

时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

每一次消费 刷出一份爱

消费扶贫 爱心行远

广东消费扶贫爱心信用卡 让爱行远



中国农业银行 AGRICULTURAL BANK OF CHINA 广东省分行

www.abchina.com "信用卡"频道 客户服务热线 40066-95599 021-61195599




即刻扫码 办理消费扶贫爱心卡 东西部扶贫爱心专区 扫码立即购买

周要闻

财政部：上半年全国社保基金收入下降15.3%

财政部网站8月10日公布《国务院关于今年以来预算执行情况的报告》。1-6月，全国社会保险基金收入34809.3亿元，下降15.3%，主要是受疫情以及阶段性减免社保费政策影响。全国社会保险基金支出36089.87亿元，增长6.5%。

腾讯发出斗鱼和虎牙合并邀约

8月10日晚，斗鱼宣布，该公司董事会已收到腾讯控股有限公司于同一日发出的不具约束力的初步建议书，建议斗鱼与虎牙公司以换股的方式进行合并。如果收购交易得以达成，斗鱼高管团队将成为新公司高管团队。

黄光裕40亿出售悦秀城

近日，出狱不足两月的黄光裕，以40亿元总价出售旗下知名商业地产项目悦秀城。黄光裕的商业地产版图还有另一张王牌：国美商都。虽然烂尾11年，但如今的地价，与15年前拿地的价格不可同日而语。

周数据

31省份最低工资排行榜出炉 6省份标准超2000元

近期，多省份提高失业保险金，而最低工资标准与失业保险金直接“挂钩”。截至目前，共有青海、福建以及广西三地宣布上调最低工资标准，北京、上海、天津由于疫情原因，今年不作调整，其他省份暂未公布消息。31个省份中，上海、北京、广东、天津、江苏、浙江6个省份月最低工资标准超过2000元。

TOP.1	TOP.2	TOP.3
上海	广东省 深圳市	北京
2480元	2200元	2120元



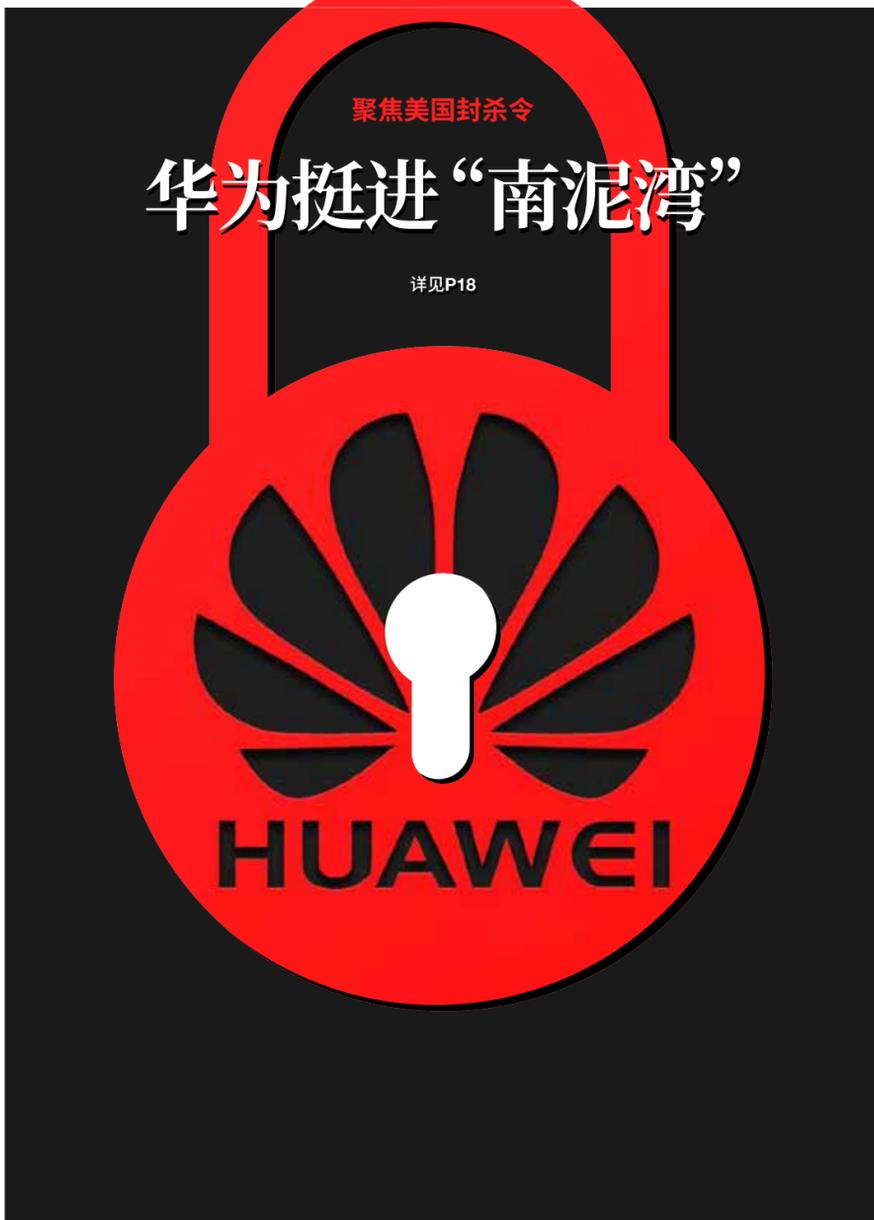
宅经济 催生游戏热

详见P8

聚焦美国封杀令

华为挺进“南泥湾”

详见P18



风暴中的张一鸣

时代周报记者 李子慧 发自北京

正在美国某大学攻读博士的Niki(化名)最近发现，在备受美国年轻人喜爱的TikTok上，能够刷到很多美国人抱怨TikTok被禁用的视频。

TikTok用户李鸿也发现，她遇到过很多美国中学生，喜欢拍摄跳舞视频上传到TikTok上，因为很多人认为，这是一种更符合现代生活潮流的、展示自我的方式。

过去一个月，这款在美国拥有几千万用户的短视频软件应用受到了更为广泛的关注。尽管处于风口浪尖，该应用仍然受到了美国用户的追捧，但背后却是波涛汹涌。

8月9日，微软在与TikTok母公司字节跳动进行收购谈判过后，又有消息传出，推特也与TikTok初步洽谈研究合并的可行性，包括涉及TikTok在美国的业务。

8月10日，Niki告诉时代周报记者，关于应用被封杀的讨论正在TikTok的用户之间蔓延，很多用户并不希望该应用被封杀。

不久前，据外媒消息称，美国总统特朗普签署了新的政令，45天后将禁止任何美国个人及企业与TikTok母公司字节跳动进行任何交易。

在很多业内人士看来，诉讼将是字节跳动创始人张一鸣的唯一选择。而媒体消息称，在这场封杀中，TikTok发起了首次反击，最早将于本周二提起联邦诉讼，挑战特朗普在美国封禁该视频共享服务的行政命令。

在业内看来，张一鸣此次过于妥协；而在员工看来，他的表现理性且有“火星视角”；在外媒记者眼中，张一鸣则是一个极具亲和力以致缺乏中国互联网巨头创始人的神秘感。

中国互联网巨头创始人中，马云56岁、李彦宏52岁、马化腾49岁，而今年37岁的张一鸣，或许迎来了人生当中最大的挑战。

“骂名”背后

根据公开信息，在美国公民和企业起诉政府的案例多见于政府基于行政命令对私人的财产、自由和生命进行侵害的事件。

下转P19

猪价拱高 7月CPI

虽然食品类别价格凭“一己之力”令CPI连续两月回升，但排除掉价格波动较大的食品和能源之后，7月核心CPI同比上涨0.5%，创下2013年有该项数据统计以来的最低值。同时，非食品价格涨幅收窄到0%，为2010年以来的低点。

时代周报记者 王心昊 发自广州

一别半年，进击的“二师兄”又回来了。

8月10日，国家统计局公布：2020年7月，全国居民消费价格指数(CPI)同比上涨2.7%。其中，食品烟酒价格同比上涨10.2%，影响CPI上涨约3.07%；食品类别中，畜肉类价格上涨61.1%，影响CPI上涨约2.90个百分点。特别值得一提的是猪肉价格，足足暴涨85.7%，影响CPI上涨约2.32个百分点。

从更能体现近期价格变动情况的环比数据看，7月份CPI由上月的下降0.1%转为上涨0.6%。其中，食品价格上涨2.8%，涨幅比上月扩大2.6个百分点，影响CPI上涨约0.62个百分点；非食品价格方面，则由上月的下降0.1%转为持平。

“此次猪肉价格上涨，主要是由于暴雨洪涝灾害导致供给减少，同时运输环节也受阻，造成部分地区、部分价格出现结构性上涨。”民生银行首席研究员温彬在接受时代周报记者采访时分析指出，随着餐饮业经营逐渐恢复，猪肉消费需求虽逐渐增加，但供给仍然偏紧，再叠加水害引起的调运受阻，导致猪肉价格的同比涨幅结束了此前连续四个月的回落。

食品价格涨幅明显

“6月份，猪肉价格还在每斤30元出头，现在已经接近40元了。”在广东佛山开餐厅的老板陈洪，时隔半年后，再次感受到物价飞涨的压力。“我记得今年4月，猪肉价格曾一度降到30元以下了，但之后又一路上涨，感觉还连带着其他蔬菜一起涨起来了。”

陈洪的感受并非个例。根据国家统计局公布的数据，7月份畜肉类价格上涨61.1%，影响CPI上涨约2.90个百分点；鲜菜价格同比上涨7.9%，影响CPI上涨约0.19个百分点。

在市场端，农业农村部数据显示，7月末，全国猪肉平均批发价已经超过48元/公斤，相较5月末年内低点(38.5元/公斤)，明显回升。不过，即便如此，7月末的猪肉价仍低于年初2月18日50.8元年内价格高位，更是比不上去年10月底创下的52.4元历史新高。

下转P3

政经 · TOP NEWS

- 2 货币政策提高直达性 资金精准进实体
- 5 中银证券管涛：断言货币政策收紧为时尚早
- 6 深圳世界之窗26年变迁背后，是一座城的崛起
- 7 广州租客少100万人 包租婆还有暴利吗？

财经 · FORTUNE

- 11 金价高位盘整 纸黄金风险谁来担
- 12 信保业务拖后腿 野村下调人保目标价
- 14 收回潮晖引入高瓴 海正药业转型路未竟
- 15 扫描养鸡股半年报：净利堪忧仍募资扩张

产经 · INDUSTRY

- 17 深圳楼市新政冲击波：“打新”白热化 二手房遇冷
- 18 选微信还是iPhone？这道题不太难
- 20 老字号的没落 从年轻人不再打卡开始
- 21 姜德义接棒 北汽大自主迎来摆渡人？

编辑/吴慧 版式/邓富群
图编/黄亮 校对/宋正大

国内统一刊号/CN44-0139
邮发代号/45-28
广东时代传媒有限公司 主办



扫一扫关注
时代周报官方微信

时代在线/
<http://www.time-weekly.com>
官方微博/ @时代周报
官方微信/ timeweekly

广告热线/ 020 - 3759 1496
发行热线/ 020 - 8735 0717
传真/ 020 - 3759 1459
征订咨询/ 020 - 3759 1407

地址/广东省广州市珠江新城华利路19号远洋明珠大厦4楼

货币政策提高直达性 资金精准进实体

8月6日,央行发布《2020年第二季度中国货币政策执行报告》。对于下一阶段主要政策思路,报告提出,要坚持把支持实体经济恢复与可持续发展放到更加突出的位置,综合运用并创新多种货币政策工具,保持流动性合理充裕,疏通货币政策传导机制,有效发挥结构性货币政策工具的精准滴灌作用,提高政策的“直达性”,支持实体经济特别是中小微企业渡过难关、平稳发展。

二季度中国GDP同比增长3.2%,由负转正。主要指标也实现恢复性增长,消费、CPI、PMI等均逐步回暖。全球主要经济体中,中国成为罕有的亮点。面临多重压力,还能取得这样的成绩,实属不

易。其中,上半年密集推出的金融支持政策发挥了重要作用。

企业是市场主体,中小微企业是经济活力源泉。在当前世界经济形势急剧变化的背景下,金融系统多措并举,切实缓解中小微企业融资难融资贵问题,助其渡过难关,便显得尤为紧要。

这也正是近年决策层不断强调金融支持实体经济的关键。

金融支持实体经济,“普惠性”不可或缺。今年以来,降准频率明显提升。继1月和3月两次降准后,央行又于4月再度实施定向降准,这就是一种普惠性的金融支持措施。

随着《2020年第二季度中国货币政

策执行报告》披露,可以发现,在坚持“普惠性”的同时,如何提高“直达性”是接下来货币政策执行的重点所在。因为只有提高“直达性”,才能保证金融对实体经济支持不会出现“跑油”“漏油”情况,从而实现精准滴灌。

为提高“直达性”,就要创新货币政策工具。围绕提高“直达性”,央行最近创设的两大货币政策工具引人注目。

以新工具之一的普惠小微企业信用贷款支持计划为例,为缓解小微企业缺乏抵押担保的痛点,提高小微企业信用贷款比重,这一计划将提供4000亿元再贷款资金,通过特定目的工具(SPV)与地方法人银行签订信用贷款支持计划

合同的方式,向地方法人银行提供优惠资金支持。根据央行的预估,信用贷款支持可带动地方法人银行新发放普惠小微企业信用贷款约1万亿元。

另一个新工具——普惠小微企业贷款延期支持工具,则是为了鼓励地方法人银行对普惠小微企业贷款“应延尽延”。央行提供400亿元再贷款资金,通过特定目的工具(SPV)与地方法人银行签订利率互换协议的方式,向地方法人银行提供激励,激励资金约为地方法人银行延期贷款本金的1%,预计可支持地方法人银行延期贷款本金约3.7万亿元,切实缓解小微企业还本付息压力。

长期以来,小微企业贷款难,难在

没有抵押物、没有担保、没有信用风险分担机制。在当前经济形势下,资金周转困难更是小微企业普遍面临的问题。由此可见,上述两大新工具对应着小微企业目前的最大困局,具有很强的针对性。

金融系统让利于实体也是下半年的一个重点。根据央行的计划,下半年,金融系统将下调再贷款再贴现利率以完成年内向企业合理让利1.5万亿元的目标。通过下调支农、支小再贷款利率,可以降低银行支农、支小的资金成本,提高银行支农、支小的内生动力。

从金融到实体,传导路径清晰。随着“活水”输入,优惠资金直达实体经济,中小微企业可望尽早渡过难关。■

TikTok被禁的热闹与门道

蒋光祥 财经专栏作家

TikTok的命运悬而未决,不断出现的竞争对手们正企图趁机迅速壮大。

在印度,TikTok被封禁后,本地竞争对手Roposo在48小时内获得2200万新注册用户。这些“山寨版”TikTok还展开了轰轰烈烈的“挖墙脚”行动,向TikTok平台上知名网红提供财务诱惑或股权。8月5日,Facebook在美国、日本、澳大利亚等50多个国家和地区推出短视频应用Instagram Reels。通过Reels,用户可录制一条长达15秒的视频,为其添加音乐以及系列滤镜和效果。

众所周知,TikTok对于国际友人的吸引力不亚于抖音在国内的热度。2019年,TikTok海外下载量已达到20亿,并拥有约8亿活跃用户。但因其中中国背景,同样受到类似华为、中兴在海外的不公待遇。美国总统特朗普近日签署的禁止美国个人及实体与TikTok母公司字节跳动进行任何交易的禁令,将在9月20日生效。目前看来,TikTok只有

在禁令生效前,出售给微软(或其他美国公司)才能避免。

如同美国自己的部分政府官员所承认的一样,与华为或者中兴相比,TikTok这样一款让用户拍摄趣味视频的应用程序,还“排不上名次”,问题的层级显然被放大了。特朗普给禁令的理由是,TikTok泄露了大量用户信息,中国政府也可能从TikTok获取了大量用户的位置信息、浏览记录和搜索记录等,这些都对美国国家安全造成了威胁。

同样被禁的微信及其母公司腾讯,也是差不多的理由。微信在美国并没有被广泛使用,只是因为硅谷里一些中国籍软件工程师和其他高科技劳动力使用频繁,合作解决困难的数学、软件或工程问题,交换解决方案等。所以,微信被认为“中国相关部门完全可以收集到这些专利数据”。

TikTok被禁的本质究竟是什么?无非两点。一是美国实质要维护自身的高科技垄断地位。这一点是特朗普政府的核心利益所在,不想给任何人觊觎的机会。TikTok也好,微信也罢,不过刚好是用来练手的“当红炸子

鸡”。美国政府还将扩大“干净5G”范畴,这一计划包括运营商、应用商店、应用程序、网络云和网络电缆五个领域。二是生意场上的你死我活。TikTok本质上是一个短视频内容媒体,其主要盈利模式是广告。与Twitter、Facebook、Youtube以及Instagram下载一样,都是在竞争广告主的预算。TikTok风头如此之劲,连脸书创始人扎克伯格都忌惮三分,有意无意“针对”TikTok也就不奇怪。

事已至此,TikTok当然不会,也没有理由束手就擒、引颈受戮。目前已经看到字节跳动将会把事件纳入美国的法律程序之中,以维护自己的权利。对于外资收购,也不应有城下之盟。说到底,TikTok是私人企业,被禁或者被收购,也只是生意的一部分。尽管该事件目前高度政治化,但企业主拿起法律武器捍卫自身权利总归合情合理。

海外TikTok用户对该禁令也是一片哗然。即便特朗普一意孤行,如期关闭TikTok,但一旦其连任失败,TikTok的解禁也只是时间问题,反而可能会成为下一届美国政府的政绩之一,世事很可能就是这么幽默。■

黎巴嫩陷漩涡 危机不仅是爆炸

陶短房 财经专栏作家

当地时间8月4日18时许,黎巴嫩首都贝鲁特港区先后发生两起剧烈爆炸,截至目前,事故导致158人死亡,6000多人受伤,至少30万人无家可归。

大爆炸前,黎巴嫩就已陷入经济困境。根据世界银行稍早的一份报告,黎巴嫩公共债务高达900多亿美元,占GDP比高达150%,居世界第三。黎巴嫩官方数据称,45%的黎巴嫩人生活在贫困线下。

贝鲁特港是黎巴嫩港口经济乃至整个国民经济支柱。如今这座港口几乎被两次大爆炸“从地图上抹去”,对该国经济构成的打击,堪称毁灭性。

大爆炸发生后,黎巴嫩政府迅速向国际货币基金组织申请150亿美元紧急救助,希望国际社会雪中送炭。8月9日贝鲁特紧急援助国际电视会议上,与会国承诺立即或在短期内向黎巴嫩提供总计2.527亿欧元援助。如法国总统马克龙承诺提供3000万欧元,无偿运送18吨以上医疗设备和药品,近700吨粮食。

“救命钱”并不都那么好花。联合国要求黎巴嫩当局开放透明调查,采取有效行动,推动改革进行,并确保国际援助直接送达需要帮助者手中;部分国外代表提出绕开腐败低效的黎巴嫩政府,改由指定的非政府组织发放援助。

自去年8月以来,黎巴嫩陷入严重经济危机状态。同年9月2日,黎巴嫩政府宣布国家进入经济紧急状态;去年10月29日,时任总理哈里里(Saad Hariri)宣布辞职。被经济危机和政府行政治理能力低下所激怒的民众发起示威,新政府“难产”,直到今年1月21日才由电子工程大学教授迪亚卜(Hassan Diab)组成新内阁。

但新内阁既不能摆脱贪腐指控,也无法应对经济危机、货币贬值、食物短缺等困局,政府公信力持续下滑,示威和暴力事件不断上升。两次爆炸,让本已势成鼎沸的社会矛盾及公众对政府不信任感趋于激化。总理为此承诺,尽快推动提前立法选举。

问题是,这管用么?

目前的黎巴嫩政治架构是根据1943年生效的《国家公约》和1989年的《塔伊夫协议》,依照当时18个宗教族群人口比重,对政治权力进行强制性分配,规定总统、总理和议长必须分别由基督教马龙派、穆斯林逊尼派和穆斯林什叶派出任。独特的架构导致政府效率低下且动不动遭掣肘,易滋生腐败和权力寻租,招致外部势力干涉。

如实行不分族群、教派的“一人一票、打破重来”,很可能打破中东罕见世俗、多元化国家脆弱的政治平衡,导致更严重的危机。

令人不安的是,提出彻底改革、绕开政府等高等的国家和国际组织,鉴于无底洞的维和开销负担,以及屡屡发生的恐怖袭击,正减少甚至撤出在黎维和力量。

一旦深入改革,该国或会天下大乱,间接促成乱局的国际势力却抽身事外,恐将人为制造更猛烈、更致命的“第三次爆炸”。

无论如何,恢复经济和就业,重建近乎瘫痪的基础设施,是避免“第三次爆炸”所必需的。仅凭黎巴嫩自身努力远不足以做到这点,整个东地中海局势的缓和,疫情的缓解,是黎巴嫩经济、社会乃至政治矛盾消弭所不可或缺的先决条件。■

美式隔离

8月8日,美国加州旧金山一家日本餐厅在门外设置了三个透明半球形隔离餐位,吸引食客体验。



金价创新高 避险投资也要警惕风险

盘和林 中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授

国际金价在8月7日大幅走低,纽约商品交易所(COMEX)黄金期货最低跌至2025美元关口。

近期国际金价出现波动,缘于国际基本面不确定性因素所致,包括美联储延续量化宽松政策,全球疫情反复叠加,以及美元指数持续走软等。

继A股牛市的热情后,黄金牛市的说法也开始在投资理财圈火爆。

从数据上来看,今年以来,国际金价涨幅超过30%,虽然对比今年道指以及A股最低点到最高点的涨幅,投资黄金的收益率并不是最高,但就当前投资市场而言,投资黄金无疑是稳定的。

任何投资都是讲究风险和收益的权衡,相对风险价值高的自然受人青睐。当前投资标的主要集中于股市和债市。6月底A股迎来了一轮快速的上涨,仅经过半个多月的上

涨,A股震荡回调。反观欧美股市,美国三大股指更是跌跌涨涨,虽然目前较最高点回落的幅度并不算大,但其风险可想而知。对于美股而言,今年是大选年,加上受疫情影响,美国实行史无前例的宽松货币政策,这对股市可能形成短期的向上推高的作用力,但长期来看,还是后入场的人给先入场的人买单。

和股市相比,债市还算是不错的标的。但现在西方国家如美国、英国,以及亚洲的日本,都是零利率甚至是负利率,且极有可能长期保持这样的局面。

因此,债券或许只能作为投资理财的一个选择,对于那些谋求收益的人来说,这种极端利率政策会逼着投资人离开固定收益金融产品。

除此之外,投资大宗商品也是其中一个选择,但门槛比较高,投资风险也非常高。比如石油,现在全球经济下行已是不可逆的事实,疫情还在持续蔓延,国际范围内可能面临再一次经济停滞,相伴而来的便是石油需求继续大幅度下滑。

综上所述,若不是杠杆做空的对冲基

金投资人,投资者能够选择投资的方向是三类:互联网科技、生物疫苗类股票、黄金。

在互联网科技股、生物疫苗股和黄金之间如何选择?更多人会选择后者。因为投资者对这些互联网科技股获取信息的劣势较大,估值难度较高,很容易在概念加持下推高股价形成泡沫。

生物疫苗股更是如此。生物疫苗和疫情关系紧密,参考2月初医药股走势可以发现,很多人欲追涨杀跌却成了“韭菜”。

可以说,这两种股票对于投资人意味着泡沫和风险,避险又不至于亏损,资金或许只能冲向黄金。

全球主权基金没有高位接盘黄金的习惯。到现如今,他们不得不主动继续囤积黄金。如果囤积美元是没有利息的,那么囤积黄金实物比囤积美元要更有意义。

当前金价已经不高了,与金价相对的美元指数持续走低。美国不会一直容忍美元指数持续下降,而金价走高空头势力也会持续积聚。就目前市场情况来看,投资黄金的风险还是存在的。■

「国际」

「视觉」

「时评」

《财富》世界500强榜单揭晓 133家中企上榜居全球首位

时代周报记者 陈泽秀 发自北京

8月10日,财富中文网发布了2020年的《财富》世界500强排行榜。

围绕营业收入高低进行排名的《财富》世界500强排行榜,是了解全球最大企业的最新发展趋势的重要窗口。今年,中国大陆(含香港)公司上榜数量达到124家,历史上第一次超过美国公司的上榜数量(121家)。再加上台湾地区企业,今年中国共有133家公司上榜。

“今年《财富》世界500强最大的一个亮点,就是中国大陆入围企业首次超过美国。这既是中国企业发展壮大所取得的历史性成就,也是中国经济持续快速增长所必然孕育的成果。”中国企业联合会研究部研究员刘兴国对时代周报记者表示。

从4家到133家的跨越

今年《财富》世界500强排行榜企业的营业收入达到33万亿美元,创下历史新高,接近中美两国GDP的总和。进入排行榜的门槛(最低销售收入)也从248亿美元提高到254亿美元。

从榜单前十来看,入围企业与去年相比发生较大变化。美国零售沃尔玛连续第七年成为全球最大公司,中国石化仍位列第二,国家电网上升至第三位,中国石油位列第四,而壳牌石油下降至第五位;埃克森美孚跌出十强,排在第十一位;去年排在第十三位的亚马逊,跻身十强,位列第九;大众从第九上升为第七。

《财富》世界500强排行榜显示,1997年,中国只有4家企业进入排行榜,2001年中国加入世界贸易组织,当年进入排行榜的中国企业为12家,以后逐年迅速增加。

2008年以来,中国企业在排行榜中数量增长加速,先是超过了德国、法国和英国,后来超越了日本。在今年的排行榜中,中国企业超过了美国,达到133家,上榜企业数量位列第一。

以颇具代表性的碧桂园为例,从2017年首次跻身世界500强第467位,到今年跃升至第147位。上榜短短四年,碧桂园实现了排名的“四连跳”,其背后是企业营收、盈利等方面的核心数据的大幅增长。

商务部研究院国际市场研究所副所长白明对时代周报记者表示,目前中国已经成为世界第二大经济体,



第一贸易大国,中国企业世界500强上榜数从4家增长到133家,是中国的经济整体实力的表现。如果经济整体的发展水平较低,那么企业的发展空间也会受到限制。

碧桂园跃升全球房企首位

从榜单的行业上来看,此次共有5家房地产企业入选榜单,且全部来自中国。其中,碧桂园以703.35亿美元的营业收入成为中国以及全球上榜房企中的第一名。榜单显示,碧桂园利润为57.24亿美元,同比增长9.4%;资产收益率(ROE)高达26.2%。

有分析认为,碧桂园的快速崛起,是中国经济腾飞的一大缩影。改革开放40年来,我国经历了世界历史上规模最大、速度最快的城镇化进程。伴随着城镇化战略的推进,房地产市场蓬勃发展,2008年中国商品房的销售金额约为2.5万亿元,到2019年已经高达近16万亿元。迅速扩大的内需市场,造就了中国巨大的房地产行业与领先世界的房地产企业。而碧桂园深入三四五线城市的“方法论”,发掘了当地居民潜在的住房需求,从而成为中国房地产行业布局最为广泛的房企之一。

此外,今年《财富》世界500强排行榜共有7家互联网相关行业上榜,分别是美国的亚马逊、Alphabet公司、Facebook公司,以及来自中国的京东集团、阿里巴巴集团、腾讯控股有限公司和小米集团。中国上榜互联网公司数量超过美国。这些中美互联网大公司的排名较去年均有提升。其中,京东排名提升至102位,位居中国零售及互联网行业第一、全球互联网行业第三;阿里巴巴排名提升幅度最大,上升50位。

在排名位次的变化上,排名跃升最快的前十家公司中有六家保险行业公司。中国上升最快的2家公司也均为保险行业,分别为:友邦保险(上升138位)和国泰金融控股(上升81位)。

“保险公司增长最快,这是保险市场不断发展成熟的具体表现。尤其是在发展中国家,随着经济的增长与收入水平的提高,无论是企业,还是个人,保险意识不断增强,购买保险的支出快速增长。另外,这也与保险行业多元化投资的发展有关,保险资金的多元化投资加快了保险企业的增长。”刘兴国说道。

白明也认为,一方面,当前世界经济的发展不确定性增加,另一方面,经

济发展更加强调创新驱动,这意味着风险较大,在此背景下,保险行业发挥的作用更大。

盈利水平待提高

净资产收益率(ROE)被视为判断企业获利能力高低的最佳指标。在净资产收益率(ROE)榜上,中国公司中排位靠前的是恒力集团、泰康保险、青山控股、碧桂园和中国人寿保险。

中国公司平均销售收入达到669亿美元,与自身去年数字相比有所提升。与世界500强公司横向比较,中国企业平均销售收入和平均净资产两项指标达到了《财富》世界500强的平均水平。

不过,隐忧在于,中国企业盈利水平较低。2019年,上榜中国企业124家平均利润不到36亿美元,约为美国企业(70亿美元)的一半,也低于全球500家大公司平均利润41亿美元。根据这三个数据计算,上榜中国企业平均销售收益率为5.4%,低于美国企业的10.5%,平均净资产收益率为9.8%,低于美国企业的17%。

刘兴国认为,美国企业由于具备技术领先优势,因而更多走的是高附加价值的发展路径,而中国企业在技术上处于落后状态,而且国内需求的绝大多数都更倾向于追求物美价廉,这客观上决定了中国企业至少在现阶段必然会优先选择低成本低价格发展路径,也就决定了中国企业的盈利水平必然低于美国企业。

不过刘兴国强调,这并不意味着中国企业的制造水平、制造能力低于美国企业。“包括苹果公司系列产品在内的不少美国企业的产品,都是在中国完成的制造,有些甚至还是中国企业代加工的产品。准确地说,中国企业和美国企业,各有自己的优势,分别在不同层面展现出强大竞争力。”

白明认为,中国企业在“做强”方面有所欠缺,把盈利水平提高上去,是企业今后努力的方向。他建议,通过体制机制创新,激发企业的内生动力,让企业增加研发投入、提高管理水平。“有时候进行研发不一定能够立竿见影,但这样的企业有生命力。”

刘兴国也认为,进一步做强中国大企业,需要从多个方面发力,包括加大创新投入,构建与强化技术优势;进行产业链价值链升级,进入价值链产业链的中高端;实施管理提升,增强管理能力。□

5.4%



猪价拱高7月CPI

上接P1

“食品价格上涨,是带动CPI涨幅扩大的主要原因。”交通银行金融研究中心高级研究员刘学智在接受时代周报记者采访时指出,7月份南方大面积洪涝灾害,导致部分地区蔬菜短期供应紧张和价格上涨。7月,鲜菜价格环比上涨6.3%,同比涨幅扩大3.7个百分点到7.9%。“8月后,水灾对农业生产和物流运输的影响减弱,蔬菜和猪肉价格可能逐渐回落。”

植信投资首席经济学家连平进一步指出,除了供需两端因素的影响,2019年同期,猪肉价格上涨周期仍未开始,“猪肉价格从去年8月份开始一直涨到今年年初,导致去年7月基数较低,也是造成猪肉价格同比涨幅一直较高的原因之一”。

尽管供给偏紧,但在专家们看来,下半年,以猪肉为代表的食品类不会迎来新一轮涨价。

连平分析认为,虽然猪肉的总体需求随疫情平稳将进一步恢复,但同时供给也会明显扩大,逐步改善供求关系,猪肉价格重新大幅上涨的可能性较小。“可以预计,今年下半年或者四季度,猪肉价格的同比数据会出现比较明显的回落。”

国海证券在近期研报中也指出,自2019年10月开始,能繁母猪存栏开始增加,从能繁母猪到育肥猪出栏,预计需要10个月左右时间,“预计从2020年9月份开始,生猪出栏会慢慢增加,猪肉价格将会迎来下跌。”

但从目前的市场数据来看,猪肉价格已有小幅回落的趋势。据猪好多数据监测显示,8月10日,全国外三元生猪均价连续下跌5天至37.43元/公斤,较前一日下跌0.03元/公斤,较8月第一周下跌0.26元/公斤,较7月平均价格下跌0.67元/公斤。

核心CPI持续低迷

虽然食品类别价格凭“一己之力”令CPI连续两月回升,但排除掉价格波动较大的食品和能源之后,7月核心CPI同比上涨0.5%,创下2013年有该项数据统计以来的最低值。同时,非食品价格涨幅收窄到0%,为2010年以来的低点。

“疫后消费恢复缓慢,特别是旅游、文体娱乐、户外消费等领域,需求仍然较弱。”刘学智对时代周报记者指出,核心通胀放缓,主要和服务类价格普遍偏弱有关。

根据国家统计局公布的数据,7月文教娱乐分项环比-0.2%,远低于

1.3%的季节性规律,这直接拖累核心CPI同比增速放缓近0.3%。同时,居住、家庭用品及服务、衣着等其他分项,均对核心CPI同比增速拖累0.1%。

7月核心CPI增速为0.5%,为2008年金融危机以来的最低值,甚至比2014—2015年市场炒作“通缩”时期1.2%的增速还要低。

时代周报记者查询Wind数据发现,自2013年公布核心CPI以来,数据大多数在1.5%—2%区间,最低值为2015年1月的1.2%,最高值为2018年2月的2.5%。2020年,核心CPI涨幅不断走低,从1月份的1.5%逐渐走低到7月份的0.5%。

“抛开疫情看,2018—2019年,核心和非食品CPI已呈趋势性下行,疫情仅仅是加剧了下行。”海清FICC频道全球首席经济学家邓海清指出,尽管核心CPI、非食品CPI从数值上看逼近通缩区间,但与经济学上的“通缩”概念并不相同:这两个数据继续大幅下行可能性并不高。同时,从核心和非食品CPI数据来看,国内当前的通胀水平处于历史较低位置,经济并没有过热迹象,货币政策也不会进一步收紧。

通胀预期难兑现

虽然食品类别价格的上升掩盖

了核心CPI的持续阴跌,但从7月以来,“通胀预期”似乎成为这一轮支撑国内资本市场上行的重要力量。

7月,Wind商品指数上涨接近10%,创下2016年11月以来的最大涨幅。在剔除贵金属后,剩余涨幅均值也超过4%,处于近年高位,反映出通胀预期明显升温。(Wind商品指数从1032涨到1132,涨幅近10%,减去上升36%占比18%的贵金属,剩下涨幅约为4%)

在商品价格带动下,国内A股市场上,以有色、建材、化工为代表的传统周期板块,7月的整体表现明显增强,今年3月以来,传统周期板块的月涨幅首次超越消费股,与成长股的差距亦大幅收窄。

这一趋势同样显示在7月的PPI数据中:7月,PPI环比维持正增长,同比跌幅如期收窄,原材料价格整体延续修复。7月PPI环比+0.4%,与上月增速持平,同比从-3.0%收窄至-2.4%,生产资料和生活资料价格均有所改善。其中,受益于国际油价和贵金属价格上涨,石油加工和有色金属冶炼行业出厂价格增幅扩大明显。

抛开全球经济恢复能否在三季度坐上“快车道”不谈,现在的市场,未必能在放水之后迎来CPI和PPI的又一轮上涨。

天风宏观首席分析师宋雪涛指出,2008年金融危机后,原油、有色、黄金等大宗商品经历了史诗级的牛市,但是对比当时的经济基本面,这次的上涨缺乏形成通胀的基础。

“和2008年工业化、城镇化等传统基础设施建设投资相比,这一次,宏观政策更加强调短周期的纾困和中长期的技术投资,加杠杆的内容和空间都有显著不同,最终作用于原油、能化、有色等大宗商品价格的力度有限。”宋雪涛说。

因此,此次大宗商品价格上涨,涨的不是实际需求驱动的通胀预期,而是大宗商品的金融属性。

近期政治局会议已经释放出政策导向调整的信号:在居民消费缓慢恢复的当下,通胀预期可能不会兑现。在理解政策影响时,“以国内大循环为主体”应和“完善宏观调控跨周期设计和调节”相结合。

“以国内大循环为主体”,意味着下一步政策的着力点将是提振消费,否则只有供给没有需求,无法形成有效的循环。但提振消费是一个相对缓慢的过程,不会像刺激投资那样立竿见影。宋雪涛指出,这意味着短期需要容忍相对较低的经济增速,将关注点放在中长期的问题上。□

地方新型城镇化清单： 东部重产业 西部打基础

时代周报记者 谢中秀 发自北京

“内循环”背景下，新型城镇化被赋予提振投资、扩大消费的重要使命。近期，新型城镇化不断被中央提及。今年的政府工作报告新提“两新一重”，其中一“新”即为新型城镇化建设。

7月30日召开的中央政治局会议也表示：要以新型城镇化带动投资和消费需求。与此同时，今年还是《国家新型城镇化规划（2014—2020年）》实施的收官之年。

中央部署之后，多地已经响应。时代周报记者不完全统计，今年以来，已有广东、江苏、安徽、贵州、河南、云南等多地围绕新型城镇化紧锣密鼓展开大批重点项目储备和开发。从新型城镇化支持项目看，各地呈现出因地制宜的特点，部分城市将重心放在老旧小区改造、地下管网改造上，部分城市则更注重新区建设、智慧城市建设。

中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东曾预测，如果按照3亿人进入城市计算，一旦城市空间打开，突破土地、环境容量等制约，每年通过新型城镇化带动有效投资的空间在20万亿—50万亿元的规模。

与此同时，时代周报记者注意到，经过多年新型城镇化战略，城镇化建设工作也从城市为核心转移到注重县城改造的趋势。

“疫情暴露了县城公共设施和基础服务设施的短板。县城补短板可以实现公共产品的长期供给和投资消费需求的短期扩张。所以县城补短板强弱项工作最近就被提了出来。”中国社会科学院竞争力模拟实验室副主任吕风勇对时代周报记者表示。

东西部项目重点有差异

各地的新型城镇化建设正提上日程。其中，河南、云南、贵州还披露了具体项目数据——根据各地发改委数据，河南计划推进新型城镇化项目1551个，2020年计划投资3113亿元；云南2020年将推出新型城镇化项目355个，总投资1.38万亿元；贵州则推

出636个总投资2423亿元的新型城镇化项目。

“新型城镇化既能扩大投资，也有利于结构调整，还可以拉动消费。”民生银行研究院宏观经济研究中心副主任王静文表示。

从消费力来看，城镇化率高的地方，居民的消费水平也相对较高。根据国家统计局公布的数据显示，今年上半年人均消费支出前10名的省份中，9个省份的城镇化率都超过了65%。

而从各地项目情况来看，交通路网、水电网等基础设施依然是新型城镇化的重点。同时，老旧小区改造和垃圾处理也频被提及。值得关注的是，在今年疫情环境下，医疗卫生也成为了新的关注点。

以贵州为例，资料显示，贵州省636个城镇建设项目涉及城镇路网、污水和生活垃圾处理等基础设施建设，城市棚户区改造，学校、剧院、商业街、综合体公共服务设施建设等多个领域。具体来看，包括城镇污水垃圾处理、老旧小区改造等项目11个，以及“智慧黔城”发展规划及支撑项目、中曹水厂改扩建工程、白云区公共停车场、惠水县城镇供水工程等。

时代周报记者梳理发现，各区域省份的新型城镇化项目部署微有差

异——东部地区对产业的培育更加重视，西部地区则以交通路网、水电网、棚改和老旧小区改造等基础设施为主。

比如江苏省发改委印发的《关于加快县城城镇化补短板强弱项扬优势进一步强化新型城镇化重要支撑的通知》，就把“围绕产业培育设施提质增效，强化产业平台配套设施”的重要性进行了提升，放在了补短板强弱项的第二大领域，但在国家发改委《关于加快开展县城城镇化补短板强弱项工作的通知》中，该项则列在第四大领域。

“区域的差异主要是因为发展阶段的不同。”王静文解释，“东部的城镇化发展较快，基础设施已经比较健全了，所以现在更注重产业化发展。但西部地区则还有很多交通、管网、住房等前期工作要做。”

县城改造空间巨大

县城成为近期新型城镇化工作的关注重点。

今年6月，国家发改委发布《关于加快开展县城城镇化补短板强弱项工作的通知》，提出17项重点建设任务，加快县城城镇化补短板强弱项。

随后7月22日召开的国务院常务

会议也提出：要围绕农民进城就业安家需求提升县城公共基础设施和服务水平，其中尤其要加大以县城为载体的城镇化建设。

8月5日，国家发改委副主任宁吉喆在接受央视采访时再表示，发展县域的消费聚集区是这次扩大内需的重点。

县城的消费潜力不断被各平台的榜单验证。2019年11月，京东曾对外发布数据表示，在双十一活动首日，京东平台消费前五名的城市是北京、深圳、上海、广州、成都，但从消费增幅的城市来看，前五位分别是黄山、荆门、新余、南平、三门峡，另外下单新用户中72%是来自于地县级城市。

同时，赛迪顾问《2020赛迪百强县榜单》数据显示，我国1879个县级行政区划占中国国土面积约九成，人口约占六成，县域创造的GDP占到30%—90%面积、60%人口，仅创造30%的GDP，从这个角度来看，县城经济还有挖掘空间。

但并非每一个县城都能在这轮新型城镇化建设中获得同样大小的“蛋糕”。

“国家发改委此前发布的通知，更强调东部地区的县城补短板，对中西部的支持力度相对弱一些。从效率角度来说，这是不错的策略。因为东部地区县城就业机会多，是人口聚集区，同时财力基础好，更有能力尽快‘补短板’。但中西部地区公共服务和基础设施相对更差，更需要扶持。未来还需采取一些措施来平衡一下东西部县城的发展问题，特别是公共服务和基础设施方面。”吕风勇表示。

同时，多位专家表示，核心城市、都市圈周边的县城更容易获得机遇。

“城市群、都市圈是今年区域发展的重点。同时，在今年‘双循环’‘内循环’的背景下，产业间的区域传递和迁移也有可能加强，比如从东部地区转移到中西部地区，或者从省内发达地区转移到落后地区，从而推动当地产业发展和城镇化。但一般来说，产业的区域传递和迁移是以涟漪或雁行形态为主，所以紧挨着优势城市的区域会优先受到利好。”王静文进一步分析认为。□

30%



20

万亿元



新版医保目录调整启动 “神药” 跌落神坛

时代周报记者 杨佳欣 发自北京

医保目录“大换血”再次展开。

8月3日，国家医保局就《2020年国家医保药品目录调整工作方案（征求意见稿）》（以下简称《征求意见稿》）正式公开征求意见，这标志着新一轮医保目录调整正式拉开帷幕。

而就在三天前，国家医保局还以“1号令”的形式发布了《基本医疗保险用药管理暂行办法》（下称《办法》），对《基本医疗保险药品目录》进行制定和调整，并将于9月1日起正式施行。

医保目录的调整，为更多药品的进入腾挪了空间。

《征求意见稿》提出，七类医保目录外的药品可以纳入2020年医保目录拟新增药品的范围，其中包括与新冠肺炎相关的呼吸系统疾病治疗用药等。

“这是医保为民的体现。不过，目前‘与新冠肺炎相关的呼吸系统疾病治疗用药’具体有哪些尚无定论，也意在鼓励相关企业研发、创新。”基层医改专家徐毓才在接受时代周报记者采访时表示。

北京鼎臣医药管理咨询中心创始人史立臣也指出，与治疗新冠肺炎疫情相关的药品涵盖面比较广，涉及抗菌、免疫等多种药物，后期需要专家通过临床以及全球病例的研究做进一步研判和推荐，目前谈判好哪些具体品种尚早。

数亿元规模“神药”跌落神坛

时代周报记者注意到，本次《征求意见稿》延续了临床合理用药的医改思路。

《征求意见稿》提出，“综合考虑临床价值、不良反应、药物经济性等因素，经评估认为风险大于收益的药品”属于调出目录药品的范围。这同时也是《办法》中规定的被调出的情况之一。

符合上述特点的药品，在市场上也多被称为“神药”。业内普遍认为，此类药品虽然安全，但临床疗效并不明确。

“这些药有一些共同特点，即适应症极其广泛，但缺乏循证医学依据；疗效不确切，但价格却很‘确切’；临床用量可观，但患者获益不多甚至存在潜在风险，即安全无效的药。”徐毓才说。

本次《办法》将于9月1日起正式施行，看似留给相关企业的时间不多，但实际上“神药”的市场变局早在去年就已悄然进行。

2019年7月，在国家卫健委首批国家重点监控合理用药药品目录中，就已经包含有“万金油”“神药”之称的神经节苷脂在内的20种药物。

时代周报记者梳理发现，首批重点监控药品中，有10余个品种曾是地方医保目录的增补品种，目前地方医保不再增补权限，意味着未来“神药”将全面告别医保目录。

徐毓才坦言，安全无效的“神药”

被调出医保药品目录，已是大势所趋。“医保目录遴选考虑的因素是医保基金的承受能力，适应群众基本医疗需求以及临床技术的进步，要将临床价值高、经济性评价优良的药品、诊疗项目、医用耗材纳入医保支付范围。”

有数据显示，被列入国家重点监控合理用药药品目录的20种药品，部分品种市场销量已达到数十亿元规模，保守估计也有数亿元的销售规模。被排除在医保目录之外，意味着上亿元规模“神药”将跌落“神坛”。对于从事相关药品生产的企业来说，放弃“神药”的大规模生产或是寻找医学证据证明其疗效，将成为其为数不多的生存选项。

乙类OTC药品“虚惊一场”

“神药”的出局尚在市场的意料之中，而此前已被《基本医疗保险用药管理暂行办法（征求意见稿）》列入不纳入医保目录药品的乙类OTC药品，此次却回归目录，引发众多关注。

OTC即非处方药，乙类OTC是除药店外，还可在药监部门批准的宾馆、商店等商业企业中零售的非处方药。

国家医保局为何改变了对乙类OTC药品的态度？徐毓才分析指出，保留乙类OTC药品主要是为了方便患者的自主购药。“非处方药大都用于多发病常见病的自行诊治，如感冒、咳嗽、消化不良、头痛、发热等。作为我国合法生产销售的一部分药品，已经得到全社会广泛认可，方便了群众。在目

前我国看病就医仍不够方便的情况下，保留乙类OTC药品进入医保目录符合社情民意。”

事实上，正式发布的《办法》中，已经将乙类OTC药品从“不纳入目录的范围”删除，最新的表述为“原则上《药品目录》不再新增OTC药品”。从销售终端看，有关乙类OTC药品售卖的零售药店仍可享受医保红利，暂属“有惊无险”。

史立臣在接受时代周报记者采访时指出，乙类OTC占据医保基金规模并不大，保留其在目录内并不会对医保基金带来较大负担。一位匿名的医药分析人士也告诉记者，通常在医院，医生开具处方药的频率远高于乙类OTC药品，乙类OTC药品通常为公众自行购买的情况更多。

中国非处方药物协会数据显示，2019年版医保目录中，乙类OTC药品费用只占医保基金支出的4%。

对于未来乙类OTC药品的留存，目前仍存有较大争议。业内此前一份流传的改革方案指出，OTC医保政策改革应从支付渠道和支付方式上去完善，医保目录纳入应遵循临床必需、安全有效、价格合理基本条件，不宜将“是否为OTC”作为医保目录纳入的决定因素。

徐毓才认为，药品在市场上是否有销路，并不只有进入医保目录一条路，最关键的是要有临床价值、有消费者群体。

史立臣也表示：“乙类OTC药品

在公众中的认知度高，接受度也高，其中也多是家中常备药品，即便没有医保报销，其市场仍然较大。”

进一步鼓励医药创新

在《征求意见稿》拟新增药品范围中，涉及创新药研发的“根据临床试验结果向国家药监部门补充申请并获得批准，适应症、功能主治等发生重大变化的药品”也被列入其中。

“这一做法，鼓励创新的意味很浓，对于创新药企将是一大利好。”徐毓才如此评价。

浙商证券研报也指出，其看好医保动态调整红利下，创新药放量的供给改善、支付倾斜，叠加审评改革下本土创新药IND（新药临床试验申报）数量持续新高，浙商证券预计2023—2026年有望迎来国产创新药黄金发展期。

值得注意的是，一直以来，创新药由于研发成本等因素，通常价格相对较高，目前我国已经形成国家医保药品谈判准入和带量采购两种药价谈判模式，本次《办法》也进一步明确了药品支付标准：独家药品将通过谈判来确定支付标准；对于非独家品种，国家组织药品集中采购，或准入竞价等方式确定支付标准。

“目前国家医保局正在通过带量采购等方式，优化医保目录药品结构，未来创新药将被更多地纳入医保，但创新药品种纳入医保的价格情况还有待观察。”史立臣说。□

TOP-TALK · 高端访谈



中银证券管涛： 断言货币政策收紧为时尚早

时代周报记者 王心昊 发自广州

一周之内，央行三度表态货币政策走向。

8月9日，央行行长易纲在接受新华社采访时表示，货币政策要更加灵活适度、精准导向，切实抓好稳企业保就业各项政策落实见效。

8月3日，央行召开下半年工作会议；8月6日，央行发布《二季度货币政策执行报告》（下称《报告》）——央行一周之内三次强调目前货币政策的核心：更加灵活适度、精准导向。

结合5月份央行打击资金空转、二季度经济数据出现显著恢复，外界纷纷判断：货币政策最宽松的时刻已经过去。这一判断是否准确？下半年降准降息的空间是否显著收窄？货币政策又如何体现“房住不炒”？时代周报记者专访原国家外汇管理局国际收支司司长、中银证券全球首席经济学家管涛。

货币政策转向结构性宽松

时代周报：国内GDP由一季度同比降6.8%到二季度增长3.2%，加上这次央行公布的二季度货币政策在结构性宽松上篇幅不少。下半年的货币政策是否会从全面宽松转向政策性宽松？

管涛：除非经济恢复不如预期，否则，下阶段的货币政策将以结构性宽松为主，货币政策会更加注重精准导向。

应当说，二季度国内经济超预期复苏，中国经济增长显示出较强的韧性。下半年，经济将从供给端的快速修复走向需求端的加快修复。

7月30日召开的政治局会议强调，下半年的经济工作，要牢牢把握扩大内需这个战略基点，大力保护和激发市场主体活力，确保宏观政策落地见效。所以，除了3000亿元专项再贷款、5000亿元再贷款、再贴现额度等防疫时期采取的阶段性货币政策工具到期退出外，现在谈宏观对冲政策的总体退出还为时尚早。

但也应当注意，一方面，在“内防反弹、外防输入”的疫情防控常态化前提下，单靠经济自我修复，很难使经济回到潜在水平甚至以上。因此，下阶段的货币政策仍要更加灵活适度。特别是考虑到当前投资在扩大内需中的关键性作用，保持宏观政策的连续性、稳定性，对于优化营商环境、稳定市场预期，至关重要。

另一方面，前期全面宽松的货币政策是特殊情形下的阶段性政策，要避免信贷膨胀、资产泡沫等副作用。现实中，资金空转套利现象已经有所显现。在“货币政策和宏观审慎”双支柱的调控框架下，未来，会更多地发挥宏观审慎与其他金融监管政策

的作用。

时代周报：结构性宽松将在货币政策中如何体现？换句话说，怎样提高政策服务小微企业的“直达性”？

管涛：首先，说说为什么要提高“直达性”。

目前，保就业的关键是要稳住企业、特别是保住对居民就业具有重要意义的小微企业。但中小微企业融资难、融资贵是长期的结构性问题。在疫情冲击下，这类企业经营状况恶化，相关问题更加突出。

但通常采取的降息和普遍降准等，都属于总量货币政策，对于解决中小微企业融资难的结构性问题缺乏针对性和精准性。这个时候，就需要发挥结构性货币政策工具定向调控、精准滴灌的作用。

在疫情中，多项政策都和结构性宽松密切相关。

例如，央行分三批次安排3000亿元专项再贷款，以及再贷款、再贴现额度共计1.8万亿元以支持抗疫保供、复工复产和中小微企业等实体经济发展；又例如，创设普惠小微企业信用贷款支持计划，提供4000亿元再贷款资金，以及向地方法人银行按其实际发放信用贷款本金的40%提供优惠资金支持等。

需要注意的是，下阶段，世界经济陷入衰退，中小微企业的经营困难将会更加凸显。为此，央行还要加大结构性货币政策工具创新，建立有效的激励相容安排，同时避免道德风险。政策将会围绕引导银行展开，以稳住其对中小微企业的金融支持。

时代周报：这次《报告》首提完善跨周期设计和调节，这是对前期超宽松的流动性导致杠杆水平快速抬升的反思吗？下半年的信贷增量会不会显著下降？

管涛：疫情冲击下，加大信贷投放是支持市场主体渡过难关的权宜之计，只有让企业和居民在这场公共卫生危机中活下来，才可能会有未来。

从社科院的统计数据来看，引导广义货币供应和社融增长明显高于去年，确实阶段性地导致了宏观杠杆率上升：今年上半年，杠杆率增幅为21个百分点，由2019年末的245.4%上升到266.4%。但也要看到，随着经济恢复，杠杆率上升的势头正在减缓。二季度，宏观杠杆率上升了7.1个百分点，较一季度回落6.8个百分点。

加上央行行长易纲此前预计，货币政策保持流动性合理充裕，将带动全年新增人民币信贷20万亿元、新增社融超过30万亿元。按此计算，则全年人民币信贷和社融增长都将在12%以上。增速虽然较上半年13%左右的水平会有所回落，但均处于近年来的较高水平。因此，下半年新增人民币信贷和社融规模，仍会接近甚至超过去年下半年的水平。

协调货币政策和财政政策

时代周报：从之前抗疫出台特殊政策开始，市场上关于货币政策和财政政策相互配合的呼声愈加高涨。在你看来，央行和财政部互相协调有什么效果？

管涛：疫情对经济的影响，是从供给与需求两端造成的。但不论是货币政策还是财政政策，都没有办法同时消除两端的消极影响。

货币政策只能解决借贷问题，不能解决开支问题。如果让市场主体自行消化损失，有可能影响企业和家庭资产负债表的修复。如果缺乏激励相容的安排，同样也不利于激励风险厌恶型的金融中介如银行支持企业复工复产。

短期来看，加强货币政策与财政政策的相互配合，有助于建立风险分担机制，助力企业和家庭的资产负债表修复，进一步调动银行支持企业的积极性。

这次疫情应对中，国际上已有不少央行与财政协调的案例。如由财政出本金，央行加杠杆，通过银行向企业放贷。如果企业贷款出现损失，部分由财政承担；或者企业将一定比例以上贷款用于发放工资，可免除还贷义务，这部分贷款也转为财政承担。

我国在这方面也有尝试。有些抗疫专项贷款，由财政参与贴息，将贷款利率下调一半；大幅拓展政府性融资担保覆盖面并明显降低费率，激励银行给中小微企业放款。当然，如有必要，我们在这方面还可以进一步创新。

时代周报：两大政策相互协调，关键在什么地方？

管涛：首先，财政政策和货币政策都是逆周期调节的宏观调控工具，根本目的，是为了宏观经济的平稳运行。因此，财政政策、货币政策应该通过协调配合，形成政策合力、提高政策效力。

但两种政策手段各有特点：财政政策偏重结构、货币政策偏重总量，在解决中国经济运行中，总量与结构问题相互交织、非常复杂，在各司其职的前提下加强财政货币政策协调，有可能事半功倍。

值得注意的是，财政政策属于支出政策、货币政策属于借贷政策，在理清财政和金融政策功能边界的基础上，加强财政货币政策协调，有助于健全激励相容、风险分担的机制，提高纾困政策的有效性。

我们一直在推进现代财政制度和中央银行制度的建设，重要连接点就是加强财政政策与货币政策的协调配合。

从长远看，加强财政与货币政策的协调，增加国债供给、丰富国债品种、通过国债无风险利率建立一个完善的收益率曲线，进而健全利率调控和传导机制。

实现财政赤字“显性化”更重要

时代周报：这次《报告》指出，此前被视为观察窗口的MLF操作利率，与LPR点差不完全固定。在这样的情况下，观察利率走向的窗口有没有改变？降息是否仍然可期？

管涛：还是那句话，除非经济恢复低于预期，否则货币政策仍然会以结构性宽松为主。这不仅是要为财政、货币以及社保政策留有余地，方便情况突变时有政策空间，同时也因为“天下没有免费的午餐”——此前的宽松虽然对实体经济起到了支持作用，但是也出现了一些偏差，出现了包括资金空转套利等在内的情况。

在观察利率走向窗口上，除了MLF以外，央行有很多政策性利率，包括公开市场回购利率、SLF、TMLF、法定和超额存款准备金利率等。这些政策性利率的变化，都具有一定的政策信号作用。如《报告》指出，二季度以来，7天期逆回购中标利率保持在2.20%不变，促使货币市场利率围绕公开市场操作利率平稳运行，发挥了公开市场操作利率作为短期市场利率中枢的作用。

同时，央行也应当加强市场引导方面的工作。

2008年金融危机以后，与市场加强沟通是央行在货币政策转型中的重要创新。一方面，央行通过新闻发布会以及高层表态等多种场合和多种形式与市场沟通，但最根本的，还是要加快货币政策转型，让货币政策目标更加清晰，避免市场误读，造成市场价格的非必要波动。这也是现代中央银行制度建设的应有之义。

时代周报：在结构性宽松的背景下，如何在货币政策上体现“房住不炒”？或者说，利率市场要如何平衡降成本和防风险的关系？

管涛：首先要明白，利率政策是总量货币政策，它不会针对房地产市场进行调控。影响利率政策的因素，更多是整体经济增长、物价稳定和增加就业的情况。

在此基础上，处理好降成本和稳风险之间的关系，一方面是要健全“货币政策和宏观审慎”双支柱调控框架，即通过宏观审慎与其他金融监管政策的协调，打击资金空转套利，抑制房地产泡沫；另一方面是继续运用和创新直达性货币政策工具，解决中小微企业融资难融资贵问题，稳企业保就业。

时代周报：目前防范金融风险，最应当关注什么？

管涛：此前市场有过关于财政赤字货币化的讨论，但在我看来，现阶段财政赤字“显性化”可能比财政赤字货币化更重要。

财政赤字货币化，主要是解决政府融资约束和融资成本问题。这部分货币化的赤字，仍然属于政府赤字的范畴。从这次1万亿元特别抗疫国债的发行看，增加了全球安全资产供给，市场融资成本较低，财政赤字货币化——至少从市场需求来看——并不是十分迫切。

但同时，一个更为现实的问题是，由于财政与金融的功能边界不清，金融机构包括央行和商业银行可能承担了部分本该财政承担的责任。这影响了财政政策的透明度，引起了外界诸多猜测，同时本身也不利于严肃财政纪律。

要推进国家治理体系和治理能力现代化，需要建立起现代财政制度。摸清政府财政状况的底数，应该是基础性、关键性的工作。因此，赤字显性化可能应该是比赤字货币化更为优先的议程。尤其要防止：在底数不清的情况下，赤字货币化有可能导致“一风吹”，滋生逆向选择、道德风险。

这几年，国家高度重视加强地方政府性债务管理。一方面，剥离融资平台公司的政府融资职能，限制融资平台公司不得新增政府债务，限制政府违规担保；另一方面，赋予地方政府依法适度举债权限，建立规范的地方政府举债融资机制，允许地方政府发债融资。

一边“堵”，一边“疏”，这对理清中央与地方的财权和事权、财政与金融的功能边界，平衡举债发展和风险防范的关系，具有积极意义。□



管涛

经济学博士，中银国际证券全球首席经济学家，第三届中国经济五十人论坛成员(2014-2019)，武汉大学董辅初经济社会发展研究院博导、董辅初讲座教授，国际金融学会理事、世界经济学会常务理事。1992年武汉大学世界经济专业毕业后，加入国家外汇管理局，先后在政策研究和统计部门工作，历任综合司副司长，国际收支司副司长、司长，国家外汇管理局新闻发言人。2020年3月，正式加盟中银国际证券股份有限公司任职。

SPECIAL · 特稿

深圳世界之窗26年变迁背后 是一座城的崛起

时代周报记者 陈佳慧 发自深圳

夏夜9点，深圳南山区的老深南路上，响起了“哒哒哒”的马蹄声。道路两边没有灯，两匹棕色的马儿，并驾拉着一辆金色的欧式古典马车，左拐消失在尽头的光亮处。

仿佛一个仲夏夜之梦。

马儿踢踏而过的这段路，二三十米，是老深南路的最后一段。1994年，世界之窗开园时，老深南路已不通车。如今，26年过去了，路两边搭起了仓库，推着景区的钢管、电缆和游园花车。路面坑洼不平，杂草及膝，马屎味刺鼻。

沿着这段路往东北方向走100米，就是著名的深南大道。双向八车道，宽阔喧嚣，车流如织。

26年前，世界之窗紧紧依托深圳而生，是世界的窗口，更是深圳的窗口；26年后，深圳是和穗港澳并列的大湾区中心城市，早就过了用窗户看世界的年纪；世界之窗一直在那里：老深南路9037号。

破土

微型喷泉溅出细小水柱，按1:3建造的法国凯旋门背后，正在建造的高楼宛如哥斯拉巨兽：“委内瑞拉山洪暴发”是处景点，黑红色地表裸露在外，远处的高层住宅，看似山上的一只巨型犄角；两个孩子驻足在某处金碧辉煌的宫殿前，指示牌上写着三个字：秦王宫。

7月末的世界之窗，游客大多是父母领着放了暑假的孩子。员工极易辨认，一律身穿淡蓝色短袖。

就连夏夜老深南路上走过的马儿，也是世界之窗的员工。

为参演世界之窗自创的大型歌舞剧《盛世》，马匹也要上场。它们来自东北，平均年龄七八岁。

傍晚七点半，衬着暮色，《盛世》在世界之窗的环球舞台准点上演。这是“世纪三部曲”的最后一部，前两部《创世纪》《跨世纪》，分别已在1998年和2001年推出。

开演不到十分钟，第二幕“大汉王朝”开启。春秋战国时期，百家争鸣，孔子裹一身布衣端坐在马车上，旁白响起：“这一天，孔子来到了齐国。”

世界之窗破土动工之时，恰逢深圳盛世纪的起点。

1991年7月，世界之窗开建。全国数千名建筑、园林、雕塑等方面专家汇聚一堂，从世界50多个国家和地区中挑选出埃菲尔铁塔、凯旋门等118个景观，微缩于世界之窗内，占地48万平方米，由中国旅游集团有限公司（占股51%），深圳华侨城股份有限公司（占股49%）共同投资兴建。

1992年1月18日，88岁的邓小平开启南巡之旅，接连视察武昌、深圳、珠海等地，并就一系列重大问题发表了“南方谈话”。是年3月，《深圳特区报》发表长篇通讯《东方风来满眼春》。

深圳再出发。这一年，作为世界之窗的C位景观，埃菲尔铁塔基本建成。这座以1:3为比例的铁塔高108米，一路见证了何谓“深圳速度”。

闯荡

一座城市有一座城市的命运，总是吸引气质相近的人。

1992年5月，世界之窗大兴土木之时，35岁的李凌燕和丈夫结伴，从老家四川雅安来到深圳。

1978年，没上过中学的李凌燕，凭着手抄一本37万字的《钢铁是怎样炼成的》，当年高考即中，被雅安师范学校录取。两年后，李凌燕毕业，在雅安当地一所中学教英语。1984年，李凌燕考上四川教育学院英语专业，拿到了大专文凭。1986年，她重新回到雅安荣经中学，教高中英语。

闯深圳源自内心对远方的向往。“为了梦中的橄榄树。”今年63岁的李凌燕回忆，“邓小平南巡讲话后，就更加想到深圳去。”

雅安到深圳，1700公里。李凌燕攥着过了塑胶的边防证，在路上整整花了三天：先坐车到成都，再坐两天



“刚开园时很疯狂，每天都有好多人。”今年60岁的董立新，在世界之窗工程部工作了整整26年。他记得清清楚楚：开园第二年的“十一黄金周”首日，进园游客达7.6万人，创下单日进园游客人数的最高纪录，至今没被打破，“那一天，草坪上坐的全是人”。

两夜加半天的火车到广州，最后转乘汽车到深圳。“坐了好久好久的车，天黑了都还没到，深圳怎么这么远啊。”

过了南头检查站，晚上9点，李凌燕夫妇到了东门，深圳灯火辉煌。“我已经在深圳的弟弟打BB机，等他来接。”晚上11点，李凌燕夫妇吃上了人在深圳的第一顿饭，“其中有道菜是酿豆腐。”李凌燕记得一清二楚，那一天，是1992年5月27日。

当年，像李凌燕一样“闯深圳”的人，共有42万。对这42万人来说，深圳就是世界的窗口，来到这里，就是开启了42万场前途未卜的人生冒险。

安顿下来，李凌燕的头等大事，是找工作。

“当时深圳人满为患，一进到人才市场，就感觉呼吸有点困难，人太多了！那会儿就觉得自己来晚了，别人都把工作找完了，这里发展得差不多了。”李凌燕自嘲，“你看这么多年过去了，深圳还在发展，而且发展得这么好，不断地有人来。”

1992年秋季开学时，李凌燕成了蛇口小学外聘的英语口语老师。“学校好漂亮，有健身房、舞蹈室、卡拉OK，还有钢琴！我们那里的中学都只有一个风琴。”

从雅安到深圳，更直观的对比是工资。原先每月150元的工资直接翻了7倍，成了1100元，而当年深圳市职工的平均工资不到500元。“好高兴啊！我一个月用300元，存800元，一年就可以存到1万元了！”

1992年6月30日，李凌燕给老家的9岁儿子写信：“我的宝贝，妈妈现在在深圳（zhen），它紧靠着香港，能看到大海，你在电视里看到的高楼大厦（sha），这里都有，壮观极了。你想来这里吗？好好学习吧。”

开园

2年后，李凌燕兑现了对儿子的承诺。

1994年6月18日，世界之窗开园。“您给我一天，我给您一个世界”的广告语，深圳家喻户晓。

“那会儿，世界之窗开园是件大事，大家奔走相告。”开园时，李凌燕在深圳工作虽已满两年，但因工作关系被原单位除名，无法调动，仍不是蛇口小学的在编老师。“很多已经稳定下来的老师不着急，想什么时候去都可以。我们这些不稳定的人，会想着早点去，说不定哪天去不成了。”

9月18日，星期天。李凌燕夫妇带着从雅安来的儿子，再加两位老乡，一行5人相约去逛世界之窗。从蛇口到世界之窗要坐中巴，招手即停，车费一元。摇摇晃晃四五十分钟后，5人站在了世界之窗门口。

异国情调扑面而来。李凌燕至今清楚地记得，景区门口矗立着六座5米高的人物塑像，有维纳斯像、大卫像，还有印度女神像、埃及公主像等。

“门口的广场上都人。有些人

到大门口了，还在犹豫，掂量80元一张的门票价格。有的人犹豫一会，最后进去了。有的人可能就在外面看一看，最后回去了。”李凌燕回忆。

80元一张的世界之窗门票，如今早已绝版。当初买票时，每人都要拍张照片，售票窗口的工作人员把照片印到门票上，过一道塑胶后再给游客——是门票，也是纪念。李凌燕至今保留着26年前买的那张门票：玫红色边框，左边印着自己的照片，右边是手绘的埃菲尔铁塔、悉尼歌剧院等景观。门票上的“世界之窗”四个字下面，印着一行英文：Window of The World.

第一次游园，最让李凌燕印象深刻的，还是入口处那座高达5米的维纳斯像。20世纪70年代末改革开放后，李凌燕的母亲曾买过一尊维纳斯像，连底座高20厘米，成了家里最打眼的摆设。“结果在世界之窗，我看到了那么大一尊维纳斯雕像！那一瞬间，深圳和我的家乡在情感上有了个连接。所以我当时特意站在维纳斯的后面，合了张影。”

“刚开园时很疯狂，每天都有好多人。”今年60岁的董立新，在世界之窗工程部工作了整整26年。他记得清清楚楚：开园第二年的“十一黄金周”首日，进园游客达7.6万人，创下单日进园游客人数的最高纪录，至今没被打破，“那一天，草坪上坐的全是人”。

发表于2017年的《深圳世界之窗——旅游演艺发展路径研究》论文显示，1994年，开业仅半年的世界之窗接待游客超300万人，平均每天入园游客为1.5万人。1995年达到最高峰，全年接待游客390万人。

求变

开局即巅峰。1994—2002年，中国累计出境近1亿人次，年均增长13.87%，一跃成为全球增长最快的新兴客源输出国。

即便开业四年半后，世界之窗就收回全部投资6.5亿元，但仍挡不住周遭凉意渐浓。

1996年，世界之窗全年游客下滑三成至270万人。1997年，叠加东南亚金融危机影响，当年的游客数量进一步下滑至230万人。

李凌燕的深圳冒险也并非一帆风顺。

1998年，因为户口和工作关系一直无法转到深圳，在蛇口小学工作了6年多的李凌燕依旧不是在编教师，这让她很没安全感。

“我相当于是学校的临时工，那种感觉不好。在编教师的工资涨得很快，工资几乎是我的两倍，而且可以分到福利房。”李凌燕对未来感到迷茫，“就是我，啥都没有。如果一直这样在学校待下来，钱又少，又没有保障，自己该怎么办呢？”

1998年，李凌燕辞职，在蛇口小学旁边租了个90平方米的住宅，改造成工作室，开始对外招生教英语：新

概念、小升初、初升高……第一个月，李凌燕收入近5000元，远超前同事。

人生在变，世界之窗也在变。

1994—1997年，世界之窗换了三位总经理。1997年10月，第四任总经理翦迪岸上任。

最初的世界之窗是静态的微缩景观，属于观赏型。“每个景点就像卖房时的沙盘，只仅仅停留在看的层面，游客是无法参与的。”董立新分析，“开园时游客出国很难，才对世界之窗感兴趣。随着社会发展，几万块钱就可以出趟国，如果这时候还停留在观赏性的静态景点上，游客就会觉得没意思了。”

“翦总来了之后，就说一定要上参与性、高科技的项目，才能把世界之窗重新发展起来。”董立新回忆。打头阵的第一个参与性项目，就是科罗拉多大峡谷探险漂流（以下简称“峡谷漂流”）。1998年，董立新团队负责该项目的建设，“峡谷漂流是我们一手一脚干出来的”。

峡谷漂流以探险为主题，漂流水道长280米，其中最刺激的一段是长40米、落差达10米的漂流隧道。为增加惊险的感受，工程部在漂流的途中还做了一些特效，如崩石、跳起来的鳄鱼、突然出现的蜥蜴等。

不到一年，峡谷漂流顺利完工。刚开始试验时，得先往船里放与人的重量相等的沙袋，跑一圈没事后，人再上去。“为了提高安全性，在对游客开放前，取消了一个‘水门’关卡。万一门失灵了打不开，船撞上去，就会很危险。”董立新说。

回血

1999年7月，峡谷漂流项目正式推出，一个月内接待游客万余人。“游客玩完出来都在议论怎么好玩，要再玩一遍。当时听了就很开心，自己做出来的东西被人家认可了。”董立新说。

除峡谷漂流外，1997—2003年间，世界之窗投资数亿元，陆续推出10多个参与性娱乐项目：阿尔卑斯山大型室内滑雪场、富士山环绕数码影院、亚马孙丛林穿梭、委内瑞拉山洪暴发、环球舞台、侏罗纪恐龙公园……

大型文艺演出和景点表演也成为世界之窗的重要组成部分。

1998年7月，世界之窗推出大型史诗音乐舞蹈晚会《创世纪》。时任深圳市主要领导评价认为，《创世纪》对深圳市摘掉“文化沙漠”的帽子，“能起到巨大作用”。

至今，《创世纪》已成功演出2039场次，观众达600万人次。2001年，《跨世纪》上演，仅靠四个月演出票房就收回投资成本。

为了提高知名度，世界之窗还积极承办晚会，原则明确：“非规模宏大、影响力强的晚会不办；非给世界之窗带来良好宣传效果的晚会不办。”时任世界之窗常务副总经理王长乐在接受媒体采访时表示。

1998年，世界之窗承办中央电视台春节歌舞晚会；1999年承办中国国际高新技术成果交易会的首届开幕式晚会；2000年承办凤凰卫视“千禧之旅”凯旋特别晚会；2001年承办中央电视台双语元旦晚会；2002年承办中央电视台双语元旦晚会、春节联欢晚会、香港回归十周年庆典晚会等。

1998—2004年，世界之窗的游客人数逐年回增（2003年“非典”除外），最终保持在每年250万人左右。2000年起，世界之窗连续三年实现利润超亿元。2003年，世界之窗已形成“微缩景观+旅游演艺+节庆活动+参与性项目”的框架结构，一直沿用至今。

“2002年，才是世界之窗最辉煌的时候。”董立新感叹道。

网红

10年一个分水岭。

2000—2010年，深圳常住人口数量从701万人猛增至1037万人，年度GDP也由2000年的2187亿元增至2010年的9510亿元，列全国大中城市第四位。

►下转P7

REGION · 区域

广州租客少100万人 包租婆还有暴利吗？

时代周报记者 刘文杰 发自广州

8月6日，连下着几天大雨的广州终于放晴，重回“热情如火”模式。

包租婆小丽也是热情如火。这天早上10点，她已经带租客看第三间房了。趁着房客喘会儿气，小丽手也没停着，敲着手机给客户发消息：“您今天想看房吗？我这边随时可以。”

小丽想把失去的时间抢回来。她是二房东，从房东手里租了70间房后转租经营。毕业租房旺季接近尾声，她手上还有13间空房。“这比5月好多了，那会还有30间。”

与其说是包租婆，“小丽们”更象交不起租金的租客。

两个月前，小丽的同行D姐在视频里声称拥有400栋楼，每个月收租就能赚50万元，随即以6.1亿话题阅读量登上微博热搜。近日，D姐创立的迪家物业投资发展公司相关人员向时代周报记者透露，受疫情影响，公司裁员20余人。

“400栋是真是假不清楚，但二房东曾经很赚钱是真的。”小丽强调，“是曾经。”

广州市房地产租赁协会常务副会长兼执行秘书长徐再军接受媒体采访时表示，疫情之下，广州租房的流动人口比正常年份减少100万。

租房需求降低、房屋空置率上升，成为租房市场的冲击。贝壳研究院数据显示，今年6月广州平均租金为42.8元/平方米·月，同比下降6.6%，降幅在四个一线城市中排名第一，平均月租金排在北京、上海、深圳、杭州之后。

以赚取差价而营生的二房东，从躺赚的包租婆成了“夹心层”：对下难收租，对上交不齐租。

垫钱交租

相比两个月前登上热搜的喧嚣，如今D姐的公司低调安静。员工寥寥无几，电脑关机闲置，办公区显得有些空旷。

这里曾经经历了一场裁员风波，原本100人的规模缩减至80人不到。

“项目变少，直接影响了收益。”有知情人士告诉时代周报记者，从房东手里承租的物业项目少了，收益赶不上支出，也就养不起那么多员工。

事实上，D姐一直试图走出疫情困境。“400栋楼、月赚50万元”言论爆红后，她在视频自述，当初运营视频就是因为租房情况不好，希望能从线上引流。

时代周报记者走访发现，D姐承包的部分房屋在白云区夏良村，这里因工厂多，外来务工者聚集，曾是二房东眼中的“肥肉”。D姐以相对高端的

装修出租单间公寓，月租890元，在该区域属于较高收费的出租屋。

夏良村的电线杆、墙上到处贴着“房东直租”的广告。时代周报记者随意拨打某广告上的电话，都被告知有空房可选，两房一厅月租仅800元。

和D姐一样，小丽也是在白云区当二房东。2018年，她和两个朋友凑钱承租了70间毛坯房，交了20万元押金，本想买包租婆，用3年时间回本。没想到疫情一来，她还垫钱交租。

今年2月，各地陆续出台政策鼓励房东与租客以协商方式减免房租。广东则是鼓励物业持有人根据实际情况，适当减免租金。“就是那会，开始有人要求减免租金。”小丽说自己做不了主，因为她每个月还得给大房东交6万元租金，这几乎占收入的70%。

小丽试过跟大房东商量，但对方丝毫不给余地：“我也背着几百人的工资，我也有房贷要还啊。”

对上，沟通减免租金失败；对下，收租难的情况开始出现。

“刚开始给房客打电话还接，后来直接挂断或者关机。”小丽只得自降房租自救，平均每间降价200—300元，既想安抚租客，也希望吸引新客。

但情况不甚理想。“最差那个月，我垫了快2万元去交租。”4月之前，她的空房率50%以上，亏了4万元。

巴乐兔统计显示，今年受疫情影响，满租率降至91%。

“往年七八月房子很抢手，但今年要求降价，200元以内房东基本都会答应。”租房平台员工说，今年房东都格外地“好说话”。

租房者深有体会。今年大学毕业的小李看了五六套房，提到降价，房东都说可以商量。

曾月盈利60%

挂满钥匙的墙，不停提示有钱到账的手机，目光所及之处均为己所有的楼……这是D姐视频里展示的包租婆日常。按她的说法，一栋楼最多月赚50万元，一般也有10来万元，如果每天睡一间，三四年都睡不完所有房间。

视频中，满屏弹幕刷着“羡慕嫉妒恨”。二房东真的如此暴利吗？

广州租房市场规模确实可观。广州市来穗人员服务管理局数据统计，截至6月30日，全市登记在册的来穗人员超过千万，出租屋80多万栋、近600万套。城中村出租屋是务工人员的首选，也是二房东的“主战场”。

小丽就是瞄准了这样的好市场，和朋友们组成“包租婆”小团队，依据房屋的地段、楼层、结构不同，将房子月租定为700—1500元不等。

“疫情前，旺季房租定价会比拿房价高60%。”小丽举例道，如果大房东按每间700元收费，改造后会定价在1120元左右。不算前期装修投入，利润在420—500元。水电按照商用收费，也稍有盈利，如水按照每吨4元、电每度1.5元收费。“就算是非旺季，也能以40%的差价出租。”

即便如此，小丽说自己还是行业底部玩家。“同地段的房，早几年拿房的人比我们便宜至少300元/间。”

低价拿房是二房东挣钱的关键。

入行早的D姐是2013年开始承包房屋。知情人士透露，盈利的确有影响，但并没有亏钱。如今，其创办的公司在某创意园二楼，占据了2/3的空间。办公设备完善，有独立办公室与接待区，能为员工提供住宿。

2014年入行的刘磊在番禺入手100间城中村房屋，跟房东签了10年合



“100间房的投入确实很大，成本控制30万元以内应该会稳妥一些。”刘磊认为，二房东得有规模才能挣上钱，但经历疫情后，是否会新增承租房间，或是承租多少间房，都会更慎重。“当二房东就像一场赌博，万一失败了，不仅亏钱还得背上一身债。”

同。如今他每月交租5万多元，无论旺淡季都能保持盈利50%以上，用他的话来说：“不愁租。”即使疫情将盈利压缩到20%，他也没有亏损。

“月利润在4万元以下，就没搞头。”刘磊很自信，他觉得不管怎样，他的房子不会亏。他甚至还掌握了经验，“城中村房子要有60%的入住率才不会亏，地理位置还要好。”

租房热了

连亏了4个月，小丽一度想要退出。但是，她跟大房东签了8年合同，违约意味着押金一分钱也拿不回，更别提装修、买家电等投入。

巴乐兔统计显示，2019年平均每个二房东拥有116间房，但今年4月，该数据降为90间。这说明，二房东们刻意减少房屋持有率，投资更趋稳健。

“100间房的投入确实很大，成本控制30万元以内应该会稳妥一些。”刘磊认为，二房东得有规模才能挣上钱，但经历疫情后，是否会新增承租房间，或是承租多少间房，都会更慎重。“当二房东就像一场赌博，万一失败了，不仅亏钱还得背上一身债。”

入市容易，退市难，二房东们寄希望于下半年。

熬了4个月，小丽等来了毕业季。

广东省财政厅透露，今年在广东求职的高校毕业生将超过80万人，约占全国的1/10。这80万高校毕业生，为广州房屋租赁行业注入了活水。

小丽能感受到一丝暖意。“7月开始，看房的人明显增加了。”如今，她追着租客看房，与去年相比租客还是少了一半，但她依然认为是个好兆头。

小丽空房变满租的愿望变得指日可待。8月6日，58同城、安居客发布《2020年7月一线城市及新一线城市租房趋势报告》，数据显示，一线城市租房热度环比出现普遍上涨，广州租房热度出现6.3%的环比涨幅，是一线城市中租房热度环比涨幅最高的城市。

看房客开始多了。小丽每天早上7点起床，简单吃过早饭就骑着小电动赶往白云。有时候运气不错，一天能有三四个人看房，到晚上快11点才回到家。

D姐的公司开始重新招聘了。时代周报记者查阅招聘网站发现，该公司招聘岗位主要为公寓管理员、租房销售专员，月薪在0.4万—1.2万元之间。其中，租房销售员平均月薪在8000元左右，基本的有5000元。“目前公司运营恢复正常，我们也有意让被裁的员工回来。”知情人士透露。

包租婆成了租房小妹，小丽觉得无所谓，她笑着擦了擦脸上的汗，身上的T恤湿了又干。“我昨晚做了一个梦，梦到手里的房子都租出去了。”她说，那是这几个月睡得最踏实的一晚。□



深圳世界之窗26年变迁背后 是一座城的崛起

上接P6

也就在2010年，“逃离北上广”的话题，从年初热议到年末。对一线城市的话，则从曾经的“京沪穗”，悄然转换成了“北上广深”。

2002年，为了遮挡附近白石洲不断建起的高层民房，董立新所在的世界之窗工程部，不得不在火山爆发景点的边上，建起了一座更高的“委内瑞拉山洪暴发”景点。

世界之窗的对手越来越多。

1998年，深圳欢乐谷开业；2005年，香港迪士尼开业；2006年，广州长隆开业；2007年，深圳东部华侨城开业；2014年，珠海长隆开业……

每一家的杀手锏都不一样。东部华侨城力推生态度假游，欢乐谷主打“欢乐”，迪士尼保护梦幻童话，长隆则以动物园、游乐园、演出、温泉等吸引各年龄层游客。

“那段时间，世界之窗周边的主题公园开了很多，对世界之窗的分流比较明显。”世界之窗市场营销部总监周健谈及竞争，态度坦然，“再加上出国方便，网络发达，可供游客选择的东西多了。对世界之窗来说，这是很正

常的市场分流现象。”

与不断被稀释的知名度相比，2010年以后，世界之窗的游客数量反倒不断攀升。

2011年接待游客数量超300万人，2014年达到350万人，2015年略有下降。2016—2019年，世界之窗的年度游客数量稳定在300万—350万人之间。2019年，世界之窗营收近5亿元，利润2亿元。

周健解释，这10年间，世界之窗游客数量之所以攀升，首先是因为大的旅游市场环境比较好，2010年国内旅游总人数达到20亿人次。五年后，这一人数翻倍，达到40亿人次。另外一个原因，则是“世界之窗在这几年又陆续投入了很多新项目”。

2005年，世界之窗推出晚会节目《千古风流》；2009年，又推出新晚会《天地浪漫》；2010年推出参与性项目“飞跃美利坚”；2012年推出参与性项目“穿越欧罗巴小火车”。

世界之窗正在努力跟上这个时代，但在周健看来，这个时代仍然有他无法理解的事物，例如西安、成都、重庆的走红。“重庆火车穿洞，不是很多年前就有的吗？！我觉得没什么稀

罕的。怎么就变成网红景点、网红城市了？！”“后来我才慢慢关注到抖音、快手。也就是说，在别人已经做到很好的时候，我才关注到这些新的媒介，包括后来的B站、小红书等。”周健说。

“不能说现在的世界之窗没有竞争力了，”周健强调，世界之窗只是没有以前那么风光了，“我们现在的一些产品不能满足年轻人的喜好。但目前来说，世界之窗的游客量、收入，还是比较稳健的。”

“但我们也确实知道，市场对潮流时尚的追随，跟整个社会的发展融入，需要不断更新改变。”周健介绍，目前世界之窗市场营销部的员工，都是1995年左右出生的年轻人，“想尽量多用年轻的员工，把更好的东西挖出来。”今年7月1日，世界之窗正式推出官方抖音号矩阵。目前，4个抖音号的粉丝共2万人左右。

“世界之窗一年接待300多万游客，而中国有14亿人口——开了26年，来了不到8000万人，还有那么多人没来过，这个数据还是很庞大的。我觉得只要体量在这放着，世界之窗就不会过时。在不会过时的同时，反省自己应该怎么去更好地弘扬世界文化，如

何让年轻人更喜欢，让来过的人还想再来。”周健说。

未来

如今，世界之窗的门票，已经从最初的80元一张，涨到了220元。

受疫情影响，今年3月16日，世界之窗才开园。截至目前，游客数量与去年同期相比，足足减少七成。“世界之窗最难的时候就是现在。”周健说。

8月底正式退休的董立新，将被返聘为世界之窗顾问，跟着第十任总经理修整世界之窗。他说，返聘后的第一件事，就是要把原来因设备到期停掉的项目尽快恢复，比如峡谷漂流、格陵兰岛地心探险、亚马孙丛林穿梭等。

26年过去了，李凌燕的人生也发生了巨大的变化。

2000年和2007年，李凌燕分别在深圳买了两套房子。其中一套位于南山区，当时到手不到200万元，现在已涨到1400万元。她和85岁的母亲同住，不跳广场舞，只爱参加合唱团，每周还要给几个孩子补习英语。儿子在蛇口集装箱码头工作，打算转行当老师。

李凌燕觉得自己的人生不算成功：“没有做成什么事情，但对我个人

来说，我想追求的，都努力实现了。一个是成功移民深圳，一个是实现了把母亲接到深圳住的愿望。唯一遗憾的，是丈夫成了前夫。”

李凌燕从未觉得世界之窗落伍。

26年里，她一共去过7次世界之窗。每次家乡来了人，李凌燕都要领到世界之窗去：陪母亲、陪弟弟、陪朋友、陪亲戚……

“现在的好多年轻人想去欢乐谷寻找刺激，比如坐太空穿梭船，我也坐过几次，确实很刺激，但是我们知道那是有安全保障的，我们只是去感受一下这种刺激。”李凌燕的叙述里，自有一种通透和豁达，“真正最刺激的，其实是我们生命当中的历险。这个历险不像穿梭船那么好玩，它是带着那种焦虑又掺杂着粗糙、平凡，甚至是痛苦的日子。”

李凌燕说，在她心里，无论深圳的网红打卡景点有多少，世界之窗永远排第一。“不是说到了深圳，成为深圳人，就可以大把花钱。我其实还是过着很节省的日子，一直都有生存的压力。当我坐着中巴经过世界之窗，心里就有一种轻松的感觉。好像世界之窗在这里，我就离世界很近。”□

WORLD · 天下



欧美教育迎至暗时刻 逾200所大学或倒闭

时代周报记者 谢江珊

雷·威勒(Ray Wille)的母校——美国麦克莫瑞学院(MacMurray College)已于5月25日永久关闭。

如今官网上的校园照片还在,熟悉的校舍高耸在红黄树叶夹杂的秋天里。但照片上已经打上了麦克莫瑞学院关闭(MACMURRAY COLLEGE CLOSURE)的字样。

想起在麦克莫瑞学院的两年时光,威勒很是怀念:“我的老师们总是乐于助人,校园里的学生们也很棒。”

这所拥有174年历史的大学,虽然挺过了南北战争、大萧条和两次世界大战,但最终还是没能熬过新冠肺炎疫情。

遭殃的不仅是麦克莫瑞学院,有着150年历史的旧金山艺术学院,因背负1900万美元债务,同样考虑暂停开课;有着107年历史的约翰逊·威尔士大学、119年历史的富兰克林大学也作出关闭部分校区的决定。

8月6日,据美国媒体报道,疫情以来截至今年7月,全美已有33所大学宣布永久关闭,涉及5690名学生,且这一数量还在不断增加。

疫情加速倒闭

威勒的母校——麦克莫瑞学院位于伊利诺伊州中部,是一所独立的四年制私立文理学院,有531名学生。

新冠肺炎疫情给这所学校带来了意想不到的压力:除了线上教学,校方还要为在家中上课的学生提供部分食宿补偿。而失去逾300万美元过渡贷款则是压垮学校的最后一根稻草。

麦克莫瑞学院董事会主席查尔斯·奥康奈尔(Charles O'Connell)在一份声明中表示:“尽管尽了最大的努力,我们仍无法获得资金。”疫情“毁灭了最后一丝希望,”该校校长比佛利·罗杰斯(Beverly Rodgers)坦言。

为保障学生的学业,麦克莫瑞学院与七所地区大学签署了转学协议。最终,威勒选择了位于阿肯色州(State of Arkansas)贝茨维尔的里昂学院(Lyon College)。

美国高校的财政问题早已存在。明尼苏达州卡尔顿学院教授葛洛(Nathan Grawe)分析认为,实际上在2020年之前,美国每年约8所高校关闭,新冠肺炎疫情则给此次倒闭潮起到“催化剂”作用。

宾夕法尼亚大学教授罗伯特·泽姆斯基(Robert Zemsky)预测,受疫情冲击,全美明年将有200所高校倒闭。

英国的情况同样不容乐观,英国学者Brackley通过对不同大学财务状况的风险负债计算得出:30—50所英国大学可能面临破产的直接危险。英国财政研究所(IFS)7月6日发布的一份研究成果报告显示,如果得不到政府补助,至2024年,英国将有13所大学陷入破产危机。

哈佛损失上亿

幸存下来的高校日子同样不好过,疫情迫使校园关闭,绝大多数课程转为线上教学,学校还要退还学生部分学费和住宿费。

“据我们估计,仅大学食宿费用就可退还大约80亿美元。”美国教育委员会(ACE)政府关系和公共事务高级副总裁特里·哈特尔(Terry W. Hartle)表示,疫情肆虐使美国高等教育系统陷入混乱,几乎每所高校现在都面临现金流危机。

不仅如此,高校的许多“非学费收入”项目,比如暑校、实验室、体育赛事等活动无法继续开展,这部分收入也化为泡影,加剧了高校的财政危机。

根据福布斯预测,受疫情影响,包括西北大学、密歇根大学、伊利诺伊大学等在内的美国十大联盟名校,将累计亏损超过17亿美元,甚至连坐

拥400亿美元校友基金的最为财大气粗的哈佛大学,也因新冠肺炎疫情在2019—2020财年损失了4.15亿美元,而且亏损趋势还将持续至2020—2021财年,达到7.5亿美元。

英国官方预计,疫情冲击给英国高等教育行业造成的损失最高可达190亿英镑(约合人民币1733亿元)

为了渡过难关,削减开支、裁员减薪、暂停校园建设计划,成为大部分高校的共同选择。

马克·卢卡斯(Mark Lucas)成为裁员计划中的一员。卢卡斯教授原本已在美国俄亥俄大学天体物理学专业任教了21年,学生认为他是一位幽默风趣的老师。然而,最近他却收到了学校解聘通知,不得不另谋出路。

与卢卡斯有相同遭遇的人并不少。美国《高等教育纪事报》数据统计显示,至少有224所大学进行了裁员。斯坦福大学7月29日宣布,永久解雇208名教职员,并进一步取消450个职位招聘。该校校长马克·泰西耶·拉维涅(Marc Tessier-Lavigne)还表示,如果疫情进一步加剧,致使学生无法返校,则可能进一步裁员。

损失上亿美元的哈佛大学,在疫情期间冻结了所有免税雇员的工资,暂停招聘活动。哈佛大学高层更是以



美国《高等教育纪事报》数据统计显示,至少有224所大学进行了裁员。斯坦福大学7月29日宣布,永久解雇208名教职员,并进一步取消450个职位招聘。

身作则,带头减薪25%,并呼吁院长等领导层一起降薪。

“2008年经济大衰退时,我们有过类似的遭遇,但这一次情况糟糕得多,”圣何塞州立大学校长玛丽·帕帕齐安(Mary Papazian)呼吁,希望美国国会提供更多的救助,“学校受到的伤害更严重,恢复周期更长。”

花样争夺生源

为了缓解高校面临的困境,3月25日,美国国会通过了一项经济刺激计划,其中142.5亿美元将用于帮助各大学在关闭期间维持校园和研究单位正常运转。同样,英国政府以各种附加条件为前提,承诺将以预付学费的方式向英国高校注资26亿英镑。

部分高校选择小幅度上涨学费,南加州大学此前曾表示,无论未来的课程是否继续在线进行,该校都将把2020—2021学年的学费提高3.5%。波特兰大学已将2020—2021学年全日制本科生物学费从47478美元增加至49424美元,增长幅度为4.1%,食宿费用平均上涨3.7%。

高校们为了争夺生源,更是花样百出。一方面,降低入学门槛,积极扩招。康奈尔大学、阿默斯特学院、哈弗福德学院等挑剔的文理学院都表示,秋季申请的学生将无需提供SAT或ACT成绩,不强求要求考试成绩。

另一方面,由于国际学生是欧美大学的重要财政收入来源,如何留住他们成为了工作的重点。

目前,一些美国高校开始允许大一新生跨国、跨校选修秋季课程。如纽约大学宣布,秋季入学的大一新生可以就近选择该校在全球各地的14所分校入学。

英国高校则更加阔气。贝尔法斯特女王大学、曼彻斯特大学和谢菲尔德大学近日都已宣布将为海外学生联系包机,协助留学生按时返校。

此外,英国约有四分之一的大学将提供“奖励”或“津贴”来吸引学生。如杜伦大学有20多个商科专业的学费可以打7.5折,最高能减7350英镑;埃克塞特大学给今年入学的新生发放2000英镑奖学金。格拉斯哥大学工学院给新学年注册学习的新生每人1000英镑,返校生给700英镑。

疫情带来的影响远不止这些。荷兰乌得勒支大学前校长伯特·范德兹万(Bert van der Zwaan)断言:“这场流行病正以巨大的力量推动高等教育变革。”《自然》杂志指出,危机随之而来的是传统教育模式的新尝试,其中出现的某些转变或许将成为大学的特色,甚至是永久性转变。■

宅经济催生游戏热 任天堂第一财季卖出508万台

时代周报特约记者 文岳

当疫情肆虐全球之时,游戏业却因为“宅经济”的火爆狠狠赚了一笔。

8月6日,日本游戏商任天堂发布的财报显示,得益于疫情期间其热门游戏《集合啦!动物森友会》(以下简称《动森》)的强劲需求,截至6月底的第一财季营业利润同比飙升428%,达到1447亿日元(约合13.7亿美元),比市场预期的高出一倍。同时,第一财季任天堂售出Switch和Switch Lite游戏主机共568万台,同比增长167%。

因“宅经济”获益的还有任天堂的老对手,索尼和微软。索尼8月4日公布的截至6月财季的营业利润,比接受标分析师给出的预期高63%,其中游戏部门的销售增长了32%。《华尔街日报》分析认为,强劲的游戏销售足以抵消索尼旗下其他业务部门因受新冠疫情冲击而疲软的影响。

微软7月23日公布的2020财年第四财季财报中也显示,游戏业务正在成为微软的新动力,其中Xbox内容和收入增长了65%,用户的参与度创下新纪录,因为人们都倾向于在家玩游戏。

疫情爆款

今年春季任天堂的销售成功,很大程度上受益于《动森》的大卖。由于新冠肺炎疫情影响,全球很多国家不得不实施社交隔离,“宅家”概念随之兴起。而《动森》不但能够满足玩家的娱乐需求,还有社交需求。

《动森》本身是一款娱乐类游戏,玩家扮演的角色通过在自己专属的岛屿上伐木、种花、修房、造桥,打造属于自己的世外桃源。此外,和大部分传统的主机游戏不同,《动森》支持玩家联网社交,玩家扮演的角色可以彼此串门、交易和互动,这无疑满足了玩家疫情下的社交需求。

财报显示,《动森》该财季销量为1063万,累计销量达2240万,已经突破了超过前作《来吧!动物之森》8年的总销量,这也推动了任天堂该财季Switch游戏软件销量为5043万,同比增长123%。市场预计,这款游戏将持续火爆,甚至下一财年带来更多的收入增长。

让任天堂挣得盆满钵满的不止游戏软件销售。该公司的盈利方式和大部分普通游戏厂商并不一样,除了软件销售,其还通过不断开发和更新优秀的第一方游戏吸引用户,从而销售附带较高毛利率的游戏硬件,包括

Switch游戏机和Joy-Con手柄等。

借助于爆款,2020财年任天堂Switch销售总量为2103万台(包含Lite在内),较2019财年的1695万台同比增长24%。根据任天堂的估计,2021财年Switch销量预计在1900万台。

任天堂在游戏业内占据着非常独特的地位,它是市面上三大主机厂商中历史最久、资历最老的,但在硬件性能方面始终不追求领先,而是致力于在游戏品牌与创意设计让人耳目一新。

任天堂经常凭借游戏作品本身,就能吸引玩家入手新主机。

招数各异

想抓住“宅经济”机遇的并非任天堂一家,今年上半年,微软和索尼分别放出了次世代游戏主机PS5和Xbox Series X的所有性能参数。

克里斯托弗·德林表示,从某种意义上讲,微软、索尼和任天堂的差异化战略能够推动主机游戏市场的增长。

“微软试图证明订阅服务是一种行得通的商业模式,索尼在创作影像化的高端游戏体验,而任天堂则希望吸引全年龄段玩家。”德林分析认为,这三家公司的战略有利于整个主机

游戏生态的发展,并且都将从中获益。

在7月23日举办次世代主机发布会前,微软游戏业务执行副总裁菲尔·斯宾塞在接受《华盛顿邮报》采访时认为,微软对统治单一平台(主机)的兴趣不大,而是更希望将Xbox品牌带到尽可能多的平台。

按照微软的策略,他们并不将新一代Xbox的销量压倒竞争对手视为目标,而是希望通过云服务和Xbox One的各种机型,让更多的玩家订阅公司旗下的游戏。

事实上,为了推动Xbox品牌触达更多玩家,微软一直在不遗余力地推广订阅服务Xbox Game Pass。截至今年4月,Xbox Game Pass的用户人数已经突破了1000万。另外,其流媒体服务xCloud服务允许Xbox和PC用户在任何地方,使用一部智能手机或平板设备玩游戏。

索尼方面,其PlayStation首席执行官吉姆·瑞恩则表达了与微软方面完全不同的想法,这家游戏巨头强调硬件性能和游戏研发能力。

《华尔街日报》报道称,索尼CEO吉田宪一郎在公司内部的战略会议上表示,希望下一代PlayStation游戏主机能够“用最新技术来吸引核心玩家群体”,并称“游戏的画面细节将变得

比以往更加重要”。

面对竞争对手的策略,任天堂美国部总裁雷吉·菲尔斯·埃米认为,索尼的PS4和微软Xbox One都不是Switch的直接竞争对手。他表示,任天堂的对手是所有可能会占据用户娱乐时间的活动。

“微软和索尼目前算不上任天堂的对手,我们真正对抗的是娱乐业。”埃米表示。

事实上,任天堂自从GameCube时代以来便一直在避免与微软和索尼正面竞争,而是致力于开发更多能迎合不同的用户群体的游戏,例如家庭中的孩子玩家和父母玩家。在Switch时代,除了硬件销量出色之外,任天堂旗下几乎所有游戏品牌都取得了良好的影响力,包括《动物森友会》、《塞尔达传说》、《超级马里奥兄弟》和《精灵宝可梦》等。

基于自有品牌的成功,任天堂甚至与合作伙伴共同开发乐高玩具、动画电影和主题乐园。

B2B Games游戏主管克里斯托弗·德林在Game Industry发布的文章称,未来,在某些领域,微软、索尼和任天堂仍然会彼此竞争,但就像体育队那样,他们的目标是争夺不同的冠军奖杯,获胜条件也不一样。■

BANK&INSURANCE
银保INTERNET FINANCE
新金融FINANCIAL INSTITUTION
机构HEALTH
大健康LISTED COMPANY
上市公司THE TIME WEEKLY
时代周报TIME FORTUNE
财经
微观视角 解读资本趋势

12 野村下调中国人保目标价

爆款基金“焦虑症”

时代周报记者 王丹 发自上海

今年以来，新基金发行市场爆棚，在权益类基金带动下，爆款基金接连诞生，发行规模创下历史新高。

据时代周报记者不完全统计，截至8月10日，今年以来已有970多只新基金发行，发行规模合计将近1.7万亿元，爆款基金50多只。

然而，“成也萧何败也萧何”，盛况之下，整个基金行业也不免陷入焦虑之中。

“媒体应该多关注报道一下，严整一下基金发行市场，不要让盲目追求规模破坏掉这个行业好不容易建立起来的投资者认可。”8月7日，沪上一家基金公司市场部人士对时代周报记者表示。

担忧“爆款魔咒”

Wind数据统计，截至8月10日，在121家有新基金发行的公司中，发行规模排名前13名的公司合计发行了8305亿元，占市场发行总规模的近一半；发行规模前20名的公司合计发行规模达到10400亿元，其中易方达、汇添富、华夏等头部公司明显出色。

然而，在公募基金市场，一直有着“爆款魔咒”一说，通俗地讲就是“大热必死”。

近年萦绕不散的，当属2018年1月发行的兴全合宜，首日募资高达327亿元，轰动一时。

而后，因其在成立后的整个2018年，净值长期低于1元，亏损最多时将近20%，亦引来不少诟病和争议。

尽管后来基金经理谢治宇顶住压力，逐渐收复业绩失地，但到今年1月开放赎回后，其一季度规模骤降至158.04亿元，惨遭腰斩，而基民的“伤心”从中也可窥一斑。

熟悉基金的人都清楚，基金规模并不是越大越好。

“一方面，基金行业有‘双十规定’，如果一只基金规模上百亿元，通常没办法去重仓中小盘股票，因为稍一用力，就容易触及红线”，日前，华南一家基金公司的FOF基金经理接受时代周报记者采访时表示。

该经理坦言，在日常工作中发现，当一只基金的规模突破百亿元时，基金经理的操作往往会发生偏移，尤其是成长型基金和行业主题基金，而FOF基金通常不会选择超大规模的权益基金进行配置。

“近年来，A股市场主要是结构性行情，相对来说，成长股偏强，周期股偏弱，板块上也是此消彼长，这都不利于超大规模基金的运作。”该基金经理补充说。

实际上，从公募基金历史经历来看，“爆款魔咒”着实经常出现。



2007年和2015年是A股市场强势向好的两年，同时也是爆款基金扎堆的大年。

数据显示，2007年诞生的百亿基金共有27只，QDII基金堪称当年一桌盛宴，遗憾的是，它们也成为不少老基民心中多年难消的苦痛。

2007年9—10月间，首批4只QDII基金发行，十分火爆，其中一只首日认购申请达1162.61亿元。随后，这些基金便陷入下落的滚滚洪流，十年未能翻身。

很多基民在2015年也吃过大亏，当年有10只爆款基金，都是在上半年发行，过后来看，当时市场正处于历史高点。

惶恐的基金经理

事实上，爆款基金，无论是对基金公司抑或是基金经理，都并非如市场谈到它们时，那烟花般美丽灿烂。

1月21日，兴证全球基金发布谢治宇致兴全合宜基金持有人的一封信。信中称：“合宜一直受到高度的关注和争议，因为发行规模较大，基金成立后沪指又很快从3500点一度下探至2400点，基金净值也因此出现较大波动，持有人难免陷入担忧与疑虑。”

谢治宇回顾管理兴全合宜的心路历程，第一个词就是“惶恐”：发行当天上午，当我得知最终规模可能远远超出我们预估的100亿元之后，心里确实有惶恐的感觉。

此前，一位接近兴证全球基金的市场人士告诉时代周报记者，当初虽然公司对首募规模预期比较乐观，但并没有想到最终发行规模会这么大。而成立后的两年多，这只基金带来的无形压力贯穿公司从上到下。

在此前采访中，多家头部基金公司高管都对记者表示过，不喜欢打造爆款，一方面，基金经理管理压力较大；另一方面，也是更重要的，爆款基金受关注度更高，被基民寄予的希望

更大，一旦操作不好，就会影响投资者体验，进而影响公司品牌，贻害较大。

8月10日，上投摩根总经理王大智对时代周报记者坦言，爆款基金背后的成因有很多，他们的产品还没到“爆款”的程度，每天都有比较稳定的净流入，对他们来讲，是最好的状态。跟基金经理做好沟通，让基金经理根据市场情况，按照自己的步调建仓，慢慢适应驾驭资金的能力，这样比较好。

“当资金涌入基金行业，我们深切地感受到责任更重了。投资能力与管理规模之间需要匹配，如果基金规模超出了投资能力，也将带来规模的再平衡。所以，从长期来看，规模与投资能力是相辅相成的，核心还是投资能力的增强。”王大智说。

跳出发行竞赛怪圈

对于今年爆款基金频现的原因，8月10日，北京一家中型基金公司总裁助理对时代周报记者表示，市场表现好，流动性充裕，无风险收益下降；资管新规推进下，净值化转型，而其他资管机构，如银行理财子公司正在初期运作磨合阶段，券商资管也在转型中，去年以来，形成良好赚钱效应和口碑的公募基金，成为最好的接口。

该总裁助理认为，如果市场理性发展下去，这种局面其实才开始，爆款基金第一步是向品牌公司、头部公司集中，后面也将向坚守自己特色，重视主动管理能力的中小公司过渡。

但该总裁助理亦承认，目前基金行业还是在囚徒困境之中。现行规则下，规模简单易得，谁会舍近求远。这也是市场好时基金扎堆发行，基民抢购，而后，套牢在山顶，投资者体验受到破坏的根本原因。

“银行端现在仍然是基金销售的主导，为了创造收益，不乏银行鼓励客户频繁申购，增加换手，而这种把基数和热度炒起来形成的泡沫化，对基金行业来说是非常不利的。”该总裁

助理表示。

此外，在爆款发行盛况下，基金公司之间，即使是头部公司之间，竞争压力也很大。

“我们很焦虑，这已不是爆款与否的比拼，而是一种行业地位的较量，在大批基金一日售罄，中小公司也有产品破百亿的时候，头部公司没有发行爆款，就是失败，会对品牌造成负面影响，市场会反映出对基金公司、基金经理的认可度下降，公司后续发行基金，以及渠道定价也会受到冲击”，8月初，某头部公司的市场总监坦言。

此外，还有来自股东方面的压力。

8月7日，有基金公司负责市场业务的副总经理对时代周报记者表示，出身投研的管理层往往从业绩出发，对市场热度高时发行爆款基金无感，但股东方面有时并不理解，会催促管理层：“最近市场这么好，别家公司发行了多大规模基金，我们为什么不乘势壮大规模，提高行业排名？”

去年以来，在政策和市场双重趋势引导下，公募基金规模比拼更侧重于权益产品上，而今年以来，说整个行业进行发行竞赛也较为贴切，除了产品设计，用心之处更体现在造势宣传上。

8月10日，一家发行了爆款基金的基金公司营销部负责人对时代周报记者表示，产品发行前，公司从上到下在宣传上花了不少功夫，这只爆款产品的宣传频率和广度比普通产品大很多。

“提前一个月就开始进行宣传筹备，发行前两周，文字、海报、视频多维度推广，公司给基金经理制作了一段视频，再剪辑成不同的时间，发布到不同媒介，还将基金经理的观点、受采访的文章做成集锦，不断更新，打造影响力。”该负责人说。

在另一位受访的业内人士看来，市场好，渠道全面给力也是重要助力。银行、券商都在向财富管理转型，特别是券商，今年以来在基金发行上出手力度非常大。爆款的趋势一旦形成，渠道间会表现出明显的“买方市场”，进一步扩大发行规模。

“公司IP化与基金经理IP化共振肯定是效果最好的。投资管理能力强的公司，产品往往不愁卖。”上文提到的总裁助理说。

拿8月份为例，同花顺iFinD统计显示，截至8月10日，有26只新基金发行，其中全额认购17只，限额认购9只，提出限额认购的集中于头部或大型基金公司。

虽然，监管层澄清并没有对基金规模发行上限进行窗口指导，但是时代周报记者日前了解到，有基金公司在探索打破“爆款魔咒”，除了发展投顾模式外，还要限制单一基金经理掌管规模。■

8305

亿元

26

只

财经一周观察

护住基本盘
不容“易”

梁柯志

时代周报财经新闻部编辑

说到经济，实体是基础，但是金融部门的作用不可低估。

8月9日，央行行长易纲表示，二季度我国GDP出现了比较强劲的反弹，GDP同比增长3.2%，是全球唯一正增长的主要经济体。央行将保持金融总量适度、合理增长。

这是继8月3日央行召开下半年工作会议、8月6日发布二季度货币政策执行报告后，央行七天之内第三次就货币政策表态。

之所以密集表态，源于消费和经济的复苏给投资者带来好消息的同时，市场在担心CPI和GDP走高会强化货币政策转向的可能性，尤其上半年超宽松流动性环境的急性退出。

众所周知的是，CPI与货币政策决策息息相关，通货膨胀反映的是在消费层面货币政策是否适度。

说句大白话就是，通货膨胀越快，降息和降准的可能性就越小；对于股票市场而言，意味着缺少增量资金。

换句话说，易行长和易主席多少得看二师兄的脸色。古语有云，难者难、易者易。有意思的是，中国现任两位金融监管部门掌舵人都姓易。

如何拿捏得当，对金融监管部门而言非常重要，非常不容易。此为第一个不容易。

很多人都知道，最近两年，只要国内CPI一涨，主因之一就是猪肉价格。

在生猪产量和猪肉消费量都占据全球半壁江山的中国，二师兄的价格某种程度上成为中国特色的“消费经济晴雨表”。

不知不觉，最近两个月二师兄的价格开始涨起来了。

7月底，农业农村部对全国500个县集贸市场的定点监测，全国猪肉平均价格从5月份第4周（采集日为5月27日）的45.98元/公斤，连续涨至7月份第5周（采集日为7月29日）的55.50元/公斤。

不出所料，国家统计局数据显示，7月份居民消费价格（CPI）同比上涨2.7%，涨幅比上月

扩大0.2个百分点。

分析来看，在生猪产量大幅提升的情况下，连续两个月的猪肉价格上涨更多的是需求拉动，首先就是餐饮，3月份全国餐饮收入同比下降46.8%，6月份降幅已收窄至15.2%，预计餐饮业猪肉消费仍将保持增长势头。

与去年发生猪瘟相比，今年疫情后的猪肉价格和CPI的温和上涨，某种程度上可以视为经济复苏的不可避免的连锁反应。

然而，作为影响全局的货币政策基调，不可随便“更弦易帜”，此为第二个不容“易”。这也是为什么易纲要再次强调“央行将保持金融总量适度、合理增长”的基本方向。

目前，市场多数观点认为，上一阶段超宽松的政策环境将会逐步退出，但是进一步收紧，则需要再观察8月份，甚至9月份的经济和消费数据。

可以肯定的是，CPI如果继续往上，突破3%的临界点，或许货币政策的变化会来得更快。■

打破爆款基金魔咒

编者按

炒股不如买基金的理念越来越深入人心，2020年，当之无愧成为公募基金史上权益基金发行的高潮之年。爆款基金释放出一个重要信号，即市场不缺资金，缺的是优质资产。基金公司应沉下心来打造投研竞争力，用长期业绩做出口碑。投资者更需要一份理性，冷静设定投资目标，切忌盲目跟风。

引导长线投资 持有期基金急扩编

时代周报记者 苏长春 发自北京

“最近基金公司发行的持有期类产品多了，主要原因还是希望投资者买基金能够拿得住，解决长期存在的‘基金赚钱，基民不赚钱’的问题。当然，我们也不愿意看到好不容易发行的爆款产品，很快就遭到大额赎回。”8月10日，沪上一家基金公司产品部负责人对时代周报记者表示。

回首上半年爆款基金的规模变化，仍难逃成立不久即遭闪电赎回的命运，部分基民热衷赎回买新、追涨杀跌。

值得一提的是，最近，基金公司开始密集布局持有期模式的基金，以求从产品设计端，间接引导投资者克制频繁交易的冲动。

时代周报记者梳理，截至8月8日，仅正在发行的新基金中，持有期模式产品就有15只。

记者还注意到，不仅近期基金公司发行持有期模式产品的热度升温，证监会也在集中受理。

同花顺IFinD数据显示，截至8月8日，本月以来，证监会受理的56只新基金中，有18只为持有期基金。

持有期模式走热

什么是持有期基金？

8月8日，上海证券基金评价研究中心基金分析师杨皓告诉时代周报记者，“持有期模式的基金产品，实际上是每笔份额设定一定期限的锁定持有期，与定期开放式和封闭式不同的是，持有期模式基金可以随时申购或定投，可以说在投资上更灵活。”

8月6日，广发稳健优选6个月持有期混合宣告成立，这只由16年投研老将王明旭挂帅的新基金最终发行规模近150亿元，成为市场上又一只典型的爆款基金。

除了明星基金经理王明旭过往较好的历史业绩外，该基金的另一卖点便是加入了6个月的持有期设计，即该基金成立开放后，随时可以申购，但买入后必须要持有6个月以上才可以随时赎回。



在业界看来，设定一定期限的持有期，可以有效提升投资者未来盈利的胜率。

上述沪上基金公司产品部负责人表示，“持有期模式的设计初衷，主要是为了避免投资者快进快出，导致基金本身业绩不错，但投资者不赚钱的问题，通过一定期限持有的形式，尽量能够让投资者实实在在的体验到盈利，提高投资满意度，引导长期投资。”

时代周报记者梳理统计，除广发稳健优选6个月持有期混合外，今年还有多只主动权益爆款基金皆为持有期模式。如7月22日成立的汇添富开放视野中国优势6个月持有期股票型基金，发行规模就接近170亿元。而6月17日和7月23日分别成立的易方达优质企业三年持有期混合、嘉实远见精选两年持有期混合的实际发行规模也均超百亿元。

不止主动权益类基金，近期“固收+”策略类基金也偏好采用持有期模式。

时代周报记者统计，截至8月8日，正在发行的公募基金中，就有东方欣益一年持有期混合A/C、鹏扬景合6个月持有混合等15只持有期模式基金扎堆开募，从基金类型上看，偏债混

合以及混合债券型基金数量占比最多，合计达7只。

8月8日，北京一家中型基金公司市场部负责人向时代周报记者坦言，“近期‘固收+’策略基金发行比较火，偏债混合类基金等成为低风险产品中的主推类型，在此基础上添加持有期模式的设计，实际上又多了一个营销卖点。”

该负责人解释称，相比过去惯用的定期开放式，持有期基金更能提升客户买入的体验感，因为定期开放式基金通常只有在较短的开放期内客户才能申购，稍不留神就会错过买入时间，但持有期基金在任何时点皆可购买，也更好地解决了客户做决策的时间点问题。

8月8日，中融基金相关负责人也在接受时代周报记者采访时表示，“我司最新获得受理的一只持有期模式基金，也是‘固收+’策略，选择持有期模式，其实是比较契合现在市场需求的，可以满足投资者在控制风险的前提下，尽可能获得超额收益与长期资本增值。”

尚待业绩检验

回溯持有期基金的兴起，最早是被养老FOF广泛应用，首只产品为

2018年9月成立的华夏养老2040三年持有期混合FOF。

不过，真正引领持有期模式延伸到普通基金当中的是中欧基金。

2019年6月11日，中欧匠心两年持有期混合基金成立，该基金采用特殊的“每日开放+每笔份额锁定2年+触点分红”运作模式。同花顺IFinD数据显示，其当时发行份额达到112.58亿份。

随后，华安基金、华泰柏瑞、国泰基金等也纷纷效仿，持有期模式在公募基金新发市场逐渐铺开。

不完全统计，今年以来，除FOF产品外，已成立的持有期模式基金已达127只，并且一个明显的趋势是，一年持有期的产品有所增多。

杨皓告诉记者，“长持有期虽然解决了基金管理人面临的流动性管理压力，投资者也更能充分享有长期合理回报。但长期基金也约束了投资者的资金流动性，更重要的是，如果选择了错误的长期基金将导致置换成本非常高。因此，也可以看到今年新产品的持有期设置较多集中于一年期。”

那么，照此发展势头，持有期模式基金未来能否迎来大爆发呢？在部分受访人士看来，短期内难以颠覆现有开放式基金主导的格局。

“应该会成为重要的产品类型之一，但能否成规模发展很难说，毕竟持有期模式满足不了大部分投资者对流动性的需求，并且也还需要长期业绩的检验。”南方一家基金公司基金经理对时代周报记者直言。

大成基金同样也表示，持有期模式基金短期内不会大规模爆发，主要原因在于有锁定期的基金或定开基金的流动性限制导致投资者接受程度有限；另一方面，新类型还需要业绩检验。

8月9日，格上财富高级宏观分析师张婷也对记者表示，目前得到投资者认可的持有期基金，更多是那些优秀的基金经理管理的，投资者投资这类产品，需要注意选择长期业绩优异的基金经理管理的产品，同时做好流动性管理。■

112.58

亿份



18

只



牛市调仓利器受青睐 公募FOF再现比例配售

时代周报记者 宁鹏 发自上海

权益类基金发行火爆，过去人气较为清淡的FOF基金，亦出现“爆款”。

8月5日，国寿安保基金旗下公募FOF产品公告实施比例配售。

8月10日，一位接近国寿安保人士告诉时代周报记者，之所以对于首募规模做一定限制，主要因为考虑到相关策略的容量。

FOF出现按比例配售，这一消息显然让同业有所触动。

8月10日，深圳某基金公司人士告诉时代周报记者，截至目前，2019年末公司成立的首只FOF产品，收益相当不错，但考虑到市场对FOF的接受度不高，至今没做大规模持续营销。

赚钱效应发酵

发行市场的火爆，往往与基金的赚钱效应有多关联。

同花顺IFinD数据显示，截至8月5日，今年以来有完整业绩记录的105只FOF全部实现正收益，其中平安盈丰积极配置、富国智诚精选的收益已经超过40%。

8月10日，一位沪上某大型基金公司人士告诉时代周报记者，FOF产品相比以前获得较多认同，但更重要的是，今年出色的赚钱效应，投资者对于基金产品的认同感有了较大程度提升。对于基金公司而言，抓住今年的

机会，可以顶过去五六年。

事实上，股市震荡向上背景下，FOF的收益与其权益类资产配置比例高度相关。

招商证券研报显示，2020年二季度，权益市场表现出色，表现最好的产品为养老FOF的高风险产品与普通FOF中的中高风险产品，平均收益率为18.1%与15.4%。

回望一季度，曾出现过FOF按比例配售。

3月2日，兴全优选进取FOF发行，半天即超过首募上限。

公告显示，该基金有效认购申请确认比例为17.65%，由此推算，当日认购资金约为113.29亿元。

8月10日，有业内人士告诉时代周报记者，相比FOF作为一个产品类别所获得的认同，兴全优选进取FOF的发行成绩或更多与其在权益类投资领域的口碑有关。

总体而言，今年FOF的募集成绩不俗，多家基金公司均有所斩获。

值得注意的是，这些新发基金的赚钱效应亦颇为明显，截至8月5日，汇添富积极投资核心优势累计收益达30.54%。

基金二季报显示，该基金规模已达21.06亿元。

8月9日，深圳某大型基金公司中层告诉时代周报记者，2020年股市关注度上升，与基金的赚钱效应形成共振。对于渠道端而言，今年不仅爆款

频出，并且这些基金成立以后也有一定收益，投资者的体验较好，这给新基金的发行创造了较好环境。

从产品运作角度来说，FOF是公募产品中最重视资产配置品类。

上述沪上大型公司人士指出，FOF产品在牛市中的一个重要意义，就是帮助投资者调节仓位。

据招商证券统计，2019年初，FOF配置超过60%的债权类资产，股混基金配置不到30%。

二季度后，FOF加仓债权类资产近8个百分点；四季度权益市场迎来“暖冬”行情，FOF增持股混基金至34%的历史高点。

2020年一季度，全球新冠肺炎疫情暴发，股混基金再次减持到26%，债权类资产占比上升到69%；伴随着二季度市场回暖，股混基金配置再次上升到接近38%，债券资产则降到59.87%。

FOF卷土重来

FOF产品在国内存在不到3年，却已经历几番冷暖。

2017年9月8日，首批FOF产品获批，南方、华夏、建信、嘉实、泰达宏利、海富通等公司尝到头啖汤。

作为创新产品，首批FOF颇受市场追捧。

从首募规模看，这批公募FOF发行成绩不俗，6只产品首募规模合计166.36亿元，平均规模高达27.73亿元，

单只产品首募规模最高达46.91亿元。

不过，此后获批的FOF产品，则遭到市场冷遇。

2018年3月12日，第二批3只FOF产品获批，分别为中融量化精选、上投摩根尚睿混合和前海开源裕源混合。

这批产品的首募规模并不如人意，其中首募规模最大的也不过4.29亿元，排在第二位的仅为2.99亿元。

更为尴尬的是，其中一只产品在8月初公告延长募集期后，首募规模仅为2.11亿元，认购户数1216户，堪堪超过2亿元的“及格线”。

显然，首批FOF的运作，对于后续产品发行产生较大影响。

第二批FOF获批时，首批FOF有半数出现不同程度亏损，正收益的3只产品业绩较为平庸。

该产品的第一个完整年度，FOF遭遇较大挑战。

2018年上半年，FOF业绩全面跑输基准，规模持续缩水。

数据显示，当年一季度末，首批6只FOF的总份额由2017年末的129.70亿份降低至97.25亿份，减少幅度达25.02%；二季末则进一步缩水至78.19亿份，相比一季度再次减少19.06%。相比首募的166.36亿份，半年多已被赎回过半。

2018年下半年，首批养老目标基金获批，均采用FOF的方式运作。

养老目标基金很快成为FOF的主流品类。

经历近两年的发展，养老目标基金成为公募基金一个重要产品类别。

虽然大部分养老基金首发规模不大，但认购户数却逐渐创出新高。譬如，鹏华养老目标2035首募总户数达11.19万户。

2020年的赚钱效应，让普通FOF再次看到机会。

相比二季度末，FOF规模有所增加，其中普通FOF风头正劲。

据西部证券测算，根据披露情况，截至8月7日，上周FOF基金总份额本期增加109.48亿份，总规模为696亿元，其中养老型FOF份额减少0.85亿份，配置型减少13.56亿份。

实际上，在刚刚过去的二季度，FOF规模增速明显。

截至二季度末，FOF基金数量达104只，其中养老目标FOF数量为76只，普通FOF数量为28只。从规模来看，二季度末FOF产品规模突破500亿元，达到554.8亿元，较上季度末上升21.1%，规模增速较高。

二季度新发行的FOF产品共24只，其中发行规模较大的是汇添富积极投资核心优势三个月持有期、泰达宏利和稳健养老与中欧预见养老2025一年持有(FOF)基金，发行规模为17.7亿元、9.2亿元与8.7亿元。

国寿安保策略优选FOF的比例配售，让行业再次看到了FOF的潜力。公告显示，国寿安保策略优选FOF的确认比例结果为35.75%。■

BANK&INSURANCE · 银保

金价高位盘整 纸黄金风险谁来担

时代周报记者 黄坤 发自上海

“黄金的行情仿佛回到了2010年，流动性风险消失后，黄金牛市彻底启动，白银接着发力。美元反弹黄金空头来临皆为假象，下周继续看涨黄金！”8月9日，上海一位贵金属交易员表示。

然而，连涨数日连创新高的黄金价格风险不可谓不大。

果然，8月7日，黄金市场遭遇疯狂抛售一幕：在北京时间20时30分非农报告出炉之后，国际现货黄金剧烈震荡，在创下2089.2美元历史高位之后，随后遭遇了集中抛售，且在周六凌晨1时左右，抛售势头达到顶峰，最低跌至2015.18美元。

国际金价连续九周上涨，尤其是8月5日，一度冲破2050美元关口，刷新历史新高，同时白银维持升势，逼近27美元。

8月5日，上海黄金交易所再次提示风险称，近期黄金价格创历史新高，白银价格持续高位大幅波动。请各会员单位继续提高风险防范意识，做细做好风险应急预案，提示投资者做好风险防范工作，合理控制仓位，理性投资。

在全球政经形势充满不确定性、美联储宽松货币政策、疫情肆虐、政治经贸动荡的大环境下，投资者的敏感情绪再受刺激，避险情绪引发增持黄金，再一次点燃了黄金的避险需求。

有意思的是，黄金投资需求很大程度上抵消了实物黄金消费的疲软。

世界黄金协会发布的数据显示，受疫情影响，上半年全球实物黄金（金饰金条）的需求降至过去11年以来的最低水平396.7吨，同比降幅高达17%，但同期黄金ETF的持仓量创下纪录最高值——734吨。

黄金衍生品受追捧

受黄金价格强势上涨影响，A股、港股黄金板块的主要上市公司股价和黄金期货均同步大幅上涨，A股黄金指数也从7月17日的689.53点起飞，至8月6日最高达到了856.25点，区间涨幅高达24.18%——黄金指数也创下了2016年11月以来的新高。

受此推动，黄金ETF产品以实物黄金为依托，也受到投资者青睐。

黄金ETF流入量创历史新高，世界黄金协会上周发布的最新数据显示，截至7月末，全球黄金ETF产品连续八个月出现资金净流入。

国内黄金ETF也表现不俗，二季度华安黄金ETF、博时黄金ETF、易方达黄金ETF和国泰黄金ETF价格涨幅均超过9%。

而另一边，大批投资者也在排队兑金，希望落袋为安。

中国黄金旗舰店高级经理戴宏宇表示，“以本周作为比较的话，我们



这里比前两周回购的量，增加了一倍到两倍。”

8月9日，广东省黄金协会副会长兼首席分析师朱志刚向记者表示，金价大涨，前期被套的投资者都解套了，选择卖出黄金，所以黄金销售遇冷回购业务意外火热，只有随着金价继续上涨，购买力才会走旺。

同日，交通银行私人银行部首席财富管理顾问陈伯宪告诉记者，从近期来看，不同类型的投资者对黄金投资方式有不同偏好。高净值客户通常更青睐黄金实物或黄金ETF，黄金ETF份额也对应黄金实物，这类投资者更看重黄金的避险价值，特别是部分投资者担心战争等极端风险事件，因此对黄金实物有特殊偏好。

建信上海金ETF及联接基金担任基金经理张军红表示：“黄金堪称资产配置组合中的压舱石。对普通投资者来说，应用ETF及其联接基金进行黄金投资更有操作便捷、投资起点低、交易成本低等诸多优势。”

也有黄金ETF的基金经理指出，“资金涌入黄金ETF，黄金ETF在黄金投资中的比例抬升，反映出黄金的金融属性在加强，成为一种投资产品，而价格波动变大大会破坏黄金的货币属性和商品属性。”

黄金ETF的基金经理提醒投资者，本轮金价上涨来自于流动性推动，黄金ETF更是资金推动的典型表现。但是资金推动之下，金价的波动或将加大，黄金ETF在波动风险之中首当其冲，投资者需要权衡当前投资布局的风险收益比，避免成为风潮回落后的受害者。

同时，据陈伯宪介绍，近日，不少职业股民、白领偏向纸黄金等快进快出的短线投资方式，这类投资者并不

是为了持有黄金实物，而只是为了赚取交易价差。

在投资方式的选择上，朱志刚告诉记者，职业投资者可以选择纸黄金、黄金ETF等交易可能以小博大赚取更大的利润，但一般的投资应以实物黄金为主。

纸黄金监管风险

近期黄金市场涨势迅猛，吸引了不少投资者追随热点而来，纸黄金备受追捧。

8月9日，百度指数统计显示，“纸黄金”关键词在经过2018年和2019年的低潮后，今年公众对于“纸黄金”的关注度有明显提高，目前基本与2017年持平。

7月份以来，可能是受全球经济恢复预期的影响，对于“纸黄金”的关注度再次飙升。

从关注人群上看，大部分搜索者来自于华东地区，其次是华北、华南，城市集中在北京、上海、杭州、青岛、南京等大城市。

8月9日，陈伯宪告诉记者，纸黄金买卖的便利度高于实物黄金，而且相比实物黄金，纸黄金还省去了保管、储存、保险、变现、鉴定等成本，这些优势让纸黄金较好地满足了投资者的短线投资需求。

时代周报记者发现，多家银行都有“纸+X”业务，不同银行对同一个品种的交易报价在同一时刻都不一样。每个银行的手机APP行情刷新频率也不一样，比如建行是每30秒刷新一次，工行需要人工点刷新，中行每6秒左右刷新一次等。

9日，厦门大学经济学院教授韩乾告诉记者，这意味着投资者实际上参与的是不同的‘市

场’。每个市场里银行都是唯一的做市商，那么理论上银行就有动机通过报价价差来最大化自身的利润。”

对于纸黄金的报价，8月9日，陈伯宪向记者透露，国内没有统一的纸黄金价格，各银行是根据国际市场现货黄金价格、通过汇率换算得到国内金价，再加上点差，形成自己的纸黄金报价，而且由于各银行报价和国际现货黄金并不完全同步，也可能出现国际金价涨得较快，而纸黄金价格上涨较慢的情况，短线投资者尤其需要注意。

韩乾告诉记者，除了以上“纸+X”业务外，银行还提供“代理贵金属递延”交易，即通常所说的T+D交易，其本质是证券期货交易和经纪业务，银行开展这些业务涉及混业经营，如果监管不到位，这部分业务就容易失控，最终酿成风险事故。

但陈伯宪也告诉记者，将来投资纸黄金可能将面临政策风险，影响投资者正常买卖；市场风险，即金价波动带来投资亏损的可能，尤其对于先卖出后买入的交易，如果遇到市场波动较大，可能导致因账户保证金不足而被强制平仓。

8月10日，韩乾告诉时代周报记者，无论是“纸+X”业务还是贵金属递延“T+D”业务，银行所扮演的角色是做市商，或经纪公司，从业务的角度看应当归属证监会范围。

据统计，2019年上海黄金交易所的交易量排名世界第三（第二为上期所），其中商业银行的交易量占到75%。

金价走向如何？

截至目前，今年国际金价大涨超过34%，黄金的收益率已经在大类资产中领跑。

金价创出新高，突破2000点位后，还有多少上涨空间？

8月7日，由于美元反弹，使得金价遭遇大幅抛售，最大跌幅达60美元。不过，黄金价格仍然实现了连续第九周收涨。市场对金价未来走势预判出现分歧。

整体来看，多位黄金分析师在接受时代周报记者采访时表示，金价上涨速度如此之快，在市场试图再次走高之前，金价可能会出现大幅回调，但只是短期调整，黄金牛市仍然值得期待，看涨不变。

8月6日，沪上一位基金经理告诉时代周报记者，短期金价维持高位震荡格局。此次疫情后，黄金涨幅最高为34%，需看疫情演绎，顺势而为，对创新高的不轻易看空。

未来一段时期，金价上涨走势几何？

8月9日，陈伯宪告诉记者，美联储宽松货币政策还将延续较长时间，美债名义利率易下难上，而接下来随着全球疫情逐步消退，以及各国超常规货币宽松和财政刺激政策的发酵，全球通胀预期会逐步上修，这意味着美债实际利率将继续震荡下行，利好黄金市场。

上涨还能维持多久？8月9日，原国有银行广东省分行金融市场部个人理财、外汇与贵金属交易主管陈国刚向时代周报记者表示，这一轮黄金的上涨应该能到9月底，9月进入金银消费旺季，再加上投资旺季，黄金维持强势行情概率比较大。10月后，黄金行情会有一些调整。

8月6日，东吴证券分析师陈李也提醒，债券信用利差已经下降，黄金ETF的流入量已创新高，过去负利率债券规模与黄金期货持仓上升期间黄金涨幅最高为30%，应该开始警惕进入四季度后的下行风险。

尽管今年以来金价涨幅可观，黄金在整体投资组合中扮演了重要角色，不过投资者也需要对黄金的投资风险有充分了解，结合自身的风险承受能力、投资期限等实际情况，理性看待黄金的投资价值。

展望未来的全球经济和金融环境，8月9日，陈伯宪表示，黄金仍然具备中长期配置价值，建议投资者把黄金作为资产配置投资组合的一部分，利用黄金与其他资产的低相关性来降低账户投资收益的波动，实现长期稳健增值的投资目标。

黄金的波动风险并不低，如何做好贵金属交易的策略和风险管理？

8月9日，陈国刚向时代周报记者表示，投资者可基于长期判断的贵金属配置，买实物金、选择固定比例或黄金定投策略；基于定价错误的套利交易，合适的杠杆水平，相对风险比较低；采取基于趋势的交易策略，判断趋势，确定精确的止损和可执行仓位位置，止损位置随着市场变化调整。



中国光大银行 广州分行
共享阳光·创新生活



光大信用卡
CEB CREDIT CARD
智慧世界 惠享生活

8.4-8.16 每周二上午 9:00

光大 狂欢月 818

参与方式：下载阳光惠生活APP - 本地活动 - “优生活”购权益





以上活动均在指定活动日抢购，限量限次，额满即止。活动详情请见阳光惠生活APP及中国光大银行广州分行公众号。

活动详询 阳光惠生活APP

安全用卡不外借 个人信息勿外泄

High出行专场

- 8.18元 游珠江：蓝海豚游船“光大银行号”无需线上购权益，直接至门店参与活动
- 8.18元 购30元权益：滴滴出行
- 818元 购1100元权益：广州金马国旅、广州南湖国旅（二选一）

High玩乐专场

- 8.18元 欢唱3小时：广州堂会KTV、广州Kboss名堂（二选一）
- 8.18元 购季度会员权益：爱奇艺、腾讯、优酷、芒果TV、QQ音乐、网易云、酷狗音乐（七选一）

8.18-8.31 每周二上午 9:00

High美食专场

- 8.18元 购50元权益：广州大龙凤
- 8.18元 购30元权益：肯德基、百果园、奈雪的茶、广州利口福（四选一）

High购物专场

- 8.18元 购30元权益：京东、天猫超市、广州盒马鲜生、本来生活（四选一）
- 满300元减81.8元：广百百货、友谊商店（二选一）无需线上购权益，直接至门店参与活动

信保业务拖后腿 野村下调人保目标价

时代周报记者 苏长春 发自北京

上半年财险保费增速跑赢人身险，但头部财险公司盈利增速却引起了市场担忧。

8月7日，野村证券发布报告下调中国人民保险集团(1339.HK)的目标价8%至3.19港元，但基于低估值，给予买入评级。同时，下调中国财险(2328.HK)的目标价，自10.17港元下调至9.02港元，评级维持买入。

对于下调目标价的原因，野村证券称，预计中国财险上半年纯利按年倒退23%，意味着次季纯利按年倒退43%，主要由于去年次季退税带来的高基数影响。上半年税前盈利按年增长9.4%，受惠于强劲投资收益(按年增长15%)，惟承保利润按年下降3.9%。

野村证券还指出，预料中国财险上半年综合成本率为97.8%，略高于去年上半年的97.6%，意味次季为98.5%，按年及按季皆恶化，估计因信用担保保险急剧转坏，抵消了汽车保险的明显改善。

可见，除去年税收红利政策释放完毕，给今年净利润带来的高基数压力外，作为头部财险公司，人保财险一度曝出承保风险的信用保证业务，也同样影响了国际投行对其股价的研判。

事实上，信保业务盲目扩张后的隐患，并非仅是个案，回溯过往，在车险市场竞争激烈已成红海的环境下，信保业务一度被视为财险公司突围的重要战略方向，而今却落得“一地鸡毛”。

财险业的出路究竟在何方，中小财险公司在头部效应聚集下，难道只能坐以待毙？

8月5日，银保监会发布《推动财

产保险业高质量发展三年行动方案(2020—2022年)》(以下简称《行动方案》)，力求推动行业向精细化、科技化、现代化转型发展，为财险业未来发展指明了方向。

记者注意到，银保监会还设定了三年小目标，提出到2022年，财险公司主要业务线上化率要达到80%以上，财险公司偿付能力充足率达标、风险综合评级均在B类以上。

8月9日，中国精算师协会创始会员徐昱琛在接受时代周报记者采访时指出，“客观事实证明，融资类信保业务对于当下财险公司的风控水平来说，并不适合大力发展。目前围绕网约车、乘客保障等方面的创新险种开发还不足，非车险种中，涉及危险品、家财险细分市场的产品也并不精细，这都有待保险公司进一步挖掘市场真实需求痛点，开发多元化的保险产品。”

预料财险成本率承压

在上市险企股价被市场认为普遍低估的当下，野村证券缘何下调上述人保旗下两只股票的目标价，也受到市场关注。

野村证券在发表的中国人保业绩前瞻报告中指出，“预期受去年同期有一次性退税47亿元人民币的高基数影响，今年次季净利或将按年下跌42%，令上半年净利润整体下跌18%。”

该投行还表示，疫情下人们减少外出，汽车险损失率下降，将令综合成本率由2019年同期的98.1%下降至约95%，但信用担保保险业务下降，将很大程度抵消车险的显著改善，预期财险业务次季综合成本率可能达98.5%，按年及按季相比恶化，令上半年财险综合成本率将达97.8%，较去年上半年的97.6%略有上升。

由此不难看出，野村证券除了对

人保净利润增速情况不乐观外，也提出信保业务发展不佳，可能影响到财险整体综合成本率的提升。

据中国人保2019年年报数据显示，人保财险信用保证业务2019年出现承保亏损28.84亿元，综合成本率为121.7%，已经超出100%的盈亏平衡点。

8月9日，华西证券金融分析师曹杰告诉时代周报记者，“即便是信保业务出现问题，一般也会有再保分担压力，不会给人保财险带来很大影响，但受到去年税收新政一次性利润调整影响，人保今年上半年的净利润增速的确会有下滑趋势。”

事实上，今年以来，人保财险的信保业务已明显收缩。时代周报记者获得的一份行业交流数据显示，截至6月末，今年上半年该公司信用保证保险费收入为43.18亿元，同比大降58.6%。

除了人保财险外，全市场也在紧急调转信保业务车头。上述数据显示，

今年上半年财产保险公司经营信用保险和保证保险的原保险保费收入分别为92.84亿元和368.57亿元，同比降7.17%和1.3%。

保费收入下降有一定的滞后性，并未能马上遏制承保亏损的实况。

数据显示，今年上半年，信用保证保险承保亏损合计达到95.43亿元，其中，保证保险和信用保险分别承保亏损79.43亿元和16亿元。

这也意味着，昔日被视为拉动非车险业务主力的信用保证保险，过往保费收入高增长的势头将难以维持。接下来，新的盈利增长点从哪里找？也成为摆在89家财险机构面前的新难题。

信保业务收缩后路在何方

8月5日，银保监会公布《推动财产保险业高质量发展三年行动方案(2020—2022年)》。记者注意到，《行动方案》给出了行业发展的三年总体目标，明确到2022年实现财产保险公司

偿付能力充足率均达标、风险综合评级均在B类以上，推动形成结构合理、功能完备、治理科学、竞争有序的财产保险市场体系。同时，财险公司主要业务线上化率也需达到80%以上。

具体而言，银保监会提出，推动行业从以车险为主向车险、非车险发展并重转变，从销售驱动向产品服务驱动转型，从传统经济补偿向风险管理和增值服务升级，鼓励互联网保险、相互保险、自保等创新发展。

8月9日，一家中小财险公司人士对记者表示，“监管此次的三年行动方案，是以总体目标倒逼财险公司转型的思路，过往财险机构无论是车险还是非车险业务，发展都相对粗放，严重依赖比拼渠道和手续费，并不是良性竞争的路径。而今监管定调要向精细化、科技化和现代化发展之后，间接引导财险公司走差异化创新路径，拼科技、拼服务会成为财险公司未来的大趋势。”

同日，徐昱琛也对时代周报记者直言，“当下，其实更需要财险公司的市场部门和产品开发部门多动动脑。”

徐昱琛认为，通过近两年发展火热的健康险以及融资类信保业务的成效结果对比，其实已经对财险公司有所启示了，既需要深挖B、C端市场真实需求，也需要财险公司的风控、承保能力与保险业务相匹配。另外，财险公司还要有敏锐的政策感知，能够尽早参与到政策红利释放的业务中去。

徐昱琛指出，车险领域其实并非毫无拓展空间，但要适应市场新发展和新趋势，如网约车、顺风车领域的保障需求，以及机动车三责险额度仍有待提升等方面皆有开发空间。另外，非车险业务领域的房屋安全、家财险、危险品运输等方面，也有很多值得细化的险种。□



技术领先推动业绩高增长 高测股份8月7日登陆科创板

2020年7月8日，证监会披露证监许可[2020]1360号文件，同意青岛高测科技股份有限公司(简称“高测股份”)科创板IPO注册公告。2020年8月7日，高测股份正式登陆科创板，发行股票代码为688556。

高测股份本次拟发行4046.29万股，发行价格为14.41元/股，发行股数占发行后公司总股本的25%。本次发行股数中5%为初始战略配售，除初始战略配售之外的70%采取网上配售、30%采取网下配售。

高硬脆材料切割领域的技术领先型企业

高测股份基于以精密机械设计制造技术、自动化检测控制技术、精密电化学技术为核心基础形成16项核心应用技术体系，专注于高硬脆材料切割加工环节的系统性切割解决方案研究设计，面向制造行业提供车间级切割加工解决方案和相关高硬脆材料切割设备和切割耗材产品的研发、生产、销售。

高测股份持续推进金刚线切割技术在光伏硅材料、半导体硅材料、蓝宝石材料、磁性材料等多个高硬脆材料加工领域的产业化应用和技术替代，助力下游生产加工商客户降本增效。目前下游应用开发较为成熟的是光伏行业和轮胎切割，其中光伏切割设备、光伏切割耗材占该公司营业收入的比例在90%以上。

在光伏行业，作为光伏硅材料切割业务领域唯一的同时经营切割设备业务和切割耗材业务的技术创新型公司，2011年该公司启动了光伏行业硅片制造环节应用的切割设备和耗材研发工作，2016年来成功上市三代金刚线切片机，将最高切割线速度由1500米/分钟提升至2400米/分钟，

性能远超行业平均水平。与此同时，该公司不断推动装载硅棒棒长由650毫米提升至850毫米，硅棒切片工艺耗时由2.5小时下降为70分钟以内，极大地降低了光伏硅片生产企业的生产成本和固定资产投入，提高生产效率。

对于目前正处于摆脱补贴，追逐“平价上网”进程的光伏行业来说，降本增效是行业洗牌的生死存亡依据。该公司的截断机、开方机、磨倒一体机、切片机等切割设备，配合全自动检粘棒系统、切片自动上下棒系统等模块，可为光伏企业提供车间级的切片解决方案，从而实现硅片制造各工序的顺畅衔接，实现自动化流水作业，进一步助力光伏企业降本、提质、增效。随着持续设备+耗材两个产线联合研发和综合创新，该公司未来有望引领光伏硅片切割行业的技术工艺不断迭代创新，也推动两条业务线协同销售，扩大市场竞争力。

除了光伏业务，该公司在半导体切割、磁材切割的新业务扩张初见成效，2018年该公司实现了半导体金刚线截断机、6英寸半导体金刚线切片机、半导体金刚线的小批量销售；截至2020年3月末，该公司累计签署5台新业务领域设备类产品销售订单，包括3台半导体硅切片机、1台半导体单线截断机、1台磁材切片机；切割耗材方面，2020年1—3月该公司实现磁性材料用切割线、半导体材料用切割线销售金额分别为176.65万元、120.04万元，占公司切割耗材销售收入的比例分别为2.97%、2.02%。

技术领先奠定公司市场地位：稳居龙头阵营

光伏行业是一个高集中度的行业，2018年生产规模前十名的硅片企业总产量占全球总产量的81.1%，且

均为中国企业。高测股份下游核心客户均覆盖了全球硅片产能前十名的客户，并且也从客户端也获得认可。该公司与隆基股份、中环股份、保利协鑫、晶科能源、晶澳集团、天合光能、阳光能源、环太集团、东方希望等光伏行业领先企业已建立有稳定的合作关系，并获得隆基股份“2019年度战略合作伙伴”、江苏协鑫“2018年度优秀供应商”、天合光能“2018年度联合创新奖”、环太集团“2018年度最佳供应商”等客户授予的多项荣誉。

此外，从市场销售份额看，高测股份目前在光伏切割设备市场份额自2016年来上市相关产品后，销售份额一路攀升至30%以上，稳居行业第二。同时，在光伏切割耗材市场份额，高测股份自主研发金刚线切割技术在光伏行业的升级替代，该公司的金刚线产品自2016年上市，经过2017年和2018

年扩产后，产销规模快速提高，市场份额快速从最初不足1%上升到目前的10%以上，市场份额居行业第二。

值得注意的是，在光伏行业目前行业整体加速技术迭代和成本降价的趋势下，高测股份的产品售价、产品成本下降速度高于行业平均水平。首先在光伏切割设备领域，高测股份2019年单位成本已经与龙头上机数控基本一致，但后者占据较为明显的规模优势，而在光伏切割耗材领域，单位成本从2017年75.39元/千米下降至2019年40.85元/千米，两年时间成本下降46%，成本下降幅度是行业最快。

综上，作为光伏中上游企业的重要供应商，高测股份不管从技术领先优势、行业降本增效的适应度，还是核心客户群的龙头阵营、市场销售份额的不断扩大，都保证了该公司在光伏切割业务领域内紧跟第一梯队发

展壮大公司业务规模，在行业洗牌和行业集中度不断提升进程中进一步抬升自身市场定位。

高复合增速的业绩增长

按照行业分类，光伏切割设备产品属于《战略性新兴产业分类(2018)》中之“6.3.1太阳能设备和生产装备制造”，光伏切割耗材属于“3.5.3.4其他结构复合材料制造”，且高测股份核心产品“复合高碳钢金刚石切割线”位列《重点新材料首批次应用示范指导目录(2019年版)》，该公司核心业务完全符合科创板的中战略性新兴产业的方向。

2007—2018年全球光伏市场年复合增长率超过40%，光伏发电已成为全球增长速度最快的新能源品种。不管从国家战略定位，还是全球能源转型带来光伏产业的高速发展，都为整个光伏产业链带来长远的发展空间，行业性的高增长和大空间也推动了高测股份的业绩高增长。

虽然光伏行业随着政策调整业绩存在波动性，但高测股份2013—2019年营业收入实现56%的复合增速，归母净利润实现73.38%的复合增速。2019年，受光伏行业“5·31”政策影响，在光伏切割设备、光伏切割耗材两个业务板块行业内可比公司大多负增长的情况下，该公司仍然能分别维持10.13%、32.76%的营收增速，整体的成长能力、盈利能力均居行业前列。

本次发行计划募集资金6亿元，分别用于高精密数控装备产业化项目、金刚线产业化项目等，随着光伏产业高行业集中度下的行业高增长，以及该公司自身核心技术在半导体、磁性材料、蓝宝石等领域的产业化应用加速，仍有望继续保持高速增长状态。(文/雷小艳)

高测股份核心技术在下游应用领域的不断拓展



资料来源：高测股份招股说明书

突按暂停键 弘业折戟A+H期货第一股

时代周报记者 黄坤 发自上海

近日，弘业期货(03678.HK)一路下跌，截至8月10日收盘，股价报收于0.76港元/股，离其历史新低0.649元不到20%。

究其原因，或与一则公告不无关系。8月3日，有望冲击国内期货A+H第一股的弘业期货发布公告称，将撤回A股上市申请，令市场颇为意外。

公告声明，公司业务运作良好有序，撤回发行申请不会对公司的财务状况或运营造成重大不利影响，公司将择机再次申报首次公开发行A股股票并上市申请材料。

其实，弘业期货早在2017年末就首次公开发行A股股票向中国证监会提交了包括A股招股说明书在内的申请材料。2017年12月26日，中国证监会受理了该申请。

苦等两年后，弘业期货回A之路为何突然按下暂停键？

8月9日，华东一家期货商相关人士告诉记者，期货行业整体平均收益并不理想，具备IPO条件的公司数量也很少，弘业期货撤回A股申请，很可能是受自身盈利能力以及合规方面的影响。

此前，弘业期货总经理周剑秋指出，期货公司A股IPO进展缓慢主要有两方面原因：一方面，期货公司经营相对单一，持续盈利能力有待增强，经纪业务占据主导地位导致营业状况受宏观环境影响较大；另一方面，股东结构难以符合独立性要求。很多期货公司由券商控股，由于证券与期货业务涉及不少同业竞争、关联交易，很难符合IPO独立性要求。

就撤回A股发行申请材料的具体原因，8月6日，时代周报记者联系了弘

业期货，但截至记者发稿，仍未得到回复。

8月9日，记者拨打弘业期货投资者联系电话，其工作人员表示，因为在A股上市计划发生了调整，一切以公告为准。据公告披露，弘业期货将择机再次申报首次公开发行A股股票并上市申请材料。

盈利下滑内控合规存疑

8月3日，弘业期货发布《关于撤回建议A股发行申请的公告》。

公告称，由于本公司决定调整A股上市计划，经与公司A股发行申请相关中介机构审慎研究，并经董事会于2020年7月31日举行的董事会会议审议通过，决定撤回A股发行申请材料，撤回申请须待中国相关机构接纳后，方始坐实。

公开信息显示，此前弘业期货在深交所中小企业板IPO排在第8位，于7月30日更新的深交所中小企业板申请首次公开发行股票企业基本信息情况表显示，弘业期货的审核状态，还处于预披露更新阶段。

早在2015年12月30日，弘业期货就在香港联交所主板上市，回A之路已走两年。

市场认为，净利下滑无疑给弘业期货的“回A”之旅蒙上阴影。

据弘业期货2019年年报披露，公司2019年营收为6.45亿元，同比增长4.71%；净利润为0.21亿元，同比下降74.07%。

业内人士表示，对于一家正在计划回归A股的期货公司来说，盈利断崖式下跌，对于其上市进程的影响，不可谓不深远。

对于纯利下跌，弘业期货指出，主因是对商誉一次性全额计提减值准备和市场利率下调等。其中，该商



誉是于2013年收购华证期货资产组形成的，计提前的商誉约4332万元。

但据了解，弘业期货整体依旧满足深交所中小企业板发行上市条件，即最近三个会计年度净利润均为正数且累计超过3000万元，以及最近三个会计年度产生的现金流量净额超过5000万元或者营业收入累计超过3亿元等。

事实上，除了业绩下滑，弘业期货的内控合规一直备受市场争议。

8月8日，上述业内相关人士告诉记者，相比于盈利能力，当下市场环境，弘业期货内控合规问题，或许是其A股上市路受阻的主要原因。

据《2019年中期报告》显示，在报告期内弘业期货共有2件新发生、2起未结的重大诉讼、仲裁事项。

2016年12月22日，天津证监局对弘业期货天津营业部采取出具警示函的监督管理措施。

2018年10月22日、25日，江苏证监局两次对其出具警示函，其在客户保证金穿仓时手工垫资，并在资金管理上存在三项问题。

周剑秋认为，“期货公司要实现A股上市的发展愿景，自身要做大做强，还需不断强化把控风险能力，开拓创新业务能力，寻找新的利润增长点，提升核心竞争力。”

期货风险管理或成分水岭

目前A股只有两家期货公司，南华期货(603093.SH)和瑞达期货(002961.SZ)。

不过，今年以来，上海中期期货、新湖期货、永安期货先后宣布启动上市辅导。

那么，期货公司为何久难登陆A股市场？

沪上一位期货公司业务经理告诉时代周报记者，期货是个存量行业，目前期货公司很多，同质性很强，盈利模式单一，主要依赖经纪业务，利率下行，手续费低，整体行业盈利情况下降趋势比较严重。

据悉，2019年，我国期货市场全年成交活跃，市场交易额达290.61万亿元，交易量达39.62亿手。但超过七成期货公司经纪业务收入同比出现

下滑，各家期货公司普遍认为，费率下调与行业同质化竞争是主要原因。

在新时代证券首席经济学家潘向东看来，目前，期货公司A股上市较少的原因，一方面来自公司自身不具备上市条件；另一方面是有些期货公司融资渠道多元化，降低了上市必要性。

“期货公司难以上市的一个根本原因还是目前我国期货市场规模较小，主营业务过于单一，资本需求不高等。”潘向东说。

同时，上述期货公司业务经理向时代周报记者表示，目前已在A股上市的数家期货公司，都是在行业同质化竞争中，拥有自身特色业务，衍生品业务做得很好，拥有特色业务以后，就会进一步推动经纪业务的开展；同时，上市融资对资本金的补充可以让期货公司拓展业务规模，有助于业务创新发展。

8月3日，已在A股上市的南华期货发布《关于非公开发行A股股票申请获得中国证监会发行审核委员会审核通过的公告》，公告称本次发行募集资金总额为不超过人民币15亿元，募资拟投向风险管理业务不超过10亿元，为提升期货经纪业务服务能力拟投资不超过2亿元。

2019年，南华期货旗下风险管理子公司南华资本各项风险管理业务规模快速增长。

“风险管理业务为期货公司提供了新的盈利渠道，并能体现期货公司差异化服务的水平，从长远看，将逐步成为差异化期货公司的分水岭。”期货业内人士表示。

对于未来仍有意申请IPO的期货公司，周剑秋建议，需要在合规经营的同时，不断做大做强。对于整个期货行业来说，应不断塑造良好的金融服务形象，提升行业影响力。■

无还本可续贷“续捷e贷”助小微企业融资不掉链

如果没有这一笔微捷贷贷款，程洪友还在为企业担心是否能扛过这次疫情关。

程洪友所在的广东顺德戈堡建材有限公司于2015年12月21日成立，是一家专业生产家居建材、承接室内外设计、室内外装修工程的服务型企业。受新冠肺炎疫情影响，企业延期复工复产，下游客户无法按时支付货款，给企业造成一定的资金压力。

程洪友遇到的企业难题并不是孤例。在疫情这场经济韧性大考之下，中小企业普遍存在较大经营压力，特别是小微企业经营状况堪忧。为助力企业渡过难关，农业银行于6月27日上线小微企业“无还本续贷”网络融资产品——“续捷e贷”，这是该行首款全线上运作的续贷产品，是农行贯彻国家政策，支持企业防疫抗疫的重要抓手，是扎实做好“六稳”工作、落实“六保”任务的重要举措。

只要是符合新发放贷款条件的优质小微企业，可通过“续捷e贷”操作，在贷款到期日无需偿还本金，通过发放新贷款结清原到期贷款，可继续使用农行贷款资金。截至7月31日，广东农行共发放“续捷e贷”150笔，金额共计9471万元。

程洪友亦享受到“续捷e贷”带来的金融便利服务。“真没想到，这么快就收到96.3万元贷款！这笔资金真是帮了大忙，为公司解决了资金周转的大难题！”谈到农行对企业复工复产的资金支持，程洪友不禁竖起了大拇指。

40分钟发放贷款

入不敷出是疫情下企业生存难题的主因。

以广东顺德戈堡建材有限公司

为例，受疫情影响需延期复工复产，下游客户亦同样如此，应收账款无法如期入账，但固定支出并未因疫情而推迟结算，如储存仓库租金、工资薪金、水电费用等开支，资金压力骤增，一定程度上打乱了经营计划，企业急需资金周转。

该公司曾于去年8月6日在农行顺德分行获得一笔微捷贷贷款，贷款金额为96.3万元。眼看着贷款到期日临近，企业有点担心。“资金尚未回笼，银行贷款就要到期，怎么办？”负责人程洪友一筹莫展。

今年6月，农行顺德大良支行客户经理上门走访得知，该企业因受疫情影响，短期内资金周转出现困难，虽不影响企业正常经营，但短期内无法筹集资金来偿还7月到期的贷款。

为帮助企业渡过难关，农行顺德分行随即组建专项融资小组，了解企业经营现状。获悉企业实际经营状况及融资需求后，该行立刻做好客户备案，核查客户资信情况，以做好续贷前准备工作。随后，该行组织专人跟进上门，指引其利用“续捷e贷”操作微捷贷。

6月28日上午，广东顺德戈堡建材有限公司通过申请、审批、发放等步骤，获得广东农行首笔“续捷e贷”贷款，贷款金额为96.3万元，全程仅用了40分钟。而且，农行给予企业普惠优惠利率，为企业节省融资成本，大大减轻了企业负担。

“续捷e贷”真是企业的及时雨！”有了这笔贷款，程洪友和公司又能继续在风浪中稳健前行。

保障企业有资金运转

小微企业是国民经济和社会发展的重要基础，在扩大就业、改善民生

等方面起着关键作用。

“续捷e贷”的使命就是保障小微企业有可持续运转的资金。

疫情趋缓，企业加快复工复产步伐，市场逐步回暖，生产订单增多，但多数面临前期资金回笼缓慢、后续资金未能跟上的情况，为经营带来资金压力。

今年全国两会期间，中央再次强调要强化对稳企业的金融支持，提到“对普惠型小微企业贷款应延尽延，鼓励银行大幅增加小微企业信用贷、首贷、无还本续贷”。

针对这一情况，农行于3月5日出台《中国农业银行“续捷e贷”业务操作规程》。这是在2014年推出的无还本续贷业务基础上，为解决企业融资难、融资贵问题而量身打造的信贷产品，同时考虑到农行的“普惠”职能，修订了原来“续借利率不低于原贷利率”规定，实行普惠利率政策助力企业复工。

“续捷e贷”上线后，小微企业主在农行企业网银和个人掌银轻轻一点，续贷资金即刻到账，贷款期限自动顺延，操作方便快捷。小微企业通过该产品无需还本便可将贷款期限延长1年，保障企业资金持续有序运转，切实解决“贷款期限与生产经营错配”“倒贷垫高融资成本”等经营难题，为企业注入发展的“强心剂”。

事实上，农行一直关注小微企业复工复产，并持续加大对对其复工复产的金融支持，大力发展线上业务，优化升级产品，有序增加信贷投放，为小微业务快速发展提供强有力的金融支撑。如今，小微企业可灵活通过农行的线下或线上渠道进行续贷办理，通过“纳税e贷”“抵押e贷”“简式贷”等多个产品进行续贷融资，采用抵质押担保、保证担保、政府增信、信用信等方式办理业务。

(文/潘展虹)



收回瀚晖引入高瓴 海正药业转型路未竟

时代周报记者 章遇 发自深圳

“收购瀚晖制药的PE(市盈率)为16.36-16.91倍,低于行业平均水平,交易估值相对处于谨慎水平。”8月6日,海正药业(600267.SH)对瀚晖制药前后两次估值差异作出正面回应。

7月下旬,海正药业披露重大资产重组预案,拟向HPPC发行股份、可转换公司债券及支付现金购买其持有的瀚晖制药49%股权,同时配套募资不超过15亿元。

这桩关联重组交易甫一出炉即引发市场关注。

一方面,作为交易对手方,高瓴资本或通过换股间接跻身海正药业第二大股东。

海正药业相关负责人向时代周报记者确认,交易完成后,高瓴方面有权提名一位董事候选人,参与到上市公司的经营决策中。

另一方面,此次重组交易标的瀚晖制药系海正药业的控股子公司。2017年,海正药业曾放弃对上述股权的优先购买权,3年后却又欲以近2.3倍的价格买回,前后两次交易估值差距巨大,遭到外界质疑,甚至引来上交所的问询。

“基于战略转型的需求,在保持国有股东控股地位的前提下引进战略性投资机构,采用多种方式支付对价实现对少数股权的收购,具有必要性。”海正药业方面表示。

对于当年放弃对这部分股权优先购买权的原因,海正药业解释称,上市公司受当时资金情况和再融资进程滞后的影响,未能满足瀚晖对于全部现金支付以及支付时间的要求,基于当时现实困难,实际上无法承接瀚晖出售的瀚晖制药股权。



辗转买回瀚晖

瀚晖制药是海正药业的“利润奶牛”,发展却颇为坎坷。

2012年,跨国巨头辉瑞制药与海正药业“牵手”,共同合资组建海正辉瑞(瀚晖制药的前身),两者各占公司49%、51%股份。按合资协议约定,辉瑞方面向合资企业注入10个品种,包括7个已过专利期的原研药、2个授权仿制品种和1个进口注册品种;海正药业方面则注入盐酸表柔比星、伊达比星、美罗培南等64个已批准品种及11个过渡期品种。

对海正药业来说,此次合作不外乎是希望借助辉瑞的技术和产品,实现从原料药向品牌仿制药企的转型,辉瑞方面则更多希望利用本土药企的原料和渠道优势,将专利过期的成熟药品在中国市场迅速做大。

“海正虽然手握控股权,但在运作中辉瑞一方占更多主导。”8月8日,一位接近海正药业的业内人士告诉时代周报记者,“双方的诉求不同,运营和销售模式也有很大差异,注定走不长。”

2017年,海正药业与辉瑞之间的合作开始出现裂痕。辉瑞一方基于其全球战略布局调整的考虑,决意将其持有的海正辉瑞49%股权脱手转让,以退出合资公司。而拥有优先购买权的瀚晖药业却因“囊中羞涩”,无力接盘。

在那之前的两年,海正药业的日子并不好过。从2015年核心合作品种特治星出现断供,到2016年出口原料药连续被欧洲和美国市场禁入,再到多名高管相继离职,海正药业动荡不断。到2016年底,海正药业已身背上百亿元有息负债,而其当年仅实现净利润6185万元。

2017年11月,高瓴资本通过旗下美元基金以2.8639亿美元现金接过海正辉瑞49%股权。按当时汇率折算,高瓴接盘的成本为人民币19.02亿元,对应海正辉瑞整体估值为38.81亿元。

为了继续获得辉瑞相关品种的技术转移,海正药业甚至修改合资公司章程,实质放弃了要求辉瑞转回股权的权利,从而得以完成辉瑞的退出交易。

2020年7月,海正药业重启收购

瀚晖制药的少数股权,预估交易价格区间暂定在43.37亿-44.83亿元,对应瀚晖制药的整体估值已经上升至88.5亿-91.5亿元。

对于前后两次交易估值的差异,海正药业方面指,与前次交易相比,地产业化(辉瑞相关品种转移至国内生产)进程有了一定程度进展,预期更加明确。除计划不再转入的品种外,在正常情况下能够实现在未来3-4年内完成多合一、特治星、甲强龙和美卓乐的地产化。通过地产化,能够降低药品单位成本,提升盈利能力。

“过去合资公司主要销售双方注入的品种,业务较单一,对辉瑞的依赖程度较高。辉瑞退出后,瀚晖制药逐步向外拓展了一些创新药推广业务,逐渐减少对辉瑞的依赖。”前述业内人士向时代周报记者指出。

据悉,瀚晖制药近两年先后拿到了复旦张江的里葆多、诺华制药的呼吸三类三润产品(其中昂润和杰润已进医保)、再鼎公司的奥玛环素等多个产品的推广服务,形成新的盈利增长点。销售数据显示,2017年,瀚晖制药分销及推广辉瑞产品产生的收入占比在58%左右,这一比例在2019年已下降至33%左右。

筹谋转型

相比不惜以44亿元对价买回瀚晖制药少数股权的豪气,自2018年底“换帅”以来,海正药业围绕“瘦身、聚焦”战略,通过卖批文、卖房产、卖股权、砍研发项目等不同方式,“花样”出售资产。

海正药业主营化学原料药和制剂的研发、生产和销售,近些年一直试图从原料药向高端制剂、从仿制向自主创新转型。在辉瑞退出后,瀚晖制药依然作为海正药业旗下的制剂销

售平台,是其从“原料药为主”向“制剂为主”转型的关键一子。

近两年来,瀚晖制药逐渐走出“分手”阴影,盈利和现金流均颇为可观。财报数据显示,2018年度、2019年度及2020年一季度,瀚晖制药分别实现归母净利润5.29亿元、5.41亿元和2.55亿元;经营活动产生的现金流量净额分别为4.7亿元、4.89亿元和4.29亿元。

“对瀚晖的持股比例从51%上升到100%,对于海正药业的盈利和现金流都有增厚作用。”前述业内人士告诉时代周报记者,“这次收购瀚晖少数股权,更迫切的是引入高瓴这个战投,推动整个公司战略转型。”

此次重组包括了“现金+股份+可转债”购买资产以及发行“股份+可转债”募集配套资金两项交易。这两项交易完成后,海正药业将形成国有控股、高瓴参股、员工持股的股权结构,打破国有上市公司的治理和激励僵局。

考虑增发及可转债转股后,高瓴资本方面对海正药业的间接持股比例预计将超过10%,成为第二大股东。

据统计,高瓴资本已在全球范围内基本完成了生物医药、医疗器械、高端医院、医药零售等全产业链覆盖,共投资160多家企业。其中,中国企业超过100家,总投资金额超过1200亿元,投资企业总市值超过2.5万亿元。其在医疗健康赛道密集布局,形成了强大的产业资源导入与整合能力。

瀚晖制药近两年的盈利恢复提升亦与高瓴的赋能不无关系。

据了解,接盘入股3年以来,高瓴资本为瀚晖制药对接了不少医药资源,包括协助瀚晖制药引进新产品,与高瓴旗下高济医疗签署合作协议,开拓零售渠道合作以及互联网线上医疗的合作。□

先必新获批上市 先声药业创新药再迈新高度

随着研发投入不断加码,在创新药开发上,先声药业集团有限公司(以下简称“先声药业”)领跑创新药产业大潮。

7月30日,先声药业自主研发的脑血管病领域创新药先必新®(依达拉奉右莰醇注射用浓溶液)获国家药品监督管理局(NMPA)批准上市,批准文号“国药准字H20200007”。

实际上,中国创新药具有很大的发展空间。据前瞻产业研究院报告预计,到2024年,中国创新药销售额占非中药的比例有望达到10%,2029年有望达到30%。创新药销售额有望达到7000亿元以上,年复合增速近30%。

先声药业是一家创新和研发驱动的制药公司,具有19年制药历史,更是连续多年位居“中国创新力医药企业10强”和“中国制药工业100强”。

6月10日,先声药业向港交所提交上市申请。招股书显示,先声药业拥有近50个处于不同开发阶段的在研创新药产品,包括小分子药物、大分子药物和CAR T细胞治疗,其中超过10个在研创新药产品处于临床阶段,已递交新药申报或者已经获批。

先声药业在创新药领域在研产品管线丰富,市场空间可预见。而此次赴港谋求再上市,也可谓厚积薄发。

自主研发12载

千呼万唤始出来。先声药业自主研发的脑血管病领域1类创新药先必新®(依达拉奉右莰醇注射用浓溶液)获国家药品监督管理局(NMPA)批准上市。

先必新®(依达拉奉右莰醇注射用浓溶液)从立项至今,历经12载,荣获8项发明专利,核心专利在多个国家及地区获得授权,并获得2次国家科技部“重大新药创制”专项支持。

值得注意的是,先必新®(依达拉奉右莰醇注射用浓溶液)是近5年来全球唯

一获批销售的脑卒中创新药,为我国卒中患者治疗带来新选择。

脑卒中是我国排第一位的成年人疾病死因,发病率居全球首位。据悉,每年新发脑卒中患者约460万人,且正以每年8.7%的速度上升,其中约70%患者是缺血性脑卒中。

目前,在时间窗内开展静脉溶栓治疗及血管内治疗(取栓)等是急性缺血性脑卒中最有效的救治措施。而先必新®(依达拉奉右莰醇注射用浓溶液)是一种高效的自由基清除剂和抗氧化剂,可有效改善急性脑梗塞患者预后。

据了解,先必新®(依达拉奉右莰醇注射用浓溶液)已纳入国内外多部权威指南、临床路径。基于其清除自由基,抑制氧化应激损伤的确切机制,其在罕见病肌萎缩侧索硬化症(ALS)中的应用也不断获得快速发展。

此外,用于治疗中度至重度类风湿关节炎的生物创新药物阿巴西普注射液和肿瘤用药KN035(Envafohimab)两个产品也有望在未来上市。

而在30款已上市产品中,肿瘤领域产品有5款,主要包括:恩度、捷佰舒、捷佰立及中人氟安,其中,国家1类创新药恩度是中国第一个抗血管生成靶向药,从2019年销售收入来看,捷佰舒在国内奈达铂药物市场排名第一,市场份额达到33.7%。

招股书显示,先声药业正在加快向创新和研发驱动转型,持续增加研发投入,加快在研产品的推进,重点开发肿瘤疾病、中枢神经系统疾病、自身免疫疾病三大疾病领域的创新药和高壁垒仿制药。

在上述聚焦领域,先声药业均具有丰富的上市产品和在研产品管线支撑,2017年、2018年及2019年一类创新药收入占总收入比例为21.4%、25.5%及32.9%。

打造核心竞争力

众多创新药背后,源于先声药业清晰



的公司发展战略,即紧密围绕国家战略,坚持以创新驱动企业发展,走在医药产业创新的第一线。

2000年,先声成立新药研究中心;2003年,成立先声药物研究院;2015年,获得国家科学技术部批准建设“转化医学与创新药物国家重点实验室”;2018年初,成立创新中心,聚焦肿瘤和神经系统疾病领域的创新药研发。

近期,先声药业又在波士顿扩大布局,筹建创新中心,聚焦细胞治疗、基因治疗等新靶点、新技术、新疗法的探索性研究项目。

如今,先声药业不断集创新之力,正在成长为有着强大的内部研发和外部合作能力、成熟的商业化实力以及国际标准的生产设施和管理体系的创新驱动型企业,已成为国内外制药公司和生物技术公司的优选研发合作伙伴。

即将上市的重磅产品KN035(Envafohimab)和阿巴西普注射液是与康宁杰瑞和思路迪医药,以及BMS合作开发的,两款产品将为中国肿瘤患者和类风湿关节炎患者提供新的治疗选择。

此外,近些年先声药业合作伙伴涵盖领先的跨国制药企业,如Amgen等及一系列国内外生物技术公司,如Merus、G1等。

医药研发是大健康产业的重要组成部分。“如何把人们对美好生活的向往变成现实,医药研发领域责无旁贷。”先声药业董事长任晋生说,靠一个人、一个团队是不够的,需要更多的人参与其中,才能让中国创新药在国际上更有地位、更有影响。

先声药业的成功,得益于国家大力鼓励创新创业的人才和产业政策,得益于江苏优良的创新创业环境。

随着人口不断递增、老龄化社会的来临,药物仍存在大量未被满足的需求,中国医药市场仍会继续保持高速增长。

在港交所上市后,资本市场将使先声药业有更大的新优势,可以通过定向增资等资本手段实现合理收购,聚集更好的人才资源,也聚集全球优质资源。

致力于“让患者早日用上更有效药物”的先声药业,通过前瞻性的研发布局和数十年如一日的创新坚守,在新一轮医改和药监改革的春风下执着逐梦,正迎来新的发展契机。(文/刘科)

LISTED COMPANY · 上市公司

扫描养鸡股半年报：净利堪忧仍募资扩张

时代周报记者 黄嘉祥 发自深圳

养鸡上市公司正在告别2019年的高光时刻。

8月5日，养鸡龙头企业民和股份(002234.SZ)发布2020年半年度报告，2020年上半年实现净利润2.32亿元，同比下降73.26%。

这并非个案。除了冰鲜黄羽鸡龙头湘佳股份(002982.SZ)业绩逆势大增之外，养鸡企业今年上半年业绩均出现不同程度的下滑。

其中，养鸡龙头圣农发展(002299.SZ)今年上半年的归母净利润为13.32亿元，同比下降19.4%；仙坛股份(002746.SZ)则实现净利2.79亿元，同比下降30.82%；益生股份(002458.SZ)亦预计上半年净利润为2亿-2.05亿元，同比下降77.86%-77.31%。

反观2019年，在非洲猪瘟影响下，禽肉对猪肉的替代性需求带来禽业的高景气，养鸡企业赚得盆满钵满，民和股份全年大赚16.1亿元，净利润增长3倍多；益生股份全年盈利超21亿元，增长近5倍。

进入下半年，养鸡企业的销售数据出现回升趋势。同时，民和股份、仙坛股份等企业又开启了新一轮扩张布局。然而，鸡肉的替代性需求逐渐减弱已是趋势，禽链价格面临较大压力，如何在业绩下行的压力下进行扩张，成为诸多养鸡企业面临的挑战。

针对今年上半年业绩及扩张等相关问题，时代周报记者分别联系仙坛股份、湘佳牧业等公司，截至发稿未获回复。

腰斩与翻倍

经过2019年业绩大爆发后，养鸡上市公司进入业绩下滑通道。

半年报显示，2020年上半年，民和股份营收和净利润均出现大幅下滑，实现营业收入9.02亿元，同比下降42.29%；实现净利润2.32亿元，同比下降超七成。

作为国内最大的父母代肉种鸡笼养企业，民和股份的核心业务是种鸡饲养及商品代肉鸡苗生产。分产品来看，今年上半年，其雏鸡业务收入为5.15亿元，占营业收入比重为57.11%，而去年同期收入为11.08亿元，同比下滑53.49%；鸡肉制品实现营业收入3.17亿元，同比下降16.07%；淘汰鸡实现营业收入2390.35万元，同比下降45.96%。

民和股份解释称，受疫情等因素影响，上半年白羽肉鸡产业链景气度较上一年有所下降，经济活力受到较大冲击，终端需求比较低迷。公司主营产品商品代鸡苗售价下降幅度较大，收入降低，毛利下降，是盈利下降的主要原因。

相比民和股份的净利润惨遭“腰斩”，仙坛股份和圣农发展业绩下滑的幅度相对较小。

今年上半年，仙坛股份实现营业收入15.33亿元，同比下降1.23%；归属于上市公司股东的净利润2.79亿元，较上年度同期下降30.82%；其利润下降的主要原因是受新冠肺炎疫情影响，公司的鸡肉产品销售价格同比下降所致。

作为国内规模最大的白羽肉鸡食品企业，圣农发展在今年上半年实现营业收入65亿元，同比下降0.82%；实

现净利润13.32亿元，同比下降19.4%。

即便是上半年预盈40亿元的温氏股份(300498.SZ)，其禽类业务收入也遭遇滑铁卢。

温氏股份表示，受新冠肺炎疫情及活禽市场供给过剩、餐饮消费恢复低于预期等因素的影响，活禽销售价格较上年同期大幅下降。报告期内，公司毛鸡、毛鸭售价同比分别下降17.86%、31.63%，养禽业务利润同比大幅下降，出现较大亏损。报告期末，公司按照企业会计准则的有关规定，根据市场行情及实际业务情况，计提了肉鸡和肉鸭跌价准备7亿元。

8月7日，卓创资讯分析师高翔对时代周报记者表示，养鸡上市公司上半年业绩下滑主要是白羽肉鸡行业运行疲软所致，一方面，疫情抑制市场消费，终端市场疲软所致；另一方面，2020-2021年处于白羽肉鸡产能释放阶段，供给面的提升也是造成市场弱势的原因。

在一片下滑声中，主打冰鲜黄羽鸡的湘佳股份却实现净利润翻倍。

2020年上半年，湘佳股份实现营业收入9.88亿元，同比增长27.62%；归属净利润为1.40亿元，同比增长114.37%。

这是湘佳股份登陆A股后交出的首份半年报，主要得益于其冰鲜产品营收大幅增长。报告期内，湘佳股份销售冰鲜禽肉销售收入7.36亿元，同比上升58.43%；公司冰鲜禽肉销售收入占总收入的比重由去年同期的59.99%提升至74.47%。

湘佳股份在半年报中称，报告期内，受新冠肺炎疫情影响，公司第一

季度商超冰鲜禽肉产品供不应求，销量大幅增加，第二季度，随着国内疫情逐渐受控，冰鲜消费需求有所回落，但同比仍有较大增长，对利润起到了最主要的支撑作用。

回暖与扩张

随着疫情防控形势的好转和餐饮业的复苏，国内鸡肉市场正在回暖。

近日，民和股份、仙坛股份、圣农股份等公司相继发布7月份销售简报。其中，民和股份7月销售鸡苗2887.59万只，同比增长16.35%，环比增长5.39%；销售收入7798.17万元，同比下滑28.64%，环比增长10.83%。

益生股份7月鸡苗销售数量4461.81万只，销售收入1.24亿元，环比变动分别为3.40%、25.13%；同时，鸡苗价格环比已上涨21%，但价格仍低于去年同期，公司鸡苗销售收入同比下降。

仙坛股份7月实现鸡肉销售收入2.66亿元，环比增长1.26%；湘佳股份7月份活禽销售收入环比亦增长46.19%。

市场回暖之际，新一轮的扩张也随之开启。

7月10日晚，民和股份披露定增预案，公司拟募集资金总额不超过6.5亿元，投资于年存栏80万套父母代肉种鸡养殖园区项目、年孵化1亿只商品代肉鸡孵化厂建设项目、肉制品加工项目及熟食制品加工项目。

7月31日晚间，益生股份与仙坛股份分别发布公告称，双方已签署《合资协议书》，将共同出资2亿元设立山东益仙种禽有限公司，着手实施父母代种鸡养殖及配套项目运营。

当晚，仙坛股份的募投项目也有

了新进展，根据其发布的2020年度非公开发行股票预案修订稿，公司拟募集资金不超过14亿元，用于年产1.2亿羽肉鸡产业生态项目。

需要指出的是，该项目投资中亦包括加工销售冷冻冰鲜品21万吨。新冠肺炎疫情暴发之后，多地活禽交易市场关闭，冰鲜替代活禽销售成为趋势，这也促使养鸡企业加大对冰鲜鸡业务的布局力度。

8月10日，广州雪球投资管理有限公司董事长李昌民对时代周报记者表示，养殖企业正朝着高标准、高投入、高环控等方向发展。集约化、产业化、龙头化和一体化已是发展趋势。资本助力下，现在是加速期。而高投入是现在畜牧业发展的基本门槛，只有资本的助力，才能让有能力的企业脱颖而出。

不过，企业选择此时扩张，亦面临着鸡肉价格下行的风险。在业内看来，巨大的肉类供应缺口有望支撑白羽肉鸡价格维持相对高位，但价格下行趋势已难以扭转。

光大证券在近期研报中指出，当前生猪产能逐步恢复，尤其是2020年下半年生猪出栏有望显著增加，而鸡肉的替代性需求将明显减弱。供给增加而需求减少，禽链价格面临较大压力，故预计2020年禽产业链公司将面临一定业绩下行压力。

“企业扩张属于双刃剑，提升企业影响力，提升市场竞争力。但普遍性的扩张往往会带来产能的逐步释放，对市场行情会有一定冲击。而布局终端产品环节可以提升企业的延伸性，增强企业的抗风险能力。”高翔说。□

郑州银行扛稳压实“六稳”“六保”的政治责任

中小微企业占据了我国市场主体的90%，直接或间接带动了80%以上的城镇劳动力就业，贡献了60%以上的地方GDP，也可以说中小微企业稳则就业稳、地方经济稳。同时，现代产业链的分工演化，使得依托供应链核心企业的上下游中小微企业集聚发展，二者紧密相关。

今年以来，做好“六稳”工作、落实“六保”任务成为当前最大政治任务。金融作为经济运行的“血液”，是做好“六稳”“六保”任务的重要支撑。全国人大代表、郑州银行党委书记、董事长王天宇说：“金融机构在推动经济全面复工复产和复商复市中发挥着重要作用，尤其是服务中小微企业方面，中小银行责无旁贷。”

为应对疫情冲击，郑州银行积极贯彻落实党中央、省市、监管部门“六稳”“六保”工作要求，围绕“疫情防控和复工复产”两手抓、两不误，不断加大对国家经济金融政策和地方政府部署的学习研究，持续强化金融服务与信贷支持，帮助中小微企业减少损失，千方百计为“六稳”“六保”创造便利、提供支持。

全省联动为河南省“六稳”“六保”工作“输血供氧”

提高站位，全行动员。郑州银行针对小微客户群体推出“8条特惠政策”，内容包括合理安排小微企业还款、续贷，支持与疫情防控相关的小微企业、优先保障放款额度等；同时，制定《郑州银行关于支持企业复工复产的指导意见》，要求河南省分支机构全面摸排疫情对企业生产经营的影响、企业目前面临的主要困难、复工复产时间、生产经营计划安排等情况，一户一策制定预案进行分类帮扶；除

此之外，郑州银行还印发了《郑州银行关于切实做好疫情防控重点保障企业资金支持的紧急通知》，要求全省分支机构做好对疫情防控重点保障企业的资金支持工作。

专属产品，全面落地。郑州银行为满足河南省小微企业和企业主、个体工商户等群体的融资需求，专门推出最高可贷1000万元的低利率“复工贷”，在今日头条、抖音等平台进行推广，同时在机场、地铁、火车站、公交车站亭、热门商圈户外大屏、主干道阅报栏、高铁站等全省广告媒体全覆盖宣传，解全省小微企业主复工融资的“燃眉之急”。截至目前，郑州银行“复工贷”产品已投放800余户，总金额达15亿元。

多措并举，雪中送炭。除了推出专属产品复工贷之外，郑州银行推出了一系列政策帮助全省企业渡过难关。根据企业复工情况、生产经营恢复情况、回款情况等，郑州银行合理确定因疫情影响导致阶段性经营困难企业的付息周期，减轻企业还款压力；对于客户主动申请，经核实确实受疫情影响较大、不能及时开工、付息受影响的，郑州银行酌情调整付息方式。对于受疫情影响到期无法还本的客户，根据企业实际开工及销售情况，郑州银行运用展期、无还本续贷、借新还旧、延长期限等方式合理安排续贷，缓解企业短期还款压力。疫情期间，郑州银行对696户普惠小微企业发放972笔信用贷款；对8400多户暂

时困难企业实行延期还本付息政策，涉及金额281.61亿元，帮助企业渡过难关。郑州银行还成立专班，全力推进人民银行防疫抗疫专项再贷款、支小再贷款等落地24亿元，受惠企业近800家，有力支持了疫情防控和企业复工复产，助力经济秩序的尽快恢复，为“六稳”“六保”提供金融支撑。

创新赋能为河南省“六稳”“六保”提供“加速器”

郑州银行以供应链融资为抓手，支持参与疫情防控定点医院以及政府征用疫情防控物资生产企业为核心的“1+N”供应链融资业务，通过商票贴现、保理融资等锁定还款来源，简化授信申请及担保手续，提高审批质效。

郑州银行充分发挥商贸金融特色品牌——“五朵云”的优势，疫情以来，通过云商为168家上游中小企业供应商累计融资14.04亿元。

借助政府加大采购性支出的契机，针对政府采购中标企业，郑州银行创新推出“E采贷”，对中标企业提供纯信用贷款，解决其担保难题。

除此之外，郑州银行指定京广南路支行专门配合郑州市政府做好“双创贷”，降低申请贷款条件，简化手续，设立绿色通道，在4月份召开的全市创业担保贷款大会上，荣获“创业担保贷款工作先进集体”荣誉称号。截至目前，郑州银行京广南路支行已累计投放双创贷58笔，总金额达12663万元。

今年以来，郑州银行以创新赋能渠道转型，陆续推出小企业贷款、郑银理财家、线上营业厅等微信小程序，让用户足不出户即可体验优质金融服务，真正打造河南省的“精品市

民银行”。

银政联动为河南省“六稳”“六保”注入“不竭动力”

郑州银行“守土有责”“守土尽责”，今年以来，积极参加各级政府举办的“三送一强”活动共计8场，通过现场宣讲方式与网络直播形式为企业复工复产提供政策与产品服务支撑；先后与郑州市郑东新区、荥阳市、郑州市航空港区等地政府就应急转贷资金达成合作，为中小微企业过桥、转贷提供低成本资金；与郑州市科技局、高新区管委会接洽，探讨运用各级科技金融损失补偿机制提高对科技型中小企业的服务质效；与郑东新区管委会协作，召开中原科技城入驻企业银企对接会，已对接中德创新产业园、深兰星联人工智能生态基地、海康威视中原区域总部等12个重大科创项目；持续加强与郑州各县区政府开展战略合作，拟于未来5年提供不低于2000亿元融资支持；截至目前，郑州银行已对接192个省市发改委发布的重点投资项目，其中已放款17户，金额54.16亿元。郑州银行用脚踏实地的行动，将河南省“六稳”“六保”的责任扛在肩上、落到实处。

王天宇表示，要进一步加大力度保住市场主体，用好用足各项金融政策，包括充分运用降准资金、再贷款再贴现资金和疫情专项贷款资金等，将稳健货币政策下的金融“活水”源源不断投向受疫情影响的实体经济，加大中小微企业等各类信贷支持；要及时下调贷款利率，帮扶市场主体渡过难关；同时更要响应地方重大建设项目资金需求，扩大消费金融贷款，为稳定国内需求提供有效资金支持。

(文/李兴)



郑州银行党委书记、董事长王天宇前往分支机构考察支持复工复产情况

“春天” 特约之 “一个都不能少”

走向我们的小康生活

毕业就业帮扶一条龙 广州港“智力扶贫”现成果



时代周报记者 邓宇晨 发自广州

在进入“广州港班”前，来自贵州省毕节市的贫困生秦鹏无论如何都想不到，在未来的某一天，他能够独立操作着港口吊机，在30米的高空上，完成一个又一个的“高难度动作”。

秦鹏来自贵州省毕节市大方县普底乡跑马村，是贵州省建档立卡贫困户。2017年，他考入毕节职业学院的“广州港班”，成为其中的一员。

7月21日，首批“广州港班”的34名学生正式毕业。秦鹏和他的同学们从广州港集团领导的手中接过港口工作服、安全帽、反光衣和刻有员工姓名的工作证，正式成为了广州港集团的一员。

对此，秦鹏激动不已，“经过10个月驻港实习和广州港的师傅们耐心的传、帮、带，我从什么都不会到现在已经能够独立操作大型港口吊机，还考取了龙门吊专业操作证书，如今成为一名新的广州港人，我感觉到自己离梦想又近了一步。”秦鹏告诉时代周报记者，他很喜欢广州这座城市，宽容而开放，他希望能够留在这里生活。

秦鹏所在的班级也是首个“广州港班”。到2020年底，从入学、资助到就业“一条龙”帮扶特色的广州港集团“智力扶贫”造血工程，将助力贵州毕节包括深度贫困地区的近150个贫困家庭实现脱贫，为全面决战决胜扶

贫攻坚贡献港口力量。

8月6日，广州港集团工会主席温东伟接受时代周报记者采访时表示，通过“智力扶贫”，不仅可以帮助贫困学生成长，带动家庭扶贫，还能促进贫困地区职业教育的发展，同时新入职的员工也会给集团的职工队伍带去积极作用。“能够形成三大效应，实现多方共赢的局面。”

智力扶贫，订单培养

2016年，作为广州市的国企成员之一，广州港集团接到了东西部扶贫协作毕节市的任务。由于当地产业基础薄弱，一般的产业难以落地，在经过实地考察之后，集团认为最初计划的物流园难以产生预想的效益。

在考察中，集团发现，当地拥有大量的富余人口。“那边缺的是产业，富余的是人口。如果能把这些人的就业解决好，那么就肯定可以解决脱贫的问题。”温东伟说。

于是，在2017年，广州港集团在全省率先提出“智力扶贫”的扶贫理念，通过穗毕两地政府搭台，开始了对“校企合作”和“智力扶贫”结合新模式的探索，首次尝试引入职业教育精准招生、精准资助、精准培养、精准就业的扶贫总体思路。

“扶贫先扶智”。2017年，在广州、贵州毕节两市相关政府部门、人社局的牵线搭桥下，广州港集团成功和毕节职业技术学院开展了“订单式培养”合作

项目，以常年举办“广州港班”为试点，面向毕节市建档立卡贫困户家庭初、高中应往届毕业生招生。通过“订单式培养”培养拥有专业技术一线技能人才，并帮助他们实现就业，推动长效扶智扶贫。

同时，考虑到不少学生以前从来没有出过大山，可能会对广州的生活不适应，广州港班还采用“2+1智力扶贫”模式，学生前两年在毕节职业技术学院进行理论学习，第三年到广州港集团下属广州港技工学校进行实操培训，毕业后考核合格，由广州港优先招聘到港口就业。学生在校期间享受国家学费减免、生活补助等扶贫政策，广州港集团设立专门奖学金，对表现优异的学生进行奖励和资助。

保障生活，免除顾虑

为了让学生快速适应环境，适应培训的内容，广州港集团在贵州毕节职业技术学院建设实训基地，同时也在下属港区及广州港技工学校挂牌设立“毕节职业技术学院校外实习实训基地”，方便广州港班的学生在集团内部进行实地培训，提前熟悉港口工作环境以及工作内容，为毕业后更快进入工作角色做准备。

与此同时，免除贫困学生的后顾之忧同样重要。

为了让贫困家庭子女能够安心就读，广州港集团联合毕节职业技术学院为学员提供一系列保障措施：一是免费提供专业课程教材，为每届“广州港班”提供8万元/年的奖学金；免费为学生提供1次叉车、岸桥司机等职业资格培训及考证机会。二是学生转入广州港技工学校学习和考证期间，其衣食住行由集团承担。三是学生经广州港技工学校培训合格后，进入集团进行顶岗实习，期间享受不低于每月1500元的实习补助。四是学生毕业后与集团签订就业合同对于未具备独立上岗能力的，保证广州市最低工资标准每月2100元；对于独立上岗的，工资每月6000元以上。

看着这批学生从一无所知到独立操作重型机械，温东伟感慨良多。“孩子们都很质朴，也很能吃苦耐劳，我对此还是十分满意的。”

据统计，目前2017级毕业生34人，11人属于深度贫困地区贫困学生；2018年在校生39人，10人属于深度贫困地区贫困学生。2019级“广州港班”招生（大专）26人。预计到2020年年底，累计培养学生150人左右，人均年

收入达到6万-10万元，帮助150个家庭脱贫致富，初步实现“一人就业，全家脱贫”目标。

秉承“实干创新，强港奉献”的精神，广州港集团率先贯彻“教育扶贫”理念，探索并开创了东西部扶贫协作“智力扶贫”的全新模式，以其成效快、影响广、优势大、可持续性等特点，为扶贫先行先试工作提供行之有效、可供借鉴的经验，形成扶贫工作的共振效应。

成效显著，经验可鉴

回顾广州港集团的智力扶贫之路，温东伟向时代周报记者表示，在“智力扶贫”的模式下，贫困学生的家庭、当地职校、帮扶企业都有收获。

通过这种模式，让寒门学子在提高学识与技能的同时，能够获得来自国企的就业机会，不仅有了更广阔的人生舞台，还能以个人的就业带动全家脱贫。从困居偏远山区的贫困生，到世界级港口的工作岗位。这无疑成为促进学生们努力奋斗的原动力，也充分调动了贫困群体自主脱贫的能动性，实现了既输血又造血、既扶贫又扶志。

同时，助推当地职校人才培养目标与国际接轨，形成涵盖中高职的多层次技能人才培养体系。因地处内陆地区，当地职校原本多开设农业或与当地产业相关的课程，而广州港班的开办，有效推动了毕节职业技术学院拓宽了学科门类，包括后续陆续开办的汽车类、地铁等各类集团班，令学院实现了办学能力、办学成效和办学口碑的全面提升。如今，学院各学科门类更趋多元化，开办得如火如荼、有声有色，俨然成为毕节乃至贵州的“明星职院”，也进一步反哺毕节地区经济社会发展。

最后，实现合作共赢的扶贫局面。只有形成彼此依托，才能达成真正的扶贫联盟，实现可持续的扶贫路子。广州港班的开办，不仅有利于贫困家庭、合作职院、毕节扶贫脱贫，也有利于广州港集团。这些来自山区的生力军，为集团培养、输送、储备了一批港口大型机械操作与维护专业技能人才。

在“广州港模式”成功经验的带动下，广汽、地铁、雪松、广电城市服务、广药等广州企业均开通了相似模式的班级，以及广州酒家、谷丰、仕馨等公司纷纷加入。目前，毕节职业技术学院已开办29个订单班，招收学生1142人，覆盖建档立卡贫困户学生超过500人。■

上期所1.5亿助力十万胶农抗疫复产

时代周报记者 黄坤 发自上海

一端是守着“一亩三分地”的胶农，另一端则是看似高深莫测的金融衍生品市场，上海期货交易所（以下简称“上期所”）却在两者之间打通了“桥梁”。

近日，上期所加快启动了2020年天然橡胶“保险+期货”精准扶贫试点工作，总计投入1.5亿元抗疫扶贫资金，联合44家期货公司及4家保险公司，为25个县的近19万吨天然橡胶提供价格保障，助力橡胶产业抗疫复产。

天然橡胶“保险+期货”项目的实施和推广，从试点到全县全覆盖，实践证明，在橡胶价格下跌给产业、地方政府以及胶农造成困境的局面下，不失为明智的选择。

据了解，保险助力白沙县乃至海南省，保住和稳住了40多年才发展壮大起来的民营橡胶业，不仅保护了橡胶产业，更助力脱贫攻坚，为今后橡胶产业做大做强奠定了基础。

“保险+期货”落地提速

今年前几个月，新冠肺炎疫情给贫困胶农的脱贫工作，以及橡胶企业的复工复产带来了较大困难和挑战。

一方面，自疫情发生以来，国内天然橡胶期货主力合约由年前最高时的13455元/吨跌至近期的10500元/吨左右，已处于两年来的最低水平。胶农售胶收入远低于割胶成本，这对他们实现脱贫致富目标自是雪上加霜。

另一方面，橡胶生产企业正迎来复工复产的关键时期，如果此时胶农因胶价大跌而“弃割”“弃收”，企业就可能面临上游原料短缺、下游需求下滑的双重经营困境。

为助力天然橡胶产业对抗疫情和稳定生产，据时代周报记者了解，上期所特事特办，果断将原定召开的立项“现场答辩会”改为“线上答辩、评委分散评分”的形式。在减少人员聚集产生的疫情扩散风险的同时，坚持“公平、公正、公开”的评审原则，利用“互联网+”等创新手段，迅速完成了2020年的立项评审工作。

评审之后，上期所党委还精简决策程序，优先审议“保险+期货”立项的议题。

专设资金助力抗疫

统计数据显示，2020年，上期所总计投入1.5亿元，将为全国25个产胶县的18.95万吨天然橡胶提供价格保险，预计为超过10万户的胶农提供价

格托底保障，投入金额同比增长41%，

具体来看，扶持胶农的“保险+期货”项目，投入资金由2019年的9000万元增加至1.3亿元，并实现了海南白沙、保亭、琼中、临高、五指山、乐东、文昌、云南西盟、永德等九县市民营橡胶产量全覆盖。

此外，扶持橡胶生产龙头企业的场外期权产业扶贫项目，投入资金由2019年的1600万元增加至2000万元。

上期所介绍，今年，天然橡胶价格保险全覆盖的试点县（区）由2019年的4个增至9个。

在扩大资金支持力度的同时，期货公司和保险公司的参与数量也随之进一步扩大。其中，参与的期货公司由2019年的41家增至44家，公司数量占全市场合格公司的比例达到68.75%，合作保险公司由2019年的3家增至4家，开展项目的数量也由2019年的50个增至67个。

期货保险作为保险与金融衍生品工具的结合，能够有效规避农业生产的种植风险，以及市场风险，既保障了农民利益又减轻了地方财政负担。

据不完全统计，在实施天然橡胶“保险+期货”后，白沙县橡胶弃割率已从2017年的45%降至2018年的30%。随着橡胶保险持续推广，弃割率进一

步下降，从当前参保情况看，2019年弃割率在20%左右。

上期所理事长姜岩日前表示，今年是脱贫攻坚战的最后一年，收官之年遭遇疫情影响，各项工作任务更重、要求更高，上期所将积极作为，破解疫情对精准扶贫的影响，千方百计在抗疫期间支持“三农”发展。

从试点到全覆盖

在白沙县有这么一句话：“橡胶兴则农民富，农民富则农村强。”

天然橡胶既是国家战略物资又是白沙县最大的农业产业，在白沙县农民家庭中橡胶种植覆盖率达93%。然而，近年来，天然橡胶市场价格持续低迷，很多胶农陷入“欲种不能、欲罢不忍”的两难境地，弃割、改种的现象日趋严重。

贫困的本质就是一种风险，助推扶贫攻坚就是管理贫困风险。

2018年，进一步推动“保险+期货”试点工作在该县多个乡镇铺开，除打安镇另行创新试点外，上期所支持913万元保费，为全县10个乡镇16650吨橡胶购买了“保险+期货”，由新湖期货公司协调其他期货公司运作，最后了结收益1292.47万元。

具体来看，参保胶农获得0.78元/

公斤的理赔，按参保总户数12841户计算（其中贫困户5813户），参保胶农户均增收1009元。

2019年，上期所加大对白沙县的保费支持力度，为全县11个乡镇2.4万吨橡胶购买“保险+期货”，项目覆盖全县22747户胶农，其中贫困户9652户，覆盖开割橡胶40万亩。

在实施天然橡胶“保险+期货”后，白沙县打安镇的胶农生产积极性增强，主动学习新技术规范胶园管理，产量由2018年亩产60公斤提升至2019年亩产70公斤。

同时，胶农砍胶改种的风潮得到有效遏制，从而保住和稳定了一个产业。更重要的是，在具体实践中，通过金融行业与传统行业相结合，使白沙县干部打开了思路，转变了观念。

据了解，上期所自2017年起连续三年开展天然橡胶“保险+期货”精准扶贫试点，累计向近19.3万户次的贫困胶农赔付约1.6亿元，其中建档立卡农户约7.6万户次。

2019年，“保险+期货”精准扶贫项目赔付总额为7034.83万元，平均赔付率达到78.16%，场外期权产业扶贫项目赔付总额为1341.24万元，平均赔付率为83.82%，在橡胶的下跌行情中有效补偿了胶农的收入损失。■

CULTURAL TOURISM
文旅ESTATE
地产FAST CONSUMPTION
快消AUTOMOBILE
汽车TECHNOLOGY
科技THE TIME WEEKLY
时代周报TIME INDUSTRY
产经
专业视角洞悉产业变革

20 | 年轻人不再打卡 老字号从此没落

深圳楼市新政冲击波：
“打新”白热化 二手房遇冷

时代周报记者 蔡颖 发自广州

调控新政公布即将满一个月，深圳楼市已经出现了明显变化。

“抱歉通知您，根据华强城市花园（一期）积分摇号规则，您积分未能达到入围标准，无法参与公证摇号。”

8月7日下午4点半，用了两个名额参加诚意登记，仍没能入选认筹名单的夏萌（化名）显得很无奈。

她告诉时代周报记者：“今天收到短信说无摇号资格还有点不信，其中一个名额为56分，另一个名额为62分，没想到一个都没有入围，大家的分数都这么高吗？”

华强城市花园是深圳楼市“7·15”新政后首个采用积分规则的新盘，备受外界关注。

7月30日，华强城市花园（一期）进行诚意登记，同时公布了积分规则。根据规则，进行诚意登记的客户需要按房产、户籍与社保三个指标进行积分，排名达到前5560名，才能进行诚意登记。

据深广电都市频道报道，共2.6万人参与了556套房的诚意登记。在夏萌看来，深圳买新房摇号像买彩票一样，除了需要资金雄厚条件满足，更重要的是碰运气。

新房市场的火爆行情让房企也加快行动。

8月10日，一位电建地产华南区域人士告诉时代周报记者，其公司位于光明片区的首个项目计划于10月份开盘，目前已经开放外展咨询中心，提前为项目蓄客。

与深圳新房市场的火热不同，多个区域的二手房市场却又是另一副模样。

“楼市新政后，门店二手房的带看量低到谷底，几乎没有，员工都在推惠州和南沙的房源以及商住。”8月8日，宝安区一位中介店长王路（化名）告诉时代周报记者。

根据房中协发布的网签走势图发现，新政前一周，二手房单日网签量最高达1784套，最低403套，而新政后一周，最高仅359套，最低55套。网签量环比新政前一周平均下降79.8%。

深圳乐有家各门店数据显示，新政后一周，二手房带看量、新增房源量环比均下跌2-3成。

新房市场持续火热、二手房市场遇冷，这是新政推出近一个月后最真实的情况。



“打新”火热

夏萌在深圳从事销售类工作，今年希望先物色一套小两房。

看房过程中，她发现楼市的热度远超预期，前后看了超过20套房子，一路上扬的房价让她望而却步。

预算有限，夏萌打算凭运气抽新房。6月，她参加了金融街华发融御花园（一期）的认筹，最终落选。而这一次，夏萌没想到，华强城市花园（一期）连入围的机会都没有。

“7·15新政后，本以为很多人失去了购房资格，新盘的认筹会少很多，没想到却等来了更多的竞争对手。”夏萌有些沮丧地说道。

“后期政策细则出台，好多人从没购房资格到有购房资格，所以认筹人数增加，其中50-60分的人数最多。”8月9日，一位华强城市花园（一期）的销售向时代周报记者解释道。

无论是华强城市花园（一期）还是金融街华发融御花园（一期），都是深圳新房市场火爆的一个缩影。

7月23日，光明区光侨路的勤诚达正大城悦园二期在网上开盘，当天共推1156套房源，成交848套，去化超过7成。

“比预期还好，作为新政后首家开盘的楼盘，内部对这个结果还是比较满意。”8月6日，该项目销售经理告诉时代周报记者，到目前为止，该项目仅剩一些尾盘。

开发商设置的重重门槛也体现出当下新房市场的火热。

验资是当下热门新盘的基本要求，其中，光明中海寰宇、南山西丽深铁阅山境提出验资80万元，而位于南山西丽的远洋天著，则需要验资达200万元。

夏萌告诉时代周报记者，除了需要验资外，看房还需要提前预约。

2017年1月19日出台的限价政策导致二手房与新房价格倒挂，“买到即赚到”，深圳楼市的“打新”现象也由此而来。

华强城上一次在福永区开盘是

2019年第二季度，当时共推出464套房源，备案价4.2万-5.2万元/平方米。而目前该区域二手房当前挂盘均价在6.1万-6.5万元/平方米。

新房市场火爆背后，不少房企也在调整在深圳的布局策略。

8月10日，某央企房企一位投拓业务负责人告诉时代周报记者，新房供需紧张的局面预计在9月份将得到改善。一些房企的新项目将加快入市节奏，加上三四季度房企要冲业绩，会有较为明显的供应释放，只要新房如期入市，局面将发生较为显著变化。

“据我所知，现在不少即将入市的新盘都在加快营销节奏，提前开放样板间和展示中心。”该人士表示。

根据房地产信息网数据，2020年上半年，受疫情影响，上半年合计成交16727套新房住宅。深圳市住建局表示，2020年深圳计划入市商品房69350套，其中住宅50618套，这意味着下半年将有3万套住宅入市，是上半年供应量的两倍。

上述电建地产人士也表示，尽管调控政策对深圳新房市场有一定影响，但仍然持续看好深圳市场。目前公司在售项目仅有一个，公司也希望能够通过如旧改、并购等形式获取新的项目。

二手房低谷

对于从事房屋中介的王路而言，新政后的深圳二手楼市最为直观的感受就是“冷清”，从去年火热的行情到如今，他的心情犹如过山车一般。

去年7月，王路和朋友合伙在碧海加盟了一家地产中介店，主营二手房业务。

随着双11豪宅认定标准的改变，二手房市场活力被激活，房价的跳涨让王路获益颇多，业绩最高的一个月，其店里业绩达到了120万元。

趁着火热的市场行情，今年4月，王路在宝中区再开了一家中介店，希望继续做大。

7月15日政策的出台让王路的心情迅速跌入谷底。

“客户中有5成左右受到影响，失去了购房资格，本地买家算了税费就没有下文了，拉都拉不回来，还有一部分客户在等打新盘。另一方面，二手房源确实减少了很多，很多未满5年的房源，业主都主动撤盘。”王路表示。

8月10日，深圳中原董事总经理郑叔伦告诉时代周报记者，据新政后的两周观察，从中原找房客户量上，诚意客户减少15%。从各营业部反馈，市

场出现分化表现，投诉属性比较高的片区及豪宅影响较大，双拼二手房更难出售。

根据深圳中原研究中心的数据显示，7月深圳二手住宅成交套数为13407套，环比上升26.6%；成交面积为114.8万平方米，环比上升26.7%。

7月过户成交套数创2016年4月以来新高。

其中，7月过户成交的房源中约有9成为6月之前（含6月）签约成交的房源。

新政推出后的三周时间，王路两家店的成交量不足10笔。

“主要有成交都是750万元内，超过1000万元和前期报价虚高的有一点下调，业主诚心卖的议价在3%-5%，关键现在客户的购房意愿不大，大都表示需要再看看。”他说道。

业绩的下滑让王路对每个月的高昂固定开销忧心不已。

“每个月的店租加上员工费用，至少需要50万元的业绩才能维持运转。现在市场调整，判断失误，目前我想转让一家门店或者再找人入股，但新店每月的房租3万多元，吓退了不少人。”王路表示。

这并非只是王路遇到的困境。

“宝安这边大公司成交的二手房手指头数得过来，门店比房源还多，一部分同行回老家，还有一部分计划去旅游了。”8月9日，一位宝安区的中介人士告诉时代周报记者。

和王路一样，林志（化名）的工作同样因新政受波动。他于2017年前后开始从事深圳购房咨询服务工作。从去年下半年到今年上半年，月均业务量咨询量在30单以上，新政后到现在仅接了5单，其中还有4位进行退费。

对于下一步计划，王路表示，现在在宝安光明新盘基本都不给中介代理，目前将公司业务转战至深圳的公寓市场以及临深、惠州市场。

“最新消息，惠州很有可能限购，虽然现在还没有发布公文，但这个消息有风口，还是很有可能的。”8月10日，王路在购房群发布了此消息，催促其他购房者抓紧下单。

郑叔伦则表示，新政在规范住宅市场的同时，反过来造就商务公寓的表现，不限购条件在新政后会变得更有吸引力。

郑叔伦还认为，商办物业由于不限购加上长期较高租金收益，成为调控政策后的受惠的物业类型。另外，有相当比例的客户被取消购房资格，临深区域市场也被得到重视。■

产经一周观察

Loser才做选择
Winner先谋后路王媛
时代周报产经新闻部首席记者

有人说，特朗普哪里是在制裁中国，简直就是害死苹果。

当地时间8月6日晚，美国总统特朗普突然签署两行政令，宣布将于45天后（即9月20日）封杀微信和TikTok两家中国企业开发的APP。据要求，自生效日起，所有美国主体将被禁止与腾讯和字节跳动及其子公司发生任何交易往来。

当下中国普通消费者的生活中，用不了微信的苹果就如同一块砖头，但13亿用户的微信在美国业务占比不到5%。

苹果就惨了，中国手机市场份额占据了13.6%，中国区业绩贡献16%。

天风国际报告直接给出“封杀微信约等于iPhone出货量衰退25%-30%”的高能预警。

更何况，即将发布的iPhone 12被苹果给予厚望，苹果还指望中国消费者买单，如果被禁清单增加，等着库克的，用一个“凉”字形容。

库克心里苦，明明已经是对华最友善的民企，充分遵守中国各项法规，不仅建了云上贵州，还带火诸如立讯精密、蓝思科技、歌尔股份等一

帮产业链小弟，但每次涉及贸易战、科技战，却总是难逃一顿暴打。

现实就是这么残酷。当庄家见不得别人牌好，撒泼耍赖非要赶走赢家，结果却是整桌牌友惨遭连坐。

特朗普把枪举起来的时候，多少被迫卷入“二选一”的美国企业难以独善其身。

美国芯片巨头高通就传出正在游说特朗普政府允许其向华为出售芯片的举动，因为禁令不仅不会阻止华为获得必要的零部件，反而可能会将数十亿美元的市场拱手让给竞争对手。

向来喜欢“摆狠话”的华为终端掌门人余承东近期一次的发声，就是无奈加悲情的“华为麒麟9000芯片绝唱论”。

事实是，华为颇具优势的下一代麒麟芯片由于台积电的“二选一”式背弃，今年9月份以后将无人代工惨遭断供。

好在华为并没有放弃自研，明确表示誓要在半导体制造领域寻求突破，当然，彻底解决华为麒麟芯片的“封印”问题，尚需不短的时间和不

菲的投入。

台积电断供华为后，小米雷军也传出了一声叹息。

国内高科技公司在屡次被迫“二选一”事件中，需意识到企业发展路途技术脚步的差距，复兴之路任重道远且无路可退，只有杀出一条血路才能避免受制于人。

41天之后，特朗普的行政禁令究竟会如何收场尚无人知晓，还需让子弹再飞一会儿。

从贸易摩擦说回轻松的，商业领域二选一之迷惑行为大赏，还有年度魔幻现实巨作“当夺权”的升级版。

互相指责、抢公章、夺权反目已成家常便饭，这一次的戏码更加活久见，李国庆和俞渝皆成被告，发起诉讼的，是这对夫妇的儿子小李国庆，下场撕的是股权代持问题。

但不管最终谁赢，一家三口加上公司招牌，全都失了体面。

在二选一中通常难有赢家，Loser才被迫做选择，Winner必先自谋后路。■

聚焦美国封杀令

编者按

短短三年时间，TikTok风靡全球，一度成为全球下载量最高的移动应用，同样也受到了美国年轻人的热捧。引领潮流，互联网社交，年轻用户居多，在一些行业人士看来，TikTok是一款真正意义上在海外市场取得成功的互联网应用。正因为字节跳动、腾讯及华为等中国科技企业切入未来核心领域，所以遇到了前所未有的全球化阻碍。中国企业出海，并不是一个新话题，乃至今天，已迈入一个新阶段。这从侧面说明，中国科技企业不断成长，一些已经具备全球竞争力。不过，新话题应热而生，在地缘政治科技战加剧的新局面下，出海企业需要怎样的实力？近几年来，我们不断提出积极融入全球产业链，当真正的“锁喉”出现时，究竟有没有化解良方？（文/谭骥）

麒麟绝版催生B计划 华为挺进南泥湾

时代周报记者 杨玲玲 发自广州

面对美国锁“芯”，华为面临的局面变得更加严峻。

“去年美国制裁相当于把我们手捆上了，今年限制升级相当于把我们腿捆上了。”8月7日，在中国信息百人会2020年峰会上，华为消费者业务CEO余承东如是描述当前困境。

根据余承东介绍，今年秋天华为将会上市Mate40手机，搭载麒麟9000芯片，而这可能也是华为麒麟高端芯片的“绝版”。

在美国第二轮芯片制裁之下，华为海思的麒麟芯片无法再交由台积电代工，也很难向高通这类美国公司采购高端芯片。

8月10日，针对华为订单等相关问题，高通公司相关负责人未直接回应时代周报记者，据其提供的高通第三财季电话会议记录显示，公司CEO Steven M. Mollenkopf表示，高通正在努力研究如何向包括华为在内的每家OEM销售产品，但目前还没有可报告内容。

近日，有消息称，为应对美国的打压，华为启动了意在规避应用美国技术制造终端产品的“南泥湾”项目，笔记本电脑（下称“笔电”）、智慧屏和IoT家居智能产品此类不受美国影响的产品，就会被纳入“南泥湾”项目。

8月7日，时代周报记者就“南泥湾”项目等相关问题致函华为方面，相关负责人士回复表示，目前公司还处于特殊时期，不便接受采访。

同日，中国工程院院士、光纤传送网与宽带信息网专家郭贺铨在中国信息化百人会上提出，我国芯片受制于人，其中是整个工业基础，包括精密制造、精细化工、精密材料的落后。

很难有一家公司能完全满足行业客户完整需求，余承东也呼吁产业链人士，在半导体制造方面共同努力，突破EDA设计、材料、生产制造、工艺、设计能力、制造、封装封测等能力，在智能半导体从第二代半导体进入到



第三代半导体的时代实现超车。

芯片断供危机

“公司所有员工是否考虑过，如果有一天，公司销售额下滑、利润下滑甚至破产，我们怎么办？”早在2001年3月，任正非就在内刊发表《华为的冬天》埋下了忧患意识。

刚刚过去的2020年第二季度，华为取代三星成为全球最大智能手机厂商。余承东直言，如果没有被美国制裁，华为在2019年的市场份额就应该领先三星。

2019年全年，华为实现出货2.4亿台手机，而今年在新一轮制裁之下，华为的芯片一直处于缺货状态，余承东预测，今年发货量会比2.4亿台少。

“在芯片里的探索，过去华为十几年从严重落后，到比较落后，到有点落后，到赶上来，到领先，再到现在被

封杀，我们投入了极大的研发，也经历了艰难的过程，但是在半导体制造方面，华为没有参与。”余承东坦言。

在美国第二轮制裁之下，5月15日起，台积电不再接受华为订单，并将在9月14日之后停止对华为供货。

这意味着，华为的麒麟芯片将无法交由台积电代工，采用5纳米制程工艺制造的麒麟9000芯片还没上市就成为绝唱。与此同时，几乎全部在售的华为自研麒麟芯片都面临断供危机。

代工走不通，华为接下来不得不通过外采补血。

8月10日，第一手机界研究院院长孙燕飏对时代周报分析称，最乐观的状况就是采用高通或者联发科的芯片，旗舰机还可以出，不乐观的话，旗舰机可能都难出产。

上述两家芯片制造商，被视为承接华为手机订单的最优项。

近日，一位芯片行业人士向时代周报记者表示，华为很可能将从Mate 40开始使用两套处理器方案，其中Mate 40的高阶系列将使用麒麟9000芯片，标准版很可能采购外部的芯片方案。

市场已有传闻称，华为向联发科订购了1.2亿颗芯片。对此，联发科财务长兼发言人对媒体回应称：“不评论单一客户相关消息。”

时代周报记者注意到，近期Vivo子品牌iQOO发布的一款采用联发科最高端5G SOC天玑1000+的安卓机型iQOO Z1，官网售价2098元起。

高通也较为被动，虽已与华为达成专利授权，但无法承接华为订单。

8月9日，据外媒报道，高通正在积极游说美国政府，要求撤销向华为出售零部件的限制，否则将为其其他对手带来最多80亿美元的市场订单。

“华为希望拉到更多同盟者，以保证其旗舰机，如果旗舰机停产，则意味着华为只能产出中低端手机，再无法与苹果、三星叫板。”孙燕飏表示，目前华为能否派出旗舰机的芯片订单，仍不得而知。

侧翼突围

面对芯片“锁喉”困境，华为试图从侧面突围。

近日，媒体报道，华为新启动了数千亿的备胎计划项目之一“供应B计划”的“南泥湾”项目，该项目意在规避应用美国技术制造终端产品。

孙燕飏称，顾名思义，“南泥湾”项目就是希望能够实现自给自足。1941年春，八路军三五九旅奉命开进南泥湾，开荒种地、风餐露宿，开始了火热的南泥湾大生产。

据悉，笔电、智慧屏和IoT家居智能产品等完全不受美国制裁影响的产品，会被纳入“南泥湾”项目。

8月10日，时代周报记者在华为的员工论坛心声社区看到一条“学习‘南泥湾精神’，艰苦奋斗，自力更生，打造‘好江南’”的帖子，该帖发布时间为5月19日，不少员工回复“mark”。

同时，“南泥湾项目”“鸿蒙”急招开发和测试人员的信息广泛发布在心声社区内。

目前，华为消费者业务部门正在加速推进笔电和智慧屏产品业务。

8月17日，华为将在2020年的夏季新品会上发布新型笔电产品。有消息指出，这款新型笔电可能将实现完全自主，不含美国技术。

8月9日，艾媒咨询创始人兼CEO张毅也对时代周报表示，新型笔电是否使用华为自有芯片及自有操作系统鸿蒙，值得期待。

“笔电目前主要的应用场景仍是办公，华为自有芯片和操作系统，加上众多的国产应用软件，解决用户办公需求绰绰有余。”他表示。

8月8日，电子商务交易技术国家工程实验室研究员赵振营向时代周报表示，“南泥湾”项目的启动，在改变华为收入结构的同时，可以增强企业的抗风险能力，相关效益将在一两年之后的华为财报中得以体现。

长远来看，要摆脱美国制裁的桎梏，人才储备至关重要。

7月29—31日，鲜少在公开场合露面的任正非，在上海和南京接连访问了上海交通大学、复旦大学、东南大学和南京大学四所大学。

业界认为，这不是一次兴之所至的突然造访。

“今天上午跟任总座谈时，他反复强调中国要加强教育，近期他也去了国内几所大学。”8月7日，中国工程院院士李国杰表示，中美之间的终极竞争还是拼教育、拼人才。

郭贺铨判断，美国的逆全球化趋势越来越厉害，表现形式也呈现出多样化：如断供、禁用、封堵、关门、强夺、切断、截留。他认为，中国产业界要做好自己的事情。

Wind数据显示，目前A股资本市场有141家华为概念股。

近日，多位受访人士对记者表示，华为芯片断供危机，会促使整个产业链加大投资力度，关键核心技术研发有望取得突破，利好产业链发展。■

选微信还是iPhone？这道题不太难

时代周报记者 骆一帆 发自广州

最近两天，身处美国中部威斯康星州麦迪逊市的留学生石磊（化名）忧心忡忡，因为他与国内家人与朋友的主要通信之路可能将被切断。

按照当地时间8月6日，特朗普签署行政令，到9月20日将禁止任何美国公司或个人与TikTok母公司字节跳动以及微信母公司腾讯进行交易。

据媒体解读，这意味着将禁止苹果、谷歌通过其应用商店向用户提供微信下载服务。

8月10日，石磊告诉时代周报记者，他在网上看到了这件事感觉非常诧异，周围的华人朋友同样如此。

这种封杀行动对企业的企业同样带来了较大负面影响。10日开盘，多只苹果概念股出现大跌。

近日，多位业内专家认为，如果未来中国的iPhone用户无法使用微信，iPhone在中国的销量将出现断崖式下滑，相关产业链公司也将受到巨大负面影响。

8月10日，多只苹果概念股遭遇大幅下滑。截至当日收盘，安利股份(300218.SZ)、爱施德(002416.SZ)、环旭电子(601231.SH)跌停；信维通信(300136.SZ)下滑7.64%；欣旺达(300207.SZ)下跌6.85%。

当日，互联网行业分析师于斌向时代周报表示，先是制裁华为，再

是封杀TikTok，现在是微信，更多这类企业会担忧美国正在不断增加的“封杀清单”。

与苹果概念股形成鲜明对比的是，10日，国产软件、操作系统、华为HMS等概念股票走强。

截至当日收盘，拓维信息(002261.SZ)上涨8.01%；诚迈科技(300598.SZ)涨5.84%；常山北明(000158.SZ)涨5.04%。

腾讯股价大跌

美国政府的封杀令发出后，关联方腾讯控股(00700.HK)股价出现大幅下滑，8月7日收盘，腾讯股价报收527.5港元/股，较前一天收盘价下跌5.04%，盘中跌幅一度超过10%。

8月7日晚间，腾讯发布公告进行回应，称公司正在审阅行政命令的潜在后果，以便更全面理解其对集团的影响。公司将在适当的时候发布进一步的公告。

腾讯在此份公告中并未提及将对微信被封一事采取哪些具体措施。但业内人士估计，腾讯可采取的补救与反制措施十分有限。

8月10日，腾讯股价再次下滑，收盘时报收502港元/股，下跌4.83%，盘中最大跌幅为5.02%。

当日，腾讯集团相关负责人向时代周报表示，目前情况并不明朗，一切以公司公告为准。

于斌认为，目前腾讯其实没必要

做太多动作，微信在海外主攻华人市场，美国当地使用的人较少，对整体影响不会太大。

但如果微信真被封杀，在美国生活、工作甚至旅游的华人无疑也将受到影响。目前，美国政府尚未说明具体将如何封杀微信，也未说明具体的惩罚措施。

“只能到时候看情况了。”石磊告诉时代周报记者，如果只是将APP从应用商店下架，已安装的微信基本通信功能还能使用，那影响不大，美国线下使用微信支付的情况不多。

“苹果此前对于关于隐私调查的案件就曾拒绝过美国政府。”在于斌看来，这种彻底对微信的封杀并不现实，比如苹果如果完全封掉微信，那也会对美国自己的市场产生不利影响。

iPhone或受重创

人们普遍关心的一个问题是，倘若未来禁令实施，那么中国用户的微信使用是否也会受到影响？除苹果手机外，安卓系统的母公司谷歌，同样是不折不扣的美国企业。

但多位安卓用户向时代周报表示，安卓手机的影响远远小于苹果手机。

苹果iOS系统针对微信的内购功能要求抽成30%，这或许违背了美国政府禁令中提到的禁止与腾讯交易的条款内容。

“就目前情况看，还不能下判断



“微信已经不只是重要的交流工具，还是重要的工作工具。人们现在对微信的依赖性太大了，iPhone和微信非要选的话，肯定选微信。”

说未来中国的iPhone用户就无法使用微信，其实苹果和微信之间并没有矛盾。”8月10日，移动终端行业战略专家孙燕飏向时代周报表示，但如果真的出现iPhone用户无法使用微信的情况，那苹果在中国市场的发展无疑也将遭遇“滑铁卢”。

对大多数中国用户来说，选iPhone还是微信，或许并不是一道太难的选择题。

“微信已经不只是重要的交流工具，还是重要的工作工具。人们现在对微信的依赖性太大了，iPhone和微信非要选的话，肯定选微信。”8月10日，杭州的iPhone手机用户陈小姐向时代周报表示。

对于苹果接下来的在华发展，天风国际证券分析师郭明錤持较为悲观的态度。其在8月9日晚间发布报告称，美国政府如果对微信实施禁令，iPhone将受致命打击，可能面临25%—30%出货量的衰退。建议投资者现阶段至少减持特定苹果供应链股票以降低风险，包括玉晶光与LG Innotek。

“苹果手机在中国的局面实际已经在发生改变。”孙燕飏向时代周报表示，目前，无论是产品创新层面还是市场层面，华为、小米、vivo、OPPO等国产手机品牌已不再像原来那样将苹果看做一个强劲的对手。如果中国的iPhone用户再不能使用微信，毫无疑问，苹果将遭遇华为在欧洲市场面临的境遇。■

聚焦美国封杀令

风暴中的张一鸣

◀ 上接P1

法院受理对政府的诉讼后，可以根据宪法、法律和对法律的解释维持或推翻政府的行政命令。

根据以往信息，在CFIUS成立后的40多年审查过程中，2012年三一集团子公司拉尔斯控股（Ralls Corp）因奥巴马总统禁止其收购电场交易而将CFIUS及奥巴马告上法庭的案例，是唯一中国企业起诉美国政府的胜诉案例。

不过，最终Ralls公司只被判得自行挑选买家出售涉案发电场的权利。

若张一鸣提起诉讼，最好的结果或许也不过如此。

“张一鸣是一个看长期的人，不会为了短期利益来讨好谁。”8月3日，投资界字节跳动的早期投资人，现FutureX创始人张倩在接受媒体采访时这样说道。

但TikTok在美国市场的处境已不仅关乎字节跳动一家公司。

从代理商方面来看，自TikTok遭受禁令以来，字节跳动出海业务的相关A股代理商股价出现多次震荡。

以省广集团为例，该公司在今年4月宣称为TikTok Ads出海核心代理后，股价开启连续上涨模式，一度从2元左右每股上涨至最高12.83元/股，最大涨幅超过260%。

然而，此前也有私募机构人士表示：“若字节跳动最终出售TikTok美国业务，对于依靠抖音海外代理商身份炒作股价的省广集团来说，将是一大利空。”

近日，清华大学五道口金融学院副院长田轩撰文写道：“字节跳动这一仗，在当前的国际环境下，被赋予了大量商业以外的政治意义，若TikTok妥协了，将对后续中国企业国际化发展带来极大的负面影响。”

事实上，一些专家学者认为，一旦让美国尝到甜头，其他国家也可能跟随效仿，这让出海的中国企业可能会遭遇相同处境。

此外，在应对美国制裁事件上，字节跳动与华为的态度也并不相同，一些观点给前者的掌舵人张一鸣冠以“骂名”。

8月3日与4日，张一鸣罕见接连发布两封全员信。

一封信回应外部关于TikTok美国业务的传言和猜测，表示不放弃探索任何可能性，对TikTok的未来仍充满信心；另一封信则落款“一鸣”，对其及其字节跳动公司撑腰的中国员工表示感谢。

8月7日，字节跳动一位员工向时代周报记者表示：“我个人并不认可舆论所说的字节跳动在退让，一鸣在全员信中说得很清楚，之前字节跳动的动作都是在合法合规的框架中进行，至于态度是否强硬实际上是谈判策略层面的问题。”

他认为，字节跳动如今的反抗也是在走正常的法律程序，整体的行事逻辑仍然前后一致。

近日，另一位靠近字节跳动的人士则向时代周报记者表示：“有时候换位思考一下，你来处在张一鸣的位置，你要怎么办，保TikTok的话会被中国网友骂，与美国死磕的话，Mountain View分部的员工就要全部下岗，从张一鸣的角度而言，或许现在的决定就是最好的。”

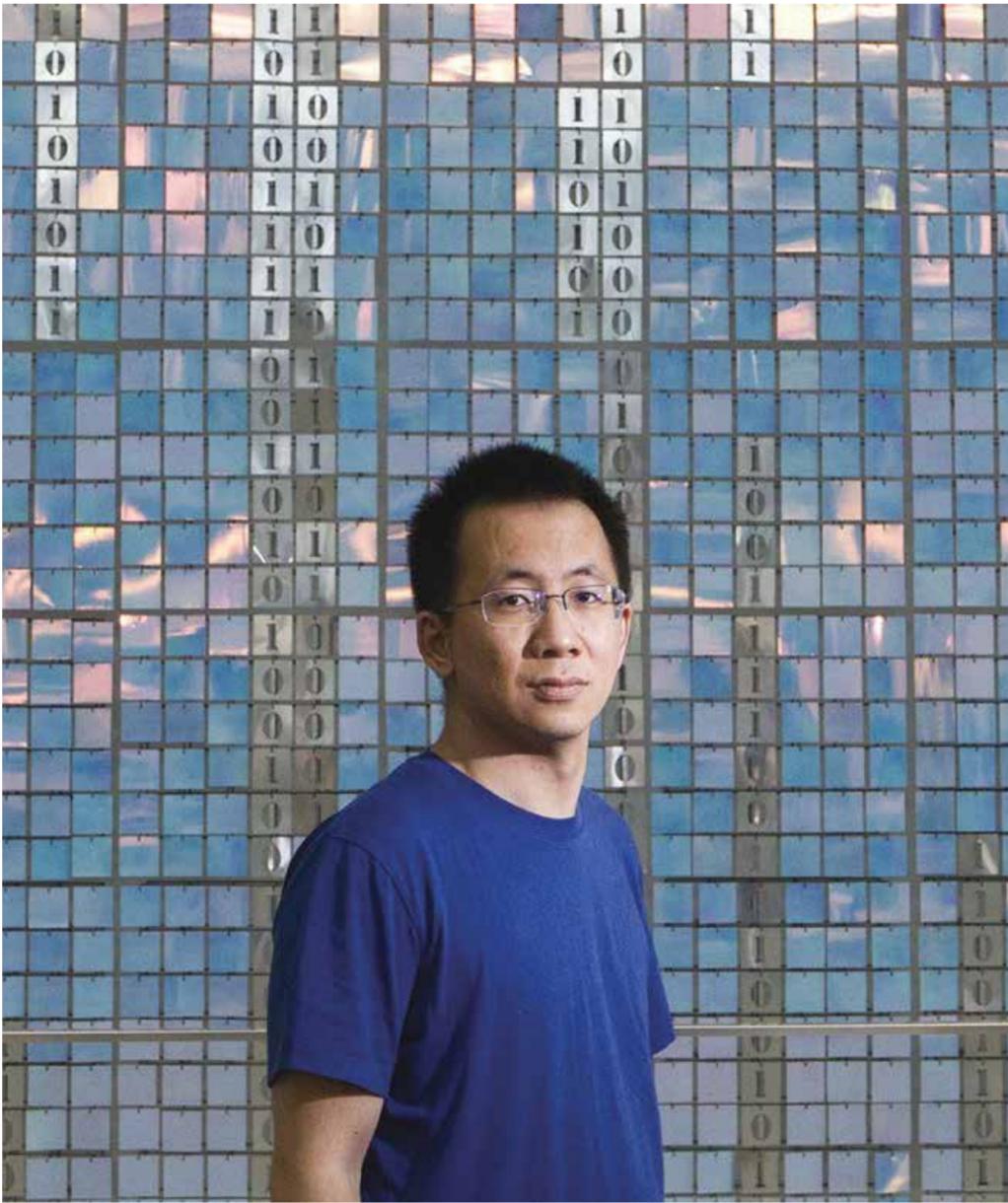
沉重打击

“TikTok上面大部分都是年轻人，大家很容易在上面找到流行的东西，然后一起做一样的事情。”8月10日，一位TikTok的美国用户向时代周报记者表示。

像美国大多数年轻人一样，他在TikTok上发布自己跳舞视频，分享生活日常，也会就某些言论和事件发表自己的评论。他表示，在美国，TikTok相比于推特、Facebook更容易找到志同道合的伙伴。

对于TikTok的全球化战略来说，失去美国市场是一个重大的打击。

6月18日，有国外媒体报道，TikTok预计今年仅从美国就可以获得5亿美元收入，这一数字超过去年TikTok全球收入的一倍。



非正式场合下，张一鸣常穿一件普通T恤，颜色以灰白黑为主，加上一副近视镜，呈现着标准的理工科男的装扮。

据Sensor Tower数据显示，今年4月，抖音及海外版TikTok的全球下载量已突破20亿次，其中中国市场排在中国和印度之后，贡献了1.65亿次下载量。2020年一季度，抖音及TikTok的应用内购收入达到4.56亿美元，美国用户贡献了8650万美元，占19%，是中国之外内购收入贡献最高的国家。

市场调查机构eMarketer的报告则显示，2019年，TikTok在美国市场用户规模增长97.5%。该机构预估，2020年，TikTok的美国用户数量将达到4540万人，同比增长21.9%；到2021年，用户规模将达到5220万人。

7月24日，大数据业务分析师王鹏曾在回复时代周报记者采访时表示，未来可能会有越来越多的中资机构、中国企业、中国应用的服务商，甚至中国的投资机构可能在海外会遇到类似的问题，目前来看这种情况在短期内不会有改观。

事实上，面对海外监管问题，张一鸣带领的字节跳动在半年时间中进行过多次调整。

近日，有靠近字节跳动的知情人士向时代周报记者表示，因为TikTok一直都面临着海外的一些监管，从今年起就有在做架构上、数据上的一些调整工作。

根据公开资料显示，从2018年底开始，TikTok的市场运营职能、非中国业务内容审核等职能，就已全面迁出中国。

除此之外，TikTok将管理团队全部换为当地人员，比如TikTok聘请了人脉广泛的华盛顿政治说客迈克尔·贝克曼（Michael Beckerman）担任TikTok副总裁，分管公共政策，并成立了一个由学者和其他专家组成的咨询委员会，指导TikTok如何对应用内容进行审核。

今年5月，当时迪斯尼的首席执行官凯文·梅尔（Kevin Mayer）被聘请为TikTok的新首席执行官和字节跳动的首席运营官。

另一边，字节跳动还在尝试美国之外的“可能性”。

8月3日，TikTok相关负责人曾向时代周报记者确认，TikTok正在探讨在美国之外设立总部的可能性。8月6日，外媒报道称，TikTok将在爱尔兰

建立首个欧洲数据中心，投资额为4.2亿欧元，欧洲用户的数据将储存在该数据中心。

真实的张一鸣

“今天的互联网在很大程度上是由Alphabet、亚马逊和脸书等美国公司或好或坏经营的，而TikTok是第一家真正突围而出并开始影响美国和中国全球一时的中国公司，这也是其中国同行，如阿里巴巴、百度和腾讯，迄今还没做到的。”《大西洋月刊》记者迈克尔·舒曼曾在一篇对张一鸣的采访手记中这样写道。

在上述几家互联网公司创始人里面，马云56岁、李彦宏52岁、马化腾49岁，37岁的张一鸣最为年轻。

2005年，从南开大学软件工程专业毕业的张一鸣跟师兄组团，开发面向企业的IAM协同办公系统。像很多年轻人一样，一年后创业失败的张一鸣选择寻找大公司“镀金”。

之后的几年里，张一鸣先后进入酷讯、微软，并以技术合伙人的身份加盟了老乡王兴（现美团创始人）创办的类微博网站“饭否”。

直到2009年，海纳亚洲公司向张一鸣伸出橄榄枝，在他们的支持下，张一鸣创办了垂直房产搜索引擎“久久房”。

6个月间，张一鸣先后推出了掌上租房、掌上买房等5款移动应用。在当时的移动互联网环境下吸引了150万的用户。

显然，房产搜索引擎并不是张一鸣最满意的选择，依靠在“酷讯”和“饭否”时期积累的对“组织信息+社交行为分析”模式的理解，2011年，辞去“久久房”CEO职务的张一鸣，在次年成立了字节跳动科技有限公司，并上线了今日头条，后者短短3个月内吸引了1000万用户。

如同张一鸣在决定跳槽时的果断与大胆，接下来几年，字节跳动接连推出以视频业务为核心的抖音、西瓜视频、火山小视频；以社区运营为核心的懂车帝、皮皮虾、悟空问答；围绕教育业务展开的西瓜英语、清北网校等产品。

今年5月，在《财富》杂志发布2020年“中国40位40岁以下的商界精

TikTok大事记

2017年	
5月	抖音海外版TikTok上线
11月	今日头条宣布以10亿美元的价格收购musical.ly
2018年	
3月	TikTok凭借4580万次下载量首次成为APP Store全球下载量最多应用
2020年	
4月	TikTok在美国的累计下载量超过1.65亿次
6月	迪士尼前高级副总裁凯文·梅耶尔（Kevin Mayer）成为字节跳动首席运营官兼TikTok全球首席执行官
8月2日	微软公司称将继续寻求收购TikTok，争取在9月15日之前完成商讨
8月4日	特朗普表示，除非达成出售在美国业务的协议，否则TikTok将在9月15日之前被强制关闭其在美国的业务
8月6日	TikTok计划在爱尔兰建立首个欧洲数据中心，投资额为4.2亿欧元，储存欧洲用户数据
8月7日	美国总统特朗普宣布将在45天后禁止任何美国个人及企业与TikTok母公司字节跳动进行任何交易

英”榜单中，张一鸣高居榜首，紧随其后的则是商汤科技创始人兼首席执行官徐立、数坤科技创始人兼首席执行官马春娥、滴滴创始人兼首席执行官程维、快手创始人兼首席执行官宿华等。

在外人看来，张一鸣不同于中国大多数的互联网企业家，他有着更平易近人的亲和力。

非正式场合下，张一鸣常穿一件普通T恤，颜色以灰白黑为主，加上一副近视镜，呈现着标准的理工科男的装扮。

“在他身上，你很难感受到中国互联网巨头创始人的神秘感。”外界曾有人这样评价。

“在计划采访时，我在电子邮件中称他为张先生。在中国，商人在接受采访这类事情上往往倾向于更正式。但TikTok的通信主管轻笑着告诉我，‘你是唯一叫他张先生的。’在字节跳动公司，他（张一鸣）直接让人称呼他的名字，所以直接叫他一鸣就好。”在迈克尔·舒曼的采访手记中，有这样一段记录。

上述字节跳动员工告诉时代周报记者，张一鸣会定期举行一次全员面对面的座谈。所有员工都有机会在面对面活动的时候提出问题，发表自己的评论，所以在字节跳动工作的人，基本都有接触过张一鸣。

当然，在疫情期间，这种座谈从线下改为了线上。

在他看来，张一鸣是一个“务实的浪漫主义者”，它既有大局观又具备“火星视角”，但在公司管理以及其他方面上又是务实且理性的，因而，整个字节跳动也呈现着这样的风格。

“我个人比较欣赏字节跳动公司内部的文化以及管理方式。从创业开始，字节跳动就一直在跟全球范围内的优秀企业对接，比我之前经历的一些企业在文化和管理制度上更为先进。”他说道。

尽管张一鸣依靠对全局观的把控，赋予了TikTok全球化的愿景，但TikTok的未来早已不完全受他个人意志影响。

无论TikTok最终结果如何，张一鸣与他的字节跳动此役都会在商业史书写重要一页。■

新消费主义

老字号的没落 从年轻人不再打卡开始

时代周报记者 陈婷 发自上海

一件商品，可以连接一段回忆。
8月9日，在许久的沉默之后，生于60年代的上海人张周（化名）聊起了关于甜味、关于小时候的记忆。

“是大白兔奶糖吧，带有奶油味的味道很甜，我小时候都等不及剥掉奶糖外面包着的糯米纸，火急火燎地就要把它塞进嘴里。”张周笑着说，直到现在，他都不知道那层糯米纸能不能吃。

“七八十年代，大白兔奶糖市场供销两旺，到别人家里做客，买几斤大白兔也是有面子的，上海的食品店经常会断货，但也会马上补货。”张周絮絮叨叨地聊着，从前走亲访友特有的仪式感。

他怀念的不仅是奶糖。
张周回忆，自己结婚时，有着“三大件”的说法，手表要上海牌，缝纫机要蝴蝶牌，自行车要凤凰牌、永久牌，“那才叫上档次。”张周提高音量说道。

当年，骑上擦得锃亮的永久牌自行车走街串巷，车铃“叮铃铃”的脆响跟随一路，整个人都意气风发起来。
这是属于他那个年代的“打卡”。
后来，随着市面上的商品选择越来越多，大白兔奶糖、凤凰牌自行车等一系列的身影都已渐渐地从张周的生活里消失了。

如今，他已超过30年没吃过奶糖，也已开了将近20年的小轿车。

“我女儿说，那些牌子都‘OUT’了。”张周无奈感慨，即便是和自家女儿提及，她也很难理解当年自己骑着自行车的帅气。

在年轻人看来，这些曾经为上一代人、乃至上几代人倍感珍惜、津津乐道的老字号品牌，早已不值得他们趋之若鹜。

是老字号不思进取？显然并不是，从前赴后继的上市军团来看，老字号也有一颗追逐“后浪”的心。

7月7日，张小泉股份有限公司上市申请已获深交所受理。

此外，山东德州扒鸡股份有限公司和浙江五芳斋实业股份有限公司也正在上市申报前的辅导工作。

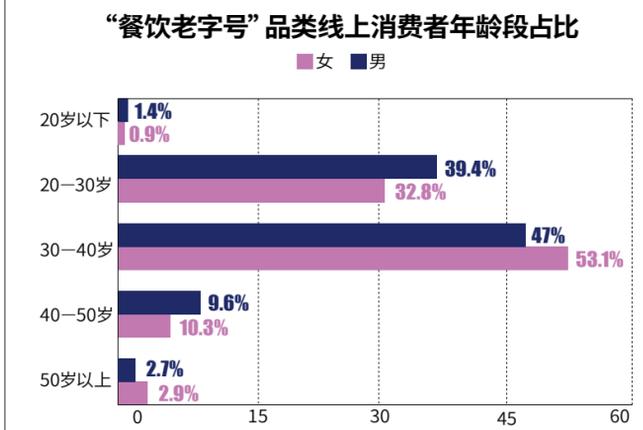
这几家公司的年龄分别约是，400岁、300岁、99岁。

但老字号焕新，显然并不容易。

金字招牌日暮西山

很多响当当的金字招牌们，正在当代遭遇窘境。

2006年，商务部曾启动“振兴老字号工程”，同年，商务部编写的《2006年老字号发展报告》显示，在原国内贸易部认定的1600多家老字号企业中，维持现状的仅占70%；长期亏损，面临倒闭、破产的占20%；生产经营有一定规模、效益好的只有10%左右。



数据来源：美团研究院《2020“餐饮老字号”数字化发展报告》

2019年，张周念念不忘的“三大件”，已然是勉强经营。

4月18日，生产永久牌自行车的上市公司中路股份（600818.SH）发布2019年年报。

数据显示，2019年公司实现归母净利润-6303.3万元，上年同期为506.8万元，未能维持盈利状态。

近年来，金字招牌全聚德（002186.SZ）一直在经营不善的风口浪尖上。

Wind数据显示，2017—2019年，全聚德营收分别约18.61亿元、17.77亿元、15.66亿元，对应的归属净利润分别约1.36亿元、7304.22万元、4462.79万元。仅是2019年度，全聚德净利润便同比下降38.90%。

疫情更是加重了全聚德危机。
据其发布的半年度业绩预告显示，上半年将亏损1.52亿—1.39亿元。

不仅如此，价格贵、不好吃、服务差，这些年来，全网都在吐槽全聚德。但全聚德并非不努力。

7月24日，全聚德156周年生日，全聚德总经理周延龙宣布，将进行三大调整：调整门店菜品菜价，整体下调10%—15%；全国统一烤鸭价格和制作工艺；取消所有门店服务费。

早在2016年，全聚德更全面推进“互联网+”战略。外卖与电商同期上线，并设计了很潮很年轻的名字“小鸭哥”，以及呆萌的卡通鸭Logo。

不过，负责运营全聚德外卖的“鸭哥科技”仅运营一年多时间，就因亏损严重，未达到经营预期而被叫停。

“全聚德的复苏，已经不大可能了。”8月9日，中国食品产业分析师朱丹蓬略带漠然地说，“我在食品行业28年了，也一直在关注全聚德，怎么会看不清楚？”

在朱丹蓬看来，从产品、品牌、多元化以及整体运营上，全聚德都已经全面落后于时代。

他表示，“当代主流消费群体对全聚德的品牌沉淀并不买账，一方面是全聚德的产品组合单一，产品没有

太多的升级，老字号的坚守与消费者喜新厌旧的消费特色是相悖的；另一方面，烤鸭的油腻与新生代消费者大健康的消费理念也并不匹配”。

有媒体曾在报道中提及，受环保要求的限制，全聚德的独家挂炉烤鸭工艺早已名存实亡。而在竞品面前，它又显得老迈和笨拙。

如，某家竞品的原料选取22天的小雏鸭，其脂肪含量约是15%，更符合年轻人饮食理念。而全聚德至今仍在使用脂肪含量约42.38%的大肥鸭。

在北京土生土长的90后林如（化名）向时代周报记者坦言，她每次听到全聚德转型调整的消息，内心都毫无波澜。

在林如印象里，全聚德一直是传统装修、宫廷风定位。“部分老年人还是认的，毕竟是皇城根留下来的东西，但我感觉身边的老年人吃便宜坊也比吃全聚德多，除了老年人之外，也就外地人来北京才会去吃了。”

全聚德显然不仅跌出了性价比梯队，其代表老北京名片的仪式感似乎也日渐没落。

老字号争做网红

据美团研究院《2020“餐饮老字号”数字化发展报告》数据显示，在“餐饮老字号”品类线上消费者年龄段占比中，30—40岁占去半壁江山，40岁以上的亦有近13%，20岁以下仅有0.9%—1.4%。

这还仅是线上的餐饮数据，毕竟线上的年轻人更多。如回归线下及扩展至更多行业，老字号的“中老年危机”或将更严峻。

年轻化转型已迫在眉睫，但转型又谈何容易？

7月31日，接触了诸多老字号品牌的天猫国潮负责人施兰婷，向时代周报记者总结了当下很多老字号品牌出现的问题，“品牌老化、创新不足、市场萎缩、竞争力下降等问题，不少经营出现危机”。

在此大背景下，部分老字号品牌正在试图作出改变，重新融入当代人的日常生活。

与父辈一样，位于上海的00后陈清（化名）对大白兔品牌也有印象，却不是来自于白花、胖乎乎的奶糖。

8月7日下午时分，陈清在大白兔位于上海凯德晶萃广场的联名奶茶快闪店买了一杯咸香奶盖奶茶，尝了一口后，她评价道：“味道比去年的联名奶茶有进步，没那么甜了。”

陈清回忆，去年大白兔在凯德晶萃的联名奶茶店一度火爆无比，她曾为了买一杯奶茶排了一个多小时的队，就为“凑个热闹，发个朋友圈”。

这一次，陈清自然也没忘记发朋友圈“打卡”，配上了蓝白两色为主的奶茶店的照片以及她和设计精巧的奶茶杯的自拍。

不同的是，今年的打卡排队只花了5分钟。

外形时尚、口味现代的联名奶茶，不过是时年61岁的大白兔争做“网红”的众多举措之一。

早在2015年，大白兔就与法国时尚轻奢品牌“Agnes b.”跨界合作推出限量版糖果礼盒；此后，2与“中国国家博物馆”跨界合作推出“四方尊”的文创糖果礼盒；与“太平洋咖啡”推出合作饮品；与快乐柠檬、气味图书馆、GODIVA、乐町等中外知名品牌展开过多次跨界营销。

公开数据显示，大白兔的跨界曾取得一定的成效，2019年6月，大白兔系列香氛首发2天，线上线下销售额突破1000万元。

与大白兔相似，诸多老字号品牌都在近年来开始尝试跨界营销：狗不理出了面膜，马应龙出了口红，百雀羚跨界敦煌博物馆推出联名眼影盘，英雄第一次和卡地亚的设计师合作，联袂推出中国风钢笔。

或许是受益于花式营销，2019年，马应龙营收达到27.05亿元，同比上涨23.11%，归母净利润达到3.60亿元，同比上涨104.29%。

8月6日，一名接近多个老字号品牌的广告业人士对此分析称，大白兔等老字号品牌争做网红，等于是在重建品牌对当下主流消费者的吸引力；“老字号品牌在当年也称得上是网红，只是当年还没有网。”

让年轻人重新打卡，重新成为网红，反而成为部分老字号的规定打卡动作。

创新跟上时代

老字号寻求品牌年轻化势在必行，但前提是，年轻化能走远？又能走多久？

“我们试图关注新一代消费者的需求。”7月31日，光明乳业相关负责人表示，光明乳业业务溯源于1911年，已有100多年的历史，近些年来，光明乳业推出多款网

红产品，与豫园合作的豫园限定老酸奶、网红流心八宝饭、与大白兔合作推出了大白兔奶糖味的雪糕等。

7月10日，张小泉相关负责人向时代周报记者透露：“近几年来，张小泉电商销售额从不足3000万元，快速实现逼近2亿元关口的增长，在带动整个行业电商化上，起到了关键作用。”

招股书披露的数据显示，2017—2019年，张小泉分别实现归母净利润4841.62万元、4380.85万元和7230.07万元。而据媒体报道，2013年，张小泉还处于亏损边缘。

上述的诸多老字号重回关注中心的例子，也大都与电商平台发起的国潮行动有关。据悉，近年来，天猫带动老字号跨界创新，取得了一定效果。新国货计划已助力134个国产品牌在天猫上年销售额超过10亿元、52个老字号年销售额过亿元。

8月5日，清华大学品牌营销研究员孙巍向时代周报记者点出了关键：“大白兔等老字号的复苏和这类品牌渠道的创新息息相关，它们从以往单一的只在商超的销售模式突破成往便利店、专卖店、快闪店以及网店等多种方式全渠道的创新，突破了以往的区域限制。”

然而，虽然重新在年轻消费者的记忆里植入品牌，但个别老字号却依然没有克服固有痼疾。

6月23日，回力一款休闲鞋被深圳市消费者委员会检测增塑剂超标。这已不是回力的第一次产品负面消息。

质量堪忧难以撑起回力的“国潮”名号，目前的回力依然在走单价低于100元的平价鞋路线。

“如果回力无法提升自身产品的质量和创新能力，当复古怀旧风潮过去，回力的发展可能会面临困境。”1月2日，CIC灼识咨询执行董事朱悦对此曾坦言道。

与此同时，回力及大白兔等老字号企业在对外界的接触上，依然处于一种保守的态度。

2019年10月及2020年8月，就大白兔的品牌年轻化等问题，时代周报记者曾多次向冠生园发出采访需求，都没有获得答复。

在与回力、全聚德的多次联系采访中，拒绝回应的场景同样出现。

重新让年轻人打卡固然值得肯定，但打卡之后如何细水长流渗透在国民生活里，成为另一个重要命题。

陈清坦言，与常喝的网红奶茶相比，自己买大白兔奶茶的频次少得可怜。“快闪店数量太少了，离得又远，说实话味道也没有惊艳到非买不可。”

在朱丹蓬看来，大白兔等品牌仅仅是在跨界上面有所成绩，增加了一些曝光度，但复兴的路依然很长。

“一个简单的问题，你今年吃了几颗大白兔奶糖呢？”朱丹蓬反问道。

也许，不再提辉煌往事，忘记自己有多老，才能真正年轻。■



姜德义接棒 北汽大自主迎来摆渡人？

时代周报特约记者 李卓玲 潘卓伦
发自广州

“作为承载北汽集团‘高、新、特’战略的重要一环，北汽新能源是集团发展的未来。”8月8日，北汽集团党委书记、董事长姜德义在履新后的首站调研活动上如此表态。

这是姜德义从徐和谊手中接过帅印的第九天，在此期间，北汽新能源动作频频：8月3日，北汽蓝谷（600733.SH）宣称募资55亿元专攻ARCFOX、换电业务等；8月8日，北汽宣布向北京地区消费者发放10亿元新能源消费券，几乎覆盖北汽旗下全部新能源车型。

无疑，不管是徐和谊还是姜德义，在北汽自主板块的破局上，新能源板块被寄予厚望。

在徐和谊时代时，北汽集团营收大踏步前进，但迟迟难以破局的大自主板块和逐渐被超越的新能源板块，成为这位“超预期服役”的北汽一把手任期内的遗憾。

随着徐和谊的卸任，这一切也随之转移到姜德义身上。在跨行执掌5倍营收体量的汽车集团后，这位“汽车新人”又能否成为北汽大自主的摆渡人？

“北汽自主板块还是要找到自己的优势所在，并进一步优化产品，在战略实施及产品投放上不能太急于求成，要有一定节奏和持续性。”8月9日，汽车流通协会副秘书长罗磊对时代周报记者说道。

徐和谊的未竟之事

徐和谊在北汽的18年，业界评价不一。

2002年，徐和谊加入北汽后，主导的第一件大事就是把现代汽车引入北汽，并创下了亮眼成绩，随后，2006年其开始担任北汽集团党委书记、董事长。

至此，北汽集团进入了约14年的“徐和谊时代”。

在徐和谊的掌舵下，北汽集团年销量从最初的68万辆增至226万辆，增长超过2.3倍，营收由587亿元增至5012.3亿元，增长超过7.5倍。

然而，高速发展背后，是北汽显而易见的失衡与瓶颈。

据北汽港股上市公司北京汽车（01958.HK）财报显示，其2019年营



收入为1746.3亿元，仅北京奔驰一家，就贡献了其中的1551亿元，占比高达88.8%。

此外，财报还显示，2019年，北京品牌毛利亏损47.28亿元，相比2018年（亏损35.16亿元）进一步扩大。

承担着集团厚望的北汽新能源目前则每况愈下，今年6月，北汽新能源销量为3008辆，同比暴跌88.46%，创下今年“六连跌”。

而据北汽蓝谷财报显示，2019年，其扣非净利润为-8.74亿元，同比亏损进一步扩大。其中，非经常性损益项目中最大的一笔收入是政府补助，金额约为10.42亿元。

面对羸弱的自主板块，北汽不断尝试变革寻求突破。

有前北汽新能源中层管理者在接受时代周报记者采访时称，“徐和谊是有战略眼光的”，不过，战略在执行过程中是否具备定力，却是对掌门人更深一层的考验。

“徐和谊擅长制定战略，但从过往北汽自主发展脉络来看，战略定力不足，特别是自主燃油车板块，先是分散2个品牌，但绅宝没搞起来，现在又推出了BEIJING，频繁调整，大方向感觉不差，但落实不够坚定，产品力也起不来。”有业内人士对时代周报记者说道。

事实上，无论是近期推出全新自主板块品牌“BEIJING”，还是更早期的威旺并入昌河、北汽越野独立，均

暂未让自主板块展现复苏苗头。

核心技术现短板

北汽自主板块要实现破局，横在新掌门人姜德义面前的核心问题之一，是与集团自主宏图不太匹配的造车核心技术短板。

以最能代表传统车企造车的发动机为例，北汽自主板块与广汽、上汽、长安等一线车企的距离显著，尤其在高端发动机领域，其还高度依赖整机采购。

8月9日，时代周报记者在广东佛山某北汽4S店走访时了解到，目前北汽旗下，包括BEIJING以及北京越野，不考虑由于国VI排放标准衍生的型号，按照发动机基础排量分类，北汽共有六款SUV搭载2.0L/2.0T或以上排量的发动机。然而，其中有四款车型搭载的发动机，是整机采购自其他车企。

“新上市的2020款BJ90，全系都搭载奔驰的发动机。”对于搭载外购发动机，北汽方面上至厂家，下至4S店销售顾问，并不忌讳，甚至作为卖点进行推广；北京BJ90的发动机盖板中央，就贴有一颗半手掌大的奔驰“三叉星”车标。

据悉，除了上述2020款北京BJ90全系，包括2020款北京BJ40 2.0T、北京BJ80 3.0T等车型，都搭载了分别采购自长城旗下蜂巢易创以及五菱的发动机。

北汽在售唯一非外购的2.0L/2.0T或以上排量的发动机，则是2009年从萨博收购而来，其规格、技术特点等基本维持在当年的水平，目前主要搭载于北京BJ40与北京BJ80上。

或正由于该款发动机油耗表现欠佳，北汽方面才物色了蜂巢易创的2.0T发动机，加入到北京BJ40车系中。

以上几款机型，是北汽旗下定价进入15万元以上水平的所有燃油SUV。

综观当今车坛，一线自主车企均拥有高规格的自研发动机，这是其与合资品牌争夺市场的基础。没有与高端车型匹配的自研发动机，大大限制了北汽的发展路径。

至于北汽旗下具有相对较高自研属性的发动机，均是基础排量1.5L的小排量发动机。

其中，以刚于6月上市的BEIJING-X7搭载的1.5T发动机最为先进，但该发动机的性能指标与同级竞品相比，未展现出优势。

据上述4S店销售顾问介绍，BEIJING-X7的最大马力为188匹，峰值扭矩为275牛·米。单以最大马力一项数据为例，这样的动力指标放在其10.49万-14.69万元的价格区间中，与哈弗、长安等车企的同级车型相比有着约20%账面差距。

造成以上性能差距的原因，与BEIJING-X7全系缺席2.0T发动机车型直接相关。

被问及BEIJING-X7为何未拥有匹配2.0T发动机的车型时，销售顾问表示这是厂家出于油耗的考虑。

但时代周报记者梳理，以同价位的哈弗H6 2.0T车型为例，其工信部油耗仅比BEIJING-X7的1.5T车型高约4%，可谓相差无几。

8月10日，对于北汽自主是否有更高规格的发动机正在研发中等问题，时代周报记者向北汽公关部方面发去问询，截至发稿未获回复。

切换赛道寻找破局之路？

面对以发动机为典型的燃油车技术短板，北汽是否采取外购优先于自研的策略？

北汽又是否准备直接切换赛道，押宝到新能源车市场？

这一切不得而知。

但姜德义接棒后的工作重心，仍然能在一定程度上透露北汽背后的战略路径。

据8月8日车企官方信息，姜德义上任后首站调研的正是北汽新能源，其主要对北汽换电模式、ARCFOX αT、北汽新能源历代及最新整车产品进行了深入了解。

姜德义为北汽新能源产品、技术层面制定了怎样的规划尚未可知，但若其对新能源车领域已有充分调研，应该意识到时下北汽新能源加速发展刻不容缓。

从产品力看，已经归入BEIJING匹配的新能源车型，无论是纯电续航还是加速性能的天花板，都已经被广汽、上汽等同行拉开一定差距。

更关键的是，在新能源车市场更受关注的自动驾驶技术，BEIJING品牌下的新能源车几乎是一片空白。

对于北汽集团在新能源领域的技术高度，即将推出首款量产车的ARCFOX或具有较高的参考性。不过，综合目前已经官宣的数据，例如其653km的NEDC综合续航，仍未属市场顶级水平。

对于北汽新能源的现状，姜德义在调研中直言，北汽新能源要制定明确的、清晰的、符合发展要求的短中长期目标，按照市场规律办事，有计划、有节奏、有储备、有侧重地全面提升核心竞争力。

值得关注的是，在北汽大自主破局道路上，目前以姜德义为首的北汽集团新一代领导班子已初步组建。其中，李一秀领衔BEIJING汽车新营销团队，刘宇正式上任北汽新能源新任总经理。

从此前的北汽新能源副总经理转变为BEIJING汽车营销团队总经理，李一秀不仅肩负自主板块渠道整合重任，还要为BEIJING新品牌统领下的燃油车与新能源车的销量增长找到突破口。

而从北现转战北汽新能源的刘宇，除了直面新能源销量暴跌、盈利待解等现实，高端品牌ARCFOX的首战表现备受关注。

接下来，能否与新团队碰撞出新的火花，重振北汽大自主，考验着姜德义的智慧。

“对于北汽的新领导班子而言，首要应从汽车新四化入手，重点布局新能源智能网联、新零售等方面，此外，高端品牌ARCFOX的步伐要加快，包括进一步提升其知名度。”8月7日，资深汽车行业分析师张翔对时代周报记者表示。□

“时代生活系”
Times Media
Lifestyle Campaign

葡萄酒杂志
用一杯酒
沉淀有品味的历史

Take a glass of wine
Taste the story of life

WINE 葡萄酒

云南城投混改迷局 保利系进驻一年被传生变

时代周报记者 胡天祥 发自广州

时隔一年有余，保利集团与云南城投集团（下称“城投集团”）的混改进程，仍然成谜。

8月2日，有媒体报道称，随着混改搁浅，保利也从接盘云南城投置业（600239.SH，城投集团旗下地产上市平台）的队伍中消失了。

这是继今年4月卫鹰被免去城投集团董事长职务，市场又一次传出双方混改生变的信息。

与此同时，日前时代周报记者查询城投集团领导班子成员名单发现，上面已经没有邓长清的名字及职务信息。今年1月，保利副总会计师邓长清转任该集团副总裁、党委委员，与卫鹰搭档推进混改。后者曾任保利副总工程师，去年10月经保利推荐出任城投集团党委书记、董事长。

保利集团是否已经退出城投集团的混改工作？卫鹰为何在双方混改推进过程中被免？邓长清是否仍在该单位任职？

8月5日，在接受时代周报记者采访时，云南城投置业董事会办公室回复称，按照深化国企改革三年行动方案，云南省人民政府就城投集团改革与中国保利集团有限公司签署了战略合作协议，但由于受新冠肺炎疫情影响以及中央企业管理规定限制，难以在短期内推进完成。

随后，时代周报记者又分别致电城投集团党委办公室、保利集团品牌部、保利发展（600048.SH，保利集团旗下地产上市平台）证券事务部求证。城投集团拒绝对上述事宜予以置评；保利发展则回复称，关于混改，一旦达到披露标准，公司会第一时间以公告形式发出。

截止8月10日收盘，云南城投置业报收4.2元/股，年初至今已上涨45.33%；保利发展报收16.27元/股，年初至今上涨6.18%。

搁浅还是退出？

一家中央企业，一家地方国企，双方得以合作，契机来自云南省的国企改革。

2018年11月，云南省正式颁布《云南省深化国有企业改革三年行动方案



（2018—2020年》，力争通过3年时间，打造一批具有核心竞争力的企业集团，这其中就包括城投集团。

“公司控股股东城投集团的混合所有制改革是由云南省人民政府主导的。”云南城投置业董事会办公室人员告诉时代周报记者。

2019年5月，云南省委书记陈豪在昆明会见了保利集团总经理张振高一。两个月后的7月2日，云南省人民政府与保利集团在昆明签订战略合作协议，后者计划参与城投集团的混合所有制改革。

“央地混改的目的是为了实现优势互补，中央企业在银行信贷等方面有它独到的优势，地方国企则拥有当地资源，比如政策、人脉等。”8月5日，中国城市经济专家委员会副主任、中国综合开发研究院旅游与地产研究中心主任宋丁告诉时代周报记者。

2019年9月，即签约两个月后，云南省省委常委、常务副省长宗国英带队拜会保利集团董事长徐念沙，意在进一步落实战略合作协议，加快推动保利集团参与云南国企混改相关工作。

一个月后，经保利集团推荐，卫鹰出任城投集团党委书记、董事长，此举也被外界视作双方混改迈出关键一步。

2020年1月，邓长清也被保利推荐至城投集团，与卫鹰一同推进混改工作。

然而，双方的蜜月期却随着一次

会议的召开被打破。

4月16日，云南召开省属企业改革发展金融工作座谈会，省委、省政府提出要将城投集团打造成为全省文化旅游、健康服务两个万亿级产业的龙头企业。没过几天，城投集团便获得首期30亿元现金注入。

获得现金注入不到一个星期，4月30日，城投集团召开干部大会，宣布杨敏任集团党委书记、董事长。

据当地媒体报道，省委、省政府之所以作出这一决定，是为了推动城投集团加速成长为全省文化旅游、健康服务两个万亿级产业的龙头企业。

另一边，卫鹰的卸任，也被部分媒体和机构解读为保利退出城投集团混改的标志性事件。

国盛证券发布观点称，卫鹰本因双方混改工作而来，此时抽身离去，也使得城投集团的混改变得扑朔迷离。

在卫鹰当天的表态发言中，似乎也能发现异常，之前逢会必提混改的他，在这次干部大会上只字不提此事，而是透露保利与云南省委、省政府、城投集团的合作还将持续，而且合作模式会越来越丰富。

在接受时代周报记者采访时，云南城投置业也未明确回应保利集团是否已经退出城投集团的混改。

“央地混改的难点在于双方都有自己的利益诉求，如果能在利益问题上达成一致，那就能持续往前推进，一旦双方利益难以协调，其结果往往

是搁浅甚至散伙。”宋丁告诉记者。

云南生意遇阻

混改之外，保利此前与云南城投的一项交易，进展也不顺利。

2019年10月，就在卫鹰出任城投集团党委书记、董事长之际，云南城投置业与保利发展旗下的广州金地房地产开发有限公司签署《合作框架协议》。

《合作框架协议》显示，云南城投置业拟依法将公司持有的“欣江合达”60%股权及对应的债权、“东莞置业”90%股权及对应的债权、“版纳置业”90%股权及对应的债权、“官渡改置业”90%股权及对应的债权以协议转让或公开转让的方式转让给广州金地，后者需支付22亿元作为交易诚意金。

上述协议有效期为自签署之日起6个月，如有效期内双方无法达成正式合作，则《协议》终止。

交易背后，则是保利发展看中了上述公司持有的土地项目。其中，欣江合达持有古滇二期项目，合计1331.28亩；东莞置业持有华阳花园项目，计容建筑面积约12.86万平方米；版纳置业持有雨林澜山项目，合计845.92亩；官城改置业持有官城二期项目，合计79.19亩；另外，官城改置业还持有150.17亩土地尚未动工。

但在协议签署后数月，双方一直没有披露上述项目的具体进展。

“公司所有拓展的项目，都会有前期进入、市场调研等一系列工作要做，所要花费的时间也比较多，尤其是涉及项目收购的话，还会有尽职调查等。”保利发展证券事务部人员告诉时代周报记者。

直到今年4月27日，云南城投发布公告称，拟转让西双版纳云城置业有限公司90%股权予保利，标的股权转让价款为3.16亿元。

不过，这只是拟转让的4家项目公司中的一家。对于其他项目的转让情况，保利发展与云南城投置业均未披露。

保利发展证券事务部人员告诉时代周报记者，就云南城投置业项目来说，因为它每个项目状态不一样，所要花费的周期也就不一样，如果有进展的话，公司会第一时间进行公告。■

6.18%

%

<

房企淘汰加速 百亿规模圣桦急冲千亿目标

时代周报记者 蔡颖 发自广州

在行业增速放缓，叠加新冠肺炎疫情疫情影响下，国内中小房企面临的形势正变得愈发不容乐观。

人民法院公告网显示，截至8月9日，全国已有294家房企宣告破产，其中，不少房企都是二三线城市里的小型开发企业。

川系房企圣桦集团正是中小型开发企业中的一员，错失房地产行业发展黄金期，圣桦集团试图走出一条逆流而上的发展曲线。

今年3月，圣桦集团成立四川、河南、陕西、云南、安徽、湖南、江苏等七大区域公司，建立全国区域化平台发展架构，吹响了“上规模、冲千亿”的号角。

一个月后，圣桦集团时隔两年出现在成都公开土地市场。随后的5、6月，圣桦集团先后竞得安徽亳州、河南开封西湖片区相关地块。

种种迹象显示，圣桦集团对规模冲刺的野心不容置疑。而摆在眼前的事实是，2019年，圣桦集团销售额仅为161.5亿元，排在百强之外。

对中小房企而言，要想实现规模突围，经营和试验都不容许错判。

如何才能找到通往千亿的道路，进而跻身主流房企之列？是圣桦集团当下最迫切的任务。

8月6日，时代周报记者就相关问题联系圣桦集团，相关负责人回复称：“最近我们暂时没有对外披露信息的宣传计划。”

资金规模有限

官网显示，圣桦集团于2012年在成都起步，成立后便火速拿下三宗大体量地块。当年8月拿下四川省南部县优质地块；9月拿下成都市大邑县150亩地块；10月在河南省开封拿下千亩土地。

截至目前，圣桦集团在全国10余个城市陆续落地，包括四川大邑、新都、资阳、眉山、南部、营山；河南开封、周口、濮阳；陕西汉中；云南昭通；安徽亳州等地。

虽然横跨多省，但圣桦集团深耕城市均是三四线城市。事实上，自上一轮棚改政策逐渐退出后，以部分三四线城市为代表的低能级城市已不被规模房企所重视。

中指院研究报告指出，2019年，百亿企业持续聚焦二线城市，50家百亿代表企业的二线城市业绩贡献占比为59.4%，是销售贡献主力；一线城市的市场占比为19.1%。

8月7日，同策研究院资深分析师宋红卫向时代周报记者指出，对中小房企来讲，由于资金规模有限，不可能全面扩张。重仓某一个城市，不管是

因为单一城市面临的不确定性较高。三四线城市相对于一二线城市来讲，风险相对更高，所以不适合重仓单一某个三四线城市，其背后隐藏着政策突然收紧、市场需求不足等风险因素。

除重仓三四线城市外，圣桦集团的销售业绩也鲜为外界关注。

在中指院发布的《2019中国房地产百强企业榜单》中，圣桦集团销售额为161.5亿元，销售面积为190.6万平方米，居该榜单第132位。而在2018年，圣桦集团的销售额度为171亿元，居该榜单第131位。

今年上半年，中指院发布的《销售超过50亿的房企名单》中，未见到圣桦集团的身影。

“从全国来看，圣桦集团并没有进百强。目前算是本地的一家小公司，小公司有个比较大的问题，就是资金链。他们目前还是主要做三四线城市，做高周转，去年的销售额应该还是有一定水分。”8月10日，一位成都地产圈人士告诉时代周报记者。

融资渠道单一

要想冲击规模，获得更多拿地筹码是多数房企所采取的常规动作。而低价、大体量是圣桦集团主要拿地特点。

大盘开发模式需要强有力的资金支持，而圣桦并非上市公司，背后的资金来自哪里？

时代周报记者调查发现，圣桦集团与五矿信托关系密切。

从2018年开始，圣桦集团开始通过五矿信托—恒信共筑96号—蓉盛系列集合资金信托计划为各地项目输血。

其中1期成立于2018年11月15日，计划总规模为1.515亿元，其中A类信托资金1.39亿元主要向周口圣桦置业有限公司发放股东借款。用于项目公司持有的周口市东新区周口圣桦名城项目的开发建设。

该信托发布的最新的一笔为15期，成立时间为2019年9月27日，托计划募集总规模不超过1.65亿元。其中1500万元用于受让濮阳圣桦置业有限公司30%股权，1.5亿元是向项目公司发放股东借款，具体用于圣桦·清华玖号院二期项目开发建设及归还借款。

通过该信托计划，圣桦集团旗下的濮阳圣桦锦江天悦项目、圣桦锦江山玺项目、成都市大邑“圣桦华庭”项目等陆续得到资金支持。

除此之外，圣桦集团汉中项目也出现了五矿信托的身影。

2018年8月份，五矿信托—恒信共筑65号—圣桦汉中集合资金信托计划成立，总规模1.434亿元，期限12个月。该信托计划的信托资金用于项目公司持有的汉中市龙岗新区房地产项目的开发建设。

除五矿信托之外，四川信托是圣桦集团的又一“金主”。

早在2017年，四川信托向新都圣桦公馆提供了1亿元借款用于项目开发，期限为一年。

而在今年1月，四川信托发行了一款以云南昭通圣桦锦悦府项目为标的的信托产品，募集规模为2.9亿元，产品期限24个月。

8月8日，一位信托业内人士告诉时代周报记者，房地产信托项目成本基本都在10%以上，达到了13%—15%，小房企很难从信托公司拿到资金，即使能拿到，成本也更高。

宋红卫指出，房地产行业整体融资趋紧，中小房企融资更是难上加难。因为没有大品牌房企规模和信用的优势，这是金融信贷最重要的考核指标。赴港上市融资门槛也越来越高，尤其中小房企因为规模小负债高而被退回的比比皆是。目前信托融资对房地产行业的贡献越来越高，一旦信托融资收紧，对于整个行业的影响都比较大，尤其是中小房企，过度依赖信托投资，一旦政策有变，资金链断裂的风险就会上升。

“圣桦风格上比较激进，同时负债也较高。早几年还有合作，后来因为他们公司离职率太高了，我们公司跟他们也没有业务合作了。”8月10日，成都一位地产领域猎头人士告诉时代周报记者。■

“春天”特约之“一个都不能少”

快手助力扶贫 短视频成乡村振兴“新农具”

走向我们的小康生活

时代周报记者 范文茜 发自广州

以短视频和直播为代表的互联网技术、潮流与中国广袤农村相结合，正释放出巨大的经济能量。

来自快手方面的数据显示，迄今为止，超过2500万人从快手平台获得了收入，其中660多万人来自国家级贫困县；在国家级贫困县，每4人中就有1位活跃快手用户。

“短视频+直播”已经成为中国农民致富的“新农具、新农活”。

“快手逐渐成为一家具有扶贫内生驱动力的公司。”快手科技副总裁、扶贫办公室主任宋婷婷曾对外表示，基于快手超过3亿的日活用户规模、社区化内容形态和直播、电商带货的产品功能，快手在扶贫和乡村振兴方向上大有可为。

“自2018年起，快手系统性开展扶贫项目。2019年，逐步开展‘打开快手·发现美丽中国’地区合作计划、‘点亮百县联盟’扶贫战略，推动‘快手大学扶贫培训’‘幸福乡村战略’等战略项目落地。”8月8日，快手科技相关负责人接受时代周报记者采访时表示。

正如宋婷婷所说，系统性开展扶贫项目，其重点就是“授人以渔”——以短视频、直播作为乡村扶贫的信息普惠工具，赋能乡村农人，推动社交电商、信息推广；系统性激发贫困地区扶贫内生动力，实现“造血式扶贫”。

“网红”村官带领脱贫

水西村地处粤北山区，距离清远

市城区68公里。过去曾是破败萧条、土地荒废、村务缺乏管理的“问题村”……如今，这里摇身一变，成为了干净整洁、规划条条有理、游客和商户络绎不绝的“网红村”。

改变背后，是村官刘逢明利用短视频，走出来的一条“乡村振兴之路”。

2016年，受一次省外考察触动，在城市扎根多年的商人刘逢明决心回到水西村，全心投入乡村重振和发展。当时摆在他面前的一大难题是，如何让更多人知道水西村，让更多的资源进来。

2018年8月，清远市首推“乡村新闻官”制度，刘逢明被聘任为首批乡村新闻官。在清远联合快手进行培训期间，他第一次接触到短视频。刘逢明拍摄了一条踩玻璃栈道的视频上传到快手，短短几天就获得了185万次播放量。

看到了机会，刘逢明一边管理着村务，一边认真经营快手账号为家乡“代言”。如今，他的快手账号已拥有近12万粉丝，超过千万播放量。

有了短视频的助力，水西村的日子也好了起来，旅游业、生态农业蓬勃发展。刘逢明接受媒体采访时表示，村民集体纯收入从2015年的5000元，飞跃至2019年的68万元。此外，2019年水西村劳资收入达到155万元，营业收入890万元，被评为广东省特色村。大部分村民有了工作，附近的村子也纷纷开始模仿起水西模式。

快手科技对时代周报记者表示，除了日常会有一些流量投放帮助像刘逢明这样的账号成长，快手还会为他们进行品牌包装、培训等工作。



2019年初，40多岁的刘逢明，再上了一次“大学”。他远赴北京快手总部，参加“快手幸福乡村带头人计划”培训，和像他一样的快手村官、快手达人一起研究怎么拍快手，怎么结合水西村的优势，把内容传播出去。

据上述负责人介绍，在国家扶贫政策背景下，快手启动了“快手大学”扶贫项目，着力培养像刘逢明这样有意成为社交电商、短视频宣传的人才，推动乡村振兴和产业发展。

和刘逢明一样，从“快手大学”中走出的“快手村长”不在少数。同在广东的连樟村，村支部书记陆飞红也接受了快手培训，用快手推介家乡和特色农产品，一周就卖出1.2万斤番薯。

帮助乡村“造血”发展

快手在早年战略布局时就已关注到农村市场和乡村用户，制定了一系列计划。2018年，快手成立了专门

的扶贫工作室。

同年，快手宣布启动幸福乡村“5亿流量”计划，投入5亿流量资源，给予国家级贫困县一定的流量倾斜，专门助力推广和销售当地特产，也让乡村和城市有同等的机会被看到。

以赋能乡村为己任，快手从电商扶贫、教育扶贫、旅游扶贫、生态扶贫等多个方向和维度，探索“短视频、直播+扶贫”的新模式，帮助乡村实现自身“造血”，推动贫困地区脱贫攻坚。

教育扶贫方面，快手推出了“快手大学扶贫培训”“幸福乡村带头人计划”等战略项目。

让刘逢明受益的“幸福乡村带头人计划”，目前已成为国内首个乡村创业者成长孵化器和乡村产业加速器。

截至2020年5月，快手幸福乡村带头人项目共发掘和培养74位乡村创业者，提供超过200个在地就业岗位，累计带动超过3000户贫困户增收。

电商扶贫方面，快手发布了“福苗计划”，动员全站电商达人、MCN机构、服务商等，帮助贫困地区的老铁推广、销售产品。

自今年3月起，快手平台还启动了“百城县长直播助农”活动，结合地区特色，推广文旅、非遗及区域产业，同时带动当地电商发展。目前已进入全国47个市县，累计销售额已超过2亿元。

考虑到每个地区都有自己独特的特色以及问题，快手扶贫也注重区域深耕、精准扶贫。

广东是我国人口和经济大省，以“珠三角”的桑基鱼塘，粤西的热带农产品，粤东的精耕细作传统为代表，广东的农业生产得到快速发展。

上述相关负责人表示，快手在广东有坚实的用户基础，合作潜力巨大。2019年9月，快手与广东省扶贫办签署了战略合作协议，目前正进一步推进各项合作落地。

下一步，快手将倾斜更多资源，积极推进多个重大项目在广东落地，助力探索出一条具有广东特点的“短视频+网红”农产品营销道路。

“摆脱贫困首要并不是摆脱物质的贫困，而是摆脱意识和思路的贫困。”在采访中，快手负责人对时代周报记者说道，扶贫必扶智，快手平台本身就有很多适合乡村的农技农服视频，可以供乡村用户学习。

在快手看来，真正有效的扶贫应该是让贫困地区也享受到社会发展红利，让处于中国土地神经末梢的人们可以看到不同的生活方式，让他们对美好生活有自发需要，并能通过努力应用和掌握新技术来改善生活。□

远洋集团“南移”：全区域布局铺开 旧改项目为主力军

2020年，对房企来说是不平凡的一年。除却外部疫情影响，房地产行业的深度调整仍在继续，房企们的变革也应运而生。

2020年初，远洋集团(03377.HK, 简称远洋)正式启动新“五期”战略。

远洋提出，在未来的5年中，集团将全面聚焦主业、聚焦发展、聚焦效益，在确保财务状况稳健的原则下，通过提高投资标准、坚持城市深耕等策略，保持开发主业高质量可持续发展的同时，推动新业务的协同发展。

从布局上，远洋集团更加注重平衡区域分布，截至2019年底，京津冀、长三角、珠三角、长江中游及成渝分别贡献36%、22%、17%和14%的协议销售额，近90%协议销售额来自五大城市群。

今年以来，远洋集团陆续宣布环渤海开发事业部、北京开发事业部、华西开发事业部正式成立。至此，远洋北京、环渤海、华东、华南、华中、华西六大区域事业部的架构已清晰呈现。

与此同时，以京津冀为基本盘的远洋集团，今年正式喊出了“南移西拓”的口号。

大湾区布局全面铺开

其实，早在2005年6月，远洋集团已经进军华南，落子广东中山。2006年1月18日，远洋(中山)公司正式注册成立，从政府代建项目开始，到当年年底，中山远洋城项目正式奠基开工，远洋集团正式在华南市场站住了脚跟。2010年12月，远洋集团代建的中山博览中心问鼎中国建筑质量最高奖“鲁班奖”。

2011年，远洋先后获取了中山远洋启宸项目、深圳远洋新干线项目，远洋集团开始拓展华南区域市场。



伴随着远洋在中山、广州、深圳珠三角三大支点建立，远洋集团同时在佛山、东莞、珠海、江门、惠州等地展开布局。在广佛区域，远洋在广州深入布局核心区住宅、别墅、写字楼公寓以及城市更新等综合领域。而广州远洋天骄更是成为全球首例获得WELL MFR金级认证的住宅项目，也是国内首个WELL标准健康住区；在佛山三水，远洋与中南、华远合作，连落三子，开发远洋华远天骄、中南远洋漫悦湾、华远远洋海蓝城项目。

2017年前后，远洋拓展了福建省

场，目前已经进入漳州、厦门、福州、龙岩等主要城市。

2018年，《粤港澳大湾区发展规划纲要》全面落地，粤港澳大湾区正进入高速发展期。粤港澳大湾区由“9+2”组成，即广东的广州、深圳、珠海、佛山、中山、东莞、惠州、江门、肇庆，以及香港特别行政区、澳门特别行政区。大湾区的经济总量、经济质量、经济潜力在国家经济中地位突出。

远洋集团总裁助理兼华南区域总经理赵建军透露，远洋集团已经全面实现进入大湾区的主要城市，但项

目类型不一样，招拍挂、城市更新旧城改造、合作项目、代建均有涉及。远洋紧跟湾区发展的国家战略，凭借在华南的15年积累，今年正式将“南移西拓”提升为集团战略。

从2005年至今，远洋华南事业部已经经历了15个年头。赵建军告诉记者，华南区域在集团的毛利贡献已达到1/3，未来销售份额也将达到甚至超过这一比例。

旧改项目为主力军

扎根在一个新区域，房企们首先要做到就是扩充土地面积，为后续的发展做好基础，传统扩充土储的方式即是通过招拍挂来做新增。但相对于招拍挂，显然远洋集团更加看重旧改所积蓄的能量。在华南市场，远洋主张“双轮驱动”，即，旧改是主力，招拍挂是补充。赵建军透露，未来旧改比重会继续升高。

对于财务衡量指标，赵建军坦言，远洋是动态指标和静态指标相结合来评判。

赵建军解读称，湾区是所有开发商的重点，招拍挂确实竞争很激烈，远洋也参与了一些，但坚守投资标准，不冒进。首先做安全的事，其次是灵活但坚持投资标准，有原则，也有针对性。

赵建军坦言，2010年前后，中山有了扎根基础，远洋开始施行“进城下乡”策略，“进城”首站即是深圳，“当时我们也积极关注很多广州项目，并同步寻找深圳的机会。现在我们在深圳做旧改十多年，锁定项目十余个，逐步开花结果”。

根据远洋集团2019年业绩披露，目前远洋集团于深圳拥有土储约107万平方米，预计到2026年，远洋滨海

大厦、远洋天著项目等9个城市更新项目会陆续入市，项目也皆以权益收购形式，所占权益在50%-70%不等。

而远洋集团之所以如此看好旧改项目，远洋集团称，一是安全性高，市场销售情况一般较稳定，虽然政策有变化，但仍是全国优质的市场；二是利润有一定保障，从集团内部几个区域的利润业绩来看，华南给集团贡献了较好的利润和现金流，所以旧改是华南的重中之重。伴随着项目逐步释放，再进行其他招拍挂、收并购，在二级联动方面做增量，华南事业部的增长态势就会建立起来，一方面是绝对数额的增长，另一方面是在集团贡献额占比的增长。

近年来，远洋集团一直秉持着综合化的发展路线，而这些发展路线、以及综合资源的整合也让远洋集团华南事业部在大湾区旧改业务上面尝到甜头。

赵建军强调，可能旧改项目孵化需要一点周期，但是远洋华南开发事业部在旧改方面潜心做大做强。

对于做大做强，赵建军这样说：“任何一个事，从1变成10或100不见得有多难；但从0到1很难，这需要突破。”

回顾15年的远洋华南历程，赵建军很感慨，从0开始，从中山开始，从远洋城这个项目开始，远洋集团逐渐完善了以广东、福建、海南为主的主要城市布局，包括粤西的茂名和湛江。粤东的惠州、汕尾等，团队由最初的三个人发展为几百人，业绩规模成为集团主力团队，集团今年提出“南移西拓”做为五期战略的核心战略之一，对华南是一种鼓舞，也是一种鼓励，更是一种信心。

(文/刘帅)

未来家居风向： 拥抱消费升级 智能健康C位

时代周报记者 张梦琳 发自广东清远

18个昼夜奋战，武汉火神山医院在2月2日交付使用；4天后，武汉雷神山医院也逐步移交，用时仅10天10夜。

面积为3万多平方米的建设项目，至少需要2年时间规划搭建，紧急状态下的临时性建筑都需要1个月建造，更何况还是一所最高标配并且急待投入使用的传染病医院，却用时不到30天完成建造，这就是奇迹。

中国建筑建材行业为“大家”交了一份满分答卷，急速前行的家装业也正在为身处“小家”的我们带来福利。

8月7日，由南方出版传媒股份有限公司主办，时代传媒、时代周报、时代财经等承办的遇见2020·时代论坛在广东省清远市海伦堡·云溪九里拉开帷幕。

ICAD注册高级设计师、简一集团全国总设计顾问、深圳经纬设计机构创始人李志豪；科凡定制总裁助理、高级策略专家万涛；陶瓷行业高端品牌运营专家、简一集团品牌运营部经理许珍妮；广东省装饰行业协会专家、协会华匠易购基辅材料集采服务处执行董事彭张可；海伦堡广佛区域营销中心营销总监黄蓉蓉；时代周报产经编辑部编辑洪若琳，以及主办方代表广东时代传媒有限公司副总编辑卜坚参加此次论坛活动，共同围绕“未来家居风向：宅家之后，重塑美好”的话题探讨。

论坛活动开幕致辞中，卜坚表示，新冠肺炎疫情，对全球各国都造成了很大影响，很多行业也发生了不小变化。人们在家的时间更多了，家居领域变化尤其明显。

“疫情当下，我们对家的认知和连接比以往更多更深。长期宅家后的自我审视与观察，催生新的装修需求成为必然。随着新一代消费观念的升级，未来家居风向将不再固守成规。”卜坚表示。

面子重要，实用更重要

家居环境正在发生裂变，首先体现在消费者的选品态度上。

“在没有发生公共卫生事件前，很多老百姓对居家的需求更多是美观，在乎面子。甚至有些消费者对于自己家装没有概念，认为客厅是招待朋友、家人活动常用的场所，所以在客厅装修的美观程度最高，反而在老人房、小孩房等场所的装修投资上有所下降。”论坛上，彭张可坦言。

不过，疫情危机突袭后，人们对家的定义正在重新考量。

针对今年上半年的宅家情况，洪若琳展示了一份搜集5226样本的《助家战“疫”大调查》，报告显示，只有



20%的受访者对居家环境感到满意，44%的家庭认为家里需要调整功能、局部装修甚至重新装修。

其中，客厅功能单一、餐厅空间不够、厨房功能不足、主卧储藏不足和没有独立书房成为前五大痛点。

万涛在观察市场后发现，疫情下，消费者会真实体会到很多家具在使用上的舒适度降低，例如，室内设计空间落伍、柜类产品功能不全面，这直接刺激了消费者对于家居改善的需求。

那么，人们在重新审视家庭生活后，如何打造更符合现在及未来生活的家居场景？李志豪在主题演讲中给出了答案。

李志豪认为，家的本质是为了让家人住得更好，不仅是物理层面的房子，还是心灵归属的空间。人们对家居思考已经不局限于面子要多大，整体装修如何高大上，更多的是在功能性上的考虑。

万涛表示，如果简单追求外观上的创新，而没有充分考虑个人情绪和生活实用的话，这套家具距离成功还有段路程，因为它没办法持续承载消费者对功能性家居的需求。

今年4月，新浪家居发布研究报告《后疫情时代，中国健康家居消费认知调查报告》。

调研显示，健康、款式风格和产品功能是受访者选购家居产品时比较关注的，分别占85%、71%和71%。除了款式风格和产品功能最基本的家装需求外，健康意识在消费者心中的位置不断攀升。

李志豪表示，当楼房从平面到立体，越来越高，就意味着我们离自然就越来越远，心会变得焦虑。在此状态下，消费者也从关注健康家居产品到健康家居内核，如建筑和内装材料是否环保、是否可持续发展、是否有利于家人的身心健康。

“并且，智能化也在配合健康家居

发展，比如整个房间内部基本上可以实时监测到PM2.5的数据报告。在空气质量各方面的数字化呈现都会逐渐进入到居家空间中。”李志豪表示。

对此，许珍妮介绍，从企业社会责任层面，行业有句话说，“一条生产线拯救一座矿山甚至更多矿山”。为此，简一推出降解甲醛瓷砖，通过科技让大理石瓷砖更健康环保，在生产制造环节，实现了绿色生产。

《2020年家居消费趋势数据报告》显示，人们居家的防护意识增强，抗菌、消毒、环保、健康和除菌成了用户健康居家环境的重要因素。对于产品的智能环保有了更高要求，紫外线消毒灯、新风系统、智能马桶、消毒柜和智能鞋柜深受消费者追捧。

既要高效，又要省心

不过，在满足家居功能化、健康化、智能化消费心理的同时，消费者希望家装能达到快速、省心一步到位。

彭张可在论坛沙龙环节中分享，消费者在发生转变，以前60后或者70后的业主是有空余时间监工，但现在80后和90后生活和节奏加快，他们更希望能够拎包入住，家居公司能够一手包揽。

洪若琳也表示，消费人群和消费需求被无限度细分，进而形成了标签化、细分化人群，以人为本，应该是当下家居业市场最为核心的逻辑特征。

“基于老百姓消费习惯的转变，大家居的概念逐渐形成。比如一些专门做宅配的家企业会在节约人力、物力和时间的成本下，涉及其他领域的家居设备。”彭张可表示。

万涛补充道，家居企业走通大家居的动机，是希望通过产业链条的整合，做橱柜起身的厂家通过做衣柜或木门进行流量之间的互相转化，从而带动公司更大的营收规模。

不仅如此，工业4.0也在为一站式

家装增添后备力量。彭张可表示，居家环境所有的产品或者施工工艺基本上都可以通过工业4.0模式实现。

其展示了这样一幅景象：设计师在和业主讨论好装修风格效果图后，一键生成施工图，随后生成数码智能的生产编码，再将生产编码发到工厂后通过无人化操作设备把家具生产出来，最后安装家具时也可以通过手机提示完成，真正达到高效。

在一站式家装风潮来袭后，消费者的态度及接受度如何？

许珍妮表示，做大家居是需要有完整的供应链体系，并且要有真正成品交互的便捷优势给消费者带来最直接的感受。

她表示，如果消费者认为整个大家居让自己很省心、很快，装修的分值满意度能够达到90%以上，那么大家居概念就真正实现普及了。

“就消费者满意度来说，目前还需要各行各业去努力。”许珍妮坦言。

2020年1月19日，中国消费者协会发布《全国消协组织受理投诉情况统计报告》。据统计，2019年全国消协组织共受理装修建材类投诉约1.4万次，家具类1.38万次，厨电类1.13万次。

根据新浪黑猫投诉平台数据显示，2019年年度家居消费者投诉问题TOP10中，出现了欺骗欺诈、产品质量、虚假宣传、不诚信的字眼。

许珍妮认为，满意度不高的原因在于，如果家居大品牌涵盖所有产业链就意味着在某一个领域它不是最专业的，所以简一集团才会坚持做最专业的领域，更追求匠心，目的是为消费者创造更多价值。

“广东省装饰行业协会还是希望行业不要只局限于眼前的业绩，一定要重视社会责任的问题。企业要凭良心发展，整个家居行业都应该以人为本，围绕着的居住环境舒适度来考虑发展轨迹。”彭张可补充道。



李志豪

简一集团全国总设计顾问
深圳经纬设计机构创始人



彭张可

广东省装饰行业协会专家、
协会华匠易购基辅材料集采服务处执行董事



万涛

科凡定制总裁助理、高级策略专家

后疫情时代 如何打造健康家居

第一代住宅是就地取材的茅草房，第二代住宅建筑是砖瓦结构的房屋，第三代住宅建筑是现代的电梯房、楼房以及立体式建筑，而第四代建筑就是打造人与自然和谐共生的状态，这一概念也已经在世界多地建筑设计上先行应用落地。

第四代住宅建筑的兴起，恰恰符合了当下人们对居家空间的诉求。

此次疫情，加速自然健康理念的推动。如何让家人住得更好，绿色健康建筑备受关注。如何与自然有更多的对话，如何把人与自然之间的共鸣关系和共存关系体现出来，并引入到日常生活之中，这是当下家居装修业最聚焦的主题。

工业4.0 造就了 火神山、雷神山医院

仅用十天半个月的时间就能修好两座医院，这是奇迹，是中国速度。

在火神山、雷神山医院超速度建造完成的背后，工业4.0装配式建筑模式起到了关键作用。工业4.0系统的出现，让设计到施工再到工厂生产整个链条实现无缝对接，以最快速度完成所有工序。

以前装修一套房子，需要花费两个月时间，装修宾馆或酒店甚至需要花费半年或者一年的时间，现在通过工业4.0这套系统全部做出来后，大大节约时间成本，改变并解决所有装修做工拖拉、无规划、浪费等行业痛点。所以未来工业4.0系统模式会进入到家居行业当中，以及进入每位消费者家中。

消费者对于家居 不再过分追求面子

在经历不同时期后，家居产品能否满足消费者的不同阶段的需求，引发深思。家居的本质应该是能够持久并且持续满足居家情绪、生活实用以及收纳需求。后疫情时代，消费者有充足时间思考家的定位，在选购家居产品也更加偏向理性，所以消费者改善型需求被激发。

与此同时，家居企业在走通大家居道路的时候是有些方法的，比如通过优质的设计师以及高端的设计软件，获得家居设计主导权，设计出消费者满意度较高的家居作品，从而走通大家居。

90

%

<