

前沿观察

三方面发力让外资企业进得来、扎下根、发展好

■ 贾丽

商务部4月份公布的数据显示,今年1月份至3月份,全国新设立外商投资企业12603家,同比增长4.3%;实际使用外资金额2692.3亿元。从行业看,制造业实际使用外资715.1亿元,服务业实际使用外资1933.3亿元,高技术产业实际使用外资786.1亿元。其中,电子商务服务业、生物医药制造业、航空航天器及设备制造业、医疗仪器设备及器械制造业实际使用外资分别增长100.5%、63.8%、42.5%和12.4%。这得益于我国稳步扩大制度型开放,形成持续吸引外资的“强磁场”,为外资企业来华投资兴业创造了良好环境。

笔者认为,下一步,各地需从三方面进一步发力,让外资企业进得来、扎下根、发展好,在促进我国经济高质量发展方面发挥更大作用。

其一,提升高技术领域“磁吸力”,吸引外资深度融入中国产业链、供应链、创新链,进一步优化营商环境。

当下,生物医药、人工智能等前沿领域已

是外资企业布局重点。例如,阿斯利康吸入气雾剂生产供应基地等项目纷纷迎来新进展,特斯拉上海储能超级工厂投产仅一个多月就实现出口澳大利亚,可见外资在华投资持续提质升级,印证了中国产业链升级与外企技术优势的深度融合,中国正加速从“世界工厂”向全球创新链“关键节点”跃升。

笔者建议,各地可把握这一趋势,着力培育“外资研发+本土链主”创新联合体。在生物医药、新能源等重点领域,可以支持外资企业与本土龙头企业共建联合实验室,优化研发人员跨境流动便利化措施;建立知识产权联合保护机制,加速创新成果产业化进程;对联合攻关项目给予定向研发补贴,促进创新要素高效流动。

其二,依托标志性展会、重点活动、重点平台等,引入更多高质量外资项目。

今年以来,一系列展会活动火热举办,显示出超大规模市场的蓬勃生机,也向外国投资者更好地展示了中国的投资环境、市场发展机

遇。例如,2025上海车展吸引了26个国家和地区近千家企业参展,规模创下历届之最;中国制冷展等展会规模同样刷新纪录。笔者认为,各地可以根据当地特色打造国际贸易“枢纽”及“桥梁”,充分发挥进博会、链博会等展会的平台作用,从而将高质量外资“引进来”。

其三,拿出更多务实管用举措稳存量、扩增量,让外资从“被吸引”到“深扎根”。

近年来,我国出台多项政策持续“拆门槛”,多地也积极落实稳外资举措。下一步,各地可以实施更加精准的服务举措,对重点项目建立“一企一档”机制,提升诉求响应速度;对用地、用工、融资等共性问题提供“一揽子”解决方案;在自贸试验区率先实现从项目签约到投产运营的全流程数字化管理,切实打通政策落地“最后一公里”。通过一系列措施,让外资企业真正“扎根”,并与国内产业链形成强黏性。

外资的持续涌入,既是中国经济长期向好的重要表现,也是产业创新发展的强引

擎。当前,我国以制度型开放推动高水平对外开放,以新质生产力赋能全球价值链重塑。面向未来,中国需持续以“拆门槛”优化营商环境、“疏堵点”畅通循环、“铸链条”提升能级,吸引更多外资企业“走进来”“融进去”,增强中国经济发展韧性,为世界经济贡献中国力量。



贾丽

多方协同优化汽车消费生态

■ 刘钊

近日,中国消费者协会(以下简称“中消协”)发布《2025年第一季度全国消协组织受理投诉情况分析》,随着新能源汽车行业快速发展,三类新问题投诉较为集中,一是定金退款争议频发;二是车型更新引发老车主不满;三是补贴兑现落空引发纠纷。

在笔者看来,新能源汽车行业出现的种种投诉,既是市场爆发性增长的伴生现象,也是行业从“野蛮生长”向“规范发展”转型的必经阵痛。下一步,需从企业自律、监管强化、消费者教育三方面协同发力,构建更健康的汽车消费生态。

首先,企业应重塑“用户思维”。车企在追求“技术领先”标签的同时,不应忽视用户对产品生命周期的合理预期。车企需在销售协议中清晰标注车辆配置、交付时间、退款条件等关键信息,并建立透明的产品迭代沟通机制。此外,企业还应主动承担社会责任,通过设立专项基金、完善售后服务网络等方式,切实保障消费者权益。

其次,监管需填补制度空白,针对预售模式、补贴兑现等作出更为细化的规定。监管部门可联合行业协会,制定新能源汽车销售服务标准,强制要求车企披露产品迭代计划,并将补贴承诺纳入合同条款。同时,应建立跨部门联合执法机制,对虚假宣传、合同欺诈等行为实施顶格处罚,形成有效震慑。

最后,消费者权益保护需前置。通过推广全国消协智慧315平台,建立纠纷快速响应机制;同时加强购车风险提示,帮助消费者识别“定金陷阱”与“迭代风险”。通过模拟购车场景、案例解析等方式,提升消费者风险识别能力和维权意识,构建预防性保护体系。

当前,中国新能源汽车产销量连续10年位居全球第一。新能源汽车行业的崛起,承载着中国汽车工业“弯道超车”的期待。然而,若企业仅将消费者视为市场份额的“数据点”,忽视其合法权益,则必将透支行业未来。中消协的此次点名,既是对行业乱象的警示,更是对构建健康消费生态的呼吁。唯有将用户权益置于创新与竞争之上,新能源汽车才能真正驶向可持续发展的快车道。

执投资者利益之笔 绘公募基金高质量发展新画卷

■ 昌校宇

近日,中国证监会发布《推动公募基金高质量发展行动方案》(以下简称《方案》)。这不是一份行业改革文件,更是践行金融工作政治性和人民性的重要实践。在当前加快建设金融强国的关键时期,《方案》设计的底层逻辑锚定“投资者利益至上”的核心价值,正如中国证监会主席吴清所言,更好体现基金管理人同投资者同甘共苦、共同发展、相互成就,努力形成“回报增—资金进—市场稳”的良性循环。

历经二十余年的高速发展,我国公募基金行业管理规模超32万亿元,产品数量达1.26万只,已成为服务实体经济与国家战略、促进资本市场稳定发展、满足居民财富管理需求的中流砥柱。不过,行业在规模跃升的同时,也面临着发展质量与规模增速不匹配的深层次矛盾,“基金赚钱,基民不赚钱”“重规模、轻回报”“重营销、轻投研”等现象亟待破解。

《方案》锁定症结、精准施策,以系统性思维构建改革框架:一是筑牢信义义务根基,将投资者利益置于核心位置,通过制度设计确

保行业“受人之托、忠人之事”的信义义务落到实处;二是打造协同发展生态,统筹投研能力建设、考核激励机制、合规风控体系等关键要素改革,推动行业从规模导向向质量效益转变,增强中长期资产配置吸引力;三是增强资本市场内在稳定性,通过提升权益投资规模和稳定性,发挥机构投资者市场“稳定器”作用,促进投融资动态平衡。

方案已定,行动已明。笔者认为,基金公司应以《方案》为纲,执投资者利益之笔,绘公募基金高质量发展新画卷。

其一,打破“旱涝保收”,实现利益绑定。长期以来,基金行业普遍采用固定管理费费率模式,无论基金业绩好坏,持有人盈亏,基金公司均能“躺赢”,导致基金公司同投资者利益脱节。《方案》通过推行浮动管理费收取机制,将基金公司收入回报与投资者回报直接绑定,如业绩明显低于基准时降费让利,反之则升档激励等,这一改革可有效实现基金公司同投资者收益共享、风险共担。

基金公司需将管理费与基金业绩表现动态挂钩,同时完善高管和基金经理跟投机制,

延长锁定期限,强化与投资者的利益绑定。此外,还要借助科技赋能、流程优化等方式降低运营成本,为费率优化提供更大空间。

其二,纠正“短期主义”,聚焦长期投资。

过去,基金公司过度追求规模排名和短期业绩,部分基金经理为追求短期排名采取高换手率、押注热门赛道等激进策略,导致投资行为短期化、“风格漂移”等问题频现。《方案》将基金产品业绩、投资者盈亏等指标作为考核核心,并要求三年以上中长期收益考核权重不低于80%。这些举措将推动行业从“短期排名竞争”转向“长期价值投资”,增强投资策略的稳定性与持续性,从而提升资本市场的韧性和抗风险能力。

基金公司需摒弃“规模情结”,构建以投资者利益为导向的考核机制,为基金经理营造专注长期投资的良好环境。在薪酬激励方面,需强化绩效挂钩,对中长期业绩差的基金经理实施降薪,而对持续创造超额收益的给予合理激励。

其三,摒弃“卖方思维”,转向“买方伙伴”。

传统模式下,部分基金公司缺乏对投资者真实需求的关注,投资者服务能力不足。《方案》通过推动投顾业务规范化、信息披露优化等,督促行业从“单向交易”向“双向共赢”转型。

基金公司需以投资者需求为核心,重点提升三大能力:一是产品创新能力,开发中低波动含权型产品等适配不同风险偏好的投资工具;二是投顾服务能力,为投资者提供专业的资产配置和陪伴服务,帮助投资者建立长期投资理念;三是透明化信息披露能力,用简明易懂的方式向投资者展示产品业绩、费用构成等关键指标,构建以专业信任为基础的长期伙伴关系。

《方案》的落地标志着公募基金行业迈入以投资者利益为核心的新阶段。对基金行业而言,这既是挑战,更是机遇。唯有将“金融为民”的初心转化为专业的服务能力和稳健的投资回报,才能在行业高质量发展浪潮中赢得先机,才能助力行业实现从“规模扩张”到“价值创造”的跃迁,才能为中国资本市场行稳致远、实体经济高质量发展注入持久动力。

上市券商分红总额攀新高释放行业转型强信号

■ 周尚仟

上市公司分红作为回报投资者的重要方式,一直备受市场关注。在资本市场深化改革的背景下,券商积极响应政策导向,不断完善投资者回报机制。中国证券业协会最新统计数据显示,2024年上市券商分红总额突破500亿元,创下近三年新高。

笔者认为,上市券商分红总额创新高,不仅是证券行业盈利能力稳步提升、业务结构持续优化以及行业生态积极变革的直观体现,而且反映了在资本市场深化改革背景下券商角色和功能性的转变,蕴含着多重关键信号。

首先,券商分红总额创新高反映出行业发展模式、经营理念的转变。2024年之前,参与中期分红的上市券商寥寥无几。从2024年开始,上市券商积极响应政策号召,增加分红频次,大力推动实施一年多次分红、春节前分红等举措,并制定践行“未来三年股东分红回报规划”“提质增效重回回报”等相关方案,打造“长期、稳定、可持续”的股东价值回报机制,投资者在互动平台上高度关注的分红问题得到了积极回应。如今,券商不再局限于单纯追求自身业务的拓展和利润的积累,而是将投资者的利益诉求置于更加重要的位置,通过实实在在地把利润拿出来与投资者分享,实现市值管理与投资者利益的协同,有效增强了投资者对券商的信心。

事实上,常态化分红机制的构建,能让投资者更稳定、更可预期地分享企业成长红利,增强投资者的获得感,并吸引中长期资金入市,有助于营造“价值投资、理性投资、长期投资”的良好市场环境;同时,能够显著提升券商整体的形象和声誉,增强投资者的信任和认可,为券商的长期稳健发展筑牢根基。

其次,券商分红总额创新高的背后,是稳健的盈利能力和不断提升的综合实力作支撑。截至2024年末,证券行业总资产、净资产分别为12.9万亿元、3.1万亿元,较上年末分别增长9.3%、6.1%,市场竞争力和服务实体经济能力进一步提高。同时,自营业务作为核心增长动能持续发力,国际业务借助跨境资本配置热潮成为重要增长极,经纪业务随市场回暖稳健复苏,三大业务板块协同推动券商业绩上扬。比如,2024年证券行业

自营业务收入1740.7亿元,同比增长43%,占营业收入的38.6%,凸显了自营业务的重要支撑作用;华泰证券、中信证券等头部券商国际业务收入均超百亿元,且同比增幅较大。这些数据表明,尽管部分业务收入面临压力,但券商通过优化业务结构、拓展业务领域,实现了盈利的稳定增长,为高额分红提供了有力保障。

最后,券商分红总额创新高,既是政策引导的结果,也是行业转型成果的阶段性体现,更是行业聚焦主业、追求高质量发展的缩影。近年来,监管部门多次出台政策鼓励上市公司现金分红,包括新“国九条”明确提出增强分红稳定性等要求,中国证监会发布相关意见加强现金分红监管,并实施《上市公司监管指引第10号——市值管理》,为券商分红提供导向与规范。在市场竞争日益激烈、监管要求不断提高的形势下,券商加快从传统通道业务向多元化、专业化业务模式转型,逐步迈向高质量发展,为持续高额分红创造了有利条件。

总体而言,分红总额创新高是证券行业积极向好的信号,充分展现了证券行业在盈利能力、投资者回报和业务转型等方面取得的显著成效。随着行业持续高质量发展转型的纵深推进,未来券商有望继续保持良好的盈利水平和分红能力,为投资者带来更多的回报。

