

提高资金使用效率 压实地方主体责任

专项债项目“自审自发”试点扩围落地

●本报记者 熊彦莎

地方政府专项债券项目“自审自发”试点扩围已近一个月，相关地区已积极启动发债工作。5月12日，湖北发行57亿元专项债和209亿元再融资专项债，此前，江西、重庆也在纳入试点后发行专项债。

专家认为，推动专项债项目“自审自发”试点扩围，不仅能倒逼地方政府优化支出结构、提高债务资金使用效率，也有利于压实地方主体责任，完善化债支持政策。

提升发债效率

4月17日，经国务院同意，河北、江西、湖北、重庆纳入专项债项目“自审自发”试点范围，至此，试点地区扩围至14个。试点地区滚动组织筛选并形成本地区项目清单，报经省级政府审核批准后再报国家发展改革委、财政部审核，有利于提升发债和资金使用效率。

扩围以来，各试点地区发债动作频频。中国地方政府债券信息平台显示，4月24日，江西发行40亿元专项债和42亿元再融资专项债。5月8日，重庆发行27亿元专项债和212亿元再融资专项债。5月12日，湖北发行57亿元专项债和209亿元再融资专项债。

“2024年12月，国务院办公厅印发《关于优化完善地方政府专项债券管理机制的

意见》，明确在10个省份和雄安新区开展专项债券项目“自审自发”试点。总的来看，经过一年多试点，成效明显，压实了地方主体责任，加强了项目审核的部门联动，加快了债券发行使用进度，强化了债券资金管理。”财政部债务管理司副司长曲富国日前表示，下一步，财政部将会同相关部门指导新增试点地区做好相关工作，推动试点取得实效。

长期数据体现试点成效。据大公报国际统计，2025年试点地区发行新增专项债33703亿元，同比增加4673亿元，非试点地区发行12214亿元，同比增加1211亿元。试点地区的发行总额和增量均高于非试点地区，体现了试点的积极效果。

今年以来，专项债支持经济发展的效能体现。企业预警通数据显示，截至5月13日，今年已发行新增专项债13572亿元，较去年同期增长1.7%，其中近六成资金投向市政和产业园区基础设施、交通基础设施和保障性安居工程。

压实偿债主体责任

专项债项目“自审自发”试点扩围，是财政政策更加积极的体现。今年的政府工作报告提出，完善专项债券项目自审自发试点。4月，试点地区扩围政策便正式出台。

“首批试点已覆盖北京、上海、江苏等地

区及雄安新区，此次扩围地区涵盖京津冀协同发展区域、中部地区、长江经济带以及西部直辖市等不同区域类型。在不同发展阶段、不同财政能力和不同项目结构地区开展试点，有助于全面评估‘自审自发’机制的适应性、运行效果与可复制推广价值。”中央财经大学中国财政发展协同创新中心主任、教授姚东旻告诉中国证券报记者。

专家认为，专项债项目“自审自发”试点地区扩围，不仅能提升项目审核和债券发行效率、优化资金投向，也有利于压实偿债主体责任。

5月9日召开的国务院常务会议要求，要继续聚焦重点领域和薄弱环节，压实地方主体责任，完善支持化债政策，增强地方自主偿债能力，确保如期完成化债任务。

“重庆作为重点化债地区，此次入围专项债项目‘自审自发’试点，释放出差异化防风险的政策导向。”西南财经大学财政税务学院教授刘蓉在接受记者采访时表示，试点一方面通过下放审批权限，缓释偿债压力，另一方面压实省级偿债主体责任，倒逼规范项目收益管理，严控新增隐性风险，有序置换化解存量债务，统筹稳增长与债务风险防控，为市场化化债树立改革样板。

扩围将分批梯度推进

完善“自审自发”机制是长期任务。

“十五五”规划纲要明确，优化地方政府专项债券管理，完善“自审自发”机制，提高用于项目建设比重并单列。

谈及试点扩围节奏，姚东旻认为，更可能呈现出分批扩围、梯度推进的特征，优先向财政基础较好、项目管理能力较强的地区扩围，逐步覆盖更多省份，而非短期内全面推广。“‘自审自发’不是简单的普惠式放权，更不是降低审核标准。是否纳入试点，取决于地方项目储备质量是否较高、部门联审机制是否健全、资金监管是否到位、债务风险是否可控等因素。”他说。

刘蓉同样认为，后续试点将持续有序扩围。当前优先经济发达省份，此类地区项目成熟、回款快、投资效率高。其他财力较弱的区域或待项目质量、偿债能力、资金使用效率达标后，有望分步纳入。

专家认为，专项债项目“自审自发”试点扩围也带来了管理挑战，包括项目质量把控压力增大，风险防控难度提升，全流程管理要求趋严等情况，中央与地方需要协同发力，调整优化专项债项目管理方式。

刘蓉表示，地方政府应从严筛选优质收益项目，强化“借用管还”全生命周期管理机制，差异化开“前门”增加有效投资、堵“后门”防范债务风险。姚东旻建议，中央层面要坚持“放权不放水”，完善备案管理制度，强化正向激励和反向约束，加强资金使用监管。



三峡水库为长江中下游补水超100亿立方米

5月13日，在湖北宜昌，船舶有序通过三峡双线五级船闸（无人机照片）。

据中国三峡集团消息，自2025年11月21日启动枯水期补水调度以来，截至5月12日，三峡水库已累计为长江中下游补水超100亿立方米，为长江中下游沿线民生供水、农业生产、航运畅通及生态保护提供了坚实保障。

新华社发（郑家裕摄）

真诚沟通强信心 提质增效促发展

——贵州辖区超七成上市公司董事长参加业绩说明会

●本报记者 吴科任

近日，以“真诚沟通强信心 提质增效促发展”为主题的贵州上市公司2026年投资者集体接待日活动暨2025年度业绩说明会在贵阳举办。这是贵州辖区连续第14年以集体接待日的形式集中举办业绩说明会。

中国证券报记者从现场了解到，贵州上市公司“关键少数”代表共计180余人与全国投资者进行了沟通互动。活动连续多年实现上市公司参加率、董事长或总经理出席率、独立董事代表参与率3个100%，超七成上市公司董事长与投资者进行互动交流，体现了贵州辖区对保护投资者特别是中小投资者合法权益的高度重视。

增强投资者获得感

贵州证监局相关负责人表示，投资者是市场之本，上市公司是市场之基，“真诚善待、守望相助、双向奔赴、互利共赢”，是资本市场赖以生存和高质量发展的基础条件和根本保障。组织开展年度业绩说明会，集体接待广大投资者，就是要打破信息壁垒，

搭建投资者与上市公司之间深度信任的沟通桥梁。上市公司要高度重视投资者关系管理，换位思考、将心比心，在业绩说明会和日常沟通中，多讲投资者听得懂、接地气、有感情、有温度的话，切实增强投资者的参与感、认同感和获得感。

一是坚守底线，始终筑牢规范运作根基。始终敬畏市场、敬畏法治、敬畏专业、敬畏风险，坚决守好底线，绝对不碰红线，绝不做任何损害上市公司和投资者利益的事情。以此次公司治理准则落地为契机，从提高董秘、审计委员会履职能力，加强业财融合等方面着手，以“小切口”做好“大文章”，夯实实地提高治理内控有效性，从根源上防范财务造假、资金占用等恶性案件，筑牢财务造假“第一道防线”。

二是聚焦主业，持续提升核心竞争力。聚焦主业、深耕细作，把资源和精力集中到主业发展上来，发挥好上市公司平台优势，围绕产业链条开展融资并购，持续加大研发投入，以技术创新驱动产品升级，以产业链延伸拓展价值空间，不断提升核心竞争力和盈利能力，持续提升回报投资者的能力。

三是注重回报，实现内在价值和市场价

值的统一。牢固树立回报股东意识，进一步涵养尊重投资者、回报投资者、善待投资者的文化，将市值管理融入日常经营，结合实际综合运用常态化分红、增持回购、股权激励等多种方式，积极构建价值创造与投资者回报的良性循环。

提问与互动热度高

交流活动环节，来自全国的投资者围绕并购重组、经营韧性、内生发展稳定性、经营质量、公司治理、新质生产力、市值管理、战略规划、发展预期、行业趋势等市场关切热点问题，与贵州辖区上市公司展开线上交流，各上市公司逐一细致作答、积极回应市场关切。

第三次代表中伟新材董秘办现场参会的公司董事会秘书唐华腾对中国证券报记者表示：“我们在现场最直观的感觉是，投资者提问的质量和上市公司回答热度、精细度、颗粒度包括温度都极大提升，进一步加强了辖区内上市公司与广大投资者朋友的互动。在问题聚焦上，投资者更加关注上市公司合规治理和经营发展质量，与本次大会

的主题高度呼应。”

“本次交流会搭建了面对面沟通平台，监管部门解读资本市场改革政策，投资者保护举措，并接受投资者现场提问建言。这种零距离交流，既解答了日常投资中的困惑疑虑，也让我们真切感受到监管层完善市场生态、保护中小投资者权益、提高上市公司质量的决心。”唐华腾说。

振华科技总会计师、董事会秘书胡光文告诉中国证券报记者：“我们收到的投资者提问数量为28个，现场全部做了回复。投资者比较聚焦的问题包括一季度业绩变化的原因、下一步打算，以及在新兴产业的布局等。”

胡光文表示，集体业绩说明会能够充分展示贵州辖区上市公司“治理规范、诚信透明”的合规形象，“产业鲜明、动能强劲”的发展实力，以及“注重回报、共享发展”的股东意识；同时，多家上市公司核心管理层集体出席，不回避问题，不掩饰矛盾，这种高规格的重视程度本身就是公司治理规范的体现。面对投资者关于财务数据、下一步发展规划等提问，公司能给出详实、合规的解答，展示了上市公司对资本市场的敬畏之心和诚信底色。

深入挖掘内需潜力

在“两新”政策效能持续释放的同时，扩内需促消费需进一步优化供给。中共中央政治局会议提出，要深入挖掘内需潜力。扩大优质商品和服务供给，推动消费升级。深入实施服务业扩能提质行动。

在中国银河证券首席经济学家章俊看来，当前居民消费结构正在从耐用品、一般商品消费，逐步向服务消费、品质消费、体验消费延伸。预计后续促消费的重点可能更多落在服务消费扩容、品质消费培育、养老托育、文旅体育、健康消费、数字消费等领域。

东方金诚首席宏观分析师王青表示，今年促消费的重点从耐用消费品转向服务消费，通过有效弥补服务供给缺口，更好满足居民较快增长的旅游出行、文化娱乐、教育医疗等服务需求。预计后期代表居民服务消费的服务零售额增速会保持在5.5%以上，明显领先主要代表商品消费的社会消费品零售总额增速。

聚焦服务业扩能提质，要促进生活性服务业高品质、多样化、便利化发展。商务部国际贸易经济合作研究院研究员崔艳新建议，聚焦与“投资于人”密切相关的重点领域，精准施策。比如，推动商旅文体健深度融合，发展冰雪经济、“票根经济”等融合业态；促进医疗健康消费，拓展健康体检、互联网医疗等新业态等。

2025年我国创新药获批数量创历史新高

●本报记者 傅苏颖

国家药监局药品审评中心5月13日发布的《2025年度药品审评报告》显示，2025年我国药品注册申请受理、审结数量稳步增长，创新药获批数量创历史新高，临床急需用药加速上市，药品审评审批体系持续完善，有力保障群众用药需求。

报告显示，2025年药审中心共受理各类药品注册申请20149件，同比增长3%；审结各类注册申请19375件，同比增长6%，审评效率持续提升，仿制药、创新药、中药、生物制品等各类药品申报审评有序推进。

创新药成果丰硕成为年度最大亮点。全年批准1类创新药76个，其中新机制新靶点药物11个，两项数据均创历史新高。这些创新药覆盖抗肿瘤、抗感染、内分泌等多个临床急需领域，26个通过优先审评审批程序上市，15个获附条件批准上市，15个在临床试验期间纳入了突破性治疗药物程序，让患者尽早用上新药好药。

临床急需用药供给持续加码。2025年批准罕见病用药48个、儿童用药138个，审评通过短缺药品174个，破解特殊人群、紧缺领域用药难题。

中药创新发展提速。全年受理中药注册申请2723件，创新中药、改良型新药、古代经典名方获批数量稳步增长，呼吸、消化等中医优势病种新药不断涌现。

生物制品领域成果突出。细胞与基因治疗、创新疫苗审评标准持续完善，累计8款CAR-T细胞治疗药品获批上市，多款新型疫苗助力公共卫生防控。

平台出海破浪前行风帆劲

（上接A01版）国家电子商务示范城市专家组成员李鸣涛告诉中国证券报记者，AI芯片和云服务算力等加速构建支撑AI服务的硬环境，在此基础上，国产大模型及AI智能体以差异化路径出海，重塑中国在全球AI价值链中的地位。

“算力出海的过程中，也面临着技术自主、生态构建、产业协调和全球合规的严峻挑战，需要在核心技术及AI服务生态上持续突破。”李鸣涛表示。

值得一提的是，以AI赋能已有的出海业务，提升用户体验和运营效率，成为多家平台的共同选择。比如，京东集团连续两个季度的技术研发投入同比增速超过50%，京东物流自主研发的“狼族”系列机器人已覆盖物流全链路并在全球规模化应用。阿里巴巴推出面向全球中小企业的智能业务平台Accio Work，旨在降低跨境贸易准入门槛、提升运营效率。

打造出海品牌

不少平台企业正积极打造出海品牌。2026年一季度，京东集团正式推出欧洲线上零售品牌Joybuy，海外快递服务JoyEx-press也落地欧洲核心市场，率先推出“211”高时效服务，实现“上午下单，下午收货”。截至一季度末，Joybuy的“211”服务已覆盖欧洲30余个主要城市，超4000万人口。

拼多多的出海也即将进入以品牌自营为核心的新阶段。“过去三年，Temu植根于中国供应链，业务扩展到全球90多个国家，三年走完了拼多多国内电商10年的路。”拼多多联席董事长兼联席CEO赵佳臻近期表示，下一个阶段，公司将组建“新拼姆”，全力开启品牌自营模式，带动中国制造迈向高质量、品牌化道路。目前，“新拼姆”已在上海落地，首批已现金注资150亿元。

“中国制造的供应链优势、国内市场的成熟打法以及支持跨境电商发展的政策环境都有利于平台抓住时机更好地开拓国际市场。”李鸣涛认为，平台企业整合供应链资源，打造自营品牌，是应对当前国际市场合规要求和品牌提升需求的必然选择。

在本地生活服务领域，国际化也成为平台企业的增长引擎。美团2025年财报显示，公司旗下国际外卖品牌Keeta所属的新业务板块营收1040亿元，同比增长19%。目前Keeta已完成中东海湾地区主要国家覆盖，并在巴西展业。在中国香港市场，Keeta历时29个月，在2025年10月实现单月UE（单位经济模型）转正。美团在财报电话会议中预计，沙特阿拉伯市场有望在2026年底前实现单月UE转正。

“本地生活服务依赖平台的本地网络、牌照、运力与文化适配能力，复制难度大、运营壁垒高。本地生活服务平台出海，输出了数字化解决方案与技术能力，开辟服务贸易新增长极，带动餐饮供应链、智能系统等产业链协同出海。”中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉告诉记者。

对于品牌化出海路径，商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇表示，通过打造品牌优势，出海产品有望形成差异化和溢价能力，从价格竞争转变为价值竞争，引领产业带走出同质化竞争的局面，实现品牌化发展。

建立本土化服务能力

“平台出海是外贸转型升级的关键抓手。”欧阳日辉表示，平台通过压缩外贸链条，助力制造企业直达海外终端，有利于推动外贸从商品输出转向品牌与价值输出，提升中国产品附加值与议价权；带动货物与服务双向出海，拉动跨境物流、数字支付、营销合规等服务出口；同时，助力我国参与全球数字贸易规则制定，构筑长期竞争优势。

同时，专家表示，受地缘政治等因素影响，平台企业出海正面临全球监管趋严、非关税壁垒高筑、法律风险挑战增多等环境变量，企业、相关政府部门、行业组织应共同面对相关挑战。

李鸣涛表示，合规发展已成为平台企业出海首先要面对的挑战，平台企业应在做好全球化发展顶层设计的基础上，加速建立境外本土化的决策与管理团队。此外，在本土化融合方面，一方面需要出海平台迅速建立起本土化服务能力，在应对文化差异、建立本土价值贡献等方面持续发力。

“应从政策层面入手，提升贸易数字化与便利化水平。”苏商银行特约研究员付一夫建议，持续优化通关流程，进一步压缩通关时间，同时深化跨境电商综试区建设，支持海外仓发展，构建更完善的跨境电商生态。同时，针对跨境电商涉及的中小微外贸企业，应强化金融信保支持，继续扩大出口信用保险的覆盖面和承保规模，帮助企业规避风险、保障资金流。