



本报官方微博

本报官方微信

中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

总2549期/每周一出版/本期32版

新闻热线: (010)88890000
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/季为民

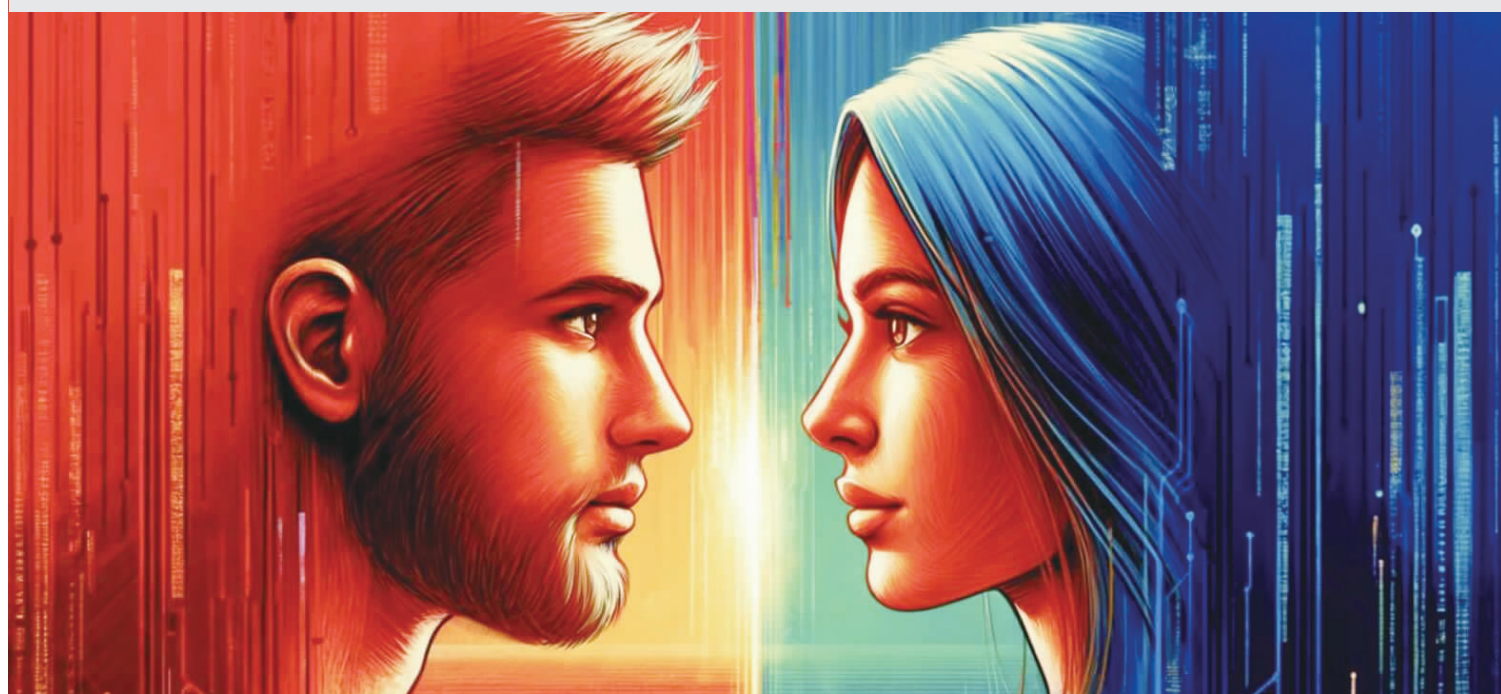
零售价/ RMB5.00

稳经济持续发力 二季度预期实现平稳增长

A2

国内巨头加速布局文生视频赛道

C1



熊出没如何“顺流而上”

不知不觉间,《熊出没:逆转时空》的票房已达到19.84亿元,距离20亿元大关仅剩一步之遥。

如果将时间拨回到2012年,“熊出没”系列在今日取得的成果或许让人难以预料到。在这一年,电视动画《熊出没》首播,主要讲述在狗熊岭相依相伴的熊大、熊二与伐木工光头强斗智斗勇的故事,动画在中央电视台综合频道、北京广播电视台卡酷少儿频道等播出后,大受欢迎,很快风靡全国。

同期,还有“喜羊羊与灰太狼”“猪猪侠”等国产动画IP相继推出,不过,彼时它们与“熊出没”一道被部分观众与业内人士贴上了“低幼向”的标签。并且大概在同一时间,这些国产动画

背后的公司选择将这些IP进行改编、搬上大银幕。但如今,这些国产动画IP中,仅有“熊出没”还保持着每年上映一部院线电影的节奏。同时,多个第三方数据机构给出的资料显示,在受众层面,“熊出没”实现了从“低幼”向成人观众的突破。

在与真人电影的竞争中,“熊出没”系列动画电影也没有掉队,其历年的票房整体呈现为上升趋势,尤其是在2017年,“熊出没”系列绑定正在崛起的春节档后,增长态势越发明显。

从最初“低幼”的刻板印象,到如今在竞争残酷的2024年春节档中能够与张艺谋导演的《第二十条》“掰手腕”,“熊出没”系列动画电影取得的成绩



商业案例 D4

令人瞩目。这一国产原创IP没有“孙悟空”“哪吒”等神仙妖魔的斗法助力,却能够从美国、日本等动画电影强国的围堵中杀出重围,其发展历史无疑值得中国动画、电影乃至整个文化产业进行研究。

为此,《中国经营报》记者采访了多位影视行业的从业者、分

析师。在他们看来,“熊出没”系列动画之所以能够取得成功,一方面在于背后的华强方特(深圳)动漫有限公司及其母公司华强方特(834793.NQ)捕捉到并顺应了行业发展趋势;另一方面则在于该系列动画在过去十多年内的稳定产出,以及在内容与技术层面的持续进步。

社评

期待“以旧换新”能“换”出一个新地产

近日,房地产“以旧换新”政策引发市场关注,全国已有超30城出台举措支持房地产“以旧换新”。其中,郑州的做法更为引人注目。

据悉,2024年全年,郑州计划完成二手住房“卖旧买新、以旧换新”10000套,采用两种方式进行。第一种是通过郑州城市发展集团有限公司收购,在试点阶段完成“换房”500套,计划全年完成5000套;第二种是通过市场化自由交易,计划全年完成5000套。凡是在今年通过“以旧换新”换购新建商品住房的群众,均可享受契税补贴30%。

当前,我国房地产市场面临新房与二手房竞争加剧、循环降价的困境,导致市场循环受阻。然而,市场上存在大量卖一买一、卖旧买新、卖小买大的改善性及消费升级需求。在市场机制失灵之际,政府及时介入至关重要。政府和地方城投公司的介入一方面可以提高群众换房的效率,另一方面还能将收购的二手房用于保障性租赁住房。

如果这项政策能够落实到位,它实际上可以逐步解决我国目前房地产市场面临的三大难题:一方面能够逐步消化体量巨大的新建商品住房存量房,另一方面又能改善已有住房人群的住房条件,满足改善性住房需求,同时还能解决低收入人群的住房需求。

为了将“以旧换新”政策落实到位,政府应充分发挥公共服务职能,搭建信息平台,连接买卖双方、中介机构与房源,确保房源信息的真实性、客户需求的真实性以及价格的透明度,从而高效匹配供需,降低交易成本。

从各地“以旧换新”的做法来看,中国房地产市场整体情况,我们发现,中

国房地产近几年面临的难题,比如房子过剩的问题,比如高空置率的问题,实际上部分原因是没有解决好资源有效合理配置的问题,是资源错配的问题,是结构性矛盾的问题。许多城市的空置率居高不下,而一些人却仍然没有自己的住房。与此同时,一些人虽然拥有自己的住房,但离自身对美好生活的追求还有很大距离。数据显示,中国超过一半的房子是2000年之前的,这些房子基本属于老破旧,无法满足老百姓对居住的需求。有些人虽然也有新的住房,但住房离绿色、智能、低碳、健康的居住要求还有相当的距离。

房地产产业链条长,涉及面广,事关人民群众切身利益,事关经济社会发展大局。要解决上述问题,我们认为,必须加强顶层设计,深化改革,通过结构性改革,加快完善“市场+保障”的住房供应体系,改革商品房相关基础性制度,建立租购并举的住房制度,着力构建房地产发展新模式。

我们看到,当前我国新型城镇化的发展趋势和房地产市场供求关系已经发生了深刻变化,在新的环境下,要构建房地产发展新模式,中国房地产业发展必须加强制度建设,改革商品房相关基础性制度。

住房和城乡建设部已明确,下一步将完善房屋从开发建设到维护使用的全生命周期管理机制。在供给方面,则将改革完善商品房开发、融资、销售等基础性制度,有力有序推进现房销售。在使用方面,要加快建立房屋体检、房屋养老金、房屋保险等专项制度。

此外,为了避免过去盲目扩张和过度开发的发展模式,政府需要合理规划城市发展。我们要探索建立“人、

房、地、钱”要素联动的新机制,也就是说从要素资源科学配置入手,以人定房,以房定地,以房定钱。各地要因因地制宜,根据自身实际情况,编制好住房发展规划。

构建房地产发展新模式,必须正确处理政府和市场的关系,加快完善“市场+保障”的住房供应体系。政府的归政府,市场的归市场,明确政府提供基本保障,市场提供多元化多层次的需求。

政府首要的任务是规划建设保障性住房,拓展配售型保障性住房的新路子。明确哪些人可以享受保障性住房。比如,下一步能否研究政策保障农民工的住房问题。我国在城镇工作的农民工近3亿人,已占到城镇就业人员的近65%。农民工享受当地均等化公共服务尚没有真正完全落实到位。根源在于同时,绝大部分农民工在城镇的住房问题还没有解决,他们的配偶、孩子无法很难进城落户。现在我们一方面房地产过剩,另一方面在城市工作的农民工没有住房。政府提供的公租房在农民工居住方式中占比不到2%。推进农民工“市民化”进程,关键是把农民工纳入城镇住房保障范围。

此外,政府还应进行城中村改造、老旧小区改造等重大工程,同时加大对新房与存量房源的公共配套完善,以改善居住环境,促进产业转型升级,推动城市高质量发展。

市场方面,则要鼓励企业下大力气建设“好房子”。以前,我们注重的是“量”,今后,我们更注重的是“质”。住房发展,归根到底,还是要让人民群众住上“好房子”。目前,市场上“好房子”仍然是稀缺资源。什么是“好房

子”?不同面积、不同价位都有不同的“好房子”。政府要加快开展“好房子”标准研究、技术体系建设。引导建筑师精心设计好户型,鼓励企业研发好产品、好材料、好设备。

在以人工智能为代表的新一代信息技术快速发展的背景下,“房地产+科技”为我们建设“好房子”带来新的机遇与挑战。下一步要加快推进人工智能在住房领域的深度融合与多场景应用,运用大数据、云计算、区块链、人工智能等前沿技术,推动“数字住建”落地实施,大力发展智能建造,努力为社会提供高品质建筑产品,打造“中国建造”升级版。从人工智能到物联网,我们见证最新的高科技,能够应用到房子上,当房子充满了科技属性,城市成为智慧城市,家居成为智慧家居,房屋也将成为智能房屋。

在行业产业链盈利模式发生变化的情况下,作为建设“好房子”的主力军,房地产开发企业也应逐步转变自身发展定位,从过去单纯的房子建设方转变成服务商运营商,要通过运营房子比卖房赚得更多。在新模式下,房地产商今后拼的是高质量,拼的是新科技,拼的是好服务。谁能抓住机遇、转型发展,谁能为群众建设好房子,提供好服务,谁就能有市场,谁就能有发展,谁就能有未来。

我们也期待,多行业能够跨界协同,合力建造绿色、低碳、智能、安全的“好房子”,让群众能够住得健康、用得安全方便。而地产行业,也能在“以旧换新”和“房地产+”等模式的推动下,通过科技创新,迸发出更多的新质生产力,进入发展新模式,走上发展新赛道,成为一个全新的房地产业。

本期热词

加速化债

城投公司债市火热持续之下,除了债券发行利率走低、申购倍数增加等特征之外,《中国经营报》记者注意到,城投公司债券发行期限明显拉长,尤其是3年期和5年期债券发行数量不断增加。

城投发债周期拉长 隐性化解时间表或提前 B1

贴牌代建

以“代建第一股”绿城管理(09979.HK)为例,财报数据显示,2023年,公司实现营业收入33.02亿元,同比增长24.3%;毛利为17.22亿元,同比增长24%;归属公司股东的净利润为9.74亿元,同比增长30.8%。

贴牌乱象不止“绿城系”四巨头混战房地产市场“红海” B10

美丽“废物”

近日,努比亚最新推出的小折叠手机——努比亚Flip,让折叠屏手机下探至3000元,起售价“卷”出新低,打破了摩托罗拉Razr 40在2023年6月发售时3999元的纪录。面对3000元价位档的折叠屏手机,不少业内人士直呼,“这样的价格不赚钱”。

美丽“废物”or普及神机 小折叠手机卷进3000元 C3

情绪咖啡

近几年,咖啡行业一直是消费领域的焦点。日前,“库迪咖啡创始人被强执”话题引发热议,纵观整个行业,记者注意到,今年多个品牌的咖啡产品价格均有所提升,尤其在春节后,“瑞幸9.9元一杯活动缩水”登上微博热搜。

价格战不再奏效 咖啡业转向挖掘“情绪价值” D1

经济大势

A1~A4

商务部:对外开放“便利化工作”加速…… A2

西南交大左大杰:…… A4

加快推进网运分开是当前铁路改革首要任务

营商环境

B1~B16

激战分仓“二八定律”失效…… B3

腰部券商“抢人”逆袭

稳楼市频出招…… B5

多地取消首套房贷利率下限

时隔7年下调经济假设…… B7

上市险企谋长期价值

华南城出售西安资产自救…… B11

事发三年才起诉…… B14

景峰医药2.6亿元蹊跷收购案曝光

智在公司

C1~C8

小米入局…… C5

“鲇鱼效应”下新能源车企花式促销

固态电池研发显著突破…… C7

宁德时代称量产商用仍存难点

平均利用率不超过5%…… C8

充电桩“进村”如何叩开低线市场大门?

消费连锁

D1~D4

东方甄选开“卷”即时零售…… D2

“让茅台回归茅台”…… D3

飞天价格能否继续飞天?



中经传媒智库



本报官方订阅微信



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