

人形机器人迎来量产元年

近期，松延动力、优必选等人形机器人企业密集公布产品订单消息，行业预计今年将迎来人形机器人量产元年。同时，行业企业融资节奏加快，多家企业宣布完成新一轮融资，宇树科技上市计划提上日程，投资者关注人形机器人商业化节点何时到来。

产品订单密集公布

接连公布的订单消息显示，人形机器人或迎来量产元年。

今年7月份，松延动力实现量产交付105台人形机器人，交付总量环比增长176%，创下公司成立以来最高月度量产及交付纪录。

松延动力创始人、董事长姜哲源表示，在参加北京机器人半程马拉松比赛后，公司一个月内收获意向订单超过2000台，合同额超1亿元，其中教育教具、商业演出需求占比超60%，文旅展厅需求快速增长。目前，松延动力在北京、常州、东莞布局了生产基地，提升产能。“今年下半年公司主要目标是把机器人的生产和交付做好，明年，公司的目标是交付量达到万台。”姜哲源称。

在刚刚结束的世界人工智能大会上，银河通用相关负责人表示，其展示的商超值守机器人已经获得100家门店订单，计划于年底前实现全国范围投用。

推出 AlphaBot(爱宝)系列机器人的智平方相关人员表示，公司今年已收到近500个通用智能机器人的订单，主要用于工业、公共服务场景。目前爱宝系列机器人已经在东风柳汽、晶能微电子、华熙生物等工厂投入使用，并即将在上海虹桥机场提供公共服务。

星动纪元相关负责人说：“人形机器人商业化进程明显加快了。”星动纪元今年6月刚发布的星动Q5机器人目前已经获得几十台订单，其应用场景包括迎宾导览、医院导诊、模型训练等，单台售价在40万元至50万元。其市场负责人介绍，预计今年会交付100台星动Q5机器人。公司在北京扩建了2000平方米左右的工厂来提升产能。

7月13日，优必选发布消息称，今年3月和北京人形机器人创新中心联合推出的172cm全尺寸科研教育人形机器人天工行者，目前在手订单已达百台，预计今年该



款机器人在教育科研领域的交付量将超过300台。

按照智元机器人的规划，今年其人形机器人出货量预计将达到数千台，目前线下量产的机器人已超2000台。智元机器人合伙人、具身业务部总裁姚仰青称，今年下半年行业会进入真正“交卷”的阶段。

人形机器人新品还将不断发布。据悉，智元机器人精灵系列下一代机器人本体精灵G2即将发布，G2会在运动精度、场景适配性上进一步升级。目前拥有全球最大具身智能数据采集工厂的帕西尼将在北京召开的2025世界机器人大会上带来其新一代轻量化通用人形机器人，该款机器人易折叠，具有强越障、强泛化能力，通过模块化设计，能适配多种场景需求。

摩根士丹利日前发布报告认为，人形机器人领域，中国极有可能在2025年下半年出现一轮应用推广潮，首批人形机器人订单与应用落地可期。

企业融资节奏加快

人形机器人企业融资节奏加快。智元机器人已于近日完成新一轮战略融资，该

轮融资由LG集团旗下的LG电子以及未来资产集团联合投资。半个月前，公司刚宣布获得正大机器人战略投资，双方宣布将在智能物流、农业自动化、超市零售等方向探索合作。

天眼查信息显示，截至目前，智元机器人已完成10轮融资，包括此前获得腾讯、京东、比亚迪、上汽、北汽、TCL等多家产业资本投资。

宇树科技的上市计划已经提上日程。7月18日，中国证监会官网信息显示，宇树科技已开启上市辅导，中信证券将在今年10月至12月对该公司是否达到发行上市条件进行综合评估。截至目前，天眼查数据显示，宇树科技已完成10轮融资。

7月，星动纪元、云深处相继宣布完成近5亿元融资，星图恒、千寻智能、众擎机器人、逐际动力也官宣融资；6月中下旬，银河通用宣布完成由宁德时代及博泉资本领投的11亿元人民币新一轮融资；5月，魔法原子宣布完成数亿元的新一轮战略融资，这是半年时间内该公司完成的第二轮超亿元融资。

逐渐激烈的市场竞争、备受期待的商业化前景、大规模的研发投入需求，使得人

形机器人赛道企业需要资本支持。斯坦德机器人、乐动机器人、埃斯顿机器人、卧安机器人等企业纷纷递表港交所。已经在港股上市的优必选，过去一年内五次配售，获得款项净额超43亿港元。

业内投资人表示：“机器人行业技术门槛高、应用周期长，需要持续大额投入。”他认为，下一步行业关注的焦点是谁能率先实现盈利拐点。

实现商业化还须技术突破

智元机器人首席科学家罗剑岚提到，具身智能(涵盖人形机器人)的“AlphaGo时刻”，指的是机器人在物理世界中实现兼具高成功率与高泛化性的突破性进展。而人形机器人下一阶段的突破点，在于具备“不损失成功率的泛化能力”，这也正是其实用性的体现。

“大语言模型实现50%至60%的准确率，剩下的部分可通过人类大脑补全，但机器人在物理世界若仅有50%成功率是不可接受的。”人形机器人要实现在复杂任务中达到近100%的成功率，还需要具身智能大模型的不不断优化升级。

罗剑岚认为，要加速模型迭代，需要通过机器人在真实场景中的自主交互(如工厂装配、家庭服务)积累数据，形成“数据—算法—硬件”的闭环迭代。短期内，机器人将在工业智造等受限结构化场景先落地，通过大模型加优化的方式，降低交付成本，提高交付效率；从长期来看，家庭场景是更大的市场，但需要解决复杂性、数据隐私、工程化等问题。

腾讯首席科学家、Robotics X实验室主任张正友认为，行业的“iPhone时刻”远未到来。在2025世界人工智能大会期间，腾讯正式发布了具身智能开放平台Tairos，向机器人行业提供大模型、开发工具和数据服务。

上海人工智能实验室则发布了具身全栈引擎Intern-Robotics，通过构建虚拟仿真建模、虚实数据贯通、训测一体化等技术体系赋能行业。智元机器人正式发布业界首个开源的具身智能操作系统“智元灵策OS”。

业内人士表示，在人形机器人规模化应用真正到来前，布局帮助人形机器人商业化落地的“工具”，可以服务行业生态并夯实行业发展底座。

钟 峰

7月新基金募资再超千亿 权益类基金发行将回暖

7月，受浮动费率改革等影响，投资者认购公募新发基金的热情持续高涨。Wind数据显示，截至7月31日，135只新发基金合计募资1048.68亿元，排在今年新发基金月度募资规模第二位，是今年第三个募资规模超千亿元的月份，3月、6月新发基金募资规模分别为1040.78亿元和1248.03亿元。

7月，浮动费率改革持续推进，显著提振了新发基金市场的活力。首批26只新型浮动费率基金合计募集资金258.65亿元，有效认购户数达到26.15万户。7月24日，第二批12只浮动费率基金获批。

在7月新发行的基金中，有多类产品借助力于政策红利、市场热点或创新设计，实现了快速募集——认购期仅1天的“闪电”结束频频出现。其中，10只科创ETF集体实现一日募集完毕，募资合计达289.9亿元，多只产品募资触及30亿元规模上限，部分基金更是启动比例配售。业内人士表示，此类基金的热

销，与近期政策层面对科技创新的扶持、市场对优质信用债的配置需求等密切相关。另外，实现“闪电”募集的还有4只REITs产品，均在一天内完成募集，合计募资33亿元，涵盖科技、数据、能源等热门赛道。

随着A股市场回暖及投资者风险偏好回升，部分混合型基金凭借灵活的仓位策略和主题布局，也实现了较快募集。7月混合型基金新发行合计23只，总募资规模达101.81亿元。募集周期同样有所缩短，显示投资者对权益资产的配置意愿有所增强。

7月的基金发行，可以概括为“结构分化、创新引领”，即债券型与股票型基金双轮驱动，科创ETF和ESG主题成为增长引擎。多只产品实现“闪电”募集，既体现了机构投资者对债券资产配置价值的认可，也透露出权益市场回稳。随着稳股市政策落地见效及企业盈利触底回升，预计权益类基金的发行将进一步回暖。

钟 峰

夜间“黄金4小时”打开文旅新空间

珠江夜游、钱塘江夜游、博物馆夜游、景区夜游……随着高温天气的持续，夜经济正在升温。旅游休闲活动已从白天星延伸至夜晚，18时至22时成为高活跃度的夜间经济“黄金4小时”。

美团旅行数据显示，7月以来，“夜游”相关搜索量和评论量环比6月均增长100%左右，且每逢周末就会迎来搜索小高峰，搜索热度排名前十位的城市分别是广州、杭州、武汉、上海、南京、北京、苏州、宜昌、成都、长沙。“夜游族”的年龄分布较为均衡，各个年龄段的人群都爱“夜游”，在搜索人群中，30岁以下的用户占比最高，达到27.1%。

除了乘坐游船、漫步江边，夜游博物馆也备受游客欢迎。自7月开始，上海博物馆“金字塔之巅：古埃及文明大展”每天加开夜场至晚上9时。在闭展前的最后一周，其将开启“不眠夜”模式，邀请观众一同参与“7×24小时不闭馆”的埃及“古墓探秘”之旅。

不少景区也加开夜场，通过灯光、音乐、歌舞、烟花、无人机等吸引游客驻足，形成了新的夜间消费场景。中国旅游研究院夜间经济专项调研显示，超过1/3的国家一级博物馆在暑期开展了夜游活动。全国5A级旅游景区的夜间开放率从2020年的23%增加到现在的

63%，并新入驻了一批灯光造景、演艺游船、民俗集市等夜游核心吸引物。近四成的国家级旅游度假区研发推出了节事演出、室内休闲、户外娱乐等夜游产品。演艺类型从实景演出、歌舞表演发展到沉浸式、环境式、交互式演艺等。演艺与餐饮、交通、住宿等业态的边界逐渐被打破，交融融合、宴演融合的演艺创新产品开始出现。

山东尼山旅游度假区相关负责人表示，夏季，游客的人园时间通常会因高温延迟至下午，景区于是顺应趋势延长了开园时间并增加了夜间表演。美团旅行数据显示，暑期期间，尼山旅游度假区的订单总额同比去年增长了20%。夜场同样为尼山旅游度假区带来了二次消费增量。尼山旅游度假区相关负责人表示，在商品销售以外，夜游还大幅拉高了景区自营酒店的人住率，增加了游客的停留时间。

近期，多地政府相继推出支持夜间经济的政策措施。据行业专家分析，包括上海、深圳、杭州在内的多个城市都在积极推动夜间餐饮、文化娱乐等业态发展。夜间旅游不仅能够延长商家的经营时段，还能增强游客的停留意愿，成为夜间消费的重要引流渠道。在暑期消费旺季，日益完善的夜经济模式预计将显著提升旅游市场活力，为景区、博物馆等文旅场所所创造新的增长空间。

阎 密

三大平台集体发声“反内卷” 外卖市场或迎转机

日前，美团、饿了么、京东三大平台罕见同步发声，在官方渠道发布声明，承诺抵制恶性竞争、规范促销行为，同时提出多项限制补贴行为的举措。此举被业界视为对近期监管部门约谈精神的响应，也是行业试图告别无序“内卷”、探索可持续发展模式的关键信号。

8月1日上午，美团、饿了么、京东先后在官方渠道发布声明，承诺将规范促销。其中，美团在声明中称，将坚决规范促销行为，杜绝不正当竞争行为，推动建立公平有序的行业秩序，促进各方互利共赢。饿了么承诺合理规划发放补贴、坚决抵制恶性竞争、持续提升服务质量、合作促进生态共赢。京东也承诺，规范补贴行为，抵制恶性竞争，提升服务质量，促进互利共赢。

专家认为，本次三家平台同时发声，可被视为对上一轮行政约谈精神的具體落实。7月18日，国家市场监督管理总局官网发布消息称，已对外卖平台开展行政约谈，要求外卖平台企业理性竞争。此前，国家市场监督管理总局等五部门已于5月针对当前外卖行业竞争中存在的突出问题约谈了平台企业。

业界指出，监管部门年内连续两次对外卖巨头进行约谈，表明了整顿外卖行业“内卷式”竞争的决心。

事实上，在多方推进下，平台营销已有了不同程度的收缩，但包括零元购、1分购、免单券等大额补贴在内的变体仍在持续进行，且商家仍然需要承担较大比例的补贴成本。

综合考虑到营销周期，8月7日将迎来立秋，由2020年兴起的“秋天第一杯奶茶”活动已成为外卖行业的固定营销节点，或将引发新一轮外卖大战。当前时点，三家平台同时集体发声，值得关注。

网经社电子商务研究中心分析师陈礼腾表示，美团、饿了么、京东等外平台联合抵制恶性竞争的声明，既是对外卖行业无序补贴现状的回应，也是对政策监

管压力的主动调整。这一举措试图通过规范促销行为、减少价格战依赖，推动行业从“比补贴”回归到“比品质”和“比服务”的理性竞争轨道。

中国广告协会学术与教育工作委员会委员、网经社电子商务研究中心主任曹磊分析称，此次各家声明反映出中国平台经济开始反思并试图摆脱“内卷”，其成功与否将决定未来几年的行业格局。“反内卷”并非反对竞争，而是反对将竞争能量过度消耗在互相倾轧的低水平重复上。

不过，业界同时指出，在具体执行层面或面临挑战。陈礼腾表示，首先，“成本”边界模糊，“低于成本价”的认定标准未统一，平台可能利用跨业务补贴规避监管。此外，“变相强制”风险犹存，即明面禁止强制，但算法推荐规则和流量分配机制仍可能隐性地迫使商家降价。

针对行业未来发展方向和可能出现的问题，政策也有所考虑，并在进一步完善。国家市场监督管理总局8月2日信息显示，7月31日，市场监管总局发布并施行《网络交易平台收费行为合规指南》，进一步规范网络交易平台向平台内经营者的收费行为，并鼓励平台根据自身技术创新和商业模式创新形成服务特点。

平台企业的规范发展将有利于包括外卖在内的整个即时零售市场。商务部研究院发布的《即时零售行业发展报告(2024)》显示，预计到2030年，我国即时零售市场规模有望突破2万亿元。

从行业趋势来看，曹磊认为，未来即时零售市场将向三个方向发展：一是技术驱动替代资本消耗，平台将加大AI算法、智能调度等技术投入，提升履约效率；二是供应链能力成为核心竞争力，平台将通过数据共享、资源协同等方式，优化供应链管理；三是监管框架下的行业规范化，平台将在保障消费者权益、提升商家利润、完善骑手福利等方面寻求平衡。

景 灿

南京雨花台区：修复地铁沿线沟槽 保障市民出行安全

近日，南京市雨花台区道路养护单位南京宇振市政工程有限公司针对地铁10号线南延线共青团路站与雨花台站周边道路开展专项整治行动，集中修复沟槽坑洞等病害，维修面积达1000平方米，有效提升道路通行质量，保障市民出行安全。

由于地铁施工及车辆频繁碾压，两站

点周边部分路段出现不同程度的沟槽、坑洞等问题，存在安全隐患。南京宇振市政工程有限公司组织专业团队实地勘察，制定了针对性修复方案，快速填补坑洞，并对沟槽进行平整压实处理，确保修复后路面平整度达标。下一步，该公司将持续加强巡查维护，建立长效管理机制，为市民营造安全、畅通的出行环境。

孙 强

IPO 观察

□江苏经济报记者 刘照和 通讯员 高 荣

6月18日，证监会宣布在科创板设置科创成长层，并重启未盈利企业适用科创板第五套标准上市。

一周后，公司主营业务被外界定义为“稻米造血”的禾元生物成功过会，成为科创板第五套上市标准重启后的首家IPO公司，此后又于7月4日正式提交注册申请。

专注研发 19年无药品获批上市

招股书中表示，该公司成立19年来，基于水稻胚乳细胞生物反应器的表达体系开发了多款药品、药用辅料及科研试剂等产品，却始终未能实现盈利，截至招股书披露日都没有获批上市的药品。

禾元生物表示，公司自成立以来，专注于水稻胚乳细胞表达体系的研究与重组蛋白药物的开发，报告期内，随着多个在研管线不断推进，公司持续增加研发投入。同时，公司营业收入主要来源于药用辅料、科研试剂的销售，规模相对较小，导致公司持续亏损且最近一期存在累计未弥补亏损，符合创新药行业的特征。

同时表示，由于研发流程复杂，审评标准严格，创新药的研发呈现出投入大、

周期长、风险高的特点，对创新药企业的研发能力和资金实力具有较高的要求。由于药品获批上市前收入来源有限，持续高强度的研发投入导致众多创新药企业处于亏损状态。

这次IPO，禾元生物本次拟发行近9000万股，拟募集资金约24亿元，募集资金投入重组人白蛋白产业化基地建设、项目、新药研发项目以及补充流动资金，对应项目拟投入的募集资金分别为16.58亿元、超6亿元以及1亿元。

三年累计亏损超4.8亿元

从经营情况来看，2022年至2024年，禾元生物营业收入分别为1339.97万元、2426.41万元及2521.61万元，净亏损分别为1.44亿元、1.87亿元及1.51亿元，三年累计亏损4.82亿元。

禾元生物在最新披露的招股书(注册稿)中表示，基于目前的经营状况和市场环境，公司预计2025年1至6月主要财务数据如下：营业收入700万元至1300万元，变动比例-26.58%至36.36%；归属于母公司所有者的净利润-8700万元至-7300万元，变动比例为-10.70%至7.12%。

此外，2022年至2024年，禾元生物不断加大研发投入，各期研发费用投入保持在较高水平，三年累计研发投入为3.86亿元，占累计营业收入比例为614.48%，最近三年研发投入复合增长率为2.81%。

从负债情况来看，2024年12月31日，禾元生物的资产负债率为43.37%，2025年3月31日进一步上升至53.97%。货币资金

从2022年末的3.88亿元减少至2024年末的1.6亿元。2025年3月31日，经营活动产生的现金流量净额为-82.67万元，表明公司日常经营并未带来正向现金流。

另据招股书(注册稿)内容，2025年3月末，禾元生物总资产总额较上年末增加14.33%，公司负债总额较上年末增加42.31%，所有者权益较2024年末下降7.09%。

因专利权被起诉

截至招股说明书签署日，禾元生物拥有22项境内发明专利与62项境外发明专利，合计18项应用于公司主营业务并能够产业化的发明专利。公司拥有自主知识产权的“水稻胚乳细胞生物反应器及其应用”于2013年荣获国家技术发明奖二等奖。

不过，正是因为专利权的问题，禾元生物被其创始人杨代常的“老东家”Ventria Bioscience提起诉讼。

2020年12月，Ventria Bioscience以禾元生物的产品侵犯美国注册专利号10618951(以下简称“951专利”)及8609416专利(以下简称“416专利”，目前已失效)的部分权利为由，向ITC提出对发行人进行337调查，并于次年2月在堪萨斯州联邦地区法院提起诉讼。

2022年9月，ITC作出337调查裁决：对禾元生物未经授权的产品(存在侵权951专利的产品)发布有限排除令，并终结本案调查。根据裁决结果，禾元生物重组人白蛋白产品(药用辅料)中的聚合物(包含二聚体及多聚体)含量低于2%的重

组人白蛋白产品(药用辅料)不得在美国销售，聚合物含量不低于2%的重组人白蛋白产品(药用辅料、科研试剂)不构成侵权。

337裁决结果发布后，禾元生物对重组人白蛋白产品(药用辅料)进行了质量标准调整，确认其产品的聚合物含量不低于2%。

2022年11月，基于裁决结果，Ventria Bioscience向美国联邦巡回上诉法院提起上诉并提交复申请书。2022年12月，禾元生物已就Ventria Bioscience上诉事项应诉并于2023年1月就裁决结果向美国联邦巡回上诉法院提起上诉。

此后，双方多次提起上诉以及反诉。2024年9月，禾元生物与Ventria Bioscience在美国特拉华州联邦地区法院的诉讼已转移至堪萨斯州法院进行审理，截至本招股说明书签署日，法院尚未作出判决。

禾元生物表示，337调查裁决结果发布后，禾元生物已对产品进行了质量标准调整，2023年起对美出口已恢复至337调查前的水平。鉴于堪萨斯州法院尚未作出最终裁决，禾元生物已针对可能承担的经济赔偿计提约150万元人民币的预计负债，但判决结果尚具有不确定性。

不过，江苏经济报记者发现，禾元生物最早取得“利用水稻胚乳细胞作为生物反应器生产重组人血清白蛋白”专利的时间为2005年7月13日，有效期为20年，那也就意味着该项专利截至目前已过有效期。此外，由公司原始取得的16项专利为外观设计专利。

昆山农商银行：“存保十年 守护万家”存保宣传在行动

2025年是《存款保险条例》实施十周年。为进一步加强社会公众对存款保险制度的认识与理解，筑牢金融安全防线，昆山农商银行通过营造宣传氛围、深入社区市场、创新形式载体，积极组织“存保十年 守护万家”系列主题宣传活动，取得了良好的社会反响。

立足厅堂阵地，营造浓厚宣传氛围。该行充分利用网点覆盖广的优势，以营业大厅为主阵地，在厅堂醒目位置摆放存款保险宣传海报，电子屏循环播放存款保险动画视频，在显眼区域长期放置宣传折页，供客户阅读。在客户业务办理过程中，经办人员利用空闲时间，主动向客户

邳州农商银行推动零售转型提质增效

近年来，邳州农商银行持续深耕县域金融领域，围绕“规模增长、结构调优、效益提升”三大核心目标，加速推动零售转型，通过精准业务布局、优化管理模式，有效推动全行高质量发展迈上新台阶。

一是强基固本，夯实零售营销根基。着力构建厅堂营销矩阵，打造专业理财室；同步强化人才支撑，深化专业赋能与职业发展引导；聚焦营销热点，打造情感消费场景，推动中收业务实现突破性增长。

二是深耕客群，提升零售价值贡献。深化零售客户分群分层运营，重点维护代

发客户、社保卡客户、收单商户等价值客群，实现客户价值链式输送。依托江苏农商联合银行客户中、分层管理功能，落实高端客户的专属客户经理分配，实现专人专户、综合服务、多元权益配置，推动客户AUM规模稳定增长。

三是完善体系，构建综合服务生态。围绕“鑫福时代”零售金融主品牌，加快零售产品迭代更新。同时，通过“省级创新+本地特色”双轮驱动，持续丰富权益配置，精准触达目标客户，有效提升网络支付、手机银行、贷记卡等业务增长。

李 歌

邳州农商银行筑牢风控基石

邳州农商银行深刻把握“统筹发展和安全”的时代要求，将防范化解金融风险置于经营管理的核心位置。今年以来，该行坚持底线思维，精准施策，牢固树立“在化险中发展、在发展中化险”的辩证理念，将风险资产化解防控明确为全行压倒一切的“一号工程”，以扎实行动有效应对风险挑战。

织密预警网络，下好风险防范“先手棋”。该行构建高效的事前风险防范和预警体系，有效提升全员风险敏感度，将风险隐患遏制于萌芽。明确各类风险的主管部门职

责，压实条线风险把控责任。

校准战略航标，构建适配发展的“风险观”。围绕核心经营计划 and 资本规划，科学构建与之紧密衔接的风险偏好体系，精心制定年度风险偏好陈述，建立定性要求与定量限额相结合的管理框架，确保风险承担与业务发展目标高度协同，为稳健经营提供清晰指引。

锻造专业铁军，夯实风险抵御“硬支撑”。该行将提升量化风险管理能力作为专业队伍建设的核心目标，持续强化风控队伍的专业化水平。

李东旭

惠山区市场监管局:服务驿站赋能企业创新发展

为打通知识产权服务“最后一公里”，推动惠企政策精准直达，近日，无锡市惠山区市场监督管理局充分发挥“智慧·企享”强链服务驿站“品牌效应，携手无锡市市场监督管理局知识产权服务处、无锡市知识产权协会，举办“知识产权公共服务理念惠山区专题对接会，通过面对面把脉问诊，实打实破解难题，为企业创新发展注入强劲动力。

“智慧·企享强链服务驿站”是惠山区市场监管局联合市知识产权协会聚力打造的综合性、常态化公共服务平台，旨在通过市知识产权协会丰富的服务资源，为惠山区创新主体提供政策咨询、需求对接、专业支持等知识产权公共服务，持续滋养惠山区创新沃土。

此次对接会，是惠山区知识产权服务由“大水漫灌”转向“精准滴灌”的创新探索举措，

改善惠式培训为个性化辅导，邀请知识产权资深专家围绕5家企业在知识产权创造、运用、保护等方面的迫切需求，精准配送服务。专利预审快速通道指导、高价值专利培育与商业秘密体系构建、专利转化、专利风险预警、行政与司法维权……对于一个个创新痛点问题，专家一一答疑解惑，并紧扣需求企业发展现状提供定制化解决方案，赢得企业点赞。

对接会现场，行业代表面向科技型企业家宣讲专项金融产品，特别是知识产权质押融资等创新模式，详细解读利好政策，为企业引入金融“活水”提供“知产”路径指引。

下一步，惠山区市场监管局将继续运用好平台优质资源，为惠山区培育新质生产力、护航企业扬帆远航提供强有力的知识产权服务支撑。

华碧莲