经济日报 ECONOMIC DAILY

科创板开市迎来一周年——

符合改革初心 科技底色鲜明

经济日报·中国经济网记者 温济聪

透视

科创板已开市一周年，从市场规模看，132家科创板上市企业总市值达到了25388亿元。科创板重点支持高新技术产业和战略性新兴产业，平均每家公司拥有107项发明专利，凸显更鲜明的科技底色和更高的资本利用率。业内人士认为，科创板应当充分借鉴境内外各市场的先进经验，吸引更优质的公司来科创板上市。

从“0”到“1”，设立科创板并试点注册制迎来开市“周岁”。一年前的2019年7月22日上午，伴随着上交所锣鸣开市，科创板市场参与各方共同见证了科创板首批25家上市企业启程，科创板上市大幕正式开启。当日，25只股票集体高开高走，截至当日下午收盘，有4家公司涨幅超过200%。

早在2018年11月5日，习近平总书记在首届中国国际进口博览会开幕式上发表主旨演讲时提出，在上海证券交易所设立科创板并试点注册制。此后，各方积极筹备，科创板各项相关制度准备工作迅速稳步推进，仅用259天科创板就正式开市，充分体现了科创板的创新速度。

如今，科创板已开市一周年，“筑巢引凤”为企业注入“资本活水”。截至7月20日，从市场规模看，132家科创板上市企业总市值达到了25388亿元，尤其是细分行业龙头企业金山办公、中芯国际、沪硅产业、中微公司、澜起科技等已经迈过千亿元市值门槛。

截至7月20日，已报会注册科创企业平均审核用时62天。2019年平均审核用时为65天，在2020年推行“注册制2.0”后，平均审核用时已缩短至58天。

开市以来，截至7月20日，132家科创板上市公司日均成交182亿元，交易平稳。换手率从开市初期（首月）日均4.3%，逐步降至目前（近一个月）的日均2.1%。

在交易制度上，科创板通过制度优化，较快形成了均衡价格，仅1天便实现主板平均7天才能实现的定价效果。2019年7月22日至2020年7月20日，科创板新股上市首日平均振幅为38%，次日已快速降至16%，第五日已降至9%，整体与美国及中国香港等成熟市场表现基本一致。

上交所副总经理阙波表示，科创板一系列制度变革和试点经受了市场考验，运行平稳，符合改革预期。阙波透露，正在研究推出鼓励更多投资者参与科创板的制度。

科创板重点支持新一代信息技术，高端装备、新材料、新能源、节能环保以及生物医药等高新技术产业和战略性新兴产业。科创板开市，吸引了更多风险资本，撬动了科创产业发展，同时以科技创新激发金融集聚力，实现双赢，让科技创新之火更旺、实体经济“血脉”更畅。

上交所最新数据显示，截至7月22日，科创板共140家公司上市。其中，137家公司（剔除百奥泰、神州细胞、泽璟制药）平均研发投入占营业收入的比例为12.9%，其中寒武纪、君实生物研发占比超过100%；2019年末固定资产占总资产比例平均值仅为12.4%，净资产收益率中位数接近12.7%，平均每家公司拥有107项发明专利，凸显更鲜明的科技底色和更高的资本利用率。

在川财证券首席经济学家陈雳看来，科创板“硬科技”特征凸显，“硬科技”本质是自主创新，具有渗透性、融合性、轻资产、高成长等特性。“科创板的出现让高新技术企业获得了资金支持，投资者也愿意给予这些企业更高的估值。”陈雳说。

7月20日，估值1万亿元的蚂蚁集团宣布将在科创板和港交所同步发行上市。

上交所相关负责人表示，这展现了科创板作为中国科创企业“首选上市地”的吸引力和国际竞争力。作为中国资本市场服务国家创新驱动战略和优质科创企业的主市场，科创板经过一年的实践，支持科创企业发展壮大的集聚引领效应不断增强。上交所将坚守科创板定位，继续支持更多优质企业申报科创板，做优做大科创板。

展望科创板未来，国内领先券商前保荐代表人王骥跃表示，科创板可以把改革试验田的功能发挥得更充分一些，应当充分借鉴境内外各市场的先进经验，对资本市场基础制度提出科创板的改革方案，并以此吸引更优质公司来科创板上市，进而获得与其他板块竞争的持续性优势。

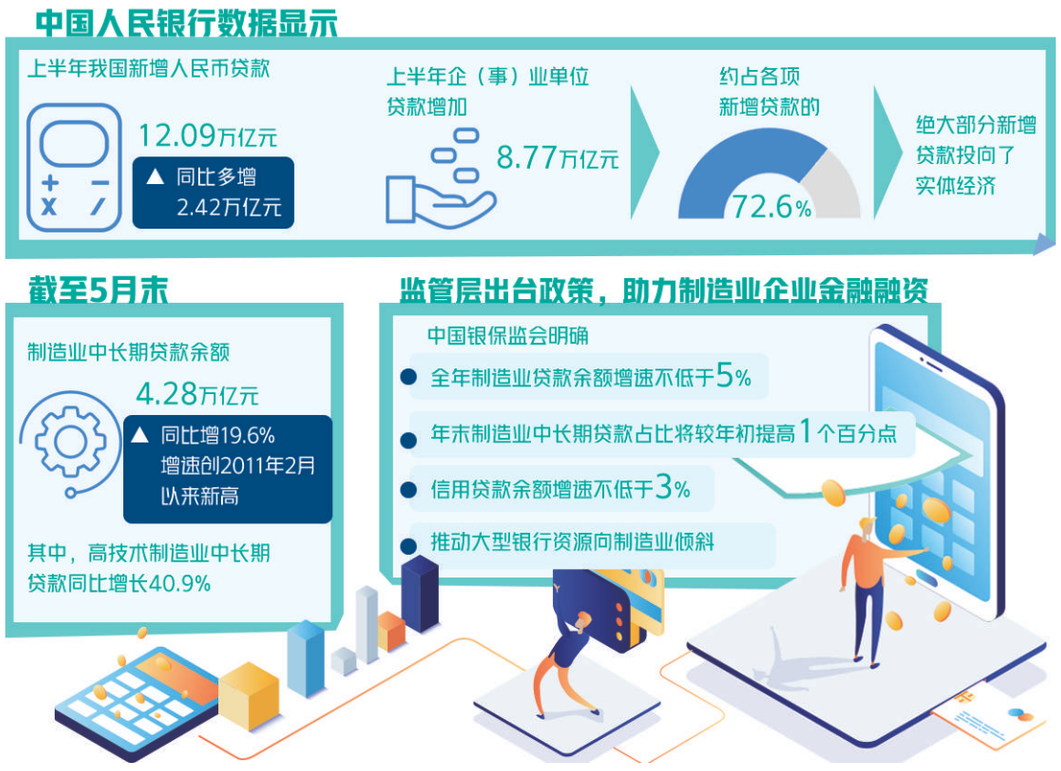
如何更好服务中小微企业·四问银行业 ④

□ 本报记者 彭 江

新增资金流向制造业，如何保证

制造业是实体经济的主体，是立国之本、强国之基，制造业升级与高质量发展离不开金融的支持。今年的《政府工作报告》提出，大幅增加制造业中长期贷款。近日召开的国务院常务会议部署引导金融机构进一步向企业合理让利，按照有保有控要求，确保新增金融资金主要流向制造业、一般服务业尤其是中小微企业。

金融行业持续发力，为疫情防控和经济社会发展提供了有力支持。日前，中国人民银行发布的数据显示，截至5月末，制造业中长期贷款余额4.28万亿元，同比增19.6%，增速创2011年2月份以来新高。其中，高技术制造业中长期贷款同比增长40.9%。



金融应发挥逆周期调控作用

支持制造业企业发展，金融应发挥逆周期调控作用，为制造业企业“雨中撑伞”。经济发展有周期规律，有时发展过热，有时陷入低谷，金融政策需要在经济过热时收紧银根，在经济遇冷时宽松投放，通过逆周期调控，熨平经济波动风险。

今年以来，为支持实体经济恢复发展，金融逆周期调控力度大幅增强，信贷投放速度明显加快。监管层和银行纷纷出台政策，助力制造业企业金融融资。

今年5月份，中国银保监会表示，积极引导和督促大型银行发挥“头雁”作用，提升服务制造业的战略层级。同时，明确了“全年制造业贷款余额增速不低于5%，年末制造业中长期贷款占比将较年初提高1个百分点，信用贷款余额增速不低于3%”的“五一三”任务，从而推动大型银行资源向制造业倾斜。

“为支持制造业企业发展，今年江苏银保监局制定了《关于银行业和保险业支持江苏省制造业高质量发展的指导意见》。提出从2020年开始，努力实现制造业金融服务‘增量扩面、提质降本’。”江苏银保监局李玲说。

“‘增量’是要求辖区内银行制造业全口径融资、制造业全部贷款、制造业中长期贷款、制造业信用贷款余额明显高于上年，努力实现制造业贷款增速不低于各项贷款平均增速。‘扩面’是加大‘首贷户’信贷投放力度，实现制造业贷款户数明显增长，制造业贷款占比较低的机构要制定提升计划。‘提质’是努力实现制造业中长期贷款增速不低于各项贷款平均增速，适当下放信用贷款审批权限，合理提高制造业不良贷款容忍度。‘降本’是进一步推动降低制造业企业综合融资成本。”李玲说。

这些政策推动了江苏省金融机构向制造业企业发放贷款。截至今年4月末，江苏省银行业制造业贷款余额为20784亿元，较年初净增1353亿元，增长6.9%，超过2019年全年增量。

多家银行也制订了加快支持制造业企业发放中长期贷款的政策。5月份，民生银行印发《关于进一步加快制造业中长期贷款投放的通知》，要求全行加快对优质制造业企业的信贷投放和综合金融服务，力争实现全年制造业中长期贷款增速25%的增长目标。交通银行北京分行通过资金成本补贴、成立专项小组、加大考核力度、提升奖励标准等方式打出“组合拳”，多渠道推动制造业贷款增长。今年上半年，该行制造业中长期贷款增幅逾40%。

金融信贷政策需要保持稳定

制造业企业对资金需求的特点是贷款需求量大、用款周期长，制造业企业健康发展离不开稳定的金融政策和服务。“如果银行一会儿追着企业贷款，一会儿对企业抽贷，这对企业来说是‘灾难’。企业获得了贷款，就会忙着扩大规模。如果等到厂房建好、机器设备上线了，投资回报还没开始，这时银行却要收回贷款，这让企业到哪里去重新融资呢？”浙江一位民营企业家对经济日报记者说。

“我国制造业企业大多数为民营企业，在融资方面较国有企业存在劣势。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林说，“此外，一些制造业企业发展面临着低端产品生产过度、缺乏核心竞争力和品牌价值、资源利用效率低等问题，这些问题都会影响到银行是否对其发放和收回贷款。”盘和林建议，今后需要加大金融支持制造业的力度，重点鼓励银行实施差异化信贷政策，鼓励股权投资、债权融资等多种融资方式向制造业倾斜。

人民银行金融市场司司长邹澜称，很多金融机构从自身发展角度认识到，长远发展离不开对制造业的支持，金融业与制造业是共生共荣关系。

中国人民大学国际货币研究所研究员甄新伟认为，应更多借助政策性金融、政府优惠政策支持的金融工具提升对制造业提供融资支持；鉴于制造业债务率已经处于较高水平，应大力鼓励制造业通过资本市场融资、股权融资，降低融资成本，降低杠杆率，大力支持创新型、高科技制造业发展。

民生银行相关负责人表示，民生银行将积极支持制造业，目前已作出具体安排。一是对存量客户、存量业务作好梳理排查，对创新研发实力强、成长潜力大、风险相对可控的优质制造业企业，要优化调整金融服务方案，适当延长授信或单笔贷款期限，加大中长期贷款支持力度。二是对近两年流失的制造业客户，认真分析原因，提出针对性措施，如确属优质企业，要加大营销和市场开发力度，完善综合金融服务方案，尽快与企业建立业务关系，实现贷款投放及全面合作。三是对增量项目，包括存量客户的新增业务及新增客户开发拓展业务。

让银行放贷不再依赖抵押品

制造业企业运营发展往往需要大量资金，银行等金融机构需要针对制造业企业特点，开发新的信贷产品，摆脱过度依赖抵押品。

交通银行北京分行公司业务部经理韩雷表示，由于制造业企业的厂房很难变现，土地又是工业用地，所以银行往往不愿意接受制造业企业以厂房、土地为抵押物发放贷款。银行需要探索开发专门针对制造业发展的特色金融产品，加快推广涉及排污权、应收账款、知识产权、股权、商标权等金融产品，稳妥有序推进投贷联动业务，加大对技术密集型和中小新型制造业企业支持，提升金融服务水平。“目前，交通银行北京分行已经为制造业企业推出了不依赖抵押品的信用贷款产品，单户企业可申请贷款数十亿元。”韩雷说。

多位银行从业人士称，银行重视抵押物与银行不了解企业真实情况有关。对此，邮储银行海南分行经理梁磊表示，让银行放贷不再依赖抵押品，除了银行自身发力外，还需要加强基础融资建设，以解决企业与金融机构之间信息不对称问题。“银行可以从企业税收及社保、海关、司法数据中了解申请贷款的企业状况。这些散落的信息单独依靠一家金融机构是无力搜集的，应从全局层面打造统一的信息服务平台，多部门多机构协同发力，让信息实现跨层级、跨部门、跨地域互联互通。让银行在收放贷款时看得清楚。”

跨省跟团游重启 怎样才能“放心玩”

本报记者 曾诗阳 杨学聪

文化和旅游部办公厅日前印发《关于推进旅游企业扩大复工复业有关事项的通知》（以下简称《通知》），明确各省份文旅行政部门在做好新冠肺炎疫情防控工作前提下，经当地省份党委、政府同意后，可恢复旅行社及在线旅游企业经营跨省团队旅游。恢复跨省团队旅游政策出台，对景区、旅行社等而言无疑是一剂“强心针”。《通知》发布后，各大旅游平台相关产品的搜索量迎来明显增长。

各地也出台了相应措施。以北京为例。随着公共卫生应急响应级别由二级调至三级，北京宣布恢复北京旅行社及在线旅游企业经营跨省（区、市）旅游团队及“机票+酒店”业务，但出入境旅游业务暂不恢复。北京市文化和旅游局一级巡视员周卫民表示，北京旅行社及在线旅游企业不开展赴京外中、高风险地区的团队旅游及“机票+酒店”业务，不接待国内中、高风险地区旅游团队来京旅游，不开展赴汛情严重区域的团队旅游业务。

“考虑即将到来的暑期旅游旺季和居民出行热情，利好政策将有效缓解疫情发生以来广大旅游企业承受的沉重压力。”中国旅游研究院数据分析所所长何琼峰介绍，进入疫情防控常态化阶段后，恢复跨省旅游的政策储备工作一直在稳步推进，但由于清明节期间个别景区出现游客聚集现象，加之6月份北京新发地市场相关疫情影响，政策发布一再后延。“经过几次节假日旅游市场检验，现在恢复跨省旅游的时机已成熟。”何琼峰说。

但是，如何将政策有效转变为企业订单和业务实际增长，仍有诸多挑战。“监测数据显示，上半年不少旅行社暂停经营，但公众旅游活动并未因此停止。这充分表明，旅游企业需要转变观念，不能再局限于传统的门票售卖和组团业务。”何琼峰建议，旅游企业要转型为现代化、综合性旅游生活服务商，通过科技手段更好地保障安全和品质出游，推出更有吸引力和更具消费拉动的旅游服务和产品。

零新增不等于零风险。《通知》明确，旅游景区要继续贯彻落实“限量、预约、错峰”要求，接待游客量由不得超过最大承载量的30%调至50%。业内人士分析，上调接待游客量，一定程度上能缓解当前部分热门景区门票供不应求、企业经营压力等现实问题。

“旅游景区在提高游客接待量的同时，要加大疫情防控力度，坚决做好常态化防疫工作，不能盲目乐观和掉以轻心。”何琼峰表示。

首先，景区要根据精准防控要求和“削峰平谷”原则，持续完善和优化分时预约系统，做好热点区域客流数据监控、预警、疏导，以及相应的应急处置和资源调度，避免人员聚集扎堆，防范疫情风险。

其次，旅行社带团要提高产品防疫、汛期安全、安心出游等标准，严格选择符合疫情防控要求的目的地、供应商、合作商，综合景观资源、产品业态、游客流量、体验舒适性等因素理性选择目的地，切实提高服务品质、拒绝低价恶性竞争。

此外，各地要开展形式多样的文明旅游宣传，引导游客自觉遵守疫情防护要求、安全警示和文明旅游规定，推广“分餐制”“公筷制”等旅游新方式，树立文明、健康、绿色旅游新风尚。

专家表示，随着跨省跟团游的放开，加之国际疫情形势和出境游限制，相对刚性的中长线旅游需求将在暑期、国庆节等陆续释放，品质游、定制游、私家团、小包团等安心出游形式将更受游客喜爱。考虑到疫情防控常态化形式下消费心理的变化，公众出游将更为理性，省内跨市、跨县区的自驾游、本地游、周边游仍将是主要构成。

“下半年，旅游市场有望触底反弹和出现U形恢复，国内中长线旅游与上半年相比将会大幅提升。具体来看，暑期避暑、研学、亲子、康养、乡村和自驾等将率先恢复。”何琼峰说。

空调能效新国标实施 利好绿色节能产品推广

本报记者 周 雷

备受关注的GB21455-2019《房间空气调节器能效限定值及能效等级》（以下简称“空调能效新国标”）近日已正式实施，空调能效标准全面提升，空调市场面临新一轮洗牌。

我国是全球最大的制冷产品生产、消费和出口国，家用空调产量全球占比超过80%。从目前情况看，包括家用空调、冰箱在内的制冷产品已成为满足人民美好生活需要和消费升级的重要终端消费品，制冷能耗总量高、增速快、节能减排潜力大。我国制冷用电量占全社会用电量15%以上，年均增速近20%，大中城市空调用电负荷约占夏季高峰负荷的60%，主要制冷产品节能空间达30%至50%。

为促进绿色发展，国家发展改革委等七部委去年联合印发的《绿色高效制冷行动方案》（简称《行动方案》）明确提出，大幅度提高制冷产品能效标准水平。对于空调而言，到2022年家用空调能效准入水平提升30%、多联式空调提升40%。

空调能效新国标被称为迄今为止最严苛的空调能效标准。新标准“1级能效指标”已经达到国际领先水平，高于日本“领跑者”能效要求，超美国“能源之星”能效要求，节能环保效果显著。与此前相比，新国标最大变化在于定频、变频（转速可控型）空调能效等级合并，均按照季节能效（APF）定级，能效指标大幅提升。

“通过标准的限定值可以将家用空调市场入门门槛提升14%，随着定频及一些低效变频产品逐步被淘汰，在未来2年至3年能够实现整体能效提升30%的目标。”中国标准化研究院研究员成建宏指出，家用空调能效新国标的实施，将使目前的空调市场淘汰率达到45%，这意味着现有低能效、高耗电的定频空调和变频3级能效产品将面临淘汰。

从市场情况看，自去年“双11”购物节以来，空调价格战接连不断，一些高库存企业开启低价甩货模式，也有着应对新国标的现实考虑。根据相关规定，在空调能效新国标实施之日前出厂或进口空调产品，可在2021年6月30日前销售。这给行业出清低能效空调产品留出了时间窗口。

业界普遍认为，从空调能效新国标实施的影响看，既是产业升级，又是市场洗牌。以高标准作为重要抓手，强化消费者绿色消费意识，做到选购高能效产品有据可依，同时抬高行业竞争门槛，让更具科技含量的高质量产品占领市场，有利于具有核心竞争力、转型升级步伐快的企业创新发展。

实际上，为抢占新的市场商机，各空调品牌早就积极展开布局。海尔空调自去年12月1日起就已经全面开发符合新国标的空调产品。来自美的集团家用空调事业部的信息则显示，美的空调根据能效新国标要求，已经完成303款符合新能效标准的空调产品储备，将随着新能效标准的实施同步上市。

除了厂家创新供给之外，市场销售也要同步发力，有效激发换新需求，提升变频产品渗透率及高能效产品占比。《行动方案》提出，鼓励有条件的地方，通过实施“节能补贴”“以旧换绿”等措施，采用补贴、奖励等方式，支持居民购买绿色高效制冷产品、更新更换老旧低效制冷产品；鼓励零售企业、电商平台开辟绿色产品销售专区，集中展示销售绿色高效产品。

以企业为例，国美空调事业部相关负责人表示，“作为家电零售的代表企业，国美致力于将更节能、更环保、更智能、更健康的家电推向广大消费者。”从7月6日起，国美开始通过“以旧换绿”等活动加速新空调推广，让更多新能效标准空调产品替换用户家中淘汰的空调产品。

多位业界人士认为，龙头企业积极推动新标准普及，有利于让整个行业摆脱低价、低标、低质产品竞争，进入高质量发展阶段。

本版编辑 胡达闻 李 瞳