

区块链上升为国家战略两周年： 数字经济信任基础设施地位凸显 区块链赋能实体加速

■本报记者 邢萌
见习记者 张博

自2019年10月24日区块链上升为国家战略至今已满两年。继去年区块链被纳入“新基建”后，今年3月份，区块链被写入《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》，规划提出培育壮大区块链等新兴产业。6月份，工信部、中央网信办发布的《关于加快推动区块链技术应用和产业发展的指导意见》提出，构建基于标识解析的区块链基础设施，打造基于区块链技术的工业互联网新模式、新业态。

今年10月18日，中共中央政治局就推动我国数字经济健康发展进行第三十四次集体学习。中共中央总书记习近平在主持学习时强调，近年来，互联网、大数据、云计算、人工智能、区块链等技术加速创新，日益融入经济社会发展各领域全过程，数字经济发展速度之快、辐射范围之广、影响程度之深前所未有，正在成为重组全球要素资源、重塑全球经济结构、改变全球竞争格局的关键力量。同时他还要要求，加快新型基础设施建设，加强战略布局，加快建设高速泛在、天地一体、云网融合、智能敏捷、绿色低碳、安全可控的智能化综合性数字信息基础设施，打通经济社会发展的信息“大动脉”。

毫无疑问，作为新基建之一的区块链已成为我国未来发展数字经济不可缺少的信任基础设施。

币圈大治理链改上力度 区块链中国有了大逻辑

国家对于区块链的发展正两方面推进：一方面，出台政策引导，持续加强对区块链的支持力度，为区块链行业发展指明道路；另一方面，国家监管部门重拳整治币圈生态，规范引导行业发展。

“十四五”规划和2035年远景目标纲要中，区块链被列为“十四五”规划的七大数字经济重点产业之一，同时也勾勒出区块链“以技术创新为动力、平台应用提供能量、监管保驾护航”的三大发展新蓝图。

“这标志着区块链技术的集成应用将在数字产业化和产业数字化过程中发挥愈发关键的作用，并将促进数字技术与实体经济深度融合，赋能传统产业转型升级，催生新产业、新业态、新模式，壮大经济发展新引擎。”中国通信工业协会区块链专委会轮值主席于佳宁在接受《证券日报》记者采访时表示。

此后，各地政府也纷纷发布“十四五”规划相关的地方政策，区块链成为其中的热词。据记者不完全统计，超30个省市结合当地特色，发展情况提出发展区块链技术的具体内容。如海南重点强调在金融领域的应用，提出培育打造“区块链+金融”产业集群，打造基于区块链的数

字贸易策源地、数字金融创新地。工信部、网信办联合发布的区块链发展指导意见明确了国内区块链产业的发展路径与方向，尤其是明确了区块链行业未来10年的发展目标，提出到2030年，区块链产业综合实力持续提升，产业规模进一步扩大。

在重点任务领域，强调在打造现代产业链上，培育一批区块链名品、名企、名园。“区块链名品、名企、名园的培育实际上就是在发展未来中国特色的产业链生态，为经济社会发展提供有力支撑。”欧科云链研究院高级研究员孙宇林在接受《证券日报》记者采访时表示，区块链名品的打造可以产生示范带动效应，便于推广；具备国际竞争力的区块链名企可以向世界传递中国的区块链产业发展理念和发展特色；支持建立区块链名园除了能够在企业集聚下优化人才、政策、资本等的配置，也可以方便实施区块链产业内的监管沙盒。

近日，中央网信办会同中央宣传部等18部门和单位组织开展国家区块链创新应用试点行动，联合印发《关于组织申报区块链创新应用试点的通知》(以下简称《通知》)。《通知》提出，到2023年底，在实体经济、社会治理、民生服务、金融科技等重点领域形成一批可复制、可推广的区块链创新应用典型案例和做法经验。

“《通知》对于区块链产业的创新和融合发展将产生巨大的推动作用。”于佳宁称，具体来说，一是将利于完善区块链本身的技术体系，推动区块链行业的技术创新，并将快速推进区块链的标准化，加快自主可控技术研发；二是将打造一大批区块链产业应用典型案例，加速区块链赋能实体经济；三是将促进区块链与人工智能、大数据、物联网等前沿技术加速融合，推动数字经济走向高质量发展之路。

监管方面，9月份，人民银行等十部门发布新规范“虚拟货币炒作”，明确了虚拟货币相关业务为“非法金融活动”，加强虚拟货币交易炒作风险监测预警。与此同时，国家发改委等十一部门联合发文，整治虚拟货币“挖矿”，加强虚拟货币“挖矿”活动上下游全产业链监管，严禁新增虚拟货币“挖矿”项目，加快存量项目有序退出。近日，国家发改委就修改《产业结构调整指导目录(2019年本)》公开征求意见，拟将虚拟货币“挖矿”活动纳入淘汰类产业。

“区块链+金融”“区块链+政务” 彰显勃勃生机

基于区块链的技术优势，国内区块链侧重发展联盟链，今年主要集中在金融和政务领域。其中，以银行为首的金融机构成为主力军。

在金融领域，据相关半年报显示，上半年建设银行在贸易融资、跨境支付、智慧政务、住房租赁等12



个业务领域落地了30余个应用场景；交通银行积极推广链金融平台，链上机构同比增幅14%，发行规模同比增加15%；邮储银行建成跨境金融区块链系统，通过外贸节点认证，在出口发票融资等场景中实现信用信息共享。

截至上半年末，招商银行新增4个区块链应用场景，达42个。10月份，“招商银行一链通”顺利通过中国金融认证中心区块链检测，这也是银行业第一家完成CFCA检测的区块链产品。浙商银行上半年则持续自主研发跨境等基础功能及区块链BaaS等平台，创新应付款链平台等“区块链+供应链金融”产品，参与国内外27项标准制定，进一步强化区块链技术及基于区块链技术的服务方案输出。

在政务领域，雄安新区成为今年六大大国有银行竞相布局区块链的重心。

具体来看，邮储银行与雄安新区区块链实验室联合开发的非税收入区块链管理系统今年上半年成功试运行。截至报告期末，累计上链票据123万笔，票面金额突破192亿元，上线各类单位430家，市场占比超过90%；中国银行与雄安新区区块链实验室合作打造区块链平台，并用于新区工程项目财政资金支付；交通银行成功对接雄安新区建设资金及工人工资支付区块链，实现建设资金的穿透式管理。此外，工商银行、建设银行、农业银行虽未在半年报中披露相关内容，但也都实际参与了雄安新区区块链建设。

分析人士认为，银行业作为支撑实体经济发展的主要力量，研究并布局区块链技术，对巩固和培育服务社会经济发展能力，提升综合金融服务水平，具有重要意义。

深圳市信息服务业区块链协会会长郑定向对记者表示，信任问题是金融与政务最敏感的问题之一，区块链技术则在确保数据真实可

信且不可篡改，集体维护解决信息不对称等方面有突破性创新，满足了政务与金融领域的核心诉求。同时，金融与政务是与民生密切相关领域，新技术的出现、发展与应用，首要目标就是服务于民生与经济。

此外，在加强区块链技术创新、应用平台等方面，银行也多有探索。

建设银行区块链服务平台实现云化服务供给，适配多种区块链底层技术框架，支持异构框架的跨链互通，形成基本完整的区块链底层管理及应用支撑能力；工商银行打造拥有自主知识产权的区块链平台，融合150余项技术突破，在业界率先实现区块链与多方安全计算技术的融合应用，助力跨机构数据的安全使用。

与此同时，全球首个由中国自主创新并控制人网权的区块链服务网络BSN发展迅速。经过一年多的发展，BSN已成为我国自主可控、应用分布最广、技术融合最全面的全球性基础设施网络之一。

拥抱数字技术发力数字经济 上市公司不甘人后

区块链赋能实体经济的边界在不断延展。

在金融和政务领域集中爆发的同时，也有更多的企业探索区块链在实体经济更多领域的应用。智能源、文化艺术、分布式存储、医疗等领域频频传音，应用场景正呈现多元化发展趋势，上市公司成为主要推动力量。

截至目前，国家网信办共发布五批总计1238个区块链信息服务备案，从备案主体来看，上市公司、金融机构、科研机构、区块链创业公司等行业中坚力量皆在其中。

上市公司方面，已有远光软件、视觉中国、中科曙光、吉宏股份等50多家上市公司处于应用落地阶

段。2020年区块链业务已实现2000万元营收的远光软件，今年以来继续推动区块链技术在集团管理、智慧能源、智能物联、数字社会等领域的应用实践。其中，远光软件与国网上海电力携手建设的区块链能源云服务平台(二期)被选录进《2021全球区块链创新应用示范案例集》；为北京冬奥会提供区块链“绿电溯源”技术支持，助力“碳达峰、碳中和”目标。

此外，视觉中国正在筹备启动500px社区的区块链改造，增强区块链确权、资产发布等中间件，同时根据视觉数字艺术资产属性与特点，利用NFT技术对社区进行升级；中科曙光也正持续提升在分布式文件、块对象存储领域的核心竞争力，公司已发布了针对区块链市场的ChainStor系列产品。

区块链创业公司也在迎头赶上，探索更多领域。搜云科技今年推出了一体化数字艺术品(IDA)解决方案，利用区块链技术，通过将艺术品实物与数字所有权凭证分离的方式，很好地解决了艺术品流动与保管、鉴真的问题；纸贵科技、宇链科技也正探索“区块链+隐私计算”的技术方案。

“从应用范围看，区块链技术在绝大多数的产业场景都能落地应用，原因是这些产业场景都涉及交易，都有降低成本、提效率、优化产业链诚信环境的需求，而这正是区块链技术落地应用后能迅速发挥的作用。”于佳宁表示，区块链将有望成为创新创业创造的主战场，任何行业都值得被区块链重做一遍。

虽然我国区块链行业发展环境持续改善，场景应用不断涌现，但是行业仍处于早期发展阶段，受核心技术亟待突破、人才储备短缺等问题的制约，潜在长期价值有待释放。随着区块链逐步走向成熟，必将继续夯实数字经济信任基础设施地位，进一步赋能实体经济。

TT语音所属公司“流血”上市 强监管下小学生用户被成年？

■本报记者 谢若琳

成立七年后，趣丸网络(TT语音所属公司)踏上了IPO征程。TT语音是趣丸网络最核心应用，其主要功能是语音聊天，最早应用于游戏玩家组队时线上沟通，身处不同区域的队友玩家可同步游戏进度、战略部署，由此衍生出陌生人社交、直播、K歌、电竞等业务。

在递交招股书后，TT语音App又进行了一轮版本升级。10月24日，记者下载了新版本App，发现新用户完成注册后的必选动作是上传头像、选择性别、选择年龄，但系统中最小出生年龄的选项是2002年，这也意味着，TT语音默认所有用户都是在19岁以上。

趣丸网络招股书称：“我们过去曾因TT语音应用上的内容不合规及其他事宜而被有关中国监管机构责令整改，就此方面任何违规或负面事件均可能对我们的声誉、业务、财务状况及营运业绩造成重大不利影响。”

未成年用户泛滥 曾提供陪玩服务

“TT语音是在PC游戏的辉煌时期诞生的，一些大型MMORPG(大型多人在线角色扮演游戏)游戏，通常设定是组团打怪，语音软件在做任务时就显得非常重要。”一位游戏行业数据分析师在接受《证券日报》记者采访时表示：“近年来手游市场占有率不断提高，部分手游自带的随机组队、在线语音功能就非常好用，而PC游戏的新生力量逐渐减弱，与之相依附的语音软件就面临转型的问题，基于原本的游戏用户，这些软件转型时更倾向于陌生人社交、直播、陪玩。”

记者注意到，TT语音为新用户提供了三个应用方向。新用户注册时，TT语音会问“你最喜欢找的是谁？”，选择分别为“扩列找陪伴”“上分找大神”“开黑找队友”，在选择“扩列找陪伴”后便进入主界面，同时记者打开了“未成年人监管系统”。

不过，TT语音仍然大量推荐“扩列聊天”的陪伴对象，不少用户的昵称为“处对象”“恋爱吗”，记者随机选择了3个聊天室，有2个房主明确自己是小学生，其中有1个房主明显还没变声，另一个自称11岁的女性用户在聊“自己失恋了”。记者与其聊了近半个小时，她一直在强调自己年纪很小，恋爱经历丰富。

此外，记者发现，TT语音仍旧依赖于游戏聊天。招股书显示，截至今年上半年，公司用户玩《王者荣耀》的日活语音聊天室数量超21.2万个。此前有媒体报道，TT语音在提供语音聊天的同时，也提供陪玩服务。

就在两个月前，“Hello语音”“小鹿陪玩”“比心”等多款陪玩类软件被无限期下架，此前“比心”曾被人民网点名“涉黄”，随后“比心”永久封禁涉黄账号超20000个。

那么，陪玩与游戏语音产品应该如何界定？苏宁金融研究院研究员孙扬告诉《证券日报》记者，从类型来看，陪玩分为线上和线下两种，由于游戏的社交属性较强，(线上陪玩产品)类似于社交软件。而语音软件本是工具型的应用，用于语音沟通、变声、组建会议室，游戏语音软件按定义应属工具型，类似腾讯会议这种，其与社交软件的边界在于，归属于社交工具还是语音工具。

“游戏语音软件应该采取未成年人保护系统，不少类似软件打着色情、明星社交的擦边球获取收益，对未成年人来说危害极大，不仅促使未成年人沉迷游戏，而且建立在色情、金钱层面的社交关系对未成年人的成长也是很不利。”孙扬进一步表示。

上半年巨亏近10亿元 付费用户不足百万

TT语音上市后能讲好资本故事吗？趣丸网络将自身定位为“以玩家为核心的移动社交网络平台”，招股书显示，TT语音是中国第一大以玩家为核心的移动社交网络平台，市场份额高达14.3%。“(尽管)公司仍处于变现的早期阶段，但已实现快速增长。”公司称。

业绩层面，2018年至2021年上半年，趣丸网络分别实现营业收入4.33亿元、8.36亿元、14.93亿元、11.74亿元，同期分别实现净利润1338万元、1.31亿元、-1.54亿元、-9.87亿元。

对于突然转亏，趣丸网络表示，2020年至2021上半年的亏损主要由于公司可转换赎回优先股公允价值发生变动。此外，以股份为基础的补偿及与集团重组有关的一次性开支增加也导致了部分亏损。

此外，2018年至2021年上半年，趣丸网络的毛利率分别为71.2%、63.1%、65.0%、58.9%，净利率分别为12.2%、16.9%、10.1%、0.4%，逐年下滑。

从收入构成来看，趣丸网络的收入主要来自三方面：增值服务、音频娱乐服务、游戏及其他。其中，增值服务是最主要的收入来源，2021年上半年，公司来自增值服务的收入占总收入比高达82.1%。

用户层面，2018年至2021年上半年，趣丸网络平均月活用户分别为220万人、540万人、1230万人及1620万人，其中平均月付费用户为16.19万人、38.56万人、64.39万人及82.68万人。

“增值服务主要是虚拟礼物，俗称打赏。这是当下语音类产品变现的主要途径，仅靠付费用户的收入肯定无法支撑公司庞大的运营开支。”上述分析师表示。

聚光 上下

家乐福会员店开业当天遭遇供应商断供背后 传统零售行业增长乏力面临脱困难题

■本报记者 桂小笋

10月22日，本是家乐福第一家会员店开业的日子，却偏偏遇到尴尬事：部分供应商采用购回自家产品的方式撤离卖场。

对此，家乐福在10月22日深夜发布致歉信，其中提及品牌商被竞争对手施压。10月24日，家乐福方面表示，已向相关部门举报，举报对象是山姆会员店。

开业当天供应商购回断供

近年来，多家零售巨头表达出了对会员店的热爱，包括山姆会员店、麦德龙、Costco、盒马等零售企业都加快了在中国市场开设会员店的步伐。

10月22日，家乐福首家会员店开业，却有消息传出称部分供应商

以买回自己商品的方式撤离卖场。有到过现场的消费者对《证券日报》记者表示，表面上看不出什么不同，没出现大量的空货架状况。

当日深夜，家乐福发布的致歉信称：“在开业第一天，竞争对手施压供应商购回空相关商品，使得不少会员消费者无法购买。实际上，从家乐福会员店筹建到开业，竟对持续向一些品牌施压，如果该品牌供货给家乐福会员店，就下架该品牌在竞对的产品。甚至在开业当天，部分品牌不堪竞对的压力，不得不到现场扫货买断其所有产品，我们还频繁接到品牌不再继续合作的消息。”

随着事态发展至10月24日，家乐福方面称已举报相关事件，而举报的对象则是山姆会员店。

对此，山姆会员店方面回复《证券日报》记者称：“山姆一向注重合

法合规经营。我们欢迎良性竞争，因为这将对会员有益。同时我们也大力呼吁和倡导业界：企业应专注自身特色的开发，不断对商品和服务进行创新。这是整个行业良性健康发展的基础。商品复制和同质化竞争，真正损失的将是广大消费者的利益。”

产品同质供应“摩擦”

需要关注的是，在供应商被迫站队的背后，是传统零售行业近年来的经营状况并不乐观的现象。

今年6月份，中国连锁经营协会发布的相关数据显示，2020年连锁百强销售规模2.4万亿元，比上一年下降了7.2%，其中52家百强企业销售同比下降，降幅15.4%。连锁百强销售规模占社会消费品零售总额的6.1%，比2019年下降0.2个百分点。

这也是自1997年中国连锁经营协会有统计以来百强整体销售首次负增长。

从上市零售企业财报数据中，也可以看到相似的状况。根据同花顺数据显示，截至10月24日，已发布三季报或发布三季报业绩预告的零售企业中，不少公司出现较高额度的亏损。“国内消费市场在逐步恢复中，但受众多线上平台公司推出社区团购业务冲击，线下实体店竞争加剧，门店客流、销售、毛利率持续下降。”有零售企业坦言。

在此背景下，不少零售企业瞄上了用户黏性和毛利率相对较高的会员店。老牌的会员店企业也加快了发展步伐。

今年9月份，山姆会员店在中国开出了全球最大旗舰店。彼时，山姆会员店中国业务总裁及沃尔玛中国首席执行官文安德接受《证

券日报》记者采访时表示：“在接下来的2年至3年当中，新开、在建山姆会员店将达到23家左右。”

“会员店业务不会有调整，这是业务发展的方向。也会开拓更多的供应资源。”家乐福方面也对《证券日报》记者说。

越来越多的零售品牌进入会员店使得这一细分领域的竞争指数陡然升高。众所周知，以精准对接消费者需求为卖点的会员店，会在选品上倾注更多精力，削减品类数量，集中供应优势商品，这也使得商品供应的同质化、品牌化、同供应商化日趋严重。为改善这一状况，加大自有品牌的占比份额是企业的共识。然而，从目前会员店商品呈现的自有产品占比情况可知，在同质化严重的环境下，供应链“摩擦”或难以避免。对于相关事件的进展，《证券日报》将继续给予关注。