

AI技术的升级，为金融反黑反诈工作带来了诸多新挑战，比如AI系统能够生成更加精准的欺诈信息，又比如“深度伪造”(Deepfake)技术的出现，大大增加了金融反黑反诈的难度。有数据显示，2023年国内黑产欺诈引发的经济损失达1149亿元，金融业务欺诈金额达75亿元，国家监管机构持续预警，金融机构声誉严重受损，金融客户合法权益不时受到侵害。

为了应对这些挑战，金融机构正不断升级反黑手段，以更加高效地打击金融黑产。

多位业内人士告诉《中国经营报》记者，金融机构正从自身以及行业合作等多个角度进行反黑反诈，比如，推出防伪大模型、声纹识别反欺诈方案等。与此同时，金融机构之间、金融与监管之间的沟通与资源共享也成为一大趋势，通过扩大“黑样本”，从数据层面增强整个行业的AI治理能力。

中国(上海)自贸区研究院(浦东改革与发展研究院)金融研究室主任刘斌向记者表示，AI技术的快速发展确实给金融黑产带来了新的手段。比如，深度伪造技术可以让黑产分子制作逼真的假证件、假签名，甚至假视频来进行诈骗；数据污染则可能导致金融机构的决策系统出现偏差，为黑产活动提供掩护。这些新问题给金融机构的反黑反诈工作带来了几方面的挑战：首先是识别难度增加，传统的反欺诈手段难以识别经过AI处理的伪造信息。其次，金融机构需要更高水平的AI技术来对抗黑产的AI工具。最后，现有的法律法规可能尚未完全覆盖这些新兴的技术犯罪。

在诸多风险中，深度伪造正格外受到业内关注。

马上消费人工智能研究院院长陆全向记者表示：“AI技术的快

速发展，例如不久前Sora的推出，无疑是技术领域的一次重大突破，但也会降低AI伪造门槛，潜在引发深度伪造等黑色产业链滋生蔓延。聚焦到金融行业，Deepfake主要构成身份欺诈，即通过深度伪造的虚假图像和视频来冒充他人，骗过金融信贷流程中的身份核验系统，进而实施盗刷、恶意注册等。”

信也科技算法科学家吕强也告诉记者，根据身份验证提供商Sumsub最新年度报告，2022年至2023年期间，全球多国与深度伪造相关的身份欺诈案件激增，例如菲律宾的诈骗企图数量同比增长4500%。大模型时代，随着技术使用门槛的降低和AI应用的升级，深度伪造相关的犯罪变得更为频繁。在金融科技领域，越来越多的犯罪分子通过合成语言冒用他人身份牟利，给用户和机构造成巨额损失。

的一个协同和交流。”

在具体的探索上，陆全告诉记者，马上消费牵头编制的IEEE国际标准P3826《Standard for Technical Requirements for Large Language Models for Finance》(金融大语言模型技术要求标准)在近期立项。同时，马上消费成立了全国首个“打击金融领域黑产联盟”(即AIF)，核心成员包括中信银行、中国平安、字节跳动等。马上消费发挥技术能力，通过多方隐私安全计算技术，在数据库内碰撞出黑灰产线索，通过数据层面去增强治理能力。“作为治理方或者说防守方，需要在共生方面有更大的联盟，才能与金融黑产做更好的对抗。”陆全强调。

为应对逐渐升级的金融黑产，金融机构也在不断加强反黑手段。记者了解到，得益于多方面的防伪技术突破，金融行业目前对深度伪造有了比较成熟的解决方案。

比如防伪大模型的推出，即利用大模型技术手段，围绕伪造、假冒检测问题，所构建的复杂模型。区别于传统专家模型，防伪大模型参数量更大、训练数据规模更大。具体而言，陆全告诉记者，一方面，源于Chain of thought(思维链技术)。防伪大模型拥有前所未有的编码能力，通过编码进行概念延伸和推理，充分掌握图片细节所蕴含的内在信息。在关于图像输入的因果推理能力的测试中，Gemini Pro和GPT-4在未经过防伪专项增强时，能够对伪造人脸指出其毛发、皮肤、背景等诸多细节问题，如“福尔摩斯”一般，这代表大模型对

图片理解能力的显著提升。另一方面，Scaling law(规模定律)显现。防伪大模型具有大模型的一般特点，即数据的有效增长可以促进模型能力的同步提升。随着深度伪造数据的积累和录入，防伪大模型的域外能力在显著增强，这种增强相较于传统专家模型是数以百倍的提升。

马上消费技术专家透露，马上消费已将防伪大模型引入日常风控反欺诈管理流程中，呈现迭代周期短、拦截性能强、可解释性强等特性。从数据来看，马上消费防伪大模型的迭代周期从90天缩短至1天，防伪拦截率从90.0%提升到99.9%以上。

吕强也表示，金融科技行业加深度伪造识别技术是大模型时代的必然的趋势。深度伪造技术如果被滥用在金融犯罪上，将造成极大的风险，因此加强深度识别技

术，与深度伪造应用形成有效对抗，才能为金融用户和机构的资金安全保驾护航。

为此，信也科技在识别由AI生成的假“语音”“假脸”“假证件”上不断投入，比如，开发了金融场景下独创的声纹识别反欺诈方案。同时，吕强还告诉记者，由于金融业务环节的相似性，国内建立起来的AI鉴伪能力也可以迁移到国际业务中。信也科技已在海外落地假脸、假证件识别，以及声纹合成算法，并在海外品牌App内植入AI反欺诈功能，利用人脸识别反欺诈、声纹识别等AI技术识别非法冒用者、辅助风险团队。特别地，信也科技针对东南亚市场特征开发了反欺诈防御科技，利用在视觉算法和图算法领域的积淀，精准识别和阻断恶意利用生成式AI进行(AI换脸)的金融欺诈活动，识别准确率高达98%以上。

走到关键的“十字路口”，尤其是生成式人工智能所带来的挑战是前所未有的。AI发展带来的技术内在问题、基于技术开发带来的风险、技术应用带来的调整，包括数据安全问题、算法歧视、数据误用、滥用等，都使得人工智能监管与治理变得空前复杂，没有任何一个监管机构能够单独管理好人工智能牵涉的各个方面。为此，薛澜认为，要把发展和安全作为“一体两翼”。国际社会不仅要重视安全问题，更要关注人工智能鸿沟、数智鸿沟等。各国应通过多途径建立国际交流及防控体系；同时，希望联合国等国际组织能起到全面协调的作用。

行业联防联控

采访中，刘斌还指出，要应对金融反黑新挑战，金融机构除了需要强化技术升级，并加速人才培养之外，推动合作共享，加强与科技公司、监管机构以及其他金融机构合作，共享欺诈信息和数据，形成联防联控亦十分重要。

记者注意到，在金融业内，跨机构的同业联盟与行业标准也正在形成。对此，陆全向记者表示：“AI治理的方向一定是合作共生的。在我们看来，标准和数据一样，也是从底层对大模型风险治理的一个框架，也就是做一个结构化定义。如果说有更多的金融机构或其他机构，共同在这个标准框架下做事情，大家的合作也会有更好

在行业间分享数据或资源的过程中，如何保障信息安全问题？陆全表示，在这一过程中，会使用到现有的信息安全技术，比如区块链、隐私计算等。相应地，在使用过程中也是对这些技术的进一步反馈优化。过去，在互联网大数据场景下，这些技术有成本较高、速度较慢的情况产生，而在金融领域的特定场景中，虽然数据精度较高，但相应不需要特别高的实时计算能力，反而给隐私计算等技术有了更好的发挥空间。

下一步，金融反黑反诈的还有哪些深化方向？刘斌向记者表示，从行业和机构等多方面来看，机构需要持续投入资源进行技术研发，

改革开放谱新篇

国际邮轮激战暑期档

本报记者 杨让晨 张家振 上海报道

“不是邮轮去不起，‘魔都’更具性价比。”这是在某社交平台上邮轮售票代理商打出的销售口号。随着暑期旅游旺季的到来，亲子游、短途出境游等开始走热，仅需一周左右就能从中国往返日

韩的邮轮游成为不少家庭的出游新选择。

今年也是邮轮旅游重启的第一年。据上海口岸边检部门目前发布的数据，今年上半年，上海口岸边检部门在上海邮轮口岸已查验国际邮轮90余航次（人出境180余艘次），出入境人员超84万

人次。其中，有5艘大型国际邮轮在上海运营母港航线，共搭载出入境旅客超60万人次。

不过，在热度增长的同时，国际邮轮票价也出现不小的波动，颇具“价格战”意味。《中国经营报》记者注意到，日前，有多家邮轮售票代理商发布“爱达·魔都”

号7月11日、7月17日等从上海出发驶往韩国济州、日本佐世保5天4晚航线的尾单票价，最低已降至3200元左右/人。而在此之前的6月份，有代理商发布的“爱达·魔都”号相关航次价格则降至3000元/人以下。

在迈点研究院首席分析师郭

德荣看来，今年暑期邮轮旅游出现票价走低情况，一方面是由于国内及全球市场旅游消费信心不足；另一方面则是旅游企业间出现恶性竞争，“短期‘回血’的诉求特别强烈”。

一位邮轮业内人士则对记

一定的周期性，中国重启邮轮旅游的时间不长，受到不同因素影响市场会呈现一定波动。“今年上半年，邮轮旅游整体市场基本稳定，表现良好。暑期，个别邮轮出现价格‘跳水’情况，相信只是短期现象，市场有望尽快迎来调整。”

暑期邮轮旅游升温

爱达邮轮相关负责人向记者表示，暑期邮轮航线的预订需求较为强劲。

今年暑期，短途出境游、亲子游等备受追捧。据携程旅行统计数据，选择在暑期出游的人群中，亲子出游人次占比接近40%，同时国内长线游和出境短线游是亲子客群的热门选择。

这种趋势在邮轮旅游市场中也有体现。爱达邮轮相关负责人向记者表示，暑期邮轮航线的预订需求较为强劲。“暑期是邮轮旅游的传统高峰期，公司的官方预订平台显示，每周的预订订单呈现环比增长的趋势。家庭房类产品和阳台房尤其受欢迎，这反映邮轮旅游在满足家庭旅游高需求方面的成功。”

MSC地中海邮轮相关负责人也向记者表示，就预订情况而言，暑期航次销售火爆，公司也推出了多种暑期促销活动。“例如，第二人最高可立减3100元，同时送船上消费金、升级岸上游等。”

皇家加勒比相关负责人也告诉记者，自去年6月底开售以来，消费者对公司节假日和暑期航线的预订需求很强烈，很多家庭房型供不应求。“针对暑期航线，公司也在预售阶段推出了不同组合的优惠活动，例如第一、二人立减优惠，为全家出

游提供实惠选择。”

针对亲子游和中老年消费客群，多家邮轮企业相关负责人在接受记者采访时均表示，公司已针对不同的消费客群提供符合需求的产品。

皇家加勒比相关负责人表示，公司在中国市场有着10余年的运营经验，对中国游客的需求和特点有着精准的洞察和了解，在实践中摸索和总结出一整套适合本地市场的运营和服务流程。“结合国际文化氛围，公司在船上精心策划了超过20种融合趣味与教育元素的玩乐项目，覆盖了从6个月大婴幼儿至18岁青少年不同年龄段的度假体验需求。”

MSC地中海邮轮相关负责人则对记者表示，公司携手国际母婴用品品牌贝亲打造了200间“贝亲主题房”，向携带6个月至12岁儿童的亲子家庭免费提供优选母婴产品。

“在品牌成立之初，公司就聚焦于‘新生代’‘新老人’和‘新中产家庭’三大核心消费群体。”爱达邮轮相关负责人告诉记者，“公司融合了多元世界和中国文化精髓，自3月以来，已陆续推出首个民歌主题航次、茶文化主题航次等中老年宾客感兴趣的各类主题航次。”



今年3月15日，MSC地中海邮轮旗下“亚洲旗舰”MSC荣耀号在上海邮轮港正式开启中国内地母港首航。

本报资料室/图

“打骨折”票价已回调

多家邮轮代理商向记者表示，目前，部分邮轮的票价已经回调。

随着邮轮旅游重启和暑期出游热度升温，今年邮轮旅游的价格出现不小的波动。

记者注意到，目前，多家邮轮企业均采用企业直销和代理商分销的销售模式，这使得同一航次在不同渠道的价格有着较大差距。

据了解，今年6月底，“爱达·魔都”号代理商渠道的尾单船票开始降价。有消费者反映称，自己以4899元/人的价格在代理商处购买“爱达·魔都”号尾单船票后，船票价格仍然“一天一个价”。“两天后尾单船票降至3800元/人。”该消费者进一步表示，以后乘坐邮轮都不会再提前买票，“旅行社的票卖不出去最后都会‘打骨折’。”

7月11日，记者通过OTA平台飞猪旅行查询发现，“爱达·魔都”号7月29日航次的代理商渠道票价为3220元/人，官方渠道价格则为3984元/人，此前低至2000元/人的尾单船票已经消失。

对此，多家邮轮代理商向记

者表示，目前，部分邮轮的票价已经回调。其中一家邮轮代理商告诉记者，5月份，票价最低能降至2000元左右/人。“但进入暑期后，最低价也只能降到3999元/人。7月的航次价格都已经回调到4899元/人。”该代理商进一步表示，票价之所以回调是因为邮轮公司召回了多余的舱位。另一位代理商也向记者表示，目前，7月航次的票价没有之前便宜，暑期的价格只会越来越贵。

对此，爱达邮轮方面回应称，自2024年首航以来，公司的价格体系一直保持稳定，没有出现过任何异常波动。然而，进入暑期后，个别代理商为了推动销售可能进行了一些价格调整，导致市场上出现一定的价格波动。

“针对这种情况，爱达邮轮已迅速采取措施，与代理商进行沟通，并提供有针对性的促销和营销支持，努力稳定市场价格。公司认为，适度的价格调整是市

场供需动态平衡的自然反应，是维持行业活力的重要手段，通过科学分析与适时调整，有利于优化资源配置，持续为旅客提供高性价比的旅行体验。”爱达邮轮方面表示。

除爱达邮轮外，今年重返中国的皇家加勒比和MSC地中海邮轮部分航次的代理商价格和官方渠道价格也有一定差距。记者通过飞猪旅行查询发现，部分近期航线的代理商渠道价格确实有所下降。其中，MSC地中海邮轮MSC荣耀号7月27日航次的内舱四人房价格降至3866元/人，皇家加勒比海洋光谱号7月12日航次的内舱四人房价格也降至5900元/人。

相较于MSC荣耀号7月27日航次内舱四人房的官方渠道价格为4900元/人。皇家加勒比海洋光谱号7月28日内舱四人房的官方渠道价格为6717元/人。

不同渠道之间的价格为何会

出现较大差距？一位邮轮业内人士告诉记者，邮轮旅游市场的价格受供求关系、消费能力等多方面因素影响。“从消费端来看，一、二线城市的消费群体对于旅游度假产品的需求和消费信心更足，受外部因素的影响较小；但对于三线及以下城市的消费群体来说，受到外部因素的影响会大一些。相关企业需要思考如何进行品牌、产品定位，精准对接渠道和客群。”

在上述业内人士看来，早在几年前，邮轮销售渠道的变革就已经开始。企业直销和代理并行的销售模式已有实践，但对于各家企业而言，自身发展情况不同所采取的销售模式可能也不同。“如何搭建销售渠道，一方面取决于市场驱动，当市场发生变革时，销售渠道必然也需要与时俱进；另一方面取决于企业的自身发展阶段和情况，来选择适合自身的渠道组合模式。”

重启之年期待良性循环

中国邮轮市场需要深耕，品牌、产品、运营、营销、销售各个环节都需要坚持长期主义。

尽管中国邮轮旅游市场已经重启，但完全恢复还尚需时日。

记者注意到，今年以来，政府层面已出台多个相关政策为行业复苏保驾护航。6月1日，《国际邮轮在中华人民共和国港口靠港补给的规定》正式施行，为国际邮轮在我国港口靠港补给作业提供了明确的法规依据，提升了靠港补给便利化水平。

此外，国家移民管理局也在邮轮通关方面推出了包括推广访

问港大型邮轮境外随船查验模式、便利国际邮轮通关，根据访问港邮轮船期安排和载客数量提前办理边检手续等多项配套措施，助力邮轮经济复苏。

国家发展改革委也指出，将从邮轮旅游市场供给和需求两端协同发力，完善政策体系、优化制度环境，全产业链系统推进邮轮产业高质量发展。

“随着日元贬值，出境游的成本尤其是奢侈品购物类成本大幅降低。”郭德荣告诉记者，从增

长率来看，出入境游翻番甚至出现几倍增长都有可能。

在出入境游增长的背景下，企业端如何调整状态以适应新常态？上述邮轮业内人士告诉记者，中国邮轮市场需要深耕，品牌、产品、运营、营销、销售各个环节都需要坚持长期主义。

“今年作为中国邮轮市场停摆四年后真正意义上的重启之年，仍需一段时间才能复苏至之前的市场情况。同时，对于新进入市场的企业也需要尽快摸索、建立

起成功的市场模式，推动市场进入良性循环。”

该业内人士进一步表示，如何做好市场没有一套固定的万能公式，新进入企业的企业需要通过摸索、试错、建立起适合自己的盈利模式。“定价是其中的一个重要环节。企业可以通过对时点、供需等因素的把握，拟定合理定价来指导直销和代理商两条不同的消费渠道，以保证市场价格稳定在健康水平。”

“以购代建”扩围 楼市去库存提速

本报记者 黄永旭 北京报道

4月30日中央政治局会议以来，楼市去库存加速推进。国企“下场收房”、地方“以购代建”，统筹推进建设消化存量房产和住房保障工作，在全国范围内多点开花。

《中国经营报》记者了解到，进

入7月，云南昆明、四川遂宁、山东聊城等地宣布实施“以购代建”模式，征集存量商品住房用作保障性住房。消化存量房产、鼓励“以购代建”等政策持续加码的同时，在落地执行端，“以购代建”已全面扩围至县级以上城市。

首都经济贸易大学京津冀房地

产研究院院长、北京市房地产法学会副会长兼秘书长赵秀池认为，“以购代建”一方面可以减少商品房存量，起到平衡供求关系、稳定房地产市场的作用；另一方面增加了保障房供应，扩大了住房保障的覆盖面，可以更好地满足住房和收入困难群体的住房需求。

作为视频会议。会上明确提出，推动县级以上城市有力、有序、有效开展收购已建成存量商品住房用作保障性住房工作，有利于推动已建成存量商品房去库存、助力房地产市场健康发展。

中国金融智库特邀研究员余丰慧表示，“以购代建”是通过收购存量商品房，增加保障性住房的模式，可以直接减少市场上的存量房产，促进消化库存。同时，可以快速增加保障性住房的房源数量，缓解保障性住房供应不足的问题。

中指研究院认为，从最新会议精神来看，国企收储未售新房正成为政府力推的“去库存”模式，除此以外，近两年地方也有不少探索实践，如国企收旧换新、非居改租等也是消化存量的重要补充模式。消化存量房产的路径和模式已逐渐清晰，若接下来能够尽快推动落实，将有助于缓解房企经营压力、稳定市场预期。

目前，央行召开的保障性住房再贷款工作推进会上，中国人民银行货币政策司司长邹澜说：“租赁住房贷款支持计划实施1年多来，8个城市有序落地试点，商业可持续的租赁经营模式初步形成，为消化存量住房发挥了积极作用。”

此外，近期住建部召开收购已

建成存量商品住房用作保障性住房工

范围扩大

在楼市加速去库存的过程中，去年央行设立的1000亿元租赁住房贷款支持计划和首先试点的8个城市，率先开启了“以购代建”的探索实施。依据当下政策，“以购代建”政策覆盖将要扩大至全国县级以上城市。

记者梳理发现，上述8个试点城市已稳步推进，租赁住房贷款支持计划已经在福州、济南、天津、青岛等地落地，福州、天津、青岛、重庆等试点城市首批租赁住房贷款也已发放。

多地落实

近几个月来，监管部门对楼市去库存工作作出多项表态和部署，“以购代建”模式在全国范围内多点开花，不断有城市跟进落地。

7月3日，四川省遂宁市住房和城乡建设局等9部门联合发布关于印发《促进市主城区房地产业高质量发展若干政策措施》的通知，涉及实施购房补贴、住房“以旧换新”行动等11项政策。

其中提出，支持收购已建成未出售商品住房用作保障性住房。2024年7月1日起至2027年12月31日止，船山区、各市直园区在摸清保障性住房需求底数的基础上，按照“政府主导、市场化运作”和“以需定购”的原则，

可选择地方国有企业，自主决策市场化收购已建成未出售商品住房用作保障性住房。

记者梳理看到，7月以来，除了四川遂宁、云南昆明两地，山东聊城也发布了征集已建成存量商品住房用作保障性住房公告。

中指研究院监测数据显示，今年二季度以来，宁夏、湖北等省份均出台政策鼓励收购符合条件的存量房源用作保障性住房，部分城市如杭州临安区、贵阳、惠州、临沧、大理州等也发布了征集商品住房用作保障性住房的公告，由国有企业在部分行政区域征集已建成未出售的商品住房用作保障性住房。

赵秀池表示，地方在执行

“以购代建”政策中，要做到收购价格的公平、合理、透明，既要考虑企业的合理收益，也要考虑政府的负担以及未来的偿还能力。而且，必须要制定“以购代建”模式相应的实施细则与运营规则，做到有章可循，提高效率及规范性。

“从已出台相关政策的城市来看，多数城市未明确具体定价规则，需要在执行中符合实际、因地制宜。”余丰慧建议，在政策落地中，应当明确收购价格、运营规则等具体细节，确保政策的顺利实施。此外，还需要加强对收购后的房屋质量监管，确保保障性住房的品质和安全。

珠海房企格局生变：格力地产转型 世荣兆业或易主

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

一周之内，珠海两家上市房企先后传来重大变动消息。

7月8日—9日，格力地产(600185.SH)连续两个交易日涨停。消息面上，格力地产于7月7

日披露将逐步退出房地产开发业务，实现以免税业务为主的转型，为此，格力地产将置入珠海市免税企业集团有限公司(以下简称“珠海免税集团”)不低于51%股权，相关事项已得到珠海市国资委原则性同意。

格力地产谋求主业转型之际，世荣兆业(002016.SZ)的控股股东或将发生变更。

公告显示，珠海大横琴集团有限公司(以下简称“大横琴集团”)全资子公司——珠海大横琴安居投资有限公司(以下简称“大

横琴安居”)已通过司法拍卖竞得并控制世荣兆业的51%股份，且触发了全面要约收购。目前，世荣兆业实际控制人为梁社增，其名下股份实际为儿子梁家荣所有。

在业内，格力地产、世荣兆业及华发股份(600325.SH)被合并称为“珠

海地产三剑客”。风云变幻，“珠海地产三剑客”如今也走向不同归途。

对于退出房地产开发业务的步骤及安排，格力地产方面对《中国经营报》记者表示，交易具体方案仍需进一步论证和沟通协商，但公司已经培育了跨境电商平台、商

业运营等大消费产业相关业务，同时与珠海免税集团开展融合专项人才培养，为公司转型打造关键领域人才“蓄水池”。世荣兆业方面则拒绝了采访，仅表示目前经营一切正常。大横琴集团方面对记者的采访需求未有回应。

大船掉头

甩掉房地产开发的“包袱”，资本市场对格力地产的“华丽转身”充满想象。

历时逾四年，格力地产收购珠海免税集团一事迎来新进展。

日前，格力地产公告拟对原重大资产重组方案进行重大调整，当中提及，基于公司逐步退出房地产开发业务实现主业转型的整体战略考量，调整后的方案为：上市公司拟置出所持有的上海、重庆、三亚等地相关房地产开发业务对应的资产负债及上市公司相关对外债务，并置入珠海免税集团不低于51%股权，如存在估值差额部分将以现金方式补足。

值得注意的是，房地产开发业务目前仍是公司营收和利润主要来源。格力地产方面对记者表示，截至2023年年末，公司存货项目中，上海、重庆、三亚的货值分别为约48亿元、29亿元、26亿元。

据此前公告，格力地产自2020年5月开始筹划重大资产重组

组，拟通过发行股份及支付现金的方式购买珠海免税集团100%股权，同时拟向不超过35名符合条件的特定投资者发行股票募集配套资金。但在上述调整后，格力地产仅谋求珠海免税集团的控股权，同时逐步退出房地产开发业务，并且不再涉及发行股份。

格力地产在公告中表示：“鉴于原重组方案推进时间较长，公司所处内外部环境发生较大变化，并基于公司逐步退出房地产开发业务实现主业转型的整体战略考量，综合考虑了珠海免税集团良好的业务经营情况及未来发展前景。”

根据珠海免税集团2021年度、2022年度、2023年度模拟财务报表审计报告，报告期内，该公司营收分别为17.76亿元、16.38亿元、22.86亿元，净利润分别为6.04

亿元、3.17亿元、6.67亿元。反观格力地产，其自2022年以来陷入亏损，2022年、2023年的净利润分别为-26.84亿元、-7.33亿元。今年上半年，公司预计仍为亏损。

公开资料显示，2005年，格力地产首个房地产项目落地，公司2012年进军重庆、2014年抢滩上海。上市后，公司逐步从房地产开发向口岸经济、海洋经济、现代服务相关业务延伸。

甩掉房地产开发的“包袱”，资本市场对格力地产的“华丽转身”充满想象。7月5—9日，格力地产股价持续上涨，连续三个交易日内日收盘价格涨幅偏离值累计达到20%，短期内存在较大波动。截至7月8日，根据中证指数发布的数据，房地产业市净率为0.61，格力地产市净率为1.72，高于行业水平。

国资注入

大横琴集团是2009年4月成立的珠海市属国有企业，也是横琴粤澳深度合作区实体化运营最大的国有平台。

拟告别房地产的格力地产股价大涨，与其同时期的另一家珠海房企——世荣兆业亦在7月8日收获一个涨停。截至7月8日收盘，世荣兆业报收6.39元/股，涨幅9.98%。

消息面上，世荣兆业在7月4日—5日先后公告关于公司控股股东及其一致行动人股份被司法拍卖的进展，以及公司收到要约收购报告书。

公告显示，世荣兆业控股股东梁社增及其一致行动人梁家荣合计59644万股股份在京东网络司法拍卖平台上予以司法拍卖，占其所持世荣兆业股份总数的99.5%，占公司总股本比例为73.72%。其中，大横琴安居通过司法拍卖以最高竞价竞得41264万股，占公司总股本51%，剩余的18380万股世荣兆业股票中止拍卖。

若上述司法拍卖最终全部完

成过户，世荣兆业控股股东及实际控制权将发生变更，大横琴安居将成为公司控股股东。公告显示，大横琴安居主要业务为保障性住房运营管理和服务，其控股股东大横琴集团是2009年4月成立的珠海市属国有企业，也是横琴粤澳深度合作区实体化运营最大的国有平台。

据大横琴集团方面披露，截至7月8日，大横琴安居已通过司法拍卖取得世荣兆业51%股份，对应价格为5.05元/股，相关股权转让手续尚在进行中。此次司法拍卖后续将涉及大横琴安居履行要约收购义务、法院执行法定程序、股权转让过户等环节。收购完成后，世荣兆业纳入大横琴集团合并报表范围。

2023年，世荣兆业营收15.48亿元，占大横琴集团营收规模的8.48%，其期末总资产和净资产分

别为66.09亿元、48.55亿元，分别占大横琴集团的4.41%、11.72%。

公告显示，世荣兆业主要从事房地产开发与经营业务，是珠海第二家上市房企，其土地储备及开发项目主要集中在珠海市斗门区，目前剩余可开发建筑面积为141万平方米。近年来，世荣兆业的经营性现金流净额持续为负，其营收规模也从2021年开始降至25亿元以下，但得益于早期低成本拿地，其仍能维持盈利状态。世荣兆业在2023年年报中表示，公司正在逐步涉及商业综合体的建设及运营。

大横琴集团在公告中表示，收购世荣兆业，将进一步丰富公司业务结构，有利于促进公司长期稳健发展。值得注意的是，大横琴安居发起的要约收购并不以终止世荣兆业上市地位为目的，其后续将如何消化世荣兆业的既有资源推动业务发展，值得观察。



世荣兆业表示，公司正在逐步涉及商业综合体的建设及运营。图为世荣万达广场项目实景。

世荣兆业官网/图

超2000家企业参展 众多家居“黑科技”亮相建博会

本报记者 陈婧斌 广州报道

刷脸就能开门、家居会自己降噪、大模型融入家庭服务机器人……这些未来感十足的“黑科技”家居产品在中国建博会上纷纷亮相，仿佛将科幻电影中的场景带入了现实。

7月8日，为期四天的第二十六届中国建博会(广州)正式开幕。这场全球领先的大家居建装行业展会，今年继续迎来新的高度，展览面积达到近40万平方米，吸引了超过2000家企业参展，举办了逾100场高端会议活动。

本次展会以“冠军企业首秀平台”为定位，以“建装理想家，服务新格局”为主题，利用广交会展馆和保利世贸博览馆，设立了“定制、系统、智能、设计、材艺”五大主题展区以及一个卫浴博览会，形成了“5+1”的格局，继续保持全产业链展

出的规模优势，涵盖了大家居建装行业最新的材料、工艺、产品和设计，成为打通行业产学研用的首要平台。

《中国经营报》记者在现场看到，从连通琶洲地铁站出口的展会入口到广交会展馆的热门展厅，处处人流如织。展会中既

有传统的原木设计风格家居，也有结合AI与高科技的智慧家居，吸引了大量专业观展人士与经销商驻足。

资深产业经济观察家梁振鹏指出，本次中国建博会定位为“冠军企业首秀平台”，主题为“建装理想家，服务新格局”，旨

在展示大家居建装全产业链的全貌，同时为家居企业提供一个展示实力、寻求合作机会的平台。这不仅能帮助家居企业提升品牌影响力、拓展销售渠道、寻求战略合作，还将推动家居行业朝着更健康、更可持续的方向发展。

智能家居引领新潮流

在建博会现场，大型家居“黑科技”的展示吸引了众多观众的目光。其中，RK3家庭服务机器人在萤石蓝海大模型的支持下，展现出令人瞩目的技术进步和多功能应用。

萤石网络的相关负责人向记者介绍，RK3家庭服务机器人不仅是蓝海大模型的数字人交互代理，还集成了多种先进技能，如家庭管家、保安、医生和教师等多重身份，体现了萤石“悉心关爱每位家庭成员”的愿景。

“作为家庭医生，它能够提供老人的吃药提醒、视觉跌倒检测和在线视频问诊等服务；作为家庭教师，它则通过坐姿检测和绘本阅读等功能帮助儿童全面发展。”萤石网路相关负责人表示。

除了RK3，凯迪仕的智能锁也成为智慧家居的亮点之一。

记者用脸探向门锁的摄像头，随着“滴——咔嗒”一声，门锁就自动解开了。记者现场体验了其无接触开锁技术，展示了其高

效便捷的魅力。

凯迪仕相关负责人向记者介绍，今年的凯迪仕的展馆设计以“洞见·传奇”为主题，巧妙地结合了高科技与创意设计，突显了其智能锁产品在安全性和用户友好性方面的领先地位。凯迪仕不仅与国防科大、银行等权威机构合作，还成为房地产开发商如万科、保利的首选供应商，为租租房提供智慧租住解决方案。

此外，尚品宅配、索菲亚以及大自然家居作为传统家居行业的领军者，展示了它们的创新产品和市场战略。

尚品宅配凭借对流行趋势和国内家装需求的深刻理解，始终处于市场的前沿，推出了高颜值、高品质且性价比突出的爆款产品。

借助建博会的平台，尚品宅配特别推出了新品系列“迎光系列”，采用最新流行色美拉德风格，展示了其对设计趋势的敏锐把握和市场需求的精准回应。

索菲亚则推出了整家4.0超

级新品系列，涵盖了门窗、橱柜、SSK烟灶和窗帘等多个领域。这些新品不仅在设计上追求时尚与实用性的完美结合，而且在材质和工艺上也实现了显著的提升。

索菲亚在建博会上还正式发布了“安心烹饪系统”“放心净洗系统”“舒心收纳系统”“省心智慧系统”四大创新厨房标配系统，深度满足了消费者对于厨房功能和智能化的需求。

此外，随着居民住宅的更新升级，消费者对家居产品的需求也在不断变化。索菲亚推出的“门墙窗静音三维系统”，通过技术迭代和系统构造，提供高达40dB以上的整体静音效果。

大自然家居则以健康大家居战略为核心，倡导绿色初心，推出了以木作家居美学为主题的全新产品，包括“新派木作”和“繁花”两大整体定制方案，以及原创设计的木门新品，展示了其对环保和健康生活的承诺和创新能力。

家居巨头推出新合作模式

在本次建博会上，不仅有多家家居企业通过推出各式新品提升了其品牌影响力，作为传统家居行业的领军者，尚品宅配和索菲亚也利用这一平台扩展了其销售渠道并寻求战略合作。

索菲亚在本次展会上首次发布了全国渠道深耕战略。根据该战略，索菲亚为有意成为其事业合伙人的合作伙伴提供了一个低投入、轻资产、大市场、快回报的整家共创事业合伙人平台，仅需30万元即可加入索菲亚的事业合作。

索菲亚家居总裁王兵表示：“在存量市场中，品牌需要更深入地渗透终端市场，提升品牌知名度。我们希望通过招募更多的事业合伙人，与我们的品牌、经销商和合作伙伴一起，为广大消费者，尤其是存量客户，提供更专业的产品和服务。这是我们的核心目标。”

索菲亚整家事业部营销中心负责人甘铭则指出：“索菲亚共创事业合伙人模式的创新之处在

于它打破了传统定制行业重资产投入的模式。低投入、轻资产、大市场、快回报是这一合作平台的显著优势。”他还补充道，索菲亚将深入思考模式创新，确保共创事业合伙人计划不仅仅停留在口号上。

此次索菲亚为其整家共创事业合伙人提供了一站式支持，包括流量销售转化、设计成本管控、门店高效运营、楼盘拎包入住、整企合作运营和基装全流程交付等六大支持措施，并提供全程一对一帮扶。此外，索菲亚还宣布亿元的补贴，并加大了在装修和营销方面的支持力度。通过全方位、多渠道、一站式的赋能，索菲亚致力于帮助加盟合伙人快速开店并组建团队。

与此同时，尚品宅配也在展会上推出了“30万投资，100m²开店”的轻投资轻运营合作模式。该模式允许投资者以最低100m²的空间代理该品牌的全品类产品，并可选择代理多个知名大

牌。此外，投资者还可以选择城市独家合作模式，成为该品牌在城市内的唯一总代理，享有全品类全流程的赋能支持。

在梁振鹏看来，这些举措表明，面对国内房地产市场的深度调整，家居企业通过参与中国建博会，积极响应市场变化并寻求转型升级。在市场调整期间，家居企业可以通过提升产品和服务质量、加强品牌建设、拓展线上线下销售渠道以及创新营销方式等手段，稳定市场局势。

然而，梁振鹏指出，家居市场的发展道路依然充满挑战。供应链不稳定、产品同质化严重以及激烈的品牌竞争等问题仍然存在。

对此，梁振鹏建议家居企业加强供应链管理，提升产品创新能力和平面影响力，同时注重线上线下融合发展和创新营销方式。此外，与设计机构的紧密合作和注重产品设计感和舒适度，也是提高客户满意度的有效途径。

业绩转亏未披露 小崧股份信披违规

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

因业绩由盈转亏信披不及时，近日，家电企业小崧股份（002723.SZ）同时收到了深交所的监管函和广东证监局的《行政监管措施决定书》。

业绩由盈转亏未及时预告

家电业务共实现营收9.15亿元，同比增长32.38%，毛利率同比提升了6.37%。但同期工程施工工业务相关主体合计实现营业收入6.89亿元，同比下降33.32%。

根据广东证监局近日对小崧股份下发的《行政监管措施决定书》，今年4月30日，小崧股份发布2023年年度报告，披露2023年归母净利润为亏损约691.64万元，同比由盈转亏。但小崧股份未按规定在2024年1月31日前披露2023年度业绩预告，且截至公司2023年年报发布也未披露相关业绩预告。

上述行为违反了《上市公司信息披露管理办法》的相关规定，因此广东证监局决定对公司及董事长彭国宇、总经理卢保山、财务总监温琳采取出具警示函的行政监管措施。

同时，上述行为也违反了深交所《股票上市规则（2023年8月修订）》的相关规定，公司及彭国宇、卢保山、温琳也因未能恪尽职守，被深交所下发监管函。

据了解，小崧股份是一家开发、制造、销售可充电备用照明产品和可充电交流两用风扇的民营企业，公司主营为家电和工程施工工业务，近两年拓展电子烟业务。

2023年，小崧股份实现营收16.04亿元，同比减少6.97%。其中，家电业务共实现营收9.15亿元，同比增长32.38%，毛利率同比提升了6.37%。但同期工程施工工业务

据了解，小崧股份主营为家电和工程施工工业务。受房地产市场拖累，公司去年工程施工工业务营收相应减少，叠加计提资产减值准备及坏账准备等因素，2023年业绩由盈转亏，但公司未对此信息进行及

时披露。

在此次信披事件之前，小崧股份就曾因控股股东违规减持而受到监管机构的行政处罚。此外，因控股股东深陷巨额债务，其所持有的上市公司股份也多次遭到冻结

和法拍，至今仍未拍卖成功。

《中国经营报》记者就信披不及时的原因及控股股东所持上市公司股份的法拍进展致电小崧股份董秘办，截至发稿时，对方表示暂无更多信息可透露。



图为中国品牌日上，小崧股份展示的空气净化器。

视觉中国/图

相关主体合计实现营业收入6.89亿元，同比下降33.32%，毛利率同比下降1.52%。

在此之前，2019至2022年间，小崧股份营收分别为10亿元、10.89亿元、13.2亿元、17.24亿元，相对应的归母净利润分别为3906万元、2594万元、1799万元、1002万元。

对于去年业绩由盈转亏，小崧股份解释称，去年营收下降的主要原因是受房地产行业下行的大环境影响，工程施工工业务营收有所减少。归母净利润下降则主要是受工程施工板块本期盈利能力有所下降并相应计提了商誉减值、

固定资产减值，以及母公司因杭州宇佑收购项目所涉的仲裁案件计提坏账准备等原因所致，2023年公司计提资产减值准备及坏账准备合计5097.16万元，相应减少了公司净利润。

据了解，早在2021年12月14日时，小崧股份曾发布公告称，拟以2.975亿元价格收购杭州宇佑新消费科技有限公司85%股份。当时小崧股份根据合同约定合计向对方支付了股权收购保证金3500万元。

仅10天后，小崧股份便决定终止该项收购，并要求对方退回已支付的3500万元保证金，但对方拒不

履行退回义务。

根据小崧股份此前公告，针对上述争议事项，公司于2022年5月向深圳国际仲裁院提起仲裁申请，要求对方退回股权收购保证金并支付逾期退款利息。根据案件去年的仲裁结果，杭州宇佑方面应退还收购保证金共1400万元及相应利息。经评估，该事项导致小崧股份累计计提资产减值准备2520万元。

对于为何没有及时将业绩由盈转亏的信息披露出来，小崧股份董秘办工作人员向记者表示，暂无更多信息告知。

42.5亿元定增“流产”

豫园股份加急出售资产瘦身健体

本报记者 郭阳琛 张家振
上海报道

豫园股份（600655.SH）正接连出售位于中国和日本的优质不动产资产，以回笼资金。

据了解，7月1日，豫园股份宣布出售上海星光耀广场二期1号楼和部分车位，售价预计15.15亿元。在此一周前，豫园股份还宣布将出售位于日本北海道的Tomamu滑雪场度假村，交易价格预计不低于17.1亿元。

这或与豫园股份的定增融资计划受阻密不可分。早在2023年3月，豫园股份方面披露了不超过80亿元的再融资计划。此后，定增方案经两次修改，募资总额从80亿元分别降至48.91亿元和42.5亿元，但最终还是在今年5月“流产”。

财报数据显示，今年一季度，豫园股份实现营收172.21亿元，同比增长12.56%；扣非净利润8057.16万元，同比下降70.47%。截至今年一季度，豫园股份所持货币资金为108.5亿元，交易性金融资产为16.41亿元，而对应的长短期货务合计达390.39亿元。

豫园股份在财报和公告中多次强调，2024年，公司会持续瘦身健体聚焦资源，将集中优势战略性聚焦投向高潜力、高增长、高利润、高协同的核心产业。

对于战略变化和融资进展情况，《中国经营报》记者日前致电豫园股份并发送了采访提纲。公司媒体服务相关人士回应称：“公司公告十分翔实，具体情况以公告为准。”

频频出售资产“回血”

7月1日，豫园股份发布公告称，全资子公司上海星耀房地产发展有限公司拟以15.15亿元的价格出售位于上海市普陀区星光耀广场二期1号楼及部分车位，买方为上海汇融东方科技发展有限公司（以下简称“汇融东方”）。

根据公告，星光耀广场二期1号房屋共计30层，可售面积共计59632.51平方米，交易均价24800元/平方米，对价款为14.79亿元；地下车位总交易对价为3600万元。

同时，豫园股份向汇融东方出具了担保承诺函。豫园股份

方面表示，公司出具担保承诺函是星耀公司完成本次房地产项目销售及收款的重要条件，有助于公司通过多种销售渠道实现存量房地产项目去化，回笼资金、提升公司整体流动性，对公司财务报表持续改善具有积极正面的意义。

天眼查显示，汇融东方成立于今年5月17日，注册资本3.5亿元，是河南投资集团全资子公司，实际控制人为河南省财政厅。

记者注意到，在过去一年，“复星系”实控人郭广昌曾多次到访河

南省。例如，2023年11月30日，郭广昌曾到访河南文旅投资集团。

据河南省当地媒体报道，上述资产收购事项也是在2023年正式启动，目前交易正在加速推进，预计今年四季度星光耀广场二期1号楼将全面完成交割。届时，河南省驻沪办、河南多家市县（区）驻沪联络机构、河南省属国企在沪分支机构及各类商协会组织或选择集中入驻。

这也是豫园股份频频出售资产“回血”的缩影。2023年5月，豫园股份以约4.55亿美元（约合

33.11亿元人民币）交易对价出售所持有的IGI集团（国际宝石研究院）股权，买方为投资机构黑石集团；同年7月，豫园股份通过协议出售金徽酒2536.3万股股份，交易总价款为5.99亿元；2024年3月，豫园股份拟转让上海百联控股48%股权，交易底价4.31亿元。

值得一提的是，7月5日，豫园股份控股股东复星高科技下属复地投资管理有限公司（以下简称“复地投资”）再次质押公司2205万股，用于偿还债务。据悉，复地投资持有豫园股份10.23亿股股份，

占上市公司总股本的比例为26.27%，目前累计质押股份数量为7.60亿股。

此外，公告还显示，复星高科技及其一致行动人共持有豫园股份61.85%的股权，约24.10亿股，其中79.41%的股份已被质押，涉及约19.14亿股。复星高科技及其一致行动人在未来半年内有约2.13亿股质押股到期，占其持股的8.85%，对应融资余额为4.79亿元；未来一年内有约7.41亿股质押股到期，占其持股的30.76%，对应融资余额为32.49亿元。

项目公司，主要负责Kiroro滑雪场、度假村的日常运营。豫园股份方面彼时表示，此次投资收购完成后，公司将拥有日本北海道全球优质雪场的“半壁江山”，以此扩大公司在日本滑雪市场的份额。

如今，不到一年半的时间，豫园股份不得不出售资产，归根结底在于其战略变化。豫园股份方面表示，公司以“东方生活美学”为置顶战略，持续瘦身健体聚焦资源，将集中优势战略性聚焦投向高潜力、高增长、高利润、高协同的核心产业。

和复星的全球化战略一致，豫园股份还有走向全球的战略远景。豫园股份管理层在2023年公司业绩说明会上指出：“未来，豫园股份全球化的布局还将继续深化，豫园将会继续出海并已经在策划中；而如南翔馒头店之类的品牌‘走出去’，也已开始探索。”

瘦身健体聚焦资源

除了抛售国内资产外，豫园股份还将瘦身健体的目光聚焦到海外。

6月27日，豫园股份公告称，公司下属全资子公司裕海实业有限公司拟出售其持有的49999股株式会社新雪（以下简称“新雪公司”）股份，占总股份的99.9980%。此次交易价格预计不低于380亿元（约合17.1亿元人民币）。

公告显示，新雪公司持有株式会社TOMAMU PROPERTY 和株式会社星野RESORTS TOMAMU100%股权。其中，株式会

社星野RESORTS TOMAMU的主要资产为位于日本北海道的Tomamu滑雪场度假村。该度假村内有THE TOWERS、Risonare Tomamu、Club Med Tomamu Hokkaido三家酒店以及29个滑雪道等设施。

根据豫园股份此前披露的信息，2015年12月，豫园股份全资收购星野RESORTS TOMAMU，即北海道Tomamu滑雪场度假村项目，收购价格为183.58亿日元（约合9.47亿元人民币）。

收购完成后，2016年6月，豫

园股份与“兄弟企业”复星旅文旗下Club Med正式签约并联合宣布，Club Med在日本设立的首家拥有5T奢华空间度假村Club Med TOMAMU将正式落户Tomamu滑雪场度假村，计划于2017年滑雪季对外开始营业。

记者了解到，收购完成后，Tomamu滑雪场度假村的业绩表现一路向好，度过3年低迷期后业绩在2023年开始反弹。相关数据显示，截至2023年12月31日，新雪公司经审计的资产总额为438.40亿日元（约合22.01亿元人民币），净资

产总额13.16亿日元（约合0.66亿元人民币），营业收入155.59亿日元（约合7.83亿元人民币），净利润6.11亿日元（约合0.31亿元人民币）。

正因如此，2023年2月，豫园股份宣布以110亿日元（约合4.95亿元人民币）收购日本项目公司Napier TMK 100%股权，以4.6亿日元（约合2070.83万元人民币）收购日本项目公司GK KM 100%股权，并继续增资日本项目公司Napier TMK。

据了解，Napier TMK的主要资产为日本北海道Kiroro的滑雪场，GK KM项目公司为轻资产型

豫园股份公告称，拟终止2023年度向特定对象发行A股股票事项并撤回申请文件。事实上，早在2023年3月，豫园股份便披露了不超过80亿元再融资计划，此后募资总额从80亿元降至48.91亿元又降至42.5亿元，但最终还是在今年5月“流产”。

对此，豫园股份方面表示，综合考虑当前资本市场环境、公司发展规划、维护现有股东利益等因素，经相关各方充分沟通、审慎分析后，公司决定终止2023年

度向特定对象发行A股股票事项，并向上交所申请撤回相关申请文件。

融资不顺利，降本增效成为豫园股份的主旋律。豫园股份在年报中披露，公司对各产业共计26个PL（产品线）明确了分类分级，并指导2024年预算持续推进业务聚焦，对优势产业进行资源赋能。同时，打造精致总部，后台精简，人效预算提升超10%，销管费用节降10%。

豫园股份方面进一步指出，公

房价腰斩 承接大城市外溢需求的小城何去何从?

本报记者 陈雪波 卢志坤 眉山报道

“今年成都取消了限购，来视高看房子的人确实少了一些。”近日，视高的一位置业顾问向《中国经营报》记者表示，成都楼市政策

8年楼市过山车

天府创新中心小区在2021年时的新房单价达到了11500元/平方米，但目前的小区二手房单价在5600元/平方米左右。

“这个业主在2021年买这套房子时总价70多万元，到现在还有45万元贷款没还，但现在他的房子挂牌价只有35万元。”视高房地产中介冀旺(化名)向记者介绍了天府创新中心小区的一套62平方米的房子。站在这套房子的阳台上能远观天府大道的景色，但室内还没有装修。冀旺告诉记者，在视高，像这样价格“腰斩”的房子不在少数，但这样的价格未必能很快吸引来接手的人。

记者查询发现，天府创新中心小区在2021年时的新房单价达到了11500元/平方米，但目前的小区二手房单价在5600元/平方米左右。

生活配套设施未完善

三十多层高的楼栋空调外机平台只零星放了两三台机器。

记者在天府创新中心小区、天府中心城小区的院子里能看到整齐的小区绿化和运动器材，虽然交房已经一年多，白天在小区里依然很难看到有住户走动，十分冷清。小区一位清洁工告诉记者，这里面住的人确实不多，其中大部分是外地人。

住客稀少是视高天府大道西侧片区的普遍现状。记者咨询当地多位房产中介人员，他们告诉记者，交房两三年的小区，入住率也只有10%左右。

记者观察发现，当地有大量已交房小区的出入口鲜有人员出入。整栋的住宅临街阳台空空荡荡，交

间接影响了视高楼市。

视高街道位于四川省眉山市仁寿县，受益于毗邻省会成都，视高楼市在2019年前后曾高歌猛进，平均房价在几年时间里从4000元/平方米一度涨到

15000元/平方米。但随着房地产市场下行，2022年开始视高楼市随之回落。同是因临近大城市而催热房地产，视高常常被与紧邻北京的燕郊作比较。今年4月，成都市彻底取消限购，视

高自此失去了此前的“不限购”买房优势。

最近视高楼市表现如何？此前已交房的小区人气怎么样？当地发展了哪些产业？就此，记者于近日走访了视高楼市。



短短几年间视高建起了密集的高楼，但楼宇人气冷清。

本报资料室/图

产业导入尝试

在2020年、2021年，四川天府乐高乐园和小猪佩奇乐园也相继在视高开工。

当然视高也并非只有房地产。

从设立天府新区眉山片区开始，视高就开始进行多元产业导入，很多开发商进行住宅开发的同时也会带来产业园项目。联想叠云创新科技园、川港合作示范园、法国勒芒文化体育园区、中粮加州智慧城、中日国际康养城……众多产业园开始进入视高。在2020年、2021年，四川天府乐高乐园和小猪佩奇乐园也相继在视高开工。

这里的公共交通也在以肉眼可见的速度升级。连接成都地铁站的市域铁路S5线已经在建设中，预计将在2026年具备运营条件，这条铁路未来会途经视高直达眉山市主城区。

沿着天府大道视高段一路向南，可以在道路两侧看到成排的玻璃幕墙写字楼，酷似一线城市的中央商务区。但目前这些写字楼很少能看到职员出入。四川天府乐高乐园和小猪佩奇

乐园则一度陷入停工。

不过，视高的产业拓展仍在继续。今年1月，天府新区眉山党工委管委会的官方微信公众号发布《2024年眉山天府新区发展机遇清单》，其中大量涉及视高的高端制造产业，包括新型显示及配套产业园建设项目、电子元器件产业园区、智能机器人产业园区、无人机产业园区、先进光纤光缆研发制造配套项目、导线电缆制造项目，计划在视高落地。

视高应该如何更好地进行产业导入？关荣雪建议，首先，需要进行深入的产业调查和定位，了解视高的资源优势、人力资源、市场需求等因素，并结合当地实际情况，确定适合发展的产业方向。另外，视高可以尝试通过打造产业集群来吸引企业和人才，通过提供专业的产业园区、税收优惠、科研支持等政策措施，吸引相关产业企业入驻，形成产业上下游的协同效应。

濒临面值退市 海航控股获“方大系”增持相救

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

面对一个多月来股价连续下挫，逼近面值退市边缘的情况，海

航控股(600221.SH)近日抛出多项措施以自救。

根据近期公告，海航控股先是于6月28日获得控股股东对

其B股的增持计划，后又于7月7日获得“方大系”兄弟公司的增持安排。

除此之外，海航控股还于6

月下旬发布了“提质增效重回报”方案，并于近日宣布增加互联网直播相关业务，为公司创造新的利润增长点。

据了解，海航自重整以来，尽管经营业绩有所改善，但仍有一些重整留债协议难落地、重整企业的归属争议等遗留问题待解，

这也是今年新海航工作重点之一。同时，在航司竞争激烈的当下，如何实现提质增效，是摆在新海航眼前的一道必考题。

获“方大系”公司增持

7月1日晚间，海航控股公告称，收到关联方上海方大投资管理有限责任公司(以下简称“上海方大”)通知，上海方大计划于2024年7月8日起6个月内通过上海证券交易所集中竞价交易系统增持公司A股股份，拟增持金额不低于6000万元，不超过1.19亿元。

据了解，上海方大为方大炭素(600516.SH)全资子公司。而海航控股为方大炭素控股股东——辽宁方大集团实业有限公司(以下简称“方大集团”)的控股子公司。两家上市公司的实控人均均为方大集团董事局主席方威。

自今年5月中下旬以来，海航控股A股股价已经连续一个多月下挫，不断逼近1元红线，从6月初的1.36元/股大跌至6月28日最低1元/股，创下公司上市以来历史最低价。

而根据退市新规，对于在上交所既发行A股又发行B股的上市公司，如果其A、B股每日收盘价连续20个交易日同时都低于1元，将会被强制退市。

自6月以来，海航控股投资者注意到“1元退市”风险并多次在投资者关系互动平台向海航控股提问相关补救措施。

对此，海航控股方面曾在6月中旬回复称，股票价格受宏观经济环境、国内外产业政策、大盘走势及行业形势、投资者心理预期、公司经营业绩等众多复杂因素影响，公司高度重视市值维护及管

理工作，并制定市值维护方案。6月24日，海航控股发布“提质增效重回报”方案，内容包括服务创新、完善航线网络、助力海南自由贸易港建设、提升精细化管理水平、推动公司数字化转型等多方面提质增效举措，但此后几天股价下跌状况并无改善。

在此次收到上海方大增持通知之前，海航控股近期还获得了控股股东对其B股的增持。据了解，6月28日，海航控股B股触及重组以来股价最低点0.113美元/股(约合人民币0.82元/股)，彼时，其B股已连续7日收于1元/股以下。

7月1日晚，海航控股公告称，其B股股票已连续三个交易日收盘价格跌幅偏离值累计达20.24%，但公司目前经营情况正常，内外部经营环境未发生重大变化。根据当天公告，控股股东的一致行动人American Aviation LDC，基于“对公司良好发展前景的坚定信心及其长期投资价值的充分认可”，于2024年6月28日通过集中竞价交易方式增持公司B股股份2566204股，占公司总股本的0.01%，并计划继续增持，累计增持股份金额不低于500万美元，不超过1000万美元(含2024年6月28日已增持金额)。

协纵策略管理集团创始人黄立冲告诉《中国经营报》记者，对于一家在上交所既发行A股又发行B股的上市公司来说，由于A股市场的投资者多为国内投资者，增持A

股通常会被视为公司对自身价值的认可，可能会提振市场信心，短期内推高A股股价，同时还可以增加市场交易量，改善股票的流动性。由于A股和B股之间存在一定联动效应，A股增持可能间接提振B股市场信心，带动B股股价上涨。

而B股市场的投资者多为境外投资者或持有外汇的国内投资者，增持B股可以显示公司对国际投资者的重视，吸引更多国际投资者关注公司，有助于提升企业的国际形象和市场地位。

同样由于联动效应，B股增持可能间接提振A股市场信心，带动A股股价上涨。

不过，黄立冲表示，A股和B股存在着比较大的价格差异，可能导致公司的增持成本也不一样，往往增持B股所花资金更少。据了解，海航控股A股总股本约432.16亿股，B股总股本36945万股，增持B股“性价比”更高。

根据海航控股及方大炭素的公告，此次上海方大增持海航控股A股股份，是基于海航控股股价下行，判断股价被严重低估，鉴于海航控股基本面良好，拟对海航控股进行股票投资，增加投资收益，进一步提升业绩水平。

据了解，上海方大此次增持所需资金来自自筹渠道，增持不设价格区间，将根据市场整体变化趋势和标的公司股票交易价格的波动情况，择机实施增持计划。

7月11日午间收盘，海航控股A股报收1.13元/股，涨幅为3.67%。

打出自救“组合拳”

据黄立冲解释，造成一家上市公司股价下挫的原因是多方面的，尽管有时企业经营正常，但如果市场对其前景信心不足，股价可能会持续打压至低于1元，从而触发退市机制。同时，如果企业流动性差，股票交易不活跃，即使企业盈利情况良好，也可能因股票流动性不足导致股价下跌。

他还指出，市场操纵风险也不能忽视，有时市场操纵行为可能会人为压低股价，导致企业股价低于1元。此外，信息不对称也是一个因素，有时投资者对企业的了解不够全面，可能导致对企业价值低估。

据了解，尽管股价连续下挫，但海航控股经营面已较之前有所改善。得益于民航业整体复苏带动，海航控股去年已率先实现扭亏为盈。今年一季度，公司实现营收175.5亿元，同比增长33.48%；净利润为6.87亿元，同比增长334.51%。

不过，此前海航集团破产重整遗留问题尚未完全解决。据了解，2021年年底，方大集团以380亿元增资入股(外加30亿元的风险救助金)，于当年12月8日正式入主海航集团航空主业。在引入方大集团半年后，海航控股于2022年5月18日实现“摘星”，当年9月，“ST海航”正式脱帽，更名为“海航控股”。

面对新海航，方大集团董事

局主席方威提出要改变过去只追求收入规模的发展思路，他为新海航提出了“安全第一、服务第一、利润第一”的发展目标。

今年1月份，方威在海航航空集团(海航控股股东)专题会上提出2024年新海航的多项目标，其中既包括继续挖掘销售潜力、全服务延伸落地等，也包括加快处理重整遗留问题。他当时表示：“海航尽管重整两年多了，但我们遗留的问题还有20余项没有解决，遗留的问题不解决，想快速发展都发展不了。”

这些遗留问题包括重整留债协议难落地，以及重整企业的归属争议等遗留问题待解，

今年6月份时，海航航空集团方面表示，在海航大厦的直播间搭建已初现规模。

根据最新的公告，海航控股将与海航航空集团签署《出资协议书》，共同出资设立海南海航优选商务有限公司(以下简称“海航优选”)，开展电商直播相关业务。

新成立的海航优选主营业务为互联网直播、销售业务等，海航控股方面表示，该合资公司设立有利于公司充分挖掘自身资源潜力，通过搭建直播平台，提升公司机票、辅营产品等销售，同时利用直播平台拓展业务范围，为公司创造新的利润增长点。

据了解，海航控股及其控股子公司北部湾航空、福州航空、祥鹏航空、乌鲁木齐航空、长航航空将加入海航航空集团推出的“机票通用类”产品组合，借助海航航空集团直播电商平台及流量，拓宽销售渠道，来提升机票以及辅营产品销量。

海航航空集团官微在7月4日发布消息称，近日海南省委副书记、省长刘小明来到海航调研。刘小明指出：“在海南自贸港政策加持下，新海航发展未来可期，海南省一直高度重视新海航包括海航控股的发展，将主动靠前服务，以解决企业发展面临的具体困难和问题为导向，通过提供金融政策支持及其他方式，助推企业高质量发展。”

震裕科技新能源布局“AB面”

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

一方面密集发布对外投资计划；一方面终止部分投资项目，宁波震裕科技股份有限公司(300953.SZ，以下简称“震裕科技”的新能源布局正呈现分化趋势。

密集对外投资

自2021年3月以来，震裕科技至少发布了12则对外投资计划，其中2则为海外欧洲生产基地项目，其余为国内项目。

资料显示，震裕科技专业从事精密级进冲压模具及下游精密结构件的研发、设计、生产和销售，其产品主要应用于家电、新能源锂电池、汽车、工业工控等行业领域。

自2021年上市以来，震裕科技对外投资动作频频，其中多数为新能源领域布局动作。

记者不完全梳理发现，自2021年3月以来，震裕科技至少发布了12则对外投资计划，其中2则为海外欧洲生产基地项目，其余为国内项目。

具体来看，上市之初的2021年3月，震裕科技就公告称计划以7000万元购买位于宁波南部滨海经济开发区的1宗地块，并计划在该地块上新建年产9亿件新能源动力锂电池顶盖项目，项目总投资额预计不超过16亿元(含前述土地使用权购置款)。

再度终止投资项目

去年8月份，该公司就曾终止其在四川宜宾投资建设的震裕新能源电池结构件二期项目。

震裕科技近来也在终止部分对外投资项目。

近日，震裕科技决定终止上述洛阳市伊滨区投资项目。“公司根据近期国内锂电池市场发展趋势及行业规范指引文件，再次审慎评估了该项目的中长期市场容量及增长空间。”对于终止原因，震裕科技在公告中解释称，公司认为，该项目的预计收益相较于2023年拟投资时点发生较大变化，预计无法达到公司的投资收

日前，震裕科技公告称，公司决定终止在洛阳市伊滨区新设全资子公司并投资不超过3亿元建设精密结构件生产基地项目一期和二期。公司未与洛阳市伊滨区相关政府签订任何协议，且未投入资金。

《中国经营报》记者不完全梳理发现，震裕科技自2021年上市，至今年6月底，至少发布了12则对外投资计划，其中多数项目为新能源领域，国内项目拟投资额就超百亿元，海外项目投资额则超1.3亿欧元。

值得注意的是，2023年以来，该公司对外投资计划尤为密集，上述12则对外投资计划中，过半都是2023年以来发布的。而除近期终止的洛阳市投资项目外，2023年该公司还曾终止其在四川宜宾的投资项目。

此后间隔不足1个月，震裕科技又提出拟在江苏溧阳、宁德福安、四川宜宾等地投资建设新能源动力电池精密结构件项目，三地项目拟投资总额分别为16亿元、4亿元、5亿元。

2021年年底，震裕科技再次提出拟在四川宜宾投资建设震裕新能源电池结构件二期项目，投资总额为5亿元。

值得注意的是，在该次投资计划中，震裕科技表示，随着国内外新能源汽车市场的快速发展，动力电池市场需求扩张迅速，相应投资是为进一步完善公司产能布局，满足客户产能配套需求。在后续对外投资计划中，这一表述多次出现。

此后于2022年，震裕科技还提出计划在湖南城陵矶新区投资建设电机铁芯及部件生产制造项目，投资总额12亿元；拟分别在

江苏太仓投资建设新能源汽车动力系统核心零部件项目，在广东肇庆投资建设新能源动力电池结构件生产基地项目，两项目投资总额均为10亿元。

进入2023年，震裕科技对外投资计划尤为密集，先后提出拟在江西上饶、江西宜春、江苏苏州、洛阳市伊滨区等地投资项目，多为新能源领域。其中，江西上饶项目计划投资总额3亿元，江西宜春项目计划投资总额10亿元，江苏苏州项目计划投资总额20亿元，洛阳市项目计划投资总额3亿元。

此外，2023年以来，震裕科技还提出计划在匈牙利投资建设新能源电池精密结构件欧洲生产基地项目，项目计划投资总额为5870万欧元；计划在塞尔维亚投资建设新能源电机铁芯精密结构件欧洲生产基地项目，项目计划

投资总额为7200万欧元。

粗略算来，震裕科技近年来提出的对外投资计划中，国内项目计划投资总额已超百亿元，海外项目计划投资额也已超1亿欧元。

从进展来看，震裕科技上市以来提出的对外投资项目多在建设中，其在年报中表示，2023年，公司正在江苏溧阳、宁德福安、四川宜宾、宁波南部滨海经济开发区、湖南岳阳、江苏太仓、江西上饶等地建设生产基地，2024年将继续推进上述等地的建设进度。

对于海外项目进展情况，震裕科技近日在接受机构调研时表示，公司计划投资总额7200万欧元在塞尔维亚投资建设新能源电机铁芯精密结构件欧洲生产基地。目前欧洲工厂已经获取多个欧洲主机厂意向订单，公司正在加速建设欧洲工厂，预计2025年上半年实现量产。



中国国际模具技术和设备展览会上，震裕科技的展台。

视觉中国/图

毛利率下滑明显

公司精密结构件业务的直接材料占主营业务成本的比重较大，对公司毛利率的影响较大。

密集对外投资的同时，上市以来震裕科技业绩也出现下滑趋势。

Wind数据显示，2022年以来，震裕科技归母净利润及扣非归母净利润均连续两年下滑，其中，2022年度归母净利润同比下滑39.11%，扣非归母净利润同比下滑44.72%；2023年则分别下滑58.73%及90.41%。

另一方面，近年来震裕科技毛利率也出现明显下滑。

Wind数据显示，震裕科技毛利率自2012年以来持续十余年下滑，2021年度跌破20%，至2023年则已由最高时超50%降至11.92%。

从产业链来看，震裕科技处于电池盒和电池盖产业链。Wind数据显示，该产业链A股及港股上市企业有6家，近年来该产业链主营产品毛利率整体呈下滑态势，已由2021年的21%左右下降至2023年的约14.2%。对比同业企业来看，近年来震裕科技的产品毛利率同业排名均较为靠后。

对于毛利率波动，震裕科技在

2023年年报中也表示，报告期内，公司精密结构件业务的直接材料占主营业务成本的比重较大，对公司毛利率的影响较大。

“公司一方面积极采取提高市场预测能力、提前规划产能、合理控制原材料库存等措施来降低原材料价格波动风险；另一方面，通过与下游客户协商调整产品价格将部分风险进行转移，以降低原材料价格波动对业绩的影响。”震裕科技在年报中如此解释其应对举措。

就近期接连终止对外投资项目主要原因及毛利率明显下滑应对措施等问题，记者致电致函震裕科技董秘办采访。对方表示已收到相应采访函，但近期并无时间安排采访事宜。

锋龙股份“易主”计划终止背后

“易主”交易附加资产置入置出

本报记者 庄灵辉 卢志坤
北京报道

浙江锋龙电气股份有限公司(002931.SZ，以下简称“锋龙股份”)一则控制权变更终止公告，再度推高了该公司“卖壳”事项的热度。

日前，锋龙股份发布公告称，公司控股股东绍兴诚峰实业有限公司(以下简称“诚峰实业”)实际控制人与浙江顶度云享旅游有限公司(以下简称“顶度云享”)实际控制人达成一致，拟终止公司控制权变更及相关资产置入、置出事项。

因交易对手顶度云享实际控制人陈向宏有乌镇、古北水镇等多个文旅小镇操盘经验，锋龙股份上述交易谋划之初就备受文旅界关注，外界将该项“易主”计划视为锋龙股份向文旅领域转型布局，陈向宏也将由此“借壳上市”。

《中国经营报》记者注意到，锋龙股份上述“易主”计划筹划于今年1月底，整项计划包含股权转让、要约收购以及资产置入等一揽子交易。与该项计划筹划时间相符的是，此次交易对手顶度云享及其他多家公司均于今年1月底注册成立。

锋龙股份上述“易主”计划颇为复杂。2月5日晚间，该公司一连抛出十余则公告，详细列出了该项计划的交易流程。

根据交易流程，上述计划首先是股权转让。诚峰实业及其一致行动人董剑刚、绍兴上虞威龙科技有限公司(以下简称“威龙科技”)、厉彩霞与顶度云享、陈向宏、桐乡欣享企业管理合伙企业(有限合伙)(以下简称“桐乡欣享”)签署协议。协议约定，诚峰实业向顶度云享、陈向宏及桐乡欣享协议转让锋

龙股份合计6141.13万股股份及其对应的全部权益，占锋龙股份截至2024年1月29日总股本的29.99%，合计对价7.87亿元。

此项流程还有两只基金参与其中，诚峰实业还将向金蟾蜍十一号私募证券投资基金、优益增行业优选三号私募证券投资基金管理人协议转让锋龙股份5.17%股份，交易对价均约为1.36亿元。锋龙股份表示，这两只基金与顶度云享及其一致行动人无关联关系。

这三笔股权转让协议签署时

间均为2024年2月5日，约定转让价格均为不低于协议签署日的前一交易日上市公司股票收盘价的90%。

由于筹划上述“易主”事项，锋龙股份自2024年1月30日开市起即停牌，直至2月6日开市起复牌。Wind数据显示，锋龙股份前述停牌期间收盘价为11.46元/股，2月6日复牌涨停，收于12.61元/股。但值得注意的是，上述三笔股权转让协议价格均为12.82元/股，不仅高于锋龙股份前一交易日收盘价，还高于复盘后涨停收盘价。

按照计划，上述股权转让完成后，顶度云享将向诚峰实业及其一致行动人董剑刚、威龙科技、厉彩霞发出要约收购，收购后者持有的锋龙股份11.39%股份，要约收购价格与上述股权转让协议价格一致，也为12.82元/股，总价约2.99亿元。

经过上述股权转让及要约收购，顶度云享将成为锋龙股份实际控制股东，陈向宏则成为锋龙股份实际控制人。

在“易主”系列交易之外，还附加了一项资产置入与置出计划。

根据披露的信息，锋龙股份拟以现金方式向顶度旅游有限公司(以下简称“顶度旅游”)购买其持有的浙江顶度景区管理有限公司(以下简称“顶度景区管理”)51%股权。同时，锋龙股份拟向诚峰实业或其指定主体出售园林机械零部件及发电机逆变器零组件业务相关的资产、负债与业务。

按照交易各方约定，股份转让、资产置入的实施互为前提，任何一项无法付诸实施，则其余项不予实施。

业绩下滑

资料显示，锋龙股份主要从事园林机械零部件、汽车零部件和液压零部件的研发、生产和销售，产品主要包括点火器、飞轮、汽缸等园林机械关键零部件，多种品规的精密铝压铸及铁件汽车零部件和工程、工业及半导体设备用高端液压控制零部件。

2018年上市以来，锋龙股份业绩曾经历数年增长。但2022年以来，该公司营收及净利润连续两年下滑。2023年，该公司交出上市以来首份亏损成绩单，当期归母净利润同比下降87.97%—91.41%。对于业绩变动原因，该公司表示，2024年上半年

元；扣非归母净利润同比下滑128.22%，亏损0.11亿元。2024年一季度，公司归母净利润亏损0.04亿元，同比下滑554.33%；扣非归母净利润亏损0.03亿元，同比下降1136.52%。

根据业绩预告，锋龙股份预计其2024年上半年净利润为正，但同比大幅下降。其中归母净利润预计盈利55万—75万元，同比下降92.50%—94.50%；扣非归母净利润预计盈利50万—70万元，同比下降87.97%—91.41%。对于业绩变动原因，该公司表示，2024年上半年

下游市场尚未回暖，公司销售增长乏力。同时，因公司厂房搬迁，固定费用增加，导致净利润较上年同期大幅下降。

此外，自2020年以来，锋龙股份毛利率持续下滑，至2023年已不足19%，较此前30%以上出现明显下滑。

在此背景下，锋龙股份上述“易主”计划中的“腾笼换鸟”被广泛关注，市场将此解读为该公司向文旅领域转型的布局动作。

中国旅游协会官网信息显示，上述“易主”计划交易对手公司实

际人陈向宏是中国旅游协会副会长，为乌镇旅游创始人。此外资料显示，除乌镇外，陈向宏还与中青旅(600138.SH)合作打造古北水镇、濮院等古镇。

披露信息显示，上述计划置入的顶度景区管理成立于2020年5月，主要从事景区管理业务。目前，顶度景区管理已经开业运营的景区有乌镇、濮院时尚小镇、贵州遵义乌江寨、山东章丘明水古城、广东赤坎华侨小镇，待开业的则包括盐官音乐小镇、宜兴窑湖小镇、成都熊猫小镇等。2023年，顶度景

“借壳”上市未果

回看交易另一方，若此次锋龙股份能够顺利“易主”，陈向宏也将携名下文旅资产实现“借壳上市”。从此次交易计划中多家公司成立时间来看，陈向宏方面为此次交易也进行了系列布局。

根据披露信息，锋龙股份于2024年1月29日就收到了控股股

东及实际控制人的通知，明确相应控制权转让事项正在筹划中。另据工商信息，顶度云享注册资本成立于2024年1月22日，桐乡欣享则成立于2024年1月26日。即在相应“易主”计划筹划之初，陈向宏旗下多家公司就开始注册成立，这些新成立公司为锋龙股份“易主”计划中

主要交易对手方。

锋龙股份此次“易主”计划告吹，不仅意味着其向文旅转型无法推进，陈向宏方面“借壳上市”计划也随之终止。

其实早在此前进展公告中，锋龙股份就曾提示称，本次资产置入、置出的标的资产审计报告已经超过有效期限，因此存在无法在《股份转

让协议》签署日起180日内完成加期审计并通过股东大会审议的可能，双方需进一步沟通确认后续安排，本次交易存在不确定性。

相应情形也成为该项计划终止的主要原因。锋龙股份在公告中表示，考虑到当前政治经济环境变化及资产置入、置出事项可能无

法在《股份转让协议》签署日起180日内完成加期审计并通过股东大会审议的情况，双方实际控制人达成一致拟终止本次控制权转让及资产置入、置出事项。

就相应问题，记者致电致函锋龙股份董秘办及顶度旅游采访。截至目前，未获回复。

上市连锁药店股价遭遇“业绩杀”

本报记者 晏国文 曹学平 北京报道

近两个月，国内主要上市连锁药店股价持续下跌。同花顺数据显示，药店板块指数(884300)成份股包括8家主要上市连锁药店。自5月下旬起，该指数从最高点9829.62点下降至7月11日的6591.92点，跌幅约32.9%。

上述8家上市连锁药店中，健之佳(605266.SH)股价下跌近50%，大参林(603233.SH)、益丰药房(603939.SH)、老百姓(603883.SH)、

多家公司业绩骤降

股价持续走低背后，部分上市连锁药店第一季度或半年度业绩骤降。

近两个月，主要上市连锁药店股价走势出奇地一致，且下降幅度也比较接近。

以大参林、益丰药房、老百姓、一心堂、健之佳、漱玉平民等主要医药零售上市公司为例，同期其股价分别下降约41.3%、39.5%、39.1%、39.1%、50.4%、37.3%。

股价持续走低背后，部分上市连锁药店第一季度或半年度业绩骤降。

漱玉平民2024年第一季度营业收入为24.39亿元，同比增长17.69%；而归属于上市公司股东的净利润为1051万元，同比减少83.72%。公司解释称，业绩变化的主要原因是，报告期内，感冒类产品同比去年需求降低，销售下滑，导致毛利率同比下降；2023年第四季度新增物流中心投入运营，导致2024年第一季度公司运营费用大幅增加，净利润同比下降。

7月9日，一心堂披露，2024年上半年预计归属于上市公司股东的净利润为2.62亿元—3.4亿元，同比下降32.63%—48.04%。业绩变动的主要原因是，2024年上半年，公司大量新开门店导致运营成本费用增加，以及竞争环境的加剧，老店同比销售下滑，导致公司净利润下降。

一心堂(002727.SZ)、漱玉平民(301017.SZ)股价下跌幅度普遍在40%左右，另外华人健康(301408.SZ)、第一医药(600833.SH)股价分别下跌约为12.3%和8.2%。

事实上，上市连锁药店股价并不是无缘无故地下跌。

7月9日和10日，一心堂和健之佳先后披露今年半年度业绩预告。2024年上半年，一心堂实现归属于上市公司股东的净利润预计同比减少32.63%—48.04%，健之佳预计同比减少58.25%—62.05%。



近两个月，健之佳股价跌幅达50%。图为健之佳门店。

视觉中国/图

7月10日，健之佳披露，2024年上半年实现归属于上市公司股东的净利润与上年同期1.58亿元相比，预计将减少9209万元—9809万元，同比减少58.25%—62.05%。

健之佳方面解释称，业绩下降的主要原因是，2024年市场及行业竞争加剧；医药改革政策持续推行，医保个账减少及统筹医保落地滞后，医保强监管等因素影响，行业营业收入、利润承受增长停滞或下滑压力。2024年上半年，公司整体营业收入增幅趋缓，无法覆盖门店费用的刚性增长，净利润较上年同期降幅较大。

据披露，健之佳提出了一系列审慎的应对策略。在门店拓展方面，2023年健之佳新增门店数为

7月9日，健之佳证券事务部工作人员对《中国经营报》记者表示：“受宏观经济、行业政策变化以及企业自身经营情况等多方面综合影响，近几个月，同行以及我们自身都有类似的股价表现。”

一连锁药店负责人在接受记者采访时指出，近年来，国内药店门店数量持续增加，截至2023年年底，全国已有66.7万家药店门店。药店门店数量过多，挤压了生存空间，市场已经饱和。

国家医保局基金监管司有关负责人公开表示，将通过加大飞行检查力度、提升专项整治效果、持续开展日常监管、强化技术手段应用、建立监管制度约束等方式，强化对医保定点零售药

1061家。2024年门店拓展数预计将大幅减少。健之佳方面表示，在前期减缓二季度新店拓展目标的基础上，6月全面、大幅调降年度拓展计划至400家左右。

而在医保方面，健之佳方面表示，公司将危机转化为降低医保依赖，向健康品类及专业化服务、全渠道营销深入转型的契机。在提升合规运营水平的基础上，推动业务加快转型调整。为应对门诊统筹医保政策障碍，公司积极配合监管部门，主动确保医保合规，协调促进政策落地。逐步降低医保依赖，加强受医保影响小的处方药、OTC(非处方药)，以及不受医保影响的非药品类的规划、引进和销售。

药品零售价日趋透明

“公司也会积极响应监管机构推出更加透明的价格策略。”

近两个月以来，多个对医药零售行业影响较大的事件和政策接连出现或出台，主要包括头部连锁药店一心堂因定点零售药店医保基金使用不规范受到约谈、国家医保局推出“网店、比药价”相关政策以及多地上线药品零售比价平台等。

今年5月24日，国家医保局对一心堂相关负责人进行了约谈。根据通报，一心堂旗下一些定点连锁门店存在串换药品、超量开药、为暂停医保结算的定点零售门店代为进行医保结算、药品购销存记录不匹配、处方药销售不规范等问题，造成医保基金损失。

国家医保局基金监管司有关负责人公开表示，将通过加大飞行检查力度、提升专项整治效果、持续开展日常监管、强化技术手段应用、建立监管制度约束等方式，强化对医保定点零售药

店的监管。

5月底，国家医保局医药价格和招标采购司印发《关于开展“网店，查药价，比数据，抓治理”专项行动的函》，要求以网络售药平台“即送价”为锚点进行比价。

另外，5月和6月，全国多地推出医药零售比价平台，如徐州医保局推出“徐州药价通”、陕西和内蒙古医保局各推出“药店比价”平台。

针对比价政策的影响，前述连锁药店负责人对记者介绍，其实，同一药品在不同线下门店之间的价格没有相差很大，目前要求的比药价，主要是跟线上的价格进行比较。所以，现在部分比较强势的厂家已经要求线上价格提高到与线下一致，特别是针对比较依赖医院渠道的品种。

7月10日，在投资者调研活动中，一心堂相关负责人回答投

资者相关提问时也表示，关于价格治理及毛利率，线上价格差异更多来自于补贴、阶段性的促销活动等，同店同产品线上线下价格差异较大，有被投诉的风险。在充分的竞争下，都会有比价存在。公司会积极拥抱监管机构推出的比价政策，进而推出更具有市场竞争地位的优质产品。对于院内院外比价，品种结构有所不同，更多的是基于基药品种的比价，公司在2023年度申报门店统筹资质时，执行中标价及购进价孰低的政策，对统筹目录内品种进行调价。

一心堂相关负责人称，在长期经营过程中，公司不断梳理价格差异，价格对比是一个不可避免的常态化的事情，药品调价也是动态的，药品价格会根据环境来进行动态调整。公司也会积极响应监管机构推出更加透明的价格策略。

母公司的“弃子” 心脉医疗溢价两倍收购并表

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

心脉医疗(688016.SH)近5亿元收构海外亏损标的引发市场关注。

日前，心脉医疗公告拟使用自有资金6500万美元(折合人民币约4.63亿元)收购联营公司Optimum Medical Device Inc. (以下简称“OMD”)的72.37%股权，交易完成后，OMD将成为心脉医疗全资子公司。

公告显示，OMD下属两家子

公司(以下统称为“Lombard”)主要经营主动脉腔内覆膜支架产品，业务覆盖日本、欧洲、拉美地区等。主动脉支架类产品也是心脉医疗的核心业务，业内普遍认为公司产品或面临集采风险。

据心脉医疗披露，公司与OMD自2017年开始合作。心脉医疗母公司微创医疗(0853.HK)曾是OMD股东之一，其后将所持股权转让。2022年3月，心脉医疗合计

以2100万美元取得OMD的27.63%股权，OMD整体估值上升219.33%。而本次投资OMD的整体估值也较两年前再度增长，相差约1528万美元。心脉医疗将此归结为OMD业务经营持续向好，经营业绩迎来快速发展期等原因。

OMD并非一家初创企业，经历上市、退市、重组等，且长期亏损。心脉医疗在公告中表示，OMD近两年亏损逐步收窄，今年

一季度已处于微亏状态，根据其目前的经营情况，预计在今年实现扭亏为盈。

近日，心脉医疗方面对《中国经营报》记者表示，收购OMD的境外投资审批、备案手续正在推进中。若按照OMD于2023年12月31日财务数据匡算，预计商誉金额范围约为4亿—6亿元，公司将在交易交割后及时确认商誉金额，以最终披露数据为准。

国内业务占比超90%

大手笔收购海外亏损标的背后，心脉医疗海外业务近两年保持50%以上的增速，但占比仍未突破10%。而在国内，随着医用耗材集采的推行，公司产品预计未来亦会面临集采。

年报显示，心脉医疗主要从事主动脉及外周血管介入医疗器械行业，属于医疗器械高值耗材领域。2023年，公司在中国主动脉介入治疗市场仍具备绝对优势的市场份额。在外周血管介入领域，目前国内市场基本由美敦力、波士顿科学、雅培等国际企业占据，心脉医疗布局较早，但整体竞争力与国际企业相比尚存一定差距。

2022年及2023年，心脉医疗营收分别约8.97亿元、11.87亿元，净利润分别约3.57亿元、4.92亿元。对应期间内，国内业务收入分别约8.44亿元、11.05亿元，占比在94%左右；国外业务收入分别约5271.2万元、8234.5万元，增速分别达74.9%、56.19%，占比分别约6.4%、7.6%。

心脉医疗管理层在今年3月底投资者调研活动中表示，考虑到当前基数较低，其认为海外业务未来有很大的增长空间，该业务的中长期目标是收入占比提升至20%。

对海外业务寄予厚望的另一方面，心脉医疗眼下已经看到了集采的风险。“无论是国家集采还是省级联盟采购，市场对于主动脉业务领域面临集采风险以及集采后的变化都有了一定预期。”心脉医疗在投资者关系活动记录表中披露。

心脉医疗的主要产品包括主动脉支架类、术中支架类、外周类及其他。其中，主动脉支

的理由是由于受到2020年公共卫生事件爆发影响，全球经济环境及ETC自身业务发展存在较大不确定性，ETC及下属公司仍然面临经营亏损。但据心脉医疗披露，ETC在2018年及2019年的营收稳定提升，亏损收窄，并表示其逐步能够可持续经营。

不过，ETC与微创系的缘分并未就此结束。ETC更名为OMD后，2022年3月，心脉医疗向OMD增资1600万美元，并以500万美元的对价自OMD原股东受让部分股权，投后OMD整体估值约7600万美元，较微创医疗转让给ETC股权时的整体估值上升219.33%。截至2022年末，OMD总资产约2.4亿元，负债总额约1831.2万元，资产净额约2.21亿元。

而在本次投资中，截至评估基准日(2023年12月31日)，OMD股东全部权益的投资价值为9128.21万美元(约合人民币6.47亿元)，较心脉医疗2022年投资OMD时的整体估值上升20.11%。

值得注意的是，在上述交易中，心脉医疗的交易对手包括彼时微创医疗的接盘方。标的估值不断上

涨，其间数笔交易是否涉嫌利益输送？对此，心脉医疗在问询答复中予以否认，并称心脉医疗及其董监高、微创医疗与交易对方及其权益持有人、主要人员不存在关联关系或潜在利益关系。

心脉医疗在公告中表示，OMD估值增长的主要原因是随着评估基准日的推移，OMD的经营业绩情况持续向好，预计于2024年度实现扭亏为盈，其经营业绩于2024年迎来盈利拐点。

公告显示，OMD下属子公司Lombard核心产品包括Aorfix和Altura(均为腹主动脉覆膜支架系统)，2022年及2023年，OMD经销心脉医疗的腹主动脉覆膜支架及输送系统(Minos)、直管型覆膜支架及输送系统(Hercules)和分支型主动脉覆膜支架及输送系统(Castor)。

心脉医疗方面对记者表示，OMD近年亏损收窄的主要原因包括OMD委托心脉医疗代工，大幅降低了生产成本；其定制产品Altura Fenestration显著提升了产品线的毛利率水平；Aorfix产品的三年货架寿命项目顺利推进，且在日本、

架类收入占比常年保持80%左右。自2017年明确对高值医用耗材进行集采以来，归入集采的品类主要包括血管介入类、非血管介入类、眼科类、起搏器类、人工髋关节、骨科耗材类、体外循环及血液净化类等。自2020年第一批国家高值医用耗材集采实施以来，集采涉及的产品包括冠脉支架、人工关节、超声刀头等，相关产品的市场空间以及毛利率等均受到较大影响。

2023年6月，河北省医疗保障局发布《关于公示19种集中带量采购医用耗材拟中选结果的通知》，心脉医疗的外周药物球囊扩张导管产品中选。今年5月，心脉医疗方面表示，2024年是否实施主动脉介入类产品集采尚不确定，尚无任何政府部门、外部第三方和公司进行联系。

心脉医疗在公告中表示，相关品类被纳入集采范围后，若公司产品未能在国家集采中标，可能导致公司未中标产品在对应省市和地区的销售金额和市场份额大幅下降；若公司产品在国家集采中成功中标，产品中标价格可能会受集采政策影响有较大幅度下降。“无论产品是否中标，公司的销售收入及盈利水平均可能受到一定程度的影响。”

“基于行业政策以及国内环境的变动及影响，为了降低国内业务对公司整体业务发展的影响程度，心脉医疗希望加速公司的国际化发展战略，以便有效地分散单一市场环境的风险，并通过海外业务布局，提升公司在全球市场的行业地位。”心脉医疗方面表示。

光伏企业半年考:预亏已超百亿元 2025年谷底反弹?

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

今年上半年,光伏企业的生存境况依然不乐观。

7月5日—9日期间,隆基绿能(601012.SH)、通威股份(600438.SH)、TCL中环(002129.SZ)、晶澳科技(002459.SZ)、爱旭股份(600732.SH)等9家光伏企业陆续发布2024年上半年业绩预告,显示均为预亏,最高或亏损55亿元,合计最大亏损值超188亿元。

在行业供需错配背景下,即便垂直一体化光伏企业也未能幸免于市场动荡。今年SNEC(国际太阳能光伏与智慧能源大会)展会期间,InfoLink Consulting光伏分析师杜加恩指

出,当前,光伏产业链四个环节(硅料、硅片、电池、组件)基本处于亏损阶段。

《中国经营报》记者注意到,Wind数据显示,截至7月9日收盘,Wind光伏指数(884045)自年初以来已下跌33.62%,部分企业的股价跌幅超过60%。昔日,十余家千亿元市值的“俱乐部”成员大幅缩编,目前仅剩阳光电源(300274.SZ)一家,总市值为1208亿元。

由于光伏产能供过于求的形势严峻,短期内产业链价格反弹迹象并不明显,2024年行业真正回暖存在挑战。隆基绿能董事长钟宝申在最新的投资者交流会上表示,2025年公司将率先回到增长轨道,会先于光伏行业进入复苏状态。

连亏三个季度

在非理性竞争下,各光伏厂商失血严重,短期内通过降低开工率、裁员、暂缓或取消新项目投产等措施缓解经营压力,长期来看加速了落后产能的出清。

2024年上半年,光伏供应端的不景气与需求端的高增长并存,周期性与成长性特征显著。

数据显示,2024年1—5月,太阳能发电装机容量约6.9亿千瓦,同比增长52.2%。然而,由于光伏市场供需错配,叠加行业竞争加剧,产品价格下跌,企业的持续性生产运营遭遇挑战,盈利水平承压。

记者粗略统计InfoLink Consulting数据发现,2024年1—6月,多晶硅(致密料)、硅片(N型)、电池(TOPCon电池)和组件(TOPCon组件)均价分别下滑约40%、35.17%、36.17%和10.5%。

在此背景下,上半年,隆基绿能预计亏损为48亿元至55亿元,通威股份预计亏损30亿元至33亿元左右,晶澳科技预计亏损8亿元至12亿元。此外,TCL中环预计亏损29亿元至32亿元、爱旭股份预计亏损14亿元至20亿元、弘元绿能(603185.SH)预计亏损8亿元至11亿元、京运通(601908.SH)预计亏损7.56亿元至11.3亿元、双良节能(600481.SH)预计亏损10.3亿元至12.8亿元、钧达股份(002865.SZ)预计亏损0.9亿元至1.8亿元。这9家光伏企业,合计预计亏损范围为

155.76亿元—188.9亿元。

亏损原因大体相似。隆基绿能方面表示,受制于光伏行业整体供需错配,各环节主要产品市场价格大幅下降的影响,导致报告期内增量不增收,对参股硅料企业的投资收益减少,预计计提存货减值金额45亿元到48亿元,短期盈利承压。

TCL中环方面指出,报告期内,光伏产业链硅料、硅片以及电池片等主要环节产品价格下跌,至2024年第二季度,各产业环节基本处于销售价格和成本倒挂、普遍亏损甚至现金成本亏损的状态,经营业绩承压。

记者注意到,由于自2023年第四季度以来,市场环境并未出现实质性改变,因而截至2024年上半年,隆基绿能、通威股份、TCL中环、爱旭股份、弘元绿能、京运通等企业已经连续三个季度亏损。

国信证券分析指出:“从盈利水平来看,当前主要产业链环节已经进入净亏损甚至跌破现金成本阶段。在非理性竞争下,各光伏厂商失血严重,短期内通过降低开工率、裁员、暂缓或取消新项目投产等措施缓解经营压力,长期来看加速了落后产能的出清。”

考验现金流

如今在资本市场严监管环境下,光伏企业通过股市融资已经变得不容易。自2023年下半年以来,光伏IPO折戟和再融资计划终止的企业超25家。

亏损产能持续多久?这考验着一个企业的现金流。

国金证券新能源与电力设备首席分析师姚遥分析指出,因行业季节性因素,历史上看光伏主链环节第一季度经营性现金流通常处于较低水平,但受到盈利下降影响,第一季度主产业链各环节经营性现金流显著下降。在盈利承压背景下,企业加大融资力度,第一季度融资现金流显著增长。

一位光伏产业资深人士说道:“现在光伏行业烧钱速度太快,每季度百亿级别的银行贷款也经不起太久。”

为满足生产经营需要,晶澳科技和天合光能在今年上半年进一步新增借款,加大资金储备。公告显示,今年上半年,这两家公司的银行借款和非银行借款累计新增借款合计金额分别为244.94亿元和184.18亿元。

明年回归增长轨道?

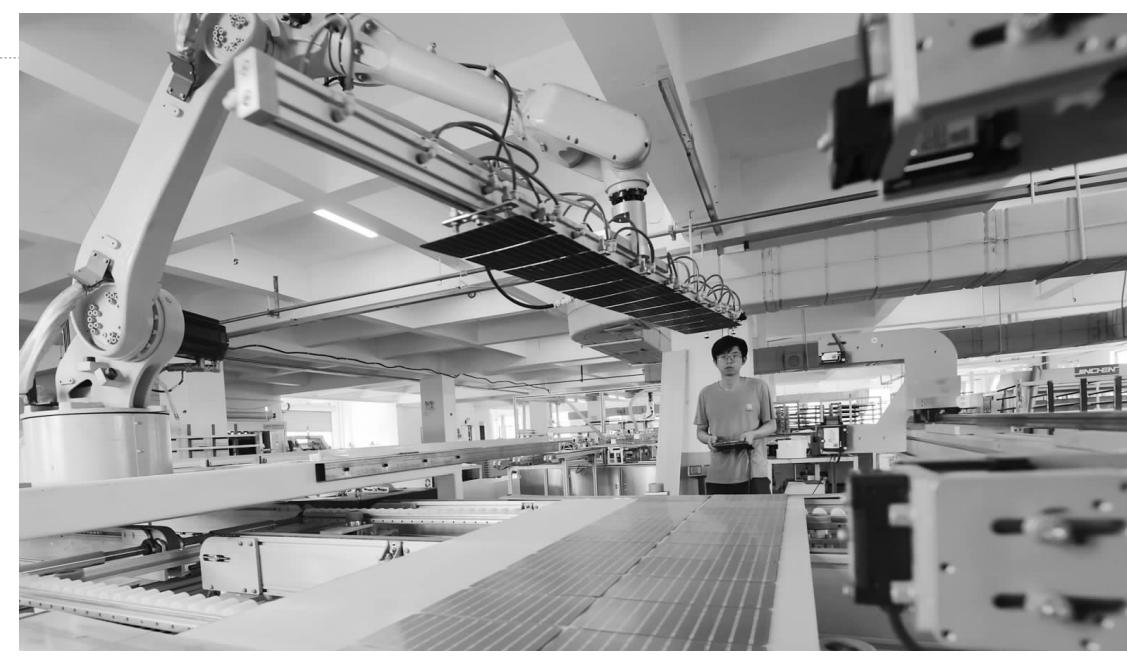
未来一段时间内,光伏市场将如何演变,供需两端均值得关注。

光伏行业何时能够走出低谷,迈向新周期?

此前,业内有观点称,光伏行业2024年第一季度会承压,但第二、三季度会好转,将调整至合理的利润水平。但目前看来,这一轮周期调整时长超出了光伏行业的预期。

有业内人士向记者表示,这一轮市场调整不及预期背后,企业投资新产能与地方政府、银行“捆绑”发展不无关系,而两者均不希望企业从牌桌离场。

7月4日,钟宝申在最新召开的投资者交流会上表示,2024年会是公司非常艰难的一年,也会是行业艰难的一年,2025年公司



浙江湖州某光伏企业生产车间内,工人正在制作一批出口太阳能光伏组件订单。

视觉中国/图

今年6月,在外界印象中“不差钱”的隆基绿能也开启了项目融资计划。按照隆基绿能发布的关于发行公司债券预案的公告,其将启动不超过100亿元公司债券(非可转债),主要用于“泰睿”硅片、BC二代电池等先进产能建设。

姚遥表示,2024年第一季度末,光伏主产业链主要标的账面现金(货币资金、交易性金融资产

一年内到期的非流动资产)合计约2557亿元,第一季度经营性现金流211亿元,投资现金流出308亿元,合计519亿元,第一季度备货规模较大,后续逐步确认收入,但考虑到第二季度经营性现金流压力加大,若后续筹资量、不放缓扩产,即使不考虑潜在外部影响因素(比如银行抽贷),行业也将再在5个季度内“耗尽现金”。值得一提的是,如今在资本

市场严监管环境下,光伏企业通过股市融资已经变得不容易。记者粗略统计,自2023年下半年以来,光伏IPO折戟和再融资计划终止的企业超25家。

没了资本助力,过去一段时期光伏投资热潮已然降温,但“失血”状态令人担忧。晶科能源方面称:“未来,没有市场能力、技术能力和持续现金流的企业会逐渐被市场淘汰。”

上半年钢材价格震荡下跌 后市有望回暖

本报记者 陈家运 北京报道

今年上半年,钢铁板材价格震荡下跌。

卓创资讯数据显示,2024年上半年,热轧板卷(带钢的一种)最

价格震荡下跌

卓创资讯数据显示,2024年上半年,热轧板卷最高价格出现在年初,为4114.5元/吨,截至6月底,热轧板卷全国均价为3717.83元/吨,较年初高价累计下跌9.64%。长周期行情来看,热轧板卷价格在2021年冲至近5年高点后,便开始逐步下跌,2024年基本处于下跌通道中。

李欢分析称,从具体数据来看,2024年上半年热轧板卷最高价格出现在年初,随后市价逐步下跌,一季度保持下跌趋势。从4月开始,市价有所反弹,这主要受成本止跌转涨的带动。然而,5月份市价反弹结束,呈现横盘整理的态势。其主要原因在于5月宏观消息偏利多,但市场供需面偏空,致使热轧板卷价格上有顶、下有底,从而形成横盘整理的局面。6月份市价再次转跌,这主要是因为6月消息面转淡,供需矛盾凸显,带动市价重心下移。

另外,根据Myspic普钢绝对价格指数,今年上半年螺纹钢价格最高点出现在1月3日,为4116元/吨,最低点出现在4月1日,为3589元/吨,高低差达到527元/吨。6月28日,Myspic螺纹钢绝对价格指数收于3613,环比下跌199.61。

《中国经营报》记者采访时表示,2024年上半年,热轧板卷行情基本呈现震荡下跌局面。尽管其间有间歇性反弹,但行情最终转为下跌,并在6月底再次跌至上半年最

低点位附近。综合来看,上半年市场行情持续下跌,主要源于地产行业的低迷,其关联行业如钢结构、机械等均受到一定影响,从而制约热轧板卷的需求。



图为武汉经济技术开发区,工人在钢材市场发货。

视觉中国/图

2024年6月底,热轧板卷市场供需差逐步扩大到最高1460万吨的水平,较去年6月的供需差水平提高了3倍左右。

兰格钢铁网研究中心副主任葛昕表示,目前来看,国内钢材市场将受到钢厂供给释放渐升、季节性天气效应深入、终端需求释放不足、成本支撑维持韧性等因素的影响。由于钢厂持续处于小幅亏损状态,同时北方和南方地区进入了晴热与雷雨交加的季节,终端需求释放力度明显受限,国内钢市正向“供应渐升、需求走弱”的局面转换。而钢厂产

能释放或将受到“小亏损和弱需求”的双重限制。

从钢厂利润情况来看,自2024年6月以来,钢厂持续处于小幅亏损态势。据兰格钢铁研究中心测算,截至6月底,以两周原料库存测算的两大主要钢材品种均处于亏损局面,其中三级螺纹钢亏损近40元/吨左右,而热轧板卷亏损近70元/吨。

李欢也表示,上半年热轧板卷成本呈现先跌后涨再跌的趋势。在成本变动背景下,热轧板卷钢厂于4月以及6月出现亏损,最高亏损额度在100元/吨左右。

下半年或好于上半年

对于未来的市场走势,李欢认为,下半年随着热轧板卷市场需求恢复,价格或再次遵循季节性规律。预计下半年走势呈现“涨一跌一涨”的局面。考虑到2024年偏高的供需矛盾,预计2024年价格重心较2023年保持下移趋势。预计热轧板卷全年均价为3877.54元/吨,较2023年均价下跌4.22%。

李欢分析称,首先,供应方面,就热轧板卷行情新增产能情况以及钢厂检修计划来看,暂未出现集中检修减产的计划。预计热轧板卷产量将继续保持高位水平,供应压力持续存在。这将奠定全年热轧板卷价格重心较2023年下移的基础。其次,需求方面,上半年市场需求释放不足。但下半年随着各个地区促消费政策的落实,有望带动各个终端订单情况好转,进而促进热轧板卷市场需求逐步好转。预计下半年“金九”时节仍可持续,8月市场价格或将提前启动,带动市价逐步上涨。需求则将对行情起到一定的带动作用。

同时,钢铁行业的发展不仅得到国内政策的支持,还受到国际市场环境的推动。随着全球经济的逐步复苏,钢铁行业的出口韧性十足,国际竞争力不断提高。

据海关统计,2024年1—5月我国钢材出口延续良好态势,出口钢材4465.5万吨,同比增加24.7%。5月出口963.1万吨,环比上升4.4%。

近日,南京钢铁股份有限公司首席分析师张秋生公开表示,

管钢近两年市场表现也非常好,尤其是中东地区管钢需求量特别大,后期中亚地区管钢的需求也会增加,未来是一个很好的机会。同时,随着我国基建的不断发力及钢结构桥梁技术的不断应用,近几年钢厂桥梁钢板的订单相当旺盛。目前国内桥梁板产量接近250万吨规模,且有逐年递增的趋势。

张秋生认为,长期来看,钢铁行业依然处于下行周期中,企业面临产能过剩、需求不足等问题。从中期来看,如果没有特别的“黑天鹅”事件,钢价将逐步企稳。短期来看,钢材市场二季度好于一季度,下半年好于上半年,钢价将围绕成本线上下200元/吨至300元/吨浮动。

兰格钢铁网专家友发集团高级顾问韩卫东也表示,从下半年钢价运行区间来看,可能会出现以下两种情况。首先,如果下半年需求正常,限产相对温和,产量与去年同期持平,价格会回到去年下半年均价水平,带钢大约在4000元/吨左右。其次,如果下半年需求出现“错配”,如地方债务多发、工地抢工期、房地产投资由负10%收缩至2%到3%、基建投资上升等,需求较正常水平偏高。同时,下半年限产非常严格,那么下半年钢价将回到去年上半年均价水平,带钢价格或将达到4300元/吨左右。明年市场需求将趋于稳定,近两年的震荡行情将结束,迎来震荡向上的走势。

“锂矿双雄”海外资产权属生变：走出去该如何避险？

本报记者 李哲 北京报道

随着新能源的不断发展，以锂矿为首的核心矿产资源的争夺变得愈加激烈。

近日，我国“锂矿双雄”天齐锂业(002466.SZ、09696.HK)、赣锋锂业(002460.SZ、01772.HK)在海外就相继遇挫，两家公司在当地的矿产资源权属问题突生变数。

对此，厦门大学中国能源政策研究院院长林伯强在接受《中国经营报》记者采访时表示：“虽然短期来看锂矿资源面临过剩风险，但是

在碳中和过程中，对锂矿资源的需求非常大，目前业内学者普遍认为锂矿资源属于稀缺资源。海外资源国的这种‘国有化’举措是可以预见的。”

事实上，由于锂矿资源分布不均，我国锂矿企业走出去成为必

然。为此，对外经济贸易大学中国国际碳中和经济研究院执行院长董秀成建议，一方面在国内加强对开采和开发的管理，做到有序开发；另一方面，在企业走出去的过程中，要考虑最核心的诉求，将观念转变为全球视野。

海外矿产被“国有化”

2024年1月，墨西哥子公司向当地的行政司法联邦法院提交行政诉讼申请，要求撤销9个特许权的取消决议，该行政诉讼申请已被受理，目前尚待解决。

6月25日，赣锋锂业发布关于控股子公司涉及仲裁事项的公告。

记者了解到，此次公告内容涉及赣锋锂业位于墨西哥的采矿特许权。

2023年8月，墨西哥矿业总局发出通知，取消赣锋锂业关联公司Bacanora在墨西哥持有的Sonora锂黏土项目(以下简称“Sonora项目”)的9个矿产特许权。该矿产特许权允许Bacanora在墨西哥经营Sonora项目。

收到通知后，赣锋锂业通过其子公司上海赣锋及在墨西哥注册的三家控股子公司(以下简称“墨西哥子公司”)向墨西哥经济部提起行政复议，对上述事宜进行质疑。2023年11月，就墨西哥子公司提起的行政复议，墨西哥经济部作出了维持墨西哥矿业总局发出的取消矿产特许权的决定。2024年1月，墨西哥子公司向当地的行政司法联邦法院提交行政诉讼申请，要求撤销9个特许权的取消决议，该行政诉讼申请已被受理，目前尚待解决。

记者了解到，2022年8月，赣锋锂业通过上海赣锋以交易金额不超过1.9亿英镑收购Bacanora公司100%股权。

对于此次事件对公司造成的影响，记者联系赣锋锂业方面，截至发稿未获答复。

业(002460.SZ、01772.HK)在海外就相继遇挫，两家公司在当地的矿产资源权属问题突生变数。

对此，厦门大学中国能源政策研究院院长林伯强在接受《中国经营报》记者采访时表示：“虽然短期来看锂矿资源面临过剩风险，但是

在碳中和过程中，对锂矿资源的需求非常大，目前业内学者普遍认为锂矿资源属于稀缺资源。海外资源国的这种‘国有化’举措是可以预见的。”

事实上，由于锂矿资源分布不均，我国锂矿企业走出去成为必

然。为此，对外经济贸易大学中国国际碳中和经济研究院执行院长董秀成建议，一方面在国内加强对开采和开发的管理，做到有序开发；另一方面，在企业走出去的过程中，要考虑最核心的诉求，将观念转变为全球视野。



位于智利阿塔卡马沙漠的Albemarle锂矿。

视觉中国/图

赣锋锂业在公告中提到，由于仲裁的书面审理阶段尚未开始，未就申请人的赔偿请求作出任何决定。因此，本次仲裁事项对公司损益的影响尚存在不确定性。

此前，国内另一家锂矿巨头天齐锂业的相关海外矿产也遭遇变数。

公开信息显示，2024年5月31日，天齐锂业参股公司Sociedad Química y Minera de Chile S.A.(智利化工矿业公司，以下简称“SQM”)与Corporación Nacional del Cobre de Chile(智利国家铜业公司，以下简称“Codelco”)签署了Partnership Agreement(以下简称

“合伙协议”）。根据《合伙协议》，自2025年起阿塔卡马盐湖的核心锂业务将由Codelco对合营公司持有多数股权，并将由Codelco自第二阶段合并报表。预计从2031年开始，SQM不再拥有其智利阿塔卡马核心锂业务的控制权。

对于上述事件的影响，截至目前，天齐锂业方面未向记者作出回复。不过，天齐锂业在公告中表示，预计不会对2024年度的财务状况、经营成果造成重大影响。同时，天齐锂业在公告中提示了包括交易可能无法完成、SQM丧失其核心锂业务控制权、SQM

锂业务收益受到影响进而影响公司投资回报和经济利益、公司参与SQM治理的权益受到影响等相关风险。

记者了解到，2018年12月，天齐锂业完成对SQM的23.77%A类股份并购，总交易价款为40.66亿美元(根据交割日汇率折算为人民币278.44亿元)。

林伯强在接受记者采访时表示：“在碳中和过程中，对锂矿资源的需求非常大。目前业内学者普遍认为锂矿资源属于稀缺资源。海外资源国的这种‘国有化’举措是可以预见的。”

出海风险如何把控？

对于资源国而言，随着锂矿资源的开采，企业走出去也应考虑在当地建厂来带动当地的就业、税收，这样实现合作共赢。

随着全球各国在新能源领域的持续发力，以锂矿为首的核心矿产资源受到了重点关注。

董秀成在接受记者采访时表示：“当前我们说到能源安全提及最多的是石油和天然气。未来，随着能源转型，能源安全的内涵在不断地延伸，由传统的化石能源转型到关键矿产。随着锂矿资源对于动力电池、储能等新能源产业的重要性不断凸显，资源国当前越来越重视这方面资源的争夺。”

天齐锂业在互动易平台回复投资者时表示，公司基于长期看好新能源行业的发展前景，以及SQM优质的资源禀赋，于2018年购买了SQM的23.77%股权。SQM从事开发的智利阿塔卡玛盐湖，含锂浓度高、储量大、开采条件成熟、经营成本低，是全球范围内禀赋十分优越的盐湖资源，为全球锂产品重要的产区。投资SQM的股权可获得持续、稳定、良好的投资收益；SQM具备稳健可靠的盈利能力，分红情况良好，通过投资SQM的股权，公司预期可获取长期、稳定、良好的投资回报。

林伯强表示，当初上述两家锂矿企业出资去做并购的过程中，价格是很好的，尽管有风险，但经过核算仍然有利润空间，所以就进行了收购。而现在面临资源被“国有化”、股权被稀释等风险，这是在并购之初便需要考虑到的。

记者了解到，自参股SQM以来至2023年年底，天齐锂业累计确认的投资收益约101亿元人民币；根据SQM已宣告的分红方案，天齐锂业按照所持股权比例应享有的分红份额所对应的金额累计约79亿元人民币。

事实上，全球锂资源分布并不均衡。根据美国地质调查局(USGS)2024年1月数据，全球目

前已探明及可控的锂资源量达到1.05亿吨金属锂当量，较2023年1月发布的数据增加了7%，其中玻利维亚、阿根廷、美国、智利、澳大利亚和中国的已探明和控制的锂资源总和占全球总量超过80%；全球锂储量已达到2800万吨金属锂当量，较2023年1月发布的数据增加8%，主要分布在智利、澳大利亚、阿根廷、中国、美国，占比亦超过80%。

随着新能源汽车及储能行业需求的不断增长，2023年全球碳酸锂供给依然保持高速增长势头。根据Fastmarket 2023年第四季度统计数据，全球锂化合物2023年供给总量约为86万吨LCE(碳酸锂当量)，同比增加26%，其中中国锂盐供给占全球总供应量的68%，南美锂三角(玻利维亚、阿根廷、智利)供给占全球总量的28%，剩余4%则来自于美国或澳大利亚等地区的供给总和。

“当前锂矿资源以海外为主的现状难以改变，从这个角度来看，锂矿企业走出去是必然结果。这个过程中承担风险也难以避免。上述两个事件的发生也对行业内其他企业有一个提醒，未来企业在进行海外锂矿资源并购过程中需要更谨慎一些。”林伯强说道。

对于今后企业参与海外矿产资源并购，董秀成建议，一方面在国内加强对开采和开发的管理，做到有序开发，另一方面，在企业走出去的过程中，要考虑最核心的诉求，将观念转变为全球视野。

记者了解到，自参股SQM以来至2023年年底，天齐锂业累计确认的投资收益约101亿元人民币；根据SQM已宣告的分红方案，天齐锂业按照所持股权比例应享有的分红份额所对应的金额累计约79亿元人民币。

事实上，全球锂资源分布并不均衡。根据美国地质调查局(USGS)2024年1月数据，全球目

迎接终端侧AI时代 高通携手生态推动5G与AI应用创新

全球瞩目下，生成式AI正在开创一个全新时代。其引入的丰富应用和场景，在推动多项前沿技术深度融合的同时，也在为各行业带来巨大商业价值。麦肯锡报告显示，全球范围内，生成式AI技术每年将实现2.6万亿至4.4万亿美元的总体经济效益增长。

其中，大模型的推出与普及，成为本轮生成式AI浪潮最为夺目的标志。随着5G普及，大模型正从云端加速进入边缘和终端侧。囊括智能手机、PC、汽车、XR、物联网等在内的数十亿终端，经由AI加持，正在焕发新的生命力，并带来丰厚的市场潜力。

唯先行者具卓识。作为全球移动通信领域深耕多年的行业领跑者，高通成为本轮投身终端侧AI普及最为积极的玩家之一。凭借在5G与智能终端市场的持续创新与探索能力，高通敏锐地嗅探到生成式AI浪潮的新一轮机遇。

“终端侧AI将成为推动生成式AI规模化扩展的关键所在。高通长期致力于推动终端侧AI的创新，并与行业生态建立了广泛合作，共同将创新成果转化成极具实用性的应用和体验。”在7月4日举行的2024世界人工智能大会上，高通公司中国区董事长孟樸指出，超过15年的AI研发经验，让高通公司拥有持续引领终端侧AI创新，能够为终端设备提供优质的硬件和软件以及卓越的异构计算能力。

截至目前，高通骁龙已成为全球近30亿部智能手机、笔记本电脑、XR设备、汽车、可穿戴设备等终端的核心平台。“这使得高通在部署和推广终端侧AI方面极具优势。”孟樸表示，高通目前还与多家公司建立了合作，致力为开发者提供支持，进一步推动AI在各行业的应用创新。

加速终端侧AI规模化扩展

过去一年，以ChatGPT为代表的AI大模型发展夺尽眼球，伴随其衍生的技术变革，则是AI的计算重心正在从云端向终端迁移。从智能手机、个人电脑(PC)、汽车到各种网络边缘终端，算力的下沉使得这些终端也能够进行AI加速计算。同时，AI能够本地运行，并根据用户需求与云端交互，人机交互将变得更自然、更即时、更加个性化，隐私性也更有保障。

此外，高通公司首席财务官兼首席运营官Akash Palkhiwala指出，在云端运行生成式AI用例，需要消耗昂贵的云资源，而终端侧的计算能力却闲置、有待利用。因此，成本带来的优势，使得利用终端侧的算力来驱动生成式AI用例成为非常合适的选择。

在高通看来，这也正是生成式AI的革新意义——智能终端让AI成为无处不在的个人助理，推动终

端与云端融合，为智能手机带来新的互动方式，为下一代PC带来强大的AI能力，让汽车成为全新的运算空间，各大场景合力推动智能终端市场迎来了新的增长动力。

面对这一趋势，高通正在推动以智能手机、PC、汽车为代表的终端成为生成式AI规模化扩展的重要载体。高通在2024世界人工智能大会现场带来了涵盖智能手机、PC、汽车、物联网在内的AI终端成果，展示了其与众多生态伙伴以终端侧AI赋能产业合作的努力和实践。

智能手机方面，高通推出了第三代骁龙8移动平台，最高可以支持100亿参数的生成式AI模型。目前包括小米、荣耀、一加、OPPO、vivo、三星等在内，已有超过20款搭载该平台的旗舰手机产品发布，支持丰富的生成式AI用例。

AI PC方面，高通则先后发布了



高通公司中国区董事长孟樸在2024世界人工智能大会上发表主题演讲

据市场调研机构IDC预计，2027年中国新一代AI手机出货量将达到1.5亿台，市场份额超过50%。同时，在PC方面，咨询公司预计，AI PC的渗透率将从2024年的2%上升到2028年的65%。此外，随着多模态技术的发展，生成式AI有望为智能座舱、自动驾驶等领域开辟全新应用前景。

“如果将20%的生成式AI工作负载转移到终端侧，预计到2028年将节省160亿美元的计算资源成本。”孟樸表示，这一终端与云端的紧密结合，将成为推动生成式AI规模化扩展、加速数字化转型的关键所在，而这正是高通致力于实现的目标。

连接优势助力AI端云协同

从云到端，AI的高效协同需要“连接”作为基础，这让以5G为代表的无线连接技术成为终端侧AI普及的关键“底座”。身为全球无线通信技术领域的头部玩家，高通在5G领域的积累令其在新一轮AI大潮前更具优势。

Akash Palkhiwala指出，无论是计算或AI，都极大地依赖于连接。尤其是在云端、边缘云和终端侧协同的混合AI中，对连接提出了极高要求，必须具备极低时延、极大带宽，以及连接的可靠性。“因此，我们认为连接与计算是密不可分的。因此，当判断哪些公司能够打造生成式AI终端时，连接技术是支持卓越的生成式AI的核心之一。”Akash Palkhiwala表示，在这方面，高通极具优势。

这一优势，在5G商用五年、规模领先全球的中国市场体现得更为明显。工信部数据显示，至2024年4月底，中国累计建成5G基站374.8万个，每万人拥有5G基站数超26个，五年来直接带动经济总产出约5.6万亿元，间接带动总产出约14万亿元，5G成为推动经济增长、创新应用和产业升级的核心技术底座。

高通正是中国此轮5G快速发展的见证者与重要参与者。早在2018年1月，高通就与中国合作伙伴共同发起“5G领航计划”，助力中国手机厂商抓住5G机遇不断开拓国内外市场，并取得良好业绩。截至目前，高通历年的旗舰移动平台全球首发中，已经有一半以上“花落”中国手机厂商。

目前，5G技术演进的第一阶段已经完成，现在已经进入了5G-A(即5G Advanced)的阶段，将支持更多增强特性，如面向轻量级物联网终端的RedCap、增强

的工业物联网、非地面网络等，推动5G走进更广泛的行业。

“5G技术的演进已经行至中场，5G-A也在加速落地，并支持更多扩展特性，这将使5G走进更广泛的行业和应用。”在日前举行的MWC上海大会期间，孟樸表示，作为5G研发、商用和实现规模化的重要推动力量，高通正在与中国行业伙伴合作推动5G-A演进，使5G走进更广泛的行业和应用，并为6G奠定技术基础。

在今年初举行的MWC巴塞罗那期间，高通便推出了全新5G调制解调器及射频系统——骁龙X80。该平台集成专用5G AI处理器和5G Advanced-ready架构，实现包括首次面向智能手机支持6路接收、首个下行六载波聚合等多项全球成果，致力实现全新水平的5G性能和体验。

今年6月，高通又携手中国联通完成首次5G-A高低频NR-CA新技术现场验证，并与中国移动终端公司、小米等在内的产业合作伙伴推出了其国内首款基于Xiaomi 14 Pro、应用于XR领域的5G-A高频万兆测试平台，为加速5G-A产业成熟和部署奠定了坚实基础。

孟樸指出，5G-A与AI的协同发展，正在助力释放彼此更大的技术潜能，催生革命性的技术进步和应用创新，加速新质生产力的发展和各行各业的数智化转型。高通将继续携手更多产业伙伴，推动5G-A与AI的双向赋能，开启数智发展新价值空间。

“高通公司始终秉持创新驱动的发展理念，不断推动AI研发、硬件开发和软件优化，并致力于为开发者提供全方位的支持。我们的目标是深入全球众多行业，推动技术进步与应用创新，让智能计算无处不在。”孟樸强调道。

每个SKU 100—200件起订,结款周期为每周、每两周或30天

揭秘SHEIN柔性产业链“小单快返”加速迭代

本报记者 李立 番禺 上海报道

种种迹象表明,跨境电商海外战事吃紧,SHEIN正在加速柔性供应链的进化与迭代。

以Temu、SHEIN、速卖通、AliExpress、TikTok Shop为代表,2023年被认为是跨境电商“四小龙”出海元年。眼下对商家争的争夺,更多聚焦在全托管与半托管商业模式的创新和

选择上,SHEIN却想走一条与众不同的路。

以“小单快返”为基础搭建的柔性供应链,是外界认为SHEIN快速崛起最核心的秘诀。但据《中国经营报》记者了

解,眼下以SHEIN为中心的柔性供应链,实际上正在进行新一轮更深层的数字化改造。“更准确的定义应该是柔性产业链。”中国数实融合50人论坛副秘书长胡麒牧对记者表示,

SHEIN深入服装生产链路,不仅在设计、生产,更从前端扩展到原料采购、工艺流程等多个环节,对整个产业链进行数字化改造,以求更加敏捷、更加智能的“小单快反”。

正因为如此,此前已经完成了一项对SHEIN的实地调研项目的胡麒牧认为:“从本质上讲,SHEIN并非电商平台,更像一个产业链赋能中心。”

智能“小单快返”

从眼下看,将SHEIN搭建的“柔性供应链”定义为“柔性产业链”更为准确。

广东顺德早上9点,大岗镇的面料印花仓库,AGV搬运机器人往来穿梭一片忙碌。

机器人负责布料上架与出货,同进同出。一旦遇到障碍物,就自动躲闪和继续快速执行指令。“智能立库可以同时向机器人发出12个指令,系统自动进入排队程序依次执行。”这只是当地一家数码工厂经理张进(化名)所管理的超级数码工厂数字化流程改造项目的一环,从原料进入生产线到印花布料出库,整个生产环节已经基本实现数字化改造,全程可视化管理。

作为SHEIN的上游供应商之一,超级数码工厂按照要求为SHEIN提供数码热转印技术生产的布料。为了保证成衣SKU(最小存货单位)的丰富度与独特图样,SHEIN的“小单快返”柔性供应链从最源头的布料供应开始。

“工厂进货仅白坯布就有200多种,在前端通过自动验布机对色点、污渍进行检验。人工检验一分钟最快是十几米,但机器速度每分钟可达六七十米。”张进告诉记者。

“每天两千到三千个订单,大部分产能都服务SHEIN,在与SHEIN合作之后,工厂开始一心一意和SHEIN合作。”“先有订单后有生产,不用担心后续问题。”作为柔性供应链的一环,该工厂需要保质保量在24小时内完成交付。

在公司三楼的可视化大屏上,可以清楚看到生产环节的实时动态,进展、能耗甚至用电量。不仅如此,操作工人的工作绩效也配合



以“小单快返”为基础搭建的柔性供应链,是外界认为SHEIN快速崛起最核心的秘诀。

视觉中国/图

精确数据,以柱状图显示在屏幕上,工作效率一目了然。

“24小时交付是指从接到订单,到原材料交付到上游工厂,从下单到最终交付时间不超过24小时。”超级数码工厂方面解释称,时间具体到以秒为单位,会出现在可视化大屏上。

相对于外界认定的跨境电商平台,SHEIN似乎更愿意将自身定位成全球领先的时尚和生活方式在线零售商,更何况其旗下还有同名自有时尚品牌。

2023年一份融资文件显示,SHEIN 2023年销售额约为450亿美元,净利润超20亿美元,首次超过快时尚鼻祖——Zara母公司Inditex集团的销售额。

“小单快返”的模式被认为是SHEIN成为时尚新巨头的核心秘诀。记者在供应商工厂的可视化大屏上注意到,一组正在完成的服装订单,从S码到XL尺码一共只有120件,全部打上SHEIN的商标和LOGO。

公开信息显示,SHEIN柔性供应链模式,是利用实际市场需求来预测销售和控制生产,最终减少生产过剩。在实时分析跟踪时尚趋

势的前提下,针对所有SKU都从非常小的订单开始,每一个SKU一般以100—200件起订,如果销售趋势好就立刻返单,但如果销售不达预期则中止生产。

SHEIN相关负责人曾透露依靠“小单快返”的柔性供应链,SHEIN品牌可将库存率降低至个位数,不及行业其他品牌末销售库存平均水平30%的十分之一。

不过单小、要求多,找不到合作的供应商曾经是SHEIN的苦恼。早期,SHEIN跑到广州番禺建立供应链中心,培养自己的供应商。

未经官方确认的数据显示,在两到三年内,SHEIN在番禺扶持起300多家核心供应商和1000多家普通供应商,供应商之间又分成不同层次向下管理形成高度协同。

不过,从眼下看,将SHEIN搭建的“柔性供应链”定义为“柔性产业链”更为准确。胡麒牧认为,SHEIN正在通过数字化对生产流程进行改造,有效降低了供应商的运营成本,通过“小单快返”快速试错,避免了刚性工业化可能带来的库存冗余,再通过及时交付,有效缩减了时间成本,快速适应市场变化。

柔性产业链的“秘密”

除了不断投入、研发出新的技术工具与解决方案,不断赋能上下游合作伙伴之外,创新中心也扮演培训道场的角色。

如果说供应商是柔性供应链的一面,SHEIN唯快不破的秘密更多来自自我倒逼。

2023年上半年,SHEIN宣布5年投入5亿元深化供应商赋能,其中包括建立首个服装制造创新中心。据创新中心相关负责人介绍,创新中心主要目标是探索精益生产模式,具体包括标准化作业环境、数字化生产、设备升级与难点订单研究以及人才培养等多个方面。

一位与SHEIN合作的供应商对记者表示,相比市场上极简的全托管模式,SHEIN自主时尚品牌大多靠后端超级强大的供应链进化来“赢”。

SHEIN自己下场研究生产的每个环节,争取在每个环节把效率发挥到极致。

通过创新推动效率的策略贯彻到整个创新中心。设备工具研究是创新中心的重要职能之一,在与供应商的合作中发现服装制作中的痛点、难点,SHEIN亲自下场研究生产工具:包括能实现V领居中缝制的“人字车”辅助工具、实现三层不同褶皱面料同时缝制的缝纫机、会巧妙保护面料表层绣珠的压脚工具等。

一些智能化的生产设备也正在研发出来。制衣师傅做衣服时遇到选择缝合配线的问题,只需将面料放在比色器下进行扫描,“智能线柜”会立即帮助识别,给出多个配色方案,完成甚至肉眼难以辨别的色度搭配。

传统衣服打版是先通过纸上画线再贴到面料上进行剪裁,在智能化生产打样车间,设计CAD图

样通过投影仪投射到面料上,机器进行剪裁。为了避免面料浪费,机器还会将设计图合理分布到原始面料上,减少留白部分,最大效率进行利用。

所有的专利工具研究与智能化设备并非停留在实验阶段。创新中心方面向记者透露:SHEIN以成本价,将自研创新小工具提供给供应商;如果供应商决定引进智能设备,SHEIN会帮助供应商先核算收入成本,再出售给设备制造商谈价,甚至包括谈合理的付款方案。”

除了不断投入、研发出新的技术工具与解决方案,不断赋能上下游合作伙伴之外,创新中心也扮演培训道场的角色。这座对外低调神秘的创新中心,对供应商则敞开大门。

“供应商和相关技术人员可以免费申请培训。”据相关负责人介绍,以精益道场为例,培训对象是供应商工厂老板、车间组长等管理人员,更像是一个服装生产的MBA课堂。考虑到现场管理人员并不喜欢听讲PPT,培训形式更多被设计成游戏形式的沉浸式环境,帮助他们去理解精益生产、5S现场管理等抽象概念。

SHEIN甚至帮助供应商扩建、升级厂房。SHEIN提供的数据显示,截至2023年年底,SHEIN累计帮助超160家的厂房实现了扩建、升级改造,全年开展全链路培训超620场。

在一位业内人士看来,配合SHEIN首个服装制造创新中心上线,更庞大的是背后的供应商赋能计划。通过深入生产链各个环

节的柔性生产链打造,SHEIN与供应商联合进行了更加紧密的生态作战。

快速的资金周转亦是吸引供应商继续与SHEIN合作的原因之一。SHEIN目前的结款周期通常为每周、每两周或30天,优于行业平均水平90天。资金的年周转次数平均达到30次以上。

虽然在市场和价格层面,SHEIN与拼多多旗下的Temu难免一战。但在上游供应商的争夺上,拼多多和SHEIN选择了完全不同的道路。

上述业内人士指出,拼多多以全托管和半托管模式简化供应链,以极致低价争夺市场。SHEIN做的却是重活、累活,从自建自主品牌到深入产业每个环节改造创新,通过和供应商共建柔性供应链,形成生态协同,倒逼效率。

“从设计研发到生产加工,甚至到生产工具研发,SHEIN亲自下场深入产业链,落地在实处,不是浮于表面。”在胡麒牧看来,SHEIN搭建的供应商体系是给供应商赋能,帮助其提升效率,从而在海中获得竞争优势。从这一点看,彼此之间并非零和博弈,而是一同搭建了更高效、活跃的生态。

更重要的是SHEIN对服装产业链的智能化改造,对正处于转型期的中国制造业提供了一种新思路。“此前的数字化改造更多集中在物流供应链、销售渠道。眼下以SHEIN为代表,数字化转型开始深入加工制造环节,为劳动密集型的制造业转型打开了新的时间窗口。”胡麒牧进一步指出。

运营商首次集采8K机顶盒 IPTV芯片加速国产化

本报记者 谭伦 北京报道

络、终端、平台和应用等都已做好承载8K高清业务的准备。

IPTV,全称Internet Protocol Television,是一种基于互联网协议的电视服务,它将电视节目通过互联网协议传输到用户的电视机或其他设备上。与传统广播电视台服务不同,IPTV可以提供更多的自定义服务和互动功能,如节目预订、回放、点播、互动游戏等。

据全球市研机构Fortune Business Insights测算,全球IPTV市场规模将从2024年的798.6亿美元增长到2032年的2763.8亿美元,复合年增长率达16.8%。

大的增长潜力。

根据公开财报信息,2023年,三大运营商的智慧家庭业务收入均实现两位数增幅。而在刚刚过去的2024年第一季度,这种势头仍在持续。

其中,中国电信收入同比增长10.4%,拉动宽带综合ARPU达到48.6元,较去年同期提升2.1%。中国移动家庭客户综合ARPU为39.9元,同比增长1.8%。

“超高清视频能够拉动运营商IPTV的订阅量,从而进一步带动运营商家庭业务收入业务的增长。”杨光指出,这一层因素带来的动力,是运营商近来进行高清机顶盒集采的重要目的之一。

在刚刚结束的2024世界移动大会上海站期间,视频体验联盟秘书长杨光表示,视频业务流量消耗已占全网流量的绝大多数,电信运营商为避免沦为单纯管道,

在我国,由于掌握了基础网络资源,布局并主导IPTV下游应用市场的厂商代表便是电信网络运营商。因此,运营商在IPTV市场的一举一动,也被视为中国IPTV产业市场的风向标。

而此次中国电信对8K机顶盒的集采,虽在超2000万台的总规模中整体占比不高,却是运营商在集团层面的首次集采,指向性明显。“运营商显然还是想通过高清大视频业务布局,来拉动更大的市场,比如家庭宽带业务。”Omdia电信战略高级首席分析师杨光对《中国经营报》记者说。

就必须将视频业务作为新兴战略性基础业务。为应对传统业务增速放缓、增量不增收的窘境,视频业务已成为运营商拉流量、促新增的主要载体。

记者注意到,近年来,国家在政策层面上对于超高清视频也给予了充足支持。2019年,工信部、国家广播电影电视总局、中央广播电视台联合印发《超高清视频产业发展行动计划(2019—2022年)》。2023年12月,工信部、文化和旅游部等七部门再度印发《关于加快推进视听电子产业高质量发展的指导意见》,提出实施4K/8K超高清入户行动,加快推进4K/8K超高清技术成熟落地,鼓励4K/8K电视机、投影机、激光电视、高品质音响、虚拟现实终端、裸眼3D显示终端等产品入户。杨光认为,在此驱动下,运营商布局超高清视频的条件也更为成熟。

在刚刚结束的2024世界移动大会上海站期间,视频体验联盟秘书长杨光表示,视频业务流量消耗已占全网流量的绝大部分,电信运营商为避免沦为单纯管道,

千兆固网加速普及

8K超高清视频市场的进一步,也意味着我国整体的固网基础设施迈入新的阶段。杨光告诉记者,家庭超高清视频的普及,需要极高的带宽支持,千兆网络作为基础设施的支撑以及FTTR的普及必不可少。

工信部数据显示,2023年,中国移动千兆家庭宽带客户渗透率达到30.0%,中国电信为24.6%,中国联通为22%。全国千兆宽带用户平均渗透率达到25%。截至2024年1月,我国千兆及以上速率的固定宽带用户达1.57亿户,全国共建成110个千兆城市,约占所有地级市的三分之一。

国产芯片供应成熟

随着8K IPTV机顶盒集采开启,包括超高清主控芯片在内的国内产业链也迎来新一轮发展期。截至目前,海思半导体、国科微、瑞芯微等国内芯片厂商都在积极布局,并推出了相应产品。

以国科微为例,其推出的8K超高清视频解码芯片支持国密加解密算法,并成功服务于2022北京冬奥会全球首次8K超高清直播。

国科微市场总监吴海涛向记者表示,当前FTTR和5G+的落地,给8K音视频的传送提供了信道带宽的基础;在端侧AI加持下,利用超分为代表的技术,在用户侧可以享受到众多的UHD分辨率的高质量内容;同时,8K电视的价

格已经基本稳定在五千元以内,8K电视进入千家万户的速度正在加快。上述因素作用下,将使得市场今后对8K产业相关的需求量快速增长,并且搭载8K播放能力的终端产品形态会越来越多。

吴海涛指出,“AI+8K”是国科微目前聚焦的业务主航道之一。“除了传统的机顶盒播放设备之外,公司也将结合运营商和个人客户对连接、存储、感知、交互的需求,植入智能助手、智慧视觉、智慧语音、智慧存储的能力,开发出一系列的AI+8K芯片矩阵,去适应市场的需要。”他表示,目前国内相关芯片生产测试环节已经可以实现国产化,在任何环

境下都可以供应保障。

不过,在业内人士看来,当前8K产业的生态仍存在诸多挑战。杨光认为,由于拍摄8K影像的设备要求较高,因此目前8K的内容供应相对匮乏。如果没有足够的内容生产出来,那消费者购买8K的播放设备显然没有必要。

同时,吴海涛指出,技术上的瓶颈是另一大挑战。“8K超高清视频对视频处理算法提出了更高的要求,包括细节丰富度、内容广度等,现有的算法需要进行迭代升级以适应8K的特性。同时各行业对8K的认识加深后,会带来更多的使用场景,那就对芯片的解决方案提出了更高的要求。”

萝卜快跑破圈 众多公司抢滩智能驾驶运营

本报记者 李静 北京报道

7月7日,一则萝卜快跑无人驾驶出租车在武汉街头与行人发生轻微交通事故的视频在网络上被广泛传播,引发社会热议。萝卜快跑是百度旗下自动驾驶运营品牌,该事件带动百度(09888.HK)

抢滩入局

例如小马智行、文远知行、轻舟智航、福田欧辉、商汤科技等企业旗下的Robotaxi、Robobus等都在一些城市测试或者正式商业化运营。

在所有布局自动驾驶运营业务的企业中,萝卜快跑是跑得最快的一家。目前,萝卜快跑已经在北京、上海、广州、深圳、武汉等十个城市进行运营,不过仅有在武汉市的运营范围覆盖了主要城区,在大部分城市只可在城市新区的小范围内提供运营。

例如,在北京,萝卜快跑虽然在北京经济技术开发区(北京亦庄)、海淀区、通州区、石景山区都有运营,但覆盖范围都不大。如果未来北京进一步开放更多的道路给自动驾驶,萝卜快跑等企业无疑会迅速扩大在北京的运营范围。

记者从萝卜快跑方面获悉,目前萝卜快跑第六代无人车的单车成本已经从百万元降到了20.46万元;在武汉地区随着萝卜快跑全自动无人车运营网络完成建设,目前营运成本已降低30%,未来有望进

一步降低;另外,通过自动驾驶技术和人车舱效率的持续优化,萝卜快跑将使服务成本降低80%。

“2023年初,萝卜快跑在武汉的运营规模比较小,每辆车跑一天都要亏不少钱。到2024年初,随着时空覆盖的扩大和运营效率的大幅提升,萝卜快跑在武汉地区的营收增长了9倍,亏损减少了半。随着千辆无人车陆续投入使用,萝卜快跑在武汉已经非常接近收支平衡的临界点。”萝卜快跑方面表示,“我们的目标是,到2024年年底,萝卜快跑在武汉实现收支平衡,在2025年全面进入盈利期。”

来自萝卜快跑的数据显示,截至今年4月,萝卜快跑自运营以来的累计服务订单超过了600万单。据网约车监管信息交互系统统计,2024年5月份共就收到网约车订单

一些城市测试或者正式商业化运营无人驾驶相关业务。

记者从萝卜快跑方面了解到,该公司2023年在武汉的运营“每辆车跑一天都要亏不少钱”,目前在武汉已非常接近盈亏平衡点。“我们的目标是,到2024年年底,萝卜快跑在武汉实现收支平衡,在

2025年全面进入盈利期。”萝卜快跑方面表示。

从企业端来看,随着网约车行业进入存量竞争阶段,网约车平台都已经在抢滩自动驾驶赛道。而随着萝卜快跑的逐渐破圈,相关企业也将进一步发力高阶智能驾驶商业化运营业务。



武汉天河机场,待客中的百度萝卜快跑智能驾驶汽车。

视觉中国/图

法律法规仍待完善

自动驾驶车辆另外一个重要问题就是数据安全问题。

在智能驾驶商业化落地的同时,其背后的法律风险也受到了极高的关注。

“自动驾驶汽车发生交通事故,需要基于车辆和人员状态,在有驾驶员和车辆所有人及使用人之间进行权责界定,但自动驾驶车辆的控制权可能在系统和人类驾驶员之间存在实时转换,责任归属的判断变得复杂。”垦丁律师事务所创始合伙人欧阳昆波对记者表示,在自动驾驶车辆的交通事故具体处理中,可能会出现责任主体认定困难,因果关系复杂、举证难度高,以及规则原则模糊等难点。以责任主体认定问题举例,一般而言,我国理论以及实践领域通常都以支配标准和运行利益标准为依据来确定交通事故侵权责任主体。但在自动驾驶汽车领域,由于自动驾驶汽车的运行状态分为自动与人为操作两种模式,给其交通事故侵权责任主体的划分造成了困难。

记者注意到,这次北京的征求意见稿关于交通事故责任作出了一些规定,其中包括:自动驾驶汽车上道路行驶期间发生交通违法行为的,由公安交管部门按照现行法律法规进行处理和认定;车内有驾驶人的,依法对驾驶人进行处理;车内无驾驶人的,对车辆所有人、管理人进行处理。如果自动驾驶汽车发生故障或者发生交通事故,车内有驾驶人的,驾驶人应当立即停车,保护现场;造成人身伤亡的,驾驶人应当立即抢救受伤人员,并迅速报警。车内无驾驶人的,远程安全员应当立即报警。车辆在自动驾驶系统功能未激活状态下发生道路交通事故的,按照现行规定承担责任;激活状态下发生道路交通事故造成人身伤亡、财产损失的,属于自动驾驶汽车一方责任的,由车辆所有人、管理人承担赔偿责任。

“我在自动驾驶立法领域已建

立初步体系,并取得初步成果,但作为自动驾驶行业的主要顶层法律《道路交通安全法》仍缺乏无人化车辆上路的相关规定。目前的立法侧重于中央宏观调控与地方试点相结合。”浙江垦丁律师事务所创始合伙人欧阳昆波对记者表示,在自动驾驶车辆的交通事故具体处理中,可能会出现责任主体认定困难,因果关系复杂、举证难度高,以及规则原则模糊等难点。以责任主体认定问题举例,一般而言,我国理论以及实践领域通常都以支配标准和运行利益标准为依据来确定交通事故侵权责任主体。但在自动驾驶汽车领域,由于自动驾驶汽车的运行状态分为自动与人为操作两种模式,给其交通事故侵权责任主体的划分造成了困难。

“例如,当自动驾驶车辆处于人机混合驾驶状态时,若出现交通事故,如何对驾驶员与车辆进行责任判定也存在一定难度。目前,学界达成一致的观点是驾驶员应在紧急情况下随时准备接管该运行车辆,但关于接管妥当性的判断标准、如何接管无人驾驶汽车控制权、及驾驶员与无人驾驶汽车之间责任的分配都处于争论中,也使得对交通事故责任承担主体的认定陷入困境。”欧阳昆波补充道。

自动驾驶车辆另外一个重要问题就是数据安全问题,麻策指出:“自动驾驶汽车在行驶中会形成车内车外大量敏感或重要数据,这类数据事关国家、社会及人员的数据安全及保护。另外在自动驾驶车辆发生事故后,如何获取车辆的行驶数据、分析事故原因,同时确保数据安全和个人隐私保护,也是处理过程中需要注意的问题。”

支持应用于公交车、网约车

早在2020年9月,北京市率先规划建设全国首个高级别自动驾驶示范区,围绕“车路云网图”五大要素,开展车路云一体化系统关键技术创新验证。

随着智能驾驶运营企业的兴起,商业运作背后的合规风险、政策导向也让各方关注。

就在近日,北京市经信局就《北京市自动驾驶汽车条例(征求意见稿)》(以下简称“征求意见稿”)对外征求意见,拟在坚守安全底线的基础上,为L3级及以上自动驾驶汽车市场主体提供清晰、透明、可预期的制度规范。征求意见稿中明确支持自动驾驶汽车用于城市公共电汽车客运、出租车客运(网约车)、汽车租赁等城市出行服务。

上海汉盛律师事务所高级合伙人李曼律师在接受记者采访时

表示,近年来,政府出台了一系列政策鼓励和支持自动驾驶技术的发展。比如,《智能网联汽车道路测试管理规范(试行)》;多个城市如北京、上海、广州等已经或正在制定针对自动驾驶的地方性法规,以支持自动驾驶技术的测试和商业化应用。

其实,早在2020年9月,北京市率先规划建设全国首个高级别自动驾驶示范区,围绕“车路云网图”五大要素,开展车路云一体化系统关键技术创新验证。

记者了解到,在北京经济技术开发区(北京亦庄)、通州区、海淀区等区域,市民经常可以看到

路上测试的自动驾驶小汽车、巴士、快递车等,在一些区域甚至可以体验乘坐自动驾驶的小汽车和巴士。

公开信息显示,目前北京高

级别自动驾驶示范区累计为31家测试车企发放了道路测试的牌照,自动驾驶测试的里程超过2800万公里,年内将实现全市600平方公里智能化路侧基础设施全覆盖。据北京市重点站区管理委员会官网消息,2024年初,北京市已经实现了示范区至大兴机场的自动驾驶接驳以及副中心三大文化建筑周边的短途接驳,接下来还将逐步开放更多场站,实现

在北京南站、丰台站、朝阳站、清河站、城市副中心站及大兴机场、首都机场“五站两场”开放接驳,打造更多自动驾驶应用场景的标杆案例。

国际智能运载科技协会秘书长张翔指出,北京市征求意见稿是为了推动自动驾驶更快地在北京落地,吸引更多的自动驾驶相关企业到北京落户、运营,为北京自动驾驶发展抢占先机。“同时,北京关于自动驾驶的条例正式出台之后对其他城市有借鉴意义,它们可以根据自身的情况在北京的模板上进行修改调整。”

中报集体预增 十余家半导体公司净利翻番

本报记者 陈佳岗 广州报道

2024年已过半,上市公司陆续交出上半年的成绩单。《中国经营报》记者注意到,在这场业绩半年考中,多家半导体上市公司业绩表现亮眼。

Wind数据显示,截至7月10日,半导体(中信成分)156只股中已有21家公司披露半年度业绩预告。

其中,包括韦尔股份(603501.SH)、瑞芯微(603893.SH)、德明利(001309.SZ)、澜起科技(688008.SH)、ST华微(600360.SH)、汇顶科技(603160.SH)、上海贝岭(600171.SH)、佰维存储(688525.SH)、南芯科技(688484.SH)等在内的10家芯片企业上半年预计公司净利润增幅均超100%。

此前,记者注意到,今年第一季度时,多家A股半导体相关上市公司业绩集体迎来复苏,尤其是多家存储芯片公司。对于多家公司半年业绩预增的原因,多家芯片公司提到了“下游需求复苏”“行业出现恢复性增长”等关键因素,这也侧面验证了半导体行业正在持续回暖。

根据半导体行业协会(SIA)数据,2024年5月全球半导体行业销售额达到491亿美元,相较2023年5月的412亿美元同比增长19.3%,相较2024年4月的472亿美元环比增长4.1%;中国地区以24.2%的同比增速位列第二,仅次于美洲市场。

中报业绩亮眼

7月10日,瑞芯微发布2024年上半年度业绩预告称,预计净利润同比增长543.15%至686.29%。7月9日,“指纹芯片一哥”汇顶科技预计2024年上半年实现营业收入同比增长11.8%左右,净利润增幅达333.82%。国内存储芯片设计龙头兆易创新(603986.SH)预计2024年上半年归属于上市公司股东的净利润为5.18亿元左右,同比增幅54.18%。

主营闪存主控芯片设计的德明利预计上半年营业收入同比增长238.68%至289.48%,净利润同比增长578.49%至666.63%。CIS芯片(CMOS图像传感器芯片)龙头韦尔股份于7月5日披露的业绩预告显示,预计2024年上半年实现归属于上市公司股东的净利润约为13.08亿元到14.08亿元,同比增加754.11%到819.42%。而与韦尔股份同日公布

业绩预告的内存接口芯片公司澜起科技,预计2024年上半年实现净利润5.83亿元至6.23亿元,同比增长612.73%至661.59%。

对于业绩增长的原因,多家公司不约而同地提到了市场需求持续复苏,下游客户需求显著增长。

瑞芯微表示,市场需求逐步复苏,AIoT(智能物联网)迎来增长。汇顶科技则称,受益于终端客户需求的增长,公司出货量及营业收入实现同比增长,加上公司产品迭代及晶圆成本的下降,产品成本得以优化,毛利率水平逐步恢复。

兆易创新表示,经历2023年市场需求低迷和库存逐步去化后,2024年上半年消费、网通市场出现需求回暖,带动公司存储芯片的产品销量和营收增长。澜起科技表示,自今年年初以来,内存

接口芯片需求实现恢复性增长,公司在DDR5内存接口芯片领域的市场份额进一步扩大。此外,新产品的出现也带来了新的业绩增长点;韦尔股份则表示,2024年上半年,公司在高端智能手机市场的产品导入,及在汽车市场的自动驾驶应用持续渗透,同时,公司还通过优化产品结构及供应链结构,有效提升了产品毛利率。

再早之前,佰维存储、快充芯片龙头南芯科技等企业中报业绩预期也不错。佰维存储预计2024年上半年实现营业收入同比增长169.97%至222.22%,净利润同比增长194.44%至211.31%。公司提及,本期业绩变化主要是因为行业复苏。

南芯科技预计上半年实现营业收入同比增长86.51%到97.11%;净利润同比增长101.28%到

119.16%。其称受终端需求回暖的影响,公司业务规模扩大,持续推出有市场竞争力的产品,公司在手订单饱满,主营业务稳健增长。

值得注意的是,尽管多家半导体公司的净利润增幅大涨,但都有上年同期基数较低的缘故,比如2023年上半年德明利亏损7913万元、佰维存储亏损2.96亿元、汇顶科技亏损1.36亿元,这些公司在2024年上半年实现扭亏。而澜起科技、瑞芯微、韦尔股份等公司在2023年上半年虽未亏损,却也陷入了业绩低谷。

“2023年上半年数据很差,处于去库存阶段,去库存存在去年下半年开始有所好转,今年上半年业绩同比出现了大幅增长是符合预判的。”echSugar创始人王树一对记者表示,半导体行业的多数公司还是受到行业周期的较大影响。

实际上,从2024年一季报情况来看,半导体行业上市公司业绩已整体回暖,而从Wind半导体(中信成分)最新的数据来看,已有21家公司披露半年度业绩预告,其中,17家预告中报净利润同期增长(10家预增、4家扭亏、3家续亏),半导体周期复苏趋势越来越明确。

不过,记者留意到,也有立昂微(605358.SH)、闻泰科技(600745.SH)、苏州固锝(002079.SZ)、大港股份(002077.SZ)等半导体企业净利润增速表现不佳。闻泰科技半导体业务受行业周期性影响,2024年上半年公司半导体业务的收入及综合毛利率同比下降,净利润变动下滑。立昂微受上游硅片出货价大幅下降,综合毛利率大幅减少,净利润同比下降。

库存归位、景气度能否延续

然而,芯谋研究分析师张亚亦对记者分析,随着以智能手机为代表的消费类电子领域库存消化得差不多,芯片库存水平也逐步回归正常,部分预期也已经被市场消化。

以涨价带动芯片公司业绩最为显著的存储器市场为例,2024年以来,存储器市场整体呈复苏态势,TrendForce集邦咨询资深研究副总经理吴雅婷此前对记者表示:“2024年第一季度,存储产品价格环比上涨幅度达到20%左

右。”而经历了2024年第一季度的迅猛涨价、连续2至3个季度的价格上调后,库存逐渐回归正常,需求方也难再接受大幅涨价。存储器合约、现货市场价格已出现价格上波动情况。TrendForce预测2024年第二季度DRAM合约价季度涨幅13%~18%;NAND Flash合约价季度涨幅约15%~20%;eMMC/UFS价格涨幅约10%。预估第三季度DRAM价格涨幅达8%~13%;NAND Flash产品合约价涨幅收敛至5%~10%。

存储领域的江波龙表示,今年第二季度晶圆价格保持温和上涨趋势,但各个不同应用场景下的存储器价格趋势可能出现结构性差异。具体来看,NAND Flash涨幅较为平缓一些,保持稳中有升。随着存储价格涨幅逐步趋于平稳,未来各厂商之间的技术能力、市场能力及品牌能力等差异化要素的作用权重有望增大。

佰维存储接受调研时坦言,今年第三季度国内需求将有所回落,

但受北美AI服务器需求迅猛增长的影响,整体价格仍有支撑,当前国内供需关系较为焦灼,但从中长期来看行业景气度有望延续。

对于下半年发展趋势,张亚表示,目前行业库存经过消化后,正回归正常,而下半年终端消费需求还要打个问号,但部分有AI相关产品的公司如澜起科技,下半年将是个机会。

中航证券指出,由于SK海力士、美光、三星三家原厂重点发力HBM、DDR5等高附加值产品的

产能供应,正在逐步退出利基产品DDR3市场以腾出设备与产能,兆易创新有望抢占更多的市场份额,实现国产替代,并在本轮量价齐升的行情下实现业绩增长。

华南一位基金从业者在谈及兆易创新上半年业绩表现时对记者表示,上半年(公司产品)价量齐升、有补库的因素存在,后续需求将回归常态,后续将受益于国际厂商退出DDR3的成长机遇,而涨价都是低端产品,长期保持高利润率难度较大。

外骨骼机器人下探至千元级 相关企业涉足人形赛道

本报记者 曲忠芳 北京报道

“与德国、法国、日本、韩国等市场相比，国内人口红利仍有余波，整个市场对于外骨骼机器人的认知仍处于需要被教育的阶段。”

从2024世界人工智能大会(WAIC)参展回来的傲鲨智能创始合伙人、市场总监张华向《中国经营报》记者如是表示。记者观察到，在前不久闭幕的WAIC上，人形机器人无疑成

为各方瞩目的焦点，“十八金刚”集体风靡社交媒体，各家机器人的展台被围得水泄不通。值得注意的是，作为外骨骼机器人厂商的傲鲨智能、傅利叶智能，同样也涉足人形机器人赛道：傅利叶的

“GR-1”成为“十八金刚”之一，官方称该款通用人形机器人已实现量产交付；创立于2018年的傲鲨智能则首次展示了通用人形机器人与外骨骼结合形态的初步产品“启元ETH 01”。

不同于人形机器人，外骨骼机器人更多的是一种人机交互型的智能设备，它通过生物传感、智能算法、控制等技术来感应人体动作，驱动机械系统，来实现补充、替代或强化部分身

体功能的作用。那么，外骨骼机器人涉足人形赛道，究竟是蹭热点博“出圈”，还是在探索挖掘新的应用场景？正是带着这样的疑问，记者进行了相关采访与调研。

“有钱人用不着，没钱的买不起”？

外骨骼机器人最突出的应用行业集中在三类：一是军用，二是医疗康复，三是工业领域。

在主流社交媒体上，记者浏览了多条与外骨骼机器人相关的图文及视频内容，结果发现在不同的内容下往往会出现一些类似的评论——诸如“有钱人用不着，没钱的买不起”“它能用在什么场景呢”。在大部分公众认知中，外骨骼机器人是为解决沉重的体力劳动而设计的，十几万元甚至上百万元的价格门槛，自然令大众望而却步。

而这恰恰是包括傲鲨智能在内的外骨骼机器人在国内拓展市场所面临的首个挑战，整个市场对外骨骼机器人的认知程度仍非常有限。傲鲨智能创始人徐振华告诉记者，目前外骨骼机器人最突出的应用行业集中在三类：一是军用，二是医疗康复，三是工业领域。需要指出的是，在民用商业市场，许多外骨骼机器人企业往往都是先从医疗领域做起的，而后拓展至康复养老、工业制造等行业。在创办傲鲨智能之前，徐振华曾参与过璟和、傅利叶智能两家公司的创立。

傅利叶智能创立于2015年，比傲鲨智能创立早3年，最初将帮助肢体障碍人士重新恢复运动功能作为目标，2016年分别推出了上肢康复机器人M2、下肢康复机器人X1。截至目前，傅利叶智能已有30多款康复机器人产品上市，进入了全球40多个国家和地区的2000多家医疗机构。2023年7月，市值



北京奥林匹克公园内，截瘫残疾人穿戴外骨骼机器人挑战马拉松行走。 视觉中国/图

大模型技术火热，带动具身智能赛道起飞，傅利叶智能发布了GR-1，由此转型为通用机器人公司。傅利叶智能董事长兼CEO顾捷在接受媒体采访时表示，选择投入人形机器人赛道的关键原因之一，是傅利叶团队发现完全可以把大模型嫁接到人机器人平台上。

在医疗领域之外，外骨骼机器人还能在哪些场景找到机会？张华表示，傲鲨智能自创立以来重点深耕的是工业场景，例如能源电力、汽车制造、航空运输等。其中，他提到外骨骼机器人在茅台集团的应用场景，“乍听之下，大多数人可能第一反应是工人穿着设备搬运茅台酒，其实不是。酒在酿造过程中有一项工艺流程叫制曲，经实践证明人工制曲的品质远胜于机器制作，而制曲过程中需要大量人力参与，劳动强度非常大，而且人力往往是有技术、有经验的师傅们，为了减轻身体负担，保障工作的年限，穿戴外

骨骼机器人能够减缓站立起身的压力，保障制曲工艺的高效完成。”

与此同时，日益庞大的银发经济、养老市场也成了外骨骼机器人企业纷纷挖掘的“矿山”。张华指出，从去年开始，傲鲨智能开始“出海”，发现在德国、意大利、法国等欧洲工业基础较好的市场，以及日本、韩国等社会老龄化严重的市场，外骨骼机器人的市场认知已非常成熟。对于养老产业，外骨骼机器人的目标用户既包括老人自身，又包括护理人员，这将是一个非常大且有刚性需求的市场，与此同时，傲鲨智能还在跟高校科研团队合作，希望将脑机接口与外骨骼机器人的技术融合，理想的状态是将穿戴者——尤其是老人、康复患者等的被动动作行为转变成由大脑意识驱动的主动动作。这也是傲鲨智能此次推出人形外骨骼机器人的原因之一，希望能打开更多的科研及商业空间。

价格下探：从百万元、几十万元再到几千元

除了原材料的应用，包括外骨骼机器人在内的各类具身智能，得益于AI技术的突破与进化，在智能化方面也取得了明显的进步。

无论是医疗康复，还是制造业搬运、巡检，抑或养老需求，外骨骼机器人进入更大的消费级市场，显然都面临着一个难以跨越的关口，即高昂的售价。在WAIC期间，傲鲨智能一口气展示了多款轻量化的“千元级外骨骼”产品，包括PES-U储能上肢外骨骼、FIT-U智能电动上肢外骨骼机器人、FIT-HV智能电动腰部外骨骼机器人，最低的价格为6999元。

张华向记者指出，最初面向医疗领域的外骨骼机器人售价往往在一百万元以上，现在仍有不少重点面向医疗机构创业的外骨骼机器人项目或公司，但这已经是一个存量市场，再加上国家医疗卫生体制改革等外部环境影响，市场竞争非常激烈，甚至初创团队要生存都异常艰难。

这一点也从另外两名从业者的口中得到了证实，曾在一家重点面向医疗机构的外骨骼机器人公司工作过的两名人士坦言，外骨骼机器人作为医疗设备仍处于早期，真正那些在医院里的“刚需”设备生产商都面临生存挑战，何况这类只能算作“锦上添花”的设备。对于创业公司来说，要依赖融资“才能活得相对滋润一些”。

“在傲鲨智能今年推出千元级的产品之前，市场售价一般在5万元至7万元。”张华说道。当记者问及为何能大幅降价时，他解

释，最直接的一个原因是原材料成本的降低。

张华指出，这一系列“千元级”的外骨骼机器人，采用了碳纤维增强尼龙复合材料——这一材料在大疆无人机产品中同样有应用。“以前使用纯碳纤维材料时，一个件的价格可能要一百元，现在使用新材料之后，差不多是几元钱。”张华如是说道。

记者了解到，碳纤维增强尼龙复合材料，其实并不是新鲜物，其全球市场化应用最早始于20世纪70年代，它是一种高性能的工程材料，目前已广泛应用于航空航天、汽车、3C电子、轨道交通、风电叶片，甚至体育用品等领域。碳纤维增强尼龙复合材料虽然使用了成本较高的碳纤维，但通过与尼龙结合，可在一定程度上降低整体材料的成本，同时具有更好的强度与刚性、热稳定性等优点。

原材料的变革，势必会带动整个产业的进步与发展。那么，其他外骨骼机器人企业是否很容易跟进“复制”？张华回应称：“理论上是这样的，但是新材料有一个最大的问题，就是前期的开模投入较大，这对于那些大型科技企业来说可能不是难题，但外骨骼机器人领域有众多创业型公司，当你的产品业务规模还比较有限的情况下，后期的收益能否覆盖前期的投入，这可能是很多企业要谨慎考量的因素。”就在本月初，傲鲨智能对外宣布完成了

数千万元A+轮融资，由敦鸿资产领投，融资资金将用于加速该公司“千元级外骨骼”及“具身智能”通用人形机器人与外骨骼结合形态的产品研发。

除了原材料的应用，包括外骨骼机器人在内的各类具身智能，得益于AI技术的突破与进化，在智能化方面也取得了明显的进步。

第三方数据机构对于外骨骼机器人的市场预测数据不尽相同。MarketsandMarkets去年发布的报告称，就收入而言，全球外骨骼机器人市场规模为7亿美元，预计到2028年这一数字将达到37亿美元，年复合增长率为38%。而据Fortune Business Insight今年发布的研究，全球可穿戴外骨骼机器人2022年的市场规模已达到了价值9亿美元，到2030年有望达到146.7亿美元，从2023年至2030年的复合年增长率为42.2%。不同机构对于外骨骼机器人的定义范围、调研维度不同，但总体来看，外骨骼机器人未来几年有望步入发展的快车道。

不过需要说明的是，在对多位消费者的调研反馈中，记者了解到，外骨骼机器人的价格门槛即使从上百万、几十万元、几万元降到了现在最低的六七千元，不少消费者仍对它的功能性持有观望甚至怀疑的看法，花几千元买一件外骨骼机器人究竟值不值得，消费者的答案仍是不清晰的，甚至部分否定的，这对于外骨骼厂商想在各个场景探索挖掘到真正的“金矿”可能仍有一段距离。

大模型应用祛魅：躬身入局千行百业

本报记者 李玉洋 上海报道

经历去年的“百模大战”之后，业内已经认识到，今年应该推动大模型进入“应用落地元年”。正如百度创始人李彦宏在2024世界人工智能大会(WAIC)上再次强调的：“百模大战”造成极大的算力浪费，没有应用，光有基础模型，不管是开源还是闭源，都一文不值。

“过去一段时间，行业正逐步从卷模型到卷应用，企业和用户从关注哪些模型最强，到关注哪些模型能够在自己的场景里用起来，以及到底能够带来什么样的实际价值。”李彦宏说。

《中国经营报》记者注意到，本届WAIC其实已经展示了多种针对B端市场的场景应用，比如密度基于蜜巢政务大模型3.0的应用产品——智能舆情V助手1.0；飞跃星辰携手国泰君安等券商推出的金融大模型；网易展示的教育大模型“子曰”；以及多模态大模型“易生诸相”在游戏、教育、音乐、文旅等领域的落地。

这种情况符合此前“L1级大模型（行业大模型）的商业化路径相比L0级大模型（基础大模型）更短一些”的行业共识。那么，垂直类大模型落地应用究竟该怎么做？千行百业的B端市场运用L1级大模型的内部逻辑是什么？

国内智能客服独角兽容联云产业数字云VP兼诸葛智能创始人孔森对记者表示：“企业级的需求不是购买一个工具，而是用先进技术改造生产力，去优化生产关系。企业不会为一个比较fancy（花哨的）的新技术买单，他们要的是基于整个技术的完整的业务解决方案的提升。”

容联云是国内最早一批探索大模型在金融营销领域落地应用的企业，他们的思考和经验值得借鉴。“大模型落地应用是一个比较复杂的过程，需要综合考虑多方面因素，比如技术成熟度、数据隐私和安全问题、跨学科合作等。”该公司Minimax副总裁刘华表示。

大模型落地最快的行业

“自从大模型出来之后，从技术可行性层面上说，智能客服是最成熟、最容易落地的场景，不管是海外还是国内。”容联云大模型产品负责人唐兴才表示，在AI 1.0时代，小模型也是最先在智能客服领域实现商业化落地。

记者注意到，金融业是智能客服应用程度最高的行业，大模型在该场景的应用正成为行业创新热点，而智能客服是金融大模型的重点领域之一。不仅众多金融机构纷纷加大投入，百度、阿里巴巴、腾讯、京东、科大讯飞等互联网大

厂也在把触角伸进这个赛道。

其实早在2023年，为了让大模型尽快落地应用，包括百度云、阿里云、腾讯云等国内云厂商们便开始了早期商业化探索，推出MaaS(Model-as-a-Service，模型即服务)模式进行商业化尝试。



世界人工智能大会现场。 李玉洋/摄影

L1级模型落地难点

谈到与大模型厂商的竞争，孔森表示，在大模型时代，做应用的厂商和这些大厂不存在必然的竞争关系，“他们（大厂）很清楚自己的边界在哪儿，我们也很清楚自己的边界，我们各有各的路。”

孔森还指出，在互联网时代，大家可能会有冲突，大厂可以用互联网能力覆盖一切，但在大模型领域则更多是一种生产力思维。“企业的业务流程怎么用先进的生产力转化成新的应用，去降本提效，在这背后，纯模型解决不了落地的复杂工程问题和业务运营管理问题。”孔森表示，大模型

厂商无法将业务细节都了解得很清楚，因为千行百业的每一个细化都很深，而这就是灵活的应用厂商能开展业务的空间。

经过一年发展，产业界对大模型的态度也发生了巨大改变。“客户对于大模型的态度，从怀疑它到相信它无所不能，这种情况让我们震撼。”政务大模型公司蜜度科技股份有限公司首席技术官(CTO)刘益东如此表示。

唐兴才也有类似观感。他认为这里面有几个方面的原因：“一是确实有一些大模型应用场景落地了，一些大厂或是龙头公

司起步比较早，让大模型在一些场景落地了；二是大模型也在迭代，从最初的提到大模型就意味着要投入大量算力，到现在应用落地能接受消费级显卡或几张卡就能在一个场景里做得不错，大家对算力投入成本完全不是一个概念了。”

不过，唐兴才对这个态度转变作出了提醒：“作为厂商，我们有一个担心就是大家认为大模型啥都能做，其实有一个预期太高的风险在里面。”

目前，容联云把大模型服务应用在头部的股份制银行和保险

“我们和大模型厂商的逻辑不太一样，之前他们提的MaaS其实是为了推通用大模型的API，比如智谱大模型打出来的口号就是赋能千行百业。”唐兴才表示，这些通用大模型厂商推出MaaS模式，是想通过垂直行业厂商把大模型能力与行业落地的“最后一公里”打通，“它（大模型）有一个纯粹的chat（聊天、谈话）能力，但不知道落地的场景和业务点是什么，直接到千行百业去啥也做不了”。

唐兴才指出，他们在做大模型落地的时候会发现两类客户：一类是能接受MaaS这种方式，能比较低成本快速启动；另一类是觉得通用大模型对行业化的理解有问题，需要训练自己的L1模型，随之就要考虑私有化或再次训练的成本问题。

孔森则进一步做了解释。“我们面向客户提供两种选择，第一个是用我们的L1级大模型，我们帮客户部署；还有一种是客户自建了大模型的基础设施，我们

就通过平台层的模型管理能力接入它的模型，提供我们上层的应用服务能力。”他还指出，另一类比较偏SaaS类，容联云和腾讯混元模型、字节跳动的豆包以及华为的盘古大模型的合作就是这种，“这是应用厂商一个比较灵活的好处，即有各种不同的方案”。

据了解，容联云在2023年发布了自研赤兔大模型和生成式应用，又在2024WAIC期间官宣了容犀智能大模型的应用升级（该系列应用包括容犀Agent Copilot、容犀Knowledge Copilot、容犀Coach Agent等），覆盖了从营销、销售、服务到企业内部管理的核心场景。

“今年是大模型应用落地元年。”孔森表示，该公司目前行业客户比较多，他们都需要私有化部署，而通用人工智能解决不了行业知识、行业流程以及行业业务的问题，所以这些都需要垂直行业应用技术服务厂商去解决，“目前跑得比较快、成熟度比较高的，其实主要是金融行业”。

当然，L1级模型在落地过程中仍有挑战。“我觉得第一个还是算力成本，第二个是模型本身的可解释性比较差，还要对它的幻觉进行控制。”孔森说。

“当大模型的错误率从30%、40%降低到3%、4%，赋能实体经济会变得更加自然。”MiniMax创始人、CEO闫俊杰这样表示。

此外，孔森认为对于行业和

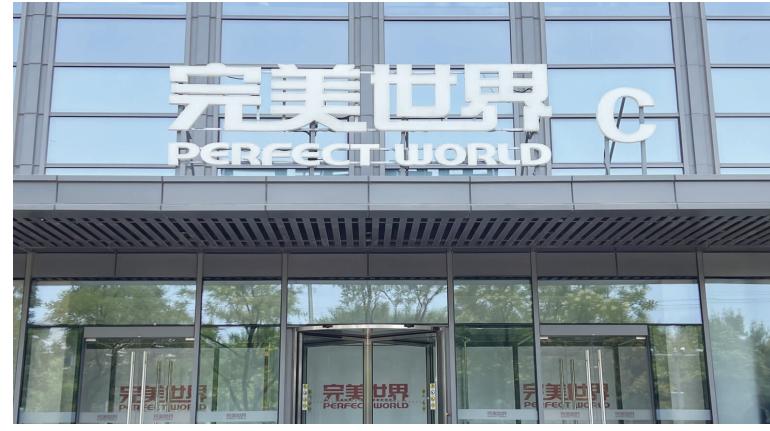
场景的选择，也是大模型应用的一个难点。比如某个行业、场景有可能大模型应用叫好不叫座，也就是说做得不错但卖不了钱，怎么快速去做商业化的变现，这也是问题和挑战。

智谱AI CEO张鹏则认为，大模型超级应用的出现并非完全是技术驱动的事情，它涉及很多因素，比如市场、用户是否准备好了，这需要时间的沉淀。举例而言，谷歌从打造出世界第一的搜索引擎，到探索出成功的商业落地路径，花了6年；而现在的Meta，原来的Facebook也同样如此。

裁员风波中的完美世界：业绩由盈转亏

本报记者 李哲 北京报道

曾因《诛仙》《完美世界》等经典游戏而声名大噪的完美世界



图为完美世界北京总部大楼。

李哲/摄影

业绩预亏

《一拳超人：世界》在海外多个国家及地区公测，总体表现不及预期，影响当期业绩。

在完美世界的所有业务中，游戏成为影响其业绩增长的主要因素。业绩预告显示，2024年上半年，完美世界游戏业务预计净利润亏损1.4亿~1.8亿元，预计扣除非净利润亏损1.3亿~1.7亿元。

完美世界方面向记者表示，上半年，公司数款在营游戏以长线运营为目标，持续进行内容更新、精细营销，但受产品生命周期影响，流水相较于2023年上半年自然回落，相应业绩同比下降。

记者注意到，2024年上半年，完美世界相继发布了《一拳超人：世界》《女神异闻录：夜幕魅影》等游戏产品。其中，《一拳超人：世界》在2021年便被曝光，这款游戏产品随后在2023年ChinaJoy展会（中国国际数码互动娱乐展览会）展出，2024年2月开启海外公测。

然而，这款经过长时间打磨的产品在上线后的表现却并不理想。完美世界在业绩预告中提到，

《一拳超人：世界》在海外多个国家及地区公测，总体表现不及预期，影响当期业绩。

《女神异闻录：夜幕魅影》在2024年4月开启国内PC及移动端双平台公测。据完美世界方面介绍，这款游戏在国内及海外部分区域公测，凭借其独有的画风以及异世界都市冒险题材，获得良好的玩家反馈，公司借此有效扩充了全新年轻用户，继《幻塔》之后，在创新品类与二次元赛道的研发、发行与运营上进一步积累了丰富的全域经验。

完美世界方面表示，从季度环比看，扣除非经常性损益后，今年第二季度公司预计亏损4000万至8000万元（未扣非净利润亏损1.6亿元），幅度较第一季度收窄，财务状况逐步改善。其将积极推进《诛仙世界》《诛仙2》《代号YH》《代号Z》等多款自研游戏，延续MMO经典品类优势，扩充开放世界等创新品类矩阵，实现游戏业务健康发展。

游族网络的AI“生意经”

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

AIGC（人工智能生成内容）浪潮汹涌，众多内容生产商、社交平台抢滩布局。

7月6日，游族网络（002174.SZ）CEO陈芳表示，该公司将持续进行语料库的建设，通过自行开发与外部合作并行的方式，将优质语料在IP塑造、音视频生成、用户体验提升等文化娱乐产业各业务板

构建语料库

“作为推动AI发展的关键力量，我们也将持续进行语料库的建设。”7月6日，在2024世界人工智能大会暨人工智能全球治理高级别会议上，陈芳出席语料主题论坛时说道。

游族网络方面表示，高质量语料是人工智能突破式发展的核心因素之一，以游戏为首的互动娱乐语料具有极高的经济和社会价值。一是由于全球有几十亿人口活跃数据，庞大的用户基数为优质游戏语料的培植提供了沃土；二是游戏涵盖多种类型，通过不同游戏玩家的不同反应，能为AI提供多样化的学习材料。

游族网络方面还介绍，在IP塑造、价值观正向引导上，游戏语料也占据着天然的优势。游戏研发人员能直观地通过数据获取用户对不同IP角色的喜爱程度，并进行IP要素拆解分析，针对不同群体的喜爱进行IP定制。

陈芳谈道，游族网络接下来将着力构建语料库。“（我们将）通过自行开发与外部合作并行的方式，将优质语料在IP塑造、音视频生成、用户体验提升等文化娱乐产业各业务板块进行全面应用，将优质的中国文化以更易被主动选择的方式向世界传递。”

块进行全面应用。

游族网络相关人士对《中国经营报》记者表示，语料库建设是一个系统性工程，需要精心规划和多步骤实施。目前，各家公司都在逐步开展自己的语料库构建活动。游族网络方面希望建立行业标准的语料收集、清洗和标注流程，并在此过程中关注保护玩家隐私和数据安全，加强版权意识，尊重原创内容。

如果说大模型是引擎，语料就是推动引擎运作的“燃料”。AI模型对高质量语料需求巨大，人们需要为其供给大量的数据，保证持续训练现有AI模型以及开发更强大的模型。

今年3月，美国社交平台Reddit在纽约证券交易所上市，开盘首日收涨48.35%。据公开数据，Reddit每日活跃用户达到7310万人，2023年的发帖量大约为4.69亿条，评论和互动量达到28.4亿条。该公司宣布与谷歌达成合作，授权其使用Reddit的数据训练AI模型。Reddit计划在2024年通过这种方式获得约6640万美元的收入。

当月，谷歌因未经许可使用出版商内容训练聊天机器人，在法国被罚款2.5亿欧元。

今年4月，德国图片共享平台EyeEm宣布授权AI公司使用社区中的图片用于训练AI模型。EyeEm通过电子邮件告知用户相关条款，并向不愿意将照片用于AI训练的用户提供30天时间删除内容的服务。EyeEm在与Instagram的竞争中落败，于去年被西班牙公司Freepik收购。被收购时，EyeEm的照片库包含1.6亿张图片和近15万名用户。

并非单纯数据抓取

游族网络相关负责人对记者表示，游戏研发中会需要用到多种类型的语料，比如代码辅助、美术设计、用户分析、本地化、内部知识库、开发日志、技术文档、测试文档等，还有游戏相关的特定语料，例如角色台词、游戏背景、角色设定、故事大纲、世界观等信息。

“用户生成内容（UGC）是大模型的主要语料来源之一。它们来自各个社区、论坛、渠道的评论区，既可以来自同类型产品，也可以来自自己产品的市场测试和运营结果。”该负责人表示，网民、玩家们的表达是语料的主要来源之一。此外，语音、美术设计、音乐、视频等也可以形成多模态语料库，代码则主要来自公司项目工程。

尽管互联网上有着海量数据，但是符合大模型训练的却有一定标准。

上述人士介绍，对于游戏研发来说，高质量的语料应具备覆

盖性、准确性、多样性：语料应涵盖游戏相关的各个方面，包括但不限于游戏剧情、角色对话、用户评论、游戏指南、策略讨论；这些语料应正确传递信息，避免错误信息误导AI训练效果；多样性则是指语料能覆盖多种类型的游戏种类，以及不同风格和体裁的文本，来训练AI的通用性和适应性。

他补充道，本地化、交互性、情感丰富性的高质量语料应能表达丰富的情感和语气，使AI能够理解和生成具有情感色彩的文本，增强游戏的沉浸感。“当前语料的覆盖性、准确度、时效性是否符合要求，取决于以下几个因素：数据收集的广度和深度，数据是否经过清洗和预处理、数据更新频率、版权是否合规。目前在这些方面，语料质量依然存在很大上升空间。”游族网络相关负责人表示。

语料库的构建也并非单纯的数据抓取。该负责人告诉记者：

养、行业责任等方面的布局。例如，在AI软硬件基础设施方面，游族网络参与了由上海自主智能无人系统科学中心发起的“自主智能无人系统大模型计划”，重点推动人工智能在各方面的场景应用，为“数智化虚实融合”提供了技术支撑。

据游族网络方面介绍，其在2017年开始布局AI技术，于去年6月成立AI创新院，目前已经将AI技术运用于研发和发行环节。

关于在游戏发行环节对AI技术的应用，游族网络方面向记者介绍：“由AI创新院研发的广告投放引擎，在自研大数据平台

经营报》记者采访时表示，调整的过程必然带来阵痛，“为适应新的业务规划，我们正在采取一系列解决方案，其中包括优化资

源配置、聚焦核心项目、进行必要的人员优化，以及办公空间集约化等，让资源更集中在核心优势业务上”。

优势业务上。

7月10日，记者来到完美世界北京总部大楼。记者走访发现，正值午休时间，位于C座的员工食堂依旧有较多员工用餐。

完美世界方面表示，面对业务变化，其将会更加专注于修炼内功、提高经营效率。“这个过程可能需要一些时间和空间，但我们相信通过自我革新迭代，必能迎来更好的未来。”

角色对话算法完成备案，该算法作为游戏业务垂类大模型，结合完美世界游戏自有数据进行训练，为用户提供高效的智能对话反馈服务，主要应用于游戏智能客服、智能角色对话等场景，助力提升产出效率及优化用户体验。

完美世界方面表示，目前已将AI技术快速应用于游戏研发管线的多个环节中，包括美术、程序、策划、运营、安全、测试等多个核心环节，涵盖智能NPC、智能游戏助手、场景建模、AI绘画、AI剧情、AI配音等多个方面，并面向不同类型的游戏项目需要，开发了D+（Dialogue+工具）、剧情生成、大世界生成等新型游戏开发工具。



图为第十八届中国国际数码互动娱乐展游族网络展台。

视觉中国/图

“语料库建设是一个系统性工程，需要精心规划和多步骤实施，包括需求分析、数据收集、版权审查、数据清洗、数据标注、数据增强、构建知识库、技术选型、模型训练与测试、持续更新与维护等。”

他表示，目前各家公司都在逐步开展自己的语料库构建活动。游族网络方面认为，构建语料库，首先要设立标准化流程。游族网络方面希望建立行业标

准的语料收集、清洗和标注流程，提高语料库建设的效率和质量，“而不是各家搭建，这样才能更快实现更符合游戏行业垂向的语料库”。

上述人士还表示，数据安全也很重要，收集数据过程中需要保护玩家隐私和数据安全，遵守相关法律法规的同时，加强版权意识，确保语料库建设过程中尊重原创内容。

Nation》《少年三国志3》等项目；在基础架构保障方面，目前AI创新院已支持200多个平台项目的运维工作。

今年6月，游族网络推出AI玩伴“代号小游酱”。据游族网络方面介绍，“代号小游酱”是其面向玩家的首款AI产品，可以为玩家提供客服答疑和游戏攻略，还能在陪玩与倾听中提供丰富的情绪价值，并兼顾养成与辅导等系列陪伴，可以支持个性化定制。

游族网络方面表示，未来将让AI不仅服务于游戏生产环节，更服务于玩家的游戏乐趣，使AI更好玩。

车市风云变幻的上半年：卷老板 卷流量 卷价格

本报记者 陈燕南 北京报道

6月的最后一日，长城汽车董事长魏建军亲自驾驶魏牌蓝山智驾版，以全程视频直播的形式，在重庆繁忙且复杂的路段上，展示长城汽车的同时也和网友进行了互动。从繁忙的旅游商业区到复杂的立交桥，从NOA系统技术聊到重庆火锅，相比较今年第一次直播，魏建军已经逐渐松弛，找到了一些网感。

今年3月，小米董事长雷军带着小米汽车强势入场，掀起了一波“流量狂欢”，在互联网基因的加持

之下，小米汽车牢牢占据了C位。在流量战的“火拼”之中，车企老板纷纷下场，各个高管也纷纷开通各个社交平台账号，试图打造个人IP。车企之间开始了正面硬刚。拍摄短视频、唇枪舌剑、优惠折扣不断……

上半年，车市风云变幻，车企销量的排名也在不断地发生变化。在激烈的竞争之下，虽然车市面临着种种“黑天鹅”和“灰犀牛”，但是也实现了微增长。乘联会数据显示，2024年1—6月，全国乘用车市场累计零售销量为984.1万辆，

老板带头“卷”后首个半年成绩单出炉

销量增长的关键在于产品质量、营销策略、售后服务等多个方面。

亲自交车、回应热点事件、频繁上热搜，雷军的花式营销让小米汽车的关注度不断提升，小米汽车的入局也正在改写汽车市场的格局。3月29日，小米SU7上市24小时即大定88898辆。从4月3日首次交付起，小米SU7在4月份就完成交付7058辆。4月29日，也就是小米SU7上市第32天，第1万辆整车正式下产线。5月15日，第1万辆小米SU7完成交付。

进入6月，小米汽车工厂开启双班生产，当月小米SU7交付量超过1万辆。小米汽车还官宣立下目标：7月交付量将依然超1万辆，2024年交付超10万辆，冲刺12万辆。

跟随着雷军的脚步，不少车企老板争相涌入直播间，包括吉利控股集团董事长李书福、奇瑞汽车董事长尹同跃、蔚来创始人李斌。

其中，魏建军成为最活跃的老板之一。4月15日开启首播，5月10日直播长城汽车股东大会，5月26日又发起一场名为“魏建军的周末”

的直播，6月30日在重庆直播测试NOA智能驾驶系统。

在魏建军的带领下，长城汽车也取得了不俗的成绩。目前，长城汽车发布的产销快报显示，6月，长城汽车销量为9.81万辆，同比下降6.55%。其中，新能源汽车销售2.61万辆，海外市场销售3.81万辆，再创单月新高。上半年，长城汽车累计销量为55.97万辆，同比增长7.79%。其中，新能源汽车销售13.24万辆，海外市场销售20.15万辆。

具体来看，哈弗品牌仍是长城汽车的销量担当，6月销量为4.77万辆，同比下滑19.11%；上半年累计销量为29.97万辆，同比微增2.42%。其次是坦克品牌，6月销量为2.61万辆，同比大幅增长104.02%；上半年累计销量为11.60万辆，同比增长98.94%，同时也是长城旗下唯一月度、累计同比均增长的品牌。

同时，奇瑞、蔚来、吉利都取得了优异的半年成绩。数据显示，今年1—6月，蔚来汽车累计交付量为8.74万

同比增长3.3%。据不完全统计，2024年上半年，20家车企中有16家销量实现同比增长，占比达80%。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜在接受《中国经营报》记者采访时表示，汽车行业的上半年可以说是喜忧参半。一方面，新能源汽车销量的显著增长和一些车企的积极变革显示出行业的活力和潜力。另一方面，市场竞争激烈、部分车企销量未达预期等问题也暴露出行业发展的挑战。整体而言，汽车行业在变革中稳步前行，展现出较强的发展韧性和创新能力。

辆，同比增长60.2%。1至6月份，集团累计销售汽车1100621辆，同比增长48.4%，历史性地突破了半年度百万销量大关。今年1—6月，吉利控股集团累计销量约149.37万辆，同比增长25%；新能源汽车累计销量约58.65万辆，同比增长49%。

科方得智库研究负责人张新原对记者表示，车企老板下场直播销售，虽然初期可能对销量有一些积极的影响，但长期来看，这并不是决定销量的唯一因素。销量增长的关键在于产品质量、品牌知名度、营销策略、售后服务等多个方面。因此，老板下场直播销售不能单方面认为对销量的增长有益处。

天使投资人、资深人工智能专家郭涛在接受记者采访时表示：“企业高管通过成为‘流量顶流’吸引公众目光，可能会在短期内提升品牌知名度和获得市场关注。但长期而言，造车作为一项技术和资本密集型产业，其核心应当是产品的质量、性能以及技术创新。”

掀起组织架构大调整

行业的快速迭代正在倒逼北汽向新能源方向加速转型。

一汽、北汽、理想等车企则通过组织变革来实现车企的快速发展。

为进一步加强营销体系建设，一汽解放召开供应采购部成立大会，开启“大制造”领域变革。目前，变革已经取得了一定成效。

数据显示，今年1—6月，一汽解放整车产量累计达14.33万辆，同比增长4.11%；整车销量累计达15.18万辆，同比增长15.4%，实现产销双赢。

同样在营销策略上进行尝试的还有北汽蓝谷，通过与“与辉同行”的合作，北汽蓝谷成功吸引了不少年轻人的目光。北汽蓝谷近日也公告称，子公司北京新能源汽车股份有限公司2024年6月份销量9574辆，本年累计销量28011辆。

值得一提的是，为了抓住时代的机遇，7月11日，北汽集团旗下北汽新能源（北汽蓝谷）将进行新一轮人事调整。北汽新能源常务副总经理张国富将升任北汽

新能源党委书记、总经理，现任北汽新能源党委副书记、董事、总经理代康伟将调任北汽集团，但仍担任北汽新能源董事长职务。

在业内人士看来，这也成为张建勇执掌北汽之后，北汽集团首次大规模的人事调整。

此前，张国富在接受记者采访时表示：“过去这几年，尤其是以极狐为载体的北汽新能源战略，实际上都在倒逼北汽向新能源方向加速转型。这个过程还是有些艰辛，但我们逐渐找到了方法和将来要走的路。”

在上半年，理想汽车在经历了挫折之后也重新出发，进行了两年来最大的一次组织结构调整。理想汽车CEO李想为此还宣布对现有的矩阵型组织进行升级。

据了解，此次组织变动主要集中在理想汽车的CEO办公室，从原有涵盖品牌部、产品部、商业部、战略部、供应部的部门变更为

“产品与战略群组”。

改名后的产物与战略群组，下设“产品线”部门和“质量运营”部门。在一季度财报会上，李想提到，组织架构调整中最重要的变化，是建立了一个名为质量运营的新部门，以此“让业务部门真正关注高质量的决策和运营效率，而不是关注流程”。

在业内人士看来，此次组织变革与理想汽车的首款纯电车型MEGA的失利不无关系。为此，李想在内部信中深度反思了公司的战略，并对未来的发展策略提出了明确的规划。

通过深度调整，理想汽车再度成为造车新势力中的销量榜首。今年上半年，理想汽车共交付新车188981辆。不过由于MEGA节奏的判断失误，导致今年理想汽车的战略不得不作出调整，下调了原定80万辆的年销量预期，降至56万—64万辆。

2024，奔驰与信心共奔驰

“追求什么，就成为什么”

数月前，在“三八”国际劳动妇女节这天，贝塔·奔驰的公益广告再次被刷屏，全球第一位驾驶员，在奔驰的旅途中窥见时代，遇见下一个自己。

7月10日，梅赛德斯-奔驰交出在华上半年“答卷”。在充满挑战的市场环境下，奔驰携手经销商合作伙伴第二季度在华交付环比增长近10%，2024年上半年累计交付超35.26万辆新车。

在竞争激烈的细分市场，奔驰核心豪华产品矩阵上半年交付增长近6%，第二季度环比增长超15%。其中，长轴距E级车自去年12月上市后交付持续攀升，第二季度交付环比增长超85%；长轴距C级轿车和长轴距GLC SUV的上半年交付同比分别增长32%和49%。在高端豪华赛道，奔驰蝉联百万及以上客户优选品牌。

变局时代，信心和定力是最大的火种。信任和信心对实现经济向好发展至关重要。过去几年，中国向外国企业和投资者发出开放市场的积极信号，极大增强了市场信心。奔驰已在中国建立了除德国之外覆盖领域最全面的奔驰研发创新网络，研发专家团队规模达2000人。

求变者恒新，创新者恒强，乐观者恒进。在这个仿佛每个人、每家企业都把一天当十天过的当下，罗马烟火(Roman Candle)般炫目的公司常有，但那些历经考验始终努力为消费者创造真实价值的公司才是长期主义最好的朋友，也始终是出行行业最远的远方。

大多数人都知道百年奔驰的标志是三叉星徽，但鲜有人知这个标志来源于戈特利布·戴姆勒给他妻子的信，他认为他在家中房上的这颗星会为他们带来好运，这颗三叉星还象征着奔驰汽车公司将向海陆空三个方向发展。信心和信念从一开始就流淌于奔驰品牌的血液中。

树无根不长，人无志不立。一家长期成长的全球性企业亦如此，必须在树根、树干、枝叶三个层次上，在不同时代的洪流中与对手展开竞争。这其中，枝叶代表着市场份额；树干代表着核心产品；根则代表着核心能力。很多看起来枝繁叶茂的企业，树干一断，立马枯萎。

树干和根始终在那里。

2024年是很多人心中的梦想清单榜首——G级越野车诞生45周年。除了全新纯电G级越野车外，G级越野车家族也将迎来全新G500、全新G63等车型的经典升级，与盟可睐(Moncler)共创的PROJECT MONDO G艺术车将于年内在华展出。

“为什么，才能成就什么”

在现代管理学之父彼得·德鲁克看来，长青企业在周期更迭中都做对了一件事情——首先，专注擅长的领域。其次，在该领域不断深耕。

“豪华”是奔驰的品牌基因和核心优势。作为汽车发明者，奔驰具有百年凝聚的豪华共识，奔驰的优势是对豪华的理解和积淀。对于竞争日趋复杂多变的豪华车市场，奔驰用行动践行了一个底层的商业逻辑：“守正用奇”——在坚守“正道”的基础上激发创新。

而新时代的豪华解读也在时代更迭中不断被这位汽车发明者阐述和表达。

在汽车安全层面，康林松强调三叉星徽代表着客户对奔驰的信任。奔驰要确保在汽车的AI时代，既有“中国速度”，也有谨慎态度。在决策、投资、挖掘技术潜力方面，要敏捷如初，秉承发明者精神。但在技术投放市场时，要更加深思熟虑，确保交付的功能是安全、成熟的。

资料显示，梅赛德斯-奔驰是率先获得L3级有条件自动驾驶商用许可的车企。但康林松强调，“这不仅是一个技术挑战，同时在决定作为一个车企去承担相关责任前，我们还需要通过一系列法律法规审核。”

目前随着智能化的发展，智能

“Stronger than time”无惧时间，是上述今年45岁大朋友的最新“心声”。在行业巨变之下，作为历史上延续时间最长的越野车型之一，我们的G朋友也用信心和信念给出了最好的答案。

就像那句“握好手中的方向盘”，奔驰要做的，始终是做好自己。基于中国客户在智能化数字化方面的前瞻需求，梅赛德斯-奔驰正积极投入本土研发和价值链布局；随着上海研发中心于4月迎来升级启用全新大楼，目前在华的研发团队已全面覆盖高级设计、智能互联、电动出行、自动驾驶、本土化和整车测试等各大领域，以“中国速度”打造“更懂中国”的产品和体验。

信心的背后是勇气，更是时代领航者的底气。梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会主席康林松(Ola Källenius)近期表示，“我们品牌的创始人戈特利布·戴姆勒和卡尔·奔驰既是汽车发明者，同时也是风险承担者。他们突破边界、无所畏惧。面对当前汽车行业的世纪转型，我们需要秉承这样的发明

者精神，一方面提高决策速度，另一方面也要放眼长远。如果只关注接下来几个季度的收益，都是不对的，因为现在正是开展长远投资的时候。我们已决定进行奔驰有史以来最高水平的投资，其中很大一部分会用于汽车智能化和人工智能技术。”

此外，全新MMA平台量产车将于2025年起在北京奔驰投产，其中纯电车型将采用全域800伏电气架构，MMA车型将搭载豪华品牌首个车端到云端的自研架构——MB.OS，实现车辆终身数字迭代和



进化。

打造生态也成为当前车企的必选项，奔驰持续推进“数实融合”的客户生态建设。聚合客户线上触点的Mercedes me APP已于6月焕新上线，官方社区“星友荟”升级入驻。截至目前，已有超800万中国用户创建了梅赛德斯-奔驰账户(Mercedes me ID)，畅享多个梅赛德斯-奔驰官方数字平台提供的数字化服务。

奔驰将开启年内规模最大的OTA升级，预计覆盖150万名老车主。

全教育模式。

厚度优于速度，厚土才能孕育苍天大树。起伏时代，踮起脚尖就能触及目标不再是易事，更多的是抱有信心、恒心的积极进取与向下深耕。因此，乱花渐欲迷人眼，“追求什么，成为什么。成为什么，方能成就什么”变得尤为重要。

荣格说：“当我们想到生命和文明那无尽的生长和衰落时，我们难以摆脱那种绝对的虚无感。然而，我也从未失去对永恒流动之中存有生命不息的感觉。我们看到的是花开，或者花落，但根茎永在。”

浮云，苍山，仿佛都与你我有关；奔驰与信心共奔驰。 广告

劳斯莱斯降价超百万？“降价风”吹向超豪华汽车

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“劳斯莱斯经销商降价111万元”“凯迪拉克只卖13万多

了”“宝马腰斩式大降价”“保时捷降价了”……随着“降价风”吹向豪华车，豪车品牌降价此起彼伏。

“现在宝马i3需要23万元才能落地，但可以有3年的免息贷款政策。”7月10日，宝马位于上海的一家4S店销售顾问向《中国

经营报》记者如是说道，“现在很多店已经没车了。”

记者实地走访获悉，在国内自主品牌冲高、“价格战”等多重

因素的影响下，豪华车品牌也放低姿态，降价求量。

“豪华车品牌的销量如果没有达到预期，就会导致库存增加，与

之相关的各项成本也会相应增加。”中国汽车流通协会专家委员会委员颜景辉直言，“最直接见效的就是降价促销。”

降价百万元或为噱头

在国内自主品牌冲击高端化、造车新势力快速崛起等多重因素的影响下，豪华车品牌的关注度不及以前。

对于劳斯莱斯经销商降价百万元的消息，记者以消费者的身份致电劳斯莱斯位于上海浦东的精品店，相关工作人员表示：“这个只是网上的(宣传)噱头，降价百万元的事情是没有的。”

“比前几年肯定是便宜了，但是没有优惠百万元那么夸张。”上述工作人员称，“劳斯莱斯每个车型的价格都不一样，价格越高的车型相应的优惠也就越多。现在720万元就可以购买原价780万元的库里南，60万元是现金优惠，再加上购置税、保险，整个落地价在800万元左右。”

记者也以消费者的身份致电劳斯莱斯位于上海浦西的门店，对于劳斯莱斯经销商降价百万元的消息，相关工作人员直言：“(网上消息)大概率是假的，如果是真的，要么是超长车龄的，一两年没卖出去的，要么是已经上过牌的。一般来说，(降价)百万元是不太可能的，哪怕是最低配置的库里南，现在的市场行情价都是超过650万元的，不可能有600万元以下的。”

浦西门店的工作人员同样告诉记者：“劳斯莱斯都是一车一价，650万元、660万元左右的最低配车型，基本都是没什么选装在内，加上购置税和保险，落地价也是会超过700万元的。”

对于网上盛传的保时捷降价的消息，上海浦东保时捷中心的工作人员告诉记者：“我们现在在Taycan和Macan的优惠幅度都很大，但因为保时捷每个车型的配



上海外高桥保时捷中心的销售顾问告诉记者，Taycan现在官方的购车政策是5年免息。

本报资料室/图

置都不一样，每辆车都是个性化配置，所以优惠幅度也是有一个区间的。”

此后，记者实地来到上海外高桥保时捷中心，该门店是国内最大、由保时捷直接参与运营管理的直营店。“Macan45万元的起售价是没有的。”销售顾问对网传消息予以否认。

“Taycan现在有5年免息的购车政策，再加上一些优惠，整个落地价在85万元左右。”上述销售顾问告诉记者，“这个优惠大概是在七五折，现在店里只有一辆白色的Taycan。”

对于网上所说的Taycan七折出售，上述销售顾问表示：“现在5年免息的政策是官方出的。如果做有利息的贷款，5年的贷款就会有5年的利息。”

此外，记者也致电上海普陀保时捷中心，相关工作人员告诉记者：“最近的优惠还是不错的，目前店内Taycan基础款的车型已经卖完了，Taycan 4S优惠后到手在110万元左右。”

对于豪华车品牌的降价，汽车分析师任万付直言：“一方面，在国内自主品牌冲击高端化、自动驾驶技术快速迭代、造车新势力快速崛起等多重因素的影响下，豪华车品牌的关注度不及以前。另一方面，现在消费者的购车欲望不是特别高，这就导致豪华车品牌的销量不佳，所以豪华车品牌的经销商面临的压力越来越大。”

“降价很多时候是经销商们发起的。”任万付表示，“豪华车品牌的厂商们还是保持了一定的克制。”

超豪华品牌在华的销量尴尬

降价短期能够提高销量和市场占有率为，但会影响品牌的形象。

推出购车优惠的背后，也折射出豪华车品牌在中国市场的表现难言乐观。相关数据显示，部分超豪华品牌从2023年开始就已经出现销量下滑。像兰博基尼2023年在中国市场的销量为845辆，同比下降16%；法拉利在中国市场的销量为1490辆，同比下滑4%。

进入2024年，情况并没有得到明显的改善。国机汽车股份有限公司发布的《2024年5月中国进口汽车市场月报》显示，今年1—5月，豪华品牌累计销量为244063辆，同比下滑9%；而超豪华品牌前5个月的累计销量仅为2208辆，相较于2023年的3418辆同比下滑高达35.4%。据微博认证为“中国汽车流通协会专家委员会成员”的“桑之未V”发布的数据显示，今年1—5月，玛莎拉蒂累计销量为681辆，同比下降69%；劳斯莱斯累计销量377辆，同比下降32.6%；宾利累计销量为1099辆，同比下降30.7%；迈凯伦累计销量为9辆，同比下降91.3%。

在巨大的市场竞争压力下，“降价风”也吹向了豪华车品牌和超豪华车品牌。对于行业现状，北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔告诉记者，国内豪华车的消费群体日益年轻化，他们对BBA(奔驰、宝马、奥迪)等传统的豪华车品牌没有那么钟情。“当竞争

环境激烈，市场销量表现不尽如人意的时候，豪华车品牌的降价也是一种不得已而为之的手段。”

“降价肯定会对豪华车品牌以往的形象造成影响，所以这种手段也是不可持续的。”张翔认为，在现在的市场环境下，消费者对价格的敏感度较高，一旦消费者中意的某款车型降价到自己可接受的范围，那么消费者购车的可能性就会大大增加。“降价虽是权宜之计，但在短期内也会对刺激销量起到不错的作用，车企也会根据销量的变化，灵活调整价格策略。”

张翔坦言：“汽车产业是规模经济的产业，如果车企的销量达不到一定的规模，这对企业的长期发展是非常不利的，库存压力大的话，最简单直接的方法就是降价求量，回笼资金。”

但降价并非长久之策。“豪华车品牌降价肯定是把双刃剑。降价短期能够提高销量和市场占有率为，但这种市场占有率为的提升，会影响品牌的形象。”颜景辉表示，“降价是出于市场竞争压力而出现的现象，虽然短期内不会消失，但长期来看，也不会成为常态。”

“相较于经济型层面的消费者而言，豪华车的目标客户群体对于价格的敏感度会低一些，但在现在的市场环境下，如果能够节省一些购车费用，豪华车的目标消费者也是期待

的。”颜景辉认为，豪华车品牌降价，这对品牌忠诚度非常高的消费者来说，还是很有吸引力的。

任万付也直言：“降价对豪华车品牌的形象会有比较大的影响。很多豪华车品牌的入门级车型或者是偏低端的车型价格，已经达到了原来普通车或者是B级车的水平。在这种情况下，厂商如果还想维持着高端的形象是非常困难的。但降价的模式肯定也是不可持续的。”

“终端的价格战不会是长期的行为。大幅度的降价，短期内可能对销量会有一定的刺激作用，但单纯地依靠降价去提升销量，这个作用也是有限的。在20万元—40万元、25万元—50万元的价格区间内，消费者的选择很多，市场竞争很激烈。”任万付解释道，“从长期来看，厂商们还是要通过产品的更新换代、技术的迭代升级，去保持企业的高端形象。”

促销背后是豪华车品牌在华市场的销量下滑，张翔表示，最主要的是它们新能源的转型表现不尽如人意。“相较于国内很多车企的All in 新能源，传统豪华车品牌的起步慢了，它们一开始转型并不是那么坚决，所以现在它们跟国内本土品牌有3—5年的发展差距。因此，国内本土品牌的市场份额在逐步提升，豪华车品牌的市场份额在下滑，这两者关系也很大。”

油电市场混战加剧 车企“以价换量”收效甚微

油电市场格局分化

本报记者 杨让晨 石英婧
上海报道

随着行业价格战趋于白热化，燃油车和新能源汽车驶入“混战”时代。

据乘联会日前发布的数据，今年上半年全国乘用车累计零售984.1万辆，同比增长3.3%，参照2023年上半年完成全年总销量43%的进度，今年全年有望突破2200万辆。

在同比增长之下，今年以来汽车行业“价格战”并未有所停歇。《中国经营报》记者注意到，今年上半年，先后多个汽车品牌打出降价牌，不过，燃油车和新能源车的“价格战”目前呈现出此消彼长的趋势。

据悉，在经历今年2—5月的大规模降价后，不少新能源汽车品牌在年中节点的优惠力度都较此前有所缩水，但相较新能源汽车，燃油车的优惠力度则越来越大。

多位业内人士在接受记者采访时表示，燃油车和新能源汽车的盈利能力最终都与销量挂钩，在当前的价格战趋势下，燃油车的盈利能力将日趋微薄，或许将有更大的折扣力度出现，尽管目前新能源汽车的价格优惠有所减小，但总体而言，汽车行业价格战短期内不会停止。

月16日结束了。”近日，上海市闵行区一家智己汽车门店的销售顾问对记者表示，智己L6旧的下定权益收回之后，新的下定权益优惠力度变小了。“目前新的下定权益是2000元定金抵扣17000元，之前是2000元抵扣22000元，相当于少了5000元。”

类似情况的还有哪吒汽车。上海市一家哪吒汽车门店的销售顾问对记者表示，目前哪吒L仅有5000元的金融贴息，此外还有几率较低的每周的直播间抽

奖19999元购车津贴。“除了这些就没有其他优惠了，实际到手的优惠大概刚好抵掉付保险的金额。”

而上海市一家岚图汽车门店的销售顾问则告诉记者，目前新上市的岚图free 318有限制的价格优惠政策，新车型的两个版本分别有9000元和1.9万元的优惠，“优惠至7月底”。

但相较于新能源汽车，燃油车在降价力度方面目前更加激进。乘联会数据显示，自主品牌燃油车

的综合促销幅度已经由年初的14.3%上涨至15.8%，豪华燃油车的促销力度持续增大至23.2%，合资燃油车的综合促销幅度也由年初的19.4%增加至22.5%。

对此，东风雪铁龙的销售顾问对记者表示，目前在售车型均有不小的优惠。“现在店里凡尔赛C5的官方指导价在14万元至19万元之间，但实际售价会更低一些。”上海市一家东风雪铁龙经销商的销售人员对记者表示，购买新车能够优惠超过2万元，如果用旧车置换还

能优惠得更多一些。

同时，上汽大众日前宣布旗下的帕萨特380、途观家族、凌度L等多款车型均开始限时优惠。其中凌度L2024款最低价11.19万元，朗逸2024款8.38万元起，活动时间截至今年7月31日。吉利汽车旗下多款燃油车型也在6月30日宣布降价。其中博越系车型置换加码补贴最高达到3.3万元，星越L系的置换加码补贴最高则达到了3.7万元。上述优惠时间同样截至7月31日。

食燃油车市场的局面仍将延续。

“今年价格战大概率会以降价促销和定位下探等多模式混合展开，新能源厂商会包装更多的权益优惠来稳定产品价格。”崔东树进一步表示，新能源消费新特征带来车企品牌裂变现象明显，随着新能源车各技术线路的细分市场逐步成熟，新车型极大地丰富了消费选择，产品供给的增加带来的同质化也会加剧竞争。

燃油车销量呈持续下滑趋势

据乘联会最新数据，今年上半年2024年新能源汽车零售量达到411.1万辆，同比增长33.1%。相比之下，常规燃油车零售量为573万辆，同比下降13%。

具体到各大车企，新能源汽车品牌成为今年上半年的销量赢家。据蔚来官方数据，6月，蔚来销量达到21209辆，同比增长98%，创下历史新高。在上半年，蔚来共交付新车87426辆，同比增长60.2%。

极氪在6月共交付20106辆新车，同比增长89%，环比增长8%，也再创历史新高。上半年极氪共交付87870辆，同比增长106%。

相比之下，燃油车品牌销量不太乐观，其中又以电动化转型步伐较慢的合资车企最为突出。

在业内人士看来，新能源汽车销量出现增长，是因为其拥有燃油车无法比拟的优势。里斯品类创新战略咨询中国区合伙人何松松

告诉记者，智能电动车品类全新的智能科技和驾驶体验是过去燃油车无法比拟的。“现在一辆20万元的智能电动车也能带来百万级燃油车都无法完全提供的驾驶体验，这也使得很多过去燃油车的保有车主提前产生了换购行为，带来了新的增量。”

惠誉评级亚太区企业评级董事杨菁在接受记者采访时则表示，今年新能源新车定价仍较为

激进，叠加新入局品牌如小米和新势力品牌的流量营销攻势，导致新能源车和燃油车需求走势进一步分化。“整体车市增长仍由新能源车驱动，燃油车销量将呈持续下滑趋势。”

崔东树也发文表示，尽管新能源汽车降价剧烈，但燃油车由于目前促销已经达到一定的底线，部分降价车型也没达到降价效果预期，因此新能源汽车内卷降价逐步蚕

车企下半年或进入蓄力期

在多位业内人士看来，汽车市场的价格战趋势并不会停止，随着步入下半年，车企或将进入蓄力期。

“今年价格竞争主要以新能源车企降低零售价、传统车企加大折扣的形式呈现。整体车市的价格竞争趋势不变，但形式上愈加多元化。”杨菁告诉记者，今年车企的营销竞争激化。一些新能源汽车品牌擅于利用流量营销、新媒体营销

等形式获取消费者关注度，使得传统车企处于相对被动的状态。

“随着车市增长的结构性分化，部分企业传统燃油车产能充裕，燃油车市场萎缩压力下的去库存特征明显，休高温假的时间较长，7月车市进入休整期。”乘联会

方面分析认为，上半年持续增强的大幅促销扰乱了车市正常的价格走势，终端价格修复需要一段时间

适应，加上二季度超强的促销力度对下半年购车客户的消费透支效应，7月以价换量的效果有可能减弱。车企结合上半年战果，也将对市场预期、产品结构及上市节奏进行优化调整，或将进入蓄力期。

在油电竞争加剧的当下，传统燃油车企应如何抉择？杨菁告诉记者，在新能源汽车与燃油车销量此消彼长的趋势下，传统主机厂很

经验基础，应当发挥优势长处。“如何将这些优势发挥在新能源车上是传统车企需要思考的问题。汽车产业强调规模和成本的相关性，因此不应该太在意短期的利润损失，如果为了满足单车毛利的需要而推出了没有竞争力的新能源产品，反而得不偿失。因为这无法阻挡其他品牌的新能源产品蚕食自身燃油车产品的份额。”

国内新能源汽车价格战加剧 自主品牌领跑市场

本报记者 陈靖斌 广州报道

随着国内汽车市场价格战愈演愈烈，自主品牌的新能源汽车逐渐替代了传统燃油车及合资品牌，成为了市场的主流。

《中国经营报》记者了解到，多家新能源车企相继公布了2024年上半年的销量和交付数据，展示出新能源汽车市场的火热态势。

全国乘用车市场信息联席会(以下简称“乘联会”)此前公布的数据显示，今年上半年的某些月份，新能源汽车的市场渗透率已超过50%。乘联会的具体数据显示，2024年6月，国内新能源乘用车的零售规模预计达到86万辆，环比增长6.9%，同比增长32.7%，渗透率预计将提升至49.1%。中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)预计，2024年全年新能源汽车销量将达到1150万辆，同比增长20%。

尽管新能源汽车销量已成为车企的重要增量点，但国内汽车价格战日益激烈，不少车企面临被市场淘汰的风险。尤其是部分合资车企，其销量出现了断崖式下滑，产能过剩问题也日益突出。

中央财经大学副教授刘春生指出，自主品牌在国内销量的增长确实在一定程度上抢占了部分传统燃油车品牌及外资品牌的市场份额。这种情况将使国内市场竞争更加激烈，迫使所有车企不断提升自身实力以应对市场竞争。同时，这也必将加速汽车行业的洗牌和整合，推动优胜劣汰，促进整个行业向更加健康、可持续的方向发展。

新能源车企销量表现亮眼

在国内汽车市场的内卷态势下，自主品牌新能源汽车逐渐替代了燃油车以及合资品牌，成为了国内汽车市场的主流。

2024年7月初，多家新能源车企陆续公布了上半年销量及交付数据，展示了各自的发展情况和市场表现。

比亚迪在最新公告中披露，公司6月份销售新能源车34.17万辆，其中纯电动汽车销量为14.52万辆，插电式混合动力汽车销量为19.50万辆。上半年，比亚迪累计销量达到161.30万辆，同比增长28.46%。具体来看，纯电动汽车销量为72.62万辆，同比增长17.73%；插电式混合动力车型销售88.10万辆，同比增长39.54%。

赛力斯在7月1日发布的公告中显示，2024年6月，赛力斯新能源汽车销量为44126辆，其中赛力斯汽车销量为41457辆，同比增长631.42%。2024年上半年，赛力斯累计销量为200949辆，同比增长348.55%；其中赛力斯汽车销售182602辆，同比增长608.83%。

同一天，小鹏汽车也公布了最新交付数据。2024年6月，小鹏汽车共交付新车10668辆，同比增长24%。

值得注意的是，多家新能源车企销量上涨的背后，是国内汽车市

24%，环比增长5%。其中，小鹏X9“九冠王”交付1687辆，上市半年累计交付13143辆，持续领跑纯电MPV和纯电三排座车型市场。2024年上半年，小鹏汽车累计交付新车52028辆，同比增长26%。

7月3日，长安汽车公布了6月份的产销快报。数据显示，2024年上半年，长安汽车累计销量为133.4051万辆，同比增长9.74%。其中，自主品牌销量112.1346万辆，同比增长9.88%；自主乘用车销量82.1934万辆，同比增长7.01%；自主品牌海外销量20.3207万辆，增幅74.85%；自主品牌新能源汽车销量29.9065万辆，增幅69.87%。

7月5日，广汽集团发布的产销快报显示，2024年6月全集团汽车销量为16.35万辆，环比增长4.5%。上半年，广汽集团累计出口汽车6.8万辆，同比增长190.2%。

其中，6月新能源车市场零售量

场价格战的激烈竞争。回顾上半年的车市，降价潮贯穿始终。乘联会秘书长崔东树指出，2024年的降价在3月和4月达到了高峰。2月份有29款车型降价，3月份有49款车型降价，4月份有54款车型降价。2—4月的降价车型数量达到了历史高位。

长安汽车副总裁孝飞也坦言，今年上半年汽车市场的关键词就是“卷”：产品、价格、服务和流量都在激烈竞争中。长安汽车公关部总经理米梦冬表示，作为主机厂，面对内部和外部的激烈竞争，压力巨大。

在国内汽车市场的内卷态势下，从乘联会发布的数据来看，自主品牌新能源汽车逐渐替代了燃油车以及合资品牌，成为了国内汽车市场的主流。乘联会的数据显示，6月全国乘用车市场零售176.7万辆，同比下降6.7%，环比增长3.2%。今年以来累计零售984.1万辆，同比增长3.3%，全年总销量有望突破2200万辆。

自主品牌在新能源领域的持续



车企打出“以旧换新”补贴抢占市场份额。

陈靖斌/摄影

发力，使其市场份额持续增长。6月，自主品牌零售量达到103万辆，同比增长10%，环比增长5%，国内零售份额达到58.5%，同比增长9.3%。上半年，自主品牌累计份额为57%，较去年同期增加7%。

反观合资品牌，尽管加快了电动化步伐，但实际效果并不显著。6月，主流合资品牌零售量为48万辆，同比下降27%，环比下滑1%。其中，德系、日系、美系的零售份额分别为18.6%、14.3%、6.3%，同比分别下降2.6%、3.5%、2.9%。

“以旧换新”助力自主品牌抢占市场

自主品牌品牌的销量增长与多地“真金白银”支持的汽车以旧换新政策密不可分。多家车企积极响应，推出了各种优惠措施，以抓住这一波以旧换新释放的市场红利。

自主品牌品牌的销量增长与多地“真金白银”支持的汽车以旧换新政策密不可分。当前，汽车以旧换新在全国各地热火朝天进行。自商务部等七部门联合印发《汽车以旧换新补贴实施细则》两个多月以来，据不完全统计，已有20多个省份出台了具体实施政策，车企也纷纷加码推出各类优惠。

汽车报废更新，即先将旧车报废注销再购新车。根据《汽车以旧换新补贴实施细则》，个人消费者在指定时间内报废国三及以下排放标准燃油乘用车或2018年4月30日前注册登记的新能源乘用车，并购买符合条件的新车，可以享受一次性定额补贴。具体补贴标准为：报废旧车并购买新能源乘用车，补贴1

万元；报废国三及以下排放标准燃油乘用车并购买2.0升及以下排量燃油乘用车，补贴7000元。

财政部数据显示，报废更新补贴年度资金总额近112亿元，由中央财政和地方政府按6:4比例共同承担，中央财政补贴金额已下达。各地也在积极响应，截至目前，已有20多个省份发布了报废更新地方实施政策。

广汽集团相关负责人向记者介绍，今年6月，广汽集团借助“6·18”“6·28”等节点推出了宠粉促销活动，助力全集团汽车销量达到16.35万辆，环比增长4.5%。

在自主品牌新能源市场份额提升的背景下，有车企也借此机遇提前公布了业绩情况。

长安汽车于7月10日晚间发布了2024年上半年业绩预告。经财务部门初步测算，预计上半年实现归母净利润25亿元至32亿元，同比减少58.19%至67.33%；扣非后净利润8亿元至15亿元，同比变动-35.58%至-20.79%，每股收益0.25元至0.32元。

对于净利润同比下降，长安汽车解释，主要原因是2023年第一季度并购深蓝汽车科技有限公司，原持有其股权按公允价值重新计量确认非经常性损益50.2亿元。2024年第二季度，公司预计归母净利润为13.4亿元至20.4亿元，实现同比和环比增长；扣非后净利润预计为6.9亿元至13.9亿元，亦同环比增长，这主要得益于公司品牌提升、产品结构优化、自主品牌盈利稳定以及合资业务盈利能力逐步改善。

长安汽车相关负责人亦向记者表示，从整体来看，二季度数据预期还是不错的。半年数据与去年相比，抛开去年有深蓝股权并购的特殊情况，整体表现还是相对稳定的。

三年累计亏损超180亿元

哪吒汽车销量掉队赴港上市融资

本报记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

在经历近一年半的销量低谷后，造车新势力哪吒汽车终于决定向港股IPO发起冲刺。

近日，哪吒汽车母公司合众新能源汽车股份有限公司向港交所主板递交上市申请。招股书显示，2021—2023年，哪吒汽车营收50.87亿元、130.50亿元和135.55亿元；净亏损48.40亿元、66.66亿元、68.67亿元，三年累计亏损达183.73亿元。

《中国经营报》记者注意到，在营收增速放缓以及持续亏损之下，高端化和出海仍是哪吒汽车选择的两条发展道路。根据灼识咨询报告，公司整体平均售价从2021年的7.1万元上升至2024年前4月的11.3万元。同时，根据上险量计，2023年哪吒汽车是东南亚新能源乘用车排名前三的品牌。

正因如此，哪吒汽车在招股书表示，公司将持续推出新车型并实行快速产品迭代，专注于售价较高的产品。同时，进一步拓展海外市场，根据每个海外市场的特点及客户需求定制产品、服务及策略，从而提升收入及盈利能力。

“哪吒汽车上市的难度相对较低，尤其是考虑到其在国际市场上的良好表现和新能源汽车行业的整体趋势。”盘古智库高级研究员江瀚认为，哪吒汽车真正的挑战在于如何有效利用募集资金，推动企业实现盈利。这要求哪吒汽车必须制定清晰的出海战略，包括优化成本结构、提升产品竞争力、增强品牌影响力、深化全球化布局等。

未来，哪吒汽车如何进一步推动高端化和出海战略？又将怎样减少亏损乃至实现盈利？对此，记者向哪吒汽车方面求证并发送了采访提纲，哪吒汽车相关负责人表示，目前公司处于上市缄默期，相关内容以招股书为准。

较为依赖外部资金

招股书显示，2021—2023年，哪吒汽车分别实现营收50.9亿元、130.5亿元和135.5亿元，与已上市的造车新势力相比处于低位；毛利润分别为-17.48亿元、-29.39亿元和-20.14亿元；净利润分别为-48.40亿元、-66.66亿元和-68.67亿元，三年累计亏损达183.73亿元。

哪吒汽车表示，整体毛利率之所以有所改善，主要是由于产品组合优化、更专注于平均售价

源汽车企业普遍面临的挑战。”江瀚认为，巨额亏损往往源于前期研发、生产设施建设和市场推广等方面的高投入，而收入尚未达到足以覆盖成本的程度。

另一方面，哪吒汽车毛利率虽有所改善但仍未转正。招股书显示，报告期内，哪吒汽车毛利率分别为-34.4%、-22.5%和-14.9%。

哪吒汽车表示，整体毛利率之所以有所改善，主要是由于产品组合优化、更专注于平均售价

增加的智能新能源汽车车型、国际销售增加以及通过成本控制措施而提高了成本效益。目前，正提升产量及交付量以实现规模经济。

这也导致哪吒汽车对外部资金较为依赖。2023年8月，哪吒汽车宣布已完成总额为70亿元人民币的Crossover轮融资，而这也被认为是IPO前的“过桥融资”。

2024年2月，香港特区政府与哪吒汽车签约，为其提供2亿港元

补贴，并协助基石轮投资2亿美元；4月，哪吒汽车又获得桐乡市国有资本投资运营有限公司、宜春市金合股权投资有限公司、南宁民生新能源产业投资合伙企业（有限合伙）三方国资不少于50亿元融资，三方将“协调相关资源，支持合众汽车尽快实现IPO”。

另据招股书披露，自2017年以来，合众汽车共完成10轮融资，融资总额达228.44亿元。其前五位的股东包括宜春实体、合众汽

车董事长方运舟及控制实体、南宁基金、华鼎资本和三六零安全等明星资本。

在江瀚看来，赴港上市为哪吒汽车提供了一个重要的资本补充渠道，可以缓解其财务压力，为其后续发展提供必要的资金支持。通过上市筹集的资金，哪吒汽车有望进一步扩大生产规模，提升技术研发能力，加强供应链管理和市场拓展，从而加速其实现盈利的步伐。

雅阁、天籁等传统中高级车型也因“价格战”进入这一竞争赛道。此外，试图高端化的哪吒汽车还将面对比亚迪、零跑汽车甚至是蔚来子品牌乐道汽车等的直接竞争。

销量的下滑也导致哪吒汽车遭遇现金流压力。招股书显示，截至2022年末，哪吒汽车账上现金为67.57亿元，短期借款余额为39.26亿元。但到了2023年末，短期借款余额为43.17亿元，账上现金却降至28.37亿元，难以覆盖短期借款。

场布局60个国家和地区，渠道数量超过300家。从原来的哪吒V一款产品，到年底将有5款车型在海外市场销售。“公司目标是，2024年海外市场占到总体营收的三分之一，近一两年内争取达到一半以上。”

“未来将持续大力发展战略合作、中东和非洲，并随后适时向欧洲拓展。香港作为哪吒全球总部、上海作为哪吒战略运营总部，全球化的管理架构协同推进海外征程。”对于出海规划，哪吒汽车在招股书中总结道。

销量低迷现金流承压

记者梳理发现，早在2020年7月，哪吒汽车就已启动C轮融资，计划2021年在科创板完成上市，但在科创板对企业“科技含量”审查的新政下，上市计划被迫中止；2021年11月，又有市场消息称，哪吒汽车正考虑在香港IPO，但最终并未有进一步的消息；2022—2023年，数次传出哪吒汽车IPO的消息，但均被公司快澄清。

“现在市场不好，上不上市意义不大。”2023年10月，哪吒汽车联合创始人、CEO张勇在谈及IPO进展

时表示，哪吒汽车2022年融资100亿元，2023年也有几十亿元的融资，目前账上有100多亿元资金，并不急于IPO。

而在销量方面，依靠低端车型冲量，2022年哪吒汽车成为造车新势力中的最大“黑马”，以15.2万辆拿下销量冠军。但随着开启品牌“冲高”进程，哪吒汽车在2023年遭遇“滑铁卢”，销量降至12.74万辆。

根据灼识咨询报告，哪吒汽车整体平均售价从2021年的约7.1万

元上升至2022年的约8.4万元，并在2023年达到约10.9万元，在2024年前4月进一步上升至约11.3万元。

直到目前，哪吒汽车的高端化之路也难言顺利。最新数据显示，2024年上半年，哪吒汽车累计交付35701辆，同比下滑35.6%，仅完成年度目标30万辆的12%。

值得注意的是，在2024年4月哪吒L上市后，哪吒汽车的销量勉强止住颓势，该车型上市一个多月订单便超过30000辆，这也让哪吒

汽车在5月和6月分别交出10113辆和10206辆的交付“成绩单”，时隔数月交付量再次破万。

对于销量下行，哪吒汽车在招股书中说明，由于哪吒汽车在此期间努力合理化及简化其国内生产能力及全球供应架构，以进一步推进其国际化举措，因此暂时影响了哪吒汽车的生产。

但这并非全部。业内人士告诉记者，售价为15万—25万元的汽车市场竞争尤为激烈，凯美瑞、

或谋“出海”破局

6月26日，哪吒汽车在非洲的首家旗舰店在肯尼亚首都内罗毕开业，这不仅是哪吒汽车的非洲首店，也是非洲右舵市场的造车新势力首店。无独有偶，5月31日，哪吒汽车在南美洲巴西举办了首场新闻发布会，按照规划旗下车型将在今年下半年正式登陆巴西市场。

招股书显示，2023年，哪吒汽车出口了17019辆新能源电动车，占其同年总销量的13.7%，并贡献了12.0%的收益。2024年1—5月，哪

吒汽车出口了16458辆，位列新势力车企出口量第一。相比于刚刚开拓的非洲和南美洲市场，哪吒汽车的出海“主力军”则在发展多年的东南亚。根据上险量计，2023年哪吒汽车是东南亚新能源乘用车排名前三的品牌。

“东南亚是一个很好的市场，温度适宜、充电不难。”张勇曾表示，早在2019年，哪吒汽车就开始规划右舵车，一定程度上领先于其他新能源车企，因此在海外市场有一定的先发优势。

2023年3月，哪吒汽车泰国生态智慧工厂在曼谷邦昌工业园奠基。该工厂是哪吒汽车右舵电动汽车以及出口到东盟国家的重要制造基地，也是其首个海外工厂。一年后，哪吒汽车宣布，泰国子公司获得泰国政府185项证书认证（位于保税区生产企业生产许可证），这意味着泰国生态智慧工厂将开始规模化生产。

记者了解到，在另一个东南亚重要国家——马来西亚，哪吒汽车也正在积极筹建其第三座海外工厂，并计划于2025年正式投产。对于海外市场的优势，张勇直言，海外市场毛利率要高于国内市场。2024年哪吒汽车计划在海外市场

自动驾驶商业化哨声吹响

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

一部法规和一家自动驾驶企业的“破圈”，揭开了自动驾驶技术商业化得到初步验证的面纱。

近日，由北京市经济和信息化局发布的《北京市自动驾驶汽车条例(征求意见稿)》(以下简称“《条例》”)，以及百度Apollo推出的自动驾驶出行服务平台——萝卜快跑，在舆论的相互影响下“火”了一把。

前者指出，要支持自动驾驶汽车用于城市公共电汽车客运、出租车客运(网约车)、汽车租赁等城市出行服务场景。后者则因无人驾驶技术已经渗透进老百姓的生活

而在社会层面引起广泛关注和讨论。据悉，目前已有400余辆萝卜快跑在武汉投入商业化运营，并且运营范围较广，涉及武昌区、汉阳区等多个区域。除了武汉外，萝卜快跑也已在北京、上海、广州、深圳、重庆、成都等城市开放运营。

7月11日，《中国经营报》记者在成都市高新区实地体验了萝卜快跑无人驾驶汽车，目前萝卜快跑正在免费面向公众开放无人驾驶体验活动。当日11时30分，记者在萝卜快跑微信小程序上完成下单，11时55分萝卜快跑到达站点，等待时长为25分钟。萝卜快跑在成都市还处在进行自动驾驶测试的阶段，车内主驾驶位上配

有安全员，但安全员在行车过程中除了在中控屏上进行了一两次操作外，全程无其他动作。萝卜快跑目前在成都只能在高新区部分限定区域内运行，而且试乘用户只能在其已设立的站点中选择起点和终点。

无人驾驶时代真的来到了吗？智能驾驶算法工程师杜光乾在采访中告诉记者，目前国内以萝卜快跑为例的走Robotaxi(无人驾驶出租车)模式的公司已经到了“该摘果子”的时候了。“它们已经在这个领域付出了很多年，投入了很多钱，现阶段这个技术路线也取得了一定的成果，这个成果是大家有目共睹的。而且，国家也给了它

们‘摘果子’的政策。不过，对于Robotaxi模式能否在短时间内在全国范围内遍地开花、快速铺开的问题，我认为还没有那么快。”杜光乾此前曾在华为旗下BU(华为智能汽车解决方案事业部)以及自动驾驶技术公司毫末智行任职。

相关法规的确立正在为自动驾驶的商业化落地提供“土壤”。国际智能运载科技协会秘书长张翔对记者表示，随着北京版《条例》的出台，我国自动驾驶行业又向前跨了一步。“北京市发布的《条例》是最具可操作性、最接近于现实的一个自动驾驶法规，同时也更为完善。北京积极引领政策制定有望发挥首都示范效应。”

自动驾驶进入大众视野

“一方面是国家政策在引导高阶自动驾驶的发展，另一方面是国内相关公司在这个方向上也砸了这么多年的钱做研发。”

前几年，自动驾驶行业的发展经历过几次波折，但随着自动驾驶商业化的逐渐落地，今年以来市场情绪有所提振，在社会层面引起了广泛的关注。

一方面，一些人对于新奇的无人驾驶汽车的心态是乐于接受；另一方面，一些人对于无人驾驶服务可能存在“抢饭碗”的情况怀有焦虑情绪。

武汉市一位多次体验萝卜快跑无人驾驶汽车的市民对记者表示：“我的感受是萝卜快跑整体很平稳，行车技术堪比经验丰富的老司机。响应很快，超车、变道流畅，能礼让三轮车、切入狭窄道路和进行倒车等操作。但有一个不太方便的地方是，它不像网约车一样是

司机到犄角旮旯来找你，而是需要你自己到指定的站点。”

作为一名资深的智能驾驶算法工程师，杜光乾告诉记者，他曾一年半的时间内对当时还有车内安全员的萝卜快跑进行了多次试乘体验，从体验的感受来说是“挺不错的”，即便遇到了修路、突发障碍物等复杂路况，无人驾驶汽车也能避让绕开。近期在武汉火热的萝卜快跑无人驾驶在远程依然存在安全员，正是当时他在北京试乘的版本的升级。

“萝卜快跑属于Robotaxi(无人驾驶出租车)这个范畴，Robotaxi的概念源自美国，早在2015年左右，Robotaxi概念就已经比较热了，其中以谷歌旗下无人驾驶公司Waymo为

典型代表。当包括Waymo在内的北美公司在自动驾驶上取得进展后，很多中国公司紧随其后跟入场。这些年来，Robotaxi模式遇到过多次挫折。最近，Robotaxi在国内火了起来，一方面是国家政策在引导高阶自动驾驶的发展，另一方面是国内相关公司在这个方向上也砸了这么多年的钱做研发。

从国内来看，无人驾驶汽车在划定的区域内已经能够在良好的状态下运行，因为在这些限定的区域内大家已经测试、调试过很多次了，那些常见的问题已经调试得差不多了，况且目前还有安全员在远程盯着，已经到了可以初步商业化运营的时候了。”杜光乾说道。

在无人驾驶出租车领域，萝卜快跑在行业内实现了领跑。记者

从萝卜快跑方面了解到，搭载百度Apollo第六代智能化系统解决方案的萝卜快跑第六代无人车，整车成本已相较于第五代车下降60%，价格来到20万元节点。萝卜快跑首批交付的第六代无人车已在武汉投入使用，年内在武汉完成千台无人车的部署。

“随着千台第六代无人车陆续投入使用，萝卜快跑的营收增长速度会更快，已非常接近盈亏平衡的临界点。萝卜快跑将成为全球首个实现商业化盈利的自动驾驶出行服务平台。”今年5月中旬，百度自动驾驶业务部总经理陈卓表示，公司设定的目标是，到2024年年底，萝卜快跑将在武汉实现收支平衡，并在2025年全面进入盈利期。

法规相继落地

在坚守安全底线的基础上，北京将为L3级及以上自动驾驶汽车市场主体提供清晰、透明、可预期的制度规范。

据新战略低速无人驾驶产业研究所不完全统计，2024年上半年，国内外无人驾驶领域公开近103起重要投融资，披露的融资总额近261亿元人民币(包括IPO募资)。从融资体量看，今年上半年披露的金额以亿元级居多，达亿元级的有47起，其中4起融资超10亿元。

“虽然今年行业投资更加理性、谨慎，增长放缓，但从落地情况来看，国家政策正在积极为企业打造更加开放的发展环境，提供更加精准的应用场景。”新战略低速无人驾驶产业研究所方面表示。

近日，《条例》的出现为自动驾驶在我国的落地添了“一把火”。记者注意到，《条例》指出支持自动驾驶汽车用于城市公共电汽车客

运、出租汽车客运(网约车)、汽车租赁等城市出行服务场景。

此外，《条例》还对数据的开放以及使用、通信网络、自动驾驶地图、基础设施运营、交通违法行为处理、事故现场处置、交通事故责任、行车安全、网络安全、保险保障等方面进行了规章制度设计。

北京市经济和信息化局相关负责人表示，北京将通过立法重点解决特定区域自动驾驶汽车创新活动面临的主要问题，在坚守安全底线的基础上，为L3级及以上自动驾驶汽车市场主体提供清晰、透明、可预期的制度规范。

光大证券首席分析师倪昱婧指出，《条例》是我国首次全面系统地支持自动驾驶发展的一则法规。它也将成为目前国内最为完

善的地方性自动驾驶法规，意味着我国高阶自动驾驶车辆上路向合法可迈进一步。

“北京是继深圳和杭州之后第三个将出台自动驾驶地方性法规的城市。与此前已有的法规相比，《条例》首次涵盖车端和路端、对上下游产业发展提供系统性支持，而此前的法规更侧重单车智能；首次明确支持自动驾驶汽车应用于网约车场景；首次简化异地企业申报制度，此前异地企业开展测试申请流程繁琐；首次提出为自动驾驶汽车领域新技术、新场景、新产品、新模式应用设立监管沙盒(即设定一个可以在其中测试产品的安全空间，不会因违反现有法规承担监管后果，最终根据测试结果判定给予正式的

监管权，在沙盒以外予以推广)；安全保障更加全面，明确企业投保种类、首次鼓励自动驾驶汽车企业与保险公司合作共同开发保险产品。”光大证券在研报中表示。

记者注意到，7月3日，工信部、公安部、自然资源部、住建部、交通运输部联合发布《关于公布智能网联汽车“车路云一体化”应用试点城市名单的通知》，确定20个城市为“车路云一体化”应用试点城市。

可以看到，从国家和政府层面来看，其推动自动驾驶、智能网联汽车发展的决心强烈。自动驾驶要实现规模化，需要技术的“种子”，需要资本的“化肥”，还需要政策和法规的“土壤”。相关法规的出台，为自动驾驶的商业化落地提供了有力保障。

加速商业化落地 日产、本田拟联合开发汽车操作系统

本报记者 陈茂利 北京报道

面对竞争对手在汽车操作系统领域雄心勃勃地投资，日产、本田正考虑“联手”打造汽车操作系统，以期在不断增长的全球电动汽车市场上取得更大的份额。

据《日本经济新闻》报道，近

日，日产和本田正寻求联合开发汽车操作系统，以降低研发成本。两家公司还考虑，加强充电基础设施合作，以提高在电动汽车领域的竞争力。

“新能源汽车下半场竞争是智能化，这是为什么包括本田和日产在内的传统车企急于开发车载操

作系统的原因。要么自研，要么与拥有车载操作系统厂商合作。选择后者，好处是节省大量的研发费用和时间，可以拿来就用，但代价是用户数据、系统生态、技术迭代等都不能掌握在自己手里。”“汽车新四化”产业研究者、知行韬略合伙人杨继刚在接受《中国经营报》

记者采访时指出。

汽车操作系统主要包括车控操作系统和车载操作系统两部分，前者负责汽车驾驶相关功能，目前正逐步向智能驾驶方向演变；后者用于人机交互和车载信息娱乐，正逐步向“第三生活空间”的智能座舱方向进化。

联合开发降低研发成本

早在今年3月，日产和本田便宣布签署谅解备忘录，就电动汽车业务展开全面合作，其中包括联合采购、共享电池和电机技术以及其他组件。彼时，日产与本田品牌同意开始一项可行性研究，探讨如何合作生产电动汽车或电动汽车零部件以及电动汽车相关软件等。

对于两家公司合作，业内普遍认为，联合开发将会降低研发成本，加速汽车操作系统商业化进程，获得协调效应带来的竞争优势，在智能电动车业务上更早实现盈利。

日产也在今年3月发布“The

Arc日产电弧计划”中提及，旨在通过构建智能合作伙伴关系、增强电驱动车型竞争力、差异化创新和拓展新的收入增长点，实现电驱动转型并确保长期的盈利增长。

尽管联合开发可以节省时间和降低研发投入，但有业内人士指出，由于两家公司在企业文化、管理风格和运营模式上存在差异，因此在技术和产品方面的整合可能会面临挑战。

杨继刚提出，传统车企开发汽车操作系统需要加强对车载操作系统的理解和认知。“诺基亚当年的塞班系统，还停留在‘能上网的电话’，

HONDA

NISSAN

日产、本田联合开发将降低汽车操作系统研发成本。

本报资料室/图

而不是苹果iOS与谷歌安卓系统所强调的‘能打电话的电脑’，二者存在天壤之别。本田和日产联合开发‘标准化’车载操作系统，需要瞄准

提升纯电车销量占比

“新兴企业非常积极进取，并且正在以令人难以置信的速度进军。”日产汽车总裁兼首席执行官内田诚曾如此评价包括特斯拉在内的一众新兴车企。

外部竞争正倒逼着日产、本田等传统车企加快向电动智能化转型。当前，日产、本田正面临来自包括特斯拉、比亚迪以及韩国汽车制造商带来的压力。特斯拉已经连续多年成为全球纯电动车企的销量冠军。比亚迪在2023年跻身年销300万辆阵营，理想、小鹏、蔚来等一众造车新势力发展势头凶猛。

积极应对外部竞争，两大车企在今年更新了电动化相关战略。

5月16日，本田围绕汽车电动化各项事业举措举行新闻发布会，探讨了包括电动化目标的推进思路、采购与生产结构改革、电动化产品线战略、财务战略等方面内容。

本田明确表示，到2040年计划实现纯电动车和燃料电池汽车全球销售占比100%的目标并未改变。要着眼于纯电动车的普及，从中长期的角度出发构建强

大的纯电动车品牌和事业基石。

本田汽车CEO三部敏宏表示，到2030年，本田将投资10万亿日元，努力向电动化转型。值得注意的是，这一数字是本田于2022年4月承诺的5万亿日元的两倍。届时，纯电动车和燃料电池汽车在全球范围内的销售占比将达到40%，纯电动车的年产量将达200万辆以上。

日产方面，在“The Arc日产电弧计划”中提出，2024财年至2030财年期间，日产汽车计划推出34款电驱化车型，覆盖所有细分市场。

到2026财年，日产汽车计划将全球电驱化车型占比提升至40%，并到2030财年提升至60%。

同时，到2030财年，将下一代纯电动车成本降低30%，实现纯电动车型与燃油车型的成本平价，提升纯电动汽车产品竞争力。

日产计划采用“家族化”的开发模式，在家族主要车型开发后，其后续车型的开发成本可降低50%，内外饰部件变化可减少70%，开发周期可缩短4个月。通过采用模块化制造，将缩短生产线，单车生产时间减少20%。

创始人配售减持背后：波司登的“冷”与“热”

本报记者 许礼清 北京报道

近日，波司登(03998.HK)创始人减持公司股份一事，引起了广泛关注。

根据波司登发布的公告，集团创始人、董事会主席及控股股东东高德康设立的信托间接全资拥有的盈新国际投资有限公司(以下简称“盈新国际”)已与配售代

理摩根大通订立大宗交易协议，拟按每股4.31港元的价格，配售4亿股公司股份，占公司已发行股份总数的约3.64%。

对于为何减持股份，波司登相关负责人告诉《中国经营报》记者，此次控股股东通过信托配售减持公司股份，旨在优化公司股权结构，释放公司股份市场流动性，并引入更多优质的境内外投

资者。

记者注意到，就在几天前，波司登刚刚发布了2023/2024年度业绩报告，其中，营业收入达到232.14亿元，同比增长38.4%；归属公司股东净利润30.74亿元，同比增长43.7%。香颂资本执行董事沈萌告诉记者，业绩表现好，既可以最大限度对冲创始人减持对市场情绪造成的影响，也能保证创始人减持收益的最大化。

而此次创始人减持也让外界将目光投向了波司登的业务。多位服装行业专业人士告诉记者，波司登过去几年处于快速发展的阶段，成绩有目共睹，但目前仍旧面临着不小的挑战，例如高端化以及寻求新增长点等。

套现超17亿港元

值得注意的是，创始人减持的消息一出，波司登的股价便出现了下跌。

记者注意到，配售价较前一交易日的收市价每股4.77港元折让了约15%。而若配售顺利完成，高德康的附属公司预计套现逾17亿港元。

对于此次创始人减持公司股份，波司登方面表示是为了“优化公司股权结构，释放公司股份市场流动性”。

记者注意到，从股权结构看，卖方盈新国际目前持有波司登约15.6%股份，配售完成后，持股比例将减少至11.96%；公司其他股东股份则将从32.43%提升至36.07%，在波司登方面看来，这将进一步释放公司股份市场流动性。

而对于所得款项用途，公告中提到，将用于卖方资金需求及慈善事业发展等。这一说法也得到了很多业内人士的赞同。鞋服行业专家马岗认为，公司目前发展比较稳健，适当做一些股权变动，更多应该是自身资金的需要。

但值得注意的是，创始人减持的消息一出，波司登的股价便出现了下跌。7月3日，波司登开盘一度

跌逾17%，收跌15.93%，市值蒸发超80亿港元。直到7月10日股价开始有所回升，7月12日以每股4.17港元开盘。

对于此次创始人高位套现所引发的股价波动，时尚产业独立分析师、上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄告诉记者，创始人因为一些自身的资金需求在高位套现很正常，尤其是卖出的股份不会影响公司的控制权。股价出现大波动还是源于投资者的一些焦虑。首先十几亿港元不是小数目，其次波司登目前虽然业绩表现不错，但是其高端化并没有完全成功落地，雪中飞在大众化赛道也面临着诸多竞争者，所以投资者会对波司登长期的发展有一些担忧和猜测。

不过，公告发布后，多家国际大行及机构相继发布研报，投下“信心票”，总体表示此次配售有助于提高市场流动性，波司登的基本增长前景依然稳固。

高盛表示，波司登的配售有助于提高市场流动性，预计其品类扩张、多元化产品供应，以及公司精

细化的门店管理和有效的成本控制等将支持FY25收益增长，重申买入评级，目标价为5.8港元。

花旗表示，对于波司登的配售，预计短期内市场存在负面情绪，但基本面没有变化。从根本上说，其预计波司登将凭借其在品类细分、全渠道敏捷性、供应链效率和数字化方面的增强能力，保持行业领先地位，给予其买入评级，目标价为5.45港元。

同时记者注意到，波司登公告中披露了卖方承诺，于大宗交易协议日期起至配售完成日期后一年止期间，其不会进一步出售本公司任何股本证券或公开宣布有意落实任何该等处置，即交易锁定期长达一年。据了解，配售锁定期通常为九十天。

波司登方面表示，一年的锁定期则不仅意味着对持股的承诺，更意味着波司登控股股东高度认可行业前景和公司未来发展，对公司长期稳定发展信心充足。

沈萌认为，此举也会尽可能减轻减持对市场情绪造成的冲击。



从业绩表现来看，目前波司登超过八成的业绩来源于羽绒服。

视觉中国/图

跨越“季节”寻增长

为了拓展夏季业务增量，记者注意到，波司登也在试图跨越“季节”，布局防晒衣业务。

就在几天前，波司登刚刚发布了2023/2024财年年报。数据显示，2023/2024财年，波司登集团营收为232.14亿元，同比增长38.4%，归属净利润稳步提升43.7%至约人民币30.7亿元。

不过，拆分来看，波司登的主要收入依然来自羽绒服业务。财报显示，2024财年波司登的品牌羽绒服业务收入为195.21亿元，占总营收的84.1%；贴牌加工管理业务营收26.70亿元，占比为11.5%；女装业务营收8.20亿元，占比为3.5%；以飒美特品牌校服为主的多元化服装业务营收2.03亿元，占比0.9%。

为了拓展夏季业务增量，记者注意到，波司登也在试图跨越“季节”，布局防晒衣业务。

记者从波司登方面获悉，2023/2024财年上半年，得益于防晒衣销量迅速提升，波司登品牌实现收入44.2亿元，同比增长25.5%。波司登首席财务官兼副总裁朱高峰曾提到，2023年“6·

18”期间，波司登在京东、天猫平台的GMV增长超过45%，抖音平台增速更高。

波司登执行董事兼执行总裁梅冬透露，该品类在2023年的销售已经达到5亿元，公司将加码防晒衣、冲锋衣等创新品类，防晒衣在2024年销售目标为10亿元。另外，波司登在今年3月新推出的单壳户外冲锋衣热销，公司决定在7月进一步加大对该品的投放力度。

马岗表示，波司登防晒衣、冲锋衣这些品类的热销，是品牌溢价能力的表现，本质还是品牌竞争力变强了，所以消费者更乐意选择这个品牌的创新品类，给创新品牌更多的机会。

在营销层面，波司登也在不断加码。例如2024年4月，波司登亮相北京国际电影节“电影与时尚单元”，举办防晒衣大秀，在深圳、杭州开设防晒衣快闪店，同时波司登品牌代言人杨紫身穿防晒衣的海报登陆各大社交平台，而在一些波司登门店，防晒衣也

是重点陈列对象。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪告诉记者，跨界做防晒衣可以帮助波司登扩大产品线，增加收入来源，降低对单一产品的依赖。而且季节性因素对波司登的业务影响较大。如何在淡季保持稳定的销售和盈利，是波司登需要解决的重要问题。而做防晒衣也有助于波司登提升品牌影响力，通过多元化产品满足不同消费者的需求，增强品牌的市场竞争力。

不过，在防晒衣市场，波司登面临的竞争也非常激烈。除波司登外，目前入局的玩家包括专业防晒品牌，如蕉下、Ohsunny，专注于防晒产品的研发和销售；户外运动品牌，包括迪卡侬、探路者、李宁、安踏、特步等，利用自身在户外或运动领域的经验，推出防晒产品；还有快时尚品牌，如优衣库、UR、太平鸟等，在产品中结合时尚元素；其余还有一众中小厂商，在该赛道布局。

下转 D3

中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL

提质增效 低碳绿色发展



扫码了解更多

一票难求：博物馆消费风潮起

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

暑期来临，全国各地的热门博物馆再现“一票难求”盛况。

《中国经营报》记者留意到，应广大网友呼吁“博物馆能不能晚点下班”，近日，国家文物局发

布的《关于做好2024年暑期博物馆开放服务工作的通知》明确提到，重点场馆、热门场馆可根据实际情况，通过适当延长开放时间及其他方式，更大限度满足公众参观需求。

实际上，延长博物馆开放时

间，不仅能够提升相关文旅消费的广度和深度，还有利于进一步促进夜经济。

中国城市发展研究院农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅表示：“博物馆作为城市文化地标，其延时开放将有效延长游客

在当地的停留时间，带动周边餐饮、住宿、文创产品等相关消费，从而进一步助推夜经济的发展。博物馆夜场的开设，不仅丰富了夜间文化消费场景，还激发了城市夜间的文化活力，为城市经济带来新的增长点。”

旅游中的优先选择

同程旅行发布的《2024暑期旅游消费趋势报告》显示，各地重点博物馆是今年暑期旅游热点。

“Citywalk一整天就怕中暑，中间逛个博物馆刚刚好。”雅星这样计划她的北京之旅。

像雅星这样想的游客并不少，此前，据环球网报道，炎炎烈日下，卢浮宫博物馆、凯·布朗利博物馆、巴黎大堂购物中心等地靠“塞纳河空调”制冷，成为巴黎市民及外来游客青睐的避暑地。多位采访对象表示，由于今年夏天热门旅游地气温较高，博物馆、美术馆、艺术商圈这类的“避暑地”成为旅游计划中的优先选择。

记者注意到，近期，中央美术学院教授黄永玉的晚年新作在中国美术馆展出，前来打卡的游客从安检处排到了地铁口。其中，来自意大利的14岁男孩Luciano说：“通过这里或许可以更深入地感受到中国的文化艺术。”

与此同时，同程旅行发布的《2024暑期旅游消费趋势报告》显示，各地重点博物馆是今年暑期旅游热点，故宫博物院、陕西历史博物馆等“一约难求”。但记者注意到，这股热潮并非今年才出现，2023年公布的数据显示，全国博物馆总数达6565家，免费开放率超过90%，多地博物馆接待量不断创历史新高。

艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅指出，随着文化消费能力的提升，大众对博物馆所承载的历史文化价值展现出更为浓厚的兴趣和更深的认同感，博物馆逐渐成为热门旅游目的地。同时，文化自信的增强以及“博物馆+”多种模式的开发，使博物馆研学游、博物馆亲子游等旅游业态兴起。

随着博物馆热度的升高，餐饮、文创等相关消费也不断涌



各地游客前往河南洛阳博物馆参观。

视觉中国/图

现。比如“一博一咖”已成为常态，即咖啡馆成为多数博物馆的标配，里面一般售有馆内特色的咖啡和甜点。通常博物馆会在出口处设立文创产品售卖区域，还有一些博物馆会单独设立餐饮服务区，通过饮料、食品售卖机等为观众提供汉堡、简餐等。

此外，记者留意到，当博物馆打响品牌声量后，相关衍生消费业态亦有所延展，打破当地博物馆的地理位置限制。比如“故宫角楼咖啡”的第一间直营店位于神武门后门外，游客不用进入故宫也可以消费；前门大栅栏地界有一间名为“角楼咖啡”的门店；亚运村也有一家涵盖餐饮消费的“紫禁下午茶”门店。

值得注意的是，商标作为知识产权的一种重要形式，成为故

宫IP打造的关键元素之一。通过天眼查数据新闻实验室的统计，截至2020年年底，故宫博物院及其对外投资企业共申请了大量文字商标，其中，近76%的商标是在2015—2020年内申请的。

记者注意到，早期，故宫商标主要与“紫禁城”“故宫”等关键词相关，而近年来的商标则呈现出更加活泼、创新的特点，如“我喜欢这宫里的世界”“紫禁御喵房”等。记者通过天眼查查询到，北京故宫文化传播有限公司在知识产权方面有813项信息，其中“紫禁下午茶 THE FORBIDDEN CITY CUISINE”的申请时间为去年8月，目前显示商标无效。

事实上，快消企业与博物馆之间的IP联名或博弈并不少见。

5月27日，必胜客官方微博发布宣传文章称，购买某套餐可获“好运拿捏挂件”或“王老吉拿捏主题定制罐”。然而，该毛绒挂件胖手捏物的外观设计及“拿捏”宣传字眼，遭到众多网友质疑，被指抄袭甘肃省博物馆文创产品“拿捏·胖手毛绒玩具”及相关宣传。

5月30日，甘肃省博物馆发布声明，要求立即停止涉嫌侵权行为。

业内相关专家曾向记者表示，当下国内对博物馆文创产业的开发尚在初期，产业规划和管理制度模式等尚不成熟。开发文创产品过程中出现的文创产品著作权不清晰、文创产品被伪造冒等知识产权问题愈发严重，应该借鉴发达国家的先进经验，助推我国博物馆文创产业的发展。

“遍地开花”促消费

记者观察到，随着公众参观需求剧增，许多博物馆也出现游览路线拥挤、“黄牛”倒卖门票、有偿带团讲解等行为。

相关数据显示，“十三五”以来，我国平均每两天新增一家博物馆，达到平均25万人拥有一家博物馆。近年来，不少博物馆通过研学、文创等方式打造多业态，取得了显著成效。

近日，国家发展改革委及其他相关部门印发了《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》，进一步培育和壮大消费新增长点，促进消费稳定增长。其中提到，培育文旅体育消费新场景开展数字赋能文旅场景建设行动，积极发展数字艺术、沉浸式体验等新业态；挖掘中华老字号和非物质文化遗产消费潜能。

多位业内专家指出，在文旅产业成为拉动城市甚至国家发展新引擎的背景下，应该延伸博物馆的产业链、利用博物馆热度来赋能其他产业，从而拉动消费和生产双增长。

北京通州旅游行业协会秘书长杜山川建议：“首先，加强博物馆与旅游、教育、文创等产业的跨界融合，开发主题旅游线路、研学课程和文创产品，形成多元化的消费场景；其次，利用数字化技术提升博物馆的展示效果和服务水平，如开展线上展览、虚拟现实体验等，吸引更多远程游客和年轻群体；此外还可以举办各类文化活动和节庆活动，如夜游活动、主题讲座、文化沙龙等，增强游客的参与感和体验感，进而促进消费。”

袁帅则认为，应该深入挖掘博物馆的文化内涵和特色资源，打造差异化、个性化的文创产品和体验项目，加强与科技、教育等产业的深度融合，利用数字化、虚拟现实等先进技术提升展览和活动的互动性和体验感。

在张毅看来，结合VR、AR、虚拟数字人等展现博物馆，能够进一步帮助人工智能的研究找到落地场景。“通过探索年轻人的兴趣和生活方式，将传统文化元素和现代时尚元素有效结合，也许会形成未来消费的新趋势，对商业品牌来说或可提前布局。”

值得一提的是，据同程旅行相关负责人透露，夜间旅行成为游客夏日出门的热门选择，“从平台搜索及产品预订数据看，旅游演艺、景区夜游以及文化街区的夜游等人气较高。热门夜游项目有一些共同的特点和创新体验，首先是内容和形式的同步升级，在引入全新的光、电及展演形式的同时，更加突出本地的文化特色，内容体验优于形式体验；其次是业态的融合，将市集、特色餐饮、演艺等夜游形态融入到相对较大的街区空间内呈现，营造沉浸式的夜游体验，在场景打造方面充分考虑到了年轻群体对于‘打卡’‘出片儿’的刚需。”

据悉，7月5日—8月31日，上海市有45家博物馆于暑期周末晚间开展各类“博物馆奇妙夜”活动。上海市历史博物馆工作人员告诉记者，这个活动不仅增加了博物馆的开放时间，也让博物馆周边成为国际消费季的重要一环。

杜山川认为，延长博物馆开放时间、开发夜间参观项目或可提高游客满意度，在塑造城市形象的同时亦能够点亮夜经济、激发消费新活力，带动周边餐饮、零售、住宿等行业消费。但博物馆的运营和服务升级也意味着成本的增加，因此对博物馆的创新管理提出了新要求。

记者观察到，随着公众参观需求剧增，许多博物馆也出现游览路线拥挤、“黄牛”倒卖门票、有偿带团讲解等行为。

游客小徐告诉记者，自己手动预约某博物馆的门票却一直抢不到，然而找“黄牛”加价50块钱后就抢到了。

记者走访了解到，博物馆、美术馆等场馆空间未有面向60岁以上老人的现场预约名额，这意味着，如果老人自己不会操作、没有他人帮忙预约，抵达博物馆后只能“扑空”。虽然北京、上海等地在6月宣布“取消景区预约”，但对火爆的博物馆来说，如何平衡空间和名额、对社会特殊群体关怀等方面，是值得考量的问题。

胖东来“坚持不上市” 利润分配引争议

大部分收益分配给员工

本报记者 刘旺
北京报道

关于胖东来的话题又一次引发各界热议。

近日，有企业家在一档交流节目中提到胖东来公司为什么不上市，提出“如果说的是真的，比如说95%的利润给员工，那么胖东来就不具备上市条件；如果一件羽绒服只赚几毛钱，这是公众公司不能接受的”等观点，这些观点也引发争议。

《中国经营报》记者注意到，在上述交流节目中，关于胖东来最多的话题是关于“利润分配”。目前外界对胖东来的利润分配说法不一，但每一种说法都在表明胖东来在员工福利上的重视。

而上市问题，对于胖东来来说也是老生常谈，胖东来董事长于东来也曾公开对外回应，目前无意推进公司上市。

目前无意推进公司上市

在探讨企业的上市能力时，不应该仅仅局限在某一产品所赚的差价和为员工带来多少福利。其经营模式及可持续性或许更值得关注。

在上述企业家的观点中，除了利润分配的问题，还认为胖东来的盈利模式也并不支持其上市，“如果一件羽绒服只赚几毛钱，这是公众公司不能接受的。”

这种说法源于2023年年底，有消费者发现胖东来销售的羽绒服，

胖东来对员工福利的重视。甚至胖东来将提高员工福利推广到了其他超市，在“爆改”步步高门店过程中，员工最低工资标准提高至4000元以上；在对永辉超市的改造中，员工工资从2500元提升至4500元。

在实战派特许经营专家李维华看来，“宠员工”正是胖东来的流量和盈利密码之一。

李维华举例，比如“提前4小时下班”“10天不开心假”“安排员工出国游”“请假必须批”“高额的委屈奖”“周二闭店”“每周单休”“全年休假87天”“30天带薪年假”“下班以后不允许打工作电话”“不许加班”等其他企业极少能有的福利频繁刷屏。甚至，对于招聘没应聘上的人，胖东来也

会发200元的路费补贴。

在零售行业专家胡春才看来，

胖东来员工福利的基本原理在于通过高工资、高福利可以在许昌挑

选到最优秀的人。这是胖东来成功的核心秘诀之一。

德隆、洛阳大张等三家零售企业组成一个地方商业联盟，其中重点是“四方联采”，即集合四家企业的订单需求，组团向上游采购环节压价。胖东来很多商品的采购价格也因此同比压缩了30%—50%。

此外，胖东来也在自建直采体系和物流中心，曾有调研称，胖东来在生鲜熟食品类的自采率超过六成。

因上述种种，在给外界展示低价、优质的企业形象的同时，

胖东来的毛利率也得以保障。据一位胖东来前高管透露，胖东来超市在2020年的平均毛利率约为30%。

实际上，关于上市的问题，于东来曾公开回应，称其目前无意推进公司上市，原因在于他认为企业当前的实力尚不足以支撑上市后的运营压力，且他本人认为上市主要目的是盈利，并非出于承担更大社会责任的考量，这或许会让企业运营变得过于劳累。



河南许昌胖东来天使城的超市蔬菜专柜。

视觉中国/图

1. 探索

流量生意的本质

2010年,谢如栋创办了遥望科技,主营网络广告代理。2018年12月,遥望科技与主营女鞋业务的星期六股份有限公司进行资产重组,从而登陆深交所。直到此时,遥望科技与直播带货还毫无关联。但是,谢如栋与团队逐渐明确了两个思路:首先,不想再做乙方,而网络广告代理业务是纯粹的乙方业务;其次,要看清行业风口与趋势,过去做网址导航、微信公众号广告代理、手游广告代理,都是赶上了行业爆发期,而且政策对手游行业的影响也越来越大(2018年3—12月手游版号停发)。

随着快手和抖音的迅速崛起,全网流量向短视频平台聚集。2018年11月5日,电商平台“双11”活动已经开启,谢如栋在浏览快手时,看到一个拥有2000多万粉丝的快手头部达人“散打哥”,举办了一场大型的直播卖货活动,“散打哥”还邀请了很多快手网红达人发视频,帮他拉人气,短短几个小时销售额达到1亿元。“流量的尽头是带货”,直播电商兴起成为近年来最为重要的商业现象之一。

谢如栋认为,遥望科技过去一直做广告代理生意,其实是帮客户运营流量。流量生意的本质就是寻找流量ROI(投资回报率)效果更好的业务,高ROI的流量生意开始时一定在“无人区”或说是“新领域”,“散打哥”的直播卖货证明直播电商是一个极具潜力的流量变现业务。

5天时间,谢如栋一方面依靠人脉积累从淘宝找到一批货源,一方面指导团队从快手联系了20多个拥有较多粉丝量的达人,试水带货直播。这些达人并没有直播带货经验,有的去模仿薇娅和李佳琦,有的依然走快手熟悉的“老铁风”:“又喊又叫”“吆喝中带一些娱乐的成分”。遥望科技为达人们提供场地、货源,提供用几个通宵赶出来的进

销存系统,以相对“原生态”的状态,在2018年“双11”进行了第一场直播卖货。第一次尝试的销售数据并不理想,除去给网红酬劳这些费用,实际是亏钱的。

但谢如栋看到的却是另外一番景象:首先,整个链路是打通的。直播带货是“人货场”相对新颖的一种新组合,消费者是有的,转化率可以通过运营去改善。其次,如此“粗犷”的所谓草根都可以做成,正规军肯定会做得更好。之所以没有立刻就做好,说明这事有门槛,适合企业长期进行,从而构建壁垒。

从2018年“双11”的初次尝试,到2019年4月,遥望科技团队都在寻找感觉,但难以破局。2019年4月初,谢如栋在一次高管头脑风暴会议上表示,公司需要有自己的IP,明星是最合适的。此时的遥望科技与艺人经纪毫不沾边,但谢如栋敢想敢干,很快联系到了王祖蓝的经纪人,详细沟通解答后顺利签约。

当年4月27日,在“王者归来无可阻拦”的主题下,王祖蓝与妻子李亚男在快手开启直播带货。这是全网首场明星艺人直播带货,王祖蓝的人气、陈小春的助力、全网多位大网红为直播导流,加上遥望科技几个月积累下来的现场运营能力,这场直播展现了“正规军”的操盘能力。

简单说,这场直播带货的规模和制作堪比一台综艺晚会。王祖蓝的“王者归来”获得了快手官方的力推,众多网红为了“与明星同行”也不遗余力帮忙扩大活动影响,直播现场同时在线人数超过120万,一款面膜12分钟成交10万件,总计7款商品实现千万元销售额。有媒体统计,王祖蓝仅打赏收入就达数百万元。直播过后,快手官方牵头,为遥望科技和王祖蓝组织了一次货品“招商会”。

“整个局面实现了逆转。”遥望科技开始初步感受到明星直播带货的逻辑。第一,明星自带流量和信任度加成,这在直播带货早期有天然优势。第二,明星可以帮助企业吸引供货商。品牌方将明星带货看成广告与营销投放,可以给予突破性的优惠(体现为难以简单对比价格的货品及赠品组合,行内称为“机制”)。第三,品牌方看似亏本,但可以靠直播带货吸引大量的渠道经销商,自然可以获得更多收入与利润。

然而,签下明星做直播带货,并非万能灵药。遥望科技组织的第二场王祖蓝快手直播带货,销量就远不如第一场。究其原因,在明星层面,王祖蓝并不专职直播带货,还有很多其他演艺工作,而带货需要花

“直播电商第一股”的成长密码

编者按 杭州遥望网络科技有限公司(002291.SZ,以下简称“遥望科技”或“遥望”)作为“直播电商第一股”,从2018年跨界进入直播电商,2019年签约王祖蓝引领明星带货潮流,到培养成就瑜大公子、李宣卓等素人主播为“带货王”,再到签约上百位明星艺人,直播带货销售额进入百亿俱乐部……短短几年,就成为直播电商的头部企业。

遥望科技不但全程站在风口之上,本身也成为风的一部分。当下遥望科技则窥见行业趋势布局线下,以新思路打造新业态。客观地讲,因为格外明显的马太效应,把握住直播带货这一风口的企业少之又少。其中遥望科技又是少有的“非顶流个人IP为主导”的头部企业,其发展过程有哪些独到之处?又能给行业和企业带来哪些有益的借鉴和参考?



直播带货兴起。图为今年全国糖酒商品交易会上,加拿大驻华大使在直播带货。

3. 模式

标准化与中台化

“站上风口”之后,各类资源开始向遥望科技靠拢。随着更多演艺界明星理解与接受直播带货,贾乃亮、娄艺潇、张柏芝、黄奕、倪虹洁等演艺明星先后与遥望科技签约,尝试直播带货。瑜大公子、李宣卓等头部主播也开始带徒弟,形成达人矩阵。供应链方面,大量品牌主动找过来,每天都有洽谈合作的会议,21层楼的遥望科技总部时常灯火通明,每层都有明星在直播带货。

如何赋能中小主播?遥望科技认为,中小主播面临两大难题。其一是卖货的样品问题。对于每个月一两万元收入的主播而言,再花钱去拿各种货的样品,将大幅降低其收入。样品费用是其“固定成本”,相对于不高的收入,固定成本占比太高。“可能一家人干直播带货,很忙很累,最后算账不如去上班,那就会流失主播”。其二是怎么卖的问题。“我们最开始以为样品和商务对接是最大的困难,但很快发现,相对于我们结合声光电、服务化等,包含各种策略与运营的‘小综艺’带货,中小主播也并不真懂得‘怎么卖’。而改变这些则需要很大的投资。”

疫情期间的经历提供了破局的线索。疫情期间,很多商场主动找遥望科技合作,希望通过直播带货的形式来尝试解困。“我们发现直播场景是真实的商场时,销量迅速提高,而如果以坪效概念来计算,是传统商场的几十乃至上百倍……其实原本写字楼内搭场景做直播也可以,但层高太矮,效果不好,很多人都在外面租场地。”

在当地政府的支持下,遥望科技将位于杭州临平地区的一座商场进行了彻底改造,打造成“遥望X27主题公园”——简单而言,“做直播带货的遥望科技,开了一个线下商场”。这种反差的背后,谢如栋有着一整套思考与逻辑。

从业态上,遥望负责整个商场的装修,自主设计主题与风格,统一声光电与数字系统,便于直播带货,“大投入大产出”。X27拥有各种品牌的店铺、各种精美的装修、各种好玩的场景,对消费者是一个好看好玩的网红打卡地;对主播而言则是直播乐园,直接看得到货,不用找货源,遥望还提供全套系统、能力、策略、场地、设备的支持。店铺里全都打通玻璃隔断,布置好便于直播的灯光、场景。这个商场24小时营业,因为24小时都有店铺在直播带货。商场和顾客在某种意义上,形成直播间的大场景。

对遥望科技而言,可以通过建设X27积累更高的壁垒,未来有望复制此模式,既改造传统商业,把商场重做一遍,也会通过营销与销售形成新的供应链形态,这是一次新的转型,也将形成新的风口。

对政府而言,既能盘活商业地产,促进中小主播就业,也能带动特色产品销售、促进消费、激发城市活力。

由此,X27的运营形成了独特的模式:基于遥望科技的直播带货能力,线上的转化率会高于其他机构。而X27的场景也让遥望直播带货具备更大的优势,同时外部主播会愿意来使用这个场景,自然也要卖遥望的货,从而形成遥望独特的竞争优势。

2. 转型

培养素人主播

谢如栋团队研究了素人主播在直播带货上的特点。相对于明星带货,素人主播的优势是,素人主播全职,公司投入资金采购流量、增长粉丝,账号可控。劣势也很明显,从零开始,千军万马过独木桥,除了真金白银的投入外,还需要时机与运气。

2019年7月底开始,遥望科技直播电商团队开始招聘素人主播。普通话标准、颜值在线、配合度高,团队按图索骥寻找具备一定潜质的素人主播,然后以“赛马机制”选人。投入几千元为一场直播引流,看看效果。有的主播投入2万元流量费用,就可以实现10万元毛利,算是比较好的投入产出比。

2019年9月,遥望科技未来的“双子星”开始浮出水面。

“瑜大公子”本名周瑜,此前多年从事商务礼仪培训工作,作为主播其风格类似李佳琦,以美妆品类为主,逐渐涵盖全品类。亲和力、对产品卖点的把握与展示,直播时的即时互动与控场节奏,遥望科技团队运营能力的不断提高……各种因素叠加,瑜大公子直播带货的销量,伴随粉丝积累而不断攀升,2019年9月底,其一场直播销量可上千万元,10月底已经达到3000多万元。

另一素人主播“李宣卓”,曾在事业单位工作,后经营过火锅店,做过驻唱歌手之类职业。成为主播后,李宣卓逐步调整专长品类,直到

成为“快手酒仙”,专注酒水品类,截至2019年年底,其直播带货的酒水类商品累计超过5000万元交易额。

与此同时,遥望科技也没有放弃明星的流量。2019年12月底,团队邀请了演艺明星王耀庆进行直播带货,最终实现超500万元的销售额。王祖蓝也在当年10月份继续在快手直播带货,每场直播仅有一个多小时,就能带来几百万元销售额,他还帮助瑜大公子带量与成长,相互“助播”。明星闪耀、双子星成长、团队在不断调整中摸索,模式在反复验证中确认。

进入2020年,即遥望科技进入直播带货行业一整年后,公司旗下账号销量开始逐步攀升。

2020年6月,在快手首次明确电商促销主题推进的“616品质购物节”上,瑜大公子实现5200万元销售额。紧随其后,快手上线“小店通”产品。简单而言,此前快手平台流量以私域粉丝为主,账号涨粉手段有限,“想花钱买流量但效率不高”。“小店通”这个产品可以让电商类账号直接花钱买到精准的公域流量,相当于快手平台的电商账号一脚跨入了流量红利期。

由此,遥望科技以“大投入大产出”的方式直接迎来业务爆发。2020年11月5日,快手推出“116购物狂欢节”,既有与江苏卫视联合打造的“一千零一夜”联欢晚会实现破圈,又有超级补贴+明星天团助力直播,还有“小店通”类产品打通全平台电商流量。遥望科技在这一势头下,以“大投入大产出”的策略,配合逐渐完善的运营能力,让瑜大公子单场直播销售额达到惊人的3.68亿元,一战跻身全网顶流。瑜大公子从2020年初的百万元级带货成绩,到6月份的500万元,再到11月单场的3.68亿元,11月带货销量超7.12亿元,呈现几何级爆发态势。

而李宣卓此时也已经成为快手酒水类头部主播,“116购物狂欢节”单场带货7420万元。明星王耀庆11月4日单场直播销售额破3000万元……遥望科技整个“双11”直播电商实现销售额13.22亿元。入局两年,从外行到顶流,遥望科技彻底转型为直播电商头部企业。

遥望科技的直播带货团队,也从最开始的十几个人,发展到数百人规模。组织架构方面,遥望科技此时采用工作室模式,头部主播有固定的十几个员工与其合作,这种相对独立的工作室模式有利于彼此的熟悉和快速的运营与调整。在工作室背后,招商团队有超过60名员工,分为美妆组、服饰组、食品组、综合组等,招商完成后,货品需要经过排播中心、品控中心、主播工作室等流程的筛选,才能够最终进入直播间。再加上流量投放团队30余人,客服团队100余人,及人事、行政、市场、公关等部门……用户看到的

是一个镜头、一个主播,而现场至少有10余人团队在调度和运营,背后至少有数百人在支撑每一场直播。

在实时、生动、专业,充满综艺感、娱乐感、又带有偶像感、陪伴感的氛围下,头部主播逐渐成为一个标志,标志着最好的货品机制、最好的消费保障、最透彻的卖点解读,标志着“买吧,不会错。买吧,手慢无”。这是行业资源越来越向头部主播集中的原因。前台主播直播一场数个小时,汗如雨下,还要提前用数倍的时间去了解产品和彩排走场。每一个头部主播无一例外都有很强的专业性,在卖点挖掘上几乎都要胜过品牌方的产品总监或营销总监。

这是头部主播的马太效应。但在巨大业绩的背后,直播过程中的任何问题都有可能被放大。这就需要数十人的团队去把关每一个细节,前台需要提前彩排,需要有台本、导演、控场、氛围组等等;后台需要有招商、质检、客服,需要把货买进来放进自己的仓库……市场上还要不断去盯品牌方的价格体系、竞争对手的攻击行为,不然整个IP都会被质疑。

在当前市场环境下,这是一个“硝烟弥漫”的战场;在当前业务模式下,这是一个无限“内卷”的生意。这其实是一个极少数人能从事,更少数人能坚持下来的工作。

放在短视频制作和分发上。这些短视频用直播电商的思路来讲解和导购产品,对于传统的“货架式电商”以图文为主的介绍方式,这是一种更为先进与流行的展示形式。

在快手、抖音等纯流量平台上,基于遥望科技对流量的把握,将会持

续产生销量——“直播不常有,而货架电商的短视频则可以持续留存”。

遥望科技希望成为商品生产与销售的集成服务商。“更远的未来,遥望科技可以进一步整合工厂的制造能力,为品牌企业提供包括生产加工、仓储物流、销售和客服在内的全套供应链能

力,品牌方只需要自己做商品设计和营销。这样工厂产能可以满负荷运营,商品有更好的机制,头部主播搞大促与影响力,中小主播真正做日常,短视频带货负责货架电商,整个模式在效率与健康度上都可以更进一步。”如今,直播电商正在遭遇新一轮

的外部环境的挑战,电商平台的业绩也出现波动,但直播电商平台的发展兴起依然值得探讨,其发展过程中遭遇过的挑战、出现的业绩波动、各种应对举措及成效,也值得各界去深思借鉴。

本文由长江案例中心高级研究员王小龙在长江商学院课堂上撰写

观察

直播电商的下一个风口

直播电商下一步会发展成什么样子?后发企业有机会弯道超车吗?这次没赶上,下一个类似的机会在哪里?这些都是值得思考的问题。遥望科技认为,直播电商已经进入出清期。头部主播的马太效应过于明显,对社会经济、供应链、企管

理都造成很大压力。伴随经济周期变化,行业以及企业的发展肯定需要新的思路与模式。

基于对行业的判断,遥望科技未来除了持续做好当前艺人及达人的直播带货外,会持续发力X27主题商场的建设与运营,也会将更多精力