

公司零距离·新经济新动能

记者观察

金融支持民营企业高质量发展座谈会
释放三大信号

刘琪

作为中国经济的重要组成部分,民营经济长期以来在推动经济增长、促进技术创新、扩大就业等方面发挥了不可替代的作用。在当前经济形势下,民营经济正面临着前所未有的机遇。

日前,中国人民银行等五部门联合召开金融支持民营企业高质量发展座谈会,部署为民营经济健康发展和民营企业做强做优做大提供有力的金融支持。在笔者看来,此次座谈会释放出多重积极信号,为民营企业的融资、创新提供了有力保障,为民营企业高质量发展注入了强大动力。

其一,多措并举着力化解民营企业融资难题。长期以来,融资难、融资贵问题一直是制约民营企业发展的瓶颈,目前民营企业金融需求更是具有多样性与复杂性。此次座谈会明确“引导金融机构‘一视同仁’对待各类所有制企业,增加对民营和小微企业信贷投放”,同时提出“进一步畅通民营企业股、债、贷等多元化融资渠道”等一系列切实可行的化解融资难题举措。

充足的资金供给,能够促进民营企业稳健发展;畅通的融资渠道,可进一步激发民营企业的创新活力。更重要的是,下大力气解决民营企业融资难、融资贵问题,不仅是对企业进行“输血”,更是帮助其增强“造血”功能的关键之举。通过优化融资环境、完善融资政策、拓宽融资渠道等措施,逐步构建起一个更加公平、透明、高效的融资体系,将使民营企业能够更好地适应市场变化,提高自身融资能力和抗风险能力。

其二,为民营企业提供更有力的资本市场支持。不久前,证监会召开党委提出,更好发挥资本市场平台作用,为民营企业做强做优提供更有力的资本市场支持。此次座谈会也强调,支持民营企业通过资本市场发展壮大。

作为资源配置的重要平台,资本市场不仅能够为民企提供充足的资金支持,而且能够通过市场运作机制精准引导资金流向那些具有发展潜力、创新能力和市场竞争力的民营企业,从而实现资源的优化配置。这种优化配置不仅能够提高资金的使用效率,还能够促进民营企业提升管理水平和创新能力,推动其转型升级,从而为我国经济增长注入新动力。

同时,资本市场的发展离不开民营企业的参与。目前,A股近三分之二的上市公司是民营企业,科创板、创业板、北交所上市公司中约八成是民营企业,约九成新三板公司是民营企业。民营企业积极参与资本市场,将进一步丰富市场参与者结构,提升资本市场的活力和韧性,促进资本市场的健康发展。

其三,协同联动营造民营企业良好发展环境。金融支持民营企业并非单一部门任务,此次座谈会强调,要增强协同联动,推动完善融资配套机制,共同营造更优的民营企业发展环境。

这就要求各方要紧密合作,形成合力。政策层面,需加快落实金融支持民营经济25条等措施,避免政策空转;金融机构要主动作为,强化金融服务能力建设,为民营企业提供更加便捷、高效的金融服务;民营企业要发挥主体作用,加强自主创新,完善治理结构,提高核心竞争力。只有各方协同联动,才能共筑民营企业发展高地。

春风送暖启新程,春晖扬帆正当时。相信这场座谈会后,金融管理部门和金融机构能围绕改善民营企业融资环境出实招出硬招,为民营企业带来金融活水。我们有理由相信,在政策的支持和市场的推动下,民营企业必将迎来新的发展机遇,为推动中国经济高质量发展贡献更大力量。

多地大力优化营商环境
让经营主体长得高、长得壮

本报记者 寇佳丽

近日,多地加大力度优化营商环境,围绕经营主体的急难愁盼问题采取有力措施。

例如,3月2日,在深圳市人民政府新闻办公室举行的新闻发布会上,《优化营商环境工作方案》《优化营商环境工作方案》正式发布。扬州市人民政府官网发布的消息显示,自2025年3月1日起,《扬州市优化营商环境条例》正式施行。

中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈瑞对《证券日报》记者表示,地方积极行动,解难题、优服务,为各类经营主体在市场上获得更多发展机会创造良好条件,从而为经济高质量发展提供有效支撑。

当前,各地推进营商环境优化的举措越来越精细化、多元化。具体来看,以人工智能(AI)技术赋能政务服务、以法律规范推动招商引资新模式的构建、拓宽经营主体融资渠道等广受关注。

中国商业经济学会副会长宋向清对《证券日报》记者表示,引进先进技术是地方深化政务服务模式创新、推进经营主体办事降本增效的重要手段。

面对新的经济环境和市场需求,传统补贴和优惠式的招商引资方式已难以满足高质量发展的要求。在此背景下,产业链招商、飞地招商、以赛招商等招商引资新模式不断涌现。“招商引资新模式的出现,有助于推动营商环境进一步优化,而良好的营商环境是招商引资新模式发挥作用的基础,二者相辅相成。”中国社会科学院财经战略研究院财政研究室主任何代欣在接受《证券日报》记者采访时表示。

支持经营主体长得高、长得壮,金融是不可或缺的重要力量。陕西巨丰投资资讯有限责任公司高级投资顾问于晓明对《证券日报》记者表示,不少地方致力于解决政策信息不对称问题,为包括中小企业在内的各类经营主体提供多元化金融支持与专业化金融服务,持续拓宽经营主体的融资渠道,探索经营主体融资新路径,成效显著。

受访专家普遍表示,在各方共同努力下,我国营商环境将向着市场化、法治化、国际化等方向持续优化,为塑造发展新动能新优势蓄力。

富邦科技:以转型开拓市场 从“卖产品”转向“卖服务”

本报记者 李万晨曦

湖北富邦科技股份有限公司(以下简称“富邦科技”)从肥料助剂领域起家,上市后开启战略转型,逐步从中国化肥助剂隐形冠军转型为数字农业与生物农业领域引领者。2025年初,公司变更证券简称,全面进入科技引领农业发展的新阶段。

公司为何选择转型?在数字农业与生物农业领域取得了哪些科技创新成果?以全新形态发展的富邦科技,未来又将怎样赋能我国现代农业产业?近日,《证券日报》记者带着上述疑问走进富邦科技,近距离感受现代农业背后的科技力量。

开启深度转型

步入富邦科技的办公大楼,Saturas 茎水势传感器、Alsys 分析机器人、土壤墒情监测仪等一众最新科研设备映入眼帘。在一个精心打造的数字大田模型里,卫星遥感、智能农机、土壤监测等技术生动展现着现代农业科技的魅力。

“我们希望向市场传达,如今的‘富邦科技’与曾经的‘富邦股份’有着显著不同。今年年初的更名,蕴含着公司战略布局的深度调整以及对现代农业科技未来的深远谋划。”富邦科技董事长王仁宗向记者表示。

回顾富邦科技的创业历程,彼时,国内化肥助剂市场尚处于起步阶段,多项核心技术依赖国外。王仁宗硕士毕业后回到家乡,投身肥料助剂的研发与生产,并于1995年成立了应城市富邦科技有限公司。

“做农业,要耐得住寂寞,才能守得住繁华。”据王仁宗回忆,1999年,他带着几个创业伙伴,在孝感市应城老家的田埂上,烧制出第一桶多功能包裹剂。为

改善肥料助剂外观,他与伙伴们连续五天日夜实验,先用汤勺将助剂做成大块,又用电饭煲筛网做成小米粒状,最终摸索出独特炼制法。

随着公司一步步做大,2007年,中外合资的湖北富邦化工科技有限公司正式成立。“我们要想办法弥补国内的空白,与大专院校一起合作,带领公司上下不断进行技术攻关,最终在2010年左右实现了国产替代。”王仁宗说。

经过多年的深耕细作,2013年,富邦科技在国内防结剂、多功能包裹剂、造粒改良剂等细分市场的市占率不断增长,并成为约30家中国化肥百强企业的最佳供应商。2014年,富邦科技于深交所成功上市,成为“中国化肥助剂第一股”。

既然富邦科技已经在化肥助剂领域成为综合实力领先的头部企业之一,为何还要转型现代农业呢?

“企业首先要活下去,才能在更长的周期里去打通整个流程。”王仁宗表示,公司上市后,随着化肥行业加速转型升级,传统助剂产品无法满足客户日益多元化的需求。自2015年起,为争取更广阔的市场空间,富邦科技毅然踏上了转型升级之旅。

重视研发创新

数字化技术在配肥领域的初步应用,让王仁宗看到农业全链条智能化服务这片广阔的天地。2016年,公司开启数字农业布局,在全球积极寻求农业科技公司的合作。

富邦科技研发部门负责人向记者介绍:“过去数年间,富邦科技从荷兰、加拿大、以色列、摩洛哥等国家引进一系列先进技术与成熟模式。公司对这些技术和模式进行自我创新与技术整合,目前已初步探索出一条农业数字化产业链条,涵盖土壤检测、水肥一体化、物



图①为 SoilOptix 土壤 CT 扫描车
图②为 Alsys 分析机器人

图③为 Saturas 茎水势传感器
图④为 Saturas 茎水势传感器

公司供图

联网管理等多个先进环节。”

在生物科技领域,公司通过并购富邦湘渝(岳阳)生物科技有限公司与康欣生物科技有限公司,依托这两大载体与中国农业大学等科研平台,推出了绿色高效的微生物菌剂、生物肥料、生物农药等新一代生物农业产品。

“持续创新是公司经营发展战略的关键一步。如今,公司在国际领域已从最初的‘卖产品’,转变到如今的技术转让、技术服务、工程服务等。”王仁宗表示。

记者走进富邦科技土壤检测实验室,只见自动化机械臂精准抓取,一张张详细精准的“体检报告”在操作屏幕上生成,清晰展示出土壤、固体废物、肥料等物质的特性与状况。

生物技术与数字技术的融合,将重塑整个农业领域。有了这些数字化设备构建的“高速公路”,富邦科技的创新肥料、生物农药、禾本科固氮类产品才能快速“奔跑”。

谈及未来规划,王仁宗表示:“2025年,富邦科技将锚定‘数字+生物’双引擎核心驱动力,沿着‘水肥药耦合’这一差异化竞争路径奋勇前行,不断赋能现代化农业,为种植大户量身定制‘降本提质增效’一站式综合解决方案。”

富邦科技自上市以来,始终保持着对研发创新的高度重视。财报显示,2014年至2023年,研发投入从1897.40万元增长至4222.54万元,涨幅达122.54%;研发人员从82人扩充至151人。

与此同时,公司经营业绩也实现稳步增长,2014年至2023年,富邦科技营业收入由3.03亿元跃升至10.49亿元;归母净利润由4605.52万元增至7154.81万元。2024年前三季度,公司实现营业收入9.31亿元,同比增长24.04%;归母净利润9195.42万元,同比增长49.75%。

在政策支持与市场需求的驱动下,以富邦科技为代表的农业科技企正迎来前所未有的发展机遇。

“未来,公司将以科技创新为核心驱动力,深度融合生物农业与数字农业两大前沿领域,推动种植业产业链现代化转型,开启全球一体化运营新纪元。”王仁宗满怀信心地展望未来。

光伏回收产业站上风口 千亿元市场空间待释放

本报记者 李春莲

光伏行业正在积极破除“内卷”式竞争,光伏回收这片新兴蓝海则吸引了企业和资本竞相布局。

“废旧和退役光伏组件回收料的循环利用,将在整个光伏回收产业链条中占据重要一环,尤其是高价值利用渠道的挖掘和探索。”在近日举行的光伏回收产业发展合作中心2025年暨第七届光伏设备回收和循环利用技术论坛上,中国绿色供应链联盟光伏专委会光伏回收产业发展合作中心(以下简称“光伏回收中心”)主任宋登元向记者表示。

发展前景向好

在位于浙江嘉兴的中国第一个光伏回收和循环利用展厅,全球首块用光伏组件回收材料制备的全回收再生光伏组件格外引人注目。经检测,此块TOPCon 210N-66再生光伏组件,转化效率高达20.7%,功率超过645W,标志着我国在废弃光伏组件回收和循环利用领域取得突破。

该组件由光伏回收中心立项,天合光能股份有限公司(以下简称“天合光能”)牵头,上海晶瑞嘉源能源科技有限公司(以下简称“晶环嘉源”)、福莱特玻璃集团股份有限公司等多家光伏回收中心董事会单位共同参与完成。

宋登元认为,全球首块全回收再生光伏组件的成功问世,标志着我国已具备将废旧光伏组件绿色拆解、提取材料并通过再利用技术实现再制造的能力,可使其中绝大部分材料重返工业循环体系,打通了我国光伏产业资源循环利用的终端环节。

在该展厅中,记者还看到废旧光伏组件整套拆解流程下的不同拆解产物,包括碎电池片、铝框、光伏玻璃、焊带、封装背板和胶膜等多个实物产品。而体现光伏组件生态设计“三无”思想的三件展品更是格外吸睛,分别为无氟背板、无铅焊带和无丁酮的脱醇硅胶,这些材料不含氟、铅和丁酮等有害物质,有助于降低光伏组件退役后回收处理对环境产生的污染。

光伏组件退役后,通过专业的拆解和回收技术,不仅可以避免对环境造成污染,还可以实现资源的循环利用,降低新材料的消耗,从而推动绿色能源产业的可持续发展。

《2024年中国光伏回收和循环利用白皮书》指出,在提早退役情况下,2030年光伏回收累计市场规模预计达260亿元左右,2050年市场规模预计达4200亿元左右。多位业内人士向记者表示,光伏回收是一个千亿元级别的新市场,未来行业向好发展的确定性很强,必然会吸引越来越多的企业入局。

需建立标准化体系

尽管光伏回收这片新兴蓝海吸引了不少企业与资本入局,但产业规模化发展仍面临多重挑战。接受记者采访的多位业内人士提到,光伏组件回收的利润尚不能完全弥补其运输、拆解和回收的成本,回收的经济性仍是限制光伏回收行业可持续发展的一个重要因素。

晶环嘉源副总经理王沪东在接受《证券日报》专访时表示,当前

光伏回收成本主要由三部分构成:运输成本、规范化拆解成本和环保处置成本。其中,物流成本的有效覆盖半径约为500公里至600公里,超出该范围将导致运输成本占比显著攀升,进而削弱废旧组件的采购经济性。

“部分‘小作坊’式经营者在拆解环节采用暴力拆解,无视环保来制造价差空间。”王沪东提到,这种以牺牲环境为代价的低成本竞争模式,正在扭曲行业正常的市场秩序。他呼吁,行业应尽快建立标准化回收体系,推动产业向高价值利用转型升级,避免陷入低端拆解的价格竞争。

作为新兴赛道,光伏回收可以将玻璃、塑料、铝、铜、硅、银等大部分物质通过适当回收,实现循环再利用,有效缓解生态环境压力,降低光伏全产业链能耗等指标,进一步优化光伏组件全生命周期的绿色节能特性。

“光伏产业的制造应用过程是绿色,回收不能对环境造成二次污染,需要出台企业‘白名单’,让符合资质的企业去合法合规地做这件事。”宋登元表示。

“目前光伏回收市场没有强制性,也没有建立标准化体系,这就造成市场鱼龙混杂,有些‘小作坊’回收设备和技术都不完善,对环境造成的影响不容忽视。”天合光能副总裁陈奕峰向《证券日报》记者表示。

光伏回收中心秘书长吕芳告诉记者,针对“小作坊”式经营侵占正规企业利润的问题,目前相关部门正在研究组件回收“白名单”制度,制定运营标准以及相关监管措施,维护行业正常秩序。

此外,有光伏回收企业人士告诉《证券日报》记者:“目前对残余组件寿命的评估没有统一的标准。”

对此,宋登元认为,加速光伏回收产业发展,需要建立光伏组件寿命的信息系统,对于每年有多少光伏组件报废、组件的地理位置在哪里等信息要摸清,从而进一步建立回收处理标准和回收综合利用渠道。这需要业界一起努力,以及相关政策进一步落地。

陈奕峰也向记者表示,行业亟须利用互联网数字化技术建立标准化体系,也需要属地化和产业链的分工协作。

雀巢收购徐福记剩余40%股份 持续看好零食及糖果业务发展

本报记者 谢岚
见习记者 梁傲男

3月3日,雀巢集团(以下简称“雀巢”)公告称,已与徐氏家族达成协议,收购徐福记国际集团(以下简称“徐福记”)剩余40%的股份。

据《证券日报》记者了解,2011年,雀巢以17亿美元收购徐福记60%的股份,并开始为徐福记品牌系列提供配方、研发、质量控制等方面的技术和市场支持。彼时交易完成后,徐福记从新加坡证券交易所退市,但徐氏家族保留了40%

的股份,继续参与公司运营。

雀巢在公告中表示,作为国内知名的糖果品牌,徐福记与国内外广大消费者有着紧密和广泛的联系。自加入雀巢大家庭以来,徐福记已逐步转型为“国民经典零食品牌”,深入日常消费场景。

雀巢大中华区首席执行官张西强表示:“此举将徐福记的高效运营和创业精神与我们经过验证的创新能力相结合,能够加速徐福记品牌的增长,并进一步加强雀巢在中国的市场表现。此举也展现出我们对中国市场的长期承诺,将会增强我们在这个充满活

力的市场发展国际和本土品牌的能力。”

财报显示,2024年,雀巢在大中华区实现销售额约50亿欧元,同比增长率(即排除并购等因素影响后的自然增长)为2.1%。其中,糖果业务销售额占比为16.1%。在2024年财报中,雀巢方面有关人士提到:“在徐福记、脆脆鲨收入稳健增长以及新品上市和电商业务收入增长的推动下,糖果业务收入在2024年实现了中个位数的增长。”

张西强在接受《证券日报》记

者采访时表示:“糖果业务为我们2024年的业务增长提供了强大的助力,表现十分出色。2024年,徐福记成功将产品分销至200万个网点,今年我们的目标是将这一数据突破至260万个。在出口业务上,徐福记同样表现出色,因为其产品独具中国特色,深受海外华人圈的喜爱和认可。”

根据尼尔森零售研究数据,2024年,在大卖场超市渠道中,徐福记在散装糖、散装巧克力和散装糕点三大品类的销售额均位居市场第一,其中,徐福记散装糖和散装巧克力的市场占有率超过30%。

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬向《证券日报》记者表示:“近两年,徐福记在创新升级、产品迭代方面展现出了卓越的速度与高质量,其整体运营状况十分稳健,营收和利润均实现了显著提升,徐福记已经成为雀巢旗下一个表现优异的板块。”

雀巢公告还显示,通过此次交易,徐福记将更广泛、更便捷地获取雀巢的全球品牌和产品资源,以实现其增长目标。雀巢也可以通过徐福记的既有优势,特别是其强大的分销网络,来发展国内的零食和糖果业务。