

长三角欲打造新型科创金融生态圈

本报记者 李玉洋 上海报道

近日,央行、国家发改委、科技部等八部门印发《上海市、南京市、杭州市、合肥市、嘉兴市建设科创金融改革试验区总体方案》(以下简称《总体方案》),以金融支持长三角协同创新体系建设,加快构建广渠道、多层次、全覆盖、可持续的科创金融服务体系,突出金融供给侧精准发力,协同推进原始创新、技术创新和产业创新,推动形成金融供给和需求结构平衡、金融风险有效防范的良好生态,打造科技创新和制造业研发生产新高地。

《中国经营报》记者注意到,一年前八部门就印发了《山东省济南市建设科创金融改革试验区总体方案》,这意味着继济南市成为首个科创金融改革试验区后,科创金融改革试验区再次扩容。

“这是国家金融对科创发展的重磅支持。”清华大学经济管理学院访问学者、中国社会科学院工业经济研究所博士后、贵州财经大学会计学院硕士生导师潘文富告诉记者,融资难、科技成果转化难,长期以来是横亘在科创企业发展道路上的两大难题,《总体方案》的出台会对长三角地区科创企业产生显著促进作用。

而网经社电子商务研究中心高级分析师张周平也对记者表示:“中小微企业融资难、融资贵一直是难题,国家频出对小微企业金融支持的政策。而在金融支持上,近年来,供应链金融尤其是在线供应链金融创新模式得到了快速发展。”

科创金融专营机构或将增多

《总体方案》着眼金融、科技和产业良性循环与互动,紧扣科技高水平供给和区域高质量发展。

据了解,《总体方案》着眼金融、科技和产业良性循环与互动,紧扣科技高水平供给和区域高质量发展,从健全科创金融机构组织体系、推动科创金融产品创新、充分利用多层次资本市场体系、推进科技赋能金融、夯实科创金融基础、扎实推进金融风险防控等7个方面提出19项具体政策措施。

《总体方案》在总体目标规划上,提出通过五年左右时间将上海、南京、杭州、合肥和嘉兴5个城市打造成“科创金融合作示范区、产品业务创新集聚区、改革政策先行先试区、金

融生态建设样板区、产城深度融合领先区”。

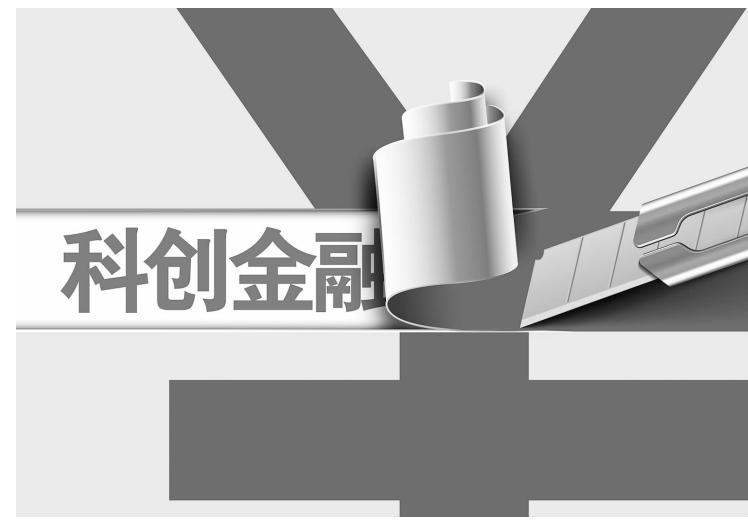
潘文富认为此次《总体方案》亮点不少,“《总体方案》不仅对金融机构提出了创新发展知识产权质押、股权质押、信用贷款等多种类科创金融信贷产品的要求,还针对科技企业无形资产抵押品的估值难、流转难问题提出了‘技术收储机制’的解决方案”。

“《总体方案》提出了以‘远期共赢’利率定价机制解决银行贷款还本付息要求与科创企业收入特征不匹配问题的方案。”潘文富指出,《总体方案》为战略

新兴产业提出多个创新类的债券品种,未来长三角地区具有科创属性的相关债券品种发行量将得到提升,而且发债募资的场所也将由银行间和交易所市场拓展到区域性股权市场。

在进一步畅通股权支持科创企业的渠道方面,《总体方案》还明确鼓励跨境股权投资、支持S基金发展,提出支持区域性股权市场开展私募基金份额登记托管、质押业务的要求,探索通过以上方式解决资管产品投资未上市股权期限匹配、提前设置退出机制等难点问题。

“随着科创金融重要性的提



科创金融改革试验区再扩容。

视觉中国/图

升,为了更专业化地做好科创金融服务,监管部门在多个文件中都鼓励金融机构成立科技事业部、科技金融专营机构和科技支行,未来科创专营金融机构的数量或将进一步增多。”潘文富说。

助推科技企业创新发展

“串联各个要素形成一条主线,助推知识密集型科技企业创新发展。”

从中国经济版图和经济地理来看,长三角地区以4%的国土面积,创造了全国约1/4的经济总量。

潘文富认为,《总体方案》的出台对长三角地区科创企业发展的促进作用不言而喻,主要体现在三方面:“首先是长三角一体化将再创新高,以金融、科技、产业推动区域一体化协同发展,将5个城市作为科创金融改革试验区,串联各个要素形成一条主线,助推知识密集型科技企业创新发展。”

其次是探索出一条科创金

融新模式。“通过金融政策的先行先试,探索出一系列有利于我国科创企业发展的新金融业务、新金融产品、新金融模式,进一步提升金融体系支持科技创新的能力,助力产业结构向高质量发展转型升级。”潘文富说。

三是新金融将激发研发投入新活力。“《总体方案》紧扣产业发展要求,持续优化政策引导机制,强化企业创新主体地位,充分运用大数据手段和‘工业云’,融合集聚各方面创新资源,加大科技研发投入,拓展科技创新融资渠道,加强产业关

键共性技术攻关,提升两化融合水平,加快推动试验区新型工业化发展。”潘文富说。

同时,金融是经营管理风险的行业,防范化解金融风险是金融工作的永恒主题,“扎实推进金融风险防控也是《总体方案》中需要关注的重点,《总体方案》明确提出提升金融监管科技水平以及强化科创金融风险联防联控两大要求。”潘文富说。

在强化科创金融风险联防联控方面,《总体方案》指出推动建立科创金融自动化数据采集处理通道和本地化监管数据

资源库,搭建金融风险监测平台;通过加强对跨境资金流动的监测、分析和预警,完善双向开放条件下的宏观审慎管理;围绕科创贷款、科创企业上市、私募股权、创业投资、知识产权等重点环节,定期分析试验区金融风险状况;支持金融机构制定实施科创金融风险处置和内部考核办法,建设与科创产业相匹配的风险管理体系。

比如在线供应链金融模式方面,张周平认为,当前的在线供应链金融模式创新了风险管理与操作,实现了服务在线化、

营销互联网化、工作流程标准化以及风控自动化等,为中小微企业融资拓展了新的渠道。

“综上,科创金融改革试验区的建立在加速科技活动同时,也会带来一定的金融风险,在科技赋能金融、金融支持科技发展的活动中,充分认识新科技存在的潜在风险,提前搭建金融风险监测平台,强化风险监测预警和早期干预,对潜在风险进行预判,在经济取得高质量发展的同时建立维护金融稳定的长效机制。”潘文富表示。

世界杯加持 能带火VR体育赛事吗?

本报记者 陈佳岚 广州报道

2022年卡塔尔世界杯于11月21日正式“开踢”,沉浸式观赛成为本届世界杯看球的新趋势,也使得VR(虚拟现实)、元宇宙赛道的机遇在发酵。

随着中国移动咪咕视频、字节

跳动旗下抖音签约成为卡塔尔世界杯转播版权方,支持观众使用VR看世界杯,世界杯的火热也带动了VR眼镜在国内的销量,《中国经营报》记者从京东、苏宁等电商平台获悉,近段时间VR眼镜的销量迎来激增。

事实上,VR/AR(增强现实)沉

浸式转播已成为奥运会、世界杯等重大体育赛事的“常客”了。从2016年里约奥运会到2022年卡塔尔世界杯,VR和体育赛事正在越来越紧密地联系在一起,也让VR成为远程观赛的一部分,进一步在推动VR的普及。不过,当前阶段

“VR+体育”市场渗透率仍较低,观赛体验仍有待进一步改善,商业模式单一,仍有待市场进一步开发。

IDC中国高级分析师赵思泉在接受本报记者采访时表示,VR设备看比赛还面临电池续航时长、屏幕分辨率、家庭成员共享等问题。

艺、网鱼网咖、Nreal等VR/AR眼镜及一体机设备都可通过移动云VR来看世界杯。

“移动云VR观赛,就是球迷们进入Nreal AR空间选择移动云VR,便可享受201英寸AR锐彩天幕看球。”Nreal公司相关人士对记者表示,Nreal的优势之一就是摆脱显示屏的限制,在3D空间中,重新定义体验创新。为了展示这种能力,咪咕不仅为Nreal量身定制了AR视频,推出了全球第一个3屏联动的全新体育观赛效果,同时还特别开发了咪咕快游AR版,让游戏爱好者可以在200英寸的大屏上尽情享受游戏的刺激效果。

大屏电视一样普及开来,走入大众市场还有一定距离。

与此同时,对于企业而言,VR观赛的盈利模式仍难以形成闭环,像Horizon Venus和Pico的VR赛事节目并没有采取收费的模式,主要是因为当前用户量少,仍以市场培育为主。由于目前的用户体量仍不大,还无法支撑起整个VR体育赛事常态化运营的成本。

赵思泉对记者说道:“从VR体育赛事常态化发展来看,转播过程的拍摄、内容的制作等还有提升空间,普及程度也与硬件渗透率密不可分。”

对于到底需要多久VR才能走进千家万户,PICO总裁周宏伟今年9月在接受本报记者采访时坦言,还有比较长的路要走,无论从技术产品、内容还是用户教育上都需要长期投入。

上接 C1

针对美国科技行业的裁员潮,尽管社交媒体上不乏恐慌情绪,但部分业内人士仍对劳动力市场持乐观看法。

11月17日,微软CEO萨帝亚·纳德拉在接受美国CNBC采访时表示,LinkedIn数据表明,数据软件工程师在科技行业以外的工作比在科技行业内的工作更多,所以在某种程度上,目前劳动力市场更具弹性。据CNBC报道,微软在今

科技业加速转型

实际上国内的IT互联网企业在近两三年里也在不断调整组织结构,以及战略转型。

谈及中美科技行业在这方面的区别,浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林认为,许多美国科技巨头已发展20年左右,科技创新能力明显弱化,市场竞争局面发生变化。对比国内的科技企业一个明显的区别在于,国内互联网大厂是收缩了一些支线或者不赚钱的业务,而其主业并未受到影响。当然,国内部分互联网企业也面临创新乏力的问题。

天使投资人、互联网行业专家郭涛认为,整体来看,国外科技企业裁员主要是受到经济衰退和企业决策失误因素影响,而国内科技企业如在线教育、游戏等行业企业正面临巨大的转型压力;另一方面,电子商务、人工智能等相关

年10月份宣布了一轮裁员,约1%不到的员工受到影响。

据美国计算技术行业协会11月发布的《科技工作报告》,美国科技行业整体仍有31.7万个职位开放招聘,比2020年的招聘需求还要高了1/3。据TheInformation报道,TikTok正在紧急扩充团队,目前其招聘人员正在与来自Meta、Twitter等公司的被裁员工接触。

行业洗牌加剧,企业业绩增长乏力、亏损扩大,在资本寒冬中难以获得新的投资。

袁博则指出,中美科技企业当前面临的共性挑战在于为了应对未来经营方面的不确定性而裁员。美国科技企业大规模的裁员“应该仅会是短期事件”。裁员对科技企业来说是战略性的收缩,传统的行业数字化、智能化转型的需求依然存在,像智能汽车一样各种颠覆性的创新依然层出不穷,新技术带来的新产业从长远趋势上依然会到来。科技行业各层次的头部玩家需要依托自己的领域优势,联合推动产业转型升级。

“外部竞争激烈,内部优化改革,内外因共同作用出现裁员潮,科技行业在经历一个周期性的洗牌。”王鹏表示,从长期来看,科技企业经历行业洗牌会催生新的企业、新的业务模式、新的技术及应用。

世界杯带火“沉浸式看球”

今年世界杯在冬季举行,加之新冠肺炎疫情影响,居家看球成为主流,也带火了室内影音娱乐设备。

而对于很多球迷而言,电视也不再是观赛的首选,屏幕更大、音效更棒的智能投影仪,或以“身临其境”“更加具有冲击力”来打造沉浸式“宅家看球”的VR眼镜已成为球迷的优选了。

据京东方面给记者提供的数据,卡塔尔世界杯开赛首日的11月21日,京东平台上投影仪成交额同比增长240%,投影仪相关页面平均浏览时长同比上涨200%;VR眼镜成交额同比增长430%。

与此同时,由于“双11”大促与世

界杯节点邻近,“双11”期间就提前出现了囤货潮。苏宁方面的数据显示,家用投影仪在过去的“双11”大促销售量同比增长201%,“90后”消费者占比超七成。苏宁易购相关负责人表示,家用投影仪凭借便捷、大屏、智能等特点受到年轻群体的青睐。苏宁易购的数据还显示,11月以来,VR设备销量环比增长了50%。

由于国内两家获得此次世界杯

转播权的新媒体平台——中国移动

旗下的咪咕和字节跳动旗下的抖

音,都不约而同地加入了元宇宙元

素,也使得更多中国观众可以使用

VR设备观赛。

此次,字节跳动的抖音上线了

“一起猜世界杯冠军、瓜分千万现金”,还通过去年收购的国内VR行业出货量最大的软硬件研发制造商PICO,上线了“上PICO看世界杯球近了”活动。与此同时,PICO还将上线《DOU来世界杯》等周边栏目及与世界杯相关的VR直播、VR点播内容。

而另一家卡塔尔世界杯转播版权方中国移动咪咕公司也宣布将打造首个世界杯“元宇宙”虚拟观赛互动空间,综合运用5G+4K/8K+XR(扩展现实)+AI等技术,为观众呈现具有即时互动、沉浸体验的“5G云赛场”。

中国移动咪咕公司PR负责人向记者介绍道,使用PICO、NOLO、创维、大朋、华为、HTC、爱奇艺

艺、网鱼网咖、Nreal等VR/AR眼镜及一体机设备都可通过移动云VR来看世界杯。

“移动云VR观赛,就是球迷们进入Nreal AR空间选择移动云VR,便可享受201英寸AR锐彩天幕看球。”Nreal公司相关人士对记者表示,Nreal的优势之一就是摆脱显示屏的限制,在3D空间中,重新定义体验创新。为了展示这种能力,咪咕不仅为Nreal量身定制了AR视频,推出了全球第一个3屏联动的全新体育观赛效果,同时还特别开发了咪咕快游AR版,让游戏爱好者可以在200英寸的大屏上尽情享受游戏的刺激效果。

大屏电视一样普及开来,走入大众市场还有一定距离。

与此同时,对于企业而言,VR观赛的盈利模式仍难以形成闭环,像Horizon Venus和Pico的VR赛事节目并没有采取收费的模式,主要是因为当前用户量少,仍以市场培育为主。由于目前的用户体量仍不大,还无法支撑起整个VR体育赛事常态化运营的成本。

赵思泉对记者说道:“从VR体育赛事常态化发展来看,转播过程的拍摄、内容的制作等还有提升空间,普及程度也与硬件渗透率密不可分。”

对于到底需要多久VR才能走进千家万户,PICO总裁周宏伟今年9月在接受本报记者采访时坦言,还有比较长的路要走,无论从技术产品、内容还是用户教育上都需要长期投入。

VR体育赛事发展仍需长期投入

受本届世界杯加持,不少券商分析师也对VR、元宇宙等相关概念给出了较高的期待。

国联证券分析师郑磊认为,从用户体验来看,世界杯直播的“VR化”有望带给观众更强的“临场感”,在疫情期间线下聚集活动受限的背景下,有望为观众提供显著优于2D屏幕的观赛体验;从赛事影响力来看,世界杯是四年的全民体育盛会,据FIFA数据,中国约有6.557亿人(非人次)观看了2018年俄罗斯世界杯,占总收视人口的18.4%。基于差异化的观赛体验,VR直播有望借助世界杯的影响力建立用户心智、实现初步破圈,进而推动VR一体机渗透率提升。

事实上,记者注意到,2018年俄罗斯世界杯便支持三星Gear VR、Oculus Go、PlayStation VR等平

台观赛,2020年的日本东京奥运会也可以支持Oculus Quest进行VR观赛,不过由于独家转播权的缘故,当时并没有在国内火起来。而近年来,VR在体育赛事上的应用已经明显增加。

2021年11月14日开始,Facebook母公司Meta的社交VR应用Horizon Venus推出了NBA2021—22赛季系列VR观赛节目,一直持续到了今年的4月8日。今年2月的北京冬奥会,央视视频还推出过首次支持8K的VR沉浸式观赛体验。

可以预见,随着更多体育赛事支持VR观赛,未来VR技术也将成为远程观赛的重要一环。

赵思泉对记者表示,尽管如此,目前VR体育赛事发展仍处于早期阶段,世界杯赛事等对于消费者来说是比较新鲜的VR应用场景

景,未来相关的演唱会、赛事直播对消费者购买具有一定助推作用。不过,当前VR观赛仍有不少问题亟待解决,离大众普及仍有较大距离。比如,一些主流的VR一体机还存在设备太过厚重、分辨率不如大屏电视等体验不足问题。

一位使用了VR眼镜观看世界杯的广东用户在社交平台分享感受称,“用PICO 4 VR眼镜看了下世界杯,巨幕氛围感不错,但分辨率低了点,不如显示器和电视,看个新鲜感。”而另一位来自上海的VR用户也对记者说道,“自己使用的是PICO 3 VR,好玩是好玩,但VR眼镜戴久了头比较晕。”

游戏仍是VR市场最主流的阵地,尽管VR设备有了世界杯的加持而受到了更多市场关注,但价格、技术、普及率等方面的因素影响,体育赛事VR要想像智能手机、