



中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

总2485期/每周一出版/本期32版

新闻热线: (010)88890030
中国社会科学院主管
中国社会科学院工业经济研究所主办
社长、总编辑/季为民

零售价/ RMB5.00

11月新增人民币贷款1.21万亿 企业中长期信贷需求强劲 A3

中国“制造”世界杯

A2



经济大势

A1~A4

大秦铁路运输秩序全面恢复 A3

促进券商投行业务进一步规范 A4

投行业务质量评估结果出炉

营商环境

B1~B16

现金管理类产品调整倒计时 B3

同业存单指数产品替代上位

金融科技公司强企战略: B6

ESG深度融入业务及产品

流动性改善交投活跃 B7

科创板做市标的增至63家

普惠保险深化“普”与“惠” B8

区域协同创新“加速度” B10

北京加速推进国际消费中心城市建

融资“储粮” 38岁的万科等待春天 B14

布洛芬扩产保供进行时 B15

智在公司

C1~C8

互联网平台的“世界杯”流量争夺战 C2

高管离职、业绩下滑 C3

优刻得能否跨越“阵痛期”?

SUV市场格局重塑: C5

15强中自主品牌超半壁江山

消费连锁

D1~D4

股价“描绘”成长性 酒店行业狂想曲 D2

冰雪运动升温: D3

“冷经济”如何持续热起来?

本期热词

城投转型

一位试点城市的城投公司负责人告诉《中国经营报》记者,以往城市更新业务毕竟“零散”,实施起来没有统一性,在资金上也出现紧缺的情况。但是,随着当地出台城市更新细则,规定了资金的融资和使用,极大地提升了融资效率,也提升了城市更新工作效能。

城投转型:城市更新盘活投融资 B1

出海抢单

“早起的鸟儿有食吃。我这次身先士卒地‘冲出去’,让公司业务团队明白,外面其实还是有很多机会与可能性。如果我们继续再冲一把,说不定哪天公司会更上一个台阶。”

“打飞的”组团出海抢单 华东多地决胜稳外贸竞速赛 B9

国补退出

“再过不到半个月时间,国家新能源汽车补贴将终止。我国成为世界第一大新能源汽车市场,新能源补贴为乘用车发展立下汗马功劳。”乘联会秘书长崔东树肯定了国补对汽车市场的积极作用。在国补的助力下,中国新能源渗透率从2016年的1%增长至2022年三季度的25%。

车企“限时保价”抢订单 国补退出影响几何? C7

明星生意

在镜头前唱跳的偶像,或是古装剧里一袭白衣的翩翩公子,这个时代,明星们收获了越来越多的人气和流量。而越来越多的明星,正在走出荧幕,摇身一变成“生意人”。

明星创业涌动 光环背后如何长远发展? D1



中经传媒智库



本报官方订阅微店



6 942626 144086 >

广告许可证:京海工商广字第0224号

本报常年法律顾问所:北京德和衡律师事务所

社评

多措并举提振市场信心 为来年经济高质量发展开好头

近日,中共中央政治局召开会议,分析研究2023年经济工作。会议提出,明年经济工作总基调依然是“稳中求进”,强调“大力提振市场信心,把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来,突出做好稳增长、稳就业、稳物价工作,有效防范化解重大风险,推动经济运行整体好转”。

“对于市场发展而言,有时信心比黄金更重要”,这是我们经常提到的一句话。当前,我国正处于新冠肺炎疫情防控举措不断优化完善、经济社会加速恢复的关键时刻,一方面,今年以来我国受疫情反复等因素影响,经济正面临需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力。其中,预期转弱对前两者都有影响,会导致需求收缩,也可能放大供给冲击,当下提振市场信心尤为重要。另一方面,各地政府已经开始加大助推经济复苏的政策帮扶力度,多地政府积极组织“组团出海”,助力企业拓展与海外客户对接渠道,加大对外洽谈合作力度。如浙江开启“千团万企拓市场抢订单行动”,通过包机、拼机、航班等模式,分阶段、分行

业,将组织1万家企业赴境外参与经贸活动。11月、12月,苏州接连组织开展了赴日、赴欧包机服务工作,招商成果丰硕,取得不少大订单。前不久,海南招商团在日本多地召开招商推介会,越来越多的日本企业正在深入了解海南自由贸易港的优惠政策。成都高新区组织的“出海招商引智抢订单”商务交流团已于12月8日出发前往欧洲,拉开了“出海招商、出海引智、出海抢单、出海交流”系列商务活动的序幕。

之所以出现如此多地区奔赴海外,与各国客户面对面洽谈、寻求合作机会的现象,在于欧美国家第四季度节庆活动多、消费需求大,是外贸企业年末冲刺抢抓订单的好时机。“抢”订单反映了各地对扭转外贸形势的急切,也体现了地方政府全力支持的效率与诚意。

政企合作、组团招商,无疑释放出更多积极信号:政府以专业化的服务,缩短企业“出海”招商或者就地举办招商洽谈会的流程,提供办事便利,让企业切实感受到政府兜底、服务到位带来的丝丝暖意,更有信心将资源

投入到未来的再生产和市场营销中,进而带动产业链上下游的发展。

还要看到的是,随着奥密克戎变异株致病力的减弱、疫苗接种的普及、防控经验的积累,我国疫情防控面临新形势新任务,国家疫情防控政策因此作出了重大调整,包括“通信行程卡”服务下线,各地对人员出行、物流配送出台一系列优化服务举措,将有利于全国乃至外贸人流、物流的复苏,促进市场流通,不仅能为企业生产、销售提供更加开放、宽松的外部环境,也能进一步提振供应链与需求端的信心,促进产销对接,创造更多需求增量。

除了供应侧的政企合力外,刺激消费、拉动内需也是当前经济工作的重点。近期,多地发放新一轮消费券促消费稳经济,不少景区也推出了门票降价、免门票等优惠举措。在各类促消费、拉动需求政策的带动下,随着品牌厂商和渠道商的发力及消费市场好转,旅游、餐饮、家电等众多产业有望迎来逐步复苏。

此外,据国家邮政局消息,目前,全国大部分地区堵点卡点已有效疏通,快递业迎来新一轮

和全球经验带入中国,开始了“认知”和“品类”理论的商业实践,协助企业构建战略布局、研判品牌定位、探索业态创新。定位理论如何发展创新?在中国市场的实践有什么特点?近期,《中国经营报》记者专访了里斯战略定位咨询全球CEO、中国区主席张云。

与老板对话

D4

定位理论如何抢占消费者心智?

2022年10月7日,全球战略定位大师、定位理论之父艾·里斯先生在美国亚特兰大的家中去世,享年95岁。1972年艾·里斯与合伙人特劳特发表《定位新纪元》一文,令“定位”一词开始进入人们的视野。依靠定位理论,里斯公司为苹果、IBM、宝

洁、三星等众多国际品牌提供定位咨询,在国内,也为茅台、长城汽车等中国企业提供战略指导。

艾·里斯在1963年成立了里斯公司,总部位于美国亚特兰大。2007年,里斯战略定位咨询进入中国,由艾·里斯定位理论的传承人张云带领团队把定位理论

和全球经验带入中国,开始了“认知”和“品类”理论的商业实践,协助企业构建战略布局、研判品牌定位、探索业态创新。定位理论如何发展创新?在中国市场的实践有什么特点?近期,《中国经营报》记者专访了里斯战略定位咨询全球CEO、中国区主席张云。