

响应产业实际诉求 反映中国价格信号 期现合力构建船燃市场“舟山价格”体系

◎记者 费天元

在舟山岛的中化中输油码头，一艘VLCC级油轮停泊于此，船上满载的30万吨原油源源输入管网。过去一年间，超过100艘这类超大型油轮靠泊舟山岛，它们主要来自中东、南美、西非等重要产油地区。

在本岛北岸的新奥LNG接收站，两排大型LNG储罐矗立岸边。去年8月，新奥舟山LNG三期项目全面竣工投产，年接收能力跃升至1000万吨级，有力保障了长三角地区3000万户家庭的用气需求。

在高新区的调度服务中心，“舟山海上数字加油站”屏幕上的数据不时跳动，各锚地加油船舶的实况信息一目了然。2025年，舟山保税船用燃料加注量首次突破800万吨，有望跻身全球前三。

上海证券报记者近日在浙江舟山调研时，看到了一幅蓬勃的产业景象，它们折射出当地能源供应链的澎湃活力。在这背后，期现市场合力构建的“舟山价格”体系日益成熟，为舟山乃至全国提升港口枢纽影响力提供了重要支撑。

构建反映市场供需关系的价格体系

随着国际贸易发展以及港口货物吞吐量增加，我国保税船用燃料油市场近年来稳步增长，已在成品油流通领域占据举足轻重的地位。其中，舟山凭借优越的区位与基础设施优势，成为我国最大的保税船用燃料油加注港。

2024年，舟山保税船用燃料油加注量为726万吨，是全球第四大船加油港。根据最新数据，虽然2025年国际航运市场受到多种因素冲击，但舟山保税船用燃料油仍然增长10.6%，全年加注量达802.71万吨，有望超越阿联酋富查伊拉，跻身全球前三。

舟山船燃市场的高速发展，离不开政策突破和制度开放，也离不开便捷的通关条件和高效的营商环境。除此之外，以“舟山价格”指数为基础，衍生出的集卖方报价、买方报价、仓储价格于一体的舟山价格体系，成为引领当地产业破局的重要机制创新。

“过去，船东在舟山等中国海域加油时，要参考新加坡‘普氏价格’进行结算，中国港口在价格形成机制中处于跟随状态。这意味着中国巨大的市场体量并未转化为与之相匹配的价格影响力。”浙江国际大宗商品交易中心（下称“浙江大宗”）副总经理王白冰向上海证券报记者表示。

在多位业内人士看来，舟山加油参考海外机构发布的价格，给产业链造成诸多困扰，很大程度上制约了舟山船燃市场的发展：一方面，海外价格无法反映中国市场的即时供需变化；另一方面，国内现货报价的缺失严重阻碍了实体企业的期现融合发展。

面对产业诉求，2021年6月，上海期货交易所（下称“上期所”）与浙江大宗共同



发布了基于上期所低硫燃料油期货价格的“中国舟山低硫燃料油保税船供卖方报价”，即“舟山价格”指数。后续在卖方报价的基础上，又推出买方报价，并上线“舟山价格窗口（POZZ）系统”，持续打造船燃市场人民币定价体系。

“舟山价格”的编制方法充分体现了期现融合特征：其价格基础是上期所燃料油及低硫燃料油期货合约的结算价格，具备公开、透明、公允的特点；在期货结算价格基础上，9家供油商（共计占舟山船燃市场份额90%以上）和11家国际船东主体（代表超50家国际船东企业）基于各自判断分别报价，最终形成反映舟山市场实际供需情况的“舟山价格”。

便于企业进行经营决策和风险管理

对于产业链企业而言，本土价格体系的建立绝不仅仅提供了定价依据。上海证券报记者在与多家船燃买卖双方企业进行交流后，大致梳理出“舟山价格”对于实体产业的三方面重要意义。

一是改变传统交易模式，提高了产业链运行效率。

中石化（长江燃料）区域经理徐琪向上海证券报记者表示，过去，舟山船燃市场交易都是点对点的一口价模式，买方会参考日本、韩国、新加坡等海外报价，造成买卖双方常常处于“讨价还价”的博弈中。“舟山价格”发布后，有效提升了市场的透明度与公平性，构建了更加可信的贸易生态环境，提高了产业链的经营效率。

二是发挥价格发现功能，辅助企业进行日常经营决策。

平太荣远洋渔业集团有限公司贸易公司总经理陈青松作为船燃买方代表，认为“舟山价格”体系提供了基于中国港口实际供需的标准化计价基础，更能准确反映本地市场的即时变化，帮助远洋捕捞、冷链运输等企业更好预判燃料成本，从而更精准地进行航线规划和财务预算，促进企业的长期发展。

三是有了现货价格，企业能够更有效地进行价格风险管理。

浙江自贸区中石油燃料油有限责任公司主要负责中石油保税油业务的敞口管理和套期保值操作，公司负责人申建宾告诉上海证券报记者，2025年全球贸易政策与地缘局势反复不定，对燃料油行业扰动很大，包括美西航线运力波动和东海航线绕行等，均造成了阶段性影响。此外，高低硫转换等问题也较为明显，这要求公司通过期货套保、交割等方式做好风险管理。

“随着‘舟山价格’影响力逐步显现，它与上期所期货合约价格形成了相互支撑、相互验证的态势。公司可以利用这两个价格制定多种保值策略，不仅仅是对价格风险的保值，而是要延伸到全产业链，包括升贴水保值、供销价差保值、调和利润保值等，这都体现了市场的价格发现功能。”申建宾说。

打造国际化大宗商品资源配置枢纽

2024年11月，国务院正式批复《中国（浙江）自由贸易试验区大宗商品资源配置枢纽建设方案》，赋予浙江自贸试验区打造“三基地两中心”的重大使命。文件还多处提及舟山片区发展，并强调“建立高水平的期现货交易模式”。

浙江大宗董事长郑燕敏向上海证券报记

者表示，目前，浙江大宗正在对接有色、橡胶等产业链企业，在保证风险可控的前提下，将交易生态从单一的油气品种向更多品类拓展，从而解决更多产业链企业面临的痛点难点。

据介绍，浙江大宗目前的品种拓展思路，总体是在上期所已有期货品种的基础上，结合当地产业链具体情况，将标准化的期货价格向更细化的方向拓展，从而服务更广泛的实体企业。2019年，上期所与浙江大宗合作在上期综合业务平台推出报价专区，实现燃料油等品种的现货报价。2024年，该专区新增基差报价功能，将燃料油、沥青、天然橡胶、原油期货价格引入现货交易体系，为实体企业开展基差贸易、利用期货合约进行定价提供了便利，有效促进了期货与现货市场的价格联动。

有了现货价格体系后，如何衍生出更多实体经济服务模式，也是上期所与浙江大宗共同研究的课题。2021年11月，在上期所支持下，浙江大宗上线产能预售交易模式，通过该模式，生产企业可提前7天到90天对未来产能和产品进行在线预售，锁定加工利润。2024年5月，浙江大宗推出“场外期权报价”服务，并与期货公司开展“稳价订单”业务，切实帮助实体企业降低风险管理成本。

从人民币国际化的角度看，“舟山价格”是首个以国内期货价格为定价基础的人民币现货报价机制，其在国际船燃市场贸易结算中的深度推广，将在一定程度上助力人民币国际化。目前，“舟山价格”已在路孚特等国际平台发布，并被新加坡普氏等国际机构引用，提升了中国价格的国际辐射力。

董事长专访

东方富海董事长陈玮：
专业是创投机构的生存之本



◎记者 何漪

“投资不是简单的资金注入，创投机构需要为创新创业企业提供全方位支持，长期陪伴企业成长。”近日，东方富海董事长陈玮在接受上海证券报记者采访时表示，创投行业受到的重视程度日益提升，顶层设计在持续发力，创投行业正被推向“C位”。

当前，科技人才是推动新兴产业、未来发展的重要力量，但其中大部分属于技术型专家，在企业运营管理、市场开拓、财务管理、供应链整合等方面存在短板。陈玮表示，创投机构应当当好“陪跑员”，提供综合服务，帮助他们补齐短板。展望“十五五”，东方富海将坚定投早、投小、投硬科技战略，持续进化投资管理能力，当好中国创新生态的坚定共建者。

顶层设计将创投推向“C位”

“十五五”规划建议提出，“创新监管方式，发展创业投资”。创业投资“风险共担，利益共享”的特征，与科技创新的风险特性高度适配。新一轮科技革命和产业变革在深入推进，对创投行业支持科技创新提出了更高也更为迫切的要求。

“创业投资被写入‘十五五’规划建议，激动人心，也给行业带来了重要变化。”陈玮表示，“创投的使命必须和国家的需要绑在一起，创投既要赚钱，更要为国家所用，坚定支持人工智能、脑机接口、可控核聚变等领域的发展。”

“顶层设计不断发力，将创投行业推向‘C位’。”陈玮表示，从中央到地方，各级政府多措并举、靶向发力，针对创投行业制度性缺陷、期限错配、耐心资本不足等问题，出台了一系列精准有效的措施，为创业投资更好地发掘和培育具有核心技术的企业创造条件。

2025年5月，中国人民银行、中国证监会创新推出债券市场“科技板”，首次将股权投资机构纳入发行主体范围。此后，东方富海等9家民营创投投资机构相继发行科创债，为科技创新领域投融资注入了新动力。

陈玮分析称，创投机构发行长期科创债，实现了三大创新：一是打破了以往期限错配的瓶颈，让基金期限与债券期限高度匹配；二是构建“央地协同”的风险分担增信机制，形成“央地”风险分散闭环，推动中央政策引导与地方市场实践有机结合；三是发行利率低，低成本资金注入基金池，可助力创投机构扩大投资规模，支撑民营创投机构加大投早、投小、投硬科技的力度。

以专业能力筑牢发展根基

“创投行业发展20余年，积累了丰富的投资经验。”陈玮说，专业是创投机构的生存之本，创投机构要在战略定位、专业能力、合规建设、内部管理等多个维度实现能力跃升，持续深耕科技创新领域，更好地支持科技创新产业实现高质量发展。

据介绍，目前东方富海累计管理基金超60只，管理规模达到350亿元，投资金额的60%投向了中早期项目，重点布局人工智能、半导体、新能源、新材料、生物医药等领域，投资项目中超过90家通过上市退出。创投机构需保持定力，基于专业的理性选择，坚持投早、投小、投硬科技。陈玮说，投资早期项目的关键，是通过专业能力去识别项目潜力、管控投资风险，而非盲目冒险。

创投机构要坚持底线思维、合法合规经营，通过打造专业的投资能力树立品牌，获取投资者的信任，持续吸引资金。“做正派的人，做正确的事，杜绝任何内幕交易，公司才能实现长期、稳健发展。”陈玮表示，近年来，东方富海不断升级内部管理机制，通过设立质量控制委员会，综合判断项目价值，以确保资源投向最具潜力的项目。为提升人才的积极性，东方富海制定了行业内具有竞争力的激励约束机制，通过正向激励和有效约束，保障优秀员工的贡献得到充分认可，避免“平均主义”拖累团队积极性。

通过共建创新生态创造价值

陈玮表示，东方富海通过打造“OFC+湾加速”加速器、联合银行推出投资联动产品、开设“OFC1+1提升班”等七大服务，构建起独特的投后赋能生态，解决初创企业“生存难、资源缺”的痛点，满足成长期企业“扩规模、强合规”的发展需求，助力优质项目实现“提质量、稳发展”的核心目标，为被投资企业提供全生命周期服务。

在陈玮看来，市场机制不断完善，退出通道不断优化，有利于提升创投机构的资金使用效率。当二级市场退出预期清晰、流动性充足时，创投机构就更敢于布局周期长、风险高但潜力大的早期硬科技项目，更有动力加大对被投企业的投入，为一级市场注入持续活力，形成一二级市场协同支撑科技创新的良好循环。

“未来，我期待能推动试点创业投资基金上市、系统性优化创投税收政策等措施，进一步优化创投行业政策环境，构建更加健康、稳定的支持创新的创投生态系统。”陈玮表示，创投机构需加强自身能力建设，不断提升管理规模、投资能力、服务能力，投资培育出更多的世界级细分赛道龙头企业、千亿市值企业，当好中国创新生态的坚定共建者。

从“展销”到“补链”：会展正成为产业链“超级接口”

◎记者 荆淮侨

2026年刚开年，光庭信息相关团队就马不停蹄参加了2026年美国拉斯维加斯消费电子展（CES）和日本国际汽车技术展，将公司最新发布的超级软件工场SDW2.8展示给生态伙伴。光庭信息介绍，公司每年都会携王牌产品参加国际展会开拓海外业务，也通过这种方式，更好地对客户进行宣传并做技术说明。

“在当前充满不确定性的世界中，企业更需要产业融合的机会。”中国国际展览中心集团董事长林舜杰1月22日在2026年中国经济国际交流合作论坛上接受上海证券报记者采访时表示，当前，企业对如何保障区域与区域之间、国际供应链各环节之间的畅通，具有强烈的需求。会展行业应关注如何促进国际供应链的稳定畅通、促进产业融合，并以此为目标打造更多的会展项目。

将展会“流量”化为产业“增量”

“尽管我们身处行业互联程度极高的数字时代，会展业面对面互动的独特价值依然显著。”国际展览业协会首席执行官柯世祺对上海证券报记者表示，在外部环境不确定性增加的背景下，会展提供了一个安全高效的平台以链接现有客户，能为企业提供非常重要的确定性。

这一独特的优势，也为行业高速发展奠定了基础。

“目前，在全球范围内，会展行业能够实现每年平均7%的增长水平，部分地方甚至可以达到20%的增长。”英国DMG国际展览公司首席执行官杰夫·迪金森表示，但行业不应仅



关注盈利，高质量内容的产出才是整个行业长期健康发展的重要方向。

当前，国内外不少大型展会纷纷尝试以产业需求为导向，将展会“流量”转化为产业“增量”，实现会展价值与产业效益的双向赋能。以阿布扎比国际石油展2025为例，此次展会结合了能源行业最新趋势，在主题、议程等内容上都增加了更多功能性设计，并吸引了包括道达尔、中国石油等全球250多家能源行业领军企业负责人进行对话，成为全球最大的能源行业交流活动，以及透视全球石油竞争与投资趋势的窗口。

“会展要与行业合作并融入行业当中，成为行业的一部分。”杰夫·迪金森表示，通过好的内容，让会展不仅是一个“人来人往”的贸

易展会，更是能与行业进行对话交流并建立伙伴关系的平台。企业也能从好的内容中获得更多有益于自身发展的价值。

“新的展会形式应以促进供应链上下游合作为目标，不再关注展会现场要达成多少交易。”林舜杰表示，对一家企业来说，做成一笔订单的重要性，远比不上融入一家大企业的全球供应链当中。

更多中国企业今年将出海参展

多名业内人士在论坛上表示，对许多公司来说，2026年将是一个通过会展出海的重要年份。在“不出海就出局”成为一种现实存在的情况下，会展企业要引领服务中国企业往外走。中国贸促会副会长李庆霖在论坛上表

示，中国拥有全球最完整的工业体系和完善的创新体系，已形成60多个新兴产业、先进制造业集群。中国企业“走出去”规模稳步扩大，区域持续拓展，为中外会展业深化合作提供了广阔市场空间。

林舜杰认为，大企业对于能否在中国或其他地区找到合格的供应商，打造更为完整、完善的供应链有着更多需求。在此背景下，会展行业要思考，如何帮助有能力走出去的中国企业融入全球供应链体系，参与到更高层次的竞争合作中去。

“过去两年，经常看到很多中国企业到新加坡参加展会。借助这些展会，中国企业可以接触东盟市场甚至更广阔的国际市场。”新加坡展会主办方及供应商协会主席理查德·爱尔兰在论坛上表示，展会仍是促成贸易的重要工具之一。一些真正关键且高性价比的展览，往往能吸引行业生态企业、风向标企业和政策制定者的深度参与，帮助参展企业更好应对不确定性风险。

但在“走出去”的过程中，企业也面临着许多困难：一方面来自对海外市场、环境的不熟悉；另一方面则是企业自身能力的偏弱或过强。林舜杰表示，“走出去”不是简单地把商品卖到极致，成本降到最低，而是要考虑如何和国外产业链上的伙伴共生共存，融入当地的产业链并互相成就，如此可避免很多经贸摩擦。

除了“走出去”，国内会展行业也积极为企业创造在“家门口”参展的便利。中山大学教授罗秋菊介绍，目前，国内一些大型展会通过降低展位费用、邀请更多海外展商的方式，为相关产业提供更优质的专业会展服务，这或许有助于实现更高层次的对外开放。