



按照中央和珠海市委政府的總體戰略部署，珠海高新區根據《共同推進科技金融合作創新實驗區建設框架協議》精神，大力實施科技與金融結合和資本強區戰略，以金融創新驅動科技創新，以金融服務推動產業發展。9月26日，備受各界關注的珠海高新區科技金融廣場正式開業並投入使用，與此同時，「珠海市投融資增信平台」網站順利上線，珠海市常務副市長劉小龍、珠海高新技術開發區黨委書記張宜生、區管委會主任楊川均出席了啟動儀式。

■香港文匯報記者 李芳 通訊員 張廣珍 珠海報道

# 珠海高新區科技金融廣場投入運營 為高新企業騰飛再添金融雙「引擎」

■高新區全景圖

## 廣場和網站虛實結合 為企業發展添動力

多年來，為推動珠海高新技術發展和促進產業升級，珠海市積極實施創新驅動發展戰略，打造科學發展新引擎，進一步統籌利用多方科技資源，完善科技服務體系，促進科技成果轉化，從而為建設全國一流創新型高新區提供重要支撐和保障。此次珠海高新區科技金融廣場將正式投入使用，是貫徹落實《廣東省建設珠三角金融改革創新綜合實驗區總體方案》精神，共同推進珠海市「科技金融創新實驗區」建設的重要舉措，具有里程碑意義。未來，「廣場」結合「網站」，實現虛擬和現實結合、線上和線下互動，更好地引導金融資源向科技領域配置，科技資源和金融資源有效對接，為實施創新驅動發展戰略提供重要保障，為珠海高新區經濟發展提供強大引擎。



■孵化器及高校：國家軟件產業基地。

正式投入運營。在該啟動儀式上，還舉行了科技金融集市首場活動，金融機構和科技企業現場金融「趕集」，珠海賽樂奇等四家科技型企業進行了融資路演介紹、自由對接。首家人駐珠海高新區的科技型銀行——珠海農業商業銀行做了科技金融特色產品和服務的介绍。

據介紹，「珠海高新區科技金融廣場」是珠海市首個科技金融綜合服務平台，面積近5000平方米，已入駐45家金融機構，融合了五個功能板塊。其中，科技金融集市是一個聚集了銀行、擔保、VC、PE、券商等各類金融機構及諮詢、律師事務所和會計事務所等中介服務機構的金融服務平台，定期組織企業與金融機構開展項目路演、金融產品推介等對接活動，讓企業、團隊能夠便捷集市一樣享受到各種融資、中介服務。創業咖啡是為最早期創業者搭建的開放空間，真正實現拎包就能入駐，裡面包含了開放式辦公、交流碰撞思維、促進融資對接等功能，與其他「喝咖啡發財」的咖啡廳不同的是，這裡可是實現「喝咖啡發財」。創業苗圃為創業者提供免費的辦公場地、辦公設施、創業輔導以及免費享受各類科技資源、科技服務，說明創業者將創業夢想落地。「菁牛匯」是專門為企業家、創業團隊設立的俱樂部，定期舉辦創業導師培訓、企業管理培訓、企業合作交流活動等。科技資源分享電子圖書室是為投融資機構、中介機構和中小企業而建的信息資源分享平台。與此同時，結合「珠海市投融資增信平台」正式上線，實現了虛擬和現實結合、線上和線下互動，可以更好地促進科技企業、團隊和金融機構的無縫對接。科技金融廣場將成為高新區金融資源和科技創新資源聚集充分、信息交互便捷、服務高效，功能齊全，立足高新區、輻射全市、面向全國的科技金融創新服務高地。

## 珠海高新區 地區生產總值破百億

為大力發展高新技術產業，早在1992年經國務院批准成立了國家級高新區珠海高新區。經過20多年的發展，目前區珠海高新區已成為「一區五園」的格局，主園區唐家灣位於珠海市北部，由唐家、金鼎、淇澳組成，佔地面積139平方公里。去年，該園區實現地區生產總值突破100億元，規模以上工業增加值增速居全市第一。



■高新區科技金融廣場啟動儀式。

珠海高新區主園區交通便利，京珠高速、粵西沿海高速、廣珠城軌貫穿其中，投資者可借助珠三角一小時經濟圈的區位優勢，挖掘無限商機。作為「藍色珠海、科學崛起」發展戰略的三大引擎之一，以建設全國一流創新型高新區為目標，珠海高新區全力打造「珠海形象主門戶」、「高新技術主戰場」等。高新區後備科技資源充沛，珠海市現有10所大學，在校學生達13萬人。其中4所高等院校位於高新區主園區內，在校大學生超過6萬人。

多家。正在實施的孵化器倍增計劃，力爭5年內現有孵化器數量增長1倍，孵化面積增長2倍，在孵企業數量增長3倍。新引進的珠海信息港項目，佔地6.8萬平方米，擬建設孵化面積20萬平方米，目前已開工建設。

高新區確立了「4+2」產業定位，即軟件與集成電路設計、互聯網及移動互聯網、智慧電網、醫療器械四個戰略性新興產業，高端製造、文化創意兩個產業領域。為了促進中小型高新企業發展，高新區主園區設有5個孵化器建築面積超過40萬平方米，在孵企業共400

多年來，高新區始終堅持經濟與民生共進、產業與新城協同、發展與民生齊抓，2013年主園區實現地區生產總值107.2億元，同比增長13.5%；規模以上工業總產值193.4億元，同比增長20.7%；規模以上工業增加值51.6億元，同比增長22.2%，增速居全市第一。

# 中國·永康五金指數

2014年9月份

## 生產銷售量價齊升 景氣指數築底反彈



圖(2)

一、五金產品生產景氣指數的概述。2014年9月份五金產品生產景氣指數收於98.17點，環比上漲2.56點，同比景氣指數收於94.47點，比去年同期下跌1.28點。分類指數中生產銷售量、客戶量放量上漲，出廠價回升，推動生產市場景氣指數有力反彈；銷售收入大幅上漲，加快了商品存貨周轉速度，助推運營效益指數走穩。隨著央行救市政策出台，房地產行業局勢將會迎來轉機，給五金行業傳播利好信號，提前走出寒冬。

### 二、生產銷售量價齊升，生產需求景氣有力反彈

據調查資料顯示，生產市場需求景氣收於99.30點，環比上漲3.47點。據生產市場需求景氣二級分類指數顯示，生產銷售量與訂單量指數收於103.68點，環比上漲10.25點；產品出廠價格指數收於99.06點，環比上漲1.55點；生產需求客戶量環比景氣指數收於98.58點，環比上漲5.23點；分類主要指標指數齊升上漲，為生產需求景氣指數有力反彈，構成紮實支撐底盤。在十二大類中，生產市場需求景氣指數漲跌表現為十個大類上漲，兩個大類下跌，漲幅居前有「電子電工與建築裝潢五金」，分別環比上漲為25.0點與18.75點；兩個大類下跌是「日用五金電器與門及配件」，生產需求景氣指數環比下跌分別7.68點與0.75點。

### 三、銷售收入大幅上漲，生產效益景氣回穩微揚

9月份五金產品生產運營效益環比景氣指數收96.09點，環比上漲0.92點。據生產運營效益景氣所屬的分類指數顯示，產品銷售收入環比景氣指數收於102.12點，環比上漲11.34點，帶動產品存貨周轉速度加快，環比上漲2.8點，銷售利潤率上漲1.96點。在十二大類的五金產品中，生產運營效益景氣漲跌表現為八個大類上漲，四個大類下跌，「安防產品」產品漲幅居前，本期「安防產品」生產效益指數收於120.83點，環比上漲20.83點；跌幅值居前為「通用零部件」，本期生產效益指數收於85.78點，環比下跌5.07點。

四、生產景氣指數的後市預測。目前，央行繼續維持流動性平穩適度的格局，也將為市場提供充足的流動性。隨着9月份，生產五金行業總體各項指標回穩，發出強有力的反彈信號。對下期生產總體行業預計判斷處於謹慎，總景氣指數還有待於進一步觀察。

## 出口市場量升價漲 外貿景氣回穩上揚



圖(3)

一、五金產品外貿景氣指數的概述。如圖(3)所示，2014年9月份外貿景氣指數收於95.64點，環比上漲1.84點，同比景氣指數收於93.69點，比去年同期上漲0.83點。本期外貿景氣回穩上揚，商品出口交貨量、出口價格、出口訂單量、出口銷售額等主要指標不同程度呈現上漲，形成強勁反彈的格局。

### 二、出口交貨量與訂單量雙雙增長，外貿市場需求走出低迷

9月份外貿需求景氣指數收報於97.04點，環比下跌6.08點。其中外貿市場需求出口交貨量指數收於100.17點，環比上漲4.61點；外貿市場需求出口訂單量指數收於94.98點，環比上漲1.65點；外貿出口價格指數收於102.04點，環比上漲3.32點。外貿市場需求反映觸底強勁反彈，9月外貿數據超預期增長和今年秋季中國五金博覽會展區供不應求的局面似乎透露出外貿回穩的跡象。但還是應冷靜看待這一局面，在外需環境難以出現明顯改善等因素制約下，四季度乃至明年外貿可能仍將保持低位增長。因為從先行指標也可以看出，雖然9月永康五金指數官方新出口訂單指數已回升至94.98%，較8月有不同程度改善，但仍未達到100%的榮枯線。

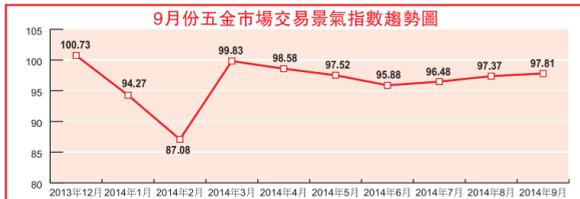
從十二大類五金產品來看，外貿需求景氣指數行情呈現六個大類上漲，六個大類下跌的態勢。漲幅值居首的是「安防產品備、運動休閒五金」環比上漲37.5點、34.2點；跌幅值居前的有「通用零部件、機械設備」，環比下跌分別為17.26點、8.69點。

### 三、出口額延續升勢，運營效益景氣逐漸回穩

9月份運營效益環比景氣指數收於96.84點，環比上漲1.95點。一個重要因素是外貿市場景氣各項指標的強勁反彈，助推運營效益指數上漲。外貿出口量的放大，出口價格的上漲，帶動9月份外貿出口銷售額景氣指數環比上升3.65點，漲幅值高出上月1.51點。從十二大類五金產品來看，外貿運營效益環比景氣指數表現為八個大類上漲，四大類不同程度下跌。本月外貿運營效益環比景氣指數漲幅值居前是「安防產品與運動休閒五金」分別環比上漲25.0點、11.65點；跌幅值居前有「機械設備、機電五金」分別環比下跌8.32點、5.39點。

四、外貿景氣指數的後市預測。9月份五金外貿數據好轉，但難改變整體疲弱態勢。由於今年上半年以來，無論是歐、美、日等發達經濟體，還是以金磚國家為代表的新興經濟體，經濟增速普遍放緩。歐債危機持續發酵，美聯儲推出第三輪量化寬鬆貨幣政策導致人民幣被迫升值，國際金融市場、大宗商品市場震盪加劇，全球經濟下行風險明顯增加，我國輸入型通脹壓力加大，企業在外部市場需求疲軟的情況下更加雪上加霜。「世界經濟仍趨於下行，今後幾個月外貿形勢仍然很嚴峻。」

## 運營效益呈現良好 助推市場景氣走穩



圖(1)

一、五金市場交易景氣指數的概述。2014年9月份五金市場交易景氣環比指數收於97.81點，較上期環比上升了0.44點；同比景氣指數收於88.43點，同比下跌1.32點。市場需求環比景氣指數持穩，帶動商品進貨量上升，存貨周轉速度進一步加快，商品銷售收入環比上漲，運營效益呈現良好格局，助推市場景氣呈現平穩的態勢。

### 二、銷售量價呈現平穩，市場需求景氣小幅上行

9月份，五金市場交易景氣指數中的市場需求環比景氣指數收於97.18點，較上期環比小幅上漲0.4，同比景氣指數收於80.59點，比去年同期下跌4.19點。在市場需求分類指標中，商品銷售量環比景氣指數收於98.2點，環比小幅下降0.16點；商品銷售價格水平環比景氣指數收於97.16點，環比下降1.22點。銷售量價總體呈現平穩，市場需求景氣小幅上行。在十二大類行業中，市場需求環比景氣指數表現為有五個大類呈現上漲，七個大類下跌。在五個大類上漲的主流商品中，漲幅值較大的有「五金工具及配件、通用零部件」，其漲幅值分別為7.39點與4.69點；在七個大類下跌商品中，「安防產品」跌幅值居前，環比下跌14.06點。

### 三、分類指數表現良好，運營效益景氣走出低谷

9月份，運營效益景氣指數收於94.57點，環比上漲3.02點，運營效益分類指數築底成熟，助推運營指數走出低谷。分類指數中商品進貨量環比指數收於97.92點，環比上漲2.41點，商品銷售收入環比景氣指數收於96.83點，環比上漲3.68點，商品周轉速度環比景氣指數收於98.32點，環比上升4.41點。在十二大類行業中，運營效益環比景氣指數有八個大類上漲，四個大類下跌。在八個大類上漲的商品中，漲幅值居前兩位有「門及配件與通用零件」環比上漲7.39點與5.68點；在四大類下跌商品中，「機電五金」，跌幅居前，較上期下跌了3.86點。

四、五金市場交易景氣指數的後市預測。9月份市場五金行業隨着局部性營銷較為活躍，資金周轉速度加快，致使市場流通資金周轉指數環比上行，市場景氣指數將會呈現震盪上升走勢。

中國·永康五金指數編製辦公室 2014年10月9日

