

## 时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

## 周要闻

## 5月LPR继续“按兵不动”

5月20日，新一期货币市场报价利率（LPR）出炉。中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布，2024年5月20日贷款市场报价利率（LPR）为：1年期LPR为3.45%，5年期以上LPR为3.95%。本月LPR报价基准按兵不动，符合市场预期。

## 四部门：培育壮大城市数字经济

国家发展改革委等四部门日前发布《关于深化智慧城市发展 推进城市全域数字化转型的指导意见》提出，培育壮大城市数字经济。并明确要因地制宜发展新兴数字产业，加强大数据、人工智能等关键数字技术在城市场景中集成应用；培育壮大数据产业，发展一批数据商和第三方专业服务机构，提高数据要素应用支撑与服务能力。

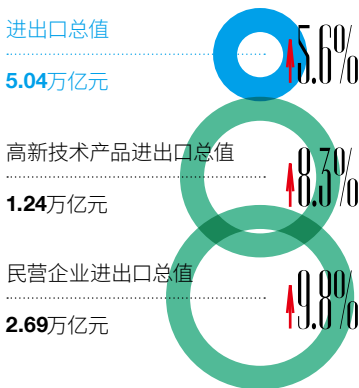
## 伊朗第一副总统穆赫贝尔将暂时管理政府

据央广总台消息，当地时间5月20日，伊朗最高领袖哈梅内伊对伊朗总统莱希、外长阿卜杜拉希扬等高级官员在直升机事故中罹难表示哀悼。他同时表示，根据伊朗宪法第131条，第一副总统穆赫贝尔将负责暂时管理政府，穆赫贝尔有义务在最多50天内与议长和司法总监共同安排总统选举。

## 周数据

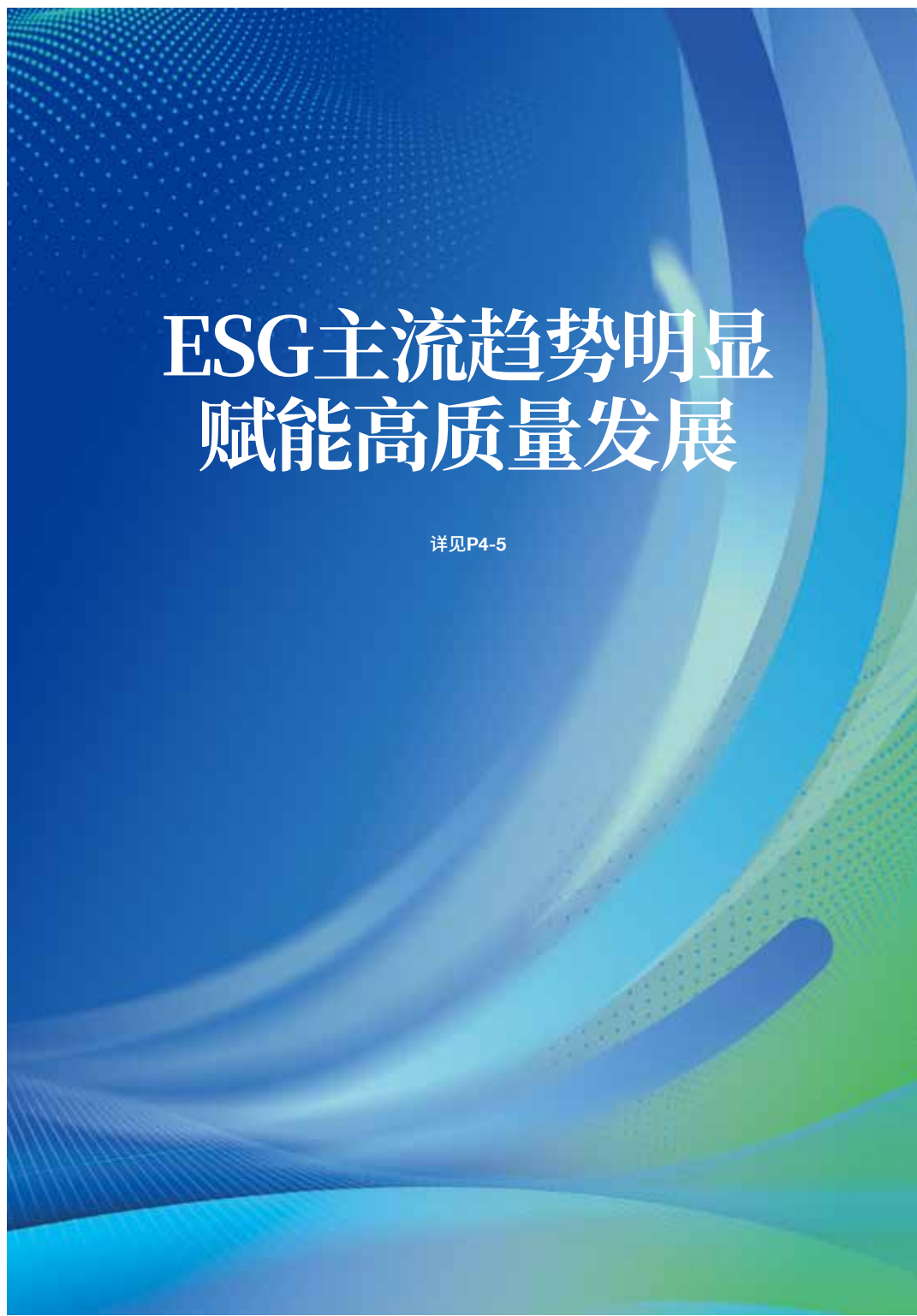
## 前4月长三角区域外贸进出口总值增长5.6%

据上海海关消息，今年前4个月，长三角区域外贸进出口总值达5.04万亿元，规模创历史新高，同比增长5.6%，占全国进出口总值的36.5%。其中，高新技术产品进出口总值1.24万亿元，同比增长8.3%，占全国同类产品进出口总值的35.3%。民营企业进出口总值2.69万亿元，同比增长9.8%，占全国民营企业进出口总值的35.7%。

今年前4个月  
长三角区域外贸进出口情况

## 25省份晒一季度财政账本

详见P3

ESG主流趋势明显  
赋能高质量发展

详见P4-5

## 吴清执掌证监会百日

时代周报记者 黄嘉祥 发自深圳

履新证监会主席至今，吴清在这个“火山口”的位置上已满百日。

2月7日，证监会换届，时任上海市委副书记的吴清进京赴任，接棒成为证监会第十任主席。彼时的A股跌至“冰点”时刻，沪指在2800点左右徘徊，市场信心不足，市场对其上任充满期待。

每一任证监会主席都有自己的风格，作为首位在证券监管系统成长起来的证监会主席，吴清上任以来，密集调研，广开言路，“严字当头”的资本市场新监管思路逐步浮出水面。他强调，监管者必须高度重视市场内在稳定机制建设，提升市场的韧性，坚持市场化法治化，打造忠诚干净担当的监管铁军，监管执法“长牙带刺”、有棱有角。

履新以来，资本市场掀起了监管风暴，“零容忍”打击各类违法违规行为，30多家券商收到超100张罚单，“三中一华”在内的多家头部券商均无例外被罚，部分私募、会计师事务所也遭处罚；加大打击财务造假、欺诈发行等违法违规力度，数十家上市公司被监管立案或处罚。

其间，一系列资本市场政策也相继发布。4月12日，国务院印发《关于加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》，该意见共9个部分。这是时隔10年国务院再次出台资本市场指导性文件，被称为“新国九条”。

自“新国九条”发布以来，资本市场开启新一轮深化改革，“1+N”政策体系逐步落地，证监会发布了一系列制度规则，包括严把发行上市入口关，加强现金分红、股份减持、量化交易等方面，督促行业机构履职尽责等。

5月15日，吴清在2024年“5·15全国投资者保护宣传日”活动上致辞称，当前，证监会正在深入贯彻中央金融工作会议精神，全面落实“新国九条”，扎实推动资本市场“1+N”政策措施落地见效。核心内容就是一体推进强监管、防风险、促高质量发展，强本强基、严监严管，加快打造安全、规范、透明、开放、有活力、有韧性的资本市场。要把投资者保护贯穿于资本市场制度建设和监管执法的全流程各方面。

吴清履新的这100天，该出手就果断出手，纠正市场失灵。A股市场明显回暖，沪指从他上任时的2829.7点，逐步收复3000点，目前已站上3100点。

“春节以来，我们和很多海外投资者进行了交流，他们对中国市场的看法变得更加积极。其中的重要原因是监管层推出了很多举措，更加果断地支持市场。”瑞银大中华区研究部总监连沛对时代周报记者表示，例如“国家队”入市增持A股ETF，这对于外资而言是一个积极的信号，加强了他们的信心；规范上市公司的减持，更加动态地平衡一级市场和二级市场的流动性。这些都是从外资角度非常关注的。

➔ 下转P9

大厂公关  
一号位变迁

在璩静引爆传媒圈之前，大厂公关已经许久未活跃在前台了。他们跟随公司业务发展的节奏变调，不再充当高调的企业网红，而李彦宏、马化腾、马云、刘强东的内部发言再次成为焦点，公司掌舵者逐渐变身真正意义上的公关。

时代财经 徐晓倩

4条抖音视频，让百度公关“一号位”霸占了近半个月的互联网热点。

随后，事件主人公璩静的百度生涯以流星般的速度陨落。5月9日，璩静被曝出从百度离职。当天下午，百度创始人李彦宏与人力资源部负责人崔珊珊召开小范围员工沟通会，这场引发全网围观的闹剧才告一段落。

然而，璩静并没有打算平息这场风波。5月13日，璩静回击了一名百度离职博主的言论，她在某条视频下评论称，你就少蹭一点吧，少造谣，留点口德做个人，我认识你吗？你有什么资格来点评我？

璩静急功近利下场做视频的背后，或许是百度的流量焦虑。然而，在互联网公关一号位纷纷专注幕后时，璩静过于外露的高调、张扬已经不合时宜，也很难在“黑红”的道路上杀出重围。

在璩静引爆传媒圈之前，大厂公关已经许久未活跃在前台了。他们跟随公司业务发展的节奏变调，不再充当高调的企业网红，而李彦宏、马化腾、马云、刘强东的内部发言再次成为焦点，公司掌舵者逐渐变身真正意义上的公关。

## 一次铤而走险的试水

细数百度此前的公关总监，从梁冬、朱光到王路，无一不是圈子内存在感极强的人物。

朱光是百度任期最长的公关一号位，加入百度后，他深化了“百度一下，你就知道”的企业形象标语，而后又拿到了2009年春晚赞助商名额，这也让创始人李彦宏在全国观众前密集刷脸。

彼时，百度正处于业务发展黄金期，谷歌退出中国市场，百度趁势拿下了75%的搜索市场份额，企业的公众形象也比较正面，2011年3月百度市值达481亿美元，成为市值最高的中国互联网公司。

2016年上任百度公关一号位的王路，也是一位狠角色，他一方面修复企业“魏则西事件”的信任危机，另一方面放大了百度作为一家人工智能公司的形象。

相比经历过刀光剑影的百度公关天团，璩静的战绩尚未达到前辈们的高度，她的上段公关经历是担任华为公共及政府事务部副总裁，而处理自身的公关危机成为目前她职业生涯中面临的巨大挑战之一。

➔ 下转P17

## 政经 · TOP NEWS

- 3 四大重磅楼市政策齐发 对全国20强城市影响几何？
- 6 浙C、苏C 谁能率先撞线万亿？
- 7 这座一线城市 卡位“低空经济”
- 8 反超美国 中国成印度头号贸易伙伴

## 财经 · FORTUNE

- 11 一季度7家百亿财险4家增收不增利 受投资收益率下滑拖累？
- 12 迈出整合第一步！ 国联证券拟购买民生证券100%股权
- 14 出海挖矿不易 多家矿业巨头在海外被“公私合营”
- 16 逾60亿美元打包GLP-1药物“出海” 恒瑞医药BD也疯狂

## 产经 · INDUSTRY

- 18 国产智能手机15年： 一场波澜壮阔的大逆转
- 20 特斯拉FSD再进化 智驾行业将迎来大变局？
- 22 年销售费近12亿元 丸美股份狂补线上课
- 23 万科比亚迪合资公司注册 王传福和郁亮曾双双站台

编辑/梁励 版式/陈溪清  
图编/黄亮 校对/宋正大  
国内统一刊号/CN44-0139  
邮发代号/45-28  
广东时代传媒集团有限公司 主办

6 946957 120015 >  
零售价/RMB 3.00 HKD 10.00扫一扫关注  
时代周报官方微信

时代在线/  
<http://www.time-weekly.com>  
官方微博/ @时代周报  
官方微信/ timeweekly

广告热线/ 020-3759 1496  
发行热线/ 020-8735 0717  
传真/ 020-3759 1459  
征订咨询/ 020-3759 1407

地址/广东省广州市珠江新城华利路  
19号远明明珠大厦4楼



# 楼市去库存 “以购代建”需透明化

5月17日，全国切实做好保交房工作视频会议在京召开。

会议指出，相关地方政府应从实际出发，酌情以收回、收购等方式妥善处置已出让的闲置存量住宅用地，以帮助资金困难房企解困。

商品房库存较多城市，政府可以以需定购，酌情以合理价格收购部分商品房用作保障性住房。

2024年5月17日肯定会成为我国房地产史上让人难忘的一天。

就在这一天，保交楼、去库存、降首付、降息等各类政策接踵而至，整个市场为之沸腾。

综合来看，本轮政策不仅刺激需求，

还直接稳定地产供给、改善房企流动性，堪称“史上最宽松”房地产政策。而在供给侧，重点加码保交楼、去库存，预计会明显释放房企的流动性。

当然，由于消化存量房产即“去库存”是众所周知的楼市当务之急，所以相关政策将如何进一步推动去库存，显然是舆论关注的焦点。

此前，房地产风险化解着重于项目层面，比如城市房地产融资协调机制，从项目层面融资助力保交楼。而5月17日的会议上首次正式提出地方政府收回、收购已出让闲置土地的政策，代表了中央对于“救项目也救主体”这一市场呼吁的回应。

其实，从严格意义上讲，由政府下场

“买房”，并不是新鲜事物。

此前，由地方政府出面，购买整体项目用于保障性租赁住房并非罕见。5月14日，杭州市临安区住房和城乡建设局发布公告，经临安区人民政府研究决定，将在临安区范围内收购一批商品住房用作公共租赁住房。这是杭州继宣布全面取消限购后又一个重磅动作。

不过，上述案例还未能上升到政策层面，且收购房源的规模也偏小。

而5月17日的会议意味着，政府“以需定购”，成为市场交易中的重要一方，已是楼市去库存、化解风险的重要政策。

政府的“以需定购”，实践中怎么操作？在5月17日的保交房会议之后，还举

行了一场国务院政策例行吹风会，会上介绍了切实做好保交房工作配套政策有关情况。住房和城乡建设部表示，城市政府坚持“以需定购”，可以组织地方国有企业以合理价格收购一部分存量商品住房用作保障性住房。

看来，由具备国资背景的企业出面收购，将是政府“以需定购”的一种主要模式。

接下来的问题是，钱从哪儿来？这一点离不开金融支持。也是在吹风会上，央行透露，将为此设立3000亿元保障性住房再贷款。

买方已经确定，资金不是难题，政府“以需定购”，顺利实施必将有助于房企纾

困，同时增强市场信心。

但在这个过程中，也有一些环节需要处理得非常审慎。

吹风会上，有关部门表示，“支持地方国有企业以合理价格收购已建成未出售商品房，用作配售型或配租型保障性住房”。什么是“合理价格”，如何确定合理价格，无疑是牵涉各方切身利益，也关系公平公正的核心问题。

处理这一问题，市场化、法治化是必须坚持的原则。房企的成本需要考虑在内，但也不能容许留下寻租空间，让收购成为暗箱操作，从而导致公共利益受损。

因此，政府按需收购，市场化、法治化之外，透明化也需要坚持。■

# 工程院院士谭建荣：机器人尚难脱离人类控制

时代周报记者 武凯 发自北京

人工智能技术的发展将对机器人产业带来颠覆性的改变，但目前仍有“驯服”机器人的手段。

“生成式AI、元宇宙、拟人化机器人这三项技术交叉融合汇聚，将产生真正的颠覆性技术。”谭建荣说，“颠覆到什么程度呢？有人预言将会产生人类2.0版本。”

5月17日，2024搜狐科技年度论坛在北京开幕。中国工程院院士、浙江大学求是特聘教授、博士生导师谭建荣分享了自己学习、研究、应用以及驯服机器人的经历。谭建荣指出，学界学者预言有三项技术交叉融合汇聚将会产生真正的颠覆性变化，分别是生成式人工智能、元宇宙数字空间

和拟人化机器人，三者融合将会产生人类2.0版本。

随着人工智能技术的快速发展，生成式AI、元宇宙及智能机器人已成为全球科技领域的重要发展方向。业界对其发展速度、方向以及风险的关注也在增加。人工智能技术加持的机器人是否会对人类造成威胁？在谭建荣看来，人类可以“驯服”机器人，以防范和降低其潜在的威胁。

2022年10月份，美国OpenAI公司推出生成式人工智能产品ChatGPT，这被视作是人工智能领域和科技行业的一项重大革新技术。

“生成式”这三个字非常关键，ChatGPT可以生成文本、生成视频、生成解决方案，其到来使得人工智能产生了新的质的变化。

“过去我们搞了很多人工智能应

用场景，但是大部分应用场景都通不过图灵测试，而生成式人工智能不仅能轻松通过图灵测试，写的文章也比一般人还好。”谭建荣说。

ChatGPT之外，近年来备受业内关注的第二项技术是元宇宙技术。这一技术充分融合了AR/VR等新一代交互技术，以及5G、区块链、边缘计算、人工智能等新一代信息化技术，能为用户提供一个充满无限可能性的虚拟平行宇宙，也为产业界提供了良好的发展机遇。

拟人化技术也是谭建荣研究领域的主要对象之一。拟人化技术的目标是把机器人做得像人一样，不仅形状像人，而且神似，思想也跟人相近。在100多年前，就有文学家提出机器人的初心是“有感情、有温度、可交流、可交互”。

三项技术的快速发展为机器人产业带来了更多期待，让人不禁好奇三者交叉融合汇聚将会产生哪些变化。有业界人士对此作出了预测，称融合后将会带来真正的颠覆性变化，如产生人类2.0版本。

在谭建荣看来，这一预言并非危言耸听，因为人类发展就是通过科学技术进步促进的。

在对技术发展的期待之外，业界长久以来对人工智能技术和机器人的发展也抱有不确定性。在部分人看来，机器人或将最终脱离人类的控制。

事实上，自机器人学出现以来，业界就对其设定三大原则：第一个原则是机器人不可以伤害人，第二个是机器人必须服从人，第三条是在一和二不矛盾的前提下机器人可以自我保护。因而在人工智能技术加速发展

的当下，如何让智能机器人处于人类控制之下也是业界关注的话题。

谭建荣介绍，“驯服”机器人有三个路径，一是通过安全规范和法规进行人工智能风险防范；二是通过大样本训练使得机器人服从人的指挥；三是划出一些安全警戒线，使得机器人在外源时空条件下防范其“做坏事”。谭建荣表示，通过以上三条路径，可以实现机器人“驯服”。

谈及当下，谭建荣认为目前控制机器人的程序算法还在人的控制之中。但他也提醒：“首先，人要坚守法律规定、技术规范、技术标准，把这些技术和法规融合起来。其次，法规也不是万能的，很多时候还需要伦理。”

谭建荣表示，只有将伦理、规范、技术融合起来，才能使得机器人造福于人类，造福于子孙后代。■

大力实施百县千镇万村高质量发展工程  
扎实推进绿美广东生态建设  
着力促进城乡区域协调发展



# 25省份晒一季度财政账本 重庆增速暂居首位

时代财经 李益文

相较GDP等经济数据，各省份对于财政收支数据披露更谨慎。进入5月，多省份才晒出姗姗来迟的一季度财政数据。

据时代财经统计，截至5月19日已有25省份披露了一季度财政数据。从已公布的数据来看，地方财政收支普遍较为紧张，预算收入分化明显。包括个别经济强省在内，部分省份的预算收入也出现较大降幅，与民生保障息息相关的预算支出增长出现放缓。

但与此同时，有另一部分省份的财政收入却实现了“高歌猛进”，个别省份甚至保持两位数的增长。

一季度，重庆的一般公共预算收入增长了19.6%，增速暂居全国第一。支出方面，天津一般公共预算支出达741.2亿元，同比增长25.7%，同样暂居全国增速第一。

实际上，2024年一季度，地方财政收支增速与地区经济发展水平间出现较大偏移，省份间一般公共预算收入也出现较为明显分化。

而在经济增速换挡、地方债务承压的大背景之下，既要保障硬性民生支出，又要应对换挡转型期的收入波动，如何平衡财政收支，考验着地方政府智慧。

## 财政收支分化明显

总体来看，一季度地方财政仍能称得上较为平稳。

根据财政部国库司数据，一季度，地方一般公共预算本级收入35072亿元，同比增长1%。考虑到去年因退税缓税缓费造成的高基数等影响，这一增速仍相对可观。

不过，具体到省份间，预算收入出现了较为明显的分化。

根据山西省财政厅数据，1-3月份，山西全省一般公共预算收入完成893.8亿元，比去年减收170.8亿元，下降了16%。

不只是山西，还有江西、河北、陕西等7个省份的一季度一般公共预算收入均出现不同程度的下滑。

而同期，重庆全市一般公共预算

收入却完成666.3亿元，增长19.6%，辽宁增长7.9%，贵州增长了7%。两者差距明显。

事实上，即便是排名相对稳定的GDP前十省份间，一季度的财政预算收入也出现了明显分化。

7个已经公布财政数据的GDP十强省份中，同在长三角地区的上海、江苏、浙江的预算收入相对平稳，分别增长了0.4%、0.8%、1.4%，近来经济表现亮眼的安徽则下降了1.3%。而去年GDP排名第7的湖北却增长了6.75%，同为十强的湖南、山东则保持了4.3%、4.5%的增长。

“这可能与地区间留抵退税政策的落地时间差和执行力度有关。”中山大学岭南学院经济学系教授林江告诉时代财经，公共卫生事件期间，中央多次推出减税降费及退税缓税缓费政策，其中以2022年力度为最，而中央利好政策又以增值税留抵退税为主，这也导致了2023年年初，税收集中入库造成了地方财政数据整体的高基数。

但地区间发展程度不同，面临的实际困难大小不一，需要根据自身实际情况作出合理调整。

“部分经济财政实力较好的省份，可以更早地推出更大力度的减税降费及退税缓税缓费政策。而受影响较小的省份，则有可能在力度与落地时间上放缓，这在一定程度上造成了当前省份间预算收入的高低差。”林江说。

根据国家税务总局副局长王道树的披露，2022年全国新增减税降费及退税缓税缓费超4.2万亿元，规模为历史之最，其中近六成成为增值税留抵退税。

如此庞大规模的减税降费及退税缓税缓费金额，在不同省份间有着不同表现。

以目前一季度预算收入增速最高的重庆为例。据《重庆日报》报道，2022年1-11月，重庆增值税留抵退税款近400亿元。而据央广网报道，2022年4月1日至5月15日，一个半月时间内，上海留抵退税款就已达到377.6亿元，其金额接近重庆全年。

此外，经济发展水平差异也是造成财政收入分化的重要影响因素



之一。

受困近年煤炭价格的持续低迷，山西近期经济增长也较为乏力，因此其预算收入下降幅度高达16%。2023年，山西GDP同比增长5%，未完成年初设定的5.5%的增长目标，亦低于5.2%的全国线。

进入2024年，山西经济尚未走出低谷，一季度山西GDP为5399.56亿元，经济总量与去年同期减少超400亿元，经济缩水较为明显。

## 财政收支问题需靠经济发展来解决

“更应该关注财政收支的质量状况。”在财政部财政科学研究所金融研究室主任赵全厚看来，当前省份间财政收支的高低，并不能很好反映地区间真实的财政状况。个别省份的预算收入激增，很大程度上是非税收入增长的推高。

一般而言，地方一般公共预算收入包含了税收收入与非税收入，两者所占比重常被作为衡量地区财政与经济健康程度的重要指标之一。

从总体来看，在一季度地方税收增长因故放缓时，地方的非税收入得

到较为普遍增长，部分省份增长超一成。其中，盘活存量资产、依法收缴罚没收入等成为地方非税收入高速增长的主要支撑。

根据吉林省财政厅数据显示，一季度吉林非税收入141.1亿元，同比增长41.3%，完成年初预算的32.1%，快于序时进度7.1个百分点。其中，国有资源（资产）有偿使用收入62.9亿元，增长1倍；政府住房基金收入20.6亿元，增长29.7%。

除吉林外，重庆、贵州、内蒙古3个省份一季度的非税收入增速分别为53.8%、17.6%、35.5%。

赵全厚告诉时代财经，当前地方债务压力大，而一季度又通常是借债偿债高峰期，在今年税收因故增长放缓的情况下，除了背靠中央支付转移等手段外，地方也在积极通过盘活国有资产等手段来提高地方财政收入。

除了相对高风险的地方债务外，与民生息息相关的硬性保障支出则是各省份均需面临的问题。

尽管多数省份一般公共预算支出保持着正增长，但也有部分省份支出近乎停滞，甚至出现较大下滑。

数据显示，今年一季度，上海、江苏、安徽、辽宁的一般公共预算支出比去年同期分别增长了5.5%、0.1%、-10.3%、0.9%。

不过，从具体细分项目来看，支出的停滞与下降主要来自于卫生健康支出，教育、社保就业等民生支出仍能保持相对增长。

以江苏为例，一季度，江苏全省一般公共预算支出完成3881亿元，仅增长0.1%。但教育支出771亿元，增长7.1%；社会保障和就业支出536亿元，增长3.4%。而卫生健康支出298亿元，下降达23.6%。

对此，首都经济贸易大学特大城市经济社会发展研究院执行副院长叶堂林在接受时代财经采访时指出，2023年一季度，新冠疫情和其他呼吸道传染病疫情仍存在较大面积的传播感染风险，此前部分防控支出亦需要结算，这也在一定程度上推高了支出基数，造成了2024年一季度相关数据的同比放缓。

尽管一般公共预算收入并非地方财政总收入的全部，但在房地产市场相对低迷，国有土地使用权出让收入锐减，而刚性民生支出不减的情况下，当前部分省份一般公共预算收入与一般公共预算支出间的差额仍显巨大，未来又该如何保障地方财政收支平衡？

对此，多名受访专家均认为，地方政府财政收支问题需要靠经济发展来解决。

宏观层面，地方应积极盘活地方现有资源，抓住机遇推动产业转型升级。在微观层面，再好的项目也需落地，各地区可以从基层入手，营造良好的营商环境，树立法制观念，削减不必要的开支，谨防乱收乱罚乱摊派。

目前，为缓解地方财政紧张，保障地方经济活力，中央财政转移支付力度正持续加码。

截至4月上旬，中央对地方转移支付已下达8.68万亿元，占年初10.2万亿元预算的85.1%。此外，1万亿元的超长期万亿元国债也在近期发行。相关分析表示，这对撬动社会经济活力，优化中国的债务结构起到了积极作用。■

# 四大重磅楼市政策齐发 对全国20强城市影响几何？

时代财经 王晨婷

首套房首付比例降至15%、公积金下调利率至2.85%、全国取消房贷利率下限、支持地方政府收购部分商品房用作保障性住房，5月17日，房地产市场连迎四项重磅政策。

“这4项政策每条都具有非常强的市场震撼力，也有助于后续新房在内的库存进一步消化。”易居研究院研究总监严跃进对时代财经表示。

新政下，买房到底能省多少钱？

以新房价格依旧坚挺的上海为例，4月新建住宅样本平均价格为52677元/米<sup>2</sup>，如果是100平方米的首套房，不含税的总价为526.77万元。首付比例降低至15%，即79万元，减少了26万元。

假设公积金贷款120万元，剩下的商业贷款按照3.5%的利率来计算（目前上海最低为3.85%，部分取消下限地区已经降到3.1%），贷款20年，则每月组合贷款月供为2.56万元。相比现在的利率每月可少还700元，总共少还17.8万元。

也就是说，按照首付+贷款总体来计算，最新政策下，不仅首付降低了26万元，能大幅减少购房者的首付负担，即使因为贷款金额更多导致购房者需要支付更多的贷款利息总额，20年期的还款总额也能省下6.4万元。

另一个算法同样能印证新政的

力度。如果以公积金贷款额度100万元、贷款30年、等额本息还款方式计算，仅公积金首套房贷利率降低一项，就可以每月月供减少135元，累计30年月供减少4.85万元。

这些政策对于购房者来说是重大利好，政策的出台无疑也回应了近期的房地产市场。同日，4月的70城数据发布。可以见到，4月各线城市商品住宅销售价格环比、同比降幅均有所扩大。

行业下行压力面前，一、二线城市仍是房企布局重点。近期频出房地产政策调控的城市，也大多是GDP总值位于全国前20位的经济强市。调控有何成效？市场如何变化？时代财经对20强城市的房地产市场近期变化进行了梳理。

## 经济强市仍为房企布局重点

房地产市场继续调整。房价整体跌幅仍在扩大。

4月份，全国70个城市新建商品住宅价格指数环比下跌0.6%，连续11个月下跌；同比下跌3.5%。4月份房价指数环比跌幅是2014年12月份以来该指标的最低点。

如果聚焦到经济排名前20的城市，新房整体情况略好于全国，4月新房房价同比降幅为2.7%。其中上海、成都、杭州保持同比增长，增幅分别为4.2%、1.4%、0.4%；同比跌幅最大的为南京，下跌7.7%。

除昆明外，4月70城二手房价格

指数悉数转跌，环比跌幅达0.9%创新高，同比跌幅为6.8%。而经济20强城市跌幅更甚，同比去年平均下降7.9%。其中，南京、武汉、广州的二手房价格指数出现两位数下跌，同比跌幅最小的是天津，为5%。

经济强市新房跌幅较小，但二手房“领跌”，这种现象出现已近一年。

在广东省城规院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉看来，经济强市二手房价格下跌，主要是因为挂牌量迅速攀升，此外，近期保租房、长租房、人才房供应量较为充足，外加上房价预期转弱、支付能力下降后，很多购房人群的需求转向租房市场。

值得注意的是，4月房地产市场还出现了新变化。北上广深的新房价格也开跌，环比下跌0.7%，跌幅大于百城，领跌70城，为近年来最大跌幅。

李宇嘉认为，一线城市之所以领跌，一方面与一线城市二手房价跌幅较大，对新房形成竞争关系，导致新房销售价格不得不跟进有关。另一方面，近年来开发商回归一线城市拿地，导致供地量增加，同质化竞争明显。

根据克而瑞统计，4月份北上广深新房在售库存周期分别达到49个月、15个月、27个月、36个月。

从20强城市的数据中，也能看到这一趋势。1-4月，除了不在70城名单上的苏州和佛山，其余18个城市平均新房价格同比下滑1.3%，4月单月的同比降幅则达到2.7%。

但从供给来看，这些经济强市依旧是房企企业布局的重点。一季度，全国房地产开发投资22082亿元，同比下降9.5%。而在20强城市中，据时代财经不完全统计，有半数以上城市发布了一季度房地产开发投资数据，均值为下降5.7%，明显高于全国平均水平，上海、杭州、济南更是逆势保持了增长。

## 市场观望情绪犹存

回到房价来说，即使是经济强市，房价也“涨不动了”。

从1-4月平均新房价格指数来看，对比去年同期，上涨的仅有上海（4.2%）、成都（3.0%）、杭州（1.0%）、天津（1.0%）、长沙（1.0%）、北京（0.6%）和济南（0.2%），总共7座城市。

值得关注的是，这些城市大多在近期出台了房地产新政，杭州、成都全面取消限购更是成为了房地产市场标志性的大事件。

以成都为例，在4月28日取消了实行7年多的限购政策。而在此之前，成都新房价格曾连续24个月环比上涨，在全国整体低迷的市场中“一枝独秀”。另据成都市住建局数据，2023年全年，成都房产成交量达36万余套，其中新建商品房成交量达到14.6万套，同比增长9.7%；二手房成交量达22万多套，同比增长68%，均居全国第一。

但今年以来，成都房地产市场迅猛增长的势头受阻，3月成都新建商

品住宅、二手住宅分别较去年同期下跌41.9%、33.4%。另一个侧面数据也能反映整体市场的观望情绪：一季度成都房地产开发投资额同比下降12.9%。

虽然房价还在微涨，但交易量已经显著下滑，给市场带来增量刺激，减少客户观望情绪，这是成都、杭州取消限购的核心目的。

南京的房地产新政则主要指向提振楼市。1-4月，南京新建房价价格指数同比下滑5.7%，二手房价格指数同比下降9.1%，在经济20强城市中跌幅均为最大。同时交易量也不及预期，我爱我家数据显示，一季度南京新房成交面积环比下降60%，居民置业意愿相对较低。

4月26日，南京在时隔6年后重启“买房即落户”。根据相关报道，政策立竿见影，交易量已经快速上升。4月二手房成交量环比上涨19.1%，成交量创今年月度新高。

在一线城市方面，也已出台以旧换新、部分松绑限购等政策，但整体动作不大。

在中原地产首席分析师张大伟看来，中国楼市的核心是一线城市，一线城市不涨，整体市场很难稳定。

“从市场看，京沪目前已经发布的政策依然是存量政策，针对过去的需求刺激。但从政策效果看，较难启动市场，所以未来很可能启动增量需求，也就是限购政策有可能会继续宽松。”张大伟对时代财经表示。■



# ESG与高质量发展创新论坛召开在即 多方共话可持续发展新范式

时代周报记者 申谨睿 发自北京

ESG正成为全面评估企业的全球语言。它倡导企业在环境、社会和治理等多维度均衡发展,不仅代表了全球经济治理的方向,也是助力“双碳”目标实现、推动经济社会高质量发展的内在要求。

ESG理念日渐深入人心,广受各界认可。众多企业加速拥抱ESG,将之融入企业治理、管理和业务场景中。一个围绕企业发展、价值创造、长期共赢的新商业范式正逐渐清晰。

5月23日下午2时,“ESG与高质量发展创新论坛”将于北京万达文华酒店举行。此次论坛由广东时代传媒集团主办,中央财经大学绿色金融国际研究院提供学术支持,时代周报、时代财经APP、时代商学院承办。论坛以“新理念 新发展 新动能”为主题,汇聚智慧与力量,促进各方沟通与交流。届时,来自各领域的专业人士齐聚一堂,立足当下经济变化和行业调整,聚焦ESG前沿发展动态,共同探讨高质量发展下的ESG实践,持续推动ESG方法论的完善。

本次论坛邀请的演讲嘉宾包括季晓南(国务院国有重点大型企业监事会原主席)、施懿宸(中央财经大学绿色金融国际研究院副院长、中财绿指首席经济学家)、冷冰(国际可持续准则理事会理事)、戈峻(天九共享集团共同主席、天九企服董事长兼CEO)、胡苻雄(凌雄科技董事会主席、小熊U租创始人)、柴莹辉(同程旅行副总裁)等。

此外,谢安(德勤中国可持续发展与气候变化研究院院长)、靳博阳(伦交所集团中国碳组负责人、中国欧盟商会碳市场工作组副主席)、郭旭(中国企业评价协会ESG专业委员会执行秘书长)、马宗明(中国银河证券ESG负责人)、王静(轻松集团首席财务官)、宋宣(西贝餐饮集团副总裁)

等嘉宾还将围绕“ESG如何赋能企业高质量发展”进行圆桌对话。

作为广东时代传媒集团2024年度的一次重要活动,此次论坛现场还将发布《ESG与高质量发展研究报告(2024)》。该报告由广东时代传媒集团、时代ESG与高质量发展研究院共同出品,中央财经大学绿色金融国际研究院提供学术支持,报告总结了ESG的中国实践,ESG行业的创新举措。

广东时代传媒集团秉承长期主义,举办此次活动旨在携手各界伙伴,致力于成为中国ESG发展实践的推动者、实践者和创新者。论坛现场将颁发ESG“金羚奖”,鼓励实践ESG的企业和个人,具体包括“2024年度ESG典范企业”“2024年度ESG社会责任实践领先企业”“2024年度ESG绿色金融先锋企业”“2024年度ESG环境实践领先企业”“2024年度ESG创新领军企业”以及“2024年度ESG创新领军人物”等多个重磅奖项。

## ESG是企业高质量发展的必由之路

ESG指环境(Environmental)、社会(Social)和治理(Governance)。环境因素(Environmental)主要指对企业经营中的气候变化、自然资源、能源利用、污染防治、生物多样性等方面的关注;社会因素(Social)则主要关注员工、消费者、产品责任、社区、行业协会以及供应链管理等方面;治理因素(Governance)则主要关注股东结构、董事会构成、高管薪酬、公司行为公平性以及企业等政策方面。

ESG是一种关注企业环境、社会、治理绩效和财务绩效的企业评价标准,同时也是一种关于企业如何健康发展的价值观。企业ESG表现良好,才能诚信、持续地创造价值,实现经济效益、社会效益、生态效益的统一,从而推动长期可持续发展,以便帮助投资者预判公司长期价值。因此ESG被越来越多的投资者视作企业的“第二



张财报”。

全球市场投资者重新引入传统增长模式,更加重视可持续发展。ESG已成为中国企业可持续发展的“风向标”。

“对企业而言,把ESG当做一项投资,未来必然会有回报。”施懿宸在接受时代周报记者采访时指出,“ESG不只是成本,更是投资。”在他看来,ESG是企业高质量发展的必由之路,“把ESG当做未来的一项投资,要和企业的远期发展战略相结合,把营收、产品等指标和ESG挂钩,为未来的竞争力做长远规划和布局”。

为此次“ESG与高质量发展创新论坛”提供学术支持的中央财经大学绿色金融国际研究院(下称“绿金院”),是国内首家以推动绿色金融发展为目的的开放型、国际化的研究院,2016年9月设立。该院前身为中央财经大学气候与能源金融研究中心,成立于2011年9月,研究方向包括绿色金融、气候金融、能源金融及健康金融。绿金院是中国金融学会绿色金融专



ESG理念日渐深入人心,广受各界认可。众多企业加速拥抱ESG,将之融入企业治理、管理和业务场景中。一个围绕企业发展、价值创造、长期共赢的新商业范式正逐渐清晰。

业委员会的常务理事单位,并与财政部建立了部委共建学术伙伴关系。

## 企业通过ESG投资重塑发展

优质ESG的目标在于建立与气候目标一致的价值链、产品和服务,取代现有的碳密集型价值链、产品和服务。

在这一过程中,企业通过ESG投资重塑发展,通过ESG优先级把控有效分配资源,从而完善环境、社会和治理方面的可持续性。这不仅可为企业带来经济效益,促进宏观经济增长,还可以降低相关投资风险。

从市场角度出发,ESG标准已经成为投资决策中的重要因素。机构投资者和个人投资者越来越关注被投资企业的社会责任以及可持续发展潜力。在这一背景下,ESG表现良好的企业更容易获得投资和资金支持。建立健全的ESG监管体系不仅是一种规范,更是一种引导资本流向价值投资的有效工具。

监管机构的方针政策将推动市场实现更加平衡和可持续的增长,为投资者提供更清晰的指引方向。同时,ESG也可有效降低投资风险。

投资的第一目标是风险控制,ESG表现良好的企业其相关风险得到了较好的治理和管控,投资者可以借助ESG评级、报告、指数等工具,制定更加有针对性的投资决策,从而降低风险。

“资本市场趋利避害,如果ESG不能带来超额收益,那么资本市场的钱不会流过去。如果只依靠政策自上而下的外驱动力,缺乏资本市场自下而上的内驱动力,可持续投资概念是不可持续的。”马宗明向时代周报分析指出,ESG投资需要形成一个良性、正向、全面的循环。

“在一定条件下,ESG理论上可以为投资带来超额收益。”马宗明表示,在投资实操中,这要取决于投资策略、投资周期、投资人如何挖掘ESG的实质性议题等。■

# 德勤中国谢安： A股ESG信披标准逐渐明确 将推动上市公司高质量发展

时代周报记者 梁春富 发自北京

在中国证监会的指导下,沪深北三大交易所4月12日发布我国首部系统性可持续发展报告披露规范——《上市公司可持续发展报告指引》(下称“《指引》”),自5月1日起正式实施。

《指引》要求,报告期内持续被纳入上证180、科创50、深证100、创业板指数样本公司,以及境内外同时上市的公司应当最晚在2026年首次披露2025年度《可持续发展报告》。

德勤中国华北区副主管合伙人、可持续发展与气候变化研究院院长谢安接受时代周报记者采访时表示,《指引》的实施表明中国资本市场正在与国际标准接轨,同时考虑中国国情,推动上市公司和投资者对ESG理念的深入理解和实践。

“《指引》提供了具体的ESG报告框架和内容要求,这将促进ESG信息披露的规范化和标准化,提升报告的质量和可比性。”谢安认为,企业在进行ESG信息披露时需遵循更严格的规则 and 标准,从而提升合规性和透明度,增强市场竞争力,降低声誉风险。避免不合规的披露所带来的监管措施或纪律处分。

## 上市公司“机遇与挑战并存”

从实操角度看,上市公司ESG信息披露是对企业治理、ESG专业能力、信息系统建设、人才培养和资源持续投入等能力的综合考验。

根据《指引》要求,在披露的数量

上,A股强制披露的公司有450多家,市值占比大于一半,未来披露的范围和数量都会增加。谢安认为,对于已经披露并领先于行业的公司,ESG报告的作用不仅仅是合规,更对企业变革起到驱动作用,从“形似”到“神似”。

“对于上市公司而言,《指引》为实现与国际及其他地区或组织的披露标准的互操作性提供了基础,推动上市公司对可持续发展给予更多的关注,同时,上市公司的披露难度增加,可以说是挑战与机遇并存。”谢安总结道。

具体来看,《指引》的正式实施对上市公司带来的挑战包括:

第一,公司的治理和披露将成为不可分割的部分,对公司来说是一种全面的升级,要加入对可持续发展更多考虑,涉及战略制定、风险管理和指标制定,综合从全盘来考虑;第二,人才方面,从全球范围来看,从投资机构到科技巨头,都在积极招聘ESG相关的人才;第三,资源持续投入上,治理是保障,通过战略引领,对企业价值增加才是其动力;第四,在核心议题的定义和筛选上,如何重点披露和管理提升,因此要用到双重重要性原则,即财务重要性和影响重要性。

“企业披露ESG信息的主要目的是给投资者决策使用。如果公司提供了新的信息给投资者,那么必然会影响到投资者的投资决策,从而影响到企业估值。”谢安认为,ESG信息对企业估值的影响是必然的。

在谢安看来,目前国际大企业更偏向于与专业机构合作编制ESG

报告。另外,从经济角度看,与专业机构合作会比企业招聘一个团队来做ESG披露更划算。当然这并不代表企业就能撒手不管。

谢安认为,ESG报告只是一个抓手,真正推动的是企业变革。一般来讲,企业自发或与专业机构合作编制ESG报告,企业内部会建立相应的治理和组织结构,包括与核心负责人或者团队建立对接,“从上而下”传导可持续发展理念,从而保证企业ESG能力提升以及相关措施落地。“虽然ESG不能一蹴而就,但是企业的行动要尽快开始。”谢安说。

## 既兼容国际标准又具有中国特色

《指引》总体借鉴四要素披露框架,即“治理”“战略”“影响、风险和机遇管理”“指标与目标”,并明确具备财务重要性的议题需按照四要素框架进行披露,推动上市公司以更好的内部治理、具体行动带动高质量信息披露。同时,将国际共识度较高的应对气候变化议题,作为《指引》中的优先项,主要披露要求与国际各类规则基本保持一致,实现较好的兼容与联通。

同时,充分结合国情体现特色,议题设置充分考虑现阶段发展重点关切,在环境、社会、公司治理三个方面明确了21个具体议题,包括治理污染、控制温室气体排放、乡村全面振兴、及时支付中小企业款项等问题。

谈及《指引》与其他国际规则相比有何特点时,谢安从“ESG”三个部分来谈《指引》中的中国特色。

环境(E)的部分,在碳的相关披

露上,中国和欧盟与美国有差异。我国对气候变化的管理水平和定位有独特的特色,比如披露主体参与碳排放权交易的,应当披露报告期内是否完成清缴以及是否存在被有关部门要求整改或立案调查的情形。

社会(S)的部分,在中国,S受到更多瞩目的是乡村振兴。此外,《指引》中对灵活就业、普惠金融、中小企业款项支付等议题的加入,反映了对当前经济社会发展趋势的关注和响应。

公司治理(G)的部分,增加了利益相关方沟通和尽职调查披露要求,旨在增强企业过程管理,使其能更好地响应利益相关者的期望和需求,同时也跟国际标准保持一致。

谢安表示,与国际可持续准则理事会(ISSB)、全球报告倡议组织(GRI)、美国证券交易委员会(SEC)等国际组织制定的可持续信息披露框架不同的是,《指引》是从沪深北三大交易所层面推出的文件。2024年4月发布的正式文件中,增加了提升强制性的条款“披露主体违反本指引规定的,交易所将视情况采取自律监管措施或者予以纪律处分”。另外,《指引》也综合参考了各类国际标准,跟GRI、ISSB均具有一定的兼容性;也重点强调了气候议题的披露,跟SEC规则也有一定的兼容性。“《指引》采用了双重重要性原则,但在具体的指南、工具上,与ISSB、GRI相比还需要进一步的完善。”谢安说。

此外,监管机构和企业将更加关注ESG实践对财务的影响。优秀的ESG实践能增强长期价值和投资回报。投资ESG表现优秀的企业,获得更高、更稳健财务回报的概率也会较高,之后不断凝聚的市场共识又会继续引导资金向企业流动,从而进一步提升这类企业的投资回报,形成积极的正向反馈。

推进ESG实践可以更好地识别和管理风险,减少法律诉讼、声誉损坏和运营中断带来的损失。■

## 全球ESG信息披露标准趋于统一

在谢安看来,未来ESG有三大发



# 施懿宸：ESG是衡量企业高质量发展的标尺

时代周报记者 郭鹏 发自北京

ESG相关政策日渐完善。2024年4月，上海、深圳、北京证券交易所发布上市公司可持续发展报告指引试行版。该指引加强了对上市公司的约束，尤其强调了ESG信息在投资者关系管理中的沟通内容，规定上市公司可以通过新媒体渠道进行投资者关系管理，为ESG信息披露提供了更多传播途径。

ESG (Environmental, Social and Governance), 倡导企业在环境、社会和治理等多维度均衡发展。据不完全统计，2021年以来，各部门相继发布的ESG相关政策，数量多达15例，而ESG碳达峰、碳中和相关政策数量达16例。

不过，外界对ESG仍有争议，认为其较难处理财务收益与非财务收益的关系。中央财经大学绿色金融国际研究院副院长、中财绿指首席经济学家施懿宸教授在接受时代周报记者采访时表示，ESG与企业财务收益并不冲突，而是形成良性的资本市场的重要前提，ESG对企业长期价值提升和财务收益都有正向促进作用。

企业是市场主体和经济活动的主要参与者，企业高质量发展也渐成共识。“ESG不同于传统的财务维度评价，评价角度更为全面立体，是企业高质量发展的必由之路。”施懿宸在接受时代周报记者采访时指出。

在他看来，可持续发展理念与高质量发展概念高度契合，可以有效平衡经济、社会与自然之间各要素的关系，以高效率增长和可持续增长回应新经济生态下的“高质量发展”。

**时代周报：在ESG实践当中，公司治理是不是比较容易忽视？**

施懿宸：很多行业头部公司对ESG当中的“G”都高度重视，从治理架构、职能分工和三会一层等方面披露了管理层对ESG工作的开展情况。

很多ESG建设刚刚起步的公司在公司治理方面仍侧重于披露传统的公司治理内容，并没有很好地体现ESG理念，缺少很多相关议题，例如管理层女性员工占比情况、ESG委员会的设立等。

三大交易所可持续发展报告指



引试行版出台，头部企业应该进一步提高ESG的治理能力，例如将ESG融入公司战略，识别气候相关风险和机遇对公司战略和决策的影响等。

**时代周报：针对员工待遇提升，是否为当下中小企业ESG披露较为重要的一环？**

施懿宸：中小企业应从完善治理架构开始，建立适应公司发展阶段的ESG治理体系。员工待遇和薪酬福利是国际国内标准以及评级机构的评级体系中都非常重视的一个议题，员工是企业内部利益相关方的重要组成部分，员工公平招聘、职业健康保障、非薪酬福利待遇都是ESG披露的重要议题。

**时代周报：外界对ESG仍存争议，其中很重要的一点在于处理财务收益和非财务收益的关系。你如何看待？**

施懿宸：ESG体现的是企业长期价值，企业要想长期取得较高的财务收益，需要长期建设自身的品牌信誉，而不是追求短平快的短期利益。

对于企业自身而言，践行ESG理念是高质量发展的基础设施，只有在这一前提下去经营发展，才能达成财务收益长期稳定增长。

对投资者等利益相关方而言，应该尽量减少追求短期收益，而是通过多个维度考察企业能力和信誉，对企

业形象有立体的认知，也可以作出更好的投资选择和判断。

**时代周报：上市公司披露ESG报告，是否会增加合规成本？**

施懿宸：在全球气候变化加剧、地缘政治因素不稳定等情况下，承担相应的社会责任应该是一个企业安身立命的选择，是企业响应国家政策和国际号召的积极作为。

ESG实践是企业从只追求满足股东需求的经济效益到满足各利益相关方的整体需求的重要转变。

ESG信息披露本身增加的成本对于ESG实践和信息披露带给企业的发展前景和优势而言是微不足道的。对于资本市场而言，上市公司ESG实践和信息披露质量的提升也是资本市场良性发展的重要标识。

**时代周报：银河证券近期披露的报告显示，银行和非银金融行业ESG报告的披露率最高。这是什么原因？**

施懿宸：金融行业的高ESG信息披露率，代表了整个行业对ESG理念的理解与落实相对深刻且领先。

ESG在国内外的实践，首先都是从资本市场开始的。一方面，是由于环境和气候相关风险正在被识别成为系统性金融风险的重大来源之一，并会对全球的金融稳定构成威胁。

另一方面，金融机构作为连接资本市场和实体经济的桥梁和中介，其优化资源配置的属性，对于其首先发展ESG、保证金融体系的稳定提出了一定要求。金融机构通过践行ESG投资理念，在金融服务中加入ESG要求，将ESG理念通过金融服务传递至实体经济及企业中去，以高质量的金融体系发展带动实体经济的高质量发展与转型。

**时代周报：如何理解高质量发展与ESG的关系？**

施懿宸：高质量发展的核心内涵之一就是可持续发展。

对于上市公司来说，实现可持续发展的核心，就是以ESG为抓手，深刻理解并充分实践ESG理念，将ESG作为有效衡量其高质量、可持续发展水平及能力的标尺。目前我国三大交易所已经出台了统一的ESG信息披露标准和规范，这将有助于全面提升上市公司的可持续发展意识，引导其在关注经济效益的同时综合考虑环境与社会效益影响，促进上市公司市场竞争力和可持续发展能力的持续提升。

**时代周报：你认为ESG是企业高质量发展的必由之路。ESG如何成为上市公司高质量发展的内生动力？**

施懿宸：ESG的主流化发展正在成为构建新发展格局、优化资本市场

的新逻辑。而作为我国资本市场的重要基石，践行ESG理念也是其发展壮大、实现高质量发展的必由之路。

上市公司应首先从董事层面加强对ESG议题的关注，将ESG理念融入上市公司战略发展规划并构建ESG组织管理体系，以体系建设和组织架构为两大基本发力点，并在此基础上进一步围绕ESG能力建设的主要维度如风险管理、信息披露、人才培养、合作交流等方面设立常态化ESG运作机制，全面构建上市公司自身的ESG生态体系。

**时代周报：上市公司与非上市公司的高质量发展标准，是否存在不一致之处？**

施懿宸：对于上市公司与非上市公司的高质量发展水平的评估，更多地应该关注在非财务绩效水平方面。ESG作为评估企业非财务绩效的衡量工具，对于上市公司与非上市公司的底层评价逻辑都是一致的，即关注企业在推动生态环境保护与治理、履行社会责任、促进经济可持续发展等方面的水平及所作出的贡献。

而这两类企业对于高质量发展的核心目标也是一致的，即提升企业的综合竞争力和实现可持续发展，只是介于不同企业自身发展阶段和外部监管驱动的差异，阶段性的诉求及ESG发展进程可能存在一定差异。

对于上市公司整个群体来说，对于ESG相关工作的推进和能力提升的需求是更为迫切的。

**时代周报：ESG如何推动非上市公司高质量发展？**

施懿宸：非上市公司可以通过借鉴参考同行业中领先上市公司的ESG实践，在强监管到来之前提前布局ESG。而从融资渠道的外部要求来看，随着监管要求银行业金融机构将ESG纳入授信全流程，无论企业是否上市，各类融资渠道都已经将ESG纳入对企业整体表现的评估和考量范围。

所以无论是上市公司还是非上市公司，提高自身ESG能力都是非常必要的，企业可根据实际情况将ESG理念与自身发展水平、业务规划相结合，分步骤、分阶段、分目标制定ESG发展规划，以稳固实现高质量发展的最终目标。■

## ISSB理事冷冰：可持续信息披露进入强制时代

时代周报记者 梁春富 发自北京

近年，全球涌现多种ESG可持续发展报告的披露标准，多重标准导致ESG实践遭遇现实挑战。因此，建立可持续信息披露的全球基准日渐成为共识。

国际可持续准则理事会 (ISSB) 的两项准则应运而生，自2023年6月发布便迅速得到国际监管部门和市场的高度关注。2023年7月，国际证监会组织 (IOSCO) 完成对这两项准则 (IFRS S1、IFRS S2) 的全面审查，认可这两项准则适合作为投资者导向的可持续信息全球披露框架。

ISSB准则的实施有望形成一套全球通用的可持续披露语言的国际基准，中国企业该如何做好气候相关风险信息披露工作？ISSB准则包含哪些要点？如何让不同司法辖区采纳ISSB准则？ISSB理事会理事冷冰博士在接受时代周报记者采访时表示，这一准则的实施并非一蹴而就，而是循序渐进的过程。

冷冰博士曾在中国财政部任职，先后负责会计准则和可持续发展报告工作，并曾负责财务报告的数字化分类标准。他还曾于2019—2022年担任国际会计准则理事会分类标准咨询组成员，于2014—2020年担任XBRL国际组织理事会理事，于2022年6月被任命为ISSB理事会理事。

**时代周报：ISSB准则从今年开始实施，能否简单介绍最新变化以及最需关注的要点？**

冷冰：第一，与以往的可持续信息披露框架相比，ISSB最大的不同是它为强制披露而设计，类似上市公司编制财务报表所依据的会计准则。

第二，ISSB准则全面吸收了TCFD框架，包括治理、战略、风险管理、目标和指标四个支柱，并把它仅从气候相关的披露扩展到所有的可持续披露。原本应用TCFD框架的国家和地区将有一定优势。

第三，ISSB准则着眼于为资本提供方或者资源提供方服务。第四，目前仍有不少企业认为ISSB准则的部分内容非常严厉，以范围三的披露为例，要求企业披露与外部供应链和产品生命周期相关的所有排放，也即企业价值链上的排放。如果把话说白了，企业想撬动投资者的海量资金投入到低碳转型和可持续发展中，并通过价值链确保这一融资机制延伸到中小企业，范围三的强制披露是不可或缺的部分。

第五，ISSB准则的实施是循序渐进的过程，不是一蹴而就的变化。ISSB考虑到具体国家采用情况，采取了很多措施降低企业披露负担。比如范围三的温室气体排放必须披露，而且要求和财务报表一起披露，但在第一年实施时存在豁免，另外IFRS S2披露还可以比财报晚半年等。同时，

ISSB允许各国在采用ISSB准则时，结合自身实际情况，适当延长豁免期。

**时代周报：ISSB准则最主要的服务对象是投资人？如何让他们在投资决策的过程中采纳或参考ISSB准则？**

冷冰：准则的服务对象是广义上的“投资人”，不单是资本市场的投资机构 and 股民，还包括商业银行等资本提供方。

ISSB是按投资者意愿成立的，ISSB准则相关内容实际上也都是与投资者反复磋商得出来的。ISSB的准则制定部门要考虑满足“primary user of general purpose financial report (通用目的财务报表的首要使用者)”的信息需求，他们没有特权要求企业向他们提供相关信息，那么去了解和掌握这个群体到底想要看什么，实际上是非常复杂的专业判断，这些工作就是由我们来完成的，我们的意义在这儿。

**时代周报：目前，已有不少国家和地区宣称将强制要求企业按ISSB标准披露可持续信息。ISSB如何与不同的国家或地区合作，让ISSB准则得到更多的采纳？**

冷冰：ISSB准则成为国际基准是分阶段完成的。第一阶段，成立ISSB是各方的强烈共识，各方意识到在可持续发展领域，企业作为投资的主体和发挥效益的主体，缺乏一套可以准确衡量的体系。同时，市场不能只靠独立第三方来评价可持续绩效，还要以负责任的方式自己讲述故事。

第二阶段是ISSB准则创立之后，如何确立Global baseline (全球基准) 的身份。ISSB准则得到包括二十国集团 (G20)、IOSCO、金融稳定理事会 (FSB) 等国际组织和40多个国家及地区的支持，已牢固确立了其Global baseline的身份。我们看二十国集团在最近几年的会议声明中都有提到，积极支持ISSB建立一套全球基准，并支持成员国根据自身实际情况，采用或参考ISSB准则。

第三阶段，就是ISSB要和各个国家和地区以及国际组织逐一商谈，获得更多推动和认同。不久之后，我们可能会和一个非常有影响力的国际组织共同发布一些重要文件和地区名单。

**时代周报：5月1日正式实施的《可持续发展报告指引》(下称《指引》) 立足中国特色，同时考虑了与ISSB准则的兼容性和一致性，ISSB准则对中国ESG信披新规有哪些潜在影响？**

冷冰：我个人观点是《指引》最大的贡献是拉响了警报，或明确释放了一个信号，即告诉市场上无论是编制可持续发展报告的企业和使用或没使用这些报告的投资者，可持续信息披露尤其是财务披露已经进入“强制时代”。各国都纷纷加紧往前赶的时候，我们也不会置身事外。我觉得这个信号意义非常巨大，是里程碑式的。

**时代周报：ISSB的下一步计划**

是什么？

冷冰：ISSB后面的工作分成这几部分：一是推进IFRS S1和IFRS S2的实施。我们把相当多的精力放在了帮助全球各国如何平稳实施ISSB准则上面，这是我们当前最重要的工作。

二是研究下一步的工作项目。我们目前初步决定会做两个研究项目：一是生物多样性、生态系统与生态系统服务能力项目，这一项目在某种程度上可以看作是一个自然主题的准则；二是人力资本项目。这两个研究项目将推进两年。

三是改进SASB准则。目前SASB准则是除了气候变化外，全球唯一的对可持续的风险和机遇有基于行业特定指标的标准。

SASB与ISSB一样，致力于国际公认的披露准则制定。2021年，SASB和综合报告框架合并成立了价值报告基金会，该基金会与CDSB一起在2022年6月并入ISSB。按照不同的行业制定不同的披露准则，这是SASB标准最大的特色。不过目前也有很多企业混合使用。

IFRS S1要求披露行业特定的指标，与行业相关的披露要求则参考SASB的相关准则。因此，ISSB需要让SASB准则保持与ISSB准则的一致性。同时这也是对现在的3300多家SASB准则的实施企业负责的一种做法。这3300多家企业40%集中在北美，大部分都是大型企业。■



# 浙C、苏C 谁能率先撞线万亿？

时代周报记者 阿力米热 发自广州

长三角地区的城市竞逐越演越烈。

时代周报记者梳理数据发现，2024年一季度，长三角三省一市的GDP总和达到73549.46亿元。从占比情况来看，长三角占全国GDP总量的24.82%，接近四分之一。

不仅如此，长三角还是全国“万亿之城”最多的地区，囊括了上海、苏州、杭州、南京、宁波、无锡、合肥、南通、常州9个城市。

如今，温州、徐州都加入“万亿俱乐部”的竞逐——这两座城市都将冲万亿元GDP的时间表设定在2025年。

2023年一季度，徐州领先温州14亿元。到了今年，温州逆袭，反超徐州7亿元，重回长三角GDP前十行列。

值得一提的是，这两座城市都是C牌城市：温州的车牌是“浙C”，而徐州则是“苏C”。除了经济体量相近以外，两地在人口数量、市域面积方面也较为相近。

至于谁能成为长三角“万亿俱乐部”的第10位“幸运儿”，值得期待。

## “浙C”反超

作为浙江的经济重镇，温州素有“民营经济之都”的称号。若纵观其经济发展历程，温州能取得现在的成就，并不容易。

20世纪八九十年代，从农村家庭工业起步的“温州模式”曾让这座城市名扬四海。那个时候，温州家家户户开起了前店后厂的家庭作坊，伴着家庭工业的兴起，区域性的产销基地，即专业市场也随之发展起来。

家庭工业和专业市场的相互依存，共同促进了温州的经济发展。久而久之，服装、鞋革、电气、泵阀、汽摩配五大传统产业成为温州产业的最大特色和亮点。

但在这个过程中，温州并不都是顺风顺水。随着生产方式和消费需求不断迭代，温州的传统制造业一度暴露出产业层次低、创新能力弱、产出效益低等结构性短板。

再加上2011年局部金融风险冲击温州民间金融，使得温州的经济发展进入了“阵痛期”。

统计数据显示，2010—2018年，温州经济发展速度明显放缓。若从GDP的增速来看，在这九年期间，其经济总量增长了105%，同期全国GDP总量增长了126%，增速低于全国水平。

不过，温州也意识到了自己的产



业短板。在这期间，温州大力推进新型工业化改造力度，并加大研发投入，鼓励企业加强自主研发，推动科技创新与产业融合。在一系列政策举措的叠加作用下，温州也看到了成效。

统计数据显示，2019年温州GDP排名提升5位，跃升至全国第30位。与此同时，今年一季度，温州经济提速势头明显，GDP总量达到2125.2亿元，同比增长6.1%，在全国排名第27位。

若细看温州经济发展亮点，在众多产业当中，工业经济增长动能十分强劲。数据显示，2024年一季度，温州规上工业增加值为378.1亿元，同比增长10.7%，高于全省2.5个百分点，比去年全年和去年同期分别加快1.3个、4.7个百分点。

河海大学区域经济研究中心主任刘奇洪对时代周报记者表示，过去温州经历了一段弯路，包括产业结构转型缓慢、企业外迁等问题。但近年来，温州也在着力转型，其产业转型的一个特点，就是由劳动密集型产业向资本密集型、技术密集型产业转移。

例如在新材料、新能源领域，青山控股已成为世界500强企业，拥有着大量的镍矿资源和新能源项目；华峰集团作为国内顶尖企业之一，同时也是全球聚氨酯制品材料主要产销企业。此外，在智能装备领域，正泰集团成为中国低压电器龙头企业，乐清电器也成功创建国家先进制造业集群。

“整体来说，这几个产业正处在风口上。加上国家正推进老旧设备更

新，也给温州例如智能装备产业带来了更多的发展机会，并且民营经济的活力和市场化程度也将助推于此。这种种成效都能表明，温州产业转型较为顺利，且部分产业已迈入高质量发展阶段。”刘奇洪说道。

温州一季度的投资数据也印证了这一态势。2024年一季度，温州全市固定资产投资同比增长6.9%。其中，工业技改投资同比增长10.7%，占到工业投资的56.5%。

## 谁将更胜一筹？

同样作为长三角地区的“C城”，今年一季度，徐州的经济运行也非常可观。统计数据显示，GDP总量达到2118.35亿元。从增量上来看，较去年同期增加了102.1亿元。

不过相比于温州，徐州的发展态势暂时稍逊一筹。去年一季度，徐州GDP2016.25亿元，领先温州约14亿元，而今年同期，温州则反超徐州7亿元。

实际上，徐州和温州在经济体量、市域面积、人口数量上都较为相近，也分别是江苏和浙江的“C城”，但从发展路径来看，两城各不相同。

对于徐州来说，其经济发展优势主要体现在重工业上，而温州则是以轻工业和商品经济为主导。

据了解，徐州是江苏唯一兼具资源型城市和老工业基地双重身份的城市，其经济发展主要分为市区经济和各县经济两块。市区经济主要集中

在新兴产业，如新能源、集成电路、半导体材料以及应急产业等，各县经济则主要以纺织、食品、劳动力密集型产业为主。

在众多的产业当中，徐州的工程机械产业有较强的市场竞争力，也是全国45个先进制造业集群之一。

目前，徐州工程机械产业规模超过2100亿元，占全国市场超五分之一。集聚了徐工集团、卡特彼勒、利勃海尔等一批世界500强企业，其中徐工集团更是连续3年位居全球行业前三，这为徐州的经济增长提供了强劲动力。

此外，近些年来徐州在新材料、集成电路等领域的探索上也取得了不错的突破，成为了拉动工业经济发展的重要力量。

数据显示，今年一季度，徐州全市规模以上工业增加值同比增长6.9%，较1—2月份再提高了2.8个百分点。细分来看，新材料产业产值同比增长6.9%，集成电路与ICT、安全应急产业产值分别增长26.5%、5.9%。

“不过，在优势产业之外，徐州传统产业比重较大，缺乏强势本土品牌产品，动力不够强，招商引资遭遇一二三四线城市同质竞争，是徐州所面临的短板所在。而温州在高校数量、高校层次上处于明显弱势。”刘奇洪说道。

两城在各自优势产业上发力的同时，近期对于“谁是长三角下一座万亿之城”的猜测也越来越多。

从GDP总量来看，徐州和温州在2023年的GDP分别为8900.4亿元、8730.6亿元，相差仅170亿元左右。按照规划的时间表，徐州明确要在“十四五”迈入万亿级城市，温州则明确到“十四五”末，实现万亿级地区生产总值、千万级人口，打造“双万”城市。

“徐州的交通区位优势能成为它冲刺万亿之城的加分项。”刘奇洪分析称。

徐州目前是全国最大的铁路枢纽之一，未来高铁网络还将进一步拓展，使徐州在四通八达的地理位置上具有更强的辐射力。此外，徐州周边地区教育资源和医疗资源丰富，这也成为吸引人口和服务业发展的重要因素。

不过，刘奇洪认为，仅从今年一季度的数据来看，很多结论还为时过早，不能确定谁能跑赢。“这两个城市，预计今年全年GDP冲刺万亿级有一定的难度，对增长幅度的要求很高，但明年大概率都会实现万亿元GDP。”

8900.4  
亿元

# 这个经济大省 疯狂制造网红县城

时代周报记者 王晨婷 发自浙江安吉

家住宁波余姚的于女士不太理解，自己生活了60多年的小县城，咋就成“网红”了。

时不时有三五成群的年轻人前来打卡，在自己每天路过的巷口，抬着长枪短炮举着杯咖啡拍照。巷口老旧，还爬满了青苔，有啥好拍的？

上大学的孙女打开小红书给于女士看：“阿拉这是小众旅游目的地，现在很红的！”看游客发的打卡照，皆是熟悉日常，拍出来却似乎真有风味。在一张照片里，坐在桥头唠嗑的邻居老头意外入镜，于女士笑得合不拢嘴：老家也能上新闻了！

“反向旅游”浪潮下，火热的风已经吹到县城。今年“五一”假期，根据携程数据，安吉、桐庐、都江堰等热门县域旅游目的地，旅游订单平均增长36%。而全国整体旅游人次同比增长了6.9%。

尤为值得注意的是，在“五一”县域旅游目的地中，浙江县城独领风骚，在前三热门中独占其二。从全国县域旅游综合实力百强县来看，浙江有32个县城入选，拿下“断层第一”。

作为国内县域经济最为发达的区域，浙江为何在文旅上也能孵化出

这么多“网红”？

## 村咖火热：一天卖出近8000杯

“绿水青山就是金山银山”，这个矗立在全国大小山头的口号，最早在湖州安吉被提出。

今年“五一”假期，安吉收获了167.6万人次的游客数量，在全国县城排名中排名第一。

对比来看，当地常住人口也才60万人。根据“安吉旅游”公众号，当地一家咖啡馆“深蓝计划”单日接待游客1.6万人次，咖啡出杯7941杯。

要说全国咖啡店密度最高的地区，连上海恐怕都要为安吉让道。60万人口的县城里，有超过300家的咖啡馆。

村咖，这一模式正成为浙江县城出圈的密码之一。

以如今的村咖“顶流”深蓝计划为例。2022年年初，深蓝计划由一群回乡创业的大学生成立。所谓“深蓝”，指的是安吉红庙村一个废弃多年的矿坑，108米的深坑在积水后呈现深蓝的湖景。

开在矿坑边的咖啡馆于2022年吸引了首波“五一”的流量，当月营业额冲上80万元，但又迅速归于沉寂，一天只能卖出3杯。

村集体在此时出手，共富工坊由

此搭建。初始创业团队入股51%，村里则以废弃矿坑、闲散房屋入股，占比49%，村民不仅拿股份分红，还能拿租金和薪金。转换思路的深蓝“将咖啡道具化”，专心打造户外摄影棚。

上海姑娘酥酥在“五一”打卡了心仪已久的安吉矿坑。从上海驾车两小时，矿坑门票68元，获得一张精美的纸质门票，包含一杯免费的咖啡——由深蓝计划出品。但领咖啡的队伍一眼望不到头，排队时间在1小时以上，每个被精心打造的打卡点排队时间也在30分钟以上。

即将立夏的天气已经开始燥热，这个人挤人的“小众目的地”显然不符合反向旅游爱好者的预期。酥酥放弃了排队。但“来都来了”，在并不那么深蓝的小湖边，她努力寻找更小众的角落。

游客心满意足或悻悻而归，但村咖对于当地经济的拉动是实打实的：深蓝计划为当地增加集体经营性收入超过500万元；丽水青田县坐拥400多家咖啡馆，同时发展咖啡豆生产线，带动当地就业11.2万多人。

口味不是重点，打卡才是关键。矿坑前，古道上，巷子口，在杯套包装印上地名的艺术字体，在“于女士”们的日常前合影留念。越来越多县城农村开始复制村咖模式。

## 出圈背后，千亿元数量“断层第一”

互联网的热潮一波接一波，但县城想要出圈成“网红”，并非一朝一夕的事。

从基础条件来说，浙江的县城拥有天然优势。以江为名，地形复杂，浙江山水资源丰富，风景秀丽，素有“七山一水两分田”之说。

乡宿文创综合体放语空看中浙江，在桐庐、龙游两个县城先后布局。在放语空的主理人苏海锐看来，之所以选择浙江，不只是因为自然条件。

“长三角居民普遍经济水平较高，有消费力的客群距离浙江很近。而且浙江县城自身在美丽乡村等工程背景下，已有发展的基础。公共设施便利，能够满足游客的消费需求和情绪价值，当地政府对于当地建设和文旅发展也较为重视。”苏海锐说。

苏海锐从2016年开始参与筹备桐庐项目。彼时，反向旅游尚未火热，当地只有两三家民宿迎客，但已经修上了水泥路。企业开始投资建设图书馆、咖啡店等一系列公共空间，旅游的配套服务也开始逐渐齐全，一并带动了周边民宿和产业的发展。

2021年，浙江桐庐入选《国家地理》杂志“25个全球最佳旅行目的地”，成为国内唯一入选的目的地的，“宝藏县城”开始出圈。基础设施再进一步，

水泥路修成柏油马路。再随着反向旅游的兴起，桐庐逐渐炙手可热。

“以民宿的价格为例，这些年桐庐的价格浮升在30%~50%。”苏海锐告诉时代周报记者。

今年“五一”假期，放语空在衢州龙游的新项目迎来了超过平日10倍的客流。这座县城也开始锻造自己的“网红”潜质，将20余个艺术装置散落在农田之间，欢迎游客免费打卡。

与桐庐不同的是，龙游当地政府主导了这一次的投入。打出“艺术文旅”牌的背后，是这座县城对于年轻游客，乃至年轻劳动力的渴求。

从各类榜单来看，龙游已经入选了2023年全国县域旅游发展潜力百佳县，但离“综合实力百强县”仍有一步之遥。在2023年全国县域旅游综合实力百强县的榜单中，浙江有32个县城入选，在前十强中占据7席，拿下“断层第一”。

不容忽视的是，浙江县城文旅出圈背后，当地县域经济的发达是“综合实力”考量的关键因素。截至2023年年底，浙江千亿县（市、区）已扩容至28个，占全国（54个）一半以上。

“浙江的全域旅游建设，推动了县域旅游跃迁。”浙江省文化和旅游厅资源开发处处长林卫兴曾表示，县域旅游火爆看似偶然，实则是厚积薄发。



## REGION · 区域

# 这座一线城市 卡位“低空经济”

时代周报记者 阿力米热 发自广州

以前天马行空的想法，现在都照进了现实。

随着螺旋桨嗡嗡转动，无人驾驶“空中出租车”搭载着乘客在城市上空飞行、飞翔器穿行在高楼大厦间为人们送外卖；在制衣厂中，致景科技自主研发的“边织边检”机器人，让每条布拥有唯一“身份证”……

数字经济时代的到来，人工智能、5G技术、半导体、物联网等通过应用场景的创新与传统经济深度融合，迸发出的火花超出了很多人的预期。作为制造业大市的广州，以数字化、网络化、智能化为特征的新质生产力，正牵动着经济持续增长。

从数据上来看，2024年一季度，广州GDP达到7161.14亿元，同比增长3.6%。这其中，代表新质生产力的部分产品较快增长，锂离子电池、太阳能电池（光伏电池）、充电桩产量同比分别增长20.3%、1.4倍和2.1倍。

除了这些产业以外，广州正加快培育壮大新兴产业。例如大力发展低空经济，打造新增长引擎；推动传统行业转型升级。

近日，以“推进现代化产业体系建设，加快发展新质生产力”为主题的2024年“高质量发展调研行”广东主题采访活动在广州启动，时代周报记者随团走进广州科技企业、机构，探访广州发展新质生产力之路径。

## 低空经济乘势起飞

2024年，低空经济作为新质生产力的典型代表，首次被写入政府工作报告。

报告提出，大力推进现代化产业体系建设，加快发展新质生产力，积极培育新兴产业和未来产业，积极打造生物制造、商业航天、低空经济等新增长引擎。

通常情况下，低空经济是指在3000米以下空域内，以有人驾驶和无人驾驶航空器的低空飞行活动，牵动着空中通勤、物流、旅游、管理等诸多

方面。目前，快递物流、消防救援、基建巡检、农林植保等多个领域开始融入低空经济的元素。

而对于广州来说，由于多年在制造业、技术研发上的积累，再加上具备丰富的低空空域资源，低空800米以下可使用的资源占比在50%~80%之间，使得广州在低空经济的发展上具有无可比拟的优势。

按照广州的计划，到2027年，广州低空经济产业总规模将达到2100亿元，到2035年将达到6500亿元。为此，广州将在研发制造、飞行运营和基础设施保障三方面发力。

而企业是重要的组成部分。放眼全市，当前广州拥有300多家低空经济相关企业，其中低空经济核心企业69家。在这众多企业当中，亿航智能设备（广州）有限公司（以下简称“亿航智能”）就是其中的代表。

作为一家智能自动驾驶飞行器科技企业，亿航智能2016年发布了全球首款无人驾驶载人航空器，2019年登陆纳斯达克，成为全球首家上市的城市空中交通企业。目前，亿航智能的无人驾驶载人航空器已经在全球完成多次飞行演示。

在亿航智能科技园区内设立的低空展厅，时代周报记者看到，该展厅陈列了多款飞行器，应用领域为设计勘测、物流、客运、观光等。各种飞行器针对不同的应用场景，具有独特的外观和性能。

在EH216-S型航空器前，亿航智能创始人、董事长、首席执行官胡华智介绍，该飞行器就是“空中的士”，不需要传统机场和跑道，可以像直升机一样垂直起飞。“这款航空器由我们自主研发，取得了该领域的全球首张型号合格证、生产许可证与标准适航证。”

从更直观的数据来看，胡华智表示，从公司所在的黄埔区大沙街道出发到广州市中心，需要45分钟，实际上两点的直线距离只有将近10公里，以该无人驾驶航空器的飞行速度计算，只要5~6分钟就能飞到市中心。

这也意味着，随着“空中的士”

的逐渐普及、融入生活，它不仅将改变人们出行的方式，还能提高城市交通效率，为城市的可持续发展带来贡献。

亿航智能联席首席运营官王钊表示，今年亿航智能计划在广州、深圳、合肥等地率先推出“空中的士”，打造低空经济的样板城市。“相信经过几年的发展，“空中的士”会在越来越多的城市飞起来。”

在众多的城市当中，广州开发区、黄埔区，正加快实现“空中的士”的运用。

据了解，黄埔区已开辟测试包括首条无人驾驶载人航空器观光航线在内的5条航线；集聚低空产业链企业50家，覆盖研发设计与原材料、制造与集成、应用与服务等环节，产业规模约130亿元。

此前，《广州开发区（黄埔区）促进低空经济高质量发展的若干措施》（简称“低空10条”）及政策实施细则发布，条例对符合条件的低空产业项目奖补最高达3000万元，以期加快打造未来千亿级产业集群。

广州开发区发展和改革局局长

单宇伟认为，“低空10条”是目前粤港澳大湾区综合力度最大、低空经济产业链条覆盖范围最广的专项支持政策。该政策将有效促进该区低空产业快速发展，提升整个产业的竞争力，推动低空经济发展进入快车道。

## 互联网+纺织，为企业降本增效

以创新驱动为核心，推动传统产业的数字化转型和智能化升级，也是推动新质生产力的重点领域之一。

在众多传统产业当中，纺织服装产业作为广东的传统支柱产业和重要的民生产业，在纺织行业流行着这样一句话：“全国纺织看广东，广东纺织看中大。”

“中大纺织商圈”聚集着全球规模最大的纺织类专业市场，分布着59个面辅料专业市场，2.3万家档口商户，经营服装面辅料超过10万种，是珠三角制衣厂供应链枢纽，辐射全国乃至东南亚。

纺织原材料的聚集，虽然给众多从业者带来了便捷，但服装供应链链路长、工艺复杂，从面辅料采购，到设计、生产、加工，首单交付需要两三个

月，设计开发、制衣工厂和销售渠道之间也常常有时间差和信息差。

面对着这些问题，作为纺织业互联网平台企业，致景科技对纺织业进行了数智化升级。

致景科技品牌部负责人邹媛娟介绍，纺织业产业链条很多，从纺纱、织布到染整、分销、生产，其中各个环节相对割裂，无法系统性连接在一起。“致景科技成立初衷便是希望通过科技和互联网，全流程驱动传统纺织业数智化升级。”

据致景科技全布产研副总裁刘运春介绍，飞梭智纺服务的工厂超9000家，累计接入织机超70万台，通过改造升级，佛山的一家纺织工厂异常停机时间减少35%、整体效率提高30%、出入库出错率近乎为零。

与此同时，在中游，“百布”对布机器人通过“大数据+AI+IoT”可以更快识别面料，实现了找布高效化、标准化，改变了纺织服装行业找布难题。下游的“天工+易菲+Fashion3D+天工选款平台”高效组织制衣厂数智化生产，一站式为服装品牌商提供从设计到打版、大货生产的柔性供应链服务。

“接下来，致景科技还将致力于打造智慧纺织智造园，通过集群化、数智化生产方式，帮助工厂降本增效，提升产业供应链协同效率。”邹媛娟说。

实际上，不止纺织行业，近些年来广州在汽车、纺织服装、医疗医药、美妆日化等传统制造业上，正积极推动全价值链数智化转型。

在此背景下，广州出台了《广州市培育“四化”赋能平台推动制造业高质量发展行动方案》，希望通过三到五年的努力，使企业能够在短期内实现跨越式的提升，核心竞争力显著增强。“四化”即推动制造业数字化转型、网络化协同、智能化改造、绿色化提升。

通过“四化”改造，力争到2025年，广州累计培育300家国家级专精特新“小巨人”企业，新增5家制造业单项冠军企业，工信领域新增上市企业45家以上，新增辅导上市企业80家以上。■



# 胖东来“爆改”许昌

时代周报记者 李杭 发自广州

如果第一次到许昌，在出租车上问司机这里有什么好玩的地方，得到的答案基本都是三国遗址和胖东来，它们分别代表了许昌的过去和现在。

许昌是郑州以南100公里左右的四线城市，面积是郑州的三分之二，人口只有郑州的三分之一。

公元196年，曹操迎汉献帝从洛阳迁都于许，雄踞许昌25年，让这里名声大噪。

2024年，许昌的本土商超胖东来因优秀的服务、人性化管理在全国出了名，吸引全国各地的网红、研学团队、年轻人蜂拥而至。

以致有人戏言：“古有曹操挟天子以令诸侯，今有胖东来稳货源整顿商超。”

官方数据显示，2024年“五一”假期，胖东来天使城、时代广场、生活广场3个门店共接待游客约155万人次。因为可以不花门票随便逛，胖东来也被戏称为全国最划算的“5A景区”。

胖东来的火爆，也让许昌原本不温不火的旅游市场焕发生机。

## “多面”许昌

在胖东来火爆之前，很多人并不了解许昌这座城市。

“抓一把就是传说故事，踢一脚就是汉砖瓦。”许昌，有着悠久的历史 and 灿烂的文化。

公元196年，曹操“挟天子以令诸侯”，迁都许昌（今河南许昌东）；公元220年，曹丕代汉立魏，因“魏基昌于许”，改许县为许昌，许昌之名已沿用1800多年。

有人曾计算过，在120回的《三国

演义》中，有59回在许昌发生。在许昌，三国故事广为流传，三国古迹星罗棋布，与三国文化有关的名称随处可见，全国300处三国文化遗址中，许昌独占80多处，包括关羽辞曹挑袍的灞陵桥、秉烛夜读的春秋楼等。

而今天的许昌，现代气息从厚重的历史缝隙中缓缓扩散。

作为中国中原腹地的传统老工业城市，许昌从20世纪60年代开始就进行了大规模的工业化建设。装备制造、食品加工、纺织业、能源电力等无一不是许昌的传统优势产业。

而且，许昌民营经济发达，被誉为“河南的温州”，民营经济占经济总量的比重居全省第1位。

如果看过热播剧《鸡毛飞上天》，那你会对许昌人的发家史格外亲切，发迹于街头巷尾的许昌假发企业家，和陈江河的故事如出一辙。

“一娄发”催生出许昌每年超10亿美元的跨境电商交易额。2022年，许昌发制品累计进出口额达179亿元，成为全国乃至世界上最大的发制品集散地和出口基地。

除了这些，许昌还是宜居之城。

2023年，许昌人樊金林拍摄的短视频《许昌不慌》走红网络。视频中，他以“一个月3000元，带你体验许昌人的快乐”为主线，展现了许昌烟火气的那一面。

在许昌，环游全城的水上巴士，3元；露天理发厅，5元；花300元，可以请整个寝室的同学开卡座，听一个晚上的LIVE SHOW。

## 胖东来带来“泼天的流量”

河南人小泽2018年第一次去许昌的时候就爱上了这个地方。

他觉得这个城市干净整洁，到处

都有免费的足球场、篮球场，智慧书屋也有很多。别的城市，中轴线上都矗立着高楼大厦，而许昌则是几公里的中央公园，这种布局像极了美国纽约的核心区曼哈顿。

“许昌的特别之处在于，在当今这个快节奏的社会中，这里的生活却很松弛，树上能摘到柿子、石榴，河里有河蚌、小龙虾，河边种植着各种水生植物，在这里生活能体会到自然之乐。再加上有很多胖东来这样有温度的企业加持，可以说，在许昌生活是有品质保障的。”小泽说。

小泽说，那时胖东来还没有在网络出圈，游客还很少，在火车站进站出站都特别快。“当时也有一部分人知道许昌，但是不了解，这座城市就像透明了一样。大家提到郑州周边的城市，第一反应都是洛阳、开封，甚至去新乡旅游的大学生都比去许昌的多。”

胖东来的出圈给了外界了解许昌的机会。

2020年，胖东来因为在疫情期间把所有蔬菜按进价销售而登上热搜，被网友称作“良心企业”。这之后，胖东来开始被大众熟知。

2022年，胖东来超市推出“网红大月饼”，上架后随即销售一空，顾客购买热情不断升温，胖东来大月饼迅速走红网络，遭到市场疯抢，有很多顾客通宵排队，高价代购月饼。

胖东来逐渐从许昌本土商超变成了网红超市。

到了2023年，随着郑许市域铁路的开通以及网络流量的助推，胖东来的客流量明显增长。根据许昌市文旅局发布的情况综述，2023年中秋国庆假期，胖东来共接待游客270万人次，仅胖东来天使城接待游客就达140万人次，其中外地游客占95%以上。

而该假期许昌共接待游客750.4万人次。换言之，相当于接近三分之一的游客都去了一趟胖东来。

在中央文化和旅游管理干部学院副研究员孙佳山看来，目前文旅消费正在由传统景区观光向多元化文娱消费转向。在旅游市场渐渐多元化的背景下，游客已不再满足于传统的“走马观花式”游览，而是愈发注重旅行时全过程的高品质体验，期待找到真正能让自己心理愉悦，深入感受当地生活方式、风土人情的旅游目的地。

对于现在的年轻人来说，他们往往不喜欢跟团旅游时上车睡觉、下车拍照的传统旅游方式，扎堆去大城市旅游也变成了过去时。

游客的涌入给许昌带来不小的变化。“节假日期间的车明显比前几年多了许多。我还特意看了车牌，全国各地都有。”小泽说。

今年以来，因为“胖东来一件羽绒服仅赚3毛钱”“胖东来回应看完电影不满意可退半价”“胖东来13页报告调查员工试吃事件”等宠客事件，胖东来更加频繁地登上社交媒体热搜。此时，人们的旅游需求开始集中爆发，来自全国各地的游客组团或自驾打卡胖东来，体验胖东来服务。

“胖东来出圈之前，许昌就是一个河南的四线城市，如今在流量的助推下，这个宝藏城市被人们发现了，知名度大幅提升，城市发展也开始变得越来越快，比之前繁华了。”小泽说。

## 坚持IP赋能

在许昌被看见的同时，这座城市亦在努力接住“泼天的流量”。

今年3月份，为方便游客到胖东来商超休闲购物，许昌市公共交通部门对许昌18路公交车线路进行优化

调整，取消了近40个站点，从许昌东站发车，直达胖东来多家门店，为游客打造了一条便捷、高效的胖东来公交专线。

这只是许昌“宠客”的一个缩影。

今年春节期间，许昌市发布三国文化体验游、钧瓷瑰宝奇妙游、非遗传承体验游、胖东来打卡购物游等8条特色旅游线路和百家名吃、必买好物、网红打卡地。市人大、政协大院、旅游服务中心、博物馆等公共停车位继续免费向游客开放，方便游客停车游览。

此外，许昌也在全力打造三国文化这一IP。

截至目前，许昌已成功举办了14届三国文化旅游周，吸引了大量游客前来探访三国故地。同时，许昌还注重将三国文化与现代旅游业态相结合，推出了一系列创新产品，如针对Z世代新消费群体，推出国内第一个全成剧本娱乐《三国世界》；依托许昌市博物馆，举办“许国编钟回家”“三国文化IP全球创作者大赛”等，让游客在体验中深入了解三国历史和文化。

据悉，许昌市“十四五”文化旅游总体战略定位为打造“三城”。即建设三国历史文化名城、国际文化创意名城、生态康养名城。

可以看出许昌想要的不是一时的火热，而是对游客长久的吸引。

成为网红出圈固然能够快速增强一座城市的影响力，从而促进文化旅游的整体发展。然而，为了持续吸引游客，还需要深入挖掘和展示当地的独特文化特色。

网红时代，城城想红。而保持真诚和坚持IP赋能，才是许昌这样的三四线城市能够在竞争激烈的文旅市场中稳赢的必杀技。■



# 反超美国 中国成印度头号贸易伙伴

时代周报记者 马欢

兜兜转转，印度人可能还是更爱 Made in China (中国制造)。

据印度《经济时报》等媒体报道，印度智库全球贸易研究计划(GTRI)近日发布报告称，2023—2024财年，中国已超越美国成为印度最大贸易伙伴。

**数据显示，2023—2024财年，中印双边贸易额达1184亿美元，印度对华出口和进口均实现了增长。其中，出口额为166.7亿美元，同比增长8.7%；进口额为101.7亿美元，同比增长3.24%。**

相比之下，美印双边贸易额为1183亿美元，印度对美进口和出口均出现了下降，出口额775亿美元，同比下降1.32%；进口额408亿美元，同比下降达到了20%。

近年来，中印贸易摩擦时有发生，但几年过去了，两国的双边贸易额反而一直在上升。

针对“中印双边贸易额为何上升”，印度外长苏杰生表示：“如果有一个像中国这样的邻国，印度必须学会竞争……如果印度加大力度发展制造业、促进经济增长，就能拥有更多外交资源和工具，真正影响全世界。”

中国社科院亚太研究所副研究员刘小雪告诉时代周报记者，中印和印美这几年在贸易数据上有上升、有下降的变化是正常的，但大趋势不会变。“印度与中国的经济关系将更加紧密，印度与中国的贸易额也会稳步攀升”。

## 依赖中国制造

从蜡烛到笔记本电脑，从工业原料到手机零部件，印度发展一直都十分依赖中国制造。

自2000年中印贸易快速发展的时候起，中国和印度之间就存在着贸易逆差。刘小雪告诉时代周报记者，印度方面一直在抱怨，但是“没有办法”，因为中国是制造业大国，制造的各种产品都是印度在发展中需要的。

印度从中国进口的产品中，98.5%是工业品，其中中国制造的电子产品尤其受到青睐。印度《经济时报》称，2023—2024财年，印度进口的电子产品、通信设备和电器产品达到了898亿美元，而中国大陆的份额就达到了43.9%，相当于印度进口的近一半电子产品都是“Made in China”。

印度经济学家梅洛塔文称，印度向中国出口的主要是矿产品、金属等初级原材料，而中国向印度出口的则

是电子产品、机械等带附加值的成品。

印度人也意识到这种贸易不平衡。自2014年莫迪政府上台执政后，就一直强调要加强自身制造业，减少进口依赖，尤其是对中国产品的单方面依赖。在“印度制造”战略目标驱动下，莫迪政府还推出了包括与生产挂钩的奖励计划、反倾销税等措施。

然而，从实际上看，印度目前根本摆脱不了中国制造。

从日用产品到电子产品，印度老百姓的生活已经离不开中国制造，甚至印度的制造业也离不开中国制造。印度中小企业发展商会主席萨隆基就表示，印度的制造业企业需要从中国进口大量的中间产品，进行加工和出口。比如仿制药业，绝大部分制药设备和70%以上的原料药需要从中国进口。

莫迪政府很努力，但对华贸易逆差每年都在逐步拉大，2023年印度对华逆差已接近1000亿美元。

BBC直言，印度减少对中国进口依赖的努力失败了。

## 美国还能反超吗？

美国一度在与印度的商品贸易关系中反超。

根据印度商务部的数据，在2013—2014财年至2017—2018财年，以及2020—2021财年，中国都是印度最大贸易伙伴。不过在那之后，美国在2021—2022财年和2022—2023财年，成为印度最大的贸易伙伴。

但中印贸易与中美贸易的情况不

同。印度对美国出口的主要商品包括抛光钻石、医药产品、首饰、轻油和石油、冻虾、化妆品等。印度从美国进口商品主要是石油、毛坯钻石、液化天然气、黄金、煤炭、回收品和废铁、扁桃仁等。美国也是少数几个印度保有贸易顺差的国家之一。

印度一度将此视为巨大的机会。印度尼赫鲁大学经济学教授比斯瓦吉特表示，印度侨民在美国的存在是双边贸易增长的主要原因之一。“这些侨民在创造对印度商品的需求，比如消费品，而我们正在提供这些需求。”

但具体情况决定印美贸易取代不了中印贸易。美国对印度出口的是能源、矿产、农产品，而中国对印度出口的是集中度高、附加值高的商品，在通信设备、原料药等领域甚至占据主导地位，印度要在相关行业发展本国制造业就离不开中国的供应链。

目前，印度参与全球价值链的程度仍然有限，在全球商品出口中所占的份额不到2%。美国人也抱怨印度任意妄为的进口壁垒，扰乱了供应链，与贸易伙伴国造成矛盾和摩擦。

根据世贸组织的数据，印度是全球进口关税最高的国家之一，约为全球平均水平的两倍，平均最惠国(MFN)税率达到了18%。这种进口限制不仅困扰了外国制造商，也给本土制造商带来麻烦。

## 难以“脱钩”

随着中印之间贸易逆差不断扩

大，印度对华贸易摩擦也愈演愈烈。

根据商务部统计，2023年印度共对中国发起22起贸易救济调查，是这一年全球对中国发起贸易救济调查数量最多的国家，美国以12起位居第二。

这22起贸易救济调查案包括反倾销20起，反补贴1起，保障措施1起。其中，排名前三的行业分别为化学原料和制品工业10起，金属制品工业4起，非金属制品工业2起。

仅在2023年9月下旬，印度就一度在10天内接连对华发起10余起反倾销调查。

印度国内，也不时有一些声音鼓噪与中国“脱钩”。

但印度人的钱包却很诚实。《今日商业》在去年12月的调查报告显示，尽管很多人号召不买，但超过一半(55%)的印度人依然在这一年买了“中国制造”的产品。

而在印度人消费的“中国制造”产品中，小器具和电子/移动配件位列榜首。56%的人表示购买了智能手机、智能手表、移动电源和其他电子或移动配件等。49%的人表示购买过节日灯饰、台灯、蜡烛、水枪等。33%的人表示曾买过玩具和文具，29%的人表示买过礼品，26%的人买过消费类电子产品和电器(电视机、空气净化器、水壶等)，26%的人买了照明、家具等家居用品，15%的人买了服装、箱包、配饰等时尚用品等。

印度德里FORE管理学院中国事务专家费萨尔·艾哈迈德表示，印中双边贸易“注定要增加”。因为，与其他国家相比，中国在运营规模、技术和全球价值链方面具有明显的优势。

对印度来说，中国是最重要的进口来源国，因为具有成本效益，并且已经为大多数商品建立了功能性的供应链。

对此，刘小雪亦表示，印度在短期内无法实现与中国“脱钩”。在她看来，虽然国际环境趋于复杂，但中印经贸合作的基本面没有变，中印贸易额的不断扩大说明了两国产业链的结合非常紧密，中印贸易仍将继续扩大。

据新华社报道，印度知名智库观察家库尔卡尼表示，考虑到中印两国的人口、市场规模和快速的经济社会发展，中印之间贸易额甚至可以达到3000亿美元。

也就是说，未来中印双边贸易额有望翻两倍以上。■



# 美国农业仍无法脱离俄罗斯

时代周报记者 马欢

据俄罗斯媒体近日报道，美国国家统计局数据发现，3月，美国从俄罗斯购买了价值1.74亿美元的化肥，金额较2月增长10%，是去年同期数据的1.7倍。这是自去年2月以来的最高金额。

与此同时，在过去的一年时间里，俄罗斯化肥占美国化肥进口总额的比例持续升高，已经从9.7%增加到17.1%，俨然成为了美国市场的主要化肥供应国，仅次于加拿大。

美国作为一个农业大国，对化肥的需求是十分迫切的。鉴于化肥在农业生产中的重要地位，以及俄罗斯有着世界第二大化肥生产国的地位，可以说，俄罗斯对美国的化肥出口多寡，将对美国农民种田的收成造成不小的影响。

早在俄乌刚爆发冲突时期，美国就曾多次试图对俄罗斯化肥进行制裁，但都遭到了本国农民和其他多国的强烈反对，最终不了了之。

两年多过去了，美国虽然在其他方面对俄罗斯进行了制裁，但其农业对俄罗斯化肥的依赖，依然很深。

## 化肥成了新“天然气”？

“化肥是新的‘天然气’。”全球最大的化肥生产商之一雅苒国际CEO赫斯图感叹道，“可矛盾之处在于，我们的目标是减少欧洲对俄罗斯的依赖，而我们现在却梦游般地把关键的粮食和化肥生产能力交给俄罗斯。”

化肥一般指的是用化学、物理方法制成的含农作物生长所需营养元素的肥料，包括氮肥、磷肥、钾肥、微肥(微量元素肥料)、复合肥料等。在现代农业中，化肥具有增加农作物产量的效果。

专门研究战争和食品的美利坚大学教授约翰娜·门德尔松·福曼说：“没有化肥，就无法种植现代化大规模的玉米、小麦、大麦或大豆。”

俄罗斯的化肥产业之所以在全球有着举足轻重的地位，与其矿产和能源优势脱不开关系。化肥中的氮肥合成需要天然气，俄罗斯恰好是天然气储备最多的国家之一，同时，这个国家的磷矿、钾盐储备也很丰富。

据《中国化工报》报道，目前，俄罗斯是世界上最大的氮肥出口国，世界第二大钾肥出口国，磷肥出口量则居世界第三位。

这也意味着，俄罗斯的化肥产业的任何风吹草动，都将直接震动全球

粮食市场。而从俄罗斯进口的化肥多少，甚至会影响部分美国农民一年的种植计划。

俄乌冲突刚爆发的2022年3月，包括马士基在内，全球最大的3家国际航运公司都宣布，暂停所有往返俄罗斯港口的货物预订。这一行动短时间内导致俄罗斯化肥供应量急速下降，全球化肥价格飙升。

由于生产化肥需要大量的天然气，且当时的天然气价格在持续上涨，因此美国本土的化肥厂无法补上产能。这就导致远在大洋彼岸的美国农民们，不得不调整自己的种植计划。

这一年，美国农业部发布的种植意向报告显示，由于俄乌冲突后肥料价格创下历史新高，美国农民倾向于种植使用化肥较少的农作物。

报告显示，2022年美国农民种植玉米的意向为8950万英亩，低于市场预期的9200万英亩，相比之下，上一年的意向为9340万英亩。而大豆的种植意向则突破纪录，为9100万英亩，比上一年的意向高了4%。

美国农民改种大豆其实是迫不得已的。因为种植大豆所需的肥料仅为玉米的四分之一，大大减少了化肥的使用量，降低了种植成本。且大豆

种植不需要氮肥，偏偏俄罗斯是世界上最大的氮肥出口国。

## 表面制裁，私下鼓励

俄乌冲突后，美国曾陆续宣布了一系列对俄罗斯的经济制裁，化肥一度也在美国官员所列的清单之中，但阻力太大，只能作罢。

2022年3月22日，美国农业部长放狠话表示，要制裁俄罗斯的化肥。但这一言论一出，即刻引发舆论反对。

巴西农业部长特蕾莎·克里斯蒂娜明确表态，禁止俄罗斯化肥供应会加剧通货膨胀并威胁粮食安全。阿根廷、玻利维亚、智利、巴拉圭、乌拉圭等多个依赖农业的国家也一致反对。

美国本国农民也坐不住了。明尼苏达州小麦种植户协会的负责人称，俄乌冲突前全球化肥价格就在飙升了，部分化肥的价格较上一年同期高出了四到五倍。“如果美国在这一块制裁俄罗斯，相当于制裁了自己。”

“为了打击俄罗斯，美国准备饿死全世界。”俄罗斯《观点报》反击道。

2022年6月，美商务部又曾提议对俄化肥征收132%关税，但很快被驳回，并遭到美国农民的强烈反对，理由是“进口俄罗斯化肥，没有实质性损

害美国行业”。

在诸多反对声中，美国不得不在对俄罗斯的贸易限制条款中加入了豁免条款，允许进行化肥交易，而这些条款也一直被延用。

“这就让不少美国官员陷入了自相矛盾的境地，一方面要制裁俄罗斯，一方面私下鼓励进口俄罗斯化肥。”彭博社表示。

俄罗斯国际事务委员会制裁方面专家季莫菲耶夫表示：“进口俄罗斯化肥符合全球粮食安全的利益，美国当局不应该拒绝执行这些交易。”

从目前的情况看，美国仍将继续进口俄罗斯的化肥，俄罗斯也对其化肥产业的前景充满乐观。

全球化肥巨头Nutrien预计，美国的化肥需求将保持强劲，2024年美国玉米种植面积约为9000万英亩，大豆种植面积约为8700万英亩。美国的种植进度与历史平均水平一致，施肥率一直很高。

来自俄罗斯统计局的数据显示，2023年俄罗斯矿物肥料生产商的实际重量比上年增长了9%，达到5930万吨。俄罗斯化肥生产商协会主席Andrei Guriev表示，在未来5年，产量可能增加到7000万吨。■

56

%

◀



BANK&INSURANCE  
银保INTERNET FINANCE  
新金融FINANCIAL INSTITUTION  
机构HEALTH  
大健康LISTED COMPANY  
上市公司THE TIME WEEKLY  
时代周报TIME FORTUNE  
财经  
微观视角 解读资本趋势

11 | 4家百亿财险公司增收不增利



## 吴清执掌证监会百日

上接P1

从资金流向来看，资金从先港股后A股的态势进入到中国的市场。

## 超30家券商领罚单，机构监管趋严

吴清上任以来，常态化监管风暴袭来，券商首当其冲。

5月14日，深交所公布多个监管文件，对涉及金通灵(300091.SZ)财务造假案的大华会计师事务所以及华西证券给予纪律处分的决定，对光大证券、东吴证券、国海证券给予通报批评处分的决定。同日，江苏证监局亦更新多个行政监管文件，涉及上述四家券商。

华西证券、大华会计师事务所被深交所实施6个月暂不受理文件的“资格罚”，2名保荐代表人、3名签字会计师被实施1年至3年暂不受理文件的“资格罚”。

值得注意的是，这是注册制下深交所首次对保荐机构、会计师事务所实施暂不受理文件的“资格罚”，将影响两家中介机构在全市场的在审项目和执业服务。

同一天，渤海证券发布公告称，因公司涉嫌财务顾问业务违法违规，证监会决定对其立案。

1天之内多家券商收到罚单，这是监管风暴下的一个侧影。

据时代周报记者不完全统计，截至5月15日，监管累计向超30家券商下发上百张罚单。

历任证监会主席上任后都会强化监管，但这轮监管处罚力度明显加大，且头部券商基本被罚，包括中金公司、中信证券、中信建投、华泰证券、海通证券、银河证券、招商证券、国泰君安等。

其中，海通证券、中信证券、东吴证券等3家券商因违规被立案调查。而涉及中核钛白(002145.SZ)“违规定增+融券案”的中信证券、海通证券两家券商则收到巨额罚单。

从违规类型来看，不少券商都存在诸多业务合规问题，主要集中在券商投行、资管、经纪等三大业务；同时，场外期权、自营投资、股票质押以及员工炒股等问题频发。

此外，涉及投行业务违规罚单增多，IPO保荐罚单数量有所减少，多数为债券承销业务类罚单。

目前，上市证券公司仍面临“大而不强”的问题，在发展理念、内控治理、投资者保护、信息披露等方面距离一流投资银行和投资机构的标准

和要求仍有较大差距。

今年4月出台的“新国九条”强调，加强证券基金机构监管，推动行业回归本源、做优做强，推动证券基金机构高质量发展，处理好功能性和盈利性关系等。

平安证券有关负责人对时代周报记者表示，这延续了此前证监会对校正行业机构定位的要求，明确引导证券基金机构树立正确经营观念，处理好功能性和盈利性关系。同时，指明投行能力与财富管理能力建设是机构重点发力方向等。

吴清上任以来，监管还对饱受争议的融券业务加强监管，严禁融券变相T+0；规范量化交易；加大对私募、期货违法执法力度，近期对“跑路私募”瑞丰达火速立案调查。

吴清强调，行业机构连接投融资两端，必须倾注更多的精力来服务投资者。要把功能性放在首要位置，端正经营理念，回归本源、守正创新，恪守信义义务，增强专业能力，为投资者提供更加多元、更加适配的产品和服务等。

## 打击证券违法犯罪行为

严监管的风同样吹至A股上市公司，近期数十家上市公司接连被监管处罚。

5月15日，世龙实业(002748.SZ)、嘉必优(688089.SH)、\*ST宏图(600122.SH)、恒为科技(603496.SH)、ST高鸿(000851.SZ)等多家上市公司被监管处罚，处罚类型包括责令改正、公开处罚、出具警示函、公开谴责等。

还有多家上市公司遭证监会立案。Wind数据显示，5月以来已有12家上市公司被立案。

仅5月8日一天，ST华铁(000976.SZ)、威创股份(002308.SZ)、普利制药(300630.SZ)、东旭光电(000413.SZ)、东旭蓝天(000040.SZ)等8家上市公司收到证监会《立案告知书》，其中7家均因涉嫌未按时披露年度报告等信息披露违法违规。

今年3月，吴清曾公开表示，证监会将对各种违法违规行为露头就打，对重点领域的重大违法行为重点严打。“新国九条”亦要求，严肃整治财务造假、资金占用等重点领域违法违规行为。

以最近披露的金通灵财务造假案件来看，其连续6年财务造假，公司及多名相关负责人，以及涉及的中介机构均受到罚单。

而中核钛白案件中，其公司实际控制人王泽龙、前董秘韩雨辰等人以及海通证券、中信证券等相关机构共计被罚没2.35亿元。

吴清表示，对于“零容忍”打击证券违法犯罪，证监会的态度坚定不移。证监会将会同有关各方健全证券执法司法体制机制，加快构建资本市场防假打假综合惩戒体系，进一步提升行刑刑事衔接效率，要让不法分子付出惨痛代价，切实维护市场“三公”秩序。

A股退市力度也在明显加大。4月12日，证监会发布《关于严格执行退市制度的意见》，交易所配套修订完善相关退市规则。

新的退市规则增加3种规范类退市情形，将资金占用、内控审计意见、控制权长期无序争夺等纳入规范类退市情形，被称为“史上最严”退市新规。

截至目前，今年A股已有9家公司完成退市，超20家公司锁定退市，还有数十家ST公司面临退市风险。

5月6日，\*ST三盛(300282.SZ)、\*ST越博(300742.SZ)、\*ST太安(002433.SZ)、\*ST左江(300799.SZ)、\*ST中期(000996.SZ)等5家上市公司被深交所出具股票终止上市事先告知书，均触及财务类强制退市情形。

吴清称，把“僵尸企业”、害群之马坚决清出市场。控股股东、实控人和董监高作为“关键少数”，必须挺在前面、扛起责任。

对于问题上市公司而言并非一退之，而是更加注重对投资者利益保护。

吴清强调，将进一步夯实投资者保护的制度基础。在制度制定修订过程中，将充分听取广大投资者特别是中小投资者的意见和建议，作出客观公正的专业研判，更加注重制度的公平性，为投资者提供更为实质的公平保护。

北京大学法学院教授郭雳对时代周报记者说，资本市场法治化的另一重要目标是更加有效地保护广大投资者合法权益，推动形成尊重投资者、敬畏投资者的市场生态。有必要坚持“大投保”理念，让市场各方形成合力，加速形成法律保护、监管保护、市场保护、自律保护和自我保护的整体格局。

## 压实中介机构“看门人”责任

严把IPO准入关，进一步压实中

介机构“看门人”责任，这是吴清上任后呈现的另一大特征。

新股发行是历任证监会主席需面临的问题，在市场不同阶段作出了不一样的决策，过去曾多次暂停IPO。实行注册制后，企业上市步伐加快。2018年至今，A股新增了1900多家上市公司。

2023年下半年以来，IPO节奏开始阶段性收紧。今年市场低迷之际，市场也曾呼吁暂停IPO，如何把握投资与融资、公平与效率，是吴清上任后面临的问题。

吴清上任之后，进一步提高了IPO门槛。在“新国九条”出台后，沪深交易所同步发布新修订的《股票上市规则》，提高主板第一、二套上市标准的净利润、现金流、收入等指标，并提高第三套上市标准中的市值和最近一年营收规模。创业板上市标准亦有所提高。

同时，证监会进一步加大新股发行领域现场检查、现场督导、稽查执法力度。

据不完全统计，2024年以来，超130家公司终止IPO。此外，自2月19日以来，沪深京上市委就一直未有新的上市安排，也未有过新的受理，直到5月16日马可波罗上市会上，成为“新国九条”出台后首家IPO上市的企业。

资深投行人士王骥跃对时代周报记者表示，沪指从今年低点以来已上涨20%，二级市场逐渐企稳，加上监管本来也没喊停IPO，企业在更新年报后开审也是正常的事，目前只是第一家企业上市，还不能判断IPO恢复常态化，后续IPO发行节奏也要关注市场反应。

“新国九条”也提到，建立审核回溯问责追责机制。进一步压实发行人第一责任和中介机构“看门人”责任，建立中介机构“黑名单”制度。坚持“申报即担责”，严查欺诈发行等违法违规问题。

近期，多家券商表态，投行将积极响应政策要求，切实发挥资本市场“看门人”作用，为提高上市公司质量、保护投资者权益、促进资本市场高质量发展作出积极贡献。

平安证券方面对时代周报记者表示，公司将聚焦主业，做优做强，把握好功能性和盈利性的关系，深入践行“看门人”职责，将“保护投资者合法权益”的理念融入各项业务场景，持续提升投行与财富管理能力的建设，助力多层次、高质量资本市场体系建设。■

130

家





# 工行发行首单400亿元TLAC债券 中行300亿元紧随其后

时代财经 张昕迎

中国境内首单TLAC债券发行! 根据工商银行(601398.SH) 5月16日披露,在银行间市场成功发行总损失吸收能力(TLAC)非资本债券400亿元,其中品种一规模为300亿元,票面利率2.25%;品种二规模100亿元,票面利率2.35%。

此前5月11日,工商银行宣布5月15日至5月17日发行2024年TLAC债券(第一期),计划发行规模300亿元。

紧跟工行,中国银行(601988.SH) 5月13日也发布公告称,将于5月16—20日发行2024年总损失吸收能力(TLAC)非资本债券(第一期),基本发行规模为300亿元。

作为全球系统重要性银行(G-SIBs),工行、中行本次TLAC债券发行备受关注。

目前距离G-SIBs的TLAC达标期限已不足一年,根据金融稳定理事会(FSB)规定,G-SIBs需在2025年1月1日前满足外部总损失吸收能力风险加权比率、杠杆比率等要求。

除工行、中行外,目前我国另外三家G-SIBs建设银行(601939.SH)、农业银行(601288.SH)、交通银行(601328.SH)暂未公布其TLAC债券实际发行事宜。

不过以年初的发行计划来看,上述三家银行合计拟发行规模不超过2300亿元。

5月13日,惠誉评级亚太区金融机构评级董事薛慧如在接受时代财经采访时表示:“除工行和中行以外,目前其他几家中资全球系统重要性银行也都披露了TLAC发行计划,我们预计这些银行也会根据达标要求、市场需求以及发行成本等,综合确定未来发行的节奏和规模。”

## 均分为两个品种发行

根据中国银行今年1月的公告,该行拟计划在境内市场和境外市场发行不超过1500亿元人民币或等值外币的TLAC债券,决议有效期至2025年8月。

工商银行今年2月宣布,该行拟在境内市场发行规模为不超过600亿元人民币的TLAC债券,决议有效期至监管批复后的24个月。

对比来看,两家国有大行的TLAC债券在发行品种、债券期限方面较为相似。

根据发行公告,工行、中行本期债券均包含两个品种,品种一的发行规模为200亿元,为4年期固定利率品种,在第三年年末附有条件的发行人赎回权;品种二的发行规模为100亿元,为6年期固定利率品种,在第五年年末附有条件的发行人赎回权。

不过根据最终的发行结果,工行设置了超额增发权,品种一和品种二合计增发规模不超过人民币100亿元,合计发行规模为400亿元。

另一方面,按照此前披露的发行计划,除工行面向境内市场发行外,我国其余几家G-SIBs均称拟面向境内市场和境外市场发行。

惠誉评级曾在今年4月的线上直播会上提到,考虑到发行成本、审批流程、境内外投资者对待国有银行债务工具不同风险偏好等方面的差异,于境内发行TLAC债券更具有优势。

惠誉同时指出,对于中资G-SIBs而言,出于向国际同业进一步靠拢的考虑,且目前存续的高级无抵押债券里也有很大一部分是在境外发行的,所以不排除这些国有银行也会在境外市场发行一定规模的TLAC工具。

薛慧如向时代财经分析称:“作为一个全新的债务工具,TLAC债券的市场需求仍有待检验,而发行成本受到货币政策、利率环境和市场供求的影响,也有一定的不确定性。”

## TLAC债券或有较大利率优势

定价方面,工行、中行本期TLAC债券均采用固定利率形式,最终票面利率将通过簿记建档、集中配售方式确定。

据工商银行5月14日披露的《申购区间与申购提示性说明》,经发行人和簿记管理人协商确定,本期债券品种一票面利率的申购区间为2.00%~2.60%,品种二票面利率的

申购区间为2.10%~2.70%。

此前招商证券廖志明团队一份研报显示,TLAC债定价将介于国有大行3年期普通金融债及剩余期限3年的二级资本债之间。

按照当前利率水平,预计大行TLAC债定价为2.65%左右。由于未来利率可能进一步下行,实际发行利率可能低于2.6%。

潜在投资者方面,机构投资者或占主力。发行公告显示,两家大行均面向全国银行间债券市场机构投资者发行。

薛慧如预计,中国TLAC债务工具的主要投资者将与二级资本工具、其他一级资本工具等银行债务工具的现有投资者类似,主要包括大型商业银行、银行理财产品、资产管理公司和保险公司。

收益方面,薛慧如指出,对于投资者而言,由于TLAC非资本债券有减记或者转股的损失吸收条款,理论上,在其他条件相同的情况下,TLAC债券的收益率可能高于普通金融债。

此外,TLAC债券享有更高的受偿顺序。

据薛慧如介绍,当G-SIBs进入处置阶段时,监管可以强制要求对外部总损失吸收能力非资本债务工具进行减记或转股,但TLAC非资本债务工具应在二级资本工具之后吸收损失,所以其他一级资本工具和二级资本债可以为TLAC非资本债务工具提供一定的保护。

## 达标压力整体可控

《全球系统重要性银行总损失吸收能力管理办法》将于2025年起正式实施。

其中对于外部总损失吸收能力比率的要求是,外部总损失吸收能力风险加权比率自2025年1月1日起不得低于16%,自2028年1月1日起不得低于18%;对外部总损失吸收能力杠杆比率的要求是,自2025年1月1日起不得低于6%,自2028年1月1日起不得低于6.75%。

据Wind数据显示,截至2024

年一季度末,工商银行、中国银行、农业银行、建设银行及交通银行的资本充足率分别为19.21%、18.52%、18.40%、19.34%、16.09%;五家银行的杠杆率分别为7.68%、7.35%、6.79%、7.76%、7.17%。

薛慧如分析称,TLAC达标情况主要取决于各家银行未来的风险加权资产增速、净利润增速、分红比例以及未来TLAC债券和资本工具的发行进度,此外,存款保险基金按照多大的比例纳入也将影响各家银行达标缺口的测算。

从风险加权资产的增速来看,以中国银行为例,2022年、2023年,该行的风险加权资产分别为14.66万亿元、16.53万亿元,增速分别约为3.65%、12.74%。

业绩方面,今年一季度,上述五家国有行中除交行归母净利润保持1.44%增速外,其余均出现下滑。

多家大行曾公开表示TLAC达标压力不大。

4月3日,建设银行首席财务官生柳荣在该行2023年度业绩发布会上表示,建行资本充足率接近18%,再加上存保基金的补充,判断2025年TLAC达标问题不大。

当时生柳荣还提到,建设银行的TLAC债券将争取在第三季度发行,既有利于总损失吸收能力的达标,也可以降低融资成本。

作为去年11月刚刚加入G-SIBs的“新成员”,交通银行拥有两年缓冲期——2027年初实现TLAC第一阶段达标。

不过交通银行的资本充足率在上述五家国有大行中较低。

在交通银行2023年度业绩发布会上,该行首席风险官刘建军表示,交行于2023年11月首次入选全球系统重要性银行,体现国际监管机构对交行经营发展和国际地位的认可,也是对中国金融业地位的一种认可。

刘建军还表示,交通银行将遵照境内外监管,把握好市场的窗口情况,有序推进合格债务工具的发行工作,以满足TLAC达标要求,不断提升风险抵御能力。■

# 年内13家银行副行长辞任 国有五大行人人事变动频繁

时代财经 刘子琪

今年以来,上市银行高管变动较为密集。

仅5月8日一天,就有两家上市银行发布副行长辞任的公告,分别是北京银行(601169.SH)、招商银行(600036.SH、03968.HK)。

据时代财经不完全统计,截至5月10日,今年已有13家上市银行宣布副行长辞任,包括中国银行(601988.SH、03988.HK)、工商银行(601398.SH、01398.HK)、建设银行(601939.SH、00939.HK)等。此外,还有多家银行董事长、行长等职位出现变动。

在上述人事变动中,涉及到龄退休、任职期限、工作调动以及其他个人原因等多方面原因。另外,履新的银行高管呈现年轻化趋势,大多为70后,甚至有85后。

一名业内人士向时代财经表示,年轻高管接棒老一代银行人,有助于加快银行数字化转型和创新动力。

## 年内13家银行副行长辞任

5月8日,北京银行发布公告,韩旭因工作调动辞去副行长职务。

韩旭生于1978年,2004年8月进入北京银行,至今已在该行任职20年,历任董事会办公室投融资管理室经理、法律合规部副总经理、南京分行

党委书记等,2023年5月正式担任北京银行副行长一职。

中共北京市委金融委员会办公室官网显示,韩旭已任北京市委金融委员会办公室副主任、中共北京市委金融工作委员会委员、北京市地方金融管理局副局长。北京市委金融委员会办公室,又称北京市地方金融管理局,是北京市委下属机构,于2024年3月20日正式挂牌。

同日,招商银行也发布关于副行长辞任的公告,王云桂因到龄退休辞去该行副行长职务。王云桂1963年6月出生,2019年6月起任招行副行长,此前在工商银行、国开行任职。

时代财经注意到,这不是招商银行今年首次高管变动。1月5日、11日、16日,招商银行分别公告称,公司非执行董事胡建华和洪小源因年龄原因辞任、公司股东监事彭碧宏因工作变动辞任、公司职工监事蔡进因年龄原因辞任。

据时代财经不完全统计,包括上述两家银行,今年以来共有13家银行副行长辞任,包括建设银行(601939.SH、00939.HK)、渝农商行(601077.SH、03618.HK)、平安银行(000001.SZ)、宁波银行(002142.SZ)、长沙银行(601577.SH)、齐鲁银行(601665.SH)、兰州银行(001227.SZ)、中信银行(601998.SH、00998.HK)、沪农商行(601825.SH)、中国银行、工商银行。

此外,银行行长、董事长辞任也较为常见。比如,今年1月,华夏银行时任行长关文杰辞去执行董事、行长等职务;3月,因到龄退休,郑万春辞去民生银行副董事长、执行董事、行长等职务;3月15日,因工作调整,唐力勇辞去长沙银行行长、董事等职务。

北京市社科院副研究员王鹏告诉时代财经,在银行体系内,高管的工作调动是常态。这种调动可能是基于业务发展需要、个人能力提升或其他多种因素。例如,关文杰辞去华夏银行执行董事、行长等职务,就任北京农商银行党委书记、董事长,这显然是一种工作上的升迁和调动。

## 国有五大行人人事变动频繁

值得一提的是,过去几个月,国有五大行人人事变动不断,包括董事长、行长、副行长等职务变动。

今年以来,工商银行的行长、董事长均发生变动。1月,工商银行党委书记、董事长陈四清退休,行长廖林接任党委书记,后又出任董事长,行长一职由此空缺。

4月30日,中央组织部有关干部局主要负责同志出席工商银行干部会议,宣布刘珺任工商银行党委副书记。按照惯例,在完成相关程序后,刘珺或出任工商银行副董事长、行长。

建设银行亦是如此。1月,建设

银行公告称,崔勇因工作调动辞去副行长职务。3月15日,建设银行行长张金良任党委书记,随后出任该行董事长。5月17日,据建设银行公告,建设银行董事会同意聘任张毅为建设银行行长,提名其担任执行董事。

除了上述两家银行,2月18日,交通银行发布公告,国家金融监督管理总局已分别核准殷久勇、周万阜任公司董事的任职资格;4月8日,中国银行公告称,收到国家金融监督管理总局核准刘进任任职资格的批复;4月30日,农业银行公告称,刘清自4月28日起就任该行董事会秘书。

除了高管频繁变动,从继任者来看,其年龄日趋年轻化,其中很多都是70后,甚至有85后,现年不满40岁。

其中,华夏银行新任行长瞿纲出生于1974年;宁波银行两位副行长徐雪松、王丹丹分别出生于1975年、1982年;民生银行新任两位副行长均为70后,其中张俊潼出生于1974年,黄红日出生于1972年;中国银行新任副行长刘进出生于1976年;贵阳银行新任副行长杨轩出生于1985年,今年不到40岁。

对此,王鹏表示,这种年轻化的趋势反映了银行业对于新鲜血液和创新思维的渴望,年轻一代的高管通常具备更强的创新意识和学习能力,有助于银行在竞争激烈的市场环境中保持领先地位。■

2300

亿元





## BANK&amp;INSURANCE · 银保

# 一季度7家百亿财险4家增收不增利 受投资收益率下滑拖累？

时代周报记者 周梦梅 发自广州

财险公司的业绩数据基本全部出炉。

据时代周报记者不完全统计，截至5月15日，共有85家财险公司披露2024年一季度偿付能力报告。以保费规模在百亿元以上的7家头部财险公司业绩来看，当前保费端走出复苏态势，保险业务收入同比增长，但是利润端出现下滑。

对于头部财险公司增收不增利，精算师徐显琛对时代周报记者表示：“财险公司利润是由承保利润、投资收益两部分组成。今年一季度，财险公司承保利润有所下降，一方面是某些大公司综合成本率上升；另一方面，一季度财险公司投资收益率下滑，也成为拖累净利润的一大因素。”

## 4家增收不增利

从保费收入来看，整个财险行业马太效应凸显。

据险企发布的偿付能力报告，2024年一季度有7家财险公司保险业务收入超过百亿元，其中财险“老三家”人保财险、平安产险、太保产险保费收入皆超500亿元，分别为人保财险(1745.15亿元)、平安产险(790.82亿元)、太保产险(627.01亿元)；第二梯队的财险公司也不遑多让，国寿财险、中华联合财险、大地财险、阳光产险4家公司一季度保险业务收入分别为302.92亿元、211.80亿元、151.29亿元、124.42亿元，上述7家公司保费规模达到了3953.41亿元。

国家金融监督管理总局披露的3月份财产险公司经营情况显示，截至今年3月末，年内财险公司实现保费收入4905亿元。这意味着，一季度7家头部险企的合计保费占到了财险行业总保费规模的80.60%，行业马太效应凸显。



**“7家财险公司中，人保财险、国寿财险、中华联合财险、大地财险、阳光产险5家险企的净利润出现同比下滑，而这其中除大地财险保费收入略有下滑外，其余4家均呈现“增收不增利”态势。”**

从保费收入增速来看，整个财险行业有回暖趋势。根据监管披露的数据，2024年一季度财险公司实现4905亿元保费收入，可比口径下同比增长5.1%。以老三家为例，2024年1—3月，人保财险、平安产险、太保产险保费同比增速分别为3.8%、2.7%、8.6%。

盈利能力方面，总体上7家险企净利润合计为140.79亿元，较去年同期的154.48亿元同比下滑8.86%。

2024年一季度，7家头部财险公司有5家净利润过亿元，分别为人保财险(73.51亿元)、平安产险(38.14亿元)、太保产险(19.33亿元)、国寿财险(8.50亿元)、阳光产险(1.40亿元)，另外2家中华联合财险和大地财险的净利润分别为0.18亿元、-0.27亿元。

7家财险公司中，人保财险、国寿财险、中华联合财险、大地财险、阳光产险5家险企的净利润出现同比下滑，而其中除大地财险保费收入略有下滑外，其余4家均呈现“增收不增利”态势。

对于财险公司增收不增利情况，徐显琛对时代周报记者进一步解释称，今年一季度天气异常，导致部分财险公司赔付支出增加，综合成本率上升；此外财险公司的车险业务中，

新能源车险的占比在不断提高，但是新能源车险出险率高、赔付率高，由此拖累了财险公司盈利；最后，也有一部分险企因一季度资本市场波动，导致投资收益率下滑。

## 头部财险公司净利润受何拖累？

具体来看，人保财险、国寿财险、阳光产险、中华联合财险4家头部财险公司增收不增利，或主要受到承保端综合成本率抬升和投资端收益率下滑的影响。

综合成本率是保险公司用来核算经营成本的核心数据，包含其运营、赔付等各项支出，由费用率和赔付率组成。该指标也是衡量财险业盈利能力强弱的主要标准，综合成本率越低说明财险公司盈利能力越强。

据偿付能力报告，2024年一季度，财险老三家的人保财险、平安产险、太保产险的综合成本率分别为96.15%、98.10%、97.50%；第二梯队国寿财险、中华联合财险、大地财险、阳光产险分别为99.15%、99.89%、99.51%、99.72%，皆在盈亏平衡点附近。其中，人保财险、国寿财险、阳光产险、中华联合财险的综合成本率分别同比增加232bp、84bp、141bp、3bp。

针对净利润情况，人保财险母公司中国人保(601319.SH)在今年一季度业绩会上作了详细说明。中国人保以财险业务为核心业务。

中国人保董事会秘书曾上游表示，公司净利润出现短期波动，一是因为自然灾害造成的经济损失较多。根据应急管理部公布的数据，一季度我国自然灾害造成的直接经济损失238亿元，是近五年损失最大的一年，去年同期损失为26亿元，同比增长了近10倍；二是随着经济活动持续回暖，客户出行增长，导致一季度车险出险率有所上升，而去年一季度正处于疫情防控转段阶段，出险率还未恢复

至常态水平；三是受资本市场影响，公司权益类投资收益同比下降。

人保财险珠海市斗门区营业部的一名工作人员告诉时代周报记者，今年广东地区连续遭遇暴雨、龙卷风等恶劣天气的侵袭，致使珠海当地水产养殖作物受损严重，理赔情况要较往年多。

“我们这边很多鱼塘都有配置养殖险，前段时间暴雨，不少鱼塘漫堤，很多养殖户报案。今年天气异常，公司出险比较多，理赔人员也比较忙。”上述人士说。

投资收益是保险行业双轮驱动的另一部引擎，一季度上述财险公司有3家投资收益率呈下滑状态。

上述7家财险公司中，单季综合投资收益率由高至低为太保财险(1.8%)、人保财险(1.63%)、大地财险(1.15%)、国寿财险(1.13%)、阳光产险(0.94%)、平安产险(0.90%)及中华联合财险(-0.02%)。其中，一季度平安产险、中华联合财险、阳光产险三家险企的综合投资收益率分别同比下滑7bp、94bp、70bp。

对于投资收益率同比下滑，中国平安集团投资者关系相关人士告诉时代周报记者，一季度中国平安投资收益下滑，主要是受资本市场波动以及利率下行的影响。平安产险相关人士也对时代周报记者称，(一季度)投资收益下滑主要是受资本市场波动影响。

市场人士对财险行业后续的发展持乐观态度。

据国金证券研报称，财险行业后续费用投入或将减少，龙头险企市占率有望回升。车险业务上，预计中小险企后续费用竞争趋缓，叠加购车补贴等政策的持续落地，预计后续车险增速有望回升至5%左右的正常水平。非车险方面，3月起农险、意健险、企财险、信用保证险业务增速回暖，预计全年有望实现高个位数增长。■

# 银行系险企首季业绩比拼： 中邮人寿扭亏大赚27亿元 另有4家共亏损31亿元

时代周报记者 何秀兰 发自广州

在利率下行及“报行合一”政策严格实施的双重背景下，银行系险企的业绩表现持续分化。

近日，10家银行系险企2024年一季度偿付能力报告已悉数披露，时代周报记者梳理发现，尽管整体保费规模逆势增长，但保费收入增加而利润不增加的现象普遍存在，行业内部分化依然严重。

从保费规模来看，银行系险企整体表现出强劲的增长势头。今年一季度，10家银行系险企共揽保费1875.53亿元，同比增长23.72%，增速显著。其中，中邮人寿以736.58亿元的保费收入高居榜首，不仅远超其他同行，更与保费收入第二的工银安盛人寿拉开较大差距，两者保费收入相差超过540亿元。

然而，在保费规模增长的同时，银行系险企的盈利状况却并不乐观。中邮人寿虽然在一季度大幅扭亏为盈，实现净利润27.54亿元，成为报告期内最赚钱的银行系险企。但剔除中邮人寿这一盈利大户，其余9家银行系险企则合计产生净利润亏损近29亿元，行业内盈利分化严重。

中邮人寿对时代周报记者称，一季度业绩好转是近两年深推改革创新、务求价值转型的结果。此外，得益于率先实施新会计准则，前瞻性地优化资产负债和资产结构，一季度多项指标明显向好。

除中邮人寿之外的9家机构，建信人寿成为亏损最高的银行系险企，

亏损超12亿元，中信保诚人寿、光大永明人寿、交银人寿也均出现不同程度亏损。而其余5家机构虽然实现了盈利，但盈利规模相对较小，整体盈利能力欠佳。

## 中邮人寿一季度净利超27亿元

今年一季度，中邮人寿实现了从“亏损王”到优等生的转变，保费规模和净利润双增，成为一季度最赚钱的银行系险企。

数据显示，2024年一季度，中邮人寿实现保险业务收入763.58亿元，同比上升26.25%；实现净利润27.54亿元，同比增加52.58亿元。这也是中邮人寿近年来在一季度取得的最高盈利。

“一季度业绩好转是近两年深推改革创新、务求价值转型的结果，包括‘一主多辅、多点发力’多元渠道布局全面落地等。”中邮人寿对时代周报记者称，公司是行业首个分步实施新会计准则的非上市险企，前瞻性地优化资产负债和资产结构，使得今年一季度利润指标、偿付能力明显向好，可持续经营能力得到进一步增强。

值得注意的是，近年，中邮人寿的盈利水平呈现波动状态。尽管其在2019年实现近17亿元的盈利，但之后盈利水平持续下降，甚至在2023年出现超过120亿元的亏损。针对2023年出现较大亏损，中邮人寿解释称，主要是由于750曲线波动影响大幅增提准备金以及投资收益未及预期所致。

按照监管规定，寿险公司传统险按照750天移动平均国债收益率折现，随着750曲线持续下行，寿险公司

在计算准备金时采用较低的折现率，从而需要增提准备金，进而会对公司当期利润造成负面影响。

尽管近年来中邮人寿净利润有所波动，但其新业务价值却不间断攀升，逐渐撕下银保渠道低价值率的标签。数据显示，2020—2022年，中邮人寿分别实现新业务价值18.66亿元、53.79亿元、70.51亿元。2023年，其新业务价值上升至82.7亿元，同比增长17%。

某券商非银金融分析师向时代周报记者分析称，当下，为了更准确地评估寿险公司的经营状况和潜力，行业内越来越倾向于关注新业务价值及相应的新业务价值率。新业务价值主要反映了寿险公司新获取的业务在未来能够产生的利润预期，而新业务价值率则进一步衡量了这些新业务的盈利能力和效率。

值得一提的是，中邮人寿偿付能力充足率也不断在改善。2023年6月末，中邮人寿的核心偿付能力充足率和综合偿付能力充足率分别为70.7%、132.3%，此后持续提升。到今年一季度末，该两项指标分别上升至100.1%、180.7%，环比分别提升14.7个百分点、20.3个百分点。

中诚信国际信用评级公告称，中邮人寿偿付能力充足率上升，主要得益于保单未来盈余增加、资产结构优化，以及监管规则调整影响等因素。

## 银行系险企净利润普遍不佳

背靠银行股东，银行系险企在销售保险产品时，往往更依赖于银保渠道。

从保费收入的角度来看，银保渠道严格推行“报行合一”政策之后，尽管银行系险企的整体保费规模逆势增长，但内部分化明显。

除中邮人寿以外，其余9家银行系险企今年一季度的保费收入均未突破200亿元大关，且保费规模排名第二的工银安盛人寿与中邮人寿存在较大差距。此外，中荷人寿一季度保费规模首次超过光大永明人寿。

按照保费规模大小来排序，一季度保险业务收入超过100亿元的还有工银安盛人寿、农银人寿、建信人寿、招商信诺人寿，分别实现保险业务收入196.22亿元、193.77亿元、186.17亿元、182.88亿元；而中银三星人寿、中信保诚人寿、交银人寿、中荷人寿和光大永明人寿则分别实现保费收入95.88亿元、95.18亿元、86.07亿元、56.06亿元和46.72亿元。

值得注意的是，今年一季度有7家银行系险企实现了保费收入同比两位数增长。其中，招商信诺人寿的保险业务收入同比增长率高达53.35%，位居增速榜首。此外，农银人寿、中荷人寿的同比增速分别达到了41.78%和49.21%。

业内人士向时代周报记者分析称，银行系险企由于其广泛的银行渠道资源，在保险产品销售上具有得天独厚的优势。一季度作为全年的开端，往往是险企进行业务布局和拓展的关键时期，因此银行系险企可能会加大与银行的合作力度，推动保费收入的快速增长。

然而，并非所有的银行系险企在一季度都呈现出强劲的增长势头。

例如，背靠建设银行的建信人寿，其增长速度就较为缓慢，保险业务收入同比增长率仅为1.28%。此外，中信保诚人寿、光大永明人寿的业绩甚至陷入负增长，保险业务收入同比分别下降1.9%、15.96%。

尽管整体保费收入实现了快速增长，但银行系险企的净利润却普遍呈现下滑态势。多家险企称，受国债收益率曲线下行的影响，增提保险合同责任准备金，是净利润承压的主要原因之一。

在剔除盈利较高的中邮人寿之后，9家银行系险企合计净利润由盈转亏，一季度合计亏损28.58亿元。其中，虽然仍有5家险企实现盈利，但净利润普遍不高。在这之中，中银三星人寿的净利润最高，为1.59亿元。然而，建信人寿、中信保诚人寿、光大永明人寿、交银人寿这4家险企则由盈转亏，净利润亏损分别为12.53亿元、8.08亿元、6.24亿元、4.66亿元，合计亏损超过31亿元。

中信保诚人寿相关人士对时代周报记者称，2024年一季度，受保险合同准备金计量基准收益率曲线下行的影响，增提保险合同责任准备金，以及权益市场波动等因素的综合影响，公司净利润出现下滑。

“750日移动平均国债收益率曲线下行导致准备金增提，以及低利率环境下固收类资产收益率下行，是一季度净利润亏损的主要原因。公司将通过加大结构调整力度、优化投资端资产配置、持续加强成本管控等措施减损减亏。”光大永明人寿相关人士向时代周报记者称。■



# 迈出整合第一步！ 国联证券拟购买民生证券100%股权

时代周报记者 金子莘 发自广州

2024年券商整合第一单又向前迈出一步！

5月14日晚，国联证券（601456.SH）公告发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易预案，拟以11.31元/股的价格发行A股股份，向无锡市国联发展（集团）有限公司（以下简称“国联集团”）、沣泉峪等46名交易对方购买其合计持有的民生证券100%股份，并向不超过35名特定投资者募集不超过20亿元的配套资金，发行A股股份数量不超过2.5亿股。

此次交易募集配套资金扣除中介机构费用及交易税费后，拟用于发展民生证券业务。

截至目前，民生证券资产评估结果及交易作价尚未确定。

5月15日，国联证券A股股票复牌，股价一字涨停。据Wind数据显示，开盘时国联证券涨停板封单达826万手，粗略计算，封单金额超95亿

元；但当日换手率较低，截至收盘时仅为0.16%。

尽管其A股自2024年4月26日开市起停牌，但国联证券（01456.HK）港股同区间内12个交易日（4月26日至5月14日）涨幅高达49.15%。

5月16日，国联证券A股继续一字封板涨停，报12.66元/股。

## “国联+民生”迈出整合第一步

此次并购案可追溯至2023年3月15日，民生证券30.30%的股权（约合34.71亿股）经过162轮竞价，最终被国联集团拿下，耗资91.05亿元。

若以此价格简单推算，此次国联证券并购民生证券整体交易规模或将达300.50亿元，加上此次定增拟募集资金不超过20亿元，粗略加总，所涉及整体资金规模或将达约320.50亿元。

不过，因民生证券的审计、评估工作尚未完成，资产评估结果及交易作价尚未确定，因此具体成交金额将以国联证券最终公告为准。

东吴证券非银团队表示，国联证券收购民生证券后，协同效应有望充分发挥，整合成效值得期待。

据该团队测算，若参考2023年数据情况，且不考虑摊薄，国联证券与民生证券合计归母净利润净资产达335.71亿元，叠加后续通过定增募集配套资金，预计合并后归母净利润资产可位列行业第20位。

这是“新国九条”后或将落地的首单大型券商并购。业内认为，券商或将迎来发展新机遇。

方正证券非银团队称，优化国有金融资本布局，非银机构将迎机遇。《国务院关于金融企业国有资产管理情况专项报告审议意见的研究处理和整改问责情况的报告》中提出，适时合理调整国有金融资本在银行、保险、证券等行业的比重，此前，“新国九条”亦明确提出支持头部证券公司通过并购重组、组织创新方式做优做强。

该团队测算，按金融业机构总资产计，当前银行业机构“一枝独大”，

银行、证券、保险在金融业机构总资产的占比分别为91%、3%、6%；若按净资产计，比重分别为85%、8%、7%。据此，方正非银团队认为，未来券商尤其是大券商之间的并购整合是长期趋势。

## 多家上市公司参与定增

国联证券此次发布预案后，已有多家上市公司公告确认参与此次国联证券定增。

截至5月16日，已有北京利尔（002392.SZ）、索菲亚（002572.SZ）、时代出版（600551.SH）及大众交通（600611.SH）合计4家A股上市公司公告，拟向国联证券出售所持民生证券股份并认购国联证券新增发行的A股股份。

上述四家上市公司出售所持民生证券股份数量分别为1.47亿股、2.94亿股、7347.5万股及2.20亿股，对应标的资产作价均尚未确定。

此外，根据国联证券公告显示，此次收购事项涉及的交易对方还包

括东方创业（600278.SH）、张江高科（600895.SH）、上港集团（600018.SH）、地素时尚（603587.SH）等多家A股上市公司。

与此同时，国联证券的公告中提到，截至预案签署日，白鹭集团合计持有民生证券1.68亿股，占其股份数比例为1.48%，其中有8000万股存在质押情形；泛海控股合计持有民生证券8396.733万股，占其股份数比例为0.74%，存在司法冻结情形，其中，6535.9478万股存在质押情形。

国联证券同时公告，鉴于本次重组涉及的审计、评估等工作尚未完成，董事会决定暂不召开公司股东大会审议本次重组相关事项。

待本次重组相关的审计、评估等工作完成后，国联证券将再次召开董事会会议对本次重组相关事项进行审议。

该项预案公布后，多家机构对国联证券A股给出正向评级。据Wind数据不完全统计，分别有2次买入、2次增持以及1次强烈推荐。■

## 瑞信证券跌宕16年： 从宠儿到弃子 谁会成为接盘侠？

时代财经 刘子琪

在经历一波三折之后，瑞银（UBS AG）和瑞士信贷（CS.US，简称“瑞信”）的合并取得了实质性进展。

5月7日，瑞银发布声明，预计在5月31日完成瑞银和瑞信的合并。2023年3月，在瑞士当局的撮合下，瑞银拟以30亿瑞士法郎的价格收购瑞信，约合人民币223.05亿元。

当年6月，瑞信不再存续，资产、负债、合同依法转入瑞银。伴随两家公司的整合，瑞信证券也从瑞信的控股子公司变为瑞银的控股子公司。

5月3日，瑞信证券披露的2023年业绩报告显示，2023年，该公司净亏损达1.99亿元，这是其2022年亏损2.55亿元后的又一次亏损。对于亏损的原因，瑞信证券提及控股股东瑞信与瑞银合并带来的影响。

另外，根据中国证监会规定，证券公司股东以及股东的控股股东、实际控制人参股证券公司的数量不得超过两家，其中控制证券公司的数量不得超过一家，因此控股两张券商牌照的瑞银必须舍弃一张。

2024年开年，据媒体报道，海外知名量化巨头城堡证券计划收购瑞信证券，以此扩大业务规模。随后又有消息传出，蚂蚁集团愿意出高价拿下瑞信证券以获得券商牌照。另据财新网报道，北京国资公司有可能用手中的瑞银证券股权置换瑞信持有的瑞信证券股权。

目前，关于瑞信证券股权收购的事宜尚未有定论，但连续亏损两年的瑞信证券究竟有何魅力，引得诸多财力雄厚的财团纷至沓来？

### 从“宠儿”沦为“弃子”

瑞信证券的前身为瑞信方正证券，设立于2008年10月，注册资本8亿元，股东为瑞信和方正证券（601901.SH），持股比例分别为33.30%、66.70%。

2020年，瑞信单方面向瑞信方正证券增资，持股比例增至51%，成为其控股股东；方正证券在此轮增资后，持股比例降至49%。2021年6月29日，瑞信方正证券更名为瑞信证券。

最初，瑞信对原瑞信方正证券的投行业务多年来没有做出成绩颇为不满，但由于自身没有太多话语权，且公司高管多由方正证券派员，一直处于被动地位。因此，瑞信的目标是谋求100%控股瑞信证券，可以对公司人

员进行调整。

2022年9月，方正证券公告称，拟以11.40亿元的价格向瑞信转让所持瑞信证券49%的股权。如果交易完成，瑞信将持有瑞信证券100%的股权，瑞信证券将成为继摩根大通证券、高盛高华证券后的第三家外资全资控股券商。

从方正证券方面来看，本次出让股权或是迫于监管压力。2014年8月，方正证券收购民族证券（现方正证券承销保荐有限责任公司）100%的股权获证监会核准批复。根据证监会要求，方正证券必须在控股民族证券5年内解决方正证券与瑞信证券、民族证券的同业竞争问题。

然而，由于瑞信在2022年出现流动性危机，上述收购事宜只能作罢。2022年，瑞信营收规模大幅下滑，净亏损73亿瑞郎。2023年3月，瑞士当局果断出手，主导瑞银对瑞信的收购。收购方案显示，瑞银出价30亿瑞郎收购全部瑞信股份，约合人民币223.05亿元。

2023年6月，相关法律程序全部完成，瑞信不再存续，资产、负债、合同依法转入瑞银。当年9月，瑞银董事会批准合并，双方签订最终合并协议。如今，此事迎来新的进展，瑞银和瑞信将在5月31日完成合并。

合并完成后，瑞银将同时控股瑞银证券（持股67%）和瑞信证券（持股51%）。根据中国证监会“一参一控”的规定，一家机构不能同时控股两张证券业务牌照。

由此来看，无论是瑞银，还是方正证券，似乎都已经将瑞信证券视为不得不出手的必卖品。

### 瑞信证券苦于股东之变

过去，瑞信证券曾取得过较为亮眼的业绩。在2018年、2019年连亏两年后，2020年瑞信证券扭亏为盈，实现营业收入2.83亿元，同比增长84.56%；实现净利润1180.49万元，同比增长128.22%。

2021年，瑞信证券的业绩持续大幅增长，全年实现营业收入4.97亿元，同比增长75.57%；实现净利润4518.58万元，同比增长282.77%。

到了2022年，由于大股东出现危机，瑞信证券的业绩受到拖累。当年，该公司由盈转亏，实现营业收入2.89亿元，同比下降41.91%；实现净亏损2.55亿元，同比下降663.27%。

受股东变更的影响，2023年瑞信证券持续亏损，全年实现营业收入

1.57亿元，同比下降45.58%，净亏损达1.99亿元。

具体来看，2023年，瑞信证券投资业务取得的手续费及佣金净收入为4045.91万元，较上年同期下降38.34%；经纪业务手续费净收入为317.82万元，较上年同期下降97.01%。此外，该公司利息净收入1842.48万元，其他业务收入9052.34万元。

可以看出，投行业务及经纪业务业绩下滑是导致瑞信证券2023年营业收入下降的主要原因。对于投行业务收入下降的原因，该公司称，2023年，受市场变化及项目执行进度推进影响，投资银行业务收入出现一定程度下降。

对于经纪业务收入下降的原因，瑞信证券则表示，瑞信与瑞银合并后，公司经纪业务机构客户因考虑到合并之后的不确定性，选择减少通过公司进行交易活动，再加上A股在2023年的总成交量减少、公司2023年响应监管部门号召主动降低佣金费率等因素，经纪业务佣金同比大幅下降。

此外，截至2023年年末，瑞信证券共拥有126名员工，而2022年年底公司员工数量为234名，同比减少46.2%。其中，公司高级管理人员从11名减少到8名，投行业务人员从58名减少到30名，财富管理客户部从22名减少到2名。

另外，时代财经注意到，瑞信证券在2023年更换了总经理。据其2023年披露信息，该公司总经理由王菁变更为张铮宇，张铮宇曾历任瑞信证券交易部主管，机构经纪业务与研究业务负责人。

此前，瑞银首席执行官安思杰曾表示，合并可能导致数以万计的工作岗位被裁员，瑞银将从银行的综合成本基础中节省数十亿美元。从瑞信证券2023年年报数据来看，裁员或许已经发生了。

### 谁将成为接盘侠？

尽管连续两年亏损，但瑞信证券的魅力依旧未减。

此前，瑞信证券在A股市场仅有股票和债券承销与保荐、证券经纪业务（限前海深港现代服务业合作区）牌照；2023年3月，瑞信证券获准变更业务范围，证券经纪业务范围扩展至全国，并增加了证券投资咨询、证券自营业务两项牌照。

业内人士告诉时代财经，随着金融行业的快速发展，加上金融牌照获取标准的完善，金融牌照审批明显

收紧，但各大公司对金融牌照的热情依旧与日俱增。

今年1月份，有媒体报道称，对冲基金新王、亿万富翁Ken Griffin创立的全球知名做市商城堡证券计划收购瑞信证券。此前，城堡证券首席执行官赵鹏曾透露，城堡证券正计划扩张。

目前，城堡证券在中国已经获得合格境外机构投资者资格，但没有在上海和深圳证券交易所提供证券经纪和承销业务的牌照，通过收购瑞信证券，将有利于其扩大在中国的业务规模。

据媒体援引知情人士消息称，城堡证券曾出价15亿~20亿元，而瑞信方期望的价格约为20亿元。此外，美国华平投资集团（Warburg Pincus）也曾考虑收购该业务，但因未达到设定的底价而放弃。

随后，多家媒体报道，蚂蚁集团对瑞信证券提出收购要约，且出价要高于城堡证券，希望通过收购瑞信证券建立证券业务。对此，蚂蚁集团向时代财经表示，不予回复。

从蚂蚁集团目前的金融版图来看，独缺一张券商牌照。早在2015年，蚂蚁集团就曾试图通过入股的方式拿下德邦证券，且与德邦证券已达成资本层面合作，但最终卡在监管审批的最后一道关口。

不过，与城堡证券相比，蚂蚁集团还要面对来自监管的压力。近几年，监管部门一直在加大对金融服务公司的监管力度。因此，蚂蚁集团想拿下瑞信证券并非易事。

今年4月，关于瑞信证券股权的收购事宜再迎变数。据媒体报道，瑞银考虑转变策略，拟以所持的51%瑞信证券股权，与北京国资公司换取其持有的33%瑞信证券股权。

据了解，瑞银一直在谋求全资控股瑞信证券，即从北京国资公司手中收购剩余33%的股份。同时，北京国资公司目前没有实际控股的证券公司。由此来看，这个方案似乎可以让两者实现双赢。

不过，北京国资公司如果想全资控股瑞信证券，还要从方正证券手中收购另外49%的股份。以当年方正证券发布的拟转让股份公告来看，截至2021年12月31日，瑞信证券49%的股权对应的评估价值为11.4亿元。

目前，上述几位潜在买家均未公开发布收购消息。最终，瑞信证券到底花落谁家，恐怕需要在瑞银和瑞信完成合并后才能揭晓答案。■

223.05  
亿元





## LISTED COMPANY · 上市公司

# 对话牧原股份董秘秦军： 猪群健康管理为降本核心

时代周报记者 周立 发自广州

进入21世纪以来，我国生猪行业经历了5轮猪周期，相比前几轮周期，最近这一轮猪周期行业亏损的深度和时间长度有明显的扩大，作为生猪龙头的牧原股份(002714.SZ)也面临不少困难与磨难。

2023年，牧原股份经营活动产生的现金流量净额同比下降，资产负债率有所上升。牧原股份2023年养殖完全成本为15元/公斤，由于冬季疫病造成养殖成绩下降以及春节期间有效销售天数少，2024年1—2月生猪养殖完全成本阶段性上升至15.8元/公斤。

随着疫病对猪群影响逐步降低，其3—4月的完全成本分别下降至15.1元/公斤、14.8元/公斤。“公司生猪养殖成本下降的根本在于养殖生产效率的提升，核心在于猪群的健康管理，最终体现至成活率、料比、生长速度等生产指标的全面改善。”牧原股份董事会秘书秦军认为，当前生猪养殖行业已从数量增长阶段进入质量提升阶段，而良好的成本管理能力和现金流管理能力成为公司穿越周期低谷的底气。

随着能繁母猪持续去化，今年3月以来猪价温和上涨，有业内人士预期猪周期或在下半年迎来拐点，“当前行业能繁母猪数量已降至合理区间，预计未来一段时间行业价格将持续回暖，2024年全年猪价水平将好于去年。”秦军表示。

猪周期磨底，行业进入“冬眠”，猪企也转变思路，不再博周期，降本增效、稳健发展成为猪企共同的选择。进入2024年，上市猪企围绕14~16元/公斤的目标成本展开成本竞赛，其中，牧原股份希望今年三季度或四季度养殖完全成本能够降至14元/公斤以下，即每斤7元。

在此背景下，时代周报记者与秦军进行深度对话，分享其对猪周期的真知灼见，探讨行业、企业高质量发展之道。以下为对话实录：

## 效率提升为降本之“根”

时代周报：自2022年以来，猪周期下行的寒冬逐渐笼罩了整个生猪养殖行业生态链。在此背景下，行业

生态、格局、生产模式发生了怎样的变化？

秦军：我国生猪市场呈现明显的周期性波动，导致生猪养殖企业的经营业绩呈现波动。当前生猪养殖行业已从数量增长阶段进入质量提升阶段，公司在发展过程中，始终坚持技术创新，发展新质生产力，提升生产效率，共同推进行业高质量发展。

时代周报：2023年年底受生猪疫病等因素影响，贵司育肥完全成本有所上升。度过漫长的下行周期离不开企业降本增效，贵司主要通过什么措施降低养猪成本？未来降本的空间体现在哪些方面？

秦军：由于冬季疫病造成养殖成绩下降以及春节期间有效销售天数少，公司2024年1—2月生猪养殖完全成本阶段性上升至15.8元/公斤。随着疫病对猪群影响逐步降低，公司3月的完全成本已经下降至15.1元/公斤，对比1—2月份，成本下降来自于生产成绩改善、饲料价格下降以及出栏量增加带来的期间费用摊销下降。

生猪养殖成本下降的根本在于养殖生产效率的提升，核心是猪群的健康管理，最终体现至成活率、料比、生长速度等生产指标的全面改善。

在疫病防控方面，公司已对非洲猪瘟实现全面、常态化的防控，一是通过空气过滤猪舍、精准通风系统等硬件装备进行防控，不断优化系统设计，保证防控成果；二是对于人员和物资进行全面管理，优化员工洗澡、物资消毒等业务流程；三是保证一线人员对各项生物安全措施的有效执行。对于其他疫病，公司正在围绕疫病净化搭建“天网工程”，开展多种疫病的研究与防控，将研究成果落地生产管理，支撑养殖成绩的持续改善。

在营养配方方面，公司致力于低豆粕的研究，与西湖大学合作研发合成生物技术，聚焦豆粕减量替代。在智能化方面，公司不断加大研发投入，智能化猪舍、智能环控、智能饲喂等智能装备正在逐步覆盖，保障猪群生长环境，提高生产效率。在人才培养方面，公司不断完善绩效管理和激励机制，让一线员工明确利润结算方案，激发优秀员工内驱力及主人翁精神，提升猪群利润。同时，公司会开展对于一线员工的标准化培训，帮助员

工把猪养好，支撑技术落地与成本领先战略的达成。

## 挖掘楼房养猪潜力

时代周报：目前公司已建成的生猪养殖产能仍以平铺猪舍为主，楼房猪舍产能占比不到10%。通过已投产楼房猪舍的生产运营，能否简单介绍这一模式的优势？在运行过程中，这一养殖模式存在什么难点？未来贵司对楼房养猪的产能规划是怎样的？

秦军：在生产运营过程中，楼房养殖具备以下优势：一是生物安全防控水平更好，内部采用了无人转运设备，避免猪群间的交叉，减少疾病的传播；二是智能设备应用比例高，主要是智能饲喂及智能环控等设备，使得料肉比等生产指标达到公司领先水平；三是先进的信息化管理平台提升了管理效率，降低了人工成本；四是产业链集中优势，降低了原粮、生猪的运费及损耗，物料周转率高。

从目前来看，楼房猪舍建造的复杂程度以及投资成本高于平层猪舍。在未来新增产能中，公司将综合考虑土地适配性等因素，在部分条件匹配地区建设楼房猪舍，以实现经济效益最大化。在已投产楼房猪舍的生产运营过程中，其在生物安全防控、智能化设备应用等方面的优势也逐步显现，未来公司将进一步挖掘楼房猪舍的发展潜力，进一步提升养殖成绩。

时代周报：持续进行技术创新，提升养猪技术，是推动养猪业高质量发展的路径之一，贵司当前智能化、信息化推广应用情况如何？

秦军：公司从2018年年底加大对智能化的投入，目的是通过智能化技术提高生产效率。公司的智能化设备是立足业务本身，围绕业务需求进行设计。例如空气过滤猪舍最核心的是建立养猪生产的环控业务逻辑，从猪的生长需求出发，保持最适宜的温度；智能饲喂可以实现一日一配方，通过精准饲喂，对猪群采食量进行计量和监控，对猪群健康状况进行预警；无针注射器将无针免疫、防疫监控、数据收集集合在一起，操作更快捷方便，管理也更精准，未来将会逐步完成对各类疫苗的覆盖。

现阶段公司的智能化设备已在生猪养殖过程中常态化使用，智能环

控、智能管链的覆盖率达90%以上。

此外，公司通过信息化系统收集生猪养殖过程中的各类数据并进行分析，实现最小颗粒度的管理，可以管理到每一间猪舍、每一名员工、每一台设备、每一头猪，以提升养殖生产中的猪效、人效、物效。未来公司会继续加大在智能化、数字化方面的研发投入，进一步提升各项设备覆盖率。

时代周报：贵司屠宰肉食业务的经营情况如何？未来有何规划，通过哪些举措提升屠宰肉食业务的整体盈利能力？

秦军：2023年公司屠宰生猪1326.0万头，同比增长80%，销售鲜、冻品等猪肉产品140.5万吨，实现营业收入218.62亿元，同比增长48.54%。截至目前共投产10家屠宰厂，投产屠宰产能2900万头/年。2023年公司屠宰厂产能利用率提升至46%，头均亏损降至70元左右。

2023年屠宰肉食业务亏损的主要原因在于东北区域市场未充分拓展，部分屠宰厂产能利用率低。今年公司屠宰肉食板块会持续开拓市场和渠道，加强对销售人员的培养和队伍的建设，进一步提升产能利用率。公司也会不断优化内部管理，完善各项流程标准设计，提升整体运营效率。

## 稳健增长，优化负债结构

时代周报：在非洲猪瘟常态化、生猪养殖规模化、生物安全严格化之下，以往猪周期的规律被打破，生猪养殖行业进入到微利时代。在此背景下，贵司穿越猪周期的底气是什么？

秦军：猪周期的形成主要受市场供需关系的影响，生猪市场价格的大幅波动会对生猪养殖企业的经营业绩产生影响，这是全行业所面对不可控制的客观风险。作为市场的参与者，公司持续降本增效，通过良好的成本管理能力和现金流管理能力保证公司穿越周期低谷。

在持续降本增效方面，公司将提升发展质量作为重点工作，用技术创新提升生产效率；持续做好生猪健康管理；通过创新管理机制、优化薪酬机制等措施激发人员活力；继续推行标准化管理，缩小内部成本差异，带动整体成本下降。公司希望今年三季度或四季度养殖完全成本能够降

至14元/公斤以下，全年平均成本目标为14.5元/公斤。

在现金流管理方面，2023年公司经营活动产生的现金流量净额为98.93亿元，2024年一季度为50.67亿元。截至2024年一季度末，公司货币资金余额为230.24亿元，能够满足日常生产经营。

面对当前外部市场形势，公司会合理把控生产经营节奏，规划资本开支水平，采取稳健的资金管理措施，从经营活动、投资活动、融资活动等方面，结合市场因素规划资金收支，确保现金流安全稳定。

时代周报：目前猪企资产负债率高企，近期贵司是否有融资计划，未来贵司如何平衡融资规划、杠杆情况与产能扩张？

秦军：公司积极开拓多种融资渠道，选择适当的融资工具，以支撑公司的正常运营和持续发展，提升自身抗风险能力。

在银行融资方面，公司经过多年的发展，与主要银行长期维持着稳定、良好的合作关系。随着公司向高质量发展转变，近年来授信储备稳健上升，目前公司整体银行授信额度在950亿元以上，未用余额超过300亿元，并且合作银行结构有所优化，头部银行授信集中度逐步提升；在债券融资方面，公司拟申请发行公司债券、中期票据、超短期融资券也是应对风险的储备。

目前相关工作在推进中，公司将结合生产经营需求以及市场环境、发行价格等因素综合决定债券发行情况；对于股权融资，公司目前没有相关计划。

面对当前外部市场形势，公司会合理把控生产经营节奏，规划资本开支水平，持续降低成本，提高整体发展质量。公司2024年一季度资本开支为48亿元，主要用于支付已完工结算部分；预计全年的资本开支在100亿元左右，其中30亿元用于维修改造，剩余部分用于已完工项目的结算。

2023年以来，公司的主要经营策略是稳健增长，优化负债结构。未来随着公司产能建设逐步完成，每年资本开支将以当年固定资产的维修改造为主，整体将控制在较低水平。公司在稳健经营的基础上，会逐步降低杠杆水平，持续优化财务结构。■

# 蓝月亮“至尊洁净之旅”启航： 揭秘未来洗衣科技 传递洁净之美

粤港澳大湾区正成为创新与美学的交汇点。这里有着中国本土的日化巨头，有中国最大的化妆品产业，也孕育着蓬勃发展的健康产业……它们是美的生产者，也是美好生活的提供者。在这片热土上，湾区企业接力长跑，它们以匠心与创新打造产品，把美好带到各个角落。

时代周报社推出《中国美，湾区造》专题，全景式展现大湾区在推动各式美好产业发展中的关键作用，解析湾区美学背后的成长密码，记录新浪潮下的行业大变革。

## 正确“洗衣之道”到底是怎么样的？

在日常生活中，不少人时常被衣领发黄、混合污渍、汗味难消等洗衣难题所困扰。围绕相关话题的“吐槽”，在社交平台比比皆是：“污渍怎么洗都洗不干净，该怎么办呢？”“‘回南天’阴干的衣服一股味儿，如何是好？”

为了帮助更多的用户领略洁净之美，了解“未来洗衣科技”，解决日常洗涤难题，体验更洁净、舒适的生活，近日，蓝月亮“至尊洁净之旅”在广州正式启动，全国各地的用户齐聚一堂，

共同受邀前往蓝月亮洗涤研究&教学中心，了解洗涤原理，探索洁净奥秘，切磋洗涤技巧，共同领略粤港澳大湾区的“日化魅力”。

一生相伴，洁净无忧——作为国内日化巨头，蓝月亮深耕洗涤行业32载，秉承“一心一意做洗涤”的品牌理念，不断以创新科技突出优质的产品与服务，铸造“生活美”。长期以来，蓝月亮将“知识营销”作为“长线任务”，持续传播科学洗涤知识，希望让用户更深刻地了解产品内涵、学习科学的洗衣方法、掌握正确的产品使用方式，让真正的洗衣科技融入到千万用户的家庭生活。

## 传播科学洗涤之道，探秘洁净“魔法”

“活性物成分含量越高的洗衣液，清洁效果更佳，单次洗衣所需用量也更少。”在蓝月亮洗涤科技馆中，讲解人员通过一个个趣味横生、通俗易懂的实验，向现场用户展现代表着“未来洗衣科技”的“浓缩+”生物科技“至尊洗衣液”的“神奇之处”。

作为一款活性物含量高达47%的浓缩型洗衣液，蓝月亮的至尊洗衣

液的“秒溶术”让消费者惊叹不已，入水1秒即溶，瞬间爆发出超强洁净力，与现代人通用的洗衣机“15分钟”快洗模式相得益彰。

在现场互动实验中，受邀用户还参与了将草莓酱、生抽、老抽、烧烤汁等色素调料倒入衣物的“卤制”过程，这些被认定难以去除的“顽固污渍”，在至尊洗衣液的洗涤下，污渍“无所遁形”，衣物“洁净如新”。

除了洁净能力出众，在泵头设计上，蓝月亮至尊洗衣液也甚是出彩。在蓝月亮的独创技术下，至尊洗衣液的泵头可在不同力度作用下精准出液8克，且泵嘴上倾4°，真正做到“不滴漏”。

那么，如何将蕴含“未来洗衣科技”的至尊洗衣液“学以致用”？在蓝月亮洗涤教学基地中，受邀用户在专业人员的指导下进行洗衣实操，采用“干衣预涂法”，对于衬衣上的油污

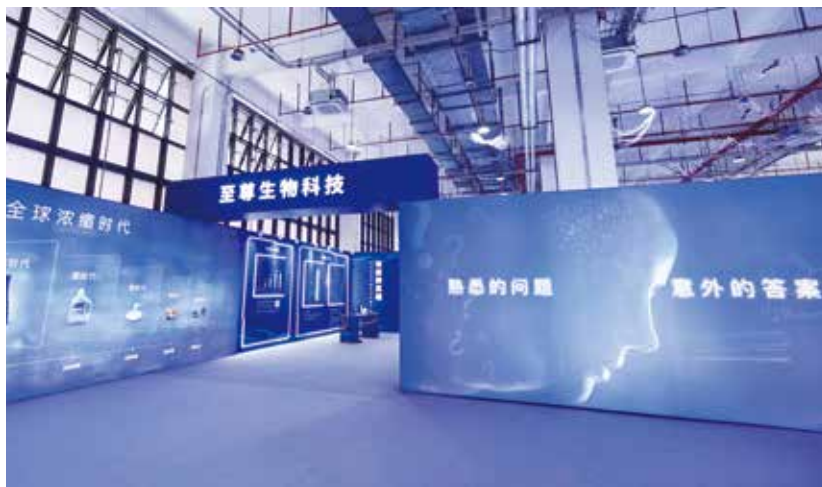
采用“干衣预涂法”，在干衣状态下使用“预涂神器”进行点涂、画圈涂等方式将衣物处污渍覆盖，静置5分钟后，再用至尊机洗整体洗涤，即可清洗干净。

此外，讲解人员还围绕日常洗衣场景，向大众展示真丝、羊毛、羽绒服等衣物的洗护技巧，更加具象化地感知洁净之旅的魅力。有参与用户在现场直言受益匪浅：“科学洗衣确实是一门学问。”

值得一提的是，本次“至尊洁净之旅”还安排了夜游珠江环节。在游轮上，蓝月亮为每一名深度体验洗涤科技的参与者颁发了结业证书，许多参与者还借此分享了生活中的洁净故事，讲述自己日常是如何解决清洁难题的。相信此次洁净之旅能在不少消费者心中留下一段关于洁净的珍贵回忆。

眼下，蓝月亮的“至尊洁净之旅”还在继续。未来，蓝月亮将展开更多的洁净故事，致力于让每一个家庭生活生活在蓝月亮的世界里，洁净、健康、舒适、体面、快乐。

(文/池见与)





# 出海挖矿不易 多家矿业巨头在海外被“公私合营”

时代财经 张汀雯

中国是全球最大的矿产品生产国、消费国和贸易国，自然资源部发布的《全球矿业发展报告2023》显示，在全球50强矿业公司名单中，中国矿企占据了五分之一的份额。跻身全球50强的矿企，不仅深耕本土，更积极“走出去”，到海外开展投资与合作。

不过，近年来，随着全球新能源转型、产业变革和科技变革的推进，关键矿产资源也成为大国战略博弈的“必争之地”。漂洋过海去挖矿的中国矿企不仅要面对激烈的竞争，还正经历着公私合营的浪潮，直面矿业海外投资的新挑战。



## 马里政府欲免费获取矿企股权

赣锋锂业(002640.SZ)近期进一步增强了对Mali Lithium的控制权，后者此前由Leo Lithium和赣锋锂业全资子公司赣锋国际共同出资成立，以开发位于马里的锂辉石Goulamina项目。不过，经过增资和收购，未来赣锋国际将持有Mali Lithium 100%的股权。

公告显示，Mali Lithium下设Lithium du Mali SA(以下简称“LMSA”)，为Mali Lithium、马里政府分别持股90%、10%。而根据马里已颁发的2023年矿业法典和未来可能颁布的实施细则，马里政府有权持有LMSA 10%~35%的股权，截至目前马里政府尚未在项目公司LMSA层面持股。

时代财经注意到，近年来，在海外矿产的开发中，当地政府要求参股的行为越来越普遍，海外矿产公私合营已成大势。

同在马里开发矿产的海南矿业(601969.SH)去年曾公告，其全资子公司Xinmao Investment Co., Limited(以下简称“鑫茂投资”)拟分别与Kodal Minerals PLC(以下简称“KOD”)及其全资子公司Kodal

Mining UK(以下简称“KMUK”)签署增发协议和增资协议及相关的股东关系协议。

鑫茂投资拟通过现金1775万美元认购KOD向鑫茂投资增发的14.81%股份；并以现金9434万美元增持持有KMUK 51%的股权；同时，为实现与KOD向KMUK同比例提供借款，鑫茂投资拟向KMUK提供566万美元的股东借款。

KOD为专注于西非尤其是马里地区的锂矿勘探和开发的英国上市公司，海南矿业如此大价钱入股，或是为了其手中的矿。KOD拥有马里Bougouni锂矿的采矿权，采矿权面积97.2平方公里，证书于2021年11月8日取得，有效期12年。

此外，KOD还拥有马里的Fatou, Nangalasso和Slam三个金矿探矿权，以及科特迪瓦的Dabakala, Korhogo和Nielle三个金矿探矿权。

KMUK则为此次交易专门新设，交易完成后，KOD将把其所持有的马里Bougouni锂矿的全部采矿权和探矿权转让给KMUK。按照马里法律要求，KMUK将通过其子公司Future Mineral持有Bougouni锂矿的所有探矿权，并新设子公司以持有Bougouni锂矿的采矿权；马里政府拥

有参股该子公司10%~20%的权利。

海南矿业称，根据马里矿业相关法律，马里政府将免费获得马里国内采矿企业10%的股权，且有权进一步购买该采矿企业额外不超过10%的股权，因此公司最终享有的权益可能会有所下降。

目前Bougouni锂矿的建设工作正有序开展。5月17日，海南矿业证券部工作人员告诉时代财经，马里政府暂未参股Bougouni锂矿项目的相关公司。

马里全名马里共和国，是西非面积第二大的国家，世界上最不发达的国家之一，2022年GDP为188.30亿美元，GDP增长率为3.7%。与经济表现不匹配的是这片土地上丰富的矿藏，采矿业是马里的主要经济支柱，马里采矿业占国内生产总值的10%，是马里的主要外汇来源。

近期，马里正推动矿业改革。2023年7月，马里的新矿业部长阿马杜·凯塔(Amadou Keita)上任，重点是推动实施矿业改革，包括对全国的金矿进行审计，扩大国家在黄金及其他矿产资源开采中的利润份额等。2023年，马里GDP增长率为4.7%，预测2024年将达到5.1%。

一名常年从事海外矿产贸易的

人士告诉时代财经，美国、加拿大、津巴布韦等国对许多矿产的要求都是要在当地再加工后才能出口。相对而言，类似马里政府参股矿企的要求并不为过。

## “公私合营”浪潮下的矿企巨头

除马里外，海外其余地方也正经历着“公私合营”的浪潮。

2024年年初，紫金矿业(601899.SH)向刚果(金)政府出让刚果(金)科卢韦齐铜(钴)矿5%的股权。该矿资源量为铜251万吨、钴3.80万吨，稳健运营多年。2023年矿产铜12.7万吨、钴2306吨，2024年计划矿产铜、钴分别为12.8万吨、2305吨。

一名锂矿行业专家向时代财经表示，近年来，这样的模式在智利、阿根廷、非洲等地都有，“主要就是直接强制参股，换个方式收钱”。

近期，备受瞩目的海外矿产“公私合营”事件是天齐锂业(002466.SZ)与智利化工矿业公司(Sociedad Química y Minera de Chile S.A.,以下简称SQM)。

2018年12月，天齐锂业耗资40.66亿美元，“蛇吞象”式收购了SQM 23.77%的股权，成为其第二大股东。SQM运营全球储量最大的锂盐湖阿塔卡马项目，资源量约1080万吨金属锂当量，锂离子浓度1840mg/L，锂镁比仅为6.4，资源量和品位居全球前列。

2023年12月27日，SQM与智利国家铜业公司(以下简称Codelco)共同宣布，就2025—2060年期间阿塔卡马盐湖的运营和开发达成了不具有法律约束力的谅解备忘录，将组建由政府控制的合营公司，共同开发锂矿资源。

SQM与Codelco对合营公司的股权架构、公司治理、利润分配、采矿额等作出一系列的约定和安排。合营公司成立后，SQM将拥有其50%减1股的股份，Codelco将拥有其50%加1股的股份。

3月7日，天齐锂业首席执行官夏浚诚与智利经济部长格劳就智利锂业形势和国家锂战略举行会谈。夏浚诚在接受媒体采访时对SQM扩大对天齐锂业的限制表示不满，其希望确保股东的权利得到尊重，创建透明和相互尊重的合作环境；3月20日，SQM公告称，将与Codelco进一步修改上述谅解备忘录，并将原本明确合作伙伴关系的文件签署时间由3月31日延迟至5月31日。

天齐锂业表示，考虑到目前SQM董事会批准了不具有法律约束力的谅解备忘录，而尚未批准最终协议文件和合营关系，最终协议经双方同意后，会再次提交给SQM董事会进行分析和审议，才能正式签署和生效。公司计划在此期间尽最大努力，积极争取SQM召开股东大会审议谅解备忘录涉及的后续具有法律约束力的协议或交易事项。

除了Codelco“横插一脚”外，今年以来，智利还实施了新矿业税，新税根据矿企销售量的不同适用不同的征税规则。

值得注意的是，截至目前，锂矿企业尚未被智利现行有效的税法法规明确纳入征税范围。虽然缺乏明确立法，但税务局在实践中扩大了矿业税的征税范围，对其他矿业企业(如锂矿业)进行纳税评估并进行征税。

在此背景下，智利圣地亚哥法院于今年4月对于2017—2018税务年度(对应2016—2017财年)的案件进行了裁决，撤销了税务和海关法院在2022年曾支持SQM不缴纳矿业税的裁决结论。对此，SQM公告，将基于4月智利法院最新裁决结果，重新审视历史期间已缴纳和计提的矿业税会计处理，并预计可减少其2024年一季度净利润约11亿美元(涵盖2011—2023财年矿业税金额)。

由于SQM有较大可能在2024年第一季度进行会计调整，因此，天齐锂业亦按照持股比例22.16%计提净利润影响，金额约为17亿元人民币。□

# 国城绿能豪掷26亿元 众和股份重整落地

时代财经 张汀雯

5月15日，众和股份(众和3，证券代码400072.NQ)公告，通过执行法院裁定，公司第一大股东、控股股东、实际控制人由许金和、许建成变更为福建国城绿能投资有限公司(以下简称“国城绿能”)。

2019年，陷入债务危机的众和股份从深交所退市，并于全国中小企业股份转让系统挂牌转让。

2022年，莆田市中级人民法院(以下简称“莆田中院”)裁定受理众和股份破产重整案。

比预定日期延迟半年后，2024年4月，国城绿能将重整投资款26.50亿元支付完毕。

于是，国城绿能持有众和股份44.77%的股份，成为众和股份第一大股东，众和股份的实际控制人也由许金和、许建成变更为吴城。

国城控股集团有限公司(国城绿能控股股东，以下简称“国城集团”)与众和股份协议中提到，将尽快促进众和股份独立申请重新上市或由其他上市公司吸收合并换股上市，维护债权人 and 中小股东的利益。

截至2023年年底，众和股份股东户数为3.69万户。

众和股份持有马尔康金鑫矿业(以下简称“金鑫矿业”)股权，后者拥有阿坝州马尔康党坝乡锂辉石矿的采矿权及外围探矿权(以下简称“党坝锂矿”)。

5月16日，时代财经致电国城集团旗下国城矿业(000688.SZ)证券部，相关工作人员表示，重整完成后，

国城集团成为众和股份的控股股东，意味着对党坝锂矿的控制加深，公司也将继续推进党坝锂矿在今年完成100万吨/年的技改等工作。

## 延期半年尘埃落定

国城绿能成立于2022年7月20日，属投资平台，不从事具体生产经营活动。

目前，由国城集团、五矿国际信托有限公司(以下简称“五矿信托”)、韶关市融誉企业管理有限公司(以下简称“韶关融誉”)、宁波国城投资管理有限公司(以下简称“宁波国城”)、大湾产融城乡投资(广州)有限公司(以下简称“大湾产融城乡”)分别持股60.00%、25.00%、7.50%、5.00%、2.50%。

其中，韶关融誉、大湾产融城乡为粤港澳大湾区产融投资有限公司(以下简称“大湾区产融”)全资子公司，国城集团亦持有大湾区产融5.75%的股权。宁波国城则为国城集团全资子公司。

2022—2023年，国城绿能暂无营收，其2023年净利润亏损99.86万元。截至2023年年底，国城绿能长期股权投资9.71亿元，资产总计9.98亿元，负债合计2.49亿元，股东权益合计7.49亿元。

2022年6月30日，因众和股份不能清偿到期债务，并且资产不足以清偿全部债务或者明显缺乏清偿能力，莆田中院裁定受理众和股份破产重整案。

2023年3月30日，众和股份等四家公司向莆田中院提交重整计划草案。根据重整计划草案出资人权益调

整内容，众和股份的总股本为6.35亿股，彼时的账面资本公积金为8412.09万元。

为支持重整，重整投资人将在重整计划批准之后投入重整投资款26.50亿元，其中5.50亿元先行支付，作为资本性投入并计入众和股份资本公积金，众和股份账面资本公积金将达到6.34亿元。

上述资本公积金形成后，众和股份以总股本6.35亿股为基数，按每10股转增9.9172股的比例实施资本公积金转增股票，共计可转增6.30亿股股票。转增后，众和股份的总股本增加至12.65亿股。

转增股票中5.66亿股用于引入重整投资人国城绿能，转增股票中6352.58万股将在重整计划执行阶段，以届时选定的股权登记日收盘后登记在册的除国城绿能外众和股份全体股东进行分配。

但是，执行过程并不如预期那般顺利。

2023年10月6日，国城集团、国城绿能向众和股份出具《沟通函》，称受宏观环境、产品价格波动等市场因素的影响，重整投资人国城绿能的重整投资款未能如期全部支付完毕，建议众和股份等四家公司按照重整计划的规定向莆田中院申请将重整计划执行期限延长六个月至2024年4月24日止。

延期半年后，截至2024年4月24日，国城绿能将重整投资款26.50亿元支付完毕。于是，国城绿能持有众和股份44.77%的股份，成为众和股份第一大股东，众和股份的实际控制人也由许金和、许建成变更为吴城。

据公告，这26.50亿元的收购资金来源于股东出资和股东借款，股东借款中1.208亿元实际来自五矿信托所管理的信托计划募集的信托资金，该等借款合同中约定国城绿能取得众和股份的股票后以其持有的众和股份股票向五矿国际信托有限公司提供质押担保。

## 有矿在手

在破产重整过程中，因抱住了国城集团的“大腿”，众和股份的财务情况也在好转。

2023年，众和股份营收3.79亿元，同比下降17.80%；归属于两网公司或退市公司股东的净利润亏损7828.28万元，同比增长85.08%。

截至2023年年底，众和股份净资产同比增长25.10%，为-25.08亿元。

2023年，众和股份应付职工薪酬同比下降48.11%，系破产重整四家的职工债权已付清；应交税费同比下降56.31%，系众和破产重整四家的税收债权已偿还；一年内到期的非流动负债同比下降66.37%，系归还部分银行贷款。

因有矿在手，尽管众和股份深陷债务危机并退市，但仍能够寻找到“救命稻草”。

2013年，众和股份通过向厦门众和新能源有限公司(曾用名“厦门市昂石贸易有限公司”)增资3.20亿元，间接拿下马尔康金鑫矿业(以下简称“金鑫矿业”)的股权。

而金鑫矿业拥有阿坝州马尔康党坝乡锂辉石矿的采矿权及外围探矿权(以下简称“党坝锂矿”)。

党坝锂矿是国内少有的高品质

大型锂矿资源，已查明资源量矿石量累计5112.4万吨(探明1452.4万吨+控制2689.5万吨+推断970.5万吨)、含氧化锂68.07万吨(探明20.34万吨+控制36.88万吨+推断10.85万吨)，平均品位1.33%。

在资金紧张的2015—2017年，金鑫矿业先向中融信托借款2.00亿元，后由众和股份借款2.00亿元为其增资。但实际上，众和股份也“自身难保”。因连续两年归母净利润为负，于2017年5月被实施退市风险警示。

众和股份退市后，国城集团“闪亮登场”。

2022年2月，海南国城常青投资合伙企业(有限合伙)(以下简称“国城常青”)出资4.20亿元，拿下金鑫矿业48%的股权。而不到一年后，国城矿业的子公司花费4.96亿元收购了国城常青。

在国城矿业入驻之后的2022年，金鑫矿业实现净利润2.38亿元。

2023年，金鑫矿业实现营收3.71亿元，净利润1.05亿元，权益法下国城矿业确认投资收益5053.64万元。同期国城矿业营收11.96亿元，同比下降22.70%；归母净利润6271.44万元，同比下降66.17%。

目前，党坝锂矿已经取得生产规模为100万吨/年的采矿许可证，有效期自2023年12月17日至2053年12月16日。时代财经从多方获悉，金鑫矿业正推进党坝锂矿建设，计划于今年年底建成。

据众和股份2023年年报，其主要收入仍来源于锂辉石矿的开采及销售，锂辉石矿业务收入占营业收入比例达到97.62%。□



## NEW ENERGY · 新能源

# 2023年一线梯队投入超280亿元 光伏赛道研发竞赛升级

时代周报记者 何明俊 发自广州

经历了2023年的价格滑坡，光伏行业毫不意外地进入了短暂的下行周期，行业内卷加剧。

在行业周期中，总体上升的趋势结构内隐藏着一个又一个的波峰交替，2023年的光伏行业经历了快速增长的上半年，下半年从高峰瞬间跌落至谷底。

2023年财报显示，隆基绿能(601012.SH)、晶科能源(688223.SH)、晶澳科技(002459.SZ)、天合光能(688599.SH)、通威股份(600438.SH)分别实现营业收入1294.98亿元、1186.82亿元、815.56亿元、1133.92亿元、1391.04亿元；分别实现归母净利润107.51亿元、74.40亿元、70.39亿元、55.31亿元、135.74亿元。

从单季度来看，前四家处于一线梯队的光伏企业，2023年第四季度业绩几乎都遭遇滑铁卢，归母净利润大幅跳水，而拥有硅料业务的通威股份则因硅料价格下跌而承受着更大的跌幅。

“产业发展环境发生了根本性改变”，这个观点已经被市场和企业所确认。

“双碳”战略下，光伏行业的前景广阔，且每年以一定的增速扩容。而时代周报记者注意到，在行业下行周期内，光伏企业并没有对研发投入进行削减，反而有一定程度的提升。企业加速技术迭代，在周期底部修炼内功，争夺市场份额，在全行业内开展研发竞赛。

## 技术路线竞赛，谁能站上C位？

去年SNEC展会上，标普全球清洁能源技术首席分析师金凤曾告诉时代周报记者：“PERC从10%的市场份额到绝对主流花了5年，这当中大规模量产起了很大作用，一方面加速

降本，另一方面保证足够的供应量。在过去，新增产能1GW已经算大了，而如今TOPCon的产能至少几个GW起步，实现规模化的速度只会比当年更快。”

2021年，PERC电池的市场份额已经达到91%，且转换效率接近理论极限，因此市场开始重新选择主流技术。这意味着从2023年开始计算，光伏行业未来数年的主流技术将会在5年内决出。而目前已知的几种技术中，N型TOPCon被视为最强有力的竞争技术。

晶科能源是业内最早布局TOPCon技术的企业。2019年，晶科能源开始建设N型TOPCon电池片量产线。2021年11月，公司推出N型TOPCon电池片技术的Tiger Neo系列高端组件产品。

在晶科能源率先进军TOPCon之际，其他几家一线大厂也纷纷跟进。2021年，天合光能建成常州500MW210i-TOPCon中试线，进行TOPCon电池的试生产。2022年5月，晶澳科技推出基于N型技术的组件新品——DeepBlue4.0X，正式进军N型产品市场。

但龙头隆基绿能在TOPCon上的跟进则稍显犹豫。

“长期以来，我们坚持不领先不扩产。因为我们相信TOPCon技术过快地陷入同质化，而BC技术将是下一代光伏技术的方向，所以我们在TOPCon的投资上非常保守。”隆基绿能董事长钟宝申在《致股东的信》中提到了对TOPCon技术投资的问题。

没有重金押注TOPCon技术，不代表隆基绿能放弃对主流技术的争夺，而是将精力放在了BC技术上。

“目前，公司已成功研发HPBC二代产品，凭借突出的高转换效率、低衰减率，以及更好的弱光性能和温度系数，可实现组件功率比同规格TOPCon组件高5%以上，提升电站

全生命周期发电量6.5%~8%，新产品计划今年下半年推出。”隆基绿能在2023年年报中对新技术产品的参数进行了预告。

技术创新和降本增效是光伏行业发展的核心驱动力。BC、TOPCon、HJT、钙钛矿叠层等技术路线正在快速刷新电池效率。特别是2023年，TOPCon、BC和HJT新技术商业化成熟度加快，产业化进程提速。未来光伏行业的主流技术，或有可能在上述3条技术路线中出现。

## 稳定研发投入加速技术革新

新质生产力需要敢为天下先的企业勇于创新。而要参与光伏行业主流技术的竞争，需要企业长期保持相对稳定的研发投入。

赛泊资本创始人马赛对时代周报记者说：“研发投入在行业发展中，是根基，也不一定说要行业领先，起码不能在行业内掉队。所以保持稳定的研发投入是非常有必要的，但是加大研发投入的前提是你能够生存下去。”

根据时代周报记者梳理的数据，2021—2023年，晶科能源研发投入分别为26.37亿元、56.15亿元和68.99亿元；晶澳科技研发投入分别为27.18亿元、46.08亿元、44.46亿元；天合光能研发投入分别为25.55亿元、46.21亿元、55.30亿元；隆基绿能研发投入分别为43.94亿元、71.41亿元和77.21亿元；通威股份研发投入分别为20.36亿元、44.01亿元和39.82亿元。

按照2023年的研发投入数据计算，一线梯队的研发投入总金额超过280亿元。

“光伏是典型的技术和资本密集型行业，研发创新的重要作用也是不言而喻。”晶科能源向时代周报记者表示，“2022—2023年，公司仅2年的研发投入超过120亿元，每年研发投入约占总营收的6%以上。2023年，晶

科研发费用更是达到历史同期最高，增速超过营收增速。”

“光伏行业不论是原材料还是设备投入，都需要大量的资金投入。许多企业虽然重视技术研发，但在资金投入方面却往往顾此失彼，不能持续。”隆基绿能则告诉时代周报记者，“自2012年上市至2023年年末，公司累计研发投入超过270亿元，累计获得各类已授权专利2879项，2023年全年研发投入为77.21亿元，占营业收入的5.96%。”

从研发投入数据来看，光伏一线梯队企业的研发投入金额可以看到明显的上升趋势。对应的是，在PERC退出主流后的数年间，TOPCon、BC等新技术产品不断被企业推向市场，如晶科能源的Tiger Neo系列、晶澳科技的DeepBlue系列、隆基绿能的HPBC产品等。

“公司针对不同地区的气候和环境条件，开发适应性更强的光伏产品，如抗风沙、抗盐雾等特性的产品，同时结合全球市场的需求变化，拓展新的市场和应用领域，如分布式光伏、海上光伏等新兴市场。”晶澳科技对时代周报记者说。

“公司会看大趋势而不是局部细节，比如新能源比重越来越高，储能技术的研发偏重就会加强。”晶科能源对如何把握研发方向和产品策略有着自己的思路，“产品应用场景扩大，不同的组件需求就会扩大，比如防积灰组件、柔性组件、bipv组件、海上光伏应用的组件等。”

时代周报记者注意到，晶科能源在2023年年报中曾提及“以储能弥补电力系统灵活性调节能力缺口的重要性”，“光伏+储能”模式具有广阔的发展前景。根据财报，2023年晶科能源4GW储能系统产线成功投产。在2024年最新发布的BNEF储能供应商分级名录中，晶科能源储能位列一级供应商。

储能业务几乎成为了光伏企业的必选项。如晶澳科技的智慧能源事业部聚焦集中式地面电站、工商业分布式电站和户用光伏储能电站三大业务；天合光能的储能舱及系统销售突破中国、欧洲、亚太、北美、中东非、拉美六大区域市场，累计出货近5GWh。

有意思的是，作为龙头企业的隆基绿能，则选择了开拓新的能源项目——氢能。

2023年，隆基氢能发布了ALK Hi1系列新品，产品制氢直流电耗降至4.0kwh/Nm<sup>3</sup>，处于行业领先水平。推出了业内首家单槽3000Nm<sup>3</sup>/h碱性电解槽，为行业单槽规模最大，能够有效降低初始投资成本；发布了绿电+绿氢系统解决方案，助力我国首个万吨级绿氢示范项目，并在石油炼化、合成氨、氢冶金等多个领域进行了业务拓展。

2023年，隆基氢能营业额突破亿元，成为国内碱性电解槽中标规模最大的厂商，截至2023年年末已建成2.5GW产能，位居行业首位。

相比起投资者对光伏板块的悲观预期，光伏行业的发展依旧火热。

时代周报记者与多家光伏头部企业交流后发现，企业对行业的景气度依然充满信心，行业下行周期挑战的是企业的资金实力。按照当前一线梯队的现金流水平，坚持至下行周期结束或许并没有问题。

业内预期，下行周期的拐点或有可能在今年下半年出现。目前，硅料产能的关停或检修临近时间节点，有分析人士将其视为价格加速赶底的信号之一。

马赛认为，目前行业已经进入稳步发展区间，未来还能有多大空间和更大的增速，国内仍取决于政策力度，国外则取决于行业接受度。所以，在行业大玩家进入深幅调整并且完成调整后，相关公司会进入小幅增长的频道。■

# 特斯拉上海储能超级工厂获批 万亿美元市场加速洗牌？

时代周报记者 何明俊 发自广州

5月13日，上海临港管委会官方微信公号消息显示，特斯拉上海储能超级工厂建设项目已完成施工许可证核发。这是特斯拉(TSLA, NASDAQ)在美国本土以外的首个储能超级工厂项目。根据企业官宣消息，工厂计划于今年5月开工，明年一季度就要实现量产。

消息亦显示，该项目总占地面积约20万平方米，总投资约14.5亿元。特斯拉上海储能超级工厂将生产超大型商用储能电池Megapack帮助电网运营商、公用事业公司等更高效地存储和分配可再生能源。200多台Megapack可以组成一个储能电厂，储存100万度电。

根据特斯拉官网介绍，Megapack能够可靠、安全地为电网存储能源，既无需建造天然气调峰电厂，又可避免断电。每台机组可存储超过3.9MWh的能源，足以满足3600户家庭一小时的用电需求。

就特斯拉上海超级储能工厂等问题，时代周报记者向特斯拉发送采访邮件，但截至发稿前，特斯拉方面尚未回复。

“特斯拉储能工厂获施工许可意味着该项目已经完成了前期的规划和审批流程，正式进入了实质性的建设阶段。这标志着特斯拉在美国以外的首个储能超级工厂项目已经得到了官方的认可和支持，可以开始按照计划进行建设。”盘古智库高级研究员江瀚接受时代周报记者采访时说，“获

得施工许可也意味着特斯拉可以开始投入资金、人力和物力等资源，为项目的顺利推进提供有力的保障。”

## 储能业务成“全村的希望”？

自从国产新能源汽车快速发展后，特斯拉的电动车业务市场份额不断被吞噬。

特斯拉的困境与产品断代高度相关。除了耳熟能详的Model Y/S/X和Cybertruck之外，特斯拉已经很久没有推出新的车型。数年未推新车型的特斯拉，财务上也有着明显表现。

2024年一季度财报显示，特斯拉总收入为213.0亿美元，同比下滑8.7%，环比下滑15.4%；GAAP毛利率为17.4%，同比下滑2.0pcts。

特斯拉CEO埃隆·马斯克在2024年一季度财报电话会上表示，第一季度的挑战以及Model 3在弗里蒙特的下线，包括其他车企纷纷退出电动汽车，转而追求插电式混合动力车，使得全球电动汽车渗透率面临压力。从长远来看，电动汽车将主导市场。尽管面临挑战，特斯拉团队在执行方面做得出色。Megapack在第一季度达到历史新高，这与能源业务创纪录的盈利能力息息相关。且在未来几个季度和几年里，这一盈利能力可能将继续以比汽车业务更快的速度增长。我们在第一季度继续扩大人工智能培训能力，训练计算连续增加一倍以上。

据时代周报记者了解，马斯克在2023年第四季度财报电话会上曾提到，特斯拉储能业务的增长速度将远远快于电动车业务。而在2024年第一

季度财报电话会上，马斯克再次提到了对储能业务的看法。

实际上，特斯拉早已开始押注储能赛道。

2021年，特斯拉的Powerwall储能电站在全球安装量超过25万个，这款设备使用圆柱形锂电池作为电芯，目前已经是第二代产品，容量13.5kWh，可以结合特斯拉自家的太阳能发电屋顶为家庭提供储能方案。

2023年4月9日，特斯拉储能超级工厂项目正式落地上海。根据特斯拉Tsla公众号当时的消息，工厂原计划于2023年第三季度开工，2024年第二季度投产，产品提供范围覆盖全球市场。彼时，已有券商机构指出，特斯拉在中国建厂或将激发全球储能市场的新一轮竞争热潮。

2023年12月22日，据新华社报道，特斯拉在上海完成拿地签约，宣布储能超级工厂项目正式启动。作为特斯拉在美国本土以外的首个储能超级工厂项目，初期规划年产商用储能电池1万台，每台商用储能电池可储存超3MWh能量，适用于可再生能源系统、峰值需求管理等多场景应用。项目总储能规模近40GWh，计划在2024年内投产。

“特斯拉的储能电池在美国特别有名，而且已经大规模商业化。但国内已经有宁德时代这样的储能电池供应商，特斯拉在这个节点进入行业与十年前特斯拉进入中国市场相比，没有那么大的意义。”国际智能运载科技协会秘书长张翔说，“现在中国的储能电池行业已较为成熟，特斯拉再进场，也只是多一个重量级的玩家。”

张翔分析称，特斯拉储能电池相比国内不一定具备优势。在海外，特斯拉在私人家庭做商业化应用积累了大量经验，但国内主要是做商用，卖给私人家庭的较少。“两个市场的应用场景不一样。”他说。

车夫咨询合伙人曹广平接受时代周报记者采访时表示，特斯拉在上海新建储能超级工厂，进可以突破性地走向固定储能，退可以回到小规模更安全的电动汽车储能，总体风险并不太大。

但对于锂离子电池用于固定储能的技术路线，曹广平认为暂时还不成熟。“特斯拉的储能电站曾经就发生过较为严重的火灾，除非特斯拉自身在电池火灾或者电池隔离、热管理等方面取得重大突破。”他说。

## 赛道热度攀升

储能赛道逐渐显现出新的热度。根据高工锂电数据，2024年一季度国内储能项目招标规模达11.22GW/25.75GWh，同比高增160%，集采、框采项目占比提升使得行业头部效应日益明显，2024年一季度全球储能电芯市场前十企业占据的市场份额超过90%。

东海证券研报指出，从价格方面来看，受前期过剩产能未完全消化影响，一季度报价仍延续去年低价走势，2024年3月2小时储能系统中标均价跌至0.69元/Wh，同比下滑48.7%；从电芯采购类型来看，314Ah大电芯需求已逐渐起量，2024年一季度300Ah以上大电芯产品全球渗透率已达22%，行业短期承压对相关企业

的资金及技术实力提出更高要求，技术研发领先、产品性能优异的头部储能产品供应商有望进一步强化市场地位。

从国内主要的电池厂商业绩中不难看出，储能业务已经成为了各家企业新的业绩增长点。如全球动力电池龙头宁德时代，2023年储能电池系统业务实现营业收入599.01亿元，占营业收入比重为14.94%；毛利率为23.79%，接近动力电池系统业务毛利率(22.27%)。

亿纬锂能2023年储能电池实现营业收入163.40亿元，占营业收入比重为33.50%；毛利率为17.03%，已高于公司动力电池业务毛利率(14.37%)。

根据彭博社预测数据，2030年全球储能电池的市场需求将达到1000GWh，市场规模高达1.2万亿美元。特斯拉上海储能超级工厂的动工，是否意味着特斯拉将加剧储能市场的竞争仍为未知数。

江瀚认为，特斯拉在新能源汽车领域的成功已经证明了其在技术创新和市场推广方面的实力。然而，储能市场与新能源汽车市场有所不同，其市场规模、应用场景和竞争格局等方面都存在一定的差异。因此，特斯拉在储能领域是否能够复刻新能源汽车时的“奇迹”，还需要看其在技术创新、市场推广和成本控制等方面的表现。

“但是，从特斯拉在新能源汽车领域的成功经验来看，其在储能领域也具备很强的竞争力和发展潜力。”江瀚补充道。■



# 逾60亿美元打包GLP-1药物“出海” 恒瑞医药BD也疯狂

时代财经 李傲华

恒瑞医药(600276.SH) 追赶BD(商务拓展)大潮。

进入2024年以来,中国医药行业BD交易愈发活跃、频繁。据不完全统计,2024年第一季度,中国医药行业达成并公开的License-out(对外授权)交易24笔,其中已披露的10笔交易金额累计近150亿美元。

作为中国医药行业的“老大哥”,恒瑞医药也在主动拥抱BD浪潮。

5月16日晚间,恒瑞医药公告宣布,将公司具有自主知识产权的GLP-1类创新药HRS-7535、HRS9531、HRS-4729在除大中华区以外的全球范围内开发、生产和商业化的独家权利有偿许可给美国Hercules公司,交易总金额超60亿美元。

这是自2023年以来恒瑞医药达成的第6项对外授权。据统计,2023年,恒瑞医药达成了5项授权合作,总交易金额超过40亿美元,在创新转型方面形成了“自研+BD”双引擎驱动,也迎来了创新的收获期。

## BD新模式: 现金+股权交易

区别于此前的对外授权交易,此次GLP-1类新药BD交易中,恒瑞医药除了能获得现金收益外,还将取得合作方Hercules的部分股权,成为后者的股东。

这种模式为恒瑞医药在后续的研发、商业化中保有更大的权益。

具体而言,根据协议条款,

Hercules将向恒瑞医药支付首付款和近期里程碑款总计1.1亿美元,临床开发及监管里程碑款累计不超过2亿美元,销售里程碑款累计不超过57.25亿美元,及达到实际年净销售额低个位数至低两位数比例的销售提成。

除了上述的首付款、里程碑款以及销售分成外,恒瑞医药还可以获得Hercules公司19.9%的股权,这也是此次对外授权交易对价的一部分。

Hercules于2024年5月在美国特拉华州成立,由著名投资机构贝恩资本生命科学基金联合Atlas Ventures、RTW资本、Lyra资本联合出资4亿美元设立,主营业务为生物医药开发。

据恒瑞医药方面表示,投资方将负责Hercules公司的筹建及运营,恒瑞医药会与Hercules设立联合管理委员会,以协调许可产品在全球范围内的开发和商业化,双方各向联合管理委员会指派3名代表。

恒瑞医药回复时代财经采访时表示,恒瑞医药可以通过持股投票权参与Hercules公司决策。Hercules公司对恒瑞医药付款义务在公司层面发生,恒瑞医药作为股东无需分担付款义务。如公司日后经营创收,恒瑞医药收益除授权协议产品层面的收益外,也可以参与公司对股东的利润分配或公司本身价值提升带来的资本收益。

恒瑞医药董事、首席战略官江宁军博士表示:“本次合作是恒瑞医药持续深入国际化的又一个里程碑,也代表国际市场对恒瑞医药创新质量的高度认可。与贝恩资本、Atlas

Ventures、RTW资本、Lyra资本等顶尖投资基金合作对于恒瑞医药是一种新模式探索,有助于进一步拓宽恒瑞医药丰富创新管线的国际化道路,更好服务全球未满足的医疗需求。”

## 按下BD加速键

据公开资料,江宁军历任礼来临床研究员,赛诺菲美国全球临床研究总监,赛诺菲中国亚太地区研发副总裁等职务,2016年担任基石药业(02616.HK)创始首席执行官、董事会主席等职务。2023年,江宁军加入恒瑞医药担任副总经理、首席战略官。

此后,恒瑞医药的BD仿佛按下了加速键。

回顾2023年以来恒瑞医药达成的BD交易会,这些对外授权涵盖了多个热门领域的创新药。

此次BD交易涉及的3款创新药HRS-7535、HRS9531、HRS-4729是恒瑞医药在GLP-1领域的重点在研产品。

其中,HRS-7535是一款口服小分子GLP-1受体激动剂,HRS9531则是GIP/GLP-1受体双激动剂,目前HRS-7535和HRS9531的超重适应症均已获批开展II期临床试验。HRS-4729注射液则是恒瑞医药自研的下一代肠促胰岛素产品,可以通过激活多靶点,目前正处于临床前研究阶段。

而在2023年达成的对外授权合作里,涉及的创新药更是包括PARP1抑制剂HRS-1167、Claudin-18.2 ADC药物SHR-A1904、EZH2抑制剂SHR2554、TSLP单抗SHR-1905,

以及TKI吡咯替尼、PD-1抑制剂卡瑞利珠单抗联用治疗肝癌适应症。

2023年8月,恒瑞医药将SHR-1905注射液项目有偿许可给One Bio(Aiolos Bio前身),交易条件包括2500万美元的首付款和近期里程碑款、累计不超过10.25亿美元的研发及销售里程碑款以及年净销售额两位数比例的销售提成。

数月后,2024年1月,葛兰素史克(GSK)宣布收购Aiolos Bio,GSK将为这项收购交易支付10亿美元的预付款和高达4亿美元的里程碑付款。在被GSK收购之时,从恒瑞医药处引进的管线是Aiolos Bio唯一的核心管线。

虽然恒瑞医药当时获得的对外授权首付款与GSK付出的收购首付款数额有所差距,但这也体现出国际制药巨头企业对于恒瑞医药创新管线的认可。

2023年10月,恒瑞医药首次直接与大型跨国药企达成合作。恒瑞医药公告显示,将HRS-1167片和注射用SHR-A1904项目有偿许可给隶属于德国默克集团的Merck Healthcare,交易总金额可超14亿欧元。

不过,“出海”的过程并非一帆风顺。

去年10月,恒瑞医药宣布将“双艾组合”(即PD-1抑制剂卡瑞利珠单抗+阿帕替尼,商品名:艾瑞卡/艾坦)用于治疗肝癌适应症在除大中华区和韩国以外全球范围内开发及商业化的独家权利有偿许可给美国Elevar Therapeutics公司。

Elevar是韩国生物技术公司HLB在美国的子公司,此前恒瑞医药就曾与HLB有过合作,HLB获得恒瑞医药抗肿瘤药品马来酸吡咯替尼片(商品名:艾瑞妮)在韩国地区的部分权益。

5月17日,据韩国媒体报道,HLB宣布收到了美国食品药品监督管理局(FDA)对“双艾组合”用于不可切除或转移性肝癌患者的一线治疗的生物制品许可申请(BLA)的完整回复信(CRL,下称“回复信”)。

CRL是美国FDA在2008年修改新药和仿制药审批规定后出现的一种回复函,用来取代原本的可批准/不可批准信函。

一般来说,美国FDA发出CRL代表着认为申请方所递交的资料不足以支持该新药上市,但仍给申请方留了补充和重新提交资料的余地。如果申请人可以在规定时间内,根据美国FDA的建议方案完成更改,那么仍然可以获得批准。

不过,此次CRL延缓了卡瑞利珠单抗在美国的上市进程。

5月17日盘后,恒瑞医药发布公告确认了上述消息。

根据公告,回复信中,美国FDA表示会基于企业对生产场地检查缺陷的完整答复进行全面评估;并且由于部分国家的旅行限制,美国FDA表示在审查周期内也无法全部完成该项目必需的生物学研究监测计划(BIMO)临床检查。

恒瑞医药计划积极与美国FDA保持密切沟通,并尽快重新提交上市申请。□

## 树兰医疗：内生增长战略下的社会办医样本观察

随着中国经济持续发展,人民群众对于医疗健康的需求日益增长且日趋多元化。

作为中国医疗卫生服务体系的重要组成部分的社会办医疗机构,与公立医院共同提供健康医疗服务。

与此同时,各类民营医疗机构也纷纷拥抱资本市场寻求融资,像陆道培医院、美中嘉和、明基医院、爱维艾夫医院、马泷齿科等相继IPO乃至上市。

这其中颇有代表性的,是科技型医疗集团——树兰医疗。

根据公开信息及其招股书显示,树兰医疗目前是健康医疗服务、医学科研、医学教育为一体的科技型医疗集团,旗下已建有树兰(杭州)医院、树兰(安吉)医院、树兰(衢州)医院、树兰(博整)医院(试运营),其中树兰(杭州)医院是树兰首家国际标准大型三级综合医院。树兰医疗已成为华东地区最大的社会办医疗机构,在浙江省所有社会办医疗机构中排名第一。

## 向“医”而生持续良性发展

2012年4月,《社会资本举办医疗机构经营性质的通知》《关于确定社会资本举办医院级别的通知》等文件相继出台。

2015年12月,树兰医疗开始运营首家医院——树兰(杭州)医院。而就在当年的3月份,浙江出台执行《浙江省医师多点执业实施办法》,在医师多点执业的基础上,探索实行重点或紧缺医技人员自由执业。

可以说树兰医疗的成立,正是伴随着政策的诞生和发展向“医”而生,并坚持以患者生命价值为中心,致力于为患者提供关怀备至的全生命周期一站式服务;持续提升治愈疑难危重病的能力,打造成多学科领先的科技型医疗集团,成为老百姓认可的社会办医力量。

而一所医院要立住品牌,必须要

有大量的医学专业人才的支撑,树兰医疗通过打造医生服务平台,以多点执业、会诊或外请的形式让优秀专家参与到树兰治疗方案中来,尤其疑难杂症的IMDT多学科会诊领域,一直保持与业内知名学科专家的广泛交流。通过兼收并蓄,树兰拥有了庞大的医学专家“天团”。

现在树兰医疗旗下医院的特色临床科室包括有肝胆胰外科、感染病科、肾脏病科、肿瘤科、重症医学科、呼吸科、心血管内科、血液科等。同时在建设综合医疗体系的过程中,树兰医疗围绕广义的治疗领域组织医疗专业人员,吸引医疗专家,通过多学科医疗专业知识培养各个领域的年轻医疗专业人员及新一代医学人才,打造蓬勃发展的人才库。

此外,树兰医疗还建立了一支由护理行业顶尖专家带领的专业过硬、技能娴熟和人文护理人员团队,通过与医生密切合作,以确保患者获得有效和愉快的治疗过程。

## 三线并进业务模式开创新发展力

树兰医疗持续发展的一张王牌,是健康医疗服务、医院管理服务和健康医疗相关服务等综合服务业务三条相互作用并相互促进的业务线,共同为树兰医疗的自营医院和合作医院组成的医疗网络的扩张提供一个多功能的统一平台,构成树兰医疗新发展的铁三角。

有别于公立医院机构,社会办医疗机构的特点在于更注重服务、挖掘医疗新技术、鲜明人文关怀的差异化经营。树兰医疗形成了自己独特的“干细胞分裂”模式的“1+X”树兰模式:作为旗舰的树兰(杭州)医院是一家综合型三甲医院,通过分级诊疗、区域拓展,特色孵化出了注重老年医学和康复服务为重点的树兰(安吉)医院,专注于打造肿瘤学的区域医疗中心的树兰(衢州)医院,以肿瘤、罕见病、抗衰老治疗及高端康复服务为重点

的树兰(博整)医院(试运营)。

在医院管理服务上,树兰医疗向17家合作医院提供各类管理服务。截至2023年12月31日,树兰医疗的合作医院遍布福建、重庆、河南、山东、广东、云南、安徽、浙江及内蒙古等地。

从其招股书中披露的信息来看:树兰医疗在福建的一家合作医院,年度住院量、年度门诊量及年度三四级手术量在合作约7年后,分别增长了82.3%、48.2%及258.3%。该医院亦于2017年获得JCI认证。另一家于山东省的合作医院在合作的约4年中,在这些指标上分别实现了22.5%、32.0%及139.8%的增长。

数据显示,中国社会办医疗机构市场自2017年以来快速增长,2022年达到人民币6704亿元的市场规模,占同年中国整个医院市场份额的15.5%。预计2026年将达到人民币10943亿元,复合年增长率为13.0%,占同年中国整个医院市场份额的

17.7%。可以说,随着人民群众对健康管理的多样化、个性化需求,社会办医的特性使得这个市场仍有巨大的增长空间。

据了解,树兰医疗一直秉持“与公立医院错位发展”的思路理念,坚守“生命至上”的核心价值观,树兰医疗积极打造人才平台,通过平台性的服务模式,不仅吸纳了全国性的教授



级大专家,还吸引了跨行业背景的健康管理专家,为人民群众提供更多的健康保障。这点,是树兰医疗作为综合性社会办医机构能力的体现,也是其区别公立医院和其他社会办医院的优势所在。

## 践行造福人类健康的价值观

从卫生经济角度来看,树兰医疗既提供了高质量的医疗,也提供了优质的服务。

在保障性医疗服务方面,树兰医疗旗下医院作为医保定点的医疗机构,严格接受医保审核,规范定价,可以说,在医保内的收费目录中,树兰医疗的药品收费和公立医院是完全一致的。

在消费型医疗方面,比如牙科、眼科、整形美容等在现实生活中,人民群众会更多考虑服务性价比的医疗服务方面,基于多学科临床专业能力、运营与管理、医疗专家、护理团队以及数字医疗平台服务、医疗检查服务等综合能力,树兰医疗具备强大的专业能力和价格优势,通过多年的深耕发展,树兰医疗已经完全有能力为这类用户实施差异化的特需服务。

不管是保障型医疗还是消费型医疗,亦或特需类服务,都是在和人发生关系,这就涉及到人文关怀。从成立之初,树兰医疗就坚持“三高四化三满意”的办医理念,提供人文文化的高质量服务,比如在树兰医疗既有线上线下一体化的服务,又有贴近人文的陪诊服务,还有院前院中院后的连续性的管理服务,这些都是树兰医疗在服务机制上的创新。

也正是因为以上的种种,为树兰医疗发展奠定了基石,使得树兰医疗一直处于良性发展的轨道。招股书披露,2021—2023年,树兰营业收入分别为15.478亿元、17.776亿元、18.844亿元,虽然涨幅较小,但树兰医疗稳步前行的趋势已愈发明确。

(文/徐超)



CULTURAL TOURISM  
文旅ESTATE  
地产CONSUMPTION  
消费AUTOMOBILE  
汽车TECHNOLOGY  
科技THE TIME WEEKLY  
时代周报TIME INDUSTRY  
产经  
专业视角洞悉产业变革

18-19 | 国产智能手机15年专题



## 大厂公关一号位变迁

◀ 上接P1

事实上，早在今年3月，璩静便要求百度公关部全员转型做视频自媒体，除了高层外，要求每个员工都开设自己的视频号，如果运营好，粉丝量足够高的话，可以为百度产品带货。员工的视频号表现影响当年年终绩效。

“璩静要做互联网红人属于从零起步，她此前的网络声量和讨论度几乎没有，所以她在选题的设置上尽量突出对立和矛盾冲突。”经营着数万粉丝抖音账号的筱筱向时代财经说道，在她看来，璩静发布的内容每一条都藏着引爆普通情绪的燃料。

亚楠在公关行业已经摸爬滚打了近10年，她形容这一行越来越如履薄冰，即便在自家地盘也不适合公开抨击竞争对手。

“公关负责人如果公开自己的过激言论，很容易被大众放大解读，外界会把个人想法上升至公司的价值观，发个朋友圈也要斟酌一下用词是否合理，尽量不要流露太多个人观点。”亚楠向时代财经说道，她认为，即便是公关一号位的定位也是企业的幕后人员。

“像璩静这样级别的高管，要对外展现自己的观点，肯定要提前经过内部审批，很难把她的行为完全和公司切割。只是这次做成了个人职场秀，完全忽略了公众的情绪，所以翻车了。”一名百度前员工向时代财经评价道。

事实证明，在没有建立观众缘前，被贸然推向前台是一场高风险的试水。

尚未被公众审视的璩静，在被大范围曝光后不得不暂别互联网，从千万元年薪的高位滑落；即便有一定粉丝基础的董宇辉，也会因为直播中的争议性话题，被推向风口浪尖；一向雷厉风行、直言不讳的董明珠，由于站在了打工人的对立面，也遭遇了口诛笔伐。

与璩静不同的是，董宇辉已经在直播赛道站稳脚跟，成为代表东方甄选的头号IP。

董明珠则是格力集团近10年的掌舵者，在公司业务层面有着绝对话语权。

“如果没有太大的把握，宁可不去碰它，做好防守工作就行。当前网络环境非常复杂，参与者属性多元，很难控制舆论的发展走向。”亚楠向时代财经说道。

5000  
万元

刘强东数字人登上京东直播间，斩获5000万元销售额的首战成绩。从未离开过一线的360集团创始人周鸿祎更是定下了涨粉到1000万的目标。

## 退居幕后的大厂公关

璩静在互联网上高调施展手脚之际，一批江湖上的老公关将领早已默默隐身。

2022年，王帅和程武先后从公关一号位退场，他们分别带领阿里、腾讯公关团队开疆拓土，在硝烟四起的舆论战场上披荆斩棘。

王帅曾经是阿里公关团队的定海神针，他平息了阿里内部贪污的丑闻，给阿里巴巴建立了重视诚信、公平公正的企业形象，后又助力淘天绑定了双十一购物狂欢的标签，长期以“神回复”的操作在圈子内享有美誉。

在外界看来，程武是一个性格谨慎、说话滴水不漏的人，他的策略是不给公司制造麻烦，只采取防御策略。不过，程武上任期间，也为腾讯贡献了无数个教科书级别的公关，无论是震惊全网的老干妈事件，还是回应明星风波造成的背水一战，腾讯公关天团多次以自嘲、幽默的方式化解了危机。

相比前辈，腾讯现任公关一号位张军更热衷于袒露自己的观点，他曾在五四青年节发布微博，“当我们正在忙着做各种致敬青年的策划时，青年们正在睡觉”。

该言论引起了网友的不满，此后张军的个人社交账号也逐渐回归腾讯业务、产品本身，俨然已经成为腾讯产品的宣传阵地。

2022年是互联网公司发展的一个转折点，多家老牌互联网公司的营

收增幅跌破两位数，外界对企业家的崇拜和仰视也偃旗息鼓，随之而来的是击鼓传花式的裁员大潮。

当寒风吹过互联网的每一个角落，大多活跃在前台的公关一号位逐渐隐身，藏匿于数万普通员工之中，以平静的姿态回应着剧烈的人员变动风暴。

不可否认的是，互联网公关的活跃度往往与业务发展状况联系在一起。

在行业刚刚步入竞争期，公关忙着冲锋陷阵，向竞争对手开炮，为公司主营业务争取话语空间，而市场逐渐被各路玩家瓜分完毕，公关也逐渐收起锋芒，不再抛头露面。

2010—2020年，中国互联网公司排队上市，细分领域的独角兽企业遍地开花，公关团队每天能接收的都是增长、扩张、融资、超越等光鲜词汇，他们急需将公司打造成蓬勃发展、创新进取的公众印象。

公关从业者晓婷见证了团队的快速膨胀。在业务扩张期间，她所在的小组半年内从3个人增长到20人，而今等到行业潮水退去，工作量肉眼可见地减少，和竞争对手剑拔弩张的氛围也逐渐消失。

“以前公司有个新动作就着急开发布会，恨不得让整个圈子的人都知道，给公关团队的预算也很充足，这几年越来越低调了，大家要么实在没有成绩，要么就在闷声发大财。”晓婷说道。

“看不到公司业务拓展的迹象，公关部门能操作的空间越来越小，每天只做一些基本的媒体维护就行，很难在业绩汇报时讲出新故事。”另一名互联网公关向时代财经说道，他所在的公司已经告别了快速发展期，由于找不到业务增量，他选择离岗。

## 流量追逐赛，一把手才是最强公关

然而，没有一家头部公司愿意放弃流量阵地。

就连功成名就的董明珠，都一直渴望打造一个网红，为格力小家电营销打开线上销售渠道。自从和孟羽童分道扬镳后，董明珠仍继续奋战在前线。

2024年，这股人人争做网红的风气从互联网圈刮到了汽车圈。

入场造车的雷军占尽了风头，他浸染互联网舆论场10余年，深谙流量之道，也让小米汽车处于话题的焦点，小米新品SU7一问世就成为汽车圈最热的产品，打出了漂亮的开局。

现象级的热度引得一众车圈大咖下场，长城汽车董事长魏建军、极越汽车CEO夏一平先后进入直播间。此外，有一定群众基础的初代互联网大佬也蠢蠢欲动。近期，为了给6·18电商大促造势，马云、刘强东不约而同地以另一种方式高调登场。

马云的一则“淘江湖”旧帖引发了外界关注，帖子内容是“电商最大的受益者应该是用户”，再次强化了淘天集团“回归用户”的战略；刘强东数字人登上京东直播间，斩获5000万元销售额的首战成绩。

从未离开过一线的360集团创始人周鸿祎更是早早下场，今年年初，他来到东方甄选总部，向俞敏洪、董宇辉请教网红流量密码，并且给自己定下了涨粉到1000万的目标。

按照周鸿祎的说法，人们的大脑已经被短视频和直播格式化了，企业家不当网红，产品都没人知道。

上个月，周鸿祎开始攻入北京车展，从车展红衣男模到以990万元拍卖迈巴赫再到试驾飞行汽车、直播闹情绪，周鸿祎俨然将自己包装成了汽车圈内的顶流，制造了一个又一个网络热点。

眼下，错过移动互联网风口的百度，拿到了千模大战的入场券。发布文心一言大模型后，百度几乎隔一段时间就要秀一次肌肉，但喊着超越OpenAI的百度尚未交出能与之媲美的答卷。

在今年的全球AI开发者大会上，李彦宏汇报了文心一言发布一年的成果：用户数突破2亿，API日均调用量超过2亿，服务用户数达到8.5万，千帆平台开发的AI原生应用超过19万。

除了李彦宏本人的明星效应外，百度并没有捧出代表公司立场的网红，这让百度在群星闪耀的网红时代缺失了绝佳的传播窗口。而百度未来发展的重点业务包括无人驾驶和人工智能，这些面向的广大市场也是C端用户。

舆论风浪的裹挟下，公关一号位的个人色彩逐渐暗淡，阿里巴巴集团公关少了灵魂人物，随着阿里内部的大变革，公关势力走向分散；腾讯公关总监张军收起了锋芒，专注于传播企业产品，回应外界谣言。大佬们的回归，再次印证了他们才是这个时代的弄潮儿，企业公关的安全底牌。或许，未来互联网江湖再无公关一号位的名号。■

(文中受访者皆为化名。)



# 国产智能手机15年： 一场波澜壮阔的大逆转



时代周报记者 郭美婷 发自广州

“今天，苹果将重新发明手机。”

2007年，苹果创始人兼CEO史蒂夫·乔布斯在iPhone锁屏界面上轻轻一划，“咔哒”一声，划开了智能手机时代的序幕。

不过，发生在美国旧金山的跨时代之举，并未给当时的中国带来多大震动。彼时，中国手机业还沉醉在深圳华强北的霓虹中，这里的传奇是真假乱真的手机和一夜暴富的草根。

据不完全统计，2007年国内的山寨手机产量至少有1.5亿部，几乎与国内手机总销量相当。

与此同时，除了华为、中兴、TCL等以国外市场为主的厂商，国内品牌手机大企业几乎全部都出现亏损，其中波导亏损5亿多元，夏新更是亏损6亿多元，有些企业甚至退出了市场。

“出售手机业务正成为国内业界一股风潮。”当时有媒体在报道中如此写道。

2007年还没有小米，雷军正为金山软件的上市而奔波；任正非的华为深陷“辞职门”；vivo创始人沈炜还在步步高负责通信科技业务；而陈明永执掌下的兄弟品牌OPPO也才刚刚切入功能机的赛道……这些日后能在国内智能手机史上留名的企业家，或都无暇顾及大洋彼岸科技界的巨变。

转折来自一家从没做过手机、只做MP3和MP4的企业，位于珠海，名字叫魅族。

魅族创始人黄章在公司最鼎盛时期，就敏锐地察觉到了MP3市场的衰退。

2007年年底，MP3行业召开“涅槃大会”，硕果仅存的知名MP3生产商齐聚，探讨未来发展。但魅族缺席了这次大会，“我们觉得，在MP3上已经看不到方向了”，当时任魅族营销总监的海海良说，“我们站在山顶，却发现无路可走。”

黄章认为出路在于手机。2006年年底的公司年会上，黄章表示魅族决定转型做手机。次年，第一代iPhone的发布，更加坚定了黄章的信念和方向，魅族随即公布开发首款智能手机魅族M8。

但M8从研发到发布，却足足花了两年。其间魅族多次宣布发布延期，在当时被媒体冠以“史上最强跳票王”的头衔。

2009年2月18日，万众瞩目下，魅族M8终于正式登陆市场。

从外观来看，M8机身尺寸108毫米×59毫米×12毫米，直板造型，边角圆润，提供黑白双经典配色。

据参与设计M8外观的赵英秀表示，M8定版时，一共有过34版设计，就连开好的模具都曾推倒重来了三次。

在性能方面，2019年时任魅族

Flyme负责人周详回忆称：“M8当时的硬件配置很超前，720×480的分辨率，三星的高主频CPU，有图形加速能力和重力传感器。”

从当年的报道资料中，时代周报记者仍能窥见M8的盛况：消费者早早地来到旗舰店门口排队等候，供不应求、分批预约和购买。

曾经有位山东的消费者，转战了4个省，倒了3趟火车，1趟汽车，从安徽阜阳赶到山东临沂，就为了尽早买到3台魅族的M8手机……这样的场面，不输今天新一代iPhone和华为手机上市时的火爆人气。

魅族公开数据显示，M8产品推出后仅5个月，销售额就突破5亿元。

如同向平静湖面投下一颗石子，魅族M8试水成功之后，越来越多的企业尝试向智能手机转向，特别是在2010年，iPhone 4进入中国市场后，小米、OPPO、vivo等脍炙人口的品牌均在第二年推出了首款智能手机。

华为则在2012年发布了Ascend P1，成为后来P系列的“开山鼻祖”。

## 混战：从“中华酷联”到“华米OV”

在国内智能手机刚起步的几年里，三星、苹果仍把持着市场的大风向，国产品牌中能搅动风云的，是中兴、华为、酷派和联想4家，并称为“中华酷联”。

靠着运营商渠道和高额补贴卖千元定制机，“中华酷联”迅速占领国内市场份额。

易观国际报告显示，“中华酷联”最辉煌时期当属2013年第三季度，中国智能手机销量为9308万部，联想、酷派、华为、中兴分别占12.5%、10.0%、9.4%、5.4%的市场份额，当时份额排名第一的三星占比也仅18.4%。

这样的繁荣无法持久，在2014年运营商终止补贴后，“中华酷联”很快进入了阵痛期。

而在这个过程中，有一家企业悄然诞生，并在“中华酷联”格局瓦解后，率先坐上了国内智能手机出货量第一的交椅。

这家企业就是小米，创始人雷军曾是魅族的忠实拥趸，在与黄章关系的“蜜月期”间，雷军多次在公开场合赞美魅族，认为世界上只有两家互联网公司：一是苹果，一是魅族。当时雷军经常出入魅族，与黄章探讨手机。但另一边，雷军又在秘密筹划小米。

小米在2010年创立。4年后，小米手机登顶中国市场份额第一。IDC数据显示，小米2014年的市场份额为12.5%，作为对比2013年的份额为5.3%，增长率为186.5%。排在第二名的是三星，市场份额为12.1%。

和“中华酷联”依赖运营商的传统模式不同，小米培养了自己的电商销售渠道，并将互联网思维、饥饿营销运用到了极致，可谓“血洗”了智能手机的市场格局。

这一时期，许多与小米相似的、带着浓厚的互联网基因的智能品牌涌现。

有罗永浩做的锤子手机，有被贾跃亭频频用来叫板苹果的乐视手机，还有大可乐手机、小辣椒手机、乐檬手机等。无数创业者争先恐后地闯进赛道，这是中国智能手机史上最热闹的一段时间。但大浪淘沙之下，当中有许多品牌都逐渐湮没在时间的长河中。

小米的领头羊地位持续了两年，2016年，属于OPPO、vivo蓝绿两厂的天下到来。

据IDC数据，2016年中国智能手机出货量的前三为OPPO、华为、vivo，其中OPPO和vivo分别同比增长122.2%和96.9%，华为仅为21.8%。

人们用“忽如一夜春风来”形容OPPO、vivo的崛起，不经意间已处处都是。这背后，一方面是两厂多年深耕三四线城市，一步步埋下了庞大的代理商布局；另一方面，主打快充、长续航、拍照、音乐、时尚等特点的产品，也捕获了年轻的消费群体，尤其是女性用户。

行业喧嚣中，华为始终卧薪尝胆。它是“中华酷联”4家中唯一尚未掉队的。

在被小米反超的日子里，华为也抓住了互联网营销的精髓，2013年年末独立荣耀子品牌与小米贴身肉搏，坊间形容为“像素级模仿”，让荣耀用一年时间走完了小米3年的路。不过，这也为后来荣耀与小米的口水仗埋下伏笔。

华为的第二步棋下在Mate 7上。2014年，华为在柏林国际电子消费品展览会期间推出了一款高端旗舰Mate 7，迅速点燃市场热情。

时任华为消费者业务董事长的余承东宣称，Mate 7仅3天卖出了3个月的销量，因为预期不足，结果导致供应链准备跟不上，导致长期断货，甚至在白领圈出现了争抢Mate 7的现象。

美国《福布斯》杂志后来将此称为“Mate 7现象”。Mate 7突破了国产手机只能以性价比赢得市场的宿命，华为真正踏入了手机中的高端市场。

2017年，华为等到了自己的高光时刻。IDC数据显示，2017年华为市场份额达20.4%，领跑市场。同时，据赛诺当年1—11月累计数据，荣耀手机以4968万部销量和716亿元销售额，击败小米，登顶互联网手机冠军。

次年，荣耀总裁赵明在一场发布会上直言：“荣耀和小米的竞争已经结束了。”

至此，国产智能手机市场形成了“华米OV”的竞争格局。

## 下一个15年：高端化和生成式AI

2017年，我国智能手机市场已有烈火烹油之势。也是从这一年起，我

国智能手机年度出货量出现有史以来的首次下滑。

据IDC数据，当年中国市场出货量下滑近5%。Canalys的数据显示，2017年中国智能手机出货量同比下降4%，约为4.59亿部，尤其是第四季度出货量，与上年同期相比下降了14%，仅为1.13亿部。即使从全球范围来看，下滑的趋势仍旧存在。智能手机市场开始进入存量时代，这种走向一直延续至今。

## 如何寻得增量？

事实上，尽管整体市场在走下坡路，但有一类手机的出货占比却逐年提高。

IDC今年发布的一项全球智能手机趋势分析显示，2018—2023年，中国地区智能手机的平均售价(ASP)几乎呈逐年增长趋势，增长率达8.1%。到2023年，中国地区智能手机的平均售价达到了471美元。这表明市场正向高端机型倾斜。

综合市场研究机构Counterpoint Research数据，2021年，高端手机在全球智能手机市场的份额占比达到27%，创下历史新高；2022年，高端市场收入贡献首次占全球智能手机市场总收入的55%，高端设备销量也占据了全球智能手机总销量的五分之一以上；2023年高端手机销量在全球的市场份额占比将近25%，销售额占比将近60%。

手机厂商们早已窥见机遇，从卷外观、卷价格、卷影像到卷折叠屏、卷操作系统、卷芯片……各家均向高端发力，市场上涌现出诸如OPPO Find X6系列、vivo的X100系列、小米14、荣耀Magic4等产品。

折叠屏手机也是近年来国产手机向高端冲击的代表性产品。

据不完全统计，截至目前，华为、OPPO、vivo、荣耀、小米共推出了14款折叠屏手机，包括横向内折、外折的大折叠屏手机及上下折的小折叠手机。

不过，单从市场份额来看，高端智能手机的主战场，仍横亘在华为和苹果之间。前几年，因受国外制裁，华为手机被迫暂时“隐退”，巨大市场拱手相让，被苹果蚕食了不少份额。

据IDC数据，2020年上半年，在中国600美元以上价位段的智能机市场中，华为以44.1%的份额位居榜首，苹果以44%的占比紧随其后，而一年后的2021年第四季度，苹果就占据了70%以上的高端手机市场。

这种格局直到2023年华为Mate 60的回归才有所松动。在余承东的一声声“遥遥领先”中，Mate60系列成功引爆，拉动华为重登顶峰。

Canalys数据显示，华为经历13个季度，重夺中国市场第一，凭借Mate及nova系列热烈的市场反响，出货量达1170万部，市场份额达17%。而苹果在头五厂商中跌幅最大，以1000万部的出货量排名第五，同比下降25%。

竞争格局还在变化中。如今，随着生成式AI的加速发展，智能手机正在拥抱这一新机遇。去年至今，多个国产手机品牌宣布在新机中搭载AI大模型，谁也不想错失良机。

vivo发布自研AI大模型矩阵蓝心大模型，并在vivo X100系列手机搭载，提供蓝心小V、蓝心千询等终端智能应用交互；OPPO发布Find X7系列手机，第一次在端侧部署了约70亿参数的安第斯大模型，实现AI通话摘要、AI消除等功能；华为不断迭代盘古大模型，并将其引入到手机、汽车端；小米也宣布大语言模型MiLM正式通过大模型备案，未来将应用于手机、汽车等产品。

曾在国产智能手机史迈出第一步的魅族，在今年1月“壮士断腕”般地宣布“All in AI”，停止传统智能手机项目，全力投入明日设备，迈入前景广阔的AI科技新浪潮。

这一轮AI浪潮将给智能手机带来多大影响？没有人知道。也许在下一个15年，也存在一个新的“iPhone时刻”，智能手机将被重新发明。■

9308

万部





# 国产高端机这五年：华为强势回归 荣米OV竞争格局再生变

时代周报记者 杨玲玲 发自广州

华为双旗舰产品战略回归，高端市场窗口期面临结束。

2019年华为以高端手机为主的终端业务收入大约为4673亿元，2020年华为被美国列入出口管制“实体名单”，之后受多方面影响，2023年，华为终端业务收入降至2515亿元左右，几近腰斩。

之后，高端市场成为国产手机厂商的主战场。小米2020年通过小米10系列首次进军高端市场，OPPO布局“直屏旗舰+折叠屏旗舰”的双旗舰策略，vivo提升X系列影像能力以寻求高端突破，荣耀在脱离华为之初就提出走向中高端……

研究机构IDC向时代周报记者提供的数据显示，2019年中国市场其他国产品牌在600美元（约合人民币4330元）以上市场的份额为2%，2024年第一季度份额上升至20%。

如今，华为带着Mate 60系列、Pura 70系列回归5G高端市场，留给其他国产手机厂商的窗口期面临结束了。未来，它们将何去何从？

5月14日，一数码大V爆料有国内厂商的“超大杯旗舰”手机停产，评论中有人猜测是OPPO Find X7 Ultra，OPPO相关负责人就此消息辟谣，并对时代周报记者谈道：“竞争和市场都是客观存在的，谁家肯定都不会主动放弃（7000元+价位段市场）。”

## 2019年分界点，从一枝独秀到百花齐放

首先，需要明确的是，高端智能手机是什么？在小米集团财报中，中国市场高端智能手机是指价格在人民币3000元及以上的机型，有的机构的标准是750美元以上，IDC、Canalys、Counterpoint等市场调研机构则把600美元当作分界点，此标准受到更广泛认可。

IDC中国研究经理郭天翔把国产智能手机高端化分成三个阶段。他对时代周报记者谈道：第一阶段是2017年以前，国产品牌在高端市场普遍份额较低；第二阶段是2017年到2019年，华为崛起；第三阶段是2019年至今，百花齐放，但没有出现可以代替华为的品牌。

从魅族M8算起，国产智能手机已经有15年的发展史，高端化历史要短得多。

若以600美元以上为高端标准，当前国产手机中，Mate 60系列、Pura 70系列、OPPO Find X7系列、小米14系列、vivo X100系列、荣耀Magic 6系列基本符合，这些都是各品牌直屏旗舰系列新品，各品牌折叠屏手机也属于高端手机。

“高端之路是小米成长的必由之路，也是生死之战。”在2023年8月的年度演讲中，小米集团创始人、董事长雷军谈道，过去三年多时间，小米在高端探索之路上投入了上百亿元。



小米集团年报披露，得益于小米14系列，小米2023年在中国市场4000~6000元价位段的智能手机市占率达到16.9%，同比提升9.2个百分点。

时代周报记者观察到，国产手机厂商的高端化包含战略、产品、渠道、品牌等诸多层面。

产品上，2020年以来，诸多国产品牌的旗舰系列大跨步改造了外观设计，在影像上与徕卡、哈苏、蔡司等品牌合作，在大光圈、潜望长焦等领域竞争，有的还推出自研影像芯片、自研电池技术。

高端化还体现在渠道改革和品牌宣传上，OPPO副总裁刘波2023年曾透露，年内要升级改造国内超一线城市及省会城市的300家体验店或体验中心，vivo则把品牌广告打到了博鳌亚洲论坛、卡塔尔世界杯上。

除此之外，折叠屏手机也成为国内厂商冲击高端的利器，从横折卷到竖折，从外观设计卷到铰链。由于屏幕造价较高，折叠屏手机整体都处在高端价位段。

手机价格自然水涨船高，以vivo X数字系列为例，2019年年底发布的X30系列发售时最高价为4298元，新近发布的X100系列有5款产品，其中X100、X100 Pro、X100 Ultra首发最高价分别为5099元、5999元、7999元。

## 华为缺席，国产品牌高端化补位

近期，华为官宣高端手机产品线P系列品牌升级为HUAWEI Pura，并推出Pura 70系列，意味着华为为高端产品线全部完成升级换代。

“华为回来之后，留给其他厂家的窗口期可以说过去了，最好的一段时间已经过去，至少在高端上是这样。”Omdia移动终端市场首席分析师李泽刚接受时代周报记者采访时表示。

站在行业新的发展阶段，总结过往，其他国产手机厂商抓住历史机遇了吗？高端化成绩如何？首先，从市场调查数据可以看出，华为空出的市场份额大部分被苹果公司吞下。

IDC数据显示，2020年上半年、2023年上半年，在中国600美元

以上手机市场，华为份额是44.1%、15.6%，苹果公司份额分别为44%、67.0%，此消彼长。

李泽刚分析称，高端化是个非常复杂而且系统性的问题，涉及技术、消费者品牌认知、是否具有奢侈或稀缺属性等，不是通过两三年的窗口期可以真正解决的，在国内市场，其他国产品牌很难跟苹果直接对抗。

值得注意的是，2020年上半年、2023年上半年，华为和苹果公司在高端市场的合计份额降低了，意味着其他国产品牌抢占了一部分市场。

郭天翔透露，2023年，华为以外的国产品牌在国内600美元以上的手机市场所占的份额为15%，2024年第一季度上升至20%，呈上涨态势。他评价道，“这几年其他国产品牌在高端市场的进步还是有目共睹的，不管是影像旗舰，还是折叠屏，都取得了一定的进步。”

对于自身的高端化成绩，各国产产品牌作何评价？vivo执行副总裁、首席运营官胡柏山曾在采访中谈道，2022年是vivo的高端突破信心奠定之年。小米集团则在年报中提到，2023年是高端化战略实现跨越的一年。

小米集团年报披露，得益于小米14系列，小米2023年在中国市场4000~6000元价位段的智能手机市占率达到16.9%，同比提升9.2个百分点。

根据年报，小米集团智能手机平均售价由2023年第三季度的每部997元增长9.5%至2023年第四季度的每部1091.7元，主要是由于第四季度高端手机小米14系列的发售。2023年第四季度，小米集团利润同比大增50.3%。5月16日，OPPO相关负责人向时代周报记者透露，据权威机构数据显示，开售三个月以来，Find X7(2024年1月上市)销量较上代同比大幅增长132%。

另有国内媒体引用从供应链获得的一份市场调研统计显示，自2022年11月上市到2023年9月30日，vivo X90系列在3500~5000元价位段销量份额排名国内第一。

综合多品牌表现看，IDC数据显示，在2023年上半年中国600美元以上手机市场，OPPO、小米、荣耀、vivo的份额分别是4.2%、3.7%、3.2%、3.0%，四个品牌份额合计14.1%。

## 华为回归，竞争格局再生变

随着Mate 60系列、Pura 70系列的上市，华为手机出货量迅速上涨。

根据Omdia报告，从全球市场看，华为手机出货量在2023年实现了连续的季度环比增长，从第一季度的640万部增长到第四季度的1230万部，2024年第一季度达到1310万部，同比翻了一番。同期，即2024年第一季度，苹果公司的手机出货量为5070万部，同比下滑11.5%。

单看中国市场，今年第一季度，华为已重回前五，统计数据不再被并入“其他”。Canalys报告显示，华为时隔三年出货量重回中国市场第一。

Counterpoint报告则提到，华为销量同比增长69.7%，位列第四。

2024年第一季度，华为公司营业收入同比增长36%，归母净利润同比增长约564%，净利润率达11%，去年一季度净利润率仅为2.3%。市场普遍看好华为的后续表现。天风国际证券分析师郭明錤预测，2024年新上市的Pura 70出货量有望达到1300万~1500万部，较上一代增长230%。

李泽刚认为，如今，华为以外的国产品牌在高端市场上已没有办法取得非常大的进步，Mate 60系列出货量是千万级别，在相同价位段，其他国产品牌的手机的出货量可能只能达到一两百部。

那么，小米、OPPO、vivo、荣耀等国产品牌厂商会放弃高端化战略吗？

答案显然是否定的。据时代周报记者观察，这些国产手机厂商仍在做高端化，有的厂商还在开拓海外高端市场。截至目前，华为以外的国产手机厂商在海外高端市场布局并不广。

2023年冬，OPPO亚太区总裁师帅曾对媒体谈道，希望通过折叠屏，在东南亚市场实现800美元以上高端市场的规模突破。在整个东南亚市场，尤其在400美元价格水平线之上，呈现三星和OPPO“两强”格局。

荣耀CEO赵明也表示，要代表中国高端品牌走出去搏击国际高端市场，尤其是欧洲。至于小米集团，今年4月，其旗下品牌Redmi宣布Redmi新十年目标——向高端旗舰全面进化。

郭天翔认为，各国产手机厂商不会放弃高端化战略，而是会坚持下去，只是价位段与华为不同。华为苹果产品更多会在1000美元以上，其他国产品牌主要还是竞争600~800美元市场，产品价位段不同。

华为新产品Mate 60系列、Pura 70系列起售价均超过5000元，与苹果旗舰新品iPhone 15系列价格相当，在起售价上远远地甩开了其他品牌的直屏旗舰机。不过，也有国产手机厂商的内部人士告诉时代周报记者，公司不会放弃1000美元以上市场，在此价位段上，除了超大杯直板旗舰，还有折叠屏手机。

国产手机厂商为什么要坚持高端化战略？郭天翔认为，高端市场优良的表现确实可以带来更好的利润，以及更多的品牌力和品牌溢价。

另一方面，过去几年，高端市场表现了超强的韧性，持续逆势增长。IDC报告指出，2023年第二季度，中国600美元以上高端手机市场份额达到23.1%，在行业下跌的背景下同比增长了3.1%。另外，2023年，全球22%的智能手机售价超过800美元。

单从折叠屏市场看，IDC数据显示，2023年，中国折叠屏手机市场出货量约700.7万部，同比增长114.5%，自2019年首款产品上市以来连续4年同比增速超过100%。

Counterpoint预测，高端价位段（600~799美元）预计将在2024年保持稳定增长，同比增长17%。■





# 特斯拉FSD再进化 智驾行业将迎大变局？

时代财经 张旭

特斯拉首席执行官马斯克上月底“闪电式”访华，再次引发关于特斯拉FSD入华的讨论与猜想。

据《中国日报》报道，特斯拉提出想在中国落地无人驾驶出租车（Robotaxi）。

对此，中国政府或先支持其在国内测试作示范，但暂未完全批准FSD在华全面落地。时代财经就此采访了特斯拉中国方面，对方表示暂无回应。

FSD落地中国需要何种条件，如果能够落地，是否会再度成为“鲑鱼”搅动智驾行业？而相比FSD先一步到来的，或是特斯拉无人驾驶出租车。

Robotaxi近期消息不断，2024年一季度财报电话会上，马斯克表示，公司将于8月8日发布特斯拉Robotaxi。在国内，正在冲刺港股IPO的两大出行平台——如祺出行和曹操出行，不约而同将自动驾驶和Robotaxi作为招股书的重要内容。

## FSD落地中国需要哪些条件？

特斯拉FSD作为自动驾驶系统，数据采集是绕不开的一环。

一名自动驾驶工程师向时代财经表示，尽管特斯拉FSD属于端到端大模型，但在中国应用时，还是需要补齐国内场景的训练数据，主要是交通规则和交通标识相关的信息，复杂的路口数据也需要重新采集标注进行调整。

众所周知，道路数据一定程度上关乎安全，因而备受重视。可见，FSD要落地中国，包括数据采集、数据存储等都需要进行合规化和本地化。

值得注意的是，4月28日，中国汽车工业协会公布的《关于汽车数据处理4项安全要求检测情况的通报（第一批）》中显示，特斯拉上海超级工厂生产的车型全部符合合规要求，通过了车外人脸信息匿名化处理、默认不收集座舱数据、座舱数据车内处理、处理个人信息显著告知等4项合规要求。

在通过4项安全合规要求之后，特斯拉方面也表示，国内各地已经陆续解除对特斯拉的禁行禁停限制。

在数据存储方面，2023年8月特斯拉回应“哨兵模式”时就明确指出，特斯拉已经在中国建立数据中心，实现数据存储的本地化，所有在中国市场销售车辆所生产的数据，都会存储在中国境内。

此外，据《华尔街时报》等媒体报道，特斯拉还与百度合作深度定制了车道级地图，以用于FSD系统。

在业内人士看来，通过使用百度提供的车道级地图数据，一方面可以解决特斯拉的测绘资质问题，另一方面也可以加速FSD在中国的落地。对于和百度的合作，特斯拉中国方面同样未给出回复。

由于数据均在本地获取和存储，因此模型训练也要在本地进行，搭建本土算力中心是必不可少的一环。

对此，图商智行创始人于留天向时代财经表示：“特斯拉FSD落地中国，主要的难点在于数据中心的搭建。重新搭建数据中心的成本极高，这些因素对于训练部署有一定阻碍。”

## 再次成为行业“鲑鱼”？

特斯拉曾经引领了全球电动汽车行业，作为竞争的下半场，智能化尤其是智能驾驶技术，再度成为关注的焦点。

多名从事自动驾驶领域开发的工程师向时代财经表示，特斯拉自动驾驶技术处于行业领先地位。

尽管端到端神经网络、BEV+Transformer等技术早已有之，但特斯拉是最先将其实现的车企，起到了引领带动作用。

“我认为特斯拉将迎来一个



此外，魏牌蓝山智驾版亮相北京车展，该车搭载了咖啡整车全域智能化解决方案。

其中，Coffee Pilot Ultra智驾系统号称可支持无高精全场景NOA功能；仰望第三款车型百万级旗舰轿车仰望U7也迎来线下首秀，结合“天神之眼”高阶智驾辅助系统，预告将在今年第三季度开通城市领航功能。

小米SU7的城市NOA已于5月开始推送。同样采用纯视觉方案的极越汽车，计划在今年实现城市NOA覆盖全国，并宣布2024年年底百度地图可以导航到的地方就可以使用智驾系统。

可见，“NOA全国都能开”成为新的竞争焦点。

与此同时，高阶智驾价格不断下探。在技术和价格两条战线上，中国智能汽车都将成为特斯拉FSD在中国市场的有力对手。

## Robotaxi消息不断

相比特斯拉FSD，特斯拉Robotaxi或许先一步与中国用户见面。

据《中国日报》报道，中方或先支持特斯拉在国内测试无人驾驶出租车，暂未完全批准FSD在华全面落地。

关于FSD入华和测试Robotaxi一事，时代财经向特斯拉中国方面求证，对方表示暂无回应。

2024年一季度财报电话会议上，马斯克确认特斯拉将在今年8月发布Robotaxi产品，或命名为“Cybercab”；并称公司正在研发的一款自动驾驶出租车Robotaxi有望在2024年实现量产，这将是特斯拉未来增长的“巨大推动力”。

该项目早在2016年就被马斯克提上日程，马斯克2019年曾表示，在第一阶段，Robotaxi的业务模式会类似网约车、共享汽车，每英里的乘坐平均成本将降至不到0.18美元。2022年，马斯克再次表示，Robotaxi有望在2024年量产，并且去掉方向盘或踏板。

摩根士丹利在今年4月的研究报告中维持了对特斯拉的乐观预期，称Robotaxi的推出，象征着特斯拉的商业模式正向硬核AI和机器人技术转变。

摩根士丹利预测，到2030年，特斯拉移动出行业务收入将达到170亿美元，直接推动总收入的增长。

在特斯拉之外，近期Robotaxi行业消息不断。

4月29日，曹操出行向港交所递交招股书。曹操出行在招股书中表示，一部分募资用于投资自动驾驶，将与吉利集团合作，在未来部署前装量产的L4级自动驾驶系统的车辆，且正与业务合作伙伴合作启动无人出租车计划。

在曹操出行看来，从长远看，预期自动驾驶将推动中国共享出行市

场的结构化转型，自动驾驶的进步可令合规车辆的供应增加，而且能够为降低成本创造巨大空间。

今年3月第二次向港交所递交的如祺出行，同样把自动驾驶出租车放在了重要位置。

目前，如祺出行已经实现了Robotaxi与有人驾驶网约车混合派单模式，服务分别在2022年和2024年年初于广州南沙、深圳上线，预测在2026年左右实现Robotaxi的商业化，2030年前进入成熟的商业化阶段。

如祺出行招股书显示，Robotaxi和顺风车服务、营销及推广服务被归为“其他”板块。2021—2023年，该板块收入分别为727.6万元、481.2万元、200.0万元，占总营收的0.7%、0.3%、0.1%。尽管该板块并未亏损，但如祺出行的Robotaxi业务距离独当一面还有相当的距离。

目前，国内的Robotaxi竞争格局仍在不断变化中。华福证券研报表示，Robotaxi产业发展需要各方共同推动。整车厂、自动驾驶技术公司、出行服务运营商展开的“金三角”合作模式为当前主流。其中自动驾驶技术公司驱动Robotaxi商业化进程，拥有成熟L4+技术支持是Robotaxi落地的关键。

4月7日，滴滴自动驾驶公司、广汽埃安共同出资成立安滴科技。安滴科技成为L4自动驾驶公司和车企为打造Robotaxi量产车在国内成立的首个合资公司，旗下首款商业化L4车型计划在2025年推出。

4月26日，小马智行、丰田共同成立新公司雅丰智能科技，首期计划在中国市场投放千辆模铂智4X L4级无人驾驶Robotaxi，并在主要一线城市通过小马智行的运营平台提供无人驾驶Robotaxi出行服务。

丰田中国对外战略合作业务总监周晓云表示，丰田与小马智行决定成立合资公司，目的就是在接下来推进高度自动驾驶车辆商业化落地。“我们认为，目前的技术已经到了可以用于商业化落地的状态。”

政策也为Robotaxi提供了助力。5月1日，《杭州市智能网联车辆测试与应用促进条例》正式施行，杭州主要中心城区都作为智能网联车辆测试应用区域。

杭州也成为除经济特区外，全国首个以地方立法明确自动驾驶车辆上路具体流程的城市，也是全国首个为低速无人车立法的城市。

如果特斯拉Robotaxi能够在中国进行测试，无疑将起到验证特斯拉FSD技术可靠性和可行性的作用。有交通领域专家向时代财经表示，Robotaxi的一大作用在于，“与非营运车辆相比，营运车辆积累数据的速度远远更快，可以在相同时间内收集更多的数据用于模型优化”。

伴随着FSD软件的快速迭代，特斯拉Robotaxi是否具有完全无人驾驶的能力，答案将在8月8日揭晓。□



摩根士丹利预测，到2030年，特斯拉移动出行业务收入将达到170亿美元，直接推动总收入的增长。

ChatGPT时刻，就算不是今年，我认为也不会迟于明年。”马斯克说出这句话的底气，来自特斯拉在自动驾驶技术上的重大突破。

随着2024年3月10日的更新，特斯拉FSD去除（Beta）标识，改为FSD（Supervised），并正式提出FSD V12的概念。

特斯拉FSD V12版完全采用了端到端神经网络，这是第一个落地的端到端自动驾驶方案，相比此前版本，很多决策的表现更加接近人类。

今年4月，小米联合创始人、副董事长林斌在美国体验了特斯拉FSD V12版本。他发文表示：“对车辆的操作，FSD更像人在开车。比如这个路口右拐，车子会像人一样先停一下，然后车头慢慢往前挪，看清楚左边没有来车，再加速拐弯。”

完全自动驾驶是特斯拉的最终目标。在社交媒体上，马斯克用一句比喻表示了对自动驾驶技术的推崇：“全力押注自动驾驶技术是一个显而易见的选择，其他一切就像马车的一些变种而已。”

目前特斯拉FSD已迭代至V12.3版本，对于即将到来的FSD V12.4，马斯克预告称，将不再要求司机必须转动方向盘。马斯克还透露，FSD V12.5和12.6版本的测试正在进行，能够应对更复杂的场景，包括在狭窄的单行道上导航，以及处理突如其来的道路封闭，要求车辆倒车并寻找替代路线。

不过如果要落地中国，从搜集数据到重新训练尚需时日，同时中国车企在智能驾驶方面的投入也正持续加码。

近期的北京车展上，自主品牌新车纷纷以智能化作为宣传核心之一。在华为智能汽车解决方案新品牌发布会上，华为智能汽车解决方案BU CEO靳玉志指出，智能化已经成为用户购车的关键因素。以问界为例，超过70%的用户选择高阶智驾的版本。



# 零跑借Stellantis“卷”出海 有望与玛莎拉蒂同店销售

时代财经 张旭

在经过7个月的协商、股权交割和监管审批之后，零跑汽车与Stellantis集团的合资公司——零跑国际（Leapmotor International B.V.）于5月14日正式成立。

零跑国际总部位于荷兰阿姆斯特丹，Stellantis集团和零跑汽车分别持股51%和49%，由零跑汽车创始人、董事长兼CEO朱江明担任董事长，Stellantis集团委任忻天舒为零跑国际CEO。

值得注意的是，零跑国际是中国汽车行业首个反向合资公司，双方的合作模式是由零跑汽车提供产品技术，由Stellantis集团提供全球市场资源和影响力。Stellantis作为玛莎拉蒂的母公司，未来有望实现零跑品牌与玛莎拉蒂同店销售的景象。

## “零跑国际第一年要盈利”

在零跑国际成立前一天，Stellantis集团全球CEO唐唯实乘坐零跑全球车型C16现身零跑汽车总部，引发外界不少猜测。但从双方表态来看，C16可能不会作为首批车型销往欧洲。

发布会上，朱江明表示，零跑国际首发产品为零跑C10与T03，后续三年每年至少推出一款新车，在海外销售。其中，C10是一款主要定位为家庭用车的B级车型；T03是一款适合城市用途的A00级智能纯电动汽车。

朱江明透露，未来三年，零跑国际还将陆续投放四款车，预计明年一季度投放代号为A12、A03的C类车，此后继续推出代号为T05、T11的新车型。“我们也会在将来补齐其他细分领域，最终汽车产品销售分布会变成纺锤形，10万元左右的价格带车辆应该是最畅销的。”

从定位来看，雷诺Dacia Spring将成为零跑T03的主要竞争对手之一。该车基于CMF-A平台打造，采用同平台的车型还有东风风行T1 EV、启辰e30等，售价约2万欧元的雷



唐唯实透露，针对欧洲市场，零跑国际配备了专职的团队，计划在今年年底前共计拓展包括Stellantis&You网络在内的200家销售网点，并于2026年将销售网络拓展至500家。他同时表示，给零跑国际团队定下的KPI是：第一年要实现盈利。

诺Dacia Spring凭借较低的购买门槛，有“欧洲的五菱宏光MINI EV”之称。作为对比，雷诺Dacia Spring的WLTP续航里程约220公里，而零跑T03的WLTP续航里程可达265公里，并搭载了L2级别辅助驾驶功能。

零跑C10则是基于零跑四叶草技术架构打造的首款全球车型，拥有中央集成电子电气架构、CTC电池底盘一体化等技术，以及420公里的WLTP续航里程。

按照规划，今年9月，这两款车型将销往法国、意大利、德国、荷兰、西班牙、葡萄牙、比利时、希腊和罗马尼亚欧洲九国市场，并在年底拓展至全球五大洲。后续三年，零跑国际每年将至少推出一款新车用于海外销售。

值得注意的是，在零跑汽车与Stellantis集团的合作中，前者在合资公司内部仍将扮演主导技术研发、提供具备国际竞争力产品的角色，而后者则通过自身在海外的营销网络、销售、售后服务、汽车金融、物流网络等方面赋能零跑国际。

在业内人士看来，在这样的模式下，零跑汽车不需要在海外建立大量的销售渠道和生产基地，可以用更快的速度占领市场。

而Stellantis集团在合资公司中持股51%，可以利用其在海外市场的政策优势及市场认知，满足不同地区的合规性要求，规避部分市场对中国电动车的政策风险。

唐唯实透露，针对欧洲市场，零跑国际配备了专职的团队，计划在今年年底前共计拓展包括Stellantis&You网络在内的200家销售网点，并于2026年将销售网络拓展至500家。他同时表示，给零跑国际团队定下的KPI是：第一年要实现盈利。

## 规模化和零部件供应成新增长点

对于主打“性价比”的零跑汽车来说，规模化能够有效降低成本，进一步提高毛利率。财报显示，2023年零跑汽车共交付约14.4万辆新车，全年汽车毛利率为0.5%，首次实现毛利率转正，拓展海外市场能够进一步提

升销量，摊低成本。

对于Stellantis集团而言，寻求销量增长同样也是其成立合资公司的目标之一。唐唯实表示：“经济性是Stellantis在电动汽车全球扩张过程中面临的首要问题，而零跑国际能够帮助这家正在转型的传统跨国汽车集团，加速推出具有成本优势的电动汽车产品。”

Stellantis集团将在电气化领域投资500多亿欧元，以实现其在“Dare Forward 2030”战略规划中的电气化目标：即到2030年，集团在欧洲售出的所有乘用车均为纯电动汽车，在美国售出的乘用车及轻型卡车中有50%为纯电动汽车。

对于海外的销量目标，朱江明解释称：“我们所有的欧盟认证要到第三季度才能完成，所以只有第四季度是销量担当，希望今年能够实现6000~1万辆的销量，重点还是要看2025年。”

按照此前的表态，零跑国际的目标是到2030年在中国市场以外销售50万辆汽车。除此之外，零部件外供也有望提供新的财务增量。

发布会上，朱江明指出，成立零跑国际合资公司可以为零跑“Tier1供应商”的发展模式带来帮助。“零跑通过9年时间积累了很多技术，把我们一些电子核心零部件销售给Stellantis，以及其他OEM厂商，这也是未来零跑的分支。”

目前，零跑汽车正在与其他主机厂洽谈进入其供应链体系。“零部件和平台化的合作等，零跑汽车会利用更多的机会发挥优势。因为丰田给我们打了很好的样，零部件是非常大的收入来源，也是很好的方向。”朱江明表示。

零跑汽车联席总裁武强此前在财报会上透露，在寻求海外发展和上量机会时，零跑汽车有能力把技术对外分享，例如中东、欧洲等地有机构希望与零跑进行技术上的研发、合作及共享。“技术合作带来的毛利将远高于卖车，零跑将通过多种战略维度和商业模式的构建把毛利率提升至20%。”

朱江明认为，全域自研、海外市

场，以及零部件外供，有望为零跑汽车提供新的财务增量，其2024年毛利和财务表现会继续向好。

朱江明预计，2024年零跑还会有一定亏损，目标是实现正向的经营性现金流。“通过2025年的销量增长和毛利的进一步提升，我们希望在2025年可以达成全公司的盈利目标。”

## 尚未敲定是否在欧洲本土生产

零跑出海正在加速，其他中国车企也在加快出海步伐，其中，海外设厂绕开关税等壁垒成为不约而同的选择。

在去年的北京车展上，小鹏汽车指出，对欧盟向中国制造的电动汽车发起反补贴调查以及监管变化等因素表示担忧，再加上关税上升的潜在风险，小鹏汽车正在考虑于欧洲投资工厂或供应商，以应对可能出现的挑战。

在小鹏汽车考虑欧洲建厂时，一些车企已经将建厂计划落地实施。比亚迪欧洲首座新能源汽车工厂已于2023年12月正式落地匈牙利，该工厂投资额达到数十亿欧元，将生产电动汽车和动力电池。

奇瑞则采用与西班牙埃布罗电动汽车公司合资的方式，通过收购日产汽车原西班牙生产基地来就地生产电动汽车。

此前有消息称，零跑汽车将与Stellantis合作，使用零跑的技术平台在Stellantis位于波兰的蒂黑工厂生产小型电动汽车。

对此，唐唯实表示，9月进军欧洲市场的零跑车型，仍将以出口模式执行，零跑国际是否会在欧洲实现本土化生产，目前尚未敲定。他同时强调：“不同的国家海关有不同的关税，所以要怎样规避，最终还得根据各个国家的不同情况，来制定最好的战略。”

而对于中国新能源汽车出口到欧洲，唐唯实表示：“我们在中国采购零部件所生产的车，经济成本非常高效，这意味着在欧洲市场上我们完全可以匹敌其他中国新能源车厂商，这是我们目前的想法。”

# 乐道L60开启预售 李斌：没有量的支撑很多事情干不了

时代财经 贺晴

“比特斯拉Model Y正好便宜3万元。”5月15日晚，乐道汽车总裁艾铁成公布了乐道汽车首款中型SUV乐道L60的预售价，21.99万元。

除了价格之外，整场发布会上，乐道汽车将乐道L60从尺寸、空间、风阻、能耗等多个维度频频对标Model Y。

在5月16日的媒体采访环节，艾铁成坦言：“在做产品定义的第一天，就把特斯拉Model Y降价、降几次价都考虑进去了。我们要后发制人，对后面几年的预期想得很清楚。”

根据乘联会秘书长崔东树披露的数据，今年1-4月，Model Y位列中国市场纯电动车型批发销量第一，累计销量实现16.77万辆。作为挑战者的乐道L60，能否在20万元级纯电市场分一杯羹？

“尽管乐道L60与Model Y相比有3万元的价格优势。但客观来说，目前国内市场上面向家庭的纯电SUV竞争相当激烈。除纯电SUV这一品类本身竞争激烈之外，从消费者行为调查来看，20万元市场的家庭用户首选仍然多以燃油车为主，或增购才会考虑电车。因此，我对于乐道L60的销量持谨慎态度。”艾媒咨询首席分析师张毅向时代财经表示。

交银国际则在研报中指出，乐道

L60预售定价具有吸引力。其预测稳态月销量在9000~1万辆水平，将会成为蔚来销量进入第二成长曲线的关键驱动。

尽管并未披露预售数据及销量目标，不过，艾铁成在群访中透露乐道L60在12小时内的订单量远超预期。

## 全面对标Model Y

相较市场空间有限的高端纯电市场，乐道选择在市场潜力更大的主流家用市场中发力。

乐道旗下首款车型L60亦定位为主流家庭市场，预售价为21.99万元。

预售价格是乐道L60的一大看点。此前，蔚来创始人、董事长李斌曾在3月2日的“用户面对面”活动上，直言新车的对手是特斯拉Model Y，而且是“全方位对标”。李斌还隔空喊话：“想买Model Y的用户可以等一等，我们的车价格肯定更便宜。”

发布会上，乐道L60亦全面对标Model Y。

根据官方，乐道L60车长宽高分别为4828mm、1930mm、1616mm，轴距2950mm。能耗上，L60实现12.1kWh的CLTC百公里电耗，官方称较Model Y最新款（12.5kWh）还省3%。L60风阻系数为0.229 Cd，Model Y风阻系数则为0.236 Cd。

事实上，Model Y一直是纯电

时代极具代表性的车型，也是全球销量表现最佳的纯电车型。在中国市场，今年1-4月，Model Y累计批发销量16.77万辆，位列纯电动车型批发销量第一。

作为蔚来的第二品牌，乐道汽车肩负着走量的重任。

李斌此前在财报电话会上强调，蔚来品牌将继续聚焦于保持较高的毛利率，确保公司的盈利能力，第二品牌新产品线将主要承担销量增长任务，在早期阶段，产品销量的优先级高于毛利率。

李斌表示，乐道L60会在合肥新桥蔚来第二工厂生产，因此单车制造成本会显著下降。不管是研发固定费用的分摊，还是供应链方面的成本下降等，都能够帮助整个公司增加盈利。“其实是简单的一个道理：量非常重要。没有量的支撑，很多事情都干不了。”李斌称。

艾铁成在群访上透露，L60在12小时内的订单表现远超预期。

李斌表示，乐道L60目前的预售价本身仍然拥有不错的毛利率空间。不过，乐道L60正式定价还未公布。交银国际在研报中表示：“按照我们估算L60 BOM成本在14万元左右，我们认为预售价低于预期。一般最终上市价会较预售再低5000~1万元。同时官方还没公布BaaS（车电分离的电池租用方案）的定价，最终的BaaS方案对销量有较大影响。”

## “多品牌战略不是一时兴起”

作为造车十年的第一批新势力，蔚来布局子品牌出于何种考量？

在群访中，李斌表示多品牌战略从蔚来创立伊始就已规划好，不是一时兴起，现在落地是水到渠成。

“从高端市场入手，比较有机会做正向研发；另一方面，高端市场的规模有限，只做高端是不行的。如果只做高端，不去服务更广阔的大众市场的用户，和企业愿景、市场经济规律是不匹配的。有了乐道品牌，蔚来公司内部可以产生良性竞争，多个人挣钱养家是好事。”李斌说。

此外，蔚来总裁秦力洪现场透露，第三品牌将于一年内与大家见面。

“车企创建子品牌主要是通过品牌差异化来区分不同的目标消费群体。这样做旨在避免低端产品的市场定位和价格策略对主品牌产生负面影响，同时也有助于减轻对原有品牌需求的分流效应。”惠誉评级亚太区企业评级董事杨菁向时代财经表示。

杨菁亦指出，对于新势力而言，如果主品牌尚未形成足够的规模效应，推出多品牌可能会导致在产品开发、市场营销、销售管理等方面的资源重复投入，从而在短期内对公司的整体盈利能力造成负担。

在产销规模方面，截至今年5月9日，蔚来第50万辆量产车正式下线。

在李斌看来，对乐道和第三品牌的研发投入现在到了变现的阶段。如

销售服务网络方面，销售网络独立建设以外，乐道有很多基础设施是复用蔚来的，包括换电网络、充电网络及部分售后。

官方表示，乐道上市后直接享受蔚来第三代、第四代换电站补能网络，新品牌问世便有千座换电站。此外，乐道与蔚来拥有相同的售后服务网络，截至5月15日，蔚来已经建设333家服务中心。

据悉，L60将在9月份正式上市销售。李斌透露，上市时，乐道将有超过100家门店。

对于蔚来而言，其希望多品牌战略能够帮助自身的全体系统优势最大化，形成蔚来+乐道、高端+主流的打法，实现1+1>2的市场效应。在保证蔚来高端化品牌价值的同时利用规模、成本优势跑马圈地。

不过，同样要关注到的是，下沉市场竞争更为激烈。平安证券指出，尽管短期看特斯拉在国内的竞争力有所下滑，但依然在20万~30万元新能源车市场拥有巨大的影响力。而理想、华为生态圈，小米已成为2024年20万元以上新能源车重要增量。

杨菁认为，针对目前的市场环境，各大车企都在寻求打造一两款爆款车型，以实现规模效益和成本降低。尤其在下沉市场，这需要各品牌提供极高性价比的产品、或者找到能够精准击中下沉市场需求的营销策略。■



# 年销售费用近12亿元 丸美股份狂补线上课

时代周报记者 刘婷 发自广州

“眼霜第一股”正在追回失去的5年。

5月15日，丸美股份（603983.SH，下称“丸美”）举办2023年度暨2024年第一季度业绩说明会。2023年，丸美营业收入为22.26亿元，首次突破20亿元大关；净利润同比增长48.93%至2.6亿元，止跌回升。2024年第一季度，丸美实现营收6.61亿元，同比增长38.73%；净利润为1.11亿元，同比增长40.62%。

这是丸美股份上市以来取得的最好成绩单。

2019年上市时，丸美股份头顶“眼霜第一股”光环，曾短暂登上A股美妆市值第一。此后，珀莱雅、华熙生物、上美股份等国货美妆企业抓住线上渠道风口实现弯道超车，丸美一度“掉队”。

“今天的丸美走向第二个黄金时期，我把2023年定位为丸美的2007年。大家肯定懂，丸美是在2007年腾飞的，我们的线下时代在2007年。”业绩说明会上，丸美股份董事长兼CEO孙怀庆表示，2023年仅仅是开始，丸美完全有信心在各方面顺应时代的变化。

于丸美而言，2007年和2023年，均有里程碑意义。前者为其线下渠道爆发的起点，后者则标志着其主战场从线下转移至线上。

2007年，丸美第一代弹力蛋白眼霜问世，借助成熟的CS渠道迅速卖货，成为市场最大的爆品。2023年，丸美线下收入下挫，线上渠道以超八成的营收贡献，支撑公司营收创下新高。

押注线上初见成效，但转型之路道阻且长。一方面，线上赛道拥挤，玩家“氪金”入场，管控营销费用成为必答题；另一方面，在猛攻线上市场之际，如何稳住线下，无疑考验着丸美的战略执行力。

## 以攻为守稳线下

丸美起家于线下CS渠道，销售



模式以经销和线下为主导，一度是美妆企业里的线下“王者”。但近年来，美妆线下渠道式微，昔日“王者”逐渐变成“青铜”。

2023年，丸美线下渠道营收同比下滑27.17%至3.54亿元，占比降至15.89%。

丸美在年报中解释称，线下整体表现未及预期，在大环境冲击下仍有压力，尤其是百货渠道受客流减少影响明显。

此前，丸美线下颓势已显。2020—2022年，丸美线下渠道营收连续3年录得两位数降幅，分别同比下降19.98%、11.99%和30.49%。同期，丸美的营收规模在18亿元左右徘徊，进入瓶颈期；净利润更是连续下降，从4.64亿元下降至1.74亿元。

直至今日，丸美的线下困境才迎来转机。今年第一季度，丸美线下营收突破1亿元，同比增长14.86%。

丸美将如何乘胜出击，稳住线下大盘？孙怀庆对时代周报记者透露，丸美将保持线下的维稳运营，携手经销商和门店共同深耕市场，以攻为守，以进促稳。百货渠道作为品牌高地，扎实做好品牌建设；日化渠道是公司的线下基本盘，推广优秀店的

运营经验；美容院渠道作为公司的专业底盘，精心筹划并落实各项细节工作；同时，公司积极开拓新零售业务。

针对线下渠道的打法，孙怀庆补充道，公司坚决实施分渠分品的经营策略，通过云仓管理、防窜货管理系统稳价格、稳货盘，运用会员系统把控服务质量。

分渠分品，即在不同的销售渠道上推广和销售不同的产品系列，针对不同市场和消费者特征进行定制化的营销和销售。

这种打法有助于更精细化地管理产品线价格，但也在一定程度上导致线下产品更新滞后，从而影响销售表现。

“分渠分品是公司重大的经营策略，并在近几年持续推进。2024年一季度，公司全面完成线上线下分渠分品，相信分渠分品将保障公司品牌长期健康发展。”孙怀庆强调。

## 线上营销很“烧钱”

随着消费场景的转移和消费习惯的变迁，美妆赛道的主战场转移至线上。从2021年起，丸美开始补课，开启一场长达3年的渠道变革。

丸美在2023年年报中指出，经过

持续3年深刻的变革调整，公司在产品、品牌、人群、渠道、供应等方面全面突破，也迎来了线上发展的重大胜利。从3年前以经销和线下为主导的销售模式，现已成功转型为以线上和直营为主的销售模式。

财报显示，2023年，丸美线上渠道实现了18.71亿元的营业收入，同比增长高达50.40%。线上营收占比超过八成，其中直营销售占比达68.25%。

区别于线下渠道以守为主，丸美在线上市场攻势迅猛。

孙怀庆对时代周报记者表示，随着公司线上运营的稳步推进，公司对各个线上平台的功能和特性有了更为深刻的理解。

具体而言，天猫旗舰店作为货架电商的核心阵地，丸美将不断优化店铺的陈列与形象，控制货品和价盘。抖音作为兴趣电商，公司借助粉丝经济、自制短剧、科学传播等多元方式，建立用户链接，增加曝光和种草覆盖。同时，公司日趋重视小红书种草，以内容为本，稳健渗透。

不过，线上市场的果实并不好摘，入局者必须支出高昂的“入场费”。

多名从业者透露，随着线上赛道越来越卷，用户获取成本日益走高，“烧钱”不一定奏效，但不“烧钱”一定不奏效。

2023年，丸美的销售费用大幅上涨41.65%，达到11.99亿元。公司解释称，这主要是为了推进线上转型并应对日益增长的线上流量成本。进入2024年一季度，丸美的销售费用仍在上涨。

销售费用走高，成为所有布局线上赛道的美妆企业所面对的共性问题。丸美又将如何控制营销费用？

孙怀庆对时代周报记者指出，公司将充分运用各平台属性及优势，紧密结合全年重要的营销节点，保节奏铺排各项营销活动，并确保各平台之间形成良好联动。同时，优化营销内容，强化“产品—品牌—消费者”之间的情感连接，通过更加高效、精细及协同的运营控制营销费用。■

# 饮料提价后轮到方便面 康师傅被传全线涨价

时代财经 张雪梅

5月16日，“康师傅方便面即将全线涨价”的消息传出。康师傅淘宝、京东官方旗舰店客服人员回应称，目前尚未接到相关通知。截至发稿，时代财经暂未从康师傅方面得到回应。

不过，时代财经从一名据称是康师傅业务员的人士处了解到，康师傅袋装和经典桶方便面确实存在涨价动作。

据其了解，目前公司内部还没有正式的公告发出，但是有了大致的方向，“袋装面建议零售价由2.8元提升至3元，经典桶由4.5元提升至5元。目前先让下游零售商提升售价，供货价过段时间才会调整”。

郑嵘在某二线城市经营着一家超市，他告诉时代财经，目前，康师傅全新包装方便面已经上市。

据他介绍，一周前进货的康师傅袋装方便面已经更换了包装，在原来的包装基础上加印“升级啦，鸡蛋和面更爽滑，蔬菜加量更有料”的标语，包装的左下角也打上了“建议零售价3.0元”的字样。而此前，康师傅袋装和桶装面在其超市的售价分别为2.8元和4.5元。

今年一季度，康师傅已经对旗下1L装饮料进行提价，目前郑嵘压缩自己的利润空间仍维持原价销售，但他表示，如果厂商对方便面涨价，他也

会跟涨，“因为利润太低了”。

## 临期换新增多，方便面卖不动了？

近年来，康师傅的业绩压力越来越大。财报数据显示，康师傅控股（00322.HK）2021—2023年的营收增速分别为9.56%、6.26%和2.16%。

2023年，随着消费者居家时间减少，方便面的刚性需求降低，方便面巨头的业绩受到影响。尽管康师傅控股2023年收益同比上升2.16%至804.18亿元，但这主要来自饮品业务收益5.39%的同比增长，其方便面业务收益同比下滑2.84%。

另一行业巨头统一也遇到类似情况，在2023年全年收益提升的背景下，统一企业中国（00220.HK）食品业务录得10.6%的降幅，其中方便面收益缩水超10亿元。

方便面“卖不动了”这一认知在终端感受尤为明显。郑嵘理货的时候就发现，自家超市内方便面临期的情况越来越普遍。一般情况下，销量出现持续下滑时，商家往往会做出两个选择：一是通过降价刺激销量；二是通过涨价提升忠实消费人群的客单价。而眼下，康师傅更倾向于后者。

此外，康师傅方便面涨价的另一原因或是为了弥补售后压力增大带来的成本增加。据上述业务员介绍，康师傅免费为商家提供临期方便面换新的售后服务，这一服务自2023年以来需求量增大。

该业务员表示，康师傅方便面涨价的原因一方面是对标行业同系列产品，今麦郎、白象的桶面都是5元或以上；另一方面就是公司的费用增加，尤其是更换临期产品带来的较大售后压力。2023年，康师傅分销成本为178.83亿元，上年同期为168.10亿元。

据郑嵘回忆，此前自己店里几乎没有康师傅方便面过期退换的情况，但是从去年开始，经常出现临期需要换货，“目前方便面销量下滑，基本每个店都有过期退换的情况发生，换货量还不小，这会给品牌带来较高的成本”。

## 康师傅涨价后，渠道转投娃哈哈们

近年来，康师傅已经多次对方便面价格作出调整。

2021年，康师傅对旗下20%的方便面产品进行提价；2022年，其对袋装、5袋装、经典桶和mini杯进行调价，袋装方便面由2.5元上涨至2.8元，5袋装由12.5元上涨至14元，经典桶由4元涨至4.5元，mini杯由3元涨至3.5元。同年，康师傅方便面收益同比上升4.17%。

2023年，康师傅对饮料业务“故技重施”。去年11月，一张康师傅对茶/果汁涨价的告知函在网络流出，彼时康师傅客服回应，这是出于原材料、用工成本上涨等原因。今年一季度，康师傅正式对旗下1L装茶/果汁饮料

提价，包括冰红茶、绿茶、茉莉蜜茶等，零售价由4元涨至5元，并推出新包装，瓶身同样印上“建议零售价5.0元”的字样。

这一方面能够提升企业毛利，另一方面也在短期内对企业库存的消耗起到推动作用。郑嵘告诉时代财经，去年年底其就从经销商处得知康师傅1L瓶装饮料涨价的消息，他也因此加大进货量，多囤了上百件。

不过，为了稳住顾客，郑嵘超市的康师傅1L装饮料的销售价仍然维持在4元/瓶。他表示，之前1L冰红茶一瓶能赚1元多，但是一件（12瓶）的进货价由35.36元涨至40元，甚至41元后，利润几乎可以忽略不计，“现在都太卷了，只能压缩自己的利润空间”。

但他也提及，后续超市进货会向娃哈哈、统一等未涨价的品牌倾斜。同样的情况也发生在量贩零食渠道，除了经营超市，郑嵘也是量贩零食品牌零食很忙的加盟商。他透露，今年2月前后，零食很忙系统也因进货价上涨，下架了康师傅1L瓶装饮料。

郑嵘表示，如果这次康师傅方便面进价上涨，超市零售价也会跟涨，因为一包方便面的利润只有5毛钱。

康师傅的涨价行为显然会带来消费者、经销商和零售商对康师傅新价格体系的重新审视，而他们也必将视自己的利益投出一票。■

（应受访者要求，文中郑嵘为化名）

2.84%





# 万科比亚迪合资公司注销 王传福和郁亮曾双双站台

时代周报记者 梁争誉 发自深圳

随着合资公司注销，万科与比亚迪的“轨道+物业”故事落下帷幕。

根据天眼查信息，万科旗下公司深圳市万科云地实业有限公司（以下简称“万科云地”）于5月10日被注销。万科云地成立于2017年5月，由比亚迪旗下深圳腾势汽车有限公司以及万科A旗下横琴万科云地商务咨询合伙企业（有限合伙）分别持股72%、28%。

万科云地是为万科与比亚迪一个合作项目而设立，由于最终没有获取到项目，该合资公司按照协议进行注销。

万科与比亚迪的合作，始于8年前。2016年12月，万科与比亚迪在大梅沙万科中心签署战略合作协议，探索“轨道+物业”新模式，万科董事会主席郁亮、比亚迪董事长王传福双双出席背书。

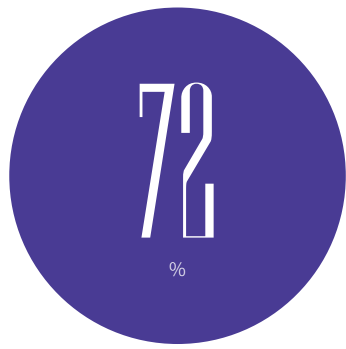
“比亚迪和万科走到一起，源于一些共同的基因。”彼时，郁亮强调，比亚迪是中国制造的代表之一，万科也一直在提倡精益建造，推动工业化技术，学习工匠精神。

组CP的8年里，万科与比亚迪度过了一段热恋期，它们彼此认同，有过多次互动合作。

2019年10月，万科出资5亿元，联合比亚迪投资一只专注于科技、物流等领域的基金；2020年12月，郁亮在比亚迪提了一辆“汉EV”，王传福亲自向他提车；比亚迪还是万科泊寓的战略客户，承租泊寓逾1700间房间。

郁亮曾经在集团年会上批评“二传手文化”，也是受比亚迪启发。“我参观比亚迪，王传福说他除了轮胎跟玻璃不生产，别的都自己生产。他说，‘郁总，每个部品都有厂家，每个厂家都要赚10%的利润，拼起来我们怎么赚钱？’”郁亮说，所有的工作都假手于人，每个人都要赚10%，万科肯定没钱赚，所以要流程再造。

度过蜜月期后，房地产行业环境



万科云地成立于2017年5月，由比亚迪旗下深圳腾势汽车有限公司以及万科A旗下横琴万科云地商务咨询合伙企业（有限合伙）分别持股72%、28%。

发生巨变，万科和比亚迪的合作随之生变。眼下，为了聚焦主业，万科将瘦身进行到底，“轨道+物业”并不在优先级。

## 两次声势浩大的合作

过去8年，万科与比亚迪曾有过两次声势浩大的深度合作。

2016年12月13日，万科和比亚迪签署战略合作协议，双方拟以开放、共享的理念，通过资源共享，建立多元化合作模式，在国内各城市的轨道交通发展战略和布局、各城市工业园区开发以及海外业务开发中，进行深度、全面、整体合作。

彼时，比亚迪正式投入城市轨道交通项目研究，进入轨道交通产业，向城市配套服务商转型的万科也准备在轨道物业上大干一场。

在万科2017年中期业绩推介会上，郁亮表示非常看好“轨道+物业”，但不是万科单方面想做就能做。“我们在做不同尝试。”

第一是地铁，我们和深圳地铁本身有合作，600多个项目中有40多个

项目跟地铁相关。第二是高铁，我们试图参与高铁站点开发，这也是一种轨道+物业的模式。第三是轻轨，我们跟轻轨、比亚迪云轨都有合作。”

王传福表示，比亚迪推出的云轨方案致力于解决三、四线城市的拥堵问题，这种轨道交通走在城市绿化带上空，不占用城市道路面积，“一定要把交通拥堵和环境问题解决，中国城市化才可能健康可持续，比亚迪这一绿色愿景和万科高度重合”。

万科方面表示，万科作为城市配套服务商，解决城市居住问题，比亚迪通过云轨解决城市拥堵，而“轨道+物业”是万科非常看好的解决未来普通人居住、生活、工作的模式，这一次签约将万科的物业开发和比亚迪的云轨相结合，为城市发展提供了一种解决方案。

虽然双方都寄予厚望，但万科与比亚迪的这次合作不算顺利。

据界面新闻报道，2017年，广安、蚌埠、济宁、衡阳、安阳、桂林等地的云轨项目相继开工。但由于政策收紧，前述城市的云轨项目均不得不暂停。

两年后，为配合多元化业务发展，万科与比亚迪再续前缘。

2019年10月8日，万科公告称，联合比亚迪等斥资11.01亿元共同投资一只基金，旗下子公司万科（成都）企业有限公司拟与天津荣泰成长投资管理有限公司、比亚迪汽车工业有限公司共同投资横琴和谐鼎泰股权投资企业（有限合伙），即和谐鼎泰基金。

万科表示，以自有资金参与投资基金，是基于公司既定的发展战略，投资有助于加快公司“城乡建设与生活服务商”战略定位的落地。

天眼查大数据分析显示，截至目前，和谐鼎泰基金并无对外投资记录。根据中国证券投资基金业协会信息，横琴和谐鼎泰股权投资企业（有限合伙）目前状态为“正在运作”。

## 万科火速“瘦身健体”

“轨道+物业”曾被万科视为潜力业务。

在万科2017年中期业绩推介会上，郁亮表示，未来几年全球80%的轨道建设都出现在中国，各地轨道交通带来的不只是盖住宅的需求，有些要盖人才保障房，有些希望建设社区商业，有些希望在那里办公，还有地方希望轨道交通孵化一些产业，做产业园区。

“今天万科无论是住宅开发、物业管理，还是商业、教育、养老，都能够配合到‘轨道+物业’的需求。我们也希望‘轨道+物业’能够在万科未来业务发展过程中扮演重要角色。”郁亮表示。

按照郁亮的规划，万科将用跑马的方式确定哪个业务能够领先出来，之后培养壮大。

然而，在行业剧烈调整的当下，万科选择“瘦身健体”，剥离非核心业务。

今年，万科提出聚焦主业、瘦身健体的一揽子方案。郁亮曾透露，今年的大宗资产交易目标是200亿元。

“瘦身”计划的第一阶段是调整融资模式、降低风险，聚焦在综合住区开发、物业管理和租赁住宅三大主业业务，退出其他业务，清理和转让非主业的财务投资，大力度地通过大宗交易和REITs，把商业办公资产转让出去。

第二阶段是做好、做强、做精主业，打造出行业的产品标杆和服务标杆。在资源聚焦之后，花更多的力气、更多的工夫，在好产品、好服务、好社区方面保持继续领先。

今年以来，万科的瘦身健体工作取得有效进展。

今年一季度，万科实现大宗资产交易回款42亿元，其中上海七宝万科广场实现50%的股权交易，交易金额23.84亿元。

5月8日，万科公开转让一宗位于深圳湾超级总部基地的商业办公项目，起始价22.35亿元。

万科云地注销亦被视为万科瘦身的重要举措。逐渐剥离非核心业务后，万科将轻装上阵，集中资源“活下去”。■

# 物管国企成IPO主力 迷你物企赴港“破冰”

时代财经 陈泽旋

泓盈城市服务打破了港股物企的IPO“空窗期”。

5月17日上市第一天，泓盈城市服务开盘报3.46港元/股，最高达到3.65港元，最低3.10港元/股，最终以3.21港元/股收盘，市值为5.14亿港元。对比发行价3.2港元/股，上市首日股价涨幅仅约0.31%，跑输港股物业服务及管理板块整体走势。

根据Wind金融终端，5月17日，港股物业服务及管理板块股价集体走高，收盘涨超1%的物企达到44家，在港股上市物企中的占比超过64%。

尽管首日跑输物管板块，泓盈城市服务的成功上市依然具有破冰意味。房地产进入深度调整期，物管行业也受到持续影响，去年7月18日众安智慧生活在港交所挂牌之后，港A两市已经长达10个月没有物企IPO。

近3个月，多家物企的IPO计划陆续取得进展，与两年前的物企上市潮以民企为主不同，如今仍然活跃在IPO市场的物企多为国企。成功上市的泓盈城市服务，亦是一家国有城市服务及运营提供商。

不过，从泓盈城市服务IPO的最终结果来看，房地产行业负面情绪的影响仍然存在。

## 长沙微型物企赴港“破冰”

配发结果显示，泓盈城市服务全球发售4000万股股份，香港公开发售占30%，国际配售占70%，最终发

售价每股3.20港元，为发售价格范围3.20~3.60港元的下限，全球发售筹款总额为1.28亿港元，扣除预计应付上市费后筹约8638万港元。

泓盈城市服务以下限定价，一方面与物管行业随行就市有关，另一方面或归结于它的规模与布局。

2023年，仅有两家物企成功上市，且最终都以发售价格范围的下限定价。其中，润华服务最终发售价为1.70港元，发售价格范围是1.70~2.00港元；众安智慧生活的最终发售价格为1.18港元，发售价格范围为1.18~1.48港元。

从目前的收入、利润规模来看，泓盈城市服务是一家小型的地方型物企。根据招股章程，2023年，泓盈城市服务实现营业收入6.52亿元，毛利润1.52亿元，净利润7017.8万元，对应的毛利率、净利率分别为23.29%、10.77%。

Wind金融终端显示，港A两市将近70家物企发布了2023年度报告，营业收入高于泓盈城市服务的超过50家。而在泓盈城市服务6.52亿元的年度收入当中，长沙市场贡献了将近99.18%，约为6.47亿元。

泓盈城市服务的主营业务包括物业管理服务、城市服务、商业运营服务。

三大业务板块中，对收入贡献最大的是城市服务。具体来看，物业管理服务在2023年实现营业收入2.38亿元，在总收入中的占比是36.5%；城市服务收入3.53亿元，占比54.2%；商业运营服务6068.3万元，

占比9.3%。

截至2023年12月31日，泓盈城市服务在管物业管理项目68个，在管建筑面积1110万平方米；城市服务板块在管项目157个；商业运营服务板块在管项目50个，在管建筑面积为76.6万平方米。

上市之后的泓盈城市服务也有继续扩张的计划。按照5月8日发布的招股章程的假定，泓盈城市服务计划将所筹款项净额用于五大方面，其中，约29.2%用于收购，约21.0%用于购买市政环卫服务及照明系统运营服务作业车辆及设备。

## 国企成IPO主力

不过，从资金用途安排来看，泓盈城市服务对收购的态度相对审慎。而据时代财经了解，过去几年IPO物企用于收购或扩大规模的比例往往超过了所筹资金的一半。

比如，在2022年上市的东原仁知服务，计划用于战略投资、合作及收购的资金比例达到65%；在2021年上市的越秀服务，计划用于收购和投资的资金比例达到了60%；在2020年上市的正荣服务，计划用于战略收购及投资的资金比例为55%。

在房地产进入调整期，物管行业在许多方面迎来了淡季，包括收购和IPO，资本对物企的兴趣也大不如前。

根据克而瑞物管的不完全统计，2023年上市物企收购数量为42起，同比下降21%，披露收购金额约33.73亿元，同比下降68%；2021年、

2022年的收购数量均为53起，收购金额分别为355.88亿元、106.09亿元。

在物企纷纷刹停追逐规模脚步后，IPO所募资金也有限地发挥了它的收购作用。越秀服务在上市时立下3年内管面积突破1亿平方米，期限将在今年年中届满，而截至2023年年末，越秀服务在管面积仅约6520万平方米，距离目标仍有不小的差距，管理层曾回应称原因是收购没有达到预期。

近两年，IPO物企数量随行就市地减少。2023年，仅有润华服务和众安智慧生活两家物企成功上市，而2020—2022年，每年成功IPO的物企数量分别为17家、13家和6家。

去年7月18日，众安智慧生活在港交所挂牌之后，港A两市便进入了长达10个月的物企IPO“空窗期”，直到泓盈城市服务的出现对“空窗期”予以终结。

近3个月，多家物企的IPO计划陆续取得进展，除了泓盈城市服务，经发物业、深业物业均收到了中国证监会的境外发行上市备案通知书，瑞景城市服务亦在近日启动H股上市相关主要中介团队的招标。

值得一提的是，泓盈城市服务、经发物业、深业物业、瑞景城市服务均为地方国企，站在它们身后的，分别是长沙市国资委、西安经开区管委会、深圳市国资委、无锡市国资委。

与两年前的物企上市潮以民企为主不同，如今仍然活跃在IPO市场的以国企为主。■



# 2024

ESG与高质量发展创新论坛

## 新理念 新发展 新动能

中国 北京 | 2024年5月23日

主办方：广东时代传媒集团有限公司

学术支持：中央财经大学绿色金融国际研究院

承办单位：时代周报、时代财经APP、时代商学院

特约赞助：宁波银行