

国产机器人出口：营收迈开腿 盈利在赶路

（视觉中国供图）

机器人产业正成为中国智造又一张出海名片。

据海关总署披露，9月国内工业机器人出口数量同比增长64%，金额同比增长48.4%；上半年清洁机器人、智能仿生机器人合计出口规模达180.9亿元，产品覆盖全球141个国家和地区；手术机器人出口4.8亿元，同比增长330%，出口覆盖国家由23个扩张至49个。今年1月海关为智能仿生机器人增设独立税号，该品类半年出口规模实现五倍以上增长。

多家机器人企业表示，市场分层、盈利模型、合规壁垒，构成行业出海的“三重门”，企业正在用不同的商业化路径应对全球市场的机遇与风险。

订单结构分化：低价走量与细分赛道突围并行

全球市场的需求分层，正在重塑国产机器人的订单结构。不同经济体产业条件不同，对机器人的采购需求呈现明显分化。

广州数控国际贸易部副主任王安龙表示，欧美市场人力成本高，工业生产工况复杂，客户更看重设备的自动化深度与稳定性；中亚等发展中国家的客户，优先考量采购成本，更倾向基础款机型。客观上，自动化配置更高的产品，对应更高的出口毛利率。渠道层面，该公司主要依靠海外经销商模式出海，在输出产品的同时向合作伙伴做技术赋能，由本地团队承接落地与售后工作。

特种机器人正在成为国产技术打开海外市场的新切口。四川九天具身智能海外销售经理白洋介绍，公司的螺栓轨道机器人可完成钢轨巡检、螺栓检测施拧，一台设备可以替代2名到3名工人作业，适配隧道、夜间高危作业环境，目前正在瑞士铁路、德国铁路开展实地测试。白洋坦言，海外各国轨道交通体系标准并不统一，每进入一个新市场，产品硬件、控制逻辑都要针对性适配，这抬高了特种装备的出海门槛。

相比之下，在国内“卷”成一片红海的消费机器人赛道，则有相当多的企业跑通细分突围的路径。石头科技和科沃斯等清洁机器人厂商海外营收占比持续走高，部分企业海外毛利率显著高于国内市场。也有企业复用既有的全球化能力实现机器人业务快速起量，视源股份品牌市场经理韩旭辉介绍，公司依托原有的交互显示业务在140多个国家建立了成熟的营销网络，旗下清洁机器人、机械臂、四足机器人得以快速切入海外市场。但机器人不同于标准化显示硬件，海外客户有大量个性化场景需求，要求企业同步完成硬件改造与大模型软件的本地化训练，定制化成本随之抬升。

在工业机器人领域，汇川技术、机器人等龙头企业，海外收入占比普遍不高。从相关公司披露的半年报数据看，多数企业海外营收占比尚未突破30%。在人形机器人赛道，国内企业依托完整供应链，快速打开海外科研、商业试用市场，但多数产品仍处在示范落地阶段，大规模商业化尚待时间验证。

“低价整机走量仍存在部分市场，但单纯靠性价比已经很难撬动欧美高端工业场景，行业正在走向分层竞争：消费机器人实现品牌化，特种机器人靠项目测试逐步渗透，工业机器人一边做基础款放量一边攻坚高附加值细分场景。”一名产业观察人士评价。

营收高增背后：规模扩张下，盈利考验尚在路上

海外订单规模持续走高，但机器人出海的商业账，远比普通外贸硬件复杂。机器人属于重服务属性装备，产品交付仅仅是业务的起点，售后运维、渠道摊销、认证计提都会持续侵蚀账面利润。

消费级跨境电商赛道已经出现分化，石头科技等头部企业实现海外高毛利运营，但行业整体需要承担持续走高的平台流量成本。亚马逊等主流渠道自然流量萎缩，付费广告投入持续上涨，部分中小品牌出现营收虽上涨但利润被营销成本吞噬的局面。

售后能力是决定企业海外业务盈利水平的重要变量。据京东内部调研，过去两年国产机器人品牌在欧洲国家的订单持续增长，但售后问题占比偏高，痛点集中在维修响应慢、备件补给周期长、缺少本地服务力量上。针对这些痛点，国内企业摸索出不同解法。安诺机器人海外负责人王蓉介绍，企业在欧美联动第三方售后团队，同时依托自研控制系统，在客户授权前提下开展远程故障排查，以此压缩现场运维频次。广州数控则把服务能力打包给到海外经销商，借助本土力量降低跨国运维成本。

不少企业主动推进市场多元化布局，对冲单一区域政策风险。成至科技副总裁张凯向记者透露，面对进入北美市场的不畅，公司选择发力东南亚、中东、东欧市场，依托广交会等外贸平台，共建“一带一路”国家的订单实现70%—80%的增长。拓攻机器人将南美、欧洲作为核心市场，面向巴西、阿根廷等国农业客户投放作业机器人，根据客户田间使用反馈，迭代设备的绕障、续航、作业效率等技术。

但仍然有玩家倒在商业化中途。此前泳池服务机器人品牌智橙动力，虽然有海外订单增长背景，但是受制于欧美国家线下渠道长账期、重服务模式，最终现金流承压，近期已经申请破产审查。深兰科技则因为盲目布局全场景机器人产品线，依托海外超级订单大肆扩产，但最终订单落空，于今年5月被裁定破产清算。

“卖机器人和卖消费电子产品不一样。工业、商用机器人一旦停机，客户要承担产线或者业务损失。海外没有本地化服务体系，订单越多，潜在的售后负债就越高。”一名深圳机器人出口商直言。在工业机器人赛道，部分头部企业虽然营收规模走高，但净利率维持低位，国内价格战的逻辑存在向外传导的风险，如何平衡出货规模、渠道投入与售后计提，是全行业共同面对的课题。

市场空间研判：面临合规、标准与供应链三重约束

从全球产业周期看，制造业降本、劳动力短缺，给机器人产业创造了广阔的需求土壤。但多位企业高管表示，行业的天花板不在于市场需求，而来自贸易合规、国际标准、核心供应链三重约束。

贸易与合规规则持续迭代抬高准入门槛。依据欧盟《机械法规》配套实施细则，谐波减速器、RV减速器将被纳入高精度安全零部件强制评估范围，相关PEM合格评定要求自2027年1月起正式强制执行。此外，网络韧性法案、GDPR数据监管还要求具备AI联网能力的机器人承担漏洞上报、安全披露义务。王安龙在采访中还提到，在订单执行过程中部分国家海关盘查趋严、CE等认证标准动态更新，企业需要持续投入资金跟进产品迭代。

标准话语权仍是短板。工业机器人ISO、IEC核心国际标准长期由欧美日主导，国内企业更多参与细分、边缘标准制定。白洋表示，公司产品出海最大的挑战，是各国行业标准碎片化，每进入一个国家就要完成一轮场景适配，直接拉长项目周期。

供应链层面，国内已经建成全球最完备的机器人零部件配套体系，电机、结构件、传感器已经实现大规模自主供应，但高端谐波减速器、RV减速器、高端伺服系统、专用控制器仍部分依赖进口，高端零部件国产替代还处在爬坡阶段。

回望中国外贸“升级打怪”的路径，从出口规模增长到构建全球品牌，中间跨越了认证、服务、渠道、核心技术等多重关卡。机器人产业亦同理。出口数量和金额的大幅增长是产业成长的阶段性结果。对国产机器人企业而言，出海的真正考验，是从如何把产品卖出去转化为可持续的海外经营能力。短期看比拼渠道适配与成本控制，中长期的胜负手则落在技术迭代、本地化服务能力，以及参与全球标准建设的能力之上。 **陈霞昌**

内测独立短剧产品，京东也要入局短剧？

刘强东也要入局短剧了？近日，京东内测独立短剧产品“京东追剧福利社”，采用免费模式，核心玩法是“看剧领福利、剧中同款直接买，京东发货”。

和抖音、快手的短剧核心是抓住用户时长，与靠广告或付费解锁剧集变现不同的是，京东采取另一种方式入局：把付费环节直接砍掉，以免费短剧聚拢注意力，再通过“剧中同款直接买”和看剧领优惠券，把娱乐行为与消费行为绑定在一起。

这意味着，京东做短剧的底层目标并非卖剧或抢占娱乐时长，而是把短剧当作一种导购工具，借助剧情的强情绪完成商品转化，将追剧观众沉淀为平台购物用户。

不过，目前相关功能尚处在测试完善阶段，实际体验中暂未发现对应的电商跳转入口。

京东对短剧的布局并非临时起意。2025年7月，京东就已对外招聘短剧运营岗位，核心岗位月薪45K至70K、实行20薪，折算年薪最高可达140万元，岗位职责包括搭建短剧IP与剧本分级体系、协同推荐和产品团队拉动业务增长。

在自制内容侧，京东此前已与快手展开深度合作，投入10亿元现金加10亿流量联合定制短剧，双方合作的AI真人科幻短剧《来自星星的我们》全网播放量超过1亿；2025年“双11”期间，快手星芒短剧还集中上线了7部京东独家冠名的定制剧集。

据第三方研究机构数据，截至2026年5月，短剧去重用户规模达8.51亿，占移动互联网活跃用户的67%；DataEye研究院预估2026年微短剧市场规模突破1210亿元，同比增长21%。

用户注意力的迁移同样剧烈：市场研究机构QuestMobile数据显示，2026年9月，红果短剧用户规模达到4.3亿，已超过豆包，成为字节跳动旗下仅次于抖音的第二大应用；红果独立App日活达到1.68亿，超过腾讯视频、爱奇艺、优酷、芒果TV四家长视频平台日活总和。

据研究机构数据，截至今年5月，国内短剧用户规模达8.51亿，覆盖近七成移动互联网用户。另有数据称，今年中国微短剧、AI剧、漫剧市场规模合计将突破1210亿元。

烈火烹油的短剧赛道，正在吸引互联网巨头的集中入场。今年10月，腾讯低调上线内嵌于微信生态的绿泡泡短剧小程序，以“免费好剧，一点就看”为核心定位，直接对标红果短剧，引发行业广泛关注。

京东要走的“剧货绑定”路径，与红果、绿泡泡的模式都不一样，以红果为例，红果的逻辑是先聚集海量追剧流量，再在内容中嵌入货架，依靠AI画面识别在播放页弹出“搜同款”入口，暂停剧集即可一键跳转抖音小店，平台自身不承担供应链，只负责把流量导给商家。

京东则手握自营供应链和履约体系，把免费短剧作为导购的前置环节：用户在剧中看到角色穿的衣服、用的数码产品，可以顺手领券下单，由京东直接发货，不需要跳至外部平台完成交易，底层目标不是卖剧，而是借短剧的强情绪，完成商品转化。

放在电商巨头集体下注短剧的坐标系里，京东的打法也显得颇为独特：淘宝走“品牌定制”路线，以“AI剧百万激励计划”开放超2万部IP，把短剧嵌入品牌营销与站内转化；拼多多押注AI互动剧，用“看剧领现金”拉长下沉市场用户的停留时间；美团则把短剧当作本地生活的“场景说明书”，将奶茶、小龙虾、餐厅埋进剧情，导向到店核销。

华东政法大学经济法学院副教授翟巍表示，京东入局短剧，将进一步加剧已经白热化的短剧赛道竞争。京东这一探索创新的经营模式能否落地实施并最终取得成效，也有待观察。 **范佳来**

住房租赁市场将延续分化态势

当前，住房租赁市场进入传统淡季。在需求回落影响下，住宅租金出现季节性调整。

中指研究院数据显示，10月份，50城（中指研究院基于住房租赁市场情况选取的50个样本城市）住宅平均租金为33.87元/平方米/月，环比下跌0.28%，同比下跌2.02%。

中指研究院指数研究部总经理曹晶晶表示，10月份是住房租赁市场的传统淡季，市场需求热度进一步回落，50城住宅平均租金延续温和调整态势。从同比跌幅持续收窄的走势看，市场企稳迹象进一步显现。

“住房租赁市场需求端季节性变化明显。毕业季、开学季需求集中释放后，市场正式转入传统淡季。58安居客线上数据显示，10月份百城租赁找房热度指数环比下滑超2%。”58安居客研究院院长张波表示，不同能级城市市场表现分化突出，一线城市韧性相对凸显。

据中指研究院统计，上海、深圳租金已连续8个月环比上涨，10月份环比涨幅分别为0.25%、0.11%。

值得注意的是，当前，重点城市租金房价比持续改善。10月份，50城平均租金房价比为2.31%，较2023年初回升0.33个百分点，租赁资产回报率逐步修复。

曹晶晶分析称，当前核心城市租金“锚定效应”增强。上海、深圳住宅租金连续多月环比上涨，为人口持续流入的核心城市租金运行提供了底部支撑；保租房规模化入市加剧市场竞争，其定价也为市场化租金提供了“定价锚”，有助于稳定价格预期。未来，核心城市在产业竞争优势和青年人才持续流入支撑下，租金有望保持稳中有升；多数城市受淡季效应影响，市场租金仍将面临一定调整压力。

“短期来看，11月份及12月份仍处于传统租赁淡季，需求端难有明显放量。价格层面，一线城市挂牌价也整体回归平稳或微幅调整，多数二、三线城市租金仍有小幅下行压力。”张波认为。

近年来，我国“租购并举”住房制度不断完善。“未来，租赁相关的政策性因素将持续产生影响。租赁公募REITs常态化扩容，长期资金的持续进入有助于稳定行业长期定价预期。”张波表示，同时，随着保障性租赁住房规模化入市，其对市场的影响已从单纯的供给增量转向定价逻辑的重构，成为同板块、同品质市场化房源的“价格锚”。 **张梦逸**

A股频现1元起拍价资产转让

随着三季报披露结束，年末窗口期到来，A股上市公司资产出售密集出现，既有被实施风险警示的上市公司，也有普通上市公司。梳理发现，其中不乏以名义1元价格转让的案例。业内人士认为，这类交易中，转让方意在剥离亏损资产、改善经营指标；而受让方承接债务、诉讼等隐性成本，接盘亏损标的，交易逻辑值得关注。

1元起拍价资产转让案例增多

10月28日，ST创意宣布与思维引擎签订《产权交易合同》，将所持有的广州邦讯100%股权转让给思维引擎，转让价格为1.34亿元，广州邦讯将不再纳入公司合并报表范围。ST创意称，此举有助于公司聚焦核心主业、优化资源配置、改善经营质量，为公司未来发展提供资金支持。同日，ST福能宣布，公司已经董事会同意，拟通过广东联合产权交易中心履行公开挂牌程序，以不低于1.22亿元的交易价格转让所持广州烽云21%股权，交易不会导致合并报表范围发生变更，交易目的同样为回笼营运资金、优化现金流量结构。

ST金鸿10月23日表示，将出售所持威海燃气有限公司100%股权，本次交易预计构成重大资产出售，旨在聚焦核心燃气主业，优化区域资产布局，盘活存量资产、回笼资金，改善现金流状况。财务数据显示，截至2026年6月末，威海燃气总资产1.11亿元，净资产9051.51万元；2025年及2024年净利润分别为335.21万元、223.03万元；2026年上半年净利润亏损66.45万元。

值得一提的是，近期频出的以1元为起拍价的转让案例。11月5日，*ST英飞发布重大资产出售预案，拟以1元为底价，在淘宝网资产处置竞价网络平台公开挂牌转让两家全资子公司——英飞拓（杭州）信息系统技术有限公司和新普互联（北京）科技有限公司100%股权，交易预计构成重大资产重组。出售的理由是两家全资子公司持续亏损，截至2026年6月末，两家标的公司所有者权益账面价值分别为-8.46亿元和-5.47亿元。

10月8日，美晨科技宣布，在山东产权交易中心公开挂牌转让所持有的杭州赛石园林集团有限公司100%股权，将核心亏损源头剥离，公司已同步完成国有资产评估项目备案，取得以1元底价公开挂牌转让的国资同意批复。

对于风险警示企业在年末密集出售资产的核心目的，眺远咨询CEO高承远分析，第一，消除净资产为负的直接退市触发点；第二，切断持续亏损源。亏损子公司即使不构成净资产为负的主因，其经营亏损也会直接冲减合并净利润，压缩营收和利润组合指标的达标空间；第三，争取“脱星摘帽”的时间窗口。

亏损标的受让存多重考量

1元或名义1元转让并非风险警示企业独有，这一交易安排已出现在更多上市公司资产处置案例中。据不完全统计，2026年以来，已有十余家A股上市公司披露以1元或不低于1元作为挂牌底价或协议对价，转让子公司股权或资产包。

10月26日，浙江友邦集成吊顶股份有限公司宣布，为优化公司资产结构、提升资产运营效益，拟以1元价格将浙江富球智能科技有限公司62%股权转让给上海启鸣和欣实业有限公司，交易完成后，富球智能不再被纳入友邦吊顶合并报表范围。据公告，截至2026年9月末，富球智能净资产为-8.75万元；2026年前三季度，净利润亏损116万元。此外，9月，大晟文化表示，为落实公司战略发展规划、优化资产结构，将以1元价格通过产权交易所公开挂牌方式转让所持中联传动100%股权。截至2026年上半年末，中联传动净资产为负值。

从这些案例可以看出，标的公司普遍存在资不抵债、持续亏损等情况。从交易逻辑看，转让方选择1元价格出售，主要考虑通过承债式转让实现负资产出表，阻断亏损子公司继续拖累合并报表，并在会计处理上可能形成处置收益，从而改善净资产和利润指标。

需要说明的是，1元价格可能只是名义对价，受让方通常还要承担标的债务、人员安置、诉讼等隐性成本。

关于受让方承担隐性成本、接受一家资不抵债标的公司的交易逻辑，高承远表示，这需要区分两种性质：一是商业逻辑下的“看中残存价值”。标的公司当前净资产为负，但可能拥有资质、技术积累、客户关系或与受让方自身业务的协同空间。受让方以1元价格获得股权，同时承担相应债务，其真实对价是“接盘债务”，换取的是对特定资源的控制权或整合可能性。二是安排性接盘。比如，在*ST英飞案例中，签署意向协议的接盘方，是公司预重整产业投资人的执行事务合伙人。受让方未必是从资产本身获得商业回报，而可能与上市公司重整、保壳的整体安排存在关联。 **解世豪**

41家财险公司前三季度车均保费同比下降

随着险企三季度偿付能力报告陆续披露，财险公司前三季度车均保费数据随之出炉。据统计，除退出车险市场以及不适用披露标准的险企外，截至目前，已有68家财险公司披露了今年前三季度车均保费。从可比口径来看，41家财险公司的车均保费同比下降。

具体来看，上述68家财险公司中，车均保费最高的是爱和谊日生同和财产保险（中国）有限公司，为8700元；最低的是鑫安汽车保险股份有限公司，为724.64元，最高与最低相差近8000元。

从分布情况来看，68家财险公司中，9家险企的车均保费在3000元及以上，18家险企的车均保费在2000元（含）至3000元（不含）之间，34家险企的车均保费在1000元（含）至2000元（不含）之间，7家险企的车均保费低于1000元（不含）。

从同比趋势来看，剔除因新成立或报告披露要求等无可比数据的2家险企，从可比口径来看，前三季度，41家财险公司的车均保费同比下降，3家险企的车均保费保持不变，22家险企的车均保费同比上升。这意味着，多数财险公司的车均保费同比下降。

对此，中国精算师协会创始会员徐昱琛表示，车均保费下降的原因主要有以下四个：其一，当前车损险的保额依据车辆实际价格确定，近年来，新车市场价格整体走低，进而压低了保费水平；其二，折扣系数降低和低风险客户群体集中度提升，现阶段燃油车商业车险自主定价系数浮动区间为0.5至1.5，无赔款优待系数则根据车辆历史赔付记录确定，较低的自主定价系数和无赔款优待系数均可能降低实际保费；其三，“报行合一”政策的实施有效压低了整体费用率；其四，行业赔付率总体呈现改善趋势。

展望未来，徐昱琛认为，从年内各险企的车均保费表现来看，预计财险行业车均保费将呈现稳中有降态势。

杨笑寒

昆山农商银行“带押过户”高效解决二手房交易难题

近日，昆山农商银行通过二手房“带押过户”模式，为市民方女士办理了一笔按揭贷款业务，从提交材料到放款仅用时5个工作日，较常规流程缩短10天以上，获得客户认可。

传统二手房交易中，卖方若有未结清贷款，需先筹措资金还清贷款、解除抵押，再办理过户及新抵押登记。这一模式环节多、周期长，卖方筹钱难、解押等待时间久，买卖双方还面临资金周转压力和交易风险。方女士购买的二手学区房，卖方原贷款尚有80余万元未结清，传统流程的堵点十分突出。

了解到客户需求后，该行主动对接当地不动产登记中心，启用“带押过户”模式，将原抵押注销、房产过户、新设抵押“三合一”同步办理，买卖双方仅需到场一次即可完成全部手续。相比传统流程，“带押过户”将多个环节并联衔接，减少了环节间的时间差，降低了资金周转压力和交易不确定性。

业务办理过程中，该行客户经理当日完成尽职调查和进件，5个工作日内实现审批并放款180万元。卖方不必为提前还贷四处筹钱，买方交易环节更紧凑、垫资风险更小，银行也在守住风险底线的前提下提升了服务效率。

“带押过户”模式的推广，是该行践行“便民、惠民、利民”理念的具体体现。至2026年9月末，该行今年已累计办理“带押过户”按揭业务近30笔、金额超3100万元。下一步，昆山农商银行将持续扩大业务覆盖面，优化办理流程，让更多群众享受便捷高效的金融服务。 **董君艳**

昆山农商银行把适老助残服务送到家

近日，曹先生来到昆山农商银行吴中支行，为摔伤的妻子史女士支取多张未到期定期存单，筹措后续治疗费用。按规定，存单密码重置需本人到场，无法直接代办。一边是刚性制度，一边是等不起的医疗费，业务一时陷入两难。

当班柜员郑刊了解情况后，主动提出通过“小圆服务队”上门协助办理，把服务从网点延伸到客户家中。登门后，他先询问老人身体恢复情况，待其情绪平复再开始办理。因史女士不熟悉手机操作，郑刊耐心指导其下载手机银行、登录并完成远程密码重置，反复讲解直到老人明白为止。

业务办理至中途，系统提示史女士绑定的手机号非本人实名登记，密码重置被迫中断。郑刊立即向支行汇报，运营主管核实情况后，迅速调度柜员王可忻携带全套资料前来增援，将办理方案调整为上门面签授权模式，在严守合规底线的前提下，重新打通便民服务通道。两名柜员默契配合，现场协助客户完善全部授权手续，随后陪同曹先生返回网点，一站式完成旧卡换新、存单销户、资金划转等全部业务。一趟上门、一次增援、一站办结，客户无须多次奔波，资金难题顺利解决。

事后，曹先生感慨，“小圆服务队”这一趟上门，实实在在解决了行动不便人群出门办事的难处。随着人口老龄化加深，老年人在办理密码重置、存单支取等基础业务时，常面临“本人到场难、委托代办难、线上操作难”等现实困境。金融服务适老化，不仅是网点多配几样适老设施，更需要在风险可控前提下把服务流程做细、办理方式做活、上门机制做实。

服务多向前一步，客户的难处就少一寸。昆山农商银行将持续把适老助残服务延伸到社区、送到家庭，让制度刚性与服务柔性更好地结合，让特殊群体在需要时找得到人、办得成事。 **顾燕羽**

江苏兴化农村商业银行股份有限公司与苏州资产管理有限公司债权转让暨债务催收联合公告

根据江苏兴化农村商业银行股份有限公司与苏州资产管理有限公司签署的《个人不良资产批量转让项目资产转让合同》（合同编号：XHRCB-GD20260902001），江苏兴化农村商业银行股份有限公司将其对公告清单所列债务人享有的主债权及借款合同和其他相关协议项下的全部权利，依法转让给苏州资产管理有限公司。江苏兴化农村商业银行股份有限公司特公告通知各债务人。

苏州资产管理有限公司作为上述债权的受让方，现公告要求公告清单中所列债务人，从公告之日起立即向苏州资产管理有限公司履行主债权合同约定的还本付息等义务。本公告所列本息费截止日为2026年6月11日，此后到归还之日所产生的利息、罚息及其他应付款项仍按法律规定和合同约定计算，均为债务人履行还款义务的范围。

特此公告。

苏州资产管理有限公司

联系人：王经理

联系电话：0512-68728675

联系地址：苏州市高新区竹园路6号运河铂湾金融广场8幢

江苏兴化农村商业银行股份有限公司

联系人：朱经理

联系电话：0523-83328893

联系地址：江苏省兴化市长安南路999号

江苏兴化农村商业银行股份有限公司

苏州资产管理有限公司

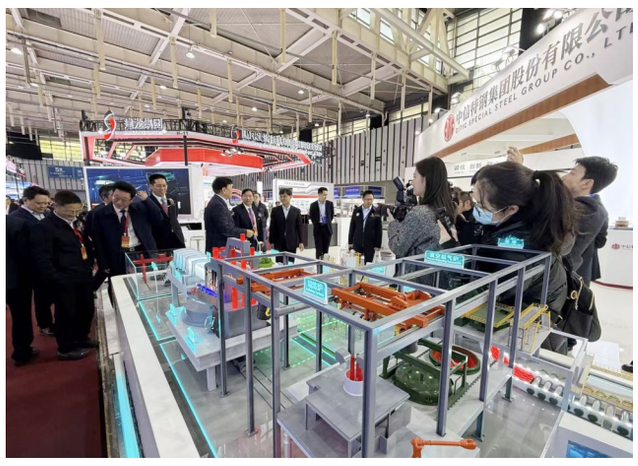
2026年11月12日

附：

债权转让暨债务催收联合公告清单

单位：元

序号	债务人名称	身份证号码（脱敏）	应还本金	应还利息	费用	序号	债务人名称	身份证号码（脱敏）	应还本金	应还利息	费用	序号	债务人名称	身份证号码（脱敏）	应还本金	应还利息	费用
1	王**	321083********8097	2731436.41	11079206.29	0.00	22	童**	321083********1551	3000000	7715514.49	0.00	43	阮**	321083********091X	182178.06	96559.33	0.00
2	耿**	321083********2278	1308010.11	1522691.63	0.00	23	邹**	321083********2731	1998998.87	4591421.2	0.00	44	阮**	321083********091X	420000	638161.57	0.00
3	顾*	321083********0011	965087.11	4591043.04	0.00	24	蒋**	321083********2733	1999793.5	4841044.54	0.00	45	李**	321083********3537	1000000	2188521.37	0.00
4	顾*	321083********0011	0	644751.79	0.00	25	马**	321083********3213	1641996.48	2032182.73	0.00	46	李**	321083********3537	659993	1639374.27	0.00
5	曹**	321083********501X	407590	587986.97	0.00	26	陈**	321083********3213	624841.91	865581.04	0.00	47	路**	321083********3217	1085933.23	1947628.27	0.00
6	曹**	321083********501X	250109.98	318324.8	0.00	27	李**	321281********337X	382798.67	1096136.05	0.00	48	李**	321083********6331	984314.78	1136439.62	0.00
7	袁**	321083********0657	263099.75	1748402.94	0.00	28	李**	321281********337X	198877.91	533996.97	0.00	49	李**	321083********6331	243958.34	289599.97	0.00
8	王*	321083********0661	84845.79	480235.49	0.00	29	陈**	321083********5851	1595313.51	4833155.5	0.00	50	王**	320911********1214	1209998.99	1875990.85	0.00
9	陈**	321083********1235	0	145304.07	0.00	30	杨**	321083********7053	1721965.06	3728208.88	0.00	51	王*	321281********5339	2138705.05	4359142.25	0.00
10	陈**	321083********1235	0	22239.69	0.00	31	钱**	321083********7017	1619249.56	3593250.26	0.00	52	蒋**	321083********4715	999953.8	4523734.87	0.00
11	陈**	321083********1235	39636.37	246494.82	0.00	32	乔**	321083********6971	800000	2619504.62	0.00	53	季**	321083********5493	690000	2010630.43	0.00
12	徐*	321083********0355	21944.49	46244.47	0.00	33	乔**	321083********6971	789163.13	2604922.42	0.00	54	刘**	321083********5815	1262824.87	1229574.15	0.00
13	储**	321083********7310	46000	72026.51	0.00	34	陈**	321083********6979	200000	738646.22	0.00	55	查**	321083********3258	1073096.44	1168238.66	0.00
14	储**	321083********7310	1	19609.64	0.00	35	葛*	321281********0173	1494835.82	7212215.17	0.00	56	邓**	320981********7228	700000	605761.84	0.00
15	王**	321083********5913	0	153742.66	0.00	36	翟**	321083********5831	1048445.73	3650005.48	0.00	57	邓**	320981********7228	623044.4	770157.39	0.00
16	凌*	321281********581X	50000	52184.23	0.00	37	孙**	321083********7610	714266.84	1308263.97	0.00	58	黄*	321083********7772	667608.65	896153.06	0.00
17	凌*	321281********581X	50000	52096.53	0.00	38	解**	321083********5818	497019	2400926.68	0.00	59	张**	321083********5812	381287.76	2055794.79	0.00
18	凌*	321281********581X	49999.97	52131.85	0.00	39	孔*	321281********5499	495831.01	424431.41	0.00	60	付**	321083********5036	499700	722980.73	0.00
19	沈**	321083********1230	490155.11	441622.57	0.00	40	杨**	321083********7311	910902.17	1212757.91	0.00	61	王**	321083********142X	1485831.24	6202176.31	0.00
20	沈**	321083********5673	1479718.58	1561976.5	0.00	41	顾**	321083********6334	700000	1291098.97	0.00	62	周**	321281********3056	1392868	4562443.09	0.00
21	彭**	321083********5656	2804002.06	3052763.51	0.00	42	顾**	321083********6334	123074.03	286786.21	0.00	63	王**	321083********2097	195024.38	1596978.35	0.00



11月11日，2026南京国际特殊钢工业展览会在南京国际博览中心举办。本届展会以“新材料·新装备·新机遇”为主题，旨在为特殊钢产业链上下游企业搭建一个集技术交流、产品展示与商贸合作于一体的国际化平台。 叶倩倩 摄

淮阴区丁集镇财政和资产管理办积极营造“阳光财政”

今年以来，淮安市淮阴区丁集镇财政和资产管理办公室积极做好淮阴区财政信息公开和反馈工作，着力营造“阳光财政”，进一步提高财政资金的使用效益，落实好各项民生政策。该单位充分发挥便民服务大厅和区政府宣传栏的作用，在群众接待室内摆放群众来访登记本，定期对建议批评进行回访回复，有效拓展了群众监督渠道。 **朱海洋**

淮阴区古清口街道财政和资产管理办规范专项资金管理

今年以来，为提升资金使用质效，淮安市淮阴区古清口街道财政和资产管理办公室多措并举抓实专项资金全流程管控，切实管好、用好涉民生与发展的每一分钱。结合基层财政工作实际，细化专项资金申报、审核、拨付、监管全流程工作规范，明确岗位职责、压实工作责任，杜绝资金使用随意化、流程不规范等问题。 **周 凯**