

北交所推出多举措助力专精特新中小企业发展

■ 姚均芳

北京证券交易所日前发布的消息显示,为进一步提升对专精特新中小企业的服务质量,北交所、全国股转公司制定中小企业专精特新发展综合服务行动计划,推出系列服务举措。

据悉,北交所、全国股转公司将强化对专精特新中小企业的审核支持。创新挂牌审核机制,针对区域性股权市场培育的专精特新中小企业开通审核绿色通道,允许符合条件的专精特新“小巨人”企业、制造业单项冠军企业通过公示审核快速挂牌。将企业的专业化、精细化、特色化、创新能力作为判断企业创新属性的重要参考,支持突破关键核心技术、生产经营规范、发展前景良好的专精特新中小企业在北交所上市。

同时,加强对专精特新中小企业的培育服务。深入开展“进集群、进园区”调研走访,切实了解专精特新中小企业发展需求。深化与工信、金融等政府部门的合作,精准服务有挂牌上市意愿的专精特新中小企业。联合市场机构为专精特新中小企业开展上门问诊、人才培训等综合服务,定期组织面向专精特新中小企业关键人员的资本市场专题培训。

此外,为助力专精特新中小企业获得更多金融资源,北交所、全国股转公司将引导私募基金、政府引导基金、产业基金等加强对专精特新中小企业的投资力度,鼓励社会资本“投早投小投创新”。支持符合条件的专精特新中小企业发行公司债券,鼓励政策性机构和市场机构为专精特新中小企业发行科创债券融资提供增信支持。开展北交所上市公司专精特新指数研发编制工作,适时推出相关指数,推动沪深深跨市场专精特新指数编制发布。



●北京证券交易所外景。
新华社记者 李鑫 摄

深化产融合作 助力推进新型工业化

——2024金融街论坛年会聚焦金融服务实体经济质效

■ 新华社记者 刘羽佳 熊琳

当前,我国产融合作日益密切,为加快推进新型工业化提供了坚实支撑和保障。在2024金融街论坛年会上,多位嘉宾就深化产融合作,助推推进新型工业化展开深入交流。

工业和信息化部副部长赵立坚表示,要进一步深化政策协同,为推进新型工业化提供优质金融服务,优化完善服务生态、推进科技创新与产业创新深度融合,强化创新配套、提升金融服务实体经济质效。

北京科技资源丰富,产业新兴动能持续壮大。北京市人民政府副秘书长许心超介绍,北京市聚焦科创、文化、民营、中小微及外向型企业,持续丰富金融服务实体经济的常态化金融实践。2023年设立的8只政府投资基金整体规模达到1000亿元,从逆周期调节、跨周期调节、跨行业调节、跨越基金管理周期、支持投贷联动等角度,持续创新金融支持实体经济高质量发展的探索。

中国人民银行信贷市场司司长彭立峰认为,制造业升级改造“补链”“强链”“延链”和抢占全球产业竞争制高点等,都需要大量的长期资金投入,新型工业化对金融供给提出更高要求。

彭立峰说,人民银行与有关部门协作设立5000亿元科技创新和技术改造再贷款等结构性货币政策工具,引导银行机构加大对制造业重点产业链核心企业、关键技术和产业攻关项目的支持力度。

国务院参事室特约研究员姚景源表示,要稳住制造业占国民经济的合理比重,建立实体经济特别是制造业和金融体系良性互动的发展格局,实现实体经济和金融体系互通、共生共融,优化信贷结构,让更多的信贷资金流向实体经济和制造业。

论坛期间,工业和信息化部与北交所、全国股转公司签署战略合作协议,通过强化培育服务机制、深化产融对接机制、建立工作联动机制,共同支持专精特新中小企业,助力北交所、新三板实现高质量发展。

为引导金融资源流向重大战略、重点领域和薄弱环节,此次论坛期间,12家金融机构和12家重点企业就金融支持新型工业化重大项目进行签约。

摩尔线程智能科技(北京)有限责任公司作为北京市重点科创企业参与了现场签约。摩尔线程首席运营官周苑表示:“算力是推动数字经济发展的新型驱动力。我们将发挥在人工智能等领域的优势,探索更多新兴技术应用,与更多金融合作伙伴一起,推动金融科技、科技金融的高质量发展。”

LPR再次下降,企业居民融资迎利好!

■ 新华社记者 吴雨

又“降息”了!企业和居民将再享利好。

10月21日,新一期贷款市场报价利率(LPR)发布,1年期和5年期以上LPR双双下降25个基点,1年期LPR降至3.1%,5年期以上LPR降至3.6%。

这是LPR年内第三次下降。今年2月,5年期以上LPR下降25个基点;7月,1年期和5年期以上LPR双双下降10个基点。

LPR下降会带来什么影响?

作为贷款利率定价的主要参考基准,LPR的每一次调整,都直接影响企业和居民的融资成本。

今年以来,1年期LPR已累计下降35个基点,5年期以上LPR已累计下降60个基点。在LPR的带动下,贷款利率进一步下行。

中国人民银行新发布的一组数据印证了这一趋势:9月,新发放企业贷款加权平均利率约为3.63%,比上年同期低约21个基点;新

发放个人住房贷款利率约为3.32%,比上月低约2个基点,比上年同期低约78个基点,均处于历史低位。

今年以来,越来越多企业的贷款利率进入“3时代”,各地新发放房贷利率明显下行,存量房贷也将迎来批量调降。此次LPR再次下降,将给企业和居民带来哪些实实在在的好处?

以房贷利率为例,对于即将贷款买房的人来说,LPR下降会带动新发放的房贷利率进一步下行;对于存量房贷借款人来说,今年LPR已下降60个基点,加上10月25日存量房贷利率将进行批量调降,房贷负担会进一步减轻。

如果有借款人正好在此次“降息”后迎来重定价日,立马能享受到存量房贷利率降至3.3%的好利。

以北京为例,前期北京首套房贷利率最低加点是55个基点,此次将最低加点降至减30个基点,再加上今年LPR已下降的60个基点,不少人的存量房贷利率可累计下降145

个基点。按照100万元贷款、25年等额本息的还贷方式计算,房贷利息总额减少超24万元,每月月供减少超800元。

LPR下降的好处不止于此。

“LPR下降传递出稳投资、促消费的政策信号,有助于持续扩大有效需求,增强发展内生动力。”中国民生银行首席经济学家温彬表示,近期,金融管理部门还出台了稳楼市、稳股市等一揽子金融政策,这些政策和降息降准政策一起,打出“组合拳”,对提振信心、稳定预期将持续产生积极作用。

9月26日召开的中共中央政治局会议提出“实施有力度的降息”,次日中国人民银行下调政策利率20个基点,并带动各类市场基准利率下降。因此,对于此次LPR跟随政策利率下降,市场已有预期。今年以来,货币政策持续发力,银行让利实体经济的力度也持续加大。

行至10月,做好四季度经济工作对于确保实现全年经济社会发展预期目标任务至关

重要。在此背景下,需要进一步精准施策降低融资成本,为企业纾困解忧,让企业轻装上阵;减轻居民利息负担,进一步提升消费能力。

为了促进社会融资成本进一步降低,多方在发力。

存款利率和LPR同步下行,为贷款利率进一步下行创造空间。10月18日,国有大行已主动下调存款挂牌利率,降幅从0.05个至0.4个百分点不等。这有利于降低银行负债成本,对稳定净息差形成支撑,提升金融支持实体经济的可持续性。

加大货币政策力度,为银行提供长期低成本资金。与国际上主要经济体央行相比,我国存款准备金率还有一定下调空间。日前,中国人民银行行长潘功胜表示,年底前视市场流动性情况,择机进一步下调存款准备金率0.25个至0.5个百分点。

随着一揽子增量政策落地见效,社会融资成本有望进一步下降,扩大有效投资,激活消费“主引擎”,助力经济持续回升向好。

徐涛:智慧水务创新实践的先行者

■ 蓝宇

近日,2024中国水博览会暨第十九届中国(国际)水务创新技术交流会在重庆国际博览中心成功举办。在大会“水务智慧化建设与智慧城市平台及示范”专题交流环节,昆山汉元经水水务有限公司总经理徐涛,以企业自主研发的供水管网动态水力模型、集中抄表平台、污水综合监管平台为例,与参会的产学研用各单位充分研讨交流,其创新理念与运营实践,受到行业内专家、学者以及企业广泛关注。

昆山汉元经水水务有限公司总经理徐涛,把公司发展运营定位于为水务行业提供专业的智慧化解决方案和优质的技术服务。多年来,徐涛带领研发与运营团队,在引进国际先进理论与技术基础上创新进取,开发新技术、投入新产品,把昆山汉元经水水务科技有限公司打造成国内领先的智慧水务解决方案提供商、智慧运营倡导者、智慧城市数字化供水领域技术创新头部企业。

水务科班出身的徐涛,毕业于工科名校南京工业大学给水排水工程专业。学成后扎根

根水务领域深耕。徐涛先后创建了苏州水力士机电设备安装有限公司、江苏普惠城镇智慧水务有限公司、浙江固固管业有限公司等企业,并于2020年起出任昆山汉元经水水务科技有限公司总经理。

徐涛以其多年经验形成的对水务行业发展准确研判,提出昆山汉元经水科技聚焦主业、聚力转型,形成“一体、两翼、一保障”的战略布局的发展战略。“一体”即以技术为体,通过技术中心驱动企业发展,将公司打造成智慧水务技术引领者及标准制定者;“两翼”即以市政给水与智慧水务业务为翼,形成业务突破之格局;“一保障”即以产品为核心,从研发、生产、销售、安装、售后着手,形成硬件类产品全生命周期的管控,以基础业务作为安全可靠的后盾保障。

徐涛喜欢运动健身,擅长篮球项目。他深知在团队项目的篮球运动中,想赢得比赛需要场上各位置能力出众、配合默契。徐涛在公司运营管理中借鉴团队篮球的“胜场经验”,着力创新人才培养与激励机制,制定“四鹰计划”:员工职业成长从雏鹰的启蒙,经飞鹰的锻炼,到精鹰的成熟,最终磨砺为雄鹰,担当重任。该人才培养

计划因地制宜、因产制宜、因才制宜,制定专业学习模块和培训方案,让人才在各环节学习中淬火磨砺、成长成才,打造一支契合现实需要、符合长远发展的过硬人才队伍。

徐涛的一整套创新“组合拳”,使昆山汉元经水科技迎来创新成果的质变,快速进入创新驱动的高质量发展阶段。目前已取得30项软件著作权及31项实用新型专利。徐涛亲自参与研发成功的“窄带物联网远传阀控水表”“消防栓边盖”“智能标志桩”“可计量消火栓”“供水进出口参数整合装置”等8项新技术方案,被授予实用新型专利。中国土木工程学会水工业分会专家表示,徐涛研发的给排水智能新产品,为水务企业数字化转型创新技术路径提供了新思路,起到了行业示范作用。其系列智能水表及相关智慧水务产品成为行业标杆。

徐涛领导研发团队开发的智慧水务物联网管理平台、汉元水务设备全生命周期管理平台、汉元智慧水务集成控制平台等系统,实时监测和远程控制,确保了数据的准确性和及时性。同时,结合大数据分析和人工智能算法,精准预测水量需求、优化调度方案、提前

预警潜在问题,从而大幅提升水务系统的运营效率和管理水平,为提高行业科学化、精细化、智能化水平起到引领作用。徐涛被水务同行誉为“创新先锋”。

在徐涛的带领下,昆山汉元经水科技屡获殊荣:在“2022年全国QC小组成果交流活动”中,《缩短构建智慧水务资产管理体系时长》成功入围,并获“改进级”成果奖项;在“2023年智慧水环境管理与技术创新论坛”上发布的“互联网+”产品《汉智汇社区营业厅》,入选《智慧水环境创新应用案例推荐目录》典型案例;在第十一届创新创业论坛暨2023创新盛典上,昆山汉元经水水务科技有限公司凭借卓越的创新能力和行业影响力,获颁“智慧城市领域年度最具引领企业奖”;2024年,在第二十三届中国科学家论坛上,昆山汉元经水水务科技有限公司荣获“科技创新价值典范企业”奖。

作为昆山汉元经水科技掌舵人,徐涛表示,将抓住长三角一体化发展的新机遇,带领企业多措并举增强技术研发的权威性及技术领先性,促进科技成果转化,引领行业高质量发展。

量贩零食店走红三四线城市

■ 新华网记者 万方 游苏杭 李童

“果茶包、鸡脚筋等网红产品统统都有,还能散装买,量贩零食店逛起来太上头。”家住浙江慈溪的刘女士告诉记者。

量贩零食店,也叫零食折扣店、零食集合店,是一种专门售卖零食的零售业态。近年来,这类门店在三四线城市如雨后春笋般涌现。

据艾媒咨询数据显示,2021年底国内量贩零食门店总数仅2500家左右,2022年约1.3万家,而截至2023年10月突破2.2万家,预计2025年国内量贩零食门店数将达到4.5万家。

专门售卖零食的店铺,为何在下沉市场广受青睐?

小零食店吸引力何在

对于量贩零食店的走红,有人感到不解,在商超、便利店、网购等渠道都很发达的情况下,线下量贩到底有什么吸引力?

“休闲零食消费有着高频、及时等特征,属于非目的性消费,‘逛’的体验很大程度上决定了购物行为的发生与否。”中国食品产业分析师朱丹蓬表示,主打即时满足、体验多元化的量贩零食店恰好符合消费者的需求。

“传统大商超虽然品类丰富,但通常离家不会太近;而街边便利店、夫妻店选择范围相对有限,难以满足及时性、个性化需求,正是在这种情况下,量贩零食店应运而生,以居民区为中心多点开花。”中国副食流通协会营销总监专业委员会秘书长赵府说。

价格优惠、品类繁多、上新速度快,是量贩零食店铺的主要特征。

据CIC灼识咨询《2023中国零食量贩行业蓝皮书》统计,量贩零食店品牌商品的价格折扣,较线下商超优势明显,爆品产品优惠力度相当于线下商超6-8折。与线上相比,其折扣力度也可达到线上渠道价格的8-9折。

此外,量贩零食店选品丰富,售卖方式更为灵活,消费者往往有更多的选择。目前市场上常见的量贩零食店SKU(最小库存单位)普遍在1000个以上,而像“零食很忙”、“赵一鸣”之类的门店,SKU数量能达到1600至2000+。

“只有当店里产品足够充足时,才能确保顾客在选择时有足够的多样性。”赵府说。

记者注意到,占据货架大头的为散装的“白牌”商品。“在我们门店品牌商品和‘白牌’商品比例大概为二比八。”某好想来店员介绍。

所谓“白牌”商品,通常指非头部食品企

业生产的商品,具有品牌多、种类杂、认知度较低等特性。由于“白牌”商品种类繁多,量贩零食店可提供商品散装的售卖方式,使得消费者尝鲜成本大大降低。

“哪怕是鸭舌都能按根买,对于我这种什么都想试试的‘吃货’来说,真是太合适了。”刘女士说,由于店里上新速度快,自己隔三岔五就会来逛逛,看到新品便会试试,好吃的话下次再多买点。

“逛零食店已成了我饭后消遣方式了。”刘女士说。

业内人士透露,为保持对消费者的持续吸引,量贩零食门店产品一般会实行末位淘汰制,每月会有10%-20%产品迭代,帮助品牌优化研发。“从商品周转天数上看,‘零食很忙’店铺大概是15天,而传统商超商品周转天数则要4-5个月。”业内人士表示。

抢占三四线城市

对于量贩零食店,不同地域消费者感知不尽相同。

对于浙江慈溪的刘女士而言,量贩零食店已成触手可及的消遣去处,但在北京工作的李女士却相对陌生,“好像没怎么见过,不知道都是卖啥的。”

记者打开地图软件发现,在北京与量贩零食相关的店铺只有零星几家,且都分布于诸如房山、昌平等近郊地区。

尽管这几年,零食店开店数量大幅增加,但分布并不均匀,“主要还是集中于下沉市场。”有业内人士表示。

据GeoQ数据发布的《2024年第一季度连锁零售品牌门店发展趋势蓝皮书》披露,今年一季度,连锁零食品牌在中低线城市扩店数占比约为67%,明显高于中高线城市开店数,

其“在低线城市店租、用工成本都相对较低,更容易实现盈利。”赵府表示。

赵府给记者算了一笔账,比如在湘潭,开一家200平左右的零食店,日均租金成本300元,单店4-5人,人力成本在600-800元,其他成本200元,日均总成本大概在1100-1300元。“按照20%-25%的毛利率来算,每日营收只需600元左右,便能实现收支平衡。”

“要在一线城市,房租至少贵2-3倍、人工成本也会贵1.5倍左右,实现收支平衡的门槛就会高很多。”赵府说。

除开店成本外,不同城市消费者习惯也有差异。

据《中国零食量贩行业蓝皮书》显示,相

较于一线城市打拼的同龄人群,居住在中线城市的人口工作压力更小,生活成本相对较低,他们拥有更多的时间逛零食店,购买高性价比零食的欲望更强烈,中低线城市的城镇及农村存在着巨大的零食消费缺口。

赵府还专门提到了一个现象,零食店在南方市场布局更迅速。“受自然环境、饮食文化、休闲程度等影响,南方消费者夜生活选项更多,也更愿意出门逛街,这也使得开在这些地域的零食店,有效运营时间更长。”

售价为何低廉?

“2.2元的可乐靠谱吗,为什么比超市卖得便宜?”量贩零食店货品价格低廉也是消费者普遍关注的问题。

这与不同渠道的供应链模式有关。传统零食销售链条里,一款零食从出厂到摆上超市货架,一般需要经过市场营销、代理商、经销商、零售商等多个环节。

华泰证券曾在研报中做过一项测算,零食在各个销售渠道的流通环节都存在加价情况,加价最多的当属KA卖场(国际性的连锁超市和大卖场),最高能达80%,在传统流通渠道和BC超市(中型超市)加价比例大致在60%。而在零食量贩场景下,整体加价在36%左右,如果除去品牌溢价,渠道部分加价在26%左右。

据《中国零食量贩行业蓝皮书》分析,量贩零食店自建供应链,商户在进货时直接与厂家对接,去除传统渠道中的中间环节,可使供应链更加高效。