

# 江苏创业投资

JIANGSU VENTURE CAPITAL

2021年第4期（总第206期）

江苏省创业投资协会 主办

2021年4月30日

---

---

两板合并正式实施 “深市主板” 全新起航 .....	3
<b>社论</b> .....	6
深市两板合并：以更完善的多层次资本市场更好服务实体经济 .....	6
加强智能网联汽车准入管理 积极引导企业投资核心技术 .	7
<b>产业·公司</b> .....	10
安居客拟登陆港交所 居住服务领域站到资本浪尖 .....	10
美团募资百亿美元：没有边界的平台？ .....	12
<b>科技前沿</b> .....	16
缺“芯”报告：4月涨价潮再度来袭.....	16
争夺高端手机市场的关键“砝码” .....	18
<b>政经</b> .....	22
氢能潮起：超10个省份“十四五”重点布局，粤苏鲁企业最多 .....	22

地方大数据立法提速，公共数据公平开放挑战仍在 .....	26
<b>全球市场</b> .....	29
港交所首季 IPO 创历史新高 最快 6 月启动 SPAC 咨询 ...	29

## 两板合并正式实施 “深市主板” 全新起航

4月6日，深市主板和中小板完成合并。

原中小板“002001-004999”证券代码区间由主板使用，原中小板指数、中小板综合指数、中小板300指数等名称也分别调整，交易、行情展示等前端界面也不再设置中小板股票专区。

十七载风雨兼程，中小板正式退出历史舞台，但其留给资本市场的印迹却不会磨灭。

从2004年6月25日，中小板首批8家公司挂牌上市至今，中小板已经服务了1004家上市公司，在原深市主板暂停IPO发行期间，中小板累计服务企业IPO募资达6745.72亿元，这些企业目前累计市值高达13.57万亿元。

作为从深市主板到创业板的平稳过渡，中小板已然完成了它的历史使命。在业内人士看来，中小板与深市主板的合并，将开始资本市场“新篇章”，未来，深市将形成以主板、创业板为主体的市场格局，合并后的深市新主板总市值将超23万亿元，在多层次资本市场体系中拥有举足轻重的地位。

“主板和中小板合并之后，深市就形成了以主板和创业板为主体的市场格局。合并之后主板和创业板的定位和分工更为明确，深市主板定位于支持相对成熟的企业融资发展，创业板主要服务于成长型创新创业企业，共同为处在不同发展阶段、不同类型的企业提供融资服务，资本市场对中小企业的服务功能不会因为这次两板合并而削弱，实际上在不断增强。”招商证券研发中心首席宏观分析师谢亚轩受访指出。

### 中小板功成身退

回望资本市场三十年波澜壮阔的历史，中小板的出现，不仅是资本市场服务实体经济的重要一步，更是建立并完善多层次资本市场体系的关键举措。

1990年，深交所“开天辟地”正式运行并设立主板，在经过十年时间运行后，为了加强技术创新，发展高科技产业，深市拟对标纳斯达克设立创业板市场，彼时，为集中精力筹建创业板，深交所在此后的四年时间里暂停了新股上市业务。

然而进入2000年，美国互联网泡沫破裂，香港创业板发展不及预期，深市设立创业板的计划被搁置。直至2004年5月，为拓宽中小企业直接融资渠道、分步推进创业板建设，深交所在主板内计划设立中小板，为建设多层次资本市场探路。

从制度设计上，中小板自设立起便定位于主板内设的板块，在主板制度框架下运行。据深交所介绍，中小板在发行上市、信息披露、交易机制、投资者适当性要求等主要制度安排上与主板基本保持一致。中小板经历多年发展，在部分板块特征上也与主板趋同。

中小板的设立，“过渡”意味浓厚，其设立初衷之一为推进创业板建设，且在创业板尚未开通的背景下为中小企业提供融资平台。

从 17 年的运行情况来看，中小板很好地完成了这一历史使命。首先，在 IPO 融资规模上，中小板合计服务 1004 家上市公司，累计实现 IPO 募资额 6745.72 亿元，同期深市主板仅 5 家企业通过吸收合并上市，IPO 发行停滞 20 余年。

在个股市值上，中小板的多年发展也孕育出了不少优质的龙头企业，其中市值最高的海康威视最新总市值已突破 5000 亿元，紧随其后比亚迪和牧原股份市值也达 4559 亿和 3981 亿元。而主板个股市值中，五粮液以 1.1 万亿市值位居榜首，此外美的集团和平安银行位列二、三，其市值为 6134 亿和 4172 亿元。

从 2020 年三季度业绩上看，中小板企业归母净利润合计达 3082.47 亿，其中牧原股份和宁波银行业绩均超过百亿。wind 数据显示，中小板、主板完成合并后，深市新主板上市公司数合计达到 1466 家，总市值超过 23 万亿元。

在业内人士看来，与深市主板同质化的中小板“退出历史舞台”，是多层次资本市场发展建设的必然结果，两板合并将使得板块定位更加清晰，有助于推动资本要素市场化配置，进一步提高资本市场服务实体经济能力。

“深市主板与中小板合并能够简化监管，重启主板发行，积极服务新经济，继续深化金融供给侧改革。这是因为，两板合并可以让深圳证券交易所厘清板块功能定位，从总体上提升资本市场的活力和韧性，让投资者形成核准制主板和注册制创业板不同的风险认知，让证券监管减负瘦身进而精准监管。所以，深市主板与中小板合并是与时俱进，能够形成对于资本市场长期的制度利好。”南开大学金融研究院院长、博士生导师田利辉受访指出。

### **“深市新主板” 起航短期市场影响有限**

在具体的实施过程中，深市两板对资本市场短期影响有限。

4 月 6 日，深市新主板正式运营的首个交易日，深市各大指数表现平稳，中小 100、中小 300、中小综指涨幅分别为-0.11%、0.12%、0.28%，与当天大盘表现基本一致。

据深交所介绍，深市两板合并遵从“两个统一、四个不变”原则（统一业务规则，统一运行监管模式，及保持发行上市条件不变，投资者门槛不变，交易机制不变，证券代码及简称不变）。

由于合并仅对部分事项进行适应性调整，不会对深主板和中小板指数的编制方法作实质性变更，亦不会对上市公司上市与运营、投资者交易习惯与行为、市场产品构建与运作产生实质影响，对固定收益类、期货期权类产品和深港通业务等也基本没有影响，在业内人士看来，对市场造成的影响有限。

光大证券董事总经理、首席宏观经济学家高瑞东便指出，一方面，因为这次合并并不会改变证券代码和证券简称，只是对部分业务规则、技术系统和发行上市安排等进行适应性调整，所以对市场运行和投资者交易影响较小。

“另一方面，两板之间的平均市盈率有所不同，主要是行业因素导致的，深市主板上市企业以食品饮料、房地产、家用电器等传统行业为主，中小板上市企业以电子、医药生物、计算机等新兴行业为主，当前我们国家金融市场已经日趋成熟，市场越来越理性，两板合并后对个股估值的影响相对有限。”高瑞东进一步指出。

值得一提的是，“深市新主板”成立后，发行上市仍实行核准制，不新增新上市通道，这也就意味着当前注册制并不会全面铺开，两板合并对市场运行的整体影响预计较小。

“深交所主板与中小板合并并不意味着全市场注册制很快实施，两者没有必然联系，股票发行注册制改革是一项系统工程，要循序渐进地推进。在全市场推行股票发行注册制不能过于理想化，也不能急于求成。目前从总体看，注册制在科创板、创业板的试点经受住了市场的检验，但还需要进一步评估，之后再在全市场稳妥推进注册制。”武汉科技大学金融证券研究所所长董登新说道。

来源：21 世纪经济报道

## 深市两板合并： 以更完善的多层次资本市场更好服务实体经济

进一步推动深交所整体发展和提升深交所竞争力，推动建设优质创新资本中心和世界一流交易所。

4月6日，深圳证券交易所主板与有17年历史的中小板正式合并。合并后，主板、中小板上市公司总数超过1470家，占A股上市公司总数约35%，总市值超过23万亿元，占A股市场约30%。可以说，合并有利于深交所形成以主板和创业板为主体的市场格局，形成新主板与创业板各有侧重、相互补充的发展格局，有利于为处在不同发展阶段、具有不同融资需求的企业提供更好的金融服务与支持，有利于在多层次资本市场体系的基础上进一步提升资本市场服务实体经济、服务高质量发展的能力。

自2004年设立以来，深交所中小企业板块就定位于主板内设的板块，在主板制度框架下运行，并在推进自主创新、促进产业转型、拓宽中小企业直接融资渠道、探索分步推进多层次资本市场等方面做了一系列有益的探索与尝试。随着上市公司数量的不断增加，中小板细分龙头示范作用明显，营收保持稳步增长，但在市值规模、公司特征、交易风格、市场表现等方面也与主板逐渐趋于同化。

另一方面，深圳交易所主板虽在服务供给侧结构性改革方面卓有成效，但最近三年内，已连续未有新股发行上市。从更长的时间维度来看，自2001年起，深交所主板的发行融资向中小板和创业板让路，新股上市不超过10家，主板市值规模约为9万亿元，仅为中小板市值规模的2/3，且已落后于创业板市值规模。

可以说，深交所主板与中小板合并，有利于巩固深市主板和创业板差异化定位、强化发行融资功能、提升直接融资效率，有利于完善监管制度衔接、统一监管标准、降低监管成本、避免监管套利，有望在提高上市公司质量、深化资本市场存量改革的基础上为注册制改革的全面推行和分步实施铺路，进一步推动深交所整体发展和提升深交所竞争力，推动建设优质创新资本中心和世界一流交易所。

目前，中小板上市公司以传统行业、制造业领军企业、稳定发展的中小型企业为主，行业结构、规模体量、发展阶段与传统行业公司数量占比较高的主板类似。相对应地，改革后的创业板主要服务成长型创新创业企业，支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。我们预计，合并后的两板和创业板之间、创业板和科创板之间将明确差异化定位和发展，推动深交所和上交所之间进一步形成互补共进的适度竞争格局。

在借鉴科创板优秀增量改革经验的基础上，作为存量市场注册制改革先行者，创业板在发行承销、估值定价、信息披露、注册监管、再融资及并购重组、退市机制和主体责任发行等基础制度上进行了全方位变革。我们认为，在“两个统一、四个不变”的原则下稳步推进主板和中小板两板合并后，科创板和创业板改革在设定多元化包容性注册制发行上市条件、提升投资者门槛、放宽涨跌幅限制、提升融券效率、优化再融资及并购重组机制、完善退市制度、明确过渡期等方面的先试先行，有望更为精准、高效、务实、协同地促进基础制度的深化改革，有望为全面推行、分步实施注册制改革积累和提供更多宝贵经验，并有望更好地提升市场活力和韧性，更好地促进资本要素市场化配置，更好地服务中国特色社会主义先行示范区建设、粤港澳大湾区建设和国家战略发展全局。

新时代、新常态下的中国经济，呼唤的是新质量、新效率、新动能。两板合并，有利于完善顶层设计、加强制度供给、补齐结构短板、释放市场潜能，有利于加速打造资本市场良性生态、切实增强市场主体改革获得感，有利于建立与发展满足不同层次不同规模的实体经济需求、充满生机活力的多层次资本市场，有利于大幅提升资本市场的资源配置效率，提升直接融资体系和资本市场对新兴产业和实体经济的金融支持的深度、广度、力度。

两板合并的背后，是进一步建立、建设与健全结构明晰、定位精准、特色鲜明、服务多元、功能显著的多层次资本市场体系的任务与要求，与2021年政府工作报告提出的更好发挥多层次资本市场作用、拓展市场主体融资渠道等工作重点是一致的，与“十四五”规划和2035年远景目标纲要中强调的完善企业创新服务体系、促进资源要素顺畅流动、深化金融供给侧结构性改革等方向也是一致的。这不但能提升资本市场的融资功能、定价能力和资源配置效率，还能成功打造规范、透明、开放、有活力、有韧性、高层次的资本市场，更能促进资本市场和金融体系更好地服务实体经济、推动中国经济高质量发展。

来源：21世纪经济报道

## 加强智能网联汽车准入管理 积极引导企业投资核心技术

中国企业在智能汽车领域具有一定优势，有巨大的国际化潜力，应该在发展初期自觉地在规则上与国际接轨。

近日，工信部公布《智能网联汽车生产企业及产品准入管理指南（试行）》（征求意见稿）（下称《指南》），针对具备有条件自动驾驶、高度自动驾驶功能的智能网联汽车生产企业及其产品加强准入管理，规范智能网联汽车产业健康有序发展。

《指南》要求智能网联汽车生产企业应依法收集、使用和保护个人信息，不得泄露涉及国家安全的敏感信息。在中国境内运营中收集和产生的个人信息和重要数据要按照有关规定在境内存储。同时，还要求企业遵守网络安全法律法规规

定，建立覆盖车辆全生命周期的网络安全防护体系，保护车辆及其联网设施免受攻击、侵入、干扰和破坏等。

就在《指南》发布前一天，“特斯拉车内摄像头高清画面”成为社交媒体的热点话题，引发人们对个人隐私泄露的担忧。智能驾驶是不是必须以让渡个人隐私和信息为代价，个人是否有权利拒绝或者授权企业这样做，都应在法律上予以确认，而不是由企业默认主导。即使用户授权可以获取其个人信息，企业也必须有足够的网络安全防护体系避免受到黑客等攻击和入侵，毕竟这涉及驾驶人人身安全以及公共安全，在没有足够安全等级保障的前提下，企业过于从商业角度热衷获取个人信息是危险的。

有关报道显示，搭载车内摄像头的企业主要是本土汽车公司，用于监视驾驶员疲劳状态以及进行警示。欧洲、美国和日本汽车公司主要通过间接监测方法识别驾驶员疲劳程度，比如采集转向角度、侧向加速度等信息，系统会识别车辆转向操纵行为与正常驾驶情况是否存在较大差异来判断疲劳驾驶情况，并予以警示。

在《指南》中也规定了智能网联汽车产品要具有事件数据记录和自动驾驶数据存储功能，采集和记录的数据包括驾驶员状态。虽然有迹象显示越来越多外资车企也计划采用以车内摄像头为主体的驾驶员疲劳状态监控系统，但是，本土企业也应该制定通过其他技术识别驾驶员疲劳驾驶的方案，因为中国市场在个人隐私等方面的规则和国际市场规则有不一致的地方，如果本土企业过度以本地规则为导向，非常不利于国际化发展。中国企业在智能汽车领域具有一定优势，有巨大的国际化潜力，应该在发展初期就要自觉地在规则上与国际接轨。

中国在智能网联汽车准入管理上应该以更高的标准引导企业积极投资核心技术。我们在手机领域有前车之鉴，即芯片和操作系统高度依赖进口。从技术发展看，美国自动驾驶技术着重提高车辆智能化，使其达到人工驾驶水平，依靠的是芯片与智能算法。中国则侧重于车辆通过无线网络与基础设施、人、云端服务器连接，对这种连接性的追求基于中国未来会建设无处不在的 5G 网络以及连接性产生的数据和商业开发等。但中国的环境可能具有特殊性，比如国外 5G 网络可能不会这么发达，对数据链接安全性要求可能更高等。

中国智能汽车发展初期被植入了一个错误认知，即电动车就是“一部手机加四个轮子”。因此，大部分汽车企业都热衷于投资智能座舱，通过一个巨大的中控显示屏和信息娱乐解决方案表达智能化目标，并想通过这个“智能移动空间”进行商业生态部署。事实上，智能汽车的核心关键是各类芯片与自动驾驶技术。当下中国电动车似乎在走传统汽车企业发展老路：通过车型和内饰赢得对外观特别重视的消费者青睐，而忽略安全性与高质量是汽车产业核心。

中国智能汽车要想走向国际市场，就要制造更加强大的各类芯片以及不过度依赖连接性的先进自动驾驶系统。在此基础上，强化国内对连接性的重视，而不是将智能汽车看作是有轮子的手机，弄些花里胡哨的互联网技术而忽略投资芯片和自动驾驶技术，尤其是后者需要长期持续的投入和技术累积才可能完成，不断



提高安全性以达到商业要求。因此，监管机构在通过包容性以鼓励创新的同时，应该在核心领域制定高标准的要求和规则，避免汽车企业走弯路，为中国智能网联汽车产业高质量发展护航。

来源：21 世纪经济报道

## 安居客拟登陆港交所 居住服务领域站到资本浪尖

4月8日，安居客在港交所提交招股书，拟正式登陆香港资本市场。早在3月2日，安居客便完成2.5亿美元融资。该次由碧桂园领投，新世界发展、新鸿基、雅居乐等均参与了该轮投资。

4月8日早间，房产信息及交易服务平台安居客在港交所提交招股书，拟正式登陆香港资本市场。

安居客是58同城旗下的房产业务平台，也被认为是贝壳找房的最大竞争对手。招股书显示，2020年安居客收入为人民币80.5亿元，净利润率为24.3%。

安居客的大股东58同城，于2013年10月在纽交所上市，2020年6月完成私有化。此次安居客登陆港股，被视为分拆上市的策略。将房地产业务单独上市，有助于这部分业务的集中发力。

在上市前的3月2日，安居客完成2.5亿美元融资。碧桂园领投，新世界发展、新鸿基、雅居乐、恒基地产、中建地产、时代地产、华懋地产均参与了本轮投资。

近年来，资本对居住服务领域的关注度颇高。8个月前，贝壳找房登陆纽交所，市值一度超过900亿美元。在贝壳的投资方中，有部分也投向了安居客。比如，两家公司的二股东均为腾讯。

### 房地产业务重整

安居客成立于2007年，主要提供房产广告服务。2015年，58同城收购安居客，安居客与58同城房产的业务经过整合，发展进一步加快。2019年，安居客成立聚焦于新房交易服务平台的爱房，爱房于同年投资了房产经纪SaaS提供商巧房。

此次拟在港交所上市的资产，包括安居客、58房产、爱房和巧房，覆盖了房产在线营销、交易服务、SaaS解决方案以及其他辅助服务在内的服务体系。

根据艾瑞咨询的数据，截至2020年12月31日，安居客2020年第四季度平均移动月活跃用户量为6700万，线上覆盖的城市及县城数量超820个，在线房产平台上的付费经纪人数量超72.6万人，占据67%的线上房地产营销市场份额。

招股书显示，2018年至2020年，安居客集团分别实现收入62.163亿元、75.791亿元、80.524亿元，年内利润19.07亿元、23.063亿元、19.547亿元，同期净利润率分别为30.7%、30.4%及24.3%。

其中，以新房业务为主的爱房，去年的交易总量达653亿元，同比增长282%。

在安居客的业务构成中，依托房地产交易的在线营销服务一直占总收入的96%以上，是公司的主要收入来源。但过于单一的收入来源，也有可能影响业绩的稳定性。

在风险因素一栏中，招股书称，地产行业需求近年来稳定增长，但该增长往往结合房产交易量及价格的波动而起伏。自2012年以来，中国经济增长较过往十年放缓，且该趋势可能会持续。货币政策的变化，以及房地产调控政策的出台，有可能作用到房地产市场，并进而对公司业绩产生影响。

但安居客仍然试图通过改善客户体验来增强黏性。过去三年，安居客的研发开支占总经营支出的比重都在10%上下。

### 资本迎来收获期

安居客的大股东58同城，曾于2013年10月在纽交所上市，2020年6月完成私有化。公司实施私有化之初，市场就有观点认为，58同城将对业务重新布局。如今看来，将房地产业务分拆上市，的确是一种战略考量。

作为全国知名的分类信息服务商，58同城旗下有房产、汽车、招聘、二手买卖、本地生活服务等多个业务领域。近年来，随着房产交易细分化趋势加剧，以及房地产市场进入存量时代，居住服务领域开始迎来风口。

2020年8月，贝壳找房登陆纽交所，募资21.2亿美元，成为2018年3月爱奇艺IPO以来，纽交所最大规模的中概股IPO。

在此之前，贝壳和链家有过多轮融资经历，吸引了数十家机构和企业的投资。其中，不少投资方同时也是安居客的股东。

2021年3月2日，安居客完成2.5亿美元融资。根据招股书公开信息，碧桂园的关联全资子公司BEAM MERIT LIMITED是安居客本轮融资的领投方。据消息人士透露，新世界发展、新鸿基、雅居乐、恒基地产、中建地产、时代地产、华懋地产均参与了本轮投资。

此轮融资之后，58同城持股49.3%，为公司大股东，58同城CEO姚劲波为实际控制人。此外，腾讯持股15.4%，华平持股8.5%，General Atlantic（美国泛大西洋投资集团）持股8.4%，鸥翎投资持股4.3%。

其中，腾讯、碧桂园同时入股了两家公司，腾讯在两家公司中均为第二大股东。

从业务类型和公司规模来看，安居客是贝壳找房最大的竞争对手。近年来，双方曾就商业伦理等问题有过多轮隔空论战，但这并不妨碍资本对两家公司同时看好。

今年3月，同样致力于居住服务的居理买房网宣布完成4亿元人民币C+轮融资，腾讯、海松资本领投。这也说明资本对该细分领域兴趣浓厚。

知名地产分析师严跃进向 21 世纪经济报道记者表示,自从 2013 年迈过供需平衡线之后,我国房地产市场进入总体供大于求的阶段,存量市场和居住服务领域的前景开始凸显,不少投资方很早就对这些领域实施布局,如今则来到收获期。

他表示,虽然巨头已经出现,但该领域仍然有一定的市场空间,部分中小企业仍有做大的机会。

艾瑞咨询的数据显示,去年我国住宅房地产市场的规模已达到人民币 24 万亿元,预计到 2025 年将增至 36.6 万亿元。其中,新住房市场的经纪服务渗透率预计将由 2020 年的 31.5%大幅提高至 2025 年的 54.2%。

来源: 21 世纪经济报道

## 美团募资百亿美元: 没有边界的平台?

美团发布公告,称拟寻求以增发股票和出售可转债的方式,融资近 100 亿美元。此次其所募得的资金,将主要用于科技创新,会加大在无人车、无人机配送等领域前沿技术的投入。

**在主营业务之外, 互联网巨头正在加快多元化的节奏。**

4 月 20 日,美团发布公告称,拟寻求以增发股票和出售可转债的方式,融资近 100 亿美元。这一数额创造了港交所增发历史之最。公告显示,此次美团所募得的资金将用于科技创新,加大在无人车、无人机配送等领域前沿技术的投入,以及一般企业用途。

根据计划,美团将以配售方式增发共计 1.98 亿股,占新股发行后总股数约 3.3%,腾讯作为老股东,认购其中约 1135 万股。每股定价为 273.8 港元,较前一交易日 289.2 港元的收盘价折让 5.3%。与此同时,美团还将发行总计近 30 亿美元分别于 2027 年和 2028 年到期的可转债。

“美团要拓展业务边界,自身并非单单局限在外卖送餐领域,从本地化服务,到金融服务,到未来的无人车和无人机,美团都有涉足。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林在接受 21 世纪经济报道记者采访时表示,这些业务拓展需要时间,也需要资金,美团在此时融资百亿美元,正是为了拓展多元化业务。



通过此次融资，美团还将继续加大在全球范围内的科技人才招聘。视觉中国  
**加大垂直领域投资**

4月19日，美团新一代自研无人配送车，在北京顺义正式落地运营。该车型装载量达150kg，容积近540L，配送时速最高20km/h。早在2018年7月，美团便推出了无人配送开放平台，将自动驾驶技术商业落地外卖配送。

除了已经投入试运营的无人车“小袋”，美团还发布了无人配送新款概念车与无人机。其无人配送开放平台，旨在构建一个完整产业生态圈。“新一代无人配送车是基于美团配送业务场景需求，面向室外全场景推出的低速即时配送的最新解决方案。”美团副总裁、首席科学家夏华夏向21世纪经济报道记者表示，该车的发布，标志着美团无人配送自研产品，开始拥有标准化量产能力。

去年疫情期间，美团率先在北京顺义布局无人配送服务，这也是美团无人配送车在室内、园区配送用户实际订单后，首次在公开道路进行配送。截至目前，无人车配送服务已覆盖20多个小区，累计配送3.5万订单，自动驾驶里程近30万公里。

预计未来3年，美团将在北京顺义、亦庄以及深圳等多地区和城市落地，实现外卖、买菜、闪购等业务场景的无人配送服务。

目前，无人配送领域主要涉及室内、半封闭园区以及公开道路三个重要场景。王兴在近期的财报沟通会中曾表示，无论一项技术多么令人激动，它只是手段，而不是目的，科技创新的根本目的是要服务于大众。“美团是一家科技驱动型公司，科技创新的目的就是为了实现公司使命。美团的业务发展不仅需要软件，还需要硬件，这也是美团长期在无人配送领域投资的原因。”

此外，王兴提到，机器人是美团投资的关键垂直领域之一。他认为，机器人作为一种智能化的硬件很重要，在包括机器人在内的各种先进技术的驱动下，生活服务领域还有巨大的潜力去提高效率，降低成本。

根据财报披露，美团 2020 年在科技领域主要的投资包括：普渡机器人（餐厅的机器人）、盈合机器人、高仙机器人，应用于仓库的机器人和通用本体智能机器人，以及下一代电动汽车和自动驾驶相关的公司等。此外，在生物科技、农业技术等前沿科技领域也保持重点关注。

“无人配送车更加精准送达，且能够更好地规划路径，且通过实际运营，可以获得一套比较完善的无人驾驶系统，储备大量的自动驾驶数据与技术能力。”盘和林解释道，无人配送车是为了满足特定配送场景，一个是落地还需要时日，另一个是特定场景下，为了满足更多的需求，比如人迹罕至区域的外卖配送，比如人力难以到达的、楼层比较高，或者是辅助配送员缩短路程。所以，无人配送车是一项互补的技术，并不会替代骑手工作。

在王兴看来，生活服务领域还有巨大的潜力去提高效率，降低成本。目前，美团的研发团队已经超过万人，是国内最大的工程师团队之一，2020 年全年研发投入超过 100 亿元。21 世纪经济报道记者从美团方面获悉，通过此次融资，美团还将继续加大在全球范围内的科技人才招聘。

### 备战多元化业务

值得注意的是，虽然公告中并未提及社区团购业务，但此次的发售新股和债券融资的时机选择，恰是互联网巨头对于生鲜电商的进一步加码投资风起潮涌之时。互联网巨头不约而同地将生鲜电商看作是下一个增长故事，纷纷放话“不计投入”。

而当下这一节点也极为关键，“今年大家仍是在跑马圈地，行业品牌还没有固化，谁是大佬，现在还不明晰。”中国食品产业分析师朱丹蓬认为，明年生鲜电商的行业格局可能会初步成型。

对美团而言，社区团购是美团未来重点发力的关键赛道。王兴强调，这是 5 年一遇、甚至 10 年一遇的机会，能为电商创建新的基础设施的机会，可遇不可求。市场亦有传闻，美团此轮融资，将大规模投向社区团购赛道。

但对此，盘和林指出，社区团购其实是一个很小的方面，社区团购在本地化服务项目之下，随着政策上对社区团购的收紧，这一块未来通过服务的方式，也是会有发展。但这只是美团多元化业务的其中之一。

近日，抖音上线了点餐系统。不仅仅是抖音虎视眈眈，快手、哈啰、滴滴、百度等互联网巨头都在加入本地生活赛道。艾瑞咨询数据显示，本地生活服务市场是一个万亿级市场，但线上渗透率仅有 12.7%，仍有较大的潜力空间。

面对对手咄咄逼人的攻势，美团选择此时配股融资，实在有“备战”意味。美团公布 2020 年业绩显示，去年公司实现收入 1147.94 亿元，同比增 17.7%；

年内溢利 47.07 亿元，同比增 110.5%；经调整溢利净额 31.2 亿元。经营现金流由 2019 年的 56 亿元增长至 2020 年的 85 亿元。2020 年餐饮外卖业务交易金额同比增 24.5%至 4889 亿元。

此外，在美团此次公布 100 亿美元投资无人技术的计划后，截至发稿，美团港股股价较前一日微涨至每股 293.6 港元。外卖配送人力成本居高不下的背景下，如果一部分订单采用无人驾驶，有望能够改善效率和成本。

一名无人车行业从业人士向 21 世纪经济报道记者透露，美团和京东的配送无人车可能在下半年批量落地，规模在百台左右。“很多巨头都已经推出了无人物流的产品，但是使用率还不是很高。在技术发展和需求变化的双重推动下，劳动密集型的方式必须向科技型 and 人才密集型转变，但是还需要找到最适合的场景。”

来源：21 世纪经济报道

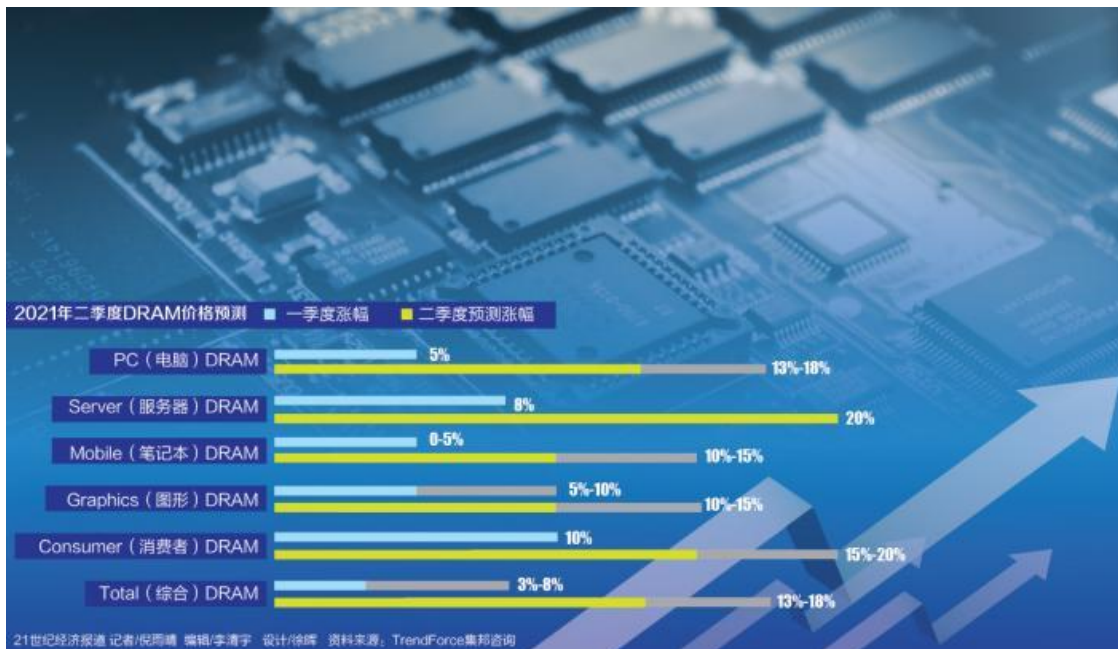
## 缺“芯”报告：4月涨价潮再度来袭

4月以来，不少半导体公司开启新一轮涨价，据记者不完全统计，已经有20多家企业从4月1日实施涨价。

“驱动IC确实比较缺货，而且还会持续一段时间，目前涨价幅度在10%-15%左右。”多位面板业内人士向21世纪经济报道记者表示。

进入二季度，缺芯引发的涨价还在持续，产业链上的企业们每天都要面对上游芯片缺货、涨价的问题，乃至直接影响产线。4月8日，媒体报道称，苹果公司因供应紧缺问题而推迟部分MacBook和iPad产品的生产。其中，MacBook最终组装前，在印刷电路板上安装组件环节出现延误，一些iPad的组装因为显示器和显示组件短缺被推迟。

在眼下的特殊时期，供需不平衡的连锁反应还在蔓延。4月以来，不少半导体公司开启了新一轮涨价，据记者不完全统计，已经有20多家企业从4月1日实施涨价，从晶圆厂、材料厂到芯片设计厂等。另一方面，半导体的供需关系还在调节中，有部分产品涨幅收窄，也有的紧缺程度提升，不少从业者预计，最快今年三季度情况会有所缓解。



### 半导体厂商涨声不断

目前来看，今年涨价已经涉及半导体产业链上下游。在制造环节，晶圆代工厂们近期价格正在上涨，台积电总裁魏哲家在给芯片设计公司的邮件中写道，接下来四季度中不会涨价，但是往年台积电都会有优惠价格，因此在业内看来，是



一种变相涨价，但是现在状况下，不大幅涨价或已是克制的措施。此前，中芯国际已告知其客户，4月1日起将全线涨价，已上线的订单将维持原价，已下单未上线的订单则将按新价格执行。

在上游材料方面，全球最大的硅片制造商信越化学3月初宣布，4月1日起硅片提价10%-20%，原因是原材料硅的成本上升。国产硅片厂商沪硅产业近日也表示，公司目前有部分品类硅片涨价，订单已经超过了供给能力。

IC厂商们也纷纷调价，4月7日，ADI向代理商发布涨价通知称，由于原材料、包装等供应链成本不断增加，ADI将对部分旧型号产品调涨报价，涨价执行日期为5月16日。消息称，ADI此次涨幅约25%。需要注意的是，ADI主力产品也相当紧俏，交期也在不断延长，不少已经往30周以上走，部分物料甚至处于缺货状态。

早在1月29日，中国台湾MCU厂商盛群半导体（合泰）再次发布产品价格调涨通知。通知表示，由于半导体市场供需失衡导致原物料价格不断上涨，晶圆厂已经执行第二波代工价格调涨，加上封装厂亦开始全面调高封装测试委工价格。该公司配合反映物料成本的上升，宣布4月1日当日及之后出货的所有IC类产品全面调高售价15%。

近日终端企业也开始发声，小米集团电视官方微博发布“关于调整小米电视及Redmi电视部分产品型号官方建议零售价格的说明”。小米在这份公告中指出，受全球市场供需变化、疫情和汇率变化等影响，近期包含显示面板、芯片在内的多种电视核心零部件价格持续大幅波动，在未来较长一段时间核心部件报价仍会持续走高，公司将尽可能保证调价后产品仍极具性价比。

一位芯片设计公司高管向记者表示，调升了一些产品的价格，一方面是为了平衡成本上升，另一方面也是为了遏制囤货炒货行为，增加囤积行为的风险。

### **供需何时平衡？**

从产品端看，不少品类都在上涨，除了驱动IC，存储芯片、图像芯片、GPU、CPU等也供货紧张，价格持续上扬。群智咨询报告显示，3月初上游一些硅片及半导体化学添加剂等厂商宣布新一轮涨价，再次加重中游芯片商的物料成本压力。与此同时，CIS的芯片设计商受晶圆代工厂自主分配产能变化影响，二季度部分产品将可能面临减产的风险。

3月以来，终端品牌集中发布新品，单机平均存储容量均有上涨。5G时代，大容量存储逐渐成为刚性需求，叠加产品换代升级，需求持续走高。根据群智咨询(Sigmaintell)3月份最新预计，二季度嵌入式存储进入上涨通道，但受Driver IC、PMIC、电池等诸多零部件涨价影响，整机BOM成本压力加剧，在此背景下，如果嵌入式存储涨幅过大，或将面临终端以暂缓升级存储容量来降低成本的风险。近期中高端新机频发，LPDDR需求旺盛，供需趋紧，二季度LPDDR均价预计上涨7%~10%左右。

TrendForce 集邦咨询最新调查也显示存储芯片持续涨价，DRAM 价格已正式进入上涨周期，第二季受到终端产品需求持续畅旺影响，以及资料中心需求回升的带动，买方急欲提高 DRAM 库存水位。因此，DRAM 均价历经第一季约 3%~8% 的上涨后，预估第二季合约价涨幅将大幅上扬 13%~18%。

同时，目前 NAND Flash 控制器供给吃紧的问题仍存。集邦咨询指出，预期第二季 NAND Flash 价格将自第一季小幅下跌 5%~10%，转为上涨 3%~8%。而目前三星位于美国得州奥斯汀的工厂尚未完全复工，对接下来的控制器供给产生更大隐忧，将使得三星在 client SSD 的供货能力进一步受限。因此，不排除合约价上涨幅度有超过目前预测的可能。

在笔电整机市场上，受比特币市场热度高涨以及 AMD 供应重心向主机游戏市场倾斜的影响，显卡供应受限明显；受 IC 供需失衡影响，笔电面板、CPU 及主板供应也逐渐吃紧。从群智咨询半导体团队的研究预测来看，显卡供应问题可能会持续整年，但 IC 供应形势将从下半年开始好转。

长电科技董事、CEO 郑力近日在一场交流会中表示，产能紧缺是一个早晚都会被解决的问题，车到山前必有路，业内不需要过分恐慌。他预测，此次产能紧张问题将在今年 9、10 月份得到一定缓解。

在郑力看来，产业链要学会协同发展，做产品开发的企业需要和晶圆厂、成品制造(封装)厂一起协同发展。当企业能够在本身的产业链中做到深度协同，对产能紧缺就会有所预警。所以对于集成电路产业来说，不仅要学会技术，更要学会处理产能问题，从技术、模式、思路三方面共同规划整个产业链发展。(编辑：李清宇)

来源：21 世纪经济报道

## 争夺高端手机市场的关键“砝码”

导读：在国内这个厮杀激烈的红海战场，对渠道调整和执行的迅捷程度，将是在产品之外，决定高端战场赢家结果的一个关键“砝码”。

从提出做大高端市场，到真正全面部署高端产品，手机厂商大约经历了两年的探索历程。直到 2021 年，尤其在国内高端市场的竞争日益白热化起来。

实际上在产品之外，对于手机产业来说，同样重要的还有渠道和营销。令人目不暇接的营销战役几乎是充斥了整个年后至今的时光；而对关乎销售生命线的渠道层面，变革其实早在去年就已开始部署。

不同于 2016 年前后鼎盛时期的广撒网模式，“窄渠道”成为如今不少手机厂商看准的策略方向。在国内这个厮杀激烈的红海战场，对渠道调整和执行的迅捷程度，将是在产品之外，决定高端战场赢家结果的一个关键“砝码”。

## 高端市场走热

对高端手机消费的抬头，基本已经成为行业共识。

当然这是由多个因素造成的，一方面手机消费的确有日益升级的趋势；另一方面随着 5G 手机的大范围面市，其价格在元器件等增多的影响下也有所抬升。

在近日一加 9 系列发布会后，一加 CEO 刘作虎接受 21 世纪经济报道记者采访时就解释道，元器件自身性能每年都在提升，其价格有所调涨跟此前行业理解的“性能增加但价格不涨”认知有所差异，但也可以理解。“比如高通骁龙 888 芯片就比去年的骁龙 865 芯片更贵，一加 9 定制的索尼 IMX689 传感器成本也不低。”

此外还有一个外部因素变化，受国际因素影响，国内一些厂商短期内让出了部分高端市场份额，导致出现了新的竞争空间。这些共同构成了高端市场有竞争容量的背景所在。

3 月末的某个工作日，21 世纪经济报道记者走访广州天河一带的电子一条街门店交流时也发现，手机线下门店的客单价从此前的 2000 元左右，抬升到了如今的 3000 元以上。

迪信通一名中层告诉记者，在 2020 年之前，4000 元以上价位段的高端手机市场份额大约在百分之十以上徘徊，到了近期，该数据已经达到 20%。显示出新冠肺炎疫情影响到的只是中低端手机的消费表现，在高端市场依然有增量。

“我们认为，千元以下手机不是没有市场，只是这部分的存量市场换机周期可能会拉长，不会像部分价位段那样换机频繁。”他续称，市场均价一直在变化，目前来看，整个市场的平均零售价格大约能在 3600-3700 元左右。

位于天河百脑汇的一名店主也告诉 21 世纪经济报道记者，在 2017 年前后手机市场巅峰时期，市场的平均售价大约在 2000+ 元，但目前客单价已经超过 3000 元，店内销售最多的机型就是中端价位旗舰手机。

第三方咨询机构 Strategy Analytics 无线智能手机策略高级总监隋倩则向记者表示，预计今年全球智能手机批发价格会上涨 8%，到接近 300 美元的水平，主流厂商都会有价格上涨的趋势。

从商业角度来看，手机平均售价的走高，其实也更利于整个产业链接下来的良性发展。硬件产业链厂商在国内多是薄利的生意，以性能和产品为基础推动的更高价位段销量提升，也将带来厂商自身盈利能力的提高，进而反哺更高质量的研发。对于渠道而言，这些热销的中高端产品，则能够为他们带来相对可观的利润表现，支撑最末端产业闭环的完善。

“千元机实际是用来跑量，但零售商也有各种成本，比如房租、人员投入及其他额外成本和各项推销。这个行业的平均毛利率水平会随着售价的抬升表现更好一些，所以我们也更期待好的高端机产品出现。”一名渠道人士向记者坦言，

这也是部分品牌此前在高端机产品上销售更好的原因，因为能够为渠道带来相对丰厚的利润，渠道商愿意积极参与，完成这个闭环角色。

只是放眼全球高端手机市场，目前地位稳固的依然是苹果、三星和华为，渠道商也在希冀有更多品牌来支撑变化下的市场格局，但这背后考验的其实不仅仅是手机品牌的产品和研发能力，也考验终端厂商对渠道的调整和管控，并匹配适当营销。

### 重整渠道策略

危机感在 2018 年换机潮走向尾声时就开始有了苗头。当国内手机市场高成长期结束，行业进入稳定发展时段，换机周期普遍拉长，整个产业链都感受到了压力。

表现在市场层面，则是以 OPPO 和 vivo 为代表的厂商广泛部署下沉渠道市场，占据了市场成长期渠道策略的先局，甚至带动其他品牌的效仿。

“在 2017 年以前公司高速发展时期，其实我们没有太多对渠道操盘的概念。产品在仓库，渠道有需求就来拿货。大约在 2020 年 6 月左右，感觉到行业已经非常吃力，变革就开始了。”一名 OPPO 区域经销商如此告诉 21 世纪经济报道记者，此前公司已经预判到，接下来市场可能会经历一阵艰难时期，遂开始筹措相应准备。到了年中，全球政策局势突然出现了极大变化，公司便开始执行渠道变革。

这也是行业走向成熟的标志。在流量红利时期，企业可以伴随着不断下沉快速跑马圈地，完成初步积累。但是当行业走向发展瓶颈期，就意味着需要经历一次彻底的变革，这包括从产品研发到渠道销售的整个流程。

“我们回顾发现，在 4G 换机潮时期，行业普遍采取的是分销模式。但经历过 2019 年的低谷后，大家意识到，整个操盘模式需要从客户思维结合产品来统筹，对全渠道进行完整操盘。”该名区域经销商介绍道，这将包括对货物的分级、对渠道商的分级、对市场秩序的管理等。

当对渠道商采取分级管理后，可以对不同能力层级的渠道匹配不同量级的货源和资源支持，这也可以让渠道商中有实力者日益壮大，形成类似马太效应。“对渠道客户进行分层分级操盘后，随着更多高端产品出现，品牌势能跟进，这就可以带来相对可观的毛利，形成良性发展态势。”经销商续称。

在此过程中，OPPO 内部也在推行匹配的 IT 系统支撑，打通厂商和渠道商的财务、货物、物流整个体系。由此，系统内部可以根据当天的销售表现，决定第二天的货物库存匹配，完成数字化管理。

“OPPO 体系内大约从 Reno5 系列就开始采取这种操盘模式，这半年多时间内，我们发现销量同比提升超过了 60%。”该名经销商如此指出。

当然，马太效应的另一面，就是规模相对弱勢的渠道商拿货可能受限。根据介绍，这将推动这类渠道商自主做大的决心，并规范其随意改变销售规则的行为。

“在普遍缺芯背景下，未来对于新机的产能、原材料采购等都需要提前制定规划，这就需要通过销售端的全渠道管理，更明晰未来客户的承载量有多大。”上述经销商分析道，本质来说，这也意味着终端厂商的渠道策略从分销思路下的博弈，变成了如今的客户管理、统一操盘，如此也让厂商与渠道商的黏性和协同性更高。

举例来说，如此可以让手机厂商更好匹配具备高端手机销售能力的出口，而不是毫无差别地将高端产品下放到没有消费能力的零售门店。

### 渠道管理之战

这也意味着，当前手机市场正从粗放式发展，迈入精细化管理阶段。抢占高端市场窗口期之战，就是其中一个重要考核点，因为高端手机销售多来自线下。

对冲击高端同样有雄心的一加，此前重在线上渠道，如今也在以窄渠道的模式，加紧对线下部署。

刘作虎在受访时解释道，发力线下原因有二，其一是高端产品需要通过线下与客户真实接触，其二目前的大部分品牌旗下高端产品，线下销售都必然大于线上。而一加此前在印度就采取的是窄渠道模式，一加在印度的线下销售占比近半，并取得了不错的成效，因此在国内也借鉴了这种策略。

“我们采取的是‘独家 5S’品牌代理模式，在各个地区挑选一些客户做独家代理，这样也让资源更加集中，对经销商来说也能有很高坪效，会形成双赢。”他解释道，独家代理会让经销商更有与品牌共同发展的信心，而线下不同渠道有不同的特点，一加不会全面自建旗舰店，根据独家合作方式，可以更好完善渠道客户体系。“我们的线下渠道目前在全国已经基本铺开了。”

在由终端厂商发起的渠道和营销统一管理下，高端市场的反馈也变得积极起来。据前述多名渠道和门店人员透露，此前 OPPO 的高端 Find 系列历史上预售台数较少，但如今产品发布一周之后，陆续就接到了几十台甚至近百台的预定诉求。Find X3 首销日当天销量也超过了 Reno4 首销日数量。

这些其实已不是个例，其他头部厂商也开始了相应的渠道管理调整。

“任何一种商业模式都是被市场环境造就的。”前述经销商告诉 21 世纪经济报道记者，当一种模式带来了显著效果，就会有更多厂商参与。尤其在当下，手机厂商之战已经走入关键时期，未来对供应链管理的诉求也愈发严苛，这都意味着渠道必然走向一次深刻变革。

来源：21 世纪经济报道

## 氢能潮起：超 10 个省份“十四五”重点布局 粤苏鲁企业最多

不仅仅是市场资金，各地政府也早已将目光瞄准氢能领域。根据各省份“十四五”期间涉及氢能的规划，目前至少已经有 23 个省份（包括省份下城市）提出了氢能布局，计划打造氢能产业集群。

“碳达峰、碳中和”目标的确立，使新能源在市场上受到新一轮追捧，其中氢能成为关注的重点之一。

4 月 6 日，在上证指数、深证成指和创业板指集体下跌的背景下，氢能源板块表现活跃，全天领涨，并走出一波集体涨停潮。其中，雪人股份（002639.SZ）、雄韬股份（002733.SZ）、美锦能源（000723.SZ）、厚普股份（300471.SZ）等都在开盘后不久即涨停。

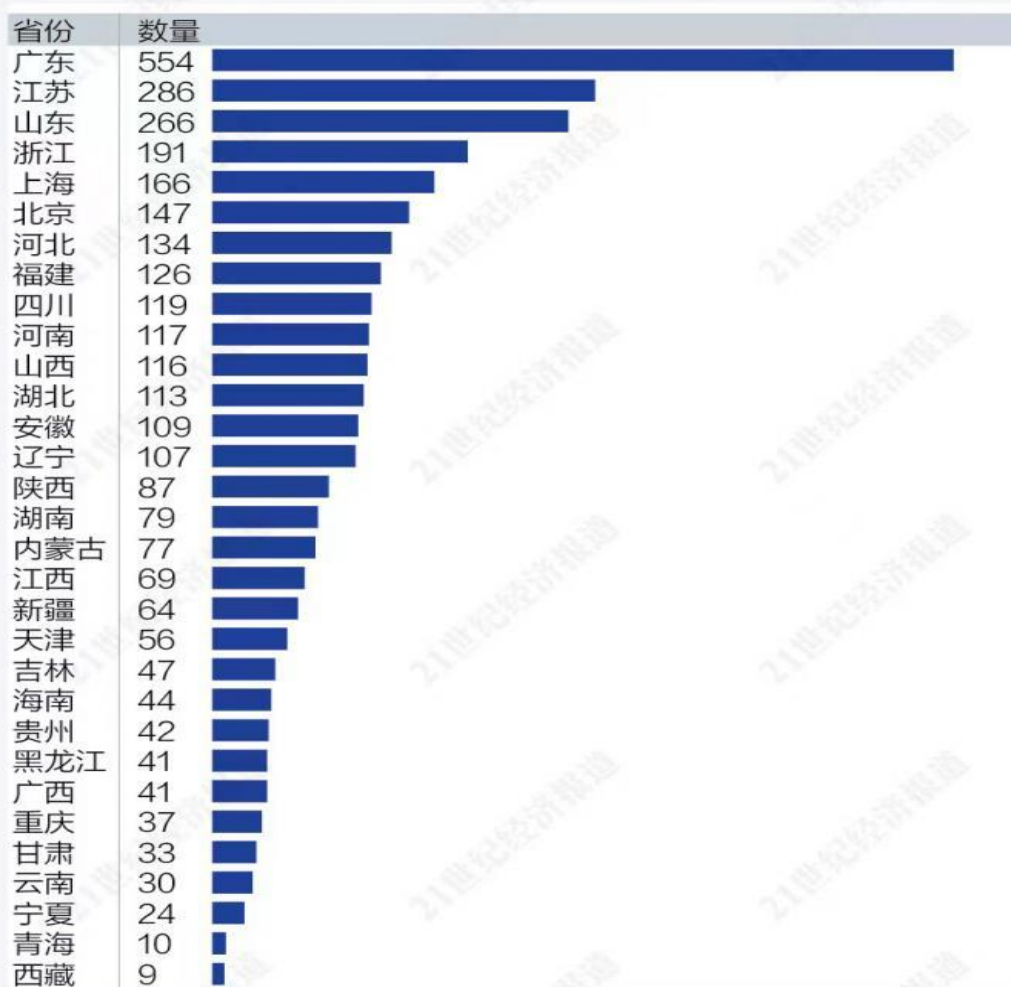
不仅仅是市场资金，各地政府也早已将目光瞄准氢能领域。根据各省份“十四五”期间涉及氢能的规划，目前至少已经有 23 个省份（包括省份下城市）提出了氢能布局，计划打造氢能产业集群。

“佛山为什么干氢能？从政府的角度来说就是佛山制造业升级的问题，佛山慢慢体会到氢能的文章太大了，氢能是没有天花板的产业。”近日，在佛山市召开的 2021 中国实体经济论坛上，佛山市副市长许国坦言。

目前，氢能的整体发展仍然相对不成熟。4 月 6 日，21 世纪经济报道记者查询启信宝的数据发现，在存续期、非小微、主营业务涉及氢能的企业，一共不足 3500 家。同等条件下查询风能企业，则有超过 11000 家。

E20 研究院固废产业研究中心负责人、首席行业研究员潘功博士对 21 世纪经济报道记者表示，氢能是新能源中，技术应用相对较晚、应用场景相对较少的新型能源，与风能、太阳能等相比成熟度相对较低。新兴技术，特别是当新兴技术应用于大型能源设施时，应在成熟中试等一系列程序后，形成示范项目，在多种应用场景下进行应用、实践，再行推广，并市场应用。

### 各省份氢能企业数量一览（非小微企业）



记者/陈洁 编辑/周上祺 设计/邓居轩 数据来源：启信宝（截止时间4月6日）

### 氢能布局“多点开花”

从各省份发布的氢能发展计划来看，“十四五”时期将是氢能产业快速发展的时期。

21世纪经济报道记者统计了各省份“十四五”规划、2020年政府工作报告，以及各城市的发展计划，至少有23个省份（包括省份下城市）发布了氢能的计划。

其中，在各地的“十四五”规划中，超过10个省份将氢能纳入，包括广东、甘肃、河北、山东、内蒙古、陕西、吉林、广西等。

比如，广东提出，推进能源革命，积极发展风电、核电、氢能等清洁能源，建设清洁低碳、安全高效、智能创新的现代化能源体系。

山东表示，要在新能源新材料强省建设实现重大突破，以核电、氢能、智能电网及储能等为支撑的新能源产业成为重要支柱产业，前沿新材料、关键战略材料、先进基础材料等产业竞争力显著增强，成为全国重要的新能源新材料基地。

而在此前发布的一些氢能规划中，一些省份提出了具体的氢能产业发展目标。比如，2020年9月，北京市经济和信息化局发布《北京市氢燃料电池汽车产业发展规划》，提出2025年前，培育5-10家具有国际影响力的氢燃料电池汽车产业链龙头企业，力争实现氢燃料电池汽车累计推广量突破1万辆，氢燃料电池汽车全产业链累计产值突破240亿元。

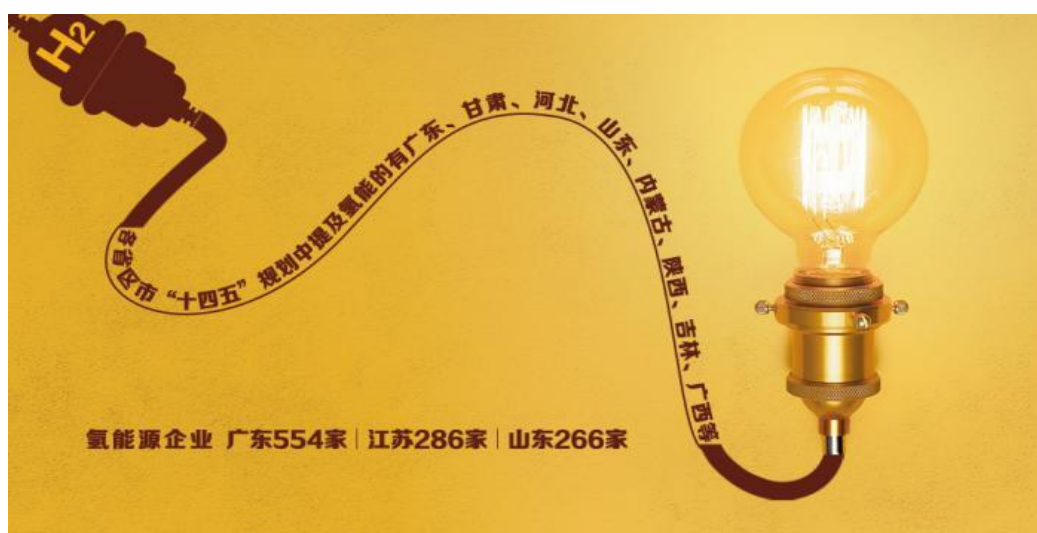
一些省份下的城市，对于氢能的发展也颇为“野心勃勃”。2020年10月，安徽省《六安市氢能产业发展规划（2020-2025）》（征求意见稿）发布，提出氢能产业目标为2025年100亿元，2030年300亿元。

为何多地都在布局氢能产业？首先因为地方政府看到了氢能产业突破的机会，其次氢能的发展对于“碳达峰、碳中和”的意义重大。

在上述实体经济论坛上，中国石油和化学工业联合会副秘书长庞广廉表示，据国际氢能委员会的统计，到2050年全球氢能占比将接近10%，2050年氢能利用可以贡献全球二氧化碳减排的20%，氢能产业链产值将超过2.5万亿美元。未来10-20年，全球氢能产业将迎来巨大的变革，也是重大的机遇期。

潘功认为，从“碳达峰、碳中和”来看，其核心并非仅仅是环保减排问题，无论是污水排放还是废气管理，现行环保标准可提升空间很有限，碳减排的关键在于能源结构和工业结构的变革与升级。就能源结构而言，有别于传统石油能源的新能源，不论是风能、太阳能、水电、核能还是氢能，都是能源结构变化上很重要的布局。

另外，区别于风能、太阳能、水电等新能源，发展氢能，相对不受自然、地理环境的限制。



### “竞赛”应注意什么？

但是，与各地方政府积极布局不同的是，现在氢能的产业发展仍然相对不成熟。



一个直接的数据，就是各地氢能企业的数量，和风能企业相比差距很大。启信宝数据显示，主营业务中含有氢能的非小微企业，全国不足 3500 家，其中广东以超过 500 家的数量排名全国各省区市第一位。排名第二和第三的是江苏和山东，分别有 286 家和 266 家，17 个省区市的氢能企业数量不足 100 家。

而在氢能小微企业中，全国总量不足 2000 家，广东以超过 400 家排名第一，山东和江苏超过 200 家，其余省份均不足 100 家。

在上述实体经济论坛上，多位专家和企业人士谈到了氢能发展的难题，其中的关键问题是产业链不成熟，以及技术突破的难题。

广汽集团汽车工程研究院电池集成部部长任强表示，氢能中看似不起眼的小件，比如瓶阀等等，在国内找不到合适的或者有一定知名度的供应商，所以他们还是用进口的零部件，成本报价都在上万元的水平，但企业做出一个氢罐的报价也在 1 万-2 万元，严重制约了车辆成本的下降以及推广普及。

佛山仙湖实验室智能氢复合动力车辆技术研究院副院长刘玉新表示，从目前来看，氢能在车辆上的推广存在着障碍，“我们目前开发的燃料电池说是开发出来了，但它是不是能够满足车辆的要求呢？实际整体在匹配过程中，很多的技术性难题都没有解决，比如每升的功率体积非常大，我做应用开发的时候很难。”

中国工程院院士陈学东认为，我们国家这几年全国各地掀起了一股氢能源热潮，主要应用场景是新能源汽车，在长三角、珠三角和京津冀一带形成了很多产业集群，广东以佛山为代表。但是，到 2050 年氢能源也不可能完全代替其他化石能源，发达国家大概能达到 20%就很不错了，我国大概达到 10%左右。

他指出，发展燃料电池汽车产业切不可蜂拥而上。从我国 3D 打印、机器人等产业以往的发展经验教训来看，虽然做了很多工作，但是对于企业来说实际得利却未达到预期。因此，发展燃料电池汽车产业还得慎重考虑市场需求与技术成熟度，做好统筹谋划。

此外，一拥而上发展氢能还存在安全问题。潘功指出，新能源需要找到安全与环境的一个平衡。对于不同区域，其能源的天然资源不同，应用场景不同，能源定位不同，并非每个区域都要发展成类似甚至相同的能源结构，能源结构的布局需要“因地制宜”，在这样的情况下，我们需要提供更多的新能源选项，让各个省、各个地区来选择，不仅仅根据能源条件，也根据应用场景。

来源：21 世纪经济报道

## 地方大数据立法提速，公共数据公平开放挑战仍在

近日，黑龙江省启动立法促进大数据发展应用，北京也明确将研究制定数字经济促进条例列入立法日程，在安徽，《大数据发展条例》将于5月1日起实施。

自去年中央文件将数据列为生产要素以来，地方大数据发展立法提速。对外经济贸易大学数字经济与法律创新研究中心执行主任许可告诉21世纪经济报道记者，本轮大数据立法，是地方将大数据发展作为新的经济点，从此前行政管理层面，上升至生产要素层面。地方立法一定程度上是为抢占先机，有竞速的意味。

但是地方大数据立法是否能解决数据流通的问题？海量的公共数据是否能发挥其效果，打破信息孤岛，真正发挥其效用？地方的立法又是否会局限大数据行业发展？这些仍有待考证。

### 抢占先机

地方大数据立法伴随着对大数据的理解而迭代。

许可解释称，此前大数据作为政府重要的决策工具，旨在“用数据说话、用数据决策”。

但是，本轮地方立法竞速，一定程度上基于去年4月中共中央、国务院印发《关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》，将数据与土地、劳动力、资本、技术等传统要素并列为生产要素。“以前是行政层面的，现在把它视为经济层面，地方政府就更有动力将大数据作为新的经济发展增长点，都想抢占先机。”许可说。

盘活大数据发展，数据流通尤为重要。数据流通不畅一直是制约大数据发展的关键障碍。人人都想要别人的数据，但都不愿意把自己的数据给别人。

数据流通的“牛鼻子”在不少受访专家看来在于政府数据的开放共享，继而以此引领示范全社会数据开放共享。

此前，据学者测算，政府及其部门掌握的公共数据占全社会数据总量的80%以上，但基本处于“沉睡”状态，其应有价值未能得到很好挖掘利用。

许可表示，政府数据放开是当务之急，或者说，目前最有可能管理、开放的就是政府数据。

“公共数据放开是可以立竿见影的。”北京安理律师事务所高级合伙人王新锐告诉21世纪经济报道记者，一方面，并非每个地方都有非常领先数据相关的企业，除却北上广深及杭州成都等地，其他地方不具备先天优势。另一方面，响应数据作为新的生产要素，数据增量要靠政府来提供。

这在地方立法中也得以体现。

《深圳经济特区数据条例（征求意见稿）》（以下简称《条例》）中，通过一系列创新规定，打破信息孤岛，推动公共数据深度开放、全面共享。比如，其中规定，除通过传统的政府数据开放平台开放原始数据外，还可以综合利用区块链、隐私计算、联邦学习等技术建立专业化数据定向开放平台，提供“可用不可见”和按规定用途使用数据的安全可信环境，满足专业机构对高价值数据的需求，带动公共数据与社会数据融合应用。

## 个人信息如何保护

值得庆幸的是，数据开放共享正在不断发展。范围由政府数据扩展至企事业单位所涉及的公共数据资源，据统计，全国开放数据集总量从2017年到2019年增加了6倍。

北京师范大学网络法治国际中心执行主任吴沈括告诉21世纪经济报道记者，目前“数据驱动的公共决策”，明显区别于早期的政务信息化进程。由此决定了规范企业参与政府信息化建设、加强政务数据安全工作的重要性和战略意义，特别是关乎未来政府-企业关系和公共权力归属的重大问题，具有顶层设计的深刻性。

大成律师事务所高级合伙人邓志松则强调，在地方立法的过程中，如果忽略了公平开放的问题，或是没有对政府与企业合作、以及政府向企业开放数据的程序进行规定，那么可能会留下损害市场竞争的漏洞。

他认为，比较值得借鉴的是，《贵州省政府数据共享开放条例》中明确规定，“省和市、州人民政府应当公平择优选择具有相应管理经验、专业能力的法人或者其他组织，对非涉密但是涉及敏感信息的政府数据提供脱敏、清洗、加工、建模、分析等服务。”

除却公平性问题，公共数据开放也隐含着个人信息保护的风险。不断衍生政务、商务和民用各类数据应用场景和模式是否会对个人信息造成伤害？

邓志松告诉21世纪经济报道记者，去年一年中，有关部门通过获取患者及密切接触者的行踪轨迹等个人信息，有效地防控了疫情，但也出现了多起涉疫人员个人信息泄露事件。并且，除了个人信息以外，政府还掌握了大量涉及企业商业秘密的信息，对于这些敏感信息，如果在政府数据开放的过程中没有妥善处理，就可能会使得当事人的利益受到损害。

针对这一问题，个人信息保护法（草案）中就对国家机关处理个人信息作出了特别规定。除此之外，不少地方的政府大数据或公共数据相关立法中也对政府公开个人信息及商业秘密的行为作出了限制性规定。

比如，《安徽省大数据发展条例》中突出对个人信息和隐私的保护，要求开展涉及个人信息的数据活动，不得窃取或者以其他方式非法获取个人信息，不得泄露或者篡改其收集的个人信息，不得过度处理；未经被收集者同意，不得向他人非法提供其个人信息等。

## 地方立法是否会局限大数据发展

地方对大数据发展立法提速的同时，也有声音认为，大数据的特性在于跨区域的开放互通和分享，地方立法存在局限性。

去年，深圳的《条例》提出了一系列全新的制度设计，特别是创设个人数据权，被视为《条例》最大的特色。

《条例》表示，自然人、法人和非法人组织依据法律、法规和本条例的规定享有数据权，任何组织或者个人不得侵犯。数据权是权利人依法对特定数据的自主决定、控制、处理、收益、利益损害受偿的权利。

不过，被视为创新的同时也带来了争议。

国家计算机网络应急技术处理协调中心林星辰撰文称，数据作为复制成本低、流通性强的新型生产要素，具有很强的地域间流动性，在地方性法规中对数据权属进行确认，不利于培育全国统一的数据要素市场，不利于促进数据要素市场化配置。

去年底，该《条例》首次提请审议。接下来，是否会对数据权内容进行调整，仍需考察。

吴沈括认为，地方立法是对地方实践的及时总结，具有其积极的意义，但是在此过程当中，一定要注意遵守立法法基本原则，恪守权力位阶的基本要求。“如果相关的数据制度构成基本民事制度或者基本经济制度，则应当避免在地方立法层面作出硬性规定，以免构成对于全国一盘棋的数据生态的割裂和冲击。”

邓志松表示，地方立法本身应该起到明确各方权责，约束滥用数据、侵犯个人隐私等行为，保障大数据要素在市场中畅通流动，以及维持健康有序的市场竞争等作用。如果地方立法规定不当或不明，就可能使得行业产业在发展中受挫。“特别是从目前的相关立法来看，数据安全和个人信息保护问题得到了比较多的强调，而授权和开放程序等方面受到的关注还比较少。”

此外，邓志松认为应警惕政府滥用权力。管理者应当意识到，掌握了大量数据的政府部门如果在大数据开放过程中滥用行政权力，可能会对竞争产生更大的影响。政府在制定大数据发展及公共数据开放的相关政策时，本身也应该经过公平竞争审查程序，避免政策在实施中产生排除、限制竞争的负面效果。

来源：21 世纪经济报道

## 全球市场

### 港交所首季 IPO 创历史新高 最快 6 月启动 SPAC 咨询

今年将有超过 10 只中概股回归港股进行第二上市,集资金额超过 1000 亿港元。

在中概股二次上市热潮的带动下,香港 IPO 市场首季创下开门红。

数据显示,今年第一季度,港交所共有 32 只新股上市,集资金额达到 1328 亿港元,同比激增 842%,创下历史新高。其中,百度、B 站、快手这三只超大型新股贡献了同期近 70% 的融资总额。

德勤全国上市业务组华南区主管合伙人刘志健 4 月 7 日向记者表示,今年第一季度,港股新经济新股的上市数量及融资金额均有大幅增长,期内共有 13 只新股在港交所上市,融资金额达到 1172 亿港元,同比分别飙升 225%、3452%。

由于港股 IPO 市场气氛热烈,新上市公司的发行价格也水涨船高。根据德勤的统计数据显示,今年第一季度,接近 30% 的新股上市市盈率达到 10-20 倍,并有 35% 的新股以 20 倍以上的市盈率上市,明显高于去年同期的 11%。以 40 倍以上市盈率上市的新股比例期内达到 13%,而去年同期则无任何新股可以达到 40 倍以上的市盈率。



在中概股上市热潮的带动下,香港 IPO 市场首季创下开门红。视觉中国  
中概股回归加速

在全球各国继续推行的货币或经济宽松政策令大量资金寻求高回报的背景下，德勤中国华南区主管合伙人欧振兴预测：“今年香港新股市场将有 120-130 宗 IPO，融资金额有望突破 2010 年接近 4500 亿港元的水平。将有超过 10 只中概股回归港股进行第二上市，集资金额超过 1000 亿港元，并有 4-5 家大型新经济公司来港上市，每只新股的融资金额至少为 100 亿港元。”

刘志健指出，今年第一季度的新股上市热潮中，在公开发售阶段投资者的风格出现明显转变，“由以往追捧及超卖小型消费零售及房地产新股，转向目前大力投资不同概念、板块的新经济板块。整体的新股认购市场反应好于去年同期。”

今年第一季度，所有的港股 IPO 获得超额认购，其中 91% 的新股获得 20 倍以上的超额认购。其中，诺辉健康的 IPO 发行获得 4133 倍的超额认购。在新股认购热潮推动下，新股上市的首日股价表现亦不俗。数据显示，今年第一季度，主板新股的首日平均回报率约为 25%，而去年同期仅为 4%。

然而，欧振兴表示，由于疫情带动，线上交易飙升，带动新经济股票，投资者对这类趋之若鹜，“然而随着投资者慢慢成熟，更理解企业的长线发展模式是否有持续性，公司业绩公布后与预期有些落差，导致部分投资者可能选择调整投资组合，因此一些新经济股票的估值开始回归理性。”

同时，港交所近期推出咨询，有望进一步放宽对非新经济公司二次上市的条件。对此，他表示，对于海外上市的中概股公司而言，除了估值水平以外，包括扩阔投资者基础及交易风险，特别是面对地缘政治风险影响，香港作为流动性较强的市场，对中概股减低监管风险仍有很大的吸引力。

中金报告指出，自 2018 年港交所修改上市制度以来，已有 13 只在美上市的中概股在港交所完成了第二上市，且节奏上还在不断加速。同时，已有相当部分的股份转换到港股交易，香港部分交易市值为 1.31 万亿港元，占整体市值的 16.6%。因此，带头和聚集效应强化港股市场作为新经济桥头堡和国际金融中心地位。

### **SPAC 热潮涌起**

特殊目的收购公司（Special Purpose Acquisition Company, SPAC）近年大行其道，香港不少富豪也有参与，继香港首富李嘉诚后，新世界执行副主席兼行政总裁郑志刚通过组建 SPAC，此前正式向美国纳斯达克递交上市申请，集资 3 亿美元。

欧振兴向 21 世纪经济报道记者表示：“SPAC 兴起主要是受惠市场资金非常充裕，令投资者寻求更高回报，目前多国正考虑容许 SPAC 上市，随着愈来愈多投资者更加成熟，接受不同的上市方式，相信香港作为全球主要金融中心之一，应给予市场更多选择，但要做好投资者保障。”

SPAC 是指在首次公开募股时没有任何运营历史的公司，其筹集资金的唯一目的是进行企业合并。其目的是企业欲以较低成本和较短时间在市场募集资金，

在上市流程上，SPAC 是由投资机构成立没有业务的“空壳公司”，然后透过 IPO 募集资金，再寻找尚未上市的公司进行并购，其后则能省却 IPO 程序，立刻上市。

数据显示，美国去年有 494 只新股，SPAC 达 248 间，占比约一半，集资金额达 830 亿美元，占整体集资规模 47%。今年 SPAC 上市热潮持续升温，2021 年第一季 SPAC 上市已募集近 950 亿美元，超过去年的纪录，且占今年 IPO 总规模的 70%。在亚洲区内，韩国及马来西亚已容许 SPAC 上市，新加坡及中国香港亦有意研究机制。

欧振兴表示，港股市场的投资者组成中包括 20%零售客户，因此需要考虑投资者保护，取得平衡，而美国市场 95%的投资者为机构投资者，包括一些长线的基金。

### 港交所或于 6 月启动咨询

香港财政司司长陈茂波今年 3 月初已要求港交所及监管机构，研究推动 SPAC 在香港上市，并提出一个适合香港市场的框架。市场人士指出，港交所最快将于今年 6 月向公众咨询 SPAC 上市机制，预计年底前将有首只 SPAC 上市。

港交所上市主管陈翊庭此前向媒体表示，交易所正探讨引入 SPAC 上市方式，但市场对此有不同意见，交易所在研究新产品或政策时，会充分考虑所有事情，包括机制带来的机遇，以及会否引申其他市场问题。她强调，引入 SPAC 并不是“比速度”，港交所现时的研究方向，包括如何应对当中顾虑，以及设计保障投资者措施等，会适时咨询市场。

事实上，港交所曾于 2015 年起打击壳股活动，并于 2017 年修订《上市条例》，收紧“反收购活动”监管，限制公司转手后，买方不可于 36 个月内出售原有业务。港交所也要求公司有足够资产及业务运作，两项兼备才可维持上市地位。而 SPAC 作为纯现金公司，集资挂牌后才寻找目标收购企业。

然而，国信证券认为，港交所引进 SPAC 制度具有一定的战略意义，因港交所要与全球的交易所继续竞争，在未来要吸引全球资金和全球优质企业，而 SPAC 制度可能是一个潜在的突破口，可以帮助集团提前捆绑专业的资产管理人，为集团未来的全球化战略打好基础。

同时，时隔 11 年后，新交所再次推出 SPAC 咨询。3 月 31 日，新交所发布了有关拟议的 SPAC 上市框架的咨询文件，正式展开为期一个月的咨询。

根据 21 世纪经济报道记者查阅咨询文件显示，新交所要求相关公司 IPO 时至少有 3 亿新元市值，并且至少 25%已发行股票由至少 500 个公众股东持有；IPO 价格每股至少 10 新元；至少 90%的 IPO 筹得资金必须接受第三方托管以待收购目标公司时使用，且受托管的资金将按股权比例返还给对并购投反对票的股东或在 SPAC 清盘时还给股东；以及任何在 SPAC 上市时与普通股一起发行的凭单(或可转换证券)，不得剥离普通股以在新交所交易。

来源：21 世纪经济报道

《江苏创业投资》联系方式:

江苏省创业投资协会

地址: 南京市虎踞路 99 号高投大厦辅楼 302 室

邮编: 210013

电话: 025-83303470

E-mail: jsvca2000@163.com

网址: <http://www.js-vc.org/>