

互联网企业“暗战”支付牌照

■本报记者 李冰熊悦

天眼查信息显示,近日,浙江唯品会支付服务有限公司(以下简称“唯品支付”)发生工商变更,注册资本由1亿元增至2亿元,增幅为100%。

今年以来,互联网企业旗下支付公司增资、收购动作频频,展现出互联网企业布局支付业务的热情。

受访专家认为,当前支付行业正在从“抢规模”转向“重资本”“强合规”发展,马太效应持续加剧。增资不仅是满足监管要求的必要动作,更是支付公司提升抗风险能力、主动拓展业务边界的选择。

互联网系支付公司频增资

公开资料显示,2016年唯品会全资收购浙江贝付科技有限公司,成功获得第三方支付牌照,并将其正式更名为“浙江唯品会支付服务有限公司”,并推出“唯品支付”品牌。根据股东信息,目前唯品支付由唯品会全资持股。

唯品支付为用户及企业提供多项支付服务,包括快捷支付、网银支付、条码支付、代扣代付、个人信息认证、分账业务及跨境业务等,为唯品会集团提供专业服务。

据记者梳理,今年以来,互联网企业旗下支付公司增资动作不断,涉及腾讯、抖音、京东等互联网企业。今年1月份,抖音旗下支付公司抖音支付科技有限公司注册资本由1.5亿元大幅增至31.5亿元,增资金额高达30亿元;6月份,中国人民银行深圳市中心支行公布的非银行支付机构变更行政许可决定公示表显示,准予腾讯旗下财付通支付科技有限公司通过增资等方式,试图在细分场景中构建差异化支付能力,形成“生态内闭环+跨场景

互联网企业旗下的支付公司通过增资等方式
试图在细分场景中构建差异化支付能力
形成“生态内闭环+跨场景渗透”的竞争格局



魏健骐/制图

机构重大事项变更许可信息显示,京东全资子公司网银在线(北京)支付科技有限公司获批增加注册资本至15亿元等。

南开大学金融学教授田利辉在接受《证券日报》记者采访时表示,《非银行支付机构监督管理条例》落地后,增资成为支付机构满足监管要求、加强合规展业的必然选择。同时,拓展跨境支付、供应链金融等高资本业务,也在推动互联网企业旗下支付公司密集增资。

在苏商银行特约研究员薛洪言看来,当前支付行业竞争已从单纯的市场份额争夺,演变为“场景+技术+合规”的综合实力较量。传统支付巨头仍占据优势,电商、内容等垂直领域平台旗下的支付公司通过增资等方式,试图在细分场景中构建差异化支付能力,形成“生态内闭环+跨场景

渗透”的竞争格局,部分平台的业务调整也反映出资源正加速向头部集中。

支付牌照收购动作不断

事实上,不仅是增资,互联网企业在支付牌照领域的布局和争夺也体现在一系列股权收购动作上。

天眼查工商信息显示,近日,东方电子支付有限公司(以下简称“东方电子支付”)发生工商变更,原股东上海市信息投资股份有限公司、上海电子数据交换网络服务有限公司等退出,新增小红书旗下宁智信息科技(上海)有限公司为全资股东。

与此同时,茅蔚卸任东方电子支付法定代表人、董事长,王闰接任法定代表人并担任董事。东方电子支付注册资本由约1.21亿

元增至2亿元。公开信息显示,东方电子支付成立于2008年3月份,经营范围包括非银行支付业务、通信设备销售、计算机软硬件及辅助设备零售等。

日前,中国人民银行官网公布的非银行支付机构重大事项变更许可信息显示,同意新生支付有限公司(以下简称“新生支付”)主要股东由海航云付科技有限公司变更为艺龙网信息技术(北京)有限公司(以下简称“艺龙网”),实际控制人由海南海航二号信管服务有限公司变更为同程旅行控股有限公司(以下简称“同程旅行”),注册资本由1亿元增至3.3亿元。

公开信息显示,目前,艺龙网持有新生支付100%股份。艺龙网为同程旅行旗下全资附属公司。新生支付为海南本土唯一持牌支付机构,在海南自贸港全岛封关

运作的背景下,其区位优势有望进一步凸显。

“互联网企业收购支付牌照的核心逻辑在于快速获取合规资质,以最低成本打通‘业务场景—支付工具—金融服务’的生态链条。”薛洪言表示,由于支付牌照审批趋严且存量稀缺,直接收购成为缩短业务落地周期的最优路径。这不仅能实现交易数据的内部留存,为精准营销和信贷风控提供支撑,还能通过支付费率自主化降低运营成本,更可借助支付入口强化用户黏性,形成商业闭环。

薛洪言进一步表示,对行业而言,这种模式进一步推动支付服务向垂直场景渗透,促进技术创新与服务效率提升;但与此同时,也可能加速支付牌照趋于集中,挤压中小支付机构生存空间。

宁德时代与广汽集团 签署长期战略合作

■本报记者 李婷

11月10日,广州汽车集团股份有限公司(以下简称“广汽集团”)与宁德时代新能源科技股份有限公司(以下简称“宁德时代”)在广汽集团番禺总部正式签署全面战略合作协议,达成一项为期10年的深度合作计划。

广汽集团董事长、总经理冯兴亚与宁德时代董事长兼CEO曾毓群共同出席签约仪式。双方代表签署的协议涵盖技术研发、生态共建、业务拓展等多个核心领域,为行业树立了长期主义合作的新典范。

根据协议,双方将充分发挥各自在智造、技术、资源与市场等方面的优势,聚焦智能底盘、换电等前沿领域开展联合研发,其中针对广汽传祺车型规划推进的磐石底盘技术搭载,将进一步提升整车驾乘质感与安全标准。在业务布局方面,除传统动力电池供应合作外,双方还将拓展电池租赁、联合建站等创新业务,全力推动巧克力换电生态发展,构建“即换即走”的高效能源服务网络,为用户提供多元化的出行解决方案。

广汽集团相关人士在接受《证券日报》记者采访时表示,此次全面战略合作协议的签署,是广汽集团和宁德时代在多年互信共赢基础上的又一次重大升级,充分彰显了双方对深化合作前景的坚定信念。作为新能源汽车领域的引领者,广汽集团近年来在能源生态领域已进行全面布局并积累了深厚底蕴,还不断拓展产业“朋友圈”,强化产业链协同创新。面向未来,广汽集团与宁德时代将以更为紧密的协同机制,持续拓展合作边界,聚焦广汽旗下品牌加速电动化转型,推动新能源汽车领域规模化发展,共同构建体系化的产业生态圈,助力我国新能源汽车产业迈向高质量发展新阶段。

在业内人士看来,双方此次合作为行业树立了长期主义合作模式。在长期主义的理念引导下,企业通过深度协同破解技术创新成果转化瓶颈、产业链稳定性不足等行业难题,为新能源产业转型升级注入持久动力。

“此次宁德时代与广汽集团的‘十年之约’,也体现了新能源产业已从初期的规模快速扩张阶段步入转型升级的关键时期,需要依靠产业链上下游企业的协同来实现更高质量的发展。”黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示,目前新能源汽车产业链依然面临价格波动、产能结构性调整等短期挑战,同时也迎来智能化、全球化、一体化的长期机遇,而产业链上下游的协同效率成为决定企业竞争力的核心要素。

张翔进一步表示,双方此次合作将围绕“技术—产品—生态”的全链路协同展开。宁德时代与广汽集团通过长期合作锁定供需关系、共享资源网络,同时也能帮助上游企业稳定产能利用率,形成风险共担、利益共享的协同机制。随着合作的逐步推进,预计将有更多产业链企业加入长期合作阵营。

37家A股公司 抢先完成三季度分红

■本报记者 桂小笋

同花顺FinD数据显示,截至11月12日,已有37家公司完成三季度分红方案的实施。按照分红数量和对应公司的股本计算,这37家公司向投资者派发的现金红利总额超过63亿元。

深圳市前海排排网基金销售有限公司研究总监刘有华告诉《证券日报》记者,2025年上市公司注重现金分红,源于监管引导与企业盈利改善的双重赋能。陆续出台的政策直接激活市场参与热情,而企业的业绩也保障了分红的力度,双向合力使得更多企业的季度分红从“可选动作”变为“可行方案”。

近年来,多项政策相继发布,鼓励上市公司进行现金分红,为投资者提供稳定、合理的回报。查阅A股公司的公开信息可以看到,越来越多的上市公司公布了分红计划,让投资者有了明确的回报预期。

珠海黑崎资本投资管理合伙企业首席战略官陈兴文对《证券日报》记者表示,不同企业在制定分红政策时存在差异。成熟行业的龙头企业可以建立常态化的分红机制,成长型企业则需要平衡回报和再投资能力。不过,建议更多企业从更高层面认识分红的积极意义,通过透明的分红指引和持续的回报实践,形成“分红提升估值、估值支撑发展”的良性循环。

除了年度、半年度分红,还有很多上市公司积极推出特别分红方案。

11月12日,三达膜环境技术股份有限公司(以下简称“三达膜”)发布公告,拟向全体股东按每10股派发现金红利2.1元(含税)的方案进行特别分红。三达膜在公告中提到,鉴于近几年经营业绩稳定、资产负债结构健康,在充分保障日常生产经营、研发投入及未来发展资金需求的前提下,为积极回报全体股东,与股东共享公司发展成果,同时传递公司对长期发展的坚定信心,经公司董事会决议,拟实施本次特别分红。方案尚需提交公司董事会审议。

在更多上市公司的公告中,对于分红的深层次影响,上市公司也会进行说明,告知投资者提出的分红方案综合考虑了公司发展阶段、未来资金需求等因素,不会对公司经营现金流产生重大影响,也不会影响公司的正常经营和长期发展。

刘有华表示,对企业来说,现金分红既传递出盈利稳定性增强的信号,也标志着企业从“扩张积累期”迈向“股东回报期”;对投资者和市场而言,分红的价值更为深远,持续可预期的回报精准契合长期资本需求,推动投资者结构优化和市场韧性提升。同时,分红收益引导投资者从短期交易博弈转向长期价值持有。

“从政策驱动到内生自觉,从数量积累到质量飞跃,分红机制的完善需要企业、监管和市场协同合作。”陈兴文说,当更多企业真正实现“创造现金流、持续分享、治理透明”的统一,分红将不再仅仅是股东的“红包”,更会成为企业成长和市场繁荣的“双赢密码”,推动A股在国际化浪潮中筑牢价值根基。

银行再度上调积存金起投门槛

■本报记者 彭妍

近期,国际金价显著回升,历经震荡后重回4100美元/盎司关口。在此背景下,多家银行相继调整黄金积存业务规则,再度提高认购及定投的起点金额。部分银行的定投最低门槛已提升至1500元,行业积存金的起投标准也同步刷新了历史新高。

受访人士分析表示,银行近期频繁上调积存金门槛,核心原因主要有两方面:一是防范黄金市场波动所引发的潜在风险,二是确保业务符合监管要求、保障合规运营。同时,投资者参与黄金积存业务时,需重点关注金价波动和资金流动性这两大风险,结合自身财务状况与风险偏好,理性规划资产配置。

满足监管要求

截至北京时间11月12日《证券

日报》记者发稿,伦敦现货黄金报价达到4121.79美元/盎司,国际金价在短期内持续走强。在此背景下,多家银行密集发布公告调整积存金业务门槛。

11月11日,中信银行发布公告称,为顺应市场形势变化,自2025年11月15日起,将积存金定期积存计划定时定额的最低定投金额从1000元调整为1500元人民币。定期积存计划定时定量的最低定投克重保持不变,仍为1克起存。

同日,建设银行发布公告称,为保护投资者权益,修订了《中国建设银行个人黄金积存业务产品介绍及交易规则》,内容主要涉及交易报价、巨额赎回等事项。新版文本将于2025年11月15日正式启用。值得一提的是,建设银行年内已对该业务的起投门槛进行过多次调整。

值得关注的是,今年以来银行积存金起投门槛已历经多轮上

调,且调整频次逐渐加快,尤其进入三季度后,上调力度进一步加大。据了解,自3月份起,建设银行、光大银行、招商银行等便陆续启动调整,多数银行将起投金额从600元逐步提升至650元或700元;进入下半年,调整力度持续加大,10月份以来,工商银行、中国银行、平安银行、兴业银行等纷纷跟进,将起投金额上调至1000元及以上。

上海金融与法律研究院研究员杨海平在接受《证券日报》记者采访时表示,按照人民银行《黄金积存业务管理暂行办法》确定的业务规则,黄金积存业务的起投点与黄金价格呈正相关关系。随着黄金价格突破新高,商业银行需要上调积存金起投点以满足监管要求。

同时,杨海平表示,下一阶段,黄金价格在地缘政治风险、金融市场风险以及去美元化趋势的推动下,仍有上涨空间,预计后续起投

门槛还将上调。

抑制非理性追涨

业内人士表示,近期银行密集上调黄金积存金起投门槛,这一举措既是商业银行保障业务稳健运营的主动调整,也是向广大投资者提示风险。投资者需理性看待黄金资产配置,重点防范市场波动和流动性不足这两大风险,切勿盲目追高。

苏商银行特约研究员高政扬向《证券日报》记者表示,对银行而言,提高积存金起投门槛具有双重意义:一方面能有效降低业务操作风险与合规压力,同时筛选出高净值客户以提升整体业务质量;但另一方面,也可能导致小额投资者参与度下降,对业务规模的扩张产生一定影响。因此,银行需通过加强客户教育、丰富增值服务等方式,持续增强客户黏性。

杨海平表示,对投资者而言,银行上调积存金起投门槛本质上是明

国产创新药为应对流感提供“中国方案”

■本报记者 丁堃

根据中国疾病预防控制中心发布的中国流感监测周报,近期我国南方、北方多省份流感活动上升。

与往年流感季不同,《证券日报》记者在北京多家药店走访调研时发现,已有不少人在购买流感药品时,询问并购买国产创新药。

2025年被誉为“国产流感创新药元年”。苏商银行特约研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时表示:“国产流感创新药密集取得进展,是我国医药创新能力持续提升的必然成果。近年来,国家在医药创新领域加大政策扶持力度,药企积极开展创新,共同推动国产创新药的发展。”

多款国产流感创新药上市

今年以来,多款流感创新药获

批上市。3月份,由青峰医药集团有限公司子公司江西科睿药业有限公司研发的玛舒拉沙韦片(商品名为“伊速达”)正式获批上市。

5月份,广东众生药业股份有限公司(以下简称“众生药业”)子公司广东众生睿创生物科技有限公司自主研发的创新药物昂拉地韦片(商品名为“安睿威”)获批上市。

7月份,湖北济川药业股份有限公司(以下简称“济川药业”)与南京征祥医药有限公司合作的创新药济可舒(商品名为“玛晒洛沙韦片”)获批上市。

还有多家药企的流感创新药正在加速推进。健康元药业集团股份有限公司相关负责人近日在接受机构调研时公开表示:“公司的玛帕西沙韦胶囊已进入审评后期,正全力配合监管部门推进剩

余审评流程,力争赶在今冬流感高发季前实现上市,以更好地满足临床用药需求。”

陕西巨丰投资资讯有限责任公司高级投资顾问丁臻宇在接受《证券日报》记者采访时表示:“流感感药物曾长期被进口药占据市场,奥司他韦曾占据超八成市场份额。今年多款国产创新药上市,为流感患者的治疗带来‘中国方案’,不仅能保障药品供应,避免流感季出现一药难求的情况,还能通过差异化技术优化治疗效果,未来有望改写进口药主导的市场格局。”

有望改写行业格局

我国药企不仅在流感创新药研发方面积极发力,而且积极提升医务工作者与大众对产品特性的

认知,在商业化方面不断取得进展。

众生药业围绕学术生态构建、数字化服务升级、关键项目实施三大维度深化营销创新。在数字化服务升级方面,该公司深度融合互联网技术与创新商业模式,打造精准化医疗解决方案,为医务工作者提供智能化诊疗支持,为患者构建全链路药事服务体系,以数字化赋能提升医患双方的信任价值。

济川药业把握流感季的用药需求,积极拓展线上销售渠道。该公司相关负责人近日在交易所互动平台表示:“目前已在京东健康平台线上首发,公司将有序推进济可舒的市场推广工作。”

国产创新药的发展离不开政策的保驾护航。今年,国家医保局、国家卫生健康委印发的《支持