



# 中国经营报

## CHINA BUSINESS JOURNAL

总2506期/每周一出版/本期32版

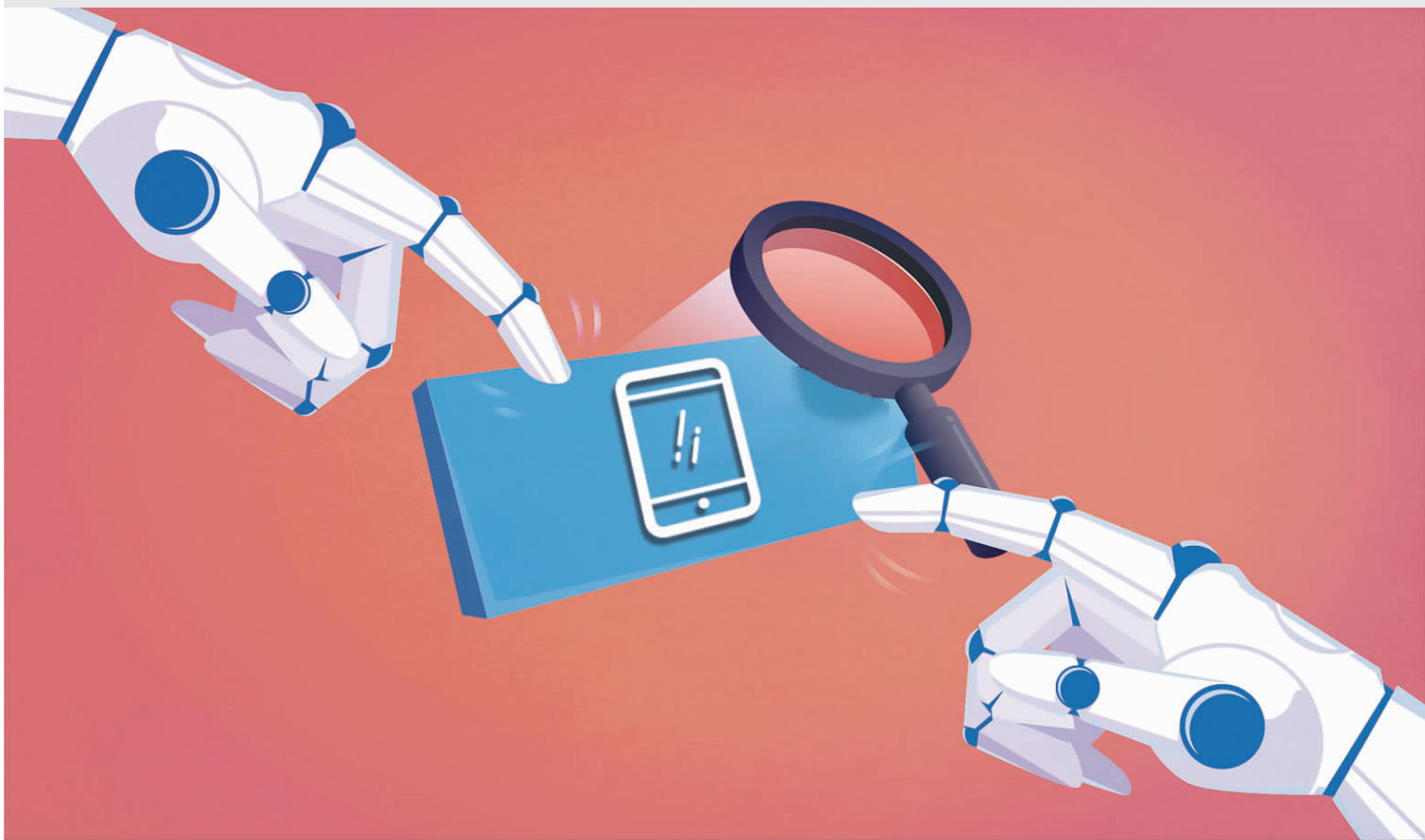
新闻热线: (010)88890030  
中国社会科学院主管  
中国社会科学院工业经济研究所主办  
《中国经营报》社有限公司出版  
社长、总编辑/李为民

零售价/ RMB5.00

## 国资委扩围科改企业名单 中国成为创新型国家

A2

## ChatGPT“登陆”手机 AIGC的潘多拉魔盒开启? C2



本期热词

### 经济向好

《报告》显示,2023年3月,新发放贷款加权平均利率为4.34%,其中企业贷款加权平均利率为3.95%,均处于历史低位。

经济向好利率趋稳 B1

### 提前还贷

业内人士认为,如果房贷利率继续下调,可能会进一步增加提前还贷的情况。“房贷利率下降,存量贷款和新贷款利差变大,甚至会激发贷款户通过倒贷行为提前还款。”同策研究院研究总监宋红卫提示道。

提前还房贷:都是理财惹的祸? B2

### 零件“减配”

2023年第一季度,汽车及零部件领域消费者投诉达到10552件。其中,发动机或变速箱故障、发动机漏油、二手车价格问题乱象丛生为老生常谈的问题,“锁电”、续航缩短、智能辅助驾驶系统失灵、未按时交付等问题成为投诉热点。

零部件“减配”续航打折 汽车消费环境仍待完善 C7

### 果切空间

果切品类正在不断增长。在百果园、盒马等水果店、商超渠道,都可以看到丰富的果切产品,该品类的SKU、搭配等都较数年前更加丰富。除此之外,在美团、饿了么等平台,也能够看到不少以切果为主要产品的品牌比如切果NOW等。

小果切的“大生意” D1

## 经济大势

A1~A4

人民币汇率再次破“7”引关注 A2  
机构称双向波动仍将是常态

AI歌手爆火出圈之后 A3

## 营商环境

B1~B16

撬动市场资金做强主业 B4  
AMC转型投行化模式

全面推动主题教育入行 B5  
金融助力高质量发展

车险“二次综改”来临 B8

青岛打造“六个城市” 迈出“国际范儿” B9

打造万亿级产业集群 B10  
江苏常州“新能源之都”炼成记

高端住宅产品供不应求 B12  
杭州高端改善市场热度不减

中成药首次全国集采正式启动 B14

## 智在公司

C1~C8

AI大模型与“学习机”擦出火花 C3  
智能硬件赛道风云再起?

任天堂Switch销量下滑 C4  
《王国之泪》能否扭转颓势?

新能源汽车下乡充电桩先行 C5  
业内人士详解“破局”路径

中国商用车加速布局“一带一路” C6

## 消费连锁

D1~D4

多举措解决家政行业痛点 D2  
促进市场提质扩容

新茶饮夏季营销赛:品牌的长期主义 D3



## “6·18”大幕拉开:各平台火拼低价拉动消费

C1

“6·18”大促的大幕已然拉开。

5月18日,快手不再做“6·16购物节”,正式加入“6·18”购物节的大家庭,并率先开启了2023年“6·18”大促的预售,随后京东、抖音、淘宝等玩家也陆续于5月23日、5月25日、5月26日先后开启“6·18”的预售活动。

此外,今年还是老牌电商玩家京东和淘宝的20岁生日,对于今年的“6·18”,京东零售CEO辛利军表示:“今年的京东‘6·18’会是全行业投入力度最大的一次‘6·18’。”淘宝天猫“6·18”总负责人暮珊也发表了类似的言论:“今年淘

宝天猫‘6·18’是历史上最大投入的一届。”

另一边,已经先后补齐货架电商场景的抖音和快手,在今年更加高调地参与到“6·18”购物节当中。在活动玩法上,快手今年拿出了跨店满减、尾款立减、大牌大补、分期免息、直播间消费金、品牌商家会员等多种补贴玩法,已经全方位对标老牌电商平台。抖音则投入专项货品补贴涵盖家居家电、3C数码、运动服饰、食品、美妆等多个类目,力求单品价格直降,还可叠加跨店满减、消费券等额外优惠。

网经社电子商务中心网络零售部高级分析师莫岱青表

示:今年的电商“6·18”,各平台如京东、淘宝、拼多多、唯品会等加码各类补贴,玩法更加简单,不用像往年那样复杂,重在拼低价。尤其是京东,在3月初就已上线百亿补贴,似乎早就做好打“价格战”的准备。

电子商务交易技术国家工程实验室研究员赵振营表示:“一方面是疫情导致消费者消费力下降,消费井喷并未如期而至;另一方面是长期的销售低迷,使得很多厂家积累了大量的库存,存在较大的库存压力和资金压力。借机清仓,货品变现,改善企业现金流应该是当前企业对‘6·18’最大的期待。”

社评

## 让更多顶级体育赛事重返中国

5月22日,阿根廷驻华大使馆在官方微博宣布,6月15日,梅西将带领阿根廷国家队在北京与澳大利亚国家队进行一场友谊赛。阿根廷国家队在北京工人体育场的对手并非中国国家队,这一点令很多球迷难掩失落,但跳出这个情结,球迷们还是应该感到高兴:这是阿根廷国家队时隔9年再次访华,也是时隔3年多,再次有欧美顶级球队来到中国炫技。

在中国大地上发出令人目眩光芒的顶级球队、顶级赛事,不止于此。5月12日,2023年苏迪曼杯世界羽毛球混合团体锦标赛在苏州开幕,这标志着单项顶级赛事时隔3年多回归中国。

中断3年后,ATP(职业网球联合会)上海大师赛将于今年10月2日至15日在旗忠网球中心开赛。此外,上海赛车场近期获得国际汽联一级赛道认证,F1中国大奖赛于明年回归将是大概率事件。国际女子网球协会(WTA)也在4月宣布,将于今年9月恢复中国赛事。

若论睽违中国最久的顶级赛事,当属花样滑冰。3月21日,国际滑冰联盟(ISU)宣布,2023年国际滑联花样滑冰大奖赛总决赛将于12月7日至10日在北京举行,这也是此项顶级赛事时隔13年重

回中国。

越来越多的世界顶级赛事陆续重返中国,是不争的事实。这一波热潮,已经被体育迷“收到”。很多球迷已经在网上询问,何时开售阿根廷国家队与澳大利亚国家队比赛的球票。身处职业生涯末期的一代球王,带着阿根廷国家队主力亮相中国,这种机会是珍贵的。而在现场欢呼,与在屏幕前呐喊的感觉大不一样。

现场氛围对人心的激励,在体育世界有着特别的内涵——“巴塞罗那的小球童”费德勒在现场氛围的激励下成长为世界巨星,而今日在国内足坛大红大紫的武磊也曾在2008年北京奥运会上作为“球童”和梅西合过影——即便那些注定只能成为“路人甲”“路人乙”的寻常观众,也会带着顶级赛事的激情记忆,在一生中不断回味,在人群中形成一种关于体育文化的共鸣。不妨想想1977年,老球王贝利在职业生涯末期带领美国纽约宇宙队访华的盛况,对中国人来说,那是一次关于足球的生动启蒙。

这种个体的、集体的情结反映出人们对于顶级赛事的热爱与参与的愿望,这是引入顶级赛事的内

在动力。

一些世界顶级赛事和我们“隔

绝”,主要出于疫情原因。这种“隔绝”,对应的是复杂的感受,好在是暂时的,而且我们可以通过努力结束这种状况,让更多顶级体育赛事重返中国。

在世界竞技体育领域,更快更好地交流成为大势。让更多顶级体育赛事重返中国,既是我们的强大动力,也是“世外高人”们的诉求。很多顶级体育赛事组织对在中国举办赛事拥有浓厚兴趣。据新华社报道,奥运帆船冠军徐莉佳5月8日在访问瑞士洛桑时说,从她接触的一些国际体育组织来看,他们期待在中国举办更多的赛事。这意味着,我们面前,有很多“一拍即合”的机会。

应该看到,我们在竞技体育的丛林中披荆斩棘,已经取得了诸多成果。那些刻在竞技体育顶端舞台的中国名字,十分励志。但不得不承认,在不少项目上我们还处于后发状态。引入竞技体育中的“先进技术”,激发我们放飞梦想的志气,也是题中应有之义。这是为什么我们明明没有F1高手,甚至缺乏F1的厚重土壤,但依然要引入F1的根本原因。

当我们如今看到中国首位F1车手周冠宇步入佳境时,不该忘记,上海赛车场F1赛道的功劳;而

当我们如今欣赏到中国网球希望之星吴易昺的激情表演时,也别忘了,多年前,翩翩少年吴易昺便在上海大师赛上历练过。无论是比赛的荣誉、球员的激情,还是观众的喜悦,最终都汇入中国体育的山河湖海,激荡出更深广的意境。无疑,顶级赛事“中国行”给我们带来的,是更大的希望、更好的明天。

中国正在致力于从体育大国迈向体育强国,这项系统工程需要各个层面的推动。而顶级赛事的不断落地,是须臾不可少的“加持”。无疑,顶级赛事在一个国家的成功举办,不仅可以帮助一个国家形成一片体育热土,建立起优良的体育传统,更能向全世界展示一个国家的美好形象——从1990年的北京亚运会到2008年的北京奥运会,视野所见,莫不如此。至于体育在推动经济、民生方面的作用,更不需多言。举办过顶级赛事的中国城市,在城市格局、知名度、发展指数等方面拿到的“福利”一目了然。

回首过往,展望未来,我们需要再接再厉,把“火”烧得更旺:为体育迷带来更多的视觉冲击,为体育市场赋予更多的提振契机,激发更多领域的发展,全面显现一个国家的巨大活力和开放形象。



中经传媒智库



本报官方订阅微店



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

总机电话:01088890000 发行/征订电话:01088890120 广告热线:01088890020 监督电话:01088890050