

# 国有上市公司启动市值管理 多举措做大30万亿“资本局”

本报记者 索寒雪 北京报道

中央企业控股上市公司是中央企业开展生产经营、参与市场竞争的主要载体，也是稳定资本

市场的重要力量。

相关数据显示，央企控股上市公司虽然占据了A股市场60%的资产比例，却仅创造出约32%的市场市值，当前国有企业上市公

司市值偏低是公认的事实，数据显示最新总市值近30万亿元。

为进一步强化中央企业对其控股上市公司市场价值表现的重视程度，提升上市公司的投资价值，国务

院国资委近期出台了《关于改进和加强中央企业控股上市公司市值管理工作的若干意见》(以下简称《意见》)，旨在通过更加有力的措施促进资本市场健康稳定发展。

《意见》发布后，A股市场的国有企业相关并购重组板块活跃度明显提升。

“自2022年起，相关各方对央企上市公司的估值问题高度关

注。”一位上市公司协会人士向《中国经营报》记者表示，“央企市值还是偏低的，我们的市盈率倍数明显低于民营上市公司的市盈率倍数。”

## 市盈率倍数偏低

“资本市场促进了国企的改革发展。过去这些年，国有企业通过上市等资本运营方式，为深化改革、严格重组、创新转型等提供了资本保障，有力地支撑了企业的跨越发展，也加强了公司的规范治理。”前述人士表示。

但与同期的民企相比，央企市盈率长期处于低位。在A股市场上，中央企业和国有企业的市盈率、市净率绝对值均较民营企业更低。

2024年12月19日，中证央企指数与中证国企指数的市盈率分别为11.46倍和13.45倍，这两个数值在近十年的历史分位数中分别处于62.94%和58.04%的位置；同时，它们的市净率分别为1.12倍和1.23倍。

其实，上市公司市盈率偏低的问题，此前已引起了国资委的关注。2022年5月27日，国资委发布提高央企控股上市公司质量的工作方案，要求坚持价值创造和价值实现兼顾。

2023年3月3日，国务院国资委主任张玉卓在“国有企业对标开展世界一流企业价值创造行动”的动员部署会上强调：“要把价值创造理论贯穿于企业经营决策全过程，把价值创造融入企业管理运营等环节，把价值创造导向体现到有效激励约束各方面。”

2024年12月17日出台的《意见》，要求中央企业以提高上市公司发展质量为基础，指导控股上市公司贯彻落实深化国企改革重大部署，增强核心功能，提升核心竞争力。

## 并购重组或成“重头戏”

《意见》提出，中央企业要从并购重组、市场化改革、信息披露、投资者关系管理、投资者回报、股票回购增持等六方面改进和加强控股上市公司市值管理工作。

上述国资委产权局人士指出，并购重组是“工具箱”内容之一。

“新质生产力是企业在资本市场估值提升的重要助推器。”中国企业研究院执行院长李锦向记者表示，“可以并购已上市新质生产力公司。”

李锦认为，培育内部新质生产力上市困难多，期限长、不确定性大，但是并购业务协同度高、互补性强的新质生产力上市公司是当前政策鼓励的方向，也是短期现实可行的路径。

## 纳入负责人绩效考核

在国有企业市值管理中，落地见效的重要措施之一，是央企负责人将对企业市值负责。

《意见》指出，国务院国资委将市值管理纳入中央企业负责人经营业绩考核，强化正向激励。中央企业和控股上市公司开展市值管理要严守依法合规底线，严禁以市值管理为名操控信息披露，严禁操纵股价、严禁内幕交易，对于违法违规行将严肃追责问责。

一位国有企业负责人曾向记者



从发达国家资本市场的经验来看，对于高壁垒领域上市公司的并购早已是大型上市公司

获取新技术、进入新市场的常用手段。

李锦说：“通过对相关上市公

司的并购也可以向资本市场发出中央企业大力发展新质生产力产业的最强音，提升投资者预期，提振投资者的信心。”

但是，国有企业控股机制能否在企业完成并购后，激发创新企业的潜力，还是未知数。

“被国有企业并购后，我们的技术往往会落后。”一家网络安全公司创始人向记者表示，“我们被国企控股后，每一项工作都要经过审批。但是技术是日新月异的，我们申报的时候，还是新技术，在国企审批后，这项技术已经落后了。”

这位创始人也承认，国有企业会给民企带来资金支持，同时在竞标过程中，具有一定的优势。

李锦坦言：“目前上市公司很多是民营企业，研发投入强度和

科技水平处于行业顶尖水平，在业务规模、盈利能力及规范程度上普遍优于未上市公司。相比而言，他们财务更加稳健，具有较高的行业地位、较好的品牌知名度。但是，这些公司一时资金困难，确实需要帮一把。”

《意见》指出，支持控股上市公司围绕提高主业竞争优势、增强科技创新能力、促进产业升级实施并购重组。

“其实资本市场更重视创新性和成长性，估值发生了很大的变化，不是简单的按照传统方法，现在很多高科技公司市盈率都上百倍。”前述上市公司协会人士表示，“从制造业接利润的算法到现在按照创新能力和未来成长性的新计算系统，对企业而言，变化非常巨大。”

长助力稳预期、强信心。

据记者了解，国务院国资委将深入推进“一业一策、一企一策”考核，聚焦科技创新强化出资人政策支持，健全全级次穿透式监管体系，更好发挥在构建新型生产关系中的重要作用。

国资委表示，要切实抓好重大风险防范化解，坚决履行维护国家安全责任，强化内控执行刚性约束，确保自身发展安全，更好发挥在统筹发展和安全中的重要作用。

# 文旅产业消费新动力：“跟着短剧去旅行”

本报记者 倪兆中 北京报道

回顾过去一年的工作，李琳对自己的表现基本满意。她是一名年轻的影视从业者，2024年参与了多个微短剧的制作，其中有几部作品成功入选“跟着微短剧去旅行”创作计划推荐剧目。能够接触到这样的创作计划，对她来说好处太多，既增加了工作机会，提升了工资收入，也开拓了创作思路。

据悉，“跟着微短剧去旅行”创作计划是为深入贯彻全国宣传思想文化工作会议、中央经济工作会议和全国宣传部长会议精神，积极探索与文化和旅游等产业跨界深度融合而制定的计划。

该计划于2024年初推行，2025年1月4日，国家广电总局组织实施“微短剧+”行动计划。启动“跟着微短剧学经典”“跟着微短剧来科普”“微短剧里看非遗”等创作计划，共推出300部左右具有引领作用和创新价值的重点微短剧。

其中，跟着微短剧去旅行政策的实施，为文旅产业创新注入新动能，极大地拉动了文旅产业的消费力。

## 政策指明行业方向

近年来，微短剧异军突起，成为影视领域的一匹黑马。

艾媒咨询数据显示，2023年中国网络微短剧市场规模为373.9亿元，同比增长267.65%，预计2027年市场规模有望达到1006.8亿元。亮眼的数据背后是微短剧旺盛的生命力与巨大的市场潜力。

为了更好促进行业发展，2024年1月，国家广播电视总局推行“跟着微短剧去旅行”创作计划。该计划明确提出，2024年要创作播出100部“跟着微短剧去旅行”主题优秀微短剧。

其旨在推动一批实体取景地凭借微短剧的热播“出圈”，塑造一批联通中外的文化标识，借助微短剧的翅膀实现全球传播，进而形成可复制、可推广的“微短剧+文

## 拉动文旅作用明显

“跟着微短剧去旅行”政策的推行，产生了多方面的积极影响，最直观的就是对文旅的拉动作用。

事实上，在文旅宣传领域，短视频早已成为一股重要力量。重庆洪崖洞凭借短视频中璀璨的夜景，成为网红地标；丁真的一条短视频让理塘从默默无闻的川西小城变身热门旅游地，短视频以其直观生动的特性，重塑着文旅传播格局。

而微短剧作为短视频的“进阶

## 拓宽影视创作路径

随着“跟着微短剧去旅行”政策的实施，其不仅对文旅行业产生了积极影响，从影视行业角度来看，这一政策也为影视从业者提供了更多的创作题材和发展机遇。

长期以来，影视行业门槛高、竞争激烈，许多年轻人难以在业内立足。随着网络大电影、网络剧集以及微短剧的兴起，一些从业者转而投身于此，其实这在某种程度上

旅”融合促进消费的新模式。

在广电总局发布相关政策后，各地纷纷响应。其中，北京推出了“跟着微短剧去旅行·短剧游北京”创作计划；广东则设立了“跟着微短剧游广东”专项征集评选活动；云南开展了“有一种叫云南的生活——跟着微短剧去旅行”创作活动……

一位从事短剧创作的人员表示，国家政策的扶持，为微短剧行业指明了新方向，同时也影响着行业的基本格局。“目前各地文旅部门、影视公司、视听平台纷纷入场，这会为行业注入源源不断的创新力量。”

截至2024年12月，“跟着微短剧去旅行”创作计划已发布162部推荐剧目，其中乡村振兴方向18部、历史文化方向20部、非遗文化方向38部、文物方向9部、国家文

版”，为文旅宣传带来新机遇。“它不仅具备短视频的视觉冲击与即时传播优势，更拥有系列化、故事性强的特点，可以持续吸引观众注意力，深入传递文旅信息。”上述从业人士介绍。

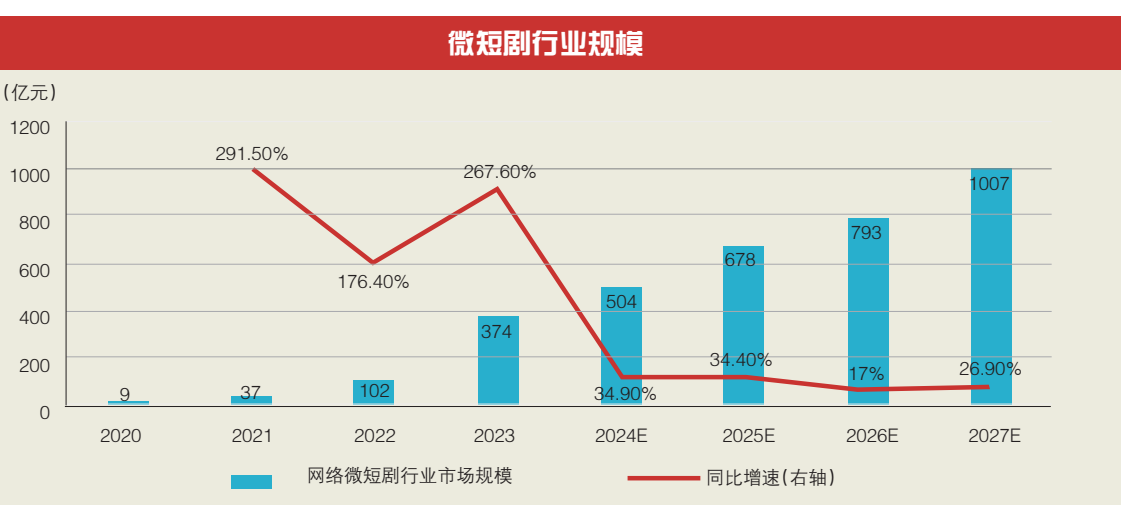
相比普通文旅宣传片，微短剧通过情节铺垫、人物情感渲染，让取景地的文旅魅力更深入人心，激发观众实地探访的欲望。

在众多优秀作品中，最具代表

处于影视行业的末端，并不被重视。

李琳告诉记者：“行业内其实也有鄙视链，如果你是拍院线电影的，或者拍上星电视剧，大家就会高看你一眼，如果你是拍网大或者是短剧，别人就不会那么看重你。”

然而，国家政策对微短剧的扶持，也在一定程度上提高了短剧从业者的地位。尤其是那些被选人推荐剧目的，其制作者也会获得市场和



注：2024—2027年为艾媒预测值

资料来源：艾媒咨询，中金公司研究部

化公园方向5部、产业发展方向7部、城市文明方向29部、景区与生态文明方向36部。

这些作品取景地涉及31个省

级行政区，以微短剧创作者们的视角展现了各地的自然美景和人文风情。

国家广电总局发文表示，该创

作计划已被实践检验为成功的模式，期待更多主体加入到创作中来，让“跟着微短剧去旅行”主题微短剧题材更加丰富、创意更加多元。

性的就是《我的阿勒泰》。该剧以新疆阿勒泰地区的自然风光和人文生活为蓝本，细腻地展现了阿勒泰的壮美山川、广袤草原、神秘森林以及哈萨克族和其他少数民族的民俗风情和淳朴生活。

自《我的阿勒泰》播出以来，阿勒泰地区的旅游热度持续飙升。去哪儿数据显示，从该剧宣发开始，阿勒泰地区在全平台的搜索热度就上涨超1倍；飞往阿勒泰的机票预订

同行的肯定。微短剧越受到重视，其格调也会不断被提升，制作者们也就从“游击队”陆续转变为“正规军”。

对于诸多从业者来说，政策的扶持还能带来非常实际的好处。李琳说，最明显的就是增加工作机会和提升工资收入。“这些推荐剧目属于高品质项目，能够参与肯定不愁没活干，而且投资公司也有一定资质，工资收入可以得到保证。”

量环比之前一周上涨50%。

来自阿勒泰市文化体育广播电视和旅游局的数据显示，仅2024年5月13日至19日，阿勒泰地区接待游客105.02万人次，同比增长70.07%；实现旅游收入8.13亿元，同比增长130.97%。

值得注意的是，剧集播出大半年时间以后，其长尾效应仍在持续。截至2024年11月下旬，阿勒泰地区2024年已累计接待游客

3800万人次，同比增长27%。

文旅微短剧的市场反响热烈非凡，观众用行动给予了高度认可。中国广视索福瑞媒介研究(CSM)《第七次短视频用户价值年度调研报告》显示，74.4%的微短剧用户看过文旅题材微短剧，观看后对拍摄地加深了解、提升好感的用户占比均超85%，愿意前往当地旅游、消费体验、推荐亲友的用户占比也超80%，种草及转化效果显著。

我会拒绝，觉得没法完成，但现在是国家鼓励的，所以会想着肯定有办法完成，一定能够实现。”

多位受访人士表示，“跟着微短剧去旅行”政策的推出，在影视行业和文旅产业之间架起了一座桥梁，其不仅为观众带来了全新的视听体验和旅游灵感，也为影视从业者创造了更多的发展机遇，最终有望为文旅产业的繁荣注入新活力。