



# 江苏创业投资

JIANGSU VENTURE CAPITAL

2022 年第 5 期（总第 219 期）

江苏省创业投资协会 主办

2022 年 5 月 31 日

---

---

<b>聚焦</b> .....	3
生物农业如何发力？加快构建商业化育种创新体系 满足居民食品消费更高期待 .....	3
解码创新药企一季报：营收、利润双降业绩承压 如何在洗牌中破局？ .....	6
<b>创业投资</b> .....	11
新消费投资进入调整期：流量型公司打法失效，基础食材类必需品投资穿越周期 .....	11
消费投资降温“B 面”：“科技+”热度不减、海外消费版图扩容 .....	14
<b>理论周刊</b> .....	18
构筑数字经济治理的中国优势 .....	18
创新金融科技数字化服务 助力碳中和.....	19
<b>综合</b> .....	21
国资委：加大对科技型上市公司激励力度.....	21

南京江北新区：让人工智能算力成为新的城市公共资源 .....	22
<b>企业事件</b> .....	24
游戏版号一“号”难求 出海或是重要出路.....	24
工业互联网推动制造业数字化转型速度加快.....	26

## 聚焦

# 生物农业如何发力？加快构建商业化育种创新体系 满足居民食品消费更高期待

5月10日，国家发展改革委发布《“十四五”生物经济发展规划》（后简称《规划》），并明确四大重点发展领域，其中之一即顺应“解决温饱”转向“营养多元”的新趋势，发展面向农业现代化的生物农业，满足人民群众对食品消费更高层次的新期待。

生物育种是生物农业的重要组成部分，《规划》明确，要在尊重科学、严格监管、依法依规、确保安全的前提下，有序推动生物育种等领域产业化应用，保障粮食、肉蛋奶、油料等重要农产品供给。有序发展全基因组选择、系统生物学、合成生物学、人工智能等生物育种技术，着力提升良种培育、生产加工、推广应用等能力，加快构建商业化育种创新体系。

中国社会科学院农村发展研究所农产品贸易与政策研究室主任、研究员胡冰川告诉21世纪经济报道记者，此前《“十四五”推进农业农村现代化规划的通知》等文件已对生物育种等进行一定部署安排。

胡冰川表示，在全球疫情背景之下，生物安全防控和生物经济发展的重要性愈发凸显，伴随着新兴产业发展和传统产业转型升级，《规划》将包括生物育种在内的生物技术置于同一规划文件，以便更好地进行统筹管理和培育扶持。

### 有序推动生物育种产业化

《规划》提出，要着眼保障粮食等重要农产品生产供给，适应日益多元的营养健康食物等消费需求，重点围绕生物育种等方向，推出一批新一代农业生物产品。

中国农业科学院生物产业前沿技术创新中心主任、南方科技大学前沿生物技术研究院院长、美国科学院院士朱健康在接受21世纪经济报道记者采访时表示，生物育种技术主要包括传统杂交育种及由杂交育种延伸出的全基因组筛选分子标记育种、转基因育种、基因编辑育种三种类型，后两类为新型育种技术。

朱健康介绍，转基因育种的抗虫、抗除草剂的性能更好，基因编辑育种除了提高品种抗除草剂性能外，还能提高品种产量、品质、肥料利用率、抗病性等性能，应用范围更广，适用作物也更多。

生物育种是国投创益产业基金管理有限公司的重要投资方向,其投资团队总监冯越向 21 世纪经济报道记者表示,我国种子问题突出表现在科技发展不足,生物育种作为“卡脖子”技术亟待实现产业化。

育种专家、隆平生物技术(海南)有限公司总经理吕玉平向 21 世纪经济报道记者表示,我国水稻、小麦的种质资源品类、育种水平表现较好,市场占有率高,但玉米和大豆产量分别为美国的 60%和 40%左右。生物育种产业化,尤其是转基因育种和基因编辑育种产业化,将有效提高我国玉米和大豆产量。

《规划》指出,要在尊重科学、严格监管、依法依规、确保安全的前提下,有序推动生物育种等领域产业化应用,保障粮食、肉蛋奶、油料等重要农产品供给。

渤海大学管理学院院长、中国农业技术经济学会理事靖飞告诉 21 世纪经济报道记者,《规划》再次明确要有序推动生物育种产业化应用看似老生常谈,但生物育种产业化应用落地的生产应用证书已获批,相关法律法规已基本修订完成,生物育种赋能农业生产蓄势待发,等待最终实质性实施。

但就目前而言,靖飞表示,我国现有转化事件与传统品种的合理组合方面获批的证书还较少,与现实巨大需求之间的矛盾仍比较突出。

横向来看,朱健康指出,我国传统杂交育种的研发和产业化水平较好,但全基因组筛选分子标记育种、转基因育种和基因编辑育种与发达国家相比仍有较大差距。

以基因编辑育种为例,朱健康谈道,在研发方面,我国拥有世界上最庞大的基因编辑育种研究队伍,整体研究水平较高,但总体来看基因编辑育种的底层工具仍依赖国外;在产业化方面,今年 1 月《农业用基因编辑植物安全评价指南(试行)》推出,将基因编辑育种与转基因相区分,为基因编辑育种提供产业化可能,但该指南仍未完全脱离转基因安全评价框架,实际效果还有待在政策执行中查验。另外,基因编辑育种作为新兴技术,其知识产权保护问题也有待进一步完善。

整体而言,要缩小我国与发达国家生物育种技术差距,靖飞认为关键要从两方面着手,一是要在政策牵引下尽快建立生物育种国家科技力量,将不具备发展高度前沿技术的国有农业科研单位转化为产业化应用类型的企业,目前事企不分的“双轨制”不利于企业成长;二是必须建立和完善以企业为主导的商业化育种体系。

### **强化企业创新主体地位**

“生物育种的根本是服务和赋能农业生产,而将之转化为现实生产力只能依靠企业,一定要处理好原始和基础产出与产业化应用的关系。”靖飞说。

中国种子协会副会长、农业农村部种子管理局原副局长马淑萍表示,我国目前具备生产经营许可证的种子企业有 7000 余家,但其中 95%均为中小企业,而

中小企业总体创新能力和创新投入均存在不足。另外，目前我国 80%的创新资源集中于高校、科研单位，高校、科研单位和企业“两张皮”问题仍未很好解决。

朱健康表示，目前我国具备转基因育种和基因编辑育种能力的企业很少，优势资源集中的高校和科研单位的生物育种研发缺乏系统性和连续性，期待更多政策支持和体制机制创新。

《规划》强调要培育壮大竞争力强的创新主体，包括强化企业创新主体地位和发展壮大新型创新力量两方面内容。

在强化企业创新主体地位方面，《规划》指出要发挥生物领域龙头企业引领支撑作用，推动与中小企业融通创新；鼓励生物农业等重点领域的生物创新企业深耕细分领域，厚植发展优势，培育成为具有全球竞争力的单项冠军；以促进关键技术突破和科技成果转化应用为目标，支持龙头企业牵头组建创新联合体，承担建设产业创新中心、工程研究中心、技术创新中心、制造业创新中心等创新平台。

在发展壮大新型创新力量方面，《规划》明确要在生物育种等前沿领域，支持有影响力的用户单位牵头建立产学研联合体，与生产企业共同合作开展生物产品技术创新和示范验证，构建“应用示范-反馈改进-水平提升-辐射推广”的良性循环发展机制。

靖飞认为，《规划》明确生物育种主体的职能目标要服务于“用”，生物创新企业要立足于“用”，深耕细分领域；有影响力的用户单位既要站在理论前沿，同时必须立足于“用”。双方要通过联合形成合力，最终目的是通过加快生物技术的发展，赋能农业生产，确保国家粮食安全。

“一个新的品种从研发到投入生产一般需要 6-8 年的时间。”吕玉平表示，目前种子企业主要面临人才和体制机制两方面的压力，相关部门应更加关注种子企业的资金、人才等需求，为企业进行育种创新创造更好的政策环境。

在努力优化生物领域政策环境方面，《规划》明确，要遵循生物科技发展规律，坚持鼓励创新、包容审慎、协同发力，持续深化技术创新、行业监管、市场应用等领域改革，加大资金、技术、人才等资源投入，构建与国际接轨的制度框架，加快形成有利于生物经济创新发展的政策环境。

来源：21 世纪经济报道

## 解码创新药企一季报：营收、利润双降业绩承压 如何在洗牌中破局？

在多重挑战之下，众多把目标转向创新药研发的企业，正试图把产品管线调整到未来更具竞争格局的赛道，来实现从全国集采常态化政策中受益。

2022 年第一季度已经过去，从业绩表现来看，包括君实生物、恒瑞医药、百济神州在内的头部创新药企表现并不如意。

根据这三家企业披露的第一季度财报数据，君实生物实现营业收入 6.30 亿元，同比下降 61.02%；归属于上市公司股东的净利润-3.96 亿元，同比下降 205.06%，上年同期为 3.77 亿元；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为-4.30 亿元，同比下降 218.99%。

恒瑞医药实现营业收入 54.79 亿元，同比下降 20.93%；净利润 12.37 亿元，同比下降 17.35%；基本每股收益 0.19 元。2021 年，公司实现营业收入 259.06 亿元，同比下降 6.59%；归属于母公司所有者的净利润 45.30 亿元，同比下降 28.41%。

百济神州实现营业总收入 19.48 亿元，同比减少 50.4%；归属于母公司股东的净利润-28.66 亿元，同比减少 965.9%；归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润 28.61 亿元，同比减少 983.1%。

从营收、利润双降的形势来看，如今，在医保谈判、集采、创新研发转型等多重压力之下，药企的利润空间正在缩小。如国盛证券分析所言，聚焦创新研发将会给企业带来新的生机，然而，新药研发并非易事，在人才缺乏、新药研发赛道拥挤、出海难等因素的掣肘下，哪怕实力雄厚的头部创新药企也面临着巨大压力，稍有不慎甚至会在行业洗牌中被加速出局。当下，如何破局而出，也成为头部药企面临的重要命题。

对此，国盛证券分析认为，创新药上市即重磅炸弹的时代慢慢过去，政策给予“泛泛创新”的时间窗口期越来越短，创新药市场在当下已经慢慢进入到“精选优质创新”的阶段。单抗热门靶点未来同质化竞争将持续白热化，同质化产品将逐渐失去竞争力，新技术、稀缺的技术平台、差异化的治疗领域、创新的给药方式等都可能给企业带来更好的竞争格局，有技术沉淀的公司有望脱颖而出。



## 头部创新药企业绩营收、利润双降

行业分析认为,在疫情持续影响、政策变革、行业竞争加剧等大背景下,创新药企业转型阵痛持续,这才使得一季度业绩承压明显。

事实上,中康科技统计数据也显示,2020年国家医保谈判中,谈判成功的药品平均降价50.64%。2020年有7家PD-1企业参与国家医保谈判,其中恒瑞医药、百济神州和君实生物的PD-1以平均降价78%的代价全部纳入医保。创新药通过国谈进入医保的时间极大缩短,但是随之而来的问题是价格的大幅下降。

尽管恒瑞医药、君实生物在一季度报中并未披露PD-1产品卡瑞丽珠单抗的具体销售额,不过,有业内人士对21世纪经济报道记者分析指出,集中带量采购、国家医保谈判产品大幅降价导致君实生物、恒瑞医药毛利率下降。

例如,2020年国家医保目录实施后,君实生物的PD-1特瑞普利单抗(拓益)单价降幅超过60%,而在2021年全年,特瑞普利单抗销售收入就仅为4.12亿元,相比于2020年的10.03亿元,销售额同比下降约60%。进入医保的卡瑞丽珠单抗业绩也较为惨淡,价格降幅达85%,加上产品进院难、各地医保执行时间不一等诸多问题,这两家PD-1单抗销售额不及预期也是理所当然。

在君实生物、恒瑞医药PD-1受挫之际,百济神州2022年第一季度业绩报告却显示,产品收入再创新高,总计达2.616亿美元,相较去年同期1.061亿美元,增长146%。其中,百济神州核心自研产品BTK抑制剂百悦泽®全球销售额为1.043亿美元,同比增372%。而抗PD-1抗体百泽安®也保持了稳定的增长态势。第一季度,百泽安®在中国的销售额为8760万美元,同比增长达79%。目前,百泽安

®已在中国获批用于 8 项适应症，其中已有 5 项适应症被纳入国家医保目录，是纳入医保目录适应症数量最多的 PD-1 单抗。同时，通过与诺华合作，百泽安®多项上市申请已先后获得美国 FDA 和欧洲药品管理局受理，目前正在审评中，有望于年内实现首次出海。

不过，产品收入的亮眼也尚未扭转百济神州亏损的情况，对此，百济神州方面解释称，一季度营收较上年同期下降 50.4%，主要为产品收入较上年同期增长，以及合作收入较上年同期下降的综合影响所致。其中，产品收入增加 141.4%，主要得益于自主研发产品和授权产品的销售增长；合作收入有所下降，主要由于上年同期对与诺华制药就百泽安达成的 6.5 亿美元合作预付款进行的部分收入确认。此外，一季度归属于上市公司股东的净利润较上年同期下降，主要系与上年同期相比本期合作收入有所下降导致亏损增加。

IQVIA 艾昆纬中国企业战略负责人徐莹认为，从产业结构和临床需求来看，中国医药市场仍存在巨大的发展空间。当前我国新药研发与全球差距正逐步缩小，但就产品管线来看靶点扎堆、适应症集中等问题仍然存在。未来本土药企有两大发展方向：一是参与全球竞争的 First-in-Class 的企业。其国际化定位高瞻远瞩，而短期内仍将曲折前行。这类企业将引领中国生物医药的国际化发展及创新突破。二是中国优质 Me-better 龙头企业。这类企业立足中国市场，短期以规模取胜，中长期逐步向创新转型。他们将是医药产业升级的主要贡献者。

总体而言，未来五年，本土药企机遇与挑战并存。

### 亏损背后创新药企迎挑战

就挑战方面，此前在上海科创金融服务中心“科创企业 IPO 之路”专题论坛上，西南证券医药行业首席分析师杜向阳曾指出，创新药企眼下面临三大挑战。例如，基础研究相对薄弱。在顶尖的科研机构方面，中国从 2015 年的 5 家变成了 9 家，但是与美国 52 家顶尖生命科学和医学研究机构数量相比，相差悬殊，进步空间巨大。同时，中国的创新研究以跟进热点前沿为主，以 PROTAC（蛋白水解靶向嵌合体）为例，中国核心论文篇数是 3 篇，美国是 37 篇，中国施引论文篇数 215 篇，美国是 838 篇。我国的基础研究还面临着很多的短板。

同时，中国药物研发同质化研发严重。以 PD-1 为例，国内创新药靶点研究竞争激烈，目前，PD-1 上市产品进口+国内差不多有 10 个，还有大量在临床阶段。所以，目前生物医药企业从研发角度来看，更多还是跟随海外靶点的研究，Fast Follow 情况突出。

随着创新药研发节奏的加快，尤其是同类靶点同质化研究，创新药的整个生命周期会被进一步缩短。海外创新药有专利的红利，基本可以实现十几年的独家销售。国内同质化的研究，包括市场准入加快，国内快速跟随的策略也会进一步缩短创新药的生命周期，对于创新药商业化的体量也有一些影响，这也是创新药面临的巨大挑战。

“在 2015-2020 年，是政策引领、资本加持的时代，我国创新药快速发展，IND、NDA、临床数量迅速增长，完成了创新药企量变过程，国内创新药企实力也逐步加强，但中国创新仍是以跟进为主，me too 新药在国内的跟随速度越来越快，窗口期越来越短，竞争越来越激烈，PD-1 泡沫还未消退。但是在 2020-2025 年，是联合用药、全方面布局适应症的时代，差异化的 me better、竞争格局好的高技术壁垒创新药才有议价权，才能产生增长浪潮。直到 2025 年-未来，基础研究会实现支持源头创新，中国创新药企会成为全球竞争的有力参与者。”杜向阳强调，面对机遇与挑战的时代，中国创新药企要根据国家政策发展方向，及时调整并改变步伐，走出一条差异化发展的路径。

也是在多重挑战之下，众多把目标转向创新药研发的企业，正试图把产品管线调整到未来更具竞争格局的赛道，来实现从全国集采常态化政策中受益。

创新方面，近年来，恒瑞医药研发投入连年保持高速增长，2021 年累计研发投入 62.03 亿元，研发投入占销售收入比重达到 23.95%，创公司历史新高；百济神州在研发费用上，截至 2022 年 3 月 31 日的三个月内，投入 3.899 亿美元，2021 年同期数据为 3.207 亿美元。但新药研发并非易事，高研发成本的投入背后，企业还需面临前期没有人才队伍、新药研发竞争焦灼、监管力度严峻等诸多挑战，对于自身实力不足而且研发能力欠缺的企业来说则将迎来巨大压力，甚至会在行业洗牌中被加速出局。

更何況，眼下，随着医改深化、新药研发加速迭代，中国医药市场将持续面临升级并分化。IQVIA 分析指出，一方面，针对中国市场的临床需求，具有超强渠道优势、一体化供应链及成本管控能力的企业将通过产品引入，快速提升市场份额，百亿俱乐部企业将强者愈强。另一方面，In China for global 的中国创新药企需要从“泛泛创新 1.0”向“精选优质创新 2.0”迈进，在逐步完善的中国生物医药研发生态里，寻求真正具有临床价值的创新药。

在竞争加剧的当下，如何回归创新本源、推动以临床价值为导向的差异化创新成为中国医药行业面临的主旋律。

### **押注国际化能否突破瓶颈？**

如此，在战略调整上，押注研发，进行高管人才更换以及聚焦加速国际化布局也是各家不谋而合的战略方向。

在一季度报公布后不久，恒瑞医药发布公告称，公司任命戴洪斌为总经理。这是今年以来恒瑞医药高管团队调整的最新动态。实际上，近来，恒瑞医药有多位高管先后因个人原因离职，引发外界猜测。据知情人士分析，眼下恒瑞医药正值转型关键时期，多次进行高管人事调整，显然是激发组织活力，强化运营管理，增加企业转型动能所采取的必要举措。

“在行业震荡的大背景下，处于转型关键期的恒瑞医药必然会经历一定时间的业绩承压，也必须加速进行运营改革，提升公司管理成效，进而推动公司创

新和国际化加速实现突破。一位带有恒瑞基因、熟悉各项业务、运营管理能力突出、执行能力强的职业经理人正契合恒瑞医药眼下所需。”业内人士分析认为，作为一家大型的成熟企业，在转型关键时期，高管团队能跟随市场和行业的新形势、新变化而动态调整，将更有利于激发团队活力，增加转型动能。

IQVIA Biotech 中国区负责人刘群此前在接受 21 世纪经济报道记者采访时表示，本土创新药企要想打通全球化发展路径需要做到三点：一是，布局要早，在初创期可以借助外包等方式有效提升研发效率；二是从商业化角度来说，为了在更广阔的市场推广产品，需要与各类上下游合作伙伴积极开展战略合作；三是，要注重人才队伍的搭建，尤其是国际性人才。

这句话背后指出，除了人才，如何打通商业化成为企业需要关注的重点，特别是在全球化的趋势下，做好全球化的商业布局至关重要。在全球化布局上，百济神州在国内 Biotech 公司中领先，海外团队占比超 50%，遍及中国、美国、欧洲、澳洲等多个地区。公司目前针对超过 30 种药物及候选药物开展了 90 余项临床试验，其中包括 TIGIT 抗体和 BCL2 抑制剂进行的关键性临床试验，针对 OX40、TIM3、PI3K delta 和 HPK-1 靶点在内的早期临床试验，以及多项临床前研究项目。

不过，国际化方面诸多企业也存在诸多待解决的，特别是在信达生物、和黄医药、君实生物陆续“闯关”美国 FDA 受挫后，如何走稳国际化的道路备受关注。以君实为例，5 月 4 日晚间，君实生物发布公告，公司近日收到美国食品药品监督管理局（FDA）的关于特瑞普利单抗的生物制品许可申请（BLA）完整回复信，对于特瑞普利单抗鼻咽癌适应症的 BLA，要求进行一项质控流程变更。君实生物表示，该变更较容易完成，公司计划与 FDA 直接会面，并预计于 2022 年仲夏之前重新提交该 BLA。

君实生物方面对 21 世纪经济报道记者表示：“我们和合作伙伴 Coherus 计划先与 FDA 会面，随后直接进行 BLA 的重新提交，预计将在 2022 年仲夏之前提交申请。目前，我们已顺利完成了 FDA 关于生产基地现场核查的线上评估部分。我们将与监管机构保持密切沟通，积极做好 FDA 现场核查的准备工作以便随时接受现场核查，推动特瑞普利单抗在美国尽快实现商业化。”君实生物方面强调，此次回复不会影响后续的出海计划，不论是对于特瑞普利单抗还是君实生物管线上的其他产品，都会继续坚持“国际化”。

尽管中国创新药开始大量走上“闯关”FDA 的道路并遭遇“滑铁卢”，但是眼下，药企和投资人依旧认为这是打破行业困境实现高速发展的利剑。后续，如何理性、稳扎稳打突破“关卡”，走出中国医药的创新道路，时间，也将验证一切。

来源：21 世纪经济报道

## 创业投资

# 新消费投资进入调整期：流量型公司打法失效，基础食材类必需品投资穿越周期

对新消费企业来说，重要的是要有合适的产品矩阵去占据某个特定场景，并靠持续的研发去抓住消费者喜好的变化，不断捕捉新的消费趋势。

近来，新消费投资赛道进入调整期。诸多盛极一时的新消费品牌面临增长困境，纷纷调整经营，它们的融资步伐也逐渐放缓。与此同时，21世纪经济报道记者注意到，米面油、肉蛋奶为代表的基础食材赛道，仍有诸多新品牌逆势获得资本的青睐。

比如今年1月，黄天鹅完成6亿人民币C轮融资，创下近几年基础食材领域中鸡蛋品牌融资金额最大的纪录，峰尚资本、华映资本、人民网旗下产业基金、坤言资本等均参与了此轮融资。

3月，牛肉社区新零售品牌牛大吉完成1亿人民币A+轮融资，由深熊资本领投，老股东险峰长青跟投。同样是在3月，简爱酸奶完成C轮投资，德弘资本领投，QY Capital、行知资本、广州金控基金、璞瑞资本等新老股东跟投。

过去两年曾经红火的新消费品牌，陷入增长困境的原因是什么，基础食材赛道又为何能够穿越周期？



以往，绝大多数消费者都是在商超渠道购买散装基础食材。视觉中国

### 流量驱动型增长失效，投资看重品牌力、产品力带来可持续增长

多位消费赛道投资人对 21 世纪经济报道记者分析称，前两年在宏观环境充满不确定性的情况下，资本会倾向于投资确定性高的赛道，消费赛道符合这样的特点，消费投资热潮由此形成。

从需求方角度来说，95 后、Z 世代正逐步成为消费主流人群，他们的生活水平和可支配收入大幅提升，对国货品牌有更强的认同感和信任感，带来国货品牌消费升级的机会。

从供给方角度来说，许多新兴品牌一出生就是数字化企业，能够对用户需求有更深入的理解。同时供应链的不断完善，让企业能够生产高质量的产品。渠道端的变革流量红利，都造就了新消费品牌的爆发与高增长。

由此，完美日记、泡泡玛特、奈雪的茶等诸多细分赛道的新消费品牌横空出世，并受到资本追捧。但在业绩与估值的高增长之后，它们现阶段的业务表现却稍显乏力，市值表现也不尽如人意。当最头部公司都面临增长困境，其它一些新消费公司的表现可能更差。

“确实存在不少新消费企业后续增长乏力的现象，背后原因可以从两个维度来分析。”璞瑞资本董事总经理王姿婷在接受 21 世纪经济报道采访时说。

一方面，从赛道属性来看，资本的追捧只是锦上添花，核心还是回归商业本质，看消费习惯是否最终沉淀下来。在非必需品消费赛道，消费习惯、口味、场景一直在变，消费者的尝新通常容易带来企业发展初期的快速起量，但如果这个习惯、场景没法最终沉淀下来，就容易出现增长乏力的现象。

以休闲食品场景为例，消费者的选择是多样的。比如有一家新消费企业带热了一个新类别，但消费者尝新后是否能沉淀下这个习惯，还是过一段时间又转回传统的膨化食品、松酥等类别？这是值得观察的。即使在同一大类别下，也有各种细分品类，同时消费者的喜好、口味也一直在变化。

所以对新消费企业来说，重要的是要有合适的产品矩阵去占据某个特定场景，并靠持续的研发去抓住消费者喜好的变化，不断捕捉新的消费趋势。有些企业在这方面做得很好，牢牢占据了一个特定场景下的消费习惯。有些企业不具备抓住每一波趋势的能力，一旦消费习惯、口味、场景发生转变，营收增长可能就会掉下来。当然，这个是适用于非必需品的消费赛道，在必需品或者基础食材的消费赛道，则是另一套逻辑。

另一方面，有些新消费企业的增长方式本身就是不健康的。去年下半年有一张表格在投资圈内流传很广，表格显示一些新消费企业 2021 年上半年的 GMV 数据相比 2020 年上半年有较大幅度的下跌。

这种现象出现的原因在于，一些新消费品牌陷入了发展的怪圈。即通过烧钱买流量的方式获得 GMV 的短期快速增长，然后再拿着好看的 GMV 数字找投资，获得投资后继续在流量端烧钱。

“这不是一种健康的可持续的增长方式，企业在算 ROI，而流量平台比你更了解 ROI。随着流量红利越来越少，流量越来越贵，企业 ROI 就很难算得过账来，总有一个时点这种模式会失效。”王姿婷说。从去年下半年开始，越来越多投资人开始意识到靠持续烧流量带来 GMV 增长的模式是不可持续的，消费投资市场在过热之后也逐渐回归理性。

“我们仍然坚定看好消费行业，它有很高的确定性。过去十多年，无论外部环境的冷热，我们都在保持自己的投资节奏，每年看几十个上百个项目，从中投资一两个项目。”王姿婷说。

她强调，在投资消费项目时，团队会尤其关注项目增长背后的驱动力。如果单纯是烧流量或牺牲毛利率带来的增长，这是不可持续的，无法带来产品的复购。“健康的营收增长应该来自公司自身的品牌力、产品力，带来消费者的复购，流量投入可以适当但不应该形成依赖。”她说。

### **基础食材投资穿越周期，挑战在于产业端、品牌端双重把控**

同时值得注意的是，即便在消费投资降温的大环境下，基础食材赛道仍得到越来越多的投资认可。璞瑞资本早期参与投资的黄天鹅、简爱酸奶，也纷纷在今年拿到新一轮融资。

“基础食材赛道伴随新零售渠道红利迅速发展，已成为被低估的巨大赛道，具备孵化消费巨头的优质土壤。”泰合资本董事蒋铠阳说。其所在的泰合资本，近两年作为财务顾问帮助基础食材赛道的十月稻田、黄天鹅完成融资。

蒋铠阳解释称，基础食材包括米、面、粮、油、肉、蛋、禽、乳等。这个赛道能够在消费投融资调整周期中持续获得青睐，原因首先在于赛道本身足够高频刚需。这意味着，即便经济环境波动、消费市场增长放缓，但人们每天仍然会吃主食、鸡蛋、喝牛奶等，赛道具有很强的刚性和稳定性，有穿越周期的优势。

同时，高频刚需的特点也决定了赛道的天花板，有诞生大企业的可能。其实基础食材的不同品类方向，已经孕育出千亿级别的大公司，比如牛奶领域的蒙牛伊利，食用油领域的金龙鱼、饮用水领域的农夫山泉、调味品领域的海天等。

第二，从需求端角度来看，近几年来，随着消费人群的变化，基础市场的品牌化升级正在不断发生。以往，绝大多数消费者都是在商超渠道购买散装基础食材，但现在中产消费群体倾向于通过盒马、叮咚、社区生鲜超市等新零售渠道，选择品牌化的基础食材。

但同时蒋铠阳强调，并不是所有的基础食材品类都会出现品牌。要评判细分赛道是否值得投资主要看两点，一是上游集中度是否在提高，二是下游消费端是否存在品类升级的需求和机会。

“这对创业者来说也意味着双重挑战，需要既要懂产业，有上游供应链把控的能力。又要懂品牌，能够敏锐把握新兴消费群体的需求变化。”他说。十月稻田和黄天鹅团队能够获得市场层面和资本层面的认可，也是因为产业端、品牌端形成了较好的把控。

来源：21 世纪经济报道

## 消费投资降温“B 面”：“科技+”热度不减、海外消费版图扩容

“项目自身在做估值调整，砍的不是一点点。”一位大型 PE 机构受访者告诉记者，团队曾在 2020 年因为估值顾虑放弃多个新消费项目，今年正在重新就一些优质机会进行沟通。

前几年，资本涌入消费品牌领域，拥挤的赛道带来项目估值迅速上扬。一些长期深耕赛道的投资机构不得不放弃部分投资机会，于他们而言，不是公司质地不好，而是市场太不理性。

PE/VC 资本对消费投资，尤其是消费品的追捧一直持续到去年中期。如今，不喜风口的投资机构，正在潮落时进场出手。

对于经历过多轮市场周期的投资机构，尤其是 PE 投资人来说，他们经历过市场的真正惨淡，做投资决策更有风险意识。但另一方面，当市场泡沫逐步挤出，他们迎来以合理价格买入优质资产的窗口期。

“商业模式是否站得住脚，估值是不是合理，这与赛道的外部冷热无关。”今年初德弘资本对简爱酸奶的投资引发关注，德弘资本董事长刘海峰在接受包括 21 世纪经济报道在内的媒体记者采访时说，“市场热的时候，我们不愿意去跟风。市场冷的时候，如果有好的企业还是继续投资。”

近期有多位来自 PE/VC 机构的受访者表示，与其说消费投资遇冷，不如说市场在回归冷静，真正有意义的赛道、具有成长潜质的品牌仍在赢得资本关注。

## 加码民生赛道投资

“我们希望投资的公司有相对广阔的用户群，品牌从长远来看能够有生命力。”值得注意的是，投资机构在消费赛道的布局正在涌向高频刚需的民生赛道。

今年开年，消费赛道连续出现多笔大额融资。中式快餐连锁品牌老乡鸡完成Pre-IPO轮融资，投资方为广发乾和及麦星投资。中高端鸡蛋品牌黄天鹅完成6亿元人民币的C轮融资，创下近些年基础食材领域鸡蛋品牌融资金额之最。食品饮料企业今麦郎宣布完成6亿元新融资，独家投资方为加华资本。加华资本还投资了东鹏特饮、文和友、洽洽食品、居然之家，投资策略是切入“80%消费者的80%需求”。

加华资本创始合伙人、董事长宋向前在多个场合公开表示，估值不等于市值，市值也不等于价值。价格不能违背价值长期存在，因此做企业重要的是把长期价值做出来。

对于长期关注某一领域，而非追风杀入市场的投资机构来说，决定他们是否出手的关键考量不在于赛道的“冷”与“热”，而是给出的估值是否与价值匹配。

同样在今年初，简爱酸奶完成新一轮融资。消费赛道遇冷的大背景下，公司本轮融资的估值仍有所提升。

“它的商业模式是清晰的，估值逻辑也是合理的。”刘海峰带领的德弘资本团队过去几年看了食品、饮料、咖啡、茶饮、零售、美妆护肤等消费细分赛道的超过200家公司。谈到消费赛道此前的火热，他说，“有些项目可能是挺好的公司，但它的估值已经涨到‘伟大公司’的程度了。这种公司就算做成，可能风险跟回报也不成比例了。”

刘海峰也表示，要投资对国计民生有利的行业，且非暴利的行业，寻求具有长期核心竞争力及合理估值的企业。

## 消费企业的科技引擎

本报此前曾有报道，新消费投资赛道进入调整期，新消费品牌靠烧流量或牺牲毛利率实现增长的打法不可持续。

消费领域投资机构和关注消费的投资人将视线投向“科技+消费”，以此寻找更多的创新品牌和产品。在他们看来，科技赋能以及创新发展的理念是帮助企业走到最后的核心竞争力。

“对于流量红利堆起来的、烧钱且不能建立规模经济和网络效应的领域我们是比较谨慎的。”记者了解到，天图投资已将消费科技作为主要方向之一，投出了未知君、听研、朗镜科技等项目，其团队不仅看重新兴渠道的崛起以及背后带来的新品牌成长机会，也在持续关注科技应用为消费赋能的新机会。

在天图投资合伙人魏国兴看来，流量或仅为品牌影响力塑造的催化剂，打造独特产品力的关键仍在技术创新，从品牌加技术驱动出发能让企业迸发出更强劲的生命动力。

青松基金从 2016 年开始体系化的寻找有技术门槛的创业公司，已布局项目中有多家为消费和科技的交叉领域企业。

“我们对科技消费企业的定义，是能够在供给端通过技术升级，以科技研发的方式实现供给端创新，进而在需求端为消费者提供新应用场景或新解决方案的项目。”青松基金合伙人张放如是说。

张放向 21 世纪经济报道记者介绍了她看到的消费科技领域投资机会。第一，通过技术的方式满足个性化的需求，在供给端将非标化的产品或服务标准化。第二，将产业端和工业端的成熟技术应用到消费端，开拓新的消费场景和需求。第三，拥有自主研发能力、能够打破海外核心技术依赖的公司。

在科技投资领域常有提及，新技术的落地应用带来新的投资机会。从更广泛的科技创新角度，不只是 IT 技术应用，新材料也成为消费领域的创新动力。

海外市场的 Allbirds、Lululemon 等诸多品牌都有环保和可持续理念加持，背后支撑不乏新材料创新的要素，投资人将其描述为新材料、生物技术和消费的交叉学科。中国市场上，设计师运动服品牌 MAIA ACTIVE、新舒适内衣品牌 Ubras 等也都与专业机构合作进行面料研发。

## 品牌与资本的全球布局

从品牌生命周期的角度看，国内近 10 年出现的新国货品牌仍处于早中期发展阶段。食品饮料、消费电子、美妆个护、鞋服、零售渠道等领域仍有长出百亿美金规模品牌的机会。

2015 年，在新兴国货美妆护肤品牌均处于发展早期时，青松基金成为护肤品品牌 HomeFacial Pro 的投资人。这家机构在美妆个护、科技消费、鞋服、跨境等多个消费赛道都有头部项目布局。

张放接受 21 世纪经济报道记者采访时表示，无论从公司估值还是竞争环境的角度，现在的时点都会有好的投资机会出现，市场上也会有优秀公司跑出来。

进入 2022 年后，科技消费和消费企业全球化已成为青松基金在消费领域的两大重点关注方向，已投项目中的鱼尾科技、重力星球、灵起科技、KIRI 都有品牌全球化战略。

在投资人看来，中国品牌将开启全球大航海时代。魏国兴曾就此表示，伟大品牌背后有文化和科技两大推动力，新的技术与新的意识形态共同构筑新的生活方式。能把新的、领先的生活方式复制到全球的公司，将成为下一个伟大的消费品牌。

除了投资本土市场，PE/VC 机构还将视线投到海外市场，红杉资本中国的海外消费版图不断扩容，春华资本成为了新加坡女装品牌 Love, Bonito 的投资方，绿动资本投资了由华人科学家崔屹联合创办、主攻纺织面料领域创新的 LifeLabs。

前述投资机构中，红杉资本中国在 2018 年就投资了 SHEIN。公司估值已从当时的 25 亿美元增长到如今传闻的千亿美金。此外，其在 2021 年以来的全球时尚企业布局中，多提及支持项目加速进入中国和亚洲市场的预期。

在中国 PE/VC 全球消费投资实践中，投资机构的优势在于本土及全球资源，以及在技术创新、零售创新等多个领域的洞察和经验。同样让他们具有信心的，还有中国品牌的生命力和中国市场的吸引力。

来源：21 世纪经济报道

## 构筑数字经济治理的中国优势

数字经济发展事关国家发展大局,数字经济治理体系是国家治理体系和治理能力现代化的新疆域。如何构建具有中国特色的数字经济治理体系,培肥数字经济的制度土壤,已成为数字时代彰显中国之治的重大课题。新出版的《新治理—数字经济的制度建设与未来发展》(下称《新治理》)一书,既总结了我国数字经济发展的生动实践,又采撷了中国数字经济治理的思想火花,前瞻性地提出了建构数字经济治理的主要思路与基本框架,也充分论证了未来我国数字经济发展的制度优势,特别是为未来数字经济制度建设提供了标尺。

数字经济制度建设需要把全球共识与中国特色结合起来。数字经济发展正推动生产、生活和治理方式深刻变革,成为重组全球要素资源、重塑全球经济结构、改变全球竞争格局的关键力量,发展数字经济已成为全球共识。正如《新治理》的梳理,发达国家和地区已经在数字经济规划制度、创新制度、开放制度等方面取得了显著成就。我国数字经济治理与发达国家处于同步起跑、局部领先的态势,得益于超大规模市场优势、社会主义制度优势以及改革开放以来社会主义市场经济体制改革经验。我国推动数字经济优治善治、构建数字经济制度体系所具有的独特优势,将对新一轮全球数字经济治理提供具有中国特色的制度框架。

数字经济制度建设需要把独立自主与开放发展结合起来。以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,是未来数字经济制度建设的基本出发点。一方面,数字经济制度建设要着眼于国内大循环强化“独立自主”导向,数字经济制度创新要把服务于推动关键核心技术攻坚放在突出位置。正如《新治理》系统提出了推动核心前沿技术研发、完善企业为主体产学研相结合的创新体系、重视人才资源开发、加快教育改革等制度建设方案。另一方面,数字经济制度建设要着眼于国际大循环,强化“开放发展”导向,进一步彰显推动全球数字经济制度创新的中国贡献。正如《新治理》系统论证了鼓励企业参与国际分工、构建网络空间命运共同体、积极开展国际交流合作等具体方案。

数字经济制度建设需要把理论创新与技术创新结合起来。任何制度创新都离不开理论滋养与思想引领。《新治理》根据马克思主义政治经济学原理,提出随着数字经济成为继农业经济、工业经济之后的主要经济形态,数字经济改变了传统生产要素、生产工具、生产对象、产权关系与收益分配等,马克思主义的方法论决定了数字经济制度体系变革的思想起源。同时技术创新对制度变迁具有重要作用,甚至起到决定作用,当前我国超大规模的数字技术创新应用场景为加快建设数字经济制度体系提供了前所未有的契机,为数字经济制度体系建设提供可复制推广的实践模式、试错空间和校准场所。

来源:经济参考报

## 创新金融科技数字化服务 助力碳中和

《中共中央国务院关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》提出，要积极发展绿色金融。有序推进绿色低碳金融产品和服务开发，引导银行等金融机构为绿色低碳项目提供长期限、低成本资金。要做好碳达峰、碳中和工作，金融业肩负多重使命和职责。

中国金融科技在过去十几年间实现了快速发展，诞生了一批全球领先的大型金融科技平台，在提高金融效率、支持创业创新、促进普惠金融等方面发挥了重要作用。实现碳达峰、碳中和需要一场广泛而深刻的经济社会变革，需要各行业各部门协同联动、公众普遍参与。在推动全社会低碳转型过程中，金融和科技都是不可或缺的关键力量，前者为构建绿色可持续的商业生态提供资金支持，后者为绿色技术发展提供动力。

实现碳中和目标需要多方力量的密切合作，在这一过程中，大型金融科技平台可以扮演三重关键角色：一是绿色低碳生活方式的引导者，依托金融科技平台应充分发挥自身优势，将绿色发展理念贯穿到业务模式每一环，推动全社会实现绿色低碳发展。自身数字生活平台，倡导社会共同行动，引导绿色发展和低碳经济理念，推广绿色生活方式；二是绿色金融服务的提供者，发挥金融科技企业的优势，通过创新绿色金融产品和数字化服务，为各行业的绿色低碳转型提供支持；三是绿色技术的探索者，基于大数据、云计算、人工智能等科技优势，开发能够服务应用于企业碳中和信息管理的先进技术，帮助更多企业科学实践碳减排。

金融科技平台应充分发挥自身优势，将绿色发展理念贯穿到业务模式每一环，推动全社会实现绿色低碳发展。

第一，发挥互联网大平台优势，构建全方位绿色数字经济生态系统。大型金融科技平台业务涉及经济社会生活的方方面面，在带动各行业深度参与低碳减排，倡导公众践行绿色生活方式，推动绿色数字经济发展方面能够发挥重要作用。绿色支付领域，可提供便民快捷的电子支付、扫码点餐、电子发票等服务，减少纸张浪费，提高效率；绿色信贷领域，可建立小微企业绿色评价体系和绿色供应链认证体系，助力绿色企业融资；绿色消费领域，可探索绿色金融支持绿色消费，倡导和鼓励用户选购绿色产品、节约资源和能源，转变消费理念；绿色保险领域，可探索构建与节能减排行为相连接的创新车险模式，倡导公众减少私家车出行，鼓励使用公共交通与绿色货运；绿色基金领域，发挥平台力量，搭建绿色基金主题专区，鼓励和倡导用户绿色责任投资。金融科技平台通过技术与模式创新，能够倡导全社会共同行动，助力构建全方位绿色可持续商业生态。

第二，构建数字普惠的小微绿色金融体系，更高效地激励小微企业与经营者的绿色转型发展。传统金融在绿色融资体系面临参与不广泛、激励不充分、缺乏可信机制等多重挑战。金融科技平台基于自身数据和技术优势，可积极探索小微

企业与经营者维度的绿色评价体系，作为绿色金融标准体系的有效补充，引导资金准确投向绿色行业领域。利用大数据和人工智能对小微企业的绿色经营行为进行专业评估，构建数字化和智能化驱动的绿色评价体系，这既能帮助企业明确改进方向，又能在风险可控的前提下为小微企业和经营者提供绿色金融支持，弥补传统金融在绿色领域的不足。同时，通过发展新的金融工具和服务手段，解决绿色投融资所面临的期限错配、信息不对称、产品和分析工具缺失等问题。

第三，创新企业碳账户管理平台，构建基于区块链技术的政企碳中和网络。金融科技平台重视人工智能、区块链、云计算与大数据等技术的发展，这些高新技术有助于让绿色贷款、绿色债券、绿色资产支持证券（ABS）等绿色金融底层资产更加透明可信，确保资金绿色去向。区块链技术适合解决多方协作的信任问题，基于区块链技术的企业碳账户操作便利、数据安全、应用丰富。企业碳账户可通过区块链技术与政府低碳智能监管平台实现采集自动化、数据全闭环的数字化链接。“区块链+隐私计算”技术使数据可信可追溯，同时保障数据隐私安全。金融科技平台可将区块链技术应用在碳中和的过程中，协助建立企业温室气体排放跟踪与监控机制，利用区块链技术的防伪和防篡改特点，将所有碳排放及碳减排数据上链，实现记录不可篡改，随时可追溯查证；完善企业碳信息披露制度，定期披露碳中和成果，增强碳中和信息透明度。

第四，积极稳妥探索绿色投资，引导资本流向低碳领域。金融科技企业要注重引导绿色投资，关注清洁能源、环境治理、节能减排等绿色核心产业和前沿市场，可与多方合作共建碳中和技术创新基金，加大数字化赋能企业绿色生产以及个人参与绿色场景应用等方面的投入。小微企业和经营者的绿色转型在碳中和进程中占据重要地位，要注重引导社会资本支持小微企业的绿色经营。大型金融科技企业在自身的投资行为中也要深入贯彻绿色理念，在依托数字金融业务支持绿色金融体系建设、推广绿色生活方式的基础上，使资金流向有利于国家绿色发展的产业，以实际行动为国家绿色低碳转型贡献力量。

在碳中和作为国家重要发展战略目标的背景下，金融科技平台要全面融入和服务新发展格局，积极探索“金融+科技+减碳”的绿色创新发展道路，以产品能力及社会影响力为基础，通过低碳场景、品牌公益等服务，以“共享、数字、技术、互动”的创新模式带动激励公众与企业参与低碳减排。

（作者为国务院发展研究中心国际知识中心副研究员）

来源：经济参考报

## 国资委：加大对科技型上市公司激励力度

科技日报北京5月18日电（记者刘园园）5月18日，国务院国资委召开“深化国有控股上市公司改革 争做国企改革三年行动表率专题推进会”。国务院国资委党委委员、副主任翁杰明在会议上强调，要加大科技型上市公司的激励力度。

记者从会议上了解到，国有控股上市公司深化改革取得一系列重要进展。“截至2021年底，国有控股上市公司共1317家，总市值33.54万亿元，占境内及港股上市公司的28.26%。”翁杰明介绍，在价值创造能力方面，中央企业上市公司贡献了央企系统约65%的营业收入和80%的利润总额。

会上，多家国有控股上市公司参与了发言或交流。中国电子科技集团有限公司党组副书记、董事李守武介绍，2021年该集团出资控股的15家上市公司研发投入达到109亿元，同比增长22%，占营业收入比重为9%，研发投入强度高于规模以上工业企业平均水平。

“以科技创新为引领，持续推动技术领先成为首钢股份的核心竞争力。”北京首钢股份有限公司相关负责人介绍，公司已经与国内外一流的科研院所和产业链重点用户等单位建立了27家联合研发平台。2021年研发投入53亿元，占营业收入3.97%，获得专利授权450项。

“对科技型上市公司要注重强化研发投入、成果转化为导向的行权业绩指标，增强考核的精准性，对研发投入视同利润加回，在业绩指标中相应体现。”翁杰明强调，上市科技领军企业要用好关键人才，加快成为国家战略科技力量，努力打造原创技术策源地。

翁杰明还表示，要加强上市资源培育储备，孵化一批科技创新实力强、市场前景好的优质资源对接资本市场，要注重支持“双百行动”“科改示范”等各类改革专项工程企业和“专精特新”企业上市。

来源：科技日报

## 南京江北新区：让人工智能算力成为新的城市公共资源

“数字经济有两大基础设施，即算力基础设施和人工智能基础设施，算力是发展数字经济的生产力。”近日，在南京江北新区举行的南京鲲鹏·昇腾人工智能计算中心的上线仪式中，华为中国区高级副总裁曹泽军表示，在布局数字基础设施的当下，建设该中心恰逢其时。

《“十四五”数字经济发展规划》指出，“十四五”时期，我国数字经济转向深化应用、规范发展、普惠共享的新阶段。要高效布局人工智能基础设施，提升支撑“智能+”发展的行业赋能能力。

当前，南京江北新区正以集成电路产业的高发展增速、持续政策支持和创新平台打造，为“芯片之城”的建设目标集聚智能化要素。

### 打造长三角首个国产技术算力中心，让 AI 触手可及

当前，大力发展数字经济，将成为我国推进信息技术软硬件产品产业化、规模化应用，提升关键硬件技术创新和供给能力的重要手段。

“大力发展数字经济，全面增强产业发展能级和竞争力”也被写入南京市政府工作报告，成为 2022 年重点工作之一。

南京江北新区（以下简称江北新区）是国家级新区和自贸试验区“双区叠加”之地，近年来在数字经济、智慧城市等方面进行了大量的探索，提出“打造数字孪生第一城”，并与高校、科研院所、企业共建数字经济产业发展新生态，推动了整个数字产业集群在南京的快速发展。

人工智能等技术是发展数字经济的核心。华为江苏昇腾计算业务 CTO 谭涛表示，人工智能有三个要素：算法、算力、数据。“当前，人工智能发展面临三个挑战，一是算力昂贵；二是人才稀缺，特别是大量的基础研究人才；三是开发难度大，主要体现在算法开发难、应用开发难、业务部署难。”

而落地于江北新区的南京鲲鹏·昇腾人工智能计算中心，则为突破这些挑战并赋能行业发展，寻找现实路径。据了解，该中心是长三角地区第一个基于国产技术的人工智能计算中心，采用全球领先并自主研发的华为昇腾人工智能计算芯片为核心算力引擎，建设自主可控人工智能计算能力，面向企业提供一站式普惠人工智能全流程服务，让人工智能的算力可以像水和电一样，成为一种新的城市公共资源，让 AI 触手可及。

目前，该中心已与 100 余家高校、企业和科研机构开展合作交流，涉及基础科研、智能制造、医药研发等各领域，已完成 50 余家合作伙伴人工智能算力适

配。未来，中心将持续构建从 AI 芯片、计算架构、一站式开发平台到全流程开发工具链的服务体系，大力推进数字产业发展。

### **产业集聚、政策礼包，助推创新活力**

目前，江北新区集聚行业创新资源，打造产业链条。南京市人大常委会副主任、党组副书记，江北新区党工委专职副书记罗群表示，自江北新区提出“芯片之城”以来，集成电路产业发展的增长速度快，目前已集聚上下游企业 600 余家，涵盖芯片设计、晶圆制造、封装测试、终端制造等产业链上下游全部环节，年均实现 30%以上快速增长，去年产业规模已超 750 亿元，同比增长 55%以上。

其中，芯华章等企业在新区注册不到一年就已组建近 200 人队伍，高瓴资本、红杉资本、经纬中国、深创投等国内知名的集成电路产业基金集聚新区。

作为人工智能产业生态的积极参与者，曹泽军表示，未来，华为将持续推进人工智能计算中心的运营跟本地产业布局相结合，以普惠算力，赋能当地产业，发挥基础设施最大价值，通过算力+数据双轮驱动形成差异化的南京人工智能产业优势。

产业集聚的背后，是持续的政策支撑。4 月 24 日，江北新区又一次出台了升级版的集成电路产业发展的支持政策，并在长三角地区率先发布信创产业发展的支持政策。

“目前，我们还在加快申建国家级集成电路设计自动化技术创新中心、省级信息技术应用创新先导区，包括由祝院士团队领衔的南京光电技术创新中心等高端创新平台。这些都将为江北新区‘十四五’期间集成电路产业规模突破 3000 亿元目标奠定坚实基础。”罗群说。

来源：科技日报

# 游戏版号一“号”难求 出海或是重要出路

新一批国产网络游戏版号的重启审批在千呼万唤中终于尘埃落定。近日，国家新闻出版署官网公布了2022年4月国产网络游戏审批名单。这是继2021年7月国家新闻出版署公布87款获得版号的游戏名单之后，今年第一批审批的游戏版号。

### 45款游戏获得版号

据统计，此次通过审批的游戏共45款，整体来看，该批次游戏中休闲游戏居多，其中手游39款、客户端游戏5款、主机游戏1款。三七互娱《梦想大航海》、心动网络《派对之星》、游族网络《少年三国志：口袋战役》等独立游戏都在获批名单之中。

2019年以来，国家新闻出版署共审批通过游戏版号3352个，其中，2019年1365个，2020年1308个、2021年679个，版号数量持续缩减。2016年、2017年，审批通过的游戏版号分别为4050个、9369个。

从以上数据可以直观看出，游戏版号审批的趋势是向严从紧。国产游戏版号正在面临一“号”难求的境地。

业内人士分析，此次重启审批的45个版号，数量较少、题材多元、倾向于中轻度游戏，这也从侧面说明过程游戏正在走上提质减量之路，释放了“持续促进行业健康发展”的积极信号。

中信证券认为，版号重启审批肯定了游戏行业过去8个月以来的整改效果。游戏行业政策导向是坚持优质内容，坚持降低游戏成瘾性战略。加强未成年人保护，鼓励出海将成为游戏行业未来长期发展路径。随着游戏版号恢复发放，游戏行业整体有望回暖，研发能力强劲头部游戏公司有望维持竞争力。

国元证券表示，此次游戏版号恢复发放，表明未成年防沉迷新规已有阶段性成果落地，游戏产业逐步向良性化、规范化发展。

### 大多数为中腰部游戏厂商

值得注意的是，纵观名单中45款版号游戏，除了三七互娱、游族、中青宝等少量的游戏头部厂商，出版单位大多数为国内中腰部游戏厂商。此外，名单中

也不见了国内最大的两大游戏厂商腾讯和网易。对此，业内人士分析称，这其实也是此次版号恢复发放的风向标，即扶持中小厂商。

近两年，一大批中腰部游戏厂商在创新产品和营销方式方面作出成绩。因为大多没上市，中腰部游戏厂商项目组业绩考核不求“短平快”，而是放在更长周期中考量，为了创新允许充分尝试、适度犯错；拥抱新技术、新趋势，研发方面对传统作坊式的游戏研发过程进行数字化改造、工业化升级，营销方面则积极拥抱字节系星图、云图，进行效果型达人营销。

知名游戏时评人张书乐认为，无需对 45 款游戏里没有腾讯进行过分解读。时隔 8 个月，庞大的待审批游戏库存中，分母极大，能够成为幸运儿的比例本就极少。腾讯游戏的全球布局（包括战略投资全球各项流游戏公司或工作室）已经形成规模，其作为中国游戏企业的代表，参与全球游戏市场的竞争，只会让其盘面更加稳固和扩大。

“To B 端作为腾讯近年用来分散业务风险和探索新蓝海的一个战略走向，其在财报中的亮眼表现，说明进展有序且有效，随着走入深水区，如何探索更多场景，研发和运用更多新技术将是重中之重。当然，走前人未走过的路，摸着石头过河，风险不小。”张书乐说。毕竟，游戏的成功，除了版号这张“入场券”外，还需多重因素叠加，比如产品、运营、营销、行业环境甚至运气。

### 游戏出海玩家增多

虽然国产游戏版号迎来重启审批，但在未成年人保护、游戏玩法和内容等政策监管收紧的趋势下，国内游戏一“号”难求的大形势，不会在短时间内得到改善。

有业内人士认为，在版号发放收紧趋严的大环境及政策层面鼓励出海的背景下，国产游戏或将步入强者恒强的游戏大航海时代。

在国内游戏版号审批停发期间，许多没有版号积累的中小型游戏厂商裁员甚至关停。天眼查数据显示，2021 年 7-12 月，有 1.4 万家注册资本在 1000 万元以下的中小游戏厂商宣告注销。与此同时，许多游戏厂商加速出海的步伐。中国音数协游戏工委与中国游戏产业研究院联合发布的《2021 年中国游戏产业报告》显示，2021 年，中国自主研发游戏海外市场实际销售收入达 180.13 亿美元，比 2020 年增加了 25.63 亿美元，同比增长 16.59%。

浙商证券发布的三七互娱点评报告指出，在本轮版号审批之前，三七互娱公司立项之时，主要还是针对国内市场，海外市场的收益只是锦上添花。但在审批之后，拥有全球发行能力的厂商，在项目竞争上将远强于只具备特定区域发行能力的厂商，因为游戏研发商也希望一站式解决全球发行问题。

国盛证券研报数据显示，在国内手游用户增长趋缓与监管趋严的背景下，游戏出海厂商增多，国产手游规模与份额实现较高增长。2021 年中国自研手游出

海规模 180 亿美元，同比增长 16.6%；2021 年上半年，海外 TOP2000 移动游戏发行商中 23.4%来自于中国，同比增长 3.6%。

张书乐认为，版号只是一个推手，国内网络游戏产业特别是手游领域在全球游戏竞争中略占优势的现状，才是推动游戏厂商游戏出海的关键。

“未来的游戏出海不会一帆风顺。其最大的难题在于游戏出海的窗口期红利已经稀薄，欧美日等游戏发达地区过去重兵集结的游戏主机领域，也在呈现主机游戏、掌机游戏的手游化趋势，国产游戏在过去国内游戏混战中积累的手游领先优势不再明显。”张书乐表示。

来源：中国高新技术产业导报

## 工业互联网推动制造业数字化转型速度加快

国内数字化市场研究咨询机构爱分析近日发布的《2022·爱分析工业互联网实践报告》显示，当前我国制造业面临着内外经济环境多因素不确定性的挑战，而早已投身数字化转型的企业展现出更强的韧性和更大的发展空间，工业互联网则在其中释放出了强大动能，推动数字化转型“加速度”。

此次报告是爱分析连续第 6 年关注工业互联网领域的研究成果，基于对 40 家企业高管的采访以及近百家企业的桌面调研，筛选出工业数据智能平台和供应链协同两个重点市场进行研究，为企业提供数字化转型的实际落地经验。

《报告》指出，2021 年我国企业数字技术与实体经济加速融合，传统产业数字化智能化改造加快，新兴产业保持良好发展势头。工信部最新统计显示，2022 年一季度，我国规模以上工业增加值同比增长 6.5%，工业互联网产业规模已迈过万亿元大关。据爱分析统计，当前，我国流程制造工业互联网行业渗透率平均值约为 35%，离散制造工业互联网行业渗透率平均值约为 15%-20%。

爱分析合伙人&首席分析师黄勇表示：“数字时代，中国制造业需要向智能制造转型升级，工业互联网带动了传统制造模式、生产组织方式和产业形态的变革，为企业数字化转型装上了‘智慧大脑’，提升智能制造水平和业务创新能力。本次研究选取了工业数据智能平台和供应链协同这两个企业关切的重点市场，为企业加快数字化转型升级提供建议和参考。”

针对供应链协同市场，爱分析认为，我国工业企业供应链管理转型升级可分为信息化、数字化、智能化三个阶段。全面的供应链数字化转型是一个系统性工

程，为降低试错风险，在实践中多数企业会采取分批建设的方式完成。因此企业在前期的项目规划中需要具备前瞻性，为后续其他功能实现保留一定的空间。同时，企业管理层也需坚定转型信心，在管理好自身预期的同时，动员企业上下员工积极配合，为整体数字化建设奠定成功基础。

此外，研究显示，工业互联网平台发展仍处于竞争初期，随着数字孪生、5G等技术与工业互联网的深度融合，工业互联网将为企业数字化转型提速发挥更大价值。爱分析预测，2021-2025年工业互联网平台实际市场规模复合年增长率将达到30%，2025年实际市场规模将突破1万亿元。

来源：中国高新技术产业导报

《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](mailto:jsvca2000@163.com)

网址：<http://www.js-vc.org/>