



# 中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

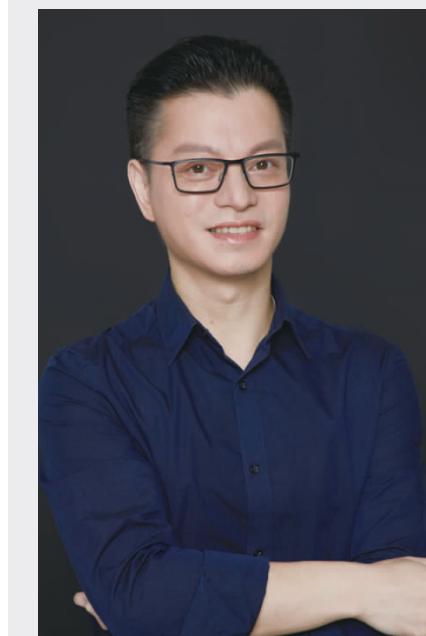
## 城市全域数字化加速 央企展开智算中心竞赛

NA2

### 楼市大变局



△B9~B12



万和电气卢宇聪:

### 家族企业治理要去掉特权

麦肯锡咨询公司的一项研究表明,全球范围内家族企业的平均寿命只有24年,这对家族传承来说是一个不好的消息。为了打破家族式治理的桎梏,广东万和新电气股份有限公司(以下简称“万和电气”,002543.SZ)在二代接班后做了一个大胆的决策:引入职业经理人。

1992年,卢础其带领两个弟弟卢楚隆、卢楚鹏和徒弟叶远璋自主研发出中国第一台超薄型水控式全自动燃

气热水器,打破了中国高端热水器市场被日本品牌垄断的局面。万和电气逐步从家庭小作坊发展成为一家60亿元营收规模的上市公司,产品销往全球90多个国家和地区,成为中国制造的一张名片。这家企业拥有浓厚的技术基因,尽管创始人平均年龄近70岁,但不管在产品研发、技术创新、品牌塑造、制度改革方面都有着超前的意识。

2022年公司创始人卢础

与老板对话 △D4

### 社评

## 对“焦虑剧本”营销说不

“人到中年,哪有那么简单?”“不敢旅游、不敢失业、不敢生病,甚至不敢结婚生子。”“我们这一代,被掏空了钱包进入负债模式,已经没有退路。”“35岁之后,我失业了。”“现在在这种形势,大家还是多做点准备吧。”.....

相似的台词、逻辑,甚至完全复制的“剧本”,在不同的端口频繁上演着。

它们要么唱衰经济的未来,夸生活中的困难,要么从年龄、情感、工作等层面精准散播负面情绪,有的则从经济大势、财经热点等角度渲染悲观情绪。总之,这些内容通过夸大风险、增强情绪、制造恐慌的方式博眼球、吸流量,而最终的目的只有一个——卖产品。

焦虑营销,这是一个在互联网时代并不新鲜的事物。一些自媒体在微信、微博、短视频平台等社交端口,通过向大众讲述虚假、极端案例,营造压力环境,从而达到博人眼球、收割流量的目的。这种营销,甚至可以结合具体受众特点,炮制出属于这个群体的专属焦虑。

比如某些以政经内容为主的自媒体号,其受众多为受过高等教育、家庭收入以薪资为主的成年男性。于是乎,这类自媒体号就从青年男性的“痛点”切入——房子高位入手导致的亏损、家人大病高昂的治疗费、中年随时被辞退的风险,甚至于孩子未来的教育、自身未来

的养老等吸引目标读者的眼球。

事实上,尽管有些是我们需要面对、解决的问题,但更多的是人为制造出来的焦虑。不论是卖理财产品、保险产品、住宅公寓,还是卖早教课、健身课,凡此种种,只消将极端案例一般化、复杂因果片面化、现实问题扩大化,就必然能够瞄准一部分人的情绪点,并以此收购流量,最终达成营销的目的。

对读者、网友而言,这些构建在片面、夸大甚至是虚构基础上的焦虑制造,一旦形成规模,则会进一步对社会情绪带来负面影响。而对于市场,这种焦虑营销则破坏着正常的竞争环境——法规明确不允许贬低竞争对手,但它们却通过压低公众情绪,来实现销售,这显然不合法理。

根据中国互联网络信息中心(CNNIC)近日发布的第53次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至2023年12月,我国网民规模达10.92亿人,较2022年12月新增网民2480万人,互联网普及率达77.5%。

而知微研究院在《舆论场深度洞察报告》中指出,2024年第一季度中,娱乐、社会情绪等议题仍最有传播机会,经济类与社会类同频变化,保持高位。舆论场中,社会类舆论环境始终呈现强度高、议题多的特点。这类舆论环境始终积累各类情绪,为多类舆情传播提供土壤。经济类舆论环境强度在相对高位,经济类议题有一定传播能力。该报告

建议,在目前宏观经济大背景下,这类舆论及情绪需要被关注。

不可否认,焦虑的大面积出现,与片面夸大传播脱不开关系。这些自媒体利用广大民众“焦虑的力量”,借此卖出更多商品,谋求私利。这些贩卖焦虑的文章在自媒体平台上泛滥,特别是一些自媒体大V们的传播,由于其自身拥有广泛的受众群体,因此对我国舆论场和市场环境产生了诸多不良影响。

人有焦虑情绪很正常,但是当这些焦虑情绪被自媒体扩大后,本质上就是在一种极强传染性的情绪上叠加了快速传播的手段,更容易引起情绪的集体共振,影响人们的心态和情绪,进而导致社会情绪的变化。同时,焦虑营销以逐利为目的,往往只强调负面信息,刻意忽视正面信息,从而控制受众的信息获取,影响其价值取向。焦虑情绪的传播还可能导致人们在某些问题上形成极端观点,加剧社会群体之间的分歧和对立,形成群体极化。

法制网舆情中心分析2023年度网络舆论场特征指出,在当下舆论场中,情绪共振和感情共鸣是推动网络事件发酵成热点舆情的决定性因素。

现实社会中面临风险、不确定性很正常,在自媒体的“焦虑剧本”营销下,部分网民往往会产生消极心态,其中负面情绪对舆情产生了推波助澜作用,多数热点事件出现

了非理性情绪宣泄的现象,导致公众情绪存在被煽动、被扭曲以及被利用的风险。“焦虑剧本”营销下产生的非理性意见,更容易酿成争议性舆情风波,让社会理性的声音变得越发微弱。

当微博、微信、短视频平台及社交媒体平台正在成为人们获取资讯的重要渠道时,同时要肩负起新兴媒体的使命和责任,正面引导网上舆论,以高度的政治责任感和使命感,加强主流思想舆论建设,广泛凝聚思想共识,把握正确舆论导向,积极反映时代声音。

党的十九大报告提出:“要坚持正确舆论导向,高度重视传播手段建设和创新,提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。加强互联网内容建设,建立网络综合治理体系,营造清朗的网络空间。”

在信息爆炸的时代,大众需要冷静和理性。对于自媒体焦虑营销的现象,我们提高信息辨别能力,不要看到别人“说风就是雨”。

对于这些贩卖焦虑的自媒体而言,其行为只为谋一己私利,却会对整个社会带来不良影响,正是“丢了西瓜捡芝麻”。打铁还需自身硬,想要卖产品,那就与消费者坦诚相待,以专业和负责任的态度,向消费者传递产品的真正价值,为其提供有价值的信息和服务。只有这样,才能实现消费者、自媒体、产品方和社会的多方共赢。

### 本期热词

#### 唤醒保单

“你还记得自己买了些什么保单吗?”“买过保险的消费者,或许你有一笔‘被遗忘’的理赔金尚未领取。”为推动保险业践行金融工作人民性,切实维护保险消费者合法权益,金融监管总局组织保险公司开展为期一年的人身保险“睡眠保单”清理专项工作。

唤醒“睡眠保单” △B1

#### 重大信贷

对于重大项目的实施主体而言,大型央企集团企业不仅对存贷的利率敏感度较高,也非常看重银行对项目实施资金的保障能力。国有大行凭借资金成本低、资金保障能力强等优势,在重大项目领域的信贷投放占绝对主导地位,而中小银行的市场份额有所萎缩。

江苏重大项目信贷调查:大中小银行市场份额分化加剧 △B5

#### 异网漫游

5G异网漫游,是指当用户所属运营商在某地没有5G网络覆盖时,可以接入其他运营商的5G网络,继续使用5G服务。这将对减少信号盲区、提升用户体验、加快5G网络覆盖,特别是提高偏远地区、农村地区的网络覆盖水平有重要意义。

5G异网漫游正式商用 利好14亿用户体验 △C1

#### 奥运营销

从新增的滑板、攀岩、霹雳舞等赛事可以看出,奥运会正在朝着时尚、年轻化的方向转变,这也契合当下品牌营销的着力点。最为重要的是,中国体育军团在各个领域连创佳绩,出现了不少备受外界关注的明星运动员与明星运动队,也让企业开展营销动作有了更多、更优质的合作对象。

奥运营销风潮起 △D1

### 经济大势

A1~A4

国际金价再创历史新高

A2

后市仍被机构看涨

26座高铁站闲置背后

A4

### 营商环境

B1~B16

渤海证券突遭立案

B3

IPO进程再添变数

B6

便利支付“助攻”家门口的“全球生意”

B8

纠治形象工程与化解地方债务

B13

“扫地茅”科沃斯AB面

B14

“牙茅”大利空:

B14

通策医疗一个月内两遭监管警示

### 智在公司

C1~C8

进口影片之困

C2

微软对垒苹果

C3

AI PC谁是王者

C5

新一轮“价格战”打响

C7

车企开启年中冲刺模式

C8

新一轮新能源汽车下乡

C8

能否撬动农村大市场

C8

挑战雷军、周鸿祎“泼天流量”

C8

广汽高管集体“抢滩”新媒体

C8

### 消费连锁

D1~D4

出海业务增长超内地

D2

潮玩“掘金”东南亚

D3

内卷加剧

D3

咖啡企业持续调整品牌策略

D3

中经传媒智库

D3

本报官方订阅微店

D3

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



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

人工智能助力城市全域数字化加速

## 央企展开智算中心竞赛

本报记者 索寒雪 北京报道

“我们正在专班推进智算中心建设。”某央企运营商内部人士向《中国经营报》记者表示，“目前在聚焦大城市、大客户、大项目，在寻求客户。”

智算中心正在取代传统数据

### 数字化增强治理能力

将统筹推动城市算力网、数据流通利用基础设施等建设，推进公共设施数字化改造、智能化运营。

近日，国家数据局举行专题新闻发布会，介绍《指导意见》相关情况。

算力对于即将推行的“深化智慧城市发展，推进城市全域数字化转型”具有重要意义。在基础设施建设方面，城市全域数字化首先要统筹推动算力网建设。

国家数据局数字经济司司长吴晓宁在接受记者采访时表示，将统筹推动城市算力网、数据流通利用基础设施等建设，推进公共设施数字化改造、智能化运营；加快构建数据要素赋能体系，大力推进数据治理和开放开发，夯实数字化转型根基。

《指导意见》强化将数据要素贯穿城市规划、建设、管理、服务、运行全生命周期，推进数据基础制度落地实践创新，打造一批实战中管用、基层干部爱用、群众感到好用的典型场景，推进城市经济、治理、生活数字化转型相互赋能、融合互促。

城市实现全域数字化，首先要

中心，主要专注于利用人工智能技术，特别是深度学习和机器学习，处理和分析海量数据。

前述人士表示：“未来智算中心的市场份额竞赛不以存量市场份额为依据进行分配，因而市场空

间广阔。”

近日，国家数据局公布了《关于深化智慧城市发展 推进城市全域数字化转型的指导意见》(以下简称《指导意见》)。

《指导意见》指出，鼓励发展基

于人工智能及相关技术的智能分析、智能调度、智能监管、辅助决策，全面支撑赋能城市数字化转型场景建设与发展。

这再次拓宽了智算中心的应用场景，形成了新的应用市场。



人工智能将助力智慧城市发展，赋能城市经济、治理等领域。图为杭州余杭区举行城市防内涝演习，救援队员正操作排涝机器人进入隧道执行排水任务。



据统计，年初至今，黄金期货已经大涨超18%。图为顾客在某国际珠宝城一黄金店挑选黄金首饰。

视觉中国/图

## 国际金价再创历史新高后市仍被机构看涨

本报记者 谭志娟 北京报道

金期货已经大涨超18%。

日前SPDR黄金持仓量也在增加：截至5月17日，全球最大黄金上市交易基金(ETF)——SPDR Gold Trust黄金持仓量为838.54吨，较前一交易日增加5.18吨，增幅为0.62%，当周累计增加6.62吨。

受访机构人士认为，本轮国际金价上涨主要源于全球经济不稳定、政局紧张或通胀预期上升等因素，并预计未来金价或将继续上涨。

在国内部分金店的黄金价格上涨的同时，国际金价也再次创历史新高：5月20日，伦敦现货黄金盘中向上逼近2450美元/盎司。据统计，年初至今，黄

金期货已经大涨超18%。

日前SPDR黄金持仓量也在增加：截至5月17日，全球最大黄金上市交易基金(ETF)——SPDR Gold Trust黄金持仓量为838.54吨，较前一交易日增加5.18吨，增幅为0.62%，当周累计增加6.62吨。

受访机构人士认为，本轮国际金价上涨主要源于全球经济不稳定、政局紧张或通胀预期上升等因素，并预计未来金价或将继续上涨。

### 国际金价再创新高

对全球经济形势的担忧，也来自对黄金自身价值的认可。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜对记者表示，国际金价上涨有多个原因：首先，全球经济环境的不确定性增加，例如，地缘政治紧张局势、通货膨胀压力等；其次，黄金作为一种避险资产，在市场波动较大时，投资者往往会选择购买黄金来规避风险；此外，黄金的保值潜力也吸引了大量的投资者。

然而，机遇与风险并存。

江瀚指出：“我们也需要看到金价上涨可能带来的风险。一方面，过高的金价可能会引发市场泡沫，一旦市场情绪发生逆转，金价可能会出现大幅下跌；另一方面，金价上涨也可能对全球经济产生一定的负面影响，比如增加生产成本、降低企业盈利能力等。”

记者注意到，5月22日，现货黄金收盘暴跌逾40美元，一度跌破2380美元/盎司，收报2378.44美元/盎司。这是源于美联储计划发表措辞鹰派的言论，令美元走强，从而打击金价走势。

### 未来金价或将继续上涨

开始反弹。叠加其他因素，美国或被拖入滞胀，预计2025年金价或将达到2700美元/盎司。

值得注意的是，有外资银行还称，尽管很难对金价估值，但自2018年以来，金价一直处于长期上涨趋势，预计在今年年底之前还将继续上涨。

展望后市，柏文喜对记者表示：“预计未来国际金价将继续上涨。由于全球通胀压力仍未得到缓解，地缘政治紧张局势持续，以及投资者对风险的担忧增加，这些因素都可能继续推动金价的上涨。”

孙连才也预计，未来国际金价将保持高位震荡，甚至可能继续上涨。

因为在孙连才看来：“由于全球通胀压力持续上升，各国央行可能会继续提高利率以对抗通胀，这可能导致经济衰退的风险增加，进而引发避险情绪，推动金价上涨。”

世界黄金协会也指出，来自场外交易市场稳健的投资需求、全球央行的持续购金以及亚洲买家日益高涨的需求，共同推动一季度黄金均价创下历史新高，达到2070美元/盎司，较去年同期增长10%，较上季度环比上涨5%。

国金证券也表示，美国存在通胀风险。核心CPI房屋分项增速或将于2024年下半年

### 推进数据产权流通交易

有关数据显示，2023年我国数字经济规模达56.1万亿元，同比增长约11.75%，数字经济占GDP比重超过40%。

在城市全域数字化转型过程中，需要发挥数据基础资源和创新引擎作用，同时，城市全域数字化转型后也将增加城市的数据资产。

国家数据局数字经济司司长吴晓宁介绍，推进数据基础制度创新实践，发挥城市数据丰富、场景

集中等优势，加快推进数据产权、流通交易、收益分配、安全治理等制度落地，以制度创新支撑保障技术创新和产业创新，促进数据要素高效流通和使用。

财政部印发的《企业数据资源相关会计处理暂行规定》明确，1月1日起，数据资源将被视为一种资

产纳入财务报表。备受关注的数据资产入表政策正式落地。

未来城市的数据资产将具备一定的价值。有关数据显示，2023年我国数字经济规模达56.1万亿元，同比增长约11.75%，数字经济占GDP比重超过40%。

国家信息中心未来产业和平台

经济研究中心秘书长胡拥军认为，在数字化转型中要“大胆地试，大胆地闯”，加快构建完善与数字经济发展相适应的政策法规体系。尤其是要加快推进数据要素市场化配置改革，全面提高数据资源开发利用水平，让数据“供得出”“流得动”“用得好”。

从城市管理角度看，陆冬森对记者说：“《指导意见》重点聚焦城市数字化转型的制度规范、政策法规和标准规范进行创新设计，提出开展管理服务手段、管理服务模式、管理服务理念的适数化改革，建立健全相关制度规范，完善规则规范和运行流程体系。”

### 智算中心建设竞赛

鼓励发展基于人工智能等技术的智能分析、智能调度、智能监管、辅助决策，全面支撑赋能城市数字化转型场景建设与发展。

在实现数据产权流通交易过程中，城市不可避免地需要进行数据流通的基础设施建设。

吴晓宁表示，在实现城市全域数字化的过程中，需健全完善数据流通利用基础设施，探索打造以可信数据空间、区块链、高速数据网等技术支撑的数据流通利用基础设施，为数据采存算管用

提供安全保障，打通数据共享流通利用堵点。

在健全基础设施的基础上，《指导意见》“鼓励发展基于人工智能等技术的智能分析、智能调度、智能监管、辅助决策，全面支撑赋能城市数字化转型场景建设与发展”，以及“因地制宜发展新兴数字产业，加强大数据、人工智能等

关键数字技术在城市场景中集成应用”。

可以想象未来城市全域数字化之后，将产生海量的数据，利用人工智能进行数据分析、处理和分析海量数据已经势在必行。

“为了高度契合未来人工智能应用发展，我们制定了人工智能整体规划，全方位布局智能算力、大模

型研发等领域。”一位央企运营商内部人士向记者讲解，“智算尚处于起步阶段，普遍对智算理解不深不透，所以现在抢占市场是个机遇。”

近期中国移动的上海、成都、青岛智算中心相继投产，中国电信在武汉、上海两地开放智算中心。据不完全统计，2023年全国新建智算中心项目超100个。

## 扩围面积达8倍 前海所得税优惠正式全域落地

本报记者 杜丽娟 北京报道

15%企业所得税优惠政策扩展至前海合作区全域。

税务成本已经成为企业选择进驻某一区域的重要考量因素之一，在前海方案发布近三年后，财政部、国家税务总局明确将前海

面积相比，新规将适用面积增至120.56平方公里，扩围面积增加8倍多。对企业来说，这不仅仅是土地

面积的扩大，更是把握产业增长动能和发展潜力的重要机会。

澳洲会计师公会华东和华中区委员会会长诸斌在接受《中国经营报》记者采访时说，对于以业务需求作为投资驱动要素的企业而

言，基于现有的业务规划和商业需求，企业在开展相关经营活动时可以收获税务红利，这将为其在该区域进一步做大做强提供强有力的支持，同时有利于增强企业家和股东的投资信心。

跨越式发展。

诸斌表示，上述政策实施后可以有效带动前海合作区内新入围企业以及区外企业进入合作区开展实质经营活动的积极性，从而带动地方新增投资及未来发展潜力。

数据显示，目前前海已累计推出制度创新成果835项，其中88项在全国复制推广。2023年，前海实现地区生产总值2464亿元，同比增长15%。与此同时，前海也成为国际交流与合作的新高地，共吸引金融、商贸物流、信息等八大类累计162家知名服务商进驻。

### 政策优惠范围扩大

按照财政部、国家税务总局印发的《关于前海深港现代服务业合作区企业所得税优惠政策的通知》，自2023年1月1日起至2025年12月31日，对设在前海深港现代服务业合作区的符合条件的企业按15%的税率征收企业所得税。相比之前的政策，这一优惠政策的适用范围扩展至前海深港现代服务业合作区全域。

2021年，《全面深化前海深港现代服务业合作区改革开放方案》(以下简称《前海方案》)发布，其中明确规定前海总面积将由14.92平方公里扩展至120.56平方公里。然而，

在税收政策优惠方面，政策要求对设在前海深港现代服务业合作区(以下简称“前海合作区”)的符合条件的企业施行15%的税率征收企业所得税。也就是说，在2024年以前，前海15%的企业所得税适用面积仅为14.92平方公里。

一位财税人士介绍，2021年财税部门在发布政策时明确规定了15%企业所得税优惠税率适用范围，这一政策要求主要依据国务院2010年8月批复的《前海深港现代服务业合作区总体发展规划》中的14.92平方公里。

“尽管2021年《前海方案》将前

海合作区的范围扩大到了120.56平方公里，但15%企业所得税优惠政策的适用范围并未随之扩展，即前海面积扩围了，但政策适用范围并未增加。”该人士解释。

2024年以来，伴随财政部、国家税务总局对前海合作区15%企业所得税适用面积的调整，目前前海全域范围的企业均可适用新的政策优惠，这在一定程度上消除了前海区域内的税收政策差异。市场认为，此次前海明确将企业所得税优惠政策扩展到全域，将充分释放扩区的“规模效应”和“乘数效应”，并有望实现新一轮

F转 A3

# 新增专项债发行有望提速 利好二季度基建投资稳增长

本报记者 谭志娟 北京报道

挖掘机是基础设施建设的“标配”，是反映、观察固定资产投资等经济变化的风向标。近日，中国工程机械工业协会发布数据显示，2024

年4月销售各类挖掘机1.88万台，同比增长0.2%。这是我国挖掘机销量连续两个月同比正增长。

作为推动基建投资的重要资金基础，前4月新增专项债券发行进度偏慢，但进入5月以来，新增

专项债发行节奏加快：5月21日，浙江省2024年第三批新增专项债券成功发行。本批次发行金额232.64亿元，共计252个项目。有统计显示，稍早的5月6日至10日，广东、山东、吉林等地已发行或将发行新

增专项债规模合计921.27亿元，超过4月份的发行规模。

不仅如此，5月17日，2024年超长期特别国债首发，400亿元30年期国债顺利发行。

在业界专家看来，随着近期新

增专项债、超长期特别国债等多路资金的政策支持，将为基建投资继续保持较快增速、稳定宏观经济运行提供更为充裕的资金保障。

中国财政学会绩效管理专委会副主任委员张依群日前在接受

《中国经营报》记者采访时表示：“债券发行节奏加快，标志着我国建设项目建设对资金需求增加，对经济稳定形成强有力支撑，有利于继续保持一季度开门红的增长态势，保持经济增长的连续性和稳定性。”

## 新增专项债发行节奏加快

截至4月下旬，各地已披露二季度计划发行的地方债规模超过2.2万亿元，其中专项债计划发行1.2万亿元。

4月30日召开的中央政治局会议指出，要靠前发力有效落实已经确定的宏观政策，实施好积极的财政政策和稳健的货币政策。要及早发行并用好超长期特别国债，加快专项债发行使用进度，保持必要的财政支出强度，确保基层“三保”按时足额支出。

据国家发展改革委消息，近日，国家发展改革委联合财政部完成2024年地方政府专项债券项目的筛选工作，共筛选通过专项债券项目约3.8万个、2024年专项债券需求5.9万亿元左右，为今年3.9万亿元专项债券发行使用打下坚实项目基础。有分析称，这意味着后续新增专项债发行将提速。

除了专项债外，备受关注的超长期特别国债日前也落地；5月13日，财政部公布2024年一般国债、超长期特别国债发行有关安排，今年计划发行的1万亿元超长期特别国债分为20年、30年、50年三个品种。其中，20年期有7只，30年期有12只，50年期有3只，都是按半年付息。

对此，张依群对记者表示，今年新增专项债发行额度和超长期

特别国债在通过全国两会审议后，经过近两个月的积极筹备，5月份进入发行快节奏：一是两类债券双发行叠加引发节奏加快，二是施工进入旺季带动发行节奏加快，三是各地债券资金存量减少，发行意愿增强促使发行节奏加快。

奥优国际董事长张明对记者表示：“5月新增专项债发行节奏加快的现象，反映了政策对于基础设施建设的大力支持。专项债主要用于地方基础设施建设，对于促进经济发展、提高人民生活水平具有重要作用。因此，加快发行节奏，有助于加快基础设施建设，促进经济稳定增长。”

“5月份债券发行进度加快，对二季度基建投资形成重大利好。”张依群告诉记者，一方面积极财政政策更加有力，调控更加张弛有度；另一方面重大建设项目顺利推进，有充足资金作保障，为确保上半年经济增长保持在5%以上奠定了坚实基础。

中国首席经济学家论坛理事长连平表示，随着新增国债发行所带来的影响逐步减弱，地方债尤其是新增专项债的发行有望在二季

度提速。截至4月下旬，各地已披露二季度计划发行的地方债规模超过2.2万亿元，其中专项债计划发行1.2万亿元。

粤开证券首席经济学家罗志恒也称，当前中国经济持续回升向好，但政策仍有必要进一步靠前发力。超长期特别国债、新增专项债加快发行有利于尽快形成实物工作量，扩大总需求，优化供给结构。

在这方面，国家统计局投资司首席统计师罗毅飞近日解读1—4月份投资数据时表示，下阶段，要用好超长期特别国债，加快专项债发行使用进度，持续有力推进“十四五”规划重大工程建设；落实好大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案，持续释放消费和投资潜力；推动有效投资持续扩大，促进投资高质量发展。

5月21日，在国家发展改革委召开的5月例行新闻发布会上，国家发展改革委政策研究室副主任、新闻发言人李超表示，国家发展改革委将落实超长期特别国债支持国家重大战略实施和重点领域安全能力建设，加快中央预算内投资下达和地方政府专项债券发行使用进度。

## 二季度基建投资增速或将提升

基建投资仍然是二季度投资的主力军，为全年经济增长5%提供支持。

记者注意到，前4月我国基础设施投资实现平稳增长：5月17日，国家统计局发布的数据显示，1—4月份，基础设施投资同比增长6%，增速比全部投资高1.8个百分点，拉动全部投资增长1.3个百分点。

在受访专家看来，随着二季度新增专项债发行的提速，这将为基建投资提供充足的资金，也有望助力短期内基建投资增速继续保持在较高水平。

展望二季度，张依群对记者表示：“预计二季度基建投资增速比一季度会有所加快，随着各地开工项目的不断增多，增速会在5%以上。”

张依群向记者解释说：“基建投资仍然是二季度投资的主力军，既要形成对房地产和民间投资的大力补充，又要保持经济增长达到合理区间，为全年经济增长5%提供支持。预计基建投资会持续加码，实现对社会投资和消费的整体带动，坚决做到托住经济、兜底民生、实现增长。”



专家预计，二季度基建投资增速比一季度有所加快，增速在5%以上。图为江苏宿迁盐洛高速公路正在加紧施工。  
视觉中国/图

张明对记者表示，新增专项债和超长期特别国债的投放，将为基础设施建设提供更多的资金支持，有助于保持基建投资的平稳增长。同时，随着各项稳增长政策的实施，二季度经济增长有望保持平稳增长，这也将为基建投资提供良好的环境。”

张明还表示：“二季度稳增长仍需靠基建投资。未来，相关部门将继续加大基础设施建设力度，推动经济稳定增长；同时，也需要加强监管，确保资金使用的合规性和有效性。”

# 美进一步对华加征关税 中钢协反对将贸易政治化

## 美国扭曲钢铁贸易秩序

本报记者 索寒雪 北京报道

近日，美国发布对华加征301关税四年期复审结果，宣布在原有对华301关税基础上，进一步提高对自华进口的钢铁产品的关税。此外，自华进口的电动汽车、锂电池、光伏电池、关键矿产、半导体以及钢铝制品、港口起重机、个人防护装备等产品，都在加征关税的名单中。

中国钢铁协会（以下简称“中钢协”）随即予以反击。中钢协表示，中国钢铁行业坚决反对美方将钢铁贸易政治化、工具化的做法。

据了解，美此举对中国市场影响不大。中国对美出口钢铁产品占比很小，美国自中国进口占其钢铁进口总量比例也很小。

不仅如此，经过多年发展，中国钢铁产业具有国际话语权。目前，中国已建成全球产业链最大、最完整的钢铁工业体系，是我国最具全球竞争力的产业之一。

而进一步提高关税。美国非市场化的行为扭曲了全球钢铁贸易秩序，不利于全球钢铁行业的健康发展。中国钢铁行业敦促美方摒弃将钢铁贸易问题政治化的做法，开展真正有利于产业发展的合作。”

美国的这一行为，对中国市场影响较小。

中钢协指出，中国对美出口钢铁产品占比很小，美国自中国进口占其钢铁进口总量比例也很小。

中钢协表示：“在美方多重关税的影响下，仍进口中国钢铁产品

的美国下游行业企业完全是基于自身需求的市场行为。”

不仅仅是中钢协旗帜鲜明地反对，商务部也在第一时间予以回应——中方坚决反对并严正交涉。

商务部表示，美方出于国内政治考虑，滥用301关税复审程序，进一步提高部分对华产品加征的301关税，将经贸问题政治化、工具化，是典型的政治操弄，中方对此表示强烈不满。

商务部指出，美方提高301关税违背了拜登总统“不寻求打压

遏制中国发展”“不寻求与中国脱钩断链”的承诺，也不符合两国元首达成的共识精神，这将严重影响双边合作氛围。美方应立即纠正错误做法，取消对华加征关税措施。中方将采取坚决措施，捍卫自身权益。

欧盟委员会发言人5月14日在布鲁塞尔表示，欧盟委员会注意到了美国的决定，正在评估这一决定可能对欧盟产生的影响。2023年，欧盟宣布加征碳关税，全球首个“碳关税”从2023年10月1日起开始实施。从现在到2025年为过渡期，从2026年至2034年间逐步全面实施。按照新规，欧盟将对从境外进口的钢铁、铝、水泥和化肥额外征税。

这一机制的目的是确保欧盟的碳排放政策对进口产品具有一致性，从而保护欧洲本土产业免受不公平竞争的影响。

中钢协人士此前向记者表示，欧盟“碳关税”将增加中国钢铁企业支出2亿—4亿美元。仅就钢铁行业而言，影响有限。

根据中钢协统计的数据，钢材库存量自1952万吨的高点下降至3月末的1842万吨，社会库存自1422万吨降低至1374万吨。与之相对应的是，进口铁矿石价格下跌最快的也是3月份，当月铁矿石价格从最高点119美元/吨下跌至100美元/吨附近。

在绿色科技之外，中国钢铁行业对全球钢铁业的影响力在加大。中国钢铁行业的发展，也影响着世界大宗商品的价格。

根据国家统计局的数据，一季度，全国粗钢产量为2.57亿吨，同比下降1.9%，而1—2月份全国粗钢产量为同比增长1.6%，3月份粗钢产量同比大幅下降7.8%。

根据中钢协统计的数据，钢材库存量自1952万吨的高点下降至3月末的1842万吨，社会库存自1422万吨降低至1374万吨。与之相对应的是，进口铁矿石价格下跌最快的也是3月份，当月铁矿石价格从最高点119美元/吨下跌至100美元/吨附近。

随着中国钢铁行业的发展，中国企业已经形成了自身的国际话语权。

张龙强说：“目前中国已建成全球产业链最大、最完整的钢铁工业体系，是我国最具全球竞争力的产业之一。”

上接 A2

## 企业需有实质性经营

从企业角度而言，除了税务成本、区域整体营商环境、当地基础设施、运营成本（租金、人力、水电）、政府行政效率及公信力、政策稳定性以及投资机遇等也成为企业进驻某一大区域的重要考虑因素。

“然而，对企业来说，在前海合作区有实质性经营是享受企业所得税优惠的前提条件。”德勤中国

税务与商务咨询华南区主管合伙人张慧说。

据悉，目前多个部门已经联合颁布了相关认定条件，对于仅在合作区注册登记，但其生产经营、人员、账务、财产等任一项不在合作区的居民企业，不属于在合作区实质性经营，不得享受合作区企业所得税优惠政策。

张慧表示，如果前海合作区适用优惠的实体与设立在非前海合作区的关联企业之间有业务往来，那么其关联交易需进行合理规划和验证，以符合企业所得税法的转让定价相关规定，只有这样才能避免过激的税务筹划。

根据德勤的观察，企业所得税相关政策的实施，可以有效降低五

大产业企业在前海经营的成本，同时吸引和推动大量现代物流、信息服务、科技服务、文化创意、商务服务产业企业在前海集聚和发展。

在业内人士看来，出台税务优惠政策的目的并非是在某些区域通过形成税收洼地，以此来吸引投资和企业落户，而是在企业开展实质性经营的前提下，为企业创造更有利的营商环

境和长期稳定发展的条件。

这意味着，企业要想进驻前海，首先需要做好两个方面的准备工作：一是60%主营业务收入是否属于《前海深港现代服务业合作区企业所得税优惠目录》的规定产业；二是是否符合《关于明确前海深港现代服务业合作区企业所得税优惠政策有关问题的公告》中所明确的关

于开展“实质性经营”的相关要求。

诸斌认为，对于未来有条件享受相关税务红利的企业而言，当前应尽早在企业内部各层级建立有效的财税风险防控意识，并以财务部门为核心，在业务、人资和法务等部门的共同努力下健全相关规章制度安排，从而形成一套完整的财税风险应对机制。

## 前海经验推广意义

基于税收优惠的作用是配合当地产业政策，有效降低或避免提高企业和人才迁入的税务成本。因此，和海南自贸港、横琴等地相比，前海的政策优惠力度也备受关注。

据悉，目前前海的政策主要覆盖了现代物流业、信息服务业、科技服务业、文化创意产业和商务服务

业等领域，整体看行业集中度较高。

诸斌认为，相比海南自贸港、横琴等地，前海的企业所得税更加聚焦核心鼓励类产业，从覆盖领域看，政策有利于实现精准施策、靶向扶持的效果。“从时间看，相比海南在2024年年底、横琴在2026年年底结束，前海有关企业实质性经营政策并未规定政策有效期，因

此，这给予企业充分的过渡及完善时间，有利于更多企业享受相关政策红利。”

不仅如此，从区位优势看，前海地处改革开放的最前沿阵地深圳，无论从地方政府财力还是相关粤港澳大湾区优惠实施经验看，前海的经验积累和财力基础相对优于海南与珠海横琴，这为政策实施的持续

性提供了坚实保障。

“我们认为前海相关扩围经验，对于其他实施区域性税务优惠的省市来说，具有相当宝贵的参考价值。”诸斌说。

根据澳洲会计师公会的调研，整体看，对于目前已经实施的企业所得税和个人所得税而言，市场主体反馈比较好，政策实施也达到了

预期目标。

调研显示，未来在现有鼓励类目录适用条件细化、新增鼓励类目录扩围、新增境外投资利润分红免税、实质性经营标准根据行业开展差异化认定、个人所得税优惠覆盖范围扩大、税务优惠享受后续管理程序优化等方面还可以进一步考虑新增或完善相关政策。

这一结果和德勤的观察相吻合。

张慧认为，在前海合作区个人所得税优惠方面，当前可以进一步完善和明确前海个税优惠政策的相关适用条件和申请流程，比如对于中国香港居民身份范围、优惠申请操作流程等内容的确定，只有这样才能提高个人申请优惠政策的明确性和便利性。

# 26座高铁站闲置背后

位置偏远、周边配套不足、客流量低等是主因

本报记者 孙丽朝 北京报道

近年来，高速铁路的大规模建设使我国新增大量高铁车站，与此同时，如海南省儋州市海头站这样投资超千万元的高铁站建成未使用的消息也引发了各界热议。

据《中国经营报》记者统计，截至目前，全国至少有26个高铁

站建成后，因位置偏远、周边配套不足、客流量低等缘故，处于未启用或关停状态。

这些花费不菲的高铁站是如何从设计、规划，到投资、建设，最终走向闲置的？设计单位、高铁运营方和地方政府在这一过程中分别发挥了怎样的作用？究竟谁应该为这些无效投资负责？

## 多座高铁站建成十余年未启用

不仅在小城市，部分一线城市和省会城市的高铁站也出现了闲置。

2023年7月，投资超4000万元、建成7年多却未能投入使用的海南省儋州市海头高铁站曾引发广泛关注。海南省发展改革委7月14日就该问题回复称，经与铁路部门沟通，海头站日客流量不足百人，开通运营后铁路部门亏损严重，是制约海头站启用的主要原因。

儋州市交通运输局也曾在2021年答复市人大代表相关建议时称，开通海头高铁站是由粤海铁路有限责任公司决定，该公司方面称，考虑到海头高铁站客源、经营成本等因素，存在经营亏损，一直没有开通，如需开通需儋州市支持经营亏损补贴资金约500万元。

此后，在社会舆论压力下，海头站在2023年12月15日正式开始使用。

海头站的情况并非个例。《中国经营报》记者梳理总结发现，截至目前，全国至少有26个高铁站建成后处于未启用或关停状态。如海南环岛高铁万宁市和乐站、京哈高铁沈阳西站、丹大快速铁路丹东西站和广宁寺站等均处于建成未投入运营的状态，主要原因都是客流量太小。

还有部分车站短暂投运后又因客流过小而关闭。株洲市的九郎山站在2016年年底随着长株潭城际铁路开通而投入运营，但官方发布的信息显示，自开通以来，九郎山站客流量一直处于大幅下滑之势，最终于2022年暂停客运业务。

株洲火车站方面于2024年2月在湖南省委宣传部主管的红网《百姓呼声》平台回复网友提问时表示，自2016年12月26日开站以来，九郎山站日均运输量由运营初期的不到100人，下降至2021年

以来的不足10人，客流严重不足，不仅经济效益极小，社会效益也非常有限。而营业所需的人员工资、保洁费用、水电费用、设备维护费用等方面的运营成本很大，造成了人力和成本的必要浪费，并影响城际线的运输效率，因此，才不得已暂停九郎山站客运营业。如果今后客运市场培育成熟，出行需求增加，视情况可以考虑恢复营业。

类似情况不仅出现在小城市，部分一线城市和省会城市的高铁站也出现了闲置。位于北京市经开区的京津城际高铁亦庄站已经建成超15年了，目前依然处于闲置状态。距离沈阳市中心20多公里的沈阳西站在2018年12月29日投入使用，2019年7月10日，停止办理客运业务，从开通到关停仅仅使用7个月。位于南京市的紫金山东站、江浦站分别于2010年和2011年建成，但一直未能投入使用。

中国国家铁路集团有限公司(以下简称“国铁集团”)人士对记者表示，以南京两座高铁站为例，其闲置的主要原因是选址不科学，距离市区较远，且周边交通配套设施不成熟，与其他交通方式衔接不畅。

国铁集团下属的中国铁路经济规划研究院于剑、马波涛等人在2020年发表的《高铁车站选址相关问题研究》(以下简称“《研究》”)一文中提到，随着高速铁路网规模的快速扩张，新建高铁车站大量增加，然而部分高铁站在车站选址方面逐渐出现一些问题，如站城融合不足，位置偏远、便捷性差，运输组织不畅，灵活性差、能力紧张等，直接影响高速铁路服务质量及效率效益。

26座闲置的高铁站情况一览表

序号	站名	地址	现状
1	沈阳西站	辽宁省沈阳市于洪区	2018年投入使用，2019年停止办理客运业务
2	广宁寺站	辽宁省大连市金州区	2015年投入使用，2019年停止办理客运业务
3	紫金山东站	江苏省南京市栖霞区	2010年建成未使用
4	江浦站	江苏省南京市浦口区	2011年建成未使用
5	五通站	广西壮族自治区桂林市临桂区五通镇	2018年投入使用，2022年停止办理客运业务
6	和乐站	海南省万宁市和乐镇	2012年建成未使用
7	蜀山东站 (原名合肥西站)	安徽省合肥市蜀山区	2013年因改造停办客运业务，此后未再启用
8	晋宁东站	云南省昆明市晋宁区	2017年建成未使用
9	阳宗站	云南省澄江县阳宗镇	2016年建成未使用
10	亦庄站	北京市经开区	2008年建成未使用
11	乌兰木图站	辽宁省阜新市阜蒙县	2022年短暂投入使用后又停止办理客运业务
12	奈林皋站	辽宁省朝阳市	2018年投入使用，2021年停止办理客运业务
13	丹东西站	辽宁省丹东市	2015年投入使用，2018年停止办理客运业务
14	花桥站	江苏省苏州市昆山市	2010年投入使用，2020年停止办理客运业务
15	宝华山站	江苏省镇江市句容市	2010年投入使用，2020年停止办理客运业务
16	运粮河站	河南省开封市	2014年投入使用，2016年停止办理客运业务
17	贾鲁河站	河南省郑州市郑东新区	2014年投入使用，2016年停止办理客运业务
18	南曹站	河南省郑州市郑州国家经济技术开发区	2015年投入使用，2017年停止办理客运业务
19	孟庄站	河南省郑州市郑州航空港区	2015年投入使用，2017年停止办理客运业务
20	九郎山站	湖南省株洲市石峰区	2016年投入使用，2022年停止办理客运业务
21	芝罘站	山东省烟台市芝罘区	2014年建成未使用
22	周村东站	山东省淄博市	2009年建成未使用
23	普安站	湖北省武汉市	2013年投入使用，2022年停止办理客运业务
24	鄂州东站	湖北省鄂州市临空经济区	2014年投入使用，2022年停止办理客运业务
25	宁波东站	浙江省宁波市	2010年投入使用，2013年停止办理客运业务
26	双流西站	成都市双流区	2016年投入使用，2023年停止办理客运业务

记者根据公开资料整理

## 地方政府投资建设积极性高

近年来，随着高铁建设地方投资比例越来越高，地方政府话语权也不断提升，而许多地方政府将拥有高铁站与政绩、城市形象等挂钩，投资建设高铁站的积极性非常高。

花费不菲的高铁站在建成后长期闲置，背后原因有哪些，究竟谁应该为此负责？

一位地方政府人士对记者表示，在高铁建设初期，项目投资以原铁道部出资为主，铁路部门在走向、设站等问题上的话语权相对较大。近年来，随着高铁建设地方投资比例越来越高，地方政府话语权也不断提升，而许多地方政府将拥有高铁站与政绩、城市形象等挂钩，投资建设高铁站的积极性非常高。这就导致最近几年规划和开工的项目如沿江高铁，整体车站数量远高于早期规划建设的“四纵四横”高铁项目。

上述国铁集团人士表示，在线路方案制定过程中，设计院会与铁路部门、地方政府反复沟通。在铁路建设过程中，铁路部门在征地拆迁等方面需要依赖地方政府，在部分沿线地方政府提出自己出钱设站并建

设连接线，其诉求又有一定合理性的情况下，铁路部门通常不会激烈反对。但线路开通后，如果部分车站出现交通配套不到位、客流量较小的情况，铁路部门会酌情减少停靠车次或暂时不办理客运业务。

湖北省荆门市京山市就高铁设站起初积极争取并承诺投资，后因资金压力向铁路部门寻求帮助又被拒的故事，就是地方政府盲目争取高铁设站的典型案例。

湖北省发展改革委2023年8月发布《关于省十四届人大一次会议第20230556号建议的答复》(以下简称“《答复》”)显示，为支持京山市关于站房出资的诉求，湖北省发展改革委多次与国铁集团、长江沿岸铁路集团股份有限公司等进行沟通衔接，路方坚持京山南站应按原承诺出资模式，由京山市自行承担出资责任。

《答复》称，在沿江高铁设计阶段，国家为保持该项目顺利

性，认为京山地区不具备设站条件，旅客可通过荆门西站等实现出行。为提升京山市对外通达性，经多轮赴国铁集团汇报争取，在京山市政府承诺新增设站费用自行承担的前提下，国铁集团支持同意在初步设计阶段补设京山南站。

湖北省发展改革委表示，考虑到京山市铁路建设出资压力大的实际困难，下一步省发展改革委将积极支持配合省财政厅在地方政府专项债等方面予以京山市支持。

更有甚者，如桂林，共建设了9个高铁站，分别是桂林站、桂林北站、桂林西站、恭城站、阳朔站、全州南站、永福南站、兴安北站、五通站。但其中的五通站因位置偏远、交通配套不足等因素，客流量严重不足，车站日均发送客流量不到200人次，开通运营仅4年就停止办理客运业务。

## 专家：应提升科学决策水平

多位受访人士均提到了规划阶段高铁站客流预测可能会失真的问题。

一个新建高铁站是如何选址的呢？国铁集团人士对记者表示，高铁设站要考虑经济性和安全性。从经济性上看，在走直线的基础上，也要尽量靠近经济据点，靠近资源和人口聚集区；从安全性来讲，要经过严格的勘探，考虑地质条件、环境条件等。

中铁二院工程集团有限责任公司一位参与过多条高铁项目设计工作的人士对记者表示，高铁线路通常按照大城市、枢纽城市走向调整，为保证线路顺直，沿途中小型车站选址有时无法进入市区，只能设置在远郊区。部分地方政府为了减轻市区拆迁压力，推动新区土地开发，也乐见高铁站设置在郊区，最终导致车站客流量低、交通接驳不足等问题。

于剑、马波涛等人在《研究》一文中也提到，高铁新线引入城市时，若相关线路通道和车站能力满足要求或具备改扩建条件时，首选应将高铁新线引入城市既有车站。若必须新建高铁站，应尽可能选址在中心城区或靠近城市建成区的位置。高铁站距离城中心的远近，直接影响旅客前往高铁站的市内交通距离和时间，也影响旅客出行的心理压力，一定程度上决定了旅客对于高铁出行便捷性的主观评价。

多位受访人士均提到了规划阶段高铁站客流预测可能会失真的问题。上述中铁二院工程集团有限责任公司人士对记者表示，在铁路规划阶段，设计院对每一个新增高铁站都会进行客流预测，越是大城市、人口密度高的大站，客流预测可参考信息多，预测越准确；越是小城市、偏远郊区的小高铁站，客流预测失真的情况越多。

上述国铁集团人士也坦承客流预测失真的情况确实存在，“部分车站确实出现了实际运营客流远低于设计阶段预测值的情况”。

运营阶段的车次安排对实际客流量也有巨大影响。上述地方政府人士表示，在运营阶段，铁路部门考虑到车速和客流需求等因素，给部分郊区或四、五线城市的小站排车较少，部分车站一天的停靠车次不足10趟，最终形成客流越少排车越少，排车少又导致客流进一步减少的恶性循环，部分车站出现开通后又关停不用的情况。“高铁设站应科学决策，综合考虑经济性和实用性，地方政府不能盲目追求政绩。”

# 前4月全国铁路货运量减少1.4% 地方铁路逆势增8%

本报记者 路炳阳

北京报道

全国铁路货运形势持续低迷。前4月，全国铁路货运总发送量为16.48亿吨，同比减少1.4%，其中4月发货运物4.08亿吨，同比减少1.9%。国家铁路局近日发布上述信息。

自2024年2月以来，全国铁路货运量降幅持续扩大。2024年前2月和一季度，铁路货运量降幅分别为0.5%和1.3%。

在此背景下，地方铁路货运量却逆势增长，前4月同比增长高达8.4%，且占全国铁路货运量比例也不断提升。

客货运也呈现“冰火两重天”的局面。前4月，全国铁路发送旅客13.74亿人次，同比增长22.9%。随着我国经济运行持续回升向好，客运消费潜能被有效激发。

## 地方铁路货运占比提升

全国铁路货运形势持续低迷，主要是受中国国家铁路集团有限公司(以下简称“国铁集团”)负责的国家铁路货运量拖累。国铁集团数据显示，前4月国家铁路货运总发送量为12.54亿吨，同比减少2.8%，其中4月完成3.12亿吨，同比减少2.5%。

与国家铁路货运量一路下滑形成鲜明对比的是，地方铁路货运量的逆势增长。中国地方铁路协会数据显示，前4月地方铁路货物发送量为3.98亿吨，同比增长高达8.4%，其中4月地方铁路货运量为0.96亿吨，同比增长5.5%。

在地方铁路货运量快速增长的同时，地方铁路货运量占全国铁路货运量比例也在不断提升。

2024年前4月，地方铁路货物发送量占全国铁路货运总发送量的24.15%。而2023年和2022年同期，这个比例分别为21.95%和21.11%。

大秦铁路是中国铁路煤炭重载运输晴雨表，其运输数据也显示出当前铁路货运增量乏力。大秦铁路线生产经营数据简报显示，前4月，大秦线累计完成货物运输量1.29亿吨，同比减少4.87%，4月货物运输量完成3032万吨，同

比减少0.95%。

就当前铁路货运量出现下降的情况，国铁集团人士对《中国经营报》记者解释称，4月，包括大秦铁路、浩吉铁路在内的煤炭重载运输通道相继进入集中修施工时间，这影响了一部分煤炭运输；同时公转铁(公路汽车运输转向铁路运输)的挖潜提效空间仍需进一步拓展，当前铁路货运量提升难度较大。“铁路货运工作当前的思路应是尽快止跌，目前国铁集团已经推出货运增量十条举措，努力实现货运增量上量。”他说。

国铁集团方面称，要加大市场

营销力度，加快构建铁路局集团公司、物流中心、营业部三级营销体系并发挥作用，加强发运端、到达端市场营销。

就当前铁路货运量出现下降的情况，国铁集团人士对《中国经营报》记者解释称，4月，包括大秦铁路、浩吉铁路在内的煤炭重载运输通道相继进入集中修施工时间，这影响了一部分煤炭运输；同时公转铁(公路汽车运输转向铁路运输)的挖潜提效空间仍需进一步拓展，当前铁路货运量提升难度较大。“铁路货运工作当前的思路应是尽快止跌，目前国铁集团已经推出货运增量十条举措，努力实现货运增量上量。”他说。

国铁集团方面称，要加大市场

流中心、车务站段，推动增运上量各项措施落实落地。

前4月，中欧班列累计开行6184列，发送货物67.5万标准箱，同比分别增长10%、11%。截至4月底，中欧班列已累计开行超8.9万列，通达欧洲25个国家223个城市。

2024年国家铁路预计完成货物发送量39.31亿吨，同比增长0.54%；可以看出，国铁集团已经主动调低了货运目标值，该目标甚至低于2023年目标(39.7亿吨)，2024年不及1%的货运目标增长量，也成为近十年来最保守的货运目标值。

国铁路客运量仍会保持10%左右的增速。”他说。

2023年国铁集团完成旅客发送量36.8亿人，同比增长128.57%，较2019年增长2.82%。2024年国家铁路预计将完成旅客发送量38.55亿人，同比增长4.76%。

## 客货运“冰火两重天”

铁路客运与货运形成了“冰火两重天”的局面。前4月，全国铁路发送旅客13.74亿人次，同比增长22.9%。随着我国经济运行持续回升向好，客运消费潜能被有效激发。

前4月全国铁路日均开行旅客列车1.05万列，同比增长13.8%。

集团公司有15个旅客发送量同比实现正增长，青藏集团公司增幅高达31.1%。太原、呼和浩特、西安、济南、上海等10个铁路局集团公司以及西成高铁、兰新高铁等51条高铁和客专线路单日客流创历史新高。

国铁集团人士对记者表示，目前，国铁集团要求各铁路局集团公司挖掘运输潜力，加大客运能力供给，尤其是要激发有潜能的客运消费，具体措施是在客流集中的线路加大运力投放，同时还将扩大票价优惠范围和幅度。“预计二季度全

# 唤醒“睡眠保单”

本报记者 陈晶晶 广州报道

“你还记得自己买了些什么保单吗？”“买过保险的消费者，或许你有一笔‘被遗忘’的理赔金尚未领取。”

为推动保险业践行金融工作人民性，切实维护保险消费者合

## 实现保单权益“颗粒归仓”

“睡眠保单”本身仍具备现金价值或者保障权益，但是由于客户遗忘，相应的保险权益一直未被领取。

据悉，“睡眠保单”主要是指保险事故发生或保险合同到期但相关赔偿或给付保险金长期未领取，以及保险合同效力中止或效力终止但保单的现金价值长期未领取的人身保险保单。对消费者而言，“睡眠保单”可能意味着保险保障的中断或资金收益的损失。

业内人士对记者表示，在保险行业中，有相当规模的“睡眠保单”存在。这些保单本身仍具备现金价值或者保障权益，但是由于客户遗忘，相应的保险权益一直未被领取。

据记者采访了解，清理工作开展以来，针对消费者的通讯地址和联系方式不准确、缺失或变更等情况，保险公司主动上门走访，多方查找“失联”保单主人，确保每一份权益和保障落到实处。

2024年1月，平安人寿保险股份有限公司(以下简称“平安人寿”)在清理客户“睡眠保单”时，发现客户王女士于2002年购买的一份保单已到期可领取满期金。当平安人寿工作人员预通知客户时，却发现王女士留存的电话已停机，联系地址也只写了寥寥几个字，平安人寿柜面客服人员无法联系到保单受益人。历经多番周折，平安人寿工作人员最终找到了这位客户王女士，王女士既欢喜又意外，这张20年前购买的保单早已被她遗忘。在平安人寿工作人员现场协助下，王女士当天便在线办理了满期生存金领

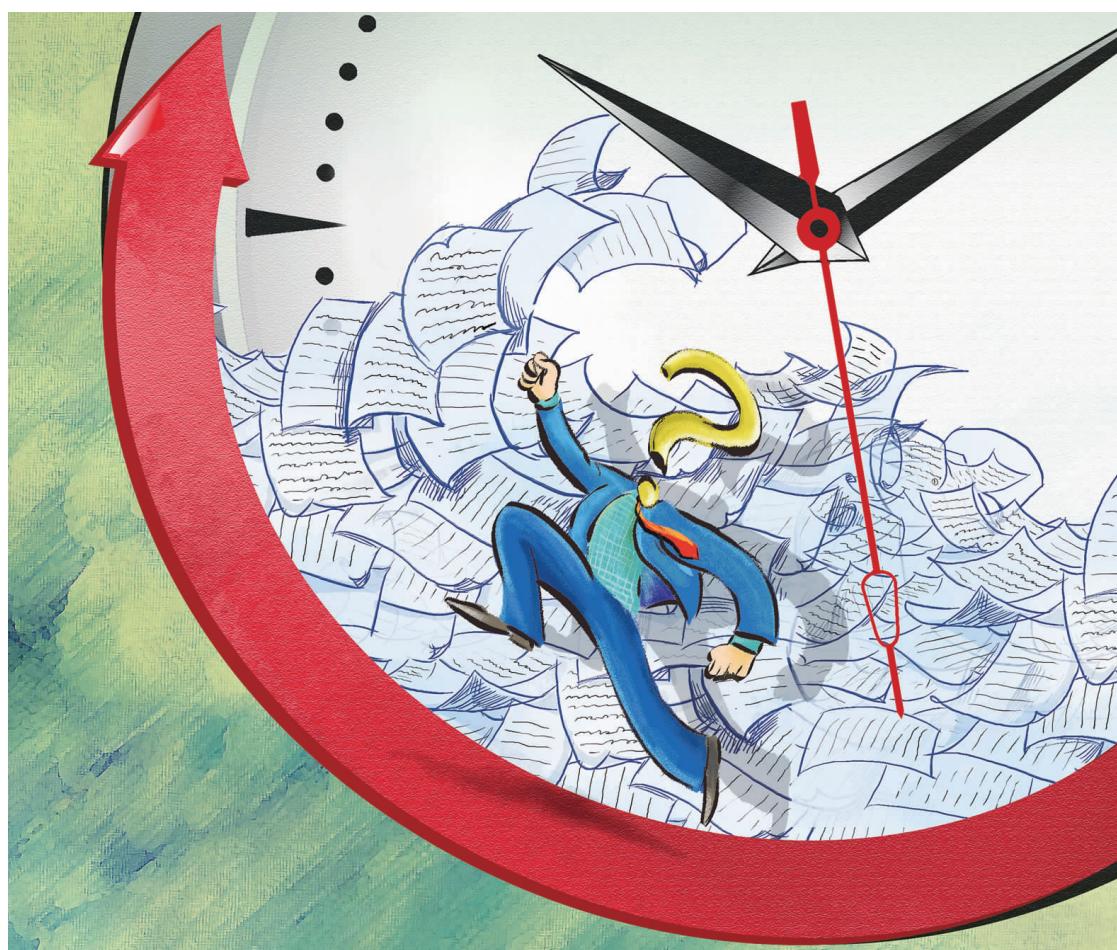
法权益，国家金融监督管理总局(以下简称“金融监管总局”)组织保险公司开展为期一年的人身保险“睡眠保单”清理专项工作，时间自2023年10月起至2024年9月止。

上述专项清理工作开展半年以来，取得了哪些成效？《中国经

营报》记者注意到，金融监管总局近日披露，开展半年以来，完成有效提醒的保单共732.07万件，涉及保险金(现金价值)共计457.06亿元。消费者已领取权益的保单共180.49万件，涉及保险金(现金价值)共计109.54亿元。

多家寿险公司接受记者采访采

访时表示，清理工作开展以来，公司多措并举寻找保单利益相关人，综合采用短信通知、营业场所宣传、电话通知、投递信函、走访、面访等方式，提醒提示消费者及时关注保单状态、领取相关权益、弥补保障缺失，有效拓展了触达“广度”。



“睡眠保单”清理专项工作开展半年以来，完成有效提醒的保单共732.07万件，涉及保险金(现金价值)共计457.06亿元。 视觉中国/图

取，满期金实时到账。

平安人寿方面对记者表示，截至目前，平安人寿已有近64万客户完成权益领取，给付理赔金1100万元，满期金16.5亿元，停效和失效保单退还现金价值近14亿元。

新华保险(601336.SH)襄阳中支公司在“睡眠保单”清理清单中发现了一张被遗忘了3年的保单，保单服务人员根据客户留存的手机号码、地址等信息，都无法与客户取得联系。为此，新华保险襄阳中支工作人员先后走访派出所、街道办事处、居委会、村委会、医院等单位，寻找“失联”客

户的联系方式。最后遗憾地得知，该名客户已经因病身故，而其家人并不知晓此份保单的存在。新华保险襄阳中支工作人员协助客户家人准备理赔相关资料，帮助客户家人于2024年3月下旬至新华保险襄阳中支公司柜面办理了理赔业务。

记者从新华保险方面获悉，截至2024年1月，新华保险已累计给付4.6亿元满期金，退还失效保单现金价值2.8亿元，支持失效保单复效1.2万件，累计复效保单保额50亿元。

据悉，自清理“睡眠保单”专项工作开展以来，与上述相似的

特殊“睡眠保单”案例还有很多。各人身保险公司及其分支机构通过走访街道、走访村居委会、寻求派出所帮助、走访医院等多种方式寻找客户，为客户及家人送去满期金、理赔金。

同时，保险公司畅通“睡眠保单”业务查询和办理渠道，并根据消费者需求和实际困难，为老年消费者主动上门服务。例如，某保险公司工作人员在联系满期客户过程中，遇到一位79岁的老年保险消费者，考虑到电话沟通困难，保险公司工作人员驱车两小时，上门协助老人办理了满期金领取。

## 需定期主动检查保单

监管提示广大消费者，购买保险后不应将保单放任不管，应定期检查保单状态，按时缴纳保险费。

实际上，“睡眠保单”一般是长期寿险产品，形成“睡眠保单”的原因有多方面。

金融监管总局金融消费者权益保护局副局长向巴泽西公开表示，诸如投保时间较长、纸质保单遗失导致投保人忘记买过保险，或者由于保单没有按时缴费导致失效而投保人不清楚还有一部分现金价值可以领取等情况，加之投保人更换住址、手机号或者移居境外、银行账户销户等情况，保险公司难以联系上消费者，这类保单权益就沉淀了下来。

“长期寿险产品，从投保到可以领取年金或生存金之间，可能经历了十多年甚至几十年。在此期间内，投保人的家庭情况、联系方式、银行账户等都可能经历了多次更迭，甚至可能本人都已经遗忘。还有一些保单受益人可能也不知道其父母或长辈为其投保，更不清楚保单的具体权益。此外，现在很多寿险产品是线上投保，没有纸质合同，大多是电子合同，更容易被客户遗忘。”对于“睡眠保单”产生的原因，保险代理人李先生向记者表示。

需要注意的是，“睡眠保单”存在一些风险。金融监管总局宁夏监管局发布题为《定期检查保单状态，避免“睡眠保单”》的文章指出，“睡眠保单”对消费者意味着保障“空窗”及资金“闲置”，存在诸多风险。就保险保障“空窗”风险而言，因未按保险合同约定按期缴纳保险费致使保单效力中止，可能导致无法理赔。同时，市场上大部分保险产品，保单效力中止时间超过2年后，保险人有权解除合同，被保险人失去保险保障。此外，保单主险在2年内可向保险公司申请恢复保单效力，但保单附加险可能会因年龄、身体健康等原因无法恢复或新增。就资金“闲置”风险而言，生存和满期给付责任的保单到期后，消费者未按保险合同约定时间领取

的，未领取的保险金将会一直“睡”在保险公司，涉及满期给付的保险金不会随着时间的推移而产生新的利息，并且保险合同在满期后保险责任终止。

金融监管总局办公厅发文表示，“睡眠保单”关系到保险消费者切身的财产利益和权益保障，开展人身保险“唤醒‘睡眠保单’”工作可着力解决人民群众最关心、最直接、最现实的利益问题，同时也是提升金融消费者获得感、幸福感、安全感的重要举措。如放任“睡眠保单”，不仅会给客户造成经济损失，更可能影响客户的保险保障。此外，各地监管亦多次提示广大消费者，购买保险后不应将保单放任不管，应定期检查保单状态，按时缴纳保险费。

值得一提的是，为帮助消费者主动查询了解自身“睡眠保单”情况，金融监管总局指导建成行业统一的“睡眠保单”一站式信息查询平台，为广大保险消费者提供便捷的“睡眠保单”查询服务。

据介绍，“睡眠保单”信息查询平台由中国银行保险信息技术管理有限公司负责搭建和维护，作为一个便捷、安全、高效的信息查询公共入口，对广大金融消费者免费开放，该查询功能于2023年12月13日正式上线。消费者可直接下载查询平台——“金事通”App，经过实名认证后，即可在App首页“常用服务”项目下的“睡眠保单”模块，查询自己作为投保人和被保险人的“睡眠保单”相关信息，并通过“联系保险公司”按键与“睡眠保单”所属保险公司取得联系。

截至2023年12月31日，该平台在半个月内累计访问量超过26万人次，通过平台查询到的“睡眠保单”件数达4.37万件，有单个消费者通过查询，分别在8家保险公司查到其“睡眠保单”的信息。监管方面人士表示，通过关注和了解自身保单状态，消费者也可进一步优化保险配置、弥补保障缺失等。

# 审批通过近万亿 楼市“白名单”项目贷款提速

本报记者 慈玉鹏 北京报道

自2024年1月《关于建立城市房地产融资协调机制的通知》(以下简称“《通知》”)发布以来，目前所有地级及以上城市(不含直辖市)已建立城市房地产融资协调机制。截至5月16日，商业

## 融资效果显现

2024年1月，国家金融监督管理总局(以下简称“金融监管总局”)联合住房和城乡建设部(以下简称“住建部”)印发了《关于建立城市房地产融资协调机制的通知》，指导各地建立城市房地产融资协调机制，提出可以给予融资支持的房地产项目“白名单”，并向本行政区域内的商业银行推送，支持在建房地产项目融资和建设交付。

根据监管要求，对于不同所有制房企的“白名单”项目一视同仁。在控制风险的前提下，可以采取新增贷款、存量贷款展期，以及发放并购贷款等多种方式予以融资支持。

据住建部4月消息，全国31个省份和新疆生产建设兵团均已建立省级房地产融资协调机制，所有地级及以上城市(不含直辖市)已建立城市房地产融资协调机制，分批提出可以给予融资支持的房地产项目“白名单”并推送给商业银行。

从项目进展上看，金融监

银行已按内部审批流程审批通过“白名单”项目贷款金额9350亿元。

《中国经营报》记者了解到，目前融资协调机制下“白名单”项目资金到达效率相对较高，楼市有回暖迹象，但房地产企业的销售数据、现金回款能否

得到明显改善仍有待观察。

受访人士建议，在确保风险可控的情况下，将更多符合条件的房地产项目纳入白名单；同时，结合“三大工程”建设、房地产去库存工作具体安排、向新发展模式过渡，以及存量盘活能力评估等，进一步优化“白名单”。

管总局数据显示，截至2024年3月末，商业银行对协调机制推送的全部第一批“白名单”项目完成审查。其中，审批同意项目数量超过2100个，总金额超过5200亿元，对部分不符合条件的项目已向协调机制反馈。记者注意到，5月，海南、湖南、湖北等多地第二批“白名单”项目加速报送。

中国银行(601988.SH)研究院研究员叶银丹告诉记者：“近期，金融机构对房地产支持力度有所加强，有助于改善房企流动性状况、降低信用风险、促进‘保交楼’，从而改善市场预期。主要包括以下几个方面，一是政策导向更加明确，2024年《政府工作报告》提到‘不同所有制房地产企业合理融资需求要一视同仁给予支持’，相比2023年的中央经济工作会议、金融机构座谈会的表述和态度更加明确。二是1月建立了城市房地产融资协调机制，按照‘一项目一方案’提出项目‘白名单’，优化了贷款支持力

度。三是颁布了经营物业贷款新规，明确房地产企业可通过经营物业贷款抵质押获取贷款，进一步拓展了房企融资渠道。综上，当前金融对房地产的支持主要特点为：政策导向更加明确，进一步降低了信息不对称性、区分了集团风险与项目风险、区分了优质项目和困难项目，拓展了融资渠道、改善了房企流动性等。”

易居研究院研究总监严跃进告诉记者：“在一季度基础上，融资协调机制下的‘白名单’项目资金到达效率较高。未来，一是应加强差别化梳理对待，加强资金精准投放，推动部分项目转化为保障房房源；二是应推动‘保交房’工作，即从‘保交楼’转为‘保交房’，其中涉及物业服务、绿化建设等内容，这是项目真正落地的关键；三是应提升‘白名单’覆盖率，结合目前房地产一系列支持政策，例如首付比例的下调，将推动销售端市场转好，‘白名单’项目的部分融资标准或可考虑适当调低。”

## 覆盖范围待扩大

一位房地产相关行业人士告诉记者：“目前房地产行业仍不太景气，但近期房地产行业融资支持政策频出，总体利好，部分项目进入‘白名单’后，融资进度明显加快。但也存在部分问题，例如‘白名单’覆盖率有限，资金从审批到落地也需要时间。另外，对于房地产民企一视同仁等政策，落地也有一定难度，需要监管进一步引导指挥。”

中央财经大学证券期货研究所研究员杨海平表示：“基于‘白名单’的房地产融资协调机制在改善房地产融资方面发挥了一定的作用，但总体效果不及预期。当前，房地产企业的销售数据、现金回款能否得到明显改善仍有待观察，因而商业银行对房地产相关授信总体上也比较审慎。”

对于“白名单”房地产融资协调机制的优化，杨海平表示：“对于政府部门而言，建议结合‘三大工程’建设、房地产去库存工作具体安排、向新发展模式过渡，以及存量盘活能力评估等来优化‘白名单’。对于商业银行而言，其一，建议积极设计投资银行+商业银行的综合业务方案，在推动存量资产盘活、债务重组、兼并重组的基础上，优化融资服务。其二，在充分发挥主办银行作用的同时，利用银团贷款模式适度分散风险。其三，与中国人民银行创设的支持收购存量房再贷款工具的使用做好衔接配合。”

叶银丹告诉记者，未来，可以从

以下几个方面加大房企融资支持力度，积极化解房地产市场风险。

第一，持续推进房地产融资协调机制，加快“白名单”项目融资落地。按照协调机制的“应建尽建”原则，高质量完成“白名单”推送，高效率协调和解决项目的难点问题，为房地产项目开发建设提供精准融资支持。在此过程中，一是加快推动政银企联动，加强信息共享。地方政府要及时向相关金融机构提供项目建设运行、预售资金监管等信息。金融机构要建立专门工作机制，优化相关业务管理机制和风险控制，完善审批流程和审批制度，细化尽职免责规定，加大房地产“白名单”项目融资支持力度。二是加快推动形成“发放—使用—偿还”的管理闭环，确保资金全部用于项目开发建设，严防资金被挪用用于购地、偿还债务或其他投资。

三是逐步推动金融机构对房地产行业和企业的思维转变，在确保风险可控的情况下，将更多符合条件的房地产项目纳入“白名单”，尤其做到对民营房企项目一视同仁。四是不断完善“白名单”制度，推动相关推送机制常态化运行，持续对房地产项目融资给予支持。

第二，应加大房地产风险化解力度，发挥资产管理公司作用，应对房企中长期存量资产处置。由于房企存量资产规模庞大，预计未来房企降杠杆可能将延续较长一段时间。当前，房地产行业风险远未出

清，部分头部房企和大量中小房企风险依然较大，不排除未来有大量中小房企退出市场的可能性。仅仅依靠政策性银行和商业银行承接其不良贷款，既不具有可持续性，也不现实。因此，需要政策着眼于长期，为房地产行业在较长时间内进行系统性“减负瘦身”做好准备。

建议完善多层次主体参与的市场化房地产风险化解机制，充分发挥资产管理公司在房地产存量资产盘活、风险化解中的作用，推动房地产市场有效出清。”叶银丹表示，“鼓励资产管理公司加大对房地产领域资金投放力度，合理报价、应收尽收。同时，以存量涉房不良资产为基础，围绕房企上下游业务，联合产业链上的其他企业开展并购重组。”

金融监管总局副局长肖远企近期公开表示，将加大工作力度重点做好以下几个方面的工作：一是保持房地产融资稳中有升，继续落实好“金融16条”，稳定房地产资金投放；二是一视同仁满足不同所有制房地产企业和房地产项目的合理融资需求；三是建立与房地产发展新模式相适应的金融产品和金融服务体系，要求金融机构针对新变化、新特征，在产品开发、审批流程、风险管理、客户关系管理等方面升级改造，提供更加契合新模式的金融产品和金融服务体系，提高房地产融资和金融服务的针对性、有效性；四是会同住建部和其他部门一起全力推动落实城市房地产融资协调机制。

# 银价飙升背后：与黄金投资有何不同？

本报记者 秦玉芳 广州报道

2024年初以来，伴随着黄价格的一路飙升，白银亦进入新一轮涨价行情，并再度冲进30美元/盎司大关，创12年来新高。尽管近日白银价格冲高回落、震荡加剧，但中长期市场预期仍较

为乐观。

随着银价的一度破新，投资者对白银资产的配置也越来越关注。不过，相比黄金，投资者对于实物白银配置意愿依然不大，而白银基金、期货等挂钩的金融产品近来则异常“受宠”。

业内人士分析认为，虽然受多

方面因素影响，银价上涨趋势依然不减，但短期内波动加剧。此外，配置白银资产不比黄金投资，个人投资者可参与投资的形式相对单一，在白银相关资产配置时更应审慎，警惕高位风险，不要过度追涨，买卖时也需要做好止盈止损点位设置，切忌高位追多。

## 价格快速上涨

市场普遍认为，供需关系及避险情绪等多重因素影响，是最新一轮白银价格快速上涨的主要原因。

年初以来，白银价格持续上涨，国际现货白银价格稳居30美元/盎司大关，截至5月21日盘中甚至一度涨至32.5美元/盎司。

在经历连续半月的上涨后，近日银价冲高回落，5月22日以来白银价格接连下跌。截至5月23日，国际白银开盘价降至30.75美元/盎司，但仍远高于5月初水平。

从历史维度来看，上次白银价格如此幅度上涨还是在2011年。2008年全球金融危机后，受量化宽松政策影响，大宗商品价格屡创新高。在此背景下，美元大幅贬值，国际黄金价格一路走高，带动白银价格也持续攀升，使得大量资金涌入白银市场，到2011年白银价格飙升至历史新高。

民生证券在最新研报中指出，复盘历史，2011年达到顶峰后，随着美联储量化宽松政策的退出，银价开始回调。2020年全球新冠疫情暴发，全球主要经济体大幅扩表，利率大幅宽松，受低利率和避险等因素带动，银价从2020年3月底12.4美元/盎司上涨至2021年2月初的29.6美元/盎司，涨幅达138.7%。

民生证券方面认为，本轮白银供需关系从2021年开始扭转，白银供不应求，或带动金银比中枢的新一轮下行。“金银比下滑的时间通常对应白银的牛市，我们认为制造业PMI指数（采购经理指数）转暖是金银比开启回落的重要催化剂。历史数据显示，PMI指数的上升区间通常对应金银比的下降区间，PMI可以作为判断金银比走势的一个有效指标。”

市场普遍认为，供需关系及避

险情绪等多重因素影响，是最新一轮白银价格快速上涨的主要原因。东吴证券(601555.SH)在研报中指出，受地缘政治紧张增加的避险情绪、美联储降息预期及光伏组件排产增加带来的供需紧张等因素影响，白银价格近期快速攀升，2024年初价格约为6000元/kg，截至2024年5月20日已经突破8200元/kg。

兴业研究汇率高级研究员张峻滔表示，随着太阳能、新能源汽车、电子元件等需求增长，白银的实物消费量增加且出现供给缺口。

广发期货高级黄金投资分析师叶倩宁也指出，近年白银的矿产供应增长远落后于需求，在光伏新能源和半导体产业的用银需求保持强势的情况下，白银持续3年出现供应缺口。

世界白银协会数据显示，2023年全球白银需求总量为35551吨，2023年全球白银缺口为4400吨左右。

2024年在矿产银产量复苏的带动下，全球白银总供应量预计约31700余吨，白银总需求预计约36700余吨，供需缺口约5000吨左右。

投资者避险情绪上升，黄金、白银等贵金属资产配置需求增加，从而进一步加剧白银价格攀升。张峻滔强调，在地缘政治风险加剧、海外去通胀前景成疑的背景下，贵金属品种整体受到投资者青睐。在本轮上涨前，白银相对黄金呈现低估，具有较强的投资吸引力。

在叶倩宁看来，国际银价突破29美元/盎司的3年来高点，白银技术指标上均线形成多头排列，市场

看涨氛围浓厚。“当前战术性投资者资金流入较快，上海期货交易所和芝加哥商品交易所4月白银交易量都大幅上升，达到2020年8月~9月期间的高位。其中，上期所白银期货合约约为4507.3万手，同比增96.7%，环比增长144.1%，成交额方面则达到4.88万亿元，同比增幅达到153.3%，环比增长182.2%。COMEX白银期货净多头仓数在4月中升至近两年的新高，此后尽管金银价格回调、部分多头离场，但仍维持在阶段高位。”叶倩宁表示。

国贸期货方面表示，长期来看，贵金属价格仍具备一定上涨空间。“美联储9月有可能启动降息周期，全球地缘冲突风险难以实质性缓和、美国大选不确定性仍会加剧全球动荡局势，去美元化背景下各国央行预计仍维持净购金需求，在金融属性和货币属性的双重支撑下，贵金属价格长期上涨趋势不变。”

瑞达期货(002961.SZ)认为，未来在全球央行接连开启降息潮伴随信用宽松的情况下，全球制造业复苏趋势或将持续，白银在金融、货币以及工业三重属性发力下或存有一定上涨空间。

民生证券也在报告中指出，考虑到全球白银具有金融属性和工业属性双重属性，当前美联储加息周期结束，逐步进入降息周期后，利率下行趋势下有望不断提振贵金属价格，白银有望跟随黄金不断上涨，且随着国内外制造业PMI数据出现见底回升的迹象，白银工业属性也将逐步增强，若海外经济体正式开启降息周期，有望触发金银比重回高位。



分析认为，银价上涨趋势依然不减，但短期内波动加剧。

视觉中国/图

## 警惕波动风险

预计贵金属价格短期波动或进一步加剧，甚至面临一定调整风险。

在贵金属中长期上涨格局未改的市场预期影响下，投资者对白银相关的资产配置意愿也在明显提升。

张峻滔指出，近来银价上涨，涨幅甚至高于黄金，使个人投资者重新评估其资产配置，增加对白银的投资比例，以分散风险。

从市场反应来看，除白银期货等传统投资工具外，近来个人投资者购买白银期货价格挂钩基金的积极性也在显著增加，但对实物白银产品的购买意愿仍没有太大变化。

广州的林先生向《中国经营报》记者透露，相比银条银饰，实物黄金产品更有保值价值，而且现在白银溢价太高了，回收风险也更大。“相比之下，我更愿意配置一点白银基金。”

对此，张峻滔指出，银价上涨吸引了部分风险偏好较高的投资者，而对于风险厌恶型投资者来说，可能更倾向于波动相对更低的黄金或其他资产。

叶倩宁也表示，白银属于贵金属板块，市场规模相较黄金更小，且个人投资者可参与的方式较为单一，因此关注度远不如黄金。除了实物投资外，白银的金融产品包括上期所白银期货和白银相关资源股，白银期货价格与国际银价走势较为同步，而白银股价格与白银现货相关性较高，但亦可能受到企

业自身经营情况影响。

张峻滔进一步强调，由于白银价格的高波动性，个人投资者可能希望在短期内获得较高的收益，但也需要承受更高的风险。

在艾文智略首席投资官曹辙看来，投资者对白银的配置意愿受市场供求关系、投资者偏好等因素的影响，整体趋势呈现出稳定增长的态势。但在当前环境下，投资者配置白银相关的资产也面临价格波动、市场流动性和杠杆交易等系列风险和挑战。

叶倩宁也指出，目前白银自3月上涨以来累计涨幅超过30%，在黄金大幅上涨导致交易成本偏高的情况下，白银可能对投资者来说更具吸引力，想象的空间更大，但其盘中波动也较大，对于个人投资者来说风险管理的要求更高。

国贸期货研报也明确，展望后市，预计贵金属价格短期波动或进一步加剧，甚至面临一定调整风险，尤其需警惕有色金属情绪上的共振降温或给白银带来较大的回落风险，建议前期多单止盈，短期观望为主。

银价波动风险加剧背景下，白银期货交易所也在提高合约交易保证金，以控制投资者杠杆风险。上海期货交易所《关于调整黄金等期货交易保证金比例和涨

跌停板幅度的通知》(以下简称“通知”)显示，自2024年5月23日(周四)收盘结算时起，黄金、白银期货合约的涨跌停板幅度调整为10%，套保交易保证金比例调整为11%，投机交易保证金比例调整为12%。

《通知》发布后，各家期货机构纷纷公布了调整举措，部分期货公司甚至将白银期货合约的交易保证金比例调整至20%以上。

业内人士分析认为，上调交易保证金是为了更好管控期货价格波动时投资者的风险，投资者也要根据自身资金情况和风险偏好进行投资配置，量力而行。

银河期货方面强调，总体来看，贵金属仍然有一定支撑，但贵金属已上涨很多，尤其在每次白银大幅补涨之后，贵金属往往需要调整，所以后期距离调整的时间或也不会太远。“此时，建议投资者保持理性客观，要按照技术规律去操作，不要在市场上过度追涨。”

此外，叶倩宁还强调，投资者在参与白银市场时，需要关注买卖的时点，特别是白银期货等波动性较高的品种。同时，国内品种交易时间不如外盘连续，会经常出现跳空高开或低开的情况，投资者买卖时需要较好的择时，做好止盈止损点位设置，切忌高位追多。

# 超长期特别国债吸金 稳健理财产品供给或增加

本报记者 秦玉芳 广州报道

从首发到上市交易，超长期特别国债一跃成为近日投资者配置关注的新热点。

## 稳健型配置新热点

超长期特别国债上市交易两日，从强势上涨到回跌，走出“过山车”式行情。

5月22日上市交易首日，超长期特别国债两度触发临时停牌。其中，深圳证券交易所(以下简称“深交所”)“特国2401”收盘涨幅为19.70%，盘中最高涨幅达23%；上海证券交易所(以下简称“上交所”)“24特国01”收盘涨幅为1.32%，盘中最高涨幅达25%。

上交所与深交所均在两次停牌公告中郑重提示广大投资者注意投资风险，理性投资。《2024年超长期特别国债(一期)发行招标情况》显示，此次发行的首期超长期特别国债实际发行量400亿元，30年期，票面利率2.57%，每半年付息一次。

中邮证券方面分析指出，特别国债交易所上市首日异动，走出“过山车”行情，特别国债在交易所上市交易首日就两度涨至盘中涨停，快速上涨主要是特别国债的热度和投资非理性行为两个因素共同驱动。

上市第二日，盘中价格下跌回调。深交所5月23日公告显示，“特国2401”盘中成交价较前收盘价首次下跌达到或超过10%，根据《深圳证券交易所债券交易规则》和《关于对债券匹配成交实施盘中

引发投资者关注。业内人士分析认为，市场热度和投资非理性行为等因素是影响超长期特别国债上市交易价格波动的主要原因。接下来，

随着超长期国债的接连发行，二级市场交易情绪易受到扰动，投资者需理性配置，未来也应关注以该类债券为配置标的的理财产品。



超长期特别国债将为个人投资者资产配置提供新选择。

视觉中国/图

者资产配置提供新选择，在银行定期存款利率下调、银行理财打破刚性兑付的大背景下，超长期特别国债由财政部发行，可以提供安全、稳定的长期投资收益，个人投资者既可以选择长期持有，也可以在柜台市场交易，对风险偏好较低的个人投资者具备吸引力。

艾文智略首席投资官曹辙强调，从当前的情况来看，个人投资者对超长期特别国债的配置意愿较强。一方面，随着经济的发展和个人财富的积累，个人投资者的投资需求逐渐增加；另一方面，超长期特别国债的稳定性和低风险性也符合个人投资者的投资需求。

在曹辙看来，由于其超长期的特点，投资者可以更长期地持有该债券，减少了短期市场波动的风

险。同时，超长期特别国债的发行可以为个人投资者提供更多的投资选择，有利于个人投资者的资产配置多样化。

随着后续几期超长期特别国债的陆续上市，个人投资者的配置热度将持续显现。从财政部披露的发行计划看，年内将发行1万亿元超长期特别国债。《2024年超长期特别国债发行安排》显示，国债发行期限分别为20年、30年和50年，发行次数分别为7次、12次和3次，发行时间从5月至11月中旬。

浙商证券(601878.SH)分析认为，伴随2024年超长期特别国债发行频次的提高，5月、7月、9月将迎来3次30年期特别国债新券上市，或可增加对新老券利差、一二级市场价格联动的关注。

## 关注潜在利率风险

年内超长期特别国债的接连上市，将进一步提高超长债流动性，投资者配置意愿也将持续增强。

华泰证券(601688.SH)分析指出，今年特别国债发行完毕后，20年、30年和50年的国债余额预计分别将达到3000亿元、9100亿元和2150亿元，超长债流动性总体提高，尤其20年和50年交易活跃度可能提高。而距离真正的活跃品种，还需规模进一步扩容以及衍生品工具的丰富。

浙商证券进一步指出，二季度30年期国债首发和续发频率都偏高，一级市场发行情绪的不确定性强，二级市场交易情绪易受到扰动。

对于个人投资者来说，除了参与超长期特别国债的一二级市场外，通过理财产品配置相关底层资产的策略也将成为资产配置的重点关注方向。曹辙表示，超长期特别国债的发行可以为金融机构提供更多的投资机会和资产配置选择，随着超长期特别国债的陆续发行，金融机构需要开发相应的理财产品来满足投资者的需求，如何根据市场需求开发出适合不同投资者需求的理财产品，也是值得关注的方向之一。

惠誉评级亚太区金融机构评级董事徐雯超也指出，在监管机构引导存款利率持续下调、禁止手工补息后，存款回流理财的趋势明显，特别是企业资金购买理财在近期明显增多。理财在资产端的配置需求增加，但收益稳定、净值波动幅度小的理财产品仍然是目前的主流投资需求。“超长期国债一方面可满足低波稳健类产品的配置需求，丰富了理财产品的投资品种，另一方面也一定程度抵补了因城投债、地产债发行明显缩量的债券投资需求。”徐雯超表示。

何帆进一步强调，对于金融机构而言，今年和未来几年将陆续发行超长期特别国债，超长期债券的供给规模将显著上升，未来超长期品种的流动性将进一步增强，兼具配置和交易属性。在“资产荒”背景下，金融机构通过投资超长期国债，可以通过拉长久期提升组合投资收益，交易层面也可以在曲线交易策略上进行更为灵活的尝试。

在何帆看来，对于保险公司等机构而言，由于其负债端的久期较长，对超长期债券的配置需求也较强。“需要关注的是，相较于中短期国债，超长期国债的久期更长，因而若在利率上行环境下，相较于短久期债券，净值波动幅度更大，需要关注其潜在利率风险。”

曹辙表示，在当前“资产荒”的背景下，与普通债券相比，超长期特别国债的流动性较差，但收益相对较高，且具有国家信用保障，因此受到金融机构的青睐。金融机构也需要进一步提升产品创新和研发能力，开发适合不同风险偏好和投资期限的理财产品来满足投资者需求。

# 渤海证券突遭立案 IPO进程再添变数

本报记者 罗辑 北京报道

券商“严监管风暴”正在袭来。日前，渤海证券股份有限公司(以下简称“渤海证券”)公告称，收到中国证券监督管理委员会

## 事涉财务顾问业务

从业务收入情况来看，渤海证券投行细分条线中，财务顾问业务收入弹性较大。

《立案告知书》具体内容显示，渤海证券因涉嫌财务顾问业务违法违规而被立案，但针对涉嫌违法违规的具体项目和具体内容，公告则并未明确。一时间，渤海证券的财务顾问业务也被放在了聚光灯、放大镜之下。

根据其招股书(申报稿)，渤海证券财务顾问业务主要包括提供各类融资、财务安排、兼并收购、资产重组等方面的数据分析、咨询、策划等顾问服务以及新三板推荐挂牌及持续督导等相关业务。

从业务收入情况来看，渤海证券投行细分条线中，财务顾问业务收入弹性较大。2023年年报

(以下简称“证监会”)《立案告知书》。因涉嫌财务顾问业务违法违规，根据相关法律法规，证监会决定对渤海证券立案。

渤海证券备战IPO已久，目前上海证券交易所(以下简称“上交

所”)发行审核信息显示，其IPO申请已被受理，审核状态为“已问询”。此时突遭立案，渤海证券随即成为市场关注焦点。

渤海证券称：“目前公司的经营情况正常，该事件对公司偿债

能力无不利影响。公司将积极配合证监会的相关工作，并严格按照监管要求履行信息披露义务。”而就该立案的细节详情和影响，暂因调查期间的静默，渤海证券未能对相关情况给予回应。

## IPO七年长跑

上交所发行审核信息显示，渤海证券IPO于2023年3月1日受理，目前审核状态仍为“已问询”，距离进入上市委审议会议阶段还有距离。

此时被证监会立案，对于备战IPO已有七年之久的渤海证券而言，IPO之路或再添变数。

2016年10月，渤海证券与光大证券签订了上市辅导协议，期间历经公司治理、内部控制的整改和完善、董监高培训等诸多工作。2021年12月，渤海证券提交IPO申报。2022年5月，证监会针对申报文件提出42条反馈意见，包括规范性问题、信息披露问题、与财务会计资料相关的问题，具体涉及投行业务是否存在重大风险以及近三年董事、高管变动是否构成重大变化等问题。同年6月6日，证监会再次披露了渤海证券首次公开发行股票招股说明书申报稿，其IPO进程加快，并进入预披露更新阶段。

2023年，全面注册制落地。彼时，已获证监会受理的IPO项目陆续“平移”至沪深交易所进行注册制审核。渤海证券就是其中之一。按照规定，在审主板项目申报获受理后，沪深交易所将基于其过往审核顺序以及已有审核成果，依照注册制审核程序和规则推进审核相关工作。

目前，上交所发行审核信息显示，渤海证券IPO于2023年3月1日受理，3月17日问询，3月31日因财务资料过有效期一度中止审核，同年6月30日更新资料后，恢复审核。目前审核状态仍为“已问询”，距离进入上市委审议会议阶段还有距离。

在此情况下，立案对于渤海证券的IPO之路究竟有何影响？

长期关注证券领域的四川安公律师事务所联合创始人崔文官指出：“按照《首次公开发行股票注册管理办法》《证券法》《上海证

券交易所股票上市规则(2024年4月修订)》等相关规定以及全面注册制以来的相关案例，拟IPO企业在报告期内遭遇立案调查可能会导致企业上市进程受阻，不排除渤海证券IPO进程会因此暂停或中止。若调查结果显示存在严重违法违规情节，并遭到从重处罚，可能对发行人构成重大影响。不过，具体情况要看证券会的调查结果，若情节较轻，渤海证券通过整改就能‘过关’；若情节严重，渤海证券的IPO将受到较大影响。”



此时被证监会立案，对于备战IPO已有七年之久的渤海证券而言，IPO之路或再添变数。

视觉中国/图

## 与可比公司差距拉大

到2023年，渤海证券资产规模仅增加20亿元，达到630.1亿元。

IPO之路的波折也在一定程度上影响了渤海证券的发展速度。

根据渤海证券2021年第一版招股书(申报稿)，其选取的同行业可比公司为天风证券、南京证券、西南证券、山西证券、国海证券、第一创业、华安证券和红塔证券。

彼时，这八家券商的资产规模在814.05亿元到383.18亿元之间，算术平均值为597.17亿元，中位数为605.32亿元，营业收入在55.85亿元到23.65亿元之间，算术平均值为37.23亿元，中位数为33.49亿元。渤海证券资产规模为610.28亿元，略超可比同业的算术平均值和中位数，营业收入为29.56亿元，略低于可比同业的算术平均值和中位数。

然而到了2023年，上述可比同业资产规模在995.48亿元到470亿元之间，算术平均值为702.37亿元，中位数为736.63亿元，平均较2020年规模增加百亿元；营业收入在41.88亿元到12.01亿元之间，算术平均值为29.04亿元，中位数为29.68亿元。

到2023年，渤海证券资产规模仅增加20亿元，达到630.1亿元，较中位数已有百亿级差距；营业收入为21亿元，相较2020年同样表现出差距的拉大。

作为“信证分家”浪潮下组建起来的老牌券商，渤海证券经过多

年努力，逐渐由一家区域性证券公司发展成为具有差异化经营特色、全国性布局的综合性证券公司。同时，作为天津市国资委实际控制、天津市泰达国际控股(集团)有限公司控股的重要金融资产，渤海证券也有着与渤海银行、北方信托、渤海财险等机构深度协同，为天津市金融创新运营示范区与改革开放先行区的战略定位作出贡献的发展要求。

在此背景下，IPO受阻渤海证券将如何补充“弹药”，又如何在有限的资金支持下谋求发展？实际上，目前A股IPO排队的券商共有6家，且体量均为中小规模。作为已经完成上市辅导，有着较好公司治理的这些中小券商，在备战IPO的同时，又该如何利用有限的“弹药供给”在激烈竞争中争取发展机会？

香颂资本董事沈萌提到：“即便没有被立案，这些排队IPO的中小型券商在近期完成IPO的可能性也不大。未上市的券商还应该多考虑在当前环境中如何争取发展。即便未上市，扩大自有资本仍可以通过股权或债权融资。能否顺利高效利用这些渠道，这背后更多还是公司质地，只有不断扩大差异化竞争优势，中小券商才可能有发展的空间。”

# 资本市场犯罪“零容忍” 四部委重拳出击

本报记者 郭婧婷 北京报道

悬疑网剧《新生》于近期热播，剧中呈现金融监管下的建“老鼠仓”的桥段，男主同时游走于5个受骗者之间，其中一位受骗者是一家金融公司的副总，他用男主的账号开“老鼠仓”，在内部消息的加持下，赚到盆满钵满，最后反被男主将账户2000万元卷走，最终因操作“老鼠仓”，犯利用未公开信息交易罪，被法院判处十年有期徒刑。

像“老鼠仓”这类内幕交易、泄

露内幕信息案是近些年证券犯罪主要案件类型，相关部门亦在高压打击证券期货类犯罪。

5月17日，最高人民法院、最高人民检察院、公安部、证监会联合印发《关于办理证券期货违法犯案件工作若干问题的意见》(以下简称《意见》)，《意见》提出，坚持“零容忍”要求，依法从严打击证券期货违法犯罪活动。加大查处力度，坚持应移尽移，当捕则捕、该诉则诉，严格控制缓刑适用，加大财产刑适用和执行力度，最大限度追赃挽损，完善全链条打击、全方位

追责体系。

“目前对证券期货违法违规行为的监管尚未完全打通与刑法的有效衔接，一方面需进一步推进刑法的修订，将相关行为纳入追究个人责任，提高刑期上限，大幅提高证券违法犯罪的成本。另一方面，进一步优化办案流程，加强地方公安机关、法院等与监管机构的有效协同，强化办案人员专业度，坚持‘零容忍’，严格追究犯罪分子刑事责任。”清华大学五道口金融学院副院长田轩在接受《中国经营报》记者采访时表示。

具有高风险性、高收益性、复杂性和隐蔽性等特点。侦办、起诉和审判等环节也存在一些难点，例如证据收集困难、涉案人员身份复杂、犯罪手段多样化等。

“内幕交易内部信息传递过程非常隐蔽，内幕交易案件通常经过行政处罚，在当事人未被采取强制措施的情况下容易形成攻守同盟，‘零口供’案件认定泄密人的责任往往成为案件办理的难点。”法律界人士告诉记者。

谈及证券期货类案件侦办、起诉审判环节的难点，杨兆全分析，一是证据收集困难：由于证券期货交易的电子化和网络化特点，犯罪分子往往会利用技术手段隐藏交易痕迹，给证据的收集和固定带来难度。二是法律适用复杂：证券期货犯罪涉及的法律问题复杂，如操纵市场的认定、内幕信息的界定等，需要法官具备较高的专业素养。三是跨境犯罪处理难：随着金融市场的全球化，跨境证券期货犯罪日益增多，涉及不同国家的法律制度和司法协助问题。

“对相关违法行为进行调查时，要求办案人员具备一定专业度。进行案件处罚时，可能面临的情况较复杂，依据现有法律，可能出现罪责罚不匹配的情况。”田轩进一步指出。

## 完善行刑衔接机制

“行刑衔接机制有待完善。以操纵证券期货市场犯罪为例，从行政调查到刑事审判的时间普遍在三年以上，在一定程度上导致刑事惩治不够及时。”上海一中院撰写的《白皮书》指出目前司法衔接尚存漏洞。

本次《意见》对行政执法与刑事司法的衔接，刑事案件的管辖，证据的收集、审查与运用等进行了明确。

从具体职责来看，证券期货监管机构发现涉嫌犯罪依法需要追究刑事责任的，应当及时向公安机关移送。移送案件时应当附有以下材料：移送书、涉案物品清单以及证据材料，已经作出行政处罚决定或者市场禁入决定的，应当附有行政处罚决定书、市场禁入决定书等。同时，应当将移送书、行政处罚决定书、市场禁入决定书抄送同级人民检察院。人民检察院依法对证券期货监管机构移送案件活动实施监督。

随后，公安机关对证券期货监管机构移送的案件，认为有犯罪嫌疑需要追究刑事责任的，应当及时立案。上级公安机关指定管辖或者书面通知立案的，应当在要求的期限内立案。公安机关决定不予立案的，证券期货监管机构可以申请复议，人民检察院依法对公安机关立案活动和侦查活动实施监督。

## 投资者权益保护再进阶

新“国九条”提出必须始终践行金融为民的理念，突出以人民为中心的价值取向，更加有效保护投资者特别是中小投资者合法权益，助力更好满足人民群众日益增长的财富管理需求。

“投资者是市场之本，要进一步夯实投资者保护的制度基础，在制度制定修订过程中，充分听取广大投资者特别是中小投资者的意见建议，作出客观公正的专业研判，更加注重制度的公平性，为投资者提供更为实质的公平保护。”在第六个“全国投资者保护

记者从北京市检察机关获悉，北京证监局与北京市检察机关开展行刑衔接，共同保护投资者合法权益。

此次《意见》进一步加强了行刑衔接，进一步落实了“刑事优先原则”，明确了具体执行模式、程序，要求证券期货监管机构发现涉嫌犯罪依法需要追究刑事责任的，及时向公安机关移送，并明确了相关移送程序。进一步明确了证券期货犯罪案件的管辖权，如对多头管辖问题进行了明确，列举了人民法院、人民检察院、公安机关并案审理情况，加强集中管辖等。

对具体职责来看，证券期货监管机构发现涉嫌犯罪依法需要追究刑事责任的，应当及时向公安机关移送。移送案件时应当附有以下材料：移送书、涉案物品清单以及证据材料，已经作出行政处罚决定或者市场禁入决定的，应当附有行政处罚决定书、市场禁入决定书等。同时，应当将移送书、行政处罚决定书、市场禁入决定书抄送同级人民检察院。人民检察院依法对证券期货监管机构移送案件活动实施监督。

在案件协作方面，前述上海一中院《白皮书》给出对策建议，具体为，进一步加强企业合规工作。坚持治罪与治理并重，敏锐发现企业治理漏洞，落实企业合规整改常态化机制，以个案合规带动行业合规；进一步加大惩治处罚力度。全链条、全方位从严惩治证券期货犯罪，严格把握缓刑适用条件，激活证券从业禁止制度，向市场释放

“零容忍”的明确信号；进一步畅通行刑衔接机制。与证券监管部门加强合作，搭建多方协作平台，实现信息共享、案情通报、案件移送功能一体化。

杨兆全在接受记者采访时指出现阶段行刑衔接机制待完善的几个方面，首先，信息共享不畅：行政执法与刑事司法之间的信息共享机制尚不完善，导致部分案件不能及时发现和处理。其次，法律标准不统一：行政执法与刑事犯罪的界限在某些情况下不够明确，导致案件定性困难。第三，协作机制有待加强：行政执法与刑事司法之间的协作机制还需进一步完善，以提高打击证券期货犯罪的效率和准确性。

记者从北京市检察院第三分院获悉，在处理张某违规不披露重要信息案中，依托北京市人民检察院、北京证监局签署的《关于建立辖区证券期货行业执法检察联络工作机制备忘录》机制，由证券监督管理机构专业人员担任特邀检察官助理，充分借助“外脑”专业优势，加强行刑衔接协作，破解专业证据审查和法律适用难题，最终有效指控证明犯罪，实现了对破坏金融市场秩序违法行为的有力震慑。据了解，上述案件系北京市检察机关办理的首例涉诉讼类违规信息披露案件。

宣传日”活动上，证监会主席吴清表示。

保护投资者权益有哪些抓手？投资者个人需要注意什么，权益受到侵害、财产出现重大损失后，投资者如何做？

田轩建议，投资者权益保护需构建完善的配套制度，健全多元化维权通道。加强监管协同，以投资者权益保护为出发点和落脚点，加强投资者教育，压实各方责任，严格合规与风险管理，积极进行风险揭示。进一步健全法律法规及司法保障举措，对侵害投

资者权益行为，从严追究机构或个人责任，大幅提高证券违法犯罪成本。健全中国特色的集体诉讼制度、举报机制、民事赔偿机制，采取信息保护和激励措施，加强监管、司法、执法等体系的联动，降低投资者维权成本。投资者个人需加强专业知识学习，提高风险意识，保留交易凭证，依靠专业机构力量，谨慎投资。权益受到侵害、财产出现重大损失后，第一时间向公安机关报案，并积极配合调查，提供相关证据。

下转 B6

# 地产板块“狂飙”背后基金经理众生相：坚守、撤退、精准加仓

本报记者 顾梦轩 夏欣

广州 北京报道

5月以来，部分房企股价涨幅惊人，地产板块随之进入了“狂飙”状态。Wind数据显示，截至5月22日，5月以来我爱我家（000560.SZ）、特发服务（300917.SZ）、滨江集团（002244.SZ）股价分别上涨90%、81.6%、41.4%。此外，截至5月22日，地产指数成份股全部个股5月以来

## 政策催化板块反弹

房地产板块的表现主要仍然依赖于行业基本面。行业基本面的变化取决于人口、城镇化率等长变量、房地产周期等中期变量及经济周期等短期变量。

中国人民银行、国家金融监督管理总局5月17日联合发布通知，首套和二套房贷最低首付款比例分别降至不高于15%和不低于25%。中国人民银行还宣布，取消全国层面首套和二套房贷利率政策下限，并下调个人住房公积金贷款利率。

首套住房贷款利率政策动态调整机制落地以来，越来越多的城市因城施策，下调或取消首套房贷利率下限。截至目前4月末，全国343个城市中已有67个取消了首套房贷利率下限。目前，除北上广深等少数一线城市外，大部分城市房贷利率下限已降至全国统一水平。

4月，中央政治局会议指出：“要统筹研究消化存量房产和优化增量住房的政策措施，抓紧构建房地产发展新模式，促进房地产市场高质量发展。”同时，各地房地产需求侧改革措施频出。今年以来，各地针对地产行业“以旧换新”政策频出、限购限贷进一步放松，促进了政策预期的升温。

“此外，中央对房企融资支持力度政策频出，房企信用风险的担忧缓解”，中航基金首席投资官、中航混改精选基金经理邓海清表示，近期房地产信用债发行规模呈现久违的同比增长趋势，房地产白名单机制下房企业融资有所改善，房地产信用

来股价均上涨。

地产板块的强势崛起，得益于国家新一轮支持房地产的金融举措“四连发”，包括明确取消全国层面房贷利率政策下限、下调房贷首付款比例和公积金贷款利率、设立保障性住房再贷款，政策支持力度可谓空前。

格上理财研究员毕梦娟在接受《中国经营报》记者采访时表示，近期地产板块的反弹主要与国家

出台的一系列政策密切相关。4月30日中央政治局会议首次提出“统筹研究消化存量房产和优化增量住房的政策措施”，西安、杭州等地取消限购、放松落户，央行宣布首套住房最低首付比例下调至15%，叠加公积金贷款利率的下，都极大程度地提振了市场情绪。“另外，北向资金流入房地产、建筑装饰等板块的速度明显加快。综合上述因素，地产板块最近涨势较佳。”毕梦娟说。

## 地产主题基金年内业绩前20

截止日期：5月22日

基金简称	总回报(%)	同类排名
华泰柏瑞轮动精选A	19.73	1/26
华泰柏瑞景气汇选三年持有A	19.69	2/26
华泰柏瑞景气汇选三年持有C	19.51	3/26
华泰柏瑞富利A	19.50	1/16
华泰柏瑞轮动精选C	19.49	4/26
华泰柏瑞多策略A	19.44	2/16
华泰柏瑞多策略C	19.16	3/16
华泰柏瑞富利C	19.13	4/16
工银金融地产A	18.38	5/26
工银金融地产C	18.10	6/26
中航混改精选A	14.00	7/26
中航混改精选C	13.94	8/26
工银战略转型主题A	13.25	1/12
工银战略转型主题C	13.02	2/12
工银产业升级A	11.71	3/12
工银产业升级C	11.39	4/12
工银国家战略主题	10.72	5/12
工银灵动价值A	10.54	9/26
华泰柏瑞优势领航A	10.38	10/26
工银灵动价值C	10.34	11/26

数据来源：Wind

风险担忧缓解。市场预期政策层将推出更多基于项目的信用风险缓释举措。

邓海清在接受记者采访时指出，与所有其他行业一样，房地产板块的表现主要仍然依赖于行业基本面。行业基本面的变化取决于人口、城镇化率等长变量、房地产周期等中期变量及经济周期等短期变量。但受限于行业高杠杆属性，国家对地产融资的政策将很大程度上影响行业的短中期经营稳定性，从而对股价产生影响。同时从需求端来看，国家政策决定了短中期地产需求的释放程度，也会影响到企业的经营预期。

永赢基金方面相关人士指

出，政策在需求、供给以及预期端对地产板块形成了直接催化。需求侧，首付比例和贷款利率的降低直接减少了购房者的初期投入和长期利息负担，激发潜在购房需求，提升市场活跃度，有助于提振房企销售；供给侧，政策鼓励地方国企以合理价格收购未售出商品房转为保障性住房，为房企提供新的销售渠道，缓解房企现金流压力。此外，“在预期方面，政策的积极信号有助于恢复市场信心。一方面，政府对保障交房的态度坚决，打消了购房者的担忧；另一方面，开发商也将在金融支持下调整策略，避免盲目降价促销，稳定市场价格。”该人士说。

## 地产基金业绩“大回血”

Wind 数据显示，截至5月22日，64只房地产行业主题基金最近一个月全部取得正收益。

受益于地产板块反弹，地产基金业绩得以“大回血”。Wind 数据显示，截至5月22日，64只房地产行业主题基金最近一个月全部取得正收益，其中，涨幅超过20%的有21只，中航混改精选基金A份额和C份额最近一月涨幅高达33.12%和33.1%。64只房地产主题基金今年以来收益只有一只为负，其余均为正。

记者发现，在起起伏伏的市场中，基金经理对地产股的态度可谓“大相径庭”：有人一直在坚守，有人半途而废，有人则真正做到了“精准预判”。仅从最近一年的持仓情况便可看出基金经理们内心的纠结和坚定。

Wind 数据显示，截至2023年一季度末，全市场全部权益类基金中，持有房地产个股的基金共有2295只，其中，持有房地产市值占股票投资市值比超过10%的有212只，超过20%的有49只，超过30%的有22只。

而截至2024年一季度末，持有房地产个股的权益类基金数量缩减至1827只，数量较2023年减少20.4%。其中，持有房地产市值占股票投资市值比超过10%的有65只，较2023年减少69.3%；超过20%的有17只，数量较2023年减少65.3%；超过30%的有10只，数量较2023年减少54.5%。

凭借重仓传统能源摘得2022年权益类基金冠军的万家基金公司的基金经理黄海，曾经就是地产股的拥护者。2021年四季度，黄海终于放弃了对地产股的“执念”，转向

煤炭股，并在2022年一举成名。

地产板块持续低迷，基金经理纷纷撤离，选择坚守的人少之又少。

对比2023年一季度和2024年一季度的基金持有地产板块情况，记者发现，许多基金经理大幅降低了地产板块仓位，有的干脆彻底清仓，及时止损。

以天治转型升级基金为例，2023年一季度该基金的地产行业占比股票投资市值比高达81.6%，但在2024年一季度末，基金经理李申就彻底清仓了全部地产股。而李申管理的另一只基金天治财富增长基金，其持有地产行业的占比也大幅下降，从2023年一季度的50.69%降至2024年一季度的3.27%。

但也有基金经理选择坚守。Wind 数据显示，2023年一季度末，持有地产行业比例较高的基金，比如永赢添利基金、永赢添益基金以及永赢乾元三年定开基金，这三只基金资产配置中，地产行业占比基金资产净值比例均超过30%，其中，永赢添利基金地产行业占比超过40%，截至2024年一季度末，上述基金的地产行业占比依然维持超过30%的比例。

与永赢基金类似的情形还有工银瑞信基金公司陈小鹭管理的多只基金。截至2024年一季度末，陈小鹭管理的多只基金地产行业占比较高，其中，工银核心机遇基金、工银灵动价值基金资产配置持仓中，地产行业占比分别为35.05%、31.52%。除了“半途而废”和“努力坚

守”，也有基金经理做到了精准预判，比较典型的就是中航混改精选基金。该基金在2023年一季度末，其持有地产占比大约13.8%，但截至今年一季度末，其持有地产行业占比升至90.29%，位列所有基金地产持仓占比第一名。而精准预判带来的成效显而易见，中航混改精选基金在最近一个月获得了超过30%的业绩涨幅。

天天基金网显示，2023年三季度，中航混改精选基金的前十大重仓股中开始出现地产股的身影——万科A（000002.SZ）和保利发展（600048.SZ），而随后几个季度，越来越多的地产股出现在中航混改精选基金的前十大重仓股中。截至2024年一季度末，中航混改基金的前十大重仓股中全部为地产个股，分别是中交地产、信达地产等。

谈及对于地产股的判断，邓海清在接受本报记者采访时表示，地产板块在之前定价隐含的是全球经济周期下行、中国受累幅度最大、中国地产周期下行、融资条件收紧等多重不利因素。他预计今年全球融资条件会逐步改善、全球经济周期进入到补库存带来的上行周期、中国经济增速将提升、同时地产企业融资条件在政策利好下将持续改善。除此之外，在过去两年的周期下行的过程中，地产企业经历了痛苦的去库存过程，当前更多库存集中在一二线城市，同时足额计提了减值准备，未来资产重估的可能性大大增加。

# “双罚制”严监管持续 信托业年内罚单超1300万元

本报记者 韩红敏 北京报道

信托业严监管的高压态势仍在持续。

国家金融监督管理总局官网披露的信息显示，仅今年4月份以来（以罚单披露时间为统计口径，下同），就有陆家嘴信托、国元信托等信托公司先后收到监管机构开出的罚

## 涉及6家机构13位责任人

具体来看，监管方面披露罚单信息显示，中航信托因未履行有效管理职责、处理信托事务不当致使信托财产受到损失，被处以100万元罚款。

5月11日，国元信托因集合资金信托计划突破合格投资者自然人人数限制，流动资金贷款后资金流向监控不到位，被处罚款65万元。时任国元信托财富管理中心总经理叶某被给予警告处分。

记者注意到，上述针对国元信托的65万元罚单，监管作出处罚决定的日期是2023年11月2日，只是现在才被监管方面披露出来。

另外，今年4月份，陆家嘴信托也连领两次罚单。陆家嘴信托先是4月初，因信息披露不全面、

单。其中，陆家嘴信托更是在不到一个月时间里先后两次收到罚单。

据《中国经营报》记者不完全统计，今年以来已有昆仑信托、英大信托、山西信托、陆家嘴信托、中航信托、国元信托6家信托公司及十余位相关责任人被罚，处罚金额合计达1325万元。

不真实，风险揭示不充分，被罚30万元，同时两名相关责任人被给予警告处分；后又于4月下旬，因未按约定用途使用信托贷款等七项违法违规事实被罚款420万元，同时时任陆家嘴信托总经理崔某被警告并罚款15万元。

此前，今年1至3月份，先后有昆仑信托、山西信托和英大信托等信托公司或相关责任人先后收到罚单，合计被罚金额为640万元。

另据记者统计，2023年，共有20余家信托公司，合计被罚超过4000万元。

从上述罚单信息来看，若算上监管方面此前对中航信托、国元信托开出的上述罚单，截至目前，年内共有6家信托公司及13位相关责任人被罚，合计被罚金额达1325万元。

## 房地产仍是处罚重灾区

从信托公司涉及到的主要违法违纪事实来看，房地产业务违规仍是处罚的重灾区。另外，监管处罚还涉及数据质量；贷前尽调、贷后管理不尽责，导致项目出现风险或信托资金被挪用；销售环节突破合格投资者人数限制、投资者适当性管理不到位；信息披露不合规；信保合作违规等问题。

其中，在房地产违规方面，陆家嘴信托存在“以投资名义向不满足‘四三二’要求的房地产项目融资”及“信托资金挪用于缴纳土地出让金”问题。

此外，陆家嘴信托方面相关

## 违规惩治或持续强化

从监管处罚的规律来看，业内人士曾向记者透露，无论是现场检查还是非现场监管发现的问题，都可能会成为监管开出罚单的依据，逢查必罚。

陆家嘴信托方面也向记者透露：“本次行政处罚系原银保监会于2021年对公司进行的检查，涉及处罚的相关问题发生在2021年以前，目前已经完成整改。”

记者注意到，近几年，随着信托业监管形势趋严，监管方面对信托公司的监督检查力度也在不断

加大。人士在接受记者采访时透露，该公司“信息披露不全面、不真实，风险揭示不充分”问题同样涉及其房地产信托项目。

“公司在后续房地产信托业务开展过程中，将进一步加强项目的信息披露工作，如标的项目发生监管或信托文件要求披露的情形时，将在信托文件、推介材料和期间管理报告中及时、准确地向投资者披露，保障投资者的合法权利。”陆家嘴信托上述人士向记者表示。

另外，在销售环节违规方面，国元信托存在“集合资金信托计划突破合规投资者自然人人数限制”问题，昆仑信托存在“对投资者适当性管理不到位”问题；在信保合作违规方面，陆家嘴信托存在“违规接受保险资金投资事物管理类信托计划”问题，昆仑信托存在“违规为保险公司变相投资

加大。

公开报道显示，2021年原中国银保监会调遣非属地银保监局人员对个别信托公司开展跨区域交叉性现场检查；2022年4月至7月前后，审计署进驻20余家地方国资信托公司开展审计工作。

另外，记者梳理近两年信托公司披露年报信息发现，近半数披露2022年年报的信托公司都提及报告期内收到“监管检查意见书”并根据监管意见进行整改落实；三分之一左右的信托公司在2023年年

风险信息后，公司将在法律法规和信托文件要求的期限内，综合考虑评估金融稳定、风险处置谈判等多方面要素，采取电话、微信、短信、网站等多种方式及时做好信息披露工作。”陆家嘴信托上述人士向记者表示。

另外，在销售环节违规方面，国元信托存在“集合资金信托计划突破合规投资者自然人人数限制”问题，昆仑信托存在“对投资者适当性管理不到位”问题；在信保合作违规方面，陆家嘴信托存在“违规接受保险资金投资事物管理类信托计划”问题，昆仑信托存在“违规为保险公司变相投资

报中提到，报告期内收到了监管部门的“检查意见书”或“监管意见”。

“行业审计问题陆续发酵，行业暴雷事件频发，转型发展和风险防控仍将是行业发展的关键词，风控合规建设、问题整改落实等将成为未来一段时间的任务挑战。”某信托公司2023年年报中直言。

“从监管层面看，严是主基调，合规经营成为首要底线。”另一家信托公司在2023年年报中也表示，信托公司需要进一步提高认识，积极顺应监管和行业趋势，落实信托业

单一信托提供通道”问题。

从监管处罚的主要特点来看，依然是大额罚单频出，“双罚制”为主。其中，中航信托、昆仑信托、英大信托、陆家嘴信托均收到了百万级以上的高额罚单；5家信托公司被采用了信托公司加相关责任人的“双罚制”，被处罚责任人上至信托公司董事长、总经理，下至部门主管人员。

对此，业内人士分析认为，监管处罚不但聚焦“双罚”而且强化“并罚主管和直接人员”，这一方面反映了监管日趋精细化管理，另一方面也加强了信托公司各岗位、各职能部门的业务责任。

务新三分类政策要求，摒弃原来通过规避监管要求套利的业务思维模式，严守合规红线，合法合规展业。

信托业内人士向记者分析，2023年《关于规范信托公司信托业务分类的通知》落地和《信托公司监管评级与分级分类监管暂行办法》正式发布实施，原中国银保监会信托部相关职能划归至国家金融监督管理总局资管机构监管司，这些调整均体现了日趋严格的监管意图，在此背景下，违规惩治工作或将持续强化。

# 净息差加压 银行急需提升资产收益率

本报记者 郝亚娟 张荣旺  
上海 北京报道

近段时间以来,智能存款、大额存单陆续下架,同时,企业贷款利率也持续下行。银行净息差压力加剧,难以找到合适的资产。

## 银行缺少合适资产

每年的1、3、6、9等月份通常是信贷新增较多的月份,而4、7、10三个月往往是年内低点。

尽管银行采取多种措施压降负债成本,包括下调存款利率、下线智能通知存款产品等,但资产端收益率仍面临较大压力。

天风证券固收团队指出,从2023年来看,虽然中国人民银行采取了降低存款利率行为,但是由于银行存款结构定期化问题,导致多数银行的实际负债成本是上行的。与此同时,2023年国有大型银行的贷款利率平均下行幅度达到32.5BP(基点),股份制银行下行幅度也达到了25.3BP。贷款利率下行,存款利率上行,银行的息差被压缩。当前,社会融资需求不足,银行难以找到合适的资产,存贷差走阔,票据利率处于低位。

5月11日,中国人民银行发布了2024年4月信贷和社融数据。其中,4月新增人民币贷款7300亿元,同比微增112亿元;但4月新增社融减少1987亿元,同比少增1.42万亿元。

关于4月新增社融减少的原因,广开首席产业研究院资深研究员刘涛分析,4月新增社融减少1987亿元,同比去年4月少增1.42万亿元,有两点尤其值得关注:一是企业债券仅新增493亿元,明显逊于今年1—3月的较快发行势头;二是政府债券规模不增反降,与市场对于4月地方专项债发行可能提速的预期不符。上述两方面某种程度上都与当前银行净息差加速

天风证券固收团队指出,金融体系的负债成本变化慢,造成资产收益越来越难以满足负债对收益的要求。银行作为金融市场最主要的主体,其面临的缺资产状况,会传递到整个金融市场。

《中国经营报》记者采访多位业

内人士了解到,未来随着地方政府专项债的发行加快,以及特别国债的发行,资产供给端的压力将有所缓解,经济进一步恢复也将带动实体融资需求改善。银行需要积极应对,通过多种方式提升资产质量和收益率,以适应市场变化和客户需求。

行。中国人民银行发布的《2024年第一季度中国货币政策执行报告》指出,3月份,新发放贷款加权平均利率为3.99%,同比下降0.35个百分点,贷款加权平均利率持续处于历史低位。

天风证券固收团队指出,30年国债当前2.6%的收益,满足基础的收益要求。而目前债券市场的大部分信用资产都难以满足银行的收益要求。大型银行在“资产荒”中配债行为受影响有限,城商行和农商行逢高买入信用债,一定程度上呈现出“大行放贷、小行买债”的情况。

对此,中证鹏元资信评估股份有限公司研发部高级研究员李席丰向记者分析,一方面,随着“一揽子化债”的推进,城投风险得到较大缓解,城投发行端受到控制,供给减少,叠加非标融资收紧,高息资产减少,而地方专项债今年发行进度偏慢,优质资产供给不足;另一方面是居民和企业对经济的预期有待改善,风险偏好降低情况下青睐低波稳健的固收类资产,因此资金更多流入债券市场。

“监管加强、资本约束强化等也使得银行拓展资产难度加大。以前有很多资金在金融体系里空转套利的行为也逐渐被禁止,这也是银行缺少合适资产的原因之一。”萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊补充道。

值得注意的是,新增信贷减少的同时,企业贷款利率也持续下

## 如何提升资产收益率?

银行一方面要降低负债成本,另一方面要提升资产收益率。

安永发布的《中国上市银行2023年回顾及未来展望》(以下简称“《报告》”)指出,展望2024年,贷款市场报价利率(LPR)仍将适度下行。受LPR继续下调、存量房贷利率持续调整、有效需求不足,以及协助地方化债面临“降息展期”集中安排等因素的影响,上市银行的资产收益率仍有下行压力。

《报告》分析,在资产端,上市银行的资产收益率仍有下行压力。负债端,在流动性充裕的大环境下,成本上行压力将有所缓和,但或仍不足以抵消资产端收益率下行的压力。净息差下行趋势下,净利息收入增速或将延续放缓态势。此外,受银行理财、保险基金代销佣金下调,以及减费让利政策的影响,手续费及佣金净收入增长仍然面临一定压力。

在此背景下,银行一方面要降低负债成本,另一方面要提升资产收益率。

郑磊建议,银行可以采取多种方式提升资产收益率:首先,通过创新业务模式,拓宽业务领域和客群,以获取更多收益稳定的资产;其次,通过加大风险容忍度,发展科技金融、绿色金融、普惠金融等新兴业务领域,提升资产质量的同时也可以获得更高的收益;最后,银行还可以通过加强与同业合作、引入战略投资者等方式,扩大资产规模和收益来源。

在资产配置方面,李席丰建议,银行在债券配置方面关注保险永续、金融次级债等新品种,在专项债和超长期国债供给时增加长周期债券的配置,另外完善投

## 2024年4月社会融资规模增量统计



数据来源:央行官网

研体系建设,增加对权益、商品等领域的研究,通过多元化配置来缓解资产荒压力。

记者注意到,今年以来银行纷纷发力“五篇大文章”。5月9日,国家金融监督管理总局发布《关于银行业保险业做好金融“五篇大文章”的指导意见》提出,未来5年,银行业保险业多层次、广

有所提升,以更好满足自身多元化融资需求。此外,超长期特别国债、地方债等发行带动作用显现将对社融带来一定支撑。

展望未来,李席丰认为,考虑到地方政府专项债的发行加快,以及特别国债的发行,在资产供给端将有所缓解。随着经济的进一步恢复,实体经济融资需求得到改善,这一现象将会得到缓解,可以关注房地产在政策推进下何时企稳和经济修复的效果。

在中国信息协会常务副理事、国研新经济研究院创始院长朱克力看来,银行提升资产收益率需要多方面因素共同作用。首先,经济需要保持稳定增长,企业盈利能力得到提升,才能为银行提供更多优质信贷标的。其次,监管部门需要继续加强对银行信贷投放的监管,同时适当放松对银行信贷投放限制,为银行提供更多信贷投放空间。此外,银行也需要加强自身风险管理能力,提高信贷投放效率和安全性。

## 一线调研

# 江苏重大项目信贷调查:大中小银行市场份额分化加剧

## 国有大行资金保障能力强

本报记者 杨井鑫  
江苏报道

随着金融服务实体经济的多项政策措施推进,各地重大项目资金需求成为商业银行对公信贷投放的重点领域之一。这类项目资金需求量大,贷款周期长,项目资质较好,是市场需求的增长点,也是银行存贷价格战最为激烈的战场。

近日,《中国经营报》记者走访了江苏省内多家央企集团企业,从这些企业贷款了解到目前商业银行在江苏重大项目信贷投放情况。

据了解,对于重大的项目的实施主体而言,大型央企集团企业不仅对存贷的利率敏感度较高,也非常看重银行对项目实施资金的保障能力。国有大行凭借资金成本低、资金保障能力强等优势,在重大项目领域的信贷投放占绝对主导地位,而中小银行的市场份额有所萎缩。

作为国内的经济大省和制造业重地,江苏省一季度的社会融资规模增量为1.82万亿元,居全国第一。其中,重大项目融资贡献度较高。

“目前集团企业重大项目共有17个,涉及投资总额超过1000亿元。对于项目贷款,集团企业财务公司会组织金融机构参与招标,以压降银行贷款利率实现企业降本增效。”江苏一家大型国企相关负责人表示。

据介绍,该集团当前总体的外部融资规模接近940亿元,其中中长期融资占比达到88%。在金融机构融资排名中,

国有六大行与三家政策性银行均进入前十位。其中,国有大行提供融资总规模超过了400亿元,政策型银行提供融资规模近100亿元。

“相较于股份行和地方性银行来说,国有大行的资金成本更低,是集团的主要合作对象。股份制银行在项目实施过程中,资金保障能力相对弱一些。”上述大型国企相关负责人表示。

该大型国企相关负责人向记者透露,此前有股份制银行在项目招标中中标,但是贷款投放时却出现了提款难,影响了项目的进度。“如今市场资金

层面宽松,银行在资金保障方面都没有问题。但是重大项目的实施周期都比较长,有的会达到20年到30年,市场资金一旦紧张,中小银行的弊端就很明显。”

在与中小银行的授信合作方面,该大型国企相关负责人表示:“在我们企业重大项目融资中,股份行和地方银行会参与到银团贷款中,但是规模都不大。”

“由于国内能源项目投资提速,每年企业新增融资规模都很大,对于融资成本也很敏感。目前集团企业总体外部融资成本在3%以下。”上述大型国

企相关负责人表示,国有大行的利率低且资金有保障,合作越来越紧密。

在另一家国资基建集团的走访中,记者也得到了类似的答案。该企业集团财务公司总经理向记者表示,集团企业重大项目投资规模近4900亿元,并以每年新增400亿元的速度持续增长。

在与金融机构的合作中,上述企业集团财务公司总经理表示,国有大行是集团企业的主要合作对象。“这个占比没有精确的数字,但是很高。”

该企业集团财务公司总经理

认为,重大项目的资金需求量大,项目周期长,国有大行在项目推进的资金保障上更可靠。“前三年,集团企业在特殊情况下现金流压力比较大,股份行在贷款的放款上就有出现的问题的,但是国有大行的放款依然很顺畅。另外,国有大行的资金成本会低一些,集团有这么大规模的贷款,一点点的利率差异都是一笔不小的資金。”

他对记者表示,集团企业的融资都是市场化操作。除了政策性银行合作之外,国有大行在重大项目的贷款上相比中小银行天然优势更强。

## 大行贷款与小行存款

在采访中,苏州一家国资企业的负责人对记者表示,在对比了贷款利率和存款利率之后,企业在大行贷款与在小行存款的现象比较普遍。

该苏州国资企业负责人称,国有大行的贷款利率低,但是中小银行的存款利率高。“按照市场化的现状,企业大部分贷款还是找国有大行,但会将部分存款放在股份行或者地方银行。”

他向记者透露,集团企业对财务部门每年都会有相应的考核指标。企业对于贷款利率和存款利率都很敏感,也会很充分地询价。“一些规模较小的融资项目,长期合作的股份行如果给不到大行同样的贷款利率,那么企业也是不会选择股份行的。”

一家股份行苏州分行高管向记者表示,对于地方重大项目的信贷,银行的市场份额确实有所

下降。股份行在竞价上与国有大行有差距,银行的发力点更多的是放在普惠小微、个人消费贷等领域。

国有大行和中小银行在重大项目信贷上的分化此前已有明显信号。上市银行2023年年报数据显示,2023年上市银行贷款增速11.5%,但大中小银行表现大相径庭。国有大行以量补价,2023年贷款增速全面高于平均值。从贷款分类来看,2023年银行对公贷款投放力度明显高于个人贷款,现有上市银行2023年对公贷款全部实现增长,其中16家同比多增,国有大行增速保持领先。

国有大行2023年年报中均强调了对重大项目建设的信贷支持。工商银行(601398.SH)在2023年年报中表示,该行积极助力现代化产业体系建设,持续加大制

造业、战略性新兴产业、绿色金融、普惠金融、乡村振兴等重点领域支持力度,积极支持公路、铁路、机场、城市轨道交通、新型城镇化等领域重大项目建设。

农业银行(601288.SH)称,该行2023年加大对“三农”和县域、绿色、普惠、民营经济、“两新一重”重大项目、制造业和战略性新兴产业等实体经济重点领域和薄弱环节支持力度,深化信贷资产组合管理,调整优化信贷结构。

建设银行(601939.SH)则表示,基础设施、战略性新兴产业、扩大内需、乡村振兴、区域协调发展、对外开放等国家重大战略、重点领域和薄弱环节为银行业提供优质金融服务提供了巨大舞台。该行大力支持实体经济,高效赋能“制造强国”建设,积极服务基础设施建设,有效落实国家区域战略。

中国银行(601988.SH)表示,着力提升金融供给与实体经济的匹配性,提高资金投放的精准性,提供更多直达实体经济的服务,更好地支持重点领域和薄弱环节,重点服务现代化产业体系、基础设施建设等领域。

2024年1月,国家金融监督管理总局江苏监管局发布了《关于做好2024年重大项目金融服务助力经济回升向好的通知》,要求各银行保险机构切实提高站位,充分认识支持重大项目的重要意义,对照省级重大项目、民间投资项目清单,集聚资源、靶向发力,为重大项目建设提供坚实有力的金融服务保障。

根据监管统计数据,截至2023年末,江苏省主要银行机构为1974个项目提供全口径融资1.08万亿元,同比新增4670亿元。其中,为151个省级重大项目

提供全口径融资5071亿元,比年初新增2047亿元。

“这些项目都是由政府背书的基建项目,是政府加大逆周期基建建设扩大需求的一项重要措施。”一家券商分析师表示,这些重大项目让国有大行在实现信贷投放增长的同时,资产质量也有了保障,股份行得到的红利则要少一些。

该券商分析师告诉记者,如今市场上“大行放贷,小行买债”现象很明显。“国有大行凭借较低的贷款价格挤占了小行的市场份额。中小银行的整体贷款需求不足,这些银行只能将多余的资金投放到金融市场买卖债券来获取投资收益。”

“一些中小银行的投资收益可能占到银行利润的一半以上,但这也是银行的无奈之举。”该券商分析师表示。

# 便利支付“助攻”家门口的“全球生意”

本报记者 王柯璇 北京报道

今年以来，伴随入境免签政策的陆续推出，来华外国人

持续增多，支付便利优化重要性凸显。

《关于进一步优化支付服务提升支付便利性的意见》(以下

简称“《意见》”)实施3个月以来，我国多措并举优化支付服务取得明显阶段性进展。

中国人民银行(以下简称

“人民银行”)方面表示，要按照“既满足市场需求，又避免资源浪费”的原则，把优化支付服务作为重点工作常抓不懈，力争

在6月底前实现更大突破。

在业内人士看来，提高支付便利性不仅让境外用户的支付方式变得更加多元化，

同时还能进一步推动实体企业和个体经济高质量发展，让商家在自己家门口就能做“全球生意”。

## 力争实现更大突破

对支付行业来说，更重要的是要从建设全国统一大市场的高度，加快推进支付领域互联互通。

近日，为深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，人民银行召开优化支付服务会议(以下简称“会议”)，总结前期工作情况，进一步推动优化老年人、外籍来华人员等群体支付便利性。

会议指出，人民银行将此作为重大任务，与有关部门和地方政府高效协同，加快健全全方位政策体系，建立专项工作机制，推动商业银行、非银行支付机构等综合施策、共同发力，聚焦重点城市、重点机构、重点场景，多措并举优化支付服务，实抓实干打通支付堵点，取得明显阶段性进展，交易金额、笔数实现大幅度增长。

会议要求，各单位要落实落细《意见》，认真总结前期工作经验，持续发力、乘势而上，力争取得更大突破。要立足当前、面向长远，聚焦银行卡受理、现金支付、外汇兑换、移动支付、账户服务、宣传推广等重点任务，进一步提高工作的科学性、针对性与精准性，坚持实事求是、问题导向，推动构建高质量、可持续发展的支付环境。

人民银行数据显示，2024年4月，POS机外卡交易笔数和金额较2月均翻番；超过200万入境人士使用移动支付，交易笔数和金额较2月增长均超80%。商业银行现金服务持续优化，现金兜底作用基本实现。

下一阶段，人民银行方面表示，将推动各支付服务主体做好五方面工作：一是持续完善银行卡受理环境，二是持续提升银行网点支付服务，三是充分发挥现金兜底作用，四是进一步做好外币兑换服务，五是加强宣传推广，提高宣传成效。

## 机构破解支付堵点

具有安全、便捷等优势特点的数字人民币支付功能得到进一步推广。

“包括欧美发达国家在内的多数国家和地区，一直将银行卡和现金作为主要支付工具，外籍人士普遍不习惯使用移动支付。”董希森表示，“随着入境免签等政策实施，外籍人士来华日益增多，而以移动支付为主的国内支付环境，给他们来华后的工作生活带来不少困扰。这是在不同的支付环境下，由支付习惯不同产生的问题，既需要制度规范，也涉及技术因素。”

在支付环境优化的过程中，

就能做‘全球生意’，我行围绕大型商圈、旅游景区、文娱场所、酒店住宿等重点场所以及‘食、住、行、游、购、娱、医’等重点涉外行业，帮助各类商户进行外卡受理环境升级改造。改造完成后，境外用户的支付方式将变得更加多元化：除了可以在商户POS机上使用境外银行卡刷卡支付，也可使用银联、支付宝等移动支付App绑定境外银行卡进行消费。”

支付基础能力建设成为多家

类客户提供贴心服务。此外，为

适应外籍人士刷卡、挥卡的支付习惯，该分行加大重点商户机具改造力度，已新增1700余家超市便利门店支持外卡受理，包括星级酒店、百货超市、旅游景点、知名餐饮等在内的3000余家商户，在南京路、静安寺、徐家汇等核心重点商圈提供外卡POS机服务。

此外，建设银行境外机构也充分发挥全球网络布局和金融科技优势，聚焦外籍来华人员支付便利性，多措并举提升支付服务水平。例如，建设银行苏黎世分行已与瑞士本地主流支付公司接洽，拟通过其移动应用主动扫描境内支付二维码的方式完成跨境人民币移动支付，由建设银行协助衔接境内外二维码信息交互和资金清算。建设银行伦敦分行借助与伦敦金融城的紧密合作关系，开展来华支付便利问卷调研，切实了解外籍人员来华经商、学习、旅游期间支付堵点，寻找业务优化突破方向，并正与本地银行和支付机构就优化外籍人员在华支付便利性开展合作。

值得一提的是，具有安全、便捷等优势特点的数字人民币支付功能也得到进一步推广。近日，一名主要从事跨境贸易、专营建材和家具用品进出口业务的巴基斯坦客户来到工商银行(601398.SH)广东中山金汇支行办理对公开户业务。考虑到客户对国内金融政策可能不够了解，该行工作人员不仅详细解释了对公账户的使用规程，还协助客户下载安装企业手机银行App，并为客户开通了数字人民币对公钱包，让客户在跨境交易中能够享受到更加便捷、高效的金融

服务。

建设银行新加坡分行借助通商中国旗舰项目——高级领袖研修班(ALP)访华之机，向新加坡政商代表宣传推广中国境内支付便利措施。2024年4月，新加坡分行联合深圳市分行在深圳举办“联动中新，智慧建行”企业家交流会，邀请多位新加坡政府官员、中青年商业领袖参与，向其介绍中国境内数字人民币业务，并现场协助安装数字人民币App、开通账户、使用外卡充值、扫码购物，为访华新加坡政商代表带来首次中国境内数字货币支付体验。

此外，港澳台地区也成为优化支付工作的重点服务对象。近日，人民银行还在福州、厦门分别召开推进会，强化与各部门、行业协同合作，推动在闽金融机构加大工作力度，进一步提升老年人、外籍来华人员等群体支付服务水平，更好满足台胞企支付服务需求。

记者还了解到，为满足香港居民绑定各类内地电子支付应用程序的需求，建行(亚洲)不断提升账户服务水平，推出香港永久居民见证开户(在港开立内地二类账户)服务，助力香港居民在粤港澳大湾区消费出行更便利。通过此项服务，香港居民无须前往内地，通过简便开户操作即可使用香港或内地手机号码开立建行境内Ⅱ类账户，账户还可关联微信、支付宝等支付工具，满足香港居民境内小额消费和电子支付需求。今年5月，建行(亚洲)还推出数字人民币(跨境)“转数快”充值服务，支持本地18家银行客户7×24小时换汇充值，方便香港居民北上“食、住、行、游、购、娱、医”。

### 国务院办公厅《关于进一步优化支付服务提升支付便利性的意见》提出

- 不断提升老年人、外籍来华人员等群体使用银行卡的便利性，支持便民场景使用银行卡支付。
- 持续开展ATM银行卡受理改造，支持老年人、外籍来华人员等群体使用境内外银行卡支取人民币现金。
- 充分考虑老年人、外籍来华人员等群体需求，做好适老化、国际化等服务安排，提升移动支付各环节的友好度和便利性。
- 规模以上的重点场所必须配备受理移动支付、现金等必需的软硬件设施，保障消费者自主选择支付方式及工具。
- 银行、支付机构要紧盯重点地区、重点网点、重点业务环节，完善多语言服务、咨询投诉等开户配套服务。



据公开资料整理

体要密切配合，共同推进，不断提高支付便利性和包容性水平。”

此外，董希森认为，对支付行业来说，更重要的是要从建设全国统一大市场的高度，加快推进支付领域互联互通。“支付清算体系是金融基础设施的重要组成部分，而金融基础设施体系是建设金融强国的重要内容。加快建设一个更便利、更包容的支付清算体系，将有助于早日实现加快建设金融强国的宏伟目标。”

银行、支付机构等支付服务主体起到关键作用。《中国经营报》记者从浙商银行(601916.SH)了解到，为了满足境外人员各类不同的支付需求，该行帮助各类商户进行外卡受理环境升级改造，建立可靠的外卡受理服务体系。

该行网络金融部相关负责人表示：“为了充分适应境外人员的支付习惯，同时进一步推动实体经济和个体经济高质量发展，让大大小小的商家，在自己家门口

银行发力的重点。记者还从建设银行(601939.SH)了解到，该行上海市分行333家网点均提供零钞现金兑换服务，并配备200元、300元、500元等多种“零钱包”，为前来兑换零钱的客户提供绿色通道。全市1200余台自助设备均支持外卡取现，并逐步在全市中心区域自助柜员机上推广“100+10元钞票取款模式”。同时，建设银行上海市分行网点均配备掌握英语、本地方言和手语的员工为各

# 数字人民币试点扩容 外资行深度拓展跨境业务

本报记者 张漫游 北京报道

数字人民币试点再进一步。

日前，香港金融管理局宣布，与中国人民银行(以下简称“人民银行”)就数字人民币跨境支付试

点的合作取得进一步成果，扩大数字人民币在香港的试点范围。此举是2024年年初人民银行公布的“三联通、三便利”六项措施中的一项。在此过程中，多家中外资银行深度参与其中。

## 力促粤港澳大湾区互联互通

日前，香港成为首个数字人民币的跨境试点，是内地以外首个本地居民能开立数字人民币钱包的地区。随着此次扩大试点范围，用户现在只需用香港手机号码，便可以在香港开立并使用个人数字人民币钱包。数字人民币可用于跨境支付，但不可用作个人之间的转账。

自扩大数字人民币在香港的试点范围以来，多家银行宣布，可提供数字人民币钱包“转数快(FPS)”充值服务。

“转数快”系统与人民银行数字货币研究所(以下简称“数研所”)营运的数字人民币人民银行端系统的互通。接入“转数快”系统有望带动数字人民币的用户数量。据香港银行同业结算公司的最新统计，截至4月底，“转数快”系统累计有1437.52万个账户登记，今年前4个月增加了77.16万个新登记。

据悉，位于香港的工商银行(601398.SH)境外子公司——中国工商银行(亚洲)(以下简称“工银亚洲”)已构建起包含数字人民币兑出、流通、兑回的完整服务体系。目前，香港居民可以在数字人民币App通过香港快速支付系统“转数快”为工商银行数字人民币钱包充值，一站式完成兑换、充值及支付需要。同时，

此次数字人民币试点扩容后，可以为香港居民提供一个安全、便捷、有效率及崭新的跨境支付模式，亦有助促进粤港澳大湾区的互联互通；对外资银行而言，将进一步拓宽其参与跨境支付的途径。

快”为数字人民币钱包增值服务，对港人而言，此为一个安全、便捷、有效率及崭新的跨境支付模式，便利港人跨境在内地消费之余，亦有助促进粤港澳大湾区的互联互通。

在此前召开的香港金融科技周“香港数字人民币的跨境应用与展望”论坛上，人民银行数研所副所长狄刚曾指出，前期数研所通过去企业实地调研，发现很多企业在国际贸易中存在跨境支付通道单一、成本高、效率低等问题，表达了希望参与香港双边试点的诉求，使用数字人民币降低企业跨境支付成本。而数研所与香港金管局共同研究推进数字人民币系统和“转数快”在基础设施层面的对接，可进一步提升跨境业务直通式处理效率，降低交易成本。

渣打银行(香港)有限公司(以下简称“渣打香港”)表示，在扩大数字人民币在香港的跨境试点下，渣打香港是其中一家提供“转数快”增值服务的香港银行，支持由人民币和港元户口增值。随着本港与内地往来日益频繁，客户对跨境支付的需求与日俱增，新措施让香港居民可以更方便快捷地使用数字人民币，并为两地居民带来多一个支付选择。

恒生银行方面表示，这次进一步参与，为香港客户提供以“转数快”为特色的金融服务，支付便利化优化重

## 外资行抢抓跨境支付机遇

面对由数字人民币试点扩大的跨境支付机遇，更多外资银行也在布局。

2023年11月，渣打银行(中国)有限公司、恒生银行(中国)有限公司(以下简称“恒生中国”)以及汇丰银行(中国)有限公司宣布，正式上线数字人民币业务，成为首批推出数字人民币业务的外资银行。

恒生银行财富管理及个人银行业务主管李桦伦表示：“恒生银行积极支持数字人民币的发展。继去年在杭州亚运会期间，我们为持有恒生银行账户的中国香港代表团成员提供试用数字人民币钱包的充值服务后，此次支持把数字人民币的金融生态圈与银行支付系统连系起来，为广大客户提供数字人民币钱包充值服务，以享受简易和安全的支付模式，便利跨境消费。”

除了接入数字人民币互联互通平台，便利客户在内地以数字支付模式消费外，恒生银行早前也与建设银行(601939.SH)签署合作协议，希望在数字人民币领域进一步深化合作，协力探索数字人民币的跨境应用，以提升数字人民币在香港的普及性，协助推动人民币继续迈向国际化。

记者从恒生银行了解到，数字人民币为恒生银行及恒生中国的重要发展策略之一，未来将继续与监管机构及人民银行紧

密合作，积极支持扩阔数字人民币的应用。

2023年11月，富邦华一银行披露称已顺利完

成数字人民币系统建设及应用，成为接入官方数字人民币App的首家台资银行。记者了解到，日前该行携手兴业银行(601166.SH)正式推出企业数字人民币收款服务，并成功在苏州、上海两地同时落地首笔台资银行B2C场景的数字人民币收款业务。

富邦华一银行方面此前表示，将继续围绕特色行业的发展需求，借助自身的跨境优势，进一步拓展数字人民币在对公场景和跨境贸易领域的运用，例如智能合约、跨境支付、供应链金融等，使企业客户可以受理数字人民币，有效拓宽数字人民币使用场景，更好、更灵活地响应企业多样的数字化服务需求。

另外，在富邦华一银行看来，数字人民币适用于线上线下、跨境跨界的全场景应用，“数字人民币+”的竞争将成为金融业获取数字化转型红利的全新赛道。富邦华一银行方面表示，将继续以金融科技赋能业务创新发展，持续探索数字金融应用场景，助力数字人民币的应用和推广，建设有特色的数字人民币创新支付生态圈，推动数字金融和实体经济的深度融合。

上接 B3

“保护投资者权益需要从多个方面入手，包括完善法律法规、加强监管力度、提高市场透明度等。投资者个人需要注意防范投资风险，理性投资，同时一旦权益受到侵害或财产出现重大损失，要及时采取法律手段维护自身权益。”陈振辉分析。

新“国九条”提出，推动加强资本市场法治建设，大幅提升违法违规成本。推动出台背信损害上市公司利益罪的司法解释、内幕交易和操纵市场等民事赔偿的司法解释，以及打击挪用私募基金资金、背信运用受托财产等犯罪行为的司法文件。

在田轩看来，推动出台内幕交易和操纵市场等民事赔偿的司法解释，是进一步完善投资者权益保障机制的有力举措。一方面，加强证券监管与司法体系的有效衔接，将进一步落实“零容忍”，明确具体内幕交易和操纵市场行为及相关处罚措施，加强责任追究，大幅提高违法犯罪成本，更加坚决、更大力度地打击内幕交易和操纵市场等违法违规行为，对市场形成有力震慑作用。另一方面，将畅通维权渠道，降低维权成本，健全投资者补偿机制，进一步维护利益受损投资者的经济利益。

陈振辉预计，《意见》发布后，证券期货类犯罪的打击力度将会进一步加强，案件数量和效率有望得到提高。同时，司法机关和社会各界将更加重视对投资者的保护，加大追赃挽损和民事赔偿力度。

# 消费金融转型酣战 多家公司高管变阵

本报记者 郑瑜 北京报道

随着消费金融市场渐成红海之势，业内持牌机构高层也在频频变更。

短短一个月的时间里，两家银行系（即银行为第一大股东）消费金融公司相继发布了高层变动

公告。

5月上旬，湖南长银五八消费金融股份有限公司（以下简称“长银五八”）公告表示，董事会收到徐忠义先生提交的书面辞职报告。因工作调动，徐忠义申请辞去公司第三届董事会董事、董事长及董事会战略发展与消费者权

益保护委员会会员、审计委员会委员职务。公告还表示，根据法律法规、监管要求及《公司章程》的有关规定，在新任董事长任职资格获得监管部门核准前，长银五八董事会同意由董事王霁女士代为履行董事长职责。

5月下旬，兴业消费金融股份

公司（以下简称“兴业消费金融”）发布公告，宣布法定代表人及公司总裁变更。而这是兴业消费金融2014年成立以来首次变更董事长。

《中国经营报》记者就高层变更后对公司的预估影响及相关问题采访长银五八，截至发稿，未收到正

面回复。有接近长银五八人士告诉记者：“最近（公司面临）调整，许多事情都需要时间逐步推进。”

兴业消费金融有关负责人则表示，新高管团队的到任将有助于公司长期稳定发展。

根据记者不完全统计，2024年以来，已经有包括重庆小米消

费金融有限公司、重庆蚂蚁消费金融有限公司、招联消费金融股份有限公司（以下简称“招联消费金融”）、中银消费金融有限公司、哈尔滨哈银消费金融有限公司、平安消费金融有限公司、苏银凯基消费金融有限公司等至少9家消费金融公司高层发生了变动。

## 为公司注入“新血”

当前，消费金融行业正在面临诸多挑战，会催生业内公司对于战略和发展方向的调整需求，因此，高管的变动在一定程度上反映了消费金融行业的整体发展趋势。

业内人士对记者表示，高管变动与当前消费金融行业整体趋势相关。伴随着消费金融行业的快速发展与市场竞争的加剧，监管政策的调整以及市场环境的变化，调整高管是适应市场新形势的需要。与此同时，持牌机构的人员变动在一定程度上也可以折射出当前消费金融行业整体的變化与发展。

事实上，长银五八的人事变动从今年年初就已有迹象。长沙银行（601577.SH）官网发布的长银五八招聘信息显示，招聘首席信息官（CIO），工作职责涉及战略、技术、工作流程管理、组织架构、团队管理等方面。

记者在采访中了解到，当前，消费金融行业正在面临诸多挑战，包括监管政策变化、市场竞争加剧、客户需求多样化等。这些挑战都会催生业内公司对于战略和发展方向的调整需求。因此，高管的变动在一定程度上反映了消费金融行业的整体发展趋势。同时，随着科技的发展，消费金融行业正在面临数字化转型的压力。在这个过程中，公司也需要拥有具备数字化思维和创新能力的领导团队。

根据长银五八官方公告，为了探寻先进人工智能技术在金融行业的具体应用，形成行业创新应用规范，支撑广泛创新和构建关键竞争优势，形成良性循环和动态平衡，使公司未来业务发展持续获得环境适应性；同时对公司自身基因、禀赋、文化、战略、组织、人才队伍等因素进行综合研判，探索赋能员工开展分布式的

业务、产品、服务创新，形成强大的数据驱动能力、构建人机协同的混合增强智能。长银五八自去年12月28日开始，进行了多次人工智能联合实验室合作方采购项目招标，但是第一次、第二次均因为至投标截止时间时递交投标文件的投标人数量不足三家，项目两次被予以流标。

上述业内人士表示，高管变动对消费金融公司的战略和发展规划可能会产生深远影响，比如向新领域拓展或者在内部管理和运营方面进行调整，从而带来一些新的机遇。

不得不提的是，作为第一大股东长沙银行在长银五八的发展中出力不少。

在2023年年度报告中，长银五八表示与长沙银行开展融资类关联交易，授信额度为66亿元，2023年在授信额度下累计关联交易发生额共计42.7亿元；与长沙银行开展资产管理产品授信类关联交易，授信额度为3亿元，2023年在授信额度下累计开展关联交易2.52亿元。并向长沙银行支付租赁私有云服务总费用为1602.58万元。

此外，2022年与长沙银行控股子公司湘西长行村镇银行股份有限公司发生融资类关联交易授信额度为人民币1.5亿元，期限为3年，2023年在授信额度下累计关联交易发生额3亿元，累计发生关联交易两笔。

根据公开资料，长银五八批准成立于2017年1月。目前公司注册资本为9亿元，股东分别为长沙银行、北京城市网邻信息



技术有限公司、通程控股（000419.SZ），持股比例分别为51%、33%、16%。

长银五八信息披露报告显示，王霁拥有硕士研究生学历，银行从业经历13年。2023年，经长银五八第二届董事会第二十六次（临时）会议、2022年第三次临时股东大会审议通过，并报原银保监会湖南监管局核准（湘银保监复〔2023〕29号），由王霁担任本公司董事、总经理，长银五八在2023年3月6日完成了董事、总经理变更登记手续。

截至2023年度，长银五八总资产273.32亿元，同比增长16.30%；总负债244.91亿元，同比增长14.75%；营业收入32.33亿元，同比增长38.97%；净利润为6.83亿元，同比增长29.76%。在目前已公开2023年度总资产规模的25家消费金融公司中，总资产规模排名第14名，属于中等水平。

公开信息显示，长银五八2022年、2023年上半年不良率均为1.52%，相比行业头部其他机构2%左右的不良率，属于较低水平。

无独有偶，同样作为银行系消

费金融公司，在兴业消费金融发展中，兴业银行（601166.SH）也参与颇多。

上述兴业消费金融发布的公告显示，国家金融监督管理总局福建监管局核准戴叙贤就任兴业消费金融的董事、董事长，刘庆华就任兴业消费金融的总裁。根据公司章程规定，董事长为公司法定代表人。近日，公司已完成法定代表人、公司总裁的变更登记手续。

兴业消费金融公司首任董事长郑海清、总裁林春均来自兴业银行。此次更换高层后，依然延续这一风格，董事长也同样来自兴业银行。戴叙贤曾任兴业银行广东分行副行长，自2017年起担任兴业银行私人银行部总经理。现任兴业银行博士后科研站业务导师，中山大学岭南学院金融学硕士生行业导师。此外，刘庆华曾任兴业银行南宁分行副行长、海口分行行长。

兴业消费金融前述负责人对记者表示，新任董事长具有丰富的金融从业经历与领导经验，长期在零售金融领域耕耘。

## 加速优化自身能力

国内消费金融行业历经10多年的快速发展，当前正处于发展与规范并重阶段。

此次面临调整的长银五八，同时也是新版《消费金融公司管理办法》（以下简称《管理办法》）实施以来，首家宣布增资的消费金融公司。

今年3月25日，长沙银行公告称，为进一步提升市场竞争力，满足业务发展需要及增强风险抵御能力，长沙银行与关联人通程控股拟对本行控股子公司长银五八以自有资金进行增资。长沙银行董事会同意本行对长银五八增资不超过人民币5.61亿元（含），最终增资金额以经监管部门核准后的实际出资金额为准。

同日，通程控股也发布公告称，拟与关联人长沙银行共同以自有资金对公司参股子公司长银五八进行增资，公司拟增资金额不超过1.5亿元（含）。

而就在3月18日，《管理办法》正式发布。其中规定，消费金融公司注册资本最低为一次性实缴10亿元人民币或者等值的可自由兑换货币。当前，长银五八注册资本为9亿元。

针对增资原因，长沙银行表示，增资是为进一步提升市场竞争力，满足业务发展需要及增强风险抵御能力。

通程控股公告表示，长银五八依据其战略发展规划和市场定位，为有效突破长期发展资本瓶颈，切实提升市场竞争力，确保可持续稳健发展，拟实施2024年度增资扩股。

值得注意的是，此次是长银五八第二次增资扩股的重要时刻，2019年，该公司注册资本由3亿元提高至9亿元，原有股东均是同比例增资。

事实上，长银五八注册资本是

与《管理办法》规定相差最小的一家。除此之外，天眼查信息显示，还有9家公司尚不满足注册资本的最低要求，分别是盛银消费金融有限公司（3亿元）、四川锦程消费金融有限责任公司（4.2亿元）、四川省唯品富邦消费金融有限公司（5亿元）、晋商消费金融股份有限公司（5亿元）、内蒙古蒙商消费金融股份有限公司（5亿元）、厦门金美信消费金融有限责任公司（5亿元）、河北幸福消费金融有限公司（6.37亿元）、中信消费金融有限公司（7亿元）和北银消费金融有限公司（8.5亿元）。

此次调整高管的兴业消费金融虽处于第一梯队，但是也同样十分重视优化自身能力。

兴业消费金融前述负责人也表示，国内消费金融行业历经10多年的快速发展，当前正处于发展与规范并重阶段，“马太效应”仍在持续，并呈现头部化、分层化的特点。出于对当下整体经营环境的审慎考虑，兴业消费金融于2023年加大拨备计提力度，以增强风险抵御能力。2023年公司实现营业收入112.3亿元，较上年增长11.02%。自成立以来累计发放消费信贷突破3300亿元，累计服务客户2100万户，各项业绩指标保持行业第一梯队。“接下来公司将进一歩立足服务扩大内需和实体经济经济发展，坚持稳中求进，在原有差异化经营模式下，探索新的经营模式与拓客模式，完善风险管理与合規内控机制，加快数字化转型与科技赋能，加强消费者权益保护工作，提升服务体验与经营质效，优化客群定位，全面推动业务可持续高质量发展。”该负责人补充道。

# 农商行攻关“园区金融”

本报记者 郭建杭 北京报道

## 深耕园区“沃土”

随着产业升级以及新一轮产业转移布局的需要，多个地区大力发展建设产业园区，多地的产业园相关项目上线。5月下旬，位于成都海峡两岸科技产业开发园的温江未来食品产业园建成，重点引进绿色食品产业链上下游企业；扬州首批低空经济产业园区获得授牌，27个低空产业合作项目签约。

5月13日，安徽省发展改革委印发《安徽省零碳产业园区建设方案（试行）》，提出安徽将争取零碳负碳技术取得重大突破，到2030年力争累计建成20个以上零碳产业园区，其中新能源汽车、先进光伏、新型储能、新一代信息技术、高端装备等绿色产业将进一步得到大力支持。

在这一背景下，安徽省内农商行近期纷纷加大对“园区金融”的关注力度，对园区企业加大走访频率，信贷资源向新兴产业、科技创新企业倾斜，并针对园区内企业特点提供相应的创新性金融产品。

某农商行人士也向《中国经营报》记者介绍道：“不同园区内的企业特点、发展阶段各有不同，农商行在开展园区金融时，要根据园区产业特点与入驻企业情况实行‘一园一策’，分门别类提供差异化服务。”

## 考验风险管理能力

随着各家银行将服务半径拓展至园区，园区金融的竞争也愈加激烈。

记者了解到，目前一些全国性商业银行已将园区金融视为布局实体经济转型升级的关键突破口，园区金融的相关指标也被纳入对分行的综合经营考评体系。

以某股份行为例，其园区金融相关业务已经贡献了业务的较大比例。预计在2025年，该行园区金融业务营收将达到企业金融营收的60%。该行在2023年中公的数据显示，已有超160家园区支行，服务前置到园区开发阶段。

相较于股份行，农商行在园

区金融方面的实践整体仍在起步阶段。

农商行在布局园区金融时具有哪些优劣势？

银行培训专家、北京农信合研究所特约研究员唐树源告诉记者，与其他类型的银行机构相比，农商行在园区信贷业务上的优势主要体现在对本地市场的深刻理解和快速响应能力上。由于农商行通常植根于本地，对当地的经济环境、企业特点和客户需求有着更深入地了解，能够提供更加贴合本地实际的金融服务。同时，决策链条短，使得农商行能够迅速响应市场变化，快速调整信

贷政策和服务策略。然而，农商行也面临规模较小、资金实力和品牌影响力有限的劣势。为了更好地服务园区企业，农商行需要发挥自身优势，比如通过与地方政府和园区企业的深度合作，提供定制化的金融解决方案，同时，也需要不断提升风险管理能力，确保业务的可持续发展。

唐树源告诉记者，面对不同特点的产业园区，农商行需要采取差异化的服务策略，实施“一园一策”。对于科技型企业园区，农商行可以推出科技贷款、知识产权质押等创新金融产品，支持企业的研发创新活动。对于拥有龙头

企业的园区，农商行可以通过与龙头企业合作，提供供应链金融解决方案，促进产业链的协同发展。对于现代农业产业园区，农商行可以开发季节性贷款、农业保险等金融产品，满足农业企业的特殊需求。此外，农商行还可以根据不同园区的特色，提供绿色金融、文化金融等差异化的金融服务。通过这种定制化的服务策略，农商行能够更好地满足不同园区企业的需求，实现与园区经济的共同发展。

唐树源认为，农商行在开展园区金融业务时，整体上表现出以下几个明显特点。首先，这些银行倾

向于与地方政府合作，通过财政担保公司提供担保，增强信贷产品的吸引力和可行性。其次，农商行在园区金融中推出了多种创新产品，比如订单融资、存货融资、应收账款融资等，这些产品往往不需要传统的抵押物，而是依据企业的订单、合同等进行贷款发放，大大降低了企业的融资门槛。此外，农商行还特别关注企业的成长周期，提供全周期的金融服务，从初创期到成熟期，满足企业不同阶段的资金需求。还有，农商行还会利用政府的贴息补助政策，降低企业的融资成本，提高贷款产品的竞争力。

# 纠治形象工程与化解地方债务

本报记者 石健 北京报道

“形象工程”“面子工程”“政绩工程”……近年来，形象工程一直是一项“顽疾”，似难根治。不过，自2024年3月中央纪委国家监委

发布《关于坚决纠治部分地方基层搞“新形象工程”问题的工作提示》（以下简称《工作提示》）以来，多地开始治理形象工程。对此，有多地政府人士对《中国经营报》记者表示，此次

## 源头治理

有业内人士向记者透露，随着近年来生态环境导向的开发模式兴起，一些地方政府瞄准了EOD模式进行融资。不过，看似通过生态环保工程改善了区域生态环境，实则少数项目正在形成“新形象工程”。

“好好的路，为了修了又拆？”近年来，常常有人发出这样的疑问。反复拆建，已经成为个别地方政府招揽政绩的“潜规则”。不过，随着近期多地开始纠治，类似的形象工作不再重现。

前不久，河南省南阳市南召县组成整治工作专班，排查近8年的“政绩工程”“新形象工程”。公告发布前，南阳市交通运输局、市农业农村局相继召开“政绩工程”“面子工程”“新形象工程”问题集中整治工作推进会。

今年3月，河南信阳息县纪委监委发布《关于受理形式主义官僚主义及“新形象工程”监督举报的通告》，开启重点整治。

此外，黑龙江绥芬河市、西藏曲水县等地，也陆续发布公告或成立整治专班。其中，西藏曲水县在通告中明确指出，深入开展“新形象工程”问题自查自纠，摸排2021年以来新建或投入的113个项目，全覆盖全方位摸排是否存在搞“新形象工程”的问题。

对于多地开展治理形象工程，江苏一位地方政府人士告诉记者，其中一个原因与《工作提示》有关，《工作提示》要求各地结合实际部署开展自查和整改。整治注意的是，《工作提示》提到了8类重点纠治的“新形象工程”。如第1条，“忽视当地自然、人文条件，为争‘名声’、增政绩，热衷向有关协会和机构拉关系、找赞助，争创‘创新城’‘智慧城市’‘幸福城’，钻营各式各样的‘百强县’称号，打造与自身实际不符的城市‘名片’。”第8条为“斥巨资大建城市规划馆、城市展

览馆、智慧城市馆等展览设施，使用率低、维护成本高，甚至沦为‘半拉子工程’。”

对于上述两条，多位城投行业人士认为，其中涉及项目与城投公司相关，治理形象工程要开始“动真格”。

记者注意到，除了传统意义上的“涂脂抹粉”“反复拆建”之外，一些披着“隐性外衣”的形象工程项目也开始被整治。

2023年年底，第三轮第一批中央生态环保督察期间，“河南省三门峡市城乡一体化示范区以河道生态修复之名，违规占用耕地挖湖造景”“甘肃省张掖市黑河流域违规取水建设人工水面，加剧水资源紧张状况，加大生态环境退化风险”等问题，被作为典型案例公开通报。

对此，有业内人士向记者透露，随着近年来生态环境导向的开发模式（以下简称“EOD模式”）兴起，一些地方政府瞄准了EOD模式进行融资。不过，看似通过生态环保工程改善了区域生态环境，实则少数项目正在形成“新形象工程”。“比如在一些严重缺水的地区，一些城投公司下属环保工程会在此建造湿地公园、人工湖等项目。看似生态环境得到改善，但是没有考虑到对原有生态水系的破坏。对于缺水地区，上述做法会抢占城市居民生活用水甚至生态用水，对于原本缺水的地区造成雪上加霜，这种做法事实上背离了高质量发展的理念。”

采访中，财政部PPP中心专家朱静表示，进入试点项目库后要有效开展实质性的投资、建设

《工作提示》中不仅详细列举了8类形象工程，更是将形象工程与“大肆举债”“借新债还旧债”联系在一起，旨在说明治理形象工程的背后，其中一项动因是推动地方债务的化解。

等工作，还需要进一步编制能够真实落地的投资（合作）开发方案，明确投资开发建设过程中的各项机制和边界条件，包括项目的投融资、土地、资源开发、收益来源、资产处置、招投标等重要事项。否则，入库只是一个“空架子”或“摆设”。

随着治理披着“环保”外衣的“新形象工程”不断深入，一些地方政府也将不搞形象工程纳入项目考评范围之内。

2024年4月，山西忻州市政府召开滹沱河支流南云中河流域综合治理及乡村振兴融合发展EOD项目专题推进会。会议提出，要坚持系统工程理念，市区一体落实，坚决不搞形象工程、面子工程，实行统筹推进产业项目建设、片区整体提升。

此外，《工作提示》中还提到了关于数字资源的形象工程，“热衷在政府数字化建设中建巨幅大屏，搞重复建设、层层建设，‘换一任领导换一个系统’，数字资源共享不足，平台使用率不高沦为‘摆设’。”

值得注意的是，除了地方党委、政府主抓治理形象工程之外，在新修订的《中国共产党纪律处分条例》中，亦将搞劳民伤财的“形象工程”“政绩工程”行为从“违反群众纪律”调整为“违反政治纪律”，并作为从重或加重处分情形。

对此，北方某城投公司纪委书记负责人表示，这充分彰显了党坚决纠治“形象工程”“政绩工程”的决心和态度，同时也体现了此次中央治理形象工程重在之“本”，从根源遏制问题发生。

## 《工作提示》中的8类“新形象工程”

1 忽视当地自然、人文条件，为争“名声”、增政绩，热衷向有关协会和机构拉关系、找赞助，争创“创新城”“智慧城市”“幸福城”，钻营各式各样的“百强县”称号，打造与自身实际不符的城市“名片”。

2 无视群众实际需求，打着“为民谋福祉”的幌子超规模建设没有收益的民生类项目，打造豪华的“市民之家”“办事大厅”“群众文体馆”，农家书屋管理不善导致利用率不高，严重缺水地区高成本建设湿地公园，甚至过度举债，挤占教育、医疗、养老等民生保障投入。

3 为追求短期拉动效益、表面风光，盲目上马大型景观项目，脱贫县大肆举债建旅游区、“借新债还旧债”维持日常运行，资金投入、运营服务等跟不上导致倒闭或烂尾。

4 热衷在政府数字化建设中建巨幅大屏，搞重复建设、层层建设，“换一任领导换一个系统”，数字资源共享不足，平台使用率不高沦为“摆设”。

5 豪华“办节”，片面追求“人气”，不计成本跟风大办音乐节、以城市命名的论坛、旅发大会等，为场地建设、乐队出场支付高额费用。

6 创建文明城市只注重做“表面文章”，耗费大量财政资金统一商招店铺、墙面修复、建造牌楼等“面子工程”，甚至在负债累累的情况下继续借债专门用于“创城”。

7 搞“精致”党务，党校培训追求“低调奢华有内涵”，建设豪华党校和占地大、投资多、使用率低的“党建公园长廊”，以党建为挡箭牌搞展厅、刷标语、做牌匾、上马基建类设施，红色教育活动在吃喝住行方面追求奢侈享受。

8 斥巨资大建城市规划馆、城市展览馆、智慧城市馆等展览设施，使用率低、维护成本高，甚至沦为“半拉子工程”。以上“新形象工程”问题严重脱离地方实际、加剧基层财政负担，严重损害群众利益。

据公开资料整理

## 重在化债

正是社会各界的关注，治理形象工程上升到党纪国法层面，未来对于该领域问题的治理将会更加严格依法办事。

化解地方债务，已经不是新名词。对于大多数地方政府和城投平台来说，化解地方债务首先是“遏增量，控存量”。不过，自2024年以来不少地方政府主动提出治理形象工程开始，治理形象工程也成为化解地方债务的一个重要方面。

采访中，多位城投行业人士认为，治理形象工程背后的一个动因是化解地方债务，尤其是防止新增地方债务。亦如《工作提示》第3条显示，“为追求短期拉动效益、表面风光，盲目上马大型景观项目，脱贫县大肆举债建旅游区、‘借新债还旧债’维持日常运行，资金投入、运营服务等跟不上导致倒闭或烂尾。”该条款显示出形象工程背后新增地方债务的风险。

记者注意到，早在2021年，一位山东籍的人大代表就“关于切实防范地方政府举债建设形象工程的建议”的问题向财政部相关部门发函。相关部门回复为：“下一步，我们将认真考虑您提出的意见建议，加强对地方建设项目的资金管理，从严从紧审核把关，严禁将债券资金用于建设形象工程、政绩工程及脱离财政实际的工程，研究制定负面清单，建立加强高风险地区约束性管理相关制度，加强对项目审核把关、落实刚性约束，对违法违规举债建设形象工程、政绩工程行为发现一起、查处一起、问责一起。”

对此，另一位山东地方人大代表向记者表示，各级人大代表一直对地方政府治理形象工程的问题进行关注。也正是社会各界的关注，治理形象工程上升到党纪国法层面，未来对于该领域问题的治理将会更加严格依法办事。

值得注意的是，随着近年来专项债、特别国债等专项资金发行，对于上述资金的监管也明确提到了重点方向的监督监管。

2020年10月，在2020年前三季度财政收支情况新闻发布会上

上，财政部再次强调，要严格新增地方政府专项债券使用负面清单。严禁将新增专项债券资金用于置换存量债务，决不允许搞形象工程、面子工程；2022年4月，财政部相关负责人在国新办举办的国务院政策例行吹风会上表示，继续实施专项债券投向领域负面清单管理，严禁将债券资金用于楼堂馆所、形象工程和政绩工程以及非公益性资本支出项目等。

而就在前不久，《中国共产党四川省第十二届委员会第五次全体会议公报》中明确提到了治理形象工程的表述，“要牢固树立和践行正确政绩观，持续深化‘形象工程’‘面子工程’‘半拉子工程’和统计造假等问题专项整治，坚决反对形式主义、官僚主义，坚决遏制高耗能高排放低水平项目盲目发展，坚决杜绝生态环境破坏大、投入产出效益低的粗放式发展。”

眼下，超长期特别国债进入集中发行时期，在资金支持领域方面，国务院特别提到要“集中力量支持办好一批国家重大战略实施和重点领域安全能力建设中的大事要事”。

在中诚信国际研究院研究员梁蕴兮看来，在配套政策方面，中央强调要统筹抓好“硬投资”和“软建设”，把项目建设和配套改革结合起来，既要编制完善规划，又要加强项目管理。此前，国家发展改革委和财政部也提出将研究建立相关配套机制和监管机制，确保资金高效使用和项目的高质量落地。

北方省份一位地市级财政人士认为，中央及部委层面制定资金监管机制，落实到地方则不仅在于落实监管机制，更在于不能盲目投资，把钱花在刀刃上。“尤其是低效存量资产和闲置存量资产，必须想办法盘活资产，争取将这类资产变成有收益的资产，继而形成优质投资项目。”

# 争抢优质资产 金融科技“内卷”多元化获客

## 获客难度增加

本报记者 蒋牧云 何莎莎  
上海 北京报道

近日，多家金融科技企业发布2024年一季度报。各家金融科技企业的一个普遍共性在于，行业整体聚焦于高质量增长，在资产质量以及客群的选择上更为谨慎。在优质资产稀缺的当下，金融科技企业如何能够更加高效地覆盖优质客群，在覆盖后又如何维持用户的留存率与忠诚度？

对此，多位业内人士告诉《中国经营报》记者，一方面，金融科技企业自身正通过拓展多元化的获客渠道，以及推出运营活动和增值服务，来连接更多场景以及增加用户黏性。另一方面，面对金融机构更加强大的资金力量，以及互联网平台的巨大流量，金融科技企业要如何增强对用户的吸引力，仍然是需要持续思考的问题。

信也科技(FINV.N)财报显示，该公司一季度国内市场促成交易额达461亿元，较去年同期上涨10.3%，其中新客贡献15%的交易。相应的，公司一季度的销售及市场推广开支为4.49亿元，2023年同期为3.97亿元。增长的原因主要为公司更加积极主动地获取客户，并专注于中国与国际市场中更加优质的客群。

奇富科技(3660.HK)财报显示，公司一季度撮合贷款规模992.4亿元，较2023年同期的1094.6亿元减少9.3%。截至一季度末，累计成功提款的借款人（包括重复借款人）为3120万人，较截

至2023年同期的2770万人增长12.6%。相应的，公司一季度销售及营销支出为4.16亿元，较2023年同期的4.22亿元略有减少。

如今，金融科技企业的获客要点，以及难点有哪些？

博通咨询首席分析师王蓬博告诉记者，对于金融科技企业而言，获客渠道需要根据业务模式的挑战，以及用户客群的改变不断调整，而获客的难点在于能够拓展的增量客户越来越少，而企业对于获客渠道的依赖性越来越强，相应的成本也在不断增加。

具体的获客渠道方面，信也科技财报显示，公司分别通过与互联网公司、App应用市场、在线搜索引擎合作投放线上广告，与接触到优质客群的网站进行合作，以及线下直销团队等渠道进行获客，其中

接到目标客群的难度也在上升。加之业内消费金融公司或银行等机构拥有更强大的资金基础，以及来自互联网平台的竞争等，使得金融科技企业的获客压力更大。

于是，在优质资产整体较为稀缺的当下，如何高效地覆盖更多客群，如何争取到更优质的资产，成为企业需要考虑的重要问题。

“此外，我们也会定期推出各种运营活动，如发放免息券、举办抽奖活动、提供提升额度服务等，以增加用户黏性和活跃度。与此同时，我们也借助动态完善的风险评估体系，确保在提供个性化服务的同时，有效控制信贷风险。”该负责人说道。

记者也观察到，多家企业也会提供与用户相关的增值服务，如为企业提供数字化经营工具，或通过线下团队进行业务剖析、测算利润等咨询。在业内人士看来，不少小微企业融资难，与其数字化程度低，或财务管理混乱等息息相关。通过一系列增值服务，一方面金融科技企业可以更好控制信贷风险，适时调整客户

线上渠道获客占比较大。

奇富科技首席执行官兼董事吴海生则通过一季报表示，公司在一季度进一步拓展了多元化的获客渠道，并采取审慎的投放策略，有效降低了获客成本。

对此，奇富科技相关负责人也向记者透露，从2023年开始，奇富科技除了在信息流获客之外，进一步拓展多元化的获客渠道，提升对目标客群的覆盖能力。作为唯一与头部短视频平台开展嵌入式金融合作的金融科技公司，基于公司精准的用户筛选和风险识别能力，上线之后快速实现规模化的获客，并始终在平台上保持领先的市场

份额。

“除此以外，我们也在积极拓展与头部电商、支付、手机应用商店等多种场景的嵌入式金融合作。今年一季度，我们进一步优化获客渠道，并提升主要渠道的获客效率，新授信用户的单位获客成本环比降低12%。嵌入式金融贡献的新授信用户占比从去年四季度的34.9%进一步提升至36.4%，我们持续在多个头部渠道保持转化效率及放款规模的第一梯队，输出我们的用户识别和风控能力，通过差异化经营，持续优化风险及盈利模型。”该负责人进一步补充道。

本的情况下，自然对金融科技企业产生影响。目前各级机构的技术同质化严重，在未来的消费金融市场格局中，决胜关键仍在于营销与流量的人口掌握在谁手里。

王诗刚则表示，由于客户可以从不同机构获取贷款，且流程越来越简单，金融科技公司需要给予优质客户降低利率，才能更好地留住客户。为了保证在较低利率的情况下还能获取收益，金融科技公司就必须寻找更便宜的资金。因此，金融科技需要加大资金端人力投入。此外，金融科技公司需要提高风控能力，精准识别客户，以便将信用较差客户筛选出来，并给予优质客户较低贷款利率，这样才能留住客户。

**楼市大变局**

编者按：5月17日，中国人民银行、国家金融监管总局、住房和城乡建设部、自然资源部等多部委针对房地产行业发布政策“组合拳”，在扩大“保交房”救助范围的同  
时，通过下调全国最低首付比例、公积金贷款利率，取消住房商贷利率下限，购买存量房用作保障房等各类措施刺激住房需求释放。此次政策组合拳涉及范围内容之广、  
力度之大，多超预期，外界也将此称为“5·17新政”。实际上，早在去年，中央政治局会议就提出“要适应中国房地产市场供求关系发生重大变化的新形势，适时调整优化  
房地产政策，更好满足居民刚性和改善性住房需求”的论调。此后无论是中央部委还是地方政府因地制宜所出台的一系列政策，正是这一指导思想的延续。

新政出台后，《中国经营报》记者兵分多路，走访北京、杭州、广州、深圳、重庆、西安、郑州等热门城市，探访楼市最新动向。相关报道详见本期B9~B12。

## “5·17新政”效果实探： 北京看房热度提升 二手房日均成交突破1000套

本报记者 吴静 卢志坤 北京报道

5月17日，房地产市场迎来“降首付、降利率、政府出手收购存量房”等多重政策利好，市场销售信心被进一步激发。

### 新房到访量提升

“5·17新政”后项目到访量和成交量有显著提升，5天内接待了约250组客户。新政次日成交了10套房源，其中7套是首访成交。

根据中指研究院的监测，“5·17新政”后，北京朝阳、昌平、海淀、大兴等多个区域部分新房咨询量、到访量有所提升，但受备案延迟影响，成交数据尚未体现。

截至记者走访时，北京市场尚未跟进调整首付比例及商贷利率，仅对公积金贷款利率下调0.25个百分点。

朝阳区某改善型项目营销负责人告诉记者：“‘5·17新政’的第一个周末，我们项目的咨询和来访量是有所增长的，但因为政策细则未出，客户还是在观望中，成交没有太大变化。”

据了解，去年7月份，中央政治局会议提出要适应中国房地产市场供求关系发生重大变化的新形势，适时调整优化房地产政策，更好满足居民刚性和改善性住房需求，各地楼市调整政策接连出台。

北京市于去年9月份落地“认房不认贷”政策，随后陆续出台降低首付比例、优化通州“双限”、取消离婚家庭3年内不得购房限制、特定条件下上浮公积金贷款额度、支持公积金贷款购买已改造老旧小区、离婚1年内贷款人不再执行差别化信贷等政策。

随着政策接连出台，市场需求成波释放，但总体来看，刺激效果最显著的仍是去年9月份“认房不认贷”政策。去年12月底，北京将首套房首付比例统一降至30%，二套房首付比例最低为40%，同时调整普宅标准以及商业银行新发放房贷利率政策下限，进一步满足居民刚性和改善性住房需求。

但目前新房市场仍处修复通道。一位渠道中介人士以当前市场供给主力改善型产品为例告诉

长，但因为首付比例、商贷利率细则未出，仍有不少客户还在观望中，成交尚未有太大变化。

据了解，在置换需求占比过半的北京市场，相较于购置新房，更多业主当前则主要关注如

何将手中二手房卖掉。记者从多位中介人士处了解到，新政后北京二手房咨询和带看量几乎翻倍，首个周末总成交超2000套，基本达到了今年“小阳春”的热度。

亦庄某改善型新盘营销负责人亦表示：“‘4·30政策’后释放出的第三套需求并非当前的成交主力，至少从我们项目来看，几乎没有客户是第三套需求。”

据该负责人介绍，“5·17新政”后的首个周末，项目到访量明显增加，成交量比之前提升30%左右。“其实还是有很多客户有资质、有资金，但是缺乏市场信心，此前一直在观望，我们周末的成交中，有六七成都是这种类型的客户。”

不过，他亦指出，当前北京首付政策还未跟进继续下调，“项目在周末成交大增后，工作日里又恢复到了此前的客流水平。”

据中指研究院监测，5月以来，北京商品住宅周度成交套数稳定在700套以上，5月1日—5月20日，北京商品住宅合计成交1807套，环比、同比下降态势尚未改变。

“5·17新政”后，北京昌平区中海寰宇未来售楼处内，前来咨询、看房的客户量提升。  
本报资料室/图



## 郑州楼市带看量、成交量环比上涨 新政效果仍待观察

本报记者 夏晨翔 郑州报道

随着央行5月17日楼市新政的落地，郑州房地产市场迎来了一波新的购房热潮。降低首付比例、取消房贷利率下限等政策，有效刺激了购房者的积极性。

贝壳研究院郑州分院数据显示，在新政落地后的首个周末(5月18日—19日)，郑州新房带看量较上个周末上涨34.1%，成交量上涨30%；二手房带看量上涨3.7%，成交量上涨10.8%。

### 楼市热度不一

“今天又落地了三条政策，会让买房的首付和月供金额减少，现在确实是一个出来看房选房的不错时机。”5月17日下午，刘斌接到了房产中介的电话，观望一年多的他觉得买房时机已经成熟。

随着孩子出生，一年来刘斌奔波于郑州市新房和二手房市场，寻找一套合适的三居室改善房。

最终，刘斌锁定了一套位于郑东新区的二手房，房子户型合适，双地铁环绕，且有不错的教育资源，但是价格仍是他的犹豫的关键。

刘斌告诉记者，他关注这套房子已经一年了，最初挂牌价格为380万元，期间经过四次降价，现在已经降到了300万元。而他的预算本就有限，首付比例降至15%后，首付款仅需45万元，虽然月供压力加大，但是后期可以选择提前还款，而且预算余下的钱

不过，亦有房产中介告诉《中国经营报》记者，新政落地虽起到积极影响，但就此断定楼市全面回暖仍为时尚早。特别是就新房市场而言，部分项目此前就有“首付分期”的政策，所以再次降低首付比例，影响不太大。

到，也有部分楼盘受益于新政影响比较有限。

“我们项目一直都有‘首付分期’的政策，比如之前是20%的首付，客户可以先交5%，余下15%在11个月内交齐就行。所以现在即便调整到15%的首付比例，对我们的影响也不是很大。”位于郑州市管城区的信达·未来公元销售人员告诉记者。

此外，其客户普遍存在未缴纳公积金，或缴存基数较低的情况，所以公积金贷款利率下降同样影响有限。

该销售人员还表示，就其观察，新政落地后客户到访量及项目成交量相比上周并无明显变化，甚至不如“五一”假期的销量。

“‘五一’假期，我们项目推出了特价房、交2万送车位等活动，可能这些更直观的优惠更能吸引客户。”销售人员告诉记者。

### 政策利好不断

5月17日，央行接连发布三条楼市新政，宣布下调房贷首付比例，首套房首付比例不低于15%，二套房首付比例不低于25%；取消房贷利率下限；下调个人住房公积金贷款利率0.25个百分点。

随后，郑州市迅速跟进，发布通知称，自5月18日起，下调个人住房公积金贷款利率0.25个百分点，5年以下(含5年)和5年以上首套个人住房公积金贷款利率分别调整为2.35%和2.85%，5年以下(含5年)和5年以上第二套个人住房公积金贷款利率分别调整为不

低于2.775%和3.325%。

此外，5月18日前已经发放的住房公积金个人住房贷款，自2025年1月1日起执行新的利率。5月18日前已经受理但未发放的住房公积金个人住房贷款，发放时执行新的利率。

值得一提的是，5月10日，郑州市还宣布，将在全市八区内全面开展二手住房“卖旧买新、以旧换新”工作。

按照要求，收购房屋条件为，普通商品住房，已取得房产证或不动产权证，且自房屋竣工备案之日起至今不超过20年；房屋坐落区域为市内八区，优先收购三环内房屋，三环外房屋需满足居住平衡、配套齐全等作为保障性租赁住房的使用条件；房屋建筑面积不超过120平方米(含)等。

而随着利好政策不断出台，郑州楼市也已出现回暖迹象。

5月21日，郑州市房管局发布的4月份房地产市场销售情况显示，当月商品住宅销售5011套，环比上涨4.31%，销售均价12264元/平方米，环比上涨9.48%；住宅二手房成交9244套，环比上涨23%，成交均价9646元/平方米，环比上涨0.77%。

“五一”假期各楼盘推出优惠政策，也带动了郑州楼市的持续升温。贝壳研究院郑州分院数据显示，“五一”假期当周，郑州新房住宅认购量环比上涨477.8%，二手房成交量环比上涨15.3%。

其中，经开区、新郑市和金水区的新房成交量位居前三，刚需改善齐发力，85—125平方米、总价在120万—250万元区间的需求占比上涨。二手住宅以金水区、中原区、管城区为成交主力，85—125平方米占比提升明显，总价聚集90万元以内。



位于郑州市管城区的信达·未来公元项目销售人员表示，目前“5·17”新政对其项目成交量影响尚不明显。  
夏晨翔/摄影

# “一天成交量抵之前一两周” 外地看房团“杀回”杭州楼市

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

“无论是来访量还是认筹、认购量，都比新政出台前增长了很多。最典型的就是滨江溪映听庐项目，以前每天接待30组左右的客户，新政后日均接待量翻倍到了60—70组，周末平均每天都有超过100组客户来访。”5月22日，滨江集团(02244.HK)相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时

## 河南客户“一次买下七套房”

“新政落地第一天，就有客户在没来现场的情况下直接转账认购了价值约5000万元的房产。”

“杭州楼市限购政策已经基本见底了，前几天一名来自河南省的客户在售楼处一次买了7套房。”5月21日晚上8点左右，滨江华润建杭映运轩项目置业顾问李兵(化名)仍在加班，刚接完电话的他转头向记者说道。

滨江华润建杭映运轩位于杭州市拱墅区运河新城板块，4月底刚加推5号楼，近期计划继续加推。李兵告诉记者，最近前来咨询看房的顾客明显增多，成交量也水涨船高。“工作日平均一天能成交五六套，周末每天甚至能成交十几套。”

杭州楼市明显复苏，得益于杭州市房地产市场平稳健康发展

## 房企抢抓“新政效应”

在杭州市全面取消限购后，“杭州一哥”滨江集团立刻召开会议，计划通过各个平台将在售项目对外推广。

位于杭州市西湖区的绿城·宸岸印月抢抓政策红利机遇推盘，成为杭州市解除限购后首个触发拼社保机制的楼盘。

该项目置业顾问李丽(化名)告诉记者，项目拥有双地铁和学区优势，同时限价3.37万元/平方米，与约700米外的项目有0.63万元/平方米的差价，因此一直备受购房者关注。

“第一天报名就登记了几百组客户。”李丽表示，绿城宸岸印月首开共推出141套房源，于5月10—12日进行登记。由于首开正好赶上杭州市发布楼市新政，热度远远超出最初的预计情况。

感慨道，“现在基本上每天能够新增认购认筹3—4套，一天就是之前1—2周的成交数据。”

杭州市也成为在利好政策驱动下，全国多座热点一二线城市楼市回暖的缩影。5月9日，以全面取消限购为关键词的“杭七条”楼市新政出台；5月17日，全国楼市政策进一步宽松，打出了下调最低首付比例、公积金贷款利率以及取消住房商贷利率下

限等“组合拳”。目前，杭州市5年以上住房公积金贷款利率已降至2.85%。

正因如此，越来越多的外地看房团也重新“杀回”了杭州。据绿城中国(03900.HK)相关负责人介绍，来自金丽衢(金华、丽水、衢州)、甬台温(宁波、台州、温州)、上海及嘉兴等4个方向的看房团集中走访绿城位于杭州市的4个楼盘。“仅两天接待的看

都有落户、小孩读书的需求。

在新政推动下，不少原本去化不佳的项目迎来了翻身机会，位于西湖龙坞景区的滨江溪映听庐便是最为典型的案例。记者了解到，该项目容积率仅为1.1，是杭州市主城区罕见的纯低密改善院墅产品，每套总价在1000万元左右，于去年9月开盘后至今去化率仅为21%。

与此同时，销声匿迹许久的外地看房团又重新“杀回”了杭州。“新政落地第一天，就有客户在没来现场的情况下直接转账认购了价值约5000万元的房产。”滨江集团相关负责人告诉记者，在新政后的首个周末，还

房团人数便超300人，有8组客户当场认筹。”

多名房地产业内人士分析称，在新政刺激下，部分刚需及改善性购房需求开始释放，实际成交和去化率得到有效提振，热门区域的新房市场升温尤为明显。但制约市场发展的核心因素仍是居民支付能力和市场预期，因此长期看杭州楼市有望呈现温和复苏态势。



杭州楼市新政出台后，绿城云咏明月打出了“杭州不限购，好房看绿城”口号。图为项目售楼处接待来自金华、温州、上海等地的看房团。

本报资料室/图

## 成交量有望温和复苏

杭州市新房市场预计会呈现温和复苏态势，但受限于供应规模和结构，成交规模难以在短期内实现大幅回调。

5月17日，中国人民银行、国家金融监管总局、住建部、自然资源部等多部委针对房地产行业发布政策“组合拳”，通过下调全国最低首付比例、公积金贷款利率，取消住房商贷利率下限，购买存量房用作保障房等各类措施刺激住房需求释放，加快去库存。

杭州市很快便跟进下调公积金贷款利率。杭州市住房公积金管理中心一名工作人员表示，5月18日起，下调个人住房公积金贷款利率0.25个百分点。

首套个人住房公积金贷款利率5年以下(含5年)2.35%，5年以上2.85%；二套个人住房公积金贷款利率5年以下(含5年)2.775%，5年以上3.325%。

中指研究院市场研究总监陈文静认为，下调公积金贷款利率，有助于降低购房者的置业成本。接下来，各地跟进下调商贷首付比例和房贷利率的节奏会比较快，对市场的带动效应会进一步显现，若杭州市这样的核心城市跟进相关举措，对市场情绪修复或将产生更加积极的影响。

记者了解到，在楼市新政持续发力下，绿城中国开展了“好

礼再加持，无限惊喜购”的营销活动。例如，云咏明月项目不仅“买房送车位”，还将额外赠送房屋软装，包括衣柜、床、玄关柜、阳台柜、沙发和餐桌等。

位于余杭区的启航城项目，更是率先推出了最低15%首付买房的促销活动。据介绍，该项目还推出了清盘优惠，凡是以备案价购房的业主，都可以享受房价15%的装修补贴；或者以备案价9折优惠购房，再享受5%的装修补贴。

在中指研究院华东大区常务副总高院生看来，杭州市全面取消限购，或将进一步加剧新房市场分化，核心或优质板块的项目摇号难度将越来越大。杭州市新房市场预计会呈现温和复苏态势，但受限于供应规模和结构，成交规模难以在短期内实现大幅回调。

张宏伟同时指出，从厦门市、苏州市和广州市等此前放松限购的城市情况来看，成交量在经过1—2个月的短期“脉冲回升”后，楼市会再度恢复调整至常态，制约当前房地产市场发展的核心因素仍是居民支付能力和市场预期。

# 购房信心逐渐修复 西安楼市加速分化

本报记者 黄永旭 西安报道

日前，央行房地产金融政策“三箭齐发”，叠加西安全面取消限购政策，市场端的变化开始显现。“售楼部的人气旺起来了，其实也是信心在一点点回归。”西安经开区某住宅项目置业顾问田华(化名)如是称。

## 信心恢复

5月17日，央行连发三份房地产市场重磅通知，包括下调个人住房贷款最低首付款比例、下调个人住房公积金贷款利率，取消全国层面首套住房和二套住房商业性个人住房贷款利率政策下限等。

在多轮政策刺激下，西安房地产市场开始显现变化，购房信心逐步恢复。

田华介绍，新政策接连落地后，最明显的变化就是，售楼部人气有所上升。“新政过后，看房的客户确实比之前多了，周末看房人数明显增多，而且周内工作日每天也有接近10组客户咨询。”

不过，看房人数变多了，在售楼部的人气变旺的同时，却没有相对应地转化为成交上涨。田华表示：“从成交量来看，近期表现感觉不如‘五一’期间的成交表现，观望情绪更为凝重，购房者仿佛都在货比三家，甚至是四五家，犹豫不决。”

记者了解到，田华所在项目是一个以改善产品为主的项目，是西安经开区首个第四代住宅，项目总占地约48.741亩(住宅

48.425亩+商服0.316亩)，容积率2.55，绿化率35%。此前公示，整体楼幢均价为1.71万—1.74万元/平方米，户型面积区间为120—143平方米。

根据田华介绍，项目当前处于平销阶段，各类优惠之后，成交价基本不低于1.67万元/平方米，虽然当下成交不易，但是相信购房者观望终会结束，“货比三家的心理很正常，观望也正常，但是从售楼部人气上涨，看房人数变多，也可以看出购房信心正在慢慢恢复”。

西安市住建局官网登记信息显示，5月22日上午8时，未来之境项目开启线上登记，登记状态火热，半天不到就已飘红。

公示信息显示，该项目位于西安市高新区经二十六路以东，经二十二路以西，纬三十五路以南，纬三十六路以北，全部准售住房房源共计232套，总建筑面积约34372.94平方米。其中，144平方米以上(含)房源48套，144平方米以下房源184套，本次开盘销售的住房均价26092.81元/平方米。

此外，5月23日上午8时，天

新政策不仅在新房市场引发关注，同时也在对二手房产生积极影响。

西安资深房地产分析师朱郁表示，政策“组合拳”的强刺激，有利于改善供需关系，加大、加快存量去化，特别是首套、二套房贷利率下调，对去化有直接意义。阶段内，西安个盘上访量、成交量将有明显突破，改善。

青云墨项目开启线上登记，但记者注意到，距离登记开始不足4个小时，登记结果就已飘红。

详细信息显示，天青云墨项目位于西安高新区经二十路以西，规划十五路以南，全部可售房源共152套，总面积约20267.08平方米，本次开盘销售的住房均价27978.29元/平方米。

西安一房企营销总监告诉记者，上述项目登记飘红有诸多因素，首先是政策助推，这两个项目都是在央行政策之后开启登记，火热的登记情况，少不了政策利好的加持。而且，这两个项目都位于高新区，板块优势不容忽视。“在当下房地产市场，登记飘红很难得也很可贵，信心恢复对整个行业尤为可贵。”

中指研究院市场研究总监陈文静表示，央行、金融监管总局此次针对首付比例、房贷利率的调整，体现出监管部门对于稳定房地产市场的决心。政策调整后首付比例、房贷利率均将处于历史低点，进一步降低居民购房的首付门槛及购房成本，有望提升居民购房意愿，提振行业信心。

## 区域差异

此轮政策调整，央行“三箭齐发”之后，各地方包括武汉、长沙、杭州等城市都积极跟进落实，西安也紧随其后对首付比例、贷款利率等作出调整，但是项目之间政策反应也存在差异。

走访过程中，记者了解到，随着新政策接连落地传导，房地产市场端变化开始显现。但是，不同区域、不同项目的市场反应各有差异，热点板块、优势区域的优质项目或成为政策最大受益者。

“现在，首套房首付比例最低可以15%，而且公积金贷款利率也已经落实下调，不论是从首付压力，还是贷款利率来看，都是非常适合的买房时机。”记者在西安未央区某住宅项目咨询时，置业顾问李薇(化名)介绍了项目情况和当下政策优惠。

西安二手房市场可谓风云变幻。二手房挂牌量持续增多，已经超过13万套，而且业主大幅降价、抛售等情况时有发生。直至近日，随着新政带来的信心修复，西安二手房市场表现开始有所改观。

国家统计局数据显示，4月份，西安二手房价格环比下降0.6%，同比下降5.1%，二手房价格跌幅继续扩大。

西安市住建局数据显示，4月份，全市存量房(二手房)网签备案面积99.72万平方米，其中，住宅网签备案9451套，面积94.26万

平方米。套数环比下降1.73%，同比下降2.18%。

可以看出，4月份，西安二手房市场仍然处于“以价换量”的状态。

“当一系列利好政策从落地效果来看，其实最好的效果就是，购房信心好像在回归，二手房市场也在出现积极变化。”秦宇表示，就目前的政策，对刚需购房者的吸引力较大。如果此前就有购房打算，那么现在的政策下，购房置业很划算。

此前，西安新政也提出，支持房地产企业、经纪机构、金融机构合作建立“以旧换新”购房模式，对房产交易流程开展全链条优

化的鼓励经纪机构分类合理降低经纪费用，积极引导交易双方共同承担经纪服务费用。

秦宇表示，购房信心的变化在二手房市场的体现就是，挂牌价趋稳，带看量增多。“年初以来，西安二手房挂牌不断在增加，而且挂牌价也在下探，一直是‘以价换量’的情况。但是近期二手房价格开始趋于平稳，尤其是新政策之后，交易税费调整、‘以旧换新’等政策的落地，导致二手房带看量上来了，价格也稳下来了，甚至有些优质房源微幅上调，市场的悲观情绪也有所改善。”

秦宇说：“楼市分化越来越明显，首先就是板块分化，高新区、国际港务区这些热门板块的房子，就是比其他区域的更受欢迎。高新区的一些项目虽然单价都在2.8万元/平方米左右，但是销售、去化都是全西安最好的。其次，区域分化也在加剧，未央、碑林、新城区等二环内区域，已经失去了竞争力，二环外的区域市场活力更高。”

5月9日，西安发布《关于进一步促进房地产市场平稳健康发展的通知》，明确自即日起全面取消住房限购措施，居民家庭在全市范围内购买新建商品住房、二手住房不再审核购房资格。

# 政策连出大招 广深楼市拐点将至？

本报记者 陈婷 赵毅  
深圳报道

“6天卖出13套，最后一套破底（指低价房源）出炉。”5月22日，深圳房产中介陈勇（化名）在其朋友圈挂出一套在售二手房，并附上房源所在楼盘的近期成交数据，示意客户抓紧行动。

就在几天前，中国人民银行（以下简称“央行”）接连发布三项通知，涉及个人住房贷款最低首付比例调整、公积金贷款利率调整、取消二套房贷款利率下限等。一线城市随即响应政策，其中，深圳发布通知下调个人住房公积金贷款利率，5年以下（含5年的）首套房、二套房贷款利率分别为2.35%、2.775%；5年以上首套房、二套房贷款利率分别为2.85%、3.325%，而广州已先于深圳一天作出调整。据58安居客研究院云洞察监控，政策发布当天，安居客平台上广州新房浏览量环比增长45%，房贷计算器使用率环比增长73%。

对于上述措施的出台，合富研究院分析认为，房地产业迎来重大政策拐点。“在上半年多项重磅利好政策的叠加效应下，我们对未来楼市的预测由‘谨慎乐观’变为‘积极乐观’。”深圳市乐有家房产交易有限公司（房地产经纪机构，以下简称“乐有家”）方面对《中国经营报》记者表示。

而作为一名购房意愿的单身青年，小袁告诉记者，随着政策接连出台，明显感觉到自己“上车”的门槛逐步降低，但也不会因此急于买房，“越来越宽松的政策环境也促使我更加理性地权衡自身的置业需求”。

## 新政之下成交不断

5月17日午间，央行在其官网发布关于调整商业性个人住房贷款利率政策、下调个人住房公积金贷款利率、调整个人住房贷款最低首付比例政策等通知。

“新政效果显而易见，最近客户量明显上升。”“新政之下，成交不断。”央行发布房地产新政后的首个周末（5月18日—19日），多位广深房产中介对记者表达了市场对政策的积极反馈。

5月17日午间，央行在其官网发布关于调整商业性个人住房贷款利率政策、下调个人住房公积金贷款利率、调整个人住房贷款最低首付比例政策等通知。其中指出，为适应我国房地产市场供求关系的新变化、人民群众对优质住房的新期待，促进房地产市场平稳健康发展，取消全国层面首套住房和二套住房商业性个人住房贷款利率政策下限；对于贷款购买商品住

房的居民家庭，首套住房商业性个人住房贷款最低首付比例调整为不低于15%，二套住房商业性个人住房贷款最低首付比例调整为不低于25%。

同时，央行决定，自2024年5月18日起，下调个人住房公积金贷款利率0.25个百分点，5年以下（含5年）和5年以上首套个人住房公积金贷款利率分别调整为2.35%和2.85%，5年以下（含5年）和5年以上第二套个人住房公积金贷款利率分别调整为不低于2.775%和3.325%。

值得注意的是，央行上一次宣布下调首套个人住房公积金贷款利率是在2022年9月30日，彼时的

下调幅度为0.15个百分点。相较于而言，此次新政下调力度更大。

中指研究院分析认为，政策调整后的首付比例、房贷利率均将处于历史低点，进一步降低居民购房的首付门槛及购房成本，有望提振居民购房意愿。若核心城市加快跟进相关举措，有望对市场情绪产生更大的带动作用。

央行发布上述通知后，一线城市北上广深随即进行响应。5月17日晚间，广州住房公积金管理中心宣布下调个人住房公积金贷款利率，其中，2024年5月18日起发放的个人住房公积金贷款，执行新利率；2024年5月18日前已发放的个人住房公积金贷款，根据借款合同



在一个主打学位优势的广州新房楼盘营销中心，周末到访客户络绎不绝。 陈婷/摄影

约定自2025年1月1日起执行新利率。5月18日晚间，深圳市住房公积金管理中心也宣布下调住房公积金贷款利率，与广州不同的是，

2024年5月18日之前深圳市已经发放的个人住房公积金贷款自2024年7月1日起开始执行调整后的利率。

## 市场闻风而动

“吹风已久的楼市大招，终于来了。”

“吹风已久的楼市大招，终于来了。”对于央行发布的房地产新政，有业内人士如此形容道。

据乐有家统计，5月18日—19日，乐有家深圳门店二手房带看量对比以往周末上涨127%，为2018年以来最高点；门店二手房成交量对比以往周末上涨117%，其中5月19日单日成交量创下2021年2月以来最高点。

广州楼市方面，据安居客统计，新政出台后的首个周末，平

台上广州各个区域的热度均呈现不同幅度的上涨，其中涨幅排名前三的区域分别为番禺区、增城区和黄埔区。合富研究院监测广州全市80个代表楼盘的数据显示，5月13日—19日，新房到访量环比增长15%，成交量环比增长16%。

截至目前，对于最低首付款比例及商业性个人住房贷款利率下限的调整，广州、深圳均未发布新的政策通知。据中指研究院统计，

当前，全国已有多个城市将首套房首付比例降至20%、二套房降至30%，仅有个别城市首付比例较高，如一线城市首套房首付比例均为30%，二套房在40%—50%不等，因此一线城市存在首付比例下调的空间和预期。

虽然未有官方政策文件出台，但有楼盘开发商迅速“闻风而动”。记者注意到，就在央行出台三项政策当天，广州万科黄埔新城项目发布“响应政策，最低15%首

付上车黄埔新城”的营销海报，并附上“下调个人住房公积金贷款利率0.25%”“首套利率2.85%起”“首付比例降低，首套首付款最低15%起”以及“取消全国层面首套住房和二套住房商业性个人住房贷款利率政策下限”等新政关键要点，但在前述措施下方，该项目开发商也用小号字体提示：“具体操作以银行审批为准。”

新房市场趁势营销的同时，二手住宅市场情绪也有所起伏。

乐有家对比新政出台前后的深圳二手房业主报价数据显示，其中87%的业主报价不变，10.8%的业主调高价格。总体来看，新政出台后的深圳业主心态以稳定为主，出现降价行为的业主中，以降价方式力求快速出售的类型占主导，降价房源的平均降幅幅度为6%。据乐有家统计，2024年5月22日，深圳全市二手住宅过户190套，当月目前已累计过户2834套。

## 房价仍在探底

数据显示，4月份各线城市房价继续下行。

就在央行发布三项房地产新政当天，国家统计局发布2024年4月份70个大中城市商品住宅销售价格变动情况。数据显示，4月份各线城市房价继续下行。

其中，一线城市新建商品住宅销售价格环比下降0.6%，降幅比3月份扩大0.5个百分点。其中，北京、广州和深圳分别下降0.7%、1.3%和1%，上海上涨0.3%。值得注意的是，广州新房价格已经连续11个月出现环比下跌，同比下降

6.9%，1—4月的平均价格同比下降5.1%。深圳4月份新房价同比下降6.7%，1—4月的平均价格同比下降5.3%。

二手住宅方面，4月份，一线城市二手住宅销售价格环比下降1.1%，降幅比3月份扩大0.4个百分点，其中北京、上海、广州和深圳分别下降1.6%、0.8%、1.4%和0.7%；一线城市二手住宅销售价格同比下降8.5%，其中北京、上海、广州和深圳分别下降8%、7.5%、10.2%和

8.5%。据此前数据统计，广州二手住宅价格已连续环比下跌12个月。

据中指研究院统计，4月份，广州二手房挂牌量走高，房价继续下跌，市场活跃度回落，业主心理预期有所松动；深圳二手房成交量继续增长，但呈现以价换量的态势，房价仍在下跌。国家统计局发布的数据显示，1—4月，广州、深圳二手住宅平均价格同比分别下降8.9%、6.8%。

事实上，广州、深圳自今年以

来多次出台房地产调控政策及便民利民举措，近期更是有加码之势。1月27日，广州官宣放开120平方米以上住房限购；4月8日，广州住房公积金管理中心宣布上调个人住房公积金贷款最高额度；5月6日，深圳市住房和建设局宣布放松7个区域的住房限购政策，鼓励“以旧换新”、企业购房。5月17日，深圳市住房和公积金管理中心发布通知称，可为广大市民免费提供二手房跨行“带押过户”资金监管服务。

据广州中原研究发展部统计，4月份，广州一手住宅成交5218套，环比增长29%，同比下降33%，成交面积环比增长26%至57.86万平方米；二手住宅成交量9128宗，环比下降2.6%，同比下降9.1%。据中指研究院统计，4月，深圳全市新建商品住宅成交面积环比增长5%，同比下降33%，二手住宅过户量为4171套，环比增长9%，同比增长31%。

# 佛山放宽购房入户门槛 激励制造业人才安居

本报记者 陈婧斌 广州报道

“近期入户办理都爆满了，每天约有250人前来办理入户手续。自新政策实施以来，办理入户的人数明显增加，相比之前，申请人数大幅上升。此前，入户政策对于购买社保满三年或者通过积分入户有着条件限制。当时只有符合特定条件的人才能申请入户。而如今，新政策放宽了入户条件，只需拥有房产即可申请，因此也引发了大量人群涌人申请入

户。”在广东省佛山市禅城区行政服务中心咨询入户以及办理入户的现场，尽管排队办理入户的人络绎不绝，但工作人员仍不厌其烦地向记者解释着最近因为办理入户的人数增多，自己忙得不可开交的场景。

佛山，作为“制造业之都”，近日宣布了一系列旨在推动房地产发展新模式、促进高质量发展的新政策。其中包括优化容积率计算规则、分期支付土地出让价款、鼓励支持住房“以

旧换新”、放宽购房入户等13项措施。

特别值得一提的是，针对持有佛山市房产的非本市户籍人员，他们现在可以在房屋所在地申请入户，并允许其配偶和未成年子女随迁。这一政策的实施意味着，持有佛山房产的人士可以直接获得入户资格。

事实上，近年来佛山已经多次调整房地产政策。回顾到2018年，郑女士购房后本打算通过购房入户政策获得入户资格，但当

时政策转向，取消了购房入户政策，改为了积分入户。这一变化迫使郑女士推迟了入户计划。而如今，佛山再次放宽购房入户政策，给了郑女士重新入户佛山的希望。

奥优国际董事长张玥分析指出，佛山再次放宽购房入户政策主要出于对房地产市场压力和需求的考量。特别是在当前经济形势下，新政策的放宽将吸引更多的人才和购房者，从而促进房地产市场的稳定和发展。

外的各种材料来凑积分，非常麻烦。”这使得平时就非常忙碌的郑女士只能暂时观望。

郑女士并非个例，许多类似经历的业主也曾面临类似的困境。许多2019年签订购房合同的业主因政策突然变化，本来打算购房入户的计划变成了积分入户，为了解决孩子上学的问题，他们不得不花费两个月的时间才能完成入户手续。

一位业主刘先生告诉记者：“积分入户政策出台后，2018年12月31日前签订购房合同的业主仍然可以直接进行购房入户，而我当时是2019年签约的，只能选择积分入户，为了孩子上学问题不得不去办理，结果花费了两个月的时间。”

事实上，在2018年以前佛山执行的是购房入户政策，2018年后根据房地产市场情况收紧了佛山的购房入户政策，将购房类人群众纳入积分制管理。

2018年11月2日，佛山市政府召开常务会议通过了新修订的《佛山市新市民积分制服务管理办法》，该办法收紧了佛山的购房入户政策，将购房类人群纳入积分制管理，只有在佛山市已连续按月缴纳一年社会保险费，并且申请期间保持参保状态的新市民才能申请积分入户。房产情况只作为申请入户的一个计分指标，并规定了最高144分的限制（每平方米算一分，最高144分）。同时，政策取消了购房类政策性借读生的待遇，将其纳入积分制统筹安排。

另外，2023年6月2日，佛山市调整了部分区域的稳定居住就业入户政策。根据相关通报，在本市的高明区及高明河以南的西岸社区、三水区持有自有合法产权住宅房屋（包括二手房、自建房）的非佛山户籍人员本人及其共同居住生活的配偶、未成年子女可以在房屋所在地申请入户。



佛山市禅城区行政服务中心办理购房入户业务现场。 陈婧斌/摄影

## 为制造业人才提供重要保障

近六年来，佛山房地产政策的调整与佛山房地产市场新房成交的变化呈现出密切的关联。回顾2018年的数据，据佛山楼市网统计，佛山新房成交套数近16.5万套，同比增长了52%，成交面积约为1474万平方米，同比增长了21%。这一成绩标志着佛山新房成交量达到了近年来的第二高峰。

然而，克而瑞广佛区域数据显示，到了2023年，佛山新房成交量降至5.5万套，同比减少了17%，达到了近十年来的最低水平。与此相反的是，二手房成交量却创下近4年来的历史新高，达到了5.82万套。而之前多年来，佛山二手房年度成交量均超过5.3万套。

今年第一季度，佛山新房成交面积仅为91.15万平方米，同比减少了57%，这是近三年来首次成交面积未能达到百万平方米的季度。而二手房成交量也同比减少了14%，这些数据表明了佛山房地产市场的明显下滑趋势。

佛山市为了促进制造业人才的安居保障，再度放宽了购房入户政策，这被视为为制造业人才提供重要保障的举措。特别值得一提的是，2023年7月，佛山市住房和城

乡建设局、佛山市人力资源和社会保障局联合印发了《佛山市人才安居办法》，旨在解决佛山市各区人才安居政策不统一、人才安居方式不全面的问题。

根据这项新政，全职新引进的一类领军人才将获得250万元的安家补贴，并在佛山市购买商品住房时再获得最高750万元的购房补贴。对于全职新引进的二、三、四类领军人才，分别给予100万元、75万元、50万元的安家补贴，同时再给予不同额度的购房补贴。此外，属于制造业领域企业或新型研发机构的人才还将获得额外购房补贴。这些补贴将在5年内按一定比例发放。

此外，全职新引进的青年储备人才和各类专业技术人才也将享受到购房补贴政策的支持。

然而，尽管佛山市在房地产政策上频繁调整以刺激市场需求，但作为一个典型的工业强市，佛山也面临着不小的压力。2023年，佛山的工业总产值超过了3万亿元，位列全国地级城市第二，仅次于苏州。但在今年一季度，佛山的第二产业增加值下降了0.3%，这表明了佛山市在房地产下行的影响下，经济增长面临的挑战。

# 成交量价回落 重庆楼市政策加码仍待发酵

本报记者 庄灵辉 卢志坤 重庆报道

“前几年因为疫情及其他各种因素，重庆中心城区很多期房都卖

成现房了，现在的价格比之前也有明显优惠。”重庆市一位房产中介人员近日向《中国经营报》记者表示，当前重庆中心城区多个楼盘优惠力度较大，同时不少楼盘开盘已有数年，各类促销下购房已较为合适。

“5·17”楼市新政后，重庆市在跟进相关政策调整基础上，于5月20日出台加码政策，涉及各类购房补贴及住房套数认定等。

记者近日以购房者身份走访发现，重庆市中心城区多个楼盘并

未将相关政策作为一项“卖点”进行宣传，购房者未问及情况少有楼盘销售人员提及；多位房产中介及销售人员均坦陈近期看房客户

未出现明显增长，相较“五一”假期还有所减少；同时在各项优惠下，不少楼盘折扣价格低于备案价的70%，部分已接近备案价的60%。

## 看房客未明显增加

记者近日连续多个工作日走访发现，重庆中心城区不少楼盘到访客户并未明显增加，下班前近两个小时到访客户多为2—3组，部分楼盘销售人员在下午6点前已下班。

“前不久‘五一’假期看房客户比较多，最近周末也有不少客户看房。”重庆市房产中介人员表示，相较“五一”假期，近期重庆中心城区不少楼盘看房客户确实有所回落，除节假日因素外，近期重庆气温回升可能也影响客户看房热情。

“5·17”楼市新政后，部分城市楼市到访客户数量及成交出现明显增长，但记者近日连续多个工作日走访发现，重庆中心城区不少楼盘到访客户并未明显增加，下班前近两个小时到访客户多为2—3组，部分楼盘销售人员在下午6点前已下班，走访期间多个楼盘售楼部现场未出现成交情况。

看房客户未明显增加的同

时，重庆中心城区近日成交量价均出现回落迹象。

克而瑞数据显示，5月13—19日，重庆市中心城区新房市场来访量为7290组，较前一周的7440组下降150组；认购量为313套，较前一周的342套下降29套；新房供应量为12.09万平方米，环比前一周的14.41万平方米下降超16%；成交量为8.89万平方米，较前一周的8.99万平方米微降0.1万平方米；成交均价也由15362元/平方米下降至15071元/平方米。

“5月13—19日重庆中心城区整体住宅市场来访量、认购量环比波动幅度微弱，主要是由于楼市政策持续宽松，以及房企释放限时限量特惠房源，消磨客群对

## 楼市政策加码

记者近日走访也发现，重庆市中心城区多个楼盘未将相关政策作为“卖点”进行营销，几乎未有销售人员主动向购房者提及相关政策情况。

“5·17”楼市新政后，重庆市在跟进相关政策调整基础上，于5月20日出台加码政策。根据相关政策，自今年5月20日—12月31日，重庆市将对二孩家庭、三孩家庭、参与“换新购”活动家庭以及本科起各类人才发放购房补贴，额度为1万—5万元，或按购房款总额0.5%计算。

值得注意的是，多子女家庭购房补贴与参与“换新购”活动的购房补贴不能同时享受，同时符合条件的，按补贴额度高的执行。同时学历人才购房补贴则限定在重庆中心城区首次购买新建

商品房，且夫妻双方不能同时享受。除人才购房补贴为货币形式外，其余两类补贴均为货币或消费券等形式。

除各类购房补贴外，重庆市此次政策还提出，居民将自有存量住房盘活用作租赁住房，且取得租赁合同备案证明的，可不纳入家庭住房套数计算。限售政策也有所调整，明确实行现房销售的新建商品住房，在完成网签合同备案并取得不动产权证后即可上市交易。

“近两年各地积极执行购房补贴政策，补贴方式主要包括按套或

## 西安全面取消限购 天地源能否抑制业绩下滑？

本报记者 王登海 西安报道

随着西安全面取消住房限购政策的实施，市场关注度迅速聚焦于当地的房地产上市公司。其中，西安本土唯一的上市房企——天地源股份有限公司（以下简称“天地源”，600665.SH）的股价出现了积极反应，呈现上涨态势。

## 取消限购

5月9日，西安紧随杭州之后，宣布全面放开住房限购政策，标志着该市正式进入住房不限购的新时代。

当天，西安市住建局发布《关于进一步促进房地产市场平稳健康发展的通知》（以下简称《通知》），其中明确提出全面取消执行了长达7年的住房限购措施。这一重大调整意味着，居民家庭今后在西安市范围内购买新房或二手房，将不再受到购房资格的审核限制。

在住房销售方面，《通知》也进行了相应调整。当登记的家庭数量与可售房源的比例低于1.5:1时，将不再进行公证摇号。同时，面积超过144平方米的住房在摇号选房时，将不再实施“刚需优先”政策。摇号销售的相关公示时间也由原先的3天大幅缩短至1天。

此次新政不仅解除了购房限

制，还推出了多项购房支持政策。例如，在公积金贷款方面，提出首次使用公积金贷款购房的，首付比例不低于20%；结清首次公积金贷款后，再次使用公积金贷款购房的，首付比例不低于25%。使用公积金贷款购买二手住房的，房屋建成年限不超过30年，贷款期限与房屋建成年限之和延长至不超过40年。二孩及以上多子女家庭使用公积金贷款购房的，贷款最高额度在现行政策基础上提高至1.2倍。

除了针对购房者的优惠政策，《通知》中还包含了一系列助力房地产开发商的措施。其中包括建立健全我市房地产融资协调机制，推动“白名单制度”常态化，一视同仁满足所有制房地产企业合理融资需求，促进金融与房地产良性循环。

在此背景下，天地源作为西北地区最大的以房地产开发为

也是公司自上市以来首次出现亏损。

此外，2023年，天地源的毛利率下滑明显，由2022年的25.75%下降到13.07%，同时，公司近年来的资产负债率均维持在较高水平。

对于当前的盈利挑战，记者致电并致函天地源，截至发稿，未收到对方回复。

主业的上市公司，其股价的上涨尤为引人注目。政策发布后的首个交易日，天地源股价便呈现出强势上涨的态势，成交量也大幅增加。

市场分析师普遍认为，西安取消限购政策对于提升房地产市场信心、促进交易活跃具有积极作用，而天地源作为本土房企的龙头，将直接受益于这一政策利好。

面对股价的上涨和市场的关注，天地源也进行了回应。公司表示，已经进行了必要的核实，并确认不存在应披露而未披露的重大信息。

分析人士指出，随着限购政策的取消和市场情绪的提振，预计西安房地产市场将逐步回暖。同时，天地源及其他房地产开发商有望从市场复苏中获益，股价的上涨可能是市场对公司未来业绩改善的预期反应。



楼市新政后，重庆市中心城区多个楼盘看房客户并未明显增加。本报资料室/图

市场信心，高性价比项目支撑市场表现，转化率低位运行。”克而瑞方面分析认为，近期重庆中心城区商品住宅市场供销价格齐降，高层供应占比达九成，刚需项目成交占比上涨，间接拉低整体成交均价。

实际上，自4月中旬以来，重

庆市中心城区新房成交量曾连续3周上涨，由4月14日前一周不足5万平方米上涨至“五一”假期当周接近10万平方米。“五一”假期后，即便部分新房项目延续假期优惠活动，整体市场来访及成交量也均出现下降，至5月19日前一周，成交量已连续两周下降。

记者近日走访也发现，重庆市中心城区多个楼盘未将相关政策作为“卖点”进行营销，几乎未有销售人员主动向购房者提及相关政策情况。

记者近日走访也发现，重庆市中心城区多个楼盘未将相关政策作为“卖点”进行营销，几乎未有销售人员主动向购房者提及相关政策情况。记者主动问及时，对方也只是解答相关政策条件，未将相关政策与楼市走向结合向记者推销。

“只要符合条件，在规定时间内购买新房就能申请相关补贴。”当地一位房产中介人员表示，目前各类楼市政策较多，购房者对政策及市场基本也有了一定认知，与其营销各类政策效果，多介绍些项目折扣对购房者可能更有作用。

## 花式促销

不少项目还以“工抵房”“特价房”以及清盘等形式打折促销，折扣最低已接近备案价的60%。

“重庆中心城区目前很多现房项目已开盘多年，实际上是由最初的期房卖成了现房，价格比之前也有明显优惠。”重庆市房产中介人员表示，“五一”假期以来，重庆市中心城区不少新房项目优惠力度有所提升，不少项目折扣价格已低于备案价的70%，部分项目新房单价甚至已低于当初拿地价格。

“我们项目只有洋房和小高层两类产品，户型面积差别也并不大。其中洋房项目有4楼及顶楼两套房源做特价，小高层也有部分房源价格比较优惠。”近日，重庆市九龙坡区一新房项目销售人员告诉记者，除价格优惠外，购买该项目房源可获赠一个车位10年使用权及1年物业费；若购买洋房产品，额外再加1万元可以将车位使用权转为产权车位。

“1万元购买产权车位只限洋房产品，‘五一’假期小高层产品也可以享受，但近期相关优惠已收回。”不过，该销售人员也表示，若购买小高层产品也有产权车位需要，可酌情“协调”。而根据该销售人员所算售价，洋房产品售价约为备案价的72%，小高层产品售价则约为备案价的64%。

记者近日走访重庆中心城区的多个楼盘中，多数有类似赠送一定期限的车位使用权及物业费等促销，不少项目还以“工抵房”“特价房”以及清盘等形式打折促销，折扣最低已接

近备案价的60%。

不过，相应降价促销行为也引发过往业主投诉。近日在网络理政平台上，有市民投诉称，2024年“五一”假期，中海渝中云锦小区所属房地产商私自以“工抵房”的形式将小区未销售的500余套新房房源以低于网上备案价近40%的幅度大幅降价出售，且开发商拒绝与业主沟通。希望有关部门对此事进行调查取证，并给予答复。

“渝中云锦系重庆中海海能房地产开发有限公司开发建设的商品房项目，该项目为全现房装修项目，于2021年7月首次开盘对外销售。”重庆市房地产交易事务中心近日答复该项投诉称，该中心已约谈中海公司，要求公司自查整改、规范销售行为，主动与前期购房业主沟通解释。中海公司表示，该项目自2021年开盘以来，整体去化情况未达预期，考虑到销售周期较长，房屋装修折旧明显、维护成本过高，部分房源楼层、朝向存在瑕疵等因素，结合“五一”假期促销活动推出了部分特价房源。

对于相关项目房价，重庆市房地产交易事务中心则引用《价格法》及《商品房销售管理办法》两项规定给予回复，相应条款除去特殊规定外，主要为“商品和服务价格实行市场调节价，由经营者依照本法自主制定”以及“商品房销售价格由当事人协商议定”。

## 首次亏损

### 天地源原名上海沪昌特殊钢股份有限公司（以下简称“沪昌特钢”），成立于1992年，于1993年在上海证券交易所上市。

2003年2月，西安高新技术产业开发区房地产开发有限公司收购沪昌特钢68.25%的股份，成为沪昌特钢控股股东；同年10月，沪昌特钢更名为天地源股份有限公司。

资料显示，天地源控股股东为西安高新技术产业开发区房地产开发有限公司，最终控制人为西安高新技术产业开发区管理委员会。

天地源主营业务为房地产开发与经营，是西安市本土唯一一家上市房地产企业，深耕西安区域多年，2022年公司营收105.5亿元，首

次突破百亿。

受多重因素叠加影响，2023年房地产销售规模已降至近年来的谷底。不过，天地源凭借布局城市稳健的基本面，销售逆势实现同比正向增长，全年实现合同销售金额114.95亿元，同比增长6.39%；权益合同销售金额100.08亿元，同比增长9.71%。

尽管天地源的营业收入实现增长，但公司净利润却遭遇大幅下降，出现了亏损。2023年全年，公司归属净利润为-3.09亿元，同比大幅下降213.93%；扣非净利润为-3.95亿元，同比下降215.81%。

“受市场环境影响，公司本期结转收入的房地产项目毛利水平较上年同期有所下降；同时，部分

房地产项目存货出现减值迹象，公司按照会计准则要求对存货进行减值测试后，对部分存货计提减值准备。”对于净利润下降的原因，天地源方面解释称。

记者了解到，2023年，天地源计提各类资产减值准备合计6.8亿元，其中存货跌价准备占了重头，对多个项目计提了存货跌价准备，其中包括伴山溪谷项目、时光里项目、悦唐阁项目等，总计拟计提资产减值准备6.67亿元。

此次计提资产减值准备将减少公司合并利润总额6.8亿元，减少合并净利润5.17亿元，减少合并报表范围内归属母公司净利润5.07亿元。

## 毛利率下降明显

近年来，天地源不仅在西安本地市场保持稳定的业务发展，而且已经成功将业务拓展至环渤海、长江三角洲、珠江三角洲区域以及重庆市的房地产市场。

不过，作为西安唯一上市的国资房地产开发公司，西安依旧是天地源重仓区域。根据第三方数据，天地源在西安商品房市场的销售金额排名第九。

相关数据显示，2023年，天地源房地产业实现营业收入112.64亿元，其中西安地区以86.81亿元的营业收入，占比高达76.97%，继续稳居公司业务的核心区域。此外，咸阳、苏州、天津、重庆等地亦分别贡献5.46亿元、10.06亿元、2.72亿元、6.92亿元的营业收入。

从销售项目来看，2023年，天地源房地产销售项目主要来源于

西安永安华府、西安高新宸樾、苏州平江观棠等项目。

根据克尔瑞、中原地产等第三方机构数据，2023年，西安市土地市场规模收缩，商品住宅成交量价齐涨，全年商品住宅成交面积同比上升21%，成交均价同比上涨7%，房地产市场整体基本面相对较好。

在这样的市场背景下，天地源仍旧采取了谨慎的投资策略，2023年全年仅在西安高新区新增一个项目，通过收购西安君正下属项目公司股权，获取了西安高新区的宅地开发权。

相关数据显示，截至2024年3月末，天地源全口径销售物业土地储备总建筑面积为171.89万平方米，权益土地储备总建筑面积为147.63万平方米。

2024年，天地源设定了全年实现销售收入约110亿元的目标，并

计划通过竞拍方式储备土地，预计计容建筑面积51.08万平方米，涉及金额55.88亿元。

然而，2024年第一季度的业绩显示，天地源实现的合同销售面积和金额同比均有所下降，实现合同销售面积7.12万平方米，同比下降55.75%；实现权益合同销售面积6.19万平方米，同比下降45.46%；实现合同销售金额155471.07万元，同比下降40.52%；实现权益合同销售金额141238.69万元，同比下降31.04%。

值得一提的是，2023年，天地源的毛利率下滑明显，由2022年的25.75%下降到13.07%，减少12.68个百分点。此外，公司近4年的资产负债率均维持在较高水平，分别为87.54%、88.99%、87.28%和86.68%。

# “扫地茅”科沃斯AB面

本报记者 杨让晨 张振 上海报道

在2023年营收增长近乎停滞、净利润大幅下降的背景下,头顶“扫地机器人第一股”光环的科沃斯(603486.SH)正加紧寻找破局之道。

科沃斯目前发布的2023年业

绩报告数据显示,2023年,公司营业收入达到155.02亿元,同比增长1.16%;不过,净利润大幅下滑,归母净利润为6.12亿元,同比下降63.96%;扣非净利润为4.84亿元,同比下降70%,出现了“增收不增利”现象。

## “坦诚检讨战略不足”

市场竞争加剧、投入转化效率下降等导致科沃斯毛利率下降,整体盈利能力受到影响。

对于业绩“增收不增利”的原因,科沃斯方面表示,主要是因为国内消费市场整体复苏乏力,行业竞争加剧,叠加公司扫地机器人国内市场中低价格段降本款产品布局有所缺失,且对新业务领域投入显著增加,共同压低了公司整体利润表现。

具体来看,2023年,科沃斯的服务机器人业务实现营业收入77.4亿元,较2022年同期下降1.67%,营业收入占比49.94%;智能生活电器业务实现营业收入76.6亿元,较2022年同期增长4.77%,营业收入占比49.42%。不过,科沃

斯上述两大业务毛利率在2023年均出现下滑,分别同比下降2.2%和6.84%。

“面临多重挑战,公司坦诚检讨战略不足,果断调整经营策略,坚定聚焦核心品类,加大产品组合和布局力度,在力争稳固整体业务规模的基础上为后续重回增长奠定坚实基础。”科沃斯方面表示,公司面对宏观挑战及竞争变化,在检讨自身战略和运营不足之处的基础上,积极推进行并落实相关工作为后续业务改进和提升奠定了基础。

对此,资深产业观察家梁振鹏

在多位业内人士看来,科沃斯“增收不增利”,和当前扫地机器人行业竞争激烈、市场趋于饱和以及价格战等多方面因素有关。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,随着产业链逐步完善和入局品牌增

多,行业竞争加剧带来产品价格下降,科沃斯业绩也受到一定影响。

对此,科沃斯相关负责人告诉记者,公司将进行前瞻性的产品规划,构建更为丰富的产品矩阵,完善价格带布局,以覆盖更广泛的消费群体,满足市场的多元化需求。

告诉记者,受竞争品牌增多、市场趋于饱和、价格战等各方面影响,导致科沃斯利润出现下跌。“在行业价格战背景下,很多品牌的利润率和毛利率会下降,加之大多数企业都能够生产扫地机器人中的传感器、芯片等核心零部件,以及人工智能算法较为同质化,都使得行业企业受到影响。”

在柏文喜看来,市场竞争加剧、投入转化效率下降等导致科沃斯毛利率下降,整体盈利能力受到影响。“随着产业链逐步完善和入局品牌增多,行业竞争加剧,导致产品价格下降,影响了科沃斯的毛

利率。”

根据财报数据,今年一季度,科沃斯实现营业收入34.74亿元,同比增长7.35%;归母净利润2.98亿元,同比下降8.71%;扣非净利润2.87亿元,同比增长0.26%。

未来,科沃斯将如何调整策略以求业绩增长?科沃斯相关负责人告诉记者,公司将充分利用头部品牌的产品创新优势,并结合供应链公司的技术创新力量,不断优化产品设计,提升综合性能,持续推出更具创新性和竞争力的产品,推动整个品类的量能增长。

能力。”

科沃斯相关负责人告诉记者,公司商用清洁机器人、割草机器人、食万智能料理机等新品类处于净投入期,虽然对短期经营利润产生一定压力,但对公司长期打造新增长点有益。“公司希望打造更全面综合的产品业务组合,构筑多维发力的业务格局。新品表现方面,割草机器人在欧洲市场上市第一年即超出既定经营目标。”

据科沃斯方面提供的数据,2023年,科沃斯品牌全能型产品出货量达155.1万台,较上年增长68.6%;添可芙万系列洗地机产品合计出货322.7万台,较上年增长25.4%。

## 构筑多维发力业务格局

公司希望打造更全面综合的产品业务组合,构筑多维发力的业务格局。

尽管多样化产品布局带来了短期利润压力,但科沃斯希望借此构筑多维业务格局。

“在认识到已有产品在功能组合和价格段布局有所缺失的情况下,自2023年下半年起,公司迅速调整战略重心,调集组织内部优势资源,基于多年产品技术积累和底蕴,明确核心功能和技术升级开发方向。为2024年规划和储备了丰富完善的扫地机器人产品矩阵,力争满足全球各主要市场不同价格段消费者的多样化需求。”科沃斯方面表示。

此外,记者注意到,2023年,科沃斯的销售费用呈激增趋势。据财报数据,科沃斯2023年的销

售费用达到52.97亿元,同比增长14.6%,明显大于营业收入增速。科沃斯方面表示,这是由于售后维修费用以及营销推广费用增加所致。

统计数据显示,2023年,科沃斯广告营销及平台服务费达到约38亿元,占销售费用总额的比重为71.73%,较2022年度的36.06亿元增长5.36%。2023年,科沃斯售后维修费用高达5.19亿元,较2022年增长139%。

梁振鹏告诉记者,科沃斯的销售费用大幅增长,并不是正常现象。“企业经营应该开源节流,在净利润下降的状况下,销售费用大幅度增长,并没有取得预期效果。科

沃斯应该把更多的资金和精力放在扎实推进产品创新、技术研发和奠定差异化技术优势方面。”

不过,对于科沃斯销售费用出现大幅增长的问题,柏文喜持不同观点。他对记者表示,科沃斯销售费用占总营收的比例较高,或表明公司在积极扩张市场和提升品牌知名度,但是否处于正常范围内,需要对比行业平均水平和公司的历史数据。

“科沃斯的产品如割草机器人、食万智能料理机等仍处在净投入期,尚未产生足够的收入来覆盖成本。”柏文喜进一步表示,“这可能会导致科沃斯的市场投入转化效率有所下降,进而影响整体盈利



受市场竞争加剧、公司战略不足等影响,科沃斯正陷入营收增长缓慢、净利润大幅下降的困境。图为科沃斯参加上海国际清洁技术与设备展。

视觉中国/图

## 加大海外市场拓展力度

在不断优化线下布局的同时,科沃斯也将发力重点放在了海外市场。

在国内市场,鉴于线上流量增长日益见顶,用户获取及转化成本高企,科沃斯开始加大线下布局力度,提升线下整体运营和转化效率。

统计数据显示,截至2023年年底,科沃斯品牌国内线下销售网点已突破2500家,一线及新一线城市零售门店覆盖率高达84.2%,显著增强公司在重点市场的渗透力。其中,2023年,科沃斯品牌中国线下市场实现销售收入14.2亿元,占同期国内销售收入的30.3%;添可品牌在中国线下市场实现销售收入11.0亿元,占同期国内销售收入的26.1%。

在不断优化线下布局的同时,科沃斯也将发力重点放在了海外市场。“2023年,公司在新加坡设立海外总部,以此为基点,聚合全球资源,优化运营网络,致力于提升亚太市场份额,并加强全球市场覆盖能力,推动业务规模持续扩大。”科沃斯方面表示。

据科沃斯2023年财报,2023年,科沃斯品牌海外业务收入同比增长20.1%,添可品牌海外业务收入同比增长40.5%,占各自收入比重分别达到38.8%和42.1%,较上年分别增加7.0和10.6个百分点。

柏文喜向记者表示,科沃斯实施国际化战略的出海策略,对

于长期发展和业绩改善具有重要意义,但也面临诸多挑战。例如,面对文化差异、市场适应性、当地法律法规等挑战,需要公司有明确的战略规划和高效的执行能力。

梁振鹏也告诉记者,国内市场现在竞争越来越激烈,但国外市场还有很多地区没有饱和,积极出海也是企业应对国内竞争压力的自救措施。“对于科沃斯而言,在国内市场的增长正面临天花板和瓶颈,加大海外市场拓展力度,希望在出口方面能获得比较高速增长,思路是没有问题的。”

对于海外市场发展规划,科沃斯负责人告诉记者,未来,公司将依托在海外市场的业务覆盖和资源积累,充分挖掘和把握市场机会,深耕传统海外市场,积极探索新兴经济体,制定有针对性的发展策略,并通过海外总部实现对全球各市场的快速响应和资源网络构建,持续创造价值增长。

“2024年,公司科沃斯品牌以尖端技术为核心驱动,积极推动新一代扫地机器人产品在海外市场落地,并致力于中国与海外市场的同步上新,确保全球消费者同步体验到公司最新的创新成果,进一步巩固和提升公司在国际市场的竞争地位。”科沃斯相关负责人进一步表示。

# 连亏四年跑输旅游复苏大势 张旅集团难用大庸古城重资产“包袱”

本报记者 张振 武汉报道

“张家界地貌非常独特,独一无二,是区别于国内其他旅游景区最为典型的特征。”这是有“山水旅游第一股”之称的张家界旅游集团股份有限公司(以下简称“张旅集团”,证券简称“张家界”,000430.SZ)一直以来对公司核心竞争力的分析。

不过,“靠山吃山”坐拥张家界旅游景区环保客运、宝峰湖、杨家界索道、十里画廊观光电车、张家界中旅、张家界国际酒店等优质资源的张旅集团,还在持续为8

年前作出的跨界投资建设大庸古城的决策埋单。

5月16日,张旅集团召开2023年度股东大会,审议通过包括《2023年年度报告全文及摘要》在内的多项提案。财报数据显示,2023年,张旅集团全年实现营业收入4.20亿元,净利润亏损2.39亿元,分别同比上升217.02%和7.87%。在接待购票游客数和营业收入大幅增长的同时,大庸古城成为拖累张旅集团业绩的最大“包袱”,2023年仅实现营业收入520.86万元,净利润亏损2.49亿元。

对于如何通过对外招商合作盘活大庸古城资产,补齐公司业绩短板等问题,张旅集团董秘办相关工作人员在回复记者采访时称,目前尚无更多可提供的信息,预计“下半年会有个方向性安排”。

《中国经营报》记者在采访中了解到,对于2024年发展形势,尽管张旅集团方面研判旅游经济将进入新繁荣周期,但公司对2024年实现扭亏为盈的前景并不乐观,仅提出了实现净利润减亏44.82%的目标。这也意味着,张旅集团或将迈入自2020年以来的第5个亏损周期。

对于如何通过对外招商合作盘活大庸古城资产,补齐公司业绩短板等问题,张旅集团董秘办相关工作人员在回复记者采访时称,目前尚无更多可提供的信息,预计“下半年会有个方向性安排”。

在亏损原因方面,除前几年旅游行业面临的行业景气下探、市场主体经营困难上升等共同因素外,公司银行贷款增加,导致费用化利息支出大幅增加,大庸古城建设完成后大量的折旧、摊销、财务成本计入当期损益则成为吞噬公司净利润的主要因素。

“在度过非常规衰退和深度萧条后的新繁荣周期大背景下,公司不仅要修复企业这几年遭受的重创,应对人员流失、供应链断裂、市场的流失等问题,更多面临旅游业不断翻新迭代,新一轮创业创新的挑战和考验。”张旅集团方面在2023年年报中表示,加大优质旅游产品供给、完善旅游基础设施和公共服务体系、提升服务品质一直是旅游业的基础,也是促进公司发展的核心,而公司存在不少的薄弱环节,仍需不遗余力加以提升。

据了解,这也是自2020年度受外部环境影响进入亏损周期以来,张旅集团连续第四年亏损。记者梳理发现,2019年,张旅集团净利润虽同比下滑58.13%,但依旧盈利1105.59万元;2020-2023年,分别亏损9220.55万元、1.35亿元、2.60亿元、2.39亿元,四年累计亏损7.26亿元,且呈逐步扩大之势。

环保客运、杨家界索道、十里画廊观光电车业务购票人数和营业收入增长幅度同比均超过200%。宝峰湖景区购票人数和营业收入分别增长190.22%和219.12%。

不过,张旅集团经营的大庸古城成为拖累公司业绩、导致净利润亏损的主要“包袱”。2023年,大庸古城仅实现营业收入520.86万元,净利润亏损达2.49亿元。受此影响,张旅集团2023年整体亏损2.39亿元。

据了解,这也是自2020年度受外部环境影响进入亏损周期以来,张旅集团连续第四年亏损。记者梳理发现,2019年,张旅集团净利润虽同比下滑58.13%,但依旧盈利1105.59万元;2020-2023年,分别亏损9220.55万元、1.35亿元、2.60亿元、2.39亿元,四年累计亏损7.26亿元,且呈逐步扩大之势。

## “靠山吃山”营收大增难抑亏损

张旅集团成立于1992年,在国内旅游资本市场特别是山岳型旅游景区中占据重要地位,为中国旅游板块第一家上市公司。

作为湖南省张家界市内最大的旅游集团和全市唯一的旅游上市平台,坐拥张家界景区地利,“靠山吃山”经营旅游景区、客运、索道、旅行社和酒店等资产,同时打造了宝峰湖和大庸古城两大全新景区,形成“旅行社+景区+旅游客运+酒店+线上营销平台”多要素资源综合体。

2023年,随着国内旅游行业集体迈入复苏快车道,张旅集团在景区接待人数和营业收入等方面也实现大幅增长。财报数据显示,2023年,张旅集团全年共接待购票游客人数715.77万人,同比上升252.58%;全年实现营业收入4.20亿元,同比上升217.02%。其中,张旅集团运营的景区

## 激活大庸古城成业绩“翻盘”关键

根据张旅集团2023年年报数据,大庸古城2023年全年实现营业收入520.86万元,其中,游船收入33.14万元,服务收入294.71万元,分别同比增长0.08%和0.70%。而服务收入主要为景区停车收费所得。

“大庸古城公司经营业绩远低于预期,持续大额亏损,对其固定资产、投资性房地产、无形资产计提减值损失。”张旅集团方面解释称。

据了解,导致张旅集团业绩亏损的最大“拖油瓶”——大庸古城项目萌芽于2016年3月。彼时,公司全票通过董事会决议,拟通过非公开发行股票方式募资12亿元用于建设大庸古城(南门口特色街区)项目,该项目计划总投资18.83亿元,剩余资金将通过自有资金、银行贷款等方式筹集。

根据张旅集团彼时公布的

《项目可行性研究报告》,大庸古城将通过奇门遁甲、古城穿越、南门码头、三元宫等引擎项目,打造集“吃、住、游、购、娱”于一体的旅游综合休闲区,构建张家界中心城区的文化休闲新地标,前景可谓一片光明。

按照设想,大庸古城项目建成后,将满足游客对文化休闲类旅游产品的需求,预计将实现年营业收入4.85亿元,净利润1.85亿元,静态回收期为10.79年,项目经济效益较好。

经证监会核准,张旅集团最终于2017年7月14日通过非公开发行A股股票募集资金净额8.39亿元,和最初计划相比缩水近4亿元,这也无形中增加了后续投资的财务成本压力。据了解,截至2021年年底,大庸古城项目贷款总额为8.25亿元。

此外,大庸古城原本计划建设周期为两年,但直到2021年

## 另谋出路打造“水上张家界”

对于大庸古城运营情况,张旅集团在今年1月份回复投资者提问时表示,大庸古城招商至今没有完成,虽然《遇见大庸》和飞行影院《飞越张家界》已对外营业,但整个古城不算正式营运。

如何尽快盘活这一资产,降低折旧摊销和财务费用正成为张旅集团业绩“翻盘”的关键。对于大庸古城发展计划,张旅集团方面表示,国内古城古镇项目粗放化的扩张发展模式严重脱离市场实际,大庸古城找准合适的定位和市场发展空间是公司未来发展的关键。

在具体举措方面,张旅集团将着力在丰富产品,提高产品吸引力、美誉度、承载力上下功夫。加强现有项目的营销推广及业态

完善,全力激活大庸古城资产,同时积极推动大庸古城产品、服务、模式创新,积极寻找合作伙伴,整合发展大庸古城业务。

事实上,早在2023年,张旅集团曾试图通过引入万达的方式对大庸古城资产、业务进行整合。不过,根据张旅集团方面给出的最新回复,“与万达合作是在2023年签订的战略合作协议,因为没有实质性合作,战略协议已经无效。”

为进一步降低大庸古城对公司业绩的拖累,张旅集团将以宝峰湖营销改革试点成功经验为突破点,确保实现“增营业收入、增经营性现金流、减成本费用”的“两增一减”总体经营目标。

张旅集团方面表示,2024年,公司将重点发展宝峰湖景区业务,完善扩容现有业态,做足“水文章”,以新项目、新玩法、新媒体为抓手,将宝峰湖打造成为张家界必游之地“水上张家界”。

根据经营计划和业绩目标,2024年,张旅集团预计实现营业收入4.74亿元,较2023年同期完成营业收入增收12.9%,计划实现净利润-1.32亿元,较2023年同期实现净利润减亏44.82%。

“在张家界市委、市政府的关心下,张家界国资委、大股东(张家界市经济发展投资集团有限公司)一直在积极推进解决公司困难问题。”张旅集团方面在深交所互动易平台上回应投资者提问时指出。

# “牙茅”大利空：通策医疗一个月内两遭监管警示

本报记者 张悦 曹学平 北京报道

5月24日，由于未在2023年半年报、2023年年报中披露关联方非经营性占用上市公司资金情况，通策医疗(600763.SH)公告被中国证券监督管理委员会浙江证监局(以下简称“浙江证监局”)出

## 财务资助频频

浙江证监局决定对眼科投资、吕建明分别采取出具警示函的监督管理措施，并记入证券期货市场诚信档案。

5月24日披露的公告所涉及的违规情况，是通策医疗将杭州天使口腔诊所有限公司、北京三叶风尚口腔诊所有限公司股权转让给关联方，但未在股权转让交易完成前，解决通策医疗对上述两标的提供的借款，构成关联方非经营性资金占用。此外，通策医疗未在2023年半年报、2023年年报中披露上述情况。此前，上交所也对涉及的相关公司和人员予以监管警示。

实际上，通策医疗的布局并不仅仅局限在口腔领域，在眼科方面也谋划了多年。眼科投资成立于2017年，当年10月，通策医疗拟以1亿元的价格获得眼科投资20%股权。眼科投资总投资规模初步定为18亿元，注册资本为人民币5亿元，其余13亿元将由股东按比例提供股东借款或者通过眼科投资公司平台进行融资筹集。预计通策医疗将继续投入资金2.6亿元。投资金额将用于浙江广济眼科医院的建设。

公开信息显示，2021年年底，浙江省卫生健康委同意浙江大学医学院附属第二医院托管浙江广济眼科医院作为医院眼科中心。通策医疗2022年年报显示，通策医疗已完成投入2.6亿元，眼科医院已经投入使用。第一笔财务资助6000万元已被归还，眼科投资将于2023年内将通策医疗向眼科投资提供的财务资助全部归还。

具警示函。

这距离通策医疗上一次公告收到浙江证监局行政监管措施决定书刚刚过去一周。

一周前，通策医疗公告，浙江证监局对通策医疗及公司实际控制人、时任董事长吕建明出具警示函。此外，上交所对通策医

疗、吕建明、关联方浙江通策眼科医院投资管理有限公司(以下简称“眼科投资”)等予以监管警示。

根据公告，通策医疗于2019年至2020年8月期间向眼科投资提供了1.12亿元财务资助款。2023年3月，通策医疗公告的眼科投资

还款进展显示，眼科投资将于2023年12月31日前全部归还资助款。不过，相关款项直至2024年4月8日才被归还。

就眼科投资相关情况以及公司经营等问题，《中国经营报》记者致函致电通策医疗，截至发稿时未获回复。



2024年5月，通策医疗、吕建明及相关方多次收到监管警示。 视觉中国/图

不过，眼科投资也令通策医疗多次进入监管部门视野。

2022年8月，通策医疗和吕建明便被浙江证监局采取责令改正的监督管理措施。公告显示，通策医疗存在关联交易未披露，财务资助及投资出资情况披露不准确的情况。

公告显示，根据2017年12月9日通策医疗披露的《关于向银行融资并签署〈浙江通策眼科医院投资管理有限公司融资方案协议〉暨关联交易的公告》，相关方将按照持股比例提供财务资助。实际控制人控制的关联方在2018—2020年期间未同比例提供财务资助，其他股东截至检查日未提供财务资助。财务资助实际情况与公告披露不符。

根据2022年9月通策医疗对上交所问询函的回复，2018—2020年部分差异主要系实际控制人及相关方对出资过程中的认定口径、出资时间的问题认识不足。经向眼科投资核实，眼科投资在使用资助款时，严格按照内部资金规划及相关协议的付款进度，合理使用上述资金，并未出现相关资金违规流向实际控制人及其关联方的情况。

此外，上述问询函回复显示，通策医疗就眼科投资1亿元的股权限制已收回3041.80万元的投资收益，向眼科投资提供的2.6亿元财务资助在2018—2021年期间已收到资金利息4559.48万元。

2023年11月，通策医疗公告受让第三方小股东童志鸿转让的眼科投资的6%股权，协议价格为1.2亿元。公告显示，公司基于眼科项目已完成培育并考虑眼科项目未来的增长空间及预期，意向行使参股公司优先受让权。交易后，通策医疗及吕建明分别持有眼科投资24%、27%股权。2022年眼科投资实现营业收入1.44亿元、净利润1.36亿元。

不过，在归还资助款一事上，眼科投资和吕建明未能如期履行承诺。2024年1月，通策医疗公告，眼科投资将于2024年一季度完成归还财务资助款，如2024年一季度未归还，吕建明将代为履行归还义务。2024年4月2日，通策医疗公告眼科投资预计将在2024年4月15日前归还财务资助款及利息。

浙江证监局认为，眼科投资未能按照公告的还款计划及时归还财务资助款，吕建明在眼科投资未能按承诺时限归还时没有代为履行归还义务，眼科投资、吕建明的上述行为构成了《上市公司监管指引第4号——上市公司及其相关方承诺》(证监会公告〔2022〕16号)第十五条所述情形，根据相关规定，浙江证监局决定对眼科投资、吕建明分别采取出具警示函的监督管理措施，并记入证券期货市场诚信档案。

## 净利润连续两年下滑

2023年年报显示，通策医疗已关掉了重庆、成都两家房租严重偏离市场价格的三级口腔医院。

口腔医疗服务是通策医疗主业。借壳上市后，通策医疗逐渐成为国内口腔医疗服务龙头，目前，通策医疗旗下共有84家医疗机构和2133名医生，营业面积超过25万平方米，开设牙椅3000台。

吕建明此前在社交平台颇为活跃。2023年4月18日，通策医疗公告，王毅担任公司第十届董事会董事长，原董事长吕建明退居二线。

此前，通策医疗分别在省内和省外进行了扩张。浙江省内的杭州口腔医院集团有限公司、杭州口腔医院集团城西口腔医院有限公司、宁波口腔医院集团有限公司一直是通策医疗的主要收入来源。华泰证券研报显示，通策医疗于2018年年底正式启动“蒲公英计划”，旨在进一步渗透下沉到省内主要基层市场。蒲公英医院具备投入小、培育期短、盈利能力强等特点。

除了通过“总院+分院+蒲公英计划”在省内逐步下沉，通策医疗还在省外进行拓展。通策医疗曾在武汉、西安、重庆、成都建立了4家大型口腔医院，而2023年年报显示，通策医疗已关掉了重庆、成都2家房租严重偏离市场价格的三级口腔医院。部分市场投资者也曾一度认为公司省外扩张取得的效果不佳。

近年来，通策医疗也面临着股价和业绩的双重压力。

种植牙集采相关消息一度牵动市场神经。在此期间，通策医疗股价曾多次出现波动。目前，通策医疗市值约200亿元，较市值高点蒸发了上千亿元。2022年9月，国家

医疗保障局发布《国家医疗保障局关于开展口腔种植医疗服务收费和耗材价格专项治理的通知》。2023年4月，种植牙集采全面落地。

通策医疗的营收在2020年突破20亿元，在2021年达到27.81亿元，2021年净利润为7.03亿元。2022年，通策医疗出现上市以来首次营收利润双降，营收和利润分别为27.19亿元、5.48亿元。2023年在营收增长的同时，通策医疗净利润继续出现下滑。年报显示，2023年公司营业收入28.47亿元，同比增长4.7%；净利润约5亿元，同比减少8.72%。目前，浙江省内营业收入依然是通策医疗主要的营收来源，2023年浙江省内营收25.68亿元，省外营收2.64亿元。

2023年，通策医疗口腔医疗门诊量达到335.33万人次。根据年报，2023年通策医疗向患者推出低价种植业务并调整种植牙收费体系。2022年，通策旗下医院种植3.6万多颗种植牙。2023年，通策医疗种植量达5.3万多颗，同比增长47%。不过在收入方面，2022年种植收入4.48亿元，占营收比重17%，2023年种植收入4.79亿元，较上年同期增长6.95%。2023年，通策医疗种植、正畸、儿科、修复、大综合业务占比分别为17.81%、18.56%、18.58%、16.94%、28.11%。

在利润率方面，2020—2022年，通策医疗的毛利率分别为45%、46%、41%；净利率分别为26.1%、28.27%、22.65%。2023年，通策医疗的毛利率和净利率为近年最低，分别为39%和20.32%。

# 灵康药业6.7亿元募投项目终止

## 募资项目生变

本报记者 苏浩 曹学平

北京报道

因经济效益和市场推广不及预期，灵康药业(603669.SH)拟终止可转换公司债券(以下简称“可转债”)募投项目。

近期，灵康药业发布《关于终止可转换公司债券募集资金投资项目的公告》，称公司拟终止“海南灵康制药美安生产基地建设项目(一期)”(以下简称“美安基地建设项目”)。

《中国经营报》记者注意到，美安基地建设项目原计划达到可使用状态的时间为2022年5月31日，但因建设进度滞后，灵康药业对其进行两次延期。并且，在医药行业集采的大背景下，灵康药业近几年业绩遭遇连续下滑，此次募投项目终止后，公司业务增长的第二曲线又在哪里？

对于募投项目终止对公司的影响以及后续发展问题，记者日前向灵康药业方面致函采访，公司证券部方面回复称，本次终止可转债募投项目是公司结合当前市场环境及未来战略发展规划，审慎认真考虑募投项目实施的经济性和有效性作出的合理调整。本次变更有利于提高募集资金的使用效率，优化资金和资源配置，不存在损害股东利益的情形，不会对公司的正常生产经营产生重大不利影响。

## 业绩持续下行

公开资料显示，灵康药业是一家主营化药处方药的研发、生产和销售的创新型企业集团。于2015年5月在上海证券交易所上市，主导产品涵盖肠外营养药、抗感染药和消化系统药三大领域。

进入2021年，药品集采对灵康药业的影响开始显现，公司营收与净利润也出现下滑。财报显示，2021年灵康药业实现营业收入7.4亿元，分别同比下滑26.04%；归属上市公司股东的净利润为6590.36万元，同比下滑58.83%。

据了解，2021年，灵康药业注射用头孢呋辛钠参与了第五批全国药品集中采购，但未能成功中选。灵康药业方面称，公司根据市场同类产品的售价，调整非集采区域的销售价格，综合影响下

的产品结构，提高高附加值产品的收入占比。同时，在公司目前以注射剂为主的情况下，进一步丰富公司的产品管线。切实增强公司市场竞争能力、可持续发展能力和抵抗市场变化风险的能力。

但不幸的是，原定于2022年5月末达到可使用状态的美安基地建设项目在建设过程中遭遇变数，以至两度延期。

2022年4月，灵康药业发布《关于可转换公司债券募集资金投资项目延期的公告》。公司方面称，一方面，2020年至今受新冠疫情影响，公司的项目建设进度有所延后。另一方面，因项目当地政府对城市规划有所调整，导

致项目多项审批手续办理时间较长，使得项目在建设推进过程中进展缓慢，与计划完成时间相对滞后，导致募集资金投资项目实施进度延迟。经延期调整后，上述项目达到预定可使用状态日期变更为2023年5月31日。

再到2023年4月，灵康药业再度发布项目延期公告。公司方面表示，一方面，因物流运输、人员流动受阻，公司的项目建设进度有所延后。另一方面，公司在项目实施过程中，根据业务的实际情况，适时优化调整募投项目建设方案，导致募集资金投资项目实施进度延迟。因此，灵康药业决定再将美安基地建设项目顺延一年。

直到2024年5月17日，灵康药业宣布募投项目终止。据悉，截至4月30日，该项目已投资7133.52万元，投资进度仅为13.78%，剩余资金为47477.58万元(含投资收益)。

对于募投项目终止的原因，灵康药业方面告诉记者，本次终止的主要原因系在项目建设过程中，公司该募投项目涉及的部分主要产品已被纳入集采。由于纳入集采后，中标药企将取得大部分公立医疗机构的市场份额，而且药品价格出现大幅下降，公司预计后续取得上述相关药品批件后已经较难获得良好的经济效益。

与此同时，公司该募投项目

导致销售价格下降。

2022年7月，灵康药业全资子公司海南灵康制药有限公司(以下简称“灵康制药”)注射用头孢美唑钠(1.0g)和注射用奥美拉唑(40mg、60mg)参加了第七批全国药品集中采购，前者成功中选，后者遗憾丢标。

据灵康药业披露，公司注射用头孢美唑钠2021年销售额为106.28万元，占公司当年营收比例为0.14%，2022年第一季度销售额仅有24.34万元，占比0.19%。

而注射用奥美拉唑在2021年度销售额达到9151.46万元，占当年营收比例为12.36%；2022年，其在第一季度的销售额为1495.49万元，占比11.87%。重磅产品的丢标也直接影响到公司业绩。

灵康药业方面告诉记者，截至目前，公司取得了114个品种共

221个药品生产批准文件，现阶段主导产品涵盖了肠外营养药、抗感染药、消化系统药等重要领域。公司坚持以产品研发为根本驱动，持续投入新产品研发，以研发探寻业务增长第二曲线，助推现有产品销售。

“公司持续加强研发投入，建立更加科学高效的研发管理体系，以自主研发和产学研相结合的方式，加快推进公司重点品种的一致性评价工作。”灵康药业方面介绍称，目前已获得注射用奥美拉唑(20mg、40mg、60mg)、注射用头孢美唑钠(1.0g)、丙氨酰谷氨酰胺注射液(100ml; 20g)一致性评价与视同通过一致性评价批件。

2022年7月，灵康制药的注射用头孢美唑钠(1.0g)中标第七

批全国药品集中采购，并于2022年11月开始执行；2023年3月，灵康制药的丙氨酰谷氨酰胺注射液中标第八批全国药品集中采购，并于2023年7月份开始执行。

“公司持续推进一致性评价过评品种的集采招投标工作，争取中标，以量换价促进公司销售。”灵康药业方面说。

而此次募投项目终止后，剩余募集资金又将何去何从？对此，灵康药业方面表示，公司拟将剩余的募集资金继续留存于募集资金专户，根据公司后续实际经营或对外投资需要尽快科学、审慎地作出安排，如公司后续对该等剩余募集资金使用作出其他安排，将依法履行相应的审议及披露程序。

**编者按**/2023年9月，习近平总书记在黑龙江考察调研期间首次提到新质生产力。此后，新质生产力成为市场关注的焦点。2024年

的《政府工作报告》就将“大力推进现代化产业体系建设，加快发展新质生产力”列为十大工作任务之首。能源事关国计民生，是经济社

会发展的动力源泉。从刀耕火种时代的薪柴，到第一次工业革命的煤炭……每一次能源革命都伴随着生产力的巨大跃迁。当前，新质生产力

掀起的新一轮科技革命和产业变革方兴未艾。发展新质生产力，这是实现“双碳”目标的必由之路，也是推动能源绿色低碳转型的必然要求。

5月22日，在由中国经营报社主办的“锻造新质生产力 激活能源发展新动能”研讨会上，与会人士纷纷表示，要加快发展新质生产力，推

动能源绿色低碳转型，通过科技创新，催生新产业、新模式、新动能，助力能源产业的高质量发展。

内容详见B15~B16

## 季为民：锻造新质生产力 助推能源可持续发展

本报记者 董曙光 北京报道

今年是实现“十四五”规划目标任务的关键之年。站在新的历史交汇点，在构建新发展格局、推动高质量发展的道路上，新机遇与新挑战并存。

能源安全作为国家经济社会发展的基石，其重要性日益凸显。“能源安全事关经济社会发展全局。习近平总书记曾指出，能源保障和安全事关系国计民生，是须臾不可忽视的‘国之大者’。”5月22日，在由中国经营报社主办的“锻造新质生产力 激活能源发展新动能”研讨会上，中国社会科学院工业经济研究所副所长，中国经营报社社长、总编辑季为民表示，“面对当前复杂多变的国际形势，以及全球能源供应链和产业链的不稳定，如何有效保障国家能源安全、有力保障国家经济社会发展，始终是我国能源发展的重大课题。”

季为民指出，我国能源禀赋的突出特点是“富煤、缺油、少气”。当前，我国能源发展仍面临安全保障压力大、绿色低碳转型任务重等挑战。幸而，自党的十八大以来，新型能源体系加快构建，能源保障基础不断夯实，为经济社会发展提供了有力支撑。

在今年全国两会期间，习近平总书记在参加江苏代表团审议时强调，要牢牢把握高质量发展这个首要任务，因地制宜发展新质

生产力。

季为民认为，“锻造新质生产力 激活能源发展新动能”是一个重要的战略方向，对于推动能源产业的可持续发展具有重要意义。为实现这一目标，他提出以下几点建议：

一是创新驱动。加强能源科技创新，推动新技术、新工艺和新产品的研发与应用。鼓励“产学研用”深度融合，加快科技成果的转化和产业化进程。培养和引进能源科技人才，构建高素质的创新人才队伍。

二是绿色转型。推动能源结构绿色转型，大力发展可再生能源，如风能、太阳能等。提高能源利用效率，降低能源消耗和排放，推动绿色低碳发展。加强能源环保治理，促进生态文明建设。

三是智慧能源。构建智慧能源系统，利用大数据、云计算、物联网等现代信息技术提升能源管理和服务水平。推动能源互联网建设，实现能源资源的优化配置和高效利用。加强智能电网建设，提高电网的可靠性和安全性。

四是深化改革。深化能源体制改革，推动能源市场化改革和混合所有制改革。完善能源法律法规和政策体系，为能源产业发展提供有力保障。加强能源监管和执法力度，维护市场秩序和公平竞争。

五是国际合作。加强国际能源合作与交流，推动能源技术的国际合作和共享。参与全球能源治



季为民

中国社会科学院工业经济研究所副所长  
中国经营报社社长、总编辑

理体系建设和改革，提高我国在国际能源领域的话语权和影响力。扩大能源贸易和投资合作，推动能源产业的互利共赢和共同发展。

六是培育业态。鼓励和支持能源领域的新业态、新模式和新服务的发展。培育能源互联网、能源大数据、能源金融等新兴产业和业态。加强能源产业与其他产业的融合发展，推动产业升级和转型。

季为民强调，通过以上建议和措施，努力激活能源发展的新动能，锻造新质生产力，可推动能源产业的可持续发展，并为经济社会发展提供有力支撑。

## 江华：光伏技术迭代孕育新质生产力

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

5月22日，在“锻造新质生产力 激活能源发展新动能”研讨会上，中国光伏行业协会副秘书长江华在会上表示，光伏行业本身属于新质生产力的范畴，具有高科技、高效能、高质量特征。同时，光伏行业又孕育新质生产力，由技术突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级来驱动。

近年来，光伏行业作为我国经济发展的新动能不断壮大，产业链各环节产量和装机规模连续多年保持全球第一，并成为“新三样”产品出口的代表。

在制造端，2023年我国光伏多晶硅、硅片、电池和组件各环节的产量基本保持在70%以上的增速。进入2024年第一季度，光伏各环节的产量继续保持增长。其中，多晶硅产量约52万吨，同比增长92.6%；硅片产量240GW，同比增长108.7%；电池产量约173GW，同比增长64.3%；组件产量138GW，同比增长48.9%。在应用端，2023年我国光伏新增装机规模创造了超216GW的历史纪录，到2024年一季度仍然保持增长，实现新增装机45.74GW。

从产品出口上看，2023年我国光伏产品出口量保持增长，出口总金额484.8亿美元。2024年一季度，我国光伏硅片、电池片、组件出口量继续走高，分别为14.4GW、13.3GW、62.8GW，同比分别增长13.6%、36.3%、22.6%。

站在碳中和的风口上，光伏行业在过去三年吸引了众多新老玩家的蜂拥扩产，致使市场呈现阶段性供需错配、同质化竞争加剧的态势。

在江华看来，光伏行业的技术进步正加速锻造新质生产力。未来，光伏市场将会涌现更多新技术，打破现在的同质化竞争局面。

江华解释说：“光伏技术的迭

代速度飞快，业内常说‘3—5年一个大技术迭代，1—2年一个小技术升级’。2016—2020年，光伏行业完成了由多晶向单晶、常规铝背场电池向perc电池的转变，目前我们正经历从p型电池向n型电池技术的迭代。可以说，整个光伏技术的迭代会孕育出新的生产力。”

进入“十四五”时期，以风电、光伏为代表的可再生能源逐渐向大规模、高比例、市场化和高质量方向发展。这离不开生产要素创新配置，也是打造新质生产力的重要驱动因素。

对于生产要素创新配置，江华表示，由于光伏发电逐渐要参与电力市场化交易，因此下游应用市场的发展模式也将随之发生转变，并产生一些新业态。比如，探索煤电—光伏电站资产优化组合机制，实现“煤+光”协同发展；分布式光伏投资商需要向能源运营商进行转变，进一步深化与负荷、储能、充电桩等用户侧能源节点的协同，提升能源精细化预测、调度与控制能力，业务模式向售电服务、负荷聚和服务等方向转型；随着绿电和绿证交易的成熟，光伏电站绿色资产有望通过市场机制加速变现。

江华还称，目前光伏发电实现了应用场景的多元化，包括海上光伏、光伏+建筑、光伏+交通、光伏治沙、光伏制氢和制氨等。通过“光伏+”的应用，实现了新融合，激发了新需求，产生了新业态。

习近平总书记强调，绿色发展是高质量发展的底色，新质生产力本身就是绿色生产力。作为新质生产力的代表，光伏产业正以创新为核心，以绿色为底色，借助数智化手段推动产业深度转型升级，向高质量发展阶段再进阶。

在江华看来，光伏产业深度转型升级主要包括绿色化升级和智能化升级。



江华

中国光伏行业协会副秘书长

江华说：“绿色化升级会孕育出一些新的业态，比如光伏组件回收，预计到2030年会产生大规模的退役组件，形成一个新的产业生态。另外，通过实施绿证制度、碳足迹管理、建设ESG生态等也可进一步提高光伏产业的绿色含量，推动我国绿色低碳转型。”

值得一提的是，有关部门近年来相继发布了《智能光伏产业发展行动计划（2021—2025年）》《关于推动能源电子产业发展的指导意见》等政策，推动光伏产业与新一代信息技术深度融合，助力“双碳”目标实现。

江华表示，智能化能带来生产效率的提升。“据我们统计，通过智能化技术的应用，2016—2023年我国多晶硅、电池和组件的人均产出率相比出现了3—4倍的增长。”

江华还表示，智能化技术的应用，推进了光伏与半导体产业、数字化技术发展的耦合。“智能光伏产业的发展需要半导体产业做支撑。同时，光伏产业需要数字化转型，包括资产交易数字化转型、生产制造数字化转型和电站运营管理数字化转型。”

## 朱彤：能源转型政策应把加快能源系统转型置于优先地位

本报记者 董曙光 北京报道

“能源转型是实现能源安全和经济增长的关键。”5月22日，在“锻造新质生产力 激活能源发展新动能”研讨会上，中国社会科学院工业经济研究所能源经济研究室研究员朱彤表示。

在研讨会上，朱彤回顾自己2015年出版的《国家能源转型》一书中的观点：能源转型的关键在于能源系统的转型。他解释说：“与化石能源特性完全耦合的现有能源体系（特别是电力系统）必须变革，以适应可再生能源分布式、小功率特点。如果没有能源体系，特别是电力系统的适应性变革，现有能源体系容纳可再生能源发展的空间相当有限。”

朱彤提到，近年来，随着具有波动性特征的风电、光伏在电力系统中的占比增加，一些问题开始显现。当这种电力的占比超过一定阈值时，现有电力系统的灵活性就显得捉襟见肘，这凸显了系统转型的紧迫性。

他引用欧洲的经验指出，在风电、光伏占整个发电量的15%以下时，电力系统不需要做太多额外投资来改变；但一旦超过这个比例，系统就需要大幅提高灵活性以适应新能源的特点。

在朱彤看来，仅从能源结构变化的角度来理解能源转型是有问题的，因为能源结构变化并不意味着转型真正实现。他举例

称，虽然有些国家（如加拿大、巴西和法国）的非化石能源在发电量中占比较高，但它们的电力系统的技术特征与运行模式并没有发生根本性变化，仍然是适应大规模化石能源发电、单向流动大规模系统，无法应对高比例波动性可再生能源带来的技术难题和成本大幅上升的挑战。

朱彤还指出，把能源转型仅仅理解为能源结构变化，即化石能源与非化石能源占比的此消彼长，容易对政策和实践带来不利影响。他表示，一些政策倾向于短期尽快提高可再生能源的占比和规模，而忽视了系统转型的重要性。另外，不利于有效率地推进能源转型和减碳，很容易导致“为碳而碳，为储而储，为氢而氢”。

朱彤认为，过去，我们是通过可再生能源规模增长来倒逼能源系统调整，以推动能源转型。目前，我国波动性风光发电量占总发电量的比例已经达到16%，这表明我国能源转型进入一个全新的阶段，即通过推动能源系统转型来为可再生能源发展提供更大空间。能源系统转型在政策中的地位应该优先于规模扩张，因为系统转型的难度和时间成本远高于规模扩张。

在谈到电力系统转型时，朱彤强调了灵活性的重要性。他认为，在风电、光伏等波动性电力占比较高的电力系统中，灵活性将成为最稀缺的资源。为



朱彤

中国社会科学院工业经济研究所  
能源经济研究室研究员

此，朱彤提出了以下解决方案：一是充分挖掘和释放现有电力系统各环节的灵活性；二是充分利用各类分布式或本地灵活性资源。

“能源转型政策应把加快能源系统转型置于优先地位。”朱彤指出，政府需要解决电网与分布式能源资源和分布式能源系统发展之间的利益冲突，推动监管改革和创新商业模式，破除妨碍构建以本地平衡为主的分布式综合能源系统的现有体制机制。他强调，这不仅仅是一个技术问题，更是一个涉及体制机制、利益分配和商业模式创新的复杂系统工程。

## 董秀成：构建新型能源体系的核心是新型电力系统

本报记者 李哲 北京报道

新质生产力不仅包含战略性新兴产业、未来产业，也包括传统产业的改造提升。

5月22日，在“锻造新质生产力 激活能源发展新动能”研讨会上，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表示：“新质生产力的核心问题是创新，而创新的核心则是科学技术。这个概念是在我国经济体系转型升级的大背景下应运而生的。”今年的《政府工作报告》提出，大力推进现代化产业体系建设，加快发展新质生产力。新质生产力是由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生的当代先进生产力。

在董秀成看来，新质生产力这个概念的提出是建立在我国经济体系转型升级的大背景之下。“为应对气候变化，中国提出了‘双碳’目标。在这个过程中，能源领域是碳排放大户，尤其是化石能源，必须推动能源转型。”

作为全球最大的能源生产和消费国，我国特有的“富煤、贫油、少气”的资源禀赋条件决定了长期以来以煤为主的能源体系结构。而当前我国正在推动能源转型，这是一场“破”与“立”的演进过程。

对此，董秀成表示：“为了实现能源转型，必须建立新型能源体系，这是基本逻辑。构建新型能源体系最核心的问题是新型电力系统，如果新型电力系统没有搭建起来，可以说我们的新型能源体系就是一句空话。”

能源电力行业是我国经济的支柱行业，关乎国民经济发展命脉。在推动我国能源转型的过程中，可再生能源在能源结构中的

占比提升，化石能源的占比下降。

“可再生能源的重点是风电和光伏，如果风电和光伏无法稳定发展，那么整个新型能源体系将会崩溃。”董秀成说，新型电力系统是一个综合的系统，与传统电力系统相比，其在功能定位、电力供给结构上存在显著差异。

传统电力系统主要以化石能源为主，如中国以煤炭为主，国际则以天然气为主，而煤炭和天然气都是化石能源，相对比较稳定。此外，形态不同，传统电力系统是“源网荷”，新型电力系统是“源网荷储”。调度也不同，以前是“源荷”单向调度，现在是“源网荷储”多元互动。

在董秀成看来，从风电和光伏的特性来看，将来的新型电力系统一定是集中式和分布式并行，且是互联的。他补充说：“新型电力系统以风电、光伏、水电为主体，加上核电、储能以及灵活性电源。在这套体系中，储能维持整个电力系统运转正常，而灵活性电源的责任就给了煤电和天然气发电，而且所有的清洁能源发电加在一起预计将超过90%。”

董秀成认为，碳市场实际上是将碳排放权拿到市场去交易，这不是行政指标，该指标名义上要下达到行业和地方政府，因为企业分散在各地，完善碳市场就显得尤为重要。尽管完善碳市场的呼声已持续了很长时间，但仍需完善。此外，全国电力市场也将进一步扩容。

董秀成特别指出，我国在推进“双碳”目标的过程中，有一点可能被忽略了，就是碳双控，即碳排放总量和碳排放强度，这两个指标是衡量单位GDP碳排放量的重要依据，是硬性的考核标准。之前，在能源双控过程中，中央政府把该指标下放到各省市去执行，并进行考核。董秀成表示：“这个效果要比碳市场的效果好得多。”



董秀成

对外经济贸易大学中国国际碳中和  
经济研究院执行院长

全国碳交易市场成立以来碳价首次突破百元关口，且碳价较成立之初已上涨超100%。

目前，全国碳排放交易市场的价格发现机制已初步形成。董秀成认为，碳市场实际上是将碳排放权拿到市场去交易，这不是行政指标，该指标名义上要下达到行业和地方政府，因为企业分散在各地，完善碳市场就显得尤为重要。尽管完善碳市场的呼声已持续了很长时间，但仍需完善。此外，全国电力市场也将进一步扩容。

董秀成特别指出，我国在推进“双碳”目标的过程中，有一点可能被忽略了，就是碳双控，即碳排放总量和碳排放强度，这两个指标是衡量单位GDP碳排放量的重要依据，是硬性的考核标准。之前，在能源双控过程中，中央政府把该指标下放到各省市去执行，并进行考核。董秀成表示：“这个效果要比碳市场的效果好得多。”

## 新奥泛能网张岩： 能源转型既要自上而下 也要自下而上

本报记者 李哲 北京报道

在能源转型的进程中，随着新能源电力的占比不断提升，对构建新型电力系统提出了更高的要求。

5月22日，在“锻造新质生产力 激活能源发展新动能”研讨会上，新奥泛能网常务副总裁张岩表示，能源体系的转型，既要自上而下，也要自下而上。“从我们的角度来看，是自下而上地去做。我们的理念是从用户需求出发，因地制宜，清洁能源优先，多能互补，以能量全价值链开发利用为核心的用供能一体化的能源系统。”



新奥泛能网常务副总裁  
张岩

### “双管齐下”推动能源转型

由于我国的能源电力系统长期以煤为主，转型并非易事。这些年相关的体制机制改革不断推进，但推进的速度和进度并未达到预期。过去尝试从供给侧出发的商业模式和很多技术手段，在市场落地中仍需打磨。

在“双碳”目标的带动下，我国能源转型一直在稳步推进。

2015年颁布的《中共中央国务院关于进一步深化电力体制改革的若干意见》（中发〔2015〕9号，以下简称“9号文”）为新一轮电力体制改革做出了总体部署，明确了电力体制改革的总体目标、实施路径和重点任务。

随后，国家发展改革委、国家能源局印发《推进并网型微电网建设试点办法》，旨在从能源供给侧结构性改革，促进并规范微电网健康发展，引导分布式电源和可再生能源的就地消纳，建立多元融合、供需互动、高效配置的能源生产与消费模式，推动建设清洁低碳、安全高效的现代能源体系。

### 从需求侧入手

新奥提出的泛能理念是从用户需求出发，因地制宜，清洁能源优先，多能互补，以能量全价值链开发利用为核心的用供能一体化的能源系统。而泛能网则是在泛能理念的指导下，将能源设施互联互通，利用数字技术，为能源生态各参与方提供智慧支持，为用户提供价值服务，实现信息引导能量有序流动的能源生态操作系统。

“早在2008年，新奥集团董事局主席王玉锁先生就预见到综合能源业务的需求潜力。于是在2009年，新奥提出泛能理念，推动现代能源体系落地。”张岩回忆道，公司自2009年提出泛能理念至今，伴随海量项目实践、沉淀与发展，已于2020年发布了两项泛能网国家标准。

新奥集团1989年创立于河北廊坊，以城市燃气为起点，逐步覆盖了分销、贸易、输储、生产、工程智造等天然气产业全场景，贯通清洁能源产业链。

谈及新奥在新能源领域的探索，张岩坦言：“新奥是国内投资探索综合能源领域的领先企业之一。从2010年投建的长沙黄花机场项目，是新奥的第一个泛能项目，一直到2018年，已累计投运项目超100个，涉及相关投资超过百亿元。在这个过程中，我们经历了无数挑战，但也收获了宝贵的经验。最终，我们发现，真正的用户侧服务是有足够生命力的，我们所提供的服务品类也从最开始热力、三联供等，逐渐发展出来涵盖配电、空压、暖通、光伏等多种多样的用户侧服务。”

记者了解到，新奥提出的泛能理念是从用户需求出发，因地制宜，清洁能源优先，多能互补，以能量全价值链开发利用为核心的用供能一体化的能源系统。而泛能网则是在泛能理念的指导下，将能源设施互联互通，利用数

字技术，为能源生态各参与方提供智慧支持，为用户提供价值服务，实现信息引导能量有序流动的能源生态操作系统。

如今，新奥已逐渐转变成为一家能源运营商。“我们运营了大量的用户侧的能源设施，我们现在在运的这些综合能源项目超3000个，2018年至2023年，运营规模就已经达到350亿元。”张岩说道。

短期内积累了大量的增量空间，对于新奥来说，可谓是幸福的烦恼。

张岩解释称：“当前新奥在运的将近3000个、供能力350亿kWh的泛能项目，依靠以往‘人拉肩扛’的传统方式是无法安全、高效运营的。这就需要新质生产力，智能化的能力加持。2024年内，预计新奥在运项目实现100%的智能能力全覆盖。基于体系化的能力，泛能网致力于为能源生态参与各方如蒙牛集团、开元酒店集团等海量终端客户提供智能服务能力。”

此外，在新奥的规划中，泛能网是一个平台。张岩表示，从公司高层的理念来看，泛能网的立意是一个能碳产业智能平台，而不仅是提供智能产品服务，泛能网还对接了大量的融资、投资、运营资源，以及各种节能服务生态资源。当拿到很多项目之后，泛能网会引入其他投资主体和服务商共同参与，给终端用户提供全面的能力支持。

## 通威股份邱艾松： 拥有技术优势的企业才能在“内卷”中活下来

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

5月22日，在“锻造新质生产力 激活能源发展新动能”研讨会上，通威股份金融总监邱艾松表示，绿色发展是高质量发展的底色，新质生产力本身就是绿色生产力。光伏符合新质生产力的内涵与特征，有助于全球的绿色低碳发展。

与此同时，邱艾松还表示，现阶段，光伏产业正在经历前所未有的困难，产业链供需失衡形势严峻，企业不仅要“内卷”，还要迎接在海外市场的“海卷”，只有拥有领先技术的优秀企业才能活下来。

过去三年，巨量资本涌入光伏行业，产能扩张加速，产业链价格大幅回落。如今，光伏硅片、电池、组件价格均已触及历史新低，组件价格也跌破“1元”时代。

邱艾松认为，这一轮光伏产能快速爬升主要与资源配置非市场化和知识产权保护意识欠缺等因素相关。资源配置非市场化的表现为企业从资本市场融资和地方政府资源配置非市场化。另

外，由于整个光伏行业知识产权保护意识欠缺，技术门槛低，类似草台班子的企业很容易搭建起来。

在此背景下，自2023年三季度以来，部分光伏企业盈利能力承压，有的出现经营亏损，市场融资明显收紧，中小企业生存空间率先被压缩，行业落后产能面临加速出清，新产能规划已经呈现无法落地风险。

面对行业投资过热、盲目扩张、消纳不力、利用率低等问题，国家能源局新能源和可再生能源司方面明确表示：“2024年，全行业首要任务是确保光伏产业稳定健康发展，防止大起大落。”工业和信息化部电子信息司方面判断，2024年产业大概率继续深化调整态势，部分落后产能和竞争力不足的产品或将逐渐被淘汰，具有技术优势的产能将更具竞争优势。

邱艾松表示，这一轮光伏行业的供需失衡，导致新入局者血本无归，这背后的逻辑就是商业伦理。“不少企业是‘天还没有亮就去开疆拓土了’，若新入局者很容易分一杯羹，这从商业伦理上是不成立

的。”邱艾松说。

“从财务角度上看，现阶段光伏企业的现金成本、资产折旧和资产负债率等指标值得关注。”邱艾松解释，首先，“现金成本生死关”，亏到现金成本其实就差不多了；其次，在“内卷”和“海卷”的竞争环境下，折旧在每个生产企业中的占比非常高；最后，在亏损情况下，要看企业资产负债率、净资产等，看能坚持亏损多久。

邱艾松还表示：“按照通威的预测，最乐观，今年年底光伏市场会实现供求平衡；最悲观，明年年底会供求平衡。”

尽管如此，邱艾松对于光伏行业的发展仍持乐观态度。在他看来，目前光伏行业的需求仍然保持增长趋势，没有几个行业像光伏一样前景明确。不管是“内卷”还是“海卷”，通过优胜劣汰，拥有技术优势的企业会活下来。反过来看，通过激烈竞争，产品价格下降，也进一步促进光伏发电成本下降，同时也将倒逼国内外光伏企业因竞争力不足而退却。

在光伏领域，目前通威股份是



邱艾松

通威股份金融总监

行业中唯一一家真正打通全产业链的企业，业务覆盖硅矿、工业硅、多晶硅、硅片、电池片、组件和电站领域，在多晶硅、电池片和组件环节均处于全球领先地位。2023年，通威股份实现营业收入1391.04亿元，归属于上市公司股东的净利润为135.74亿元。截至2024年一季度末，公司货币资金为282.87亿元，资产负债率为60%，抗风险能力较强。

## 阳光电源李伟： 发展新质生产力 提升光伏逆变器对电网的技术支撑

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

2024年1月，习近平总书记在中共中央政治局第十一次集体学习时强调，发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点，必须继续做好创新这篇大文章，推动新质生产力加快发展。

目前，新能源产业正迈向高质量发展阶段，需要新质生产力对其形成强劲的推动力，突出技术创新的主导作用。

5月22日，阳光电源行政及公共事务部总监李伟在“锻造新质生产力 激活能源发展新动能”研讨会上表示：“目前，光伏发电装机规模正不断攀升，其波动性和随机性对电网的安全、可靠、稳定带来了非常大的挑战。这需要我们转变思路，从被动适应到主动支撑，提升光伏逆变器对电网的支撑能力。在构建新型电力系统过程中，不断适应发电侧和电网侧的需求，

提供技术支撑力是我们公司当前最主要的发展方向。”

光伏逆变器是光伏发电系统主要部件之一，连接光伏方阵和电网，是确保光伏电站长期可靠运行和提升项目投资回报的关键。

在李伟看来，逆变器是连接光伏电站和电网之间的一个桥梁，它事关光伏电站的发电量，关系着响应电网调度的及时性，是电网安全稳定运行的重要支撑。尽管光伏逆变器在整个电站系统中的价格不高，但它发挥着至关重要的作用。

阳光电源以光伏逆变器起家，目前专注于光伏、风电、储能、氢能等新能源电源设备领域。目前，其主业在光伏逆变器基础上还拓展了风电变流器、储能系统、新能源汽车驱动系统、水面光伏系统、智慧能源运维服务等，并致力于提供全球一流的清洁能源全生命周期解决方案。

2023年，阳光电源实现光伏逆变器全球发货量130GW，位居全球前列。从收入贡献上看，光伏逆变器电力电子转换设备收入达276.53亿元，占营业收入比重为38.27%，为公司第一大业务。

除了光伏逆变器业务之外，新能源投资开发和储能系统业务也是阳光电源重点培育的业务板块。

阳光新能源作为阳光电源旗下的新能源项目开发投资平台，截至2023年年底，该公司全球累计开发建设光伏、风力发电站超4000万千瓦。2023年12月，阳光电源发布筹划阳光新能源分拆上市事宜。

作为国内最早涉足储能领域的企业之一，阳光电源依托全球领先的电力电子、电化学、电网支撑“三电融合”技术，打造专业的储能系统。2023年，储能系统全球发货量10.5GWh，发货量连续八年位列中国企业第一。



李伟

阳光电源行政及公共事务部总监

财报显示，2023年，阳光电源实现营业收入722.51亿元，同比增长79.47%；归属于上市公司股东的净利润为94.40亿元，同比增长162.69%。截至2024年5月22日收盘，阳光电源股价为104.88元/股，总市值为1558亿元。

## 协鑫集团： 扶持新能源链主企业发展 释放引领效应

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

2023年9月以来，习近平总书记围绕新质生产力作出一系列重要论述，强调“发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点”。

协鑫集团称，公司推动多晶硅价格从350美元/公斤降至60美元/公斤，综合电耗从200多度电/公斤降到14度电/公斤，携手中国光伏产业告别“三头在外”，助推光伏上网从高价走向平价再到低价时代。

如今，由协鑫集团自主研发的FBR颗粒硅技术成为其在光伏多晶硅领域保持持续竞争力的另一“杀手锏”。协鑫集团介绍：“协鑫在江苏、四川、内蒙古已布局42万吨颗粒硅年产能。目前，颗粒硅生产成本仅为35.9元/公斤，较西门子法降低30%，每年可节省用电186亿度。同时，协鑫集团生产的颗粒硅每公斤碳排放仅为37千克二氧化碳当量。根据法国环境与能源控制署认证的颗粒硅碳足迹数据估算，每年减少二氧化碳排放约1059万吨。”

作为新一代光伏技术的代表，钙钛矿电池及组件技术备受业内关注。据了解，协鑫集团已率先开建全球首条GW级大规格(1.2米×2.4米)高功率钙钛矿组件，目前单结组件达19.04%，叠层组件达26.36%。

除此之外，协鑫集团还建成全球最大UCC法高纯硅烷气研发与生产基地，目前硅烷气产能达50万吨，年底将提升至60万吨，稳居全球第一；另外，协鑫集团承接“国家重大科技02专项”与“国家强基工程项目”，在国内率先掌握集成电路专用高纯电子级多晶硅制备技术，成功攻克电子级硅料卡脖子技术，生产的12英寸大硅片、大晶圆产品成为替代进口的“中国芯”。

协鑫集团表示，基于ESG理念，其还实施全产业链减碳举措，推出全球首家基于区块链技术的“协鑫碳链管理平台”。通过提升供应链管理，实现低碳、溯源、区块链的一体化协同，全面满足各领域、各层级、各平台对企业ESG的要求，为全球提供更低碳的组件产品。

在协鑫集团看来，发展新质生产力离不开营商环境的优化。协鑫集团建议，持续加大对民营企业尤其是科技型创新型链主企业、行业龙头企业支持力度和深度，不断提升产业链、供应链韧性和安全水平。

协鑫集团表示，建议在土地供应、能耗指标及融资等要素资源配置方面，给予链主企业更多支持，以此释放龙头企业、链主企业的引

领效应，使得头部企业与上下游产业链、供应链配套的中小企业建立良好产业生态，打造高端产业集群；培育壮大新能源产业新业态新模式，支持创新型科技型链主企业聚力技术攻关，突出创新主体地位，支持头部企业牵头组建创新联合体，发挥全国知名高校的学科平台优势，推动检验检测转型发展，加快钙钛矿等关键核心技术突破；扶持链主企业拓展应用场景，实现供需协同、需求牵引，推动新型储能、光储充算等新型应用场景创新，不断提升新能源应用的渗透率和普惠性。

协鑫集团还建议，细化大规模设备更新的实施细则，扶持新能源链主企业带头进行设备更新、产能升级。

“从‘双碳’目标以及打造新质生产力的需求出发，面向绿色含金量高、数字化智能化程度高、减碳潜力大的新能源行业，在综合贴息、税收、信贷支持、设备融资租赁担保等方面提供成体系服务措施，优先扶持龙头企业带头进行设备更新，加快应用先进适用设备，推动设备向高端、智能、绿色、安全方向更新升级，以助力发展新质生产力，助推国家新能源产业高质量发展。”协鑫集团表示。

# 5G异网漫游正式商用 利好14亿用户体验

本报记者 谭伦 北京报道

刚刚过去的一周，中国5G商用进程来到新的节点。

5月20日，三大运营商公布了最新运营数据。截至2024年4月，三大运营商5G套餐用户正式突破14亿大关，达到14.02亿户，其中，中国移动为7.99亿户，中国电信3.32亿户，中国联通为2.71亿户。这也意味着，我国5G套餐用户数首度接近我国总人口数。

与此同时，就在三天前的5月

17日，即国际电信日当天，包括中国移动、中国电信、中国联通、中国广电在内的国内四大5G运营商共同宣布，将携手正式启动5G异网漫游商用推广。

5G异网漫游，是指当用户所属运营商在某地没有5G网络覆盖时，可以接入其他运营商的5G网络，继续使用5G服务。这将对减少信号盲区、提升用户体验、加快5G网络覆盖，特别是提高边远地区、农村地区的网络覆盖水平有重要意义。

《中国经营报》记者了解到，5G

异网漫游于2023年5月率先在新疆进行了试商用，而根据四大运营商的计划，在此次商用推广启动后，相关省份将制定具体推进计划，加快落地。

而在实现新的套餐用户数突破和启动5G异网漫游服务后，我国仍将加大5G的推进力度。据工信部相关负责人在世界电信日大会上表示，将坚持适度超前原则，持续加强网络基础设施建设，拓展5G应用规模，让5G网络更好地服务于社会运行和百姓生活。



视觉中国/图

## 增量与存量之辩

在5G的投资与前景上，业界人士也多与运营商表达了保守展望的共识。

在中国5G套餐用户数量实现新的突破之际，增量规模还有多少，成为外界关注的新热点。

Omdia电信战略高级首席分析师杨光向记者表示，需要明晰的是，由于一个用户可以使用多个套餐，所以5G套餐用户并不等同于5G移动用户。据工信部官方数据，截至2024年第一季度末，我国5G移动电话用户为8.74亿户，占移动电话用户的49.8%。算上最新中国广电公布的2300万5G用户，我国5G移动用户总数约为9亿户。

而工信部2月公布的另一

份数据显示，目前我国5G超过4G用户数近1亿户，这也意味着，我国4G用户量仍有7亿以上规模。

“考虑到4G用户仍在向5G转化，且有较大空间，那从用户规模上去观察，判断5G目前是存量市场还是增量市场并不是最关键的因素。”杨光认为，最关键的因素在于运营商本身对于5G的投入，一定程度上反映了运营商在5G上的回报预期。

根据2023年财报，中国移动5G网络投资共计880亿元，计划

2024年5G网络资本开支降至690亿元；中国电信移动网年投资额348亿元，计划2024年降至295亿元。

中国联通董事长陈忠岳则在近日的年报会上更为直接地表示，5G投资去年已迎来拐点，2024年中国联通公众市场5G发展策略是“全面5G化”。

“公司此前多年5G投资都在增长，去年已经有所下降，今年还会继续下降，主要原因是覆盖范围已经非常广，继续维持之前的初级方式，而需要满足既有用户的需求或提升其体验实现。”王清霖表示。

因此，在5G的投资与前景上，业界人士也多与运营商表达了保守展望的共识。瑞达恒研究院经理王清霖向记者表示，从用户渗透率看，目前我国的用户体量几乎饱和，未来一段时期，5G用户再迎来大规模增长的可能性不大。

“但随着5G商用技术的普及，相关商用业务和价值依然有可想象空间，只是新的增长方式不同于以往仅仅依靠用户增量的初级方式，而需要满足既有用户的需求或提升其体验实现。”王清霖表示。

## 缩小5G覆盖差距

根据工信部公布的规划文件，推进5G异网漫游服务，其目的是为基站建设不足的边远地区提供网络保障。

未来的价格方面，5G异网漫游也将按照用户原本的套餐来计算，不会因为进行了漫游就要额外再加一份费用。

“四家(运营商)之间的网络侧打通，其实在前几年的携号转网上就已经能够反映了，异网漫游显然是将这个进程更进一步。”杨光表示，5G异网漫游会弥补不同运营商存在的网络覆盖差距，最终利好的还是5G用户。

杨光表示，根据工信部公布的规划文件，推进5G异网漫游服务，其目的也是为基站建设不足的边远地区提供网络保障。在这些地区，只要有一两家运营商能够提供网络服务，异网用户就能上网。

而在王清霖看来，异网漫游本质是通过更好地通过资源整合的方式，优化5G资源建设和用户体验。从政策落地方式看，未来这一政策将优先在偏远地区试点，短期

内对几大运营商的用户格局不会造成明显影响。

“但从长期来看，异网漫游能够更加利好中国广电。”王清霖表示，中国广电本身的通信技术特别是5G技术建设本就弱于其他传统运营商，异网漫游会为中国广电用户带来更好的5G体验；同时，中国广电独有的电视用户/高清用户也相对较多，而提升5G覆盖率可以进一步放大中国广电原有的优势，增强其竞争力。

## 阿里、腾讯投资入局

# 月之暗面杨植麟：大模型开发是“承包森林”

本报记者 李玉洋 上海报道

## “种树”和“承包森林”

国内大模型创业公司月之暗面(Moonshot)最近又迎来一阵风。

公开报道显示，月之暗面正在进行新一轮融资，估值达到30亿美元(约合人民币217.8亿元)，新的投资者中出现了腾讯。

另据AI产品榜数据，今年4月Kimi(Moonshot)访问量达到2004万，较上月上涨60.2%，访问量超过文心一言的1691万，排在国内同类聊天机器人产品第一位。

《中国经营报》记者注意到，月之暗面创始人杨植麟近日在上海参加活动时表示，大模型和互联网的开发方式完全不一样，后者像“在一个地方种树”，是一种规划式的发展，很少遇到技术瓶颈；而前者却类似“直接把整片森林包下来”，要去更多关注一些基础能力，再让大模型能力涌现。

对于公司新一轮融资情况以及业务发展规划，记者联系采访月之暗面，截至发稿暂未获答复。资深人工智能从业者黄硕对记者表示，本质上大家都不太了解大模型的边界在哪儿，因此需要尝试，就跟大航海似的，刚开出去看到一个小岛，有没有新大陆在外面都不知道。而深度科技研究院院长张孝荣认为，杨植麟的观点表明了现阶段大模型研发需要更多的基础能力，“而不是单一的技术瓶颈，这符合现实情况”。

公开资料显示，杨植麟出生于1993年，本科毕业于清华大学计算机系，博士毕业于卡内基梅隆大学计算机学院，曾就职于Facebook、谷歌等公司，师从苹果公司人工智能负责人Ruslan Salakhutdinov，多年创业经验，曾与多名图灵奖得主合作发表论文，是盘古、悟道等国内最早大模型的技术贡献者之一。

同时，杨植麟还是中国35岁以下NLP(自然语言处理)领域引用最高的研究者，也是Transformer-XL和XLNet两篇重要论文的第一作者——两篇文章均为大语言模型领域的核心技术论文。

记者注意到，在阐述“承包森林论”之前，杨植麟用了这样一个故事作铺垫：“大概在20世纪70年代，英特尔发布了最早的微处理器，但那个时候微处理器其实没有什么作用，基本上看不到什么商业价值，能跑的应用非常有限。但是，比尔·盖茨和他的朋友保罗·艾伦观察到了摩尔定律，由此推测出虽然现在没什么用，但几十年后有可能每个家庭里都会有人类电脑。”

这给杨植麟带来了启发。“站在2019年的时候去看人工智能，也大概是这样的感受，就是模型可能一直在变大，但又没有达到一个真正每个人都能用的状态。”杨植麟表示，他们相信第一性原理，就是尺度定律，“每N个月模型计算量会有指数级的提升，通过计算量指数级的提升，达到智能能力的提升，最终不管是在手机上，还是在新的硬件形态上，有可能帮助到每

一个人的AI出现”。

据了解，尺度定律最早由OpenAI提出，其认为模型的性能与模型的规模、数据集大小和训练用的计算量之间存在幂律关系，即模型的性能会随着这三个因素的指数增加而线性提高。传统AI模型参数量通常在数万至数亿之间，而大模型的参数量则至少是亿级，并已发展到万亿级的规模。

杨植麟指出，2022年年底GPT-4的发布，是AGI(通用人工智能)一个巨大里程碑，这得益于“互联网20多年发展所积累的数据、Transformer架构的提出以及半导体(包括整个软件生态)的发展”。

这让杨植麟看到了AI to C的机会。“就有点像微处理器在上个

世纪七八十年代的发展，突然到某一刻，你发现所有的条件都成立了，它就可以变成一个让普通用户可以去使用的技术，而随着规模化定律的持续发展，还能够再进一步提升能力。”他说。

“互联网的开发方式，很多时候可能是要去作规划式的发展，比如说先定个目标，再去开发，很少遇到由于技术瓶颈而导致东西开发不出来的情况。”杨植麟认为，当前大模型更多的是涌现式的，比如说要训练到10的25次方的浮点数运算，但其实不知道训练到节点之后，它能涌现出什么新的能力，就要去更多关注一些基础能力，然后让模型能够去涌现。

由于生产方式不同，组织可能也要作一些调整。杨植麟指出，这

正是新的创业公司能发挥优势的地方。

张孝荣对记者表示：“大模型尚在发展初期，没有产生专业化分工，在模型研发中，基础能力如数据、算力、算法等都是非常重要的，这些基础能力决定了模型的质量和性能，需要企业一揽子搞定。”

而天使投资人、资深人工智能专家郭涛也指出：“在大模型的开发中，确实会遇到技术瓶颈，如数据的获取和处理、模型的训练效率、算力的限制以及模型泛化能力的提升等。这些问题需要通过关注基础能力来解决，例如改进数据预处理技术、优化算法、使用更高效的硬件资源等。因此，杨植麟的说法在很大程度上符合现实情况。”

## “爬楼梯”和“看风景”

月之暗面成立于2023年3月，是国内大模型领域的一个关键玩家，其核心团队曾参与到Google、盘古、智源悟道等多个大模型研发中。

在2023年，月之暗面就获得红杉中国、今日资本、真格基金、砺思资本等机构的早期投资。2024年2月，月之暗面获得了10亿美元新融资，刷新了国内AI领域最大单笔融资纪录。

5月20日，市场上有消息传出，月之暗面正在以30亿美元估值进行新一轮融资，新入局的投资者包括腾讯、高榕创投等。值得注意的是，腾讯此前已投资MimiMax、智谱AI和百川智能这三家大模型独角兽企业，而月之暗面成为唯一获得阿里巴巴与腾讯两家巨头投

资的大模型公司。

记者了解到，月之暗面已完成从通用大模型到上层应用的布局。其中，大模型基础层，月之暗面已训练千亿级别的自研通用大模型，并获得了国内大模型备案审批；在应用层方面，月之暗面于2023年10月推出了全球首个支持输入20万汉字的智能助手产品Kimi，支持20万汉字的长文本输入，主打无损记忆和“长文本(Long Context)”。3月18日，月之暗面宣布Kimi智能助手现已支持200万字的无损上下文输入。

为什么月之暗面要把“长文本”作为自己的主打卖点？对此，杨植麟表示，长上下文的技术，类比于计

算机时代的内存，“长上下文可以理解成大模型的内存，就是一次性能够往大模型里面输入多少token(文本处理中的最小单位)，而token决定了能参与计算的数量”。

“你希望让Agent做一个比较复杂的任务，比如说完成某一个行业的研究报告，那它可能需要去访问很多链接，然后在这里面进行推理、思考，去完成一个组合式的任务。”杨植麟表示，这些背后都需要一个很长的上下文才有办法让它在窗口里面进行推理，然后对更复杂的依赖关系进行建模，从而完成更加复杂的任务。

近期，杨植麟的持续发声，也让外界对于月之暗面这家公司有了更

多了解。据杨植麟透露，多模态是公司持续投入的重点方向。近期，OpenAI发布了新一代旗舰生成模型GPT-4o，该产品新增了文本、语音、图像三种模态的理解能力。

在此持续布局技术的同时，月之暗面也期望在商业化和技术发展之间取得平衡。近期，少量用户遭遇“高峰时段，算力不足”的情况，Kimi弹出新的对话词条：“急需Kimi？‘点击这里’，给Kimi加油，高峰期优先使用。”

也就是说，月之暗面采取“打赏”的方式为Kimi发电，进行灰度测试付费功能。目前，Kimi打赏方案有6种，价格分别为5.2元、9.99元、28.8元、49.9元、99元和399元，

打赏后分别可获得4天、8天、23天、40天、93天和365天的高峰期优先使用权，点击“去支付”后弹出支付页面。

对此，杨植麟表示：“希望在‘爬楼梯’和‘看风景’之间取得平衡，大模型能力接下来有非常大的提升空间，我们希望能把精力和优先级放在‘爬楼梯’上。”他还表示，作为“看风景”的商业化探索，公司也在尝试和发布一些新的商业化功能。

而在5月16日奇绩创空间闭门活动上，杨植麟表示，AI最重要的产品能力就是模型，特别是接下来的两三年，最重要的还是模型，模型决定了你的边界。

# 进口影片之困

本报记者 张婧超 北京报道

5月15日，戛纳中国馆举办“中国青年电影全球推广计划”圆桌活动，中宣部电影局常务副局长毛羽表示，将加大中国电影市场引进外片的力度，让中国观众能看到全世界最好的电影。毛羽说：“目前进口影片的数量和质量还不能满足中国电影市场和观众的期待。我们将秉承开放包容的胸怀，优化电影引进政策、鼓励支持引进业务、广泛引进国别更多元、类型更丰富的全球电影，让中国观众能够看到全世界最好的电影。”

灯塔专业版数据显示，2017—2019年间，中国内地上映的引进片

数量分别为93部、115部、123部；2020—2022年，则为56部、55部、50部；2023年，上升至78部。从数据来看，加大引进外片的力度，除了能促进中国内地电影市场的恢复，也有助于供给的多元化。

目前，引进片在中国内地市场除数量仍未恢复至2020年，票房产出能力也较2020年下滑十分明显。2023年，引进片总票房仅有89亿元，不到2019年的四成。灯塔研究院发布的《灯塔·2023中国电影市场年度盘点报告》显示，引进片的场均票房产值已经从2019年的1.94亿元大幅下滑至去年的1.14亿元。

进入2024年，引进片的市场表现也差强人意，目前仍未有一部影

片的票房超过10亿元。每年4月，引进片往往是市场主力，但拓普数据显示，今年4月内地电影总票房22.38亿元，同比2023年下降22.03%；观影人次5556.42万，同比下降25.85%；上座率3.89%，同比下降29.01%。

艾媒咨询CEO张毅向《中国经营报》记者分析称，引进片票房产出能力下降，原因有两点：一是在内容上引进片没能把握住中国内地观众的需求变化，靠IP情怀与视觉特效很难再引起中国内地观众的情感共鸣；二是在宣发层面，特别是好莱坞分账片未能及时利用好短视频渠道，最终导致在映前失去先机、映后运营乏力。

此消彼长下，批片的稳定表现反衬出分账片的乏力，而分账片恰恰是最近两年引进片中表现最薄弱的类型。

拓普数据《2024年4月中国电影市场报告》（以下简称《报告》）显示，今年4月中国内地电影市场的票房产值约为22.38亿元，不及2019年4月的五成，同时也是近十年（除2020年）来4月大盘的第二低。

“4月的电影市场被清明档与‘五一’档前后夹着，并不算是淡季。从影片产地来看，每年4月的市场主力基本以引进片为主。”国内某电影公司负责宣发的人士说道，“今年4月大盘票房较差，一方面是头部大片缺乏，另一方面是引进片表现平平。”

这一观点从《报告》中也可得到印证。《报告》显示，从2018年至2024年（除2020年），每年4月引进片的票房占比分别为63.7%、75.4%、39.1%、72.2%、43%、74.1%。从占比上看，今年4月，引进片的票房占比已回到2020年前的水平，但是具体票房为16.4亿元，与2018年4月的24.9亿元、2019年4月的35.6亿元相距甚远。

同时，记者还注意到，与2020年前相比，2023年4月与2024年4月，引进片中，批片的票房占比明显提升，分账片下滑明显。

记者了解到，引进片可以大致

分为两类，一类是批片，也就是进口买断片，由国内引进方从国外片商处买断，国外片商不参与中国内地的票房分成，这类影片多产自日本、印度、欧洲等国家和地区。今年4月上映的《你想活出怎样的人生》以及去年4月上映的《灌篮高手》均为批片，不过，批片在引进片中所占的比例通常不超过三成。记者综合拓普数据、灯塔专业版、猫眼专业版等多家第三方机构的数据，统计得出2018—2023年，批片在中国内地的票房占引进片票房的比例分别为14.14%、22.4%、29.44%、22.51%、18.02%、29.74%。到了今年第一季度，这一比例则提高至45.12%。

另一类则是分账片，电影版权方按照事先商定比例，基于影片的票房收入与中国内地的委托发行方进行分成，这类电影通常是美国好莱坞头部影视公司制作的大体量商业影片。自20世纪90年代以来，《真实的谎言》《泰坦尼克号》等好莱坞分账片的票房远超当时的国产影片，尤其在中国加入WTO后的很长一段时间里，分账片在中国内地无往不利，至2019年，在国产影片已经有长足发展之时，分账片在中国内地仍能取得近200亿元票房。

《报告》显示，2023年4月和今年4月，批片的票房产出均超过9亿元，而在2018年和2019年同期，这一数字基本在5亿元以下。此消彼长下，批片的稳定表现反衬出分账片的乏力，而分账片恰恰是最近两年引进片中表现最薄弱的类型。

拓普数据此前发布的《2023年中国电影产业年报》显示，在2023年，分账片在中国内地产出票房82.6亿元，约为2019年的三分之一。该机构上个月发布的《2024年第一季度中国电影市场研究报告》显示，2023年第一季度与今年第一季度，分账片票房分别为12.5亿元与10.7亿元，而2018年与2019年同期，这一数字分别为45亿元、44.2亿元。

“通常来说，批片往往已经在网络上提前释放口碑，所以成本低，运营风险小，对于风险很高的影视而言，批片备受国内电影公司的青睐。不过从过去的表现来看，批片的天花板也相对较低，目前的最高纪录是由《摔跤吧！爸爸》（12.99亿元）创造的。”一位影院管理公司人士说，“分账片在过去十多年时间里的票房占比在不断缩水，实际上反映出‘好莱坞叙事’模式已经遇到了增长瓶颈。”



视觉中国/图

## 好莱坞模式的一体两面

从票房对比结果上看，以往仅凭特效、IP号召力为卖点的分账片总是难以迈过10亿元的门槛。

分账片因何会被“抛弃”？

在采访中，记者发现，主要原因有两点，其一是分账片在内容上与本土观众的情感共鸣越来越弱。

万达电影曾在接受投资者调研时表示，引进片受众的消费习惯因疫情受到一定影响，加上部分进口片叙事手法传统，观众产生审美疲劳，以及国产片质量逐步提升，是导致引进片票房成绩不佳的主要原因。

“内地观众对分账片的审美在过去十几年里发生了一些变化。20世纪90年代，《真实的谎言》《侏罗纪公园》等影片给内地观众带来的视觉特效是非常惊艳的。后来是IP运营，好莱坞巨头们将动漫、游戏、文学著作搬上银幕，也领先于同时期的国产影片。”从事电影制片的金妍说，“但在最近这些年，观众越来越关注本土题材，主要原因是本土题材更能引发共鸣。”

“以去年暑期档为例，其实同期也有《碟中谍7》《芭比》这样优秀的分账片，但最终的档期冠军是《孤注一掷》。后者在题材上与近年来的反诈宣传联系

密切，更易引起本土观众的情感共鸣。”金妍说。

同时，随着国产电影工业化的发展，国产影片在特效水准上也有了长足进步。

因此从票房对比结果上看，以往仅凭特效、IP号召力为卖点的分账片总是难以迈过10亿元的门槛，如2023年上映的《变形金刚：超能勇士崛起》《银河护卫队3》《蜘蛛侠：纵横宇宙》《海王2：失落的王国》《蚁人与黄蜂女：量子狂潮》《闪电侠》《惊奇队长2》《黑豹2》等，今年上映的《哥斯拉大战金刚2：帝国崛起》《功夫熊猫4》《沙丘2》等，创作内核和底层逻辑仍属于典型的“好莱坞叙事”，面对票房贡献越来越大的广大下沉市场观众，很难再创造出过往的票房成绩。

其二便是宣发的落伍。如今国内观众在购买电影票时，常常会根据电影在社交媒体平台上的热度，或是参考购票平台、专业社区上的影片评分完成购票。影院经理在排片时也会将影片在社交媒体上的热度作为重要参考。

“很多时候，决定一部电影

票房成绩的不是电影本身，而是上映期间电影相关话题和口碑的运营能力。”上述影院管理公司的人告诉记者，传播、发酵话题与建立口碑的关键渠道是短视频，而分账片在此方面的表现并不好。

好莱坞巨头若想改变以上两点也面临一定的阻力。

“对传统好莱坞六大（通常指迪士尼、华纳兄弟、环球影业、派拉蒙、索尼影业、二十世纪福克斯）而言，对于中国市场无论是在内容还是宣发做本土化的调整，动力都不够。”金妍说，“一方面是很好莱坞的分账片虽然在内地的票房不高，但是海外市场却依然给力，比如《沙丘2》，内地票房只有3.52亿元，但海外市场的票房超过了6亿美元。另一方面是好莱坞的商业模式较为成熟，收入来源多样，可以尽可能地分散风险，票房收入通常只占到一半的比例，另一半来自于衍生产品、游戏、主题公园等，所以即使某个市场的票房收入下滑明显，只要其他几部分能赚到钱，他们就可以继续按照现在的模式做下去。”

# 拼多多低调“狂飙” 高管称欢迎良性竞争

本报记者 李立 上海报道

## 高质量发展进入深水区

在与阿里巴巴的市值角逐与行业竞争加剧的微妙时刻，拼多多继续“狂飙”。

5月22日，拼多多（NASDAQ:PDD）发布了截至3月31日的2024年第一季度财报。财报显示，报告期内公司总营收为868.121亿元，同比增长131%。归属于拼多多普通股股东的净利润为279.978亿元，同比增长246%；不按美国通用会计准则，归属于拼多多普通股股东的净利润为306.018亿元，同比增长202%。

财报称，营收增长主要受在线营销服务和交易服务营收增加推动。拼多多称，受益于2024年第一季度国内GDP增长恢复至5%以上、春节消费等季节性因素以及以旧换新等利好政策，集团一季度业绩实现稳健增长。

连续五个季度业绩超市场预期，拼多多似乎更愿意将自己“藏”起来。关于外界颇为关注的境外业务Temu，财报并未披露更详细数据与信息。在财报发布的分析师电话会上，该公司高管表示，不纠结于短期业绩，更关注高质量发展，专注长期价值创造，建议投资者不要根据短期业绩预测长期增长。

关于行业竞争加剧，拼多多集团董事长、联席首席执行官陈磊回应称，看到同行加大投入力度，欢迎良性竞争。

2023年电商行业竞争异常激烈，同行纷纷重塑低价心智。2023年第二季度开始，拼多多大力推进高质量发展战略。

“经过我们长期投入，我们欣喜地看到拼多多平台‘多实惠、好服务’的心智正在逐渐深入人心。”陈磊在电话会上表示。

拼多多方面称，2024年是深化高质量发展、加大投入的重要一年。拼多多集团执行董事、联席首席执行官赵佳臻指出：“未来公司将在消费端、供给端、合规及平台生态三个方面持续发力。”

从财报数据上看，在营收持续增长背后，销售与营销费用也在持续增加。拼多多2024年第一季度总营收为868.121亿元，较2023年同期的376.371亿元增长131%。

## “低调”竞争

与狂飙业绩形成鲜明对比，拼多多管理层表现低调。

在业绩发布后的分析师电话会上，陈磊回应竞争时称，看到消费者已经形成了“跨平台消费”的习惯，消费者在不同的平台之间会从商品的品类、价格、服务质量等多个维度进行综合比较并作出选择。“面对这样的趋势，看到在第一季度，同行明显加大了投入的力度，欢迎良性竞争。”

在谈到业绩增长时，陈磊重提拼多多上市时第一封股东信的内容，强调公司业绩发展不是线性的，

有时“过好”，有时“偏差”，不应简单用一个季度的业绩表现来衡量。

面对外界颇为关注的拼多多第二增长线——拼多多旗下跨境电商平台Temu（多多跨境），陈磊表示：“多多跨境尚在探索阶段，仍有很大的提升空间。”

据拼多多方面介绍，Temu于2022年9月启动，目前已推动全国百余个制造业产业带的优质产品进入全球50多个国家和地区。今年以来，Temu还在长三角、珠三角、京津冀以及胶东地区开展了数十场产业带对接活动，其中包括12

场大型综合产业对接会，以扶持更多产业带企业紧抓出境新机遇。

值得注意的是，一季度Temu推出半托管模式。目前，该模式已拓展至美国、加拿大、英国、澳大利亚等多个国家。一位Temu商家向记者证实，半托管模式最大的变化在于商家可以灵活选择运输模式，仓储物流从必选项变为可选项，半托管仍然“免费入驻、零佣金”，但仍强调比竞争对手更低的价格。

另外，竞争对手也在大力推进半托管模式。与拼多多不同，阿里速卖通推进的半托管模式是将定



从目前看，2024年拼多多将继续以“高质量发展”形式应战。

视觉中国/图

的重要抓手之一，拼多多积极联合第三方服务平台为用户提供以旧换新服务，覆盖手机、数码、空调、冰箱、洗衣机、电视等类目，目前服务人次已超千万。

此外，为让偏远地区消费者享受到“包邮区”的购物服务，拼多多

升级快递服务，在偏远省份首创电商包裹免费送货进村服务，将末端配送网点与消费者的距离缩短至2公里内。得益于此，平台在这些地区的订单量同比快速增长，平台服务能力提升和业务增长形成良性循环。

考虑到地缘政治可能带来的风险及影响。”上述拼多多观察人士认为，因此Temu仍处于扩张阶段，除了市场上正面冲锋，在对外策略上拼多多显然希望其更隐蔽。

下一步Temu将如何在境外市场竞争，陈磊表示，在打硬仗期间，不会过分关注Temu的短期增长，而是要练内功、夯基础，强化供应链、合规、服务这三项能力。“当这些能力形成合力，为不同国家的消费者及寻求国际市场拓展的商家带去越来越多的价值，我们希望平台也能获得更多市场及人群的欢迎和认可。”

# 微软对垒苹果 AI PC谁是王者

本报记者 陈佳岚 广州报道

被微软称为“史上最强、最智能的Windows PC”面世，在AI PC上与苹果形成对垒之势。

当地时间5月20日，微软推出以AI为核心能力的Copilot+PC，同时推出了Surface Pro和Surface Laptop两款硬件。值得注

意的是，Copilot+PC的提法在中国大陆地区则称为Windows 11 AI PC。

微软方面称，微软及PC品牌首次推出的Copilot+PC全部搭载高通骁龙X系列平台，该芯片内建整合性NPU，提供每秒45兆次的运算力，超越现有市面上所有x86架构处理器。

## Copilot+PC指明方向？

“对于除中国以外的全球市场，Copilot+PC无疑是未来的主要方向，对于厂商来讲，更快和微软合作，为用户带来AI PC体验就变得更加重要。”

“我们正在步入一个新时代，在这个时代中，电脑不仅能理解我们，还能预测我们的需求和意图。”微软将刚刚推出的Copilot+PC称为Windows PC中的“全新物种”。

具体来看，微软此次发布的Copilot+PC最大的亮点包括“回顧”(Recall)和“实时翻译”等功能。

据微软方面介绍，Windows 11 AI PC可以用图像的方式记录用户在电脑上所做和所看到的一切，能够像人类一样，基于我们个人经历中的特有联系和关联整理信息，并且能够帮助用户根据记忆中的线索碎片快速检索出想要寻找的内容，回想起那些几乎已经遗忘了的事情。比如，Copilot可以找到用户前几天在浏览器上看到的一双心仪的鞋子，只要用自然语言跟Copilot描述一下这双鞋子长什么样，就可以直接把用户带回到这双鞋子出现在屏幕上的那一刻。Copilot也可以跨越时间线帮用户找到某封特定邮件。微软特别提到，这些记录都是构建并储存在个人设备之上的，确保隐私安全。

Copilot+PC实时翻译功能的实时字幕可以自动将任意App或视频平台上的直播或录播音频即时翻译成英文字幕，支持包含中文在内的40多种语言翻译，将PC所传输的音频转换为统一的英文字幕，并在App显示窗口上实时显示，即便用户处于离线状态。

此次，微软不仅为Windows个人电脑引入了AI助手Copilot，还内置了OpenAI的GPT-4o模型，允许助手通过文本、视频和语音与电脑进行互动。

在这些AI功能的背后，高通提供的内置AI硬件(NPU)起到了关键作用。微软介绍，首批Win-

dows 11 AI PC将搭载骁龙X Elite和骁龙X Plus处理器，其拥有高达每秒45万亿次运算(45 TOPS)的算力。

基于Arm架构的高通处理器带来的好处就是续航，得益于此，Copilot+PC一次充满电支持播放本地视频续航22小时播放，或浏览网页15小时。微软介绍，其硬件AI算力每秒执行40多万亿次操作，其发布的第一款Copilot+PC，即新款Surface Pro的多线程性能相比苹果的MacBook Air高58%。

除微软自家Surface系列电脑将采用Copilot+PC标准外，华硕、戴尔、联想、三星、惠普和宏碁等多家Windows笔记本电脑品牌商都将推出搭载高通处理器、符合Copilot+PC标准的新款AI PC。

记者注意到，不仅宏碁随后发布了旗下首款Copilot+PC“Swift 14”AI笔记本电脑，称携手微软与高通共创全新AI时代，戴尔也发布了五款全新增强型AI PC，全线产品均搭载高通骁龙X系列芯片。

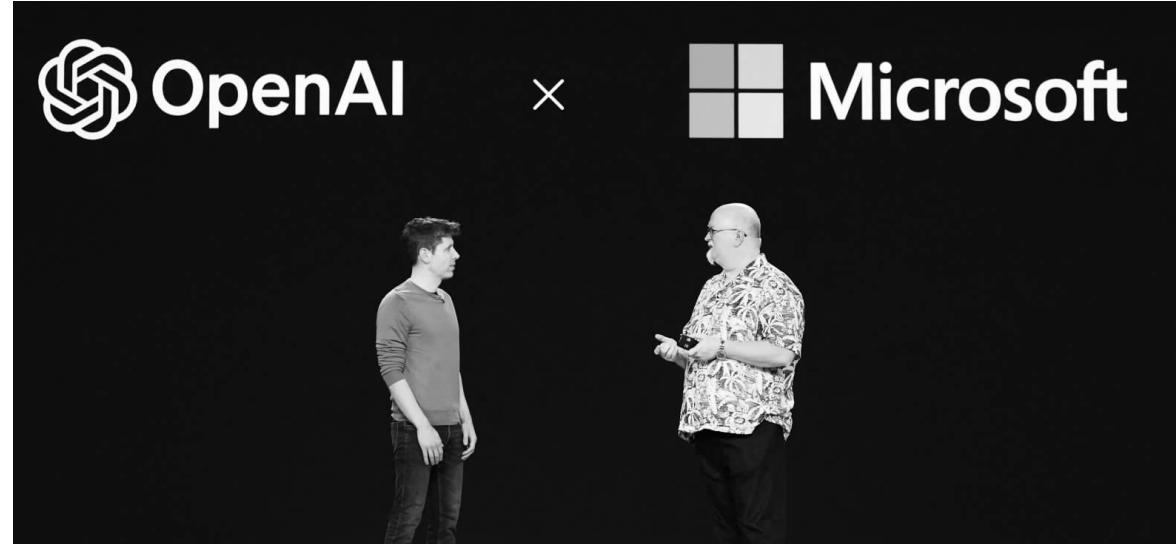
IDC中国高级研究经理陈舒

微软首席执行官纳德拉在一场比赛中表示，Copilot+PC是真正的AI PC，已经超越了苹果。其推出基于安谋(Arm)架构的Windows PC生态也被视为对抗苹果Mac的关键一招。

IT独立评论人孙永杰在接受《中国经营报》记者采访时表示：“微软与英特尔一直都被视

为是Wintel(Windows+英特尔)联盟的亲密战友，随着微软Copilot+PC登场，首波产品搭载高通以Arm架构设计的骁龙X系列处理器。”

这也意味着微软希望以新推出的Windows on Arm(WoA)生态作为一种补充尽量去抗衡苹果在PC市场的份额。



在5月21日微软Build 2024开发者大会上，OpenAI CEO奥特曼(左)与微软首席技术官斯科特对话。

视觉中国/图

对记者表示：“对于除中国以外的全球市场，Copilot+PC无疑是未来的主要方向，对于厂商来讲，更快地和微软合作，为用户带来AI PC相关的体验来吸引用户就变得更加重要。”

不过，陈舒歌也提醒道，Copilot+PC对于NPU的算力有一定要求，目前市面上符合算力要求的产品要在下半年才会出现，提前布局相关产品也是厂商需要着重计划的事项。

“到目前为止，大多数人工智能应用程序都是基于云端，例如面向开发人员的Github Copilot，微软新推出的Copilot+PC是以

协助用户在PC上运行本地的AI应用以达到隐私保护、更快速处理寻找本地数据内容来协助用户提高生产力和增强用户的体验，例如从历史记录中查找一个对话或网页浏览内容或语音内容的本地转录。但这些只是开始。AI PC需要更多、更有意义本地AI应用程序提供更多价值，才有助于明确地说明为什么用户需要将他们的PC替换为AI PC。”Gartner研究副总裁蔡惠芬对记者分析，

Gartner预计2024年AI PC对整体PC市场增长影响仍有限。“2024年，AI PC在PC总量中的份额预计将达到22%，但对2024年整个PC市场总出货量的增长却有限，约为2.4%，2025年AI PC在PC总量中的份额预计将达到43%，而PC总量年增长将达到8%。”蔡惠芬对记者预测。

除了推出搭载高通Arm架构处理器的电脑之外，后续微软也将上线英特尔和AMD芯片的版本。

## 正面交锋苹果Mac

“微软和苹果是两个不同的细分市场和生态系统。这不仅仅是一个硬件，更多的是内容和服务生态系统的竞争。”

而此次微软发布的新电脑，与苹果Mac间的对垒，火药味十足。

在当日的发布会上，微软副总裁兼消费品类首席营销官Yusuf Mehdi(尤瑟夫·梅迪)直接将Windows 11 AI PC与苹果Mac电脑进行对比，称它“配备了M3处理器的MacBook Air快58%。所有(PC)都配备了可以续航一整天的电池”。

纳德拉认为，配备专用人工智能芯片并具有卓越性能的新一代PC，将重启Windows个人电脑与苹果Mac之间的长期竞争。其在一场采访中说道：“苹果在Mac的创新表现确实令人瞩目，我们希望看到Windows和Mac能再次展开真正的竞争。”

事实上，不仅是AI芯片上的对垒。大模型、个人助理也将是Windows与苹果在AI PC上的竞争焦点。

目前，尽管苹果在新款MacBook Air、新款iPad Pro中搭载了强大神经网络引擎的M3、M4处理器，但生成式AI大模型具体应用情况仍未落地。

而有分析师预计，苹果也将在今年6月的开发者大会上效仿微软，对其智能助手Siri进行全面升级，并制定一项策略，将更多AI功能整合到笔记本电脑和iPhone中。

值得注意的是，在微软与OpenAI合作的同时，苹果也有与OpenAI合作的消息。彭博社记者Mark Gurman援引知情人士消息称，苹果即将与OpenAI达成合作协议，将ChatGPT整合到iOS 18操作系统。

据悉，全新的“Copilot+”Surface Pro起售价999美元、国内起售8688元。不过，搭载OpenAI GPT-4o模型的微软AI PC相关功能目前无法在中国大陆地区网络环境下使用。

“Windows AI PC现在在中国大陆地区不支持Copilot功能，但是会提供这次新推出的回顾、实时字幕、Windows工作室效果等这些AI功能。”微软中国代理公关公司人士对记者表示。

Canalys认为，由于目前的AI技术和模型发展具备较强的地理和文化限制，语言模型、语

音助手等AI应用在不同文化市场中的发展存在差异，如何将通用或本地化的AI技术有效地融入品牌自身的产品和生态系统，将是未来市场竞争的关键。

陈舒歌亦对记者表示：“对于中国厂商来讲，厂商端开发的个人智能体和大模型就成为至关重要的因素。不同于国外，中国厂商AI PC的竞争更突出在每个厂商的智能体能力上，大模型的能力以及和相关软件的配合就变得至关重要。与此同时，AI PC除了在算力上，在相应的内存、散热等方面都会更高的要求，价格也会相应地提升，如何让AI PC普惠到更多人在价格和性能的平衡上也会是一个问题。”

事实上，对于微软与苹果在AI PC上的竞争，也是Windows系统与Mac OS系统在AI PC市场的竞争。Canalys分析师叶茂盛表示：“操作系统的影晌确实比较重要，这关乎整个生态系统、软件应用以及硬件零部件的竞争。”

蔡惠芬对记者表示：“微软和苹果是两个不同的细分市场和生态系统。苹果用户拥有与iPhone、iPad、iTune、iMovie等同步的应用程序、内容和服务。这不仅仅是一个硬件，更多的是内容和服务生态系统的竞争。”

当前，苹果已经显示了在MacOS中使用基于Arm的芯片的优势。在孙永杰看来，当下，微软从Wintel到Windows on Arm也是想多打造一个生态，以提升Windows PC市场销量与苹果竞争。此外，目前市场上主流的平板电脑操作系统包括iOS、安卓、鸿蒙、Windows，支持Windows的平板电脑市场份额相对较低，微软未来也有可能在PC的基础上希望将Windows on Arm的生态拓展至平板市场与苹果竞争。

对于Windows on Arm AI PC芯片出货量，摩根士丹利分析师Charlie Chan在最新报告中指出，看好Windows on Arm AI PC的前景，估计2024年约为200万台，2025年将增至1500万台，2026年进一步翻番至3000万台。

## 行业观察

# AI安全治理刻不容缓

文/曲忠芳

5月中旬，OpenAI联合创始人、首席科学家伊利亚·苏茨克弗(Ilya Sutskever)离职。这并不令业界感到意外，早在2023年11月OpenAI短暂罢免CEO山姆·奥特曼的“宫斗”风波中，外界已预料到可能会有这一天。在社交媒体上，苏茨克弗的离职维持了成年人的体面，他发布了一张与OpenAI高管团队的亲密合影，而CEO奥特曼则对他表示了感谢与赞扬。

与苏茨克弗前后脚离开的还有OpenAI的多名高管，其中“超级对齐”(Superalignment)团队的主管Jan Leike在离职的同时还发出了“小作文”，指责OpenAI领导层已高度忽视了大模型的安全准则，高速推出“吸引眼球”的产品，将核心放在了盈利与获取计算资源上。对此，OpenAI方面回应，已提高了对AI风险的认知，未来将不断提升安全工作以应对每款新模型的利害关系。

超级对齐团队是OpenAI于2023年7月在内部设立的，任务在于确保那些具备“超级智能”“比人类还聪明”的AI系统能够遵循人类的意图。这里需要交代下超级对齐团队设立的背景：2023年3月，OpenAI推出了多模态预训练大模型GPT-4，之后不久，特斯拉CEO埃隆·马斯克联合知名企业家、学者联合签署《暂停巨型AI实验》公开信，“呼吁所有

AI实验室立即暂停对比GPT-4更强大的AI系统的训练至少6个月”。根据Jan Leike的爆料，OpenAI当时承诺在未来4年内投入20%的计算能力来保证AI模型的安全性，但实际执行上打了很大折扣，随着核心人物的离职，超级对齐团队基本等于解散。从去年3月到今年5月，OpenAI接连进行了GPT大模型的数次更新迭代，算力成本持续下降。

回顾过去一年，超级对齐团队似乎从一开始就像是“权宜之计”，OpenAI在不同环境多个场合屡次强调对模型安全的重视，多举措“安抚”监管部门、业界及公众对于AI高速发展安全风险担忧。事实上，OpenAI的超级对齐团队从设立到“解散”的背后，在一定程度上也是市场地位变化的一个反映。从Chat-GPT引爆大模型热潮，到之后GPT-4、GPT-Turbo，再到今年2月的Sora和5月最新推出的GPT-4o，OpenAI作为AI大模型的开创者，在一定时期内“一枝独秀”，公众对于AI安全风险的担忧投射的是对于OpenAI的一种质疑与拷问。而随着Meta、谷歌、亚马逊等科技巨头，以及Anthropic、Mistral AI以及中国的大模型企业发力追赶，OpenAI扮演的角色从“一枝独秀”转变为“主要竞争者之一”，OpenAI的大模型进入了相对平稳迭代的阶段，尽管它仍惊艳业界，但对AI大模型狂飙突进还要把控好“方向盘”的任务绝不只是

“对齐”吗？

答案显然是肯定的。当前，全球人工智能的国际竞争已经从技术领域延伸至规则制定方面，这既是国际社会对人工智能安全发展的共同利益，背后也是大国在AI治理话语权方面的竞争。于是，我们看到，欧盟理事会在5月21日正式批准了《人工智能法案》(AI Act)，抢占立法高地，在其《通用数据保护条例》(GDPR)成功的基础上延续“布鲁塞尔效应”；中国在5月8日公布的《全国人大常委会2024年度立法工

## 5月14日 OpenAI发布新的旗舰GPT-4o模型

OpenAI首席技术官Mira Murati表示



GPT-4o  
媒体报道  
新模型将免费提供



GPT-4o的语言能力也有所增强，  
ChatGPT现在支持  
超过50种语言

5月14日，OpenAI发布新的旗舰GPT-4o模型。



快了一倍

到国际的框架合作与联合承诺中。从2023年11月首届人工智能安全峰会上，28国和欧盟联合签署了《布雷顿森林宣言》，坚持“以人为本，值得信赖和负责任”的人工智能发展准则，到今年5月21日在韩国首尔举行的第二届人工智能安全峰会上，OpenAI、Anthropic、亚马逊、谷歌、微软、Meta、Mistral AI、AI智谱AI等来自北美、亚洲、欧洲和中东地区的15家主流人工智能公司就AI开发安全承诺达成一致，签署了前沿人工智能安全承诺，主要包括：确保前沿人工智能安全的负责任治理结构和透明度；基于人工智能安全框架，负责任地说明将如何衡量前沿人工智能模型的风险；建立前沿人工智能安全模型风险缓解机制的明确流程。正如智谱AI首席执行官张鹏所说：“伴随着先进技术而来的是确保AI安全的重要责任。”

综合以上，尽管OpenAI的超级对齐团队在公司内部“降级”甚至解散，但这并不代表AI发展不再需要与人类共同利益的超级对齐，相反在国际层面和国家监管治理方面，作为市场主导者和参与者的大型企业都需要将安全治理贯穿到业务发展链条中，接受更为严格的监管与制约。AI大模型的时代方兴未艾，在国际社会的共同努力下，人工智能的发展将好方向，显然是未来与技术狂奔向前相伴的另一个主旋律。

# 海外游戏公司财报透视：大作品跨平台发行将成趋势

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

近日，多家海外游戏公司陆续交出“成绩单”。其中，日本游戏公司史克威尔艾尼克斯(以下简称“SE”，9684.T)业绩大幅低于预期，归母净利润同比下降近七成。

SE提出一项三年策略，计划推进全平台发行，即高清游戏要推进包

括任天堂、PS、Xbox和PC在内的多平台上线，手游、页游除了iOS和安卓外也会积极考虑在PC上发行。

游戏市场调研公司Newzoo报告显示，2023年许多大获成功的游戏是跨平台发行的，其中一部分在PC上销量极佳，推动PC板块市场规模增长6.9%。整个主机和PC游戏市场规模增加了3.1%。

## 独占策略不再起效

在大型多人在线游戏方面，SE的营业额和利润也有所下降。

SE披露的2024财年财报显示，当期其营业额为3563.44亿日元，同比上升3.8%；营业利润、经常利润、归母净利润分别为325.58亿日元、415.41亿日元、149.12亿日元，分别同比下降26.6%、24.1%、69.7%。

上述业绩表现大幅低于SE此前的预期。

SE在财报中表示，对于利润的降低，SE方面称主要原因是将此前的约221亿日元内容处置损失费计为非经常性损失，“这些损失源于数字娱乐领域一些关键内容的开发工作的终止。经过对逐个项目进行持续开发可行性的审查发现，对这些项目的投入和集团修订后的高清游戏开发方法不相容，而该方法旨在提升多平台开发和内部开发能力等。”

具体从各业务板块来看，SE的数字娱乐业务营业额和营业利润为2481.09亿日元和254.68亿日元，分别增长1.0%和下降38.3%。

得益于《最终幻想16》《最终幻想像素重制版》以及《勇者斗恶龙：黑暗王子》的发售，其高清内容分支的全年营业额有所增长。然而，开发成本摊销和广告费用增加，以及内容估值损失较上一财年扩大，导致营业亏损有所增加。

在MMO(大型多人在线)游戏方面，SE的营业额和利润也有所下降。

根据SE新发布的一份中期经营计划书指出，该公司目前的主要问题包括：高清内容新产品很多，但部分未能达到利润预期；老的手游、

页游产品生命力逐渐衰退，同时没有推出新产品接力老产品；游戏发售时间接近，导致“撞车”；管理结构存在漏洞。

这份经营计划书提出一项为期三年的策略，其中包括推进跨平台战略：高清游戏要推进包括任天堂、PS、Xbox和PC在内的多平台上线，手游、页游除了iOS和安卓外，也会积极考虑在PC上发行。

SE的这项计划表明，此前的独占策略并不能给公司带来足够的利益。SE于2023年发行的《最终幻想16》由PS5独占半年，《最终幻想7重生》也被PS5独占至5月29日，《歧路旅人2》同时登陆了索尼PS与任天堂Switch。总体来说，SE此前的产品发售更加倾斜于索尼。

此外，SE还表示将重构海外业务部门，通过结构性改革，优化欧洲和美国办事处的成本；促进集团内部的国内外合作，强化伦敦开发基地的功能。

5月16日，由SE授权发行的《歧路旅人：大陆的霸者》国服版上线。点点数据显示，其上线首日在游戏免费榜排名第三；5月23日，其在游戏免费榜排名第36。

《歧路旅人：大陆的霸者》于2020年10月在日本发布，此后陆续在北美、东南亚等地区上线。

关于对《歧路旅人：大陆的霸者》在中国市场表现的预期，以及未来的产品发行平台策略，《中国经营报》记者联系SE方面采访，截至发稿未获回复。

## 着眼生成式AI技术

艺电CEO安德鲁·威尔逊在财报电话会议上提及对AI技术的重视。

与SE不同，另一家日本游戏公司卡普空(9697.T)则实现了业绩增长。

2023财年(2023年4月—2024年3月)财报显示，卡普空的营业额为1524.1亿日元，同比增长21%；净利润同比增长18.1%，达到433.74亿日元。

卡普空在该财年发售了《街

头霸王6》与《龙之信条2》。这两款游戏均上线了PS5、Xbox和PC平台。卡普空方面表示，公司2023财年数字内容业务的销量达到4589万台，超过上一财年的4170万台。其还致力于通过影视制作、商品授权和电子竞技赛事来提升IP的品牌知名度。此外，其通过游乐场运营、开店等方式

增加收益。

卡普空方面在财报中称，其营业利润已连续11年增长，达到570.81亿日元。

此外，主打体育游戏的美国艺电(EA.US)也实现了业绩增长。在2024财年，其营业额为75.62亿美元，预售服务收入达到74.3亿美元，分别上升2%和1%；净利润同

比上升5%，达到12.7亿美元。在其营业额中，20.15亿美元来自游戏本体的销售，55.47亿美元来自线上服务与其他业务。

艺电在财报中透露，其在2025财年推出的产品仍以体育游戏为主，并将于5月31日发布赛车游戏《F1 24》。此前，其已于4月23日发布类银河恶魔城冒险游戏《肯泽拉传说：扎乌》。未来，艺电还将发布一众足球、橄榄球相关游戏。

对于2025财年的业绩，艺电方面给出了相较于2024财年较为保守的预计。其认为全年营业额在71亿—75亿美元之间，净利润在9.04亿—10.85亿美元之间。

艺电CEO安德鲁·威尔逊在财报电话会议上提及对AI技术的重视。他表示，艺电凭借人才、制作实力、广泛的IP组合，已经在电子游戏领域拥有了很强的竞争优势，并且将凭借这份优势继续发展、增加市场份额。“我们相信利用AI技术将进一步增强这种差异化优势。”

他还表示，艺电计划进一步将生成式AI技术融入工作流程，“根据我们的早期评估，我们相信，超过50%的开发流程将受到生成式AI进步的积极影响。”

威尔逊还证实，该公司正考虑在游戏中投放广告。关于如何平衡广告收入和玩家体验，记者联系艺电方面采访，截至发稿未获回复。

## 43款游戏撬动90%收入

2023年许多大获成功的作品是跨平台发行的，其中一部分在PC上销量极佳，推动PC板块市场规模增长6.9%。

游戏市场调研公司Newzoo发布的《2024年PC&主机游戏报告》(以下简称《报告》)显示，2023年全球PC和主机游戏市场规模增长3.1%，总计940亿美元。

Newzoo将消费者对游戏的支出增长归因于2023年众多游戏大作的发布，许多备受期待、因故推迟的游戏最终进入玩家

的视野，给玩家提供了丰富的选择。

该机构指出，2023年许多大获成功的作品是跨平台发行的，其中一部分在PC上销量极佳，推动PC板块市场规模增长6.9%。

目前，主机游戏市场在整个端游市场规模中占比56%，PC占比44%。

该机构还表示：“珍藏版游戏

的收入份额很高，部分原因在于2023年游戏公司推出了一系列重磅游戏。玩家不仅花费时间游玩这些游戏，还从日常开支中挤出一部分购买这些产品。”

《报告》显示，2023年发布的新游戏中，90%的收入来自于43款游戏。其中包括《暗黑破坏神4》在内的17款实时服务型付费游戏，就占据了2023年游戏消费者

支出的59%。

Newzoo对主机市场的未来表现得十分乐观。《报告》显示，2015—2021年，PC和主机游戏收入增长943亿美元，增长率超过50%；预计从2023年年底到2026年，这一市场将增长134亿美元，达到1074亿美元，而其中大部分增长将来自玩家对游戏主机设备的消费。

# 游戏蜂拥出海掘金 市场百花齐放

## 海外市场表现强劲

本报记者 李哲  
北京报道

2024年一季度，游戏出海成绩亮眼。根据游戏产业研究机构伽马数据发布的《2024年1—3月中国游戏产业季度报告》(以下简称《一季度游戏报告》)，今年一季度，中国自主研发游戏海外市场实际销售收入为40.75亿美元，环比增长5.03%，同比增长5.08%。

事实上，“不出海就出局”已成为业界共识。国内众多游戏公司纷纷将目光投向海外，各自发力的赛道不尽相同，可谓是“八仙过海，各显神通”。

某券商机构分析师向《中国经营报》记者表示：“从趋势来看，中小游戏公司出海的势头要高于大厂。它们在出海方向的选择上与大厂有所不同。”

5月23日，移动应用数据分析平台Sensor Tower发布2024年4月全球热门移动游戏收入TOP10。其中，腾讯旗下的《王者荣耀》以2.34亿美元的收入位列榜单第二名。4月上旬，该游戏推出了“觉醒之战”新活动、“桑启一奇遇星旅”新皮肤，以及多款皮肤限时返场。

这是游戏出海取得亮眼成绩的一个缩影。《一季度游戏报告》显示，今年一季度，中国自主研发游戏海外市场实际销售收入为40.75亿美元，环比增长5.03%，同比增长5.08%。其中，3月中国自主研发游戏海外市场实际销售收入为14.27亿美元，环比上涨5.98%，同比上涨11.34%。

《一季度游戏报告》提到，长线产品和新品共同作用带来增量。增长一方面来源于《Last War: Survival Game》《寒霜启示录》等产品的稳定增长；另一方面来自本季度新游《恋与深空》表现较优。

Sensor Tower统计数据显示，

今年4月共有39家中国厂商入围全球手游发行商收入榜TOP100(与3月数据相同)，合计吸金20.7亿美元，占同期全球TOP100手游发行商收入的40.2%(3月数据为38.4%)。

中国音像与数字出版协会常务副理事长兼秘书长敖然表示，经过多年探索，中国游戏受到全球众多玩家的喜爱，已经成为中国文化走向世界的重要力量。他认为，虽然中国游戏出海难度和经营成本在提高。但经过多年不懈耕耘与创新提升，中国游戏企业在技术、产品研发等综合竞争力方面已实现了显著提升，尤其是移动游戏，成为全球游戏研发和运营的重要一极。

伽马数据联合创始人兼首席分析师王旭认为，2023年我国自主研发游戏出海的趋势总体上呈现出先

上升后平稳调整的状态。值得注意的是，美国、日本、韩国这三个市场的出海收入接近50%以上。不过，国外的移动游戏研发企业和中国企业在全球游戏市场的竞争逐渐激烈。

此外，上述券商分析师向记者表示：“国内游戏公司将目光投向海外，主要意图是在寻求新的增长点。考虑到目前国内游戏市场的增量空间以及头部公司占据较大市场份额的现状，出海还应从自身发展的角度出发。”

受益于海外市场的良好表现，游戏公司的业绩水涨船高。其中，腾讯(00700.HK)在2024年一季度的国际市场游戏收入为136亿元，同比增长3%。国际市场游戏总流水同比增长34%。

腾讯董事会主席兼首席执行官马化腾表示，一季度公司在本土

市场和国际市场的数款头部游戏中的团队调整初见成效，游戏总流水实现增长，为未来几个季度游戏收入恢复增长打下基础。

此外，世纪华通(002602.SZ)旗下点点互动的爆款游戏《White-out Survival》(《无尽冬日》)在海外市场表现抢眼，带动世纪华通在2023年营业收入同比增长15.77%。

世纪华通方面表示，其目前处在国内出海游戏的第一梯队，并长期看好所处行业的发展，积极探索行业前沿发展方向。2023年，世纪华通海外收入占比为46.03%。在海外市场，其以点点互动为主体，持续践行品类微创新，战略性打穿赛道，形成休闲游戏矩阵。

此外，恺英网络(002517.SZ)方面表示，其也在积极布局全球化发行，放眼全球市场，与众多海外渠道建立了深入的合作关系。

推广的过程中会有所侧重。欧美市场还是会偏向于当地更受欢迎的游戏类型。”

此外，国内游戏公司围绕出海拓展出不同的发展轨迹。“从趋势来看，中小游戏公司出海的势头要高于大厂。”该分析师表示，中小游戏公司在出海方向的选择与大厂有所不同。一些游戏公司会选择将研发和发行分开，用国内的研发团队做产品，而游戏发行则会通过海外公司完成。而游戏大厂则通过并购或者海外设立研发团队的方式实现。

记者注意到，今年前三个月，在重点境外市场产品流水增长TOP10中，有三款新品入榜。其中，《Last War: Survival Game》登顶榜单。该游戏由北京元趣娱乐有限公司(OneFun)开发。

据data.ai公布的国内厂商出海榜单，得益于《Last War: Survival Game》的成功，该公司在今年2月份一举超

过腾讯、三七互娱等头部大厂，冲上了国内厂商出海收入榜单的TOP3。

业内人士向记者表示：“对于

大多数游戏公司而言，多年深耕国内市场经验和市场积累，基本盘仍然是国内市场。此前，因为国内市场空间以及版号等因素，游戏公司将目光投向海外，而如今随着版号常态化发放，以及AI、小游戏等市场空间的拓展，恐怕一部分游戏公司仍会将目光聚焦在国内市场。”

Sensor Tower数据显示，2024年3月，全球游戏玩家在App Store和Google Play的付费为69亿美元，同比增长4.3%，环比增长6.15%，收入前三的国家分别是美国、中国及日本。美国持续成为全球移动游戏收入最高的市场，其在3月全球市场收入同比上涨27.7%至23亿美元，占全球总收入的32.6%；中国市场同比上涨3.27%至12.4亿美元，排名第二；日本市场同比下降20.09%至9.5亿美元，位居第三。

“游戏公司在进行游戏投放的过程中，有着自己的考量。”上述券商分析师说，“比如，《原神》这样的二次元游戏产品，虽然是二次元游戏的题材，且投放区域聚焦在亚太市场，但其中的玩法加入了国内公司的思考，使得《原神》在欧美市场也能够获得成功。同时，诸如‘西游’、‘哪吒’这类闲暇类的游戏题材，在泛亚洲文化圈自然具有广泛的影响力，游戏公司在做产品

# 新一轮“价格战”打响 车企开启年中冲刺模式

本报记者 方超 石英婧 上海报道

“Model Y现在有免息活动，购买新车是三年免息，参与置换为五年免息，首付79900元即可。”特斯拉上海世纪汇体验店销售经理刘韬(化名)还向《中国经营报》记者介绍，沪牌车辆置换，还可享受上海市的1万元置换新能源汽车。

车补贴。

不仅仅是特斯拉，包括蔚来、小鹏、荣威、东风本田等在内的多家车企皆对外推出一系列优惠活动，如5月18日，东风本田推出了“国补+厂补政策双享”活动，其中“以旧换新”最高可享受2.5万元置换补贴。

除针对现有车型推出各种优

惠活动，多家车企近期也在冲击“半年红”，密集推动新品上市，以“限时权益价”或“上市权益价”为名参与市场竞争，如智己L6官方指导价为21.99万—34.59万元，但“上市权益价”仅为19.99万元起。盖世研究院数据显示，截至今年4月，国内汽车市场近40个汽车品牌130多款车型参与了“价格战”。

“2023年‘价格战’给车企一个错觉：只要价格足够诚意，就能换取销量，在此情形下，车企以价换量成为常态。”中国汽车流通协会专家委员会委员章弘向记者表示，在“以旧换新”政策落地、合资车企维持市场份额等诸多因素影响下，“‘价格战’依然是今年车市的主旋律”。

## “以旧换新”政策刺激市场

车企推出各种购车优惠，旨在提前开启年中冲刺模式，进一步提升销量。

“这款蔚来ET5T原价29.8万元，选择BaaS电池租赁方案，车价可以立减7万元，另外，电池租用服务费付4赠1，你每个月只需交728元钱电池租金费用。”

蔚来中心北京蓝色港湾店的销售经理胡晨(化名)近日向记者介绍，上述购车方案“相当于租了5个月电池，实际只花了4个月的钱，赠送了一个月”，胡晨同时向记者介绍，蔚来亦有置换活动，“无论何种旧车，都是2.1万元补贴”。

除了蔚来，特斯拉近期也推出“以旧换新”活动，引发市场广泛关注。

记者近日实地走访上海、北京

多家特斯拉门店注意到，“置换专享5年0息”展示牌皆被放在门店入口处，颇受瞩目，亦有不少消费者进店咨询车辆置换优惠信息。

“参加置换的人还是很多的，因为5年免息‘很香’。”刘韬近日向记者介绍，以特斯拉Model Y后轮驱动版为例，起售价24.99万元，首付7.99万元，月供2733元，“按照实际贷款来说，参与5年免息活动差不多能省下1.5万元”。

公开信息显示，特斯拉近期多次推出包括降价、金融优惠在内的购车优惠活动。在降价方面，4月21日，特斯拉中国官网显示，特斯拉Model 3/Y/S/X全系在中国大陆地区降价

1.4万元。而在4月24日，特斯拉针对Model Y推出“限时0首付”“限时0息”活动，并在5月17日将Model 3纳入“限时0息”活动范畴。

不仅如此，进一步梳理可以发现，比亚迪、奇瑞、东风本田、马自达等车企也在近期推出特定车型限时降价、置换补贴等购车优惠政策。记者注意到，除了对现有车型进行价格促销外，“价格战”也在向上市新车蔓延，荣威、领克、智己等多家车企就对上市新车推出一系列优惠政策。5月17日，领克07 EM-P正式上市，官方售价16.98万—18.98万元。但领克表示，6月30日前下订并完成大定锁单，7月31日前完

成提车“可享超3万元限时上市权益”，限时价格为16.38万元起。

受到外界关注的是，“价格战”此起彼伏的原因何在？多位行业人士向记者分析，在当前市场竞争激烈竞争中，价格调整对销量刺激较为明显。此外，车企推出各种购车优惠，也旨在提前开启年中冲刺模式，进一步提升销量。

毋庸置疑，“以旧换新”政策正对车市产生巨大刺激作用，瑞银研究显示，“根据我们的测算，2024年报废和更换需求或达820万辆(相当于汽车总保有量的3%)，2023—2026年预期CAGR(复合年均增长率)或达18%。”

## “价格战”波及二手车市场

引发市场高度关注的是，“价格战”对车市销量提升的作用又有多大呢？

自己都将按原计划进行购车。

除了对新车终端消费提振有限外，当下各大车企尤其是新能源车企掀起的“价格战”，正对二手车行业带来巨大影响。

中国汽车流通协会数据显示，今年5月1日—12日，二手车日均交易量为6.38万辆，较4月最后一周下降3.8%。按可比口径计算，5月1日—12日，二手车交易量为40万辆，较4月同期下降20%。

“在新车市场中，在‘五一’新车价格优惠及各省市地方促消费政策共同推动下，部分原意愿购买

二手车的消费者则转购新车，饱和状态下的库存量得不到释放导致库存周转时间延长，车商难以回笼占用的资金，经营风险增加。”中国汽车流通协会表示。

在此情形下，目前已有不少车企为进一步提振销量，推出“保值回购”服务，如上汽大众推出ID. Care保值包回购计划，具体内容为，在6月30日之前，购买上汽大众ID.系列的用户，均可通过随车赠送的ID.豆兑换ID. Care保值包，用车三年后可享60%车价保值回购。

“二手车很关键”，上汽大众销

售与市场执行副总经理俞经民对此表示，二手车是上汽大众长项，“我们的二手车，不仅汽油车有市场供应的高价值，今天也要定义我们ID.二手车的价值。”

对于车企推出的“保值回购”服务，章弘向记者介绍，这与行业愈演愈烈的“价格战”密不可分，“价格战”直接导致老用户二手车残值大幅降低，间接影响了车企品牌的公信力和口碑，“车企推出这项服务是为了夯实消费者信心，树立品牌形象，培养用户忠诚度，最根本的原因还是为了提升销量”。



特斯拉近期密集推出优惠活动。“置换专享5年0息”展示牌被放在特斯拉上海世纪汇体验店入口处。  
本报资料室/图

## 加速“智能化”突围

车企掀起的“价格战”，也对上游零部件厂商产生巨大影响。

“去年一年的时间，中国平均车价降幅在15%，今年2月开始新的‘价格战’又启动了，一些车型降本20%—30%。”博世中国总裁徐大全强调，“新能源电动车的降价，把传统内燃机车的价格也拖下了水，严格说，这样的状况是不健康的。”

作为全球汽车零部件巨头，博世也受到汽车行业“价格战”影响。徐大全日前透露，“博世汽车业务板块感受到了很大压力。没有一家主机厂会说‘这个你可以涨价’‘这个你可以不讲价’，每一家主机厂都要求我们降价，这方面没有太大的差别。”

除了对上游零部件厂商带来影响外，“价格战”也对车企海外经营带来影响。

“国内车企的‘价格战’对车企加速出海会带来不利的影响。因为国内的‘价格战’相对比较严重，使国际市场对国内的价格可能会有更多的担忧，也使国际社会对中国汽车出海采取更多的防范性措施。”乘联会秘书长崔东树此前表示。

“价格战”对汽车行业上下游带来巨大影响，那么，车企又

该如何摆脱“价格战”影响，走向更高层次的竞争呢？

“一个企业本身创新能力不足，对自己定位不清晰，导致我们的很多企业没有自己的核心技术，没有自己的硬本领，所以只能依赖供应商。”奇瑞控股集团党委书记、董事长尹同跃近日表示，“车企造型、技术、质量同质化，最后只剩下价格。价格拼完以后，企业也完了，对用户也造成伤害。”

如何摆脱低层次的“价格战”？在业内人士看来，在汽车行业进入智能化“下半场”后，如何在智能驾驶、智能座舱等智能技术层面打造出自身独特竞争力，将是车企在激烈市场竞争中脱颖而出的关键所在。

中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉也向记者表示，“价格战”实际上不可持续，车企最终还是求生存、谋发展，“任何一个企业都是以赚钱为目的，不可能一直亏损下去”。在颜景辉看来，智能化对于车企而言，是电动化后的又一重大机遇，车企要想继续参与市场竞争，“在智能化方面一定要有自身的核心竞争力”。

## 3年亏损近16亿元转战港交所

# 纵目科技能否搭上小米SU7的快车？

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“从4月3日首次交付开始，43天时间，我们已经交付了1万台车！这对小米来说是一个重大里程碑。我们正在继续扩充产能，确保今年交付10万台。”5

月15日，小米创办人、董事长兼CEO雷军在社交媒体上如是写到。自3月28日上市至今，小米SU7热度不减。

小米造车带来的火热流量也传递到其产业链企业上。纵目科技(上海)股份有限公司(以下简

称“纵目科技”)是小米在2021年3月宣布进军汽车领域后首批投资的企业之一。

在小米SU7上市的同一天，纵目科技正式向港交所递交招股书，拟主板挂牌上市。而在2017年、2022年，纵目科技就已经

挂牌过新三板、冲刺过科创板，但表现都不尽如人意。

招股书显示，此次纵目科技闯关港股IPO的募集资金中约74%将用于研发、16%用于生产基地及新生产线的资本开支、10%用于营运资金及一般企业用途。

对于纵目科技冲击港股上市，黄河科技学院客座教授张翔表示，这与其亏损情况息息相关，自动驾驶行业技术更新快，企业需要研发投入，现阶段依靠企业自身盈利也不太可能。“所以，纵目科技需要去冲刺资本市场，需要借助资本市场

来满足企业发展的资金‘渴求’。”

对于公司转战港交所背后的考量、企业经营等问题，《中国经营报》记者致函纵目科技，相关负责人向记者表示，目前公司处于静默期，相关信息以公司公开披露的招股书为准。

## 借势小米闯关港交所

纵目科技成立于2013年，是国内外ADAS解决方案提供商，提供覆盖全面自动驾驶功能的解决方案。除此之外，纵目科技也在开发自动驾驶能源服务机器人，主要为物流运营商提供智能移动能源解决方案。作为一级供应商，纵目科技涉及自动驾驶领域的各个方面，包括软件设计、硬件设计、系统设计及该等组件的集成，从而开发出可大规模部署的解决方案。

经过十余年的发展，纵目科技有着不俗的市场表现。招股书显示，截至2023年12月31日，纵目科技已经就50款车型部署智能驾驶解决方案。2021年至2023年，纵目科技已与2022年中国销量排名前十的所有OEM(占中国市场乘用车总销量的72.1%)以及多家中国其他主要新能源汽车品牌开展业务合作。此外，纵目科技还获得了业内首个使用L4级技术的封闭园区低速自动驾驶项目之一，并在中国率先开发并商业化了自动驾驶能源服务机器人。

灼识咨询的数据显示，从2022年的销售收入来看，纵目科技在中国内地供应商中的排名较为靠前。在ADAS市场中排名第5，市场份额为1.0%；在自动驾驶解决方案市场中排名第二，市场份额为4.9%；在APA泊车解决方案市场中排名

第一，市场份额为5.6%。

众所周知，自动驾驶是个需要巨额资金长期投入的赛道。为了获得企业发展的资金，纵目科技在此番冲击港股上市之前，已经两度冲击资本市场。具体来看，2017年1月19日，纵目科技获准于全国中小企业股份转让系统(NEEQ)上市(股票代码：870816)，并于当年2月21日开始在NEEQ进行交易，而在2017年、2022年，纵目科技就已经

市场环境和更有利的融资条件。”

借助小米汽车上市的高热度，纵目科技闯关港股的热度也有所提升。招股书显示，纵目科技有过9轮融资，背后投资团队的阵容也十分多元化。其中，D3轮便是由湖北小米领投。

招股书显示，湖北小米是一家有限合伙企业，其普通合伙人为湖北小米长江产业投资基金管理有限公司，该公司由小米产业投资管理有限公司(以下简称“小米产投”)持股80%。小米产投是天津金星创业投资有限公司(以下简称“天津金星”)的全资附属公司，而天津金星由小米科技有限责任公司(以下简称“小米科技”)全资拥有，小米科技由雷军持股77.80%。最新的股权架构显示，湖北小米持股比例达4.73%，是纵目科技的第五大股东。

小米SU7正式亮相的日子即为纵目科技向港交所递交招股书的日子。柏文喜告诉记者，小米的高热度对纵目科技而言，可能带来品牌效应的提升和市场关注度的增加。“小米在智能硬件和物联网领域积累了大量用户和经验，这可能为纵目科技在产品开发和市场推广上提供帮助。同时，小米的资源和渠道可能助力纵目科技的产品和服务更快地触达消费者。”

## 短期内或将继续亏损

众所周知，自动驾驶作为全球智能出行的重要技术发展方向，有着极为广阔的发展前景。根据灼识咨询的资料，2022年全球自动驾驶解决方案市场规模达到2098亿元，预计2027年将增长到6146亿元，复合年均增长率为24.0%。2022年中国自动驾驶解决方案市场规模达到462亿元，预计2027年将增长至1702亿元，复合年均增长率为29.8%。

记者注意到，虽然整个行业发展前景广阔，但自动驾驶行业普遍面临着亏损的难题。对于当下的行业现状，柏文喜表示，自动驾驶企业普遍亏损的状态可能由几个因素导致。首先，自动驾驶技术的研发需要大量的资金投入且周期较长，这导致短期内难以实现盈利。其次，市场教育和消费者接受度的提升需要时间，这也限制了自动驾驶产品的快速商业化。行业内竞争激烈，企业为了争夺市场份额，可能会采取价格战等策略，进一步压缩利润空间。

招股书显示，2021年至2023年，纵目科技的营业收入分别为2.25亿元、4.69亿元和4.98亿元，相应期间的净亏损分别为4.34亿

元、5.88亿元和5.64亿元，3年累计亏近16亿元。

对于纵目科技的亏损，张翔表示，这与其亏损情况息息相关，自动驾驶行业技术更新快，企业需要研发投入，现阶段依靠企业自身盈利也不太可能。“所以，纵目科技需要去冲刺资本市场，需要借助资本市场

还在招股书中直言：“由于随着我们的业务扩张、成本及开支增加，以及我们在研发方面的持续投资，所以可能在短期内继续亏损。如果我们无法产生足够的收入并有效管理开支，我们可能会继续遭受重大亏损并可能无法实现或维持盈利。”

不仅如此，纵目科技还过于依赖大客户。招股书显示，2021年至2023年，其来自五大客户的收入分别为1.63亿元、4.17亿元及4.64亿元，占同期总收入的72.5%、88.7%及93.0%。

在柏文喜看来，大客户集中对纵目科技而言，既带来了稳定的收入来源，也增加了业务风险。依赖少数客户可能会导致公司在定价和谈判中处于不利地位，且一旦主要客户减少订单或转向竞争对手，公司的业绩将受到较大影响。为了降低这种依赖，纵目科技应当采取多元化市场战略，积极开拓新的客户和市场，同时加强产品创新和服务质量，提高客户黏性。

“此外，公司还可以通过研发新技术、提供差异化服务和建立战略合作伙伴关系来降低对单一或少数客户的依赖。”柏文喜补充道。

记者注意到，纵目科技方面

# 与蔚来汽车达成充换电战略合作 中国一汽加速丰满新能源转型“羽翼”

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

中国一汽新能源产业链战略布局再向前迈进一步。《中国经营报》记者获悉，中国一汽与蔚来汽车在5月21日签署了一份战略合作框架协议。中国一汽董事长、党委书记邱现东，蔚来汽车创始人、董事长、CEO李斌出席签约仪式。

5月22日，中国一汽方面向记者提供的资料显示，根据战略合作南北“联姻”

加入换电联盟的车企将与蔚来汽车一起推动建立统一的电池标准体系。

从长春到合肥，跨越1900余公里，“中国汽车工业的长子”中国一汽与新势力车企龙头蔚来汽车之间的“联姻”吸引了诸多目光。

记者了解到，这份战略合作框架协议是5月21日在长春召开的“吉林·安徽合作发展交流座谈会”上签署的。值得关注的是，本次交流座谈会由吉林省委书记、省人大常委会主任景俊海主持，安徽省委书记、省人大常委会主任韩俊出席会议。也就是说，中国一汽与蔚来汽车此番合作是在吉林省委、安徽省委推动下完成的。

中国一汽与蔚来汽车在换电领域牵手合作并不难理解。

现阶段，消费者对于电动汽车最大的顾虑是补能问题。每逢节假日，高速公路上电动车排队充电的景象总是出现在聚光灯下。而换电是能实现快速补能的途径之一，能够在几分钟内完成电池更换，用户无须下车，有着类似加油的快速补能体验，大大提升了补能效率。

除了补能问题，新能源汽车进入主流替代阶段还面临成本的制约，电池价格高是部分消费者对电动车不感兴趣的原因之一。而换电的模式是，消费者在购车时不必购买电池，而是根据需求租用特定的电池包，这种方式可以降低消费者初始购置成本。而

框架协议，中国一汽与蔚来汽车将围绕电池技术标准、可充可换电池车型研发、电池资产管理及运营、充换电补能生态服务网络建设及运营、电池产业采购与配套等开展全方位、多层次的深度战略合作。

双方此次战略合作，将会进一步推动换电技术标准化、换电模式通用化以及换电网络规模化进程，解决用户里程焦虑，助力中国智能电动汽车产业的高速发展。”

且，消费者还无须承担电池的折旧与损耗成本。

基于此，换电模式的热度持续升温。当前，蔚来汽车的换电站已经可以实现3分钟换电。在行业内，蔚来汽车布局换电业务较早，并且已形成先发优势。

不过，蔚来汽车的换电业务目前还面临比较大的成本压力。蔚来汽车副总裁沈斐此前曾透露，蔚来换电站的盈亏平衡线在一天50~60单，目前蔚来汽车换电站的日均单量为35~36单，需要更多汽车品牌加入从而减少亏损。

而对于入局换电赛道的“后来者”而言，换电站的建设和运营需要较高的投入，周期长，后入局者难以在短时间内建立起优势。为此，行业内一些主流车企选择坐“顺风车”，加入蔚来汽车“换电联盟”。

换电模式若要实现共享，需要不同车企在车型定义阶段相互打通。据悉，加入换电联盟的车企将与蔚来汽车一起推动建立统一的电池标准体系，合作研发适配双方换电体系的换电乘用车及兼容性换电服务站点，推动搭载双方共同确定的统一标准化电池包的换电车型上市，以及推进双方车型均提供换电服务的站端解决方案落地。同时，双方还将推动换电运营网络、运营商之

李斌说道。

换电与充电是当前电动汽车两大补能方式。当前，电动汽车仍然存在充电不方便、充电时间长等行业难题，多家车企选择同时布局换电业务。去年9月，在中国一汽党委常委会上，中国一汽方面也曾强调要“加快建设充电、换电双维补能生态”。

当前，在新能源战略方面，中国一汽正在坚定推进“All in”新能源，全面、全方位、全体系、全过程

向新能源汽车转型。按照规划，到2025年，中国一汽新能源汽车产销量将超过145万辆，其中自主品牌占比将超过50%。中国一汽并未公布2023年新能源汽车销量，不过，近两年行业“内卷”加剧，中国一汽要达到上述目标并不轻松。在这样的背景下，着眼于解决消费者最为顾虑的电动车补能问题，是中国一汽基于中长期战略目标作出的理性决策。



中国一汽与蔚来汽车将在充换电领域开展深度战略合作。 本报资料室/图

间的互联互通，推动建立统一的换电运营管理服务体系，搭建更大规模、标准化、统一性的能源基础设施网络，实现规模化优势，并建立动力电池全生命周期管理体系，建立高效的电池资产管理平台和电池资产运营机制。

全球管理咨询公司麦肯锡此前发布的报告显示，换电业务有着显著的规模效应，即换电服务的单位成本会随着换电站利用率的提高而下降。这也就是蔚来汽车试图扩大“换电联盟”的逻辑所在。

中国一汽在换电领域此前已有布局。早在2021年11月，依托“旗E春城 绿色吉林”项目，红旗E-QM5新能源换电车已在长春投运。不过，上述尝试仅局限在新能源换电出租车的范围。

2022年3月，新红旗E-QM5 431km换电乐享版车型上市。中国一汽方面表示，新车快速充电功

能可实现充电10分钟，行驶百公里，换电版车型换电操作时间少于1.5分钟。彼时，红旗换电版车型在长春市已累计试运行超过3000万公里，顺利通过东北地区超过零下30摄氏度极寒天气的考验。

中国一汽换电业务持续推进。2023年4月，在上海国际车展期间，中国一汽方面曾向记者表示，“旗帜”超级架构FMEs下的电动平台HME，提供可充可换的多版本车型。其中，换电车型续航达600公里，能做到60秒极速换电，后续还可实现电池升级。

中国一汽的目标是，到2025年，中国一汽新能源汽车产销量将超过145万辆。在纯电动汽车方面，中国一汽目前的表现和销量都不算惊艳，通过与蔚来汽车在换电业务上达成合作，解决用户补能焦虑，可以扩大中国一汽在新能源汽车赛道中的话语权。

## 中国一汽的新能源转型棋局

在推动央企新能源汽车业务发展的背景下，中国一汽有着加速新能源汽车布局的强烈愿望。

最近，中国一汽在新能源汽车领域的动作颇受关注。除了与蔚来汽车达成合作，5月17日，中国一汽盐城分公司正式投产。中国一汽盐城分公司新能源工厂正式在公众面前亮相。

这对中国一汽而言意义重大。中国一汽党委副书记王国强在投产暨首车量产仪式上表示，为中国一汽新能源产业链战略布局的重要一环，中国一汽盐城基地投产极大地补充了中国一汽自主新能源汽车产能，标志着中国一汽新能源战略布局迈出关键性一步。

王国强强调，作为中国一汽设立的新能源乘用车生产基地，盐城分公司未来将担负起奔腾品牌多款新能源主力车型的生产任务，成为支撑中国一汽自主品牌发展、推动一汽奔腾新能源转型的重要保障。一汽奔腾新能源转型的首款产品——奔腾小马将于5月28日正式上市。

可以看到，无论是去年年底先后与深圳市、广东省政府达成战略合作，还是对盐城分公司新能源工厂的布局，抑或是与蔚来汽车达成充换电战略合作，均是中国一汽意欲加速向新能源汽车转型而作出的决策。

今年3月，国务院国资委主任张玉卓以及副主任苟坪在多个公开场合发表的针对央企新能源汽车业务发展的讲话，引起业内外对央企电动化的广泛关注。

概括地来看，他们指出，企业布局新能源汽车在一开始投入会比较大，不应考核其当期利润，应出台政策破除相关障碍，转向考核央企的技术、市占率以及未来发展。并且提醒，需要正视央企在新能源汽车发展中存在的差距与不足，应加大资源投入、加快转型升级步伐。与此同时，要大胆探索推动央企新能源汽车“搞上去”的政策与举措，要加快创新、“放开手脚”促转型。

张玉卓以及苟坪所指的汽车央企包括中国一汽、东风集团以及长安汽车。在国务院国资委有意推动央企新能源汽车业务发展

的背景下，中国一汽有着加速新能源汽车布局的强烈愿望。

实际上，从2023年起，中国一汽即作出战略决策：将坚定推进“All in”新能源战略，全方面向新能源汽车奋进转型。坚决做到“两个全部、一个停止”，即未来技术创新投入全部用于新能源智能汽车，新增产能全部用于新能源汽车，停止传统燃油车技术和产能的新增投入。

在中国一汽自主品牌新能源汽车业务中，红旗扮演着重要角色。今年4月18日，邱现东发布红旗技术“SIGHT(洞见)531”发展战略，并发布红旗品牌纯电、混动、智能三大技术平台。在2024年北京国际车展上，红旗新能源多款基于“红旗·天工”纯电平台和“红旗·九章”智能平台打造的全新纯电产品首发亮相，使其产品阵容进一步丰富。

按照此前的规划，到2028年，红旗品牌将累计推出11款纯电动车型和11款插电式混合动力车型，实现从A级到D级轿车、SUV、MPV等细分市场的全覆盖。

当前，汽车行业竞争激烈，中央汽车企业与头部新能源车企相比，仍存在明显差距。作为中央汽车企业，中国一汽向新能源转型升级需要按下“加速键”。

当前，中国一汽正在加快“高、精、尖、特”前沿技术研发。以“All in”新能源战略为指引，在新能源、智能网联、整车集成等领域实现关键核心技术突破。

以新能源领域为例，截至目前，中国一汽已累计突破353项关键技术。红旗最新发布的红旗EH7车型搭载了中国一汽最新研发的超高速高效电驱系统，转速高达22500转/分钟、系统最高效率达96%，在已量产车型中位列行业第一。

“面向汽车产业转型升级的重大机遇，中国一汽坚决走好新时代汽车产业的必由之路，坚定实施新能源发展战略，全面加速推进新能源的产业布局。规划到2025年，集团公司的整车销量将突破400万辆，新能源汽车销量达到100万辆。”王国强近日表示。

## 日系车企的“吸金”秘籍：“谨慎”与“激进”并存

本报记者 陈燕南 北京报道

近日，日系车企三强丰田、本田、日产相继发布2023财年（即2023年4月至2024年3月）财报。其中，丰田成为全球最“吸金”的车企，超过中国目前排名前十车企利润的总和，

也是日本近400万家企业中，营业收入首次超过5万亿日元的上市公司。同时，日产和本田也在本财年交出了一份优异的“答卷”，在营收和利润方面都实现了双增长。

有业内人士认为，纵观丰田、本田、日产财报，可以发现销量增

长、日元贬值、成本控制以及稳健的商业策略是三家企业营收与利润双双增长的主要原因。

然而对于备受关注和挑战的中国市场，日产汽车公司总裁兼首席执行官内田诚在接受《中国经营报》记者采访时表示：“现在中国发展速度确实非常快，对于

中国市场来说，我们要优先关注速度，以及为中国市场进行定制化设计。如果我们不能满足消费者需求，我认为将很难保持在中国的节奏。”

某全球著名咨询公司商品战略顾问总监潘俊在接受记者采访时表示，丰田之所以能够成为全

球最为“吸金”的车企，主要是因为其强大的研发能力和高效的供应链管理能力，同时丰田拥有丰富的车型系列。此外，丰田汽车在生产效率、成本控制和质量控制方面也有出色的表现。在这些因素共同作用下，使得丰田汽车的利润率一直较高。

不过，萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊在接受记者采访时指出：“国内新能源汽车市场的快速发展给日系车带来了压力。随着国内汽车市场的竞争加剧和消费者需求的升级，日系车在品牌影响力、售后服务等方面还有待继续提升。”

### “保守派”押注混动 营收利润双增长

在蝉联四年全球第一大汽车制造商后，丰田又交出了一份亮眼的财报。2023财年，丰田营收达到约45.09万亿日元，较上一财年增加约7.94万亿日元，增幅约21%。营业利润达到约5.35万亿日元，较上一财年增加约2.63万亿日元，增幅超96%。

值得注意的是，丰田不仅是日系中最赚钱的车企，在全球车企利润排行榜中也独占鳌头。对比来看，丰田营业利润率为11.9%，高于特斯拉的8.2%和大众的7%。

本田和日产也实现了不俗的成绩。数据显示，本田在2023财年营收20.43万亿日元，较上一财年增加3.52万亿日元，同比增长20.8%。营业利润为1.38万亿日元，同比增长77%，利润率6.8%。日产汽车2023财年实现合并净收入12.69万亿日元，较上一季度增加了2.08亿日元，同比增长19.71%。经营利润0.57亿日元，较上一年增加了0.19万亿日元，同比增长50.8%，利润率4.5%。

在对营收增长的解释中，上述日系车企不约而同提到了汇率变动、销量增加、定价效果等带来的影响。例如，丰田方面称，其营业利润的增长，主要得益于以混合动力车型为中心的电气化车型销量的增加，高收益车型畅销带来的收

益结构改善，对北美、欧洲等市场的价格调整，汇率的变动，以及其努力改善成本，对冲了原材料价格上涨的影响。丰田方面则表示，虽然存在通货膨胀的影响，但商品价值提高以及四轮车型销售台数的增加，推高了其营业利润。

事实上，混合动力汽车实现了24.5%的增长是丰田业绩增长的核心动力。“丰田之所以能成为最为赚钱的车企，一方面得益于其卓越的成本控制能力和高效的生产管理；另一方面，丰田在混合动力技术方面的领先地位也使其在节能车市场占据优势地位。”知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪表示。

有业内人士认为，丰田之所以能在全球市场中独树一帜，源于其在转型中的独特策略——不盲目追逐纯电动车，坚持盈利为先的策略。

而在此之前，日系车企的这一举动被看作是全球车企转型中的“保守派”。“对企业来说什么是输，什么是赢定义并不明确。但在当下，当务之急是求生存，这是最为重要的。”丰田汽车公司董事长丰田章男对此进行了反复强调。

事实上，随着汽车新四化的到来，不少车企在转型之路上选择

了纯电路线，然而却遭遇大面积亏损。有分析人士指出，率先进入纯电市场并不能保证长期成功。技术、消费者偏好和市场动态的变化也有可能使早期的领先者变得过时。

一直以来，日系车企追求的是多条技术路线并行的方式来面对时代的变化。丰田汽车公司首席技术官中岛裕树表示：“自1997年以来我们推出普瑞斯以来，丰田认为HEV（混合动力汽车）是一种实用的解决方案。随着电池的发展和能源状况的变化，BEV（纯电动汽车）应运而生。就个人而言，我认为PHEV（插电式混合动力汽车）中的P不是Plug-in（插入的），而是Practical（实用的）。丰田的多路径是根据每个地区的能源状况提供不同的解决方案。我们会全方位地开发HEV、PHEV，实用的BEV和FCEV（燃料电池汽车）。”

有分析人士指出，丰田的混合动力汽车技术被视为其电动化战略的核心，掌握了HEV制造，也就为插电式混合动力汽车和电动汽车的研发奠定了坚实基础。因为，每一部混合动力汽车上都有电池、电机、电控三个核心零部件，这种技术的可延展性，使得丰田在战略调整中更加游刃有余。

### “后发者”逆流而上 重金加码电动战略

通过良好的策略，日系车企在全球销量榜单上占得一席之地。官方数据显示，2023财年，丰田（含丰田、雷克萨斯、日野、大发等）全球销量约为1109万辆，同比增长5%；本田（四轮车）全球销量约410.9万辆，同比增长11.4%；日产全球销量约为344万辆。然而，在追求效率的中国市场上，日系车型的销量成绩却呈现出疲态。

乘联会数据显示，4月主流合资品牌零售45万辆，同比下降26%，环比下降9%。日系品牌零售份额15.2%，同比下降3.6个百分点。

具体来看，1~4月本田在中国的终端汽车累计销量为280738辆，同比下滑10.9%。广汽丰田4月销量为52251辆，环比下滑5.66%；一汽丰田4月交付56536辆，环比下滑2.58%。日产汽车中国区（含乘用车和轻型商用车两大事业板块）在4月销量为54921辆，环比下滑8.33%。

“我们的挑战依然存在，其中销量增长是最大挑战，也是重中之重。”内田诚坦言。

潘俊对记者表示：“对于日系车企来说，中国市场的销量下滑

的原因可能包括竞争加剧、品牌定位调整、新车型推出速度较慢等因素。此外，他们在全球市场也面临着许多困境和挑战，包括技术创新、品牌建设、营销策略等方面的挑战。因此，他们需要更积极地应对市场变化，寻找新的增长点。”

面对种种挑战，在部分国际车企决定放缓推进电动化进程的大背景下，日系车企在这时却选择了“激流勇进”。

5月16日，本田围绕电动汽车各项事业举措举行新闻发布会，其中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。

在中国市场，本田计划到2027年前投放10款纯电动车型，到2035年，使纯电动车销售比例达到100%。除目前已经推出的e:N系列外，本田还将通过发布新型纯电动车型“e:harmony”，持续扩大纯电动车产品阵容。

日产同样也在加码电动化。

据了解，日产宣布到2026财年，将对中国市场73%的日产品牌产品进行换新，并推出8款新能源汽车车型，其中包括5款日产品牌车型。此外，日产汽车宣布与百度进行合作，双方将开展在人工智能与智能汽车领域战略合作的可行性研究。

值得关注的是，丰田也在寻找新的增长点，从而固守全球“老大哥”的地位。根据规划，丰田将在人工智能、电动汽车和软件等领域投资1.7万亿日元。此外，丰田宣布与腾讯建立了战略合作伙伴关系，丰田将结合腾讯的AI大模型、云、数字化生态等优势能力，为用户打造个性化、多样化的移动出行体验。

詹军豪在接受记者采访时表示：“目前，日系三巨头正在积极进行电动化转型，这是他们应对全球汽车市场变革的重要一步。虽然他们在纯电动汽车领域起步较晚，但他们在技术积累、品牌价值和制造经验方面仍然具有优势。为了实现顺利转型，他们需要在研发上加大投入，与供应商建立紧密合作，并且探索新的商业模式和服务模式，以适应中国电动汽车市场的特点。”

圆桌对话

# 新一轮新能源汽车下乡能否撬动农村大市场



许海东  
中国汽车工业协会副总工程师



崔东树  
全国乘用车市场信息联席会秘书长



苏晖  
中国汽车流通协会有形市场分会名誉理事长



贾新光  
中国汽车流通协会常务理事



方寅亮  
中经传媒智库专家、麦肯锡全球董事合伙人



张强  
罗兰贝格汽车行业首席研究员

本报记者 尹丽梅 张硕 北京报道

在燃油车时代，“汽车下乡”曾被视为能够治愈车市创伤的一味良药。近几年，为进一步撬动广大的农村市场，新能源汽车下乡这项国家战略被推到聚光灯下。

今年5月15日，工业和信息化部办公厅、国家发展改革委办公厅等五部门发布《关于开展2024年新能源汽车下乡活动的通知》，相较于往年，上述文件有哪些值得关注的新变化？

**许海东：**从2020年到2024年，受有关部门委托，新能源汽车下乡活动一直由中国汽车工业协会组织实施。2024年新能源汽车下乡的确实现出了以下新的变化：

其一，按照今年的政策，不仅要推动新能源汽车下乡，充电基础设施“下乡”也成为重要内容，这两者被有机结合了起来，而过去几年仅涉及新能源汽车在农村市场的下沉。

其二，今年入选新能源汽车下乡活动目录的车型明显增多，去年仅有69款，今年则达到99款。同时，入选的车型也很丰富，覆盖乘用车、商用车、SUV、越野车、微型车、B级车、皮

## 农村市场的A面与B面

**《中国经营报》：**新能源汽车下乡活动已持续推进五年，目前下沉的现状如何？取得了怎样的成效？

**崔东树：**目前，新能源汽车在三、四线市场的渗透率明显低于传统燃油车，尤其是纯电动车的渗透率在一、二线、三、四线市场之间的差异较大。背后的原因主要在于，纯电动车在三、四线市场的充电网络不够充分，加之纯电动车价格较贵，导致消费者购买二手燃油车的意愿更强，二手燃油车比新能源汽车更具性价比优势。

因此，总体而言，新能源汽车在三、四线市场的渗透率还处于比较低的状态。

不过，新能源汽车下乡也取得了比较好的效果，提升了农村市场对新能源汽车的接受度。与此同时，各

时间节点上破解农村市场充电基础设施短缺这一“老大难”问题？未来，如何进一步解决销售以及售后服务体系的缺失？

近日，《中国经营报》邀请中国汽车工业协会副总工程师许海东，全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树，中国汽车流通协会有形市

卡低端以及中高端车型。而且，合资车企的一些车型也囊括其中，这体现出中国是一个开放的市场。

其三，我们明显地感受到，相比过去几年，今年车企对于新能源汽车下乡的积极性更高。从申报的情况来看，今年车企一共申报了将近200款车型，各大车企都希望自己的车型能够入选。

其四，地方政府的积极性也比往年更高。譬如，云南大理在《关于开展2024年新能源汽车下乡活动的通知》还未下发的时候，已经启动了新能源汽车下乡活动。

其五，今年新能源汽车下乡活动还有一个突出的亮点是与汽车以旧换新政策结合在了一起。今年的汽车以旧换新政策，国家拿出了“真金白银”给予补贴。而据我

们了解，真正涉及需要报废汽车的用户群体应该在低线城市以及农村市场。因此，新能源汽车下乡与以旧换新两大政策的结合有利于农村新能源汽车市场的发展。

其六，今年的新能源汽车下乡政策指出，新能源汽车承保、理赔、信贷等金融服务，以及维保等售后服务协同下乡。今年，中国汽车工业协会将与中国农业银行、途虎养车这样的社会第三方汽车维修平台，以及汽车之家进行合作，共同开展新能源下乡活动，助力新能源汽车渗透到下沉市场。

苏晖：往年，新能源汽车下乡在某种程度上来说是“雷声大雨点小”，更多的是宣传力度比较大。而相较于此前几年，今年的新能源汽车下乡政策可谓声势浩大。它与汽车以旧

换新相结合，政策力度更大、覆盖的范围更广，这为今年的新能源汽车下乡活动创造了很好的基础。

**张强：**我关注到，2024年新能源汽车下乡活动的实施时间将从5月持续到12月，推广的周期更长。与此同时，今年的新能源下乡活动不仅包括了展览展示、试乘试驾，还组织了金融服务以及售后服务的协同下乡，更加注重提升用户体验。

此外，今年的新能源汽车下乡活动不仅包括了展览展示、试乘试驾，还组织了金融服务以及售后服务的协同下乡，更加注重提升用户体验。此外，今年新能源汽车下乡进一步下沉到县域市场，提出要形成“1+N”活动布局，即以典型县域城市为中心，辐射周边乡镇的推广模式。

上述变化表明，新能源汽车下乡活动在不断优化升级，以更好地适应农村市场的需求并推动新能源汽车的普及。

贾新光：实际上，电动汽车相对于燃油车更适合“下乡”。在一些小城市以及农村，主要的代步工具仍然是两轮电动车（私人和小公司货运主要靠三轮电动车），这说明这些地区有接受电动车的条件和需求。对于县、乡、村（经济发展）而言，物流将是非常重要的一个着力点。当前，县乡村三级物流体系正在加快完善，明显提升了农村居民的出行用车需求。新能源汽车下乡可就农村市场

仍然不高，销售服务体系也未建立起来，尤其是农村市场。

**《中国经营报》：**业内普遍认为，农村市场是未来新能源汽车的主要增量市场，不过眼下农村市场新能源汽车的发展还面临诸多制约因素，我们应如何衡量农村市场新能源汽车的发展潜力？

贾新光：实际上，电动汽车相对于燃油车更适合“下乡”。

在一些小城市以及农村，主要的代步工具仍然是两轮电动车（私人和小公司货运主要靠三轮电动车），这说明这些地区有接受电动车的条件和需求。对于县、乡、村（经济发展）而言，物流将是非常重要的一个着力点。当前，县乡村三级物流体系正在加快完善，明显提升了农村居民的出行用车需求。新能源汽车下乡可就农村市场

分会名誉理事长苏晖，中国汽车流通协会常务理事贾新光，中经传媒智库专家、麦肯锡全球董事合伙人方寅亮以及罗兰贝格汽车行业首席研究员张强，从不同的视角重新审视新能源汽车下乡，进而抽丝剥茧，为进一步撬动农村大市场厘清思路。

贾新光：我关注到，2024年新能源汽车下乡活动的实施时间将从5月持续到12月，推广的周期更长。与此同时，今年的新能源下乡活动不仅包括了展览展示、试乘试驾，还组织了金融服务以及售后服务的协同下乡，更加注重提升用户体验。

张强：我关注到，2024年新能源汽车下乡活动的实施时间将从5月持续到12月，推广的周期更长。与此同时，今年的新能源下乡活动不仅包括了展览展示、试乘试驾，还组织了金融服务以及售后服务的协同下乡，更加注重提升用户体验。

除了基础设施方面的短板，新能源汽车下乡要进一步发展，还需要加大宣传力度，农村地区的一些消费者可能对电动汽车还不是特别了解。与此同时，售后以及维修服务也需要进一步下沉。在销售服务上，汽车之家、中国农业银行正试图通过其网点去推动新能源汽车在农村市场的销售。

方寅亮：新能源汽车在县乡市场以及农村地区的进一步推广还需要突破以下两大挑战：首先，现有车型配置与用户需求不完全匹配，低线城市及县乡地区的消费者对于汽车产品在空间、成本等实用性需求未被充分满足。同时，售后服务网络尚未健全。由于新能源汽车维修的特殊性和专业性，需要厂家及专业的第三方提供售后服务支持，而目前售后服务网络在县乡地区还有待进一步建设。

贾新光：新能源汽车在县乡市场以及农村地区的进一步推广还需要突破以下两大挑战：首先，现有车型配置与用户需求不完全匹配，低线城市及县乡地区的消费者对于汽车产品在空间、成本等实用性需求未被充分满足。同时，售后服务网络尚未健全。由于新能源汽车维修的特殊性和专业性，需要厂家及专业的第三方提供售后服务支持，而目前售后服务网络在县乡地区还有待进一步建设。

张强：农村市场将对我国未来新能源汽车产业潜力的进一步释放起到关键作用。未来，新能源汽车下乡还将推动乡村地区汽车产业的发展，这也契合汽车产业结构优化的发展需求。与此同时，新能源汽车在城乡地区的普及将进一步提升居民生活质量，提升乡村道路、能源、信息化等乡村综合实力，改善农村公共服务和乡村治理水平。

贾新光：实际上，电动汽车相对于燃油车更适合“下乡”。在一些小城市以及农村，主要的代步工具仍然是两轮电动车（私人和小公司货运主要靠三轮电动车），这说明这些地区有接受电动车的条件和需求。对于县、乡、村（经济发展）而言，物流将是非常重要的一个着力点。当前，县乡村三级物流体系正在加快完善，明显提升了农村居民的出行用车需求。新能源汽车下乡可就农村市场

## 进一步打破“藩篱”

**《中国经营报》：**对于新能源汽车下乡而言，充电基础设施不完善是最明显的短板，你认为应如何行之有效地补齐这一短板？要推动新能源汽车下乡取得较大实质成效，除了在充电基础设施上补短板，还需破除哪些方面的障碍？

**许海东：**正是考虑到农村市场充电基础设施还不完善、商业模式还未建立等问题，国家正在推动国有企业加足马力布局。随着充电基础设施的完善，一些商业性企业也会根据商业的需要在旅游景点甚至乡村等运用场

所进行布局。

除了基础设施方面的短板，新能源汽车下乡要进一步发展，还需要加大宣传力度，农村地区的一些消费者可能对电动汽车还不是特别了解。与此同时，售后以及维修服务也需要进一步下沉。在销售服务上，汽车之家、中国农业银行正试图通过其网点去推动新能源汽车在农村市场的销售。

**方寅亮：**新能源汽车在县乡市场以及农村地区的进一步推广还需要突破以下两大挑战：首先，现有车型配置与用户需求不完全匹配，低线城市及县乡地区的消费者对于汽车产品在空间、成本等实用性需求未被充分满足。同时，售后服务网络尚未健全。由于新能源汽车维修的特殊性和专业性，需要厂家及专业的第三方提供售后服务支持，而目前售后服务网络在县乡地区还有待进一步建设。

对于上述问题，我认为，要优化产品的场景化设计，平衡经济性和性能配置，推出更符合县乡地区消费者实际出行需求和经济承受能力的车

型。最后，通过代理、认证及自建等多种方式，建立健全售后服务网络，提供及时、专业的维修和保养服务，解决消费者的后顾之忧。

**崔东树：**要补齐农村地区的充电基础设施短板，关键在于要推广慢充基础设施的建设。与此同时，家庭充电桩的建设，应与家庭的光伏太阳能发电结合，要推动家庭光储充一体化的发展，进一步实现农村地区电力体系与能源体系的自主化发展。

**张强：**除了充电基础设施补足，新能源汽车下乡还面临经济实用型供给不足、购车门槛过高、人才储备不足等方面的问题。

因此，要推动新能源车下乡进一步取得成绩，需鼓励整车企业推出一批适应下沉市场、符合农村市场的日常使用需求的新能源汽车产品，特别是载货微面、微卡、轻卡等商用车产品。

在购车门槛过高方面，需鼓励金融机构提供优惠金融政策支持，如零首付、零利息等，降低购车门槛。

针对人才储备不足的问题，需鼓励高职院校面向农村地区培养新能源汽车维修技术人员，满足不断增长的维修保养需求。

**贾新光：**新能源汽车下乡，一个重要的点是要提供适应农村市场需要的产品，比如客货两用车。

相对来说，农村市场电动车的续航里程并不是那么重要，因此没必要搭载高档三元锂电池，可采用比较便宜的磷酸铁锂电池。在充电基础设施建设方面，除了可以利用太阳能光伏，还可以从充电设备小型化等方面来寻找解决方案。

# 理想汽车调整“步伐” 取消纯电发布计划

本报记者 陈燕南 北京报道

## 增收不增利

此前，理想汽车发布2023年财报显示，公司营收破千亿元，盈利破百亿元，理想汽车成为继特斯拉、比亚迪之后全球第三家实现盈利的新能源汽车企业。

然而2024年第一季度，理想汽车的业绩却不及预期。数据显示，汽车销售额为243亿元，较2023年第一季度的183亿元增长32.3%，较2023年第四季度的404

亿元下降39.9%。2024年第一季度汽车利润率为19.3%，而2023年第一季度为19.8%，2023年第四季度为22.7%。2024年第一季度毛利率为20.6%，2023年第四季度为23.5%。此外，自由现金流也由正转负，从2023年四季度的146亿元降为-51亿元。

为何会出现营收增长放缓、利润大幅下滑的现象？理想汽车在

再到组织进行变革等，理想汽车正在发生一系列的变化。

面对问题，理想汽车正在积极作出调整，全面启动并落地组织升级和流程优化。4月3日，理想汽车发布内部全员公告宣布对现行的矩阵型组织进行升级。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“产品与战略群组”，下设“产品线”部门和“质量运营”部门。

财报中表示，总收入环比下滑主要受春节假期相关的季节性因素影响，及3月销售订单不及预期导致的车辆交付量减少，与此同时，2024年第一季度定价策略变化，导致了平均售价的降低。

据了解，理想MEGA于3月1日正式上市，售价55.98万元。自上市以来，这款车在造型设计、售价在网上成为热议焦点。然而，理想

MEGA不及预期，上市第一个月卖出3229辆，第二个月卖出1145辆。

4月，面对激烈的价格竞争，理想汽车也发布了2024款理想L7、理想L8、理想L9、理想MEGA全新价格。其中，L7售价区间为30.18万—35.98万元，L8售价区间为32.18万—37.98万元，L9售价区间为40.98万—43.98万元，MEGA售价52.98万元。相比调整前的售

价，理想汽车此次全系车型降价在1.8万—3万元之间。

为了迎接种种挑战，理想年初制定了激进的80万辆年销量目标，已经被调低到56万—64万辆。今年前

# 挑战雷军、周鸿祎“泼天流量” 广汽高管集体“抢滩”新媒体

本报记者 陈婧斌 广州报道

自北京车展以来，雷军和周鸿祎所引发的流量风暴给各大车企高层带来了前所未有的压力。长安汽车董事长朱华荣在接受媒体采访时表示，雷军和余承东都拥有自己独特的粉丝生态和个人IP优势。他警告说，如果传统汽车行业不做出改变、不加倍努力，将面临被淘汰的风险。

与此同时，雷军个人IP的魅力也引起了广汽集团的关注。在股东大会上，广汽集团总经理冯兴亚提到了雷军及小米汽车，并承认了雷军吸引粉丝和关注的能力。他表示，广汽集团虽然在某些营销场景上有先天不足，但也有自身的优势，例如国企的平台和运营机制。他强调了发挥平台优势、扬长避短的重要性。

最近一周，广汽集团多位高管密集开通了个人新媒体账号，并亲自出镜。这标志着广汽集团在新媒体运营方面的新尝试。冯兴亚已开通并认证了微信视频号和抖音号。此外，古惠南、黄永强、袁小华、文大力、彭宝林以及张彬等多位车企高管也纷纷开通了个人视频号，并开始活跃于公众视野中。

曾担任比亚迪、奇瑞、众泰等主机厂产品经理、销售总监、营销总经理的高江涛告诉《中国经营报》记者，打造个人IP可以让企业更有温度地传播。相比直接传播产品，个人IP传播更具情感和色彩，因此其穿透力会更强。但不可忽视的是新的传播模式也会改变企业传统的营销模式，对传统4S店经营模式产生一定影响。

## 集体“下场”打造个人IP

实际上，早在5月15日，广汽集团的多位高管就已开始陆续开设个人账号。

广汽集团，作为国有企业的代表，正在汽车行业积极打造个人IP，并向新媒体平台发起了全面入驻的决心。

最近，广汽集团的多位管理层集体开设了个人账号，以与用户进行直接互动，展现了公司全方位进军新媒体的姿态。

其中，广汽埃安总经理于5月16日开通了个人微博和视频号账号“AIION古惠南”。他首次发布的内容包括官方账号开通宣传，以及与易建联进行的互动，表达了欢迎大家关注的心态。此外，他还介绍了广汽的智联汽车小镇，并分享了埃安秉持的“working for life，working for better life”的理念，引起了网友们对企业关注员工生活的感叹。最后，他介绍了广汽埃安的用人机制，强调以人为本的企业文化，赢得了网友们的一致好评。

另一方面，广汽乘用车有限公司

司总经理黄永强于同日也开通了个人微博和视频号账号“广汽传祺黄永强”。在他发布的首条视频中，黄永强表达了自己不追求极端风格，而是希望成为“服务派”的态度。他表示愿意倾听用户真实直接的声音，并与大家多交流，为用户提供更好的服务。此外，他还透露了广汽传祺即将推出的新产品系列，引发了广泛期待。

另一位高管，广汽本田汽车有限公司副总经理袁小华于5月17日开通了视频号账号，并发布了首条视频。视频以对话访谈的形式，涉及营销、市场、造车、用户至上等话题。视频结尾，袁小华以谦逊的态度表示希望能够与网友们更多互动，分享更多公司的内部情况。

实际上，早在5月15日，广汽集团的多位高管就已开始陆续开设个人账号。首先是广汽丰田的

“中方一把手”文大力，以及其副总经理彭宝林、市场营销部部长张彬等高管，高调宣布入驻微博和视频号。随后，广汽旗下自主品牌阵营，如埃安、传祺等的总经理也相继宣告开设个人账号，展示了他们的“出道”姿态。黄永强更是在宣传海报上直接表达“老铁请多指教”的心态。

记者从广汽集团采访中获悉，这些高管打造个人IP的背后，离不开广汽集团董事长曾庆洪在5月20日股东会上的呼吁。他指出，传统的销售方式已无法满足市场需求，各领导需要亲自下场推广产品，时代需要公司老板们的亲自参与。“我们的产品也不差，我们最早也是派了300人跟华为一起研发，在L3智驾技术方面我们广汽集团也做得不错，这几个月我和兴亚一直在调研，兴亚也登记了，说你们随便上，视频号也好，微博也



广汽集团管理层在股东大会上回应高管集体开视频号热点。

本报资料室/图

好，抖音也好，要把自己的产品以及自己的东西推广开来。”曾庆洪表示。

冯兴亚也在股东大会上指出，要用新媒体、新方法、新渠道、新措施进行产品营销，“在销售领

域，我们还是有很多需要创新提升部分。和行业先进的营销团队相比，我们还是有很多东西需要不断提高，特别是在思想解放上、营销手法和运营上，还有很大的改善空间。”

## 价格战下增收不增利

传统的汽车销售方式已经跟不上市场需求的变化。未来，更多的企业将转向直接面向消费者的传播方式，即To C模式。

广汽集团多位高管密集开通个人新媒体账号的背后，折射出了广汽集团当前的困境。

2023年对于车企来说是内部竞争异常激烈的一年，而广汽集团也深受其害。

根据广汽集团2023年年报显示，其营业收入达到1287.57亿元，同比增长17.48%，创下历史新高；然而，归属于上市公司股东的净利润却下滑了45.08%，几乎腰斩。

陷入“增收不增利”的困境，广汽集团在年报中指出，面对国内汽车市场的价格战、新能源车补贴退坡等多重压力，全年汽车产销分别为252.88万辆和250.50万辆，同比增长1.97%和2.92%，尽管产销规模位居国内汽车企业集团第五位，但市场份额仅约为8.32%。

广汽集团董事长曾庆洪在股

东大会上就价格战问题回答投资者提问时表示，整个市场竞争异常激烈，尤其是价格战已经激烈到了严重伤害企业利益的地步，企业在“让本”而不是“让利”。这种“让本”行为是不正当竞争，已经开始对整个汽车产业的健康发展造成影响。

值得关注的是，今年一季度广汽集团的营收及净利润也出现下滑。一季报显示，公司营业收入为213.46亿元，同比下滑19.12%；净利润为12.20亿元，同比下滑20.65%。

广汽集团的一季度营收也是国内汽车销售市场的普遍困境。根据乘联会2024年4月份全国乘用车市场分析数据显示，4月全国乘用车零售153.2万辆，同比下降5.7%，环比下降9.4%。今年

来累计零售636.4万辆，同比增长8.0%。

4月自主品牌零售88万辆，同比增长11%，环比下降5%。当月自主品牌国内零售份额为57.4%，同比增长9个百分点；2024年自主品牌累计份额56%，相对于去年同期增加6.3个百分点。4月自主品牌批发市场份额64.1%，较去年同期增长7.9个百分点。

4月主流合资品牌零售45万辆，同比下降26%，环比下降9%。4月德系品牌零售份额19%，同比下降2.2个百分点；日系品牌零售份额15.2%，同比下降3.6个百分点；美系品牌市场零售份额达到5.9%，同比下降2.6个百分点。

4月豪华车零售20万辆，同比下降12%，环比下降24%。4月的豪华品牌零售份额13.2%，同比下降

0.9个百分点，传统豪华车市场需求并不很强。

乘联会分析指出，虽然4月22个工作日，同比多两日，但因价格不稳定等因素导致消费者观望气氛浓厚，4月乘用车零售出现周期性环比下行走势。新能源车的新车价格战带来一定增量，但持续性也不强，内部分化严重，持续价格战下的常规燃油车型大部分没有持续降价的空间，因此市场被新能源车加速侵蚀，带来部分用户的观望，这进一步抑制了销量提升空间。

针对这一趋势，知名品牌定位专家与品牌公关专家詹军豪指出，车企高管在打造个人IP时需要找到产品与营销之间的平衡点。一方面，要确保个人IP的形塑和传播与品牌形象以及产品价值相一致，避免过度营销或夸大宣传引起消费者反感或误解；另一方面，要关注消费者需求和市场变化，及时调整营销策略和方案，以更好地满足消费者的需求和期望。

高江涛则认为，传统的汽车销售方式已经跟不上市场需求的变化。未来，更多的企业将转向直接面向消费者的传播方式，即To C模式。

“传统的汽车营销通常是通过经销商向市场传播，即从B端到C端，或者通过媒体进行传播。而现在，随着企业高管打造个人IP的趋势，他们可以直接通过To C模式与消费者进行互动。利用互联网直播等方式，企业可以直接面对消费者，这种营销方式更为直接、高效。然而，需要注意的是，这也必将对传统的经销模式造成一定的冲击。”高江涛表示。

# 段建军：相较短期的“泼天富贵”，奔驰更看重长期的客户口碑

本报记者 张硕 北京报道

“前阵子，我们在网上看到一种说法：说奔驰‘停止全面电动化战略’，后来又演变成了‘全面停止电动化战略’。在这里，我也想郑重地和大家澄清，这两个信息都不对，都是以讹传讹。”

近日，北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官

段建军在接受《中国经营报》记者采访时主动辟谣：“梅赛德斯-奔驰一如既往地坚定推进电动化进程。我们将保持战略聚焦，并采取一切必要步骤推进电动化。”

梅赛德斯-奔驰携1款全球首发、7款中国首发及车展首秀、8款中国上市的全品牌21款车型和前瞻数字科技重磅登陆。其中，G级车、迈巴赫都带来了电动新产品，

实现了全品牌的电动化。

“电动化进程节奏由客户需求和市场状况决定，因此我们保持战术灵活。从中国客户的实际需求来看，不同地区、不同细分市场的客户对于车辆驱动方式有着不同的偏好，尤其在豪华细分市场的丰富产品选择，充分满足客户不同的用车需求。”段建军向记者分享了梅赛德斯-奔驰的产品策略提出的原因。

展望未来，段建军表示，凭借深耕中国豪华细分市场的经验和洞察、不断进阶的产品阵容、更懂中国的科技实力、匹配客户电动化、数字化需求的服务生态，我们有信心、也有能力在电动化进程中持续获得更多客户认可。

而对于当下热议的跨界造车、车企掌门人直播等话题，段建军也做出了积极回应：“我们乐于看到多样化的参与者加入到汽车行业的赛道中，因为充分的、良性行业竞争，最终将惠及消费者，并促进整个行业发展。”

此外，段建军还表示，在这个过程中，我们对于新的企业、新的行业举措也在保持关注，并且以开放、谦逊的心态，观察新的业态和新的玩法。“当然，每个企业正处在不同的发展阶段，我们的业务目标、业务需求和当下的客户期待可能都各不相同。因此在实操层面，我们也要结合企业发展阶段、自身品牌特点和业务需求，来进行辩证

化的判断。各个厂家都在探索对销售和品牌建设更有益的营销方式，许多高管直播试驾、直播带货，究其根本是创造更多和大家见面交流的机会。”段建军进一步解读道。

段建军坦言，对于从事市场营销的人而言，没有人会拒绝“流量”，但奔驰更倾向“带劲儿”的流量——“比如昨天我们全球首发电动大G，它从7米高、100%（45度）的坡上，缓速下坡且智能倒车上升，中间几乎没有间断、可以丝滑后退，在全国全媒体都得到了广泛的、积极的传播，我们所有同事都觉得这波流量非常‘带劲儿’。我们认为，要让营销更‘带劲儿’，不能留于形式主义，不能哪里有流量就去哪里，而是要依据自身特点，找到适合自己的产品、服务、品牌的独特表达。”

段建军继而表示：“对奔驰而言，从过去到现在，我们都不是一个‘唯流量论’的企业。相较于短期的‘泼天富贵’，我们更加看重的是客户对我们的产品和服务的长期口碑，以及我们为客户、合作伙伴、行业带来的长期价值。同时，在市场竞争中，奔驰永远会保有自己的标准、底线、定力和节奏。”

## 对汽车的认知，是决定差异化和成败的重要壁垒

面对风云诡谲的时代，奔驰如何把豪华用户服务好？当下对于豪华品牌的定义有哪些变与不变？段建军表示。

在汽车技术飞速发展的时代，很多原有的行业壁垒正在迅速消失，而对于汽车的认知，是决定差异化和成败的重要壁垒。

莎士比亚说，一夜可以造一个暴发户，但三代才能培养一个贵族。贵族，归根到底是精神层面的。段建军认为，奔驰之所以为奔驰，奔驰之所以为豪华标杆，是源于奔驰在过去138年里积累的、无法复制的，对产品技术、安全质量、机械素质、品牌体验、高端人群服务的综合认知。

“现在豪华的概念被用得很泛滥，各种定语都往上加。我在很多场合都表达过一个观点：‘豪华’认知，绝不是一辆车，或者一代车能构建的，而是需要长时间的积累和沉淀。”

对此，段建军也分享路径支撑——那就是始终坚守的“奔驰标准”。据其介绍，奔驰以客户的需求为指南，坚持138年经验中得来的豪华认知，持续为用户提供100%原汁原味的梅赛德斯-奔驰产品、技术、服务及品牌体验。

“我们充分尊重客户对于汽车驱动方式的多元需求，让‘无论油电，都很奔驰’；同时充分尊重客户对于智能化的追求。在奔驰，智能科技不是电车的专属配置，我们做到‘无论油电，都很智能’。以去年年底上市的全新长轴距E级车为例，其搭载了业内领先的8295芯片、携手Unity将渲染做到极致的高德定制导航、专为中国深度定制开发的L2+系

统、第三代MBUX交互系统等，智能化水平跻身行业头部梯队。”

“在奔驰，交车不是终点，而是‘随时随地，放心奔驰’的客户旅程的起点。”段建军用一句话精准概括了当下部分消费者的痛点，而这也是豪华品牌奔驰的优势之一。“我们充分尊重客户对于服务迭代的期待。中国人常说，锦上添花易，雪中送炭难。从客户服务角度来讲，当车辆需要保养、技术故障排查时，当遇到冰雪暴雨极端天气时，如何做到危急时刻的雪中送炭？我们非常自豪地说：我们有最成熟强大的经销商网络之一，覆盖全国超750个网点；我们有最先完备的标准化流程之一，从2006年就成为业内首批全国推广落实标准化服务流程的品牌；我们有最专业的一线服务团队之一，拥有完善的、可持续的零售人才发展体系，仅2023年，我们就向经销商提供了近千门课程、超57万人次的定制化培训。这些数字虽然说起来容易，但背后都是大量精力的投入和工作。”对此，段建军如数家珍。

而对于汽车最重要的“根”，段建军强调：“我们充分尊重客户对于汽车安全的重视，并不断升级延展安全概念的落地，从车辆安全到数字安全，以此保证我们持续输出豪华的产品体验。以E级车为例，第三代E级车以开创性的可溃缩式安全车身树立了行业安全标准，而第十一代的全新长轴距E级车把汽车安全概念从车身实体安全延展到了数字安全，通过‘数据私有、模型共享’，真正做到了数据严防死守，隐私有保证。”

段建军表示：“从梅赛德斯-奔驰超级充电站于2023年10月在中国启用。基于对电动汽车认知和发展阶段、充电客户群体方面的一致看法，奔驰与合作伙伴投资成立了北京逸安启新能源科技有限公司，首批充电站计划于今年起在中国重点新能源城市开始运营；到2026年年底，计划在华建设至少1000座超级充电站，约7000根超充电桩。截至目前，奔驰已经覆盖全国超360个城市及‘十纵十横、两环’高速公路快充网络；接入近65万根充电桩，包括近51万根直流快充电桩。



段建军  
北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司  
总裁兼首席执行官

奔驰品牌，到梅赛德斯-AMG、梅赛德斯-迈巴赫、G级越野车，我们已经实现了全品牌产品阵容的电动化。这也足以说明，网上有些讨论里说的，‘奔驰停止电动化战略’是谣传。”

“我们在推进更懂中国的豪华智能进阶，我们在中国建成了德国以外最全面的研发网络，也是奔驰全球人员增长最快的的研发部分。我们京沪联动的中国研发中心正在不断拓展研发布局。”段建军介绍道。

资料显示，全球首批梅赛德斯-奔驰超级充电站于2023年10月在中国启用。基于对电动汽车认知和发展阶段、充电客户群体方面的一致看法，奔驰与合作伙伴投资成立了北京逸安启新能源科技有限公司，首批充电站计划于今年起在中国重点新能源城市开始运营；到2026年年底，计划在华建设至少1000座超级充电站，约7000根超充电桩。截至目前，奔驰已经覆盖全国超360个城市及‘十纵十横、两环’高速公路快充网络；接入近65万根充电桩，包括近51万根直流快充电桩。

# 奥运营销风潮起

本报记者 刘旺 北京报道

还有不到100天的时间,巴黎夏季奥运会将正式开幕,围绕着奥运会进行的营销活动也已经接展开。与以往相比,巴黎奥运会也呈现出一些新的特点。《中国经营报》记者注意到,巴黎奥运会是疫情之后首次观众全面回归看台的第一届夏季奥运赛事,线下场景全面激活,对品牌的落地营销、线下消费的开展有着积极的

## 奥运会的新变化

巴黎奥运会在项目设置上做了大胆的尝试。

实际上,中国企业若想做好营销工作,就要先看到巴黎奥运会的变化与趋势。

记者了解到,在《奥林匹克2020+5》议程中,“更年轻”成为奥运会在未来15项改革中贯穿始终的理念之一。可以看到,巴黎奥运会在项目设置上做了大胆的尝试,引入了多项深受年轻人喜爱的运动项目。霹雳舞(Breaking)、滑板、冲浪和竞技攀岩等项目被正式纳入奥运会比赛项目。这些项目不仅代表了年轻、活力和都市文化,也展现了奥林匹克运动对新潮流的接纳和包容。

日前,国际奥委会在上海举办了奥运历史上首个奥运资格系列赛,为年轻运动员提供了展示的舞台,也使得奥运资格赛更加集中和有影响力。

北京体育大学中国奥林匹克高等研究院副教授王芳认为,从奥运设项的变化来看,时尚、包容、多样性是其追求的方向,更“潮”、更年轻的小众项目更容易被吸纳。“滑板、攀岩、冲浪项目参赛人群年轻,表演性更强,观赏起来更轻松,表现形式也更酷炫,让人有耳目一新的感觉。”

根据组委会官方数据,4天的赛事,入场观众达4.5万人,18岁以下观

推动作用。同时,线上社交媒体、互联网平台的成熟,也给品牌触达营销人群提供了更多的渠道。

从新增的滑板、攀岩、霹雳舞等赛事可以看出,奥运会正在朝着时尚、年轻化的方向转变,这也契合当下品牌营销的着力点。最为重要的是,中国体育军团在各个领域连创佳绩,出现了不少备受外界关注的明星运动员与明星运动队,也让企业开展营销动作有了更多、更优质的合作对象。

占比30%,18—45岁观众占比58%。上海市体育局竞赛处处长刘琦提到:“这是一份年轻的答卷。”奥运会年轻化的另一个表现,则是运动员的年轻化,以95后、00后运动员为主力的新一代运动明星正在快速成长。他们拥有更新明的性格特征、更精细的粉丝族群和更强的社群号召力。

另外,作为自2016年里约奥运会后观众首次全面回归看台的夏季奥运会,巴黎奥运会的线下场景和消费将面临着全面激活。但在这个过程中不能忽略线上传播的作用。目前,线上观赛和社交媒体已经成为主要的传播力量,确立了数字营销在大型赛事中的核心地位。一方面,Z世代作为新兴的体育爱好者,倾向于根据个人喜好灵活选择赛事内容,实现个性化的观赛体验;另一方面,互联网的普及消除了地理和时间的限制,使得粉丝们能够轻松加入线上社群,共享观赛体验,这不仅加强了粉丝间的互动,也促进了社交分享和内容消费的增长。

体育营销服务商禹唐体育就曾撰文指出,这种新型的传播方式不仅提升了观赛体验,还为品牌提供了更多与消费者互动、塑造品牌形象的机会。

## 奥运营销新思路

奥运会的新变化,也给企业营销带来了新思路。

在奥运营销金字塔中,位于顶部的是国际奥委会TOP赞助商和巴黎奥运会本土官方赞助商,但受到成本、时间、营销品类和范围等因素的制约,这部分资源并不适合国内品牌。因此,国家队赞助、运动员代言以及创意营销应该是国内企业投资奥运营销的主要着力点。

巴黎奥运会可以称为近十年来规模最大的体育盛事之一,预计将吸引全球40亿电视观众,1300万现场观众和2万名记者。在这场比赛中,金牌无疑是最受关注的焦点。根据尼尔森旗下的Gracenote对2024年奥运会虚拟奖牌榜(VMT)预测,美国将在巴黎奥运会上赢得最多的奖牌,中国预计在奖牌总数上排名第二,但金牌总数将是第一名。东道国法国的金牌数排在第三位。

企业的常规营销也大多围绕着这一点来进行。有媒体统计,回顾第一季度代言,跳水队、乒乓球队、羽毛球队、游泳队仍然是市场

中最受欢迎的投资标的。尤其是形象好、成绩稳定、综合评分高的金牌运动员,已成为各大品牌眼中的香饽饽。在传统强项之外,一些在职业赛事、垂直领域表现出色、有话题度的运动员也进入主流视野,搅动代言市场。

显然,奥运会的新变化,也给企业营销带来了新思路。清华大学品牌营销高级研究员孙巍表示,年轻消费者永远是消费的主流势力,也在引领新的消费趋势。因此,品牌需要从年轻化出招,才能抓住机遇传递好企业新形象。

这在奥运会中也得到了充分体现。首先是年轻化的新项目对年轻人的吸引。王芳曾提到,通过东京奥运会可以发现,近年来多个小众项目已成为奥林匹克的新生力量。“特别是极限运动在吸引赞助、制造视觉效果乃至形成跨界产业方面,都展示出不俗的实力。”

新运动项目也为品牌营销带

来更丰富的代言人选。如中国霹雳舞国家队运动员刘清漪,2022年就获得了首个世界霹雳舞顶级赛事冠军,2023年在杭州亚运会夺冠,获得了直通巴黎奥运会的资格。据相关媒体报道,围绕着这一运动项目,特步、东鹏饮料、余姚宝等品牌在杭州亚运周期就选择提前押注。

中国体育产业资深专家、中央电视台体育频道原首席策划房学峰认为,对品牌而言,每个中国运动员都是看点,奥运会的价值不止于成绩本身,运动员背后的故事和生活都能够提供丰富的营销内容素材,而每位运动员身上都有值得追逐的热点,品牌要从中找到匹配自身需求的价值点。

另外,在冠军明星运动员备受企业追捧,代言费水涨船高的同时,“押宝”运动员并不适合所有的企业。关键之道体育咨询公司创始人张庆认为,如果有足够的预算,寻找与品牌调性相吻合

的运动员固然很好。但如果预算不足,同时要考虑增强传播效率,就可以考虑退役选手、志愿者、场馆设计师等,寻找“有种、有料、有趣”的人物,有机会利用较少的投入,用充分的故事来跟消费者做沟通。

奥运会对中国制造来说,带来了广阔的发展空间。义乌海关的数据显示,今年1—2月份,义乌对法国的出口额同比增长42%,达到5.4亿元人民币,其中体育用品的出口增长更是高达70.5%。阿里国际站的数据也显示,今年3月,向法国出口的体育用品数量激增,网球服、定制运动服、训练头盔、户外运动服等热门商品的出口量至少翻了4倍。同时,对企业出海来说,大型赛事也提供了广阔的舞台。据了解,目前,头部运动品牌针对奥运会进行了相关布局,签约运动员代言人或者国家队,中国品牌“登上”领奖台,或许在巴黎奥运会又将上演。

## 争抢蛋糕

当然,也有企业通过各种渠道与奥运产生关联。

面对奥运会的新变化和营销新思路,中国企业围绕着巴黎奥运会的营销战已经打响。

较早做出动作的是中国乳业。此前,伊利邀请国家体育总局射击、羽毛球相关领导,中国奥运首金获得者许海峰、亚洲第一位网球大满贯女子单打冠军李娜,羽毛球世界冠军黄雅琼、郑思维,吹响共赴巴黎的号角。

在活动现场,不仅发布了巴黎定制装新品,由新生代运动员共同组成的“伊利之队”正式亮相,其中包括00后小将全红婵、陈芋汐为代表的中国跳水队,由张雨霏、覃海洋领衔的中国游泳队,以及新生代乒乓

球运动员樊振东、孙颖莎、王楚钦等。此外,还官宣了刘翔为代言人,并发布了一条名为《好久不见》的视频,打出了“副情怀牌”。

记者注意到,本届奥运会的赞助企业当中,有两家中国企业名列奥林匹克全球合作伙伴的席位,分别是蒙牛和阿里巴巴。据悉,奥林匹克全球合作伙伴将获得在全球范围内使用奥林匹克知识产权的权利。

同时,这些企业还将拥有广告优先权,以及奥运会期间参与赞助圣火传递,奥林匹克公园和赛场产品专卖、展销、促销的权利,并享有全球范围内产品、技术、服务类别的

排他权利。以蒙牛为例,在线上,蒙牛直播间邀请了邓亚萍和田亮等知名运动员,使得品牌活动迅速传播。在5月19日的奥运资格赛上海站中,蒙牛也进行了一系列的营销。#巴赫欢迎废墟上重生女孩来巴黎#、#巴赫点赞蒙牛要强大使廖智#等相关话题登上热搜。

除全球合作伙伴之外,巴黎奥运会还有其他的赞助层级,分别为高级合作伙伴、官方合作伙伴和官方供应商。当然,也有企业通过各种渠道与奥运产生关联。如盼盼食品就宣布将作为2024年巴黎奥运会中国体育代表团官方赞助商。此外,凭借冰墩墩打开知名度的元隆

雅图透露,正在为部分巴黎奥运会赞助商、奥运TOP合作伙伴设计生产奥运主题礼赠品。

值得注意的是,根据媒体报道,2019年7月,国际奥委会批准修改了一项关于运动员商业规则的条例。在新规之下,奥运期间保证官方赞助商(直接与国际奥委会达成赞助合作的品牌方)利益的同时,允许运动员和其他奥运会参与者使用和适度曝光其个人赞助品牌,提高相关赞助商在奥运会曝光品牌的机会。

这意味着,企业将有更多的路径在奥运的舞台上亮相,这场没有硝烟的营销战,或许将在赛场上迎来高潮。

中国经营报  
CHINA BUSINESS JOURNAL



扫码了解更多

以人为本  
科技向善而行

# 出海业务增长超内地 潮玩“掘金”东南亚

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

日前,有部分潮玩品牌发布的财报显示,海外市场的营收增长显著。例如,在名创优品、泡泡玛特等企业最新披露的数据中,2024年一季度营收同比大幅增长。

## “东南亚顶流”

加码布局海外市场,为潮玩品牌们带来了业绩上的丰收。

“我准备多买几只给泰国的朋友,曼谷那边需要排队抢。”在泡泡玛特新加坡门店消费的小林告诉《中国经营报记者》,他所购买的一款“LABUBU”公仔目前很火,加上流量明星也争相购买并展示,在泰国境内溢价超五倍多。由于地理位置临近,他趁来新加坡的机会做起代购生意。

在社交媒体和二手交易平台,记者发现,LABUBU 确实可以称得上是“东南亚顶流”。即便价格

根据最新发布的《2023 全球授权市场报告》,2022 年全球授权商品及服务零售额增长至 3408 亿美元,较 2021 年增长 8.02%,在零售、娱乐、体育等多个类别中,授权商品的全球销售额持续增长。在这背后,其实是品牌利用 IP 经济,不断提高创新能力,以

文化的新质生产力走出国门,逐渐增大了在国际市场中的竞争力和影响力。

中国商业联合会专家委员会委员赖阳认为,当下各类品牌的出海意愿强烈,尤其是文创和餐饮行业,各家都期待能在海外沃土上验证自己的商业模式。但不

同地区的营商环境差异较大,了解市场的成本很高,从营业标准、门店装修到物流、税收甚至金融贷款,可能刚开始都是“两眼一抹黑”的状态,企业通常需要耗费大量人力和财力去摸索,因此,需要海内外提供更多的沟通机会,为民营企业出海提供服务。



视觉中国/图

## 扩张之道

随着中国品牌开始走向世界,海外大城市的商圈或华人聚集区是品牌设店的主要选址。

对于快消品牌,在国内的扩张路径通常是从区域到全国,但走出国门,显然第一步是打响品牌。

赖阳指出,当下全球消费者进入到吃喝逛玩一体化的“体验式经济”,享受沉浸式消费的乐趣,文创作为极具地域特色的品类,更应该注重门店选址和设计。

随着中国品牌开始走向世界,海外大城市的商圈或华人聚集区是品牌设店的主要选址。在网络流传的一张图中,米兰唐人街仿若中国的县城街区,众多中国品牌诸如喜姐炸串、袁记云饺、茶百道等屹立街头。据记者不完全统计,众多品牌选择在纽约、巴黎、伦敦、悉尼、伊斯坦布尔、吉隆坡等全球知名城市核心商圈开出当地首店。

首店是品牌在当地打响的第一枪,营收固然重要,但只有开出更多盈利的店,才能验证其商业模式的

可行性。

“目前已在美国有 120 余店,进驻了 20 多个州。我们的目标是在美国各地广泛开店,尤其是各州人流密集的核心商圈或商场,譬如已经开业的位于纽约时代广场、soho、Tangram、Florida Mall 以及 American Dream 这样优越位置的人流量商圈。”名创优品相关负责人告诉记者。

随着商业模式在当地被验证,接下来就是开出更多的门店,这对供应链、经营模式、资金管理的要求都会随之提高,也会影响品牌的扩张步伐。

据了解,名创优品在海外市场有近九成门店为加盟店或代理店。业内相关人士认为,合伙人模式是名创优品在海内外得以快速扩张的重要原因,比如名创优品法国代理由当地多个具有影响力的

截至 2024 年 3 月底,已在全球构建了超 6600 家门店的零售网络,其中海外市场近 2600 家。他提到:“以印尼为例,我们会根据印尼城市的经济发展和消费水平、人口数量和结构,以及商业业态分布等因素决定门店布局和具体的门店选址。目前,门店已经进入印尼的 90 多个城市,人口在 10 万以上的城市几乎均有布局。”

加码布局海外市场,为潮玩品牌们带来了业绩上的丰收。5 月 14 日,据名创优品相关负责人介绍,

名创优品发布未经审计的 2024 年一季度业绩,海外市场的收入同比增长 52.6%。泡泡玛特 2024 年第一季度最新业务情况则显示,其港澳台及海外营收同比增长 245%—250%。

对此,赖阳指出,近年来东南亚地区发展非常快,消费能力飞速提高,因此中国企业瞄准了这个非常好的契机,抢着在东南亚布局。“前两年,一些消费品牌在这里开出首店,也都取得了不错的业绩,自然是希望能够继续开拓市场。”

和闪,可以通过低投入的方式快速开设出一个消费和体验的场景,也可以闪亮地出现在当地市场,这可以成为社交媒体的亮点,也是非常好的营销素材。”

著名顶层设计专家、清华大学爆点战略营销顾问孙巍则认为,文创产品出海最重要的就是品牌通过不断试水,摸索出了一套适合本地化的办法;同时做到学习和适应本地文化,利用本地化和国际化潮流开发爆点产品,做到“入乡随俗”的产品文化爆点创新。

孙巍认为,企业出海最不确定的因素主要有三,即文化水土不服,本地化营商环境不适应,对消费者不了解。因此,品牌出海需要做到“早快多”:一开始试水学习要早,积累宝贵经验;企业文化本地化适应要快,融入本地文化;聘用本地化人才要多,“取之于海、用之于海”。

## 出海路漫漫

品牌国际化之路不仅涉及产品、销售和渠道,更涉及金融和资本市场。

如何进一步刷新全球消费者对中国创造的认知,在本土化的同时递交中国品牌的名片,是出海企业面临的一道难题。对于潮玩品牌来说,IP 是品牌深耕海外市场的重要法宝。而对于 IP 产品来说,知识产权尤为重要的。

对此,孙巍提醒,企业在出海前需要了解知识产权方面的风险,避免类似瑞幸泰国商标案事件的发生,应该遵守国际知识产权规则,积极参与知识产权的保护和申请工作;同时也要加强本地化运营的管理条例,做到保护自己和侵权。

近日,据泰国媒体报道,泰国中央调查局、消费者保护协会及工业产品标准办公室对暖武里府 Bang Yai 区的一家百货商场突击检查,查获了大量的不符合生产标准的盗版 LABUBU 玩偶。目前警方正与相关部门合作,对这些不法行为进行调查,并依法打击。

值得注意的是,品牌国际化之路不仅涉及产品、销售和渠道,更涉及金融和资本市场。

5 月 17 日,特海国际(09658.HK)的美国存托股份(ADS)在纳斯达克全球市场上市。据了解,特海国际是火锅连锁品牌海底捞的海外业务公司,2022 年 12 月 30 日从海底捞拆分,在

联交所独立上市。特海国际财报显示,2024 年一季度,特海国际和上期相比盈转亏,主要原因在于汇兑损失,公司在这一期间由于汇兑损失而亏损了 1300 万美元。

赖阳指出:“国内企业在刚出海时,可能不是很了解当地的营商环境,容易遇到物流扣押、资金罚没等困境,因此,驻外的商务机构应该多加强一些与国内行业协会和海外相关协会的沟通,比如说请海外专家到国内来进进行海外营商环境推介。”

他认为,应该多给出海的民营企业提供服务,使其了解海外市场的相关规则,帮助企业“少走弯路”。在他看来,让更多处在国际化征程中的中资企业搭建桥梁,了解当地税收法规、用工制度、金融融资贷款等具体事宜,使其顺利融入本地生态,是需要双方相关机构共同促进的。

记者注意到,新加坡一直以来都是国内企业出海的热门目的地。相关人员告诉记者,在其投资促进机构官网上,对如何选择合适的企业结构并注册企业、新加坡的税收体系、新加坡针对外资企业的鼓励政策、如何解决人才、空间和公共设施方面的需求等有清晰的规则说明。

# 酒企披露 ESG 报告 行业整体评级有待提高

本报记者 党鹏 成都报道

已经陆续披露完毕的酒企 ESG(即环境、社会、公司治理)报告,备受行业关注。

截至目前,A 股 20 家白酒上市公司中有 18 家企业披露了 2023 年 ESG 报告,仅金种子酒、皇

## 酒业 ESG 强制披露进行时

5 月份起,沪、深、北三大交易所正式实施上市公司可持续发展报告指引(以下简称“指引”),将引导和规范上市公司发布《上市公司可持续发展报告》或《上市公司环境、社会和公司治理报告》(ESG 报告)。数据显示,目前指引覆盖需强制披露可持续发展报告的 A 股上市公司数量约 457 家,这些公司应最晚在 2026 年首次披露 2025 年度《上市公司可持续发展报告》。

《中国经营报》记者注意到,A 股上市公司中 38 家酒业企业(21 家白酒,17 家非白酒)中,有 11 家酒企进入强制披露名单,分别是:贵州茅台、五粮液、山西汾酒、古井贡酒、水井坊、洋河股份、今世缘、口子窖、重庆啤酒、泸州老窖、青岛啤酒。其中,相对 20 家 A 股白酒上市公司而言,强制披露的占比达 45%。

“从原料种植、水资源使用、能源消耗到包装运输等方面,白酒的各生产环节都直接关系到环境保护,对白酒企业而言,建立并参与 ESG 管理不仅是对外界展示其环境保护承诺的一种方式,更是企业自身可持续发展战略的重要组成部分。”时代商学院研究报

台酒业两家企业未披露,且它们历年也未曾披露。

根据 MSCI ESG 明晟(即摩根士丹利资本国际公司)评级显示,目前中国酒业行业的评级普遍不高,同时执行标准还需要进一步完善。

白酒行业专家肖竹青表示,

我国大型酒企在缺乏 ESG 人才的同时,同样缺乏推动 ESG 实践的经验。现在中国酒企的 ESG 工作,大部分仍停留在慈善、捐款捐物的基础阶段,在发动上下游供应链伙伴一致行动,以及节能减排、减少碳排放等方面的工作,都有提升空间。

丰建议应该加强“ESG+T”,即要把科技诸如区块链、物联网、云计算、人工智能赋能 ESG。

“我们做 ESG 时经常会参照各种评级标准,绝大多数评级标准都是国外的。”洪宗华认为,国内的白酒行业也好,其他传统行业也好,在开展 ESG 可持续发展工作,以及进行相关信息披露的时候,其实也需要我们自己的标准。

白酒行业专家蔡学飞认为,希望通过此项举动推动企业更加透明地披露其 ESG 方面的信息,以促进可持续发展和提升企业的透明度。而中国酒业本身就是区域生态环境的产物,本地水、土、空气、微生物等环境保护与研究,对于酒类产品发挥着决定性的作用,并且生态环境的稀缺性是酒类产品溢价的主要来源。因此,ESG 工作本身就是酒企的日常工作,两者有着天然的共通点,较多酒企强制披露 ESG 可能与环境信息披露的完整度、企业报告的编制原则有直接关联,也涉及酒企的一些经营生产环节统计等原因。“酒企积极地开展相关工作,有利于企业在融资、经营、税收等政府支持方面获得相应的积极效益。”王元丰提到,有一些酒企 ESG 报告只有几页纸,有的 ESG 报告相当于企业的画册来宣传自己的内容。“ESG 就要量化,没有目标,光讲故事不是 ESG。”王元

## 国内酒企 MSCI 排名普遍偏低

统计显示,截至最新评级日期(2024 年 5 月),A 股 20 家白酒上市公司共有 14 家被纳入 MSCI ESG 评级。

与国内其他行业相比,白酒企业的 MSCI ESG 评级相对落后。相关数据显示,在被 MSCI 纳入其 ESG 评级的全球 101 家饮料行业公司中,评级为 BB 级的企业占比为 14%,B 级、CCC 级的企业占比合计为 28%。相比之下,A 股大部分白酒企业在 MSCI ESG 评级中处于饮料行业的后 42%。

此外,在被 MSCI 纳入其 ESG 评级的 A 股 667 家上市公司中,评级为 BB 级及以上的公司为 256 家,占比 38.38%;而白酒企业评级为 BB 级及以上的公司占比只有

14.29%,不及 A 股整体水平。

近日,11 家强制披露 ESG 报告的酒企 MSCI 评级显示,其中重庆啤酒为 A 级,水井坊、洋河股份、青岛啤酒为 BB 级,贵州茅台、五粮液、泸州老窖、古井贡酒、山西汾酒五家酒企为 B 级,今世缘、口子窖为 CCC 级。

就此,蔡学飞认为,ESG 本身致力于健康绿色生活,而由于酿酒行业的产业特殊性,酒企比较传统,又大多处于经济欠发达地区,在环境保护、社会贡献、管理效能等方面也需要不断加强,这决定了短期内 ESG 评分不高,这是行业属性决定的,也是酿酒行业需要积极改善和加强的。

但首经贸工商管理学院院

## 排碳、耗水是酒行业发展掣肘

根据 MSCI 的行业分类标准,白酒属于饮料行业之下的白酒与葡萄酒细分子行业。该行业的 ESG 评级标准中,环境(E)维度的权重最高,为 40%;社会(S)维度和公司治理(G)维度的权重分别为 25%、35%。

在环境维度的关键指标中,水资源压力、包装及废物、碳足迹的权重分别为 20%、10%、10%,为该维度的三项核心议题。

“白酒行业对水资源的依赖性较强,工艺制造过程中易产生大量的废水,如在润粮、堆积发酵、入窖发酵、蒸馏等各过程中。因此,在水资源管理方面的表现是评价白酒企业 ESG 实践的重要指标。”时代商学院表示。

根据企业发布的 ESG 报告,从生产端来看,2023 年,A 股白酒企业平均每生产 1 吨酒用水总量达到 29.2 吨,其中,每生产 1 吨酒类产品用水总量较低的前五名公司分别为顺鑫农业、今世缘、口子窖、

洋河股份、泸州老窖。此外,在水消耗总量上,贵州茅台年消耗高达 848 万吨,水资源消耗强度为 84.08 吨/千升,在 A 股上市酒企已发布 ESG 报告中排名第一,但在废水排放总量的酒企中,贵州茅台的废水排放强度较低。

此外,就碳排放而言,“白酒行业部分企业仍采用传统低效的生产方式及落后的工艺设备,在生产过程中消耗大量煤炭、电力等能源,由此产生大量的二氧化碳排放。”时代商学院表示。

2023 年,每生产 1 吨酒类产品的,企业温室气体排放量最低的是顺鑫农业,为 0.22 吨二氧化碳;贵州茅台要排放 2.54 吨二氧化碳,相当于约 976.92 公斤标准煤燃烧后产生的二氧化碳量;口子窖在生产端的温室气体排放强度最高,每生产 1 吨酒类产品要排放 10.34 吨二氧化碳。

蔡学飞认为,酿酒耗水、碳排

长、中国 ESG 研究院院长柳学信曾公开表示,无论是上市公司可持续发展报告自律监管指引,还是 ISSB 准则(国际可持续发展准则理事会制定的),旨在为资本市场提供一套综合性、全球化的高质量可持续信息披露标准,均采用了“治理—战略—影响、风险和机遇管理—指标与目标”核心内容披露框架,指引还加入了中国特色议题。因此, MSCI 评级体系仅能作为部分参考,要想更真实地看到中国白酒企业 ESG 报告的评级情况,还应参考国内体系,如中证指数、国证指数、Wind ESG 等评级体系。而从他们展示的信息来看,目前白酒企业的整体 ESG 评级并不算低。

放与工艺流程、季节、批次等都有直接关联,而且与企业资源利用效率、当地的整体资源使用水平密切相关,废水、碳排放的处理更是在一定程度上反映了企业的产业化发展程度。应该说,水土生态都是酿酒的根本所在,良好的水资源利用与更优的碳排放管理也是酒企未来 ESG 重要的改进方向。

蔡学飞表示,ESG 推动了酒企向着更负责任的方向转变,在环保、税收、员工福利、清洁生产等方面有着积极价值,从而促进中国酒行业正面价值的提升,这些酒企努力的方向,也是 ESG 对于中国酒行业的核心价值所在。王元丰认为:“全球的环境治理已经进入了一个新阶段,从 COP28 大会形成了人类社会要从化石能源向可再生能源转型的共识,对 ESG 的发展产生了非常深远的影响。未来,随着我国‘双碳’政策进一步趋紧,对 ESG 的量化工作提出了更高的要求。”

# 内卷加剧 咖啡企业持续调整品牌策略

本报记者 钟楚涵 蒋政 上海报道

近一年多以来,以库迪咖啡、瑞幸咖啡为首的“9.9元”低价咖啡在市场上流行起来,不少连锁品牌以及个体咖啡店跟进,由此带动咖啡行业掀起了一股低价咖啡热。与此同时,低价咖啡快速发

展所带来的影响也体现到了企业业绩中。星巴克2024财年第二季度(2024年1月1日至3月31日)财报显示,星巴克在中国市场门店销售额下降程度高于预期;瑞幸咖啡2024年一季报则显示,其在营收增长的同时利润大幅下滑。

和君咨询合伙人、连锁经营

负责人文志宏告诉《中国经营报》记者:“造成上述业绩的根本性原因在于,目前中国咖啡市场面临激烈的竞争,且主要是以价格作为竞争手段。价格战的背后则是企业对市场的争夺,比拼的是企业硬实力,最终的结果将会是‘剩者为王’。”

**业绩不达预期**  
艾媒咨询CEO张毅认为,星巴克门店销售额下降是多方面因素导致,首先,瑞幸咖啡及其他大批本土品牌快速崛起,导致市场竞争加剧。

星巴克财报显示,2024财年第二季度,公司营业收入为85.6亿美元,同比下降2%;净利润为7.72亿美元,同比下降14.96%。财报披露当晚,星巴克股价大跌。

其中,中国门店销售额同比下降11%,市场预期为下降1.64%。在门店数量上,星巴克2024财年第二季度在中国市场新增门店118家,同比增长14%;门店总数为7093家。5月17—20日,记者多次致电星巴克企业管理(中国)有限公司,电话没有接通。

艾媒咨询CEO张毅认为,星巴克门店销售额下降是多方面因素导致,首先,瑞幸咖啡及其他大批本土品牌快速崛起,导致市场竞争加剧。尤其在价格方面,不少本土品牌推出低价策略吸引大量的顾客,这直接造成星巴克的市场份额被侵蚀。

具体来看,近几年国内咖啡行业发生了激烈的价格战。公开资料显示,2022年库迪咖啡成立。2023年2月,库迪咖啡开启“百城千店咖啡狂欢节”,70余款产品均9.9元起。随后,瑞幸咖啡跟进,推出9.9元咖啡产品。在两大规模企业的带领下,不少品牌纷纷推出折扣产品,行业由此进入低价竞争时代。5月23日,记者搜索抖音及其他平台注意到,不少品牌正在进行较为低价的产品

品营销活动。

其次,中国市场消费者的变化也是星巴克业绩下滑的原因之一。张毅认为,近几年国内消费者的消费行为发生非常大的变化,主要体现在购物习惯、消费偏好以及休闲娱乐习惯等方面,消费者对时尚高端、潮流的理解也发生了变化。此外,一些消费者更倾向于寻求高性价比的产品和服务。

最后,在模式上,以星巴克为代表售卖第三空间的模式也不再新颖。

上海啡越投资管理有限公司董事长王振东向记者表示:“现在,人们对于公共休闲空间的选择已经越来越多。从空间的角度来说,人们对于空间的需求也在发生转变。(咖啡馆)周边的许多公共资源也在争夺消费者对于第三空间的需求,比如,越来越多的人会选择去社区图书馆,还有肯德基、麦当劳等连锁快餐这类地方,以满足自身对第三空间的需求。”

业内专家认为,第三空间这一模式也会导致企业的成本压力较大。张毅指出,本身行业的价格战就导致成本压力增加,星巴克的门店通常开设地点以城市的商业中心为主,门店面积相对比较大,在咖啡厅里面算是最大的类型,在此背景下,其成本压

力就会变大。同时,由于其成本问题,也导致星巴克的售价相对较高。

除了星巴克业绩不达预期,瑞幸咖啡发布2024年第一季度财报显示,其实现收入62.8亿元,同比增长41.5%;第一季度门店数量增长2342家。一季度,公司亏损6510万元,去年同期公司净利润达6.78亿元。5月20日,瑞幸咖啡方面向记者表示“目前不便接受采访”。

“可以看到,瑞幸咖啡的营收增长很高,但是利润下降明显。这是由于其门店规模快速增长但去年第一季度时正处疫情刚放开时期,营收水平还不高。”王振东向记者表示。

张毅认为,在打价格战的同时,可以看到瑞幸咖啡的(营收)业绩是增长的,同时也在往止损方面考虑。“瑞幸咖啡通过低价策略迅速扩展市场份额,这一做法直接的影响是其利润大幅下滑。但是却收获了用户的行为习惯、口碑和品牌的认可度。从中国过去20年互联网行业的价格战的打法来看,获取用户的消费习惯、使用习惯、忠诚度、认可度比企业一年半载甚至数年的利润要更宝贵。所以从这个角度看,瑞幸咖啡斩获了大量的门店、用户,我认为付出这点利润是值得的。”

## 价格战带来了什么?

值得注意的是,库迪咖啡和瑞幸咖啡在价格战的实施方面正在发生变化。

记者注意到,在抖音、饿了么平台上搜索,10元上下的咖啡产品并不缺少供给。可见,行业咖啡价格的竞争依然在不断持续。

在这样的市场环境下,星巴克也在价格上进行了优惠。记者注意到,在抖音平台,星巴克正在进行10多种活动,比如,任选经典咖啡双杯券及其他产品正在进行优惠活动。

此外,记者在上海地区注意到,

每天上午,星巴克都会有“限时

35元、39元、42元”的套餐销售,

饮品搭配麦芬或者蛋堡等产品。

“星巴克进行产品搭售的

目的是为了维持客单价,咖啡+蛋糕的售价和一杯咖啡的

售价差不多。如此搭售便不

会拉低财报客单价的数据。”王振东认为。

对于价格战对行业的影响,王振东表示:“一方面,价格战确实把咖啡的价格拉到了更低的区间;另一方面,价格战有很强的持续性。目前,咖啡行业正在经历品牌出清。整体来看,行业是供给过剩,在这个时期又打起价格战,更是加快了品牌出清的进程。反过来,也导致了大部分品牌不得不参与到价格战中,拉低了行业整体的盈利水平和能力,而且长期的价格战会让咖啡消费者对咖啡价格形成了新的心理预期。”

值得注意的是,库迪咖啡和瑞幸咖啡在价格战的实施方面正在发生变化。根据公开报

道,瑞幸咖啡正在减少“9.9元咖啡”活动的力度。而库迪咖啡依旧不变低价策略,近几个月,库迪咖啡的公众号依然不断在推送优惠咖啡产品的内容。根据媒体报道,4月29日,库迪咖啡宣布现行门店补贴政策将延长至2026年12月31日。

王振东认为,接下来瑞幸咖啡会提升自身供应链,比如其昆山的工厂已经建好,很快就会投产,可能会在一定程度上对降低成本有所帮助,但这种帮助是有限的。而对于库迪咖啡来说,其资金链受到过质疑,因此需要解决后续整体如何发展的问题。不过,哪怕是售价9.9元,库迪咖啡还是可以通过供应链赚取一定的利润。

## 未来如何发展?

张毅认为,在目前的市场环境里,不同类型的咖啡品牌都有各自的优势、挑战和机遇。

艾媒咨询数据显示,2023年中国咖啡行业市场规模达6178亿元,预计2025年有望突破万亿元。

记者注意到,目前咖啡市场的门店端,存在多种类型的企业,有以星巴克为代表的有强大品牌力的外资咖啡,以Seesaw为代表的精品咖啡,还有以瑞幸咖啡、库迪咖啡等为代表的平价本土咖啡以及无数个体门店。

在目前的市场环境里,不同类型的咖啡品牌都有各自的优势、挑战和机遇。张毅认为:“比如,星巴克的全球影响力很大,在中国市场持续成长了很多年。面对本土品牌的激烈竞争,星巴克要做的是不断创新,同时,深化本地化战略以适应高

端咖啡品牌在中国市场的发展。而对瑞幸咖啡、库迪咖啡来讲,它们的主要特点是通过低价策略迅速占领市场,再以适合本土化的口味以及高品质的咖啡赢得消费者的复购,但同时也面临品牌形象和质量控制的挑战。”

“在未来一段时间内,瑞幸咖啡这类平价品牌会成为中国咖啡的主流,慢慢形成领导地位。而对于精品咖啡来说,这类型的品牌受到了价格战带来的影响,可能需要寻找一个新的发展模式以及思考如何平稳度过这一阶段。”王振东认为。

文志宏也认为,在中国咖啡市场,真正能够形成规模和巨头的是以瑞幸咖啡为代表的平

价咖啡品牌连锁。中国拥有巨大的人口基数,平价市场的发展空间很大。而且,本身从价格策略上,平价定位也有比较好的调整空间,既可以往上又可以往下。

对于咖啡市场的下一步发展趋势,张毅表示:“龙头集中效应会继续加强,下沉市场是大家的目标方向,品类的细分和开创也是整体的趋势。龙头企业通过供应链、规模效应、品牌和品质巩固自身的市场地位。今年还有一个特别明显的趋势是品类细分,以此满足不同类型的饮品消费群体的需求。从总体来看,行业的细分和不断扩大是整体非常明显的趋势。”

# 光明乳业发布领鲜创新成果

## 夯实鲜奶行业地位

5月20日,由光明乳业主办的“国民营养健康研讨会有暨光明乳业领鲜创新发布会”在上海报业集团融媒体创新空间举行。发布会上,光明乳业重磅发布三

款鲜奶系列产品,并全国首发《中国居民营养健康认识与行为调查报告》及全民营养提升公益项目。著名排球教练郎平出席发布会并成为光明乳业“鲜活大使”。

作为全国鲜奶行业当之无愧的优秀企业,光明乳业打响“鲜奶活性高,喝光明鲜奶”的品

牌新声,彰显强大科技创新实力,助力乳制品行业迈向更鲜活活未来。

中国营养学会副理事长、上海市营养学会理事长蔡威,中国保健协会副理事长兼秘书长张志强,中国乳制品工业协会秘书长

明乳业党委副书记、总裁黄敏等领导出席活动,上海市相关部门负责人及媒体代表、经销商代表等嘉宾受邀出席发布会,共同见证光明鲜活时刻。

### 深耕“领鲜”战略,鲜活营养守护健康



健康中国,营养先行。作为全国鲜奶行业的创新者与领先者,光明乳业始终关注国民营养健康。发布会上,黄黎明代表光明乳业致词。他表示,光明乳业作为扎根和成长于上海的乳制品企业,在百年发展进程中,一直致力于提升全民的营养健康水平贡献光明力量。光明乳业始终坚守“创新引领未来”的发展理念,不断探索高品质发展之路。未来,光明乳业仍将深耕“领鲜”战略,持续深耕产品创新和科技研发,继续秉持创新者的姿态,助力鲜奶行业繁荣发展,为消费者带来更鲜活营养的鲜奶选择。

丁波代表上海报业集团为发布会致欢迎辞。蔡威在致辞中表示,光明乳业的科技创新能力非常强大,作为长期从事营养的工作者,希望通过此次营养创新研讨,让光明品牌的影响力更上一层楼,让更多好的优质鲜奶惠及中国消费者。

随后,中国保健协会、中国乳制品工业协会、中国奶业协会等单位领导分别致辞。张志强表示,光

### 大咖共话健康,公益项目全国首发

发布会现场,通过AI制作的视频全面展示了中国国民营养健康的发展历史及现状,引起了在场嘉宾的广泛关注。在鲜活大咖论坛环节,五位嘉宾围绕鲜奶营养健康、鲜奶消费趋势等话题展开深入讨论。

黄黎明代表光明乳业参与论坛,她表示,光明乳业这么多年一直在坚持着新鲜的理念,走到今天,光明乳业的新鲜牛奶已经达到了全国销售额领先。光明乳业用严苛的工艺,用更低强度的巴氏杀菌方式,更大程度地保留了鲜活营养物质,用坚守和深耕,把更好的产品、更高品质的产品带给消费者。

光明乳业此次推出三款鲜奶系列产品,背后都是新质生产力驱动而生,同时也得益于科技创新技术赋能,这也是光明乳业的优势和护城河。光明品牌在长三角有较强的优势,未来也会继续深耕长三角区域,做强渠道渗透,做大市场。

新浪微博高级副总裁葛景栋表示,此次,新浪微博与光明乳业在全国首发全民营养提升公益项目,邀请数十位健康领域的知名博主从专业角度为公众科普健康知识,希望从大众视角普及权威、专业的健康知识,提升公众健康素养,树立健康科普行业典范。

复旦大学营养研究院院长、公共卫生学院教授高翔表示,乳制品作为营养丰富的食品,在人们追求健康生活的道路上扮演着重要角色。光明乳业作为乳制品优秀企业,产品值得信赖。

上海市消费者权益保护委员会副秘书长、澎湃新闻“新消费·新产业研究院”研究员唐健盛表示,近年来,消费者对健康消费意愿提升的同时更加注重明白消费的意识,消费者有获取真实消费信息的权利,光明乳业全球率先建立活性物质上包装就是一种表率,企业应有这样的承诺和行动。

凯度消费者指数北方区总经理赵晖表示,当前,消费者更青睐具备鲜活营养元素的产品,鲜奶的购买渗透率呈现增长趋势,光明乳业凭借多年行业经验与创新,助力鲜奶行业不断向前,让消费者喝到优质新鲜奶。

发布会上,光明乳业联合澎湃新闻共同启动《中国居民营养健康认识与行为调查报告》;联合微博全国首发公民营养提升公益项目,集结媒体与行业力量,深入剖析乳制品消费趋势,从代际、地域、消费场景等多维度解析乳制品消费细节,关注国民对乳制品营养的认知水平。

### 强化未来布局,新品夯实行业地位

在发布会上,光明乳业推出新品概念片,展示出的鲜奶发展新高度备受业界关注。这款名为“光明优倍臻鲜高品质鲜牛奶”的新品,是光明乳业领鲜创新成果的代表。新品富含高倍活性免疫球蛋白、高倍原生乳钙和高倍鲜活乳蛋白,同时拥有新鲜牛乳的原生天然纯正口感,醇厚清甜,给消费者带来更多营养。与此同时,光明乳业还全国首发光明致优娟娟A2高端鲜牛奶和光明益生菌巴氏新鲜牛奶两款新品,再一次向市场和消费者证明国内鲜奶企业的强大实力。

在光明乳业领鲜战略的引领下,2016年,光明优倍鲜牛奶实现全国生产、全国销售,成为中国率先全国上市的鲜奶品牌,带着几代光明乳业人的奋斗和追求,

给消费者。光明乳业此次推出三款鲜奶系列产品,背后都是新质生产力驱动而生,同时也得益于科技创新技术赋能,这也是光明乳业的优势和护城河。光明品牌在长三角有较强的优势,未来也会继续深耕长三角区域,做强渠道渗透,做大市场。

新浪微博高级副总裁葛景栋表示,此次,新浪微博与光明乳业在全国首发全民营养提升公益项目,邀请数十位健康领域的知名博主从专业角度为公众科普健康知识,希望从大众视角普及权威、专业的健康知识,提升公众健康素养,树立健康科普行业典范。

复旦大学营养研究院院长、公共卫生学院教授高翔表示,乳制品作为营养丰富的食品,在人们追求健康生活的道路上扮演着重要角色。光明乳业作为乳制品优秀企业,产品值得信赖。

上海市消费者权益保护委员会副秘书长、澎湃新闻“新消费·新产业研究院”研究员唐健盛表示,近年来,消费者对健康消费意愿提升的同时更加注重明白消费的意识,消费者有获取真实消费信息的权利,光明乳业全球率先建立活性物质上包装就是一种表率,企业应有这样的承诺和行动。

凯度消费者指数北方区总经理赵晖表示,当前,消费者更青睐具备鲜活营养元素的产品,鲜奶的购买渗透率呈现增长趋势,光明乳业凭借多年行业经验与创新,助力鲜奶行业不断向前,让消费者喝到优质新鲜奶。

发布会上,光明乳业联合澎湃新闻共同启动《中国居民营养健康认识与行为调查报告》;联合微博全国首发公民营养提升公益项目,集结媒体与行业力量,深入剖析乳制品消费趋势,从代际、地域、消费场景等多维度解析乳制品消费细节,关注国民对乳制品营养的认知水平。

此次发布会正值“小满”节气,象征着“小得圆满”的美好寓意。对于光明乳业而言,发布会不仅是“领鲜”战略的重要里程碑,更是对消费者健康需求的深度回应。展望未来,光明乳业将继续深耕“领鲜”战略,以科技创新为己任,不断推出高品质产品,助力消费安全。光明乳业也将以行业创新者的姿态,不断焕发品牌新活力,为乳制品行业注入更多鲜活力量。广告

在发布会现场,光明乳业启动优质乳工程,挑战行业巴氏杀菌温度,引领光明优倍鲜牛奶进入75℃杀菌新时代,此举更大程度地保留了鲜牛奶中的活性营养成分。2019年,在GAP一级认证牧场和限定奶源支持下,光明优倍鲜牛奶将五种活性营养物质印上产品包装,让消费者明白消费,喝上真鲜奶。2021年,光明优倍鲜牛奶率先成为获得“上海品牌”认证的鲜奶品牌,光明乳

业也率先成为以食品通过认证的企业。目前,光明优倍鲜牛奶连续五年实现全国鲜牛奶销售额领先,同时光明鲜奶家族连续八年实现全国鲜奶销量领先。

“光明优倍”未来仍将以行业开拓者之姿,不断拓展中国鲜奶高质量发展之路;以品类突破者之姿,不断助力中国鲜奶活性营养新高度;以新鲜捍卫者之姿,坚守属于中国乳业的领鲜之路。

声音

# 家族企业治理要去掉特权

访万和电气董事长卢宇聪

麦肯锡咨询公司的一项研究表明,全球范围内家族企业的平均寿命只有24年,这对家族传承来说是一个不好的消息。为了打破家族式治理的桎梏,广东万和新电气股份有限公司(以下简称“万和电气”“万和”,002543.SZ)在二代接班后做了一个大胆的决策:引入职业经理人。

## 治理企业要不怕得罪人

去家族化不是把人去掉,而是把特权去掉。必须要制定规则,按照规矩办事,用制度约束,不要怕得罪人,要让管理更加科学和规范。

《中国经营报》:2022年你升任董事长之后,万和电气发生了哪些变化?

**卢宇聪:**这两年万和的组织架构发生了较大变化。我们引入职业经理人制度,在各个岗位都吸纳了新的人才,一系列的人事变更后,管理团队、技术团队向年轻化、专业化转型。

一方面进行内部优化,董事会换届后,管理层的年龄结构有所调整,学历背景进一步提升。另一方面引入拥有实业复合背景的专业人才。改革后,整体的士气上来了,我们也加大了激励机制。万和逐步由家族式企业治理模式转化为现代企业治理结构。

管理也更加扁平化,过去是通过总部到区域再到一线分级管理,现在是总部直接一竿子插到底,也就是营销体系做了很大的调整,加强市场秩序管理,通过加大违规处罚力度、强化市场稽查等方式推动市场秩序明显改善。

《中国经营报》:万和电气为何要大刀阔斧地改革?“空降”职业经理人是否遇到过阻力?

**卢宇聪:**改革是万和不得不进行的,因为企业的发展已经到了瓶颈阶段,万和一直徘徊在六七十亿

## 在存量市场中寻找增量

厨电行业确实受房地产的影响较大,但这是大势所趋,我们只能瞄准现有的存量市场,在存量市场寻找增量。

《中国经营报》:随着国家“双碳”战略的实施,低碳环保是大趋势,你认为未来燃气热水器是否会被淘汰?有没有其他可替代的方案?

**卢宇聪:**燃气热水器在中国市场不会被完全取代和淘汰,至少未来十几二十年仍有发展空间。但是全球能源结构的转型已经是大趋势,万和必须坚定培育新能源产业。去年万和电气发布“121”梦想战略,其实已经明确,在实现“121”梦想的过程中,燃气具是万和的第一“1”,这是万和的主航道。“121”梦想中第二个“1”,就是指以热泵为首的新能源产品。

热泵业务的热度是在最近几年才开始升温,但该类产品应用场景非常广阔,未来产品的布局需要多方面来进行推进。而氢能作为真正的清洁能源,万和早在几年前就开展了家用燃气具领域的氢能技术研究和产品开发,并率先在行业内推出氢能燃气具产品。获得

## 坚定出海战略 但不能盲目扩张

我们坚定地认为出海这条路走对了,但是企业要量力而行,从成本和利润方面综合考量,在做海外投资项目规划时,不能盲目扩张。

《中国经营报》:万和为什么选择出海?目前在俄罗斯、埃及和泰国的布局情况如何?

**卢宇聪:**万和从1995年开始做出口业务,客户关系已经打下了很牢的基础,在产品的理解度和配合度方面做得很好,但近两年通过与客户的沟通,发现我们没有中国以外的基地,新的订单和合作就很困难,所以这在某种程度上是倒逼我们“出海”。

万和目前在海外主要有三个基地,分别位于俄罗斯、泰国和埃及。俄罗斯业务目前规模相对较小,主要为海外经销商;埃及的位置非常优越,可以辐射欧、亚、非三个大陆,同时和全球主要经济体都有着比较优惠的贸易协定;选择泰国,主要是因为中泰之间关系比较稳固,泰国近年来也承接了较多的电器产能转移,相关产业链配套也不断得到完善,此外从泰国出

口产品到欧美,对于我们规避国际贸易争端和国际贸易风险有帮助。

目前,万和埃及基地主要以燃气热水器为主,生产工序以组装为主。泰国主要生产燃气烤炉,拥有相对完整的产业链,未来随着国内配件厂商往东南亚转移,在当地就可以实现完整配套,所以我们出海的大方向是产业链出海、技术出海。

我们坚定地认为出海这条路走对了,但是企业要量力而行,从成本和利润方面综合考量,在做海外投资项目规划时,不能盲目扩张,这笔账要算得过来。

《中国经营报》:未来万和还将进入哪些国家?中国企业在海外有哪些优势?

**卢宇聪:**未来我们将加快布局欧盟、澳洲、北美等海外市场,从目前以燃气具产品为主的出口结构升级成燃气、新能源并重,从而实

名片。这家企业拥有浓厚的技术基因,尽管创始人平均年龄近70岁,但不管在产品研发、技术创新、品牌塑造、制度改革方面都有着超前的意识。

2022年公司创始人卢础其之子卢宇聪升任董事长。二代接棒后,公司启动了一系列改革措施,经历了巨大的管理层变动,年轻一

代走向前台。时代的洪流让万和电气主动求变,如何实现“去家族化”以谋求更长远发展?在低碳环保的趋势下,燃气热水器产品面临哪些困境?作为二代企业家,卢宇聪怎样带领万和电气跨入百亿时代?带着这些疑问,《中国经营报》记者与万和电气董事长卢宇聪进行了深度交流。



和影响力,如果产生分歧,将造成巨大的反作用和负能量。

化解分歧唯一的办法就是沟通,加强家族成员意识形态的统一。同时让大家感觉到这件事符合家族的共同利益。

所谓的去家族化不是把人去掉,而是把特权去掉。必须要制定规则,按照规矩办事,用制度约束,不要怕得罪人,要让管理更加科学和规范,只有这样,才能提升效率,企业才有更大的发展空间。

中国首张纯氢燃气具CE证书。在这方面,万和可以说是居安思危,早就将相关业务纳入我们的产品战略规划中。

万和持续聚焦燃气具领域的高质高效革命,打造燃气热水器、燃气灶具、燃气采暖炉、燃气烤炉等行业低碳节能产品,同时坚定培育新能源产业中空气能和电热产品,持续深研氢能源技术演化和商业应用。

《中国经营报》:房地产下行,厨电行业受到较大影响。从长远来看,万和电气的发展方向是什么?

**卢宇聪:**厨电行业确实受房地产的影响较大,但这是大势所趋,我们只能瞄准现有的存量市场,在存量市场寻找增量。

这里面我们看到了两个需求,一个是以旧换新,2015年前后房地产市场发展迅速,家电消费需求旺盛,但是家电的使用寿命大概8—10年,很多家庭有了换新的需求,

产组装车间的信息系统,增加自动化智能设备以便数据采集和数据应用。系统化、数字化的生产过程使得相关负责人员在数据终端远程监控了解车间的生产情况,大大提高了生产效率,降低了事故发生率。

在智改数转大趋势下,万和通过数字化转型,改善售前、售中、售后服务体验;建立完善的用户反馈机制,打通服务全场景评价链路;引入云计算这些技术,提升服务响应自动化、智能化水平;针对服务商、服务工程师进行分级管理与赋能,提高交付质量;完善数据分析体系,深入挖掘用户需求。

为了给销售提供长期持续的售后保障,万和通过数字化转型,改善售前、售中、售后服务体验;建立完善的用户反馈机制,打通服务全场景评价链路;引入云计算这些技术,提升服务响应自动化、智能化水平;针对服务商、服务工程师进行分级管理与赋能,提高交付质量;完善数据分析体系,深入挖掘用户需求。

品出海转为规则、文化、思想的输出,这使得我们必须强化海外法律合规意识,提升风险管理能力,

比如在泰国基地建设过程中,万和聘请了当地的律师为我们进行法律服务,协调与当地的沟通。过去万和依靠经销商在泰国做自主品牌推广,这种方式难度低、资金要求低,但难点在于售后及服务无法管控,无法提升品牌力与客户掌控力;我们自己的基地建好后,就可以在当地做市场推广和渠道建设,这对资金投入以及当地管理能力要求高,但能提供高质量的客户体验与服务,可以逐步构建自己的品牌竞争力。

中国企业出海面临的核心挑战,

是如何从出口到出海。相比过往单纯的贸易出口,出海意味着在海外市场构建完整的产业链,其中包括确立目标市场和出海模式,决策是否投资建厂和扩大产品生产线。

# 老板秘籍



创业难,守业更难。  
如何守护父辈打下的江山?

简历



卢宇聪

广东万和新电气股份有限公司董事长,1979年12月出生。2007年至2010年在国内从事家电进出口贸易的相关工作,历任业务员、业务经理、部门主管。兼任广东南方中宝电缆有限公司董事、广东万和投资发展有限公司副董事长、广东万和网络科技有限公司执行董事、广东万和电气有限公司执行董事兼总经理等职务。

曾荣获2016领袖中国商业盛典“十大影响力人物”、2020(第四届)中国十大家居年度CEO、“广东家电行业改革开放40周年杰出企业家”、中国燃气具行业40周年“行业新锐人物奖”、红顶奖2020和2023“中国高端家电推动者”等荣誉。

如何引导万和电气在品牌高端化建设上另辟蹊径?

品牌要实现高端化,主要是解决资源配置的问题。从零开始培育一个高端品牌,广告、实体门店、终端形象改造都要投入,这些都需要大量的市场费用。而且市场竞争这么激烈,想短时间内就打造出一个高端品牌非常难。

所以我们现在另辟蹊径,推出主品牌高端系列。以万和的品牌效应来带动高端套系,通过长期的培育慢慢渗透市场,逐步提升品牌影响力。在终端改造上,搭建全国66家形象标杆店,以点带面作提升,完成512家核心门店基础形象标准化。从提升门店的档次切入,让消费者感受到一个全新的万和品牌。从提升品牌整体形象开始,让产品的议价能力逐步提升。

## 深度

### 让“家族企业”变成“企业家族”

“全球范围内家族企业的平均寿命只有24年,其中只有大约30%的家族企业可以传到第二代,能够传至第三代的家族企业数量不足总量的13%,只有5%的家族企业在三代以后还能继续为股东创造价值。”这是麦肯锡咨询公司的一项研究结果。

尽管很多人认为家族企业很难打破“富不过三代”的魔咒,但不可否认,家族企业在公司发展过程中仍然具有独到的优势,这与儒家学说、中国人传统的家族观念有密切关系。通过家族内部成员的团结协作,成员之间形成亲情黏合剂和利益共同体,由小作坊逐渐变成大企业,这体现出家族企业的优越性。

家族企业当中往往有一位“家长”的角色,直接参与到企业决策当中。最显著的优势在于领导层少,决策管理更为灵活。从管理的角度来说,缩短了上下级之间的距离,信息传递加快,既节约了管理成本,又使决策高度集中,因而其对市场的反应更加敏捷。

但是,正如卢宇聪在采访中所言,家族企业模式是一把“双刃剑”,当家族成员之间出现意见分歧时将会产生巨大的行动阻力,导致低效。这一点,彼得·里奇在《稳定性繁荣》一书中做了很好的诠释:“许多家族企业面临的挑战,都源于从感情出发的家族价值观与从任务出发的商业价值观之间的矛盾。”

亲属连带互助的模式,虽是企业发展的重要引擎,但是高度集中所有权和管理权、缺少现代管理手段也成为掣肘企业发展的“绊脚石”。

根据普华永道的调研报告,目前我国大部分的民营企业大都以家族模式经营。大多数“创一代”明确表示拒绝“去家族化”,决意要将自己一手打下的江山交予家族下一代;但同时,75%的中国家族企业正在计划引入职业经理人来经营业务。

近年来,万和电气在管理模式上尝试突破,让“家族企业”变成“企业家族”,并为此设计了“核心控股+外部参股”的模式。重用职业经理人,通过组织架构的改革与公司治理机制的优化来加强企业建设,为企业的发展壮大打下良好的制度性基础。

在卢宇聪看来,“去家族化”不是去掉人,而是去掉特权,要用规则约束。对万和电气来说,营收规模长期徘徊在六七十亿元,是企业发展到瓶颈期的一个信号,企业的变革已迫在眉睫。2022年10月,万和电气引入美的旧将赖育文,并迅速将其从公司副总裁升为总裁,全面负责公司的经营管理。赖育文的加入,被视为万和电气经营改革的一个重要信号。

在外界看来,万和电气正在打破过去“以自我为中心、科层体制、行政导向、部门分割”的组织结构,推动组织的扁平化,对人员进行优化和调整。而职业经理人的加入让万和电气注入了新的动能,未来万和电气营收能顺利突破百亿元的目标,或许能够成为现代化家族企业治理的一个范本。