

企 業 家 日 報

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 8 版 第 132 期 总第 11100 期 四川省社会科学院主管主办 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2024 年 5 月 29 日 星期三 甲辰年 四月二十二



上海出台“沪九条” 优化调整房地产市场政策

■ 郑钧天

27 日,上海出台九条新措施以更好满足居民多元化居住需求,包括进一步优化住房限购政策、支持多子女家庭合理住房需求、优化住房信贷政策等。

这份名为《关于优化本市房地产市场平稳健康发展政策措施的通知》的文件明确,在限购政策调整方面,通知明确差异化、分区域调整优化住房限购政策,非沪籍居民购房所需缴纳社保或个税年限“五改三”,即从“连续缴纳满 5 年及以上”调整为“连续缴纳满 3 年及以上”;五个新城以及南北转型等重点区域的非沪籍人才购房“三改二”,即从“连续缴纳满 3 年及以上”调整为“连续缴纳满 2 年及以上”,中国(上海)自由贸易试验区临港新片区的非沪籍人才购房继续执行“连续缴纳满 1 年及以上”规定。

五个新城以及南北转型等重点区域的非沪籍人才扩大至所在区全域;非沪籍单身人士购房区域扩大至外环内二二手房。

此外,相关政策口径也进行了调整。如取消离异购房合并计算住房套数规定,对夫妻离异后购房的,不再按离异前家庭计算拥有住房套数;已赠与住房不再计入赠与人拥有住房套数等。

值得注意的是,此次政策支持企业购房用于职工租住,企业购买 2000 年前竣工、建筑面积在 70 平方米及以下的二手房,用于职工租住的,不限年限购买住房套数。

在支持多子女家庭合理住房需求方面,通知允许二孩及以上的多子女家庭增购 1 套住房,即在执行现有住房限购政策基础上,可再购买 1 套住房;并优化多子女家庭在个人住房贷款中首套住房认定标准,减少其购房利息负担。

在优化住房信贷政策方面,首套住房个人商贷利率下限调整为不低于相应期限贷款市场报价利率(LPR)减 45 个基点,首付款比例下限调整为 20%;二套住房个人商贷利率下限调整为不低于 LPR 减 5 个基点,首付款比例下限调整为 35%;中国(上海)自由贸易试验区临港新片区,嘉定、青浦、松江、奉贤、宝山、金山等 6 个区域继续实行差异化政策,二套住房个人商贷利率下限调整为 LPR 减 25 个基点,首付款比例下限调整为 30%。

购买首套住房的职工,个人公积金最高贷款额度提至 80 万元,家庭公积金最高贷款额度提至 160 万元。多子女家庭贷款购买首套住房,最高贷款额度在此基础上上浮 20%,即最高可达 192 万元。购买二套改善型住房的职工,个人公积金最高贷款额度调整至 65 万元,家庭公积金最高贷款额度提高至 130 万元。

在支持居住困难家庭改善居住条件方面,通知提出对符合条件的“以旧换新”居民家庭,给予住房置换期间过渡租房、装修搬家等适度补贴。

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有效证件。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用;本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取现金、广告等宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号,不得以任何理由收取现金或转付到与报社无关的其他账号。

举报电话:028-87344621
企业家日报社



责编:袁志彬 版式:黄健
新闻热线:028-87319500
投稿邮箱:cjb490@sina.com



上海加快推进国际科创中心建设

■ 姜微 周琳 董雪

2024 年,是上海国际科创中心建设十周年。主动服务国家战略,2023 年上海基础研究投入增长至 2013 年的三倍以上;科创板首发募资额和总市值位居全国首位;科技创新助力上海经济体量突破 4 万亿元大关……

闯在基础研究“无人区”,创在体制机制改革生态田,育在未来产业新质生产力,上海加快从“建框架”向“强功能”推进,迈向科技强国建设的下一个十年。

赋能百业 自觉向科技创新要动力

“首次证实钽酸锂异质集成晶圆性能更好、成本更低,有望成为光子芯片的核心材料!”5 月 8 日,中国科学院上海微系统所研究员欧欣团队多年深耕,取得令人振奋的突破性成果。

加快建设具有全球影响力的科技创新中心,上海始终以排头兵的姿态、先行者的担当,向“无人区”挺进。

面向世界科技前沿,体细胞克隆猴等一批首创成果在上海诞生;面向国家重大战略需求,上海累计牵头承担国家科技重大专项 929 项,参与研制“天舟”“神舟”等一批国之重器;面向经济主战场,C919 国产大飞机冲天,首艘国产大型邮轮远航,上海团队自主研发出一批具有国际先进水平的重大战略产品;面向人民生命健康,全国获批上市的 1 类创新药和创新医疗器械,上海占了近五分之一……

十年来,抢占制高点,上海着力强化科技创新策源功能,努力打造成为科技强国建设的重要引擎。

如今,上海已集聚超过 80 家“国字头”的高端科研平台、超过 2.4 万家高新技术企业,在沪国家实验室、高水平研究型大学等战略科技力量梯度展开。

在宝钢股份,不仅黑灯工厂中工业机器人干着“风险大、环境脏、重复劳动”的 3D 岗位,“AI 主操”台还让海量数据与人工经验完美结合。“宝武的重心就是转变发展方式,增强科技创新能力和提高效率效益。”宝武集团党委书记、董事长胡望明说。

科创迭代、产业蝶变,加快向高端绿色智能跨越:十年来,集成电路、生物医药、人工智能等三大先导产业在上海蓬勃发展,规模增至 1.6 万亿元,占上海 GDP 比重三分之一。

强化前瞻性、战略性、系统性科技布局,深化人形机器人、量子计算、6G 等领域创新;加快建设重大科技基础设施集群,已建、在建和规划的设施达 20 个……上海将持续增强科技创新的源头供给放在首位,为培育新质生产力赋能助阵。

“全过程创新、全链条加速、全社会活力,向科创要动力,不光是科技部门,也成为百行



千业的共识。”上海市科委主任骆大进说。

由点及面 主动向机制改革要活力

走进上海数学与交叉学科研究院,无论会议室、办公室还是走廊,随处可见大大小小的黑板。这是数学家们提出的小需求,用来“捕捉”随时闪现的灵感。

由著名数学家、菲尔兹奖首位华人得主丘成桐领衔的这一研究院,用最大诚意向全球人才抛出橄榄枝,仅 3 个月有来自 10 余个国家和地区、40 个左右顶尖科学家入驻。

研究院副院长胡森说,通过薪酬、评价等体制改革,兼具大学“最先一公里”的前瞻和市场“最后一公里”的灵活转化,吸引他们面向基础学科、人工智能等领域,全力以赴攻克数学“皇冠”。

在全球科技竞争白热化的当下,赢得未来的关键在于配置资源的能力。上海敢于刀刃向内,持续向改革要活力。

“先行区”探路,激活前沿创新。2021 年,上海创新基础研究支持范式,让“特事特办”给科研人员充分赋权赋能,复旦大学、上海交通大学等高校先行探索。“彻底改革流程链条、精简审批,把立项权限直接交给高水平科研单位,原创思想更容易‘冒出来’。”复旦大学科研院相关负责人王浩说。

基础研究是整个科学体系的源头。2022 年上海全社会基础研究投入达到 180.59 亿元,近 10 年平均年增长 14.15%。

科创离不开人才、资金、应用等配套机制,既要有冲劲,更要有韧劲。在刻蚀机“鲜有资本问津”时,上海主力科创基金为回国创业的尹志尧提供数千万元,十年来打破部门壁

垒、服务科创的“政策包”不断升级,成就了科创板半导体设备“第一股”中微半导体,更加速集成电路行业在上海集聚。

科技引领新型工业化,区块链、Web3.0 等金融科技蓬勃发展;与国际经济、贸易、航运中心同频共振,至 2023 年末上海累计认证近 600 家外资研发中心;国际金融中心加速创新技术从实验室走向大市场,“这是上海的独特优势,五个中心攥指成拳。”骆大进说。

法治化保障,护航创新引领。以前瞻立法建科创之城,十年来,一系列法规群撑起科创的四梁八柱:2020 年,《上海市推进科技创新中心建设条例》出台,成为国内首部科创中心建设的“基本法”;修订《上海市科学技术进步条例》,凸显上海国际科创中心建设的战略使命和龙头带动、示范引领功能……

“上海正在用越来越完善的法规制度群,巩固前瞻探索的科技制度创新成果,解开绑住科研人员的绳索。”上海市科委战略规划处处长韩元建说。

厚植土壤 不懈向开放生态要潜力

短短几年,3 项自主研发的 1 类新药相继获批上市,其中一款抗癌新药成功“出海”。作为一家诞生于上海、成长于上海的本土药企,和黄医药将这些高光时刻归功于呵护开放生态。

“上海是政策‘试验田’,得益于体制机制创新,提前 3 年上市销售;上海又是产业聚集地,百余个临床项目先后进行;上海还是营商‘优等生’,承诺好项目不缺土地,让一体化研发、生产及商业平台走入现实。”和黄医药执行副总裁崔映聆说。

上海正努力营造世界一流的创新生态,为创新种子提供土壤、阳光和雨露,进一步加速科技成果向现实生产力转化。

走进位于徐汇滨江的模速空间创新生态社区,这里被业界称为“中国大模型密度最高”的地方,近 70 家相关企业,涵盖底层技术、应用研发、场景设计等全产业链“伙伴”。“我们不仅提供数据、评测、金融等硬保障,同时也提供对接资源等软服务。”模速空间副总经理张韵说。

让链主效能溢出,上海首创“探索者计划”,2024 年吸引了联影医疗、鸿之微科技、华测导航、上海飞机设计研究院等“领头羊”。聚焦关键“十年磨剑”,上汽新能源汽车、联影高端医疗设备等核心技术产品扬帆出海,实现从单向引进到输出技术的跨越。

“加入‘探索者计划’以来,联影集团携手多家高校、科研院所、三甲医院协同创新,推动产品核心性能达到国际领先水平。”联影集团董事长薛敏说。

数据显示,上海聚焦前沿赛道启动新建约 10 家高质量孵化器,研究设立科技创新引导基金,上海市科技型企业贷款余额达 1.05 万亿元,开展“科创 A 计划”等投融资对接活动,瞄准未来产业加足马力。

一条从上海市松江区发端的 G60 科创走廊,正将长三角的科技朋友圈串联起来,海内外高能级产业纷至沓来,持续提升科创浓度。服务国家战略,上海持续在科技圈“建群”。一位受访对象以国产大飞机为例算了笔账:一架 C919 售价 1 亿美元,需要数千家上下游配套供应商生产制造,带动的是整个航空工业产业链。

瞄准具有全球影响力的科创中心这一目标,新征程上踔厉奋发的上海,正在第一动力的赛道上全力奔跑。

(据新华社)

乘风而行——从体博会看中国企业出海

■ 高萌 李丽 林德韧 陈地

2024 中国国际体育用品博览会 5 月 26 日闭幕。据官方数据统计,本届展会参展企业数量超过 1600 家,现场观众人数超过 10 万人次,其中,境外观众突破 3000 人次。

在体博会现场,无论是在非洲用一天半就能建成的装配式体育馆,还是照进“超级碗”的“全色域体育照明”技术……“中国制造”的展台吸引着许多外商的目光。

中国体育用品业联合会副主席兼秘书长罗杰表示:“海外观众的回归对参展企业拓展海外市场,实现跨区域经营、提升品牌国际影响力有积极意义。他们也是疫情过后,世界重新认识中国体育制造业乃至体育产业的窗口。”

尽管《中国体育用品业年度发展报告(2023)》显示:近几年中国体育用品出口呈现出大幅度震荡走势,但“走出去”进军国际市场、拓展全球发展版图,对中国企业而言仍是极具吸引力的选择。正如北京体育大学中国体育政策研究院院长鲍明晓所言:“企业出海是未来体育用品业发展的重要方向。”

在体博会上,记者也观察到不少中国企业正摸索着自己的乘风出海之路。

他们把中国人造草铺进英超

在体博会现场,有一片“长草”的区域人来人往。人们拿起展台上各种形态、各种材质的人造草皮对比讨论着。相较于天然草坪高昂的种植、养护费用,人造草坪不仅造价更低



而且更加节能。尽管世界杯、欧洲杯等大赛的正式场地仍需要使用天然草,但出于多重考虑,许多足球俱乐部正在逐渐将训练场的天然草替换为人工造草。这也为许多中国企业提供了出海空间。

据《中国体育用品业年度发展报告(2023)》数据显示,2023 年,我国人造草行业营收净利率超过 10%;出口金额为 4.67 亿美元,增幅达到了 9.68%。“中国制造”已在人造草这个品类上占据了领先地位。

前不久,来自广东的“绿城体育”获得了一个把国产人造草“铺进”英超联赛的机会。据其副总裁徐靓介绍,该企业目前已与英超劲旅托特纳姆热刺队签约,在不久的将来,该俱乐部的训练场将会铺上中国人造草。

“目前,很多中国企业人造草的结构、摩擦力还是回弹等技术指标都已经无限接近天然草了。无论晴天还是雨天,我们基本能够实现全场景模拟。”徐靓说。

“我们一直在跟着央企出海做项目。逐渐适应海外市场之后,我们的专业程度在国外也越来越得到认可。目前我们已经完成了埃

塞俄比亚的国家体育场项目。这次和热刺的项目,是我们在拿到国际足联认证后,第一次打开了欧洲五大联赛的大门。”

谈及国际足联认证,徐靓坦言“不容易”。“首先不用说,产品肯定要被送往指定实验室检验,满足各项技术要求后才能开始申请 FIFA(国际足联)的认证。这是很系统、很全面的考察,我们这些管理层也都经历了面试。”

“但不管怎么难,我们还是要积极加入国际体系。这次和热刺的合作是我们的第一步,接下来我们还要把更多中国人造草铺进五大联赛。”

沿着“一带一路” 运动地板的生意越做越远

体博会期间,河北杰帝奇体育用品有限公司外贸部的总经理杨磊忙得不亦乐乎。作为一家专做运动地板相关业务的公司,他们在 2023 年迈出了“出海”的重要一步——赞助乌干巴 2023 东亚青年运动会的三人篮球等项目。

正是由于这次亮相,许多亚洲国家通过产品认识了这家中国企业。杨磊的订单从蒙古国传到了中亚地区甚至更远:“我们其实并不是行业里最强有力的企业,但通过那次比赛,通过运动员使用后的反馈,订单自然而然地就来了。蒙古国的比赛结束后,乌兹别克斯坦的客户立刻跟我们取得了联系。”

杨磊表示:“我们的出海思路其实就是跟

着‘一带一路’走。因为我们不仅做产品,也做服务、做一体化的解决方式,这样可以更好地和其他行业进行整合,对我们来说也更便利。最近,我们正在研究去塞尔维亚建生产基地的事,我们去看过了,环境确实不错,很适合做市场。”

近日,杨磊还在展位上接待了一位特别的访客——国际篮联(FIBA)装备与场馆部工作人员宛静。从瑞士来到成都,宛静此行的目的就是和国际篮联的中国认证商们就产品质量、行业规则等内容进行交流,并邀请大家前往国际篮联总部参加认证商大会。

宛静表示:“国际篮联认证是国际化的认证,如果我们在生产质量方面要形成体系和全球的行业标准,就不能没有中国厂家来参与。很多国际体育组织都在欧美,与欧美国家的沟通可能会更多一些,所以我们就更想促进中国厂家与行业进行交流,最起码在信息上可以达到全球互通。”

杨磊认为积极融入国际体系,努力拓展海外市场是企业重要的发展方向。仅此次体博会,杨磊和他的同事们就接洽了来自俄罗斯、马来西亚、巴西、印度、泰国、智利、哥伦比亚等国家的客户。

通过与外商们的交流,也让他产生了关于企业出海的新思路:“国外很多客商对我们的制造业水平很认可,他们也希望把中国的生产技术引进过去。所以我们以后可能也不单纯地进行产品出口,也要进行技术、服务、品牌的出口。”