

# 以旧换新政策助力消费电子需求释放 AI技术产品受青睐

■本报记者 李万晨

近日,贵州、江苏等地以旧换新政策再扩容,将消费电子产品类别纳入补贴范围。据记者了解,截至目前,已有多地将3C消费电子产品纳入以旧换新补贴范围,且政策实施效果明显。

“在以旧换新政策刺激下,消费者对消费电子产品的需求显著提升,直接带动相关产品销量增长。同时,政策鼓励购买技术含量更高的产品,激励企业加大研发投入,推动技术创新和产品升级。此外,消费电子产品的快速更新换代对供应链效率和响应速度提出了更高要求,从而促进了供应链的优化和升级。”中国企业资本联盟中国区首席经济学家柏文喜表示。

## 补贴范围不断延伸

贵州省商务厅发布公告称,12月1日起将3000元(含3000元)以下国产手机、平板电脑两类数码产品列入家电以旧换新补贴范围。补贴方式为支付立减(不领券)。补贴标准为按照产品购置发票金额的20%给予一次性补贴。每位消费者每类产品可补贴1件,单件补贴不超过600元。

江苏省于11月26日发布《3C数码产品补贴专项活动操作指引》《关于2024年苏新消费、绿色节能家电以旧换新专项活动新增补贴商品类别的通告》,新增包括手机、平板电脑在内的7类3C产品和20类家电商品享受15%补贴。

此外,今年8月份,湖北省在全省范围内发放1亿元“惠购湖北”3C数码产品消费券,广大消费者购买手机、数码相机、智能手表、学习机、翻译机、无线蓝牙耳机等六类电子产品可享受优惠。广东省对于个人消费者购买的平板、智能穿戴设备,如果订单金额超过500元,可以按照产品销售价格的15%享受一次性立减补贴,每件补贴不超过2000元。

苏宁易购以旧换新专项负责人透露,以江苏为例,上述自然周,手机数码销售额同比增长1701%。换新

截至目前,已有多地将3C消费电子产品纳入以旧换新补贴范围,且政策实施效果明显



王琳/制图

需求集中在手机、平板电脑产品,其次是智能手表、蓝牙耳机等品类。

“目前针对智能手机等3C数码产品的政策支持以地方补贴和以旧换新为主,根据各地不同的产业和财政情况,将补贴范围延伸至手机、智能穿戴等消费产品上,在政策助力下,进一步发掘了市场消费潜力,消费电子市场需求显著提升。”中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅表示。

中信证券研报称,预计手机及AIoT终端等消费电子产品有望纳入2025年3C国补,补贴品类将得到进一步扩张。

“在以旧换新政策带动下,乐观看待后续补贴政策的进一步推出,一方面扩大补贴品类,纳入手机、AIoT等品类,另一方面延长补贴时间,带动消费电子产业链进入景气周期。”中国电子商务专家服务中心副主任郭涛表示。

## 助力产业技术创新

以旧换新政策在消费电子领域

的实施,不仅刺激了消费市场,推动AI新技术、新产品加速落地,还为产业链相关企业带来了显著利好,助力产业的技术革新和可持续发展。

近期,AI技术产品的销售情况呈现出强劲增长态势,特别是在消费电子领域,AI技术的应用推动了产品的创新和市场增长。袁帅表示,AI技术在消费电子换机潮中最受青睐,主要原因包括AI技术的广泛应用和消费者需求的转变,而以旧换新政策也在一定程度上推动了这一趋势。

“随着AI技术的广泛落地,相关技术推动数码产品不断更新,手机、PC等智能终端加速搭载AI功能,消费电子行业出现新变化。”中国城市专家智库委员会常务副秘书长林先平表示。

为满足消费者多元化、个性化需求,诸多消费电子产业链上市公司纷纷推动新一代人工智能终端引领升级,加快新技术新产品探索落地。

强达电路近日表示,公司积极布局工控自动化和数字化产品、AI服务器和交换机等高算力产品、汽车电动

化和智能化产品、应用AI技术的消费电子产品等。

江波龙表示,从趋势来看,AI在终端侧的落地仍是大概率事件,整体消费电子市场前景依然可期。公司将充分利用自身技术、产品、品牌等综合优势,积极把握产业机遇,实现业务的不断突破。

漫步者也称,搭载AI相关功能的各类新产品正在开发中,公司将融合积累多年的电子及声学领域的技术,结合对消费者需求的理解和把握,依托自身的供应链能力,将相关产品适时投放市场。

“消费者对于3C数码产品的需求已不仅仅停留在换新层面,而是对服务、价格、质量等提出了更高的期待。这一趋势不仅推动了电子产品的快速迭代,也有望进一步释放内需潜力。”郭涛表示。

赛迪顾问电子信息产业研究中心高级分析师袁钰表示,人工智能在消费电子领域不断创新和融合,助力AI手机、AI个人电脑、智能家用电器等消费电子产品掀起热潮。

# 交通运输部： 全力推进交通物流降本提质增效

本报讯(记者寇佳丽)12月3日上午,交通运输部召开专题新闻发布会,重点介绍了交通运输部在物流降本提质增效方面制定的一系列实施措施。

交通运输部新闻发言人刘鹏飞表示,交通物流是推进降低全社会物流成本的关键领域,发挥着先导性、基础性、保障性作用。

刘鹏飞称,近日,交通运输部联合有关部门印发了《交通物流降本提质增效行动计划》以及铁路、公路、水运、民航、邮政分领域实施方案,构建了“1+5”政策框架体系。下一步,交通运输部将“聚焦一个目标,围绕两个服务,推进五方面任务”,全力推进交通物流降本提质增效,支撑有效降低全社会物流成本。

“聚焦一个目标”是指,交通物流降本提质增效取得显著成效,全力支持社会物流总费用与GDP的比率力争降低至13.5%左右。全国铁路货物运输周转量较2023年增长10%左右,港口集装箱铁水联运量年均增长15%左右。国家综合立体交通网主骨架将更加完善,综合交通运输体系改革、铁路货运市场化改革、运输结构调整、多式联运发展等方面将取得新的突破,交通物流对现代化产业体系建设的支撑作用更加凸显。

“围绕两个服务”包括:一是服务实体经济,紧密结合实体经济物流需求和模式变革,以高效的物流链做强产业链、重塑供应链、提升价值链;二是服务人民群众,紧紧围绕国内消费循环,提升物流服务品质,不断满足人民群众对美好生活的向往。

# 11月份中国物流业景气指数为52.8% 较10月份回升0.2个百分点

■本报记者 孟珂

12月3日,中国物流与采购联合会发布数据显示,2024年11月份中国物流业景气指数为52.8%,较10月份回升0.2个百分点。

中国物流与采购联合会总经济师何辉对《证券日报》记者表示,11月份行业物流总体向好,大部分业务总量指数处于扩张区间,铁路、水路和邮政快递业务总量指数连续回升。后期,物流将继续保持平稳运行态势。

具体来看,11月份,业务总量指数为52.8%,较10月份回升0.2个百分点;东、中、西部地区业务总量指数均回升;新订单指数为52.7%,与10月份持平,分行业来看,铁路运输业、道路运输业、水上运输业、航空运输业新订单指数小幅回升。

中国物流信息中心副总经济师胡焱对《证券日报》记者表示,四季度以来,工业产业升级改造需求和居民消费需求稳定释放,通信设备、电气机械、家具家电、农副产品、新能源汽车制造等产供销物流需求增加,同时能源原材料季节性需求明显回升,带动大部分行业业务总量指数保持扩张态势。

与10月份相比,11月份,物流业固定资产投资完成额指数保持扩张区间,达到51%以上。在胡焱看来,调研中企业反映基础设施投资增速总体平稳,数字化平台化投资需求较大。

从后期市场来看,胡焱表示,11月份,业务活动预期指数为57.5%,连续4个月在56%以上高景气区间。11月份铁路运输业、多式联运行业和邮政快递业业务活动预期指数分别达到57.4%、54.5%和65%,对提振预期起到基础支撑作用。

# 11月份中国仓储指数为52.4% 升至扩张区间

■本报记者 孟珂

12月3日,中国物流与采购联合会、中储发展股份有限公司联合调查数据显示,2024年11月份中国仓储指数为52.4%,较10月份上升3个百分点。

中储发展股份有限公司副总经理杨彪对《证券日报》记者表示,11月份仓储指数明显回升,升至扩张区间,新订单、期末库存、平均库存周转次数、业务活动预期等主要分项指数均有不同程度回升,显示出近期经济运行积极变化明显,加上电商促销活动影响,仓储业务需求显著回升,商品周转保持活跃,企业补库积极性有所提高,库存水平企稳上升,仓储行业前期下行压力得到明显缓解。

从分项指数来看,同10月份相比,各分项指数均有不同程度回升,升幅在0.3个百分点和7.2个百分点之间。其中,11月份,新订单指数为54%,较10月份上升6.2个百分点;延伸业务指数为51.8%,较10月份上升7.2个百分点;期末库存指数为50.5%,较10月份上升1.4个百分点;

“推进五方面任务”主要包括:一是聚焦“促融合”;二是聚焦“调结构”;三是聚焦“强网络”;四是聚焦“促改革”;五是聚焦“优服务”。

在聚焦“优服务”方面,刘鹏飞提出,推动智慧物流等新业态新模式创新发展。加快交通物流设施数字化转型升级。有序推动自动驾驶、无人车、无人机在重点区域示范应用。创新高铁快运、共同配送、农村客货邮融合等物流组织新模式。加快推动标准化、轻量化、厢式化、智能化物流装备应用。

中国民用航空局(以下简称“民航局”)运输司副司长商可佳披露,今年以来,我国航空货运发展形势良好,国际航空货运保持快速增长趋势。货运量规模达到历史最好水平。1月份至10月份,全行业共完成货运量729.8万吨,较2019年同期增长19.3%。其中,国际航线完成293.2万吨,较2019年同期大幅增长48.5%。

商可佳表示,后续,民航局将紧紧围绕航空物流降本提质增效目标,持续深化改革,完善资源要素配置政策,优化营商环境,进一步推动国际航空货运高质量发展。

“智慧物流是人工智能、物联网、大数据等新一代信息技术与现代物流深度融合的新业态,是推动物流业降本提质增效的重要途径。”交通运输部运输服务司副司长、一级巡视员王绣春表示,交通运输部认真会同相关部门,着力健全制度体系,强化政策保障,推动新一代信息技术与物流业的融合创新,为交通物流降本提质增效持续注入新动能。

# 拆份额、增加做市商、降费让利 公募机构花式争夺“指基赛道”

■本报记者 彭衍菘

为在指数基金市场中占据一席之地,公募机构在推陈出新的同时,还通过拆分基金份额、调降产品费率以及新增做市商等方式,提升产品的竞争力和流动性。12月初,多家机构相继采取行动,指数基金领域的竞争愈发激烈。

12月2日,嘉实基金发布公告称,对旗下中证500ETF基金份额进行份额拆分。本次基金份额拆分比例为1:2.5,即每1份基金份额拆分为2.5份。拆分后,基金份额总额由原来的约20.88亿份变更为约52.21亿份,基金份额净值由6.1657元变更为2.4663元。

嘉实基金向《证券日报》记者表示,嘉实中证500ETF此次实施拆分,有助于增加基金份额、提升流动性和活跃度。

“基金公司的拆分策略或有助于

提升基金的市场吸引力和流动性。”晨星(中国)基金研究中心高级分析师李一鸣在接受《证券日报》记者采访时表示,高净值基金份额往往使得普通投资者望而却步,因为较高的单位净值可能意味着较高的投资门槛,以及让基金看起来“不那么便宜”。通过拆分策略,每份基金份额的净值降低,从而增加了基金的市场吸引力。从流动性角度来看,基金份额拆分后,总的基金份额数量增加,理论上可以增加市场上的交易量,从而提升基金的流动性。

除基金份额拆分外,多家公募机构还从新增做市商(流动性服务商)、降费让利等方面布局,提升旗下指数基金的产品竞争力。

12月1日晚,工银瑞信基金公司公告称,新增7家机构作为旗下A500ETF工银的流动性服务商。12月3日,南方基金公告称,为促进南方中证A500ETF的市场流动性和平稳运行,根据有关

规定,自12月4日起,新增国信证券为该基金流动性服务商。此外,月内还有华安基金、万家基金、华宝基金等基金公司为旗下指基新增做市商。

排排网财富管理师姚旭升对《证券日报》记者表示,增加做市商可以缩小买卖差价、提升交易效率,稳定基金价格,减少市场波动带来的价格偏离。

与此同时,12月份以来,多家公募机构已经开始密集发布费率优惠活动。

比如,12月2日,南方基金公告称,旗下南方中证A100指数等产品开展销售费率优惠活动,原销售服务费年费率0.10%,现降至0.01%。浙商基金也发布公告,旗下中证1000增强在兴业银行申购(含定期定额投资)享受申购(含定期定额投资)费率优惠。同日还有诺安基金、易米基金公告旗下指数基金参加费率优惠活动。

公募机构在指基赛道上的频频布局,反映出当前市场激烈的竞争态

势。姚旭升表示,基金公司通过拆份额、增加做市商、降费让利等策略,不仅提升了产品的市场吸引力和竞争力,还有效降低了投资者的成本。

谈及公募机构布局指数基金的竞争焦点,李一鸣表示,首先是成本控制,随着市场竞争加剧,降低费率成为吸引投资者的一个重要手段,成本控制能力也将成为公募机构的核心竞争力之一;其次是流动性管理,提升基金的流动性,确保投资者能够在需要时快速买卖基金份额,这需要公募机构在做市商的选择和管理上投入更多资源,以确保基金的平稳运行和市场交易的顺畅;此外,基金公司要重视产品创新,随着指数基金市场的不断成熟,投资者对产品的需求也将更加多样化,公募机构需要不断创新,推出符合市场需求的

新产品,如行业指数基金、主题指数基金、ESG指数基金等,以满足投资者的不同风险偏好和投资目标。

# 多维度推动专精特新“小巨人”企业持续扩容

■本报记者 寇佳丽

专精特新“小巨人”企业是产业转型升级的推动者,也是产业链供应链稳定性的增强者。作为中小企业的优秀代表,专精特新“小巨人”企业的持续扩容,对我国经济高质量发展至关重要。

2024专精特新中小企业发展大会于12月1日在上海举行。据大会披露,截至目前,我国已累计培育专精特新“小巨人”企业1.46万家。

受访专家认为,上述亮眼成绩的背后,是政策扶持、市场需求、产业链协同融合发展、企业专注自我提升等多因素的共同作用。

我国顶层设计高度重视对专精特新“小巨人”企业的培育。2022年6月份,工业和信息化部印发的《优质中小

企业梯度培育管理暂行办法》明确提出,“十四五”期间,努力在全国推动培育一百万家创新型中小企业、十万家专精特新中小企业、一万家专精特新“小巨人”企业。

中国商业经济学会副会长宋向清对《证券日报》记者表示,我国对专精特新“小巨人”企业的支持性政策日益体系化和制度化,财政扶持、税收优惠叠加创新激励等举措,全方位、大力度推动专精特新“小巨人”企业成长壮大,夯实新质生产力发展基础。

巨丰投顾高级投资顾问于晓明对《证券日报》记者表示,当前,国内外市场对高质量、高附加值产品的需求日益增长,专精特新“小巨人”企业尤其是制造业领域的专精特新“小巨人”企业聚焦战略性新兴产业,广泛提供专

业化和精细化产品、服务,表现突出。从这个角度看,专精特新“小巨人”企业和市场需求属于双向奔赴。

产业链协同融合发展的深入推进,对资源共享、信息互通、协同创新等提出了新要求,这些新要求需要有实力的企业去满足、去实践,因此,不同行业的企业在“呼唤”专精特新“小巨人”企业的出现。宋向清认为,专精特新“小巨人”企业具有较强的创新能力,平均研发人员占比和研发强度都较高,能够在细分领域不断进行技术突破和产品创新,从而带动产业链上下游企业共同发展。

不过,当前我国在专精特新“小巨人”企业培育方面仍然存在一些短板。“资金支持不够;人才储备不足,创新人才、管理人才、技能人才均面临短缺困境;企业创新动力有待进一步

提升;部分政策落实到位。”中央财经大学教授兰日旭对《证券日报》记者表示,今后,要特别注重打造企业发展全周期、多层次资金支持体系,致力于化解企业培育中的资金难题;创新引入留人育人机制,帮助企业形成操作性强的人才激励体系;强化顶层设计和地方政策的衔接与配合,因地制宜施策,推进政策举措层层落实到位。

北京改革和发展研究会特约研究员田惠敏对《证券日报》记者表示,专精特新中小企业是专精特新“小巨人”企业的种子库,推动专精特新“小巨人”企业扩容亦可由此入手。建议金融机构与专精特新中小企业建立长期合作关系,提供定制化、差异化金融服务方案,涵盖企业在产品研发、市场拓展、技术升级等方面的资金需求。