

17万亿元！金融“活水”的流向关乎企业信心

据新华社电 企业要发展，就得需要钱。钱从哪里来？当前，银行贷款是企业融资的重要方式，金融机构的信贷投放关系着企业的发展信心。

近17万亿元！这是前10个月我国新增贷款总量，已超过了去年全年16.81万亿元的水平。预计今年全年人民币贷款有望

新增近20万亿元，创2016年以来新高。

这近17万亿元投向了哪里？实体经济占了大头。数据显示，前10个月我国企业贷款累计新增超11万亿元。具体来看，金融机构不断加大对重点领域

的中长期贷款支持，实体经济中长期贷款占各项新增贷款的六七成。

在信贷融资的支持下，前期受疫情影响较大的行业，比如批发零售、交通运输、文化娱乐等融资情况均有明显改善，尤其中长期贷款增长较快。这些与民生息息相关的企业拿到资金、重获发展信心，为咱们老百姓逐渐恢复此前“吃吃吃”“买买买”的

美好生活创造了良好条件。

金融活水的灌溉下，我国经济劲头更足，企业加速复工复产，市场信心不断增强……日前，10月份经济运行主要数据新鲜出炉，固定资产投资稳步回升，市场销售持续回暖，经济延续稳定恢复的态势。

随着经济逐步恢复，有企业

主担心，信贷投放力度会不会有所减弱？10月末，我国人民币贷款余额同比增长12.9%，增速比上月末低0.1个百分点。尽管人民币贷款增速环比有所下降，但比上年同期仍高0.5个百分点。凡事都讲究适度，货币和信贷供应也要适度。金融活水不能太少，以免企业“喊渴”；也不

能太多，以防会溢出来；流向更要精准，不能去玩“钱生钱”的游戏……

中国人民银行副行长刘国强明确表示，不会出现“政策悬崖”。这意味着，我国的货币政策仍将继续保持松紧适度，具体政策实施会基于对经济状况的准确评估，不会仓促而行。

券商资管逐鹿公募舞台 中信证券老将刘琦脱颖而出

随着券商大集合公募化改造的持续推进，优秀的券商资管投资经理逐渐进入投资者视线，中信证券资管投资经理刘琦就是其中一位。截至11月13日，其所管理的中信证券红利价值B近一年收益率高达52.11%，这位从业十八年老将的公募首秀引人瞩目。

截至今年11月13日，该产品成立以来总回报率达到336.87%，远超同期同类产品135.18%的平均回报和业绩比较基准73.57%的收益率，年化回报也达17.32%。九年期间，产品一直延续着“金牛”品质。（杨广）

研发经费占GDP比重达到多少？每万人能产出多少科技论文？

中国创新能力表现如何 大数据告诉你答案！

羊城晚报记者 陈泽云

坚持创新驱动，全面塑造发展新优势。党的十九届五中全会确定了建设科技强国的重要战略目标，在“十四五”规划《建议》中明确提出要坚持创新在我国现代化建设全局中的核心地位。

中国的创新实力目前到了什么水平，还有哪些短板要补足？日前，据国家统计局测算，2019年中国创新指数达到228.3（以2005年为100），比上年增长7.8%。其中，分领域看，创新环境指数、创新投入指数、创新产出指数和创新成效指数分别达到249.9、199.1、295.3和168.8，分别比上年增长10.5%、3.0%、11.8%和3.1%。

“整体来看，2019年，我国创新环境明显优化，创新投入稳步提高，创新产出大幅提升，创新成效进一步显现，创新发展新动能不断增强。”国家统计局社科文司统计师李胤解读指出。

创新投入： R&D经费投入连续4年两位数增长

数据显示，2019年，我国R&D（研发支出）经费投入达22143.6亿元，比上年增长12.5%，连续4年实现两位数增长，投入总量稳居世界第二位；投入强度（R&D经费与GDP之比）为2.23%，比上年提高0.09个百分点，已超过2018年欧盟15国平均水平，与美国、日本等发达国家的差距逐年缩小。

2019年，我国R&D人员全时当量达480.1万人年，保持全球第一，比上年增长9.6%，增幅为近7年来最高；每万人口中的R&D人员全时当量为34.3人年，增长9.2%。

值得注意的是，持之以恒加强基础研究是提升原始创新能力的关键。2019年，我

国基础研究经费为1335.6亿元，比上年增长22.5%，增速为近8年来最高；基础研究经费占R&D经费的比重为6.03%，比上年提高0.49个百分点，占比首次突破6%。

从企业主体来看，2019年，我国企业R&D经费达到16921.8亿元，比上年增长11.1%；其中规模以上工业企业R&D经费为13971.1亿元，比上年增长7.8%。企业R&D经费对全社会R&D经费增长的贡献为68.5%，拉动全社会R&D经费增长8.6个百分点。2019年，在规模以上工业企业中，有18.8万家企业开展了技术创新活动，所占比重为49.6%，比上年大幅提高6.6个百分点。



创新的产出也结出累累硕果。2019年，我国国内专利授权数为247.4万件，比上年增长6.0%；发表科技论文195万篇，增长6.0%；专利和论文产出水平不断提高。截至2019年底，大中型工业企业拥有注册商标53.8万件，比上年增长14.0%，企业品牌建设不断推进。

从指数上看，每万人科技论文数指数达到193.0（以2005年为100），每万名R&D人员专利授权数指数达到429.3（以2005年为100），15年内均实现了大幅增长。



图/新华社

创新产出： 专利授权数增长6.0%

2019年，我国技术市场成交合同金额达22398.4亿元，比上年增长26.6%；按万名科技活动人员平均的技术市场成交额为18.4亿元，比上年增长16.7%。技术交易额不断创出新高，技术成果转移转化通道加速打通，技术市场发展环境进一步优化。

新产品销售占比再创新高。2019年，我国大中型工业企业实现新产品销售收入16.6万亿元，与主营业务收入之比为24.9%，比上年提高1.4个百分点，占比创2005年以来的新高。

在实现产品创新的2.5万家大中型工业企业中，有69.3%的企业推出了对于国内市场全新或有重大改进的产品，有29.7%的企业推出了对于国际市场全新或有重大改进的产品。

“虽然我国科技创新实力不断提高，但基础研究短板依然突出，关键核心技术受制于人的局面尚未得到根本性改变。”李胤表示，下一步，国内还要继续深入实施创新驱动发展战略，持续改善科技创新生态，激发创新创造活力，为建设世界科技强国和实现“两个一百年”奋斗目标而不懈努力。

陶华碧隐退 二代要将老干妈带往何处？

经济新动能 民企新力量 创二代来啦！

总策划：刘海陵 林海利
总统筹：孙璇 吴江
执行：孙晶 李卉 赵燕华
文/羊城晚报记者 李志文

近日，《2020贵州企业100强》和《2020贵州民营企业100强》榜单发布，两个榜单均有贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司（以下简称“老干妈”）的身影，在两个榜单上，老干妈凭借2019年50.22亿元的营收分别排名第42和第7。

记者梳理发现，近年来，老干妈在公众视野中开始展现出与以往不同的形象，而这刚好与老干妈公司创始人陶华碧的儿子接班的时间相吻合。陶华碧隐退后，老干妈将被带往何处？这个问题也引发了外界的好奇。

母子携手 建立辣酱帝国

贵州当地有个流传甚广的说法：贵州有两瓶，一瓶茅台，一瓶老干妈。

很多人都听过老干妈创始人陶华碧白手起家故事，但他们未必知道，在老干妈创业之初，就有两个儿子的身影。

1947年，陶华碧出生于贵州遵义一个偏僻村庄，因家庭贫困，没有上过一天学，至今仅仅只会写自己的名字。丈夫因病早早过世后，陶华碧打过零工，摆过地摊，辗转各地，最终来到贵阳市南明区，在那里开启了创业之路。她带着儿子开办了一家“实惠餐厅”，专营凉粉和冷面。

开店过程中，陶华碧发现，搭配凉粉的辣酱远比主营产品受欢迎。于是，1994年11月，她将餐厅更名为“贵阳南明陶氏风味食品店”，主营辣椒酱。后来，老干妈辣酱风靡全国，甚至畅销海外，曾经小小的食品店逐渐发展成了现如今庞大的辣酱帝国。

随着公司规模越来越大，订立一套完整严明的规章制度成为必要。在这个过程中，大儿子李贵山帮了不识字的老母亲很大的忙。据了解，李贵山帮助母亲处理文件时会读出声，陶华碧则在一旁听。听到重要处，她会突然站起来，用手指着文件说：“这条很重要，用笔划下来，马上去办。”帮母亲“看”完了文件，李贵山便开始起草规章制度，然后再读给母亲听。

陶华碧退居二线 儿子接班

2014年6月，老干妈股权结构发生变化，彼时67岁的陶华碧将其仅有的象征性的1%股份转让给了小儿子李妙行（曾用名李辉）。

至此，老干妈的股权结构只有二人：大儿子李贵山持股49%，小儿子李妙行持股51%。兄弟二人分别负责销售和营销，陶华碧则只担任公司的董事长与法人，负责签字、盖章和把握大方向。外界普遍认为，这是陶华碧退居二线，儿子开始接班的标志。

天眼查信息显示，除了持股老干妈之外，李妙行和李贵山还分别各自拥有4家和11家公司。

值得注意的是，李妙行名下的其他4家公司，如贵阳南明老干妈风味食品销售有限公司、贵阳南明春梅酿造有限公司等，全部与老干妈的业务相关。相比之下，李贵山拥有的企业涉猎广泛，包括酒店、房地产和投资管理等。

再联想到兄弟二人在老干妈中的不同持股比例，或许真有意接班老干妈的是

持股较多的小儿子李妙行。

敢闯敢拼 兄弟俩做出新尝试

“不要贷款，不要参股，不融资，不上市，这样子好，我有多少钱就做什么。”陶华碧曾如此强调。但与母亲不同，新一代似乎更能接受新鲜事物。在接班后的几年里，老干妈尝试了一些此前从未做过的新式营销。

2018年，老干妈参与天猫国潮行动，前往纽约时装周，并与其联手推出了一款老干妈潮牌卫衣，该卫衣与99瓶辣酱搭配出售，虽然售价高达1288元，但还是卖断货。同年，老干妈还与时尚杂志《男人装》合作推出了“定制礼盒”“定制手提袋”等商品，受到追捧。

2019年，老干妈参加由聚划算发起的99划算节·城市购物PK战，与知名酱料品牌王致和进行互动PK，还推出了一支充满魔性的广告MV——《拧开干妈》，视频中的老干妈一改往日形象，变身青春少女，一边唱着歌一边做着夸张的拧瓶子动作。

年轻化、反差大、互动强……纵观老干妈这几年的营销，可以发现其特点非常鲜明，有网友表示“原来老干妈也这么会玩”。老干妈用新潮时尚的玩法成功在年轻人当中破圈，一定程度上重塑了品牌调性，使形象重新焕发了青春和火辣的活力。

敢于走出舒适圈，尝试新玩法的接班人，也因此受到了广泛赞誉。

接班不易 传承之路任重道远

但接班并非一帆风顺，接班的兄弟二人也曾遇到不少困难。

2015年，有报道称，为了控制成本，老干妈将原本的贵州辣椒换成了便宜得多的河南辣椒。这一主要原材料的变更，使得老干妈的口感遭到了不少消费者的吐槽。

消费者的不满直接反映在公司财报上。2016年老干妈的营收就已经达到45.69亿元，但2017年和2018年却两连降，分别为44.47亿元和43.89亿元。2019年，年过七旬的陶华碧回归，换回了原来的贵州辣椒，还重新调配了制作配方，才遏制住了公司下跌势头，并使营收突破50亿元大关。

近几年来，饭爷、虎邦、李子柒等新兴的网红辣酱层出不穷，它们以新式的打法不断瓜分着辣酱市场的份额，对老干妈造成了巨大的冲击。“国民女神”再强悍，也有老的一天。出生于1947年的陶华碧，现在已经73岁了，总有彻底隐退的一天。届时，李贵山、李妙行兄弟俩能否独立扛起大旗，尚需拭目以待。



从起点到终点 记录您的广马

工商银行广马DIY借记卡等您来造



个性定制

工行创新的广马元素定制卡面借记卡，记录您的精彩瞬间。在每一届的广马，遇见不一样的自己，拥有一张广马定制卡，定格您的广马时刻。广马/工行的跑友，您还在等什么？

线上申请

扫码在线申请，上传您的广马精彩瞬间，只需几步，您的专属卡片将快递到家。

便捷启用

您可在全国任意工行网点启用该卡。



扫码在线申请

广告