



科创板助力服务优质科技企业——

资本市场包容性改革迎来新突破

新华社记者 刘慧

中国证监会18日发布《关于在科创板设置科创成长层增强制度包容性适应性的意见》，以设置专门层次为抓手，重启未盈利企业适用科创板第五套标准上市，推出一揽子更具包容性、适应性的制度改革。

在科创板开板6年之际，科创板改革进一步深化，标志着资本市场包容性改革迎来新突破。

新设科创成长层 科创板“试验田”又迎诸多制度突破

自设立之初，科创板就承担了资本市场支持科技创新和制度“试验田”的重要使命。科创板改革持续深化，“试验田”先行先试的成色更足。

本次科创板改革提出设置科创板科创成长层，备受关注。设置后，科创板现有和新注册的未盈利科技型上市公司将全部纳入其中。同时，改革也对企业入层和调出条件、强化信息披露和风险揭示、增加投资者适当性管理要求等做了针对性安排。

科创板作为“试验田”，为何又要开辟出科创成长层这个“新空间”？

证监会新闻发言人介绍，新设科创成长层一是有利于进一步彰显资本市场支持科技创新的政策导向，稳定市场预期；二是有利于为增量制度改革提供更可控的“试验空间”，可以试点一些更具包容性的政策举措；三是有利于对未盈利科技型企业集中管理，便于投资者更好识别风险，更好保护投资者合法权益。

值得一提的是，在设置新的市场层次的同时，本轮科创板改革还瞄准增强制度包容性和适应性推出了6项改革。例如，对适用科创板第五套上市标准的企业，试点引入资深专业机构投资者制度；面向优质科技型企业试点IPO预先审阅机制；扩大第五套标准适用范围……

广发证券首席经济学家郭磊指出，新一轮科创板改革切中市场关切，不仅重启了未盈利企业适用科创板第五套标准上市，还在设置专门层次的基础上，进一步对包容科技创新的制度进行先行先试。

“持续深化的科创板改革能够进一步激活资本市场能量，更好服务于新质生产力发展，让更多金融资源有效助力中国科技创新乘风破浪。”申万宏源证券研究所所长王胜说。



① 6月17日，在北京人形机器人创新中心有限公司，人形机器人“天工”进行“桌面整理”展示。

② 6月18日，北京一商业航天企业执行总裁向媒体介绍爱神星留轨级模型。

③ 近日，在金华市金东区一机器人智造中心内，工作人员在装配服务机器人。

促进投融资平衡 探索更多包容性的制度设计

科技创新是探索未知的过程，既孕育着新动能，必然也伴随着风险。如何促进投融资平衡，是改革必须回答的重要课题。

细看本轮科创板改革，统筹推进投资端、融资端改革举措，推动有力支持科技型企业发展与有效保护投资者合法权益相协调的政策信号明显。

如何有效识别优质科技型企业、为不同类型的优质科技型企业“量体裁衣”，一直都是科创板改革探索的重点。新一轮科创板改革借鉴境外成熟市场的经验，试点引入了资深专业机构投资者制度和IPO预先审阅机制。

资深专业机构投资者制度适用于科创板第五套标准上市企业，将资深专业机构投资者入股达到一定年限、数量和比例作为审核注册的参考。

近日，在雄安新区科创中心中试基地，工作人员在调试巡检机器人。

本组图片均由新华社发



新华社记者 王雨萧 龚联康 李晓婷

“618”购物节超长“待机”，让“剁手式消费”回归理性购物；潮玩、萌宠等细分市场崛起，更多垂直赛道涌现新蓝海；AI加快对消费全产业链改造，助力行业提“智”向“新”……今年“618”，折射消费领域新动向。

消费更加理性

“618”越来越长了，这是近几年不少消费者的共同感受。

今年5月中旬，京东、淘宝、抖音等平台开启“618”预热促销活动。记者了解到，部分平台促销活动将持续至6月20日，总时长超过1个月，创下“618”最长时间纪录。

告别复杂“算数题”，平台补贴规则也更加简单直接。京东在“每人每天可领超6180元补贴”等优惠基础上，再加码“618”补贴力度；天猫取消“满减”需要复杂计算的优惠，只设“官方立减”叠加各种优惠券等；抖音电商投入百亿消费券补贴爆款商品，用户每人最高可领2280元……

“今年大促活动时间长，可以慢慢挑选自

超长版“618”，折射哪些消费新动向

已真正需要的东西，避免了很多一时“上头”的冲动消费，也不用费脑筋算单满减，感觉‘618’变得更清爽和松弛了。”河南郑州的消费者赵女士说。

聚焦打造多元消费场景和体验，线下商业也纷纷抢抓“618”节点开展一系列促消费活动。

定制AI照片、戴上眼镜体验AI翻译等互动吸引人们排队打卡；在电竞体验区，多款顶级电脑装备让电竞发烧友直呼过瘾；沉浸式实景样板间与全屋定制服务，为顾客提供家电家装“一站式”解决方案……在不久前亮相北京的京东MALL 双井店，多元业态融合场景为人们带来别样的消费体验。

“我们推出‘京补+品牌补贴+银行补贴’等多重优惠，并通过设立沉浸式体验专区、引入首店首发潮品等，让消费者在线下享受更加个性化、多元化的商品和服务。”京东MALL北京双井店副店长陈瑞说。

国家电子商务示范城市创建工作专家咨询委员会专家李鸣涛分析，今年“618”，多个平台流量分配机制从“价低者得”转向“优者多得”，线下商超也更加注重体验感和场景打造，这背后是消费者从“价格敏感”到追求品质和理性消费的转变，从需求

导向出发，才能让大促活动有效激活消费动能。

“购物车”映射消费新动向

作为一年一度重要的促消费节点，“618”无疑是消费市场新动向的重要风向标。

潮流、宠物等细分市场崛起——

Labubu掀起社交媒体上的“开箱狂欢”，线上线下“bu”难求；“养娃式养宠”催生大量宠物产品消费……这个“618”，更多垂类细分赛道火热，为激活消费打开了新空间。

“今年‘618’，淘宝天猫玩具潮玩领域多个商家销售破亿元，近800个单品销售破百万元。‘谷子类’商品海外订单增速同比实现三位数增长，其中绝大部分成交是国产IP的衍生品。”淘天潮玩行业负责人对记者说。

服务消费成为新引擎——

“端午假期带孩子去贵州玩了一趟，顺便趁‘618’大促在网上订了一套亲子旅拍服务，体验很好。”深圳市民宋倩说。

“从冰雪经济火热到银发经济崛起，服务消费日益成为拉动经济增长的新引擎。”国家信息中心经济预测部宏观经济研究室副主任邹蕴涵说，积极拓宽服务消费场景、增加优质服务供

给，将更好满足居民在养老、托育、文娱等方面不断增长的消费需求。

“即时零售”加速入场——

今年“618”，各大平台即时零售业态加快布局，美团闪购联合知名餐饮、零售品牌旗下百万家线下门店开启大促活动，淘宝闪购也在“618”期间链接更多线下实体，进一步加大补贴力度。

“用户越来越追求‘即时满足’，即时零售逐渐延伸到母婴、3C、美妆、服饰等领域。仅5月28日到6月1日，就有超过800个品牌商、零售商在美团闪购成交额同比翻倍，‘618’期间手机、小家电、白酒等商品十分畅销。”美团闪购负责人说。

AI助力商家提“智”增效

“自主选择搭配服装、模特、场景，就能用AI一键生成各种风格的真人上身短视频，大促期间帮我们快速完成商品视频矩阵，实现视觉升级。”云尚武汉国际时尚中心相关负责人说。

这位负责人告诉记者，传统服饰行业上新频率快，图文视频等商品内容制作成本高，AI视频工具极大提升了传统视频生产的效率，让企业腾出更多精力投入到产品设计和营销上。

“AI不仅是生产工具，更是市场洞察的放大

器。”口腔护理品牌参半联合创始人常宁晓曦告诉记者，通过对用户行为数据进行智能分析，能帮助品牌发现潜在的市场需求，为产品研发提供更精准的决策参考。

京东云向商家开放免费AI营销产品，京东数字人累计服务超13000家品牌商；淘宝上线生意管家“图生视频”系列工具，一个多月时间内累计为商家生成超150万个视频素材……今年“618”，AI加速融入电商业态，助力更多平台商家提“智”增效。

今年“618”，有消费者在收快递时同步收到了一份“惊喜语音”——“奶奶，我和女朋友祝您端午节快乐，等我们安顿好，请奶奶来深圳玩”“快高考了，要记得身体第一考试第二，哥哥是您永远的后盾”……

“我们近期上线了‘惊喜电话’功能，由AI外呼提供技术支持，消费者可以选择录制一段语音，或者让京东大模型生成的‘AI百变声线’用自己的声音来说。收件人收到快递时，就能一同收到这份语音。”京东相关负责人说。

国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬表示，人工智能加速融入千行百业，成为激活消费潜力、牵引产业升级的重要力量，随着技术迭代和落地场景逐渐丰富，人工智能与消费领域的结合正向个性化、多元化发展，有望在未来激活更多消费增量。

（新华社北京6月18日电）

第三届链博会开幕在即，三大看点先睹为快