

# 2025年12月25日财经新闻AI解读

## 文章目录

- [1. 黄金价格飙涨，美国开市客兴起“淘金热” \[AI解读\]](#)
- [2. 机器人“打零工”时代开启，有平台日租价腰斩最低降至200多元](#)
- [3. 外贸征战欧洲这一年：比以前更卷了，但还是能“卷出来” \[AI解读\]](#)
- [4. AI创造全民高收入？“不存钱时代”离我们有多远？ \[AI解读\]](#)
- [5. 仅次于流感，这种病毒流行强度增强，近两月中招聘人数比去年多5倍](#)
- [6. “城乡居民增收计划”可从五大维度推进](#)
- [7. 公众认知与“新中体”：中国消费市场品牌危机逻辑的底层变迁（三） \[AI解读\]](#)
- [8. 聚焦“三化”转型，上海如何推动国际航运中心能级跃升？](#)
- [9. 一图读懂《上海市加强开源体系建设实施方案》](#)
- [10. 一图读懂《关于支持长三角G60科创走廊策源地建设的若干措施》](#)
- [11. 德铁买中国大巴德国财长这么说，中企如何“迎难而上”](#)
- [12. 新版外商投资目录来了，哪些变化值得关注 \[AI解读\]](#)
- [13. 讯飞、支付宝、百度连拿上亿大单，医疗AI商业化要走通了？](#)

# 黄金价格飙涨，美国开市客兴起“淘金热”

来源: <https://www.yicai.com/news/102974882.html>

创建时间: 2025-12-25 18:00:01

## 原文内容:

“每个会员每次交易最多购买4件，每24小时最多购买4件”，这是美国开市客（Costco）网站上对黄金产品的限购条款。

在加利福尼亚州生活的萨利（化名）对记者表示，2023年底，开市客开始销售1盎司的金条产品，有两种选择：PAMP Suisse Lady Fortuna Veriscan金条和Rand Refinery金条，在2023年底的价格大概在1950-1980美元/盎司，尽管价格不菲，她还是果断购入，截至12月，以她购买的PAMP Suisse Lady Fortuna Veriscan金条为例，售价已经跟随黄金市场的走势上涨到了4200美元左右，涨幅超过100%了。

开市客首席财务官米勒奇普（Gary Millerchip）在本月早些时候的财报电话会议上表示，在截至11月23日的季度中，黄金与珠宝、健康和美容产品一样，是销售额实现两位数增长的产品类别之一。虽然开市客没有透露具体销售额，但富国银行此前估计，每月金条和银币的销售额达到1亿至2亿美元。

## 开市客的“淘金热”

12月24日，伦敦现货黄金价格站上4500美元/盎司关口，今年累计涨逾70%。2025年初，黄金每盎司约2600美元。

开市客前首席执行官家兰迪（Richard Galanti）曾表示，网站黄金产品通常会在发布后“几小时内”售罄。

开市客最近一个财年的数字销售额比上一年增长了15.6%，去年比2023年增长16.1%。

由于黄金和白银是开市客会员专属商品，因此围绕这些贵金属的讨论也是吸引新会员注册的一种方式。萨利说，她身边有朋友的确为了在开市客购买黄金产品而注册会员，因为对于已经卖到了4000美元以上的金条产品来说，65美元的会员费又算得了什么呢？

记者查阅开市客美国网站，前述金条产品的评论中，有顾客写：“我在2389美元的时候买了这些金条，多么好的投资！”

开市客的金条售价仅略高于现货价格，通常加价2%到3%，比传统经销商更容易入手。目前一盎司的PAMP Suisse Lady Fortuna Veriscan金条售价约为4500美元，包含运费，这吸引了那些对其他地方高溢价感到担忧的普通投资者。又如，加拿大枫叶银币等银币的入门价

格低于50美元，吸引了预算有限的顾客。

分析认为，开市客的模式利用会员制结构，将购买限制在会员范围内，加之限购，这种销售方式刺激了需求，使原本可能只是小众商品的贵金属产品炙手可热。开市客的电商平台流量激增，贵金属销售额对在线收入的贡献显著，据报道，在线收入同比增长了20%。

并非个例

沃尔玛等开市客的竞争对手也涉足贵金属产品。开市客的金条供应链涉及与加拿大皇家造币厂等精炼厂的合作，每根金条都附有序列号和检测证书，有效降低了在监管不严的市场中常见的假冒风险。

同时，会员福利进一步增强了吸引力。譬如，高级会员可获得2%的购物返利，这可以与信用卡福利叠加，如果使用开市的Anywhere Visa信用卡最高可获得4%返利。

萨利对记者表示，在现实中也看到有一些买家看到了其中的获利点，譬如自行转售金条获利或使用返利来抵消成本，这也是开市客限购的原因之一。

开市客高管曾暗示，为了保持增长势头，可能会扩大贵金属产品线，例如铂金或主题收藏品。

据报道，有行业专家预测，如果经济不确定性持续存在，到2027年，开市客的贵金属业务年销售额可能超过30亿美元，提升公司的盈利能力，美国人财富保值的方式也可能发生转变。

**AI解读：**

**核心内容总结**

美国Costco（开市客）通过会员制+限购的方式卖黄金/白银火了：黄金价格一年涨超70%，Costco的金条加价仅2%-3%（比传统渠道便宜），加上限购刺激抢购，不仅让贵金属销售额实现两位数增长（每月1-2亿美元），还吸引了大量新会员（有人为买黄金特意办65美元会员）；线上收入因此同比涨20%，竞争对手如沃尔玛也跟着学；未来Costco可能扩产品线（铂金/收藏品），专家预测2027年该业务年销售额或超30亿美元，改变美国人财富保值方式。

**拆解解读**

**1. Costco的黄金为啥抢都抢不到？**

**Costco卖黄金能火，核心是“性价比+稀缺感”双buff叠加：**

- 价格真的香：金条售价只比国际实时金价高2%-3%（比如现在1盎司金条卖4500美元，几乎等于现货价），传统经销商加价可能更高，普通投资者怕被坑就选它；银币入门价不到50美元，预算少的人也买得起。

- 越限越想买：每人每次最多买4件、24小时内最多4件，加上只有会员能买，直接把黄金变成“紧俏货”——就像限量款球鞋，越难抢越多人想要，网站上的黄金经常几小时内售罄。

- 黄金本身涨疯了：2023年底1盎司黄金才1950美元左右，现在伦敦现货价破4500美元，一年涨超70%；有人2389美元买的金条，现在翻了近一倍，大家都觉得“买了就是赚”。

## 2. 卖黄金给Costco带来了哪些“甜头”？

这门生意不仅赚了钱，还帮Costco拉新、提流量：

- 新会员哗哗来：有人为了买4000多美元的金条，特意花65美元办会员——对比金条价格，会员费简直“九牛一毛”；

- 线上收入暴涨：贵金属带动电商流量激增，在线收入同比涨20%，成为线上收入的重要来源；

- 销售额两位数增长：黄金和珠宝、美妆一起，是Costco季度销售额两位数增长的品类之一，富国银行估计每月金条银币卖1-2亿美元。

## 3. 普通人买Costco黄金，图的是啥？

除了赚钱，还有这些实在好处：

- 投资保值不踩坑：黄金价格涨得快，有人买了几个月就赚100%；而且Costco的金条有造币厂的序列号和检测证书，不怕买到假的（监管松的市场里假黄金常见）；

- 门槛低，谁都能试：银币比如加拿大枫叶银币不到50美元，预算少的人也能买；金条虽然贵，但加价少，比传统经销商容易入手；

- 返利能抵消成本：高级会员买黄金能返2%，用Costco的信用卡最多返4%——比如买4500美元金条，返4%就是180美元，比65美元会员费还多，等于“白嫖”会员还赚钱。

## 4. Costco卖黄金的模式，玩出了啥新花样？

它把“会员制+限购”的老玩法用到贵金属上，效果出奇好：

- 会员+限购制造稀缺：只有会员能买，再加上限购，让原本小众的黄金变成“抢不到的香饽饽”，刺激大家赶紧下单；

- 供应链靠谱又便宜：和加拿大皇家造币厂等大厂合作，拿到的货既保真又低价，加价2%-3%就能卖，比传统经销商有优势；
- 线上流量最大化：Costco电商本来就火，把黄金放线上卖，直接带动流量和销售额，线上收入涨20%就靠它。

## 5. 这个趋势会持续吗？

大概率会，而且还会扩大：

- 竞争对手跟着学：沃尔玛等对手也开始卖贵金属，说明这个模式被认可；
- 产品线要扩张：Costco高管暗示可能卖铂金或主题收藏品（比如纪念币），吸引更多人；
- 未来规模可能超30亿：专家预测，如果经济不确定性持续（大家更想保值），2027年Costco贵金属年销售额能超30亿美元，不仅提升公司利润，还可能改变美国人的理财方式——以前可能买股票基金，现在更多人买黄金。

## 一句话总结

Costco用“便宜+抢不到”的套路，把黄金从“高端投资品”变成“普通人能买的香饽饽”，既赚了钱又拉了新会员，还可能改变美国人的理财习惯——这波操作，确实聪明！

---

## 机器人“打零工”时代开启，有平台日租价腰斩最低降至200多元

来源：<https://www.yicai.com/news/102974805.html>

创建时间：2025-12-25 18:00:03

### 原文内容：

临近岁末年初，随着各种年会和商业演出需求增加，作为技术“顶流”的机器人自然不能缺席这场“盛宴”。

第一财经记者注意到，近期一些提供机器人租赁服务的平台悄然兴起。这种服务按日收取租金，可以视为让机器人“打零工”。而随着越来越多的此类平台上线，曾经日租金上万元的机器人租赁价格也已经打成了“骨折价”，低至数百元至上千不等。

高科技“零工经济”崛起

据某最新上线的机器人租赁平台介绍，该公司提供基础版、舞蹈版机器人及机器狗租赁，日租金从200元起，提供年会表演等场景服务，还计划引入机器人操作员培训和保险服务。

第一财经记者随机拨通相关电商平台上位于上海第一家机器人租赁公司的电话。该公司称代理宇树机器人以及智元机器人等多个品牌。随后，相关工作人员向记者发来一份报价单，宇树U2跳舞机器人租赁参考价格为5000元/台/天，最便宜的是宇树Go2Air机器狗，租赁价格为1000元/台/天；智元机器人租赁价格相对较高，智元远征A2机器人号称能完成高级智能互动，租赁价格为1万元/台/天，智元灵犀X2机器人的租赁价格为6000元/台/天。这些价格都包括了配套的技术人员以及运输物流费用。

上述租赁公司的工作人员告诉第一财经记者，几百元的价格实际上是用来“引流”的。“点进去之后会有各种附加的费用，所以整体费用不可能有那么低的价格。”她表示。

她还介绍称，现在需求最多的是跳舞表演的机器人，不同机器人跳的舞蹈动作不太一样，现在外面看到的视频大部分都是宇树机器人跳的舞蹈，这款需求最多。

第一财经记者随后又致电另一家机器人租赁平台，一位工作人员告诉第一财经记者：“这段时间机器人租赁业务非常火爆，大部分是用于年会的，现在基本已经排到2月份了，确定哪天活动就要赶紧下单了，比如如果1月底需要，那么会比较紧张，我们会尽量协调。”他还表示，除了档期之外，目前价格浮动也很大，基本一天一个价格。

机器人具体能完成哪些任务？根据相关租赁平台发给第一财经记者的一份介绍，机器人可以完成包括签到迎宾、打太极、挥手比心、嘉宾引导、舞蹈秀、扫码互动、倒计时振臂高呼等各类任务。

机器人租赁市场从今年春节后开始兴起，引爆需求的是宇树机器人在春晚上的表演。这也直接催生了机器人租赁服务（RaaS）市场。机器人文艺表演并不是高频需求，企业现在无需购买一台几十万的高端机器人产品，需要花费数千元，就能按需获得机器人服务，而且“随叫随到”，机器人的“零工经济”时代正在到来。

宇树科技创始人CEO王兴兴在近期于黑龙江举行的一场世界旅游经济论坛上表示：“今年机器人市场的变化比较大，包括机器人租赁市场也非常火热。未来人形机器人的文艺表演及参与的各种活动还是会非常多，今年可能只是个起点。”

他还表示，宇树也做机器人的软件升级，除了跳舞能力得到提升之外，希望未来机器人在做任何跳舞动作时，一旦受到干扰可以快速恢复站立。“这是非常重要的能力，也是我们前段时间升级的技能。”王兴兴说道。

百亿级规模租赁市场暗战爆发

据智元机器人预估，如今的机器人租赁市场已经突破了10亿元，明年预计规模不会低于100亿元。

近日，智元机器人还首次推出了自己的机器人租赁平台“擎天租”，并对外“招商”称：“欢迎所有全国甚至全球的机器人厂家入驻我们，这会像滴滴打车一样方便，且不限定车型。”

随着机器人“打零工”需求的增加，这些“劳动力”也需要得到保障。对于在租赁过程中机器人遇到的损伤和意外，“擎天租”平台称已经与保险公司合作，推出机器人本地险和第三责任险等险种，由保险公司承担相应费用，以保障机器人的“打工权益”。

据第一财经记者了解，目前宇树科技尚未推出自己的平台。相关机器人代理商告诉第一财经记者：“宇树的重心是研发，自己不做机器人租赁，也不会借机器人给代理商，都是由代理商自己买下来做租赁的。我们对外出租的机器人大部分都是自己买的，全国派单，国外也有发货，大部分是跟展会相关的。”

火爆的机器人租赁市场背后也存在隐忧。有业内人士还向第一财经记者指出，目前机器人行业仍然缺乏行业统一的技术和服务标准，一些小厂商以低价抢占市场，但故障率高，行业的标准化程度有待提升。

“租不同品牌的机器人有点像‘开盲盒’，比如同样是迎宾机器人，有的能对话2小时，有的聊了20分钟就宕机。”一位机器人厂商相关负责人对第一财经记者表示，“有的能精准导航位置，有的到处撞墙。”

针对近期火热的机器人短租市场，国内智能硬件供需平台溪河数智CEO孙宇告诉第一财经记者：“短租的问题是可能只会在某个时间段有生意，比如逢年过节或者商业类活动，而且短租市场价格竞争非常激烈，机器人处于闲置的状态的风险比较高。”

孙宇表示，溪河数智正在考虑是否进入机器人的长租市场。“我们的机器人不做表演类，只做企业级应用，面向巡检、探察等工作，按年收费，这样收入比较有保障。”他说道，“但现在整个市场的生意都难做，我们也在计算长租市场体量有多大。”

孙宇还称，未来机器人租赁市场的竞争更应该是智能化服务的竞争。“机器人租赁应该演变为‘智能即服务’——租的不仅仅是机器人的身体，更是它背后的大脑和大数据能力。”他表示。这意味着，谁能率先完成从“设备租赁商”到“智能服务运营商”的转型，谁就能在下一阶段的竞争中占据制高点。

例如，瞄准“智能即服务”市场，溪河数智推出了一款专注于AI智能硬件领域的垂直型对话式人工智能服务，通过整合前沿大语言模型技术、实时网络搜索能力和深度行业知识库

，为企业在复杂的AI硬件采购、技术方案设计及市场决策过程中提供数据驱动的智能支持。

## 外贸征战欧洲这一年：比以前更卷了，但还是能“卷出来”

来源：<https://www.yicai.com/news/102974984.html>

创建时间：2025-12-25 18:00:04

### 原文内容：

在美国发起关税战的大背景下，各大外贸相关平台及企业纷纷加码市场多元化开拓，而欧洲作为消费力不输美国的成熟市场，成为了企业2025年的重中之重。

但这也引发了欧洲市场贸易壁垒提高及合规风险加剧，中国企业在收获增量的同时，其产品力、品牌力和组织能力也面临更高的挑战。

### 真实体感

“卷是必然的。”深圳桑椹汽配科技有限公司副总经理黎浩宇告诉第一财经，他们在欧洲市场的实际体感，是更激烈的竞争。然而，随着跨境电商平台、物流服务商等贸易链条的多个环节都更多转向欧洲，也让整个生态变得更丰富了。由于欧洲市场相较美国和其他国家存在更高的合规门槛，这让当前的“卷”更多是非同质化的卷，也意味着外贸企业仍有机会，可以在合适的定位中“卷出来”。

欧洲市场带给中国外贸企业的增量是明确且显著的。海关数据显示，2025年前11月，中国对欧盟的出口增长8.9%，其中对德国、荷兰、法国、意大利均保持正增长，分别增长11.0%、3.2%、8.7%和11.0%。

受益于欧洲市场电商化的持续渗透，越来越多的线下购买行为也在向线上转移，这进一步推动了中国跨境电商业务的增长。

全球电子商务平台eBay在近日举办的2025年度汽配卖家峰会上公布的数据颇为典型：以德国站和英国站为例，过去三年间，英国站战略品类增势迅猛，中国卖家在英国站销售的制动盘增长16倍，尾灯总成增长9倍，水箱散热器增长超4倍；而德国站的减震器销量增长9倍，充电桩、充电枪增长6.5倍，头灯总成增长3.5倍。也就在今年早前，eBay预测2025年欧洲市场的销售增速将明显大于美国，也明确鼓励中国卖家加大力度开拓欧洲市场。

今年年初阿里国际站也表示，在继续重点投入美国等传统外贸市场外，还将围绕欧洲的核心国家市场翻倍投入。今年，国际站上的欧洲市场订单增速达到57%，平台还首次在欧洲举办了中小企业峰会CoCreate，吸引了上千名当地企业主参与。

国际市场研究公司益普索Ipsos于12月25日发布的《2025中国品牌全球信任指数》显示，2025年发达国家对中国品牌的净信任度首次摆脱负值。非常信任/比较信任中国品牌的比例为36%，较去年上升6个百分点。其中在英国上升尤其明显，较去年上升10个百分点，较2021年上升20个百分点。

欧洲是深圳欣盛商科技有限公司的主要出口市场之一，今年他们在欧洲业务的增长接近9成。该公司CEO姜振阳对第一财经表示，今年很多人都看到了欧洲的机会，所以更激烈的竞争不可避免。这也与欧洲在税务、环保等多维度的监管升级相对应，更强的监管应该更多理解为“回归商业的本质”，所以企业在直面更大挑战的同时，也应看到长期的机会。

“草莽型企业很难增长了，而那些在细分赛道做得很深很透的企业往往增长迅速。”在姜振阳看来，如果能够真正理解并按照欧洲在税务、环保等方面的监管要求去做，基于中国供应链的优势也仍然有很大的增长空间，“即使按要求做到合规，中国制造的产品（与欧洲当地相比）也还是有利润差距的”。

欧洲市场“更卷了”，但对比美国和其他市场而言，因为合规门槛较高，所以又“还没那么卷”，这是当前在欧洲市场活下来且处于增长通道的企业较为一致的感受。

一名跨境电商服务商企业负责人告诉第一财经，即使越来越多中国企业开始转战欧洲，但中国制造的产品在欧洲市场还远远没有占到最主要的市场份额，这说明还有大量来自欧美的品牌及卖家在做生意，也意味着中国企业更主要的竞争对手是欧美企业而非中国同行，“不再是中国卖家之间的卷，而是和海外的零售品牌卷，赚的钱会比以前更多”。

该负责人认为，在中企加速“出海”的当下，实现全方位的合规才能够确保自身在当地市场的竞争力，这是必须走的路。目前的经验来看，合规化的前提下，中国品牌和海外品牌相比仍然具有成本优势。而更高的监管对中国企业的长期发展是利好，“如果不用心投入长期经营，或许本来就不该你赚钱”。未来应该也必然是中国真正有竞争优势的企业在全球市场立足并实现快速发展。

“欧洲在汽车工业领域是有沉淀的，所以当地的消费者对于当地品牌沉淀会更久一些。”黎浩宇表示，这就需要中国企业提供更有竞争力的产品与品牌，确保为欧洲消费者提供的服务与体验能够接近欧洲的本土品牌。作为后来者，企业可以尝试先从更细分的产品线起步，在欧洲市场试水并逐步开疆拓土。

基于中国品牌在满足高合规要求的前提下仍能保持性价比优势，跨境电商海外仓服务商万邑通集团副总裁汪思杰提出，越来越多中国企业还可能延长并多元化经营模式，比如从原本2C端延伸到2B端，“让当地更多的零售商也来卖中国的品牌”。

跨境电商的红利还在惠及更多西部地区。在阿里国际站上，今年重庆中小企业在平台上的出口额同比增长了42%。

关于欧洲即将取消150欧元以下进口小额包裹的关税豁免等政策变动，汪思杰认为，对汽配品类而言，由于发货时效要求高、商品尺寸重量范围大，多通过海外本地发货的模式，较少通过从中国直邮海外，因此受到小额包裹免税取消的影响较小。

不过，和美国这样相对统一的大市场不同，开拓欧洲市场需要面对大量不同文化与法规的国家，也意味着中国企业需要进行更加精细的本土化运营。根据汪思杰的观察，未来在跨境电商领域的物流场景将会有越来越多的细分操作，因为当交易达到合理的规模化，那么每一个细分领域都足以支撑起相应的物流业务，从而建立起更高效也更可持续的电商履约场景。

## 来年计划

欧洲市场初战告捷，并不意味着来年就能松懈或再换战场。对欧出口增长良好，并不意味着美国市场能够轻易放弃。

eBay发布的2026年战略称，将聚焦双核市场，即“深耕美国优势，入局欧洲蓝海”。

面对全球更加严峻复杂的经济形势，eBay国际跨境贸易事业部大中华区总经理林文奎表示，跨境电商正在进入全球多元化布局的关键阶段，而中国卖家在全球汽配等市场大有可为。美国的汽配市场线上增长很快，中国汽配企业也保持强劲增长。相较而言，欧洲线下容量仍然明显超过线上，这意味着线上还有极大的拓展空间，跨境电商的增速将持续放大。

“去欧洲试水绝对是没错的，不仅有规模的红利，而且当前大部分企业还主要聚集在美国市场，欧洲市场整体的跨境电商渗透率低于美国。”eBay跨境贸易事业部中国大客户团队华南区总经理黄步进说，欧洲在未来十年里都是具有增长潜力的重要市场。与此同时，有些品类至今在美国也仍是蓝海，值得继续深耕。

近年来，越来越多此前认为不那么适合跨境电商销售的高价值、高门槛的“大重件”及核心维修部件展现出强劲增长势头。eBay平台数据显示，以美国站为例，中国卖家的发动机总成销售年增长高达5倍，变速器总成增长超60%，保险杠增长45%。此外，商用车配件正成为一个高速增长的多赛道，商用车重卡转向节的两年增长率超56%，彰显出B端专业化采购正加速向线上平台迁移。

B2B跨境电商平台阿里国际站相关负责人表示，今年他们也在欧洲实现了显著的增长，接下来将同时推动美国和欧洲市场的发展，在欧美市场持续加大投入。

姜振阳提出，明年他们将在欧洲持续寻求新市场的开拓，“以前聚焦英德法意西，今年已经开始考察波兰和荷兰等市场了，将继续巩固现有市场，同时开拓新的市场”。另外，他们还将借助AI（人工智能）工具持续提高效率，保持业绩的快速增长。

黎浩宇表示，来年的计划是继续推动“产品出海”到“品牌出海”的跨越。对企业而言，要加强的终归是三大核心能力，即敏捷的供应链、专业的销售团队以及可靠且丰富的产品。

上述益普索《2025中国品牌全球信任指数》提出，在关税战的背景下，美国消费者对中国品牌的信任度还在大幅上升，48%的受访者非常信任和比较信任中国品牌，较去年增长6个百分点。新兴市场对

## AI解读：

### 核心内容总结

在美国关税战压力下，中国外贸企业纷纷把欧洲作为2025年重点开拓市场，欧洲带来了明确的出口增量（前11月对欧盟出口增8.9%），但也面临更高的合规门槛和非同质化竞争。企业需要通过合规经营、细分赛道深耕、产品/品牌升级来抓住机会，同时不能放弃美国市场，未来要走“欧洲+美国”双核布局之路，还要用AI等工具提升效率。

### 详细解读

#### 1. 欧洲市场为啥突然成了中国外贸的香饽饽？

简单说，欧洲是块“肥肉”：消费力强（和美国差不多），电商渗透率还在快速上升（线下买东西的人越来越转线上），给中国卖家留了很多空间。

- 数据说话：2025年前11月中国对欧盟出口涨8.9%，德国、意大利都涨了11%；eBay上中国卖家的制动盘在英国卖多了16倍，减震器在德国卖多了9倍；阿里国际站欧洲订单增速达57%。
- 平台助推：eBay鼓励卖家攻欧洲，阿里国际站在欧洲翻倍投入还办了中小企业峰会，物流、支付等配套也越来越完善，整个生态变丰富了。
- 替代美国市场：美国关税战让企业不敢只盯美国，欧洲成了最靠谱的“备胎”，而且增长比美国快（eBay预测2025欧洲增速大于美国）。

#### 2. 欧洲的“卷”和以前不一样：不是中国卖家互掐，是和欧美品牌比本事

## 大家都说欧洲“卷”，但这种卷是“高级卷”：

- 不是价格战：欧洲合规门槛高（比如环保、税务规矩多），草莽企业进不来，剩下的企业卖的不是一模一样的东西，不用打低价战（叫“非同质化卷”）。
- 对手变了：以前在其他市场可能是中国卖家互相抢生意，现在欧洲的主要对手是欧美本土品牌（比如汽车配件领域，欧洲消费者更认本地老品牌），但赚的钱更多（因为不是拼低价，是拼价值）。
- 细分赛道机会大：比如欣盛商科技在细分领域增长9成，姜振阳说“细分赛道做深的企业增长快”，像商用车配件这种B端业务，两年涨了56%。

## 3. 合规是必答题：看似麻烦，其实是长期护身符

### 欧洲的规矩多（税务、环保、产品标准），但这不是坏事：

- 合规才能进门：服务商负责人说“合规是必须走的路”，不符合规矩根本没法在欧洲卖东西。
- 合规后还有优势：就算按规矩来，中国制造的成本还是比欧洲本土低（姜振阳说“合规了也有利润差距”），而且中国品牌的信任度在上升（益普索数据：36%欧洲人信任中国品牌，英国涨了10个百分点）。
- 筛选长期玩家：监管严能把只想赚快钱的企业淘汰掉，对认真做品牌、长期经营的企业更友好（“不用心投入长期经营，本来就不该你赚钱”）。

## 4. 怎么站稳脚跟？产品、品牌、模式都要升级

### 作为后来者，中国企业得拿出真本事：

- 产品先细分：比如黎浩宇说“先从细分产品线起步”，像制动盘、减震器这些具体配件，先在欧洲试水再扩张。
- 从卖货到做品牌：黎浩宇计划从“产品出海”到“品牌出海”，要让服务体验接近欧洲本土品牌（比如物流快不快、售后好不好）。
- 模式延伸：万邑通汪思杰说，企业可以从直接卖给消费者（2C）延伸到卖给当地零售商（2B），让更多欧洲商家帮着卖中国品牌。
- 三大核心能力：黎浩宇强调要加强敏捷供应链（快速响应订单）、专业销售团队（懂欧洲市场）、可靠产品（符合当地标准）。

## 5. 未来布局：欧洲美国两手抓，还要用AI、拓新市场

## 企业不能只盯欧洲，还要多元化：

- 双核战略：eBay提出“深耕美国，入局欧洲”，阿里国际站也同时推欧美市场（美国消费者对中国品牌信任度还涨了，48%信任）。
- 开拓新市场：姜振阳明年要去波兰、荷兰这些以前没重点做的欧洲国家，扩大地盘。
- 用AI提效率：欣盛商科技计划用AI工具降本增效，保持增长。
- B端机会大：商用车配件等B端业务增长快，说明企业采购也越来越喜欢线上买，这是新赛道。

总之，欧洲市场是中国外贸的新增长点，但不是“躺赢”的地方。企业要合规、做细分、升品牌，还要全球布局，这样才能在欧洲（和全球）市场真正站稳脚跟。` ``

---

## AI创造全民高收入？“不存钱时代”离我们有多远？

来源：<https://www.yicai.com/news/102974339.html>

创建时间：2025-12-25 18:00:05

### 原文内容：

（本文作者江瀚为盘古智库高级研究员）

近期，马斯克表示“人工智能将推动全民高收入，存钱的必要性将大幅降低”，引发社会关注。这一观点基于AI技术对生产力的深刻影响，与我国推动人工智能与实体经济深度融合的发展方向一致。当前，AI在优化生产流程、提升服务效率等方面正发挥积极作用，为经济社会发展注入新动能。但需强调，实现全民高收入需立足国情，通过国家统筹与制度保障稳步推进。

#### 一、马斯克：AI将创造全民高收入

全球首富埃隆·马斯克周三表示，虽然将于明年推出的“账户”是一项令人称道的举措，但他认为，在未来“全民高收入”将成为主流的情况下，存钱的必要性将大幅降低。

马斯克是在回复桥水基金创始人、投资大师雷·达里奥的帖子时作出这一表态的。达里奥在X帖中宣布，他将跟随迈克尔和苏珊·戴尔夫妇，为“账户”捐赠启动资金。

在同一活动中，戴尔夫妇宣布捐赠62.5亿美元助力该账户落地，为2500万名符合条件的儿童的账户注入初始资金。“戴尔夫妇的举动无疑是善举，但未来将不再有贫困，因此存钱也会失去意义。届时，全民高收入时代终将到来。”马斯克在其社交平台X上发文称。

马斯克曾在多个场合表示，他认为人工智能（AI）和机器人技术将消除贫困和工作必要，创造普遍的高收入水平。去年5月，马斯克在巴黎举行的Viva技术大会上发表讲话，在回答是否担心自己的工作被AI抢走的问题时，他表示，他认为最有可能的结果是AI和机器人技术将消除工作的必要性。

## 二、不要存钱时代真的要来了吗？

马斯克说的到底有没有道理？我们该怎么看？

首先，人工智能的确可以极大发展生产力。众所周知，根据大家熟悉的政治经济学原理，收入实际上是根据劳动价值理论所决定的，劳动创造价值，而收入是衡量劳动价值所支付的一种成本，根据这个理论，马斯克所说的“AI将创造全民高收入”并非空穴来风，而是基于人工智能正在深刻重塑生产方式与财富分配逻辑这一现实。

当前，AI已不再局限于辅助决策或优化流程，而是逐步具备自主执行复杂任务、甚至进行创造性工作的能力。从自动驾驶到智能客服，从医疗诊断到金融建模，AI正以惊人的速度替代人类在传统岗位上的角色。一旦AI系统实现全面自主运行，并能持续、高效、低成本地提供商品与服务，那么理论上，它确实可以成为新的“劳动者”，源源不断地创造社会财富。

在这种情境下，人类或许不再需要通过出卖劳动力换取收入，而是作为社会成员直接分享由AI系统所创造的剩余价值。这种设想，本质上是对“后稀缺社会”的一种技术乐观主义表达，当生产力足够发达，物质极大丰富，货币与储蓄的意义自然会弱化。

其次，机器人劳动所带来的财富并不简单。从劳动价值论的角度出发，人工智能所创造的劳动及其带来的财富该如何定义，这是当前经济学必须解决的关键问题。劳动价值论认为，商品的价值由生产商品所耗费的社会必要劳动时间决定。但人工智能的劳动与人类劳动有着本质的区别，它不需要像人类一样通过消耗体力和脑力来创造价值，其运行基于算法和数据，这使得传统的劳动价值理论在解释人工智能创造财富时面临挑战。

不过，当我们站在西方经济学的视角来看的时候，就会发现在短期内，无论是机器人的研发还是运维，都需要大量的成本投入。研发一款先进的智能机器人，需要投入大量的人力、物力和财力进行技术研发、算法优化和测试验证。而且，随着技术的不断更新换代，机器人还需要持续地维护和升级，以确保其性能的稳定和提升。这些成本的存在使得创造全民高收入在短期内只是一个美好的设想。

即使人工智能能够创造大量的财富，但这些财富的分配也是一个复杂的问题。在市场经济环境下，财富的分配往往受到多种因素的影响，如资本的占有、技术的垄断等。如果财富分配不均，即使社会总财富增加了，也难以实现全民高收入的目标。因此，要实现马斯克所描绘的全民高收入图景，不仅需要解决人工智能创造财富的定义问题，还需要建立公平合理的财富分配机制，这可能比技术还要困难。

第三，长期财富大幅度创造是有可能的。从长期发展视角来看，当AI技术达到极致成熟、人类对科技与能源的利用进入更高文明层次时，全民高收入与劳动解放的目标具备实现的现实基础。技术进步的终极方向是服务于人类的全面发展，当AI能够完全承担各类繁重、危险、重复性的劳动，人类将从生存性劳动中解放出来，专注于创造性、体验性、精神性的活动。

这一阶段的核心前提是科技与能源技术的协同突破：一方面，AI技术实现真正的通用智能，能够自主适配各类复杂生产场景。另一方面，清洁能源技术的成熟能够为AI大规模应用提供无限的能源支撑，打破资源约束对财富创造的限制。此时，财富创造将进入“零边际成本”的新阶段，社会财富总量足以支撑全民高收入的需求。

同时，随着人类文明层次的提升，社会价值导向将从“劳动至上”转向“存在价值至上”，财富分配将更多地基于社会成员的基本权利而非劳动贡献，这就为全民高收入的实现提供了制度与理念层面的保障。人类将不再为生存所需的物质财富担忧，存钱作为应对未来风险的手段，其必要性也将大幅降低。

第四，马斯克说的不过是一种美好的想象。从短期的实际情况来看，大家还是需要努力工作、努力赚钱。尽管人工智能的发展给我们带来了许多便利和机遇，但在现阶段，它还无法完全取代人类的劳动。许多行业仍然需要人类的专业知识、技能和创造力。

而且，当前的经济体系和社会结构也决定了收入与个人的努力和贡献密切相关。只有通过持续地奋斗，不断提升自己的能力和素质，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。不过，我们也不应忽视科技进步的力量。随着人工智能等技术的不断发展和完善，也许有一天，劳动力高度发达的时代会真正到来，那时，即使不需要太多的劳动，人们也能够过上富足美好的生活。

不过，我们必须清醒地认识到，当前人工智能依然处于发展的初期阶段，人工智能虽然在某些领域可以帮助人类进行生产劳动，但是人类需要付出的东西依然非常多，我们更需要考虑的是如何在人工智能的帮助下更好地生存，适应人工智能所带来的变革，而不是去考虑什么时候人工智能能让财富极大丰富。毕竟相比于远在未来的可能性，现阶段每个人的生存才是最关键的事情，既要仰望星空也必须要学会脚踏实地。

第一财经一财号独家首发，本文仅代表作者观点。

## AI解读：

### 核心内容总结

马斯克认为AI和机器人技术会彻底提升生产力，未来人人都能有高收入，存钱将变得没必要；但这个观点是基于技术极致成熟的乐观设想——短期来看，AI还无法完全替代人类劳动，财富分配也存在巨大难题，我们仍需努力工作存钱；长期若AI实现通用智能、清洁能源足够支撑，且分配制度公平，“全民高收入不用存钱”才有可能实现。

### 详细解读

#### 1. 马斯克为啥说“不用存钱”？

马斯克的表态不是突发奇想，而是他一直以来的AI乐观论延伸。这次是在回复桥水基金达里奥的帖子时说的：达里奥要给“儿童账户”捐钱，戴尔夫妇还捐了62.5亿美元给2500万孩子发启动资金。马斯克觉得这是善举，但未来AI会消除贫困，大家都有钱，存钱就失去意义了。

他之前也多次说过类似的话：比如去年在巴黎的技术大会上，有人问他怕不怕AI抢工作，他说“AI和机器人会让工作变得没必要”——意思是AI把所有活儿都干了，人类不用上班也能拿钱，自然不用存钱防穷。

#### 2. AI真能让全民变富吗？逻辑在这

AI提升生产力的逻辑其实很简单：它能像“超级劳动者”一样干活。比如现在的自动驾驶能替代司机、智能客服替代人工客服、AI医疗诊断比医生更快更准——这些都是AI在替人创造价值。如果未来AI能自主完成所有复杂任务（比如造汽车、写代码、甚至做科研），而且成本低、效率高，那它就能源源不断地生产商品和服务，创造大量社会财富。

按咱们常说的“干活创造价值”的道理，AI创造的财富，理论上可以分给所有人。到时候人类不用出卖劳动力换钱，直接分享AI的成果就行——这就是马斯克说“全民高收入”的核心逻辑。

#### 3. 最大的坎：财富怎么分才公平？

就算AI造了很多钱，也不代表人人都能拿到。这里有个绕不开的难题：财富分配。比如现在开发AI的都是大公司（像马斯克的OpenAI），如果AI创造的利润都被这些公司和股东拿走，普通人还是没份儿。新闻里也说，这比技术问题难多了——技术可以慢慢研发，但分配制度涉及到利益调整，比如要不要收“AI税”？要不要给普通人发“全民基本收入”？这些都需要国家统筹和制度保障，不是马斯克一句话就能解决的。

举个例子：假设AI一天造100亿，但90亿归了大公司，剩下10亿分给10亿人，每人只有1块钱——这显然不是“全民高收入”。所以，没有公平的分配机制，马斯克的设想就是空中楼阁。

#### 4. “不用存钱”短期是幻想，长期有希望？

分两个时间维度看：

- 短期（现在到未来10-20年）：别做梦，该存钱还得存

AI现在还处于“初级阶段”，很多工作离不开人（比如医生的临床经验、老师的情感沟通、艺术家的创造力）。而且当前经济体系还是“多劳多得”——你不上班就没收入，遇到生病、失业还得靠存款应急。所以马斯克说的“不用存钱”，现在听听就行，别当真。

- 长期（几十年后）：有可能，但得满足两个条件

一是技术足够成熟：AI能搞定所有活儿（通用智能），而且清洁能源（比如核聚变）能支撑AI24小时运行，不缺资源；二是制度变了：社会分配不再只看劳动贡献，而是给每个人基本保障（比如全民发钱）。到那时候，物质极大丰富，存钱防穷的意义就真的小了。

#### 5. 现在的我们该做啥？

别光盯着“不用存钱”的未来，得脚踏实地：

一是适应AI变革：学新技能，比如怎么和AI合作（像用ChatGPT写文案、用AI做数据分析），别被AI替代；二是理性存钱：短期还是要留足应急资金，应对生活风险；三是关注政策：比如国家怎么推动AI和实体经济融合，怎么解决财富分配问题——这些都会影响我们的未来。

简单说：既要相信科技的力量，也要过好当下的日子。

#### 最后一句话总结

马斯克的设想是美好的，但实现它需要技术、制度、社会观念的共同进步。现在的我们，该上班上班，该存钱存钱，同时别忘提升自己，准备迎接AI时代的变化。



仅次于流感，这种病毒流行强度增强，近两月中招聘人数比去年多5倍

来源：<https://www.yicai.com/news/102974879.html>

## 原文内容：

从一些地区疾控或者国家疾控最新公布的11月法定传染病疫情报告来看，今年手足口病的流行较去年同期明显增加。

广东疾控12月23日公布的报告显示，11月，广东省手足口病发病数共有2.89万例，在丙类传染病发病数中位列第二位，排在第一位的是流感。

江苏疾控12月12日公布的11月丙类传染病发病数居前三位的病种依次为：流行性感、手足口病、其他感染性腹泻病，占丙类传染病报告病例总数的99.83%。

中国疾控公布的11月全国丙类传染病发病数居前3位的病种依次为流行性感、手足口病和其他感染性腹泻病，占丙类传染病报告病例总数的99.8%。其中手足口病例发病数达到26.93万例，死亡1例。

而在10月，全国手足口病的发病数达到38.87万例，但没有出现死亡比例。

2025年10月、2025年11月这两个月加起来，全国手足口病的发病数累计达到65.8万例，是2024年同期的六倍多。2024年10月、2024年11日，全国手足口病的发病数分别为4.65万例、5.88万例，合计加起来约10.53万例。

手足口病是一种以手、足和口腔部位出现皮疹或疱疹为主要特征的急性传染病。它由肠道病毒感染引起，其中最常见的是柯萨奇病毒A16、柯萨奇病毒A6、柯萨奇病毒A10、和肠道病毒A组71型（EV-A71）。

这是一种在全球范围内都常见的儿童传染病，尤其常见于5岁以下的婴幼儿。这是因为婴幼儿的免疫系统尚未发育完善，且卫生意识较弱，容易在集体环境中如幼儿园、学校中造成传播，形成暴发。

既往监测结果显示，每年4月份开始中国手足口病病例数逐渐增多，5—7月为春夏季高峰，10—11月为秋季小高峰。

从今年看，全国手足口病秋季的流行强度反而高于春夏季。第一财经记者统计，全国今年5-7月手足口病合计发病数约39.73万例。

“近年来，出现手足口病例死亡的很少见，另外在秋季出现这么高的发病数，也是比较少见。”有业内人士对第一财经记者表示。

河南省儿童医院南院区急诊科、急诊综合病房学科主任宋春兰对第一财经记者表示，从他们临床上观察到的情况看，今天秋季，手足口病发病数确实比往年多。

“今年的手足口病，明显的症状是皮疹出得比较多，出皮疹的部位，除了手、足、口等部位，其他部位例如嘴周围、肛门周围、外阴、肘关节、膝关节，有个别宝宝，甚至全身都出皮疹。”宋春兰说，根据他们的观察，进入12月份，手足口病的患者明显在减少。

哪些因素可能导致今年秋季手足口病高发？

宋春兰表示，从河南郑州这边看，今年手足口病主要以柯萨奇病毒A6为主，这种病毒引起的手足口病皮疹范围更广泛。此型病毒引起的水疱大疱性皮炎更为严重，可能表现为更大范围的水疱和疱疹。发热的高峰可能更高，持续时间更长。

中国疾控中心周报2024年上半年曾发布的一项关于手足口病病毒的调查研究显示，CVA6已成为导致我国手足口病重症病例的主要病原体。目前与重症手足口病相关的CVA6病毒正在演变，并存在暴发的风险。

该研究也表示，2016年，肠道病毒A71灭活疫苗（EV-A71疫苗）开始广泛使用，显著降低了该病毒导致的手足口病病例的发生率。然而，由于不同肠道病毒血清型之间缺乏交叉保护，导致重症手足口病的病原体多样性发生了变化。

当前，在我国获批上市的手足口病疫苗是EV-A71疫苗，目前还未有针对CVA6这类病毒的手足口病疫苗获批上市，后者开发的难点之一是候选疫苗株的分离筛选，CVA6这类型病毒在人用疫苗生产细胞基质上难以分离培养。

虽然EV-A71疫苗不能防住所有手足口病，但它依旧能精准防御最危险的EV71型病毒，后者是引起手足口病重症和死亡的主要原因。因此，宋春兰亦表示，接种这类疫苗，依然很重要。



## “城乡居民增收计划”可从五大维度推进

来源: <https://www.yicai.com/news/102972523.html>

创建时间: 2025-12-25 18:00:08

### 原文内容:

(本文作者付一夫为苏商银行高级研究员)

中央经济工作会议明确提出“制定实施城乡居民增收计划”，并将其作为坚持内需主导、建设强大国内市场的核心抓手，标志着我国居民增收工作从原则性引导转向系统性、可操作性推进。

当前，我国居民收入增长与经济发展同步的“两个同步”目标基本实现，不过仍存在着不少挑战，而通过推动居民增收来提振内需已是迫在眉睫。结合我国发展阶段特征、政策导向及发达国家成熟经验，预计“城乡居民增收计划”或将围绕就业支撑、收入渠道拓宽、城乡均衡赋能、分配机制优化、政策协同保障五大维度精准发力，推动形成橄榄型分配格局，继而为经济高质量发展注入持久动力。

## 一、筑牢就业根基：以高质量就业支撑工资性收入增长

就当前我国居民收入结构而言，工资性收入可谓绝对的大头，2024年居民工资性收入占居民可支配收入比重达56.5%。从这个角度看，提高工资性收入无疑是城乡居民增收的核心支柱，而千方百计扩大就业则是提高工资性收入的根本保障。后续增收计划有必要将稳定和扩大高质量就业放在首要位置，聚焦重点群体与结构性矛盾，构建全方位就业支撑体系。

在重点群体就业保障方面，可以进一步实施高校毕业生、农民工、大龄劳动者等群体的专项就业支持计划。针对高校毕业生，要强化校企合作与见习基地建设，推动职业教育与市场需求精准对接，畅通互联网、新能源等新兴产业的就业渠道；对于农民工群体，要扩大重点工程项目和农业农村基础设施建设中的以工代赈规模，提高劳务报酬发放占比，同时推进户籍制度改革与公共服务均等化，降低农民工城市就业成本。针对技术变革带来的结构性失业风险，特别是人工智能对青年和传统岗位劳动者的冲击，要建立终身职业技能培训体系，把中职教育资源更多转向在职培训，重点开展数字技能、先进制造等领域的专项培训，提升劳动者岗位适配能力。

在就业质量提升层面，可以发力健全最低工资标准动态调整机制，逐步提高最低工资占社会平均工资的比重，缩小与国际社会的合理区间差距。同时，要继续强化劳动者权益保护，加快推进拖欠账款问题解决，压实地方政府属地责任，实现中小微企业账款“应付快付、应付尽付”，保障劳动者劳动报酬及时足额兑现。借鉴德国经验，通过完善集体协商制度，推动行业工资集体协商覆盖更多中小微企业，形成合理的工资增长机制，让劳动者共享经济发展成果。

## 二、拓宽增收渠道：激活财产性与经营性收入增长潜力

除去工资性收入，2024年我国居民财产性收入占比仅8.3%，经营性收入占比16.7%，均存在较大提升空间。后续增收计划可以从激活资本市场财富效应、盘活农村存量资产、培育新型经营主体等方面发力，以此来拓宽城乡居民多元增收渠道。

在财产性收入提升方面，核心是稳定股市与楼市预期，打通中长期资金入市堵点。后续应加强资本市场战略性力量储备和稳市机制建设，推动商业保险资金、社保基金等中长期资金有序入市，强化央企国企控股上市公司市值管理，严厉打击财务造假、违规减持等行为，提升资本市场稳定性与财富效应。同时，丰富个人投资者可及的债券、普惠理财等产品品种，降低投资门槛，让普通居民能够分享资本市场发展红利。对于楼市，将继续推进存量商品房收购用于保障性住房，通过财政贴息等方式优化居民按揭贷款偿还条件，改善租金回报率，稳定居民住房资产价值。还可以考虑借鉴海外“农村居民财产信托制度”，探索农村土地经营权、住房财产权入股信托模式，让农民稳定获得财产性分红。

在经营性收入培育方面，应重点支持中小微企业与新型农业经营主体发展。对中小微企业实施结构性减税降费与信贷支持，要鼓励金融机构优化经营性贷款期限与利率设置，开展续贷业务，缓解企业资金周转压力。在农村地区，将健全种粮农民收益保障机制，实施农业品牌精品培育与“三品一标”行动，提升农产品附加值；因地制宜发展庭院经济、林下经济、民宿经济等新业态，落实农机报废更新补贴，强化产业联农带农机制，让农民在产业链延伸中获得更多收益，等等。

### 三、聚焦城乡均衡：强化农村增收与公共服务均等化

城乡收入差距是我国收入分配的核心矛盾之一，后续增收计划应把农村居民增收作为重中之重，通过产业赋能、要素激活、公共服务补短板，推动城乡收入差距持续缩小。

在农村产业增收方面，可以借鉴日本“造村运动”经验，推动城市产业向农村梯度转移，在县域建设特色产业园区，让农民实现“家门口就业”。加强农村基础设施建设，完善物流、通信、旅游公路等配套设施，支撑农村电商、乡村旅游等新业态发展。实施农村低收入人口提能增收行动，通过技能培训、产业帮扶等方式，提升低收入群体自我发展能力。同时，健全土地增值收益分配机制，保障农民在土地征收、流转中的合法权益，让农村土地资源转化为农民增收资本。

在公共服务均等化方面，应加大财政投入力度，推动教育、医疗、养老等优质公共服务向农村延伸。中央预算内投资将重点支持农村教育医疗、养老托育等领域项目建设，补齐公共服务短板。借鉴OECD国家经验，通过均衡性转移支付缩小城乡公共服务差距，降低农村居民民生支出负担，间接提升可支配收入水平。建立农村养老待遇动态调整机制，提高农村基础养老金标准，完善农村医保报销政策，减轻农村居民医疗支出压力。研究建立农村育儿补贴制度，降低生育养育成本，释放农村消费与增收潜力。

### 四、优化分配调节：发挥再分配与第三次分配协同效应

客观地讲，我国再分配调节功能仍有较大提升空间，后续增收计划应通过税制改革、社会保障升级、转移支付优化，构建“调高、扩中、托低”的分配调节体系，同时引导第三次分配发挥补充作用。

在税制改革方面，应提高直接税比重，优化个人所得税制度。完善综合与分类相结合的个税征管模式，扩大综合所得征收范围，健全专项附加扣除制度，精准减轻中等收入群体税负。借鉴美国“劳动所得税收抵免”（EITC）与英国提高个税免征额的经验，对有工作的低收入者实施税收返还补贴，以此来带动消费与增收提升。探索与数字经济相匹配的税收治理机制，加强对平台经济、高收入群体的税收监管，规范收入分配秩序。推进房产税改革，稳步扩大房产税试点范围，发挥房产税对财富分配的调节作用。

在社会保障与转移支付方面，应完善社会保障全国统筹制度，提升养老保险、医疗保险的统筹层次，增强社会保障的公平性与可持续性。继续提高城乡居民基础养老金与医保补助标准，扩大社会保险覆盖面，实现应保尽保。优化转移支付结构，加大对欠发达地区、农村地区的转移支付力度，重点支持民生领域与增收相关的项目建设。借鉴OECD国家经验，强化转移支付的均等化效果，通过税收、社会保障、转移支付的组合拳发力，将市场收入基尼系数向合理区间压缩，从而缩小不同群体收入差距。

在第三次分配方面，应完善慈善捐赠税收优惠政策，鼓励企业、社会组织与个人参与慈善事业，重点支持教育扶贫、医疗救助、农村增收等领域。建立慈善捐赠



## 公众认知与“新中体”：中国消费市场品牌危机逻辑的底层变迁（三）

来源：<https://www.yicai.com/news/102974316.html>

创建时间：2025-12-25 18:00:10

### 原文内容：

（本文作者唐健盛为消费洞察与商业分析资深专家）

互联网舆论场的圈层割裂与地域、阶层差异，让消费认知呈现多元分化，但品牌危机爆发时，却始终存在一套高度一致的价值判断体系——这正是“新中体”（新形态“中学为体，西学为用”）的核心体现。在经济发展与文化自信双重加持下，这套以中国价值观为核心、用源自西方的分析工具做事实与因果判断的认知体系，已成为公众评判品牌危机的底层逻辑，彻底重构了品牌危机的应对范式。

中国消费市场的地域跨度、阶层差异与圈层区隔，客观上造成了消费习惯、生活方式的多元分化。发达地区与发展中区域的消费者对品牌的期待不同，高收入群体与普通消费者的决策逻辑存在差异，互联网算法进一步固化了圈层认知壁垒，让“破圈”沟通变得尤为困难。

但矛盾的是，无论圈层、地域、阶层如何分化，公众在品牌危机中的价值判断却高度统一。这种共识的根源，在于“新中体”背后的两大支撑：一是中国经济持续发展带来的消费自信，中国制造升级与本土供应链崛起，让消费者不再迷信国际品牌的“光环”；二是文化自信催生的价值认同，以00后为代表的新生代成长于国际化环境，对国际品牌从“仰视”转为“平视”，更看重品牌是否契合中国的文化观念与道德体系。消费心态的变化也印证了这一趋势：白领人群一直是国际大牌的拥趸者，但近期的调查显示，40.23%的白领人群在选购时兼顾国际大牌与本土品牌，核心关注产品本身；19.48%明确倾向高性价比国货，仅33.58%坚持信任国际大牌。消费心态变化的背后，不仅是对性价比重视度的上升，更是“以中国价值观为核心”的认知共识。

传统“中学为体，西学为用”聚焦技术与制度的中西融合，而消费领域的“新中体”，在品牌危机语境下呈现出清晰的实践逻辑：以中国价值观为“体”，比如文化尊严、道德准则、消费权益，以源自西方的分析工具做事实与因果判断为“用”，比如国际通用的产品标准和规范，二者缺一不可。

“新中体”的“体”，本质是不可触碰的文化与情感底线。当下公众对品牌的审视，早已超越产品本身，延伸至品牌是否尊重中国历史、文化与民族情感。在“新中体”的认知体系中，是非对错至关重要。危机爆发后，不能将消费者的反应简单归为“敏感”，而应正视自身的文化认知不足，通过真诚沟通表达对本土文化的尊重，而非单纯的公关切割。“新中体”主导下的公众认知，让品牌危机应对从“问题解决”转向“价值观共鸣”，在危机处理中，单纯照搬西方“公关话术”已不再奏效，传统的“道歉—整改”模式已无法满足需求。无论是本土品牌还是国际品牌，都需建立以中国价值观为核心的沟通体系。

“新中体”的“用”，本质上就是衡量产品与服务为消费者提供的价值。公众对品牌的理性认知（兼顾品质与性价比），要求品牌危机沟通需回归“价值本身”。对于国货品牌而言，危机应对应突出“本土品质自信”，如本土品牌遭遇质量质疑时，可通过公开供应链标准、检测数据，强化“中国制造升级”的价值认同；对于国际品牌，则需证明其产品与服务既符合国内外标准，又有契合中国消费者需求的对应价值，避免陷入“耍大牌”的舆论漩涡。

互联网舆论场虽圈层分化，但“尊重中国价值观”是跨圈层的共识。品牌危机应对中，应主动贴合这一共识，以品牌与中国消费者提供价值为沟通点，证明品牌与中国消费者的长期共生关系，打造消费者的“信任伙伴”。“新中体”本质是中国消费市场成熟后的认知

必然，它以文化自信为内核，以理性消费为基础，重塑了品牌危机的评判标准与应对逻辑。品牌唯有深刻理解这一底层逻辑，将“尊重中国价值观”与“为中国消费者提供价值”内化为核心战略，才能在多元分化的舆论场中找准锚点，有效抵御危机冲击，实现长期发展。

第一财经一财号独家首发，本文仅代表作者观点。

## AI解读：

### 核心内容总结

这篇文章讲了一个有意思的现象：现在中国消费市场虽然因为地域、收入、互联网圈层不同，大家的消费习惯差异很大，但遇到品牌危机时，不管什么圈层的人，判断对错的标准却高度一致。这个一致的根源是“新中体”——以中国价值观（比如文化尊严、道德准则）为核心，用西方的分析工具（比如产品标准、检测方法）判断事实。它的支撑是经济自信（中国制造变强，不再迷信外国品牌）和文化自信（年轻人对外国品牌从仰视变平视）。这种变化让品牌危机应对方式变了：以前道歉整改就行，现在得和中国消费者的价值观共鸣，否则公关话术没用。

### 一、消费市场分化得厉害，但品牌危机时大家看法却一样

现在不同地方、不同收入、不同圈子的人买东西差别很大：比如一线城市白领和小县城年轻人选品牌的逻辑不同，高收入人群和普通人考虑的点也不一样，加上互联网算法总推你喜欢的内容，导致不同圈子的人很难互相理解（比如你觉得国货好用，他觉得外国大牌靠谱，谁也说服不了谁）。但奇怪的是，一旦品牌出了危机（比如冒犯中国文化、产品质量问题），不管你是哪个圈子的，大家的反应都差不多：都会觉得这个品牌有问题。比如某外国品牌用了冒犯中国的设计，不管是00后学生还是70后大叔，都会批评它——这种跨圈层的共识，是文章最核心的观察。

### 二、“新中体”的两大底气：经济自信+文化自信

为什么大家在品牌危机时看法一致？因为“新中体”背后有两个硬支撑：

1. 经济自信：中国造的东西越来越牛，本土供应链也起来了。以前大家觉得外国品牌质量一定好，现在发现国货性价比高还耐用，比如手机、家电，很多国货不比外国牌子差。所以消费者不再迷信外国品牌的“光环”了。 2. 文化自信：00后这些年轻人是在国际化环境长大的，对外国品牌从“仰望”变成“平视”——你是国际大牌又怎样？如果不尊重中国文化（比如用错误的历史符号），我就不买你。连以前最爱外国大牌的白领，现在也变了：40%的白领既买外国牌也买国货，只看产品本身；19%明确选高性价比国货，只有33%还坚持只信外国牌。这说明大家更看重品牌是否符合中国的文化和道德。

### 三、“新中体”到底是什么？简单说就是“中国价值观打底，西方工具帮忙”

传统的“中学为体西学为用”是说技术学西方，但根子里是中国的。现在消费领域的“新中体”更具体：

- “体”是不能碰的底线：就是中国的文化尊严、道德准则、消费者权益。比如品牌不能侮辱中国历史，不能坑害消费者，这是红线。
- “用”是判断事实的工具：比如用国际通用的产品标准（像质量检测、环保要求）来确认品牌有没有做错事。两者结合起来：先看事实（用西方工具），再用中国价值观判断对错（比如产品达标但冒犯文化，还是不行）。

#### 四、品牌危机应对变天了：光道歉整改没用，得价值观共鸣

以前品牌出危机，按西方公关套路：道歉→整改→完事。但现在“新中体”下这套不管用了：

- 不能说消费者“敏感”：比如品牌冒犯文化，别找借口说“我们不懂”或者“消费者太敏感”，得承认自己对中国文化认知不足，真诚表达尊重。
- 不能只解决问题，要共鸣价值观：比如国货遇到质量质疑，不能只说“我们改了”，得展示自己的供应链有多靠谱（中国制造升级）；外国品牌遇到危机，不能只道歉，得证明自己产品符合中国消费者需求，还尊重中国文化。

一句话：现在危机应对的核心是“和中国消费者价值观对齐”，而不是单纯解决表面问题。

#### 五、品牌想活下来，得把这两点刻进DNA

不管是本土品牌还是国际品牌，要适应这个趋势，必须做到两件事：

1. 把尊重中国价值观当核心：比如国际品牌要学中国文化，避免踩红线；本土品牌要守住道德底线，别自己坑自己。
2. 给中国消费者真价值：国货要突出“中国制造升级”（比如公开检测数据、供应链标准）；外国品牌要证明产品既符合国际标准，又适合中国人（比如针对中国市场做产品调整）。最终目标是成为中国消费者的“信任伙伴”——让大家觉得你不仅产品好，还懂中国、尊重中国，这样才能在危机中扛过去，长期发展。

这篇文章其实是在告诉品牌：现在中国消费者变了，不再是以前那个“外国牌子啥都好”的时代了。要想在中国市场混，就得懂“新中体”，把中国价值观和消费者价值放在第一位。否则，再大的牌子也可能栽跟头。



# 聚焦“三化”转型，上海如何推动国际航运中心能级跃升？

来源: <https://www.yicai.com/news/102974930.html>

创建时间: 2025-12-25 18:00:13

## 原文内容:

在最新公布的新华·波罗的海国际航运中心发展指数排名中，上海国际航运中心连续5年稳居世界第三，既彰显了上海作为世界一流航运枢纽的实力，又有力保障了全球产业链供应链的安全、稳定。

数据显示，2024年上海港集装箱吞吐量达到5150.6万标准箱、连续15年排名世界第一，成为全球首个年吞吐量超过5000万标准箱的世界大港。同时，上海的航空枢纽能级不断提升，2024年上海机场航空货邮和旅客吞吐量分别达到420.6万吨、1.25亿人次，同比增长11%、29%，排名分别升至世界第二和第三，创下历史新高。

12月23日，上海市交通委员会副主任张欣在做客交通运输部政府网站在线访谈时表示，近年来，上海国际航运中心的传统优势地位得到持续巩固。经过多年接续奋斗，上海已基本建成要素充分集聚、功能相对完善、体系比较健全的国际航运中心，服务全国、连接全球的枢纽功能得到进一步提升。

近年来，随着全球航运业绿色低碳要求的不断提升和科技创新赋能行业发展得日益紧密，整个航运的生产模式、运行秩序正在被重塑。

张欣介绍，目前，5G、物联网、云计算、大数据、人工智能、区块链等新技术在各行各业各领域得到广泛应用，数字化正在重塑整个航运的生产模式、商业模式、组织形式与运行秩序，必将导致未来国际航运中心资源配置的载体、内容与功能发生大的变革。

2024年3月，上海市印发《上海国际航运中心数字化智能化绿色化转型发展方案》，要求统筹推进上海国际航运中心“三化”（数字化、智能化、绿色化）转型。

张欣说，推动上海国际航运中心“三化”转型，就是要依托上海在贸易、物流规模方面和航运龙头企业集聚的优势，加大力度推动科技创新赋能，通过人工智能、区块链、云计算、大数据、新能源为代表的新技术与航运发展深度融合，拓展科技创新应用场景，发展交通领域新质生产力，进一步提升航运服务效率，改善旅客出行体验，提高港口、机场的运行效率和管理能力。

上海国际航运中心已连续5年稳居世界第三。摄影/章轲

张欣介绍，自上述方案印发实施以来，上海国际航运中心“三化”转型已取得阶段性成效：数字化方面，航运贸易数字化基础设施初步成形。国际集装箱运输服务平台（集运MaaS

系统正式上线，已初步实现集装箱运输各节点状态的“一门式查询”；智能化方面，上海智慧港口、机场建设提速升级。上海“空运通”平台正式开通，实现了浦东机场普货全链条数据进出港节点的贯通，持续提升数据质量，匹配率已超90%；绿色化方面，加快驶入多元化新能源发展新赛道。今年1-10月，累计完成国际航行船舶LNG加注102艘次，加注量60.3万立方米，同比增长65%，连续三年稳居世界港口前列。在国内率先打通国产绿色甲醇“产供储加”通道。

他同时表示，多年来，上海国际航运中心的绿色智慧发展总体较快，但对标国际领先水平仍存在一定的差距，上海在集疏运体系优化、能源结构调整、物流信息一体化服务等方面还有薄弱环节。必须要抢抓“三化”技术发展和规则形成窗口期，推动形成发展新优势，创造上海新品牌，争取引领国际新发展。

“当前，上海国际航运中心建设正处在从基本建成向全面建成跨越的关键时点。”张欣说，在“三化”转型方面，上海将强化航运科技创新和应用生态打造。到2030年，机场、港口能源结构基本实现电力化，碳排放进入峰值平台期；基本建成智能化码头集群和空地一体、多网融合的“5G+数字孪生”国内智慧航空枢纽，实现出行一张脸、物流一张单、通关一次检、运行一张网、监管一平台；全面建成具有影响力的国际航运枢纽数字孪生系统。建立并完善国际航运中心绿色智慧发展评估体系。

在绿色化转型方面，当前，航运绿色低碳发展已成刚性约束。国际海事组织（IMO）明确提出在2050年左右实现航运净零碳排放；欧盟从2024年1月1日起，正式将航运业纳入欧盟碳排放交易体系（eu ets）管制，并将在2026年前将航运业完全纳入碳交易市场。

张欣介绍，上海将实施“长江战略”，持续提升水水中转和海铁联运比例。推进岸电设施建设和使用，加快非道路移动机械新能源替代，推进船舶装备低碳化转型，完善港口机场低碳设施布局，打造船舶绿色燃料加注中心。强化污染防治。

在数字智慧赋能方面，上海将建设上海国际集装箱运输服务平台（集运MaaS）和“空运通”平台，打造机场智慧出行体系；深度融合航运+区块链、数字孪生等新技术。打造上海港生产智慧指挥中心，推动传统集装箱码头自动化改造。建设机场大脑及数字孪生系统；加快推动智能装备应用场景落地，形成新的推广范式和应用生态。打造绿色低碳标杆企业和引领国际航运中心发展的龙头企业。



## 一图读懂《上海市加强开源体系建设实施方案》

来源：<https://www.yicai.com/news/102974702.html>

## 原文内容：

### 上海市加强开源体系建设实施方案

为贯彻落实国家关于开源体系建设的总体部署，打造国内开源开放创新高地，服务支撑我市人工智能等先导产业参与全球竞争，制定本实施方案。

#### 一、主要目标

加快推进自主开源体系建设，释放开源发展潜能，将上海建设成为服务全国、具有国际竞争力的开源创新策源地和发展高地。到2027年，初步建成技术支撑齐全、服务体系完善、人才结构合理、开源产业繁荣的开源体系，打造1—2个具有国际影响力的开源社区，培育100家开源商业化企业，孵化200个以上优质开源项目，集聚开源开发者超300万人。到2030年，开源在引领产业创新发展、提升产业链供应链韧性方面作用凸显，主动建设开源、使用开源、贡献开源的氛围基本形成。

#### 二、实施开源基础能力筑基工程

（一）打造人工智能国际开源社区。推动开源平台持续丰富预训练模型、训练数据集、开发工具、人工智能应用等多样化资源，不断提升开源项目运营服务与商业推广能力，满足模型“开发—训练—测试—托管—运营”全链条需求。支持开源平台发布海外站，开发多语种模块，积极组织海外活动。强化算力券、模型券等联动支持，有序提供政策性算力等资源支持。（责任单位：市经济信息化委、市发展改革委）

（二）构建开源生态服务圈。聚焦通用人工智能、智能芯片、高端软件、下一代互联网、元宇宙等重点方向，支持企事业单位、科研机构、行业组织等建设一批专业从事开源项目协作开发、新技术验证、部署运维等的服务平台，培养一批开源专业服务商，加大对公共服务平台的支持力度。瞄准重大开源项目生态体系，建设垂直领域孵化创新中心。（责任单位：市经济信息化委）

（三）强化开源工具链攻关。重点突破人工智能编译器、模型压缩、跨模态对齐、智能体开发等人工智能开源工具链，跨项目代码复用、自动化测试、性能优化等软件开源工具链，以及编译器、模拟器、硬件仿真、操作系统适配等RISC—V开源工具链。支持企业基于自主芯片、模型等产品打造兼容国际标准的统一接口。强化对基础性开发工具研发项目的专项布局。（责任单位：市经济信息化委、市科委）

#### 三、实施开源项目培优工程

（四）建立开源项目“双首发”机制。鼓励“开源平台首发”或“全球同步首发”开源项目，通过“揭榜挂帅”按年度遴选优秀开源项目予以支持推广。（责任单位：市经济信息化委）

（五）强化开源项目价值认可。鼓励探索更为灵活的开源利益分配机制，支持高校、科研机构、企事业单位等制定以应用为牵引的中国特色开源许可协议。探索开展人工智能开源资产评估与价值认定。（责任单位：市经济信息化委、市科委、市教委、市发展改革委）

（六）激活开源项目商业化应用。依托开源社区举办各类开源挑战赛、开发者大赛和路演，每年发掘不少于50个优质开源创新创业项目，鼓励各类基金机构予以投资。建立与模速空间、模力社区、软件产业园、RISC-V生态街区等开源社区协同招商机制，推动优质开发团队在沪创业发展。探索开源应用运营模式。（责任单位：市经济信息化委、市国资委、浦东新区政府、徐汇区政府）

#### 四、实施开源人才集聚工程

（七）拓展高校开源教学培育。支持有条件的高校设置开源必修课，与开源社区、开源企业联合开发特色化、示范性培训课程，设置实训项目。探索将开源贡献纳入学生评奖评优、毕业推免、就业推荐以及科研团队考核、学科评估的评价体系。支持校企共办开源校园行活动，在日常教学和课程实践中引入开源软件开发和开源工具。（责任单位：市教委、市经济信息化委）

（八）打造开源从业者专业队伍。鼓励有条件的企业设立开源事业部，鼓励市属国有企业将开源贡献作为职工职称评聘、职务晋升、业绩考核等的重要参考。培育和引进一批从事相关商业发行版研发、原生应用开发、软件服务外包与集成服务企业，牵引更多优秀开源研发人才扎根上海。研究将开源项目运营与管理、开源用户服务与支持等开源人才纳入上海市急需紧缺人才目录。（责任单位：市国资委、市经济信息化委、市人力资源社会保障局）

#### 五、实施开源文化普及工程

（九）深度参与国际交流合作。支持开源社区搭建开源技术协作平台，举办国际开源系列活动。推动全球知名开源组织在沪建立分支机构。对优质开源项目“走出去”，给予跨境金融、专业服务等领域政策的集约支持。鼓励企事业单位或个人开发者参与国际规则制定。（责任单位：市经济信息化委、市科委、市委金融办、市商务委、市市场监管局）

（十）加强开源文化宣传。高水平举办全球开发者先锋大会等活动。支持市场化开发开源文化产品和服务，组织开源知识普及活动，扩大开源文化覆盖面。（责任单位：市科委、市经济信息化委）

## 六、实施开源治理协同工程

（十一）提升开源依法合规水平。在人工智能领域探索柔性合规审查制度，对开源平台、开源项目中涉及的轻微违法行为，依照《中华人民共和国行政处罚法》等法律规定依法从轻、减轻或免于处罚。加大面向开源技术、开源产品等对象的标准制定和支持力度。鼓励有条件的各类经营主体建立开源合规保障机制。（责任单位：市委网信办、市市场监管局、市经济信息化委）

（十二）防范开源供应链风险。做好重点开源平台的安全防护，提高重点行业 and 关键信息基础设施开源漏洞防范能力。加强人工智能等领域重点开源项目的全量备份。支持第三方机构提供软件成分分析、供应链溯源等开源安全服务。探索建立软件供应链管理体系，推进软件物料清单国家标准贯标。（责任单位：市经济信息化委、市委网信办）

加强开源体系建设的统筹协调和部门协同，市经济信息化委会同相关部门推进重点任务落实，定期评估开源工作推进情况；各有关部门结合实际将开源内容纳入相关规划；各区在开源机制、人才集聚、产融合作、生态建设等方面积极探索。

本方案自2025年12月15日起施行，有效期至2028年12月14日。

## 一图读懂《关于支持长三角G60科创走廊策源地建设的若干措施》

来源：<https://www.yicai.com/news/102974795.html>

创建时间：2025-12-25 18:00:17

### 原文内容：

上海市人民政府办公厅印发《关于支持长三角G60科创走廊策源地建设的若干措施》的通知

沪府办规〔2025〕15号

相关区人民政府，市政府有关委、办、局，各有关单位：

《关于支持长三角G60科创走廊策源地建设的若干措施》已经市政府同意，现印发给你们，请认真按照执行。

上海市人民政府办公厅

2025年12月2日

## 关于支持长三角G60科创走廊策源地建设的若干措施

为深入贯彻落实长三角一体化发展和上海国际科技创新中心建设战略部署，推动科技创新和产业创新深度融合，支持松江区高水平建设长三角G60科创走廊策源地，制定如下措施。

### 一、共筑科技创新策源地

（一）加强应用性基础研究。建立企业共同参与的多元投入机制，瞄准重大产业技术基础性、关键性原理问题，支持企业组织长三角区域各类产学研力量，开展市场导向的应用性基础研究，加快颠覆性技术和前沿技术突破。按照规定分阶段给予不超过总投入30%、最高3000万元的经费支持。

（二）加快关键共性技术协同攻关。完善企业出题机制，面向国家战略急需，定期发布长三角G60科创走廊策源地攻关项目需求榜单，支持全球机构“揭榜挂帅”，加快攻克关键共性技术。按照规定分阶段给予不超过揭榜额30%、最高2000万元的经费支持。

（三）建设开放协同的高能级科创平台。围绕重点发展产业和前沿领域，创建全国重点实验室，加强与长三角区域战略科技力量的联动。培育建设国家产业创新中心、制造业创新中心，攻克转化一批满足产业创新重大需求、具有国际影响力和竞争力的前沿技术成果。

（四）组建以企业为主体的创新联合体。支持企业联合高校、科研院所、产业链上中下游企业，组建创新联合体，建设高水平共性技术平台，组织实施重点产品技术攻关。按照规定分阶段给予不超过研发总投入30%、最高3000万元的经费支持。

（五）打造松江大学城科创源。制定松江大学城科创源高质量发展实施方案，健全完善大学城管理体制，优化学科布局，推进学科交叉融合和跨学科研究，加快创新型人才培养。面向产业发展需求，汇聚长三角科技创新资源，推进科技成果转化和新赛道培育。

### 二、共建世界级产业集群

（六）推动现代化产业集群高质量发展。加快打造国家级先进制造业集群、战略性新兴产业集群、创新型产业集群，提升综合服务能级，构筑区域联系紧密、配套完善的产业组织体系。按照规定给予累计不超过2000万元的经费支持。

（七）加速新一代电子信息产业发展。围绕产业链关键环节，加快创新平台建设和技术研发布局。引育智能终端产品及关键零部件制造等重点项目，按照规定分阶段给予不超过总投入15%、最高5000万元的经费支持。支持企业在商用密码应用、自主软硬件产品研发等领

域加大投入，按照规定给予不超过总投入30%、最高1000万元的经费支持。

（八）加速航空航天产业发展。围绕卫星制造与商业运营等产业链关键环节，引育上下游重点项目，按照规定分阶段给予不超过总投入15%、最高5000万元的经费支持。鼓励卫星互联网技术规模化应用，对开展通信、导航、遥感等增值服务的企业，按照规定给予最高1000万元的一次性奖励。支持卫星互联网星座建设，对取得卫星通信基础电信业务经营许可证的企业，按照规定给予5000万元的一次性奖励。

（九）培育发展科学仪器产业。打造松江科学仪器产业园区，建设科学仪器创新港。强化关键核心技术攻关，加强基础设施建设，搭建公共服务平台和产品应用场景，进一步加强产业链上下游协作。按照规定给予不超过总投入30%、最高2000万元的经费支持。

（十）培育未来产业集聚区。创建国家6G综合试验地方基地，大力推动6G技术研发、标准研制、技术试验、中试熟化、场景应用与国际合作。按照规定分阶段给予不超过总投入30%、最高3000万元的经费支持。

（十一）梯度培育科技领军企业。推动高新技术企业、专精特新企业“小升规、规转强、强转股、股上市”，聚焦产品创新、市场开拓、人才培养等方面，为企业提供精准服务，加快培育世界级科技领军企业。推动高成长性科技企业发展壮大，加快涌现“独角兽”企业、“瞪羚”企业。

（十二）提升专业服务机构赋能作用。集聚研发设计、技术转移转化、检验检测等高水平科技服务机构，支持科技服务企业加大研发投入。支持专业服务机构提供全链条技术服务，增强产业链资源整合能力和生产服务能力。

（十三）提升产业集群国际影响力。支持长三角区域内产业集群交流合作，围绕产业链供应链探索建立长三角G60科创走廊跨区域产业合作利益共享机制。鼓励企业参与国际标准制定，促进区域内产业分工协作。

### 三、共育国际一流创新生态

（十四）健全孵化转化体系。支持创建6G等前沿领域高质量孵化载体，加快培育硬科技企业。支持企业联合长三角区域各类产学研力量，共建概念验证、中试熟化、检验检测等技术平台，构建全链条科技成果转化体系，支持创新场景开发和产品应用。

（十五）加强科技金融支撑。完善风险共担和贴息贴费机制，创新信贷、保险、金融租赁等产品，为企业加大研发试验、成果转化等创新投入提供金融支持。强化市、区两级政府投资基金引导作用，加强长三角G60科技成果转化基金与上海未来产业基金联动合作，加大科技成果转化项目投资力度。探索国有投资平台尽职免责机制。支持企业开展风险投资和

并购重组，围绕产业链关键环节开展股权投资。鼓励社会资本聚焦重点产业设立各类创新创业投资基金。

（十六）加强人才支撑保障。推进教育科技人才一体化发展，加强创新人才自主培养、海内外高层次人才引进和服务。保障用人单位引进重点产业紧缺急需人才，在落户安居额度上予以支持。探索赋予符合条件的用人单位市级相关人才计划自主推荐权。

（十七）加强知识产权保护。支持上海市知识产权保护中心松江分中心（松江区知识产权保护中心）建设，加快形成知识产权快速协同保护机制。支持设立国家海外知识产权纠纷应对指导中心上海分中心松江基地，提高各类社会主体海外知识产权保护意识和能力。支持松江区共建长三角G60科创走廊知识产权行政保护共治机制。

（十八）推动高水平交流合作。深化长三角G60科创走廊创新要素对接，搭建行业交流平台，加强重大创新项目落地协同合作。引育国际性科技组织，开展联合研究、成果发布、技术交流、合作交流等活动，按照规定给予最高500万元的开办经费，并每年给予不超过总运营支出30%、最高200万元的经费支持。鼓励企业在海外建立硬科技孵化平台、概念验证中心，按照规定给予最高200万元的经费支持。

#### 四、共享科技创新资源

（十九）优化科创空间布局。健全互联互通的综合交通体系，形成要素汇聚、统筹整合、功能互补、辐射带动的空间布局，推动创新产业和城市功能融合发展。探索产业用地融合管理政策。实施工业用地弹性年限出让制度，出让年限最高不超过50年。松江新城范围内符合条件的产业用地，采用市、区联合收储的形式予以支持。支持科创产业项目采取“先租后让、长期租赁”方式供应土地。经市“三委两局”（市发展改革委、市经济信息化委



### 德铁买中国大巴德国财长这么说，中企如何“迎难而上”

来源: <https://www.yicai.com/news/102974611.html>

创建时间: 2025-12-25 18:00:19

#### 原文内容:

近日，德国联邦铁路公司（下称“德铁”）与比亚迪签署200辆纯电动大巴框架协议。据报道，这200辆纯电巴士将在比亚迪位于匈牙利的工厂生产，而德铁这次选择比亚迪的原因是价格实惠，同时推动德国公共交通的绿色转型以及落实碳减排目标。

德铁宣布这笔交易之际，恰逢欧盟松绑“燃油车禁令”。德国副总理兼财政部长克林拜尔在接受媒体采访时表示，未来出行的趋势是电动化，“我在北京和上海亲眼看见了他们取得的巨大进步，部分原因是政府大力推动了这一转型。我们的汽车制造商还有很长的路要追赶。”但同时，他还称希望（德铁）在采购时能展现出“健康的爱国主义”，多考虑德国和欧洲品牌。克林拜尔的此番言论引发争议，也进一步引起外资对投资德国的担忧。

普华永道德国税务部合伙人寿舒宁近日在上海接受第一财经记者采访时回顾了近年来中德经贸合作的行业变化。在她看来，在全球化的背景下，企业间的合作共赢是大势所趋。尽管德国经济整体表现不如从前，但还没有打消包括中企在内的外资对德国市场的兴趣。

“不再是‘捡漏’，也不再是为出海而出海”

“疫情以来，德国经济发展整体表现的确不如之前，而且不仅仅是德国，整个欧盟也是如此。第三季度德国经济增速相较第二季度基本上零增长，而且德国经济目前尚未迎来触底反弹或实现反转的拐点，目前德国各界正反思是否需要调整经济结构，以及如何在原有基础上探寻转型路径。”寿舒宁说道。

此前德国经济已连续两年呈下滑态势。12月中旬，德国多家经济研究机构分别发布的冬季预测报告显示，受对美国出口明显下滑等因素影响，2025年德国经济预计仅增长0.1%，较秋季预测的0.2%增幅再度下调。

“对于外国投资者而言，投资德国并非追求短期内的高回报，主要还是出于产业链的需要，以及与欧盟市场的天然连接。”寿舒宁说道。德国联邦外贸与投资署的数据显示，2024年全年共有1724个外国投资项目落户德国，同比微降2%。

“相对于其他国家，德国政府也在思考，如何从经济上来吸引更多的外资。”据寿舒宁介绍，去年德国推出《增长机会法案》，旨在通过各种税收优惠和结构性改革，帮助在德国的企业继续投资研发与促进经济增长。

寿舒宁从税务角度分析道，德国隶属于高税收国家。根据2025年7月德国公布的《德国促进经济区位的税收即时投资计划法》，德国政府计划自2028年1月1日起至2032年1月1日，将现行15%的企业所得税率逐年降低1%，至2032年及以后降至10%。此外，在固定资产方面还有加速折旧的优待等。

德国联邦统计局最新公布的数据显示，今年前三季度，德中双边贸易总额达1859亿欧元，同比增长0.6%，中国再次成为德国最大贸易伙伴。2024年中国对德投资项目数量为199个，与2023年基本持平，位列外国对德投资项目数量第三位。

对于近些年来中国企业对德国市场的投资，寿舒宁表示，新能源汽车的上下游相关产业、数字化等都是热门赛道。她还观察到，之前中企对德国制造业的投资多通过并购以期获得领先的技术，同时打开欧洲市场，而现在更多是绿地投资，即跨国企业在投资目的地设立子公司，“并购的高峰出现在2015~2018年，此后开始下降。绿地投资取而代之”。期间中企在德最具代表性的投资项目，便是中国电池巨头宁德时代在图林根州阿恩施塔特的建厂投资。

对于这一变化，寿舒宁认为，这恰恰是中国企业近些年来经过更多理性思考后再出海的体现，“不再是‘捡漏’，也不再是为出海而出海”。

德国中国商会的一份调查显示，中企当前在德关注的重点领域包括：数字化（51%）、能源（48%）和电动汽车（35%）等。寿舒宁也表示，无论是数字化、电池技术，或者汽车产业，彼此的投资路径不一样，关注的侧重点也不一样，比如中国的新能源汽车在德更多以销售为主。但就绿地投资而言，她强调，工厂或者门店的选址、如何享受到当地政府的补贴，以及能否在当地找到足够且合适的劳动力，对中国企业而言都是挑战。

### 如何翻越“三座大山”

寿舒宁还告诉第一财经记者，近年来德国政府及欧洲频繁谈及的“去风险化”对于中企投资的确带来了不确定性与压力，“对于赴欧洲投资的中企而言，一直存在‘三座大山’：外资审查、补贴审查和反垄断。此外，还有对数据保护的审查也是对中资企业的重大挑战。”

此前，德国联邦内阁通过《外商投资条例》第17次修正案，加强对外资收购德国安全相关企业的审查，将外国直接投资审查门槛由当前的25%降至20%，但在特定行业，如军事、加密技术等，当外资收购10%或以上股权时将面临审查。

随着德国政府的审查趋于严格，使得一些交易面临较长的审批周期，从而导致有些投资被耽搁。寿舒宁也表示，其实欧盟一些新生效的法规表述较为模糊，会给企业带来不确定性和无可依赖性，因此，建议在欧中企可以多通过欧盟中国商会等平台，与欧盟立法机构多沟通、多发声。当然，从投资结构来说，她表示，未来也可考虑通过授权或者建立合资企业的方式，来获得在欧洲更好的发展。

德国企业界则一再发声强调中国市场的重要性。去年以来，德国企业“东迁”趋势尤为显著：大众集团将研发中心迁至合肥，奔驰与华为共建智能驾驶实验室，宝马投入300亿欧元开发慕尼黑之外的第二研发中心等。德国经济研究所发布报告称，德国经济高度依赖中国，且“明显的结构性去风险趋势并未显现”。

寿舒宁也表示，对于德国企业而言，中国市场是不可放弃的，当前更多聚焦“在中国，为中国”，通过加大本土研发来匹配中国市场的需求，“德国企业始终认为，一旦离开了中国市场就没有机会了。”

## 新版外商投资目录来了，哪些变化值得关注

来源: <https://www.yicai.com/news/102974558.html>

创建时间: 2025-12-25 18:00:20

### 原文内容:

国家发展改革委、商务部全文发布《鼓励外商投资产业目录（2025年版）》（以下简称《鼓励目录》），自2026年2月1日起施行，2022年版鼓励目录同时废止。

《鼓励目录》是我国重要的外商投资促进政策，也是重要的外资产业和区域政策。修订出台新版《鼓励目录》，是更大力度吸引和利用外资的重要举措。

国家发改委表示，本次修订总的考虑是，引导更多外资投向先进制造业、现代服务业、高新技术、节能环保等领域，以及中西部和东北地区。

中国宏观经济研究院对外经济研究所发达经济体研究室副主任、研究员原倩分析，当前，新一轮科技革命和产业变革加速突破，经济全球化的历史潮流不可阻挡，修订扩大《鼓励目录》有效回应外资企业关切，优化对外商投资的方向性引导，是新形势下我国扩大开放的主动布局。外资企业将在中国更加繁荣开放的大市场中，深化与本土企业的产业链供应链务实合作，实现互利共赢、共同发展。

### 主要有三大变化

新版《鼓励目录》总条目共1679条，与2022年版相比净增加205条、修改303条。其中，全国鼓励外商投资产业目录（以下简称全国目录）共619条，增加100条、修改131条；中西部等地区外商投资优势产业目录（以下简称地区目录）共1060条，增加105条、修改172条。

原倩表示，修订扩大《鼓励目录》释放扩大高水平对外开放积极信号，也将助力产业结构升级和提质增效。当前，世界各国对吸引外商投资的竞争日趋激烈，与此同时一些国家出台针对外商投资的保护措施和限制政策，对现有国际投资合作秩序带来明显挑战。在此背景下，修订扩大《鼓励目录》向世界发出明确信号，我国开放的大门只会越开越大。

“这一举措有利于更好应对外部不利因素影响，以中国自身发展的确定性应对外部环境的不确定性，用中国开放的稳定性为世界经济注入宝贵发展新动能，为全球投资者提供清晰、稳定、透明的投资预期。”原倩说。

国家发改委介绍，新版《鼓励目录》主要变化有：一是鼓励引导外商投资先进制造业。全国目录新增或扩展终端产品、零部件、原材料等领域有关条目，提升产业链供应链发展水平。

二是鼓励引导外商投资现代服务业。全国目录新增或扩展商务服务、技术服务、科学研究、服务消费等领域有关条目，促进服务业高质量发展。

三是鼓励引导外商投资中西部地区、东北地区和海南省。结合各地资源禀赋、特色和优势 and 产业发展实际，扩大地区目录鼓励范围。

商务部有关负责人介绍，加力引导外资更多投向中西部、东北等地区。结合各地资源禀赋和产业优势，因地制宜进一步增加了地区条目。如辽宁省新增邮轮旅游产品经营服务，黑龙江省新增冰雪装备研发制造，河南省新增高端化智能化起重工程机械及零部件研发生产，海南省新增海洋环境治理、生态修复及生态示范工程建设，重庆市新增适用于丘陵山区的中小型农机研发制造，贵州省新增算力基础软硬件研发生产，青海省新增风力发电场运营等。

## 助力产业结构升级

近年来，我国稳步推进规则、规制、管理、标准等制度型开放，全面取消制造业领域外资准入限制措施，推动电信、互联网、教育、文化、医疗等领域有序扩大开放，便利中外人员往来，为跨国公司来华投资营造可预期的制度环境和高水平的服务保障体系。

当前，新一轮科技革命和产业变革加速演进，新技术新业态新模式层出不穷，主要经济体围绕科技和产业前沿展开竞争与合作，我国经济基础稳、优势多、韧性强的特点为深化国际投资合作创造了广阔空间。

原倩表示，从供给侧看，修订扩大《鼓励目录》有利于将新技术、新业态、新模式纳入鼓励范围，吸引全球创新要素，通过深化国际投资合作，实现中外企业优势互补。从需求侧看，修订扩大《鼓励目录》有利于引导外资企业更好满足我国不断升级的医疗健康、养老服务需求，改善民生福祉、进一步扩大内需。

外商投资是推动我国科技创新和技术进步的积极力量。过去10年，在华规模以上外资工业企业研发投入和有效发明专利数大幅增长。目前，我国正加快推进绿色化、数字化、智能化转型。《鼓励目录》继续将科技创新领域作为引导外商投资的重点方向，加大对先进制

造、高新技术、研发等领域鼓励力度，如围绕装备制造等终端产品、关键零部件、重要原材料等领域进行支持，助力新质生产力发展。

我国是全球第二大消费市场，蕴含着巨大投资和消费潜力，更好满足人民群众消费需求需要更多优质供给。原倩表示，外商投资能够从供需两侧协同发力，在激发和满足国内消费潜力方面发挥更加积极的作用。《鼓励目录》引导外资投向有关特色消费、商务服务等领域，有助于引入先进商业模式，提升消费便利度，相关外资企业的引入可以提供更多优质商品与服务供给，满足并催生多元化、高品质消费需求。

国家发改委称，下一步，将会同有关部门加强指导和协调，抓好政策措施落实工作。同时，将多措并举为外商来华投资营造市场化、法治化、国际化一流营商环境，让更多跨国公司更好分享中国发展机遇。发挥重大外资项目工作专班作用，开辟绿色通道压茬推进前八批项目建设。加快推出新一批重大外资项目，统筹协调解决项目涉及国家层面的用地、用海、环评、能耗等问题，进一步发挥重大外资项目示范带动作用。

## AI解读：

### 核心内容总结

国家发改委、商务部发布的《鼓励外商投资产业目录（2025年版）》将于2026年2月1日实施，替代2022年版。新版目录总条目增加205条至1679条，重点鼓励外资投向三大领域：先进制造业、现代服务业，以及中西部、东北和海南地区。此举是为了应对全球外资竞争加剧的外部环境，同时助力国内产业升级，用中国开放的稳定性给外资明确预期，也为世界经济注入动能。

### 一、新版目录鼓励外资投什么？三大方向+具体例子一看就懂

新版目录把外资引导到三个“香饽饽”领域，每个领域都有具体的鼓励项目：

- 先进制造业：比如鼓励外资做终端产品（像汽车、电子设备）、关键零部件（比如芯片零件）、原材料（高端钢材等），目的是让我们的生产链条更完整、更高级。
- 现代服务业：新增商务服务（比如企业咨询）、技术服务（比如专利代理）、科学研究（实验室合作）、服务消费（比如高端养老）等，让服务业质量更高。
- 中西部、东北和海南：结合各地特色加项目——辽宁搞邮轮旅游、黑龙江做冰雪装备（比如滑雪板研发）、河南造智能起重机、海南修复海洋环境、重庆做适合丘陵的小农机、贵州研发算力软硬件（比如服务器系统）、青海运营风电场。这些项目都是各地有优势、需要外资助力的领域。

### 二、为什么现在更新目录？外部压力+内部需求双重驱动

## 现在更新目录不是偶然，是应对内外变化的主动选择：

- 外部压力：全球各国都在抢外资，有些国家还出台限制政策（比如不让外资进某些领域），我们得拿出更有吸引力的政策，告诉世界“中国大门越开越大”。
- 内部需求：新一轮科技革命来了（比如AI、新能源），我们要升级产业，需要外资带来新技术、新玩法。同时，用“中国开放的确定性”（比如明确鼓励哪些领域）来应对外部的“不确定性”（比如国际形势波动），给外资吃颗定心丸——“来中国投资，规则清晰、稳定”。
- 供需两侧都受益：供给端，外资带来创新技术，和中国企业互补；需求端，外资能满足我们升级的需求（比如更好的医疗、养老服务），拉动内需。

## 三、对普通人有啥好处？这些变化可能影响你的生活

### 别以为外资政策和你无关，它悄悄改变你的日常：

- 买东西更方便：先进制造业的外资进来，可能带来更好的零部件、终端产品（比如更智能的家电、更耐用的汽车零件）。
- 享受更好服务：现代服务业的外资（比如高端商务咨询、科研服务），可能让企业效率更高，间接让我们享受更优质的产品和服务；服务消费领域的外资（比如高端养老），能满足家里老人的需求。
- 中西部发展更快：比如重庆的丘陵小农机，能帮农民干活更省力；贵州的算力研发，可能让当地互联网更快、更稳定；青海的风电运营，能推动新能源发展，电价更稳定。这些项目还能创造更多就业机会，让当地经济更活。
- 环境更宜居：海南的海洋环境治理、生态修复，能让海边更干净；青海的风电，减少污染，空气更好。

## 四、外资进来放心吗？这些保障措施让他们“敢投”

### 为了让外资愿意来、留得住，我们做了这些事：

- 制度上更开放：全面取消制造业外资准入限制（想投就能投），电信、互联网、教育等领域逐步开放；便利中外人员往来（比如签证更容易），让外资企业的人来中国更方便。
- 项目落地有绿色通道：重大外资项目有专门的“快速通道”，解决用地、用海、环评、能耗等问题，不用跑断腿。比如一个外资风电项目，以前可能要办很多手续，现在有专班协调，效率更高。

简单说，就是“规则透明、服务到位”，让外资来了能安心做生意，和中国企业一起赚钱。

## 总结

新版鼓励目录是中国扩大开放的信号，既应对了全球竞争，又助力了国内产业升级，最终还能让普通人享受到更好的产品、服务和生活环境。外资进来不是“抢饭碗”，而是和中国一起发展，实现“互利共赢”——你好我好大家好。

## 讯飞、支付宝、百度连拿上亿大单，医疗AI商业化要走通了？

来源: <https://www.yicai.com/news/102974509.html>

创建时间: 2025-12-25 18:00:21

### 原文内容:

煎熬了两年多的医疗大模型终于等来了“出手阔绰”的买单方。

过去一个月内，讯飞、支付宝、百度先后中标上亿元的政府医疗采购项目，项目核心皆为医疗人工智能的底层平台建设。

其中，讯飞中标的是国家级“人工智能应用中试基地”，中标金额为4.276亿元；支付宝承接的是浙江省的医学人工智能创新服务平台，2.06亿元；百度拿下了广州市呼吸传染病预测预警系统项目，价格为1.69亿元。

对于在B端和C端都突围受阻的医疗大模型企业来说，能够在政府项目中分到一杯羹，虽谈不上“续命”，也至少算“回血”。

更重要的是，从这些项目的交付要求来看，它不需要企业做太多院端的定制化服务，而是基于既定区域和底层的模型能力，做适度的功能延伸。

“这一定是个生意，但不一定是好生意。”一位从医疗信息化转到大模型研发的资深创业者告诉《健闻咨询》，根本原因在于，如果只做底层的数字基建，和过去的信息化交付差别不大，再加上还要受制于政府项目的回款周期、毛利率等因素，“只能努力地做标准化，把交付成本做得足够低，还可以搞一搞。”

谁都知道，G端只是医疗AI商业化中一条再细小不过的分支，更广阔的市场永远是医院、医生和用户。

但另一个认知维度是，如果把医疗AI商业化比作一次马拉松比赛，终点线可以由天赋、头脑、技术来自由设定，但起跑线在哪、设置几个补给站，甚至是途中的天气变化，都掌握在政策制定者的手中。

在密集出现上亿元的政府大单后，医疗AI商业化的拐点出现了吗？

数亿元预算，并不只为“AI能力”买单

如果把近一个月内发生的三起医疗AI政府采购项目放在同一段时间轴上来看，它们并非偶然出现的孤立事件，而更像是一次有节奏、有层级的集中落地。

短时间内，讯飞、支付宝、百度三家头部企业，先后中标金额过亿的医疗AI相关项目。其中既包括国家级的“人工智能应用中试基地”，也包括省、市级层面的医疗智能平台与数据基础设施建设。尽管项目名称、主管部门和具体应用场景各有不同，但在标的形态和建设逻辑上却高度一致。

从公开招标文件来看，这三起项目的核心，并不在于某一项具体的AI功能——例如影像诊断、辅助决策或智能问诊，而是围绕“区域级、体系化的平台建设”展开。

在某医疗AI创业公司的创始人林鸣（化名）看来，这一轮中标项目几乎清一色属于“管理型平台”，“项目的核心不是直接卖AI能力，而是把原来分散在医院里的信息化能力，在区域甚至国家层面做一次升级。”

以讯飞为例，其医疗模型在各地医院落地，往往是搭建一个大而全的平台，承担着信息化的功能，但在具体科室的需求中，科室需要的其实是垂直细分的智能化。此次讯飞中标的“国家人工智能应用中试基地”项目，强调的同样是医学大模型、数据平台和示范应用的可复制推广路径。

在林鸣看来，这更像是将讯飞此前在地方医院推进的慢病管理、基层卫生信息化能力，扩展到国家级示范平台。

类似逻辑，也出现在支付宝和百度的项目中——它们更强调“智能底座”和“数据中枢”，而不是直接嵌入临床一线。

为什么这类项目会在短时间内集中落地？或许要回到更为宏观的政策视野中。

今年11月，国家卫健委等五部门联合发布《关于促进和规范“人工智能+医疗卫生”应用发展的实施意见》，指出2027年形成一批临床专病专科大模型，2030年二级以上医院普遍开展AI辅助诊断。顶层设计一出，地方纷纷跟进，近段时间以来，广东、北京、上海等地均

有配套的细化政策落地。

业内人士张宇（化名）认为，这一轮数亿元级别的医疗AI招标项目符合国家层面对人工智能和医疗体系的整体判断。从顶层逻辑看，它既符合国家的AI战略，又服务医疗体系本身的效率问题。

“过去各家医院看起来是统一体系，实际上系统之间并不互通，品牌杂乱，数据无法打通，这一次，本质上是在补基础。”

医疗AI投资人陈晨（化名）的判断更为直白，她认为这类项目与其说是医疗项目，不如说是一轮信息化升级，“它更像早年阿里、腾讯做云的逻辑。先把路修通，AI才有可能真正跑起来。”

这种“先修路”的思路，也解释了为什么项目预算普遍不低。平台建设高度人力密集，需要进行数据清洗、标签治理、系统对接和安全合规，本身就不是一个轻量工程。从这个意义上看，数亿元的预算并不完全是为“AI能力”付费，而是为一整套数字基础设施买单。

值得注意的是，这一轮项目几乎全部被头部大厂收入囊中，很少能看到中小医疗AI企业的身影。

在张宇看来，这并非简单的“商务关系”问题，也不局限于技术维度。“国家级、省级平台，对厂商的要求非常高。不只是技术能力，还包括复杂系统交付、长期运维、数据安全和合规能力。这些能力背后，是持续的资金投入和组织能力。”

医疗战略咨询专家，公众号“格路人”作者刘届昭则从更为现实的执行层面做了补充。在他看来，大厂在这些项目中的中标角色，并不只是AI供应商，而是总包方。

“从过往的经验来看，很多项目并不是一家企业从头做到尾。”刘届昭指出，这意味着，竞争的核心并非是“谁的模型能力更强”，而是谁能整合更多资源、承担更多责任。“中标方不只是告诉政府‘我能做系统’，还包括科研转化能力、渠道资源，甚至后续产业协同的预期，这些是中小企业很难提供的。”

在医疗机构整体承压的背景下，这种系统之外的附加能力，正在成为政府选择合作方的重要考量。

大厂的好生意，创业公司的离别曲？

从账面金额看，这三起上亿元的项目无疑“体量可观”。但真正的问题在于，这是不是一种可复制、可持续的好生意？

在林鸣看来，这类项目首先面临的是一个常被忽略的问题——项目周期与交付结构，尤其是省级乃至国家级的平台建设，预算虽高，但周期也很长，且高度工程化，“它不是AI厂商最喜欢的卖模型、按调用收费，而是一次性、全流程的项目交付。”

与标准化SaaS产品不同，这类项目往往包含大量定制内容：系统对接、数据治理、流程重构、算力部署、长期运维，甚至需要人员长期驻场，在财务结构上天然“偏重”。

“如果项目没有按模型调用收费，而是一次性买断，那么本质上还是信息化工程。”林鸣直言。

刘届昭的判断同样如此，在他看来，把这类项目称为“AI商业化”，本身就存在误判。“一旦真正进入to G或重to B的合作逻辑，你就会回到老问题：项目慢、回款慢、风险集中。这是一个极其重的战场，很多互联网基因的公司，本能上是不愿意碰的。”

但也有不同的声音。陈晨认为，即便是以信息化的视角来定义这些项目，对于前期投入巨大，急需回血的医疗大模型公司来说，仍然是有意义的，“至少能养团队。”

而张宇对这类项目的商业价值判断却更为乐观，他认为，即使这几个亿本身不怎么赚钱也没关系，最重要的是后续的运行、运维费用是长期存在的，这几乎是一个确定性事件。一旦平台建成，企业可以通过持续运维、功能迭代，逐步摊薄前期成本，“边际成本会大幅下降，商业扩张路径就会清楚。”

唯一的挑战或许在于，当各地项目陆续上马后，即便是功能定位相近的项目之间，如果不能用一套标准化的解决方案进行主体复制，便同样会陷入此前医疗信息化厂商高度定制化的“泥沼”之中——在A省投入大量人力建了平台，到了B省，可能又要重新来一遍。这更像是做生意，而不是某种商业模式。

项目性质决定商业逻辑，商业逻辑决定企业估值。站在投资人的视角，陈晨明确表示，靠承接政府项目回血