



# 中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

## 11月新动能领域保持较快增长

NA2

### 中长期资金加速入市 国资机构布局A股投资 ▶ A3



#### 谷歌方法论：“神奇小子”的逆袭

商业案例 ▶ C4

最近，谷歌(Google)有点烦。一方面，公司发布三季报，营收利润均超市场预期，市值却一夜之间蒸发超万亿元；另一方面，针对谷歌的反垄断诉讼此起彼伏，美国司法部对它的垄断诉讼，更是直指要对其进行拆分。

今年刚满25岁的谷歌已具备全球科技巨无霸的一切特征。通常而言，一家企业如果旗下有一款用户过亿的产品，基本就是所在领域的龙头，日子就可以过得很快乐了。而谷歌现在有15款产品，每个产品都服务5亿以上的用户，还有6个产品服务超20亿用户。

1998年，手握Windows和Office两大系统的微软，已牢牢把持着全球的电脑桌面；Yahoo则已成为全球网民的门户网站。同样在这一年的9月，两个还在大学读书的年轻人拉里·佩奇和谢尔盖·布林拿着10万美元的投资成立了谷歌公司，推出Google搜索引擎，25年后的今天，谷歌已经成为市值近2万亿美元的全球科技巨头。

从一个小打小闹的在线搜索公司到全球多个领域的霸主，谷歌崛起速度之快让业界错愕，任何的成功都是有章可循和值得借鉴的，谷歌在其发展过程中，创造了一系列独



特的方法和文化，成为其迅猛崛起过程中的最佳注脚。从本期开始，《中国经营报》记者和你一起回顾梳理全球科技巨头崛起背后的喜怒哀乐和经验教训。

社评 ▶

### 应届生就业帮扶是一项长期工程

日前，教育部、人力资源和社会保障部在京召开会议，部署做好新一届高校毕业生就业创业工作。为了更好保障新一届毕业生顺利就业，教育部要求实施“2024届全国普通高校毕业生就业创业促进行动”，多措并举促进高校毕业生就业。各地各高校要按比例配备校级就业工作人员。大力开拓市场化社会化就业渠道，持续深入开展高校书记校长访企拓岗促就业专项行动，推进实施“万企进校园计划”，为毕业生提供更多优质岗位信息。

此次会议的召开，无疑为即将毕业的大学生们送上一份沉甸甸的暖意。在当前社会经济环境下，应届生就业问题的重要性不言而喻。高校毕业生是国家未来的希望，他们的就业状况不仅关系到个人的生活和发展，也影响着整个社会的稳定和繁荣。

同时，高校毕业生的就业问题也关系到国家的创新和发展。让大学生充分施展才能，为实现人生理想而奋斗，是国家发展的关键所在。

因此，解决高校毕业生的就业问题是国家和社会发展的重要保障。我们不仅要关注应届生就业的数量，更要注重其质量，让每一位毕业生都能找到符合自己兴趣和能力的工作，实现自我价值和社会价值的最大化。

近年来，在应届生就业方面，我国取得了显著的成绩。政府实施了一系列促进应届生就业的政策，如“三支一扶”、选调生等计划，为应届生提供了更多的就业机会。与此同时，政府加强了对高校就业工作的指导和管理，推动了高校就业帮扶工作的开展。此外，政府还加强了对用人单位的监管，保障了毕业生的合法权益。据教育部统计，2024届全国普通高校毕业生规模预计达1179万，同比增加21万。这一数字的增长，既体现了我国高等教育的普及程度不断提高，也反映了社会对人才的需求日益旺盛。让每一位走出校园的大学生都能尽其所长、释放才华，不仅是教育部门的重点工作，也应成为全社会齐抓共管的大事。

这次出台的系列举措有很多创新亮点。比如，实施“万企进校园计划”，将企业和学校紧密联系起来，让企业能够直接接触优秀的学生，也让学生有机会了解到更多的就业机会。再比如，要求各地各高校按比例配备校级就业工作人员，有助于确保就业工作的有序进行，也是对学生负责的表现。

我们相信，随着多项重要举措的实施，应届生的就业环境将得以进一步优化。

当然，面对如此庞大的毕业生

群体，我们必须认识到，目前仍存在不少问题和挑战。随着毕业生数量的逐年增加，竞争压力也在增大。不得不承认的是，部分毕业生的专业技能与市场需求存在脱节，使得他们在找工作时面临困难。此外，由于缺乏工作经验，许多毕业生在面试过程中往往表现得不够自信，这会影响他们的就业机会。

一些用人单位在招聘过程中存在性别、地域等方面的歧视，也给毕业生的就业带来了一定的困难。因此，应届生就业是一项长期性、系统性的工程，除了上述举措外，政府还需从以下方面着手：

一是加强职业规划教育。学校应当引导学生提前了解自己的兴趣爱好和优势特长，有针对性地学习知识，不断提升与市场需求相符的专业技能，从而提高他们将来就业的竞争能力。

二是推动产教融合。企业与学校加强合作，共同培养符合市场需求的人才。企业还可以提供更多的实习机会，让学生从中获取更多的实践经验，帮助他们更好地适应社会和工作岗位的要求。

三是完善就业服务体系。政府和社会各界应当加大对就业服务的支持力度，如提供职业指导、技能培训、心理咨询等服务，帮助毕业生更好地适应职场生活。

四是加强政策引导，鼓励用人单位招聘应届生。针对企业吸纳应届生的优惠政策应持续完善，如减免税收、提供贷款等措施。同时还要加强对用人单位的监管，保障毕业生的合法权益。

五是鼓励创新创业。创新是驱动发展的第一动力，创业是实现梦想的重要途径。政府可以出台更多相关政策，鼓励大学生创新创业，为他们提供必要的资金、场地和技术支持。

面对应届生就业，除了政府之外，社会各方面也应发挥作用。家庭要给予孩子足够的理解和支持，让他们敢于追求自己的梦想；企业应该积极履行社会责任，为年轻人提供良好的发展平台；媒体则要传递正能量，报道更多成功的就业案例，激励毕业生树立信心，从容面对困难和挑战。总而言之，社会各界都应该关注青年的成长，为他们创造一个公平、公正、公开的就业环境。

应届生就业是一项系统工程，需要政府、学校、企业、家庭和社会各界的共同努力。通过政策引导、就业指导和服务、创新创业支持、社会关爱等措施并行，才能更好地促进高校毕业生的就业，实现他们的职业梦想和社会价值，进而推动社会的稳定和发展，也为未来的经济发展和社会进步注入新的活力和动力。

#### 本期热词 ▶

##### “长牙带刺”

监管层的此次发声明明确了新时期监管新思路，强调了提升监管有效性的必要性，强化“五大监管”，实现金融监管全覆盖。此外，推进中小金融机构改革化险将是监管未来工作的重点。针对风险的处置，监管也给出了相应的具体措施。

金融监管“长牙带刺”：目标导向和问题导向打好持久战 ▶ B1

##### “万亿补血”

业内人士分析，若银行不行使二级资本债赎回选择权，其背后的影响因素主要有银行自身的盈利能力、资本充足率情况、贷款关注率情况等。银行不赎回二级资本债或对二级资本债市场产生一定扰动，但由于数量占比较低，故而影响有限。

银行“补血”近万亿 二级资本债发行量“井喷” ▶ B4

##### 广电5G

中广数智新增了5G通信技术服务、人工智能通用应用系统、人工智能应用软件开发、家用电器研发、家用电器零配件销售、家用电器销售、日用家电零售、工业互联网数据服务、区块链技术相关软件和服务等多项内容。

中国广电新棋局：完成5G布局 杀入数智化赛道 ▶ C1

##### 电解质水

随着气温的降低，“流感”季再次到来。此时，本该属于消费淡季的饮料产品，例如电解质水品类却迎来了需求上的回暖。有饮料经销商告诉《中国经营报》记者，消费者对电解质水品类已形成了初步认知，感冒时补充电解质成为不少人的共识。

电解质水过“暖冬” 企业加速拓展“场景圈” ▶ D1

##### 经济大势

A1~A4

物流运行企稳基础进一步巩固 ..... A2  
 中长期资金加速入市 ..... A3  
 国资机构布局A股投资

##### 营商环境

B1~B16

跨境理财通2.0版: ..... B2  
 降门槛 增额度 扩范围  
 “投早投小投新”生态渐成 ..... B3  
 北交所资金“虹吸效应”显现  
 强化金融资源供给 ..... B5  
 银行比拼“开门红”  
 北京人寿变局 ..... B8  
 探路保租房建设民生、 ..... B9  
 民心工程的“上海样本”  
 限购政策迎密集优化调整 ..... B11  
 热点二线城市力促楼市复苏  
 “马拉松热”下沉三、四线城市 ..... B13  
 激发文旅消费新活力

CAR-T疗法陷安全性调查风波 ..... B14

##### 智在公司

C1~C8

AI生成视频渐成风口 ..... C2  
 闻泰科技放弃“特定客户”订单 ..... C3  
 或损失超7亿利润  
 前11月销量两极分化 ..... C5

车企打响年终收官战  
 在华共建充电网络 ..... C7

宝马与奔驰组成“豪华补能联盟”  
 进一步提升市占率是重中之重 ..... C8

上汽通用汽车加速转型

##### 消费连锁

D1~D4

友宝在线上市 无人零售业走出困局? ..... D2  
 零食头部品牌降价 ..... D3  
 行业开启“性价比”之争



中经传媒智库



本报官方微信



6 942626 144086

广告许可证:京海工商广字第0224号

本报常年法律顾问: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

监制电话: (010) 88890050

制造业PMI与上月基本持平

## 11月新动能领域保持较快增长

本报记者 谭志娟 北京报道

11月30日,国家统计局服务业调查中心和中国物流与采购联合会发布的数据显示,11月份,制造业采购经理指数(PMI)为49.4%,比上月下降0.1个百分点,制造业景气水平略有回落。

对此,中国银行研究院高级研究员梁婧11月30日在接受《中国经济时报》记者采访时分析说:“11月制造业PMI略有回落,主要与市场需求不足有关。一方面,海外主要经济体工业生产疲软,欧美等地区制造业PMI持续位于收缩区间,外部需求有所走弱;另一方面,国内需求仍显不足,居民消费更趋理性。”

国家统计局服务业调查中心高

### 新动能领域保持较快增长

新订单指数为49.4%,比上月略降0.1个百分点。

记者注意到,从生产端来看:首先,11月生产指数持续扩张。官方数据显示,11月份,生产指数为50.7%,比上月下降0.2个百分点,仍保持在临界点以上。

从行业看,金属制品、通用设备、铁路船舶、航空航天设备等行业生产指数均高于55.0%,相关行业生产保持较快增长;纺织、石油煤炭及其他燃料加工、化学纤维及橡胶塑料制品等行业均低于临界点,生产活动有所放缓。

其次,从需求端看,新订单指数基本持平。新订单指数为49.4%,比上月略降0.1个百分点。从行业看,医药、汽车、铁路船舶、航空航天设备等行业新订单指数均高于53.0%,相关行业市场需求较快释放。调查结果显示,制造业中反映市场需求不足的企业占比超六成,市场需求不足仍是当前制造业恢复发展面临的首要困难。

值得注意的是,新动能领域表现仍然亮眼,11月新动能较快增长。从重点行业看,高技术制造业PMI为51.2%,比上月上升2.0个百分点,重返扩张区间;装备制造业

### 建筑业扩张加快

“从市场预期看,业务活动预期指数为62.6%,在高位景气区间继续上行,建筑业企业对近期市场发展信心稳中有升。”

在非制造业商务活动指数方面,11月份,非制造业商务活动指数为50.2%,比上月下降0.4个百分点,仍高于临界点,非制造业扩张步伐有所放缓。

周茂华认为:“11月非制造业回落,主要受服务业指数回落拖累,其中,房地产、租赁等行业低迷表现对国内服务业活动构成拖累。”

数据显示,受假期效应消退等因素影响,服务业商务活动指数为49.3%,比上月下降0.8个百分点,服务业市场活跃度有所回落。

不过,记者注意到,11月建筑业扩张加快。建筑业商务活动指数为55.0%,比上月上升1.5个百分点,升至较高景气区间,建筑业施工进度继续加快。

赵庆河介绍:“从市场预期看,业务活动预期指数为62.6%,在高位景气区间继续上行,建筑业企业对近期市场发展信心稳中有升。”

### 11月景气指数为53.3%

## 物流运行企稳基础进一步巩固

本报记者 谭志娟 北京报道

我国物流业景气指数扩张加快:日前,中国物流与采购联合会发布的数据显示,11月份,中国物流业景气指数为53.3%,较上月回升0.4个百分点。

在业界专家看来,11月份,中国物流业景气指数小幅回升,说明整个物流业持续稳定恢复向好的状态得以延续,企业的经营活力在进一步释放。

光大银行金融事业部宏观研究员周茂华在接受《中国经济时报》记者采访时分析说:“11月份,物流业景气指数扩张加快,主要是受业务量、新订单、投资、岗位需求等主要指标改善推动,反映我国物流行业整体经营状况在改善,物流企业信心在改善,企业增加招聘、投资扩产意愿在增强。”

在周茂华看来,物流景气度提升反映国内经济循环顺畅;同时,物流作为经济活动活跃度晴雨表之一,反映国内微观层面的消费、投资活动扩张步伐有所加快,经济修复动能增强。

中国物流与采购联合会总经济师何辉也指出:“11月份,物流业景气指数继续保持扩张趋势,三大地

区呈现均衡增长。物流活跃度有所提升,业务总量指数、新订单指数均处于扩张区间。后期来看,企业投资势头较稳,预期需求保持稳定增长,企业盈利水平有所改善,物流运行企稳基础进一步巩固。”

记者注意到,在主要指标中,业务总量指数、新订单指数、资金周转率指数、固定资产投资完成额指数均呈现小幅回升,就业岗位需求保持增长,业务活动预期继续处于较高景气区间,企业微观盈利水平有所改善。

首先,业务总量指数出现回升。11月,业务总量指数为53.3%,较上月回升0.4个百分点,继续保持在50%以上扩张区间。

“11月份,随着工业产能稳定释放,旺季促销提振消费潜能,快消品、能源原材料物流需求季节性回升,工业中通信设备、电气机械、交通运输设备、汽车及零部件制造需求增加,供应链上下游需求平稳增长,东中西部三大区域发展相对均衡,带动物流业务量保持在高景气区间。”中国物流信息中心分析师胡焰撰文分析称。

其次,新订单指数回升。11月份,新订单指数为53.4%,较上月回升0.6个百分点,反映出新增需求保

持向好趋势。近3个月来新订单指数和业务活动预期指数均值分别为53.2%和57.6%,明显好于上半年和第三季度,表明物流市场需求持续恢复,行业活力增强。

对此现象,周茂华对记者表示:“11月份,业务总量指数与新订单指数都出现小幅反弹,反映国内物流服务的需求动能增强,主要是国内消费稳步修复与工业部门扩张应对,带动物流等服务的需求扩张,同时,也是此前国内金融等部门出台一系列物流业定向纾困帮扶政策效果的体现。”

周茂华同时指出:“物流业业务订单扩张带动物流招工、扩张,行业有望逐步进入良性循环。”

最后,从投入来看,11月份,物流领域固定资产投资完成额指数回升0.5个百分点,部分行业投资回升幅度较大,如铁路运输业、多式联运行业和邮政快递业固定资产投资完成额指数增幅近5个百分点。同时,重点调研企业的用工招工岗位需求增多,11月份从业人员指数回升1.3个百分点。

在企业方面,大中型企业保持稳定,小微企业持续回升,市场微观效益有所改善。数据显示,11月份,企业主营业务利润指数环比回升0.4个百分点,近3个月累计回升3.1个百分点。从企业规模看,大型企业、中型企业主营业务利润指数有所波动但基本稳定;小型企业和微型企业的主营业务利润指数分别回升0.2和0.1个百分点,近3个月累计回升2个至3个百分点左右,反映出小微企业的盈利能力得到改善。

回落,有助于制造业整体盈利改善;其次,11月制造业从业人员指数边际改善,制造业企业预期处于扩张区域,反映制造业对后续市场需求保持乐观预期,并带动招工扩张,预示后续企业生产和投资动能将有所增强;最后,高技术制造业维持高景气度,企业对未来预期保持乐观。”



2023年11月30日,江苏连云港港东方港务分公司码头,大批轿车集港准备装船。

视觉中国/图

推动产业结构优化升级,提高经济发展质量,也有利于经济的稳定可持续增长。

此外,企业信心也继续向好。生产经营活动预期指数为55.8%,比上月上升0.2个百分点,继续位于较高景气区间,制造业企业对市场发展前景总体保持乐观。

从行业看,食品及酒饮料精制茶、造纸印刷及文教体美娱用品、汽车等行业生产经营活动预期指数均位于59.0%以上较高景气区间,企业对行业发展预期稳定向好。

梁婧对记者表示:“企业信心持

续向好,生产经营活动预期指数自7月以来持续回升,这与三季度以来逆周期调控力度明显加大有关,一系列政策的密集出台、实施有利于稳定企业对未来发展的信心,中小企业的生产经营活动预期也持续高于50%。同时,尽管中国经济恢复面临波折,但经济总体向好的基本面没有改变,经济总体保持恢复趋势,消费持续回升,可以看到食品及酒饮料精制茶、造纸印刷及文教体美娱用品、汽车等行业生产经营活动预期指数均位于59%以上较高景气区间。”

周茂华认为:“建筑业活动继续维持较高景气区间,反映近几个月国内加快专项债发行,有力推动了重点项目落地开工。”

展望未来,梁婧告诉记者:“近期稳增长政策力度仍在加大,一揽子化债方案持续推进,前期专项债加快发行、使用以及1万亿元国债增发,将有助于促进基础设施投资加快增长,金融对实体经济支持力度持续加大,这有助于经济持续恢

复。但考虑到房地产市场风险还有待化解,市场预期短期内较难转变,居民就业、收入恢复仍需时间,预计12月制造业PMI总体保持稳定,或与上月基本持平。”

周茂华认为:“从趋势看,国内经济活动已恢复常态,此前出台的一系列促消费、稳楼市等增量宏观政策效果有望持续释放,居民和企业信心逐步恢复,服务业活动有望回归稳健扩张区域。”

### 证券风险管理体系进一步完善

## 操作《指引》强调前瞻性

本报记者 吴婧 上海报道

操作风险管理是证券公司全面风险管理的重要组成部分。

2023年12月1日,中国证券业协会发布《证券公司操作风险管理指引》(以下简称《指引》)。

广发证券非金融行业首席分析师陈福认为,《指引》的发布是贯彻中央金融工作会议精神的表现,落实了会议对于化解金融风险的要求。随着证券公司进一步完善操作风险管理框架,金融系统和

监管对于金融风险的防范、识别、解决的能力会进一步提升,这种对于风险早识别、早预警、早暴露、早处置的全面风险管理体系有助于提高金融系统的稳定性和安全性,进而服务于整体经济长期健康、平稳发展。

一位券商风控部门工作人员对《中国经济时报》记者坦言,行业普遍认为,证券经纪业务是操作风险识别和评估的重点关注领域,其次是投行业务及投资类、资产管理类业务,部分券商的托管业务也应该重点关注。

### 加强操作风险管理

前述券商风控部门工作人员向记者透露,有证券公司存在流程梳理与日常业务运作结合不够紧密的情况,流程梳理存在持续更新不到位、多头重复建设、应用场景单一、数据质量缺乏管控等问题。同时,操作风险管理的协作分工有待加强。

证券公司各部门、各机构、各业务与管理条线都有可能涉及操作风险,将操作风险管理职责集中在个别牵头部门不利于多部门协同,进而影响操作风险防控的实际效果。

中国证券业协会相关负责人认为,近年来证券行业业务领域不断扩展、复杂程度不断提升、新业务新产品不断增多,重大操作风险事件时有发生。同时,证券行业操作风险管理仍缺少统一、全面、兼具可操作性与前瞻性的规范,证券公司操作风险管理仍明显滞后,对于操作风险管理的重要性、复杂性和紧迫性的认识仍需进一步提高。

陈福认为,《指引》对于证券公司操作风险管理做出了具体、细节性的指导,并对多个重点领域提出了指导建议。操作风险管理机制的具体构成主要在于风险识别与评估、风险控制与缓释、风险监测与报告三个方面,此外还明确规定操作风险相关突发事件的应急处置、内部控制等专项领域的管理要求,并强调强化证券公司的自律管理。

### 遵循前瞻性管理

中国证券业协会相关负责人透露,《指引》遵循全面性、可执行性和前瞻性原则。一是覆盖证券公司董事会、监事会、经理层、各部门、分支机构及子公司等层级,包括风险识别与评估、控制与缓释、监测与报告等环节,涵盖与操作风险管理相关的业务连续运行、外包风险管理、员工行为管理、内部控制等专项领域。

分析师刘欣琦看来,操作风险是指由不完善或有问题的内部程序、人员、信息技术系统,以及外部事件造成损失的风险。近年来,券商重大操作风险事件时有发生,但行业操作风险管理仍缺少统一、全面、兼具可操作性与前瞻性的规范,券商操作风险管理明显滞后。中央金融工作会议要求对风险要早识别、早预警、早暴露、早处置,健全具有硬约束的金融风险早期纠正机制。本次协会制定发布《指引》,旨在完善行业全面风险管理自律规则体系,指导证券公司建立健全操作风险管理机制,提升全面风险管理水平具有重要意义。

中国证券业协会相关负责人表示,制定证券公司操作风险管理的行业指引,对于完善证券行业全面风险管理自律规则体系,指导证券公司建立健全操作风险管理机制,提升全面风险管理水平具有重要意义。

刘欣琦认为,《指引》落地后,预计证券行业操作风险管理及全面风险管理将进一步强化,券商各类操作风险有望更好实现早识别、早预警、早暴露、早处置。操作风险管理的行业整体性强化则有助于各类不规范、高风险展业行为的出清,头部优质券商风控能力更强、展业规范性更高,优势将更为凸显。

# 中长期资金加速入市 国资机构布局A股投资

本报记者 吴婧 上海报道

中长期资金加速入市，为市场传递积极信号。

2023年12月1日下午，中国国新控股有限责任公司(以下简称“中国国新”)在官网发布公告，中国国新

## 活跃资本市场

从12月1日盘中基金成交情况来看，已有多只央企指数ETF成交额出现大幅增加。

据记者了解，中国国新成立于2010年12月22日，是国务院国资委监管的中央企业之一；2016年初被国务院国有企业改革领导小组确定为国有资本运营公司试点；2022年12月正式由试点转入持续深化改革阶段，截至2022年年底，资产总额近8600亿元，净利润近240亿元。

东吴证券非银金融首席分析师胡翔认为，从12月1日盘中基金成交情况来看，已有多只央企指数ETF成交额出现大幅增加。ETF产品作为今年市场一大热门基金类型，受到公募基金公司和基民的热捧，曾一度出现数十家公募基金公司扎堆布局同一指数ETF的盛况，ETF产品也在三季度获得基民逆势净申购。不过，在布局与申购火热的同时，场内流动性仍有所不足。国有资本运营公司的进场，既彰显了其对后市布局的信心，能够提振市场情绪，同时也有助于进一步提高ETF场内流动性。

平安证券金融与金融科技行业首席分析师王维逸认为，自7月中央政治局会议定调“要活跃资本市场，提振投资者信心”以来，资本市场利好政策不断落地，中国证监

新旗下国新投资有限公司(以下简称“国新投资”)增持中证国新央企科技类指数基金，并将在未来继续增持。

申万宏源研究策略首席分析师傅静涛认为，国资机构开始着眼长期，服务国家战略，布局A股投资，

可能标志着A股长期资金入市进入实际落地期，活跃资本市场“转守为攻”，进入主动布局长期机会的阶段。活跃资本市场，支持中特估和科技自主可控是应有之义，这也是顺应长期趋势的方向。

一位券商人士对《中国经营报》

记者表示，国有资本进场买入ETF产品，这是继10月以来国家队资金的又一次出手，正在持续提振市场信心。但仍需加强市场监管、从严执法，严厉打击各种违法违规行为，完善“愿意来、留得住”的市场机制，才能真正增加对中长期资金的吸引力。



国有资本进场买入ETF产品，这是继10月以来国家队资金的又一次出手，正在持续提振市场信心。

视觉中国/图

会明确将在投资端加大中长期资金引入力度，近期央汇金增持四大行和ETF也体现了中长期资金加速入市的大趋势。

需要注意的是，在傅静涛看来，现阶段在中国经济转型期投资，曾经以房地产、财政和信贷为核心的宏观研究框架面临重构。单一宏观驱动力对经济的支撑力有限，需要多种驱动力共振改善，经济乐观预期才能有效发酵。市场对政策效果的评估同样面临类似的问题。市场对稳增长加码的方向没怀疑，但对政策刺激的力度抱有较高的期待，

对政策落地和效果仍抱有一定担忧。所以，国内政策刺激预期，现阶段主要体现为“买预期，卖兑现”的事件性交易。

不过，招商证券量化与基金评价首席分析师任瞳认为，国新投资的增持行为完全符合近期活跃资本市场的政策主基调。今年7月24日，中共中央政治局召开会议，分析研究当前经济形势，部署下半年经济工作。在金融市场方面，会议明确指出，要活跃资本市场，提振投资者信心。以此为基调，7月25日，中国证监会召开年中工作座

谈会，提出将从投资端、融资端、交易端等方面综合施策、协同发力，结合资本市场实际，进一步激发资本市场活力，提升资本市场功能，更好服务高质量发展。10月30日至31日，中央金融工作会议在北京召开，为未来几年我国金融行业、金融市场发展和改革定下了大方向。会议指出，要活跃资本市场，优化融资结构，更好发挥资本市场枢纽功能，推动股票发行注册制走深走实，发展多元化股权融资，大力提高上市公司质量，培育一流投资银行和投资机构。

## 险资入市传递积极信号

此次拟设立的“鸿鹄私募证券投资基金管理人”是我国保险公司直接投资的首个私募证券基金。

11月29日，新华保险和中国人寿发布公告，新华保险和中国人寿分别出资250亿元共同发起设立私募证券投资基金管理人“鸿鹄私募证券投资基金管理人”，同时，新华资产和国寿资产分别出资500万元共同发起设立基金管理人公司“国丰兴华私募基金”，担任私募证券投资基金管理人。

东兴证券非银金融行业首席分析师刘嘉玮认为，最近保险行业“最重磅”消息即为新华保险与中国人寿将分别出资250亿元成立“鸿鹄私募证券投资基金管理人”。这是近年来国内上市寿险公司在投资领域最大规模的合作，“强强联合”效果值得期待。

在广发证券非银金融行业首席分析师陈福看来，中国人寿和新

华保险各出资250亿元，截至2023年年中，250亿元占中国人寿和新华保险投资资产的比重分别为0.5%和1%，而当前中国人寿和新华保险的保险资金持有的公开市场权益(股票+基金)占整体投资资产的比重分别为11.2%、14.9%。在实施新金融工具准则下，公开市场权益的比重提升将加剧利润表的波动，因此直接投资权益市场将加剧保险公司利润表的波动。

国信证券非银行业首席分析师孔祥认为，IFRS9新会计准则实施以来，保险公司现行的金融资产计量方式发生较大变化，现行的三分类分别为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产(FVTPL)、以公允价值计量且其变

动计入其他综合收益的金融资产(FVOCI)、以摊余成本计量的金融资产(AC)。其中债券类资产受会计准则变更影响相对较小，主要需要关注含权条款的变化。而权益类资产的计量方式则发生重大改变，进而加大了权益类投资导致的利润表波动。

值得一提的是，在华西证券分析师罗惠洲看来，与此前险企所设立的私募股权投资基金不同，此次拟设立的“鸿鹄私募证券投资基金管理人”是我国保险公司直接投资的首个私募证券基金，此前也存在险资投向私募证券基金的情况，但往往是通过投顾方式“间接”实现。相比私募股权投资基金主要投向一级市场非公开发行及交易的股权，私募

证券基金主要投向二级市场公开交易的股票、债券、期货、基金等。另外，与险资现有框架内投资股票、债券不同，设立私募基金进行投资，一方面可以放大资金规模；另一方面考虑到两家公司各出资50%，预计均产生重大影响，在报表上将被认定为长期股权投资并采用FVOCI计量，有望熨平投资业务受市场波动对利润的影响，从而避免险企因单纯考核年度目标突增业绩而进行短视投资。

刘嘉玮认为，除了险企经营层面，此次合作也具备较强的信号意义，作为“价投资基金”代表的险资从一、二级市场大力度投入，有望带动更多长期投资者参与国内资本市场。

# 城轨运营可持续性迎挑战 交通部强调健全资金保障机制

本报记者 孙丽朝 北京报道

交通运输部运输服务司城市轨道交通管理处处长郑宇在12月1日召开的中国城市轨道交通协会运营管理专业委员会2023年会上表示，当前，我国城市轨道交通运营可持续方面面临较大挑战。轨道交通建设总资金大，后期运维成本也很高，为突出轨道交通公益属性，各大城市常年执行低票价制度，在严重背离成本情况下，各轨道交通企业背负了沉重债务。

“即便在疫情前，我们统计票务收入只能覆盖运营成本的40%左右，再加上近3年疫情带来的客流强度下降，运营成本进一步提升。随着建设项目收缩减少，加之部分城市政府的财政支持和补贴不到位，部分城市已出现了设备更新改造资金困难。”郑宇表示，根据交通运输部上个月统计，全国已有2个城市轨道交通出现职工欠薪欠保，交通运输部近期已对相关城市进行了调研，共同想办法，共渡难关。

郑宇称，要建立健全运营资金保障机制。目前已出现资金周转困难，甚至欠薪欠保的企业，相关管理部门和企业要及时向城市人民政府报告。关于发展公共交通和轨道交通，国务院发布的《关于城市优先发展公共交通的指导意见》(国发〔2012〕64号)已明晰城市人民政府主体责任，要切实维护行业稳定。此外，要完善票价的动态调整机制，落实法定乘车优惠基础之上，也要量力而行，合理确定乘车优惠群体，建立健全与运营安全和服务质量挂钩的奖惩补贴补偿机制和更新改造资金长效保障机制。

国务院64号文指出，发展城市公共交通，城市人民政府是责任主体，省级人民政府负责监督、指导，国务院有关部门要做好制定宏观发展政策和完善相关法规规章等工作。

郑宇介绍，当前，我国城市轨道交通支撑城市发展的作用还不充分。虽然线网规模很大，但总体客运强度不高，10月全国平均客运强度只有0.87万人次每公里，全国

最高的广州客流强度为1.43万人次每公里，相比国际其他城市，如东京、莫斯科都在3万人次每公里以上，还有较大差距。

“总体上看轨道交通对城市支撑和引领发挥的作用还不充分，特别是在调研中看到，很多城市有轨电车与事先规划的预期差距很大。”郑宇强调。

近年来，多地有轨电车因客流不足面临停运和拆除的局面。2021年1月，广东珠海有轨电车在开通运营3年多后，停运并计划拆除；2023年6月，运营13年的上海张江有轨电车1路停运并火速拆除轨道；2023年7月，运营16年的天津开发区导轨电车1号线宣布停运并启动拆除项目采购。

郑宇介绍，轨道交通发展进入了新的阶段，要求发展方式从规模扩张向提质增效转变，发展动力从投资驱动向需求牵引转变。交通运输部将围绕打造平安地铁、便捷地铁、高效地铁、数字地铁和绿色地铁5方面来全面推进城市轨道交通高质量发展。

关于2024年交通运输部在轨道交通领域的重点工作，郑宇透露，在平安地铁方面，2024年将修订《运营险性事件信息报告与分析制度》《运营安全风险分级管控和隐患排查治理办法》《运营突发事件应急演练》等文件；在便捷地铁方面，将组织起草城市轨道交通无障碍运营服务标准，更好提升整体服务水平。

在高效地铁方面，交通运输部已起草完成并即将印发关于通信系统运营技术规范，同时也已启动供电系统运营技术规范的编制工作；在数字地铁方面，将加快研发无感知、快速票务等新技术、新设备、新产品，修订设施设备运行维护管理办法，印发全自动运行系统运营管理技术规范，目的也是进一步促进技术与管理的协调，安全稳妥推进新技术应用；在绿色地铁方面，将鼓励运营单位建立基于碳减排的城市轨道交通出行激励机制，将碳积分与乘车优惠挂钩，鼓励出台支持停车换乘的连乘优惠等产品和服务举措，引导公众选择轨道交通出行。

# 摆脱进口依赖 多家名企角逐“种业芯片”

本报记者 索寒雪 北京报道

解到，华大基因下属企业华大万物正在进行新型大豆种子培育。“为了减少大豆进口，我们在做两个方面的努力，一个是通过品种的培育，来提高单产；另一个像我们沙漠改造方式，拓展空间。”深圳华大万物科技有限公司总经理刘欢透露，“我们在大豆和玉米这一块儿，一直不及美国，这也是我们未来要去发力的方面。”

此外，中信集团在国内建有70万亩国家高标准制种基地，在巴西设有3个规模种子加工厂、6个种子储备冷库。

同时，《中国经营报》记者了

## 资本角逐全产业链布局

无论是中信、先正达还是华大基因，无论国家队还是民企，背后都拥有着雄厚资本。

中信集团是一家产融并举的大型跨综合性企业集团。

“我们高度重视粮食安全和民族种业发展。中信集团以贯彻国家战略，维护产业链的安全、粮食安全为主线，构建起境内、境外绿色农业双循环，推动农业科技、农业产业、农业金融三链融合，完成覆盖上、中、下游的绿色农业产业布局，致力于促进全球农业供应链稳定畅通及绿色农业可持续高质量发展。”中信农业科技股份有限公司总经理刘志勇表示。

在农业的科技链上，中信集团依托农业科研优势，联合30多名院士专家、800余家产学研单位长期开展合作，成立了全球50余个研发中心和育种站。“自主研发一批绿色优质的水稻、玉米突破性新品种，在国内建有70万亩国家高标准制种基地，在巴西设有3个规模种子加工厂、6个种子储备冷库，为种植户提供优质、高产、安全的种子，构建覆盖中国、巴西、菲律宾、巴基斯坦等主要市场的推广渠道，以卓越的产品和一站式的服务，响应客户的需求。”刘志勇表示。

据了解，中信集团全年粮种推广种植面积近1.8亿亩，为超过3000万种植农户提供了优良的种子，为农户累计年增产粮食近50亿公斤以上，为农户累计减少农药使用量近2000万公斤，为50万制种农户带来约20亿元的收入。

## 基因组科研

“我们在一年多时间内，结合AI开发了一套软件系统，搭建了6个流程，这个系统做成开放性的平台，做了7个物种，3000多份自研，做了几十万份数据。预测准确率已经达到95%以上，最近文章成果已发表，得到业内非常大的反响。这样每个育种家都可以将自己的材料、将基因组测完以后导入系统里面，可以节省选育时间，获得智能化的指导，这是我们育种上做的一个贡献。”刘欢表示。

“未来我们希望在油料和饲料上做更多努力，虽然部分供应链联通，但我们希望减少依赖，这是我们的目标。”刘欢说。

2001年至2022年，中国农产品贸易额从279亿美元增至3343亿美元，年均增长12.6%；农产品出口额年均增长9.1%，进口额年均增长15.4%。

2022年，中国农产品进口2361亿美元、出口981亿美元，稳居全球农产品第二大贸易国、第一大进口国、第五大出口国。全球对农产品供应链可持续发展的诉求越来越强烈，对进口农产品的要求也越来越严格。中国、欧盟、美国等国家和地区都出台了一系列推动农林业绿色转型，共同建立起更高效、更包容、更有韧性和更可持续的粮食系统。”宋聚国表示。

护森林土地、应对气候变化等的约定，中国作为世界最大农产品进口国，在这一进程中将发挥重要作用。

农业农村部农业贸易促进中心副主任宋聚国在首届链博会上表示，中国政府坚决守住18亿亩耕地红线，累计建成10亿亩高标准农田，化肥农药施用量连续6年下降，畜禽粪污、秸秆综合利用和农膜回收率稳步提高，农业科技进步贡献率达62.4%。绿色、有机、地理标志农产品产量占食用农产品总量的比例达11%。农产品质量安全例行监测合格率达到97.6%。粮食生产实现“十九连丰”，总产量连续8年稳定在6.5亿吨以上，口粮自给率100%，谷物自给率95%以上，真正做到了谷物基本自给、口粮绝对安全。专用小麦、高油高蛋白大豆占比逐年提升，优质畜产品、水产品供给不断增加。

“科技创新是推动农业绿色发展的动力，是保障粮食可持续供给的重要支撑。我们愿与各方在数字农业、农机装备、生物育种和质量安全等领域开展务实合作，协同推进降碳、减污、扩绿、增长，推动农业生产、加工、销售等全链条各环节上的绿色转型，共同建立起更高效、更包容、更有韧性和更可持续的粮食系统。”宋聚国表示。

# 京津冀角力氢能技术 北京将建国家级电池汽车全产业链检测重点实验室

本报记者 索寒雪 北京报道

《中国经营报》记者了解到，北京正在推动国家级电池汽车全

## 新标准、新实验室落户北京

近年来，北京市高位谋划、超前布局全市的氢能产业发展与跨区域产业协同。

“经常有金融人士问我，哪个领域最具有前景？只能说很多人都在攻关从水制氢的催化剂技术。”一位北京大学化学系教授向记者表示。

氢能作为21世纪最具发展潜力的二次清洁能源之一，是实现多领域深度清洁脱碳的重要载体，也是全球能源技术革命和转型发展的重大战略方向。发展氢能产业是北京市应对气候变化和实现绿色可持续发展的重要战略选择。

近年来，北京市先后发布了《北京市氢燃料电池汽车产业发展规划(2020—2025年)》《北京市氢能产业发展实施方案(2021—2025年)》及相关的配套政策，高位谋划、超前布局全市的氢能产业发展与跨区域产业协同，统筹推进

产业链检验检测能力的国家重点实验室落户大兴。京津冀地区的政府和企业正在加紧推进氢能产业的突破，使用氢能的观光船即

将下水，天津将在管网沿线建设加氢公路。

京津冀地区是全国最早开展

氢能技术研究与应用示范的地区，三地氢能产业发展目标高度一致、产业基础各具优势、资源禀

赋充分互补、产业优势主体集聚，已经形成了良好的科技、产业与应用协同基础。



视觉中国/图

氢能作为21世纪最具发展潜力的二次清洁能源之一，是实现多领域深度清洁脱碳的重要载体。

技术委员会已经立项液氢加注规程等三项地方标准的修订计划，目前正在推动大兴区在国际氢能示范区建设国家级电池汽车全产业链检验检测能力的国家重点实验

室。”冷少林透露。

据了解，北京市在科技创新、产业基础、市场应用、政策环境和支撑要素等方面具有全国领先优势，牵头的京津冀燃料电池

汽车示范城市群在前两个年度均超额完成示范任务。近年来，北京陆续发布的一系列政策，为氢能产业集聚化、规模化发展创造了良好的条件。

“

北京市氢能质量标准化技

术委员会副主任尹旭光表示。钢铁行业一直是耗能重点领域。尹旭光介绍，河钢宣钢全国首套120万吨氢能源开发与利用工程已经实现连续性生产。今年10月该工程荣获世界钢铁协会低碳生产卓越成就奖。河北省工业厅支持的天然气掺氢示范项目已

经实现3%—20%的氢气掺混可调。国内首款氢能源物流快车已经在涿鹿县投入运行。张家口不断完善加氢站等基础设施建设，累计建成加氢站8座，加氢每12小时达到7.7吨。

张家口在获批建设国内首家省级氢能产业创新中心基础上，“正在积极申报国家级氢能产业

创新中心。目前占地72亩的创新中心总部基地主体结构已经建成。”尹旭光说。

目前张家口市正在进行的项目有，“国内首台千瓦级固体燃料电池制氢系统，电解水制造设备也正在加快建设。引进河北特种设备检测研究院，氢能源储备装备检测检验项目正在加快推进招标。”

“

张家口在氢能示范应用场景持续拓展方面一直靠前。

“我们积极推动氢能交通领域的示范，从2018年起，已经累计投运氢燃料公交车444辆，完成载客量超过1亿人次，运行里程超过3800万公里，自今年10月以来又新增了83辆冷链物流、渣土车、牵引车等。”张家口市发展和改革

委员会主任尹旭光表示。

钢铁行业一直是耗能重点领域。

尹旭光介绍，河钢宣钢全国首套120万吨氢能源开发与利用工程已经实现连续性生产。今年10月该工程荣获世界钢铁协会低碳生产卓越成就奖。河北省工业厅支持的天然气掺氢示范项目已

经实现3%—20%的氢气掺混可调。国内首款氢能源物流快车已经在涿鹿县投入运行。张家口不断完善加氢站等基础设施建设，累计建成加氢站8座，加氢每12小时达到7.7吨。

张家口在获批建设国内首家省级氢能产业创新中心基础上，“正在积极申报国家级氢能产业

创新中心。目前占地72亩的创新中心总部基地主体结构已经建成。”尹旭光说。

目前张家口市正在进行的项目有，“国内首台千瓦级固体燃料电池制氢系统，电解水制造设备也正在加快建设。引进河北特种设备检测研究院，氢能源储备装备检测检验项目正在加快推进招标。”

“

张家口在氢能示范应用场景持续拓展方面一直靠前。

“我们积极推动氢能交通领域的示范，从2018年起，已经累计投运氢燃料公交车444辆，完成载客量超过1亿人次，运行里程超过3800万公里，自今年10月以来又新增了83辆冷链物流、渣土车、牵引车等。”张家口市发展和改革

委员会主任尹旭光表示。

钢铁行业一直是耗能重点领域。

尹旭光介绍，河钢宣钢全国首套120万吨氢能源开发与利用工程已经实现连续性生产。今年10月该工程荣获世界钢铁协会低碳生产卓越成就奖。河北省工业厅支持的天然气掺氢示范项目已

经实现3%—20%的氢气掺混可调。国内首款氢能源物流快车已经在涿鹿县投入运行。张家口不断完善加氢站等基础设施建设，累计建成加氢站8座，加氢每12小时达到7.7吨。

张家口在获批建设国内首家省级氢能产业创新中心基础上，“正在积极申报国家级氢能产业

创新中心。目前占地72亩的创新中心总部基地主体结构已经建成。”尹旭光说。

目前张家口市正在进行的项目有，“国内首台千瓦级固体燃料电池制氢系统，电解水制造设备也正在加快建设。引进河北特种设备检测研究院，氢能源储备装备检测检验项目正在加快推进招标。”

张立钧表示，随着《关于构

建绿色金融体系的指导意见》及《绿色产业指导目录》陆续出台，绿色金融及相关产业体系也逐渐形成。

在此背景下，结合我国国情，要实现“双碳”目标，就要努力推进电力、钢铁、水泥、石化等高耗能产业低碳转型发展。有市场机构估算，到2050年中国低碳转型投融资规模(即“转型金融”)或将达300万亿元。

《意见》(以下简称“《意见》”)发布，《意见》从数据产权、流通交易、收益分配、安全治理等方面推动绿色金融发展外，各省还设立了绿色金融改革试验区，以此探索地区发展路径。

央行的数据显示，截至2023年三季度末，我国绿色贷款余额28.58万亿元，同比增长36.8%，居全球首位，其中境内绿色债券市场余额1.98万亿元，居全球第二。

张立钧表示，随着《关于构

建绿色金融体系的指导意见》及《绿色产业指导目录》陆续出台，绿色金融及相关产业体系也逐渐形成。

在此背景下，结合我国国情，要实现“双碳”目标，就要努力推进电力、钢铁、水泥、石化等高耗能产业低碳转型发展。有市场机构估算，到2050年中国低碳转型投融资规模(即“转型金融”)或将达300万亿元。

《意见》(以下简称“《意见》”)发布，《意见》从数据产权、流通交易、收益分配、安全治理等方面推动绿色金融发展外，各省还设立了绿色金融改革试验区，以此探索地区发展路径。

央行的数据显示，截至2023年三季度末，我国绿色贷款余额28.58万亿元，同比增长36.8%，居全球首位，其中境内绿色债券市场余额1.98万亿元，居全球第二。

张立钧表示，随着《关于构

建绿色金融体系的指导意见》及《绿色产业指导目录》陆续出台，绿色金融及相关产业体系也逐渐形成。

在此背景下，结合我国国情，要实现“双碳”目标，就要努力推进电力、钢铁、水泥、石化等高耗能产业低碳转型发展。有市场机构估算，到2050年中国低碳转型投融资规模(即“转型金融”)或将达300万亿元。

《意见》(以下简称“《意见》”)发布，《意见》从数据产权、流通交易、收益分配、安全治理等方面推动绿色金融发展外，各省还设立了绿色金融改革试验区，以此探索地区发展路径。

## “COP28”盘点全球气候行动进展 中国积极为全球气候治理贡献力量

本报记者 杜丽娟 北京报道

11月30日，《联合国气候变化框架公约》第28次缔约方大会(以下简称“COP28”)在阿联酋迪拜开幕。在为期两周的时间里，大会将聚焦世界气候行动峰会、能源转型、土地利用等八大主题，并设有技术与创新、包容性、一线社区和金融四个跨领域主题。

在全球气温屡创新高、气候灾害日益增多的背景下，大会首次对《巴黎协定》签署以来的气候行动进展进行了“全球盘点”，从而了解全球气候行动进展，并持续推进各国气候行动取得进展。

中国气候变化事务特使解振华在迪拜表示，中国准备在2025年提出到2030年、2035年《巴黎协定》中国自主贡献的新目标及新举措。“目前政府提出的目标要落实，关键在各个行业、各个企业。只有企业家转变生产方式，把供应链真正绿色化，目标才能实现。”解振华强调。

### 中国主动参与

《中国经营报》记者了解到，从1995年开始，《联合国气候变化框架公约》缔约方每年召开会议，在近30年的时间里，中国虽然作为发展中国家，但在全球经济发

书》签订，再到2015年的《巴黎协定》，中国一直是国际公约和协定的早期参与者，2020年中国再次明确提出2030年碳达峰与2060年碳中和目标。

对于这些变化，普华永道的统计显示，从1995年的《联合国气候变化框架公约》第一次缔约方大会(COP1)，到1997年《京都协定

候治理。

“这反映出中国作为负责任大国的担当，不仅如此，近年来中国还通过产业政策、金融服务等多项手段，促进绿色低碳发展。”张立钧说。

比如，在绿色金融方面，伴随“双碳”目标的提出，绿色金融、气候投融资以及相关产业发展也进入“快车道”。目前各地除了在标准、气候信息披露、绿色金融评

价、气候投融资布局等方面推动绿色金融发展外，各省还设立了绿色金融改革试验区，以此探索地区发展路径。

央行的数据显示，截至2023年三季度末，我国绿色贷款余额28.58万亿元，同比增长36.8%，居全球首位，其中境内绿色债券市场余额1.98万亿元，居全球第二。

张立钧表示，随着《关于构

建绿色金融体系的指导意见》及《绿色产业指导目录》陆续出台，绿色金融及相关产业体系也逐渐形成。

在此背景下，结合我国国情，要实现“双碳”目标，就要努力推进电力、钢铁、水泥、石化等高耗能产业低碳转型发展。有市场机构估算，到2050年中国低碳转型投融资规模(即“转型金融”)或将达300万亿元。

《意见》(以下简称“《意见》”)发布，《意见》从数据产权、流通交易、收益分配、安全治理等方面推动绿色金融发展外，各省还设立了绿色金融改革试验区，以此探索地区发展路径。

央行的数据显示，截至2023年三季度末，我国绿色贷款余额28.58万亿元，同比增长36.8%，居全球首位，其中境内绿色债券市场余额1.98万亿元，居全球第二。

张立钧表示，随着《关于构

建绿色金融体系的指导意见》及《绿色产业指导目录》陆续出台，绿色金融及相关产业体系也逐渐形成。

在此背景下，结合我国国情，要实现“双碳”目标，就要努力推进电力、钢铁、水泥、石化等高耗能产业低碳转型发展。有市场机构估算，到2050年中国低碳转型投融资规模(即“转型金融”)或将达300万亿元。

《意见》(以下简称“《意见》”)发布，《意见》从数据产权、流通交易、收益分配、安全治理等方面推动绿色金融发展外，各省还设立了绿色金融改革试验区，以此探索地区发展路径。

央行的数据显示，截至2023年三季度末，我国绿色贷款余额28.58万亿元，同比增长36.8%，居全球首位，其中境内绿色债券市场余额1.98万亿元，居全球第二。

张立钧表示，随着《关于构

## 国家发改委：预计2024年煤炭供需延续平稳态势 非电行业需求或超预期增长

本报记者 孙丽娟 路炳阳 唐山报道

国家发展改革委经济运行调节局二级巡视员唐社民在12月5日召开的2024年度全国煤炭交易会上表示，预计2024年我国煤炭供需将延续平稳态势，从供给看，国内煤炭产能充分释放，产量预计总体稳定。“从需求看，新能源快速发展，作为煤电的替代在加速，而随着稳经济政策的持续发力，非电行业的用煤需求可能超预期增长，预计电煤需求总量保持不变，总体看

如果明年煤炭进口不受大的影响，我国煤炭供应是有保障的。”唐社民表示。

唐社民要求煤炭上下游行业企业签足、签实、签好2024年度电煤中长期合同。“近年的实践证明，电煤中长期合同是能源安全保障的压舱石和稳定器，是立足我国国情，实现能源保供稳价的重要创新。同时中长协签订对于保障企业经济效益，推动上下游行业的健康发展，也大有益处。”

唐社民强调，签约公平，坚决

不允许捆绑销售。不能因为签订中长协合同而提出不公平的强势要求，坚决不允许出现因不合理捆绑搭售而影响签约。

中国电力企业联合会专职副理事长洪光表示，根据预测，今年电煤和电力的供需总体平衡，但局部地区和时段受天气影响的不确定性依然很高，我们要进一步夯实煤炭保供基础，密切关注天气变化，加强供需衔接和动态平衡，健全完善电煤中长期合同制度，积极探索保供长效机制，增强煤电供应链的韧性

和弹性，全力保证能源的供应稳定、价格合理、质量可控，守住迎峰度冬期间民生用电煤的底线。

中国国家铁路集团有限公司(以下简称“国铁集团”)货运部副主任董晖在交易会上透露，今年以来，国铁集团增加煤炭运输能力，全面做好运输保障工作，今年前11个月，国家铁路运输煤炭19.1亿吨，与去年持平，电煤运量13.9亿吨，创历史新高水平。

董晖表示，2024年没有较大运力的货运新线路开通，客运恢复之

后，客货共运线路货运量缺乏新的增长。

2024年国铁集团将持续提升煤炭保障水平，增加大型直达列车，强化中长期合同运力保障，并保障浩吉铁路运量实现较大量的增长。

“铁路部门将优先为拥有自有煤矿资源的煤炭企业配置运力；优先为数量明确、运输计划明晰、淡旺季运量均衡的合同配置运力；优先为淡季平衡稳定运力、煤炭中长期合同兑现率高的企业配置运力。”董晖称。

中国铁路货运量与大宗商品，尤其是煤炭市场需求关系紧密，近年来，国家铁路煤炭运输量占货运总量的比重达到50%左右。从2011年开始，受经济不景气影响，国家铁路货运量一直处于下降状态，直到2017年随着煤炭需求增加，货运量才重新开始增长。受公转铁等利好因素影响，2017年到2022年，国家铁路货运量一直保持增长态势，2022年，国家铁路完成货物发送量39亿吨、同比增长4.7%，创下历史最高值。

# 金融监管“长牙带刺”:以目标导向和问题导向打好持久战

本报记者 杨井鑫 北京报道

近日,中国人民银行党委书记、行长潘功胜,国家金融监督管理总局(以下简称“金融监管总局”)党委书记李云泽接受新华社专访,回应金融工作的热点问题。其中涉及金融服务实体经济、提升服务质量等。

## 提升服务质量

提升金融服务实体经济的质效,统筹用好多种金融功能,为实体经济提供全方位、一体化、高质量综合服务。

中央金融工作会议提出:“金融要为经济社会发展提供高质量服务。”对于金融如何更好地服务实体经济,潘功胜表示,中国人民银行制定和执行货币政策,必须平衡好短期与长期、稳增长与防风险、内部均衡与外部均衡的关系,始终保持稳健性,管好货币总闸门,守护好老百姓的钱袋子,为稳定物价、促进经济增长、扩大就业、维护国际收支平衡营造良好的货币金融环境。

他认为,监管需要更加注重跨周期和逆周期调节,保持货币信贷总量和社会融资规模增长。同时,引导金融机构积极盘活被低效占用的金融资源,提高资金使用效率;加强与财政、监管等政策的协调配合,持续加大对重大战略、重点领域和薄弱环节的支持力度;合理把握利率水平,推动实体经济融资成本稳中有降;统筹内外均衡,保持人民币汇率在合理均衡水平上的基本稳定。

在支持实体经济降低融资成本方面,潘功胜提到,2023年9月新发放企业贷款加权平均利率为3.82%,处于历史最低水平。监管将坚持实施好利率调控,按照经济规律和逆周期宏观调控需要,引导和把握宏观利率水平,保持利率水平与实现潜在经济增速的要求相匹配。发挥好贷款市场报价利率改革效能,促进降低企业融资和居

济、降低企业综合融资成本、全面加强金融监管、持续提升监管有效性、有效防范化解金融风险等重要话题。

从监管层的表态来看,中央金融工作会议之后的金融监管仍将维持强监管严监管的趋势,并且金融作为实体经济的血脉也将以服

务实体经济为重。监管层的此次发声也明确了新时期监管新思路,强调了提升监管有效性的必要性,强化“五大监管”,实现金融监管全覆盖。此外,推进中小金融机构改革化险将是监管未来工作的重点。针对风险的处置,监管也给出了相应具体措施。



金融监管总局将牵头建立监管责任归属认领机制和兜底监管机制,确保一切金融活动特别是非法金融活动有人看、有人管、有人担责。  
视觉中国/图

民信贷成本,发挥好利率自律机制作用,维护市场竞争秩序。

12月5日,工商银行(601398.SH)董事长陈四清和农业银行(601288.SH)董事长谷澍在接受新华社采访时均谈到了提升金融服务实体经济的质效。在具体的贯彻实施过程中,一方面加大金融资源的供给,另一方面将优质金融资源配置到重大战略、重点领域和薄弱环节。统筹用好多种金融功能,为实体经济提供全方位、一体化、高质量综合服务。

在利率方面,未来长期存款利率的下行已经成为市场共识。11月27日,央行公布的《2023年第三季度货币政策执行报告》明确:“进一步推动金融机构降低实际贷款利率。”同时,新增强调了“提升市场基准利率的公信力”“增强LPR对实际贷款利率的指导性”。延续了“发挥好存款利率市场化调整机制的重要作用”,但侧重“稳定银行负债成本,增强金融支持实体经济的可持续性”。换句话说,银行金融机构的实

际贷款利率会依然处在下行区间,银行侧重稳定负债成本也就意味着存款利率将有进一步调整。

值得一提的是,当前银行存款利率出现了一个很不寻常的趋势,即长期限人民币存款利率反而比短期限的更低,如5年期存款利率比3年期低,3年期存款利率比2年期低。正常情况下,存款期限越长,利率越高。在利率倒挂的背后,实际上是市场对未来存款利率下行的一个整体判断体现。从供需来看,老百姓对长期存款需求增加,这与银行负债成本上升形成了矛盾。

12月5日,中信建投证券首席经济学家黄文涛在中信建投证券2024年度资本市场峰会上表示,财政政策加码扩张,稳增长与防风险并重成为下一阶段主旋律。扩需求、防风险,都要求货币政策提供较为宽松的流动性环境和适宜稳定的融资利率。预计2024年还将继续降准降息,幅度可能与2023年类似,即降准50个基点、降息20个基点左右,并带动存款利率调降。

## 抓关键事、关键人、关键行为

在严格执法、敢于亮剑方面,聚焦影响金融稳定的“关键事”、造成重大金融风险的“关键人”、破坏市场秩序的“关键行为”。

中央金融工作会议提出,切实提高金融监管有效性,依法将所有金融活动全部纳入监管,全面强化机构监管、行为监管、功能监管、穿透式监管、持续监管,消除监管空白和盲区,严格执行“五大监管”,实现金融监管全覆盖。同时,坚持刀刃向内,强化“对监管的监管”,切实做到“打铁自身硬”。

李云泽对此指出,未来将紧紧围绕强监管严监管,坚决做到“长牙带刺”,持续提升监管的前瞻性、精准性、有效性和协同性。

他指出,金融监管总局自成立以来,系统改革组织架构,整合优化资源配置,探索改进监管方式,努力为全面提升监管质效奠定良好基础。为“切实提高金融监管有效性”,金融监管总局将从三方面入手,即全面强化“五大监管”、严格执法敢于亮剑、着力加强监管保障。

所谓“五大监管”,即坚持风险为本原则,抓准人、抓法人、抓治理,强化机构监管;坚持依法将各类金融活动全部纳入监管,保护金融消费者合法权益,强化行为监管;坚持“同一业务、同一标准”原则,强化功能监管;坚持“实质重于形式”原则,强化穿透式监管;坚持围绕金融机构全周期、金融风险全过程、金融业务全链条,强化持续监管。

在严格执法、敢于亮剑方面,李云泽指出,深入整治金融市场乱象,做到坚持原则、敢于碰硬、一视同仁、公平公正。聚焦影响金融稳定的“关键事”、造成重大金融风险的“关键人”、破坏市场秩序的“关键行为”,把板子真正找准、打痛。会同有关部门严肃处理违法违规第三方中介机构。强化监审联动、行刑衔接、纪法贯通,切实提高违法成本。此外,要进一步健全金融法治,做好

法规政策的“立改废释”,与时俱进完善审慎监管规则,扎紧制度的“铁篱笆”。加快监管大数据平台建设,充分运用科技手段,快速有效识别、精准锁定金融风险。同时,坚持刀刃向内,强化“对监管的监管”,切实做到“打铁自身硬”。

针对金融监管的“全覆盖”,李云泽表示,管合法更要管非法,始终坚持金融特许经营、持牌经营原则。管行业必须管风险,严密防范一般商事行为异化为非法金融活动、衍生出金融风险。

“在此过程中,金融监管总局将牵头建立监管责任归属认领机制和兜底监管机制,确保一切金融活动特别是非法金融活动有人看、有人管、有人担责。推动明确跨部门跨地区和新业态新产品等金融活动的监管责任归属。确实难以明确责任的,由金融监管总局负责兜底。”李云泽表示。

中央金融工作会议指出“经济金融风险隐患仍然较多”,要求“及时处置中小金融机构风险”。在防范化解金融风险方面,李云泽表示,重点是加快推进中小金融机构改革化险。

就金融风险问题,潘功胜表示,当前,我国金融风险总体可控,金融机构经营整体稳健,金融市场平稳运行,高风险金融机构无论是数量还是资产规模,在金融系统的占比都很小。中国人民银行将配合有关部门和少数高风险机构相对集中的省份,制订实施中小银行改革化险方案,进一步压降高风险机构数量和风险水平,按照市场化、法治化原则处置金融风险,依法保护最广大储户、中小投资者和被保险人的利益。

他还表示,中国人民银行将

加强金融稳定保障体系建设,完善金融风险防范、预警和处置机制,对金融风险早识别、早预警、早暴露、早处置。同时,强化存款保险专业化、常态化风险处置职能,丰富存款保险风险处置措施和工具。

李云泽指出,下一步,金融监管总局将坚持目标导向、问题导向,坚决打好攻坚战和持久战,重点是加快推进中小金融机构改革化险。一是坚持稳妥有序。抓住当前有利时机,坚持市场化、法治化原则,加大力度推进风险处置。

“把握好时度效,充分考虑机构和市场的承受能力,有计划、分步骤开展工作,切实防范处置风险的风险。二是分类精准施策。充分发挥专业优势、加强指导协调,推动‘一省一策’‘一行一策’‘一司一策’,制订风险处置方案,避免‘一刀切’。三是深化标本兼治。推动中小银行机构优化结构,提质增效。推进保险公司回归本源、突出保障功能,引导资管、非银等机构坚守定位、差异化发展。”

某券商银行业分析师称,中小金融机构数量多、地域分布广,在服务地方经济、支持中小微企业发展方面具有不可或缺的作用。截至2022年末,我国银行业金融机构共计4567家。其中,中小银行机构数量占比达98.5%。从银行业公开披露的数据看,我国绝大部分金融机构经营保持稳健,个别机构受到地区经济环境、产业结构调整等因素,银行金融机构的信用风险和流动性风险相对高一些。但是,“一行一策”能够根据不同的情况,通过风险处置,推动机构改革转型,提升经营水平,有助于推动整个金融市场的平稳发展。

# 票据融资“隐秘的角落”

本报记者 石健 北京报道

从上下游场景合作方到诈骗方,从融资合作方到诈骗方……《中国经营报》记者注意到,上述

身份的转换,均来自一种名为票据融资的融资模式。

近年来,票据融资成为城投融资的一种新模式。不过,因为合同签署不够周密,或者出资方本身属

于空壳公司、皮包公司,导致一些城投公司在进行票据融资时遭遇诈骗,继而造成经济损失。

中证鹏元研报认为,票据质押融资作为一种特殊的非标融资方

式,一旦遭受诈骗,不仅产生财务损失,也会因持续无法兑付票据导致公司持续出现在逾期名单中,对公司声誉造成较大影响,城投公司在开展非标融资时应当更加谨慎。

该负责人告诉记者:“上述质押票据借款逻辑看似闭环,不会出现任何风险。如果乙方未全额给予甲方约定的借款,那么到期后双方互开的票据可以债务冲抵,甲方的偿付义务仅限于乙方已经向甲方拨款的部分。但出现问题的环节在于票据‘不得转让’的事项上,往往乙方会以多种理由要求‘不得转让’字样仅记录于借款合同中,而非甲方方向乙方开立的票据中。甲方可能因融资需求迫切或相关票据知识了解不够,认为其借款合同完备,并没有风险。但实质上是,乙方可以通过多种方式‘转卖’其获取的甲方开立的票据,而到期后甲方需要履行票据支付义务的持票人早已不再是乙方。”

有业内人士表示,事实上,对于以上述模式出借资金的公司并不在少数,但是该类公司隐藏

着一些空壳公司或者皮包公司。他们通过伪造公章或者编造国企的假身份,骗取城投公司的信任,往往抓住城投公司融资心切的心理特征,继而实施诈骗行为。这类公司基本上不具备兑付自身开立并承兑票据的能力,因此会给城投公司造成大额的损失。

而与“对开票据质押融资”模式相比,“票据质押融资”模式在操作上更加简捷,但隐藏的风险性质并无不同。即出借资金公司收到城投公司开立的票据但拒不履行后续借款事项,仍然是利用甲方公司急迫的融资需求或不熟悉票据相关知识的背景,通过诈骗取得相关票据后立马对外进行背书转让。而票据到期后,甲方公司需要承担巨额兑付义务。

有研究员通过对若干家城投公司发布的与票据质押融资诈骗相关的公告和公开信息进行梳理发现,城投公司被骗具有一定共性:对方为“空壳”公司。例如,湖北省某市某城投公司和云南省某市某城投公司均被合肥某科技发展有限公司(以下简称“合肥某

公司”)实施了合同诈骗。截至2023年10月末,合肥某公司尚未结清的承兑余额为3.39亿元,逾期金额和累计逾期金额均为2.38亿元。通过公开信息查询发现,合肥某公司基本属于空壳公司,其开具并承兑的商业汇票(其本质为反担保)也基本上不具备兑付能力。

中证鹏元工商企业评级部研究员刘子恒认为,自上海票据交易所(以下简称“票交所”)2021年开始加强票据信息披露义务以来,作为过往一种容易被大家忽视的广义短期债务,票据逐渐被大家所关注。票据逾期信息每月定期且稳定地发布频率,也高于财务报表的更新速率,对于票据逾期信息获取的途径,相较于其他非标融资更加具备持续性和便捷性。与此同时,票据质押融资作为一种特殊的非标融资方式,在电票时代,一旦城投公司遭受诈骗不仅产生财务损失,也会因持续无法兑付票据,导致公司持续出现在逾期名单中,对公司声誉造成较大影响,这也提示城投公司在开展非标融资时应当更加谨慎。

## 票据权利需限制

中证鹏元研报显示,通过对3842家城投公司2022年度财务数据进行统计,剔除无2022年度数据的城投公司后,截至2022年末,城投公司的应付票据总金额(未考虑母、子公司因素)为1.36万亿元,占短期有息债务(短期借款+一年内到期的非流动负债+应付票据)的比例大约为8.14%,商业汇票已经成为城投公司广义短期债务的重要组成部分之一。

有不少行业人士认为,票据业务量的增大,也给不法分子提供了可乘之机。西部一家城投公司财务负责人直言:“一些城投公司票据逾期确实与自身财务管理不佳有关,或者与短期兑付压力较大有关。但是,票据质押融资中的合同诈骗行为,给城投公司带来的损失则更大,有的是不可挽回的损失。”

在相关案件中,诈骗方往往采取“萝卜章”和假国企的身份实施诈骗行为。同时,以低利率的短期借贷作为诱饵,通过双方互开商票作为抵押物的形式实施诈骗。由于有些城投公司并不了解如何为票据设定质押,因此未在票据上记载“不得转让”的事项。这使得诈骗方从城投公司处取得的票据无任何权利上的限制,可以随意地转让票据。诈骗方取得城投公司票据后,再将票据“转卖”给多家不同的企业,获得票款后跑路。由于票据从承兑至到期有几个月的时间,这也给了诈骗方充足的跑路时间。

记者注意到,现在不少城投公司的法律意识已经开始增强。今年10月,云南玉溪一家国资公司发布“关于承兑票据涉嫌被他人诈骗公安机关立案调查”的公告。公

告称:“公司已经向公安机关申请刑事立案,并于2023年10月收到玉溪市公安局红塔分局出具的立案决定书。基于上述事实,我公司承兑的相关商票拟被公安机关采取强制措施,因此造成社会误解,特予澄清。烦请各持票人积极收集相关证据,通过法律途径维护自身合法权益。”

那么,如果城投公司被骗后如何兑付票据?对此,北京一位从事相关业务的律师表示,《票据法》第十三条规定:“票据债务人不得以自己与出票人或者与持票人的前手之间的抗辩事由,对抗持票人。但是,持票人明知存在抗辩事由而取得票据的除外”。也就是说,虽然诈骗方通过非法手段从城投公司取得票据,城投公司可以对其抗辩。但由于诈骗方已将票据转卖给多家企业,甚至票据已经过多次流转,如果持票人不知道这个抗辩事由而取得票据,那么,城投公司就不得以抗辩为由拒绝付款,即《票据法》对善意第三人的保护,除非城投公司有证据能举证持票人为恶意。

该律师建议:“如果城投公司被实施了诈骗,且未设定票据质押或‘不得转让’事项,建议立即向当地公安机关报案。通过公安机关固定犯罪证据,限制犯罪嫌疑人转让票据,可以防止票据转让至善意持票人,避免城投公司损失扩大。同时,建议受骗城投公司请求公安机关向票交所调取相关持票人情况。如果持票人是诈骗企业或恶意持票人,城投公司可拒绝付款,根据票交所的有关规定,在这种情况下,取得相关司法文书后可向票交所申请修改票据逾期信息。”

# 跨境理财通2.0版：降门槛 增额度 扩范围

本报记者 张漫游 北京报道

经过两年多的试点，“跨境理财通”迎来了2.0版本。

日前，中国人民银行广东省分行、人民银行深圳市分行等多个部门发布《粤港澳大湾区“跨境理财通”业务试点实施细则（修订稿征求意见稿）》（以下简称《征求意见稿》）。

## “跨境理财通”有望扩容

通过降低“跨境理财通”业务的准入门槛，可以扩大该业务的服务范围和覆盖面，使更多的投资者能够参与其中，满足多样化的投资需求。

谈及《征求意见稿》中的变化，普益标准研究员王雨轩总结道，本次修订主要针对扩大“跨境理财通”业务开展范围，涉及降低“跨境理财通”的准入门槛、扩大“跨境理财通”合资格投资产品范围，提高“跨境理财通”投资者个人投资额度三个维度的内容，实现了对持续增长的大湾区跨境理财市场需求的适配。

汇丰相关业务负责人表示：“《征求意见稿》建议降低南向通投资者准入门槛、提升个人投资额度及扩大北向通部分合资格投资产品范围，我们对此表示欢迎。拟优化的措施将为更多大湾区居民提供更多元化的投资选择，投资者可根据市场表现及个人的风险偏好，更灵活地进行资产配置。此外，拟推出的新举措也将进一步提升‘跨境理财通’作为区内居民跨境投资渠道的吸引力，加快其业务规模的发展。”

同时，汇丰相关业务负责人透露，他们正积极研究细则，为把握“跨境理财通”的新机遇做好准备。

对于《征求意见稿》可能带来的影响，星展银行（香港）有限公司执行董事兼零售银行业务及财富管理业务规划、客户策略及产业生态系统主管关家敏认为，通过降低“跨境理财通”业务的准入门槛，可以扩大该业务的服务范围和覆盖面，使更多的投资者能够参与其中，满足多样化的投资需求，从而有效提升“跨境理财通”整体的吸引力。

恒生银行（中国）有限公司首席经济学家王丹分析称：“‘跨境理财通’门槛的降低，意味着目标客户群体范围扩大，尤其是随着‘Z世代’年轻群体除了消费领域外，在投资理财领域也开始崭露头角，降低缴纳社保或个税的年限门槛从5年至2年，将提升‘跨境理财通’的展业

稿”）。相较于此前的细则，本次修订在投资者准入条件、参与机构范围、合资格投资产品范围、个人投资者额度等方面做了优化升级。

多家银行人士认为，随着粤港澳大湾区跨境投资的需求增大，《征求意见稿》对于投资准入门槛的降低、可投资资产类别与投资额度的增加，都有利于拓展“跨境理财通”业务。

## “跨境理财通”有望扩容

通过降低“跨境理财通”业务的准入门槛，可以扩大该业务的服务范围和覆盖面，使更多的投资者能够参与其中，满足多样化的投资需求。

谈及《征求意见稿》中的变化，普益标准研究员王雨轩总结道，本次修订主要针对扩大“跨境理财通”业务开展范围，涉及降低“跨境理财通”的准入门槛、扩大“跨境理财通”合资格投资产品范围，提高“跨境理财通”投资者个人投资额度三个维度的内容，实现了对持续增长的大湾区跨境理财市场需求的适配。

自2021年9月10日《粤港澳大湾区“跨境理财通”业务试点实施细则》正式发布以来，至今已有两年多的时间。人民银行广东省分行官网披露的数据显示，截至2023年10月末，粤港澳大湾区参与“跨境理财通”个人投资者为6.29万人，包括港澳投资者4.46万人，内地投资者1.83万人，涉及相关资金跨境汇划3.55万笔，金额86.58亿元，投资规模相较2022年增长近5倍。

“这在很大程度上说明了‘跨境理财通’持续增长的受欢迎趋势。”王雨轩告诉《中国经营报》记者，“投资者更乐于参与‘跨境理财通’，其主要原因在于近年来投资者对于资产配置多元化、跨境投资的需求日益增加，而‘跨境理财通’恰好实现了粤港澳大湾区居民个人跨境投资便利化，与投资者的需求匹配。”

“‘跨境理财通’的稳步发展，已经被大湾区内投资者视为一种方便可靠的跨境投资渠道，能够实现多元化资产配置。特别是在今年全面通关恢复之后，大湾区内的跨境理财需求得到了进一步释放，不论是开户人数还是投资规模都有显著增长。”关家敏表示。

## 进一步激活南向通和北向通

南向通投资者较青睐存款，北向通投资者较青睐理财产品。“跨境理财通”产品配置以低风险资产为主，正好契合了大湾区投资者稳健理财的诉求。

为深化粤港澳金融合作，促进内地与港澳经济融合发展，今年9月期间，中国人民银行等七部门决定进一步优化粤港澳大湾区“跨境理财通”业务试点。其中包括，优化投资者准入条件；新增符合要求的证券公司作为参与主体，为南向通、北向通个人客户提供投资产品及相关服务；扩大南向通、北向通合格投资产品范围；适当提高个人投资者额度等多项优化举措。

谈及下一步如何更好激活“跨境理财通”投资者的投资热情，王雨轩指出：“要想更好地激活投资热情，就需要解决目前‘跨境理财通’面临的问题，其主要存在于两个层面。一方面，随着‘跨境理财通’投资规模与参与人数的增加，‘跨境理财通’的投资者群也相应复杂，银行可考虑为大湾区投资者提供针对性的培训和教育，以有助于提高投资者对投资产品的认知和理解，并使其能够做出更明智的投资决策，通过服务进一步激活投资者的投资热情；另一方面，虽然此次修订提高了投资额度，将单个投资者的投资额度从100万元提高到300万元，但是从南向通和北向通额度使用来看，仍具有较大的额度剩余，使用额度不足总额度的10%，故后续对投资额度的限额应该进一步扩大，实现对粤港澳大湾区居民跨境投资需求的进一步释放。”

人民银行广东省分行官网披露的数据显示，截至2023年10月末，参与“跨境理财通”的个人投资者购买投资产品市值余额为25.78亿元，但在投资结构上存在明显分化。南向通存款产品余额持续走高，由年初的3.94亿元上涨到10月末的23.17亿元，其余的南北向投资产品余额则较年初变化不明显。

中国银行(601988.SH)研究



随着粤港澳大湾区跨境投资的需求增大，投资准入门槛的降低、可投资资产类别与投资额度的增加，都有利于拓展“跨境理财通”业务。

视觉中国/图

院大湾区金融研究院主任级研究员王巍认为，出现上述趋势的主要原因在于：一是试点机构均持续开展客户营销，吸引更多的投资者参与试点，带动业务规模不断提高。二是南向通存款产品受美元加息及境外存款利率高于境内的双重影响，对境内投资者产生较大吸引力。预期后续随着“跨境理财通”2.0版本的推出，将吸引更多投资者参与试点。

王雨轩表示，投资者对“跨境理财通”的需求主要在于对跨境资产的配置，其实现了粤港澳大湾区居民个人跨境投资便利化。而从具体产品来看，由于南向通和北向通的产品配置策略与构成不同，相应投资者的需求也有所不同。南向通投资者较青睐存款，北向通投资者较青睐理财产品。“跨境理财通”产品配置以低风险资产为主，正好契合了大湾区投资者稳健理财的诉求。

关家敏告诉记者：“内地投资者一直对香港的金融体系抱有信心，对香港的财富管理产品有一定的了解。许多投资者希望涉足全球投资产品，以实现资产组合

的多样化。我们注意到，在市场波动和高利率环境下，除了以往最受投资者欢迎的股票和基金等金融产品之外，内地投资者对高息定期存款或固定收益金融产品也开始有一定的需求。”

王巍建议，试点机构应抓住政策机遇，持续丰富跨境理财产品货架，如配套推出北向通存款类产品，并不断提高产品的运营管理能力，更好满足投资者的投资回报需求。同时，应持续强化对客服务，通过线上+线下协同优化客户体验。

王雨轩表示，投资者对“跨境理财通”的需求主要在于对跨境资产的配置，其实现了粤港澳大湾区居民个人跨境投资便利化。而从具体产品来看，由于南向通和北向通的产品配置策略与构成不同，相应投资者的需求也有所不同。南向通投资者较青睐存款，北向通投资者较青睐理财产品。“跨境理财通”产品配置以低风险资产为主，正好契合了大湾区投资者稳健理财的诉求。

王丹还向记者建议道：“由于‘跨境理财通’涉及资金的跨境流转，因此在投资者权益保障、反洗钱、尽职调查等问题上，需要做好境内和境外机构的权责划分。另外，‘跨境理财通’的准入仍限定在大湾区内，扩容仍有很大的空间。国内房地产市场走弱释放了大量资金，短期内境内资本市场无法消化，也无法设计出适当的针对个人的金融理财产品，因此需要开放境外理财渠道。”

“随着内地和香港跨境人流持续增加，大湾区内投资者对跨境金融服务的需求不断增长。许多投资者不仅仅追求财富的增长，还更加关注健康保障，并增加了对保险产品的投资。这些因素将为区内金融机构带来新的机遇。”关家敏指出，“我们也建议，在总体层面加大业务宣传和投资者教育力度，分享同行业的成功案例，组织粤港澳地区金融机构之间的经验交流，稳妥有序地推进粤港澳大湾区金融市场的互联互通，为大湾区建设提供支持。”

# 金价涨势诱人 贵金属理财供需双升

本报记者 秦玉芳 广州报道

近期，黄金价格持续攀升。截至

12月7日，国内黄金9999(Au9999)价格盘中升至474.79元/克，国内不少品牌金店每克报价最高达618元。

## 黄金投资热情升温

连日来，黄金价格持续上涨，截至12月7日国内黄金9999(Au9999)盘中最高报价474.79元/克，国际黄金盘中价格达到2029美元/盎司。周大福、六福珠宝等各大品牌金店，12月7日的黄金最新报价也均有不同幅度上涨，单价普遍升至615元~618元/克。

随着金价的涨势不止，投资者对实物黄金及相关金融产品的配置热情也在提高。

广州的王女士向《中国经营报》记者透露，最近黄金价格越卖越贵，她在450元/克的时候买了一些，结果现在价格每天还在上涨。“还想入手一点，毕竟现在存款利率很低，理财净值表现也不好，相比之下黄金更加保值。看行情，年底之前应该还有一波涨势，综合考虑下来，买黄金更划算。”王女士如上表述。

某股份制银行零售业务经理表示，实物黄金、积存金和纸黄金等相关产品近来比较受投资者青睐，客户来进行产品询价的越来越多，认购意愿也有明显提升。

佛山的邱先生表示，黄金涨势虽然有波动，但一直相对比较稳，“我更愿意在银行买一些金条这样的实物黄金，还有一些积存产品，保值省心”。

与此同时，金融机构也在纷纷加快实物黄金以及相关金融产品的

在市场需求升温驱动下，金融机构实物黄金及相关金融产品的上线步伐也在加快，部分银行甚至

开通跨银行的黄金回购业务。

业内人士分析认为，受国内外多因素综合影响，黄金等贵金属价格波

动较大，投资者对相关属价格持续上升，投资者对相关

风险偏好、投资能力、投资经验等做

好配置策略，不要盲目跟风。

## 警惕高位配置的波动风险

短期来看，黄金价格仍有上升空间，但投资者仍要警惕波动风险。

董希淼强调，短期内，黄金价格处于高位，且随着美国加息接近尾声，美元指数可能走弱，也会推动黄金价格上涨。但黄金价格受多种因素影响波动较大，投资者要有一定的风险规避能力。

在董希淼看来，国内投资者普遍喜欢投资黄金，尤其年轻人偏好购买小克量的黄金饰品，但黄金价格并非一成不变，受到国际市场上比较多的因素影响，波动较为明显。投资者应了解国际、国内黄金市场价格波动的特点及可能产生的风险，进行理性投资。投资者首先要具备基本的投资理财知识，还要对贵金属市场有一定的了解，以规避投资过程中的风险。

“投资理财要从个人的风险偏好、投资能力、投资经验等基础出发做好资产配置，投资一定要买自己了解的产品，不能人云亦云。现在很多投资者，尤其年轻人群体，在投资时容易出现‘羊群效应’，大家买什么就跟着去买什么，这个做法不是特别可取，投资理财一定要选择适合自己的方式。”董希淼建议。

谢宗博也表示，当前黄金价格处于历史高位，普通投资者需要防范潜在的波动风险。如果出现大幅度回调，则是买入做多良机，但不要盲目做多，特别是普通投资者，需要从自己的刚需考虑，在自身资金承受范围和认知范围内去投资。

韦玲艳则建议，目前黄金价格仍处于高位，市场行情也在不断变化，在交易型黄金投资工具中，可关注投资门槛低、交易规则灵活且支持短线交易的现货黄金。同时，以投资组合策略配置来降低整体风险。

此外，金融机构也在强化对贵金属投资定性和量化评估能力，以帮助客户规避风险等方面面临挑战。韦玲艳强调，银行等金融机构可充分应用金融科技提升投资量化评估能力，评估客户风险水平，以为客户配备合适的产品组合，满足客户投资需求。

中期期货相关研报指出，目前，不管是地缘政治因素影响，还是央行需求支撑，金价走势比银价更为坚挺，若金银比价持续升高，甚至是冲至历史高位，则白银的配置优势将极大体现，做多白银或者做空金银比价将是较好的策略机会。

华泰证券也在最新研报中表示，未来5年到10年，黄金可能是更好的财富储存介质。研报分析称，以美股、美债为核心的美国金融资产，在过去两年出现了长期趋势的反转；用标普500指数与债券模拟价格构建的美国股债风险平价策略，在2022年以来出现了显著回撤。该情形如果持续，金融资产承载的财富或许会向实物资产转移，黄金将会成为更保值的财富储存介质。

在此背景下，金融机构对黄金等贵金属的业务布局也在持续加码。韦玲艳表示，金融机构也在不断推出新的贵金属产品，除了传统的实物黄金，还推出了黄金ETF、白银ETF等指型产品，以及黄金期货、白银期货等衍生品，为投资者提供了更多的选择，满足客户多元化的投资需求。

韦玲艳强调，未来除了进一步发挥科技优势外，利用人工智能、大数据和云计算等技术，为客户提供更加个性化、精准的投资服务和风险管理外，金融机构还需要针对投资者需求的变化，不断更新和优化产品和服务。同时，提升安全合规和风险管理能力，以确保贵金属业务的稳健发展。

上线，以满足投资者多元化的黄金资产配置需求。例如，交通银行(601328.SH)2024年“一路长红·龙年压岁金”、招商银行(600036.SH)“招行囍金·龙凤呈祥”金条、光大银行(601818.SH)《辰龙献瑞》甲辰年生肖金等产品纷纷上线。兴业银行(601166.SH)广州分行在近日举行的“理财节”中，也重点推荐了“添利金条”等系列产品。

兴业银行广州分行相关业务人士透露，2022年以来，海外通胀和美联储加息速度都达到近四十年来的历史新高，目前已进入有利于长期资产配置客户增配黄金的宏观大环境。适时推出相关产品，可为客户资产多元配置提供更多选择。

易观金融高级分析师韦玲艳透露，在金价震荡波动的当下，现货黄金或实物黄金受投资者欢迎。对此，银行加大实物黄金的营销力度，加快定制实物黄金产品上线。甚至有不少银行升级贵金属钱包业务体系，进行“一站式”服务平台搭建。

此外，部分银行也在加码黄金回收业务布局。如工商银行(601398.SH)宣布推出“工行金条工行收”的黄金回购服务，成色为Au99.0及以上的实物黄金产品均可回购，13家商业银行品牌金条视同工商银行品牌金回购。

对于黄金资产投资需求及产品

供给双向升温的原因，招联首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼认为，国际政治经济形势复杂多变，避险情绪上升，国内资本市场波动也导致投资者对黄金投资需求上升。

世界黄金协会中国区CEO王立新近日公开表示，全球正面临着持续通胀、地缘政治冲突等多重冲击。在这样的背景下，黄金作为一种独立且无主权信用风险的资产备受关注，其长期投资价值和避险作用不断提升，已经达到了新的高度。

韦玲艳也指出，由于资本市场波动大，存款利率及银行理财收益率不断走低，黄金被视为避险资产配置的首选，伴随着今年金价一路上涨，市场出现了黄金热。

“在通胀预期上升、货币贬值等情况下，投资者可能会增加对黄金的投资，以保护自己的购买力和资产价值。在投资组合中配置黄金，可以在增加投资组合多样性的同时降低风险。”韦玲艳如上表述。

在财经作家、注册会计师射宗博看来，升值空间、分散投资组合风险和避险功能应是黄金投资的主要考量。射宗博强调，在当前全球地缘政治局势以及金融市场不确定性高起的背景下，相信黄金在全球央行储备、机构资产的配置、家庭资产的配置中的作用，将会得到更大的体现。

# “投早投小投新”生态渐成 北交所资金“虹吸效应”显现

本报记者 罗辑 北京报道

近期,北京证券交易所(以下简称“北交所”)迎来持续火爆行情。

自10月23日北证50指数触底反弹,随后开启连续上行,到11月27日北证50指数盘中创下一年多来新高时,区间涨幅已累计

达到58.6%。赚钱效应下,资金“虹吸效应”显现。11月下旬北交所交投活跃度大幅提升,成交额攀升至近千亿元。与此同时,北交所开户量暴涨,日均开户数量维持在上万人次。

进入12月份,北交所热度不减。在经历短期调整后,12月5日,北证50指数逆势上涨7.28%,

市场人士称,北交所第二波行情启动。多位接受《中国经营报》记者采访的业内人士表示,近期北交所的持续火热是受多重积极因素叠加影响,虽然一定程度上或存在积累涨幅后的短期回调压力,但北交所长期向好趋势不改,优质公司关注度攀升,估值修复或将持续。

## 大涨“出圈”

Wind数据统计,北交所234只个股普涨,区间涨幅在50%以上的个股高达209只。

北交所首轮行情启动始于10月下旬,在11月下旬达到高潮。这也成为北交所首次因大涨“出圈”,引发市场关注。

北证50指数自10月23日触底反转到11月27日,北证50指数创下一年多来新高,区间涨幅接近六成,大幅跑赢沪深两市其他主要指数。Wind数据统计,在此期间,北交所234只个股普涨,区间涨幅在50%以上的个股高达209只;多只涨幅超过200%的“翻倍黑马”,其中有两只个股涨幅分别达到560%、652%。

在此行情下,北交所关注度飙升,流动性大幅改善,成交额快速放大。以周为单位,10月末,北交所周成交额在30亿—40亿元级别,反弹开启后,周成交额放大,接近翻番达到70亿元级别。到11月10日当周(向前计5个交易日,下同)成交额已放大至百亿元级。11月24日当周成交额放大至599.93亿元,到12月1日当周成交额已经飙升至

942.32亿元。短短5周,北交所周成交额放大了30倍左右。这也被市场认为是资金“虹吸效应”显现。

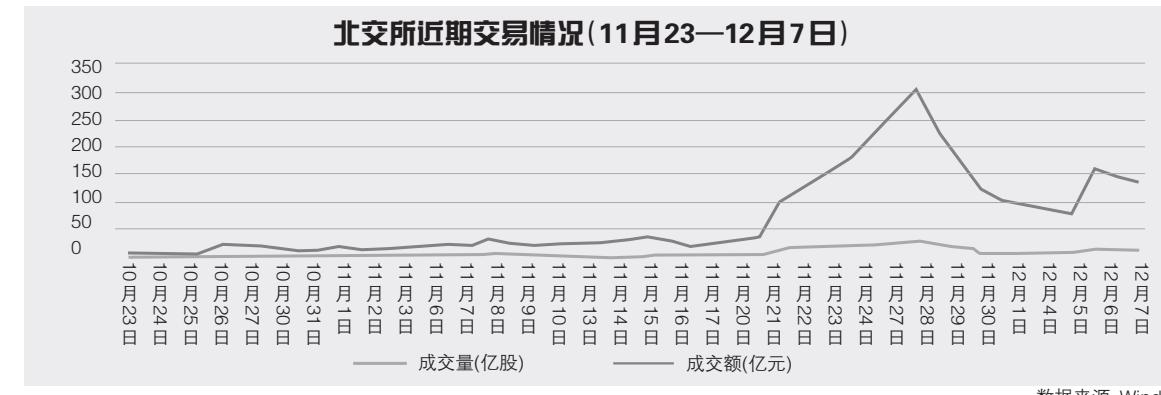
成交额放大的同时,各类资金蜂拥入场。其中,北交所合格投资者数量快速攀升。根据公开信息,截至11月28日,北交所合格投资者数量已超640万户,近期开户数量维持在日均上万人次。北交所副总经理孙立提到,截至11月下旬,800余只公募基金以及社保基金、QFII等均已入场。

北交所强势行情的背后,是多重积极因素共同作用的结果。北京南山投资创始人周运南分析:“政策面上,从北交所深改19条到北京市国资基金入市、转板指引落地、中证国证跨市场指数入围、做市商扩容等,北交所改革、政策利好叠加效应显现。北交所持续一个月的反弹,赚钱效应显著,不仅提振市场信心,也推动了场外观望资金加速流入北交所。此外,近期沪深A股市场对

于‘微盘股’的投资策略正在演化,‘小而美’的北交所标的成为策略调整中的一个配置新方向。从估值上看,北交所仍是估值洼地,估值修复行情或将持续。”

与此同时,机构调研频率大增。Wind数据显示,11月,共计61家北交所上市公司获得调研,调研总次数达到89次,涉及机构463家次(含同一家机构对不同标的或同一标的的多次调研,下同),其中证券公司190家次、基金公司175家次。有10只个股在11月接待调研的机构家数达到20家以上。

IPG中国首席经济学家柏文喜提及:“北交所的流动性正快速改善,机构投资者和个人投资者的加快‘入场’进一步助力价值发现。同时北交所本就有着服务‘创新型中小企业’的差异化定位,在经济复苏大趋势不变的情况下,资本风险偏好也会逐步调整,推动北交所的投资价值进一步显现。”



数据来源:Wind

## 勿盲目追高

在利好政策、改革预期落地的推进和赚钱效应、资金“虹吸效应”下,北交所行情或还将延续。

在火热情行的推动下,多位业内人士认为北交所的生态预期正悄然发生改变。

排排网财富公募产品经理朱润康提到:“北交所整体估值偏低,同时北交所企业大多具有逆周期属性,今年三季报整体业绩表现良好,使得北交所具备较大的估值修复空间。同时,近期助力北交所发展的政策利好和改革指导措施出台速度和力度超出市场预期,叠加北交所容量小,容易催生出赚钱效应并形成正反馈,近期北交所市场吸引力大幅提升,资金涌入,进而改变了北交所的生态预期。”

从资金动态上看,申万宏源发布研报认为,未来会有三批资金陆续进入北交所。“一是中证指数将符合条件的北交所证券纳入中证全指指数样本空间,于12月指数样本定期调整日实施,并将有被动指数投资基金进入北交所;二是公募和私募基金是北

交所的增量资金来源之一;三是新加入做市商也将带来增量资金。”

“本质上讲,北交所上市公司中多为‘专精特新’的创新型公司,其中部分公司已发展成为行业细分领域的隐形冠军,在推动产业升级、经济创新和增强经济活力与韧性中起到了非常重要的作用,因此具有较高的成长潜力、市场竞争力以及稀缺性。”朱润康提到,从更大的维度上看,北交所对于我国资本市场改革发展至关重要,其很好地完善了我国多层次资本市场体系,同时也让资本市场服务中小企业创新发展的能力得到了较大提升。

CO-FOUND智库秘书长张新源也提到:“北交所服务于‘专精特新’类中小企业融资需求,推动创新创业,其成立填补了我国证券市场在小市值企业领域的空白。在近期‘出圈’行情下,资金涌入,除了短期推高个股股价的影响外,更重要的是中长

期的影响。中期来看,北交所市场定位获得资金认可、优质企业获得持续性关注,‘投早投小投新’生态逐步形成。长期来看,北交所流动性改善,制度建设不断完善,市场竞争力提升,完善资本市场结构、为中小创新型企业提供更多发展机遇。”

黑崎资本首席投资执行官陈兴文也提到,在利好政策、改革预期落地的推进和赚钱效应、资金“虹吸效应”下,北交所行情或还将延续,但降低入场门槛后,北交所亦存在散户增加的趋势,还应对这部分投资者提示风险。

巨泽投资董事长马澄进一步提到:“北交所的大部分股票流通市值低于10亿元,属于创业型企业。这类企业业绩波动较大,投资时不仅要看到机会也要考虑风险。此轮行情中,北交所不少个股已积累相当涨幅,投资者应审慎评估,勿盲目追高。”

# 信托圈又见“公章争夺战” 债权分配VS信托兑付矛盾几时休?

本报记者 樊红敏 北京报道

事件发生。

根据金谷信托近日发布的公告,11月28日晚,金谷信托旗下金

谷·锐银195号集合资金信托计划”(以下简称“锐银195号”)遭遇合作方“采取以非常规手段将保管章证

照的保险箱强行带离原储藏地”,致使金谷信托失去对咸阳炯憬章证照的控制,且失去共管基础。

《中国经营报》记者梳理发现,2022年以来,信托圈内类似“抢公章”“抢保险柜”事件已多次上演。中融

信托、建元信托(600816.SH,前身为安信信托)、厦门信托、中信信托等信托公司相关项目均曾上演类似情节。

## 共管保险箱被抢

金谷信托表示,其印鉴管理人员当即向公安机关报警处理,同时公司在获知该情形后于11月29日一早赶往现场进行处理。

“为防止咸阳炯憬在未经我公司同意的情况下更换预售资金监管账户的预留印鉴或网银复核密钥,我公司已同步向预售资金监管账户的开户行出具通知函,要求该开户行在未经我公司书面同意的情况下不予配合更换预留印鉴或网银复核密钥,不得销户。”金谷信托称。

金谷信托同时提示,鉴于咸阳炯憬章证照的失控状态,如咸阳炯憬签署或出具未经我公司同意的相关文件进而影响本信托计划的或预售资金监管账户的开户行予以办理更换预留印鉴或网银复核密钥的业务的,均将可能对本信托计划资金的收回造成不利影响。

依据金谷信托与共同债务人咸阳炯憬签署的《印鉴监管协议》约定,其委派现场人员作为印鉴管理人员与咸阳炯憬员工对咸阳炯憬的章证照进行共管,印章、证照以时刻原则,金谷信托

保管保险箱钥匙,咸阳炯憬保管保险箱密码。

同时,依据《账户监管协议》约定,金谷信托对咸阳炯憬开发建设的陕西省咸阳市高铁新城项目的DK1、DK3、DK4、DK5地块项目的销售资金进行全封闭监管,预售资金监管账户均预留其指定印鉴,并由金谷信托保管网银复核密钥(即开立网银),出款须经其同意。

据记者了解,锐银195号成立于2021年4月29日,存续期限24个月,信托规模9.97亿元,信托资金用于受让咸阳欣达玺元运营管理有限公司持有的咸阳炯憬30%的股权收益。

2023年3月29日,锐银195号启动模拟清算,但清算结果为对赌失败,无法在投资存续期限届满时终止并向委托人、受益人足额支付相应的信托利益。截至金谷信托上述公告发布之日,锐银195号信托本金余额为3.12亿元。

值得一提的是,锐银195号风险早已暴露,金谷信托还和交易对手协商,为该信托项目追加了质押担保措施。

金谷信托12月4日发布的最新公告提到,2021年下半年,房地产市场进入下行周期,锐银195号抵押物咸阳炯憬开发建设的陕西省咸阳市高铁新城项目的DK1、DK3、DK4、DK5销售不达预期,叠加“保交楼”政策,锐银195号重要的还款来源预售资金监管账户内资金提取异常困难。在此背景下,经过与相关交易对手谈判,2022年10月,追加咸阳炯憬对咸阳市秦都区国有投资公司(以下简称“秦都国投”,其股东为咸阳市秦都区人民政府)4亿元应收账款质押。2023年1月17日,秦都国投向咸阳炯憬出具《回函》,承诺将于2023年2月28日前向咸阳炯憬累计返还咸阳炯憬所支付的不低于2亿元的诚意金,将于2023年3月31日前向咸阳炯憬累计返还咸阳炯憬所支付的不低于4亿元的诚意金。

但秦都国投并未履约,最终发上了“抢公章”事件。

就锐银195号相关情况,本报记者曾致电金谷信托和锐银195号信托经理,后者回复本报记者称“一切以公司公告为准”。

但信托公司作为托管人和共管方,出于风险控制的考虑,与房地产项目公司在资金使用方面有较大的分歧,项目方在目前市场环境和融资条件下,资金链多数比较紧张,所以才会铤而走险。

“本质上是债权分配与信托兑付之间的矛盾。”北方某信托公司一部门主管向记者分析表示,“按照规定,商品房预售款必须用于工程施工,用于‘保交楼’。地产项目一般都设置了监管账户,保证专款专用。当前地产融资较为困难,地产的债权人想要保全自己的财产,没人出钱就只能有什么钱就用什么钱,就想占用项目账户资金。信托到期,相应的资金要从地产项目公司账户汇到信托产品账户,回款给投资者。但钱被划进了监管专户,没有公章,就没法转账,也就影响了信托项目的到期兑付。”

## 挖掘财富管理新蓝海 探索数字化转型新路径

东莞证券践行守正创新文化理念实践案例

在财富管理转型大背景下,以客户为中心是券商服务的第一原则,客户通过互联网获取投资决策辅助信息、进行投资的趋势越来越明显,券商App也逐步成为洞察客户需求,触达和服务客户重要渠道。近年来,券商App迭代优化的频率逐步加快,并集中于行情、交易、泛内容服务等模块的核心能力建设。2023年,伴随着金融科技的深度应用,App演化升级路径逐步从智能化建设转向生态化建设,亦有部分券商已逐步形成特色化优势,在打造产品品牌方面颇有心得。

2023年是东莞证券“1+3+N”发展战略的收官之年,也是践行高质量发展的一年,作为东莞市国资委控股的市属国有金融机构,东莞证券积极响应国家的数字化转型战略,以创新驱动发展,以客户为中心,秉承金融科技赋能,以实际业务场景为导向,精心打造了掌证宝App6.0全新版本并于今年12月正式上线。掌证宝App6.0致力于为客户提供更好的投资体验,为客户提供了贴合不同投资场景的服务、足够便捷高效的智能化应用以及高度个性化的内容服务。

打造场景化服务闭环,助力活跃资本市场

东莞证券围绕“触达为先,内容为上”的客户服务理念,通过对投前投中投后全链路细分投资场景与客户需求,不断迭代平台应用,优化客户投资体验。在洞察到不同交易时段客户信息获取需求有差异的情况下,掌证宝App6.0发现页全新改版,推出行情资讯组合栏目,全天候分时段为客户提供符合当前投资场景的热门板块、自选股行情及最新资讯、资讯热点、投顾直播、热门服务等内容,缩短客户的信息获取路径,帮助客户在盘中及时捕捉投资机会,盘后获得更及时的市场解读。响应金融工作的政治性、

人民性,为客户提供高质量的金融服务体系,围绕整个投资生命周期的不同阶段,东莞证券通过构建精准的召回模型与算法管理实现各场景差异化和精细化的信息配送,并搭建完善的召回效果评估与运营优化模型,进一步提高热点内容、产品、服务的触达效率,从而在投资、理财、业务办理等各个场景形成精准、有效、多样化的服务支撑,解决客户当时、当下所面临的问题。

另一方面,东莞证券致力于帮助投资者实现财富的保值增值,加强投资者的获得感和陪伴感,掌证宝App6.0推出多档投教自主创作内容,打造指数股(ETF)大讲堂、理财甄周到、政策解读等内容栏目,通过持续创新投教宣传形式,丰富宣传内容、提升宣传实效,贯彻落实国家“要活跃资本市场,提振投资者信心”的重要部署,向投资者传递信息、信心、信念,助力资本市场健康可持续发展。

## 提供高阶数智化服务,践行普惠金融担当

作为金融国企,东莞证券也在以实际行动践行普惠金融的责任担当,致力于把前沿的科技创新成果惠及广大投资者,掌证宝App6.0的升级上线进一步加强了东莞证券金融科技对客户服务的赋能,并逐步打造“财富小宝2.0”智能数据应用IP,为客户提供了囊括策略选股、智能投顾、千人千面、闪电交易、智能账单、条件单等特色功能,实现科技平权,为各类投资者提供了一站式高阶智能化服务。

同时,掌证宝App6.0发布了全新智能条件交易服务体系,提供了网格交易、止盈止损、场内基金定投和日涨跌幅等多种复合型条件策略,目前已形成13个智能策略服务于不同的交易场景,并且相对以往增加了更多高级参数设置,在满足高阶客户精准化捕捉行情

动态需求的同时,进一步提升客户对交易风险管理的控制能力。

## 构建个性化服务机制,谱写高质量科技金融篇章

近期相关会议指出,金融行业要为经济社会发展提供高质量服务,并要求“做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇大文章”。其中,科技金融是五篇大文章之首,东莞证券将“守正创新”理念融入公司文化发展战略,坚持科技赋能业务高质量发展,贯彻以客户保值增值为中心的全新财富管理理念,打造新一代全自动综合客户服务掌证宝App6.0,并逐步搭建以掌证宝App为线上客户服务中心,客户画像、企微、CRM等工具为员工赋能中心的互联网服务平台矩阵,致力于为广大投资者提供个性化、精准化、全生命周期的金融陪伴服务。

掌证宝App作为东莞证券线上服务的重要综合服务平台,在当前投资品种多元化、客户需求多样化的态势下,需要为客户提供更高效、更个性化的服务。围绕内容、服务和产品触达这个高频场景,掌证宝App6.0持续优化个性化服务能力,多位置、多场景实现千人千面的智能资讯推荐服务,不断提高客户的平台黏性和满意度。通过聚合客户的行为、交易、资产等标签画像数据,打造智能推荐引擎,从“人找货”过渡到“货找人”,打通产品服务和内容触达的效率问题,给客户呈现专属的服务内容,助力投资决策相关场景。另一方面,考虑到客户投资习惯差异,掌证宝App6.0提供了深度的自定义能力,从自选的数据指标显示,到行情的均线参数设置,再到交易主页的个性化快捷入口等,满足选股、看盘、分析、交易等关键链路的个性化需求,进一步满足更多元和广泛的客户投资习惯。

广告

# 银行“补血”近万亿 二级资本债发行量“井喷”

本报记者 慈玉鹏 北京报道

《中国经营报》记者注意到，Wind数据显示，银行二级资本债四季度发行量较大。截至12月7日，已发行3537.9亿元，远高于前三季度相关数据。另外，今年前11个月，银行二级资本债共有15只未赎回，相对2022年同期数量减少。

业内人士分析，若银行不行使二级资本债赎回选择权，其背后的影响因素主要有银行自身的盈利能力、资本充足率情况、贷款关注率情况等。银行不赎回二级资本债或对二级资本债市场产生一定扰动，但由于数量占比较低，故而影响有限。值得注意的是，业内人士告诉记者，《商业银行资本管理办法》(以下简称《资本办法》)将在2024年1月1日执行，新版《资本办法》扩大了二级资本的范围，将使商业银行资本充足率有所提升。但是，根据《资本办法》，商业银行对我国商业银行次级债权的信用风险权重将从原来的100%提升为150%，预计对商业银行投资二级资本债产生一定影响。

## 不赎回减少

整体来看，今年同期不赎回二级资本债情况有所减少。

2023年11月1日至11月29日，中国债券信息网共公示4只二级资本债券不行使赎回选择权的公告，共涉及4家银行，发行金额共27亿元。

据记者统计，今年前11个月，共有15只银行二级资本债券未被赎回。另据中证鹏元资信评估股份有限公司统计，2022年1月1日至11月29日，共有19只银行二级资本债券发行人未行使赎回权，涉及发行人16个。整体来看，今年同期不赎回二级资本债情况有所减少。

“二级资本债一方面可以补充资本，提升损失吸收能力，另一方面，还可拉长银行负债久期，缓解期限错配。”一位金融业相关人士表示，商业银行二级资本债发行量保持高位，永续债在融资成本方面的表现优于优先股，但弱于二级资本债。所以，二级资本债在资本补充方面的作用弱于永续债。但商业银行在一级资本充足率较充足时，一般多采用成本更低、发行更容易的二级资本债。

上述人士表示，总体上看，二级资本债以“5+5”年期为主，5年后根据赎回条款，满足条件时可赎回；在首个5年到期后，若债券发行人不赎回二级资本

债，则需按条款对基准利率进行调整，更接近当时环境下的利率水平。

中国银行研究院研究员赵廷辰告诉记者，商业银行发行二级资本债的目的是补充二级资本，满足监管对于银行资本充足率的刚性要求。目前二级资本债期限多为“5+5”，在第5年末未有赎回权，一般来说银行均会在第5年末赎回二级资本债后再新发行二级资本债。原因在于根据监管相关规定，二级资本债在距到期日前最后5年，可计入二级资本的金额按每年20%的比例逐年减计。换言之，若银行不行权赎回，则5年后二级资本债补充资本的效果将逐年削弱。

赵廷辰表示，2017年前未出现过不赎回二级资本债的情况，但从2018年起该现象逐年增多，且主要发生在经济下行压力较大，地区经营业绩相对较弱的农商行、城商行。赵廷辰分析原因主要有两点：一是银行赎回后将出现资本缺口，或即使尚未出现缺口，该行资本充足率指标也已迫近监管底线。二是银行本身盈利能力较差，无法提供有效的内源性资本补充，同时股东支持较弱或未上市不能增发股票，难

以补充外源性资本，导致再融资能力较弱。过去市场经验显示，二级资本债未赎回，不但将因资本减计削弱未来补充效果，而且银行再发行二级资本债的成本也将显著升高。即便面对这些不利因素，部分银行依然选择不赎回二级资本债，显示其自身资本状况和再融资能力或存在一定困难。

那么，不提前赎回二级资本债的银行有哪些共性？在东方证券银行业研究员屈俊看来，有四大共性。一是(银行)盈利水平较差。理论赎回日(即正常提前提前赎回的日期)前三年中有两年营收、归母净利润负增长的占据半壁江山，这影响银行长期内部资本补充能力以及二级资本偿付能力；二是贷款关注率较高，同时匹配着较低的拨备覆盖率；三是行使赎回权后资本充足率不满足监管要求；四是银行再融资成本较高。

另一位金融业相关人士表示，选择不赎回二级资本债的银行，大多资本充足率不足、主体评级较差、资产质量承压。银行不赎回或对二级资本债市场产生一定扰动，但由于不赎回二级资本债的数量占比较低，所以影响相对有限。

## 发行量升高

今年以来，银行共发行二级资本债9022.9亿元，其中，一季度发行1691亿元，二季度发行1647亿元，三季度发行2147亿元，四季度发行量最大，已发行3537.9亿元。

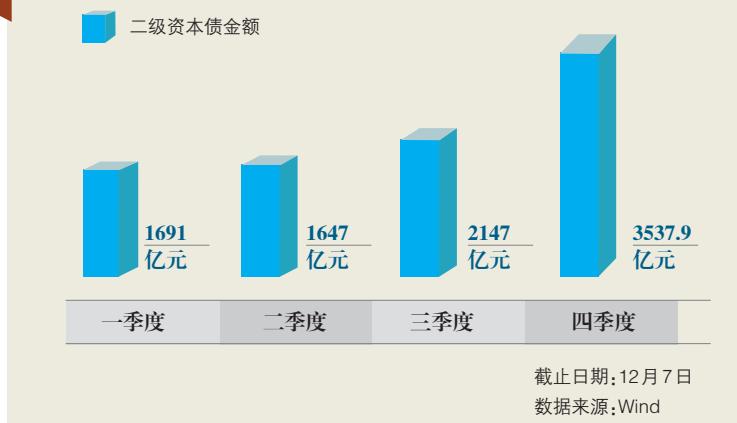
Wind数据显示，截至12月7日，今年以来，银行共发行二级资本债9022.9亿元，发行数量84只，赎回共计60只。其中，一季度发行1691亿元，二季度发行1647亿元，三季度发行2147亿元。相对来说，四季度发行量最大，已发行3537.9亿元。

从整体情况来看，国信证券研报显示，我国商业银行二级资本债基本概况为：2013年至2023年10月，我国共发行5.16万亿元商业银行二级资本债。期限方面，我国商业银行二级资本债绝大部分集中在10年(即“5+5”，在第5年末附有条件的发行人赎回权)。评级方面，商业银行二级资本债外部评级级别非常高。成交活跃度方面，近些年商业银行二级资本债流动性不断提高。2022年，二级资本债全年成交金额6.74万亿元，换手率高达211%；2023年前10个月，二级资本债成交金额5.66万亿元，换手率高达163%。

近期，部分规定调整或对二级资本债市场产生影响。11月，国家金融监督管理总局制定的《资本办法》，进一步完善商业银行资本监管规则，推动银行强化风险管理水平，提升服务实体经济质效。《资本办法》自2024年1月1日起正式实施，对二级资本方面进行了详细的规定。根据《资本办法》，商业银行发行的二级资本工具在距到期日前最后5年，可计入二级资本的金额，应按100%、80%、60%、40%、20%的比例逐年减计。

赵廷辰告诉记者，新版《资本办法》规定除了现行的超额贷款损失准备可计入二级资本，还规定非信贷资产超额损失准备亦可计入二

### 今年以来银行发行二级资本债



级资本。这一新规扩大了二级资本的范围，将使商业银行资本充足率有所提升。超额损失准备是指商业银行实际计提的损失准备超过最低要求的部分。计提超额拨备可以补充二级资本，但需要以牺牲利润为代价。此外，商业银行还可通过股东增资、利润转增、发行股票、二级资本债、永续债等方式提升资本充足率。

一位华中地区监管人士认为，资本新规跟进《巴塞尔协议Ⅲ》要求提高了次级债风险权重，银行自营出于对资金成本的考虑，可能调降次级债持仓。由于较高的风险权重，银行自营投资永续债规模本身较小，因此银行投资永续债规模受到新规变化的影响或较小。商业银行是二级资本债的重要投资者之一，风险权重的调整可能会给二级资本债市场带来一定的抛售压力。

国信证券研报显示，资本新规对商业银行二级资本债需求影响偏负面：根据《资本办法》，商业银行对我国商业银行次级债权的信用风险权重将从原来的100%提升为150%，考虑到商业银行对二级资本债投资占比三成，预计资本新规对商业银行投资二级资本债产生负面影响，在一定时期内制约商业银行二级资本债的需求。

广告



# 手机银行 新客礼遇

首次开通手机银行领价值25元礼品

立减金、瑞幸、米、油四选一



扫码关注吉林银行  
官方微博账号领好礼



下载手机银行APP  
享更多金融服务

火热进行中

即日起至2023年12月22日  
服务热线：400-88-96666  
参与方式：扫左侧二维码立即参与活动

# 强化金融资源供给 银行比拼“开门红”

本报记者 郝亚娟 张荣旺  
上海 北京报道

2023年已进入最后一个月，《中国经营报》记者注意到，多家银行已提前蓄力备战2024年“开门红”。

## 信贷结构有增有减

银行提前备战信贷“开门红”，可以提前优化信贷结构，盘活存量贷款资源，保持信贷规模的稳健增长。

近日，多家银行积极迎战2024年“开门红”。

衡水银行召开了2024年“开门红”启动会，围绕“拓市场、调结构、扩规模、增效益”，明确了活动的各项任务目标和政策措施。

赣州银行召开2024年零售条线“开门红”活动启动大会，提出全行要紧跟总行统一工作部署，抢抓“五项”关键节点，聚焦核心目标引领，全面夺取“开门红”，确保全年胜。一是精心组织，周密部署。全行上下要坚持一体化、系统化的思维，立全局、着大势、强协同，做到目标明确、导向清晰、重点突出，保障有力，形成新零售发展合力，全力打好“开门红”攻坚战。二是精准施策，主动出击。坚持变“客户”为“用户”，强化做好“四大联动”，让拓展业务有平台、客户体验有权益、科技赋能有数据，有效提升客户满意度和活跃度。

对此，光大银行(601818.SH)金融市场部宏观研究员周茂华分析，在稳增长背景下，各家银行供需两端发力，主动负债积极推动宽信用。有的地方银行负债能力相对弱一些，竞争压力大，年底表现得更加进取，同时年初往往是信贷投放高峰期，提前备战能更好地锁定全年收益。

值得一提的是，中国人民银行、国家金融监督管理总局、中国证监会联合召开金融机构座谈会，提到“要优化资金供给结构，盘活存量金融资源，加大对重大战略、重点领域和薄弱环节的金融支持”。

中国人民银行数据显示，今年

中国人民银行发布的《2023年第三季度中国货币政策执行报告》(以下简称《报告》)提出，要盘活存量资金、提高使用效率要求信贷结构有增有减；统筹衔接好年末年初信贷工作，适度平滑信贷波动。

中信证券(600030.SH)研报指

出，下一步银行要持续加强对重大战略、重点领域和薄弱环节的优质金融服务，优化资金供给结构。在“适度平滑信贷波动”方面，预计银行将部分明年年初的贷款计划挪到今年年底来投放，以实现平滑的目标。

前10个月，社会融资规模增量累计为31.19万亿元，比上年同期多2.33万亿元；人民币贷款增加20.49万亿元，同比多增1.68万亿元。

中国银行(601988.SH)研究院研究员杜阳告诉记者，2024年是我国经济复苏的关键时期，需要银行继续加大信贷投放力度支持重点领域和薄弱环节的融资需求。银行提前备战信贷“开门红”，可以提前统筹规划下一年信贷投放安排，优化信贷结构，盘活存量贷款资源，保持信贷规模的稳健增长。同时，信贷投放增加需要匹配负债端稳定的资金来源，银行提前布局存款业务，也有利于更好地锁定负债端成本，保证全年收益水平。

杜阳指出，银行布局“开门红”应注意这三个方面：一是要避免为获取优质客户资源可能会出现压降贷款利率的情况，造成净息差水平下降，进而影响利息收入；二是关注信贷规模扩张可能会带来风险挑战，为了支持薄弱环节的融资需求，部分银行信贷业务可能需要加大下沉力度，这就对银行的风险识别与防范能力提出更高要求，否则如果不能对长尾客群风险进行有效识别，可能在迎战“开门红”过程中或积聚风险隐患；三是关注过度追求规模扩张可能会引发金融消费者权益保护问题。在为企业和个人提供信贷服务过程中，银行要根据客户需求和还款能力，提供适当的贷款产品，并要提供真实准确的贷款信息，注重保护客户个人隐私等，如果在上述环节出现问题，则会侵犯金融消费者的合法权益，引发声誉风险和合规风险。

## 重点支持“5+3”领域

把更多的金融资源用于促进科技创新、先进制造、绿色发展和中小微企业，做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇大文章。

随着银行积极储备项目，2024年信贷投放有哪些方向？

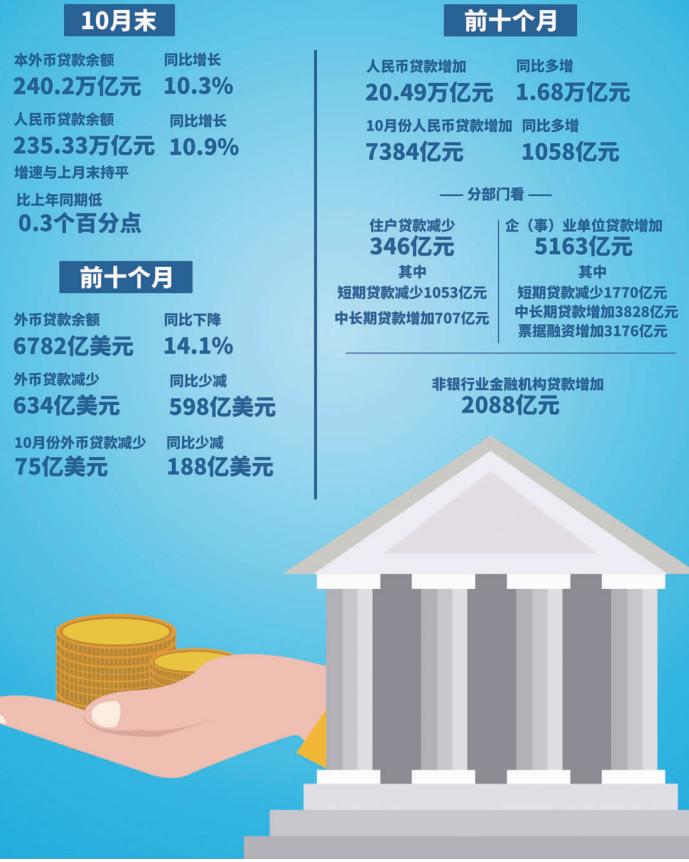
民生银行(600016.SH)首席经济学家温彬认为，在推进金融高质量发展要求下，“5+3”领域将成为金融业重要的展业方向。五篇大文章(科技、绿色、普惠、养老、数字金融)和三大工程(“平急两用”公共基础设施、城中村改造、保障性住房建设)领域的加大发力，将加快推动经济发展动能转变，助力房地产业新模式构建，符合央行提出的盘活存量资金、提高资金使用效率的大方向，为经济高质量发展注入新动力。

周茂华告诉记者，在对公信贷方面，考虑我国经济稳步复苏、政策导向、信贷业务收益、信贷结构优化等方面，接下来小微企业、“三农”、民营企业等实体经济薄弱环节，制造业、科创企业、绿色发展、三大工程、房地产等领域均是接下来发力的重点领域。

《报告》指出，盘活存量资金，提高使用效率要求信贷结构有增有减。在贷款利率方面，《报告》指出，今年9月，新发放贷款加权平均利率、企业贷款加权平均利率和个人住房贷款加权平均利率分别为4.14%、3.82%和4.02%，分别比6月下降5BPS、13BPS和9BPS，均为有统计以来的最低值。未来将进一步推动金融机构降低实际贷款利率。

中信证券在上述研报中指出，《报告》提出信贷结构有增有减，从“增”的一面看，要持续加

## 央行：前十个月人民币贷款增加20.49万亿元



视觉中国/图

对重大战略、重点领域和薄弱环节的优质金融服务，优化资金供给结构；从“减”的一面看，房地产贷款、地方融资平台贷款、基础设施贷款的占比可能都会出现下降。随着资本市场的发

展和直接融资占比的提升，也会

对存量贷款产生良性替代效应。

东兴证券指出，盘活低效资金的要求意味着结构优化会被放到更加重要的位置。叠加考

虑财政政策加码且前置发力，预

计2024年信贷增量有支撑，增速

或平稳略下降，信贷投向以基

建、绿色、科创以及制造业为主。

温彬指出，结构性货币政策工

具坚持“聚焦重点、合理适度、

有进有退”的主基调，把握好

“进”“退”两方面的平衡，落实好调增的再贷款、再贴现额度，实施好存续工具，优化资金供给结构，激励和引导金融机构优化信

贷资源配置。在中央金融工作

会议部署下，《报告》进一步指

出：“把更多的金融资源用于促

进科技创新、先进制造、绿色发

展和中小微企业，做好科技金

融、绿色金融、普惠金融、养老金

融、数字金融五篇大文章，加快

培育新动能、新优势”。

同时，温彬还提到，为更好

地支持扩大内需，加强优质金融

服务，保持按揭贷款稳定，促进

消费提质增效，以及配合地方政

府化债、优化政信类业务结构，

也为重要落地方向。

# 释放“智造空间” 金融添翼“工业上楼”

## 破解工业体量与空间需求矛盾

本报记者 王柯瑾  
北京报道

随着经济的快速发展，越来越多的城市在发展工业的过程中面临着土地短缺和原有工业用地利用率低的问题，工业经济体量与产业空间需求之间的矛盾凸显。为了解决这些问题，很多城市开始积极探索一种新的工业载体空间模式——“工业上楼”。

2023年9月，上海印发《关于推

动“工业上楼”打造“智造空间”的若干措施》，提出以高端化、智能化、绿色化为方向，推动轻生产、低噪音、环保型企业“工业上楼”，支持各类经营主体建设3000万平方米“智造空间”，涌现一批科技含量高、核心竞争力强的独角兽企业和“专精特新”小巨人企业，培育具有标杆示范意义的世界一流企业，成为工业增长的新动能、新引擎。

## 创新专属金融方案

“工业上楼”离不开金融的支持。

记者了解到，建设银行(601939.SH)上海分行组建了“工业上楼”工作专班，对接各区和产业园区的“工业上楼”项目需求，创新金融服务方案，推出“工业上楼贷”专属产品，满足“工业上楼”项目一揽子融资需求。据悉，“工业上楼贷”覆盖项目前期、建设、运营等全周期，运用适配的创新贷款，满足市场和项目自建、代建、购置等多种形式。通过建立绿色通道，设立差别化政策和优化流程，对“工业上楼”项目实现优先受理、优先审

议、优先批复、优先放款，信贷规模足额保障，全力支持上海“智造空间”项目落地实施。

据了解，目前建设银行上海分行已创新运用“工业上楼贷”为上海林众电子科技有限公司的“智造空间”功率半导体模组智能制造等项目发放贷款，并在上海市各区和重点产业园区设立了建设银行金融服务专员，全面提升“工业上楼”项目的融资便捷和专业性服务。

11月10日，浦发银行(600000.SH)落地该行首单“智造空间”贷款。通过组建银团的方式，该行将助力正泰智电港全力打造“智造空

间”，2023年11月，《上海市特色产业园区高质量发展行动方案(2024—2026年)》再次提出，推进“工业上楼”、打造“智造空间”，鼓励混合用地、产业综合用地等复合用地方式，提高集约用地水平，明确制造业企业在符合环保、消防、安全等要求下，可入驻产业综合用房进行生产制造。

兴业经济研究咨询股份有限公

司(以下简称“兴业研究公司”)分析认为，“工业上楼”以引导重点产业发展为基本目标，我国多地已制定相关政策明确重点鼓励“上楼”的产业，主要包括新一代信息技术、人工智能、高端智能装备、生物医药等。在我国产业转型升级的关键节点，推动“工业上楼”这一工业生产空间模式的创新恰逢其时。

兴业研究公司认为，未来3—5

年内，我国“工业上楼”发展将迎来政策机遇期。根据我国各地已发布的“工业上楼”政策，各地通过项目开发补贴、租金补贴、贷款贴息、允许部分项目分割销售等各种举措，支持企业投资开发“工业上楼”项目。我国多地已明确“工业上楼”供应目标，在各地的政策鼓励和支持下，预计未来3—5年内将有一批“工业上楼”项目集中建成入市。

原则，旨在聚焦“园区主体、园区企业”的“智造”需求，创造“服务综合化、授信定制化”的客户体验，打造产业集群核心竞争力，切实加强实体经济服务力度。

据悉，上海农商银行将在2023—2025年期间重点推进《专项方案》，支持对象包括但不限于承建“智造空间”项目的园区主体、购置“智造空间”的园区入驻企业、自建“智造空间”项目的制造企业等，通过银团等多种方式、多种产品提供“工业上楼”的资金支持，实现“全流程承接、一站式上楼”的融资资金运行。

随着“工业上楼”运营模式的进化，下一步商业银行“工业上楼”金融服务还需要进一步升级。杨海平分析道：“相关金融服务主要有：一是承销银行间市场类REITs(包括混合科创类REITs等创新品种)，服务于‘工业上楼’项目的运营方，并稳妥探讨Pre-REITs金融服务；二是由于‘工业上楼’项目具有一定集聚效应，商业银行可以配套推进产业数字金融服务；三是为‘工业上楼’项目中的‘专精特新’企业提供科创金融服务。”

## 延伸金融服务半径

“工业上楼”在中国香港、新加坡等地已有较丰富的实践，但当前在我国内地城市仍为新生事物。

对于“工业上楼”的金融支持，中央财经大学证券期货研究所研究员、内蒙古银行研究发展部总经理杨海平告诉记者：“现阶段商业银行服务‘工业上楼’的主要业务就是根据‘工业上楼’的实施模式，结合盈利模式的分析，科学确定信贷主体，充分利用政府鼓励政策，设计专属信贷产品，包括‘工业上楼贷’‘智造空间贷’等等。同时商

业银行也在积极完善针对‘工业上楼’项目的顾问式服务模式，积极组建专属服务团队。”

在杨海平看来，商业银行服务“工业上楼”存在一定难点。“由于这种产业空间布局形式具有创新性，且‘工业上楼’对产业有特定要求，运营方的经验、收益模式是否成熟都需要检验。同时‘工业上楼’还面临环保、安全等方面管理难题，因此金融服务也面临着产品匹配和风险管理的难题。”

“‘工业上楼’实际上是土地紧

缺地区的产业园区的升级形式。有的‘工业上楼’项目还具有科创中心属性，未来‘工业上楼’有望与资本招商、创新型中小企业培育深度融合。”杨海平表示。

面对业务蓝海，上海农商银行方面表示，该行还将通过加载综合产品服务园区企业，数据赋能搭建园区主体智能招商平台等服务举措，持续助力园区生态培育与园区产业集群建设。根据企业不同发展阶段及类型，运用碳排放配额质押融资、科创助力贷、启航贷、知识

产权贷、履约贷、银税快贷、商e贷、积数贷、临港园区科创贷等拳头产品，灵活配套融资租赁，实现企业全生命周期精准信贷产品匹配，与园区共同打造产业集群领军企业。该行还将探索协助园区方建立园区公共服务平台，依托大数据辅助园区开展招商引资工作，提升入驻企业管理的工作效能，辅助园区全面实现精准、智慧生态运转，与园区共建安全、绿色、智能科技园区，实现银企良好互动与发展共促。

# 平衡需求与供给 新市民金融创新突破

本报记者 王柯瑾 北京报道

近期,随着中央金融工作会议“普惠金融大文章”的提出,新市民金融作为普惠金融的重要方面,成为多家银行业务创新的重点。

## 精准定位 构建服务闭环

银行业围绕新市民服务开展了大量实践与探索,基本形成了新市民客群的服务思路。

原中国银行保险监督管理委员会(以下简称“原银保监会”)、中国人民银行联合发布《关于加强新市民金融服务工作的通知》(以下简称“《通知》”)。近两年来,银行新市民金融服务的水平和能力有了明显改变。

记者从建设银行(601939.SH)了解到,今年以来,该行主动发现新市民金融需求、精准满足新市民金融需求,制定综合金融方案,探索新时期为民办实事新路径,提升新市民金融健康水平。

对于城市的新市民而言,安居是根本。建设银行聚焦新市民居住问题,持续加大住房租赁金融力度,完善集股权投资、融资支持、管理运营、房地产信托投资基金(REITs)上市于一体的“投融管退”服务闭环,支持保障性租赁住房筹集。该行探索集体土地项目、非住改住项目等多元服务模式,助力增加小户型、低租金、契合新市民需求的租赁住房供给。

业内分析认为,新市民人群由于总体收入偏低、未获得当地户籍等,申请或使用金融信贷产品可能会受到一定限制。

鉴于上述难点,兴业银行(601166.SH)依托数字化技术,让信用卡业务成为新市民金融的重要突破口。记者了解到,该行推出新市民专

属信用卡,为新市民提供消费便利和优惠促销。考虑到新市民人群的经济状况,在产品收费上,新市民信用卡重点聚焦减费让利、惠及民生,持卡客户不仅可享受核卡成功即免首年年费、任意交易满5笔免次年年费的优惠活动,还可享受减免IC卡本费、金卡交易短信服务费等多项费用减免,有效降低新市民群体的持卡成本。此外,在产品服务上,针对新市民购买家装家居家电等刚性大额消费需求,新市民信用卡提供现金分期、账单分期、大宗分期等多种消费信贷产品与分期红包手续费优惠活动。

此外,记者还从上海银行(601229.SH)了解到,自2022年出台《上海银行加强新市民金融服务方案》发布后,商业银行积极响应政策号召,把握新市民业务发展机遇,聚焦新市民群体,持续拓展新市民客群,在新市民服务领域布局展业。近年来,新市民群体逐渐成为银行业金融机构的重点服务对象。特别是在《通知》发布后,商业银行积极响应政策号召,把握新市民业务发展机遇,聚焦新市民群体,持续拓展新市民客群,在新市民服务领域布局展业。同时,根据新市民群体在创业就业、家装教育、医疗养老等关键民生领域的金融需求,创新推出相关产品和服务,满足新市民群体对美好生活的向往和需求。”

银行业资深观察人士苏筱芮表示:“近两年来,银行业围绕新市民服务开展了大量实践与探索,基本形成了新市民客群的服务思路,例

## 聚焦差异性 提供多元化金融

新市民金融需要进一步优化升级,建立用户画像,优化服务体验,丰富产品功能。

今年年初,原银保监会在总结

当前新市民金融服务时表示,探索实践阶段仍存在一些问题和短板。具体看来,一是银行保险机构对新市民群体的特征研究不够,新市民数据和信息的整合力度仍需加大,为新市民产品和服务创新提供基础性支撑不足。二是新市民群体的就业范围覆盖行业较多,身份背景、学历层次、年龄阶段差异较大,银行保险机构服务新市民的精准性、可得性、便利性需进一步提高。

记者了解到,当前新市民金融仍存在一定挑战和难点。“相较其他客户,新市民群体的个人信用相对缺乏,并且新市民群体的工作流动性相对较强,在城镇居住时间较短,往往缺少传统意义上的有效抵押物和稳定收入流水,导致商业银行有时候难以有效识别新市民群体的信用等级和风险水平,进而无法精准提供与之匹配的金融产品及服务。”李一帆表示。

面对上述问题,李一帆认为,银行可以在以下四个方面发力破局:一是进一步加大“网格化”金融服务力度,积极运用数字化方式支持网点合理布局,保障新市民展业拓客的覆盖面,提升网点普惠质效;二是在满足监管要求并征得客户同意的情况下,持续运用好银政、银企等数据共享机制以及第三方数据平台,助力批量性快速定位新市民客群,以便精准提供相关产品及服务;三是运用大数据技术并依托金融科技赋能,准确刻画新市民群体的差异化金融需求特点,开展针对性营销模式,将金融活水精准浇灌新市民需求,提升金融服务水平;四是围绕征信机制建设持续进行探索,推动新市民群体的征信白名单建设,提高新市民群体获得金融服务的便利度,为进一步在合规前提下拓展长

## 一线调研

# 光大银行深耕制造业:支撑产业布局 贷款余额超4600亿元

本报记者 杨井鑫 北京报道

在构建新发展格局过程中,制

## 融资坎坷

作为湖南省的一家独角兽企业、湖南省第七批制造业单项冠军企业,湖南中伟新能源科技有限公司(以下简称“中伟新能源”)的估值已过百亿元,但是企业此前在2018年的融资道路颇为坎坷。

“2018年是中伟新能源发展的一个关键时点。2017年之前,企业的体量比较小,资金需求不大。但是,2018年企业订单爆发式增长,产能不足的问题十分突出。”中伟股份资本中心副总经理周文星表示,企业大部分资金要用在研发和生产经营上,扩产所需要的资金只能通过外部融资。

“当时企业缺少抵押物,没有上市且负债率高,大部分银行没有魄力支持民营企业做扩产建设,都处于观望状态。”周文星称,光大银行(601818.SH)是较早与企业建立合作的股份制银行,在企业最困难时给予

造业肩负着实现高质量发展的重大使命。围绕地方产业经济布局,银行不断加大对先进制造业的信贷投

放,成为制造企业做大做强的坚实后盾。

近日,《中国经营报》记者走访

合作持续加深。

“新能源企业代替燃油车是一个趋势,而企业产品未来消费市场的需求也将进一步提升。同时,国家出台了一系列政策支持实体经济和制造业,大幅降低了企业的融资成本。”周文星认为,在宏观政策环境和行业发展趋势的加持下,企业对未来的发展更有信心。

光大银行长沙分行行长助理周静表示,该行支持制造业过程是围绕当地重点产业发展来推进的。湖南地区的四大国家先进制造业集群包括了工程机械、轨道交通装备、新一代自主安全计算系统和中小航空发动机,且新能源和储能材料也是湖南重点发展的产业。

“光大银行会根据企业所处的不同发展阶段,从企业的实际出发,创新银行产品来满足企业的需求。比如,对于初期的企业以订单融资

了企业一笔流动资金贷款,解决了当时企业采购原材料的资金难题,随后光大银行在企业扩产基建投资中也给予了2亿多元的建设项目固定资产贷款,帮助企业渡过了难关。

2020年12月,中伟股份(300919.SZ)在深圳证券交易所正式挂牌上市,公司产品包括应用于动力型锂离子电池的三元前驱体与应用于高端消费型锂离子电池的四氧化三钴,市场占有率为全球第一。作为中伟股份的子公司,中伟新能源近年的整体业务也处于快速扩张状态。

“企业的客户都是行业龙头且合作稳定,这让企业的产品出货量稳定增长。同时,企业在印尼投建了生产基地,在较大程度上保障了原材料的供应安全。”周文星表示,光大银行在跨境银团贷款项目中也对企业提供了4亿元的授信,双方的

贷款、税贷易等方式来授信,而发展成熟的企业则匹配项目贷款、并购贷款或者专精特新企业贷款等。”周静称,光大银行长沙分行是湖南省唯一一家存款和贷款均破千亿元的股份制银行,很早就将网点布局下沉到区县,以更好地服务当地22个优势产业链,同时建立绿色信贷审批通道。

光大银行的兄弟企业光大控股在湖南地区设立了一个规模50亿元的母基金,与银行形成了股权和债权的联动。银行能够通过前期股权投资获得更多企业的发展信息,加深对企业和行业的理解,便于在信贷中更好控制风险。

周静表示,光大银行长沙分行的制造业对公贷款不良率多年在0.4%以下,低于当地银行同业此类贷款平均不良率。

下转B7



《关于加强新市民金融服务工作的通知》发布近两年来,商业银行把握新市民业务发展机遇,聚焦新市民群体,持续拓展新市民客群,在新市民服务领域布局展业。

视觉中国/图

如在手机银行渠道建设方面也进行了创新与突破,多家机构手机银行可以浏览新市民相关的服务专区。多家银行针对新市民在衣、食、住、行、用等方面的需求,推出了多元化普惠金融产品体系,帮助新市民顺利融入城镇生活及就业环境。”

“对金融业而言,新市民是金融需求旺盛的重要群体。围绕新市民在创业、就业、住房、教育、医疗、养老等全生命周期需求,通过差异化政策、创新型产品,不断加大专项资源投入,以新金融、新举措、新服务助力新市民迈向新生活。近日,该行开展了2023年‘新市民金融服务宣传月’活动,重点围绕新市民改善生活需求多、基础服务获取难、金融安全意识薄、养老服务规划少等痛点,依托网点深入企业和社区,加强宣导,为新市民建设美好生活提供金融助力。

银行资深观察人士苏筱芮表示:“近两年来,银行业围绕新市民服务开展了大量实践与探索,基本形成了新市民客群的服务思路,例

# 银行理财打出“降费牌” 费率最低优惠至零

本报记者 张漫游 北京报道

进入“开门红”阶段,理财产品优惠力度逐渐加大。近日,招银理财、民生理财、光大理财、华夏理财等多家银行系理财公司均发布公告称推出费率优惠,优惠的产品主要为固定收益类理财以及现金管理类理财。

## 阶段性让利投资者

近日,招银理财发布公告称,拟对招银理财招赢日日金35号现金管理类理财计划给予阶段性费率优惠。优惠起止日期为2023年12月8日至15日,优惠前费率为0.2%(年化),优惠后为0%(年化)。

除此之外,还有多家理财公司也发布了类似公告。光大理财于2023年12月6日(含)至2024年12月5日(含)期间开展阳光金添利年年盈6号理财产品(EW0666)费率优惠活动。优惠期间,阳光金添利年年盈6号理财产品管理费、A份额销售服务费、B份额销售服务费费率分别为0.15%(年化)、0.15%(年化)、0.05%(年化)。

光大银行(601818.SH)金融市场部宏观研究员周茂华指出,近年来,受宏观经济和市场波动影响,理财产品净值波动情况等都会影响消费者需求。目前,新冠疫情对经济生活影响逐步减弱,国内经济呈现稳步复苏态势,金融资产估值低位,市场情绪有望趋势回暖,理财产品管理费、A份额销售服务费、B份额销售服务费费率分别

为0.15%(年化)、0.15%(年化)、0.05%(年化)。

“理财产品费率降低确实可以在一定程度上提升产品的收益率,但是收益提升幅度有限且大部分投资者对产品费率并不关注,所以产品费率下调对客户的吸引力有限。”刘银平说。

为何费率降低集中在固收类产品和现金管理类产品中?银行业资深观察人士苏筱芮认为,主要是因为银行客户以低风险偏好客户为主,因此从产品结构上看,固收类产品和现金管理类产品在理财产品中的规模占据了较大优势,费率集中在这些产品,也能够最大程度地吸引理财客户。

“主要是固收类和现金管理类产品占据绝对份额,尤其是近年来金融市场波动较大,导致银行资产配置更青睐固收类产品。”周茂华表示。

刘银平分析称,固收类产品、现金管理类产品的净值波动相对较小,费率下调对产品的收益率影响相对明显,可以增强产品的竞争力,提升投资者的关注度。

## 加强产品投研创新能力

谈及银行理财降费率的空间,普益标准分析称,市场利率的下行趋势给银行理财产品降费带来了契机。其一是由于存款利率的下降,在银行资产负债表的负债端,银行的资金成本有望下降,这给银行理财降费腾挪出一定的空间;其二是存款利率下行,导致存款产品对投资者的吸引力下降,很多投资者希望将资产配置从存款利率转向理财产品,从而获得更大的收益。为了迎合投资者的资产配置和购买理财产品需求,许多理财公司纷纷推出了银行理财“降费牌”,增强其相关理财产品的竞争力,以吸引更多投资者。

普益标准提示,理财公司需要做好费率优惠和成本的平衡。“相比公募基金,银行理财净值化转型的时间不算长,且产品运作比较稳定,因此过去投资者对于银行理财的收费模式并未给予足够的重视。直到2022年,银行理财两度经历‘破净’,各机构纷纷通过费率优惠等方式稳定投资者的情绪,投资者才越来越注意到银行理财的费率收取及优惠情况。”

周茂华认为,未来理财公司的竞争力还是要体现其投研能力、产品创新能力,尽量降低产品净值波动的情况,为投资者提供可持续、有吸引力的收益回报等。

“费率降低可能会在一定阶段内吸引客户,但从长期来看,还是要依靠扎实的投研水平、优秀的理财业绩来反馈客户。因此,理财公司还是要强化内功修炼,做好投研基本功,在做好产品风控的同时,不断优化产品功能,丰富客户体验。”苏筱芮说。

# 机构密集调研农商银行 重点关注资管新规影响

本报记者 郭建杭 北京报道

近两年,农商银行在资本市场中的“存在感”越来越强,投资机构越来越密切地关注到农商银行这一群体,对其的调研活动也日益频繁。

有业内人士指出,目前国内的大部分国有行股份行已经上市,未来,城农商银行将是银行业内的主

要上市群体。在这一大背景之下,投资机构跟踪关注上市农商银行的竞争能力,对于银行股投资有着重要作用。此外,近期一些优质农商银行的业绩和资产质量等指标,已经进入到A股上市银行股中的第一梯队,进而更加引发投资机构的关注。

《中国经营报》记者统计近期

## 新规对资本影响有限

在被调研询问的众多问题中,资本新规正式实施后对上市农商银行的资本充足率是否有影响成为机构投资者最受关注的问题。

记者梳理各家上市农商银行的公告内容看到,在调研数量上,常熟银行于10月12日到11月16日期间,先后接待了共计18次机构调研,超百家机构参与调研;沪农商行11月20日发布的公告显示,2023年11月16日接待广发证券调研,59家机构参与;渝农商行在10月至11月间接待43家调研机构。

此外,部分农商银行发布的调研公告还显示,苏农银行于2023年7月1日至9月30日期间,通过现场调研和电话会议等交流形式共接待投资者调研4场次。

从调研机构的类型来看,QFII(即合格境外机构投资者)、保险公司、基金公司、证券公司、阳光私募机构以及银行理财子公司,都参与到了对上市农商银行的调研中。

关于调研内容,事实上机构投资者对上市农商银行的关注与其他银行机构差异并不大,但会根据被调研农商银行的经营差异进行询问。在被调研询问的众多问题中,资本新规正式实施后对上市农商银行的资本充足率是否有影响成为机构投资者最受关注的问题。同时,存量首套房贷利率的调降、零售信

贷模式等业务问题,在部分农商银行的调研中也被重点关注到。

公开信息显示,资本新规将于2024年1月1日起正式施行,资本新规从构建差异化资本监管体系、全面修订风险加权资产计量规则、确保风险权重的适用性和审慎性、优化压力测试深化第二支柱应用、信息披露标准五方面进行了细致规定。

对于资本新规正式实施后对银行资本充足率的影响,沪农商行方面表示,根据资本新规正式稿,经初步定量测算,不同业务板块的资本占用有升有降。整体来看,资本新规对该行资本充足率的影响是向正的。

渝农商行在接受机构调研时表示:“资本新规要求于2024年1月1日起正式实施,为全面摸底资本新规实施的影响,本行已开展全量测算,预计资本充足水平整体平稳,资本充足率小幅上升。”

苏农银行方面对该项目表示:“从测算情况来看,新规实施对本行资本充足情况整体影响有限。未来,本行将不断优化调整资产结构,引导业务向资本节约方向发展。同时,本行近年来持续强化降本增效和风险管理水平,在风险抵补有序增加的基

础上实现了发展与效益的平衡。”

此外,在降息浪潮下,银行如何面对息差压力也是机构投资者调研中的一个重点关注的话题。

常熟银行对此表示:“2023年以来,面对他行竞争以及经济不及预期带来的信贷需求不足,贷款端收益率仍然呈现下行趋势,近年来我行通过向下、向小、向信用、向偏等方式来优化贷款端结构,使贷款端价格少降、缓降。从存款端来看,我行今年根据市场情况多次下调存款利率,存款成本得到控制。展望全年,我行贷款端将继续坚持做小、做散、做信用,提升高息贷款占比,同时优化存款结构,增强对公结算性存款稳定性,控制负债端成本,预计全年息差有望保持相对稳定。”

沪农商行在回答前期挂牌利率调降等政策效果对其净息差有何影响这一问题时表示,“在过去几年中,我行持续贯彻落实存款利率市场化要求,在综合考虑外部市场环境及自身经营情况的前提下,与主要同业同步多轮调降了部分期限存款利率。挂牌利率的调降带动我行新增存款利率持续下行,叠加中长期存款到期重定价,对未来我行存款付息率压降和息差稳定将形成一定的支撑。”

多家投资机构密集调研。

从近期机构在调研农商银行的过程中所关注的内容来看,主要围绕农商银行的零售业务、息差压力对银行的影响以及《商业银行资本管理办法》(以下简称“资本新规”)实施后对农商银行资本充足情况的影响等若干方面。



近期,一些优质农商银行的业绩和资产质量等指标,已经进入A股上市银行股中的第一梯队,进而引发投资机构的关注。  
视觉中国/图

# 金融风控大模型拟定国际标准 兼顾合规与效率

本报记者 蒋牧云 何莎莎 上海 北京报道

大模型时代,互联网大厂、银行、券商等各路机构纷纷下场,推进金融大模型这一“塔尖技术”进一步落地。在参与者众多、企业竞争激烈的当下,构建金融大模型的标准体系已经“箭在弦上”。

近日,金融风控领域国际标准启

## 提升模型泛化能力

腾讯云天御首席科学家、IEEE(电气电子工程师学会)金融风控大模型标准工作组主席李超表示:“由于样本积累速度和模型复杂度的限制,传统的风险控制模型在风险识别和迭代频率上存在明显不足。以大规模人工智能模型为例,基于生成网络和深度学习的模型可以学习更长周期、更复杂的风险模式。它可以通过迁移学习对不同的业务垂直领域进行自适应匹配,提高风险控制识别的准确性,并显著降低样本要求。”

李超告诉记者,为确保风险控制的持续有效性,金融机构需针对不同业务领域建立合适的风险量化模型,

## 迭代效率提升

金融行业近年来一直在探索人工智能技术在风控环节的应用。大模型技术应用在风控环节中将带来哪些成效?

对此,李超告诉记者,通过大规模AI算法的风控模型在帮助金融机构构建模型,以及模型迭代效率的提升上有较为明显的帮助。当金融机构接入腾讯云金融风控大模型后,可基于“样本提示”模式自动生成定制风控模型,实现从样本收集、模型训练到部署上线的全流程零人工参与,建模时间从以前的2周缩短到仅需2天。迭代方面,在建模需求旺盛的消费金融行业,面对每半年甚至几个月一次的模型迭代需求,某头部消费金融企业接入风控大模型之后,大幅提升了模型迭代效率,双方一起联合共建了10个定制化的风控模型,应用在

动会正式举行。作为全球范围内首个金融风险控制领域的大模型国际标准,该国际标准由腾讯主导发起,多家金融机构及科研院校等联合制定,旨在为金融机构风控建模环节中应用AI大模型技术提供参考和指引,使金融机构在日益复杂和数据驱动的金融环境中,能够高效地预测、衡量和管理业务风险。不久前,国内

## 首个金融行业大模型标准发布。

接连发布有关金融行业大模型的标准意味着什么?这些标准的发布,对金融大模型的发展将带来哪些影响?

对此,多位业内人士告诉《中国经营报》记者,先后发布的金融大模型标准,分别侧重于底层技术的定义和场景应用中的痛点。可以看到,我

们正在努力提升模型的泛化能力。尤其是金融行业在零售数字化的过程中,为了适应客群下沉、金融产品秒批秒放、快速审核等特点,需要更加敏捷、动态、精准的风控能力。本次标准正是为了解决传统金融风险控制模型的缺陷而制定的。与传统风控模型相比,基于大规模AI算法的风控模型能高效融合海量的金融反欺诈知识形成大模型,在应用时能显著提升模型的风险识别性能以及跨场景的泛化能力。

标准的制定对金融行业意味着什么?

天使投资人、人工智能专家郭涛

向记者表示,标准的制定,首先能够促进金融大模型的标准化和规范化,提高模型的可比性和可复制性,有助于推动整个行业的发展。其次,通过标准的制定,可以降低金融大模型的开发和应用成本,提高金融机构的效率和竞争力。此外,行业标准的制定还可以促进金融机构之间的合作与交流,推动技术的创新和应用。

记者还注意到,在不久的9月,我国首个金融行业大模型标准——《面向行业的大规模预训练模型技术和应用评估方法第1部分:金融大模型》发布,该标准则由中国信息通信研究院牵头,联合腾讯云、奇富科技、

国金融大模型在进入规范化、标准化发展的过程中,正在深入产业场景之中。多位业内人士还指出,需要注意的是,金融风控领域对于数据的合规安全要求更高,这也使得模型的训练效果有所折损。接下来,如何在保障数据隐私和信息安全的前提下,充分利用数据进行模型训练与应用,是一个摆在行业面前亟待解决的问题。

科大讯飞等40多家企业共同编制。

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,先后发布的金融大模型标准以及金融风控大模型标准,两者侧重有所不同。前者是国内标准,侧重于底层技术,主要从数据构建、模型算法、模型训练、模型压缩与加速、模型评测、模型运营和安全可信几个方面去定义金融行业的大型模型。而后者是国际标准,侧重于场景应用,主要聚焦的是金融行业信贷贷款风控建模过程中应用大模型的流程和技术指导。这也代表我国金融大模型在进入规范化、标准化发展的新阶段,同时正在深入产业场景,解决其中痛点。

推进标准建设与实践落地,为金融行业智能化的高质量规范化发展提供重要支撑。特别地,启动会现场还明确了标准的研制方案,并计划于明年9月正式发布,为金融机构信贷风控建模提供参考指南。

多位金融机构人士在采访中均向记者表示,在大模型技术的实际应用中,基于金融机构更严格的数据合规管理,在进行模型训练时,机构首先需要取得数据的使用权并确定使用期限,然后再对数据进行加密处理。这样,一方面使得模型得以落地,另一方面则是以牺牲了部分训练效果为代价。

朱克力也向记者表示,如何在保障数据隐私和信息安全的前提下,充分利用数据进行模型训练与应用,是一个亟待解决的问题。此外,要充分

挖掘不同类型大模型在产业场景中的落地逻辑。同时,金融风控领域的大模型应用,还需要更加注重模型的可解释性和可信度,以提高模型的可靠性和应用范围。

记者也在采访中了解到,合规安全正成为金融机构接下来努力的一大方向。

王思远告诉记者,接下来公司将进一步致力于形成更加合规安全的科学决策。他谈到:“过往人工智能聚焦工具革命,大模型会带来科学的革命,让金融在进行风险控制的同时,更具科学性、合规性、有效性。具体路径上,我们将通过群体智能决策模式,形成安全可控且稳定的大规模智能决策层,对数据的组织方式、数据的决策方式以及科技的架构、未来组织战略产生质的影响。”

## 全速提升竞争力

机构投资者之所以提升了对上市农商银行的关注度,业内普遍认为是因为上市农商银行在资本市场的表现越来越具有竞争力的原因。

值得注意的是,机构投资者在近期的调研中,均关注到了上市农商银行的具体业务发展情况。

在被问及存量房贷利率下调对今年和明年净息差的影响这一问题时,沪农商行表示,虽然公司存量零售按揭贷款中首套住房贷款占比较高,但公司按揭贷款业务主要集中在上海,上海地区的首套住房贷款利率在较长时间内均按照政策下限利率执行。总体来看,存量房贷利率下调预计对今年集团净息差影响不大,对2024年净息差的影响幅度也较小。

渝农商行则被问及小微经营模式是更接近于IPC(注:起源于德国的小微企业贷款业务模式)还是信贷工厂模式。对于这一问题,渝农商行回应称,该行小微经营模式更接近于信贷工厂模式,以客户为中心,分层分类定制标准化产品及流程,支持业务批量快速处理,高效满足客户融资需求。在此基础上,还采用“线上取数+线下跑街”相融合的方式为客户完整“画像”,以“一群一策”方式定制差异化准入标准和风控策略,加强大数据、云计算、人工智能技术运用,打造线上办贷流程、数字风控体系,不断提升小微服务水平。

机构投资者之所以提升了对上市农商银行的关注度,业内普遍认为是因为上市农商银行在资本市场的表现越来越具有竞争力的原因。

公开信息显示,农商银行在上市银行中占比接近四分之一。此前,由于农商银行存在资产质量差、业务单一、基础薄弱等诸多问题,因此机构投资

者的关注度并不高。但随着农商银行的快步向前发展,A股上市农商银行的经营数据普遍优于全国行业平均数据。

中央财经大学商学院教授、博士生导师杨长汉告诉记者:“上市农商银行在绿色金融、‘三农’金融、普惠金融等方面具有独特的优势,因此,差异化、特色化、区域化发展,有利于农商银行提高自身竞争力。”

对于近期机构普遍关注的资本新规实施后对农商银行有哪些影响等问题,杨长汉认为,资本新规对农商银行的影响主要在于两个方面:一是对农商银行资本充足率和资本结构的影响。农商银行需要对照资本新规的要求,保证资本的充足性。同时,农商银行要主动调整资本结构,优化核心资本和附属债务资本的占比,以高质量的资本结构支持业务高质量发展。二是对农商银行资产经营的影响。资本新规对各类银行风险加权资产的计量有较大变化,农商银行应该降低风险系数高的资产业务,扩张风险系数低的资产业务,实现资本节约,平衡安全性、流动性、盈利性目标。

此外,对于多轮降息后农商银行普遍面临的息差压力问题,杨长汉表示:“金融业包括中小银行的主责、主业,是支持实体经济健康发展,降低实体经济融资成本。降息增加了银行揽储的竞争压力,也降低了银行负债成本。银行可以通过优化负债结构和客户结构,扩低成本负债来源,同时通过提高负债业务效率、降低负债业务经营成本等方式压缩负债成本。”

上接 B6

## 助力“做大做强”

与中伟新能源一样,重庆万凯新材料科技有限公司(以下简称“重庆万凯新材料”)也是一家当地估值过百亿元的上市公司,是重庆民营企业100强及重庆市新材料重点培育企业。

重庆万凯新材料位于涪陵临港经济开发区,主要产品广泛应用于饮用水、热灌装饮料、碳酸饮料、食用油、酒类等食品、轻工、电子包装领域。公司于2018年10月23日在涪陵临港经济区正式成立,践行“绿色+”“科创+”发展理念,在四年内先后实现一期、二期项目和扩建项目建成投产,拥有业内唯一单套瓶级PET(聚对苯二甲酸乙二醇酯类材料)超过60万吨的生产装置,具备180万吨/年的产能规模,有效弥补了西部地区聚酯瓶级切片的空缺,是全球重要的瓶级切片生产基地之一。

“基于消费过去十五年持续扩张的趋势,未来PET的市场需求也会相应增加。同时,如今大量的厨房用品、卫生间用品、外卖休闲食品,都将有PET的替代和应用。”重庆万凯新材料负责人表示,目前企业的经营将聚焦在产能规模扩张和节能降本两个方面。

据介绍,企业在现有产能满负荷生产的情况下,该企业预估购买原材料等配合流动资金需求较大,而银行信贷是解决企业资金需求的一个重要途径。“一方面,企业上市募集了大量的流动资金;另一方面,当前在使用的银行信贷约14亿元,推动企业可以更加从容地高质量发展。”

光大银行重庆分行副行长李奕表示,重庆万凯新材料

是重庆分行重要合作客户,截至2023年10月末,在分行对公存款余额超1亿元,表内外授信余额超2亿元。未来,该行将为企业提供个性化的解决方案和定制化服务,结合线上、线下产品来进一步夯实客户与分行的合作深度,促进公司做大、做优、做强。

“银行对于制造业的授信是围绕重庆着力打造的智能网联新能源汽车、新一代电子信息制造业、先进材料这3大万亿级产业集群展开的。”李奕说,今年光大银行重庆分行制造业信贷投放的增速高于平均增速,且分行的制造业贷款在分行对公贷款总额中的占比从19.6%提升至22.8%。数据显示,截至10月末,该分行制造业贷款余额较年初增长30%,制造业中长期余额较年初增长53%。

据光大银行相关负责人介绍,截至10月末,光大银行制造业贷款余额为4662亿元,较年初增长18.46%;战略性新兴产业贷款余额1994亿元,较年初增长32.13%。在工信部认定的制造业单项冠军企业中,截至10月末,该行已和近半企业开展合作,其中提供授信300余户,对公贷款余额超200亿元,较年初增长20%。

“下一步,光大银行将推进服务先进制造业及战略新兴产业专项工作,并以45个国家先进制造业集群、66个战略新兴产业集群为重点,加大对重点产业集群的支持力度,创立和优化服务先进制造业、战略新兴产业的专项产品,不断丰富和深化支持国内制造业高质量发展。”上述光大银行相关负责人表示。

# 北京人寿变局

本报记者 陈晶晶 北京报道

成立五年多,这家保险公司股权再次被股东挂牌拟出售。

近日,北京产权交易所最新披露显示,北京供销社投资管理中心(以下简称“北京供销社”)拟出清所持有的北京人寿保险股份有限公司(以下简称“北京人寿”)4亿股股份,占总股本的13.986%,预披露时间截止到2023年12月25日。

北京人寿官网显示,此次拟出清股权的北京供销社,与北京顺鑫控股集团有限公司、北京韩建集团有限公司(以下简称“北京韩建集团”)各分别持有北京人寿4亿股股份数,占总股本比例为13.986%,均系并列第一

## 股东聚焦主业萌退意

北京人寿方面表示:“在现今国资背景的企业聚焦主业、深化改革创新趋势下,进一步调整优化国有资本布局,服务国家战略。”

公开资料显示,成立于2018年2月的北京人寿,注册资本28.6亿元,共有9家股东,股东股权设置方面较为均衡,并无单一控股股东。

根据资料梳理,早在2021年5月,北京供销社将所持北京人寿股份挂牌在北京产权交易所挂牌出售,挂牌股数约为1.43亿股,占总股本比例约为4.99%,转让底价为3.616亿元。两年多来,该股权转让始终未有下文,直至11月28日北京供销社公开挂牌出清北京人寿股权的前一日,终局才显现。

11月27日,北京产权交易所披露称,收到北京供销社、山西晋城钢铁控股集团有限公司对2021年5月股权转让项目终结的申请,根据《北京产权交易所企业国有资产产权转让中止和终结操作细则》的相关规定,现终结该项目,原于2021年8月3日出具的产权交易凭证作废。

次日,北京供销社再度挂牌所持北京人寿股权,挂牌股权比例已从4.99%提升至所持全部13.986%股权。

对于北京供销社出清股权的原因,北京人寿方面对记者表示:“在现今国资背景的企业聚焦主业、深化改革创新趋势下,进一步调整优化国有资本布局,服务国家战略。”

北京供销社在2022年年度跟踪评级报告中明确:“按照北京市国资委对北京供销社加强‘三农’定位、聚焦‘主责主业’的要求,公司投资的海南三亚凤凰岛及其他非主业投资

大股东。

对于此次大股东挂牌出售股权一事,北京人寿在接受《中国经营报》记者采访时表示,北京供销社现持有北京人寿13.986%股份,按照国家金融监督管理总局规定,属于保险公司财务投资Ⅱ类股东。其转让股权意向属于股东单位正常商业行为。

“历史上也曾有类似转让挂牌情形,均不会对北京人寿的日常经营产生任何影响。”北京人寿方面进一步表示。

除了股权问题亟待解决,从经营来看,截至2023年三季度,北京人寿未分配利润达-6.83亿元,资产端持有至到期投资48.2亿元面临再配置。下一步,北京人寿将如何走?

## 风险综合评级为BB

二期规则较一期规则在评级规则、内容、指标等方面均发生较大的调整变化。在二期新规则下,行业各寿险公司风险综合评级均存在不同程度的下降。

作为北京“土生土长”的保险公司,各项数据显示,北京人寿目前尚未进入持续盈利周期。

根据北京人寿年度报告数据,2018年至2022年,其保险业务收入分别为1.91亿元、12.7亿元、26.14亿元、45.47亿元、46.62亿元;同时,净利润分别为-1.13亿元、-0.52亿元、-1.56亿元、-2.11亿元、-1.89亿元。

北京人寿2023年三季度财务报告最新显示,截至2023年9月30日,其保险业务收入为43.12亿元,净利润为0.37亿元。此次实现盈利对其亏损规模有所弥补。截至2023年9月30日,北京人寿未分配利润从-7.20亿元变更至-6.83亿元。

最新偿付能力报告数据显示,截至2023年三季度末,北京人寿综合偿付能力充足率为182.48%,较上季度末提高6.66%;核心偿付能力充足率为101.83%,较上季度末下降1.55%。2023年第二季度风险综合评级结果为BB,指标得分较第一季度有所下降。

对此,北京人寿在偿付能力报告中称,按照监管通报反馈,风险综合评级中主要失分项为可资本化风险和战略风险,前述问题也与公司目前阶段经营特点相关。

北京人寿对记者进一步分析表示,自2022年一季度“偿二代”二期风险综合评级规则正式实施后,季度风险综合评级(IRR)降为BB类。二期规则较一期规则在评级规则、内容、指标等方面均发生较大的调整变化。在二期新规则下,行业各寿险公司风险综合评级均存在不同程度的下降。

“战略风险失分指标主要包括公司与行业保费增速偏离度、公司保费增速变动性、盈亏情况等。首先,在盈利问题上,由于寿险行业的特殊性,新公司前期亏损也符合行业发展的规律,随着经营年限的不断增长,保单利润将在后续经营过程中持续不断释放,逐步形成内生增长。其次,‘公司与行业保费增速偏离度’和‘公司保费



北京供销社再度挂牌所持北京人寿股权,挂牌股权比例已从4.99%提升至所持全部13.986%股权。  
视觉中国/图

增速波动性’问题,作为成立五年多的新公司,业务处于发展阶段,增速较快,与行业大多成熟的公司相比,有一定的偏离度。这两项指标随着时间的推移也将逐渐改善。”北京人寿对记者详细介绍称。

针对未来战略风险及经营思路,北京人寿方面称:“未来三年是公司经营的关键阶段,为了更好地应对市场和政策环

境的变化、快速响应客户保险保障需求,北京人寿将秉承‘稳健、走好、远’的发展理念和经营思路,以客户服务为宗旨,以科技赋能为手段,以价值为先导,坚定回归本源,勇于创新,充分发挥自身的竞争优势与资源禀赋,围绕‘北京品牌’,深入开拓实践,为首都乃至全国居民提供优质的保险服务,走稳创新发展之路。”

## 投资收益率亟待提升

根据北京人寿三季度财务报告,截至2023年三季度末,北京人寿持有至到期投资为48.2亿元。

寿险公司作为以负债端保费为经营入口的金融机构,负债端资金的长期、刚性的成本属性使得其资产端长期的投资能力至关重要。这就要求,险企资金的运用目标不仅是实现保值增值、服务保险主业,还要达到资产负债在收益率、期限、流动性等方面合理的匹配。

多家券商非银团队研报分析显示,受权益市场波动加剧、长端利率低位震荡、地产复苏不及预期等影响,2023年前三季度保险行业投资收益显著承压。

如北京人寿偿付能力报告显示,2023年第三季度单季,其投资收益率为0.85%;前三季度累计投资收益率为2.36%,上述均相较于2022年同期出现下滑。

对于提高投资收益率的策

略,北京人寿方面表示:“公司当前正在实施以及未来将持续通过资产配置及品种投资不断提高投资收益率水平。主要策略有三个:一是注重大类资产配置,强化资产负债管理。在当前利率快速下行、权益市场波动的大形势下,将把握偿付能力新规、新金融工具准则等监管新规下的新形势、新机遇,加强对多元化资产配置方法、领域的研究与应用,以获取长期稳定的投資收益,并将紧密联动资产和负债两端,统筹协调公司的资产和负债业务,强化资产负债管理。二是固收投资将注重多策略结合,把握配置机遇。在尽量稳定固收基础资产配置的基础上,注意从配置和交易、利率和信用、债性和股性等多维度、多策略地

获取投资收益,并将通过深度信用研究提高信用溢价获取能力,增厚组合收益,此外将提升优质固收资产获取能力,积极把握各行业阶段性、结构性的融资需求,高效地匹配投融资需求,提升优质资产获取的质与量。三是权益投资将坚持价值投资,布局中长期收益。将采取差异化投资策略和管理机制,增加对市场中微观的研究,把握结构性机会,促进收益提升,并将加强对高股息资产、股权类产品等多元化产品、策略的研究和应用,布局中长期收益,此外,将注重长期投资和价值投资,完善投资收益和风险的长期评价考核机制,充分发挥保险资金的长期限特性获取收益。”

需要注意的是,根据北京人

寿三季度财务报告,截至2023年三季度末,北京人寿持有至到期投资为48.2亿元。这也意味着,北京人寿需要解决这部分资产再投资以及新增资金配置的问题。

“公司持续高频监测并定期测算资产负债久期匹配情况,并结合待配置资金情况、利率走势研判、资产负债管理要求等,合理规划长期债券配置节奏,提升长期资产的配置规模。资产配置的任务并不是要持续缩小缺口,而是需要通过适当合理的期限错配,达到资产负债匹配的合理均衡,使资产负债久期匹配缺口位于一定合理区间内。公司根据年初制定的战略资产配置规划并结合宏观经济及资本市场情况进行再投资及新增资金配置。”北京人寿方面表示。

# 规模突破千亿元 险企发债补资本

本报记者 陈晶晶 北京报道

近期,险企发债迎来一波小高峰。

12月1日,中国太平洋人寿保险股份有限公司(以下简称“太保寿险”)发行了总规模120亿元2023年无固定期限资本债券(第一期)。这是继泰康人寿保险有限责任公司(以下简称“泰康人寿”)之后,又一家成功发行“永续债”的

## 发债规模快速上升

2022年8月,为完善保险公司资本补充机制,提高保险业风险抵御能力,保护投资者利益,中国人民银行、原中国银保监会联合发布《关于保险公司发行无固定期限资本债券有关事项的通知》,允许符合条件的保险公司通过发行无固定期限资本债券补充资本、提升核

心偿付能力充足水平。上述文件实施一年后,2023年9月,泰康人寿获批在全国银行间债券市场公开发行“永续债”,发行规模不超过200亿元。11月10日,泰康人寿2023年无固定期限资本债券(第一期)正式上市,发行总额为50亿元,票面利率为3.7%。

第二家获批发行“永续债”的保险公司是太保寿险。10月23日,太保寿险发行“永续债”获批,发行规模不超过200亿元。太保寿险最新公告显示,12月1日,太保寿险2023年无固定期限资本债券(第一期)正式发行,基本发行

保险公司。

公开资料显示,无固定期限资本债券也称“永续债”,是指保险公司发行的没有固定期限、含有减记或转股条款、在持续经营状态下均可以吸收损失、满足偿付能力监管要求的资本补充债券。保险“永续债”与保险资本补充债券均属于保险公司进行资本补充的工具,用于满足险企资本补充的需求,提升自身的偿付能

力充足率。

《中国经营报》记者注意到,还有多家保险公司计划发行或已获批发行“永续债”和资本补充债券,如农银人寿保险股份有限公司(以下简称“农银人寿”)、中国人民健康保险股份有限公司(以下简称“人保健康”)、中国人寿保险股份有限公司(以下简称“中国人寿”,601628.SH)等。

根据记者梳理,除了新增“永

续债”外,险企在2023年的资本补充债券规模出现大幅上升。Wind数据统计,截至2023年11月底,14家保险公司共计发行15期资本补充债券,发行总规模达719亿元,而2022年全年发行总规模仅为224.5亿元。据国家金融监督管理总局(以下简称“金融监管总局”)官网批复文件统计,2023年内险企获批发行债券的总规模已经超过千亿元,达到1166.5亿元。

上的保险公司,均发行过资本补充债券。

不过,多位业内人士向记者分析表示,未来保险公司发行“永续债”的意愿可能高于资本补充债券。

北京联合大学管理学院金融系讲师杨泽云向记者表示,资本补充债券能够补充保险公司附属一级资本,对提升保险公司的综合偿付能力充足率有帮助,但是对保险公司的核心资本以及核心偿付能力充足率无法起到补充及提升的作用。相比之下,“永续债”既可以补充保险公司的核心资本,又能提升其综合偿付能力充足率和核心偿付能力充足率。

“永续债”不仅可以帮助保险公司解决短期流动性问题,还能够为其长期发展提供可持续的资金支持。那些迫切需要增加核心资本,而股东增资意愿又不强的保险公司,其发行“永续债”的积极性可能更高。”另一业内人士表示。

## 增厚经营的资本“安全垫”

当前,我国保险行业处于业务转型发展的新阶段,保险公司的资本实力及偿付能力水平对其实业发展的支撑作用愈发重要。

自2022年一季度以来,保险业全面实施“偿二代”二期监管规则。“偿二代”二期在一期的基础上对保险公司偿付能力提出了更加精细化的监管要求,压实实际资本尤其是核心资本,提高最低资本要求,对保险公司偿付能力充足率产生了较大影响。

监管披露数据显示,截至2023年三季度末,保险公司核心偿付能力充足率从2021年年末的220%下降至126%,其中人身险公司核心偿付能力充足率从212%下降至109%,下降幅度较大。

可以看出,在偿付能力充足率大幅下降的背景下,保险公司对于补充资本的需求更加迫切。

值得一提的是,从经营角度来看,保险公司补充资本的必要性也在不断上升。数据显示,近年来,保险行业经营环境较为复杂且具有挑战,权益市场波动与中长期利率水平持续下行,对保险公司的偿付能力产生了影响。

一家寿险公司首席运营官告诉记者分析称,在资金运用上,当前可投资的优质资产稀缺,规模庞大的保险资金很难匹配足够规模的优质高收益资产;市场投资收益率整体趋于下行,保险公司偿付能力水平对自身投资业务的可投品类及规模产生约束,从而进一步影响投资收益和盈利水平。在负债端,保险公司经营发展面临的挑战加大,业务改革和宏观

经济环境变化加剧了市场不确定性,比如人身险公司的价值转型、传统营销渠道模式梗阻,财产险公司车险业务改革等均对保险公司的资本实力与偿付能力提出更高要求。

上述系列变化与经营、投资压力均加速了资本消耗,迫切要求保险公司扩充资本,不断提升外部风险抵御能力。

不仅如此,保险公司通过发债补充资本,还能够为后续业务发展提供资本支持,创造更大的空间。

记者获得的一份太保寿险第七届董事会第二十次会议(临时)文件显示,太保寿险分析认为:“为坚决贯彻‘长航战略’要求,夯实高质量发展基础,公司有必要根据战略布局及业务发展需要,提前进行外源性资本补充安排,不断增强风险抵御能力,锻造面向未来的长期可持续发展能力。”

“近年来,监管持续要求保险公司加强资产负债精细化管理,强调保险资产配置与自身资本实力及负债端保险业务相匹配。例如,针对农业保险、信用保证保险等业务,提出更高的最低偿付能力要求,保险公司展业灵活度面临更加严格的资本约束。这在一定程度上推动保险公司强化远期资本管理,进一步增厚稳健经营的资本‘安全垫’,为未来展业创造更多空间。”上述寿险公司首席运营官进一步表示。

杨泽云也表示:“‘永续债’、资本补充债都是企业经营好的时候,未雨绸缪长远规划,才能发行,而不是‘车到桥头再想修路’,显然来不及了。”



## 高质量发展谋新篇

让新市民、青年人“进得来、留得下、住得安、能成业”

# 探路保租房建设民生、民心工程的“上海样本”

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

据新华社报道,11月29日,习近平总书记在上海考察闵行区新时代城市建设者管理之家,了解保障性租赁住房(以下简称“保租房”)建设情况。

《中国经营报》记者了解到,闵行区新时代城市建设者管理之家所在的社区是上海市大型保租房项目,打造了共计2475间精装公寓。除宿舍型房源外,该项

目还规划了住宅型房源,主要面向年轻白领、新上海市民等群体,是上海市“一张床、一间房、一套房”多层次租赁住房供应体系的重要组成部分。

这正是上海市追求并实现“人人享有品质居住”这一宏大目标的缩影。一方面,上海市降低了保租房保障对象的“门槛”,不限户籍、不设收入线;另一方面,通过提供土地、财税、金融等方面的支持政策,鼓励和引导各类市

场主体参与保租房项目的投资、建设、管理和运营。同时,利用存量资源建设保租房,降低土地和建设成本。

最新统计数据显示,截至目前,上海市已累计推出保租房用地222宗、规划建筑面积近1900万平方米;通过多种方式累计建设筹措各类保租房45.3万套(间),供应26.7万套(间),分别完成“十四五”规划期末总量的75%和67%。预计到“十四五”末,上海市累计

建设筹措的保租房规模将达到全国第一。

上海市城市规划设计研究院区域分院规划总监张敏清表示,保租房应成为一种新的居住选项,而不是“退而求其次”的被动选择。上海市有责任为全国探索实现人人“住有优居”经验,通过最大限度地弱化保租房的“临时感”,将更多的“仪式感”打包在这些租住社区里,为新市民和青年人营造在上海市的第一个家。

## 最低月租500元彰显“上海温度”

充分兼顾保障对象收入水平,为城市一线工作者营造便利之家、温馨之家。

据了解,闵行区新时代城市建设者管理之家位于马桥镇中青路588弄,是由华润有巢打造的保租房项目。项目共包含四人间和双人间两类户型,其中四人间人均床位租金500元/月,双人间人均床位租金900元/月。

华润有巢相关负责人告诉记者,闵行区新时代城市建设者管理之家位于上海马桥人工智能创新试验区内,毗邻“大零号湾”科技创新策源功能区。“这里创新创业活力迸发,新兴产业蓬勃发展,大量产业工人和一线劳动者集聚。目前已入住249人,包括特保及保安、绿化工人、环

卫及保洁、维修维保人员、建筑工人、医护人员等。”

据介绍,闵行区新时代城市建设者管理之家共有138套房源,440个床位,租金定价结合市场价格,同时充分兼顾保障对象收入水平,为城市一线工作者营造便利之家、温馨之家。

此外,闵行区新时代城市建设者管理之家可办理居住证,实行民用水电、家具家电配备齐全,租客可“拎包入住”。每套房间配置独立橱柜、卫生间、厨房等,既满足了租赁生活需要,又在私密空间上做了统筹兼顾。

值得一提的是,新时代建设

者管理之家还在1层设置了面积达250平方米的共享生活区,包含党群服务站、共享厨房、共享餐厅、共享洗衣房、共享电话间/唱吧、公共浴室等多元空间,满足一线劳动者的日常生活需求。

时间拨转至2019年12月26日,华润有巢获取了位于闵行区中青路的R4专项租赁用地,楼面价为4100元/平方米。该地块于2020年7月开工,占地面积4.2万平方米,总建筑面积11.7万平方米,拟打造成拥有2475间精装公寓的华润有巢国际公寓社区。

2022年6月,华润有巢国际公寓社区纳入上海市保租房体系,并于当年9月进行了平急两用改造,今年3月正式开业。其中,闵行区新时代城市建设者管理之家便位于该项目5号楼的1~5层。

华润有巢相关负责人表示,华润有巢国际公寓社区设计了包含“一张床、一间房、一套房”的多层次租赁产品。其中,“一套房”产品179间,包括两室房源143间、一室一厅房源36间,面积均为60平方米;“一间房”房源2158间,其中大单间1342间,面积为35平方米,小单间816间,面积为30平方米。

## 外来务工人员“同样是城市的主人”

外来务工人员,普遍面临“租房难”“住得贵”“住得远”等问题。

习近平总书记在考察中指出,外来务工人员来上海市作贡献,同样也是城市的主人。要践行人民城市理念,不断满足人民群众对住房的多样化、多元化需求,确保外来人口进得来、留得下、住得安、能成业。

作为常住人口近2500万的国际化大都市,上海市有来自全国各地、从事城市建设和服务的外来务工人员,普遍面临“租房难”“住得贵”“住得远”等问题。

今年,上海市建设交通工作党委、住建委、房管局探索设立新时代城市建设者管理之家,由社会

力量参与投资建设运营、用人单位共享租赁。目前,全市已筹措约1.1万张,其中今年上半年已供应约7000张,首批计划安排筹措5000张床位。

据介绍,首批新时代城市建设者管理之家主要定向供应建设施工一线工作人员、环卫、市政、绿化、轨交、物业等领域城市运行维护人员和快递、家政、医疗等为市民日常生活提供服务的群体,项目在上海市各区均有分布,床位月租金标准以500元~1000元为主。

与此同时,越来越多针对外来务工人员的“蓝领公寓”也开始涌现出来。例如,位于长宁区临新路268弄魔方生活9号楼公寓的“临空园区快递小哥之家”,由长宁临空园区党委联合魔方公寓管理方成立居住着来自顺丰和京东的共108名快递员。

魔方公寓相关负责人表示:“9号楼公寓”是魔方生活服务集团旗下企业公寓品牌,致力于为企业员工提供安全、卫生、共享、有序的员工宿舍,打造优于传统的都市员工生活社群。“9号楼公寓”和快递企业联合建立宿舍长制度,以便更好地贯彻执行宿舍安全及卫生管理工作,还会为入住人员提供多种多样的社群活动。

“对外来务工人员而言,他们需要高性价比的住宿条件,居住环境安全卫生,并满足基本生活需求。而对于承租企业而言,一是需要公寓管理运营稳定,能够建立长期的合作关系;二是通过提供宿舍为员工节省住宿费用,降低企业招聘难度,降低员工流失率;三是租赁靠近工作地点的宿舍有利于员工上下班,节省通勤时间。”魔方公寓相关负责人进一步总结道。

## 城市更新容积率限制放宽 业内呼吁多方协同支持老旧小区改造

本报记者 陈雪波 卢志坤  
北京报道

“为满足安全、环保、无障碍标准等要求,对于增设必要的楼梯、电梯、公共走廊、无障碍设施、风道、外墙保温等附属设施以及景观休息设施等情形,其新增建筑量可不计入规划容积率。”近日,自然资源部发布《支持城市更新的规划与土地政策指引(2023版)》(以下简称“《指引》”),对城市更新的容积率限制进行了新的说明。

近期出台的一系列文件中,多次点名老旧小区改造实施细则。城市更新实践多年后,现在有哪些经验可循?是否可以实现老旧小区的可持续运营?社会资本参与城市更新的程度如何,面临怎样的难点、堵点?这些都是业界十分关注的问题。

愿景明德(北京)控股集团有限公司(以下简称“愿景集团”)是目前为数不多的专业从事城市更新的民营企业,且已经有了诸如劲松小区这样的成功案例。近日,《中国经营报》记者采访了愿景集团董事长陶红兵,试图解答上面的疑惑。

### 可持续运营的深度实践

在“留改拆”原则之下,充分利用老旧小区的原有房屋、设置、配套是摆在最优先位置的。但在“少拆多改”背景下,老旧小区如何能做到“旧貌换新颜”?管道线路升级、加装电梯、消防改造、新增停车位……面对老旧小区,愿景集团已经有了相对成熟的评估和改造模式。

陶红兵介绍,在接到一个老旧小区项目的时候,设计师首先会在小区整体走一遍,大概就能判断出需要改造的部分。再用无人机航拍一下小区全貌,整理出现存问

题,就可以给出初步的改造方案。方案得到政府的认可后,在做详细设计前,再入场进行细致的踏勘校验,制订更为详细的改造方案。如此一来,能够极大地节省前期论证成本,提高了工作效率。

在老旧小区里,居民对小区功能的要求在增加,此外,小区里的锅炉房、自行车棚又渐渐失去原有作用。如今,已经有了很多“旧改新用”的案例。

例如,在北京大兴区兴丰街道三合南里,有一座已经失去原有功能的锅炉房。愿景集团结合周边需求,将锅炉房改造成了能够辐射15个社

区、10万居民的综合便民服务中心。服务中心里面不仅有了生鲜超市,还有裁缝铺、理发店、咖啡屋、书吧。原有锅炉房的主体建筑没有拆除,经改造后成了这些新增空间。

陶红兵告诉记者,在老旧小区的可持续运营方面,公司已经探索出很多得到验证的方式,比如收取物业费、停车费、场地运营费、增值服务费等。这些经营模式虽然利润微薄,但如果能按照既定方案运行,在达到一定周期后依然可以覆盖改造成本。

愿景集团的可持续运营经验

不是一家之谈,目前已经进入了一些官方文件。

2021年北京发布的《关于引入社会资本参与老旧小区改造的意见》中,就提出了引入社会资本的多种方式,比如提供专业化物业服务、“改造+运营+物业”模式、作为实施主体参与等。2022年北京又提出,利用拆违腾退的空地和低效空间吸引社会资本,补建养老、托育、体育、社区食堂等公共服务设施。

本次发布的《指引》中,也明确支持盘活利用存量低效土地,如鼓励原土地使用权人依法以转让、经

分割审批后部分转让或出租土地使用权等方式盘活利用。

不过,老旧小区改造后的运营目前面临的一个问题是,在对一个小区进行大量的基础设施改造投入后,想收回成本往往需要一二十年的周期,这对社会资本来说承压时间过长。更为尴尬的是,在一些老旧小区,即使是常见的物业费、停车费,收缴也很有难度。“一些居民几十年都没有交过物业费、停车费,改造过后向他们收费,他们还是不能接受。”陶红兵表示。在这方面,社会资本目前还比较无奈。

日印发的《城市社区嵌入式服务设施建设实施方案》中也提到,各地可结合实际加强统筹指导,鼓励以城区、街道等行政区域为单位整合辖区内项目,统一开展前期工作。而这些统筹工作,正是城市更新企业所盼望且必需的。

### 综合整治如何协同?

除了费用收取难之外,在陶红兵看来,老旧小区改造还有很多挑战。比如,老旧小区改造往往涉及多个部门的规划修改,但不同部门之间的协调很难。

陶红兵向记者举了一个例子。多数老旧小区里停车位很紧

张,也有很多消防隐患,但小区外有大量的公共绿化用地。如果能将公共绿地改为停车位,同时将小区里紧凑的停车位改为绿化用地,这样停车位和消防问题都可以迎刃而解。但因为这样的一拆一增会涉及园林局、交警大队等很多部

门,就会很难处理。诸如这样的跨部门协调工作常常给执行企业带来很大的阻碍。

可喜的是,《指引》也注意到了这样的协调问题,并给出了新的指引:在城市更新中对建筑间距、建筑退距、建筑面宽、建筑密度、

日照标准、绿地率、机动车停车位等无法达到现行标准和规范的情形,可通过技术措施以不低于现状为底线进行更新,并鼓励对现行规划技术规范进行适应性优化完善。

国家发展和改革委员会于近

### 城市更新进入深水区

如今,城市更新早已不是一个新词。这项工作给居民生活、城市面貌、区域活力带来的升级效果是显而易见的。

《指引》也从土地利用的角度肯定了城市更新的价值:在我国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段,城市更新成为国土空间全域范围内持续完善功能、优化布局、提升环境品质、激发经济社会

活力的空间治理活动,是亟须坚持国土空间规划引领、加强规划与土地政策衔接、统一和规范国土空间用途管制的重要领域。

二三十年前建设的房子以低矮的楼房、平房为主,容积率较低。随着城市的快速扩张,人口密度随之增加,附属设施也越来越多。在老旧小区改造过程中,原有容积率已经无法满足小区的

要求。

除了对增设附属设施的容积率规定外,《指引》中还明确:为保障居民基本生活需求、补齐城市短板而实施的市政基础设施、公共服务设施、公共安全设施项目,以及老旧住宅成套化改造等项目,在对周边不产生负面影响的前提下,其新增建筑规模可不受规划容积率指标的制约。

事实上,对容积率调整的诉求,很多地方期盼已久。比如,成都市武侯区中央花园二期业主申请进行小区“自拆自建”,同时增加室内面积。但很多业主拿不出重建的资金,就有人提议提高小区容积率达到3.5,如此一来承建企业能有多出来的新房可供销售,以此对冲重建成本。但多种原因之下,此前容积率调整的申请并未被批准。

中指研究院顾问咨询部运营总监吴建钦指出,此前城市更新的主体对土地复合利用、容积率核定、建筑规模统筹、技术标准等方面存在较多政策诉求,《指引》进一步明确了支持举措,为各地相关部门构建与城市更新需求相匹配的技术和管理标准、提高审批效能提供了依据。



上海市正加速构建多层次租赁住房供应体系,为新市民和青年人营造在上海市的第一个家。  
图为上海市闵行区首个新时代城市建设者管理之家。  
本报资料室/图

# 河北力求“无事不扰有呼必应”促进民营经济发展壮大

本报记者 夏晨翔 北京报道

加大金融支持力度、解决拖欠账款问题、严控涉企收费行为、构建亲清政商关系……近日，河北省印发《关于促进民营经济发展壮大若干措

## 全要素一站式服务

传统技艺的传承和发展，离不开市场监管部门的帮助和指导。

在河北省保定市涞水县星豪铜艺有限公司（以下简称“星豪铜艺”）的景泰蓝工坊内，手工艺人正在对一件件景泰蓝火锅进行精细雕琢、打蜡上色，绚烂的图案跃然指尖。

涞水火锅制作技艺始于清朝，传承至今已经有100多年的历史。景泰蓝的制作技术流程有108道，工序烦琐，工艺严谨，完全遵循传统的手工艺制作，无法用机械代替。

传统技艺的传承和发展，离不开市场监管部门的帮助和指导。

据了解，为了让传统产业适应现代市场需求，涞水县市场监管部门开展了“全要素一站服务企业行”活动，从制定铜火锅团体标准、组织质量管理体系认证提

施的通知》（以下简称《若干措施》），进一步优化民营经济发展环境。

《中国经营报》记者了解到，近年来，河北省将民营经济视为高质量发展的重要基础，积极营造公平竞争的营商环境，优化民营企业要

素保护机制。民营经济已经成为河北省经济增长的主力军、吸纳就业的主渠道、财政税收的主要来源。

统计数据显示，今年前三季度，河北省民营经济保持平稳增长，实现增加值19304亿元，按不变

价格计算，同比增长5.2%，比上年同期提高1.6个百分点，占全省生产总值的比重为60.7%，对全省经济增长贡献率为62.1%，拉动全省GDP增长3.2个百分点，成为支撑经济增长的主要力量。

欣工艺”的产品则体现了突破与创新。

景泰蓝梅兰竹菊四面挂屏、景泰蓝四方电碳两用锅、火烧云茶器、臭鳜鱼盘……

“我们在‘一站式’服务走访过程中，了解到这家企业是科技型中小企业、C级研发机构，立足企业实际，我们精准服务、因企施策，将帮扶重点放在了激发企业活力，助力企业创新发展上。”涞水县市场监督管理局副局长杜玉华表示。

杜玉华介绍，隆欣工艺在2021年9月通过了质量管理体系认证，今年3月还获得了第二届涞县政府质量奖。目前拥有专利10件，其中实用新型4件、外观专利6件，实施专利许可3次。此外，

涞水县市场监督管理局还指导隆欣工艺申报河北省知识产权优势企业。

“上个月我参加了市场监管部门组织的一场知识产权培训，觉得特别实用，也做了非常详细的笔记。短短一天半的高强度课程使我对知识产权有了更加系统和全面的理解，在自主申请的过程中能够更加科学地规划知识产权布局。在与第三方进行合作时，我也有了更多的主动性和把控能力。”隆欣工艺负责人王宁表示。

如今，全链条、全方位、全过程的质量基础设施“一站式”服务，已成为涞水县优化营商环境的重要抓手，也为涞水县民营经济高质量发展提供了有力支撑。

资金到账后，这位民营企业家向市场监管部门发送了这样一条信息：“我们不仅感受到了温暖，更提振了信心。”

日前，保定市市场监管部门接到了一位民营企业家的求助电话，他因扩大生产规模急需资金。

接到电话后，市场监管部门立即启动了政银协作机制，并在第二天就联合金融机构上门服务。半个月后，这家企业成功获得贷款199万元。

资金到账后，这位民营企

家向市场监管部门发送了这样一条信息：“我们不仅感受到了温暖，更提振了信心。”

“市场经济是信用经济，在深化商事制度改革中，我们围绕‘信用’做文章，深化‘双随机、一公

开’监管和信用监管，通过‘加减乘除’四项举措，让信用为企业的发展赋能。”保定市市场监管局相关负责人介绍。

事实上，无论是“全要素一站式”服务，还是“加减乘除”提振企业信心，都是河北省持续优化营商环境、促进民营经济发展壮大七个方面共27条具体措施。

在今年的政府工作报告中，河北省指出，鼓励支持民营经济和民营企业发展壮大，依法保护企业产权和企业家合法权益，构建亲清政商关系，强化包联帮扶，无事不扰、有呼必应，让企业

家在河北更有归属感、获得感、成就感。

河北省近日印发的《若干措施》，内容更是涵盖了营造公平竞争的营商环境、优化民营企业要素保障机制、支持民营企业做大做强、促进民营经济人士健康成长等7个方面共27条具体措施。

在主动服务方面，河北省要求执法部门、省委部门更新理念，主动作为，服务企业。如倡导公安机关、省司法厅主动入企，开展“法律三进”“法治体检”“千所联千会”等活动。

在深化服务方面，河北省政

府部门将主动加压，提升服务效率。如省市场监管局将“网上办、即时办、联合办、一日办”深化为“极简办、智能办、马上办、满意办”；省财政厅对明确到具体项目的省级涉企资金，在3日内下达市县。

河北省工信厅相关负责人表示，出台《若干措施》，针对性地提出营造公平竞争的市场环境，保护和激发经营主体活力，提升科技创新能力，营造亲清政商关系，大力弘扬企业家精神等具体措施，为全省民营经济健康发展提供重要支撑和保障。

## 加快产业转型升级

河北省积极贯彻落实“坚决去、主动调、加快转”的重要要求，推动钢铁产业布局调整，推动高端化、绿色化、智能化转型，构筑钢铁产业竞争新优势。

营商环境的不断改善，也让河北省民营经济持续迸发强劲活力。

10月底，河北省工商联发布了2023河北省民营企业100强榜单。榜单显示，民营企业100强营业收入总额34995.85亿元，较上年增长16.43%；资产总额27334.96亿元，较上年增长27.28%。

而今年的上榜门槛也由去年的营业收入38.67亿元提高到了42.54亿元，增长10.01%。

在榜单规模分级上，营业收入超过1000亿元的企业有8家，较上年增加1家；资产总额超过1000亿元的企业有7家，较上年增加2家。

放眼全国，河北省的民营经济实力同样不容小觑。

今年9月，全国工商联发布的2023中国民营企业500强榜单和《2023中国民营企业500强调研分析报告》显示，河北省入围企业为33家，仅次于浙江、江苏、山东、广东四省，位居第五位，这也是河北省连续多年位居第五。

值得一提的是，河北省入围的33家民营企业中，前五名企业均属于黑色金属冶炼和压延加工业。而在33家企业中，亦多达21家企业所属该行业。

作为钢铁大省，钢铁产业一直是河北省的支柱产业之一。2022年，河北省钢铁产业主要营收15622亿元，占全省工业的29.8%。今年前9个月，河北省钢铁产业增加值累计增长13.2%，占规上工业的比重为28%。

对于河北而言，促进民营经济发展壮大，绕不开钢铁产业。

“目前，我省钢铁企业仍存在产品同质化、质量效益不高、研发投入不足、示范引领作用不够、技术创新方向不明确等问题。”河北省工信厅相关负责人介绍。

近年来，河北省积极贯彻落实“坚决去、主动调、加快转”的重要要求，推动钢铁产业布局调整，推动高端化、绿色化、智能化转型，构筑钢铁产业竞争新优势。

此外，河北省还于近期出台了《河北省支持钢铁行业创新发展的若干措施》。旨在全面提升产品供给质量，推动钢材产品提质升级，加快向优特精品钢、高端专用钢、特种合金钢、高纯铁、超纯铁方向发展，持续提高产品实物质量稳定性、可靠性和耐久性，扎实推进钢铁行业创新发展。

通过研发投入数据，亦可看出河北省推动钢铁产业高质量发展的决心。2023年，河北省民营企业研发投入100强企业研发投入总额为570.99亿元，较上年增长17.1%。在这些投入中，黑色金属冶炼和压延加工业排名第一，为296.95亿元。

在企业方面，位居河北省民营企业100强第一位的敬业集团组建了北方最大的钢材深加工园区，年产值500亿元以上；位居第二位的德龙钢铁通过“走出去”，建设的印尼年产350万吨钢厂成为我国民营企业国际产能合作最大的钢铁项目；位居第五位的津西钢铁则大力发展装配式钢结构建筑、特高压电力铁塔、钢板桩桩基工程等产业，初步形成了以钢铁为核心的产业生态。

# 多个小区满意度大幅提升 信托制可否解决物业信任难题？

本报记者 陈雪波 卢志坤 成都报道

“地下排污管道施工费用、员工工资支出、物业费收入详单……”近日，《中国经营报》记者在成都七道堰社区物业办公室墙上看到了物业账目的每一笔开支记录。如果是本社区业主，还能在自己的手机上看到更为详细的账目细节。七道堰社区正是采用了信托制物业模式，小区运营的各项费用才得以如此公开透明。

据记者了解，成都从2018年开始推行信托制物业，截至目前，成都已有329个小区（院落）导入信托制物业服务模式，涵盖

商品楼盘、老旧小区、征地拆迁安置小区、乡村集中居住区等不同小区（院落）类型。

成都市委社治委数据表明，成都市已导入信托制物业服务的小区矛盾纠纷大幅下降（平均下降率达95%）、无一例物业合同诉讼案件。据第三方调查，信托制物业服务小区的业主满意度从52%提升到95%、物业费平均缴费率从56%提升到90%，实现了“两升一降零诉讼”的治理效果。

为什么要采取信托制物业？实际运行效果如何？现在还存在哪些问题？带着这些问题，记者近日走访了成都部分推行信托制物业的小区。

早已失去了对“小事做不好，大事做不了”的物业公司的信任。

金沙街道金鹏社区书记易佑龙告诉记者，2021年，这个小区成为青羊区第一个试行信托制模式的小区，并聘请了嘉善物业作为小区的物业公司。

小区采取了共有基金“双密码”账户管理方式，分别由物业公司、业委会掌握密码，一切支出需要先后经由物业和业委会允许。同时，小区的收支情况也会公开，业主能够随时在自己的手机微信小程序和“天府市民云”App里看到所有详细数据。据介绍，相比其他模式，在信托制下，业委会会有更为深度的参与。

与此同时，物业的响应速度相比过去提高了很多，还对小区地面停车位重新规划，整个小区的面貌焕然一新。加之信息公开，业主对物业公司的信任度提高了很多，缴费率很快从60%左右跃升到了90%以上。

## 业主参与积极性悄然提升

相比于中大君悦金沙花园二期，武侯区七道堰社区的起步更为艰难。七道堰社区多是二十世纪八九十年代建设的老旧小区，在过去几十年里从来没有收过物业费、停车费，但脏乱差的问题一直困扰着社区居民。

七道堰社区书记陈懿向记者介绍，七道堰社区创新性地成立了社区社会企业——四川杞稻焰社区服务公司（以下简称“杞稻焰公司”），来承接老旧小区连片导入信托制物业。

根据服务的不同，收取的物业费每平方米3~8角不等。这也让这个有30多年历史的社区，迈出了现代化物业管理的重要一步。目前，燃灯寺东街3号、5号、9号、14号、26号院以及七道堰街11号院等6个院落已经在享受这样的物业服务。虽然过去没有缴纳物业费的习惯，但采取信托制物业后，这些院落的物业费收缴率几乎达到了100%，居民满意度达

到了90%以上。

杞稻焰公司进驻院落后，首先对楼栋的管线、外立面、消防设施、监控设备、绿化进行了全面维修升级，还协调解决了老旧小区缺少停车位的问题，并加入了自动停车出入系统。“原来我们院子又脏又乱，现在整整齐齐的，巴适多了。”一位社区居民告诉记者，物业参与改造，给院落带来的变化很大。

业主从始至终对小区的账户了如指掌，基于此，业主非常清楚这些钱都是会花在自己小区的，如果能节省，也切切实实都是省了自己的钱。如此一来，七道堰社区一些业主会自发地参与院落保洁。而杞稻焰公司聘请的员工，也多是本小区业主。

在面对小区大型工程的时候，业主同样能展现出惊人的能量。张华告诉记者，在得知物业公司对中大君悦金沙花园一二期的消防系统维护后，一些有工

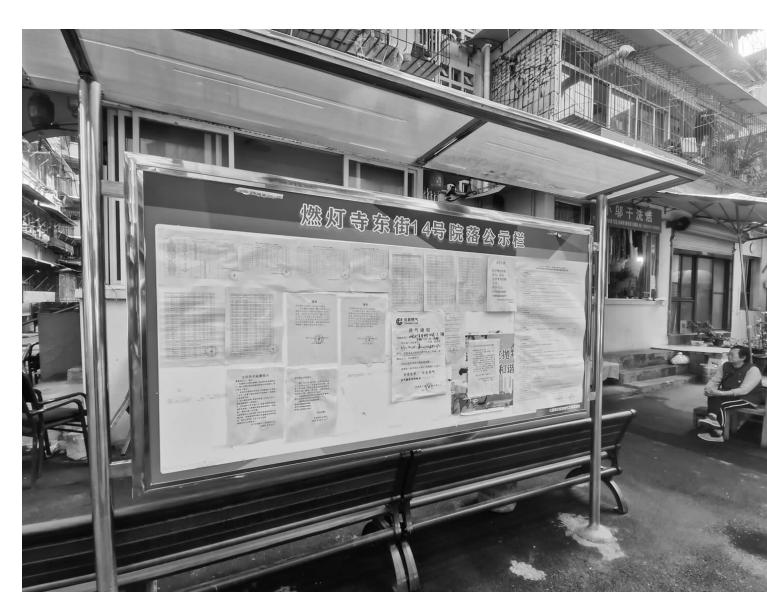
人也多是本小区业主。

作为新兴模式，信托制物业的发展还有很多障碍。比如，成都市委社治委在调研中发现，由于信托制物业在成都乃至全国刚刚兴起，成熟专业的信托制物业机构较少，与之匹配的服务产品也相对有限，第三方监督机构评价体系缺失，难以形成较为科学的效果评价，影响了基层推广和社会接受度。

易佑龙补充指出，信托制下

物业公司的受信任程度提高，同时也需要业主给予配合：信托制物业是双向的。此外，在信托制物业发展初期，还面临专业化公司数量不足的困境。“很多物业公司不能称其为信托制物业公司，严格来说只能叫信托制民办非企业，缺乏专业性、稳定性，也缺乏市场经营的能力。”易佑龙总结称，作为一个新鲜事物，物业公司对信托制的认识也会有一个逐步加深的过程。

此外，陈剑军也表示，信托制物业在落地初期还面临着很多难题，比如多方的利益冲突，特别是



在推行信托制物业后，成都一些小区的账目更为透明。图为成都一小区公告栏列出的账目详情。

本报资料室图

程、消防背景的业主承担起了寻找设备采购源的工作，在多个方面为小区省钱。最终消防维护费用居然从最开始的预算400万元

降到了180万元。最近小区需要维修总坪、步道，还要新建防洪沟，小区业主又组建起了“土建群”，开始了新一轮的群策群力。

在行业主管机关的功能定位与部门利益的转型方面，还需要去逐个突破。现在已经有很多社会企业参与进来了，希望能继续完善相关制度，在党建引领之下，让信托制物业继续提质扩面。

在打下基础之后，成都的信托制物业推广已经有了加速之势。成都市委社治委透露，2023年至2025年，成都计划每年新增不少于100个信托制物业服务小区。到2025年，信托制物业服务模式基本成熟、理念深入人心，全市信托制物业服务小区力争达到1000个。

## 透明化运行换取业主信任

“原来业主对物业的服务怨声载道。采用信托制以后，业主能对物业的所有开支了如指掌，物业的服务质量也提高了很多，业主自然评价高了很多。”中大君悦金沙花园一二期物业经理张华向记者介绍了小区的变化。

不同于以往的酬金制、包干制，信托制物业是以小区业主大会为委托人、物业企业为受托人、业主为受益人，将物业费、小区公共收益等设立为信托基金，归全体业主所有。由物业企业从中提取一定比例作为保障款，用于一线员工的补贴及小区维修基金，以此构成业主信任物业企业、物业企业忠诚业主的新型信任体系。

在此之前，中大君悦金沙花园一二期的物业公司是一家低效的物业公司，因为服务响应速度慢、停车管理混乱、电梯问题多、物业费收支不清晰等问题，业主

# 限购政策迎密集优化调整 热点二线城市力促楼市复苏

本报记者 杨让晨 张振 上海报道

为更好应对房地产市场疲软下行,进一步提振楼市消费潜力,越来越多的热点二线城市正加入限购放松甚至取消的大军之中。

日前,长沙市住房和城乡建设局发布《关于优化本市居民家庭改善性住房政策的通知》,明确在长沙市购买第二套商品住房,不受首套房网签时间的限制;居民家庭名下商品住房单套面积均不足144平方米的,可购买一套改善性住房。

(144平方米及以上)。

据了解,这也是长沙市自9月22日正式放开首套房限售后,再度进一步优化调整楼市政策。对此,中指研究院长沙总经理薛玲玲表示,本次长沙市政策进一步优化,有利于在支持刚性住房需求基础上,更好地满足改善性住房需求;有利于进一步释放更多购房需求,满足受二手房“挤压式挂牌”无法解决购房资格的改善客群需求。

《中国经营报》记者在采访中了解到,除长沙市外,厦门市、杭州

市和南京市等二线城市均在今年下半年调整了楼市政策。其中,厦门市和南京市发布了促进房地产市场发展新举措,全面取消了限购政策。

易居研究院研究总监严跃进表示,二线城市频繁放松甚至取消限购政策,客观上释放了购房需求,也有助于促进房价走势趋好。“各地要进一步把购房政策宣传好,利好得到充分释放,真正促进购房者信心回升,同时引导开发商给出一些让利价格,真正让购房者的购房成本下降。”

## 利好政策频出

受多重因素叠加影响,客户的信心修复过程会更为艰难与漫长。

今年下半年以来,各大二线城市密集出台楼市利好政策,但对当地楼市带来的影响不一。

记者注意到,长沙市今年下半年共出台了两次楼市调控政策,在9月取消首套住房限购政策后,又取消了购买第二套商品住房的时间限制。不过,从市场成交数据来看,今年9月份的政策效果未及预期。

据克而瑞统计数据,今年10月,长沙楼市新建商品住房成交面积尽管环比增长了30%,但同比减少了3%。对此,克而瑞方面表示,长沙市“9·22”新政仍相对单薄,政策放松带来的“脉冲”效果有限,在此轮市场周期中,受多重因素叠加影响,客户的信心修复过程会更为艰难与漫长。

“目前,房地产市场仍有一些负面因子存续,在本轮购房政策放松过程中,后续市场会经历‘政策积累型需求释放’‘信心观望型需求入场’和‘能力恢复型需求提升’三个阶段,呈现波动式回暖的特征。”克而瑞方面表示。

与长沙市不同的是,南京市在

同类城市中率先发布实施了促进房地产市场发展的六项新举措。在新政落地两个月后,南京楼市呈现出一定的复苏局面。南京市住房保障和房产局公布的统计数据表明,自9月7日新政实施以来,南京市新建商品房日均认购量和二手房日均网签量分别较之前提升了51%和10%。10月,南京市新建商品房实现认购约72万平方米,环比增长2.4%、同比增长12.7%,持续保持增长态势;二手房成交82万平方米,环比增长13.9%、同比增长32.2%,其中二手住宅日均成交约270套,继续保持高位水平。

对此,南京市有关方面进一步表示,新政实施叠加楼市“金九银十”旺季,众多高品质热点楼盘悉数上市,各类刚性和改善性房源供应充足,充分满足居民各类购房需求。据了解,包括建邺区、雨花台区、鼓楼区、秦淮区等在内的多个项目去化率已经达到了七成以上。

与此同时,杭州市在10月中旬发布的楼市新政也已“满月”,尽管楼市热度有所提升,但不同

板块内部的冷热分化程度更加明显。记者注意到,杭州市在10月份共开盘47次,有近1.3万组客户参与了摇号,环比增长近20%,但中签率环比下降了17.5个百分点,约为44%。

其中,江湾新城、良渚新城等板块中签率下降30%以上,而义桥、新塘等外围刚需板块在限购区及非限购区热点板块强大的虹吸效应下,整体去化更为艰难。

厦门市也在11月取消了限购。不过,总体来看,二线城市楼市在11月的表现仍呈同环比“双降”趋势。据中指研究院最新统计数据,11月,我国楼市整体同环比均呈下降趋势,其中二线城市环比降幅显著。

在中指研究院监测的22个主要城市中,二线城市交易环比降幅达到约18%,同比降幅近20%。具体来看,武汉市交易环比跌幅最大,达到58.71%。库存方面,南京市、杭州市的库存水平仍接近历史最高水平,苏州市的库存量则较最高水平下降了近一半,不过仍达700万平方米。

## “花式促销”再现

无理由退房政策,客观上给予购房者更多保障,有助于引导意向或观望客户入市。

为进一步缓解去库存和资金回笼压力,部分二线城市楼盘开始推出价格优惠、“30天无理由退房”等活动。

据了解,武汉市房产协会表示,城投·武汉印和武汉城建·天樾等8个楼盘推出了“30天无理由退房”活动。该活动是在行业主管部门指导下,部分诚信经营的名企名盘自愿开展的,目的是保障购房人的权益,增强购房信心。

具体来看,今年11月28日—12月31日,正常认购并签署《30天无理由退房协议》的购房人,自认购之日起30日内可享受无理由退房服务一次。

购房人提交无理由退房申请及相关资料后,由开发企业在约定时间内据实退还购房人已付的全部款项,且不收取任何违约金。在严跃进看来,房企此类操作主要是为了让购房者打消顾虑。“购房者在买房时的顾虑主要有房价是否会下跌、楼盘是否会烂尾、未来的月供能力是否会有变化等。此类无理由退房政策,客观上



近期,为提振楼市需求,多座核心二线城市放松甚至取消了限购政策。图为位于杭州市萧山区的江澜印象府项目。

本报资料室/图

给予购房者更多保障,有助于引导意向或观望客户入市。”

“无理由退房并不是新举措,但是在当前楼市下行行情下依然要重视,这也是房企丰富多元化营销活动的创新点之一。”严跃进进一步表示,“关键要做好无理由退房条件的认定工作。如果有无理由退房的相关案例,也要多宣传,引导购房者认识此类政策的优势。”

杭州市部分楼盘则进一步降

低了购房门槛。据相关媒体报道,今年下半年以来,杭州市主城区的不少楼盘都已不再需要验资。杭州市上城区的杰立潮正府、联发保利臻和雅颂等多个楼盘的置业顾问均对记者表示,目前购房已不需要资产冻结证明。

值得注意的是,联发保利臻和雅颂的置业顾问告诉记者,目前该楼盘仍在杭州市限购区域内,“需要杭州市的社保或者个税缴纳记录”。

## 政策尚有优化空间

从政策趋势来看,2024年楼市政策依然具备优化空间。

伴随着楼市的“花式促销”,2023年行至尾声,但楼市政策仍有优化空间。

克而瑞方面分析认为,目前在以合肥市、南京市、重庆市等为代表的热点城市中,一方面,整体供应量显著,供小于求局面持续加剧,会限制成交放量;另一方面,目前各城市还存在不同程度的供需错配问题。

“供给结构仍以刚需为主导,合肥市、南京市等城市虽然预期供应量会增长,但从当前改善性项目热度不退的需求结构来看,短期供

应则实则难以有效适配客群需求。”克而瑞方面进一步表示,在库存结构中,核心区域适销对路的产品基本已销售殆尽,目前广义库存主要集中在城市外围去化难的刚需片区。

诸葛找房数据研究中心方面则分析认为,武汉市、西安市、成都市、南京市和杭州市均对限购政策进行了全面或局部松绑,成交向好的趋势开始显现。

诸葛找房数据研究中心方面表示,尽管近期有10座城市的房价呈现上涨态势,但从短期趋势来看,仍有八成的城市房价会有

下降可能。

中指研究院方面也分析认为,短期市场仍有下行压力,市场恢复依赖于购房者预期能否修复,一二线城市房地产市场有韧性,政策持续发力有望打破僵局。

“从政策趋势来看,2024年楼市政策依然具备优化空间,如高能级城市降低交易成本、低能级城市通过发放补贴等鼓励购房。”中指研究院方面表示,近期,在中央金融工作会议定调后,房地产市场相关政策亦有望加快落实,以促进金融与房地产良性循环。

## 供需两端携手冲刺年末销量

# 南京市打出激活楼市消费“组合拳”

本报记者 郭阳琛 张振 上海报道

## 改善性产品“挑大梁”

“如今,在南京市购买首套房,首付最低仅需两成,商业贷款利率也只要4.0%。同时,由于南京市不限购,这段时间周末有很多外地人都赶来咨询看房。”位于南京市雨花台区的万科·朗拾雨核项目置业顾问华学(化名)向《中国经营报》记者说道。

在不断打出各类政策优化调整“组合拳”后,改善性产品悄然挑起了南京楼市的“大梁”。12月5日,位于南京市建邺区的伟星·长江之歌项目在开放样板间半个多月后便迎来了首开,成为南京楼市12月出现的首个“摇号盘”。最终,这一均价达7.55万元/平方米、最高总价超过4000万元的“顶豪”项目,开盘一小时的销售额便达到12亿元。

尽管如此,南京楼市整体仍处于弱复苏状态。克而瑞统计数据显示,11月,南京市商品住宅市场供应量为46.9万平方米,环比上涨26.44%,同比下降24.89%;成交量约44万平方米,环比上涨3.26%,同比下降18.79%;成交均价为27120元/平方米,环比上涨2.81%,同比下降9.1%。

为进一步激活楼市消费,南京市选择在政策端持续发力。11月30日晚间,南京住房公积金管理中心发布《关于调整部分住房公积金政策的通知》(以下简称“《通知》”),宣布自12月1日起,第二次使用住房公积金贷款购买第二套住房的最高可贷额度由现行的30万元/人、60万元/户,分别提高至50万元/人、100万元/户。

多名房地产业内专家表示,展望后市,12月随着房企年终冲刺启动,供应、成交两端预期均仍有回升空间,但增幅相对有限。“在居民收入预期尚未明显恢复下,预计市场仍将面临波动调整。”

## 土拍热度未及预期

相较楼市表现,南京市土拍市场更能感受到“冬日的寒意”。11月下旬,南京市取消土地限价、恢复“价高者得”规则后的首场土拍落下帷幕。

具体来看,9宗涉宅地块土地总面积为28.5万平方米,其中3宗位于溧水区、3宗位于六合区,建邺区、栖霞区、秦淮区各有1宗。最终,9宗涉宅地块全部以底价成交,共计揽金55.07亿元,土拍热度未及预期。

记者梳理发现,与以往土地

房源,销售情况比较不错,所以没有给出任何优惠。”

“项目还有两套位于顶楼的大平层户型,面积分别为398平方米和498平方米。其中,498平方米的房源有5个套房,还有一个50平方米左右的露台,均价约8.1万元/平方米,总价超过4000万元。”

韩佳进一步表示。

记者注意到,近期,河西板块的高端改善性项目迎来集中供应

潮。例如,天琴华樟项目首开便一次性推出了所有124套房源,开盘两小时销售额高达23亿元,总价最高的一套房源也已售出;颐和天宸府项目首开拿出了87套房源,一小时销售额达到13亿元。

克而瑞南京机构高级分析师桂轩表示,11月,南京市共推盘33个项目,总计3255套房源,环比下降6%。其中,开盘当天去化465套,整体去化率14%,环比微涨6

个百分点。从当月推盘表现来看,河西、鼓楼滨江、老城东等热点板块的热点项目集中推盘,摇号项目数量增加,带动整体去化率有所回升。

“11月,南京市共有7个楼盘进入摇号阶段,均为热门板块的改善性项目。”桂轩进一步表示,除了天琴华樟和颐和天宸府项目,金基·月光·恒盛金陵湾新组团、中冶锦绣公馆三期等项目开

盘当天的去化率均超过五成。“从销售特征来看,热销项目均位于主城区核心地段,且项目产品力强,客户认可度较高,有的还拥有优质教育资源、优越交通配套等。”

桂轩分析认为,整体来看,11月南京房地产市场供应端低位回升,但政策边际效应减弱,整体成交规模增幅收窄,本轮政策优化调整仅带来较为短暂的市场情绪回暖,未形成强有力的修复后劲。

## 政企两端合力激活楼市

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

“新政实施以来,南京市新建商品房日均认购量和二手房日均网签量分别较之前提升了51%和10%。”南京市住房保障和房产局方面表示,南京市圈居

出让细则相比,南京市最新的地块出让要求删除了“当地块竞价达到最高限价时,仍有两家或两家以上单位有竞买意向的,停止竞价,改为现场摇号确定竞得人,所有接受最高限价的竞买人均可参加摇号,竞价得分为最高限价加一个加价幅度”的相关表述。

在上述9宗涉宅地块中,起拍总价最高的为秦淮区南部新城G77地块,土地出让面积为26127.42平方米,挂牌起始价为19.8亿元。根据成交结果,该宗居

住用地最终被南京南部新城会展中心发展有限公司以底价摘得。

此外,位于建邺区河西板块的江心洲G70地块被南京中北置业有限公司竞得,该宗地块出让面积约2万平方米,容积率仅为1.5,最终成交价为9.2亿元,成交楼面价为30518元/平方米;栖霞区迈皋桥G71地块则被南京迈恒投资发展拿下,土地面积近2.2万平方米,容积率为1.8,成交价6.1亿元,成交楼面价为15507元/平方米。

一名熟悉南京市房地产市场的业内人士表示,现阶段还能持续开展规模供地、卖地的城市,已经是全国土地市场中的佼佼者。南京市房地产市场的基本面不错,在取消限价、恢复“价高者得”的土拍新政下,拿出来试水的地块素质相对均衡。多宗地块容积率很低,有打造低密度、高品质住宅项目的潜力。

中指研究院最新监测数据显示,在22座采取“两集中”土地出让方式的城市中,已全部发布涉

宅用地公告,其中18城恢复了“价高者得”竞拍规则,目前仅北京市、上海市、深圳市和宁波市仍在执行“限地价”政策。

中指研究院企业研究总监刘水表示,房地产市场供求关系已发生重大变化,在市场过热出台的限制性措施正在逐步退出舞台,取消土地限价将有助于稳房价、稳预期、稳市场。但从近期土地出让情况来看,除了部分城市有少量核心区优质地块的热度较高外,其余多以底价成交。

房屋总价的4%,非南京市户籍可额外获得1万元补助;栖霞区最高补助为房屋总价的2.5%;雨花台区最高补助为房屋总价的1.5%。这些政策大多截至今年12月31日,预计12月将迎来一波新的购房需求。

刘水同时指出,尽管12月房企要冲刺业绩,推出更大力度的打折促销活动,或将会带动部分项目销售回暖,但“冰冻三尺非一日之寒”,楼市“解冻”是一个缓慢的过程,短期内房企销售或很难明显回暖。

# 年底行情小幅上扬 深圳楼市期待政策效应释放

本报记者 陈婷 赵毅 深圳报道

楼市进入年底冲刺阶段，新政“组合拳”进一步显现效果。

深圳市住建局披露的数据显示，11月，深圳全市一手住宅成交2773套，环比增长4.5%，同比增长7%；全市二手住宅成交3133套，环比增长12.9%，同比增长44.5%。其中，11月二手住宅表现在年内第三次过户量超过3000套。

乐有家研究中心提供的数据

显示，从整体情况来看，深圳全市一、二手住宅合计成交量在经历今年8月、9月的低位后持续走高，11月总成交量逼近6000套，年底行情小幅上扬，整体表现好于去年同期。

值得注意的是，11月下旬，深圳出台两项重要楼市政策，即二套房最低首付比例统一调整为40%；享受优惠政策的普通住房标准删除“实际成交总价低于750（含本数）万元”的价格限

制条件。

广东省城乡规划设计研究院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉表示：“本轮深圳楼市政策的调整幅度在一线城市中最大。”乐有家营销总裁贺玲对《中国经营报》记者表示，二套房首付降至四成利好改善性住房需求，直击痛点，有利于推动不同的居住需求轮动交易。不过，贺玲也指出，当前深圳楼市整体理性，依旧需要大力加强信心。

## 二手住宅成交量翘尾

11月，深圳全市二手住宅成交量创下近7个月以来新高。

深圳楼市年底这一波小幅上扬行情之中，二手住宅成交表现抢眼。

乐有家研究中心的数据表示，1—11月，深圳全市二手住宅过户量在3月、4月、11月突破3000套，其中3月为最高点，达到3949套，此后成交量一路下滑，直至10月、11月反弹回升。11月，深圳全市二手住宅成交量创下近7个月以来新高。

除了过户量外，更快反映市场行情的网签量也呈现回升趋势。根据深圳市房地产中介协会统计，11月，深圳全市二手房录得4305套（以二手房买卖合同发起时间为口径统计数据），环比增长15.8%，同比增长61.7%，这是年内二手房网签量第二次突破4000套，第一次出现于3月，其数据为4943套。

深圳市房地产中介协会指出，11月，深圳改善型客户入市情绪恢复明显，具体表现为面积≥90平方米的二手房成交量占比环比增长1.2%，以及改善型客户较为关注的南山区二手房成交占比上升明显，环比增长2.1%，增幅仅次于罗湖区，“新政给改善型客户注入了更强的人市信心”。

据此前通知，自11月23日起，深圳二套住房最低首付款比

例由原来的普通住房70%、非普通住房80%统一调整为40%，相比此前的规定比例大幅下调，降低了居民购买二套住房的购房资金门槛，有利于更好满足刚性和改善性住房需求。其中，对于非普通住房的购房者而言，二套房首付款减少一半。

同时，深圳市将享受优惠政策的普通住房标准调整为：住宅小区建筑容积率1.0以上（含1.0），且单套住房套内建筑面积120平方米以下（含120平方米）或者单套住房建筑面积144平方米以下（含144平方米）。按照此前标准，享受优惠政策的普通住房还应满足“实际成交总价低于750（含本数）万元”这一条件。这也就意味着，单套住房建筑面积小于144平方米，但总价高于750万元的住宅将被划入普通住房范畴，在二手房交易时可节省一笔税费。

乐有家研究中心发布的数据显示，上述新政落地后一周（11月23日—11月29日），乐有家门店成交量环比新政出台前一周（11月16日—11月22日）有所增长，对比去年同期更是增长51%。其中，价格800万元及以上的房源成交量占比从21%提升至23.7%。与此同时，新政后首个周末，客户看房积极性有所提升。新政影响

深圳市房地产中介协会指出，截至12月4日，深圳全市共有59011套有效二手房源在售，挂牌量持续上升。成交方面，11月20日—11月26日，深圳全市二手房网签量录得量1115套，环比增长15.5%。深圳市房地产中介协会表示：“政策经过一周时间落地转化，二手房录得量明显回升，周成交量再次突破千套关口。”

## 新房供应持续上升

销售承压之际，开发商进入年底的出货速度仍有所加快，为的正是冲刺抢收。

二手房成交量出现翘尾行情的同时，深圳新房市场在11月的成交表现也创下近4个月新高，改善性购房需求和刚需是市场购买主力。

乐有家研究中心数据显示，从区域上看，11月，深圳全市新房预售成交主要集中在宝安区和光明区，成交量占比均超过20%。其中，宝安区成交808套，环比增长22%；光明区成交624套，环比增长31%。成交量跌幅较大的是南山区和罗湖区，成交量均在80套左右，环比下降30%—40%。

深圳全市11月的新房成交量环比虽有所增长，但仍不及年内3—7月的各月成交量。从近6年的成交数据来看，深圳房地产信息网发布的数据显示，深圳全市在2020年11月和2021年11月分别成交新房住宅6296套、5644套，成交量处于高位；2018年11月、2022年11月、2023年11月，成交量均不足3000套，2019年11月成交量3196套。

从房企销售数据的维度看，今年前11个月的销售表现仍呈现同比下降趋势。克而瑞统计，1—11月，深圳TOP20房企累计流量销售金额达1913.34亿元，同比下降22.7%，累计流量销售面积达307.48万平方米，同比下降11.8%。操盘销售数据方面，1—11月，深圳TOP20房企累计操盘金额为1598.41亿元，同比下降23.2%，累计操盘面积268.08万平方米，同比下降11.3%；1—11月，深圳TOP20房企累计权益销售金额为1418.73亿元，同比下降22.4%，累计权益销售面积为235.32万平方米，同比下降11.3%。

销售承压之际，开发商进入年底的出货速度仍有所加快，为的正是冲刺抢收。

克而瑞提供的数据显示，11月，深圳全市共有13个住宅项目获批预售，合计5669套房源（不含安居房），面积约56.2万平方米，环比增长59%。与此同时，还有数个项目获批现售供应。据统计，11月，深圳楼市共有11个新房住宅



深圳市光明区一处楼盘正在施工。 本报资料室/图

项目开盘加推入市，合计推售3992套房源。

乐有家研究中心数据监测，11月，深圳全市新增一手住宅预售60.5万平方米，环比增长49.7%；新增预售房源6358套，环比增长51.8%。截至11月底，深圳全市新房库存量增至近520万平方米，去化周期升至19.3个月，也是近1年来的最高水平。

克而瑞深圳区域团队表示，12月恰逢房企业绩冲刺季，供应或将持续上升。

值得注意的是，与新房市场紧密相关的土地市场方面，深圳近期挂出的住宅用地出让公告中取消了“限普通商品房销售价格”这一规则提法。

11月16日，深圳公共资源交易公共服务平台发布5则土地使用权出让公告，包括2宗居住用地、2宗工业用地和1宗产业用地。

其中，1宗编号为A925—1146的居住用地住宅部分拟建设普通商品住房，采取“单限单竞+摇号”规则挂牌出让，即限地价、竞地价、达到最高限制地价后通过摇号方式确定竞得人。

对比以往同类地块，A925—1146地块的竞拍规则没有包含“限普通商品房销售价格”，取而代之的是：“本公告出让宗地的商品住房销售价格，请意向竞买人径询深圳市住房和建设局”。

李宇嘉表示，上述新挂宅地竞价方式改为“单限单竞摇号”，即给出地价的最高限制，但不再限制房价，达到地价上限后直接摇号，这样一来，开发商能够直观地计算出利润空间。“这是在给市场让利，提振市场拿地的积极性。再者，通过土地市场的情绪修复，带动下游的商品房市场。”

# 广东推出多举措提振消费 绿色智能家电迎来发展期

## 家电提振消费

本报记者 陈婧斌 广州报道

家电以旧换新、家电下乡正成为广东提振消费的重要举措。

近日，广东省政府办公厅发布了《广东省进一步提振和扩大消费的若干措施》（以下简称《若干措施》），其中提到要推广“以旧换新+回收”一体化模式，加快构建废旧家电回收再利用闭环体系。

今年年初印发的《广东省绿色智能家电消费实施方案》（以下简称《实施方案》）亦提到，通过家电以旧换新、绿色智能家电下乡、家电消费券等多项“实招”，广东将进一步补齐家电市场短板弱项，促进绿色智能家电消费。

《中国经营报》记者了解到，今年下半年以来，格兰仕、美的集团以及万和电气等多家华南家电企业，亦在持续推进绿色智能家电的下乡以及以旧换新。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅告诉记者，广东提出多项举措提振和扩大消费，主要是为了促进经济增长。同时也能对绿色智能家电产业的高质量发展起到推动作用。

今年2月印发的《实施方案》提出，鼓励各地市开展家电以旧换新活动，通过“政府支持、企业促销”方式，全面促进家电消费。

传统的家电下乡活动，将增添更多绿色化、智能化元素。各地市可举办绿色智能家电下乡、家电消费券等促销活动；鼓励家电生产企业开发生产适应农村市场特点和老年人消费需求的绿色智能家电产品，促进乡镇居民耐用消费品更新换代，培育家电消费新增长点。

而近日再度印发的《若干措施》亦显示，广东将鼓励各地市开展家电焕新活动，对消费者购买手机、电脑、音像器材、家用厨房电器等九大类家用电器给予补贴，并鼓励家电企业开展第二批废旧产品回收目标责任制行动，推广“以旧换新+回收”一体化模式，加快构建废旧家电回收再利用闭环体系。

支持家电生产销售企业，结合配送、装机、维修等业务，发展逆向物流，开展废旧家电回收和以旧换新业务。引导邮政快递物流企业



今年8月，“格兰仕绿色家电千县万镇中国行”走进常州社区。 本报资料室/图

降低个人寄送回收二手家电成本。

对此，美的集团、格兰仕以及万和电气等多家华南家电，均在响应政策持续推动绿色智能家电的

下乡以及以旧换新。

美的集团相关负责人介绍，早在10月7日美的的新品牌日就已在全国开启。据了解，10月7日至11月30日期间，美的推出“绿电行动·跨品换新一站购”活动，通过“以旧换新+亿级补贴”的形式，助力广大消费者焕新绿色智能家电。

得益于以旧换新提振消费，今年“双11”期间美的再度引领行业增长。美的集团相关负责人表示，美的系品牌“双11”全网总销售额连续11年行业第一，其中美的品牌零售额同比增长近20%。据悉，洗地机、全嵌系列等销售额同比增长超120%。

11月15日，万和电气“绿色引领美好焕新——万和电气全国以旧换新行动”启动。万和电气相关负责人向记者介绍，万和电气此次

以旧换新将针对全国范围内有购新和换新需求的用户展开。对换新用户来说，不同产品对应抵扣不同，最高可抵扣1000元，同时，部分产品可享受安装材料费全免服务；对购新用户来说，购置全能集成灶和净水机系列产品用户，享受买一送一福利。

而格兰仕则在通过家电下乡的形式来提振家电消费。格兰仕相关负责人告诉记者，自今年7月开始，“格兰仕绿色家电千县万镇中国行”在全国火热推进。随着活动的开展，国民家电的触角也将深入到县镇市场，从无明火、无油烟健康烹饪的微波炉、蒸烤箱、微蒸烤一体机，到节能高效的冰箱、洗衣机、油烟机、热水器，还有引领新消费的洗碗机、洗烘一体机等品质家电，一站式供应全屋健康家电，全方位推广绿色消费。

体系，降低回收成本，提高回收率。最后，还需要培育第三方服务平台：鼓励发展第三方家电回收、维修等服务平台，提升服务质量和效率。

袁帅则建议可以继续加强回收渠道的建设和管理，提高回收效率和质量。同时，可以加强与政府、企业和社会组织的合作，共同推动废旧家电、电子产品的绿色回收和再利用。此外，也需要加强对消费者的宣传和教育，提高他们的环保意识和参与度，共同推动废旧家电、电子产品的回收和处理工作。

## 家电焕新成未来趋势

家电下乡、以旧换新确实能成为提振消费的重要增长点。

国家发改委统计数据显示，目前我国家电保有量已超21亿台，截至2022年预计报废量超2亿台。

信达证券对外发布的家用电器行业深度报告显示，以2019年基数测算，空调、冰箱、洗衣机、电视机、热水器等五大品类，仅回收环节的直接产业规模约250亿元。除了回收环节，下游拆解也是巨大市场，而由于家电回收间接创造出的更新需求市场规模预计达千亿级别。

国家政策也在引导绿色智能

家电下乡以及以旧换新。

今年7月28日，国家发改委发布《关于恢复和扩大消费的措施》，指出要推广智能家电、集成家电、功能化家具等产品，提升家居智能化绿色化水平。加快实施家电售后服务提升行动。深入开展家电以旧换新，加强废旧家电回收。有条件的地区可对绿色智能家电下乡、家电以旧换新等予以适当补贴，按照产品能效、水效等予以差异化政策支持。

8月14日，商务部、国家发改委等部门办公厅（室）印发《县域商业三年行动计划（2023—2025年）》（以下简称《计划》）。《计划》指出，继续支持新能源汽车、绿色智能家电、绿色建材和家具家装下乡，加快农村充换电设施建设，完善售后服务网络，促进农村大宗商品消费更新换代。

对此，资深产业经济观察家梁振鹏指出，目前国内家电企业在智能家电发展以及以旧换新工作方面存在的瓶颈和难点主要有三个方面：“第一，技术研发能力不足；相较于国际领先企业，我国家电企业在智能化技术研发方面仍有较

大差距；第二，产品标准不统一，各家企业生产的智能家电产品互不兼容，使用户在选择和使用过程中面临困扰。此外，回收体系不完善：以旧换新过程中，废旧家电的回收、处理、再利用体系尚不完善，可能导致环境污染。”

对此梁振鹏建议，首先要政府和企业应共同加大研发投入，提升家电企业在智能化技术方面的竞争力；其次应制定统一的智能家电产品标准，促进不同品牌产品之间的互联互通。此外应建立健全废旧家电回收、处理、再利用的闭环

# “马拉松热”下沉三、四线城市 激发文旅消费新活力

本报记者 王登海 北京报道

近年来,随着全民健身热潮的兴起,马拉松已经进入公众视野,受到越来越多的人青睐,也受到了各地方政府的追捧。

根据《2023中国田径协会路跑工作报告》,仅今年上半年,全国备案路跑赛事就有133场。而到了下半年,各地举办的马拉松赛事更是井喷式上涨,有媒体统计,今年11月份,全国马拉松赛事

超过90场。

业内人士在接受《中国经营报》记者采访时表示,近年来,马拉松赛事的热度不仅在一线城市,如今诸多三、四线城市也争相举办形式多样的马拉松赛事,甚至一些赛事已经下沉到了街道、镇。但是,在各地争相举办赛事的同时,也考量着一个城市的综合能力。同时,在各城市竞相举办马拉松赛事的当下,需要避免同质化竞争,打造独有的赛事品牌。

## 赛事呈现爆发式增长

2023年上半年已备案的路跑赛事达133场,其中全马赛事61场,半马及其他项目72场,涉及26个省级行政区。

12月17日,2023杭州马拉松将在黄龙体育中心鸣枪开跑。

在此次马拉松之前,今年以来,在浙江省内已经举办了至少40多场马拉松赛事,有参赛人数达到25000人的横店马拉松,也有参赛人数仅有520人的绍兴市新昌县环巧英湖半程马拉松赛,这些赛事遍布了浙江省的11个地级市。

在北京,据记者不完全统计,今年举办的马拉松赛事也已经超过了10场,包括北京城市副中心马拉松、北京大兴永定河马拉松、北京警察马拉松、怀柔长城马拉松、北京大兴半程马拉松、密云生态马拉松等赛事活动。

不仅北京、杭州,今年以来,全国范围内,各种类型的马拉松赛事如雨后春笋,呈现出爆发式增长的态势。据相关媒体统计,今年10月15日,全国多达27座城市,在这一天举办了29场城市马拉松赛事。而到了11月份,全国马拉松赛事超过90场,其中大部分赛事集中在三、四线城市。

根据《2023中国田径协会路跑工作报告》的数据,2023年上半年已备案的路跑赛事达133场,其中全马赛事61场,半马及其他项目72场,涉及26个省级行政区。

“在2014年之前,我国只有少数城市举办过马拉松比赛,其中主

要为省会城市以及其他综合实力比较雄厚的旅游城市。”一家赛事运营公司负责人郭浩(化名)告诉记者,2015年,中国田径协会宣布全面取消对马拉松赛事的审批,从而拉开了我国“马拉松热”的序幕。

记者了解到,2014年,国务院发布《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》(国发〔2014〕46号)要求放开赛事审批权,鼓励社会力量参与体育产业的建设与发展。随后,马拉松赛事成为首个“松绑”的体育赛事。

中国田径协会发布的数据显示,2011年在中国田径协会注册备案的马拉松及相关路跑赛事只有22场。2015年马拉松审批制度改革后,这一数据跃升到了134场。

到了2019年,全国范围内共举办1828场规模赛事(路跑800人以上,越野赛及其他300人以上规模的相关赛事),是马拉松赛事在国内发展以来数量最多的一年,覆盖全国31个省区市。

数据还显示,截至2019年我国337个地级市中,已经有300个城市举办过马拉松赛事,占比89.02%。

“疫情期间,各地的马拉松赛事在启动报名、延期、重启、取消之间反复,马拉松赛事数量骤降。”郭浩告诉记者,今年以来,多地也重启城市马拉松赛事。

## 溢出效应明显

相比于其他大型体育赛事,马拉松赛事主要依托城市道路,无须额外增设体育场馆等设施,资金投入相对较少。

为何有如此多的城市热衷于举办马拉松比赛?

“马拉松赛事最大的益处就在于能够快速且有效地吸引人群,特别是一些大型马拉松赛事的举办,能够吸引大量的参赛选手、陪同人员、观众和旅游人群,从而形成聚集效应,促进交通、住宿、餐饮、购物、娱乐等一系列消费活动。”业内专家介绍说,利用马拉松赛事效应能拉动城市经济内需,为城市发展做出一定的贡献。

在今年3月无锡市举办的马拉松上,吸引了来自37个国家和地区的11.5万名选手报名。此次赛事后,无锡市体育局和无锡市大数据管理局联合赛事承办方发布的与赛事有关的数据显示,此次无锡马拉松赛事来自省外的参赛者超过了50%,沿途共有27.3万名观众现场观赛,吸引了超七成的外地观众提前到访无锡,其中三成观众选择在观赛之余流连无

## 避免同质化竞争

相较于常规马拉松赛事,具有地域特色的马拉松赛事更能吸引外界的关注。

事实上,近年来,“马拉松热”席卷全国,与政府部门多次出台政策,引导马拉松赛事科学化发展也不无关系。

2017年7月13日,国家发展改革委、体育总局等九部门联合印发《支持社会力量举办马拉松、自行车等大型群众性体育赛事行动方案(2017年)》的通知,从举办马拉松赛事促进当地体育消费的角度出发,主要针对马拉松运动供给不足、质量不优、市场化没有得到激发等核心问题,提出加强供给侧结构性改革。

同年年底,针对中国马拉松



为提升区域品牌知名度,带动地方经济发展,浙江省临海市举行了第三届桃花源半程马拉松比赛。

视觉中国/图

各大商圈、景点,拉动餐饮、住宿、交通、旅游、展厅销售等方面经济效益。按照数据估算,赛事带动周边产业效益达1.95亿元。

此外,记者了解到,不少城市借助马拉松赛事,开展各种社会文化活动,并推出各种融合马拉松赛事品牌与城市文化内涵的纪念产品,也有不少城市把当地独具特色的景点景区设计在马拉松路线之中,从而宣传当地的旅游特色。

例如,2021年的西安马拉松赛道途经西北大学、西北工业大

学、西安石油大学、西安建筑科技大学等多所高校,充分展示了西安教育之都浓厚的历史氛围,赛道的后半段,途经大雁塔、大唐芙蓉园、曲江池遗址公园等多个5A级景区,展现了西安的历史文化魅力。

“马拉松赛事对城市旅游业发展具有较为深远的影响,而非仅局限于赛事举办期间。”上述专家还表示,一些大型的马拉松赛事汇聚来自全国甚至世界各地的跑步爱好者和游客,并通过社交媒体等各种渠道的传播,对举

办城市旅游品牌宣传推广,以及城市形象和文化塑造都起到了很好的推动作用,能够对举办城市带来积极和持久的影响,进而拓展旅游客源市场,刺激旅游经济发展。

“相比于其他大型体育赛事,马拉松赛事主要依托城市道路,无须额外增设体育场馆等设施,资金投入相对较少。”郭浩认为,除了明显的经济效益之外,门槛低、群众基础广,也是马拉松赛事举办数量呈现井喷式增长的重要原因。

此外,记者了解到,随着中国马拉松运动的蓬勃发展,各类具有鲜明地域特色的马拉松赛事也不断涌现,出现了沙滩马拉松赛、草原马拉松赛、森林马拉松赛、戈壁超级马拉松赛、湿地马拉松赛、海洋马拉松赛、冰雪马拉松等。

“相较于常规马拉松赛事,这种具有地域特色的马拉松赛事更能吸引外界的关注。”郭浩告诉记者,在各城市竞相举办马拉松赛事的当下,要想在纷繁复杂的赛事中脱颖而出,就需要结合当地的特色资源,打造独有的赛事品牌,避免同质化竞争。

# 打造“冰雪文化之都” 哈尔滨冰雪经济“加速跑”

本报记者 黄永旭 西安报道

随着冬季的到来,冰雪旅游成为人们出游的首选项目,哈尔滨因其独特的自然资源和冰雪文化,吸引着成千上万游客,哈尔滨冰雪季再次焕发活力。

《中国经营报》记者了解到,

## 冰雪旅游火热

入冬以来,哈尔滨市启动了冬季冰雪旅游“百日行动”,充分释放冰雪潜力,创新打造产品线路、精心策划文旅活动,围绕“吃住行游购娱”全产业链构建冬季旅游产业链,擦亮冰雪旅游名片。

11月28日,哈尔滨市正式启动2023—2024年哈尔滨冰雪季活动,活动以“约会哈尔滨·冰雪暖世界”为主题,以“龙年游冰城·一起迎亚冬”为主线,布局四大活动篇章,构建七大板块系列活动,推出百余项冰雪活动,全力打造“冰雪文化之都·双亚冬办城”的国际化一流冰雪旅游目的地。

哈尔滨市文化广电和旅游局局长王洪新介绍,今年哈尔滨冰雪季将持续到2024年3月底,布局相约在冰城、冰雪欢歌、龙年合家欢、春雪送春晖四大活动篇章,构建冰雪节庆、冰雪文化、冰雪艺术、冰雪体育、冰雪经贸、冰雪时尚创意和群众性冰雪七大板块系列活动。

据介绍,今年冬季哈尔滨将以滑雪、研学、自驾为时尚玩法,推出冰雪大世界、亚布力高山滑雪、松花江冰雪嘉年华等10项冰雪体验产品;依托伏尔加庄园、

近年来,哈尔滨市大力发展特色文旅产业,把发展冰雪经济作为新增长点,推动冰雪运动、冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游全产业链发展。哈尔滨市还提出打造“七大都市”的建设目标,打造“冰雪文化之都”便是其中之一。

IPG中国区首席经济学家柏文喜表示,冰雪文化作为哈尔滨的独特文化资源,具有极高的经济价值和旅游吸引力。打造“冰雪文化之都”,不仅可以提升哈尔滨的城市形象,还可以带动冰雪产业的发展,促进经济增长。

在松花江上滑冰、打冰球的乐趣。

中国铁路哈尔滨局集团有限公司发布的数据显示,今年11月份,哈铁发送旅客612万人次,同比增长498.2%。黑龙江省热门旅游城市铁路日均客发量显示,漠河同比增长416%,哈尔滨同比增长513%,亚布力同比增长1308%,冰雪游出行呈现加速回暖、复苏强劲趋势。

柏文喜表示,随着人民生活水平提高,旅游消费能力增强,使得更多的人有能力、有意愿参与冰雪旅游。而且,国家对冰雪运动的推广和冰雪旅游的宣传,尤其是冬奥会提高了公众对冰雪旅游的认知和兴趣。

Co-Found智库研究负责人张新原认为,今年冰雪旅游火爆的原因主要有两方面。首先,哈尔滨大力发展冰雪经济,推出了一系列吸引游客的优惠政策和措施,比如免门票、提供免费接驳车等,这些举措大大提升了游客的体验和满意度。其次,随着冬季气温的下降,冰雪旅游成为人们冬季出行的首选,尤其是对于南方游客来说,哈尔滨的冰雪旅游具有独特的魅力和吸引力。

12月7日,以“采头冰·迎亚冬”为主题的第四届哈尔滨采冰节在松花江畔隆重开幕,吸引了众多游客前来采冰祈福。活动现场还设置了滑冰和冰球项目表演与互动体验活动,人们纷纷体验

## 冰雪文化之都

哈尔滨市第十五次党代会提出打造“七大都市”的建设目标,为哈尔滨市擘画了未来五年的发展蓝图。其中,打造“冰雪文化之都”是对“冰天雪地也是金山银山”理念的深入贯彻,是中国式现代化的哈尔滨实践。

张新原表示,冰雪文化不仅是哈尔滨的特色文化,更是这座城市的名片和骄傲。通过打造“冰雪文化之都”,可以进一步提升哈尔滨的知名度和美誉度,吸引更多的游客前来观光、旅游、消费,从而带动城市经济的发展。

11月底,哈尔滨市举办打造“冰雪文化之都”专场新闻发布会,介绍了“冰雪文化之都”建设进展和取得的成绩,将通过“五个一工程”高质量加速冰雪经济发展。

哈尔滨市文化广电和旅游局党组书记、副局长黄大伟表示,哈尔滨市文化广电和旅游局牵头成立冰雪经济工作专班,有力推进各项工作有序开展,取得了傲人成绩。2022—2023年冰雪季,全市游客接待量累计3320.4万人次,实现旅游总收入309.8亿元,冰雪旅游

市场呈现出加速回暖、强劲复苏的局面。同时,加速完善冰雪金融、冰雪智库、冰雪经贸、冰雪培训等多个冰雪产业配套服务,形成“4+N”产业发展模式。2022年,哈尔滨市冰雪经济总规模达717亿元。

据了解,“五个一工程”是指,一项顶层设计,为冰雪经济提供宏观牵引。一个产业链条,为冰雪经济提供技术支撑。一批重点项目,为冰雪经济提供发展聚焦。一组节庆活动,为冰雪经济市场激发活力。一套支持政策,为冰雪经济提供前进保障。

在重点项目建设方面,哈尔滨市围绕持续构建冰雪经济产业新体系,落实项目包联机制,推动省市重点项目加快建设,累计完成投资84.78亿元。其中,冰雪大世界

建设。

黄大伟介绍,下一步,冰雪经济工作专班将聚焦扩大冰雪经济领先优势,借亚冬会契机,巩固奥运冠军之城形象;强化冰雪节庆带动作用,推广特色冰雪文化;做强冰雪装备园区,扩大产业虹吸效应;完善冰雪基础设施,提升冰雪旅游体验;不断培育冰雪新型业态,创新冰雪消费场景,全力建设享誉世界的冰雪经济示范区。

针对哈尔滨打造“冰雪文化之都”的目标,柏文喜建议,哈尔滨还应该进一步完善滑雪场、冰雪景点等基础设施,同时要强化冰雪产业上下游产业链协调程度,加强冰雪教练、冰雪设备制造技术人才的培育和引进。

张新原则表示,首先,如何提高冰雪运动设施的质量和安全性是一个重要的问题。其次,冰雪文化的普及程度还不够高,需要加强宣传和教育。此外,冰雪装备的生产和销售也需要进一步规范和提升。最后,如何提高旅游服务的质量和效率也是需要关注的问题。

## 以赛事促发展

作为亚洲竞技水平最高的冬季体育盛会,亚洲冬季运动会已经成功举办过八届。2025年第九届亚洲冬季运动会将在哈尔滨市举办,而此次亚冬会赛事雪上项目承办地就是亚布力滑雪旅游度假区。

亚布力滑雪旅游度假区是国家4A级景区,位于黑龙江省哈尔滨市东南,距哈尔滨市区约200公里。由具有国际标准的高山竞技滑雪区和旅游滑雪区两大部分组成,占地面积22.55平方公里。

亚布力管委会党组成员、副主任李春伟表示,为迎接第九届亚冬

会,我们提前谋划、精准布局,根据“主办城市合同”,参照成都大运会和杭州亚运会相关功能区的规划设置,结合亚布力实际,在专家的指导下选定省亚布力体育训练基地和度假区内的18家宾馆,作为“竞赛场馆”和“非竞赛场馆”,承担亚冬会保障工作。

“同时,我们也借助亚冬会和平急两用政策机遇,推进场馆雪道升级、宾馆设施提升、景观综合治理以及供热、供水、排水、公铁交通等公共基础设施建设,完善智慧化平台建设,进一步提升公共服务水

平,为广大雪上运动员、技术官员、媒体记者提供比赛、住宿、餐饮、交通、文化、科技、医疗、商业等全方位服务保障,助力运动员展现良好的竞技水平。”李春伟说。

为了筹备好第九届亚冬会,张新原建议,首先,亚布力要完善基础设施和配套设施,包括交通、住宿、餐饮、娱乐等设施。其次,要提高服务质量,包括提高导游、翻译、医疗等方面的服务质量。此外,要加强安全管理和应急预案的制定和实施,确保游客和运动员的安全。

# CAR-T疗法陷安全性调查风波

本报记者 陈婷 曹学平 深圳报道

美国食品药品监督管理局(FDA)的一则监管消息,让百万元一针的“抗癌神药”蒙上了一层阴影。

当地时间11月28日,FDA发布公告称,正在调查靶向BCMA或靶向CD19的CAR-T细胞疗法存在的引发T细胞恶性肿瘤的严重风险。据悉,调查覆盖在美国获批上市的全部6个CAR-T产品。FDA表示,已在评估监管行动的必要性。

消息一出,上述调查涉及的诺华制药(NVS.N)、百时美施贵

宝(BMY.N)、吉利德科学(GILD.O)等药企股价应声下跌,部分企业出面回应。直至11月30日,上述企业股价已陆续回升。

在研CAR-T疗法相关产品的上市公司同样受到波及。11月29日,科济药业(2171.HK)股价下跌超20%,收于8.73港元/股。公告显示,科济药业靶向BCMA的CAR-T细胞疗法产品CT053(泽沃基奥仑赛注射液)在中国递交的新药上市申请正在审评中,公司预计CT053将在2023年年底或2024年初获批上市。

FDA关于CAR-T疗法的安全性调查是否将影响公司产品的

审评进度?12月5日,科济药业董事长、首席执行官、首席科学官李宗海对《中国经营报》记者表示:“目前尚未看到国家药品监督管理局药品审评中心(CDE)对此方面有任何意见,因此我们认为CT053的获批时间仍在预期内。”

截至目前,中国获批上市的CAR-T疗法产品共4个,其中涉及药明巨诺(2126.HK)等上市公司。12月5日,药明巨诺方面对记者表示,公司有留意到FDA发布的信息。“总体而言,倍诺达(瑞基奥仑赛注射液)已治疗了几百名患者,暂未发现类似的风

## 多家公司股价受波及

与所有含有整合载体(慢病毒或逆转录病毒载体)的基因疗法产品一样,美国处方信息中,对于已批准的CAR-T疗法,发生继发性恶性肿瘤的潜在风险均被标记为警告。

FDA启动对CAR-T疗法的安全性调查,源于其收到关于接受靶向BCMA或CD19自体CAR-T治疗的患者出现T细胞恶性肿瘤(包括嵌合抗原受体CAR阳性淋巴瘤)的报告,数据来自临床试验和上市后不良事件。FDA认为,T细胞恶性肿瘤风险适用于所有已批准的靶向BCMA或CD19的自体CAR-T产品。

根据FDA不良事件报告数据库(FAERS)统计,CAR-T产品目前共有12例T细胞恶性肿瘤案例。其中,诺华制药Kymriah的案例报告数为7例,吉利德Yescarta的案例报告数为3例,强生和传奇生物(LEGN.O)Carvykti、百时美施贵宝Breyanzi的案例报告数均为1例。此外,百时美施贵宝Abecma和吉利德Tecartus的案例报告数均为零。

上述遭调查的CAR-T产品正是美国目前批准上市的所有CAR-T产品。

事实上,CAR-T疗法的潜在致癌风险一直受到FDA重点关注。

CAR-T疗法属于细胞免疫疗法,通过提取患者自身的T细胞,利用基因工程技术将嵌合抗原受体(CAR)引入T细胞中。这

些经过改造的T细胞被重新输入至患者体内,能够识别并攻击携带特定抗原的癌细胞,从而达到消灭肿瘤细胞的效果。简而言之,CAR-T疗法利用人体免疫细胞抗癌,其价格不菲,在国内达到百万元级别。

值得注意的是,作为一种创新的细胞疗法,CAR-T被视为临床试验高风险药物,细胞因子释放综合征(CRS)、免疫效应细胞相关神经毒性综合征等是CAR-T细胞疗法常见的副作用。与所有含有整合载体(慢病毒或逆转录病毒载体)的基因疗法产品一样,美国处方信息中,对于已批准的CAR-T疗法,发生继发性恶性肿瘤的潜在风险均被标记为警告。

FDA表示,尽管这些产品的总体益处继续超过其批准使用的潜在风险,但其正在对T细胞恶性肿瘤风险进行深入调查,该风险导致了包括住院和死亡的严重结果,并在评估是否需要采取监管行动。

消息传导至资本市场,引起波动。截至11月28日收盘,诺华制药股价下跌0.76%,百时美施贵宝下跌0.2%,吉利德科学下跌0.55%,传奇生物下跌2.55%。



截至目前,中国已获批上市的CAR-T疗法产品有4款。

视觉中国/图

## 国内药企称“影响有限”

李宗海表示,在新药研发过程中,需要关注概率论,即新药的获益风险比。

这场FDA监管风暴是否已刮到中国?

截至目前,中国已获批上市的CAR-T疗法产品有4款,分别为复星医药(600196.SH, 2196.HK)的阿基仑赛注射液、药明巨诺的瑞基奥仑赛注射液、南京驯鹿生物医药有限公司的伊基奥仑赛注射液、合源生物科技(天津)有限公司的纳基奥仑赛注射液。

其中,瑞基奥仑赛注射液于2021年9月在中国获批上市,是中国第二款获批上市的CAR-T产品,靶向CD19,用于治疗经过二线或以上系统性治疗后成人患者的复发或难治性大B细胞淋巴瘤(r/r LBCL)。11月28日,CDE官网显示,瑞基奥仑赛注射液一项新的适应证(成人复发或难治性套细胞淋巴瘤)拟纳入优先审议,理由是符合“纳入突破性治疗药物程序”的相关规定。

12月5日,药明巨诺方面在接受记者采访时表示,倍诺达治疗的几百名患者中暂未发现类似的风。药明巨诺有严格的生产工艺及质控流程,以确保产品的质量,与此同时,我们会与药监部门保持积极沟通,并按照药监部门的要求对患者进行长期随访工作。我们认为目前FDA的安全性调查不会对公司的研发和商业化活动造成影响。”

二级市场反应更为强烈的在研药企方面,科济药业于11月30日早间发布一则声明表示,基于目前已经公开发表的信息,T细胞恶性肿瘤在接受CAR-T治疗患者中的发病率非常低。声明显示:

“截至目前,科济药业在研CAR-T产品,临床试验治疗患者总数超过500例,其中靶向BCMA的CAR-T产品有250余例,未观察到T细胞肿瘤案例。我们认为,这次事件对公司产品的研发和商业化进程没有实质影响。”

12月5日,李宗海向记者明确,CT053在美国和加拿大的试验开展以及其在中国的新药上市申请没有受到FDA关于CAR-T疗法安全性调查报告事件的影响。

“FDA并没有明确表示一定会采取监管行动。CAR-T疗法是一个新领域,仍有很多发展空间。从监管角度看,FDA出于负责任的态度,对产品安全性有所关切,这很正常,毕竟安全无小事。但目前还没有证据直接表明报告病例出现T细胞恶性肿瘤是由CAR-T疗法引起的,仍需要通过更多的数据来判断二者是否具有相关性。”李宗海表示,在新药研发过程中,需要关注概率论,即新药的获益风险比。“至少目前在血液肿瘤领域,CAR-T疗法已展示了强大的疗效及很好

的获益风险比。我们目前需要关注的是CAR-T疗法能否治愈更多的病人,以及如何让用药患者不再复发等关键性问题。”

值得一提的是,12月4日,科济药业公告显示,CT071的IND(新药临床研究)申请已获得FDA批准,这是一种靶向GPRC5D的自体CAR-T细胞治疗产品,用于治疗复发/难治多发性骨髓瘤或复发/难治原发性浆细胞白血病的患者。

半年报显示,科济药业自成立以来一直专注于自主研发创新及差异化的CAR-T细胞疗法,公司目前还没有实现商业化的产品,研发进展最快的项目是CT053,国家药监局已于2022年10月受理该产品的新药上市申请,预期最快在今年年底获批。与此同时,公司正在美国及加拿大开展CT053用于治疗R/R MM的2期试验,计划在2023年年底前完成2期临床试验的大约100名患者的人组,公司计划在2025年上半年向FDA提交BLA(生物药上市许可申请)。

今年1月,科济药业与华东医药(000963.SZ)全资子公司签署合作协议,以推动泽沃基奥仑赛注射液在中国商业化。李宗海表示,这种合作是一种优势资源整合互补,减少社会资源消耗,以利于惠及更多患者。

# 互联网助力药品说明书适老化

本报记者 娄国文 曹学平 北京报道

“中药说明书简单,字更大,容易看清。西药说明书感觉更细化,内容多,但字确实太小了,我一般都是手机拍照后放大来看。有的说明书不愿意看,我们就直接在网上搜索。一般也就是看一下使用说明、用法用量这些关键的东西。”12月6日,浙江宁波年近六旬的胡女士向《中国经营报》记者感叹,许多药品说明书的字确实太

小看不清。

这不是个例,药品说明书字小看不清、复杂难懂是近年来群众反映较多的问题。当前,国家药品监督管理局(以下简称“国家药监局”)正在推动药品说明书适老化改革,主要途径包括提供大字版说明书、电子版说明书、语音播报等。

10月31日,为优化药品说明书管理,满足老年人、残疾人用药需求,解决药品说明书看不清的问题,国家药监局制定并发布了《药

品说明书适老化及无障碍改革试点工作方案》(以下简称《试点工作方案》)。

11月24日,国家药监局药审中心(CDE)发布了《药品说明书(简化版)及药品说明书(大字版)编写指南》和《电子药品说明书(完整版)格式要求》。这为药企进行说明书适老化改革提供了具体规范。

记者了解到,推进药品说明书适老化改革,除药企积极行动之

外,互联网技术正在助力解决药品说明书适老化痛点问题。

12月1日,阿里健康资深副总裁马立告诉记者,绝大部分药品包装盒上都有药品追溯码,用户扫描追溯码除了可以获得药品追溯信息,还能获得电子版和大字版说明书,以及语音播报等功能。截至目前,码上放心平台已为3.1万多个药品添加了电子版和大字版药品说明书,以及语音播报等适老新功能,并且还在陆续覆盖更多药品。

的有益补充。

按照《试点工作方案》,药企有三种试点方式:第一,提供大字版纸质药品说明书,鼓励同时提供电子药品说明书(完整版);第二,提供纸质药品说明书(完整版),同时提供电子药品说明书(完整版);第三,提供纸质药品说明书(简化版),同时提供电子药品说明书(完整版)。

对于电子药品说明书,药企在药品包装或纸质说明书上印制条形码或二维码,用户扫码可以查看。另外,鼓励药企提供药品说明书、标签的语音播报服务、盲文信息,满足老年人、盲人和其他视力障碍患者的安全用药需求。

马立向记者介绍,经过内部调研和外部发放调查问卷,阿里健康团队也发现,药品说明书字太小以及对老年人不够友好的问题确实是一个社会痛点问题。

“有的说明书,一粒大米能覆盖四个字。老年人用药比较多,但是说明书字大小,很多真的看不清。而且,药品说明书里有很多科学严谨但深邃难懂的学术内容,患者用户看不懂,也没有必要全部看,主要需要看适应证、用法用量、禁忌证、副作用等。我们把患者用户最关心最需要的内容提炼出来,突出展示,提供语音播报,让患者用户可以无障碍获取。”马立说。

马立介绍,药品说明书要调整大号字体,对于药企来说落地成本比较高,且无法覆盖市场上已经流通的药品。另外,如果药企自建平台实现电子药品说明书的功能,需要有线上开发的能力,得保证页面可用、稳定、友好,但是这些能力其实是传统制药企业不太具备的。相反,这恰恰是互联网平台企业比较擅长且应该发挥作用的地方。

## “往前推进一步”

记者体验了解到,目前,在手机上用淘宝或支付宝扫药品包装盒上的药品追溯码后,进入到码上放心平台,首先可以看到药品追溯码验证通过的信息,其次是药品追溯信息,包括药品的基本信息、生产信息、类别属性、厂商信息等。

另外,还有“语音播报+大字版”的药品说明书,用户可以选择正常字和大号字。上面展示用药贴士,下面展示详细说明。用药贴士包括:功能主治、常见用法、禁忌证、特殊人群、不良反应。用户可任意选择一个模块收听。

马立介绍,阿里健康目前已为3.1万多个药品添加了电子版和大字版药品说明书,以及语音播报等新功能,这主要是基于医学知识图谱、码上放心、阿里云以及医药电商平台业务的积累,并且完全是从公益的角度自发去做的。

马立说:“阿里健康医学知识图谱团队在做医疗和药品知识的数据挖掘。目前,大部分药品包装盒上都有码上放心平台的药品追溯码,这正好是与患者链接的地方。我们把药品数据和追溯码对应起来,患者扫药品追溯码后,除了能获得药品追溯信息,还能获得电子版和大字版药品说明书、语音播报以及相关的健康服务。药品信息的语音播报要求非常严谨,我们利用的是阿里云的文字转语音技术。另外,我们作为医药电商平台,跟广大药企有很多长期合作关系,药企也非常愿意参与进来。所以,我们其实是利用长期沉淀下来的多个业务板块,往前推进了一步,希望为解决这个社会痛点问题贡献力量。”

记者注意到,并不是所有的药品都使用码上放心的药品追溯服务。以记者身边的近10盒药品为例,大多数包装盒上都有码上放心平台的药品追溯码,不过也有部分产品相对特殊。有的是扫码后链接到自建的追溯平台,有的无法查询到追溯信息。

据了解,按照《国家药监局关于药品信息化追溯体系建设的指导意见》,药品上市许可持有人和生产企业可以自建药品信息化追溯系统,也可以采用第三方技术机构的服务。也就是说,药企可以自建追溯系统,也可以采用第三方追溯服务。行业中有部分药企自建追溯系统,码上放心是主要的第三方追溯服务平台之一。

“通过追溯系统来进行药品说明书的适老化改造是一个非常好的途径。因为药品追溯码已经在药盒上了,应用非常普遍,而且它本来就是承载药品追溯功能的。我们只是在原有基础上增加了大字版药品说明书以及语音播报等功能。”

相关人士建议,如果在追溯码旁边或在药品说明书上有一些引导词,效果可能会更好。“我们的目标其实是,更多患者用户知道扫追溯码获取电子版、大字版和语音版说明书,并且能真正帮助到患者用户。在药盒上加上引导词或二维码,其实也是需要药企到相关部门做报备,这在技术上没有问题,完全能够实现。”

## 社会痛点问题

胡女士向记者展示了一张一米多长的药品说明书,“像可善挺的说明书就跟一张试卷一样大,字很小,当然,这个药不用我们看说明书,医生直接给打针。”

“拿到一盒药,我主要关注适应证、用法用量、禁忌证。像用法用量,建议说明书应该写清楚每天吃几次,每次吃几粒,而不是多少毫克或多少克,应该降低理解难度。”北京房山的赵女士对记者说。

“许多药品说明书内容太多,我们抓不住重点,医学术语太多,对我们普通老百姓来说太难懂。另外字太小了,我一个年轻人都得用力去辨认,更别提老年人了。”赵女士说。

药品说明书看不清看不懂是由来已久的社会问题。沈阳药科大学工商管理学院研究者在2021年5月10日至6月9日,做了一个针对深圳居民的问卷调查,有效

问卷6550份。相关论文《深圳居民对药品说明书的认知状况调查》发表在2023年11月的《中国医药指南》上。

问卷调查显示,患者主要期望药品说明书具备四个特点:“关键信息突出”“内容简洁清晰”“字体大小便于阅读”“语言通俗易懂”。

研究发现,81.88%的受访者认为,说明书的阅读难度在小学或初中阅读水平更合理。由此可见,我国目前的药品说明书与大众期待还有相当的差距,特别是处方药说明书,问题更加突出。

另外,在电子药品说明书方面,调查显示,超六成受访者可以接受电子药品说明书。但随着年龄的增长,受访者对电子药品说明书的接受度呈逐渐下降趋势。因此,目前我国还不具备用电子药品说明书取代纸质说明书的条件,但可以将其作为纸质说明书

的有益补充。

按照《试点工作方案》,药企有三种试点方式:第一,提供大字版纸质药品说明书,鼓励同时提供电子药品说明书(完整版);第二,提供纸质药品说明书(完整版),同时提供电子药品说明书(完整版);第三,提供纸质药品说明书(简化版),同时提供电子药品说明书(完整版)。

对于电子药品说明书,药企在药品包装或纸质说明书上印制条形码或二维码,用户扫码可以查看。另外,鼓励药企提供药品说明书、标签的语音播报服务、盲文信息,满足老年人、盲人和其他视力障碍患者的安全用药需求。

马立向记者介绍,经过内部调研和外部发放调查问卷,阿里健康团队也发现,药品说明书字太小以及对老年人不够友好的问题确实是一个社会痛点问题。

# 乙二醇市场供应过剩 低迷态势短期难改

本报记者 陈家运 北京报道

随着乙二醇新增产能的陆续释放,市场供应过剩问题日益凸显。

近日,继盛虹炼化、三江化

工、海南炼化等一体化装置陆续投产,全国最大天然气制乙二醇示范项目——中昆新材料 $2\times60$ 万吨/年天然气制乙二醇项目也成功投产,这进一步加剧了市场的供应过剩。

金联创化工分析师崔雪玉在接受《中国经营报》记者采访时表示,2023年乙二醇产量预计达到1407.47万吨,较去年同期增长119.82万吨,增幅达9.3%。2023年上半年,大型一

体化装置如盛虹炼化、三江化工、海南炼化等已陆续投产,而下半年还将有很多新装置投产开车。然而,由于国内乙二醇市场供应过剩,且下游需求恢复不及预期,行业整体陷入弱

势运行状态。

隆众资讯分析师高世红也持相同观点。他告诉记者,12月,国内还有两套煤制乙二醇共计100万吨的新产能有望实现量产。考虑到同期计划检修

的装置相对较少,乙二醇市场的供需矛盾预期将进一步加剧。由于市场利多因素难以显现,市场空头占主导地位,乙二醇市场的弱势格局短期内恐将难以改变。

## 产能过剩隐忧

尽管年内新增产能扩能放慢了速度,但产能过剩仍然是市场最大的隐患。

国投安信期货数据显示,自2018年以来,国内乙二醇产能进入持续高速增长期。其中,2020年产能增速最高达到近50%。尽管近两年增速降至20%附近,主要是产能基数的明显增长,实际年度投产量依旧保持高位。从产能基数看,2019年至2022年年底,乙二醇产能近乎翻倍,从1055.5万吨激增至2477.5万吨,至2023年11月已达到2800万吨以上。

高世红透露,2023年,虽然全球乙二醇扩能速度有所放缓,但仍处于高扩能周期内。预计年内海外装置有两套共计85万吨的新增产能,中国新增产能340万吨,主要以一体化装置为主。年末还将有两套煤制产能投产,但对总体供应影响有限。

在业内人士看来,市场消费量的增长和下游应用领域的拓宽带动了我国乙二醇行业的稳步发展,并加快了国产化进程。

记者注意到,11月29日,全国最大天然气制乙二醇示范项目——中昆新材料 $2\times60$ 万吨/年天然气制乙二醇项目成功投产,为纺织服装产业提供了新的原材料来源。另外,海南炼化80万吨/年新增乙二醇装置已于今年2月14日全面投产,并产出合格品。不仅如此,四川正达凯也宣布了年产120万吨乙二醇联产10万吨碳酸二甲酯项目的开工,该项目总投资122亿元。

崔雪玉指出,近五年乙二醇产量逐年递增,但增长率自2022年呈

下降趋势。他进一步解释称,2019年乙二醇产量达720.12万吨,然而大部分新增产能投产计划推迟。2020年是中国产能的投产大年,随着产能基数的提升,中国的乙二醇产量较往年有了显著的提升。自三季度开始,山西沃能、新疆天业、中科炼化、中化泉州、永城二期纷纷投入运营并实现量产,乙二醇产量出现了大幅增加。2021年中国乙二醇产量再次提升,新增产能继续增加,且年内投产大多数是一体化装置,产能规模较大。不过,2022年,由于终端纺织行业出口情况一般,聚酯行业在年内也多次降负,导致乙二醇库存上涨,销售情况不佳,部分企业进行了转产、降负或停车检修的动作。但由于乙二醇整体产能体量相对较大,所以其产量仍持续增加。

对此,高世红表示,尽管年内新增产能扩能放慢了速度,但产能过剩仍然是市场最大的隐患。这导致乙二醇开工率长期维持在六成偏下的水平,潜在供应量较大,制约了乙二醇的向上空间。

国投安信期货预测,经过持续的高速发展后,2024年国内乙二醇新增产能增速明显放缓。根据CCF的评估,预计有3套共130万吨装置投产,包括宁夏保利、裕龙石化和中化内蒙新材料。之后还有超300万吨新装置有投产计划,但投产时间可能在2024年以后。整体看,乙二醇新装置依旧以煤化工和炼化一体化配套为主,产能增速将从20%附近降至10%以内。

## 利润表现不佳

受原材料价格高企、新增产能集中投放等利空因素影响,近两年乙二醇企业的盈利情况并不乐观。

自今年以来,乙二醇行业深陷困境,企业盈利难改颓势。

进入2023年,乙二醇市场表现平淡,主流现货价格始终维持在4000~4200元/吨区间,期现基差走势也缺乏明显的套利机会。

崔雪玉表示,近两年来,上游原料持续保持高位,乙二醇不涨反跌,长期维持在历史低位徘徊,经济效益偏低。2023年,主要工艺石油一体化的年均利润为-175美元/吨,较去年虽然有所好转,但仍处于较低水平。在此背景下,市场逢低买盘兴趣提升,为乙二醇提供了一定的支撑力度,空头趋势暂难形成。

国投安信期货方面于11月29日也表示,近两年以石脑油为原料生产乙二醇的工艺路线陷入

长期深度亏损状态,按照海外市场价格折算,单吨亏损维持在200美元/吨上下。除了供应增长而需求偏弱造成的过剩压力之外,还与其在炼化一体化企业中有重要的作用有关,即消耗乙烯。这也是成品油盈利大幅回升背景下,炼厂物料平衡与综合利润考量的结果。

事实上,受原材料价格高企、新增产能集中投放等利空因素影响,近两年乙二醇企业的盈利情况并不乐观。

以丹化科技(600844.SH)为例,该公司是专注于煤制乙二醇产业的新型化工企业,设计产能为年产乙二醇22万吨、草酸8万吨,其中乙二醇是其主营产品。

10月28日,丹化科技三季度业绩公告显示,2023年前三季度实



近年来,国内新增乙二醇产能主要以产业链一体化为主,其优势是让国内产能不断代替进口。图为盛虹1600万吨/年炼化一体化项目。

视觉中国/图

现营收约6.5亿元,同比减少14.46%;归属于上市公司股东的净利润亏损约1.76亿元。此外,丹化科技2022年度业绩净亏损2.93亿元,亏损同比扩大181.52%。

丹化科技方面表示,市场整体下跌,煤炭价格亦呈现高位下行走势。从供应方面来看,

上半年进口量不高,国内大量新产能投产虽受限于效益问题,产能利用率不高,但依然给予本就疲弱的市场很大冲击,港口库存整体呈缓慢而艰难的下降走势。需求方面也同样疲软,终端市场需求欠佳,工厂外销压力较大。

## 自给率提升

随着国内优质乙二醇产能的持续增加并逐步取代进口产能,我国乙二醇行业对外依存度在近年来整体呈现出明显下降态势。

长期以来,我国乙二醇需求量远大于产量,以至于依赖进口来填补需求缺口。

不过,记者注意到,近年来国内新增乙二醇产能主要以产业链一体化为主,其优势让国内产能不断代替进口。

以盛虹炼化为例,该公司一体化装置投产后,不仅实现了聚酯化纤上游PX和乙二醇原料的自给自足,其上下游产品结构也

十分合理。连云港石化产业基地园区内石化企业以及盛虹炼化的下游产品对炼化产品消化比例高,这种区域、产品和生产工艺的高效协同与配套优势带来了成本优势。

业内人士告诉记者,乙二醇油制企业多为中石化和中石油等国企以及民营大炼化一体化企业,乙二醇更多作为炼化副产品,因此这些企业抗压能力相对

较强。

随着国内优质乙二醇产能的持续增加并逐步取代进口产能,我国乙二醇行业对外依存度在近年来整体呈现出明显下降态势。

国投安信期货表示,国内新产能的持续快速投放导致乙二醇的自给率明显上升,对外依存度也从历史上的70%降至目前的约30%。其中,东北亚作为我国乙

二醇传统的进口来源地在近几年贸易量下滑明显,主要是由于国内更具优势的炼化一体化大装置对海外落后的小装置的挤出明显。今年以来,中国台湾省的多套装置停车或者降负运行,日韩装置也存在停产或者转产环氧乙烷(EO)的情况。但中东和北美地区货源的占比在逐年上升,主要由于其当地廉价的轻烃原料带来的成本优势。

# 持续推进光伏一体化布局 弘元绿能未来前景几何

本报记者 张英英 吴可仲 北京报道

被誉为“小隆基”的弘元绿能在推进一体化产能布局的道路上渐行渐远。

《中国经营报》记者注意到,弘元绿能在光伏设备和硅片业务的基础上,不足两年的时间里,其业务已经覆盖设备、工业硅、多晶硅、硅片、电池、组件和电站等环节,成为光伏行业链条最长的光伏企业之一。

按照弘元绿能在无锡新能源展览会现场透露的N型光伏产业链产能规划,即工业硅15万吨、多晶硅10万吨、硅片75GW、N型电池45GW、TOPcon组件35GW、建设电站11.5GW。弘元绿能方面还称,已投产高纯工业硅8万吨、多晶硅6万吨、硅片35GW、电池19GW、组件21GW。

近日,弘元绿能证券部人士表示,目前工业硅、多晶硅、电池和组件产能仍处在爬坡阶段。电站业务也处于初步发展阶段。

据悉,2023年前三季度,弘元绿能的工业硅、多晶硅、电池、组件业务主体仍处于亏损阶段,并给弘元绿能的业绩带来了一定的负面影响。弘元绿能方面在2023年11月公布的《2022年度向特定对象发行A股募集说明书》(以下简称《说明书》)中表示,随着产能的陆续释放,该等业务预计将逐步扭亏为盈,并进一步增厚公司经营业绩。

弘元绿能新产能的逐步释放阶段正值当下整个光伏产业产能过剩的旋涡。转型后的弘元绿能能否持续保持竞争力?

## 从设备制造到电站端的一体化布局



第十六届国际太阳能光伏与智慧能源(上海)展览会弘元绿能展台。 视觉中国/图

年参股建设颗粒硅项目,保障多渠道多晶硅供应。

2022年8月,弘元绿能再发公告称,投资建设徐州新能源产业园,包括投资年产24GW的N型高效晶硅电池生产项目。2023年2月,弘元绿能进

件等业务,目前正处于产能爬坡阶段,随着产能的陆续释放,该等业务预计会逐步扭亏为盈,并进一步增厚公司经营业绩。

财报显示,2023年1—9月,弘元绿能实现营业收入95.78亿元,同比下降45.23%;归属于上市公司股东的净利润为13.18亿元,同比下降53.43%。

对于弘元绿能2023年前三季度的业绩下滑,实际上除上述一体化新产能未盈利带来的负面影响外,主营业务硅片市场的变化才是影响业绩的主要原因。

2022年,弘元绿能光伏单晶

《说明书》显示,弘元绿能非硅片环节的全资子公司项目已于今年投产。其中,弘元能源的工业硅、高纯晶硅相关项目建设于2022年4月启动,已于2023年8月投产;弘元徐州的电池片相关项目建设于2022年8月启动,已于2023年6月投产;弘元光能的组件相关项目建设于2023年3月启动,已于2023年8月投产。

值得关注的是,弘元绿能还通过参股形式进一步向电站领域方向布局,为组件业务打开市场。

2023年,弘元绿能参股徐州市国元能源有限公司,后者的主要业务方向为光伏电站、分布式能源设施建设等。从徐州市国元能源有限公司的股东情况来看,国电投零碳能源(南京)有限公司持股51%,弘元绿能全资子公司无锡弘元新能源科技有限公司持股49%。天眼查显示,国

1—9月,弘元绿能单晶硅的产能利用率为72.62%,相较2020—2022年度总体处于85%以上的产能利用率而言有所下滑。

弘元绿能方面表示,随着多晶硅及硅片市场价格波动趋缓,公司多晶硅及组件等相关新业务持续开拓,预计公司经营业绩下滑的趋势将得到有效控制,盈利能力将逐步提升。

值得一提的是,目前整个光伏产业链各环节均进入调整阶段,在产能过剩风险下,竞争变得更加激烈,也将经历一个产能出清的过程。不可否认的是,未来,转型后的

电投零碳能源(南京)有限公司具有国资背景。

弘元绿能方面称,徐州市国元能源有限公司属于公司组件业务的下游企业,投资该公司有利于公司组件业务的应用布局及市场拓展。

构建深度垂直一体化产能,离不开资金的支持。

此前,弘元绿能对外公布的2022年度向特定对象发行A股股票募集资金投资项目包括年产5万吨高纯晶硅项目及补充流动资金项目,合计58.19亿元。11月22日,这一募资计划进一步调整,募资总额调整为27亿元,并砍掉了补充流动资金项目。至于调整原因,上述证券部人士称,“根据公司实际需求调整”;至于是否与再融资收紧的环境有关,该人士表示“不清楚”。

弘元绿能不仅要在硅片环节继续发力,也必须在电池和组件环节快速追赶,并加入一体化企业竞争之战。

集邦咨询新能源事业部总监王建在11月30日举行的光储产业格局与发展趋势论坛上表示,光伏产业链未来的竞争,将由单个业务的利润竞争上升至企业战略布局的全面竞争,考验企业在核心领域的综合实力,以及在战略方面的决策力。垂直一体化趋势,是市场本质规律,也是产业升级的必然趋势,最终的产业格局已经基本上确定,未来垂直一体化龙头在渠道、品牌、规模及成本上更具竞争力。

# 游戏厂商收缩度冬：为昔日野蛮生长还债？

本报记者 许心怡 吴可仲 上海报道

2023年，游戏圈的裁员此起彼伏。在业内摸爬滚打多年的老黄(化名)也未能幸免。

“2023年，遭遇了各种五味杂陈的事情，但我们仍要坚持活下去。”

## “大厂没有坑，小厂接不住”

今年，很多游戏大厂都在收缩度日。

老黄曾在上海科乐美、上海宝开、上海艺电、上海育碧、心动公司等工作过，岗位涉及测试、研发、项目管理，参与过《植物大战僵尸》《孤岛惊魂》系列等项目。

然而，在之后长达4个月的求职历程中，年届40的老黄面临最严峻的拷问是年龄问题。“面试的很多家公司非常明确地表示年龄不合适了。”老黄对记者表示，年龄歧视在游戏行业非常普遍，“除非你的经验是突破天际、非常强的那种，如果只是普通资质，大概率到35岁就会面临一个坎。”

7月，老黄经人引荐入职上海一家游戏公司，结束了无业生涯。在新岗位上，老黄仍然从事游戏项目管理工作，待遇优于上家公司，但工作强度更大。他

去。”冬日夜晚的上海，老黄一边走在回家的路上，一边在视频账号里这样说道。这是他重返职场的第5个月。

今年3月，老黄所在的项目组因项目被整体裁撤，导致十几号人遭遇裁员。公司对此

的解释是，为了控制成本，暂时不需要这么多人了。由于尚未通过试用期，老黄没有获得失业赔偿，“当时想着，好聚好散吧”。

尽管失业突如其来，但是对于项目的黯淡前景，老黄早有预

期。“项目内部管理混乱，目标不清。我进去3个月就感受到这些问题了。”他描述道，“很多开发费用是空耗，素材买回来根本没有用，整个东西随时都在变，可以说制作人缺乏现代的开发经验。”

延续着失业期间在视频网站分享感想的习惯，在夜幕深沉的下班路上随手录下视频，其中很多视频的发布时间是零点以后。“辛苦归辛苦，至少有个坑。”老黄说。

他熟识的一些失业同行，有些离开游戏行业，回老家另寻出路，有些仍处于“空窗期”。

今年5月底，位于广东的开发人员牛星星(化名)在试用期结束前两天被公司单方面解除劳动合同。据牛星星文章描述，他曾与公司协商赔偿，但没有结果。

2022年年底，牛星星出于家庭考虑前往广州就职。此前，他曾在腾讯、字节跳动任职，从事游戏方向工作13年，有8年以上的管理经验。

他6月的一则视频透露，寻找

新工作不太顺利，“大厂没有坑，小厂接不住，远了不想去”。他也提到了年龄歧视问题：“一些公司是有专家岗位的，但是人家只要招聘工作经验5到7年的年富力强的小伙子。”

今年，很多游戏大厂都在收缩度日。

11月末，字节跳动大规模收缩游戏业务，对已上线的游戏寻求剥离，大部分未上线的项目将被关停。就在今年，字节跳动的《晶核》《星球：重启》先后上市，夺取了销量榜前列位置，正是其游戏业务高歌猛进之际。

脉脉高聘《2023游戏行业中高端人才洞察》显示，今年，33.55%的游戏从业者工作产生变动，其中24.62%的从业者“被动跳槽”，经历裁员后重新找到工作，3.27%被裁员且还在待业中。主动跳槽

成功的从业者占比8.06%，0.87%选择了创业。

游戏行业严峻的就业形势也在海外上演。

11月，育碧公司宣布解雇视觉效果工作室Hybride及全球IT团队中共计124名员工，此前一年该公司经过多次重组和裁员，削减员工人数已超过1000名；Unity宣布，削减265个工作岗位，占全球员工总数的3.8%；9月底，Epic宣布规模达16%的裁员计划，辞退大约830名员工；瑞典游戏公司Embracer Group对旗下Volition、Campfire Cabal、Crystal Dynamics、Beamdog等工作室进行了关停或裁员。此外，BioWare、Bungie、微软、Frontier、Twitch、Digital Bros、艺电等公司在今年先后宣布了不同程度的裁员计划。

## “为野蛮生长还债”

本土游戏圈遇冷，固然有资本撤退的因素，但也因这个行业沉疴难愈，久病成灾。

在欧美地区，游戏行业的震荡与资本的退潮有关。疫情期间，大量线下娱乐场所关闭，人们的注意力转至线上，使得包括游戏在内的线上行业一时间炙手可热，受到资本热捧。随着疫情消退，游戏行业的短暂增长并未显示出韧性。加上通货膨胀因素的围剿，投资人的美好愿景最终化为泡影。

美国第三方机构NPD数据显示，早在2022年二季度，美国消费者在电子游戏产品方面的支出已经出现下降，原因包括食物、天然气等日常消费价格上涨，旅游、现场活动等体验消费项目回归等。

研究机构Drake Star数据显示，2023年三季度，追踪到游戏行业并购案例33起，涉及价值50亿美元，单季度交易量为2021年年初以来最低水平。

“2023年，游戏行业大规模动荡的原因是综合和复杂的，但主要还是经济下行的环境下，大家对于游戏盈利这件事情没有信心了。”牛星星表示，“没有信心的原因，一方面是游戏的制作成本太高，一方面是制作精品游戏的难度太大。”

老黄认为，本土游戏圈遇冷，固然有资本撤退的因素，但也因这个行业沉疴难愈，久病成灾，

“现在的中国游戏行业在为之前的野蛮生长还债”。

老黄对记者表示，长久以来，游戏这个本该是内容导向的行业在中国发展成引发攀比、炫耀的产业，利用人口红利进行疯狂的数据收割，也导致游戏长久以来在中国社会口碑不佳。

而随着一些代表性产品的兴起，玩家有了更高的眼界，以往的游戏模式不再行得通，迫使大部分游戏公司向内容方向转变，进而引发人事动荡。“此前这个行业创造了很多暴富神话，吸引了大量人员涌入，但其实很多人并不热爱这个行业。”老黄说道。

畸形的产业生态也导致了年龄歧视的现象——在数值模式而非内容模式下，开发人员只是执行工具人，招聘方自然寻求更年轻的劳动力。

“要成为一家软实力驱动的公司，需要生产性管线，形成自主研发IP的生产逻辑，这些都需要基础沉淀。”老黄介绍，“现在国内大部分厂商只需要普通UI(用户界面制作人员)，能稍微管一下团队的人，抓紧时间把东西弄出来收割韭菜就好了。员工到了35岁，公司就认为性价比不高了，不如多养几个刚毕业的学生，反正做的事情没多大差别。”



2023年，游戏圈的裁员此起彼伏。图为上海第五届进博会Unity展台。

视觉中国/图

## 重新找到出路

预期在2024年年底、2025年年初，中国游戏行业或将迎来转变。

要转型，但并不那么容易。牛星星用“周期长”“成本高”“一片红海”来形容当下的游戏市场。

“周期长意味着游戏公司不敢做玩法创新，不敢冒着开市场盲盒的风险去探索和创新，只能在已经验证过的品类上做微创；成本高意味着新开项目的压力大，能不开新项目的就不开了，阶段性复盘的时候，如果被评估不能挣钱的就直接‘断臂’了。”

高昂的成本拦住前路，“刁钻”的玩家又截住后路。

“由于游戏市场已经进入了存量和红海，所以你的游戏不仅要跟同行比，还要能够喂饱已经吃过‘肉’的玩家们。”牛星星说，“如果你出一个不如《原神》的游戏，玩家为什么不继续玩《原神》呢？”

“游戏行业寒冬已经不是第一次了，只是这次来得更猛烈了一些。第一次寒冬，游戏的发版得到规范；第二次寒冬，劣品和换皮买量遭到驱逐；这一次，可能会赶走那些没有游戏情怀，把游戏当作纯粹商品的组织。”牛星星说道，“毫无疑问的是，每一次寒冬对于从业者而言都是一次巨大的打击，会有很多人从此就离开了

游戏行业，寻找其他出路。”

“但不管怎么说，只要没有死透，游戏行业都会重新找到出路，找到一个新的平衡状态。”牛星星表示。

老黄认为，预期在2024年年底、2025年年初，中国游戏行业或将迎来转变，“等2024年那批内容型公司的产品逐步上市了，如果有一批活过来，整个市场或许会朝好的方向发展”。

老黄更愿意以乐观的心态看待这个行业。他介绍，自己接触到了一些公司，愿意扎实地生产游戏内容，“只要他们存活下来，中国游戏行业就能以全球化的姿态发展，形成中国的文化特色”。

随着部分游戏产品成为中国文化出口的代表，他也感受到了政策方面对游戏行业的重视和支持，而他认为这对行业发展十分重要。

老黄表示，希望政策能更多地倾向于生产内容的中小型公司，给予他们条件和资金支持，并且期待行业内能出现扶植独立游戏开发商、中小型公司的金融机构，在企业或个人遭遇危机时能及时纾困，帮助开发者理清道路，避免行业陷入僵局。

# 《纸嫁衣》改编电影：中式恐怖游戏能否出圈？

## 两部系列游戏改编电影已备案

本报记者 许心怡 吴可仲  
上海报道

近日，两部《纸嫁衣》游戏改编电影备案的消息曝光后，引起玩家的密切关注。然而，备案信息中的剧情梗概与游戏原作的设定、情节存在出入，一些玩家不太看好改编作品。

关于改编《纸嫁衣》的初衷和方式，《纸嫁衣》团队和备案公司均未向《中国经营报》记者作出回应。一家影视公司对记者表示，项目仍在开发中，开机时间等尚不确定。

2020年前后，中式恐怖题材在游戏圈内兴起，悬疑题材作品在影视圈中的地位提高。然而，游戏的叙事方式与影视作品迥然不同，《纸嫁衣》改编成电影是否可行尚未可知。

国家电影局官网显示，《纸嫁衣：奘铃村》和《纸嫁衣：鸳鸯债》分别出现在今年6月和10月的全国电影剧本(梗概)备案、立项公示的名单中。

公示信息显示，《纸嫁衣：奘铃村》由成都宫羽乐动文化传播有限公司备案，梗概中描述：“民国时期，民俗学者陶梦嫣为探寻纸嫁衣民俗

传闻背后的真相，与封建势力斗智斗勇，最终将罪恶之人绳之以法。”

《纸嫁衣：鸳鸯债》由象山米和花文化传媒有限公司备案，梗概介绍：“王娇彤因为患抑郁症的爱人申墨卿离世，深陷痛苦而无法走出，但通过心理治疗，在催眠世界里理解了爱人生前对她的爱意，终面对现实，走出抑郁症，开始新生。”

## 有意扩大IP影响力

《纸嫁衣》IP诞生至今不过3年，已经收获了大量关注。

公开信息显示，在推出前作《十三号病院》之后，《纸嫁衣》第一部于2021年诞生。截至今年7月，《纸嫁衣》系列已更新至第五部，TapTap评分均在9以上。目前，第六部也已经开启预约。

## 恐怖、悬疑题材并起

《纸嫁衣》接连推出作品的背后，正是中式恐怖题材在游戏圈中兴起之时。中式恐怖游戏往往以一个愚昧落后的环境为故事背景，将玩法与中国传统民俗元素结合，给玩家带来感官刺激的同时，引导玩家对悲剧故事进行反思。

令人耳熟能详的作品包括《烟火》《港诡实录》《纸人》等。一些厂商开始专攻中式恐怖题材——除了《纸嫁衣》的开发团队成都心动互娱科技有限公司，还有勾陈一工作室，其开发了《引魂铃》《长生祭》《阿姐鼓》《阴阳锅》《点灯》等多款

作品中出现了《纸嫁衣》的名称、故事、角色等涉及知识产权的元素。该公司表示，彼时未授权任何企业组织或个人在综艺节目、密室逃脱、剧本杀等场景中使用《纸嫁衣》系列作品中的相关知识产权，并表示希望创作者们尽可能以独有、原创的思路和方式以

不同方案和角度呈现民俗文化的魅力。

今年以来，《纸嫁衣》已经有多个IP战略动作。7月，《纸嫁衣》和女性向游戏《花亦山心之月》展开联动；10月，《纸嫁衣》和上海欢乐谷联动，推出主题鬼屋。此外，还有两部作品接连确定将被翻拍成电影。

寻求翻拍游戏作品，或许是影视行业在悬疑题材大热的背景下寻找灵感的一个方向。不过，《纸嫁衣》被改编后更倾向于何种题材，目前暂未可知。

在电影领域，《消失的她》成为今年上半年最大“黑马”。猫眼专业版显示，这部影片累计票房达35.23亿元，位列中国电影票房总榜第13名。此后，《孤注一掷》《八角笼中》《第八个嫌疑人》等悬疑、罪案题材的电影接连上映，赢得好口碑和票房。

关于将《纸嫁衣》改编成电影的初衷和改编方式，记者联系到象山米和花文化传媒有限公司的母公司北京米和花影业有限公司。工作人员表示，制作人因病无法接受采访，项目仍在开发阶段，开机时间暂不确定。成都宫羽乐动文化传播有限公司方面尚未作出回复。

关于《纸嫁衣》是否有扩大IP影响力的计划，以及翻拍是否为IP战略的一部分，授权翻拍时是否对改编作出建议和限制等问题，记者联系《纸嫁衣》的开发商成都心动互娱科技有限公司和发行商成都星驰互娱科技有限公司方面采访，截至发稿未获得回复。

关于《纸嫁衣》是否有扩大IP影响力的计划，以及翻拍是否为IP战略的一部分，授权翻拍时是否对改编作出建议和限制等问题，记者联系《纸嫁衣》的开发商成都心动互娱科技有限公司和发行商成都星驰互娱科技有限公司方面采访，截至发稿未获得回复。

寻求翻拍游戏作品，或许是影视行业在悬疑题材大热的背景下寻找灵感的一个方向。不过，《纸嫁衣》被改编后更倾向于何种题材，目前暂未可知。

在电影领域，《消失的她》成为今年上半年最大“黑马”。猫眼专业版显示，这部影片累计票房达35.23亿元，位列中国电影票房总榜第13名。此后，《孤注一掷》《八角笼中》《第八个嫌疑人》等悬疑、罪案题材的电影接连上映，赢得好口碑和票房。

但是，由于叙事方式的不同，游戏改编电影成功者寥寥。张书乐指出，游戏改编和网文、小说改编有很大不同，在国内真正实现破圈的只有情感强烈且本身塑造了仙侠剧情的《仙剑奇侠传》。

《纸嫁衣》改编后能否成为第二个《仙剑奇侠传》，仍是个未知数。

# 中国广电新棋局： 完成5G布局 杀入数智化赛道

本报记者 谭伦 北京报道

初步完成向5G运营商的角色转型后，中国广电正朝着更多元化的目标迈进。

11月29日，天眼查平台显示，中国广电旗下的子公司中广宽带网络科技有限公司（以下简称“中广宽带”）已于11月23日完成更名，更名后为中广数智科技（北京）有限责任公司（以下简称“中广数智”），法人代表为向永刚。中国广电网络股份有限公司作为其最大股东，对其持股比例为35%。

同时，《中国经营报》记者查阅

发现，中广宽带的主要变更信息还包括经营范围。中广数智新增了5G通信技术服务、人工智能通用应用系统、人工智能应用软件开发、家用电器研发、家用电器零配件销售、家用电器销售、日用家电零售、工业互联网数据服务、区块链技术相关软件和服务等多项内容。

对于此次更名，记者也向中国广电方面进行了确认。除了已公布的相关信息之外，对方表示，未有更多相关信息可以透露。但在业内，中国广电的这一动作则被视为此前公开的数智化战略的一环。记者注意到，在今年4月举行的第六届数

字中国建设峰会期间，中国广电董事长宋起柱就曾表示，作为媒体、信息、科技融合的中央大型文化企业，中国广电正切实担负起数智化社会建设主力军的企业使命。

“从企业发展而言，中国广电进入向数智化赛道是大势所趋。”广电产业分析师吴纯勇向记者表示，数智化业务是当前科技企业都在涉足的一大方向，尤其是中国广电这类业务综合且多元的中大型科技企业，探索创新数智化业务才能保证企业自身的竞争力。在此背景下，此次更名也可视作一次行业趋势性的新尝试。

**广电数智化之路** 中广数智目前已推出宽带全流量、流量交换等平台型业务，聚合业内领先的数字化应用。

回顾中广宽带的发展历史不难发现，中国广电的数智化重任落于其身上，也属有迹可循。

公开信息显示，中广宽带成立于2018年10月，其最初由中国广电控股子公司中国有线、重庆有线、山东广电网络、上海东方有线、云广互联等联合注册设立，最初定位为广电行业内全国性宽带综合业务运营公司，主要为全国广电网络运营商宽带业务发展提供技术支持和服务。

2020年，中广宽带首次与各省网进行合作探讨，意图将广电5G应用平台与宽带电视等相关业态服务进行应用推广。而在年末，负责承担广电全国5G承载光缆干线网络运维工作的中国有线退出中广宽带的股东身份，同时也将其所持股权转让给中国广电。

中国广电集团的相关人士告诉记者，此次退出，已经表明集团

意图将中广宽带的身份由次级子公司变为直接控股，其目的应是将其作为集团旗下践行新业务战略的主体，便于直接管理且高效执行集团战略。

而这一新战略，也在中广宽带随后的业务变化中逐渐清晰。2020年11月，广电总局印发《关于加快推进广播电视台深度融合发展的意见》中，首度提出对“加快广电新基建和5G应用、打造广电5G应用平台”的意见。随后，中广宽带的经营范围发生变更，主要增加“广播电视台节目制作”。

据悉，中广宽带彼时正在着手广电5G应用平台的相关工作，该应用平台主要依托有线、提升有线、服务有线，可为有线网提供应用，涉及到了融合跨端、内容建立、宽带电视等业务方向。

对此，吴纯勇认为，中广宽带

作为广电旗下业务创新的运营主体，在彼时已经显露。广电5G应用平台包括融合跨端、内容建立、宽带电视等业务，是广电探索新型数字化业务的试验田，而从其后的演变来看，这些也是数智化转型的基础业务。

在吴纯勇看来，进入2023年后，随着云、大数据与人工智能的浪潮汇聚，中国广电也进一步认识到，应抓住各行业开启的数字化转型机遇，服务开拓更广泛的政企市场，这使得中广宽带有了新的任务与角色。

据悉，中广数智目前已推出宽带全流量、流量交换、分布式数据中心、云网协同、智算云、中国广电云电脑等平台型业务，聚合业内领先的数字化应用，将积极布局包括大视频、物联网、大数据、大模型、数智化服务在内的广电5G融合标准化开放性平台。

**运营商整体转型** 在中国广电成立中广数智后，我国四大运营商已全部成立数智化业务子公司。

伴随中国广电的入局，运营商整体开启数智化转型的大势，也已进一步明朗。记者注意到，不独中国广电，过去三年来，三大电信运营商此前已相继成立或将旗下子公司更名为数智业务公司，意图拓展新业务领域。

2021年2月7日，中国联通率先成立联通数字科技有限公司（以下简称“联通数科”），在原联通系统集成有限公司、联通云数据有限公司、联通大数据有限公司、联通物联网有限责任公司、联通智慧安全科技有限公司基础上组建而成，注册资本89.4亿元。

中国联通方面介绍，联通数科将不断提升为数字政府、智慧城市、生态环境、智慧文旅、数字国企、智慧医疗、智慧教育等领域服务能力，致力于成为政企客户数字化转型专家。

同年8月，中国移动也授权

**新阶段的蜕变** 中国广电在打造数智化业务上显然也需要避免同质化的思路。

作为最后一个进入数智化赛道的运营商，中国广电显然也要面对更多的竞争压力。在三大运营商都积极抢占数智化市场的背景下，中广数智的前景，也需要面对更多层面的考验。

杨光认为，互联网厂商的壮大，以及新兴技术的出现，使得电信市场相比过去多了很多强有力的竞争者，这令传统色彩较为浓厚的运营商近年来的创新意愿和危机意识非常强烈，也愿意在新技术领域积极尝试且付出投入，这是运营商进入数智化赛道的优势。但是，由于研发能力和打造产品的能力相比互联网厂商仍有欠缺，因此，运营商数智化业务能在多大程度上成功，还有待观察。

而在吴纯勇看来，区别于三

中国移动设计院成立了“中移数智科技有限公司”，注册资本6亿元。记者从中国移动方面获悉，中移数智的定位是中国移动集团全公司数智化转型咨询责任主体，负责打造中国移动特色AaaS的数智化转型方法论和咨询服务，致力于打造国际一流的数智科技咨询及服务公司，其业务主要包括数智化转型咨询和数智化解决方案两大类。

中国移动董事长杨杰彼时表示，信息通信业正迈入数智化发展新阶段，公司将加速数智化转型落地。同年，他宣布明确集团未来将以“推进数智化转型，实现高质量发展”为发展主线。

其后，中国电信也开始行动。2022年3月，成立于1996年的中国电信集团系统集成公司正式更名为中电信数智科技有限公司。工商信息显示，其注册

资本由5.42亿元增至30亿元，增幅超453%，同时，经营范围也新增人工智能应用软件开发、智能无人飞行器销售、智能车载设备销售等。

而在中国广电成立中广数智后，我国四大运营商已全部成立数智化业务子公司。Omdia电信战略高级首席分析师杨光表示，近年来，为了突破业绩瓶颈，电信运营商一直都在强调增加第二曲线业务收入，后者主要依托云计算、大数据、人工智能、物联网、5G行业应用等新型市场，这些领域也是当前企业数字化的主要方向。

“尤其是在5G全面商用后，运营商需要尽快收回此前建网投入的高成本。”杨光表示，这使得当前运营商在创新数智化业务领域达成一致共识，并且都积极外拓。

展，助力各行各业加强数字化信息化应用能力建设。

而为了强化竞争能力，中国广电也在更新战略版图，打造一体化的运营策略。记者注意到，今年以来，中国广电对旗下的多家专业子公司进行调整，包括中广移动网络有限公司正式启动注销，同时中广资本控股（北京）有限公司也更名为中广极视听（北京）科技有限公司，此外，中广电设计研究院有限公司也被直接纳入中国广电旗下。

种种动作标志着中国广电正在进入新的发展阶段。吴纯勇表示，数智化战略将是中国广电迈入新阶段后的一步棋，但不会是唯一的一步，随着业务层面的创新，中国广电还存在更多可能的探索方向。

广告

# 商学院

BUSINESS MANAGEMENT REVIEW 终身学习·智慧经营

## 一座开在你身边的 没有边界的商学院

### 2024年

### 征订 现已开启·全年订阅价格：

二十载风雨，我们共走时光的长廊；初心始终，似烛火般微弱却坚定。

感激岁月的徜徉，感激每一个为我们奉献的读者。

二十年，是时间的积淀，也是我们不变的信仰。

这段历程是青春的宝藏，是梦想的翅膀，与您共同书写的篇章永远闪耀。



不忘有你。  
感恩初遇。  
二十载时光，  
同你共度。

邮发代号：2-520  
邮局订阅：11185  
全彩印刷 全国发行  
每月 8 日出版

# AI生成视频渐成风口

本报记者 李玉洋 上海报道

日前，一家仅成立半年的AI初创公司Pika Labs，成为硅谷炙手可热的宠儿：不仅获得了诸多风投公司的青睐，还吸引了不少明星投资人的关注和投资，比如OpenAI联合创始人Andrey Karpathy、Hugging Face联合创始人兼首席执行官Clem Delangue、Github前首席执行官Nat Friedman，以及知名问答网

站Quora的创始人Adam D'Angelo等。

不仅如此，这家主打AI视频生成的初创公司还带火了A股上市公司信雅达(600571.SH)，让其股价在2023年11月30日和12月1日、4日、5日、6日、7日连续6个交易日涨停，只因Pika联合创始人郭文景(Demi Guo)是信雅达实际控制人郭华强的女儿。尽管信雅达在11月30日A股收盘后发出澄清公告称，公司注意到媒体关

于视频生成应用Pika的相关报道，Pika开发团队创始人之一郭文景系公司实际控制人郭华强女儿，除上述关系外，公司与Pika无其他关系。截至目前，郭文景未在公司担任任何职务，公司未投资Pika，也未与Pika有任何业务往来。随后几日，信雅达多次发出内容类似的澄清公告，但没有起到给疯狂的投资者降温的作用。不过，《中国经营报》记者注意到，从12月8日起，信雅达股价

已开始回调降温。

无论如何，Pika看起来是要脱颖而出。与现有的其他AI生成视频类应用相比，Pika究竟有哪些独特之处？A股和中国市场对Pika的这种关注将带来哪些影响？针对以上问题，记者通过电子邮件、社交媒体私信等方式联系Pika方面，截至发稿未获回复。

剔除话题炒作成分，记者还注意到，Pika所在的AI视频生成

赛道目前已经渐成风口。据记者不完全统计，从11月份起，至少已经有5款国内外AI生成视频类应用或发布或迎来重大更新，比如11月16日Meta发布了Emu Video，11月18日字节跳动发布了PixelDance，11月21日Stable AI推出了视频工具Stable Video Diffusion等。

“随着技术的不断进步和应用场景的不断扩展，AI文生视频/图生视频等赛道将会继续

保持快速发展的趋势。未来一两年内，这个领域将会出现更多的创新和突破，包括更加智能的视频生成技术、更加丰富和多样化的应用场景以及更加完善和成熟的技术标准和商业模式等。”天使投资人、资深人工智能专家郭涛对记者表示，这个领域也将面临一些挑战和难点，比如数据安全和隐私保护、商业化模式和市场接受度等问题。

## 4个人、8个月和2亿美元估值

“Pika这家公司核心技术优势在于其AI算法和模型能力，以及其独特的数据处理方法。”

今年4月，当时只有4人的Pika成立，公司定位于AI视频生成工具，致力于让每个人都成为创意视频导演和制作人。7月，Pika在社交消息应用程序Discord上开放了服务，用户在聊天框中输入文字，就能收到AI生成的视频。

公司成立8个月后的11月底，新的Pika 1.0对外发布并火速破圈，引来Stability AI创始人、OpenAI技术大牛等人的点赞。于是，更多关于Pika的信息被爆料出来。

目前，公司4位全职员工中的联合创始人郭文景和联合创始人兼CTO Chenlin Meng都是斯坦福大学AI Lab博士生；三号员工Karin Chen拥有卡内基梅隆大学的ML&CV(机器学习和计算机视觉)硕士学位，曾在商汤科技担任工程师；4号员工Matan Cohen-Grumi主要聚焦在创意领域。

其中，郭文景颇受瞩目：2015年，她被哈佛大学提前录取，得到新华网、中国日报网、《杭州日报》等主流媒体的关注报道。从哈佛大学获得数学学士学位和计算机科学硕士学位后，郭文景继续攻读斯坦福大学计算机博士学位，专攻NLP(自然语言处理)和图形学。上学期间，她先后在Meta AI Research、微软、Google Brain等公司和团队实习工作。

在发布新产品的同时，Pika也表示累计融资5500万美元。外媒



AIGC大火，图为今年7月在上海举行的2023世界人工智能大会上展示的AIGC虚拟人视频。

视觉中国/图

报告显示，Pika估值在2亿美元到3亿美元之间。而据The Information报道，成立5年的AI视频生成公司Runway在今年6月获得谷歌1亿美元的D轮融资，最新估值为15亿美元。

谈起Pika的诞生，其和Runway之间还有一段渊源。2022年年底，郭文景和同学参加了Runway举办的首届AI电影节，她认为Runway和Adobe Photoshop当时的AI工具并不算好用。于是，郭文景和Chenlin Meng从斯坦福大学休学，Pika由此诞生。

据了解，Pika对标Runway、Midjourney以及Adobe Photoshop的视频生成工具，通过输入文字、图片，它能够生成不同风格的3D动画、动漫、卡通和电影，

并支持对于视频的实时编辑和修改。

“Pika这家公司核心技术优势在于其AI算法和模型能力，以及其独特的数据处理方法。”中关村物联网产业联盟副秘书长、专精特新企业高质量发展促进工程执行主任袁帅表示，Pika的未来成长性在于其强大的技术实力和广泛的应用场景。

中信证券一份研报称，Pika 1.0视频生成效果和产品易用度均较为理想，讨论度较为出圈，有望提振市场对于AI应用落地的信心；文生视频的应用有望率先在短视频、动漫两大领域落地。

目前，Pika租用了几百个GPU，Pika 1.0正是基于这些

GPU构建的。Pika产品尚处于免费开放模式，社区用户已经超过54万人。

随着Pika 1.0爆火和新一轮资金的到位，Pika也开启了新的招人计划，从技术、产品到运营都有需求，团队明年计划扩展到大约20人。Pika团队还表示，正努力改进他们的算法以增强模型性能，并开发新算法来过滤掉可能引发版权诉讼的、受版权保护的内容。

“Pika已经吸引了硅谷的一些知名投资人，这为他们提供了与行业内其他公司合作的机会。通过与其他公司的合作，Pika可以扩大其影响力，并进一步推动其产品的发展。”提及Pika未来的成长性，郭涛如此表示。

## 进入爆发期

未来一两年内，AI生成视频领域将会出现更多的创新和突破，包括更加智能的视频生成技术、更加丰富和多样化的应用场景和更加完善、成熟的技术标准和商业模式等。

值得一提的是，就AI生成视频整体赛道而言，近段时间迎来“爆发期”的，不只是初露锋芒的Pika。

据不完全统计，从今年11月份以来，已有5个AI视频生成产品发布或迎来大更新：11月3日，Runway的Gen-2发布里程碑式更新，能支持生成4K清晰度的视频；16日，Meta发布Emu Video；18日，字节跳动发布PixelDance。此外，AIGC领域的佼佼者Stability AI也推出了自家的视频工具Stable Video Diffusion。

据悉，作为AI生成视频赛道的先行者，Runway成立于2018年，先后推出针对个人和企业用户的30多种人工智能工具，包括文本到图像、图像到图像、替换背景、绿屏、擦除和替换等，旗下产品RunwayML已经被用在好莱坞大片里，比如奥斯卡获奖影片《瞬息全宇宙》。最近，Runway还更新了“运动笔刷功能”，只需要用鼠标进行涂抹动作，就能让静态图片变成动态视频，且效果流畅逼真。

而英国AI初创企业Stability AI成立于2019年，最知名的产品是文生图应用Stable Diffusion。2022年10月，该公司获得1.01亿美元融资，估值达到约10亿美元，由此晋升为AI独角兽。但公司近期发展并不顺利，陷入侵权丑闻，

投资方Coatue公开质疑公司管理团队，并试图出售公司。

“AI文生视频/图生视频等赛道现状竞争激烈，同时存在着巨大的发展潜力。目前，这个赛道已经出现了一些优秀的公司，比如Pika、Runway、Stability AI等，这些公司都在各自的领域中有着显著的优势和特点。”袁帅表示，未来未来一两年，随着AI技术的不断发展，AI生成的视频质量会更加真实、生动，同时也会拓展其应用场景。

“同时，文生视频/图生视频的商业模式也将不断探索和创新，比如通过API接口的方式提供服务、通过订阅服务的方式收费等。”袁帅表示，将来文生视频/图生视频技术还将与VR、AR等技术进行融合，从而使得生成的视频质量再上一台阶。

郭涛也认为，未来一两年内，AI生成视频领域将会出现更多的创新和突破，包括更加智能的视频生成技术、更加丰富和多样化的应用场景和更加完善、成熟的技术标准和商业模式等。

“同时，这个领域也将面临一些挑战和难点，例如数据安全和隐私保护、商业化模式和市场接受度等问题。”郭涛表示，随着技术的不断进步和应用的不断深化，这些问题也将得到逐步解决和克服。

# 字节跳动加速AI布局

本报记者 李昆昆 李正豪 北京报道

## 创建AI智能体

11月27日，亦即字节跳动确认收缩游戏业务当天，《中国经营报》记者注意到，字节跳动成立了一个新的AI(人工智能)部门Flow，技术负责人为字节跳动技术副总裁洪定坤，业务带头人字节跳动大模型团队的负责人朱文佳。Flow的相关招聘信息显示，Flow是字节跳动旗下AI创新业务团队，目前已在国内和海外分别上线了豆包和Ci-ci两款产品，还有多个AI相关创新产品在孵化中。业内普遍认为，这也许是字节跳动在收缩游戏业务的同时，加码AI应用开发的信号。

《中国经营报》记者打开豆包App发现，发现其已经上线了编程助理、文学伴侣、爆款文案、恋爱大师等应用功能，值得一提的是，豆包上还上线了创建AI智能体功能，所有用户都可以在豆包上创建自己的AI智能体。

记者询问豆包都有哪些应用场景，结果显示：“我是字节跳动公司基于云雀模型开发的人工智能，我的名字叫豆包。我可以应用于自然语言处理、对话系统、智能客服、内容生成、智能助手、教育培训等场景。这些只是我的一些应用场景，随着技术的不断发展，我的应用场景还会不断扩展。”

而Cici主打海外市场，2023年8月已在海外多个市场上线，目前已在36个国家和地区上线，基本上除了欧美成熟市场之外的全球其他区域均有覆盖。

景都出现了AI的加持。

在豆包的界面中，尤其引人注意的是，每个用户都可以在豆包上创建自己的AI智能体来获取粉丝，粉丝可以与AI智能体对话。记者试着在豆包上创建了自己的智能体，咨询问题都会收到自动回复。

比如，记者问豆包的数据来源来自哪里，豆包是这样回答的：“我是基于字节跳动的云雀模型开发的人工智能，我的训练数据来自于互联网、书籍、新闻、社交媒体等多个领域的文本数据。这

些数据经过清洗、预处理和标注等一系列处理步骤后，被用于我的训练。”

谈及豆包与OpenAI、文心一言等大模型产品的区别，盘古智库高级研究员江瀚告诉记者：“从优势来看，一是专注于某一领域，豆包可能专注于某一特定领域，如娱乐，这使得它在该领域内的理解和应用可能更深入。二是本地化优势，如果豆包是针对某一特定地区或国家开发的，它可能更好地理解该地的文化、习惯和语言，从而

在某些任务上表现出色。从劣势看，一是规模较小，与OpenAI和文心一言等相比，豆包可能在模型大小、训练数据量和计算资源上都有所限制，这可能会影晌其在某些任务上的性能。二是通用性差，由于豆包当前专注于某一领域或地区，它在其他领域或地区的性能不如大型通用模型。”

记者了解到，豆包的训练数据来自互联网上的大量文本，包括新闻、博客、小说、论文等，而OpenAI的训练数据则

来自多个领域的文本，包括科学、技术、艺术等；豆包的模型结构是基于深度学习的，使用了多层神经网络，而OpenAI的模型结构则是基于强化学习的，使用了深度强化学习算法；豆包的应用场景主要是自然语言处理，包括文本生成、问答、翻译等，而OpenAI的应用场景则更加广泛，包括机器人、游戏、金融等领域。

总的来说，目前豆包和OpenAI的区别可能在于其训练数据、模型结构和应用场景不同。

## 大模型百花齐放

大模型是今年互联网行业的关键词。实际上，从2021年起，中国就涌现了一些有代表性且具备影响力的大模型。受ChatGPT影响，国内大模型在2023年进入高速发展阶段，一时间呈现“百模大战”局面。根据赛迪顾问数据，截至2023年7月底，中国累计发布了130个大模型，其中64个大模型是在2023年内发布。国内大模型技术分布基本与海外一致，65%的大模型集中在自然语言领域，22%的大模型集中在多模态领域。

从全球范围来看，中国和美国在大模型领域引领全球发展。根据中国科学技术信息研究所、科技部新一代人工智能发展研究中心联合发布的《中国人工智能

大模型地图研究报告》，截至2023年5月，美国已发布100个参数规模10亿以上的大模型。中国亦积极跟进全球大模型发展趋势，自2021年以来加速产出，如2021年6月北京智源人工智能研究院发布1.75万亿参数量的悟道2.0、2021年11月阿里M6大模型参数量达10万亿等。

同时，在应用方面，基于通用大模型能力已相对成熟可用，其上的应用生态已逐渐繁荣。得益于对先进算法模型的集成以及较早的产品化，OpenAI不仅展现了GPT(生成式预训练Transformer模型)在人机对话中的超预期表现，同时基于GPT的应用生态也已逐渐繁荣，微软新款产品(Bing、Windows操作系统、Office、浏览器、Power Platform等)、代码托管平台GitHub、AI营销创意公司Jasper等均已接入GPT。

2023年，字节跳动在AI领域的动作明显加快。6月，火山引擎发布大模型服务平台——火山方舟，运营模式是在一个平台内提供多个模型，让企业用户同步试用，并选用更适合自身业务需要的模型组合，本质上扮演了“卖铲人”的角色。其自研的通用大模型“云雀”始终没有官宣，直到今年8月才在首批通过《生成式人工智能服务管理暂行办法》大模型名单中露出。8月17日，字节跳动公测基于云雀大模型开发的AI聊天机器人“豆包”，面向C端市场发力AI应用。此外，市场还传出了字节跳动正在计划开发云端AI

芯片和Arm服务器芯片的消息。

在算力储备方面，字节跳动今年向英伟达订购的GPU产品总价超10亿美元，接近英伟达去年在中国销售的商用GPU总和，而GPU是AI训练不可或缺的计算基础设施。

谈及是否看好豆包未来的发展，财经专栏作者马继鹏对本报记者说，“目前来讲，还是比较有潜力的，可能取决于几个方面，一是字节跳动的云雀模型在业内来说还是比较先进的，之前有消息说字节跳动在AI芯片储备方面还是有优势的，所以它的底层技术实力不用担心。二是字节跳动有很好的写大模型代码的人。三是因为字节跳动也有庞大的数据能力，一定会把云雀大模型训练得

比较聪明。基于以上三点，如果这个大模型本身比较先进、比较聪明的话，那它上面的应用应该也不会太差。”

江瀚认为，豆包的未来取决于多个因素，包括其技术路线、市场定位、合作伙伴和竞争格局等。如果豆包无法突破技术或资源的限制，或者面临激烈的竞争和市场压力，它的未来发展可能会受到挑战。但如果豆包能够继续深化其在特定领域或地区的技术和应用优势，并与其他企业或机构建立合作关系，它有可能在该领域或地区取得领先地位。另外，如果豆包能够持续投入研发，跟上技术发展的步伐，并扩大其模型和数据的规模，它也有可能成为一个更具竞争力的通用模型。

# 闻泰科技放弃“特定客户”订单 或损失超7亿利润

本报记者 陈佳岚 广州报道

两年半前，闻泰科技(600745.SH)耗资24亿元收购欧菲光(002456.SZ)两项资产，进入苹果供应链。如今，闻泰科技接盘欧菲光摄像头模组业务的项目已生变数。

12月1日晚，闻泰科技发布公告称，基于特定客户最新业务进展情况并结合市场环境变化以及公司业务规划，决定停止生产特定客户光学模组产品。对光学模组业务中涉及特定客户的资产进

行一次性减值处理，预计将减少公司2023年年度净利润合计约7.33亿元。

《中国经营报》记者以投资者身份致电闻泰科技投资者关系部时，该部门工作人员表示：“停止生产与特定客户的合作是公司自

己做的决策。此外，光学业务仍继续推进。”

记者亦发采访邮件至闻泰科技方面，截至发稿未获得回复。

截至12月6日收盘，闻泰科技股价已连跌三日。

## 停止特定客户激起市场反应

特定客户光学模组业务已从月亏损几千万元的状态到季度层面实现基本盈亏平衡，但闻泰科技最终还是决定放弃了。

12月1日，闻泰科技发布《关于得尔塔业务进展的公告》披露称，广州得尔塔影像技术有限公司(以下简称“得尔塔”)母公司珠海得尔塔科技有限公司召开董事会会议，基于与特定客户最新业务进展情况并结合市场环境变化以及公司业务规划，决定停止生产特定客户光学模组产品。

尽管闻泰科技并未披露“特定客户”的具体名字，但外界普遍认为是苹果公司。

而记者也注意到，本次停止生产的光学模组业务板块是由闻泰科技于2021年从欧菲光手里购得。彼时，欧菲光因被苹果剔除供应链，相关资产被闻泰科技接盘。得尔塔此前是欧菲光子公司，是光学模组领域全球领先的供应商之一，也是苹果公司摄像头模组业务的供应商。

2021年3月29日，闻泰科技与欧菲光及其子公司签署相关协议，拟以现金方式购买得尔塔100%股权以及江西晶润光学有限公司拥有的相关设备，交易作价合计为42.4亿元。

闻泰科技表示，特定客户光学模组业务项目进入正式量产及常态化批量出货阶段后，运行平稳，得尔塔生产经营正常进行。而2023年11月30日，得尔塔光学模组业务向境外特定客户出货的产品完成了现有订单生产工作，且目前未再取得新的订单。就此董事会召开会议，基于与特定客户最新业务进展情况并结合市场环境变化以及公司业务规划，决定停止生产特定客户光学模组产品。

公司对光学模组业务中涉及

特定客户的资产进行一次性减值处理，预计将减少年度净利润约7.33亿元。

闻泰科技2022年的净利润为14.6亿元。也就是说，与特定客户停止合作将对公司的净利润带来较大影响。

而闻泰科技停止特定客户业务的公告也在资本市场上引起了不小反应。12月4日，闻泰科技开盘走低，盘中跌超9%，当日股价跌6.59%。闻泰科技亦召开电话会议，解答机构投资者相关疑惑。

“完成收购后，经过公司的努力运营，光学模组业务从最开始的每月亏损数千万元发展到实现盈亏平衡。今年11月底，我们已完成了特定客户光学模组产品现有订单生产工作，且目前未再取得新的订单。”闻泰科技再次强调，公司特定客户光学模组产品不存在产品质量问题、工厂技术问题或生产能力问题，光学模组业务管理层对未来规划作出评估，并思考在现下市场环境光学模组业务是转型或继续拿特定客户新订单。

当记者以投资者身份致电闻泰科技投资者关系部时对方亦表示：“订单生产完了，暂时也没有特定客户的其他订单，为此公司决定暂停与特定客户的生产合作。”

记者了解到，目前苹果iPhone手机摄像头模组的供应商包括LG Innotek、夏普、高伟电子、鸿海、舜宇光学等。

有手机摄像头行业人士对记者提醒道，苹果本身在有意去国产化。此外，闻泰科技的模组产品竞争力并不强。

而此前亦有上游产业链人士向记者分析：“通常做苹果的订单，老大才会赚钱，老二差不多能盈亏平衡，老三一般会赔钱。”就此可以分析，闻泰科技光学模组产品由于规模不够，不赚钱也不足为怪。

根据闻泰科技的年报数据，其光学模组业务2021年、2022年、2023年前三季度分别亏损3.35亿元、3.35亿元、0.38亿元，累计净亏损达7.08亿元。整体而言，光学模组业务仍是一个赔钱的买卖。

不过，特定客户光学模组业务也已从月亏损几千万元的状态到季度层面实现基本盈亏平衡，但闻泰科技最终还是决定放弃了。

财务层面上看，在与苹果的合作中，苹果对供应商资产要求具有专用性，这就意味着供应商会有很多专有设备和专有专利，因此一旦停止合作，便意味着原有产线并不能用于其他客户的产品生产，这也

造成了闻泰科技此次大规模的资产减值。此次固定资产及无形资产(即专利)预计分别计提了4.6亿元和3800万元的减值准备。目前，剩下的固定资产与无形资产主要是厂房和土地使用权。

“营收方面，光学模组业务对上市公司整体营收贡献比例不到5%；利润方面，今年前三季度光学模组业务基本处于盈亏平衡状态。”闻泰科技强调，停止生产特定客户光学模组产品对公司营收和利润影响较小。

值得留意的是，早前闻泰科技光学业务持续亏损之际，外界就猜测闻泰科技收购得尔塔业务的作用在于帮助公司切入苹果供应链，战略意义大于业务本身业绩的实际贡献。在成功借力光学模组业务打入苹果供应链并通过苹果审厂认证后，闻泰科技又接连拿下苹果Mac、智能家居等领域

的订单。

尽管闻泰科技并未披露“特定客户”的具体名字，但外界普遍认为是苹果公司。

视觉中国/图

而此前亦有上游产业链人士向记者分析：“通常做苹果的订单，老大才会赚钱，老二差不多能盈亏平衡，老三一般会赔钱。”就此可以分析，闻泰科技光学模组产品由于规模不够，不赚钱也不足为怪。

根据闻泰科技的年报数据，其光学模组业务2021年、2022年、2023年前三季度分别亏损3.35亿元、3.35亿元、0.38亿元，累计净亏损达7.08亿元。整体而言，光学模组业务仍是一个赔钱的买卖。

不过，特定客户光学模组业务也已从月亏损几千万元的状态到季度层面实现基本盈亏平衡，但闻泰科技最终还是决定放弃了。

财务层面上看，在与苹果的合作中，苹果对供应商资产要求具有专用性，这就意味着供应商会有很多专有设备和专有专利，因此一旦停止合作，便意味着原有产线并不能用于其他客户的产品生产，这也

造成了闻泰科技此次大规模的资产减值。此次固定资产及无形资产(即专利)预计分别计提了4.6亿元和3800万元的减值准备。目前，剩下的固定资产与无形资产主要是厂房和土地使用权。

“营收方面，光学模组业务对上市公司整体营收贡献比例不到5%；利润方面，今年前三季度光学模组业务基本处于盈亏平衡状态。”闻泰科技强调，停止生产特定客户光学模组产品对公司营收和利润影响较小。

值得留意的是，早前闻泰科技光学业务持续亏损之际，外界就猜测闻泰科技收购得尔塔业务的作用在于帮助公司切入苹果供应链，战略意义大于业务本身业绩的实际贡献。在成功借力光学模组业务打入苹果供应链并通过苹果审厂认证后，闻泰科技又接连拿下苹果Mac、智能家居等领域

的订单。

尽管闻泰科技并未披露“特定客户”的具体名字，但外界普遍认为是苹果公司。

视觉中国/图

而此前亦有上游产业链人士向记者分析：“通常做苹果的订单，老大才会赚钱，老二差不多能盈亏平衡，老三一般会赔钱。”就此可以分析，闻泰科技光学模组产品由于规模不够，不赚钱也不足为怪。

根据闻泰科技的年报数据，其光学模组业务2021年、2022年、2023年前三季度分别亏损3.35亿元、3.35亿元、0.38亿元，累计净亏损达7.08亿元。整体而言，光学模组业务仍是一个赔钱的买卖。

不过，特定客户光学模组业务也已从月亏损几千万元的状态到季度层面实现基本盈亏平衡，但闻泰科技最终还是决定放弃了。

财务层面上看，在与苹果的合作中，苹果对供应商资产要求具有专用性，这就意味着供应商会有很多专有设备和专有专利，因此一旦停止合作，便意味着原有产线并不能用于其他客户的产品生产，这也

造成了闻泰科技此次大规模的资产减值。此次固定资产及无形资产(即专利)预计分别计提了4.6亿元和3800万元的减值准备。目前，剩下的固定资产与无形资产主要是厂房和土地使用权。

“营收方面，光学模组业务对上市公司整体营收贡献比例不到5%；利润方面，今年前三季度光学模组业务基本处于盈亏平衡状态。”闻泰科技强调，停止生产特定客户光学模组产品对公司营收和利润影响较小。

值得留意的是，早前闻泰科技光学业务持续亏损之际，外界就猜测闻泰科技收购得尔塔业务的作用在于帮助公司切入苹果供应链，战略意义大于业务本身业绩的实际贡献。在成功借力光学模组业务打入苹果供应链并通过苹果审厂认证后，闻泰科技又接连拿下苹果Mac、智能家居等领域

的订单。

尽管闻泰科技并未披露“特定客户”的具体名字，但外界普遍认为是苹果公司。

视觉中国/图

而此前亦有上游产业链人士向记者分析：“通常做苹果的订单，老大才会赚钱，老二差不多能盈亏平衡，老三一般会赔钱。”就此可以分析，闻泰科技光学模组产品由于规模不够，不赚钱也不足为怪。

根据闻泰科技的年报数据，其光学模组业务2021年、2022年、2023年前三季度分别亏损3.35亿元、3.35亿元、0.38亿元，累计净亏损达7.08亿元。整体而言，光学模组业务仍是一个赔钱的买卖。

不过，特定客户光学模组业务也已从月亏损几千万元的状态到季度层面实现基本盈亏平衡，但闻泰科技最终还是决定放弃了。

财务层面上看，在与苹果的合作中，苹果对供应商资产要求具有专用性，这就意味着供应商会有很多专有设备和专有专利，因此一旦停止合作，便意味着原有产线并不能用于其他客户的产品生产，这也

造成了闻泰科技此次大规模的资产减值。此次固定资产及无形资产(即专利)预计分别计提了4.6亿元和3800万元的减值准备。目前，剩下的固定资产与无形资产主要是厂房和土地使用权。

“营收方面，光学模组业务对上市公司整体营收贡献比例不到5%；利润方面，今年前三季度光学模组业务基本处于盈亏平衡状态。”闻泰科技强调，停止生产特定客户光学模组产品对公司营收和利润影响较小。

值得留意的是，早前闻泰科技光学业务持续亏损之际，外界就猜测闻泰科技收购得尔塔业务的作用在于帮助公司切入苹果供应链，战略意义大于业务本身业绩的实际贡献。在成功借力光学模组业务打入苹果供应链并通过苹果审厂认证后，闻泰科技又接连拿下苹果Mac、智能家居等领域

的订单。

尽管闻泰科技并未披露“特定客户”的具体名字，但外界普遍认为是苹果公司。

视觉中国/图

## 笔电、半导体订单是新看点

闻泰科技披露的三季报显示，第三季度半导体业务实现收入为39.99亿元，业务毛利率为37.70%，实现净利润6.83亿元。

记者了解到，闻泰科技是通过收购欧菲光旗下得尔塔借此进入光学领域的，彼时得尔塔只做苹果订单，闻泰科技收购之后在光学领域、苹果客户的基础亦开拓了汽车、安卓等领域的客户。在停止与特定客户合作后，接下来闻泰科技光学业务方面将有何规划？

“光学模组业务此前的业务规划主要往三个方向发展：一是特定客户产品生产，二是与公司ODM(原始设计制造商)业务协同发展，三是从消费电子摄像头向汽车电子领域升级。”闻泰科技表示，目前虽然停止生产特定客户光学模组产品，但不影响对ODM客户业务和汽车电子领域这两个方向的业务规划，公司会审慎评估光学模组业务未来清晰的发展路径。

闻泰科技主营业务涉及产品集成、半导体及光学模组业务。

对于三大板块业务中光学业务板块的未来，闻泰科技提到，公司依然会在光学业务中寻找新的方向，审慎规划，相信未来的这部分业务也不会给公司有较大的拖累。

闻泰科技介绍，在业务发展上有两个方向的规划：一是光学模组业务还有其他ODM客户，例如车载摄像头，这些客户不受影响；二是公司与苹果的合作是多元化的，笔电、智能家居也由闻泰科技供应，并且智能家居产品由公司独供，良率达99%，笔电项目的良率也在99%以上。

闻泰科技还表示，笔电的合作已经是产品集成业务板块最核心的非手机业务，且受益于新产品落地情况与行业整体预期的进一步改善，新的笔电产品订单已经落地，明年会出

现快速增长。

12月5日，Canaly发布预测，全球个人电脑出货量在连续七个季度下跌后有望迎来复苏。在节日旺季和宏观经济改善的推动下，预计2023年第四季度市场将增长5%。展望未来，2024年全年出货量预计达到2.67亿台，较2023年增长8%。

“预测明年PC市场反弹，是因为市场需求已经探底在缓慢提升以及AI功能带来的换机需求。”Canaly中国分析师徐颖对记者分析，到2024年，具备AI功能的个人电脑总出货量将取得19%左右的市场份额。这包括所有的M系列Mac产品，以及Windows生态系统中预计推出的新产品，AI个人电脑将得到快速发展和普及。

闻泰科技投资者关系部人员表示：“公司笔电业务前景预估主要是基于公司现有业务订单作出判断。”

而在半导体领域，闻泰科技11月初刚宣布停止对英国晶圆厂Newport Wafer Fab(简称NWF)的投资规划。不过，半导体业务表现不错。闻泰科技披露的三季报显示，第三季度半导体业务实现收入为39.99亿元，业务毛利率为37.70%，实现净利润6.83亿元。

闻泰科技提到，半导体业务经历了这一年多的周期下行，外界从刚开始质疑到后来发现安世半导体的韧性。尤其是车规半导体公司，汽车客户的占比在60%以上，有非常好的汽车客户资源优势。在利润方面也保持稳健，前三季度单季度基本保持6亿~7亿元收入水平。如果明年消费电子产业能够复苏，闻泰科技原来消费电子产业下降的这部分营收规模会有所恢复。

## 欧盟AI法案落地在即 安全监管渐成全球共识

本报记者 秦泉 北京报道

在给人们带来惊喜之余，AI也衍生出了数据泄露、电信诈骗、个人隐私风险等问题。

对此，各国纷纷制定相关政策法规，规范AI的使用。在国内，此前国家网信办、国家发展和改革委员会(以下简称“国家发展改革委”)等七部门

联合发布《生成式人工智能服务管理暂行办法》；美国此前也发布了一系列监管文件。

在较早将AI监管议题提上日程的欧洲地区，AI监管法

案也将落地。此前，欧洲议会

曾通过了《人工智能法案》(AI Act)谈判授权草案。但法案的后续谈判进行了6个月之久，这也让外界产生了欧盟是否

会在AI领域落后的担忧。

不过，据外媒最新消息，欧洲议会、欧盟成员国和欧盟委员会的谈判代表已就生成式人工智能工具的一系列

控制措施达成一致。《中国经济报》记者注意到，其中就包括在全球关注度都很高的OpenAI的ChatGPT和谷歌的Bard。

## 狂欢下的隐忧

从去年年底由OpenAI研发的ChatGPT引发的AI浪潮，其发展速度超出了所有人的预期，对各个行业的渗透性、扩散性和颠覆性与日俱增，特别是以预训练大模型、AI for Science等为代表的新兴技术正在引发新一轮AI创新热潮。伴随大模型带来的生成式AI突破，科技、经济、社会等领域也有望迎来深刻变革。

这种颠覆性主要体现在，大模型的技术迅速迭代，打破了原有AI技术发展的上限，呈现出数据巨量化、模型通用化、应用模式中心化等特点，以“无限生产”的能力重塑企业生产引擎，推动生产效率颠覆式提升。从全球范围看，世界各地均在积极推动大模型研发和应用。

但与此同时，关于AI监管的问题讨论也一直在持续。

当前，生成式AI的快速发展与相关法律法规、标准体系和伦理规范的建立存在矛盾。隐私与数据保护风险、著作权侵权风险、深度伪造风险、失业加剧风险，以及歧视与偏见风险等问题正在不断暴露。

随着问题的凸显，各国也把对于AI的监管提上日程。斯坦福大学发布的《2023年人工智能

指数报告》中提到，对127个国家的立法记录调研结果显示，包含“人工智能”的法案被通过成为法律的数量，从2016年的仅1个增长到2022年的37个。该报告对自2016年以来81个国家的人工智能法律法规记录的分析也同样表明，全球立法程序中提及人工智能的次数增加了近6.5倍。

除了中美两国之外，欧盟在推动AI立法监管上则相对缓慢。

2023年6月，欧洲议会以499票赞成、28票反对和93票弃权，高票通过了《人工智能法案》谈判授权草案。按照欧盟立法程序，在此之后，欧洲议会、欧盟成员国和欧盟委员会将在进行“三方谈判”后，以确定法案的最终条款。

对此，谷歌全球总裁兼首席法律顾问肯特·沃克(Kent Walker)表示，欧盟应该以最好的AI规则为目标，而不是制定出第一部AI法规。他表示：“技术领先地位需要在创新和监管之间取得平衡。监管机构不应反对人工智能发展进行限制，而是在违反公众信任时追究其责任。”

肯特·沃克说：“我们早就说过，AI太重要了，既不能放任不管，也不能好好监管。监管机构应竞相制定最好的AI法规，而不是第一个AI法规。”

OpenAI首席执行官萨姆·奥特曼(Sam Altman)也认为：“我们不需要严格的监管，未来几代人可能也需要。但在某种程度

## 监管成全球共识

## 1. 方法论

### 工程师文化和OKR

如果你的产品真的和足够有用,就去做,其他东西自然就有了。

如果用一个词描述谷歌的文化和气质,“工程师”可能是最精髓的。从一个小细节就可以窥见一斑:公司名字Google来源于googol,它的意思是10的100次方。

在整个谷歌生态中,工程师处于食物链的顶层。很多讲述谷歌的文章,都会提到“20%制度”——每个工程师都可以自由支配20%的工作时间。也就是说,谷歌工程师每周都可以拿出一整天,用来干任何他想鼓捣的事情。因为谷歌信奉这样的信条:只有让工程师喜欢自己的工作,才能让工作有效率。

许多今天谷歌著名的产品都源于该制度,例如提供邮件服务的Gmail、谷歌最赚钱的广告工具Adsense、月活超1.5亿的谷歌地图。

谷歌首名员工克雷格·西尔弗斯坦表示,我们都希望拥有相同的企业文化,如强调员工自主开发能力、员工可挑选自己喜欢的开发项目、可以畅所欲言等。总而言之,员工要学会自己“找活干”,而不是坐等别人来给你“派活”。

谷歌的创新不仅在于技术,还在于其管理模式上。其内部管理看起来十分松散:员工与总裁同样都要自己去复印资料;员工可以把自己的家搬到公司,随时上班下班;公司里还有游泳池、练琴房等。怪不得众多谷歌人努力要做出成绩,因为把谷歌当做了自己的家,这其实也是顺应了人的本性。

在谷歌创始之初,这种“工程师文化”就已经刻入谷歌的基因中。

20世纪90年代中期,两位年轻的创始人佩奇和布林开始着手研究他们的博士论文项目。当时,已出现一些互联网搜索引擎,但多会按照搜索网站的内容为结果排序,这种搜索结果的准确性和效率都不尽如人意。

佩奇和布林找到了一个更好的方法:如果以网页间的超链接个数分析网页的重要性,并以此排序,搜索结果质量要高得多,因为更重要的页面往往被其他页面更多引用。这套算法就是PageRank算法,后来成为谷歌搜索引擎的基础。

创始人和愿景往往决定一

## 2. 世界观

### 问题导向 开源至上

问题导向让谷歌总能在错综复杂的形势和商战中,回归每个行业的本质和用户需求的起点,抓住最关键的点,独辟蹊径,一击成功。

在同行和网络的一阵嘲笑声中,2004年的愚人节,谷歌干了一件“愚蠢”的事,发布了容量为1GB的免费邮箱Gmail,虽然是免费邮箱,但居然不让随意注册,需要邀请,网上的谩骂声四起,讽刺谷歌的胡闹。相比当时主流的邮箱,只有10M、20M空间,且几乎无限注册来说,谷歌似乎就是专门对着干。

结果由于容量惊人的Gmail,让Hotmail和Yahoo mail的用户大量流失,不得不随后纷纷宣布扩容,继而推出新版;但也因为越难得的东西越珍贵,以至于当时拥有Gmail成了“贵族”的象征。短短两年间,Gmail就跻身世界三大电子邮件提供商之列。

在今年25周年的公开信中,谷歌CEO桑达尔·皮查伊表示,所有公司产品都始于一个问题。Gmail的问题是,我们能否为每个人提供1GB的存储空间?对于Chrome浏览器,则是我们能否打造一款以简单、快速和安全为核心浏览器,让网络变得更好?在Chrome发布前,我自己还提了一个问题:人们会使用它吗?

“每一次,我们都给出了答案,那就是让公司变得更强。我们对于使命的独特关注、将计算机科学应用于改善人们生活的信念以及

个企业的文化,两位工程师创始人,让谷歌的工程师气质与生俱来,也让谷歌的组织结构非常扁平和促成OKR(目标与关键成果法)的推行。

此后谷歌所有的成功似乎都在不断强化这种工程师思维——如果你的产品真的和足够有用,就去做,其他东西自然就有了。

20世纪初期,现代管理理论出现,其先驱者认为,最富有效率的组织应该是独裁式的,有人发命令,有人接受和执行命令,这被称为“泰勒-福特模型”。

半个世纪后,现代管理学之父彼得·德鲁克否定了这个模型,构想出一种新管理理念:具有人文主义的结果驱动型管理。他认为公司应该建立在对员工信任和尊重的基础上,而不仅将其作为获得利润的机器。1954年,德鲁克在《管理的实践》一书中将该原则定义为“目标管理和自我控制”,也成为OKR的起源。

OKR系统主要有四大利器:聚焦、协同、追踪、挑战。OKR是一种精准沟通的工具,让员工明确目标,聚焦到关键的成功要素上;自下而上的OKR,通过强化员工的主人翁意识,促进个人的参与与创新;同时,OKR是由数据驱动的,定期检查、目标评分和持续的重新评估可以让OKR层层落地,而通过挑战极限和允许失败,OKR能够促使员工释放出最具创造力的自我。

研究表明,取得可量化的进步,相比外界的认可、金钱刺激或实现目标本身,对人更有驱动力。谷歌将它们的OKR分为两类,一类称为承诺型目标,另一类称为愿景型目标,前者和日常考核紧密相连,后者更虚幻和偏重战略方向。

在OKR实践过程中,最大阻力通常不是能力和资源,而是来自于认知,思想的转变比工具的应用更重要,很多人把OKR当成类似KPI的考核工具,忽视了背后提倡的透明、信任、自主、结果导向,其实这就是工程师思维的另一种表达。

在谷歌公司金字塔的底部都可以直接去接触沟通最上层的领导,因为他们组织中最重要的是愿景而不是自己的职位,这是一个非常重要的结构。谷歌更希望

对不可能事情的合理漠视,引导了我们的行动。”皮查伊表示。

问题导向让谷歌总能在错综复杂的形势和商战中,回归每个行业的本质和用户需求的起点,抓住最关键的点,独辟蹊径,一击成功。

梳理谷歌过往和成功经历来看,谷歌最主要的差异化优势正在于其开源战略。开源战略可以充分利用谷歌自身积累的业务资源和能力,而且可以最大限度发掘市场的潜力。

截至目前,谷歌已掌握2000多个开源项目,从TensorFlow机器学习库,到Kubernetes云原生开发平台,这些对于B端而言,都是极具吸引力的优质资源。

2007年,乔布斯推出的iPhone手机一炮而红,开启了智能手机的互联时代,当时很多人猜测占据众多资源的谷歌会推出对标的iPhone的智能手机,但谷歌却与34家手机制造商、软件开发商、电信运营商和芯片制造商一同创建了“开放手持设备联盟”,联盟成立当天,谷歌发布了开源的Android(安卓)系统。

尽管和苹果iOS几乎同时发布,但早期安卓系统不稳定、不好

## 谷歌方法论:“神奇小子”的逆袭

**编者按/**最近,谷歌(Google)有点烦。一方面,在公司发布三季报,营收利润均超市场预期,市值却一夜之间蒸发超万亿元;另一方面,针对谷歌的反垄断诉讼此起彼伏,美国司法部对其的垄断诉讼,更是直指要对其进行拆分。

今年刚满25岁的谷歌已具备全球科技巨无霸的一切特征。通常而言,一家企业如果旗下有一款用户过亿的产品,基本就是所在领域的龙头,日子就可以过得很快乐了。而谷歌现在有15款产品,每个产品都服务5亿以上的用户,还有6个产品服务超20亿用户。

1998年,手握Windows和Office两大系统的微软,已牢牢把持着全球的电脑桌面;Yahoo则已成为全球网民的门户网站。同样在这一年的9月,两个还在大学读书的年轻人拉里·佩奇和谢尔盖·布林拿着10万美元的投资成立了谷歌公司,推出Google搜索引擎,25年后的今天,谷歌已经成长为市值近2万亿美元的全球科技巨头。

从一个小打小闹的在线搜索公司到全球多个领域的霸主,谷歌崛起速度之快让业界错愕,任何的成功都是有章可循和值得借鉴的,谷歌在其发展过程中,创造了一系列独特的方法和文化,成为其迅猛崛起过程中的最佳注脚。从本期开始,《中国经营报》记者和你一起回顾梳理全球科技巨头崛起背后的喜怒哀乐和经验教训。



2023Google开发者大会在上海举行。  
视觉中国/图

能够通过文化来赢取员工的心。因为有了共同的价值理念后,大家才会心心相印,才会有心照不宣的默契。

在拿到首笔101万美元的天使投资时,投资人向两位创始人提出了要求:一旦公司开始腾飞,就要聘请一位经验丰富的CEO来管理公司。毕竟,两位创始人对管理经营、客户关系、对外沟通等兴趣不太大。工程师不喜欢经营,他们喜欢创造。

对于许多创业者来说,创业的终极目标就是上市,而佩奇和布林则一直在担心,上市后的一系列公开化运作,会伤害谷歌的独立与价

值观。

2004年,谷歌开始筹备上市。在招股说明书中,还附有一封两位创始人起草的公开信。起初美国证券交易委员会不同意将这份公开信纳入招股书中,因为他们认为信中不含有任何对投资者有用的信息。

尽管如此,谷歌还是据理力争,并把信附在了招股书中。整封信确实与投资者无关,创始人始终在强调谷歌的价值观:着眼于未来、为用户服务、不作恶以及让世界更美好。“谷歌不是一家传统的公司,我们不打算成为他们中的一员。”

代又支持更多功能的扩展,以及集成最强大的搜索引擎的Chrome,开始迅速抢占浏览器市场。2009年,Chrome成为全年市场占有率达到上升幅度最大的浏览器。2010年Chrome市场占有率达到超越Opera和Safari;2012年,Chrome全球市场占有率达到33%,超越IE跃居首位,并延续至今。

Chrome快速普及的一个关键依旧是开源,不同于Safari多年来一直没走出苹果生态,Chrome一开始的目标就不是增高系统的护城河,相反它追求的是市场占有率。2012年,安卓版Chrome在Google Play上发布。第二天Chrome就推出iOS版,全面进军移动平台。

在人手多个数码设备的今天,这种开放性打破了各种生态的壁垒,而丰富的插件商店,也塑造了Chrome用户的使用习惯。

谷歌搜索、安卓系统、YouTube、Chrome……谷歌的各种产品特性不一,领域各异,但都有一个共性:不挑设备、足够开放、足够多的功能、服务大多数、在一个领域做到最佳体验。也因此,谷歌很多产品,至今仍活跃在我们每天的互联网生活里。

## 3. 放大器

### 适时并购 复刻成功

手握技术、资本和掌握了方法论的谷歌开始无边界扩张。

“大多数公司最终之所以会失败,是因为他们在某件事上做得很好,但无法在下一件事上做得更好。他们没有扩大自己的使命,没有挑战自我,没有继续建立其他平台。他们都是渐进主义者。”时任谷歌CEO施密特说。

谷歌这么说,因为它自己就是最佳范例。手握技术、资本和掌握了方法论的谷歌开始无边界扩张,也正是持续成功的并购和复刻成功,一步步将谷歌送上了巅峰。

事实上,除了最开始的谷歌搜索,包括YouTube、安卓系统、谷歌地图等核心业务都是通过并购而来,而且这些服务也为谷歌打下了良好的生态基础,奠定了其霸主地位。

搜索做好了的谷歌,很快就开始了扩张道路。谷歌就像一个敏锐的捕食者,每当一家有前景的业界公司准备起飞或者威胁谷歌现有业务时,就会迅速被其收入囊中。在过去多年,谷歌的这一策略屡试不爽。

回顾全球科技企业的并购史,收购尤其是跨界收购多以失败告终,但“谷歌在并购的过程中做得完备,成功案例居多”。谷歌亚太区原市场总监、宝宝树创始人兼CEO王怀南以YouTube、谷歌地图为例,指明其被并购后不但能融入谷歌文化,在独立发展的过程中,还会被谷歌赋予一个更为健康的商业模式。

2005年1月,Google推出视频共享和搜索服务——Google Video。同年4月,YouTube成立,高举“Broadcast Yourself”(传播你自己)口号的YouTube踩自媒体兴起的浪潮,一年后YouTube宣布每天有超过65000部新视频上传到YouTube,每天有近1亿次的浏览记录。

面对来势汹汹的YouTube,Google Video很快就被边缘化了。打不过就收购,不到半年后的2006年10月,Google宣布用16.5亿美元的高价,收购了创立20个月,当时仅67个员工的YouTube。收购过去的故事正如前文所述,2009年时安卓系统的市场份额还不到2%,但在谷歌开放开源的理念下,在谷歌资金和技术的扶持下,安卓系统进入全球数十亿用户手里,独占着全球手机系统市场的七成份额。

谷歌向业界证明,互联网企业应寻求多元化发展并可以做得很出色。

谷歌从搜索开始,不断将其理念和方法论以及成功,复刻到邮箱、地图、云服务,再到移动操作系统等诸多领域。掌握了成功方法论的谷歌,无远弗届。

## 观察

### 25岁的谷歌不再年轻?

21世纪头二十年,谷歌用一种少年英雄破除种种桎梏和藩篱的冲动和创造力,不断解决互联网时代消费者的种种痛点,持续改造着人们接入互联网的方式,其工程师的气质和技术至上、开源开放的理念,让它成为年轻人眼中最酷的公司,也让它迅速无边界扩张成为巨无霸。

公司成立之初,谷歌就表示要始终坚持“不作恶”的公司原则。但随着公司规模的不断壮大,谷歌发现越来越难以坚持这一原则。谷歌的案例似乎向业界证明,公司规模越大就越难以取悦用户。谷歌将所有人都置于其探照灯下,自己却害怕被他人审视。

日前,美国司法部和八个州正在起诉谷歌并要求将其拆分,指控称:“谷歌正成为互联网的看门人,其使用了反竞争、排他性和非法手段来消除或严重削弱其在数字广告技术上的统治地位所面临的任何威胁。”美国上一次政府出手拆分一家公司还是1984年,美国司法部对电话发明人贝尔创立的美国电话电报公司进行拆分。

这是外部威胁,更大的问题可能还是来自内部,尤其是2015年,谷歌成立Alphabet,谷歌成为这家新的上市控股公司的子公司后。人们已经开始发问,随着第一代谷歌高管层逐渐老去,有了上市资本的利润导向和硬约束,还可以舒服地躺在源源不断的广告利润身上,是否意味着谷歌高管层已丢失了理想主义和公司的初衷使命?

而颇具喜剧意味的是,谷歌成立Alphabet的重要初衷就是,创新实验室X没能再造下一个谷歌,却耗费了大量的资金。18岁前做的梦,是被现实敲醒了,正步入中年的谷歌变得愈发现实,剥离不产生利润的包袱,专注产生利润尤其垄断利润的业务。毕竟好看的报表和飙升的股价,皆大欢喜。

人们奇怪的是,拥有Google Brain和DeepMind的谷歌AlphaGo打败了人类顶尖的象棋和围棋选手,拥有了全球最优秀AI研究人员的谷歌,一

后YouTube仍由其创始人和员工在公司内部运营,谷歌并不直接介入日常运营,但以更深层次的方式影响和加持着YouTube的成长。

成立之初,大量涌入的内容和用户给尚未成熟商业化的YouTube带来了诸多难题,比如版权和带宽,这些问题都被谷歌解决了。

同时在谷歌的支持下,YouTube构建起了相对良性的“用户免费看高质量视频,创作者通过广告分成收益”的商业模式,让自媒体成为一个正规的行业,让YouTuber也可以成为一个职业。伴随着宽带、摄影器材、移动设备的普及,推动了自媒体视频时代的到来。

在谷歌技术和资本的加持下,YouTube持续保持着高增长,陆续甩开了对手MSN Video、Vimeo……在成立18年后,还是全球最受欢迎的视频平台,保持着全球第二大网站的活跃度。

2005年,谷歌收购安卓是谷歌发展史上另一个关键动作。

2003年,由安迪·鲁宾主导的一个极客团队,开发智能手机系统,想去同诺基亚的Symbian和微软Windows Mobile掰手腕,安卓系统就此诞生。两年后,看中移动互联网风潮兴起的谷歌以高于5000万美元的价格,收购了安卓公司。此后,谷歌投入了大量资金和资源来支持安卓系统的开发和推广。

后面的故事正如前文所述,2009年时安卓系统的市场份额还不到2%,但在谷歌开放开源的理念下,在谷歌资金和技术的扶持下,安卓系统进入全球数十亿用户手里,独占着全球手机系统市场的七成份额。

谷歌向业界证明,互联网企业应寻求多元化发展并可以做得很出色。谷歌从搜索开始,不断将其理念和方法论以及成功,复刻到邮箱、地图、云服务,再到移动操作系统等诸多领域。掌握了成功方法论的谷歌,无远弗届。

实际上,GPT技术中的T指的是Transformer语言处理架构,如果把ChatGPT比作是一个人的话,Transformer就是它的大脑。而这项技术就来自Google Brain团队在2017年发布的论文《Attention is all you need》。而如今该论文的8位作者已全部离开谷歌,另外,OpenAI的首席科学家就来自谷歌。

早在2017年,谷歌就研发过一款对话式机器人LaMDA,但谷歌并没有像OpenAI一样将它广泛向公众开放。原因是该AI技术与谷歌核心业务不匹配,谷歌最核心的商业模式是在搜索结果中展示广告,对话式机器人的出现会改变用户获取信息的方式和谷歌卖广告的方式,谷歌没有动力去改变;另外,作为一家全球用户几十亿的大公司,谷歌的每个举措都会产生巨大影响,没有必要冒风险。

犹如当年的谷歌,作为创业公司的OpenAI无须承担这么大的道德压力,也不用为股价负责,自然可以更轻松地把ChatGPT推向市场。而Google正变得日益臃肿、畏手畏脚,直到从领先变成落后。

正如尼采《善恶的彼岸》所说的,屠龙少年终成恶龙。“神奇小子”谷歌终于长成了自己曾经讨厌的样子。

“我们怀念当年的理想主义。当年的谷歌创始团队及高层,都在向外表达要用商业的方式,解决诸多人类社会和现实问题的梦想。”王怀南表示。

让人欣喜的是,谷歌已对生成式AI浪潮作出回应。2023年12月6日,谷歌推出最新AI大模型Gemini,据称该模型在一系列智力测试中表现优于OpenAI的GPT4和“专家级”人类。受此影响,谷歌12月7日在美股大涨5.34%。也许“神奇小子”在新一轮AI竞争中将逐步重新焕发光彩。

本篇文章均由本报记者吴清采写

# 前11月销量两极分化

本报记者 方超 石英婧 上海报道

进入12月份以来，竞相打起价格战的车企们，正成为市场关注的焦点。

《中国经营报》记者注意到，自12月1日起，已有零跑汽车、比亚迪、上汽大众、一汽丰田等近20家车企密集发布降价促销信息。

掀起降价促销热潮的背后，是车企全力冲刺年度销量目标的真实反映，如在新能源汽车方面，除了理

## 新能源车市场由共赢转向分化

在市场竞争愈发激烈的当下，车企销量成绩单正成为外界观察车市走向的重要窗口之一。

梳理造车新势力11月销量成绩单可发现，多数车企皆实现销量增长，如蔚来汽车11月共交付新车1.6万辆，同比增长12.6%。而在今年前11个月，蔚来汽车共交付新车14.20万辆，同比增长33.1%。

不仅仅是蔚来汽车，11月份，小鹏汽车共交付新车2万辆，同比增长245%，连续两个月交付量突破2万辆；理想汽车在该月交付新车4.10万辆，同比增长172.9%，连续两个月交付量超4万辆。

在“蔚小理”之外，11月份，零跑汽车交付达18508辆，连续刷新交付量历史新高，同比增长130%；极氪汽车11月交付1.31万辆，同比增长19%；哪吒汽车11月交付新车12506辆；而在问界M7带动下，问界系列在11月份共交付新车18827辆，同比增长127.93%，环比增长48.24%。

进一步梳理可发现，不仅仅是造车新势力，传统车企新能源汽车销量亦在快速攀升。

以上汽为例，11月份，上汽销售新能源汽车15.1万辆，创历史新高；今年前11个月，其新能源汽车销量达90.4万辆。不仅仅是上汽，11月份，吉利新能源汽车销量达6.50万辆，环比增长约5%，同比增长约88%；今年前11个月，吉利新能源汽车销量超过42万辆，同比增长超50%。

“11月进入年末冲刺阶段，新能源市场在新产品效应和价格的双重驱动下有望达历史新高，对11月整体车市强增长构成有力支撑。”乘用车市场信息联席会近日表示，其综合预估11月新能源乘用车厂商批发销量94万辆，同比

# 车企打响年终收官战

## 近20家车企降价促销

在年度销量目标完成率不及预期的情形下，降价促销正成为新能源车企的“共同选择”。

12月1日，零跑汽车对外发布信息，12月1—31日，其开启八周年岁末限时优惠，具体内容包括下定零跑C11、C01等车型，立享现金优惠、金融贴息等购车福利，如零跑C11和零跑C01皆可享受5000元现金优惠。

无独有偶，智己汽车也在12月1日宣布，即刻起，消费者登录“IM智己”APP或小程序下定智己LS6，即可享价值37600元的丰厚“暖冬限时权益”，包括立减12000元现金权益，享受21.79万—27.99万元的限时权益价等。

除零跑汽车、智己汽车之外，据不完全统计，自12月1日以来，已有比亚迪、上汽大众、一汽丰田、神龙汽车、长安汽车等近20家车企陆续发布价格优惠信息，其中有不少产品上市仅一两个月，就官宣幅度达上万元的降价信息。

“今年确实有点儿特殊，按照行业惯例来说，一般是‘金九银十’，‘铂金11月’有价格优惠，其中11月份车市价格优惠最大。真正进入12月后，车企基本就收回价格优惠，因为有些经销商在最后一个月也完不成销售任务，拿不回商家返利，所以也就选择不冲量了。”在颜景辉看来，当前新能源车企纷纷加快产品更新换代步伐，市场竞争激烈，而各车企在完成预定目标时遇到了一些问题，其认为“这是正常情形”。

除此之外，颜景辉认为，车企年度目标完成率不及预期的另一大原因，源于车企自身所定销量目标过高。其进一步分析称：“车企之前在制定销量目标时可能比较乐观，但实际市场表现不及预期。”

不仅如此，当下新能源汽车市场加速分化的现象愈发明显，龙头车企优势进一步扩大。

“新能源车市场由共赢转向分化。”华泰证券研报认为，由于新能源政策导向，整个车市享受了行业红利，2020—2022年各车企新能源车销量持续增长，2023年以来，整个市场出现一定程度的销量分化。

华泰证券研报显示，今年前8个月，新能源汽车销量前五名市占率为63.04%，相较于2022年的57.24%增长了5.8个百分点，其对此直言：“行业份额进一步向头部大型车企集中。”



11月份，蔚来汽车共交付新车1.6万辆，同比增长12.6%。图为某商场展示区的蔚来ES6。

本报资料室/图

车补贴政策密切相关。

以地方汽车补贴政策为例，记者注意到，自11月末以来，南京市、合肥市等多地仍在发布汽车消费补贴政策，进一步提升汽车消费市场热度。

以南京市为例，从11月28日起，南京市开展“2023南京国际消费节——GO南京南京购”汽车消费补贴活动。据悉，本次汽车

消费补贴活动，南京市、区联动，“优惠可叠加，消费者买车最高可享受8000元大额补贴”。

在南京市之外，合肥市瑶海区近日也发布信息，12月20—31日，当地启动新一轮汽车促销活动，以“徽动消费·瑶海GO”为主题，联合辖区汽车企业开展暖冬汽车促销节，计划发放政府补贴750万元、企业

配套1150万元，累计发放补贴1900万元。

“车企12月份密集推出优惠政策，实际上也是想抢抓多地推出的汽车消费补贴机会，再冲一把销量。”在颜景辉看来，不少车企不仅是冲击今年销量目标，亦在瞄准接下来的2024年1月份甚至龙年春节假期，“希望取得开门红”。

## 行业价格战或将延续

行业价格战是否延续下去备受外界关注。

“中国汽车业是目前最卷的行业，在世界‘缺芯少锂’的情况下，中国实现了利润偏低而发展偏快的特征，整个行业竞争格局发生了快速变化。”乘用车市场信息联席会秘书长崔东树日前如此表示。

“未来两年，国家促进新能源车消费的力度会进一步加大。”在崔东树看来，2024年是新能源汽车市场的大年，“预计明年年初的市场会非常好，能看到较高的增长。”

在此情形下，行业价格战是否延续下去备受外界关注。

“价格战不只今年有，只是今年尤为激烈，往后只要玩家足够多，这个行业就会足够卷，卷到玩家逐渐减少。”极氪智能科技副总裁林金文在2023年广州车展期间如此表示。

林金文同时认为，优胜劣汰在任何行业都是普遍现象，到最后肯定不会留下今天这么多品牌，“所以未来2—3年，卷是常态，所有参与竞争的产品、品牌一定要有卷得动、卷得起的能力，如果没有，就会很快被淘汰出局。”

“价格战不是我们任何一个

品牌的最终目的。作为品牌来讲，核心是要提升客户对别克品牌新能源的认知、体验和价值。”别克品牌相关负责人日前强调，希望通过新产品、新技术的应用，“快速提升别克品牌在新能源赛道上的知名度。”

林金文认为，价格不是衡量产品或品牌的全部关键要素，在过往汽车领域中，每个不同时代都有不同参照物和标的。“有能力去给用户提供有竞争力的价格，这是企业实力的综合体现。”

以当下备受车企关注的智能化为例，华创证券研报认为，

随着电动智能持续迭代，供给端产品数量、质量持续提升，消费者选择有望加速向新能源倾斜。“车企市占格局上，头部份额提升、中部混战、尾部出清的趋势明显，智能化或成车企短期破局的唯一变量。”

“价格战应该随着汽车行业淡旺季不同阶段，优惠幅度有所提升或收敛，这是正常市场价格行为，但都应该有‘度’。”颜景辉此前向记者表示，除了价格战外，车企应该在产品力、品牌力、服务力方面发力，打造属于自身的核心竞争优势。

# 31.58亿元收购造车资质 蔚来驶向独立造车时代

本报记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

## 补全整车厂“最后拼图”

12月4日，蔚来出现在工业和信息化部(以下简称“工信部”)车辆生产企业信用信息管理系统中，目录序号为214。这也意味着，蔚来汽车终于获得了独立的汽车生产资质，“江淮蔚来”的尾标也即将成为过去时。

根据江淮汽车发布的公告，江淮汽车此次将三个资产包摆上货架，其中资产包一和资产包三被蔚来汽车以31.58亿元的总价收购。具体而言，资产一包的交易价格为16.66亿元，涉及乘用车公司三工厂存货、固定资产及在建工程；资产三包的交易价格为14.92亿元，涉及乘用车公司新桥工厂构筑物和设备。

《中国经营报》记者注意到，与此同时，蔚来汽车的业绩与财务状况也有所好转。蔚来汽车12月5日发布的三季度财报显示，其营收190.7亿元，环比增长117.4%，同比增长46.6%；三季度交付量为55432辆，环比增长135.7%，同比增长75.4%，两项数据均创历史新高。同时，现金储备达452亿元，较上季度增加137亿元。

“从制造角度而言，如果我们完全由自己独立制造，制造成本会下降10%。2024年，我们不会出现产品切换打扰销售节奏的情况，整体上会比2023年(表现)更好。”蔚来汽车创始人、董事长、CEO李斌在财报会上总结道。

除了拿下造车资质，蔚来汽车多项业绩指标也画出上扬曲线，可谓双喜临门。

财报数据显示，今年第三季度，蔚来汽车营收190.7亿元，环比增长117.4%，同比增长46.6%，创历史新高；整车毛利率11.0%，环比大幅提升；现金储备452亿元，较上季度增加137亿元；研发支出30.4亿元，连续四个季度突破30亿元。

而在销量方面，11月蔚来汽车共交付新车1.6万辆，同比增长12.6%；1—11月共交付新车14.2万辆，同比增长33.1%。第三季度，蔚

来汽车在中国成交价30万元以上

的电动汽车市场排名第一，市场份额超过45%。

蔚来方面预计，四季度汽车交付量4.7万—4.9万辆，同比增长17.3%—22.3%；收入总额160.79亿—167.01亿元，同比增长0.1%—4.0%。

“对于蔚来品牌，我们会在保持价格稳定的基础上销售效率，不会用降低毛利率的方式去提升销量。”李斌表示。

除了业绩和销量有所复苏，更让蔚来汽车备受关注的则是其扩大换电“朋友圈”。11月，蔚来汽车先后“携手”长安汽车和吉利控股，

将全面在换电领域展开合作。

对于与吉利的合作，双方将通过“共投、共建、共享、共运营”模式，携手打造“私家车”和“营运车”两大换电标准体系，加速推动车端、站端、电池端、运营端连通协同，扩大换电网络规模；而与长安汽车的合作，则更侧重于电池包统一、换电体系统一、换电车型的标准和电池资产等。

近年来，蔚来汽车不断加快布局换电站网络。相关数据显示，截至目前，蔚来汽车在全国已累计布局2113座换电站，其中高速换电站651座，完成了7纵4横9大城市群

高速换电网络布局。换电服务方面，相关数据显示，截至11月20日，蔚来汽车累计为用户提供了超过3200万次换电服务。

对此，李斌直言，蔚来汽车将把大众市场品牌的电池包、换电站开放给合作伙伴，目前充电桩业务基本已经盈亏平衡。“也有投资者对NIO Power独立融资感兴趣，不排除NIO Power独立融资。”

“此前‘油转电’主要来自大众市场用户，2024年高端市场的‘油转电’会提速，而基础设施的建设会推动‘油转电’。”李斌表示，目

前，蔚来汽车在江浙沪地区拥有700多座换电站，三省市已经超过同价位BBA(奔驰、宝马、奥迪)销量，可见基础设施对销量促进很有作用。

值得一提的是，蔚来汽车第二品牌阿尔卑斯的第一款车型也在近期完成了VB车(开发验证试制样车)试制。(这款车)状态非常好，我们很有信心。”据李斌透露，换电共享网将在明年开始建设，可供蔚来、阿尔卑斯和第三方品牌使用。在销售方面，阿尔卑斯将与蔚来分开，不会共用门店，只在一部分服务网络及设备上共用。

本报记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

补全整车厂“最后拼图”

12月4日，蔚来出现在工业和信息化部(以下简称“工信部”)车辆生产企业信用信息管理系统显示，企业名称为蔚来汽车科技(安徽)有限公司(以下简称“蔚来科技”)，法人代表为蔚来汽车总裁奉力洪，目录序号为214，这一序号对应的也正是《道路机动车辆生产企业及产品》企业申报车型公示详情中的目录序号。

一天后的12月5日，江淮汽车发布公告称，已将江淮汽车乘用车公司三工厂多个资产按照三个资产包的形式挂牌交易，本次交易价格总计45.76亿元。

其中，蔚来科技成为资产一包和资产三包的受让方，分别涉及乘

用车公司三工厂存货、固定资产及在建工程和乘用车公司新桥工厂构筑物和设备，交易价格合计31.58亿元；而合肥恒创智能科技有限公司成为资产二包的受让方，交易价格为14.18亿元，涉及乘用车公司三工厂房屋建筑物、在建工程及土地使用权。

记者了解到，蔚来汽车此次收购的江淮汽车第一先进制造基地和第二先进制造基地，正是蔚来汽车的F1和F2工厂，目前这两家工厂负责生产蔚来汽车的所有产品。

对此，蔚来汽车管理层在三季度财报会上表示，关于整车生产资

质，本次收购过程中，公司与江淮汽车之间的有关制造合作协议仍在继续正常履行，双方合作车型的生产活动仍在继续正常进行。若收购完成或未来与江淮的相关车型制造合作方式发生任何变化，将及时与资本市场进行沟通与披露。

然而，蔚来汽车一直以来都是坚定的代工支持者。李斌此前曾表示，绝对不会也永远不会收购资质，“有人愿意专注制造就让他制造，比如像台积电和富士康；而有人愿意研发和服务就应该专攻研发和服务。”

时间拨回到2016年，蔚来汽车

与江淮汽车达成合作协议，蔚来汽车旗下车型由江淮汽车代工生产，尾部需贴有“江淮汽车”的标识。

蔚来汽车转变想法的端倪始于今年10月底。当时，江淮汽车发布公告称，公司拟通过公开挂牌的方式转让部分资产，涉及乘用车公司三工厂存货、固定资产、在建工程、房屋建筑物以及土地使用权及乘用车公司新桥工厂构筑物和设备资产，拟挂牌价为44.98亿元，增值额为2.86亿元，增值率为6.79%。

为何蔚来汽车会选择此时斥巨资收购造车资质？记者注意

到，除了每辆车的生产和加工费外，蔚来汽车还要向江淮汽车支付相关资产的折旧及摊销、购买的生产材料及相关税项。此外，蔚来汽车还要就F1工厂的投资支付“若干补偿”。

财报数据显示，2020—2022年，蔚来汽车向江淮汽车支付的费用分别为5.3亿元、7.2亿元、11.3亿元，这对于试图降本增效的蔚来汽车而言无疑是一座“大山”。

“从制造角度而言，如果我们完全由自己独立制造，制造成本会下降10%。”对于收购造车资质，李斌也在财报会上补充解释道。

本报记者 郭阳琛 石英婧 上海报道

补全整车厂“最后拼图”

12月4日，蔚来出现在工业和信息化部(以下简称“工信部”)车辆生产企业信用信息管理系统显示，企业名称为蔚来汽车科技(安徽)有限公司(以下简称“蔚来科技”)，法人代表为蔚来汽车总裁奉力洪，目录序号为214，这一序号对应的也正是《道路机动车辆生产企业及产品》企业申报车型公示详情中的目录序号。

一天后的12月5日，江淮汽车发布公告称，已将江淮汽车乘用车公司三工厂多个资产按照三个资产包的形式挂牌交易，本次交易价格总计45.76亿元。

其中，蔚来科技成为资产一包和资产三包的受让方，分别涉及乘

用车公司三工厂存货、固定资产及在建工程和乘用车公司新桥工厂构筑物和设备，交易价格合计31.58亿元；而合肥恒创智能科技有限公司成为资产二包的受让方，交易价格为14.18亿元，涉及乘用车公司三工厂房屋建筑物、在建工程及土地使用权。

记者了解到，蔚来汽车此次收购的江淮汽车第一先进制造基地和第二先进制造基地，正是蔚来汽车的F1和F2工厂，目前这两家工厂负责生产蔚来汽车的所有产品。

对此，蔚来汽车管理层在三季度财报会上表示，关于整车生产资

质，本次收购过程中，公司与江淮汽车之间的有关制造合作协议仍在继续正常履行，双方合作车型的生产活动仍在继续正常进行。若收购完成或未来与江淮的相关车型制造合作方式发生任何变化，将及时与资本市场进行沟通与披露。

然而，蔚来汽车一直以来都是坚定的代工支持者。李斌此前曾表示，绝对不会也永远不会收购资质，“有人愿意专注制造就让他制造，比如像台积电和富士康；而有人愿意研发和服务就应该专攻研发和服务。”

时间拨回到2016年，蔚来汽车

与江淮汽车达成合作协议，蔚来汽车旗下车型由江淮汽车代工生产，尾部需贴有“江淮汽车”的标识。

蔚来汽车转变想法的端倪始于今年10月底。当时，江淮汽车发布公告称，公司拟通过公开挂牌的方式转让部分资产，涉及乘用车公司三工厂存货、固定资产、在建工程、房屋建筑物以及土地使用权及乘用车公司新桥工厂构筑物和设备资产，拟挂牌价为44.98亿元，增值额为2.86亿元，增值率为6.79%。

为何蔚来汽车会选择此时斥巨

# 政策刺激下市场升温 汽车销量提振带动产业融合发展

本报记者 陈靖斌 广州报道

12月4日，乘用车市场信息联席会(以下简称“乘联会”)发布销量快讯：综合预估11月新能源乘用车厂商批发销量将达94万辆，同比增长29%，环比增长6%。1—11月累计批发量预计达774万辆，同比增长35%。

乘联会方面表示，今年，乘用车市场热度持续温和上升，新能源乘

用车市场更是处于爆发增长到高速增长的持续上升期，新增长动能推动车市结构性增长。

《中国经营报》记者了解到，比亚迪、长安汽车、赛力斯、广汽传祺、广汽埃安等多家华南车企11月销量亮眼。

中国交通运输协会新技术促进分会专家委员解筱文告诉《中国经营报》记者，华南车企自11月以来销售亮眼，主要是得益于各

地政府出台的汽车消费政策。“这些政策通过提供购车补贴这种‘真金白银’的方式，刺激了消费者购买力，从而推动了车企的销售业绩。这对新能源汽车产业的发展起到了积极作用，一方面加速了新能源汽车的市场普及，另一方面也促使企业加大研发投入，提升产品质量和性能，进一步巩固和提升我国新能源汽车产业的国际竞争力。”

## 车企冲刺年底销量

华南车企11月销量引爆新能源汽车市场，专家表示销量对新能源汽车产业高质量发展起带动作用。

12月1日，多家华南车企陆续公布最新的交付数据。

比亚迪发布的产销快报数据显示，比亚迪11月销售301903辆，同比增长31%，单月销量再次突破30万辆。今年前11个月，比亚迪累计销量268万辆，同比增长64.8%，距实现全年目标仅一步之遥。

赛力斯汽车旗下AITO问界亦公布11月交付数据，问界系列月交付量达18827辆。其中，AITO问界新M7交付新车15242辆，连续2个月交付破万，且创交付纪录新高。值得一提的是，为尽快将新车交付到用户手中，AITO问界一直在提升交付能力，预计12月可交付新车23000辆，从2024年起单月交付能力预计将达30000辆。

此外，12月5日广汽集团发布11月产销快报。数据显示，广汽集团11月实现产量247684辆，同比增长16.44%；销量227124辆，同比增长19.35%；1—11月实现累计产量近230万辆，累计销量近224.6万辆，累计产销均实现正增长。新能源乘用车方面持续同比大幅增长，广汽集团11月新能源汽车实现销量50231辆，同比增长48.89%；1—11月新能源汽车累计销量达到490925辆，同比

增长80.35%。

其中，广汽埃安11月销量达41567辆，同比增长44.51%，主力车型AION Y、AION S系列依然稳定发挥，分别实现销量22711辆、12195辆。值得注意的是，今年前11个月，广汽埃安累计产量达到449629辆，同比增长82.76%；累计销量已经达到434056辆，实现同比增长79.99%。

广汽传祺亦在持续发力。数据显示，11月广汽传祺实现产量42407辆，同比增长41.29%，实现销量37216辆，同比增长44.21%；1—11月广汽传祺累计产量达373299辆，同比增长10.18%，累计销量达371180辆，同比增长14.36%。

12月6日，长安汽车发布了11月产销快报，当月公司生产汽车239985辆，同比增长26.27%；销售汽车227327辆，同比增长23.01%。

1—11月长安汽车累计共实现销量2337963辆，同比增长11.85%；其中，自主品牌销量1933384辆，同比增长16.74%；自主乘用车销量1483033辆，同比增长21.77%；自主品牌海外销量220849辆，同比增长38.10%。

此外，11月长安汽车自主品牌新能源销量50598辆，同比增长

52.73%；1—11月累计销量414679辆，同比增长83.47%。

解筱文向记者指出，华南新能源车企销量亮眼对华南地区的新能源车产业布局和高质量发展起到带动作用：一是提升产业规模，增加就业岗位，促进区域经济发展；二是激发企业创新活力，推动技术研发和产品升级；三是引导产业链上下游企业加强合作，实现产业链协同发展；四是加快基础设施建设，提高充电桩的覆盖率，进一步便利市民绿色出行。

浙江大学城市学院文化创意研究所秘书长林先平亦表示，华南新能源车企销量对华南新能源车的产业布局、高质量发展将起到显著的带动作用。首先，这将促进新能源汽车产业链的完善和优化，推动新能源汽车产业向高端化、智能化、绿色化方向发展。其次，这将带动新能源汽车产业上下游企业协同发展，形成产业集群效应，提高整个新能源汽车产业的竞争力。最后，将推动新能源汽车产业与相关产业的融合发展，如智能交通、智慧城市等，从而推动华南地区经济的高质量发展。

## 政策刺激成效渐显

华南车企销量亮眼与多地提振消费政策密不可分，但多位专家表示新能源汽车产业产销仍存瓶颈难点。

事实上，华南车企销量亮眼，与多地提振消费政策密不可分。

林先平表示，各地政府出台的汽车消费政策，通过“真金白银”引导汽车消费，其中购车补贴很有诱惑性，刺激了消费者购买新能源汽车的热情，从而带动了华南车企的销售量。同时，新能源汽车的产业发展也得到了促进。

事实上也确实如此，自11月以来已有广东省、江西省、长沙市、南京市等地抛出促进汽车消费的政策大礼包，并通过“真金白银”引导汽车消费，其中购车补贴为数千元不等，而这些政策起止时间集中在11月至12月底。

11月24日，广东省人民政府办公厅印发《广东省进一步提振和扩大消费的若干措施》，其中提到要稳定汽车消费，要求相关部门积极开展2023年新能源汽车下乡活动。落实新能源汽车车辆购置税减免优惠政策，鼓励有条件的地区对消费者购置新能源汽车给予补贴。

同时提及广东各地区不得新增汽车限购措施，广州、深圳进一步放宽小汽车购买指标申请资格，2023年广州增加5万个计划外节能燃油车增量指标配额。

11月25日，长沙市也刚刚启动了2023年第四季度汽车促消费活动，计划投入2000万元进行汽车购买补贴，进一步释放汽车消费需求。今年，长沙市以落实“消费提振年”为抓手，全力支持和稳定汽车消费。截至11月



广州国际车展期间，长安汽车向媒体展示其新能源车的后备厢。 本报资料室/图

下旬，全市已开展各类汽车促销活动近20场，市区发放购车补贴超1亿元，带动汽车消费55亿元。

11月27日，江西省商务厅发布消息称自12月1日起面向全省发放总额为1953万元的省级汽车消费券，每份汽车消费券金额统一设置为3000元，12月在江西省购置燃油车新车或新能源新车就可以申领。

11月28日，南京市开始发放第二轮汽车消费补贴，根据购车类型及价格分档予以补贴。20万元以下燃油车和新能源车均按照1000元/辆给予一次性补贴；20万元（含）以上燃油车按照4000元/辆给予一次性补贴，新能源车按照5000元/辆给予一次性补贴。从条件来看，消费者需要在南京购车并完成上牌。

尽管如此，新能源汽车的产销仍存在诸多需要克服的瓶颈难点。

解筱文指出，目前新能源车的产销仍存在续航里程仍不能满足部分消费者对长途出行的需求；充电桩建设不足，充电难、充电慢等问题；在购车成本方面，新能源汽车价格相对较高，在购车

补贴政策退出后，消费者购车成本压力增大。

此外，解筱文还认为，新能源汽车还存在二手车市场尚不成熟，消费者担忧二手车价值贬值；部分核心零部件依赖进口，产业链协同效应尚未完全发挥等瓶颈难点。

对此解筱文建议，首先要加大研发投入，提升电池技术和能量密度，提高续航里程。而在充电设施方面，加快充电基础设施建设，提升充电桩覆盖率，优化充电服务。并且还要完善购车补贴政策退坡后的接续政策，如加大贷款优惠、减免购置税等。

此外，解筱文建议，要培育新能源汽车二手车市场，建立健全二手车评估、交易、售后服务体系。并且加强产业链上下游企业合作，提高自主研发能力，降低对外部供应链的依赖。

林先平亦建议加强充电设施的建设和布局，提高充电设施的覆盖率，同时加强新能源汽车的技术研发，提高其续航里程和性能。此外，还可以探索新能源汽车与电网储能系统的融合发展，实现能源的有效利用和节约。

# 合资车企打“翻身仗” 加码出口市场

本报记者 尹丽梅 童华  
北京报道

近日，广汽本田裁员900人的消息引发媒体关注，虽然广汽本田方面旋即作出了“只是终止劳务派遣”的回应，但业内对这一消息反应较为敏感。这在一定程度上折射出了合资车企当下经营之困。

近两年，不少合资车企均面临着销量持续下滑、新能源转型迟缓的压力，生存空间被挤压。

中国汽车工业协会披露的数据显示，2023年10月，中国品牌乘用车销量148.5万辆，同比增长25.1%，市场份额达到59.7%，上升6个百分点。而在2022年，中国品牌乘用车的市场份额尚为49.5%。若再将时间推到2019年，彼时合资品牌的市场份额则高达60%。仅仅过去4年时间，合资品牌与自主品牌已然“攻守易位”。

《中国经营报》记者注意到，市场竞争加剧，争夺激烈，在“刀光剑影”之下，部分合资车企正在通过出海这条路径博取生存和发展空间。

值得关注的是，今年前11个月，有合资车企出口的销售数据已经占据其总销量的“半壁江山”。若从11月单月来看，上述合资车企出口销量占总销量的比重已经超60%。

“凭借巨大的国际成本优势和逐步培育起来的本土化能力，合资车企纷纷选择将中国工厂打造成出口基地。”一位合资车企内部人士告诉记者，一方面，加大出口可以扩大市场规模，起到成本摊销的作用；另一方面，这一举措从侧面释放了其不会退出中国市场的决心。

## 挑战加剧

在中国市场上，合资车企的阵痛仍在持续。

合资车企在中国乘用车市场发展史中具有重要的地位，在很长一段时间内是技术先进性和高质量产业链的代表，对自主品牌的发展壮大也具有极其重要的支撑带动作用。

然而，随着行业电动化、智能化转型加速，合资车企原有的产业优势弱化，产能压力加大，面临发展新考验。

记者了解到，在发展战略及

产品策略等方面，多数合资车企的主导权仍掌握在外方股东手里，面向的是全球市场，这使其反应更慢。目前，合资车企车型开发周期在4年左右，但国内新能源车企基本是两年左右。

近几年，国内市场迅速向新能源汽车转型，自主品牌市场占有率不断提升，合资车企市占率不断下滑。

中国汽车工业协会披露的

数据显示，2023年10月，中国

品牌乘用车销量148.5万辆，同

比增长25.1%，市场份额达到

59.7%，上升6个百分点。而在

2022年，中国品牌乘用车的

市场份额尚为49.5%。若再将

时间推到2019年，彼时合资品

牌的市场份额则高达60%。仅

仅过去4年时间，合资品牌与

自主品牌已然“攻守易位”。

《中国经营报》记者注意

到，市场竞争加剧，争夺激烈，

在“刀光剑影”之下，部分合资

车企正在通过出海这条路径博

取生存和发展空间。

值得关注的是，今年前11

个月，有合资车企出口的销售

数据已经占据其总销量的“半

壁江山”。若从11月单月来看，

上述合资车企出口销量占总

销量的比重已经超60%。

作为合资车企中的一名成

员，悦达起亚在今年9月宣布，

将盐城工厂打造为全球出口

基地。

记者从悦达集团方面了解

到，悦达起亚正在努力开拓整

车和CKD出口业务。其出口战

略版图遍及中南美、北美、中东和亚

太等70多个国家和地区，已形成

奔驰、奕跑、赛图斯3个出口型

阵容，今后将增加K5、EV5等出

口车型，盐城出口基地效应逐步呈现。

12月4日，悦达集团发布的数据显示，11月，悦达起亚销售汽车18224辆，同比增长88.9%，其中国内销售7004辆，同比增长22.5%；出口装船11220辆，同比增长185.6%。今年1—11月，悦达起亚累计销售148168辆，同比增长23.2%，其中出口75837辆，同比增长92.3%。

“今年，悦达起亚积极融入‘双循环’、全力加速全球化，加快推进电动化转型和出口战略，取得了明显成效。”悦达集团方面表示。

在广州国际车展上，戚晓晖接受记者采访时称，北京现代将致力于提升出口发展规模，北京现代将积极拓展郑州日产的出口渠

道，郑州日产将向海外出口SUV和皮卡车型，东风有限零

部件企业也将向全球输出电动

化和智能驾驶技术。

近日，东风汽车集团有限公司副总经理、东风汽车有限公司执行副总裁陈昊亦表示，在整车市场方面，东风汽车有限公司将在东风集团和日产全球支持下开展出口业务。该计划从2025年启动，初期销量目标是10万辆，产品包括4款日产品牌新能源汽车，今后东风汽车有限公司将根据实际情况继续扩大出口规模。与此同时，在技术方面，东风有限将向全球市场输出其自主研发的电动化技术和智能驾驶技术，加速技术“走出去”。此外，东风有限将积极拓展郑州日产的出口渠

市场竞争；从长期来看，合资车企需要跟上国内本土企业产品的开发节奏。

“新能源车新车多，研发快，投资大。每次车展上我们合资企业自己都感到害怕，合资车企展台没有人看，新能源车企的展台人挤人。”东风日产乘用车公司制造总部专职副总经理、广州风神汽车有限公司总经理魏建彬不久前在一场行业论坛上表示，合资车企要改变这种情况，一是要确保新车型新技术的量产，快速响应客户的需求，缩短开发周期；二是要持续提升现地化水平及成本竞争力，包括研发设计本土化、采购定点现地化以及关键资源储备等；三是持续建设柔性、精益、先进的智慧供应链体系，以智慧供应链协同平台为抓手，持续推进数字化转型，实现订单-交付全程透明化。

记者注意到，当前车市已经

进入年终冲刺阶段，面对内卷加剧的国内市场，不少合资车企已吹响年终冲锋号。

“贺厂庆21周年，年末冲量季，厂家直补21亿。”还未打开官网链接，北京现代的这条标语“先声夺人”，抓人眼球。

12月4日，上汽大众官方公布

最新购车优惠政策：即日起至

2023年12月31日，购买途昂、

朗逸、途岳、帕萨特、途观L等车型

均可享受综合优惠政策，最高综

合优惠5.8万元。与此同时，购买途

昂、新途岳、帕萨特等热销车型可

享受至高5年0利率。

12月1日，一汽丰田推出“厂

家直补”优惠活动，限时购置税补

贴5000元。在12月1日至12月

18日“双12”活动期间，购买一

汽丰田部分车型，还可享受低首

付、零利率。与此同时，活动期间，

# 在华共建充电网络 宝马与奔驰组成“豪华补能联盟”

本报记者 陈燕南 北京报道

梅赛德斯-奔驰董事会主席康林松曾直言：“电动化转型成本巨大，靠车企单打独斗难以应对，大家必须要联合起来才行。”

近日，华晨宝马汽车有限公司与梅赛德斯-奔驰(中国)投资有限公司宣布签署合作协议，双方将以50:50的股比在中国成立合资公司，在中国市场运营超级充电网络，合力满足中国客户对豪华充电服务日益增长的需求。

截至2026年年底，该合资公司计划在中国建设至少1000座具备先进技术的超级充电站，约7000根超充电桩。首批充电站计划于2024年起在中国重点新能源汽车城市开始运营，后续充电站建设也将覆盖全国其他城市和地区。

中国汽车工业协会充换电分会、中国电动汽车充电基础设施促进联盟副秘书长宗旗则在接受《中国经营报》记者采访时表示：“我们一般将超级充电网络称为大功率充电网络。从运营的角度来讲，由于不同车型的充电需求不一样，不同的场景可以配备不同的充电桩产品。在公共充电场景下，大功率充电会成为主流。因此，企业定位要清晰，注重哪个细分领域，就盯住这个细分领域做深耕，这样效能将得到更好的发挥。车企‘下场’入局大功率充电网络，可以起到一个很好的补充和推动作用。”

据了解，在竞争日趋激烈的汽车市场，单打独斗的时代即将成为过去，车圈的联盟时代，已经拉开帷幕。中国信息协会常务副理事长、国研新经济研究院创始院长朱克力表示，车企之间达成合作，都是为了推动技术创新和产业升级。通过合作，实现资源共享、分摊成本、提高研发效率，以加速推出更具竞争力的新产品。

## 技术协同 超级充电站加速落地

两家豪华汽车品牌布局超级充电站不仅时间、地点同步，功率布局也基本相同。

此次，宝马和梅赛德斯-奔驰将利用其在全球和中国市场的充运经验及对中国新能源汽车市场的洞察，为中国客户量身定制作快速、便捷、可靠的充电解决方案。双方希望此次合作能够进一步提升客户的公共充电体验。

该合资公司的充电网络将向公众开放。按计划，宝马集团与梅赛德斯-奔驰集团的客户可享受专属尊享服务，如即插即充、线上预约等无缝数字化充电体验。此外，该合资公司计划在条件允许的情况下采购可再生能源电力，为中国客户提供可持续的豪华充电体验。该合资公司的成立

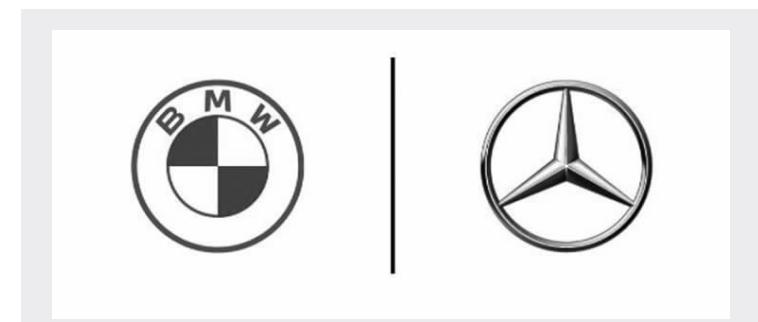
和运营有待相关监管机构批准。

汽车十三行创始人王鑫则表示，两家车企都在今年8月举办的成都国际车展期间宣布在华超级充电站建设计划，并且都提出600千瓦最高功率。在两家豪华汽车品牌布局超级充电站时间同步的前提下，宝马和奔驰首批充电站选址都在成都，超级充电站功率布局也基本相同，说明两家企业合作效应很高。

据了解，今年10月，国内首批同时也是全球首批梅赛德斯-奔驰超级充电站在成都和佛山落成并投入使用。首批梅赛德斯-奔驰超级充电站采用液冷超充电桩技

术，充电功率可达480千瓦。同样在今年，BMW超级充电站项目正式启动，大功率充电桩最高支持600千瓦充电功率，超级充电站网络向所有品牌的电动车开放。自今年8月在成都启动以来，超级充电站网络已经覆盖九大城市，预计到2023年年底将建设约50个。

“从建设进度看，如果两家企业进行合作，建设效率将会大幅提升，商业规模和影响力也会大大增强。为了降低成本，提高效率，双方在充电技术协同上有非常好的合作前景。双方合作充电网络向公众开放，两家车企新能源汽车自有销量，加上其他中国



宝马与奔驰在华携手打造超级充电网络，首批充电站2024年“上线”。  
本报记者/图

车企新能源产品快速补能需求，奔驰和宝马超级充电站的商业想象力很大。”王鑫分析道。

全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树补充称，奔驰和宝马

## 战略趋同 双方联手共赴电动化

奔驰与宝马合力拓展补能网络的背后，也将进一步提速在中国市场的转型。

战略协同也被认为是此次奔驰和宝马联手的重要原因之一。奔驰此前提出“油电双行”策略。今年以来，奔驰在中国市场陆续投放了EQS纯电SUV、全新EQE纯电SUV、全新AMG纯电EQE53、S450eL插电式混合动力轿车等多款新能源车型。今年以

来，宝马也在新能源领域持续进行投放。随着宝马推出创新纯电动BMW i5，宝马的纯电产品覆盖到了所有主要细分市场。

而在积极推进电动化的过程中，二者也取得了一定的成效。数据显示，今年三季度，梅赛德斯-奔驰纯电车型在华销量实现了超过70%

的同比增长，持续受到市场认可，而插电式混动产品也持续领跑细分市场。今年前10个月，宝马纯电动车型的销量继续保持强劲增长势头，同比增长21%，达78568辆。

当前，宝马和奔驰均在电动战略上定下了更为具体的计划。其中，宝马计划在2023年将纯电动车型销

量在集团总销量中的占比提升至15%；2030年之前，纯电动车型的交付量占集团全球年交付量的50%以上，并希望在全球市场实现超1000万辆纯电动车的累计交付量。

事实上，补能系统的重要性对于车企的发展来说不言而喻。有业内人士认为，充电站从初期投建便

需要大量资金进行支持，如果后期不能达到收支平衡，企业还要持续投入成本。而双方合作不仅可大大节省成本，也可提速网络铺设速度。同时，双方车辆共享充电，也能提升充电站使用效率。而奔驰与宝马合力拓展补能网络的背后，也将进一步提速在中国市场的转型。

## 车企抱团“联盟时代”来临

在“新四化”的发展背景下，单打独斗的时代即将成为过去，车圈的联盟时代已经拉开帷幕。

当前，充电体验是影响消费者购买电动车的决策因素之一。随着电动车市场发展，近年来电动车产品续航里程大幅增长，但续航里程焦虑的问题仍未彻底消退。例如，在节假日出行高峰期，高速公路充电桩排队的现象依然存在，这在一定程度上影响了电动车的消费体验。

有不少业内人士认为，补能

焦虑正在限制着新能源汽车的进一步发展。虽然近年来，我国的充电设施在不断地完善，但是距离工信部此前提出的“2025年实现车桩比2:1，2030年实现车桩比1:1”的目标仍有较大差距。在此情形之下，不少车企正在扩大在充电方面的“朋友圈”。

而在今年7月，通用、宝马、本田、现代、起亚、梅赛德斯-奔驰和

Stellantis等全球七大汽车制造商表示，它们将共同投资至少10亿美元，发起设立一家用于建设电动汽车充电网络的公司，预计到2030年在全球安装至少3万个快充桩。

汽车独立分析师刘昊指出：“拥有自建桩的品牌，消费者的用车体验会更好。自建桩已成为品牌竞争力与品牌溢价的重要因素。”

对于豪华车企来说，充电设

施不仅是客户方便使用车辆的基础，也能够展示品牌形象。“奔驰和宝马布局充电桩主要是为了提升豪华车的出行服务体验，达到豪华车的服务标准，同属豪华品牌的车企共同建设会有更好的效益。”中国汽车流通协会副秘书长郎学红表示，蔚来、小鹏、特斯拉等都有这方面的业务。而自建充

电桩还可以获取车辆的充电数

据、行驶数据等，从而为车主提供用户数据分析、车辆诊断、维修、保险等数据增值服务，实现各项技术和服务的优化。

当前，随着“新四化”的发展，车企之间正在形成越来越多的联盟。华为与长安成立汽车智能系统合资公司，预计将吸引一汽、北汽、江淮、奇瑞、赛力斯等车企共同出资，在汽车智能化领域形成产业联盟。

# 跨国车企入股、交付攀升、毛利改善 造车新势力各显身手

本报记者 陈茂利 北京报道

年度收官在即，各家造车新势力陆续发布11月销量数据，以及第三季度财务报告。

从各家造车新势力成绩单来看，理想将毫无悬念拿下造车新势力阵营冠军。零跑2023年交付量上演了“低开高走”的剧本，由于被卷进上半年“价格战”中，蔚来、小鹏在上半年交付量有所下滑，下半年在新车型加持下开启高速增长。

财务方面，理想汽车2023年有望全年盈利。今年第三季度，零跑首次实现毛利率转正。蔚来整车毛利率在第一季度大幅下滑后，第三季度有所改善。

值得一提的是，蔚来12月5日官宣，花费31.58亿元获得独立生产资质。此前，蔚来汽车董事长、CEO李斌曾在第三季度财报电话会上表示：“如果蔚来的汽车完全由自己制造的话，制造成本会下降10%。”如此，2024年，蔚来毛利率可能会进一步优化。

毛利率转正对一家造车新势力公司来说意味着什么？企业转型专家、“汽车新四化”产业研究者、知行轮毂合伙人杨继刚在接受《中国经营报》记者采访时表示：“毛利率转正，对一家造车新势力而言，意味着跨越经营的生死线，开始进入公司财务意义上的正向循环。反过来，如果毛利率是负的，意味着还要持续烧钱，要找新的投资人，要想办法，等待春天，比如很多造车新势力要通过裁员来降本增效，要合并或关停持续亏损的产线，要减少对未来的种子业务的投资等。”

需要注意的是，毛利率转正并不意味着公司完全实现盈利，仍需要关注净利润、自由现金流等指标。

## “春风得意”的理想

对理想汽车董事长、CEO李想来说，2023年可谓是春风得意。不仅微博收获了200多万粉丝，多次喜提热搜，而且其掌舵的理想汽车提前达成2023年30万辆销售目标。

一进入12月，理想便迫不及待地公布2023年11月交付数据。2023年11月，理想汽车交付新车4.1万辆，同比增长172.9%。截至2023年11月30日，理想汽车全年累计交付32.6万辆。

对于这一成绩，李想显然是

满意的：“11月，理想汽车提前达成全年目标，随着市场需求的增加，我们将继续挑战12月交付5万辆的目标，销售、供应、制造、交付等在内的能力建设都做好了充足的准备。”

“理想旗下L系列的三款车型，从今年8月开始连续3个月单车交付均突破万辆，让理想摆脱了过去只依赖理想ONE一款车型打天下的单打独斗格局。”杨继刚称。

相比李想，对李斌和小鹏汽

车董事长、CEO何小鹏来说，日子就没有那么顺风顺水了。

相比“后来者”理想的高速增长，今年先后突破月销2万辆、3万辆、4万辆的成绩，曾经造车新势力“头部一哥”蔚来1—11月累计交付新车14.2万辆，同比增长33.1%，算不上太出彩。实际上，蔚来今年仅有一个月份(8月)交付量突破2万辆。

虽然小鹏今年下半年多个月份交付量创下单月新高，但对比同期，2023年小鹏交付量增长有限。

截至11月，小鹏累计交付量12.1万辆。作为参考，2022年，小鹏汽车全年交付12.1万辆。

2023年，零跑拿到的是典型的“低开高走”反转型剧本。2023年1—2月，零跑新车交付量遭遇滑铁卢，分别交付车辆1139辆和3198辆，3—4月交付量虽然环比有所提升，但均未突破万辆。直到5月，零跑才凭借C11交付量一举突破1.21万辆，此后交付量呈持续攀态势升。今年1—11月，零跑累计交付量超12.5万辆。

虽然与零跑一样切入增程赛道，但哪吒2023年前11个月的表现略显不足。11月，哪吒全系交付1.25万辆。1—11月哪吒累计交付刚突破12万辆。对比年初所立下的25万辆的全年销售目标，完成率在48%左右。

值得关注的是，2022年哪吒主销产品售价在10万元以下，主要是小车型，今年哪吒开始推动品牌向上，产品结构升级。从下向上“仰攻”15万—30万元价格区间难度更大。

## 盈利状况分化

造车新势力集体亏损的状态或将在2023年一举被打破。理想在去年第四季度率先实现“扭亏为盈”后，至今年第三季度，连续四个季度实现盈利。

2023年第三季度，理想交付10.5万辆，同比增长296.3%。规模效应拉动营收大幅增长，第三季度营收346.8亿元，同比增长271.2%；同期经营利润和净利润分别为23.4亿元和28.1亿元，实现连续四个季度盈利。

理想汽车毛利率在行业中也属于领先。理想汽车第三季度毛

利率达到22.0%，同期特斯拉毛利率17.9%，比亚迪毛利率22.1%。

蔚来、零跑虽尚未实现盈利，但零跑于今年第三季度首次实现毛利率“转正”，相较于第一季度毛利率下滑，蔚来毛利率有所改善。

“挣得多，花得也多”、交付量下滑等原因让蔚来第一季度整车毛利率同比出现大幅下滑。不过，随着交付量提升，以及整车成本的下降，蔚来第三季度整车毛利率有所改善。

蔚来2023年第三季度财报显

示，营收达到190.7亿元，同比增长46.6%；整车毛利率11%，环比大幅提升。

第三季度，蔚来虽然仍净亏损45.6亿元，但环比下降24.8%。截至第三季度末，蔚来现金储备达452亿元，较上季度增加137亿元。

零跑2023年第三季度营收56.56亿元，同比增长31.9%，三季度毛利率达到1.2%。去年同期、今年第二季度，零跑毛利率分别为-8.9%、-5.2%。就毛利率实现改善的原因，零跑汽车在财报中指出，销售车型结构改善带来的

平均售价提升，以及持续的降本，是毛利率转正的原因。

对于2024年，零跑的目标是，力争月销3万辆，目标毛利率保持在5%—10%之间。

“影响毛利率转正的关键要素有三个：一是销量与规模，从逻辑上讲，没有销量加持，没有达成通常意义上‘月销过万辆’，毛利率转正很难，除非是走深度定制化路线的超豪华品牌；二是经营水平，如果销量门槛过了，那么毛利率能否转正就和企业的经营水平密切相关，比如成本

控制、生产效率、制造工艺、流程体系、敏捷响应等，某造车新势力品牌近期所推进的企业反腐，本质就是挤掉经营的泡沫，回归真实的成本水平；三是技术创新，无论是汽车圈的特斯拉，还是智能手机行业的苹果，他们如何做到毛利率领先？根本原因还在于基于用户需求持续创新，有时还需要远超用户需求的创新引领，保持技术领先且能被用户所接受，这才是持久的利润来源，也是提升企业竞争力水平的关键。”杨继刚表示。

## “输血”与“止血”

众所周知，造车是一项极为“烧钱”的事业。造车新势力阵营中，目前只有理想实现盈利。持续的亏损以及不断抬升的研发费用，倒逼着新势力企业引入外部资本，为活得更好“输血”。

今年下半年汽车圈津津乐道的事情当属小鹏与大众汽车集团、零跑与Stellantis集团的“联姻”。

7月26日，大众汽车集团与小鹏官宣，将共同开发电动车型。

根据大众(中国)披露的信息，大众汽车品牌与小鹏汽车达成技术框架协议。同时，大众汽车集团向小鹏汽车增资约7亿美元(约50亿元人民币)，以每ADS(美国存托股票)15美元的价格收购小鹏汽车约4.99%的股权。

各取所需，通过“联姻”，小鹏汽车拿到一笔数额不大的资金，大众汽车集团则收获来自小鹏的智能驾驶技术，以及基于G9平台

开发电动汽车的使用权。

10月26日，Stellantis集团和零跑官宣；Stellantis集团计划投资约15亿欧元以获取零跑汽车约20%的股权，这将使Stellantis集团成为零跑汽车的一个重要股东。

本次交易同时也确定，Stellantis集团和零跑汽车将以51%:49%的比例成立一家名为“零跑国际”(Leapmotor International)的合资公司。除大中华地区以外，该合

资公司独家拥有向全球其他所有市场开展出口和销售业务，以及独家拥有在当地制造零跑汽车产品的权利。

蔚来也正在谋求“降本增效”，李斌透露：蔚来近期完成了对公司两年运营计划的全面规划，以确定关键目标、优先事项和行动计划。同时，明确了组织优化、降低成本和提高效率的机会。

值得关注的是，蔚来“换电模

式”是一种重资产和重投入的补能模式，虽然给用户带来好的体验，但却是导致蔚来亏损的一项业务。对于这一项业务，蔚来高管坦言：“我们也希望共同努力，亏得少一点，尽早盈利。”

不久前，蔚来换电业务迎来“降本增效”的转折点，蔚来先后与长安汽车、吉利控股达成换电业务合作，这意味着蔚来换电体系将正式从区域专属迈向公共服务领域。

# 进一步提升市占率是重中之重 上汽通用汽车加速转型

本报记者 方超 石英婧 上海报道

“现在中国拥有世界上最卷的车市，也拥有世界上最有活力的车市。在一个那么卷、那么有活力的市场里面，我们必须要看到合资企业到底还有没有优势。”

日前，上汽通用汽车总经理庄菁雄在接受《中国经营报》等媒体记者采访时强调：“一半连着国内一半连着国外的合资企业还有优势，需要把股东方优势

融合到合资企业中，在中国生根发芽，进一步为中国的市场提供服务。”

庄菁雄作出上述表述之时，上汽通用汽车亦在向外界展示转型的雄心和底气。在刚刚过去的第二十一届广州车展上，上汽通用汽车携旗下凯迪拉克、别克和雪佛兰三大品牌共48款展车亮相，如凯迪拉克IQ纯电全新型就颇受市场关注。

最新信息显示，在今年前11个

月，上汽通用新能源合计销量超8万辆。累计同比增长319.9%。

“这一年，整个中国车市的变化非常大，上汽通用汽车也碰到了不少挑战。”在庄菁雄看来，上汽通用汽车转型之路已经开始，下一步是要快速把它落到实处。“从现在开始，我们在所有地方都要加快，在新赛道上要加快，在新能源上要加快，在软件和智能化方面，我们也要进一步加快。对于市场的反应，我们要更快。”

上汽通用汽车正打出一套新能源汽车销量提振“组合拳”，其2023年新能源车销售目标超过10万台。

售价169900元。“这款车型自从推出来之后，市场反响一直很好。”在其看来，别克微蓝6 430km版、别克E5先锋版“这两款车最近会把我们整个新能源汽车的销售进一步带起来。”

尽管如此，在自主车企新能源汽车销量不断刷新纪录、不少合资车企新能源汽车销量也连续取得新突破的当下，上汽通用汽车显然并不满意当前所取得的成绩。

“现在我们的首要任务，还是要依托奥特能智电平台，推出更多安全可靠的高质量产品，把市场的缺口打开，满足我们客户的需求。”庄菁雄同时强调，“要把我们的市占率进一步提升上去，这是重中之重。”

庄菁雄透露，上汽通用汽车的新能源布局，包括纯电、插电的技术路线和相应产品的开发布局都已经完成。“不仅有奥特能纯电平台，也会有PHEV的智电插混技术路线。我们三大品牌所有产品，都会有电动化、电气化的技术覆盖。”

来自上汽通用汽车方面的信息显示，在明后两年，上汽通用汽车将推出8款全新新能源车型，包括奥特能纯电车型和全新一代

PHEV智电插混车型，其中别克GL8 PHEV车型将于明年上市。

值得注意的是，除了加快产品投放力度外，上汽通用汽车亦打出一套新能源汽车销量提振“组合拳”。

“在渠道上，现在上汽通用汽车凯迪拉克、别克、雪佛兰加起来有超过1200家的经销商网络，我们也有一半的经销商网络现在都设置了纯电空间，满足现在消费者对于纯电产品的需求。我们预计，2024年，我们会再打造100—200家新能源车4S店。”上汽通用汽车副总经理陆一如此表示。

陆一同时介绍，在服务上，上汽通用汽车要更加直联用户，打造一个消费者全生命周期的体验。“同时我们也要积极地把消费者的需求，快速地融入我们的产品定义当中去。让消费者能够体验到上汽通用汽车在产品体验和服务体验上的快速转型。”

如在补能网络方面，今年11月，上汽通用汽车对外宣布携手特斯拉中国开启充电网络互联互通合作，共同打造高效、便捷的充电网络共享服务，这也成为国内首家与特斯拉中国开通充电网络互联互通合作的企业。

上汽通用汽车正打出一套新能源汽车销量提振“组合拳”，其2023年新能源车销售目标超过10万台。

上汽通用汽车总经理庄菁雄

表示，上汽通用汽车明后两年将推出8款全新新能源车型，加速转型步伐。

上汽通用汽车

供图

## 打造智能网联生态“朋友圈”

合资车企在智能化层面面临多重挑战，上汽通用汽车的秘诀则是打造智能网联生态“朋友圈”。



上汽通用汽车明后两年将推出8款全新新能源车型，加速转型步伐。图为上汽通用汽车总经理庄菁雄。

王晨东表示，合资车企智能化布局的第二大挑战，就在于未来产品布局需要股东双方更好地协同，为中国市场提供更多的、真正适合中国消费者的软件和功能。

上汽通用汽车

供图

诺”，“我们就像剥笋一样，一层层往里面剥”。此外，在携手上下游合作伙伴方面，上汽通用汽车将结合自身软件团队能力，“加上外面的朋友圈的助力，把这件事情做好”。

多方因素助力下，上汽通用汽车软件及数字化中心成立，无疑是上汽通用汽车应对汽车行业智能化挑战的重要举措之一。

而对于第三大挑战，王晨东认为，在智能化领域，合资车企“既要满足质量的问题，又要利用平台做更多架构上的开发，这些都是非常消耗资源的”。其认为：“我们要根据市场上竞争对手的布局和用户的需求，更快地做事情。”

引发外界关注的是，面对合资车企智能化布局的三大挑战，上汽通用又是如何破局前行的呢？

进一步梳理可发现，获得来自通用汽车北美总部的支持、自身具备良好的智能化基础、携手上下游合作伙伴打造智能化“朋友圈”等皆是上汽通用应对智能化挑战的“底气”所在。

如获得通用汽车北美总部支持方面，王晨东透露，在智能网联转型层面，上汽通用汽车得到了对方“一个非常明确的承

诺”，“我们就像剥笋一样，一层层往里面剥”。此外，在携手上下游合作伙伴方面，上汽通用汽车将结合自身软件团队能力，“加上外面的朋友圈的助力，把这件事情做好”。

“另外，我们也认识到，技术不等于产品、不等于用户体验。因为用户不会去深挖你的这个技术有多强，而是看买了这个车以后体验如何。感觉好、用得舒服，才是他们要的。”王晨东强调，“所以，我们不能再强调技术有多好、技术底蕴有多强，而是要看到这个技术怎样能够转化成真正给用户的体验和服务。”

而在庄菁雄看来，在智能网联转型上，上汽通用汽车软件及数字化中心成立之后，“我们会和北美有更紧密的沟通，会在中国推出更多的智能网联的技术和产品，包括智驾、智能座舱，做到In China, For China”。

“只有中国人做出来的软件，才能更适合中国人的需求。所以我们的转型之路已经开始，下一步是要快速把它落到实处。”庄菁雄如此强调。

## 提升市占率成为重中之重

上汽通用汽车正打出一套新能源汽车销量提振“组合拳”，其2023年新能源车销售目标超过10万台。

在合资车企纷纷打响新能源反击战的大背景下，合资巨擘上汽通用汽车正成为外界关注的焦点。

11月17日，上汽通用汽车旗下凯迪拉克品牌宣布，IQ锐歌全新车型——后驱标准续航豪华版正式上市，与此同时，在上汽通用汽车的新能源车型联合展台“奥特能智电空间”，其亦向外界展示了别克ELECTRA E5、别克ELECTRA E4等多款奥特能纯电车型。

对外展示多款重磅新能源车型的背后，上汽通用汽车新能源汽车的销量情况也备受市场关注。

相关信息显示，10月份，上汽通用汽车新能源汽车销量达10003台，同比增长90.7%，而在今年1—10月份期间，上汽通用汽车新能源汽车销量合计66237台。庄菁雄近日透露，今年上汽通用汽车“新能源车销售目标是超过10万台”。

“最近，别克有了两个动作。第一个就是推出了别克微蓝6 430km版，售价9.98万元，作为10万元以内的纯电车型，这款车现在销路非常好，基本上在年底之前，应该还是会处于供不应求的状态。”庄菁雄如此表示。

庄菁雄进一步介绍，别克的另一大动作就是推出别克E5先锋版，

## 苗圩：新能源汽车对传统燃油汽车取代之势已经形成

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“近20年来，全球汽车产业发生了巨大的变化，我国汽车产业的发展取得了历史性成就，但也面临着全球汽车产业大变局带来的机遇和挑战。”11月29日，2023第十八届中国汽车产业论坛在中欧国际工商学院上海校区举行，全国政协常委、经济委员会副主任、工业和信息化部原部长苗圩做主题演讲。

在苗圩看来，中国汽车市场总量和结构格局都在发生深刻变化。

中国汽车市场到底有多大，各方面的看法差别很大。苗圩在论坛中谈道：“我记得几年前在研究‘十四五’汽车发展规划时，当时最乐观的预测是到2025年，也就是‘十四五’期末时，汽车的年产量最高能达到3500万—4000万辆。可是回过头来我们看看实际情况是，2017年我国汽车总销量达到了顶峰的2888万辆，之后经历了2018—2020年连续三年的下调，2021—2022年两年的回升，2022年全国汽车的销量达到了2686万辆，这个数字比2017年顶峰时减少了200万辆。如果再把整车出口量扣除以后，国内市场销售的汽车2017年是2787万辆，2022年是2375万辆，2022年比2017年的销量减少了400万辆。今年1—10月份，全国汽车的销量达到2397万辆。预计全年销量有可能超过2017年，达到2900万辆以上，但是在扣除预估的大约500万辆整车出口量之后，国内市场销售的汽车也只有2400万辆左右。我个人认为，从目前的国内市场条件看，在可以预见的未来，国内市场不可能再有大规模的增长。”

对于中国汽车市场的结构格局调整，苗圩指出，2017年时我国新

能源汽车的销量只有77.7万辆，2022年新能源汽车的销量达到了688.7万辆，新能源汽车的渗透率在2022年达到了28.2%，提前三年超过了“十四五”预定的20%的目标。今年预计国内乘用车市场新能源汽车的渗透率将达到三分之一以上，也就是每销售3辆车中1辆就是新能源汽车。这个替代的趋势已经不可逆转，新能源汽车对传统燃油汽车取代之势已经形成。原来制定《新能源汽车中长期发展规划（2021—2035年）》时确定2035年新能源汽车超过50%的目标，很可能在2025年最晚到2026年就会提前实现。

苗圩认为，中国汽车市场结构的变化使传统燃油汽车企业面临着既要在总量大幅度下滑的情况下保住市场份额，又要在新能源汽车发展中奋起直追的“双线作战”局面。

苗圩在论坛上强调，传统车企要清醒地认识到，只采取守势，虽然份额保住了，但是总量下来了。只有在新能源汽车不断增长的形势下不掉队，才能够真正保住自己的市场份额。

《中国经营报》记者注意到，随着新能源汽车的快速增长，自主品牌乘用车在今年上半年销量达到了598.6万辆，比上年同期增长了22.4%，市场份额达到了53.1%。“这是我们第一次在国内乘用车市场上超过国外品牌乘用车的销量，改变了长期以来国外汽车品牌占据着中国乘用车市场主体地位的格局，而且这又是一个不可逆转的趋势。”苗圩表示，“中国的汽车企业正是因为在新能源汽车发展中抓住了机遇，占据了国内新能源汽车市场约80%的份额，我们对智能网联汽车未来的发展，对新能源汽车的继续增长，充满着信心。”

机器人品牌”的极越官宣降价，其首款车型极越01全系车型价格调整，售价21.99万—30.99万元。极越官方表示，置换用户还可在降价基础上再减5000元。

“极越01上市迄今，我们收到了用户和市场的积极反馈。我们深知

夏一平透露，在复盘后，团队知悉用户希望有自主选择权，在此情形下，极越把很多权益折成车价降下来。其在11月30日感慨：“原来做营销、做噱头一大堆，还不如真正把价格降下来。”

不仅如此，在夏一平看来，权益太复杂之后，车企投入的营销成本很大，其中包括要培训产品专家，用户还要对此“算来算去”，而在将权益折算成价格降下来后，能够“让用户直观理解，到店直接下单”。

尽管如此，极越01后续是否还会进行价格调整，也受到外界关注。

“我们这次降价不是简单的降价，在内部是从价格体系到营销体系的完整重构。”夏一平强调，“我们基于市场竞争，基于内部迭代，做了完整体系化的思考，才有了今天的降价，后面不会再降价。”

在当前诸多车企掀起价格战的情形下，夏一平直言：“‘卷’不是大家都用不赚钱的方式去‘卷’，这个没有价值。”极越“有最基本的要求，还是要守住整车毛利基准线。”

触是，把车造出来这件事是在冰山上的，真正难的是在冰山下面，我们不是生来就有几百家门店，也不是生来就具备售后服务体系。”

“我们所有的门店零售系统、售后系统都是从0到1开发的，所以需要很长一段时间跑通，包括现在交付过程当中，我们有很多的问题需要自我迭代、快速成长，才可以保证我们的交付在未来越来越好。”夏一平如此强调。

“我们的订单不止15000单，我们在9月19日之后收了3万张订单。”在夏一平看来，“极越不是简单地把一个产品交付给大家，而是希望提供更好的服务，包括全量开放的高阶智能驾驶。”

“一定要大踏步。”

如在备受消费者关注的智驾方面，极越提供的信息显示，2024年，PPA将逐步开通全国200+城市。明年1月，极越01将在BEV+Transformer基础上再通过OTA升级更新OCC占用网络技术，极大提升“纯视觉”高阶智驾的异形障碍物识别和场景泛化能力，拉高“纯视觉”高阶智驾上限。

不过值得注意的是，抢抓汽车智能化机遇的极越，在当下竞争日益激烈的车市中，也面临品牌声量亟须提高的挑战，其如何破局颇受市场关注。

“品牌起势也需要时间。”夏一平直言，“做车以来最大的感触是，把车造出来这件事是在冰山上的，真正难的是在冰山下面，我们不是生来就有几百家门店，也不是生来就具备售后服务体系。”

“我们所有的门店零售系统、售后系统都是从0到1开发的，所以需要很长一段时间跑通，包括现在交付过程当中，我们有很多的问题需要自我迭代、快速成长，才可以保证我们的交付在未来越来越好。”夏一平如此强调。

“我们的订单不止15000单，我们在9月19日之后收了3万张订单。”在夏一平看来，“极越不是简单地把一个产品交付给大家，而是希望提供更好的服务，包括全量开放的高阶智能驾驶。”

# 电解质水过“暖冬” 企业加速拓展“场景圈”

本报记者 许礼清 北京报道

随着气温的降低，“流感”季再次到来。此时，本该属于消费淡季的饮料产品，例如电解质品类却迎来了需求上的回暖。

有饮料经销商告诉《中国经营报》记者，消费者对电解质品类已形成了初步认知，感冒时补充电解质成为不少人的共识。

## 电解质水销量火热

京东超市数据显示，11月以来，电解质类饮料销量同比增长150%。

这个两年前还不被大多数人所知的饮品类别，2022年突然成了众人关注的香饽饽，更在2023年迎来消费热。

实际上，宝矿力水特和佳得乐在2003年左右就进入了中国市场，但很长一段时间内，电解质水只属于运动、健身等小众群体，并未真正走进大众视野。

直到2022年12月，电解质水单周销量暴涨1327%，引起了各界广泛关注。这种势头一直在持续，线下零售监测网络“马上赢”发布的2023年上半年市场份额增速监测数据显示，以电解质水为代表的运动饮料类目延续了2022年的增长势头，市场份额增速依然达到了35.76%，在所有类目中排名第二。

而今年10月，国家卫生健康委发布的《儿童肺炎支原体肺炎诊疗指南(2023年版)》显示：“轻症不需住院，充分休息和能量摄入，保证水和电解质平衡。”这也让电解质水在日常生活中备受关注。

在今年入冬以来的流感季，电解质水再次迎来了销售高峰。京东超市数据显示，11月以来，电解质类饮料销量同比增长150%，果汁类

记者注意到，目前市面上的电解质水包括元气森林旗下外星人电解质水、东鹏饮料旗下补水啦、宝矿力水特、怡宝魔力电解质饮料等。在消费者健康意识不断增强的当下，整个赛道不断扩容。

多位行业专家提到，对于单个品牌来说，如何在众多的竞争者中脱颖而出，仍要在多个维度进行思考和布局。

## 赛道竞争加剧

农夫山泉、统一、娃哈哈、椰树、盼盼等品牌，在电解质水领域均有布局。

自2022年开始，电解质水的市场规模就在迅速扩大。

《2023年中国电解质饮料行业市场洞察报告》显示，2022年电解质饮料市场规模同比增长50.1%，达27亿元，已成为国内饮料行业市场规模同比增速最高的饮品类别。在线上的增速更快，根据天猫新品创新中心发布的《2022电解质饮料趋势报告》，2022年电解质饮料销售额同比增速达到225%。

迅速扩大的规模引得一众玩家进入该赛道。今年5月，脉动宣布推出一款全新运动饮料“脉动电解质+”，包含五种人体所需电解质，电解质含量达455mg/瓶。今年3月，健力宝推出了最新单品——健力宝等渗电解质水，主打“0香精0糖0色素0防腐剂”。今年1月，东鹏饮料宣布推出电解质

## 能否迈向超级大品类？

记者注意到，目前电解质水赛道的头部品牌，都注重自身的功能与场景开发。

尽管电解质水市场规模在不断扩大，但与其他饮料品类相比，市场规模仍有一定的差异。近一年时间内，电解质水受到大规模关注，都与其使用场景有很大关联，即补充身体当中的电解质。随着热度下降，需求放缓，如何“破圈”，由红极一时走向持续畅销，才是摆在整个赛道参与者面前的问题。

对此，资深零售分析师杨宇告诉记者，电解质水这一品类有着成为超级大单品的特质。“首先，无糖、电解质等特点符合当下消费者

饮料“东鹏补水啦”，主打“低脂”概念。

此外，农夫山泉、统一、娃哈哈、椰树、盼盼等品牌，在电解质水领域均有布局。

根据相关数据，在份额占比中，排名前三的分别为外星人、宝矿力水特和补水啦。记者从元气森林了解到，目前电解质水已成为该公司继气泡水之后的第二增长引擎。去年，外星人销量已突破12.7亿元，预计今年将达到25亿—30亿元。

而随着入局者增加，行业竞争也在日益加剧。对此，品牌专家解筱文表示，要想在众多入局者中脱颖而出，要注重多个方面的布局建设。“首先是差异化竞争，在产品功能、口味、保障方面进行创新，与竞品区分开来；其次是精准定位，明确自身的目标消



随着消费者健康意识不断增强，电解质赛道不断扩容。

视觉中国/图

费群体，有针对性地开展营销活动；再次是营销创新，运用新媒体、短视频等多元化渠道进行品牌推广，提高曝光度；最后是建立良好的销售渠道，与各大电商平台、实体零售商建立合作关系，扩大销售网络。

上海蓝爵互联网科技有限公司创始人刘大贺认为，畅销品能否成为长销品，取决于最终产品的品质、性价比、品牌传播度和团

队运营。一些企业会快速跟随，赚一把钱，但潮水退去，企业拼的依然是产品、价格、渠道、品牌。产品上要有特点，差异化非常关键。供应链上死磕每一分成本，让消费者真正得到实惠。管理运营上要加大渠道拓展速度和服务能力，确保开发一个活下来一个。更要利用好新媒体传播品牌，最终让消费者记住产品和品牌，留下来。

入手，列举出“运动后来一瓶补充能量、沐浴后来一瓶补充电解质、长时间开车来一瓶调节体内电解质平衡、早晨起床来一瓶活力一整天”这四大场景，培养消费者养成日常饮用宝矿力水特的习惯。

显然，打开更多的饮用场景、满足更多的消费需求，成为电解质赛道的必选题。“要想真正实现品类长红，还需企业真正聚焦饮品本身的健康特性，要在产品研发、品牌建设、营销策略等方面下功夫，不断创新，以适应市场和消费者需求的变化。”解筱文说。

# 中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

# 2024

## 年征订已开启

1 周一出版

2 彩色印刷

3 全国发行

广告



## 经营成就价值

创建于1985年的《中国经营报》，由中国社会科学院主管，中国社会科学院工业经济研究所主办，《中国经营报》社有限公司出版，报社始终秉承“终身学习、智慧经营、达善社会”的理念，洞察商业现象，解读商业规律，助推商业文明。服务于中国的商务管理阶层、企业经营管理者，为读者提供全方位的资讯产品。《中国经营报》遵循“重要、有用、深入、可读”的新闻理念，立足经济前沿，捕捉财经资讯，挖掘商业价值，记录和见证中国经济的发展，是国内领先的综合财经媒体服务商。

•订阅 240 •  
• 价格 NEWS 元/年 •

• 读者服务: 010~88890120 •  
• 邮局订阅: 11185 •

• 码上订阅 •

# 友宝在线上市 无人零售业走出困局？

本报记者 钟楚涵 蒋政 上海报道

近日,自动售货机经营商北京友宝在线科技股份有限公司(以下简称“友宝在线”)在港股成功上市。作为行业头部企业,友宝在线的成功上市再次引发市场对于无人零售行业的热议。

## 市场再次升温

中国大陆无人零售行业分散,市场参与者当中大部分为当地小型个体营运商。

经历过资本狂欢后的无人零售业,随着友宝在线的成功上市,这个行业无疑又给资本市场带来了更多的想象空间。根据艾玛咨询数据预测,到2025年无人零售规模将近2万亿元,覆盖消费群体2.5亿人。

“友宝在线的上市对于行业的引领作用非常大。上市之后,大家会认为这个领域能够得到证券市场的认可、资本的支持。在此背景下,一些想投资的会加大投入,一些准备想发展的也会全力投入发展。同时,对友宝在线来说,有了上市之后的口碑、可信度等,也有利于未来发展,对行业其他小企业会带来更大的竞争。”连锁经营专家李维华向记者表示。

友宝在线招股书显示,中国大陆无人零售行业分散,市场参与者当中大部分为当地小型个体营运商。2022年,按商品总额计,中国大陆无人零售行业五大参与者的市场份额为16.4%,其中友宝在线占市场份额的7.6%。

此外,记者注意到,有许多快消品牌以及巨头企业也在参与投放无人零售柜,其中包括元气森林、农夫山泉、可口可乐等品牌。

元气森林方面向记者表示:“元气森林在两年左右的时间里已经布局了2.2万台货柜,遍布15个城市。货柜服务的场景主要为企业、

《中国经营报》记者了解到,目前的无人零售机行业机遇与挑战并存。与国外相比,中国市场无人零售机的渗透率还很低,这带给了行业发展的空间。与此同时,成本高昂、销售的商品有待优化等也是行业未来发展需要面对和解决的问题。

学校、工厂、运动场馆、景区等。布局无人零售柜的原因主要包括四个方面:首先是智能柜是距离用户最近的消费通路;其次是智能柜具有唯一性、独家性;再次是品牌的终端渗透,智能柜是距离用户最近的不灭广告灯牌;最后是用户洞察能力方面,消费信息更清晰。目前自有商品均在智能柜渠道进行消费测试。”

除了元气森林外,农夫山泉在其2020年披露的招股书中显示,在中国近300个城市投放了近6万台无人售货柜。

连锁经营产业专家、和弘咨询总经理文志宏表示:“无人零售柜是一种销售的终端渠道和模式,特别适合于销售水、茶饮这样的快速消费品,所以这个业务会引起农夫山泉、元气森林、可口可乐等饮料类企业的关注和青睐。对于它们来讲,这是一个很重要的开拓市场终端且掌控市场联动的重要方式。通过掌控这样的市场终端,有利于获得市场中消费者的一手数据,对于后续去做产品结构调整、市场策略和产品策略的优化有很大的帮助。”

记者注意到,无人零售赛道也不乏跨界者入局。公开资料显示,由物流巨头顺丰孵化的无人零售运营商“丰e足食”也在不断发展。

## 行业成本高

记者了解到,目前部分快消品品牌的无人零售柜已经实现盈利。

记者注意到,友宝在线在招股书中指出,传统线下快消品市场的痛点包括开设新店初始成本高昂、运营成本增加、对空间及基础设施的场地要求复杂等。自动售货柜能有效解决这些痛点。但其招股书显示,2020—2023年上半年,友宝在线亏损分别为11.84亿元、1.88亿元、2.83亿元、1.47亿元。

对此,无人零售行业资深人士李军(化名)向记者指出,并非只有友宝在线一家企业在过去3年亏损,此前的3年基本上是行业的亏损。“因为那个阶段线下流量减少,很多交通枢纽也缺少流量,基本上只有学校的点位会相对好一点儿。”

“行业平均一台机器一个月营收为3000—4000元,一年3万

—5万元。如果一台机器一年营收3万元,这已经算是达到盈亏平衡的水平了。”李军表示。

在李军看来,点位成本最为高昂:“很多无人零售柜项目无法盈利的原因不在于机器成本,也不在于人力成本,而是在于租金太高。位于高校的机器,点位成本基本上没有低于一年13000—15000元的。甚至在北京部分头部高校,一个机器的点位费达到一年2万元。”

此前业内广泛提到,在无人零售柜的运营中,由于需要人工补货,而每个人每日可以配货的机器有限,导致人力成本在整体运营中很高。对此,李军认为:“人工成本高那是在过去,如今机器已经达到一定的投放密度。目前,计算下来一个人一个

月可以照顾十几到二十台机器,负责这些机器整体的配货,根据机器的销售情况、存货量,什么时候补货也会有排班。不是每台机器每天都需要补货,有的机器2—3天补一次,有的机器甚至一周补一次。如今配货成本大概相当于营业额的8%—10%。但点位费要占到营业额的20%甚至更高。”

对于以上情况,中国商业联合会专家委员会委员、北京商业经济学会常务副会长赖阳认为:“租金费用也是谈判的结果。租金费用占比高说明:第一,行业进入市场者积极性很高,有不少都愿意出到较高的租金(点位费)来做。这也说明背后的资本投入非常踊跃。第二,固定成本占比过高其实也意味着其销售规

模不够大。”

记者了解到,目前部分快消品品牌的无人零售柜已经实现盈利。元气森林方面向记者表示,其智能柜业务2023年9月就已经实现全面盈利。在无人零售柜的类别和商品品类上,“从用户使用视角来看,有零食柜、饮料柜和零飮料综合柜三类。元气森林智能柜水饮类、零食类都有售卖,产品分布情况是50%的水饮和50%的零食。”

对此,赖阳表示:“快消品牌是以终端占领为目的去做无人零售柜的。在传统渠道中,渠道费用很高。品牌用自己的设备去做渠道,这也是接近消费者的一种选择途径。另外,快消品品牌具备品牌力和品牌认可度,在点位谈判上也会更具优势。”

## 未来如何发展?

券商报告显示,2021年美国、欧洲及日本分别拥有约730万台、460万台及250万台自动售货机,中国只有90万台。此外,2021年中国自动售货机的每千人拥有量为0.7,而美国、欧洲及日本分别为21.9、6.1及2.0。

友宝在线招股书显示,中国大陆自动售货机零售市场规模预计将在2022年的289亿元增长至2027年的739亿元,复合年增长率为20.7%。

券商报告显示,2021年美国、欧洲及日本分别拥有约730万台、460万台及250万台自动售货机,中国只有90万台。此外,2021年中国自动售货机的每千人拥有量为0.7,而美国、欧洲及日本分别为21.9、6.1及2.0。

对于上述差异,赖阳表示:“从市场规模上看,中国跟国际很多地方比肯定是有发展前景。但

对于提供的产品体系、供应链运营维护等各个方面,中国还有很大差距,比如日本的劳动力成本很早就已经很高,这个时候大量地用无人的方式,成本就会低很多。”

此外,在赖阳看来:“以一个机器一年销售5万元来计算,一个月销售额只有4000多元,每天销售额只有100多元。按照一天销售额100多元来算,一瓶饮料5元,一天也就卖了20多次。这个销售频次比较低。而在国外的一些地方,无人零售柜每天的销售频次可能是几百次。”

而造成以上原因的核心还是在销售上,赖阳表示:“本质上还是在于销售的东西是不是用户想买的,以及产品结构、价格是否合理。比如很多无人零售柜商品的价格比周围便利店还高,那为什么不去便利店买呢?”

多位专家指出,无人零售柜销售的品类有限。“首先,无人零售柜本身受到品类数量的限制,一共能卖的东西就有限。它可以销售奶茶、咖啡等,但比如盒饭这样的品类就不容易做好。”李维华说。

李军指出,一些无人零售柜

一直以来上架的商品都比较普通,这背后有企业组织架构及其他方面的原因。比如,“机器要上架什么商品是由企业里面相对高层的部门决定的,但是具体机器的位置卖什么好、卖什么不好,可能是一线的员工更敏感,这两者之间存在冲突。”

李军认为:“应该要使本来在传统渠道卖得很好的东西,能够通过自助销售的方式和低成本地进行运营和流通,才可以体现出这个渠道的价值。要有更多这样的产品进入到自助渠道里来,产业才可以迎来大发展。”

# 年轻人涌向滑雪场:产业升级进行时

本报记者 蒋政 郑州报道

超过1300名“滑雪发烧友”乘坐上海黑桃滑雪俱乐部的包机,在11月23日陆续到达通化万峰滑雪度假区参加第二天举办的“SPADERS 万峰开板趴”。这场

持续3天的滑雪大聚会,在多个社交平台上引发热议。

《中国经营报》记者注意到,我国北方室外滑雪场已经陆续开板,东北、河北崇礼、新疆等传统滑雪场集聚区迎来接客高峰,周边酒店客源明显上升。

## 人群涌向滑雪场

记者注意到,2023年10月底—11月,国内各目的地室外滑雪场集中开板。

同程旅行方面提供给记者的信息显示,11月第一周,同程旅行平台“滑雪”相关搜索热度环比上升120%,滑雪场门票和滑雪相关度假产品预订量环比涨幅均超过100%。

多位行业人士告诉记者,我国滑雪场地建设的快速发展,成为整个产业迅速扩容的基础。沙利文咨询公司方面提到,2022年我国在运营的滑雪场约有700家。中国滑雪场运营市场预计会从2022年的不足300亿元快速扩张到2027年的超过1000亿元,年化复合增长率超过30%。

新疆阿尔泰旅游发展集团(以下简称“泰旅集团”)冰雪顾问唐志刚深刻感受到了新疆滑雪产

业的快速发展,“泰旅集团目前运营的滑雪场有5个,另外,新疆地区还有若干个即将投入使用的滑雪场。”

在他看来,一个优质的滑雪场需要适当的坡度、高度、湿度、面积等。仅从自然条件来说,新疆地区的资源属于国内前列。近几年当地冰雪产业的开发力度在明显加大,来自川渝、华东地区的滑雪爱好者纷纷涌向这边。

同程旅行方面的数据显示,在滑雪目的地中,开板最早、拥有众多天然雪场的黑龙江和吉林仍是人们最关注的滑雪目的地。新疆和浙江则是今年滑雪游热度增长最快的省份,其中新疆滑雪旅游热度同比增长超过4倍。目前,国内关注度最高的滑雪场是万达长白山国际滑雪场,其次是新疆的可可托海国际滑雪场。

## 商业化仍处起步期

“如何通过普及滑雪运动的基本知识、提升滑雪运动的大众认知,把‘牛仔裤滑雪者’的参与热情转变成安全、专业的参与行动,是行业发展的重要一环。”贾庞说。

而在此背后,也意味着滑雪运动培训市场商机巨大。

沙利文咨询公司在《中国滑雪产业发展报告(2023)》中提到,我国滑雪运动培训逐步完善,多样化培训推动更广泛大众完成初上雪、进阶。尤其是后冬奥时期,

卡宾滑雪董秘尹磊注意到,仍有多股力量希望介入滑雪场的生意,但囿于资金限制尚未成行。目前大型雪场多由国资控股平台运作,很多中小民营企业则选择投资滑雪场地,投资小回收期短,很多当年就可以有利润。

不过,从运营水平上来看,我国滑雪场整体开发、管理水平还有待提升。目前,还没有国内的室外滑雪场跻身全球领先的行列。

《中国冰雪产业发展研究报告(2023)》显示,国内拥有架空索道的滑雪场数量占比仅为22.23%,滑雪场的压雪车配比不足。这反映出滑雪场硬件升级空间较大,雪地工程机械设备有较大市场增长空间。

沙利文大中华区合伙人兼董

有行业人士提到,滑雪已从一项运动变成一种生活方式,逐渐朝休闲度假的方向转变。这要求很多滑雪场和度假区需完善硬件和配套设施,并在娱乐项目和内容上进行深度挖掘,将自身打造成一个优质的出行目的地。

事总经理贾庞提到,从具体运营角度来看,室外滑雪场还是以缆车、门票、雪服雪具租赁、教练教学等直接消费收入为主,餐饮、住宿、娱乐乃至旅游地产等间接收入还非常少。同时国外比较成熟的滑雪联盟整合运营、生态旅游联合、特色文化融合等经营模式在国内也还发展得不成熟。

与此同时,对于滑雪场的闲置价值,仍有很大挖潜空间。“我国的室外滑雪场大部分只有雪季经营的能力,还没有形成类似法国霞慕尼、加拿大惠斯勒这样四季综合型度假区。未来,要提升我国室外滑雪场的发展水平,需围绕着用户需求,不断提高服务质量,提升用户体验,提高滑雪场的多元服务能力。同时,打造出滑雪场差异化的经营特色。”贾庞说。

上海黑桃滑雪俱乐部负责人韩季翔说。

贾庞表示,目前国内尚未出现绝对的头部滑雪运动培训品牌。他认为,滑雪运动培训需要依附于滑雪场开展,同时需要大量的专业滑雪教练,培训模式上通常也是以“1对1”或者小班的模式开展,比较难进行规模化发展。

在培养合格滑雪教练的层面,目前国内还没有统一的认证体系,大多是在引入美国、新西

兰、欧洲等地区的认证体系,还存在比较大的规范空间。同时滑雪教练的培养可以形成一定的规模效应和长期职业发展体系,因此在教练培训方面更有形成头部品牌的可能性。

“目前,滑雪培训机构比较难单独依靠滑雪培训业务实现全面盈利,需要通过开展其他培训项目、与滑雪场进行多元合作等方式,来增强业务的可持续性,避免雪季结束后收入锐减的风险。”贾庞说。



从10月底起,国内各目的地室外滑雪场集中开板。

视觉中国/图

## 由运动向休闲度假转变

韩季翔告诉记者,滑雪运动在国内市场普及程度越来越高,很多滑雪爱好者对雪场以及服务提出了更高的要求。

“对于滑雪场和度假区来说,它们需要形式多样的活动来吸引更多用户前来体验。目前,滑雪已经不再是一项运动,而是演变成一种休闲度假方式。”韩季翔说。

记者注意到,从去年11月开始,文化和旅游部、国家体育总局就已经启动国家级滑雪旅游度假地认定工作,推动滑雪旅游实现规范化发展。

酒旅行业观察人士张旭云向记者表示,很多滑雪场和度假区逐渐成为出游目的地之一。这种转变将会带来诸多连锁反应:一方面是倒逼滑雪场在基础设施建设和配套上,需要更多考虑娱乐和游玩诉求;另一方面在运营层面应该增加更多内容,让消费者能够留得住。

根据同程方面提供的数据,超过82%的滑雪用户选择在旅途中抽出半天至1天时间,体验滑雪乐趣;16%的用户会选择住在滑雪度假区或雪场周边,安排2天或2天以上的滑雪日程,在雪场中深度放松。同时,搜索“滑雪”的游客还会关注温泉、自驾、极光等旅游关键词。

贾庞建议,室外滑雪场受自然条件影响较大,在建设规划时应考

虑到目前以初级滑雪者为主的用户结构,在一定程度上提高入门级雪道的比例、娱乐区域的比例等。

唐志刚认同这一观点。他所服务的公司旗下多个滑雪场,初级道就可实现从坡顶往下滑,满足初级滑雪者的用户体验,同时对滑雪场的索道、出行以及酒店、游玩项目进行规划。“因为起步较晚,整体配套尚未完善。如果一切妥当,新疆滑雪场将会更受欢迎。”

“滑雪度假逐渐成为一种生活方式,消费者对于雪质、雪道的诉求成为基础的要求。行业还需关注用户的吃、喝、玩、乐、购诉求,打造冰雪+温泉、冰雪+民俗、冰雪+音乐节等项目,通过更多的优质内容输出,提升自身竞争力,并优化自身收入结构。”张旭云说。

据了解,在东北地区,冰钓、雪地火锅成为热门玩法。而在成都西岭雪山景区,推出南国国际冰雪节、跨年迎新和TOP SNOW音乐节等活动,并与周边温泉项目展开联动,形成“山上滑雪、山下泡温泉”的体验。

张旭云提到,目前,我国滑雪的人口渗透率较低,国内雪场资源丰富,整个产业有望长期保持较高的发展速度。届时,通过冰雪运动加入冰雪旅游的人群有望扩容,整个产业的休闲度假属性将会进一步深化。

# 零食头部品牌降价 行业开启“性价比”之争

本报记者 孙吉正 北京报道

近日，休闲零食行业竞争进入新阶段。良品铺子新任董事长、总经理杨银芬11月29日发布全员公开信表示，将启动新一轮改革。业务端将实施17年来最大规模降价，300款产品平均降价22%，最高降幅45%，主要集中在

成本优化但不影响品质以及复购率高的零食上。

该信息被披露当日，良品铺子股价连续两天触及涨停。市场以及行业对于良品铺子的转型予以了积极评价和回馈。反观近年来的休闲食品行业，一些头部品牌探索高端化市场多年，却始终无法突破行业的毛利瓶颈。

## 回归性价比竞争

据窄门餐眼平台数据，目前良品铺子的门店人均消费为54.24元，三只松鼠的人均消费为59.92元，百草味的人均消费为48.75元。从人均价格来看，各大品牌的人均消费量均相近。

《中国经营报》记者注意到，良品铺子宣布降价当日，股价触及涨停。不难看出，各级市场对于良品铺子业务调整的看好。杨银芬对外界表示，竞争让公司更清楚地认识到自身存在的问题，即消费者认为良品铺子的产品价格较高。因此，公司决定要回归“大家的铺子”，让消费者觉得产品“好吃不贵”。

此次良品铺子的降价，意味着良品铺子将以性价比获取消费者的青睐。记者注意到，就在杨银芬发布降价公开信之后不久，三只松鼠创始人章燎原表示，公司早在一年前就实施了“高端性价比”战略。对于消费者而言，高端性价比是低价前提下的“与众不同、丰富可选”的零食。

“在很长一段时间内三只松鼠、良品铺子是高端休闲食品的代名词，其大部分产品称不上是便宜，而其产品溢价主要靠的是品牌IP，尤其是三只松鼠，在产品IP上获得不少青少年和幼儿的青睐。”快消行业专家高剑锋说，在高端IP的塑造上，无论是良品铺子还是三只松鼠都完成了既定的任务，确立了自身高端休闲食品的形象。

但从今年开始，中国消费品市场对于高端快消品的需求热情降温，消费者逐步回归理性消费，这就使得很多人对品牌在价格和

同时，伴随着量贩品牌不断出现，快速和大量收割低线市场。在此背景下，良品铺子率先提出优化产品价格，积极应对市场变化，开启了市场向下的探索。

“休闲食品本就不是刚性消费，良品铺子、三只松鼠等品牌竞逐性价比将直接面对量贩食品品牌带来的冲击。”品牌营销专家孙巍说。

考量的。

据窄门餐眼平台数据，目前良品铺子的门店人均消费为54.24元，三只松鼠的人均消费为59.92元，百草味的人均消费为48.75元。从人均价格来看，各大品牌的人均消费量均相近。“各大品牌无论是在毛利、人均消费量上都相差无几，使得竞争难以形成差异化。”朱丹蓬说。也正如杨银芬在公开信中所提到的，“我们当下的困难，是我们没有把差异化和价值感做出来导致的。”

尼尔森市场报告认为，休闲零食品牌的全渠道策略可以总结为：线上市场增长放缓，重点在于优化；线下市场仍是重点，需要巩固；O2O是增量市场，要及时把握。数据显示，2022年，商超渠道虽然仍然是休闲零食的主要销售渠道，占比达46.3%。但随着电商的兴起，线上渠道逐步成为休闲零食赛道的竞争主战场，诸多休闲零食品牌开始打通线上线下壁垒，谋求全渠道布局。

“价格战极有可能将成为下一阶段市场的核心，在高端化无法突破毛利上限的前提下，取得增量市场至关重要，可以预测的是，在良品铺子打响降价第一枪之后，将会有更多的品牌进行跟进，以应对休闲食品市场的形势。”高剑锋说。

根据杨银芬的观点不难看出，良品铺子的降价策略是基于休闲食品市场将进入存量竞争所

## 量贩能否成为突破口？

对于量贩的赛道是否能够持续，行业内有着不同的声音。

日前，国内量贩零食品的老大和老三——零食很忙和赵一鸣零食宣布进行战略合并，引发了整个行业的关注。

据媒体报道，作为量贩零食行业的龙头，今年零食很忙和赵一鸣零食在价格层面从未停止过。从刚开业的8.8折，到最低的时候赵一鸣零食能够5.5折。因此，合并成为了必然。

早在2021年，盐津铺子就已与零食很忙、零食有鸣、戴永红等零食折扣品牌加大了合作力度。2022年，零食很忙成为盐津铺子第一大客户，零食很忙系统占其总销售额的7.31%。2022年下半年，良品铺子推出了自己的量贩零食品牌零食顽家。目前，零食顽家门店已经更新至第4代，计划年内率先在良品铺子大本营湖北市场开拓500家门店。同时，良品铺子也对赵一鸣零食进行了入资。

除此以外，三只松鼠推出了社区零食店、家家悦创立了零食连锁

品牌悦记·好零食、中百集团打造了零食折扣店小百零食铺。新老品牌的入场，使得量贩零食赛道竞争加剧。

“良品铺子降价很大一部分原因也是这些量贩品牌给到了压力，在资本的加持下，量贩以低价策略冲击了各级市场。”朱丹蓬说。

对于量贩的赛道是否能够持续，行业内有着不同的声音。朱丹蓬认为，量贩零食的定位是非常清晰的，面对塔基人群，人口红利是非常大的。但整体来说，资本可能将投资的企业推向资本市场之后，快速地收割完红利离场，这对于整个行业健康、稳定地发展是不利的。同时，也有行业人士指出，量贩本就是产能不匹配所带来的业态，现在反而成为了很多品牌选择的重点，业务模式是否能够持续本身待考。

根据华泰证券的研报看，华泰证券认为零食量贩以价换量实现高周转、坪效及投资回收期相对领先，短期看跑马圈地门店扩张，长

期看“零食+”扩充单店营收。

“量贩本质还是产品性价比之争，尤其是在低线城市，价格高低直接决定了产品的竞争力。”孙巍说，从营销本身来看，价格战不能无限地延续下去，当品牌方在同一个市场过度竞争，那么最终会引发各方的和解。

记者注意到，12月6日，良品铺子旗下全资子公司宁波广源聚亿投资有限公司因被投企业宜春赵一鸣食品科技有限公司在双方合作期内，刻意隐瞒公司重大事项，损害小股东知情权，于11月27日正式向人民法院提起诉讼。

“从诉讼本质来看，量贩零食和传统零食确实有正面冲突，此次起诉事件将两者长期的矛盾公开了。”朱丹蓬说，虽然很多品牌对量贩进行了注资和投资，但也仅仅是迫于行业压力进行的革新，量贩零食品牌走低价路线或能在短期赢得消费者欢心，但长期来看，给消费者的体验感一般。



近两年，平价零食渠道快速发展，抢占休闲零食市场。

视觉中国/图

# “冰雪热”带火冰雪装备产业

本报记者 许礼清 北京报道

“冷资源”正在变成“热经济”。随着各大滑雪场开板迎客，大众参与冰雪运动的热情被点燃，冰雪装备走俏市场。京东数据显示，11月以来，滑雪装备成交额同比增长超150%。

## 冰雪装备迎消费热

“三亿人上冰雪”正在照进现实。艾媒咨询预计，2023年我国冰雪运动带动的市场规模将达8297.5亿元，2025年将超万亿元，2023—2025年复合年增长率将达18.8%。

而在快速增长的冰雪经济中，冰雪装备刚需性较强，迎来消费热。京东数据显示，11月份以来，滑雪衣裤套装成交额同比增长180%，滑雪装备成交额同比增长超150%。值得买科技的数据显示，11月1日至20日，平台滑雪夹克、滑雪裤、滑雪镜、滑雪鞋销售额分别实现58.07%、37.64%、21.58%、67.84%的增长。

此外，记者从迪卡侬获悉，迪卡侬滑雪装备自今年10月初开季

销售额同比增涨78%，表现远超预期。其中，单板玩家、亲子用户和专业玩家的增量需求尤为抢眼，90后年轻群体亦成为不容忽视的消费新势力。而随着室内雪场的涌现，由于室内雪场人造雪较硬的特点，护具的需求空间也被进一步打开。

冰雪运动装备消费热情不断攀升，众多品牌纷纷布局。天眼查数据显示，2021年1—11月共新增1206家相关企业，同比增长61%。天猫新生活研究发现，2021年天猫商城与滑雪相关的新增品牌数量同比增长两倍，新品牌迅速崛起。

大众服饰品牌也争相入局。例如波司登推出多款滑雪服，记者查询

来看，国际品牌认知度高，依旧占据着高端和专业市场，国货品牌也在不断崛起，从服饰、软件等品类切入，但在头盔、眼镜等核心品类方面还比较薄弱。此外，如何促进消费者保持长久、持续的消费热潮也值得探讨。

中国数实融合50人论坛智库

专家洪勇告诉《中国经营报》记者，随着冰雪旅游市场的不断发展，装备市场规模会不断扩大，为其产业带来更多的商机和发展空间。而冰雪装备产业需要面对技术创新、市场营销、品牌建设等方面的挑战，必须要提高产品的质量和竞争力。

智能化等方向发展。国产品牌主要通过合资运营、收购等资本运作和以性价比产品切入的两种资本和实业发展模式。

中国信息协会常务副理事长朱克力表示，“冰雪热”推动了冰雪消费的快速增长，使滑雪装备市场成为一个潜力巨大的蓝海。随着越来越多的人投身于冰雪运动，对于高质量、功能性的滑雪装备的需求也随之增加，从而吸引众多品牌纷纷进入滑雪装备市场，加剧了市场竞争。但同时，这种竞争也促使企业不断进行技术创新和产品升级，以满足消费者日益增长的多样化、多层次需求。

## 突破

滑雪爱好者张先生表示，大多数初学者最开始去滑雪场都是租装备，很多还穿着自己的日常衣服，比如冲锋衣。只有滑过之后产生兴趣才会想购买装备。

多位业内人士在采访中提到，冰雪装备产业在冰雪热的带动下迎来风口，但仍需依靠冰雪旅游以及国家重大赛事举办，例如冬奥会等多方面的影响，如何避免出现短暂的消费热潮，以及一次性冰雪装备购物的人群占大多数，需要政策、企业多方面的助力。

在政策端，中共中央办公厅、国务院办公厅2019年印发的《关于以2022年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》明确提出了创新发展冰雪装备制造业，指定冰雪装备器材产业发展行动计划，推动资源整合，支持企业开发科技含量高、拥有自主知识产权的冰雪运动产品。

企业也在不断加码科技，创新产品。齐齐哈尔黑龙国际冰雪装备有限公司总经理冯庆波表示，为了抓住当前的机遇，加大了研发投入和智能化设备升级，近三年累计投入4200万元，公司还投资了500万元新上一条年产20万副滑雪板生产线。同时，更加注重产品创新，逐步向高端大众消费类品牌和经济化产品延伸。

此外，很多冰雪装备产业推出相关的家庭式个人运动器材设备，结合VR技术，也进一步带动了全民冰雪装备消费的热潮。

多位业内人士向记者表

示，结合互联网及新生代消费人群的特点和玩法也非常重要的。例如打造雪圈垂直类App，通过短视频教学掌握技术要领，打破信息差和降低初学者入学门槛的同时，增强消费者黏性。或者签约当红代言人，提高品牌美誉度和知名度等。

此外，记者注意到，除了创新、延伸产品线，打造和拓展消费场景也是众多装备企业选择的发展路径。冯庆波表示，为了抓住后冬奥时代的发展机遇，我们注重专业人才的引进，尤其是冰雪产品的设计、技术、研发、产品运营等；与更多高校合作，通过科技赋能，不断迭代创新产品，开发雪上运动装备、轮滑装备、可移动冰场等全链条产业。此外，通过赞助体育赛事扩大宣传，不断加大体教融合，资助中小学生开展冰上运动，进一步推动冰雪运动的普及。

朱克力表示，如何在激烈的市场竞争中脱颖而出，持续创新以满足消费者的多变需求，以及应对国际品牌的竞争压力，都是冰雪装备产业需要解决的问题。为扩大和促进冰雪装备产业的长足发展，企业需要加强技术研发和创新，推动冰雪装备的技术升级和产品换代。同时应深入了解消费者的需求，提供更加个性化、专业化的产品和服务。还要加强品牌建设和市场推广，提升国货品牌在国际市场的竞争力。在此过程中，与相关产业的合作与融合也是实现产业链协同发展的关键所在。

## 冰雪装备生意经

在冰雪产业规模不断扩大等多重红利下，冰雪装备的发展正以加速度崛起。

国内滑雪装备连锁品牌冷山创始人、原创滑雪品牌GOSKI创始人赖刚告诉记者，2015年之前基本所有的品类都是进口品牌，滑雪涉及到的装备种类很多，比如板鞋、固定器、帽子、手套、头盔等，国际品牌是处于相对垄断的位置。从2015年开始逐步出现一些国货品牌，2020年后国产品牌开始加速发力，现在已经在加速度发展，消费热潮也逐渐起来了。

国际品牌仍在不断进军中国市场。2019年11月，美国高端专业滑雪运动品牌SPYDER宣布进驻中

国市场；2020年10月，挪威滑雪运动品牌HELLY HANSEN（海丽汉森）进军中国市场；2021年年底，德国高端滑雪品牌BOGNER（博格纳）、奥地利滑雪运动品牌HEAD（海德）在北京开设直营门店。

滑雪教练“李森同学”告诉记者，以往国内滑雪市场比较小，想买国际品牌并不方便。随着冰雪运动的不断普及，目标群体增多，越来越多的国际品牌进驻中国市场，选择性更多。实际上，滑雪是一项比较花钱的运动，一些滑雪发烧友的一套装备贵的可能达到10万元左右。国货品牌目前主要是功能内衣、滑雪袜、滑雪服做得多，性价比较高，但在高

端市场上实力比较薄弱，大部分高消费人群还是选择国外品牌。

在叠加多重红利的背景下，“冰雪装备赛道前景”一直都是大家关注的焦点。对此，多位业内人士表示，滑雪是典型的以装备为主导的运动，而不是鞋服，所以它本身跟大众市场有显著区别，许多大的运动品牌基本只推出相关服饰，不涉及其他装备，因此国货品牌还是有一定发展空间和机会的。

不过这门生意也并不好做，从业人士最有体会。赖刚告诉记者，目前国货品牌基本上是从服饰、软件、护具等细分品类切入，在头盔、雪板、眼镜等核心品类方面实力比

较薄弱。另外，滑雪装备的一些客群是消费偏高的，而国际品牌的客单价可以达到三万元，国货品牌的客单价可能只有几百元。

“很多人认为只要跟滑雪沾边的装备就很贵，商家的利润一定很高，其实不然。在滑雪装备行业，无论是品牌方还是零售商，毛利基本在35%—45%。以前也有全球知名品牌进军单板市场，到最后因为亏损而放弃了。比如一双雪鞋单款单色在全球市场上发售一两万双，而一双经典球鞋可能发售数百万双；还有制造一个头盔光模具就需要几十万元，所以从做生意的角度来说，从制造成本的分摊上、研发等方面都是高成本的。”赖刚说。

# 美团买菜更名小象超市背后的生意经

本报记者 李静 北京报道

在互联网平台中，阿里巴巴很早就做起了店仓一体的新物种，即盒马鲜生，主打生鲜品类，以“线下+线上”的模式进行销售；京东在不久后跟进，推出7 FRESH七鲜，也是线上线下相

结合的模式；而美团则选择了以前置仓的方式做“美团买菜”。

自2023年12月1日起，美团旗下自营零售品牌“美团买菜”在迎来五周年生日后，升级为全新品牌——小象超市，从生鲜品类切入到更多的超市品类，品类上与线下落地的盒马鲜生、

七鲜类似。不过值得注意的是，小象超市目前还没有像盒马鲜生与七鲜一样，落地直接面向消费者的线下实体超市。

“更名为小象超市，是希望与业务实质更加接近，在消费者心中建立起‘超市’的心智。过去经常使用美团买菜的消费者

不难发现，美团买菜其实早就不止“买菜”了，商品种类已经与中大型超市相当，除生鲜之外，还有诸多休闲零食、日用清洁、个护美妆、酒水饮料等商品，进入消费者下单的列表里。”美团方面在接受《中国经营报》记者采访时表示。



12月1日，美团旗下自营零售品牌“美团买菜”升级为全新品牌——小象超市。 视觉中国/图

## 升级为小象超市

从“买菜”到“超市”的升级，是小象超市商品不断丰富的直观体现，已经达到线下大型超市水平。

曾经的美团买菜，是美团自营零售业务，定位为社区居民的“30分钟快送超市”，采用“手机App+线下服务站”的模式，通过在社区设立集存储、分拣、配送为一体的便民服务站，为社区居民提供生鲜食品日用品及配送服务。

从“买菜”到“超市”的升级，是小象超市商品不断丰富的直观体现，除生鲜之外，小象超市还提供休闲零食、日用清洁、个护美妆、酒水饮料等品类的商品，已经达到线下大型超市水平。

对于美团买菜更名为小象超市，美团方面对记者表示：“生鲜品类为曾经的美团买菜提供了切入市场的机会。随着消费者的日用百货、酒水、家居用品在美团线上消费习惯的养成、采购频率渐长，更名为小象超市，与业务实质更加接近，更容易在消费者心中建立起‘超市’的心智。”

截至目前，小象超市已在北京、上海、广州、深圳、武汉、苏州等多个城市上线。

记者还发现，在美团App中，目前小象超市居于首页第一排的第

二位，仅次于外卖业务。

美团方面对记者回应，在美团“零售+科技”战略聚焦下，小象超市承载着“深耕即时零售，提升消费体验”的任务，是公司在线上零售探索的核心业态之一，给一、二线城市用户带来线上零售即时达的消费体验，解决城市家庭追求快速、品质服务的需求。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院创始院长朱克力对记者分析指出：“从目前小象超市在美团App的位置来看，美团内部对买菜业务的重视程度很高，并将其作为战略重点之一。这是因为买菜业务具有较大市场潜力，并与外卖业务形成协同效应。”

美团方面对记者进一步回应称：“消费者对于线上购物和快速送达的需求仍在增加，随着复购率和订单量持续增长，小象超市的规模效应和用户黏性将进一步加大，强大的末端配送团队，也可以提供更多元的服务。品牌升级后，小象超市能给消费者带去更稳定、更便利、更丰富的购物体验。”

## 背后是一门大生意

从美团买菜更名为小象超市的变化，意味着从生鲜品类拓展至快消品等更多超市品类，这其实是从低毛利率的生鲜产品向高毛利的快消品在扩容。

在不久前美团2023年第三季度财报电话会议上，美团管理层透露虽然新业务仍在亏损，但对买菜的业务寄予厚望。美团管理层表示：“过去二十年间，无论在美国还是中国，很多公司都以各种各样的方式尝试过在线销售生鲜产品，但截至目前鲜有成功者。作为如此重要的零售门类，做起来却不容易。”

记者了解到，生鲜品类的劣势是损耗太大，仓储配送等环节会导致成本过高，所以在零售行业，生鲜品类会被当作引流品，而不是盈利品，快消品是标准化的工业产品，运输成本低，消费频次属于中等，利润空间则更高。

百联咨询创始人庄帅对记者指出：“快消品类的品牌意识比较强，像宝洁、联合利华等快消品牌在广告投放上的费用也比较高，小象超市在销售快消品时，除了能获得商品的佣金之外，还可以获得品牌的广告投放收入。这

也是美团买菜更名为小象超市，希望拓宽在消费者心中认知的一个重要原因。”

从美团买菜更名为小象超市的变化，意味着从生鲜品类拓展至快消品等更多超市品类，这其实是从低毛利率的生鲜产品向高毛利的快消品在扩容。

朱克力对记者表示：“通过提供快速、便捷的买菜服务，这些互联网平台可以进一步拓展其用户群体，增加用户黏性，提升市场份额。”

从销售品类的角度来说，生鲜品类属于高频次消费品类，是可以达到周销或者日销的一个品类，对于平台发展意义也是重大的，这也是互联网巨头们青睐卖菜业务的重要原因之一。在目前存量用户市场的竞争大环境下，谁能够让用户在自己的平台停留时间更久，访问的次数更多，那么它获得增长的机会也就更大。从用户群体的角度来看，卖菜业务还可以很好的渗透到下层市场的

用户群体，因为大部分买菜人群年龄偏大，更容易接受生鲜品类，这类用户群体也是很多互联网平台希望能够渗透的群体。

“生鲜品类价格波动大，进货渠道复杂。在供应链体系能够强化的情况下，加上卖菜本身客单价比较低，哪怕平台进行补贴，投入不大。这意味着平台可以用很少的投入去拉动用户活跃度，推动用户增长，然后拉动订单增长，在订单增长的情况下，反过来还能进一步降低物流配送成本。”庄帅对记者进一步解释道。

实际上，几年前一度备受业内外关注的社区团购做的也是卖菜生意。如今，阿里巴巴、京东、美团做的新零售超市和之前的社区团购有什么不同？

美团方面对记者表示：“随着即时零售等新业态逐渐融入本地商业生态，美团已经成为本地零售的有机组成部分，一方面，美团通过即时物流、仓储等能力，助力本地零售商户更好服务各自的用户。”

# 伊利集团：加快生产力跃迁 为中国奶业注入强劲新动能

近年来，我国奶业实现突飞猛进的发展，产量、质量、装备水平等各项指标稳步提升。以伊利为代表的龙头企业围绕产业链布局创新链，解决全产业链技术瓶颈，推动“数智化”升级，不断增强中国奶业的核心竞争力。

当前，我国正整合科技创新资源，加快形成新质生产力。站在新起点，面对新机遇，伊利正加快实现生产力新的跃迁，推动中国奶业走向更创新、更高效和更可持续的发展道路，为正在“由大到强”的中国奶业注入强劲新动能。

## “全链式”创新 增强奶业核心竞争力

近日，伊利股份发布2023年三季报。报告期，公司创新成果转化提速，上市多款健康新品，收获市场积极反馈，公司营收、净利也再创历史新高，前三季度营业总收入达974.04亿元，净利润实现16.36%的增长，核心经营能力持续提升。

骄人的成绩单背后，离不开伊利集团多年来将创新作为重要发展战略的积淀。依托全球领先的创新体系，伊利围绕产业链布局创新链，形成“从一棵草到一杯奶”的创新链路，解决全产业链技术瓶颈，加速推动技术成果转化和应用，不断增强中国奶业的核心竞争力。

## “数智化”升级 打造奶业高质量发展新引擎

在技术和产品的全面创新之外，作为亚洲乳业龙头企业，伊利全链数智化正在让乳业摆脱传统增长路径，加快迈向高质量发展。

在上游，伊利打造有机循环的可持续发展模式，并将实践经验不断推广到全国更多牧场，为奶业绿色低碳发展提供了坚实的“后盾”。

其中，位于伊利现代智慧健康谷的敕勒川生态智慧牧场，是代表着全球领先技术水平的现代化牧场。作为配套伊利现代智慧健康谷产能而建设的牧场之一，这座总投资高达7亿元，总占地面积约11250亩的牧场，不仅是全球智能化程度领先、低碳环保技术领先的牧场，还是应用全球领先的胚胎技术打造的高产牧场，以及世界一流绿色生态观光牧场。

在中游，伊利在全国的所有工厂均实现了智能化布局，通过数智化

伊利已经建成世界领先的牛核心育种场，成功培育出国内排名前列的种公牛，创造中国种牛在国际舞台上的历史性突破，并有包括冠军种公牛在内的5头种公牛进入中国排名前10强。

同时，伊利在国内率先开发的裹包青贮技术，使2023年头茬苜蓿指标全部达到优级及以上。伊利培育优质、高产、高转化率的牧草品种，带动全国420多万亩饲草种植，为奶牛养殖提供优质饲草保障。

在产品研发领域，伊利科研团队不断探索先进技术，满足消费者多元化的营养需求，为健康保驾护航。



化赋能，全面提升生产力，生产效率倍增。

在伊利健康谷液态奶全球智造标杆基地，码垛机械手臂灵活旋转、AGV无人驾驶小车智能躲避障碍物物流畅行，全球一流仓储系统智能管理……基地日处理原奶可达到6500吨，是全球乳业率先引入全球速度更快、每小时灌装4万包生产线的工厂，每天生产的牛奶可充足保障千万级人口城市的日饮奶需求。在伊利奶粉全球智造标杆基地，年产能可达6万吨，是目前全球产能领先、技术一流、数智化

业内人士表示，活性乳铁蛋白作为奶中的活性营养，提取技术门槛高、工艺难度大，是行业攻坚难题。伊利提前布局并集中资源进行技术攻坚，通过16载的研究积累，实现全球创新的乳铁蛋白定向提取保护技术，将常温纯牛奶乳铁蛋白保留率由10%提高到超90%。伊利在新西兰的乳铁蛋白工厂已于今年开工，建成投产后，将推动伊利跻身乳铁蛋白产能全球前三。

在技术研发层面的多年积累和不断创新，不仅让公司形成技术引领的竞争优势，也为行业高质量发展创造了新的技术生产力。



程度先进的高端婴幼儿配方奶粉生产基地，成为引领奶业振兴的排头兵。

同时，伊利还大力推动“全域、全场景、全生命周期”的消费者数字化运营，搭建覆盖400多个数据源的大数据雷达。开发了与1.5亿消费者在线协同共创新品的智能洞察系统，平均用3天半的时间就可以完成市场洞察。伊利上线的业内领先的GPT应用产品——YILI-GPT，通过机器学习、运筹优化、智能交互等不断为消费者提供更多元的消费体验。

## 面向未来 加快奶业生产力跃迁

创新路上的伊利从未止步。站在新起点，面对新机遇，伊利正加快实现生产力新的跃迁，推动中国奶业走向更创新、更高效和更可持续的发展道路。

业内人士指出，新质生产力代表一种生产力的跃迁，是摆脱了传统增长路径、符合高质量发展要求的生产力，是数字时代更具融合性、更体现新内涵的生产力。新质生产力的提出，不仅意味着以科技创新推动产业创新，更体现了以产业升级构筑新竞争优势、赢得发展的主动权。

伊利集团董事长兼总裁潘刚近日在2023年伊利领导力峰会上表示，国家提出要“加快形成新质生产力”，通过科技创新加速产业升级、拉动经济增长。奶业也要加快推动生产力的新跃迁，推动中国奶业走向更创新、更高效和更可持续的发展道路。这既是现实所需，更是未来所向。

潘刚认为，要抓住数字经济发展的产业跃迁新机遇，以科技创新为引领，以人才发展为支撑，持续推动全产业链的数智融合和绿色发展。

形成新质生产力，就是要依托科技，依托创新。多年来，伊利集团将创新作为驱动企业发展的主要战略，在欧洲、大洋洲、东南亚等地打造了15个创新中心。由伊利牵头建设的国家乳业技术创新中心，总部坐落于呼和浩特市伊利现代智慧健康谷，集聚了中国规模领先的乳业高端智库。伊利联合其他共建单位致力于通过自主的科技创新，探索出一条具有中国特色的乳业高质量发展之路，抢占全球产业技术创新制高点，打造具有全球影响力的乳业科技创新枢纽。

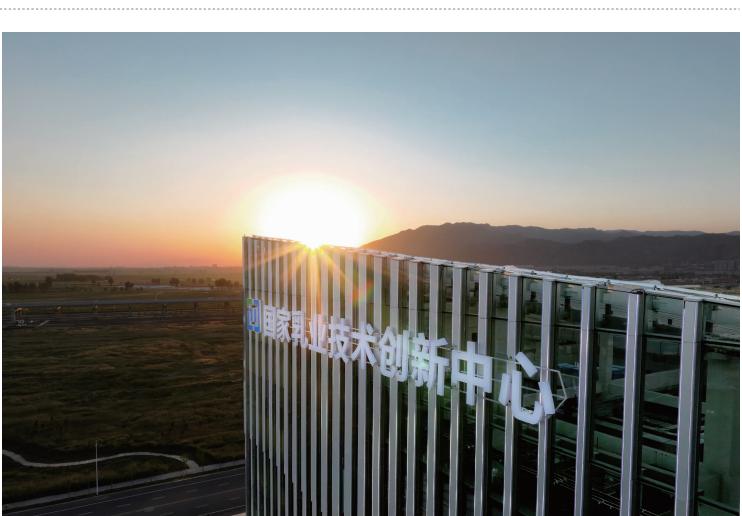
打造新竞争力的同时，还要构建持久动力。目前，伊利创新全生

命周期环境管理模式，积极构建“零碳产业链”，致力于2050年前实现全产业链碳中和，并携手全球奶业合作伙伴，筑牢可持续发展生态。

作为行业内率先发布“双碳”目标及路线图的企业，伊利是行业内率先具有自主碳盘查能力的公司，通过产业链赋能和乡村振兴人才培养带领农牧民共同增收致富。截至今年9月底，伊利为1.2万余户产业链合作伙伴提供金融扶持，累计融资金额近1400亿元。

从草原出发到享誉国际，伊利已经成为中国乳业一张闪亮名片，在自身发展壮大的同时，也在不遗余力地助推着经济社会全面发展，直接和间接带动数十个相关产业的联动发展，为社会创造数百万个就业岗位。

当前，伊利正在为消费者提供更高品质的产品和服务，为行业高质量发展打造新的动能，培育中国奶业在全球竞争的新优势。接下来，伊利将继续坚持以“科技创新”为引领，提升全链数智化水平，加快绿色转型，实现人才的接续传承和行业的融通发展，带领行业推进生产力新的跃迁，为经济高质量发展提供新竞争力和持久动力。广告



项目，并在其他省份新增产业投资，不断构建和完善产业链功能，实现产业集聚效能。伊利还充分发挥龙头企业的技术、管理、资金等优势，通过“利益联结机制”，与农牧民结成利益共享、风险共担的共同体，通过产业链赋能和乡村振兴人才培养带领农牧民共同增收致富。

截至今年9月底，伊利为1.2万余户产业链合作伙伴提供金融扶持，累计融资金额近1400亿元。

从草原出发到享誉国际，伊利已经成为中国乳业一张闪亮名片，在自身发展壮大的同时，也在不遗余力地助推着经济社会全面发展，直接和间接带动数十个相关产业的联动发展，为社会创造数百万个就业岗位。

当前，伊利正在为消费者提供更高品质的产品和服务，为行业高质量发展打造新的动能，培育中国奶业在全球竞争的新优势。接下来，伊利将继续坚持以“科技创新”为引领，提升全链数智化水平，加快绿色转型，实现人才的接续传承和行业的融通发展，带领行业推进生产力新的跃迁，为经济高质量发展提供新竞争力和持久动力。广告