

# 三大重点领域表现亮眼 创业板打造高成长优质企业聚集地

■本报记者 邢萌

注册制改革以来,创业板企业“高成长”特色日益鲜明,培育壮大了一批聚焦主业、坚守创新、业绩优良的优质企业,先进制造、数字经济、绿色低碳等三大重点领域企业集群化发展态势明显,已然成为高成长优质企业聚集地。创业板积极培育支持创新、包容高效的体系,进一步激发上市公司活力,打造高速成长的示范性样本,推动战略性新兴产业在创业板集群化发展,形成具有更强创新力、更高附加值、更安全可靠的产业链、供应链。

## 夯实“制造强国”发展基石

在先进制造领域,一批新材料、高端装备制造、生物医药企业攻克关键技术,夯实“制造强国”发展基石。

截至2023年8月23日,创业板共有先进制造上市公司380余家,市值近3.5万亿元,占创业板公司总数和市值总量的比例分别为29%和28%。从细分产业看,包括新一代信息技术、高端装备制造、新材料、新能源设备、新能源汽车储能与动力装置等6个产业大类和25个产业次类。

创业板先进制造上市公司盈利能力强,研发投入高,近三年营业收入复合增长率为23%,比深市总体水平高10.4个百分点;净利润复合增长率为32.0%,比深市总体水平高21.4个百分点;2022年平均研发投入为1.4亿元;平均研发强度为5.3%,较深市总体水平高2.0个百分点。

创业板新材料企业技术创新不断突破,带动产业向高精尖方向前进。高端装备制造企业推动中国制造实施创新驱动发展战略。生物医药企业不断打造创新高地,助推生物医药产业高质量发展。

“借助上市后资本市场给公司带来的资金和品牌优势,公司顺利完成部分战略转型,并取得了快速发展。”汇川技术董事长朱兴明对《证券日报》记者表示,如今,公司已经由单一变频器产品供应商转变为综合工业自动化控制产

截至2023年8月23日

创业板共有先进制造上市公司380余家,市值近3.5万亿元,占创业板公司总数和市值总量的比例分别为29%和28%  
数字经济上市公司300余家,市值超3万亿元,占比分别为25%和26%  
绿色低碳上市公司170余家,市值约2.3万亿元,占比分别为13%和20%



崔建斌/制图

品及整体解决方案供应商;业务覆盖领域也由单一服务于传统设备制造业延伸至服务于新兴设备制造业、重型装备制造以及新能源领域。

朱兴明表示,在自主研发方面,公司通过技术平台化+产品平台化实现了高效的产品定制化。

## 筑牢“数字中国”发展底座

在数字经济领域,一批大数据、云计算、人工智能企业持续创新突破,筑牢“数字中国”发展根基。

截至8月23日,创业板共有数字经济上市公司300余家,市值超3万亿元,占创业板公司总数和市值总量的比例分别为25%和26%。从细分产业看,包括基础层、服务层、应用层3个产业大类。其中,基础层包括半导体、网络与通讯、物联网硬件、人工智能、数字终端5个产业次类,服务层包括大数据、云计算、物联网3个产业次类,应用层包括数字民生、数字金融、数字城市、数字政务、工业互联网5个产业次类。

创业板数字经济上市公司不断加

码研发投入,夯实发展基础,近三年营业收入复合增长率为5.7%;净利润复合增长率为31.1%,比深市总体水平高20.5个百分点;平均研发投入为1.9亿元;平均研发强度达8.5%,较深市总体水平高5.0个百分点。

作为创业板的龙头产业,新一代信息技术覆盖信息网络、高性能集成电路、新兴软件和新型信息技术服务、互联网与云计算大数据服务等各细分领域企业,具有科技含量高、联动效应强等特点,是促进产业升级、科技进步的重要力量。

华大九天相关负责人表示,公司主要从事于集成电路设计、制造和封装的EDA工具软件开发、销售及相关服务业务。上市以来,公司加速补齐核心EDA工具产品短板,打通各领域全流程工艺,为我国集成电路产业持续健康发展提供有力的支撑。

## 壮大“双碳”战略力量

在绿色低碳领域,一批绿色低碳企业服务“双碳”战略,推动发展方式绿色

转型。

截至8月23日,创业板共有绿色低碳上市公司170余家,市值约2.3万亿元,占创业板公司总数和市值总量的比例分别为13%和20%。从细分产业看,包括节能环保、新能源、新能源汽车3个产业大类。其中,节能环保包括环保装备、环保材料、环保工程、资源回收及循环利用4个产业次类,新能源包括风电、太阳能、生物质发电、水电、核电、其他清洁能源、智能电网7个产业次类,新能源汽车包括整车制造、电池电机及零部件、其他服务3个产业次类。

近三年,创业板绿色低碳上市公司营业收入和净利润复合增长率分别为37.8%和46.4%,均远高于深市总体水平;平均研发投入为2.5亿元;平均研发强度为4.6%,较深市总体水平高1.1个百分点。

创业板上市公司已覆盖新能源汽车产业链锂电池及电机原材料、电机、电控、电池以及整车设计等多个环节。作为全球动力电池龙头,宁德时代目前已基本实现全产业链覆盖,连续6年位居全球动力电池装机量榜首。

# 券商多维度参与公募REITs 未来比拼全链条金融服务

■本报记者 昌校宇

近日,国泰君安证券股份有限公司(以下简称“国泰君安”)公开表示,为进一步推动公募REITs相关工作开展,国泰君安今年专门成立了REITs业务部。

事实上,自公募REITs试点起步以来,券商便深度参与其中。一方面,券商在REITs业务中担任专项计划管理人、战略投资人等角色,高效实现投行、投资业务的联动。另一方面,多家券商以做市商身份为REITs产品提供做市交易服务。

据Wind数据统计,已上市的28只公募REITs产品中,有21只由券商或券商资管作为专项计划管理人,占比达75%。其中,有4只产品的基金管理人及专项计划管理人均由券商资管。此外,上述28只产品中,无论是首发还是扩募,券商均积极参与了认购。

国泰君安相关负责人介绍,国泰君安是国内最早参与公募REITs业务的机构之一,截至2023年8月份,国泰君安及旗下子公司共完成国泰君安临港创新产业园REIT、国泰君安东久新经济REIT等3单产业园区基础设施公募REITs上市发行以及华安张江产业园REIT扩募发行,发行规模合计53.9亿元。

从相关项目情况看,除了券商资管优势明显外,旗下拥有公募基金子公司的券商亦具备先发优势。例如,华夏基金管理有限公司管理的已上市的6只公募REITs,均由中信证券股份有限公司(以下简称“中信证券”)担任专项计划管理人,中金基金管理有限公司管理的4只REITs,则由中国国际金融股份有限公司担任专项计划管理人。

做市商在公募REITs行业中主要承担桥梁作用,其主要职责是为REITs的流动性保驾护航。华泰证券股份有限公司(以下简称“华泰证券”)是首批公募REITs做市商之一。截至目前,华泰证券为19只公募

REITs产品提供流动性服务,在沪深两市公募REITs产品做市覆盖率达67.86%,今年以来日均成交额超3000万元,做市标的涵盖高速公路、产业园区、保障性租赁住房、仓储物流、生态环保和能源基础设施等五大类资产。

中信证券首席经济学家明明对《证券日报》记者表示:“券商深度参与公募REITs市场,有助于推动其业务创新,丰富创收来源。”谈及券商的优势,明明进一步分析称,一是能够为公募REITs发行提供一站式服务,包括“券商+券商资管”或者“券商+券商旗下的公募基金子公司”的组合,这使得头部券商以及深耕特定地区并形成较强竞争力的区域性券商在REITs发行环节优势明显。二是券商的研究能力、储备能为其资管、自营部门参与REITs二级市场提供支持。

8月18日,证监会公开“活跃资本市场,提振投资者信心”的一揽子政策措施,其中明确,加快推动REITs常态化发行和高质量扩容。推出REITs相关指数及REITs指数基金,优化REITs估值体系、发行询价机制,培育专业REITs投资者群体,加快推动REITs市场与香港市场互联互通。8月25日发布的《关于进一步推动首都高质量发展取得新突破的行动方案(2023-2025年)》提到,“争取落地北京证券交易所政府债券交易和REITs发行交易功能”。

谈及未来券商参与公募REITs的发力点,明明认为,REITs扩容增类的大趋势将为券商提供大量一级市场业务机会。因此,券商应提升服务能力,积极发掘项目机会。

部分券商也为后续工作制定了明确目标。国泰君安相关负责人表示:“公司将高效统筹全集团优质资源和专业力量,全力打造覆盖公募REITs业务全链条、各环节的综合金融服务能力,为公募REITs项目的承揽、承做、发行和存续期管理各个阶段提供全生命周期高效服务。”

本版主编 姜楠 责编 吴澍 制作 王敬涛  
E-mail:zmx@zqrb.net 电话 010-83251785

## 联络互动董事长、Newegg 新蛋董事局主席何志涛:

# 跨境电商开辟“融合”发展新路径

随着中国消费市场的不断升级,跨境电商的市场前景也越来越广阔。在当前复杂的国际形势下,如何实现跨境电商全渠道营销,让线上线下融合发展,成为了跨境电商企业需要面对的问题。

作为全球知名电商平台之一,联络互动旗下子公司新蛋(中国)一直致力于在跨境电商领域不断创新。联络互动董事长、Newegg新蛋董事局主席何志涛,更是对跨境电商开辟“融合”新路径有着不同的理解。

## 与AI科技深度融合 确保平台全球领先性

据联络互动透露,旗下子公司Newegg新蛋平台近期正在使用人工智能技术对新产品的描述内容进行自动化审核审查。而就在不久前,Newegg新蛋也曾多次发布平台利用AI科技实现优化改善的消息。

何志涛对此表示:“联络互动是一家专注于科技创新的上市公司,而Newegg则是北美最受欢迎的科技类电商,两者对高科技的敏感度,是内嵌在企业发展的基因里的。”

据介绍,Newegg新蛋已接入OpenAI API接口,电商平台ChatGPT相关应用功能已陆续完成上线,后续公司将不断推进技术研发和功能优化,使得商品推荐更具人性化 and 可读性,提高用户体验,为公司电商业务降本增效。如今,平台将ChatGPT用于:PC Builder购物工具、新蛋网站文本内容优化、客服聊天、客户电子邮件主题优化、搜索引擎优化等功能。

以新蛋智能工具PC Builder为例:基于AI的搜索功能,客户能将想要的PC属性输入到ChatGPT的搜索栏中,获得PC组件配置的评估和推荐。新蛋推荐的组合方案包括CPU用途、处理器、显卡和价格范围等内容。

目前,新蛋的PC Builder已经为超过20万用户生成PC个性化定制方案。如果用户对推荐方案不满意,可刷新生成新的方案直到满意为止。而过往的推荐方案用户也可以在历史记录

中找到并重新调去。据介绍,这一过程将成为AI的学习素材,以便加速优化新蛋PC Builder的智能推荐。新蛋作为以亚马逊为竞争目标的全球综合类网站,这一智能化选购方案如今也应用在了家居品类的Home Showcase上。平台通过大数据运算推荐产品组合,并同步通过Stable Diffusion AI绘制图片,为客户展示产品功能。

据了解,为进一步优化平台卖家经营效果,提升消费者购物体验,新蛋运用OpenAI-ChatGPT强大的智能分析能力,对客户评论进行情感推理、摘要归纳,在产品页面上提供客户评论的简明总结摘要,帮助浏览商品的消费者更加清晰直观、多维度地了解商品,快速做出购买决定。总结摘要突出了已购者对每种产品的好评和差评,新消费者无需阅读大量评论就能了解产品的特性。通过单击每个摘要,客户可以访问信息来源的完整评论。

“我们致力于改善客户体验,提供由ChatGPT驱动的客户评论摘要是我们人工智能研究的最新成果。”何志涛表示,“消费者自行分析相关信息以做出购买决定的过程可能很艰难。有效地查看有价值的产品反馈可以消除消费者遇到的一些购物决策上的障碍。”为了保证总结摘要的透明性和准确性,ChatGPT生成的内容均由新蛋明确标注,确保购物者能够充分了解其创建方式和访问原始评论的方法。

新蛋在引导消费者做出更好购买决策的同时,也能够帮助卖家了解潜在的产品改进方向,不断优化产品,进一步创收。未来新蛋将持续创新,通过新技术、新服务来提升平台卖家经营效率及消费者购物体验。“接下来,我们将在人工智能的技术研发和相关功能优化上面下功夫,为用户带来更好的体验。通过深层次的具体对话,从商品颜色、尺寸、品质、价格等层面综合筛选,帮助用户做出更正确更理性的决策。”何志涛进一步表示。

创业至今,何志涛一直对前沿技术保持高度的敏感与超前的战略眼光。他表示,新蛋已经与AMD、英特尔、联想、微软、英伟达等许多全球

名的技术产品商保持着广泛和长期的合作关系。2023年,新蛋将继续通过AI人工智能开发更多的创新应用,以确保平台在全球的领先性。

## 引入多元化新媒体电商 发力对话商务市场

除了与AI的深度融合,“跨境电商+直播”模式的快速崛起,为跨境电商行业注入了新的动能。直播电商模式与跨境电商相结合,通过直播演示和实时互动,海外消费者也可以直观地了解产品信息,与主播互动并直接购买商品。

新蛋更是对这一新对话场景模式屡试不爽,新蛋的电商直播及短视频推广备受北美年轻用户的喜爱。

何志涛表示,作为拥有中资背景的北美本土电商平台,Newegg快速成立了Newegg Media工作室,并已开通电商直播服务。除了在TikTok、YouTube、Twitch、Twitter和Facebook等新媒体平台建立自己的内容频道外,新蛋还搭建了Newegg Live、Newegg移动应用等专属程序。目前,Newegg Media工作室拥有30多位不同领域的主播,其中还包括时下热门的虚拟主播。

除了推荐产品,发布折扣,为用户答疑外,主播还会根据个人喜欢的主题及热点话题与用户进行交流。新蛋工作人员说:“直播电商对北美年轻用户来说是充满新鲜感的。”有数据表明,32.7%的美国消费者观看过电商直播,其中近一半年龄在25岁-34岁之间,而52%的直播观众会在直播期间直接购买。

此外,Newegg Media还在YouTube平台上制作了一档名为“The Gamer Lounge”的真人秀节目,每周直播网络游戏的冠军争夺赛。近日,该节目还获得英特尔和Xbox等知名品牌的赞助。

作为Newegg核心人物,何志涛一直在平台布局上拥有清晰的战略眼光。2020年,他引导平台实现两个战略转型,Newegg在商业模式方面,新蛋从CEIT类的垂直平台向全方位拓

展销售产品品类,同时也将完成由以科技产品为主的电商平台向全品类电商平台的转变。与此同时,平台从直营模式向直营+第三方平台模式转型,降低自营采购,放大平台、仓储、物流和结算等优势,规避关税波动及地缘政治风险,进一步提高资金效率和收益率。

同时,何志涛对前沿科技保持高度敏感,从今年起一直持续在AI领域的研发投入。目前,Newegg在全球拥有8个IT技术中心,全部致力于最新科技的研发应用。“我们也非常注重多元的营销手段。”何志涛在中国吸收的直播电商经验帮助他更好地超前布局Newegg Media发展。他表示,新蛋要实现多元发展,继续保持平台技术的领先性,助力更多中国制造出海。

业内分析指出,基于各种新媒体手段及人工智能实现的对话商务,全球行业预计将以每年29.5%的速度增长,到2023年或将达到177亿美元。这对新蛋来说无疑商机无限。

## 更新迭代智能仓储 让订单管理高效起飞

随着跨境电商的快速发展,未来会更加智能化、高效化和个性化,但在物流配送方面却提出更高要求。企业需要选择合适的物流服务提供商,进行物流规划和安排。这包括选择最佳的运输方式、协调货物的集运和分拨,以及监控物流过程中的运输时间和货物状态。新蛋尤为重视这个环节的开发与升级,打造最智能Newegg新蛋自动化仓库一直是新蛋的研发重心之一。

早在2016年就有媒体披露,北美Newegg新蛋自动化仓库每天处理的包裹量超过5万,其中自动化程度最高的印第安纳州,7小时可以拣1万个包裹,而负责拣货的员工只有4名。彼时,新蛋北美拥有三套全球领先的自动派货系统,从接单到出货只要一小时。这三套全自动派货系统平均每套能同时处理两万五千种以上商品,正确率高达99.9%。新蛋北美的三个自动化仓储总面积相当于12个国际标准



新蛋在美国的机器人智能仓库

足球场,每年处理全美高达1500万个包裹。

时间来到2023年,新蛋正不遗余力更新迭代智能仓储,完全实现了无人操作。

电商分为陈列式电商、搜索式电商和人工智能电商,是电商的不同发展阶段。何志涛对此表示,物流派送是新蛋的核心优势。新蛋已经把中国商品的统计和大量的商品上架,把它变成一个数字化平台上的数字。新蛋已经不再用传统的铺货模式,缩短了链条长度,减少了销售过程中的不确定性和成本。通过数字化,去判断这些商品哪些能够卖掉,甚至可以通过AI的方式去预测未来,进行订制、量产。

比如在物流的上架环节,新蛋的可扩展、可移动的版块更好地提高仓库处理效率和订单准确性。100%无纸化,最大限度地利用空间,取货时间从每件6-17分钟减少到不到1分钟。

新蛋的配送服务(SBN),能够为商家带来诸多高效、便利的功能操作。其中,自动化多渠道订单服务就是SBN的突出亮点之一,利用新蛋物流和主流平台的系统集成功能,能够自动化地处理多渠道订单,尤其适合多渠道、多平台的销售卖家,被新蛋卖

家们称为让订单管理高效起飞的秘密武器。

“与其他企业在仓储的较小投入相比,新蛋则是全力以赴大手笔地去做,在物流仓储和配送上的研发投入已经超过了所有研发投入的50%。”何志涛说道,新蛋采用全智能化仓储,每个货架下面是机器人,机器人会推着整个货架走;架子推过去,上面有机臂臂去为商品做分解。新蛋的整个仓储全部是机器人在操作,当天发货和订单准时送达率可高达99%,不但减少了仓库分拣错误,也大量减少人工成本,提升了生产过程中的安全性。

由于新蛋持续进行模式创新,领先行业技术发展,在近日举行的“2023数字经济领航者论坛”上,新蛋母公司联络互动入围“2023数字经济创新类企业”名单。在今后的发展中,正如何志涛所言,联络互动及新蛋将不遗余力把整个市场的每一件分散在各地的商品,变成数字化平台上的一个数字,以使用户在购买的时候更为便捷。新蛋还会在智能仓储、多元化新媒体手段等层面做深度融合,实现高效高质量运营。至此,以新蛋为代表的跨境电商“融合”发展新画面已徐徐展开,中国卖家更加安全、高效、稳定、持久的跨境物流通道已然畅通。(CIS)