



科创板加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、强化信披和风险揭示、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预先审议机制；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预先审议机制。

资深专业机构投资者制度适用于科创板第五套标准上市公司，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

这一改革试点探索借助资深专业机构投资者的专业判断和“真金白银”的投入，来帮助审核机构、中小投资者更好判断企业的科创属性、商业前景。

IPO预先审议机制则借鉴了境外市场的相关制度，回应了部分关键核心技术攻关企业的关切，可以减少相关企业在发行上市阶段的“曝光”时间，更好保护企业信息安全、技术安全。

本轮改革不仅重启未盈利企业适用科创板第五套标准上市，还扩大了适用范围，支持人工智能、商业航天、低空经济等更多前沿科技领域企业使用第五套标准上市，传递出坚定支持“硬科技”的政策导向。

同时，在健全投资和融资相协调的市场功能方面，本轮改革明确提出要丰富科创板指数及ETF品类，将科创板ETF纳入基金投资资产配置范围，促进更多中长期资金向发展新质生产力集聚。改革还着眼于更大力度支持科技创新，在融资、并购、投资端建设等方面，进行了不少制度升级。

此外，对于加强投资者保护，改革聚焦风险揭示，做出多项针对性安排，例如在科创成长层企业股票简称后统一设置特殊标志“U”，提高新注册未盈利科技型企业摘“U”标准，要求企业加强信息披露和风险揭示，组织个人投资者签署专门风险揭示书等。

加快构建更有利于支持全面创新的资本市场生态

了解中国资本市场改革的人，都对科创板的持续进化印象深刻。

从无到有的注册制、包容性更强的上市标准，引入做市商制度提升流动性、“科创板八条”健全一系列制度机制……每一步改革，科创板都在努力为“硬科技”企业打造更高效成长环境。

截至2025年5月底，科创板已上市公司587家，总市值约6.6万亿元，一批关键核心技术攻关的“硬科技”企业登陆科创板，在集成电路、生物医药、高端装备等行业形成产业集群。这片“试验田”逐渐成为新兴产业、未来产业的聚集地。

面对内外形势的不断变化，中国的产业变革必须加快新质生产力的发展。各方对资本市场支持服务科技创新寄予更高期待，科技型企业对资本市场也提出了更加多样化的需求。

这意味着，资本市场需要更加顺应科技创新和新质生产力发展的规律，提供更有包容性、适应性的工具、产品和服务。科创板作为改革“试验田”，与新质生产力的重点发展领域高度契合，理应成为资本市场包容性改革的“排头兵”。

“着力打造更具吸引力、竞争力的资本市场体系和服务矩阵，加快构建更有利于支持全面创新的资本市场生态，推动科技创新和产业创新融合发展迈向新台阶。”证监会主席吴清18日在2025陆家嘴论坛上说。他还透露，将在创业板正式启用第三套上市标准。另据了解，除了本轮科创板改革，新一轮的创业板改革也在紧锣密鼓推进中。

创新始于科技、兴于产业、成于资本。面对全球技术迭代加速、产业链深度重构，科技创新作为塑造竞争优势的核心引擎，需要资源配置更加精准有效的资本市场。

人们期待，随着资本市场制度包容性、适应性不断提升，更多耐心资本能够流向真正具备技术突破能力的创新主体，让“硬科技”的赛道上跑出更多“明日之星”。

(新华社北京6月18日电)

新华社记者 邹多为

以“链接世界、共创未来”为主题，由中国贸促会主办的第三届中国国际供应链促进博览会将于7月在北京举行，这是链博会首次将举办时间提前至夏季。眼下，距离本届链博会开幕还有不到30天，国新办6月17日就筹备情况举行新闻发布会。哪些看点值得期待，一起先睹为快。

看点一：国际范更足

中国贸促会副会长于健龙表示，本届链博会共设置先进制造链、智能汽车链、绿色农业链、清洁能源链、数字科技链、健康生活链六大链条和一个供应链服务展区，展现全球产业链供应链合作最新成果和经验。还将高质量举办形式多样的会议活动，汇聚产学研用各领域精英，共同探讨推动产业链供应链国际合作的新理念新路径。

“目前，各方参展参会情况超出预期。”于健龙介绍说，参展方面，650多家中外企业和机构将参展，涉及75个国家、地区和国际组织。世界500强和行业龙头企业占比超过65%。境外参展商占比由去年的32%增至35%，其中欧美参展商达到境外参展商总数的50%。连同参展商带来的500多家产业链上下游合作伙伴，本届链博会实际参展商将达到1200家。

观展方面，已有100余家境外机构确认届时组团来华观展洽谈，比上届增长30%。还有20多家科研院所、高等院校已确认将组团到会交流。预计将有超过20万专业观众和社会观众通过线上线下方式观展。

“这些数字还在持续增加。”于健龙表示，在国际形势变乱交织、经济全球化遭遇逆流的大背景下，这么多四海宾朋，特别是全球工商界的朋友们齐聚链博会，是对链博会投下的信任票，也是对中国经济发展投下的信任票。

看点二：创新味更浓

创新是链博会的底色，也是链博会的生命力所在。于健龙介绍，本届链博会新面孔多，参展企业中既有很多连续三届参展的铁杆老朋友，也有230多家首次参展的中外新伙伴。比如，宇树科技、脑强科技等新锐企业将组成浙江人工智能产业链参展，湖北将有18家具身智能企业亮相。新产品多，预计展期将有超过100项首发首展首秀，比上届增加10%。

值得注意的是，今年链博会在先进制造链展区首次设置创新链专区，将有14家机构和企业参展。不仅通过制度保障、载体支撑、服务协同三大板块，展示从基础研究到技术研发、产业应用，再到市场反馈的创新成果转化应用全链条过程，还将围绕“知识产权与科技创新”举办主题活动，讨论科技创新成果如何从“知识到技术”、从“产品到市场”，实现价值跃迁，实现上中下游协同创新“链”的不断延伸。

中国贸促会副会长李兴乾表示，应广大展商要求，本届链博会还将首次举办“链博首发站”新品发布专区，集中发布参展企业的新产品、新技术、新工艺、新场景。同时，很多参展企业还会举办兼具知识性和趣味性的互动交流互动。

看点三：“链接度”更高

中国贸促会办公室主任杨必表示，链博会不是促进商品的展销，而是重点促进产业的合作；链博会也不追求短期的现场交易成交额，更注重推动长期互利合作的“链接度”。

作为中外工商界合作共赢的大舞台，通过在链博会上“找朋友、找伙伴、找应用场景、找解决方案”，前两届参展企业签署合作协议、意向协议成果丰硕。

“今年，我们在总结前两届成功经验的基础上，通过‘线上线下’双轮驱动，利用大数据和人工智能技术，进一步优化企业对接，努力打造链博会‘找朋友’模式的3.0版本，让大家的链接越来越紧，把合作的蛋糕越做越大。”杨必说。

李兴乾介绍，本届链博会对接洽谈活动总体可以归纳为“10+2+N”。“10”是围绕供应链开放合作举办10场主题活动；“2”是指主宾国泰国和主宾省山东、广东将举办2场重点活动，包括泰国和山东省联合举办“主宾国遇见主宾省”活动，广东省举办国际供应链合作大会；“N”是相关政府部门、商协会机构和企业组织的供应链主题专场活动，目前已确定的活动超过40场。

本届链博会展期为7月16日至20日，其中7月16日到18日主要向专业观众开放，19日到20日面向社会大众开放。专业观众、采购商、媒体记者以及公众注册通道均已开启，所有观众都可免费入场。

于健龙表示，目前，活动邀请还在持续开放中。“我们诚挚欢迎中外各方机构、企业和专家学者到链博会上交流，碰撞思想火花，凝聚合作共识，拓展合作空间，共同唱响链博‘好声音’。”

(新华社北京6月17日电)

第三届链博会开幕在即，三大看点先睹为快

超长版“618”，折射哪些消费新动向

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”等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

己真正需要的东西，避免了很多一时‘上头’的冲动消费，也不用费脑筋凑单满减，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，多款顶配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。

潮玩、宠物等细分市场崛起——线上线下一“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消费增长的新引擎。”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、服饰等多领域。仅5月28日到6月1日，就有超过800个品牌商、零售商在美国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表示。

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，哥哥是你永远的后盾”……

“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)