

【头条评论】

一家机器人公司赛道选择的三重启示

周春媚

这两年,产业界被讨论得最多的话题之一,就是“反内卷”。如何“反内卷”?很多公司的答案是靠自主创新、靠提高效率。最近我采访一家机器人公司时,其对细分赛道的选择,则提供了另外一种赛道:“反内卷”,首先是不

要挤进卷的赛道。这家公司起家于智能制造,拥有十余年工业自动化的积淀。早年,公司在汽车行业摸爬滚打,但2024年却“调转船头”,作出了一个看起来不那么时髦的选择——去造船,做起了船舶制造机器人与智能系统。它为何作此选择、又如何立足?谈及这些问题,公司负责人的分析中藏着三重启示:看真实需求、看自身能力、看长远未来,为“企业怎样选赛道”提供了一个值得剖析的样本。

第一个启示,是选赛道要看真实需求,而不是看哪里热闹。近年来,虽然新能源汽车行业蓬勃发展,对工业自动化机器人的需求十分旺盛。但汽车生产制

造自动化中的大部分技术问题都已经解决了,行业进入比拼服务的阶段。“我们作为一个研发型公司,再去‘卷’这个,没有必要。”公司负责人说,与其与千军万马分食一块蛋糕,不如聚焦其他赛道的机会。

造船与造车相比,则是另外一个世界。造船业工序离散、工艺复杂、标准化和自动化程度低、工作环境恶劣。有经验的老师傅紧俏,年轻人又不愿意干,在有的地方,船厂给焊工开的日薪已从去年的380元翻倍至700元以上。同时,造船业近年来正经历着一个“超级周期”,很多船厂的订单排期已延伸到2030年之后。换句话说,当汽车行业的机器人在红海里“贴身肉搏”的时候,船舶制造这片蓝海才刚刚打开,也将有更多施展拳脚的空间。

第二个启示,是找到蓝海还不够,更要与自己的能力相匹配、相结合。再好的赛道,如果自身毫无积累,缺技术、缺数据、缺客户,赤手空拳“下水”,很容易走向失败的结局。在切入造船行业之

前,该公司已经在工业自动化领域沉淀了多年技术,深耕机器人运动控制、软件系统开发。更重要的是,在此之前,该公司与国内排名前十的一家民营船厂展开了深度合作,拿到了大量的真实图纸和行业数据,积累起业内领先的数字资产。

这条路径的逻辑很清晰:工业自动化能力、机器人运动控制技术、软件系统开发经验,是“通用能力”;通过和头部船厂的合作获取的行业数据、工艺理解,是“专用资产”。两者结合,才构成了真正的竞争壁垒。由此可见,蓝海从不喜欢迎裸泳者,可迁移的能力是致胜的关键。企业选择赛道要考虑的,是“我的能力,在哪个尚未被满足的需求上最值钱”。

第三个启示,是眼光要放长远,为周期的退潮做保守的假设。造船业虽然近几年迎来了“超级周期”,但潮涨必有潮落,纵使今天的订单排到2030年后,但企业在选择赛道时必须思考,当行业转向下行,企业如何应对、如何持续创造价值?

采访中,公司负责人对此亦有清醒的认知,并不讳言周期过后一定会经历一个“冷静期”。“但我们的价值是,在高周期时帮客户快速造船、扩大产能,在低周期时帮客户降低成本活下去。”公司负责人说。与此同时,公司已在筹划第二曲线:中国内河船舶数以百万计,绿色动力更新正当政策风口,运河水网渐次铺开,即便海船周期回落,内河船舶也将成为一个巨大的增量市场。这种“周期对冲”的思路,恰恰是许多扎堆热门赛道的企业需要借鉴的,既要看到上行期的增长曲线,也要为下行期准备好“过冬”的能力。如此,才能在潮水退去后,不至于“裸泳”。

说到底,“反内卷”不是躺平和逃避竞争,而是选择更值得的“战场”。企业选择赛道,不应该问“什么最热”,而应该问“什么最缺”,真正的蓝海往往就诞生于产业的痛点之上。当更多企业愿意用技术和耐心去解决真问题,而不是在风口上重复厮杀,中国制造的高质量发展便有了更坚实的微观基础。

【发展之道】

惠民惠家惠科 深圳跑出普惠金融蝶变范式

黄晓宁

保险是现代经济的减震器与社会的稳定器。虽然我国已是全球第二大保险市场,规模体量位居世界前列,但保险深度与保险密度仍然有较大提升空间。

2026年8月,“深圳惠科保”推出,是全国首个政府指导、共保体统一条款统一费率、面向中小科技企业的一站式综合普惠型科技保险产品,至此,深圳保险业以“惠民保”“惠家保”“惠科保”为代表,形成了覆盖居民医疗、家庭财产、科创企业的普惠保险服务体系。

全国多数城市普惠保险多聚焦于单一领域,深圳三款普惠保险定位清晰,场景互补,分别由多部门分层指导,形成了差异化、体系化的保障布局,打通个人、家庭与产业完整链条的普惠金融实践,形成深圳独有的创新。深圳探索政府指导、市场运作、共保体分担、财政适度支持的普惠保险新路径,为我国保险业由规模扩张转向高质量发展提供了典型实践。

“深圳惠民保”聚焦民生保障短板,由市民保局、市地方金融管理局、深圳金融监管局联合指导,以普惠价格和强力保障守护了广大百姓的健康。深圳孕育了全国“惠民保”的制度雏形。2015年落地的重特大疾病补充医疗保险,为全国惠民保险体系提供了借鉴模式。自2023年优化为“深圳惠民保”迭代至今,已成为超大城市普惠健康保险的标杆产品。一年仅88元,最高保障额度超400万元,构建全流程普惠医疗保障网,用普惠价格化解大病重病致贫返贫风险,累计参保规模突破600万人。

“深圳惠家保”立足基层防灾减灾与家庭风险治理。2025年,应市人大代表建议,由市应急管理局牵头统筹,深圳金融监管局、市住建局、市地方金融管理局协同指导,深圳23家财险公司联合打造“惠家保”,面向普通家庭常见风险提供广覆盖的综合保障。年基础保费低至58元起,补齐家庭普惠风险保障空白。

“深圳惠科保”精准服务科创实体企业,是2026年8月在全国首创的普惠型综合科技保险。“深圳惠科保”由深圳金融监管局牵头,市地方金融管理局、科创局、工信局、前海管理局共同指导,核心保障方案保费仅9800元起,起点保额可达550万元,并配套保费补贴政策,保障科创企业研发等一揽子风险,有效降低企业经营风险与创新成本。

深圳“三惠”产品服务体系,其保险产品创新机制具有以下共同点:

一是政府多个部门与监管部门联合,精准发挥顶层引导机制。立足民生与产业难点痛点堵点,政府精准指导产品定位与政策创新,通过多部门多维度的合作,使得创新的普惠金融产品更贴合民生与市场,不仅体现了深圳政府高度协同、高效落地的能力,也构成了“政府引导、市场运作”的普惠保险创新模式。

二是充分发挥市场资源配置作用,产品均由多家保险公司组建共保体,降低单一机构风险。“深圳惠民保”由中国人寿、人保健康等5家企业共保;“深圳惠家保”由人保财险、平安财险等11家保险企业共保;“深圳惠科保”由人保财险、平安财险、太保财险、国任财险等机构组成共保体。依托保险机构专业风控,精准定价,降低投保主体责任,破解单一机构承担风险,通过市场化机制实现了普惠保险的可持续化、规模化运营。

三是保费低,保障性强。产品端低门槛,普惠大众普惠企业,提供综合保障。产品一揽子打包多重风险,精准对准大众和科技企业的高频风险,真正体现了“金融为民”和金融服务实体经济的本职功能。

深圳普惠金融在保险领域的持续创新来源于深圳保险业的实力。根据相关统计,深圳保险法人数量、资产规模均处于全国第一梯队,2026年上半年,深圳原保险保费收入1277.5亿元,同比增长5.31%,增速居一线城市首位;科技保险保费收入26.6亿元,业务规模位列全国大中城市第一位,是国内保险市场重要的增长极与改革试验田。深圳保险业着力推进普惠方向创新,惠民保、惠家保、惠科保构成的“三惠”产品矩阵,正是行业从规模扩张转向价值赋能的生动实践。目前,深圳保险行业正围绕新质生产力赛道持续迭代供给,面向人工智能、商业航天、人形机器人、低空经济等战略新兴产业与未来产业,组建行业共保体,发展首台(套)装备保险、知识产权保险、研发中断保险等,充分体现了保险创新的先行示范作用。

金融的本源,是服务实体经济、服务人民群众。深圳立足城市真实需求,把普惠性放在突出位置,打通普通居民、中小微企业的保障堵点。通过政府引导搭框架,多家险企组建共保体,统一条款、统一费率,财政适度补贴撬动市场力量,走出了一条“政策引导+市场运作”可复制的保险创新路径,实现了公共风险治理与市场专业能力的有机统一。

深圳持续推出普惠共保的保险创新产品,一头守护千家万户民生冷暖,一头托举科技创新企业的闯劲,构建了民生保障+家庭治理+科创赋能的普惠保险新范式,是保险服务城市治理现代化、服务实体经济高质量发展的生动实践。其实践充分印证,普惠金融创新并非单纯依靠财政兜底,而是找准有为政府和有效市场的结合点。通过政府精准顶层设计与市场专业化运营的双向赋能,普惠保险突破了单一产品局限,形成体系化、场景化、可复制的城市金融创新样本,为全国各大城市完善民生的多层次社会保障体系、强化科创产业风险对冲、提升基层社会治理水平提供了深圳经验。

本版专栏文章仅代表作者个人观点



证券时报
ID:wwwstcn.com

【基金观察】

当盈利基民占比 成为基金公司KPI

路桂林

众所周知,“基金赚钱、基民不赚钱”的弊端,投资者苦之久矣。幸运的是,这种情况正在改善。继2025年新型浮动管理费基金开售之后,2026年基金半年报多了一个“盈利投资者数量占比”新指标。5662只已披露产品中,平均盈利投资者数量占比79.02%;5055只主动权益基金里超53%产品中,该比例高于90%,83只甚至达到100%;易方达、华夏等头部公募占比居前。但同一份中报里,也有8只定开基金盈利投资者占比为0,也就是这8只基金的投资者自买入到打开,全部不赚钱。此外,信澳博见成长一年定开A跌34.98%、国投瑞银港股通6个月定开跌16.72%,表现惨淡。

当然,百分比背后还是有一些问题值得细究。比如“中位数92.49%”,却不代表全体基民总金额盈利。因为有可能这些盈利的人每人只挣了几几百块,而亏损的人则几万元、几十万元地亏。少数人亏、大多数人数赚额外卖钱,占比也可以很好看。至于定开持有期产品同时出现在“100%盈利”和“0%盈利”两端,则令人稍感意外,说明定开保护投资者拒绝“追涨杀跌的冲动”,却不保护基民“买在错误时点”的判断。

过去基金宣传页最爱写“近三年年化12%”“成立以来累计收益85%”之类的宣传语,这些看起来很不错、也的确无误的数字,都和散户账户里的真实情况常常脱节。比如基金两年内从1块涨到1.5元再回到1.2元,净值两年涨20%,可在1.2元之上进来的基民全部亏损,体验堪忧。新

指标把这种持有人“体感”变成硬数据,并且口径很有技巧,统计2025年7月1日至2026年6月30日,剔除持有不满7日的短线交易,扣认申购/赎回/转换费,只要区间净收益为正就算赚到。所以“盈利投资者数量占比”不是“持有人利润表”,而是某个时间阶段的“持有体感表”。

过去二十年,评价一只基金最爱“净值叙事”,讲年化收益、最大回撤、夏普比率。这些指标当然重要,但它们描述的是“产品”而不是“人”,而“盈利投资者占比”则首次“看到了”人。所以,2026年5月信披新规把“盈利投资者数量占比”写进半年报、年报,意义不亚于当年要求披露换手率和关联交易。基金公司不能再只拿年化收益打广告,而基金经理在路演时要有准备会被问“你这只产品过去一年有几个人真赚到”?公募评价正在从“净值叙事”转向“持有人叙事”,这个新指标会引导基金销售不能再只拿年化收益打广告,要把“过去一年多少人真赚钱”放在购买页面前。所以今后的基金宣传页上,可能更喜欢写上“近两年92%持有人盈利”并引以为傲,而不是靠“近两年收益率38%”吸引眼球。

这个指标对于基民,尤其是对于小额持有人的意义,我们更应该追求“让人赚钱比例高”的基金公司和产品,而不是“收益最高”的基金公司与产品。尤其是“盈利投资者占比”较高的基金公司里面,那些优秀老将管理的产品。老将的产品回撤不一定最小,但是风格不漂移、仓位不赌博、在行业周期里肯等待。盈利投资者占比高的底层原因,往往是这些老将“低换手率+宽认知+敢在左侧挨打”。值得一



6起地方政府隐性债务追责问责典型案例曝光

待白

地方政府隐性债,妥善化解莫躲开。个别官员耍手段,不理旧账点子歪。中央纪委严督查,追责问责无例外。财经纪律抓落实,全新局面必打开。

朱慧卿/漫画 孙勇/诗

提的还有定开产品尤其是长封闭基金,对于此类产品,我们需要优化投资思路,对其本身的管理运营机制也需要优化,比如:是否需要做投资者适当性管理,而不是谁都能一键下单后被“锁”三年;封闭定开产品是否可以有“极端回撤临时开放”“分红自动落袋”“封闭前提示成本分布”等机制,别把“管住手”变成“关黑屋”。对

于基金公司和基金行业来说,不能只沉迷于把收益做高,尽量让买在高点的人也有机会“活下来”才是上上策。

当“基金赚没赚钱”让位于“基民赚没赚钱”,未来基金公司的KPI(关键绩效指标),应从“规模增速”挪到“持有人盈利广度”。这样,才会有更多的基民在一两年后打开账户,能对自己说一句:这钱,没白托付。

的,处以20万元以上200万元以下的罚款。研读法条,该类违法行为侵害的是资本市场正常信息秩序,有无违法所得并非必备构成要素;四起案件四名当事人均无违法所得,只要虚假信息向外扩散、客观上扰乱证券市场,就满足违法构成要件。

从四起案件也可看出,证券从业人员、知名财经博主对信息发布和传播承担更高审慎注意义务。证券从业人员由于其专业身份,市场公众更容易采信其言论,一旦编造、传播不实信息,对市场形成扰动的风险更大。同理,知名财经博主的粉丝越多,对受众的波及面、影响力就越大,相应的审慎注意义务也就越重。

资本市场是基于信息定价的市场,投资者的理性决策建立在真实、准确信息的基础之上。APP工具、微信群、自媒体降低信息生产传播门槛,各类“小作文”层出不穷,一个信息传闻就可能扰动市场情绪,引发不必要市场波动。从这四起案件可得到几点启示:

一是证券从业人员应当恪守特殊职

业义务。《证券行业诚信准则》第七条第三项要求,机构及其工作人员应当自觉遵守“专业审慎,尽到合理专业的注意义务,履职尽责”的要求。工作人员专业审慎、注意义务不只限于工作岗位、执业义务,也应延伸到私人微信群、个人社交账号等网络空间。无论是自己编发信息,还是看到网传消息随手转发,都要履行必要核实义务,不编造、不轻信、不扩散。证券公司也应当完善员工网络言行合规教育,把社交媒体言论纳入合规管理,做好常态化提醒。

二是具备一定影响力的人士要树立流量与责任相匹配思维。自媒体并非法外之地,相关人士不能为追求流量、关注度,对传闻不加核验就公开发布,只要编发、传播资本市场信息,就要承担对应的法律后果。具备AI功能的APP(应用软件)工具可提升内容生产效率,但不能作为编造虚假信息的挡箭牌,使用APP生成内容同样要对信息真实性负责。

三是普通人也要谨慎发布、传播未经

证实信息。即便是普通个人,若随手编发、转发不实信息,经多次扩散后浏览、传播规模达到一定程度,造成市场扰动,也不排除需要承担相应法律责任。面对网络流传的各类传闻,应当保持理性甄别,投资判断应当以权威媒体正式公告为准,不要被小道消息左右交易决策;同时管住自己的手,不要随手转发未经证实的资本市场消息,避免无意中放大谣言的破坏效应。

四是持续严打编造传播证券虚假信息行为。要完善网信、证券监管、公安部门的线索移送、信息共享机制。网信部门要强化网络平台源头治理,压实平台主体责任,及时对造谣、传谣账号采取限流、封禁等处置。证券监管部门可综合考量行为主体身份、主观过错、信息传播范围、对证券市场实际扰动后果等多重因素,善用罚款、市场禁入等多元惩戒手段。公安司法机关对涉嫌刑事犯罪的,可依法追究刑事责任。通过多部门同向发力,共同织密资本市场谣言治理网络。

【法治市场】

编发传播证券信息应尽到高度审慎注意义务

熊锦秋

9月11日证监会集中发布四份行政处罚决定书,对宗建树、马瑞端、卢润凯、陈广华4人编造、传播虚假信息、扰乱证券市场行为作出处罚。证券从业人员宗建树因编造、传播虚假信息被采取5年市场禁入措施(公安机关已罚款,证监会不再罚款);证券从业人员马瑞端因传播虚假信息被罚款30万元;卢润凯借助某APP生成并发布虚假信息文章,被罚款20万元;百万粉丝财经博主陈广华因传播虚假信息被罚款20万元。

经查,上述4人在未曾考量及核实相关信息真实性的情况下编造或传播涉税率调整的虚假信息,扰乱证券市场,且均无违法所得。不过,没有违法所得并不影响违法定性,《证券法》第193条第一款明确规定,编造、传播虚假信息或者误导性信息,扰乱证券市场的,没收违法所得,并处以违法所得一倍以上十倍以下的罚款;没有违法所得或者违法所得不足20万元