

时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

周要闻

■ 国资委：支持国企与民企相互兼并重组 不设界限

10月12日，国资委副主任翁杰明在国新办发布会上表示，国企改革三年行动主要聚焦八个方面的重点任务，其中明确提出要积极稳妥深化混合所有制改革，要大力推动正向激励。翁杰明表示，从没有在国企与民企兼并重组之间设置界限，支持相互兼并重组。

■ 太平集团迎来新任掌门 王思东升任董事长

空置月余后，中国太平保险集团迎新任董事长。10月12日下午，其官网发布公告称，集团副董事长、总经理王思东升任中国太平保险集团董事长、党委书记。随着王思东的升任，中国太平集团总经理职位出现空缺。

■ 虎牙斗鱼 正式达成合并协议

10月12日晚，虎牙与斗鱼联合宣布双方已签订“合并协议与计划”。虎牙将通过以股换股合并收购斗鱼所有已发行股份，包括由美国存托凭证(ADS)所代表的普通股。斗鱼将成为虎牙私有全资子公司，并将从纳斯达克退市。

周数据

■ 2020中国消费电子10强企业发布：华为第一

10月12日，胡润百富发布《2020胡润中国10强消费电子企业》。前5位中，大湾区占4席。



贝索斯：最抠门的全球首富

详见P8



拍卖理论折桂 师徒同享诺奖

详见P5



保罗·米尔格罗姆
Paul R. Milgrom

罗伯特·威尔逊
Robert B. Wilson

数字货币 深圳尝鲜

时代周报记者 王心昊 发自广州 深圳

“9月中旬，我们接到通知，要升级店里的POS机。当时有想过，可能是数字货币试点要在我们这边落地了，但没有想到这么快。”在深圳市罗湖区经营一家咖啡馆的张诗琪（化名）告诉时代周报记者，10月10日傍晚，她把此前开户行发来的“数字人民币”收款标示张贴在了柜台前，“毕竟很快就要用得上了”。

10月11日一早，备受关注的“礼享罗湖数字人民币红包”预约工作结束。根据深圳官方公布数据，191.38万人在深个人在规定时间内完成数字货币红包的预约登记，5万名中签个人已于10月12日下午6时起陆续收到中签短信，中签率为2.6%。

“虽然我自己没有中签，但身边还是有几个小伙伴成功抽到了红包。”在10月9日预约通道开启后即刻完成预约的深圳人陈平（化名）告诉时代周报记者。

5万个红包的有效期为10月12日18时至10月18日24时，超过有效期未使用的红包，将由系统统一收回。

紧锣密鼓，顶层设计与地方实践并进。就在深圳数字货币红包完成全部预约工作的同一天，国务院办公厅印发《深圳建设中国特色社会主义先行示范区综合改革试点实施方案（2020—2025年）》，要求在中国人民银行数字货币研究所深圳下属机构的基础上成立金融科技创

新平台；支持开展数字人民币内部封闭试点测试，推动数字人民币的研发应用和国际合作。

同日，央行副行长陈雨露在《中国金融》杂志撰文称，要加快中央银行法定数字货币的研发和可控试点，保障支付安全；加强金融科技创新研究及其在金融基础设施建设中的应用，拓展金融基础设施覆盖范围，弥合数字鸿沟，提升运行效率与监管效能。

资本市场热情高涨。截至10月12日收盘，数字货币概念板块整体大涨近5%。其中，四方精创（300468.SZ）上涨20.00%，报27.48元；板块人气龙头国民技术（300077.SZ）、天源迪科（300047.SZ）、银之杰（300085.SZ）、神州信息（000555.SZ）等涨幅均超过10%。

“数字人民币”标识显眼

10月12日是千万元数字货币首次公开大范围测试的时间。10月11日，时代周报记者在深圳罗湖区看到，多家商户均已在店内显眼位置张贴“数字人民币”标识。此外，罗湖区多个地铁站的终端设备前，“数字人民币”标识也已张贴妥当。

此次深圳面向个人发放的千万元数字货币红包，可在罗湖区辖内已完成数字人民币系统改造的3389家商户内无门槛消费，等同于现金。3389家商户中，包括沃尔玛、华润万家、中石化等。

为确保3389家商户能够在此次测试中有效收款，深圳当地的金融机构下了不少功夫。

➡ 下转P3

“人造肉”入华急行军

“人造肉”面临价格、技术、消费者接受度低等多项问题制约，在华市场前景充满变数。

时代周报记者 谢江珊 章遇 发自上海

10月6日，国庆长假渐入尾声。这一天上午，上海徐汇区的一家盒马鲜生门店内人头攒动，而摆放Beyond Meat汉堡肉饼的冷柜却少人问津。

这款汉堡肉饼不含任何肉类成分，主要由植物蛋白（豌豆蛋白、大米蛋白、绿豆蛋白）、压榨菜籽油、精炼椰子油、马铃薯淀粉等制成。一个汉堡饼重227克，售价高达59.9元。摆放在同一个冷冻柜的进口牛腩块，重500克，售价只需39.9元。

Beyond Meat（BYND.NASDAQ）总部位于美国，2019年5月登陆纳斯达克。这家头顶“人造肉第一股”光环的企业，备受资本市场热捧，股价屡创新高。Beyond Meat野心勃勃，在今年7月1日宣布进军中国市场。几天后，Beyond Meat的汉堡肉饼进入上海50家盒马鲜生门店，开始对外售卖。

然而，市场并不买账，Beyond Meat的热卖期从未到来。“前来购买‘人造肉’汉堡饼的顾客，以尝鲜居多。我们门店差不多每天也只能卖一两个。”上述盒马鲜生门店的一名工作人员告诉时代周报记者。

这没有阻挡Beyond Meat在华扩张步伐。9月8日，Beyond Meat宣布与浙江嘉兴经济技术开发区（下称“嘉兴经开区”）签署协议，将通过全资子公司别样（嘉兴）食品有限公司（下称“别样食品”）在嘉兴建设两家工厂，生产植物肉产品。10月12日，Beyond Meat再次加码，宣布加深与肯德基中国的合作，在210家肯德基门店限时三周推出“人造肉”食品。

中国是全球最大的肉类消费国，正在成为“人造肉”企业竞相角逐的重要阵地。以Beyond Meat为代表的“人造肉”企业已纷纷加速开拓中国市场。资本热潮先行。Beyond Meat上市后，A股催生出的“人造肉概念股”已多次遭资金热炒，股价连连攀升。

“人造肉”面临价格、技术、消费者接受度低等多项问题制约，在华市场前景充满变数。

“如果（消费者）只是尝一尝、试一试，市场难以持续。”大豆蛋白制造企业山东万得福生物科技有限公司董事长刘季善在接受时代周报记者采访时，仍担心“人造肉”风潮或许只是昙花一现，难以成为市场主流。

另一方面，“人造肉”是否能真正称之为“肉”，仍充满争议。

“目前，市面所热推的‘人造肉’都只是‘素食’，它们只是打着‘肉’的名号，而不是老百姓所需要的真正意义上的‘素肉’。”9月25日，著名分子物理学家、中国科学院院士、深圳大学食品科学与加工研究中心主任吴奇在接受时代周报记者专访时指出，素食和素肉的区别主要体现在口感上，“调味的、没有嚼劲的，严格来讲都是素食。主妇可以买回家，炒肉丝、炒肉片、红烧、炖，才是素肉”。

➡ 下转P15

政经 · TOP NEWS

- 2 迎改革大礼包 深圳“四十而立”再出发
- 3 聚焦双循环 各地冲刺“十四五”规划编制
- 6 楼市打新催热软件抢房：1秒定成败 最高要价10万
- 7 上林淘金梦醒

财经 · FORTUNE

- 9 李昉金掌舵 广州金控的是与非
- 10 陆金所赴美上市 谁将接棒金融科技IPO
- 12 银行理财规模续降 净值化转型寻破局
- 14 新一轮医保谈判在即 PD-1暗战硝烟再起

产经 · INDUSTRY

- 17 中芯国际遭“断粮” 芯片产业链加速国产化
- 19 前CEO被立案侦查 “国民软件”迅雷连亏6年转型难
- 20 《姜子牙》难封神 光线传媒动漫投资亏多赚少
- 21 “银十”车市价格战升温

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



6 946957 200015 >
零售价／RMB 3.00 HKD 10.00



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

迎改革大礼包 深圳“四十而立”再出发

深圳深化新一轮改革开放的战略规划迎来重大利好。

日前，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《深圳建设中国特色社会主义先行示范区综合改革试点实施方案（2020—2025年）》（下称《方案》），明确提出了深圳在未来五年“三阶段主要目标”：2020年，制定实施首批综合授权事项清单，推动试点开好局、起好步；2022年，各方面制度建设取得重要进展，形成一批可复制可推广的重大制度成果，试点取得阶段性成效；2025年，重要领域和关键环节改革取得标志性成果，基本完成试点改革任务，为全国制度建设作出重要示范。

由此，深圳社会主义先行示范区的整体框架已明确，加快推进在土地管理、劳动力流动管理、资本市场等关键领域的深化改革扩大开放，最终形成对标国际一流标准的制度创新体系。

对《方案》，舆论多解读为改革政策“大礼包”，“四十而立”的深圳获得更多机遇和更广阔的发展空间。

对深圳而言，如何将改革大礼包转化为切实高效的创新成果，需要的或许就是四个字：内外兼修。

如《方案》所指，深圳在下一阶段的改革开放有更优越的大环境支撑。

以资源要素改革为例，土地资源稀缺长期以来制约深圳经济社会发展，如

今有了更大力度实施供给侧改革的基础。政策赋予深圳农地转建设用地以更大权限，支持在符合国土空间规划要求的前提下，推进二、三产业混合用地，这让更多农地、工业用地进入到一体化的土地资源集约化开发利用体系，实现存量改革。

在土地资源管理之外，更关键的是人力资源改革。

在一线城市中，深圳在人才落户等方面已具备较为宽松的条件。作为超大城市，深圳能否在人力资源改革上更进一步，让更多外来人口享有城市归属感，同时在相关配套如教育、医疗等方面提供更为完善的服务，成为社会的期盼。

《方案》给予深圳更多的支持，便需要主政者大胆探索，尤其是能在类似于全国首创的突破性政策和创新性制度安排上，交出更令人满意的答卷。

在对外开放上，无论是扩大金融业、航运业等开放力度，还是加快完善技术成果转化相关制度，同样需要深圳尽快做好完善的规划布局，营造鼓励创新、放宽准入的软环境，把改革主导权转化为高开放度的营商投资服务生态创新，打造更为细分的开放样本，尤其是在新的试点项目、新的开放模式、新的增长路径上，做好着眼于五年乃至十年的长远布局，为全国相关领域改革做深做透贡献先行经验。

《方案》提出的“营造改革氛围，弘扬特区精神，继续大胆地闯、大胆地试”，代表了中央对深圳本轮改革的厚望，需要深圳管理层兼具创新动力与容错魄力，在顶层设计的前瞻性推动上加快发力，早日推出一批促进投资贸易自由化便利化、构建国际一流营商环境的财税、行政、司法等综合立法举措，待试点成熟后还可供其他地区复制推广，从而形成制度创新的联动效应。

开放与创新并举，打造高水平社会主义先行示范区，“先行”二字尤为关键。期待深圳以此为契机，将改革进行到底，续写40年辉煌历史之后的新篇章。■

楼市“银十”开局不热 开发商要生存还得换思路

毕舸 财经专栏作家

中指研究院10月9日发布的数据显示，国庆黄金周(10月1—7日)，重点监测的11个城市商品住宅日均成交面积约12万平方米，较2019年同期下降一成左右，整体规模与2018年基本持平。一线城市中，广州、北京商品住宅日均成交面积上涨明显，分别为33%和15%，深圳同期住宅成交量微跌。

贝壳研究院数据显示，黄金周全国重点关注28城市市场成交套数和面积同比2019年黄金周（2019年10月1—7日）分别增长14%和12%。

考虑到今年黄金周比往年多一天，2020年的黄金周成交量与往年相当，疫情常态化之下，总体市场恢复至往年同期成交量水平。其中，同比增长较快的区域仍然主要集中在长三角和粤港澳大湾区。

黄金周期间楼市保持较为平淡的态势，这其实也在预料之中。一方面，各地近期陆续开启更为严格的宏观调控举措，进一步堵死

了各类炒作投机空间，减少市场热钱对当地楼市所带来的干扰。另一方面，眼见调控形势所带来的变化，市场预期也会随之改变，部分投资者的入场热情降低，刚需一族也需符合相关政策标准方能购房，这也让楼市购买力受限。

对市场主体的开发商而言，如今去化率仍是最需迫切解决的难题。从黄金周各地的楼市销售情况来看，地区差异进一步显现。长三角、珠三角等经济发达、购买力较强以及流入人口集中区域表现出相对更好，但中西部不少地区仍然面临市场持续遇冷。

因此，开发商必须以各种方式包括降价促销，来推动房屋存量的有效降低。日前，中国恒大（03333.HK）发布最新公告，9月1日至10月8日共计38天，公司累计实现销售1416.3亿元，创同期历史新高。截至目前，恒大年内已实现销售额5922.5亿元，完成全年6500亿元销售目标的91%。

在政策空间打开不可行的情况下，认清现实，做好积极应对方为根本，开发商要做好快销回本的应对举措，根据去化情况反思

蓄客时间、方式、人数以及推出房源等情况，调整推盘节奏或营销方法，以此减轻资金链承压，降低负债率，从而实现主管部门的有关调控诉求，降低自身经营风险。

开发商也应根据“租售并举”新趋势，考虑将部分住宅从销售为主转为长租等创新模式，获得资金回流，拓展新的获客渠道。

在土地储备上，开发商也要减少以往的重资产模式，避免盲目竞拍、过高溢价竞拍，现持土地资源如果无法独立开发，还可采取联合开放、转让等模式，通过资源整合，为后续生存发展提供更多空间。

2020年，生存是基础，各大开发商都需转换意识，不能再沿用过往捂盘、炒作、比价竞高等经营套路。

开发商要明白，过度宽松的融资市场环境已经不复存在，地方政策松动几无可能，购房者更为理性和审慎。由此，要持续练好各项基本功，包括房屋质量的优化、配套基础设施的完善、价格的亲民以及更稳妥而非激进的拿地、盖楼模式，如此才能更顺利度过调控期，获得长久发展的基础。■

「聚焦」

「国际」

美国财政刺激方案的数字游戏

陶短房 财经专栏作家

早在3月27日，美国以“防止新冠肺炎疫情进一步影响美国经济”为由，批准实施美国有史以来最大规模、总额约2万亿美元的财政刺激计划，包括向个人发放补贴、向企业和地方提供流动性及救助、向医疗机构、疫苗及药物开发项目提供更多资金等，这是美国有史以来最大手笔的财政刺激计划。

然而这项大手笔财政刺激方案实施以来，并未能有效缓解美国因疫情和其他原因所致财政、经济压力。现在，为期3个月的刺激方案已到期。针对此，美联储（FED）主席鲍威尔（Jerome Powell）日前呼吁美联邦政府和国会通力合作，尽快批准实施新一轮财政刺激方案。为此，10月初民主党所控制的美国众院提出总额高达2.2万亿美元的第二轮财政刺激方案。

正为大选、疫情和本人确诊等一系列麻烦头疼的美国总统特朗普（Donald Trump）最初表现得十分激动和反感，当地时间10月6日，刚从医院返回白宫的他宣布：拒绝民主党方案，并命令本方代表停止谈判直到大选结束。一两天之后他就悄然改变了主意，先是在48小时内提出1.6万亿美元的“打折”方案，继而在10月9日将“折扣”放宽至1.8万亿美元。

包括里克·斯科特（Rick Scott）在内的许多参院共和党人指出，相当多参院共和党人反对任何高于1万亿美元的第二轮财政刺激方案，或干脆反对任何新的财政刺激方案，10月10日，包括参院多数党领袖麦康奈尔（Mitch McConnell）在内的参院共和党人及财政部长姆努钦（Steven Mnuchin）和白宫办公厅主任梅多斯（Mark Meadows）举行电话会议，坦率表达了对妥协方案的不满。他们指出，大手笔财政刺激方案势必导致福利和救济泛滥，令共和党铁杆支持者失望，或会动摇共和党在参院的多数基础，等于在大选前关键时刻“自掘坟墓”。

值得深思的是，大手笔财政刺激方案，真能在疫情和宏观经济压力下拯救美国？

如前所述，3月27日的第一轮2万亿美元财政刺激计划，已是美国有史以来最大手笔。姆努钦5月曾表示，连同周边及后续投入，3个月间实际注入的流动性高达4万亿美元以上，远超过2008年次贷危机后，美国联邦政府所推出的财政刺激计划（不到8000亿美元）。距前一轮“大水漫灌”不过半年，迫不及待地再来一轮，是否就能换来美国经济的“丰产”？

财政刺激计划的目的是帮助美国个人、家庭和小企业渡过难关，进而帮助恢复盈利、就业和消费，从而让经济恢复良性循环。

但迄今没有证据表明，第一轮财政刺激计划达到了这一目的。标普全球市场情报统计显示，截至10月4日，美国申请破产的较大规模企业高达504家，创下10年来新高。中小企业的生存状况实际上更糟。指望新一轮财政刺激计划救市，恐也只能是缘木求鱼。

不仅如此，自去年特朗普连篇累牍抨击美联储，促使其不断降息、降准，加大流动性投放至今，美国基准利率已降至零，最有效的宏观金融调控手段业已钝化。未来每次“注水”都势必甘冒事倍功半的风险，不论11月3日当选下届美国总统的是谁，届时都将不得不面对一个更加沉重的财政金融包袱。■

「视觉」

「时评」

溜溜糖

10月12日，美国芝加哥一户人家为了在节日期间保持安全的社交间距，把自家门口盛放万圣节糖果的碗进行了改造，发明了“糖果溜溜槽”。



iPhone12来了 苹果准备好了吗？

蒋光祥 财经专栏作家

苹果日前宣布，将于10月13日通过线上直播的方式举行iPhone12系列新机发布会。有供应商认为这款6.7英寸的全新机型将会迎来市场需求的爆发式增长，“iPhone12的全新机型提高了消费者对于全新iPhone的整体预期，预计苹果公司将会进入十年一次的潜在增长黄金周期”。

不过，老对手华为可能有不同意见。华为宣布将于10月22日晚为Mate40系列举行全球线上发布会，华为常务董事余承东“照例”表示这次是“史上最强大的华为Mate”。加上差不多时间先后推出新品的一加、坚果等品牌，强强对垒在难免，5G中高端手机市场依然是红海一片。

iPhone 12已经被剧透得差不多了。四个系列中的Mini版本不仅没有5G网络，处理器也打折，但价格实惠：起价649美元（约合人民币4406元），以致有人认为这是专为中国定制的iPhone12。

华为或带来的5款新机以及1款高端平板，定价或将照旧牢牢定在国内竞品最高一阶。实际上，“卖肾”买苹果的梗早已被人们遗忘，“电子产品轻奢之路”被华为等后来之秀走得更溜。其中华为5G可折叠手机MateX、“保时捷”系列，售价轻松过万元。苹果首款5G手机姗姗来迟，部分国内粉丝早已等不及加入了其他品牌的5G阵营。

这说明，国产手机经过近些年的快速成长，已完成从最初千元级产品的配置开始，一步一步向上试探价格的过程，其中的佼佼者已跻身轻奢品牌阵营，自带流量。相机、外观材质工艺，以及系统的交互体验，不再是苹果、三星专利。甚至在最为核心的处理器环节，华为等国产品牌也开始从安卓系统当中蹚出一条自己的路，培育“鸿蒙”等自有知识产权系统，力争“核心技术不依靠别人”，逐渐走出了自己的套路和节奏。

相比华为等国产机凭借5G技术研发和提前布局，以及对供应链的全面掌控能力，苹果一直在拖延和敷衍。

在普通手机性能与创新不断提升，以及

安卓系统性能大幅提升的综合背景下，消费者购机考量因素构成发生了根本性的变化，造成的一个残酷的事实是，近几年苹果品牌溢价、供应链、产品创新力已被削弱，失去了对自己用户群的清晰认知。

从乔布斯时代开始，价格从来不是划分消费层次的唯一工具，提供好产品是最重要的。既然叫苹果，就得让人相信哪怕是低端机型的用户，也应该享受更好的服务。但对销量、利润、股价节节高的苹果来说，要重新展现出乔布斯留下的最宝贵精神遗产——敢于冒险的自我颠覆决心，似乎勉为其难。

现时的苹果对客户心理预期的推测和实际情况往往大相径庭。这种对产品力误判的后果相当严重，那就是每出手一次，就失手一次，这使得国内外苹果粉丝想问一句，“苹果造产品，你到底是为什么？”为公司赚钱并无问题，但不能躺倒在品牌上敷衍、潦草了事。

最明显的后果就是，一些粉丝已经开始认为iOS系统的重要性不如以前。所以，即便iPhone12来了，苹果真的准备好了吗？■

聚焦双循环 各地冲刺“十四五”规划编制

时代周报记者 杨佳欣 发自北京

“疫情并没有影响‘十四五’规划编制的进程。疫情所暴露出的问题，反而会在‘十四五’规划中得到体现。”10月9日，江苏省发改委发展战略与规划处工作人员向时代周报记者透露，该省正处于“十四五”规划《纲要（草案）》编制的起草阶段，“预计10月底可形成正式初稿”。

今年是“十三五”规划的收官之年，也是“十四五”规划的谋篇布局之年。十九届五中全会召开在即，研究“十四五”规划建议，将成为此次全会的核心议题，各地也将根据此建议对当地的“十四五”规划做进一步细化，最终版本在明年地方人大审议通过后发布。

目前，各地五年规划的编制工作已进入冲刺阶段。

时代周报记者不完全统计，截至10月12日，北京、上海、广东、江苏、浙江、吉林、辽宁、湖北、山西、陕西、海南等省份均已就“十四五”规划召开发布会及相关座谈活动。

叠加突如其来 的疫情影响，“十四五”规划既是“十三五”规划的延续，同时也将包含新的特点。

“像发展目标、发展重点、产业政策、区域规划、保障措施等，多是常规性的，有延续性。在新时代、新阶段，各地‘十四五’规划还需直面和解决很多新内容。”中原银行首席经济学家、中国国际经济交流中心学术委员会委员王军在接受时代周报记者采访时表示指出，各地“十四五”规划一般需要包含以下重点：对国内外发展环境的重新认识和最新判断；发展理念、目标、思路、重点的必要调整；推动改革开放、完善产业政策、补齐民生短板、防范重大风险等具体部署。

地方规划编制聚焦“双循环”

时代周报记者梳理发现，在此次编制“十四五”规划的过程中，多地强调构建经济“双循环”的重要性。

2个月前，天津市在“十四五”规划调研研讨会提出，“十四五”规划编制要“准确把握以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”。9月初，湖北省省长王晓东在“十四五”重大问题研究专题会上强调，要加快融入双循环新发展格局，努力将湖北省打造成为国内大循

环的重要节点和国内国际双循环的战略链接。10余天后，吉林市“十四五”规划编制工作专题会议强调，要深刻理解以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展的战略抉择，“以新发展理念为指引，高质量完成‘十四五’规划编制工作”。

“十九届五中全会上，‘双循环’很可能会成为‘十四五’时期我国重要的新发展战略。”王军在接受时代周报记者采访时分析，各地关注经济“双循环”实属必然。面对“去全球化”和中美“脱钩”风险加大等国际不确定性因素，“双循环”已经成为当前最为重要的治国方略之一。

如何加快形成双循环新格局？强化产业链成为不少地方的重要抓手。

上述天津市“十四五”规划调研研讨会强调，规划编制在认识“双循环”战略的同时，要“发挥天津创新资源优势，集中力量突破一批“卡脖子”的关键核心技术”。

“在新时期，构建双循环发展新格局，要特别突出一个‘新’字。”中国银行研究院研究员周景彤在接受时代周报记者采访时表示，各地都要更加重视国际国内两个循环的协同发展，重点突出外需面临的不确定性、持续提高高技术产品和服务贸易占比，推动中国制造在全球产业链、价值链中向中高端迈进。

“各地条件不一，在构建新发展格局背景下，此前以外向型经济为主的省份，也应该更加关注挖掘内需潜力，促进国内经济大循环。”周景彤说。

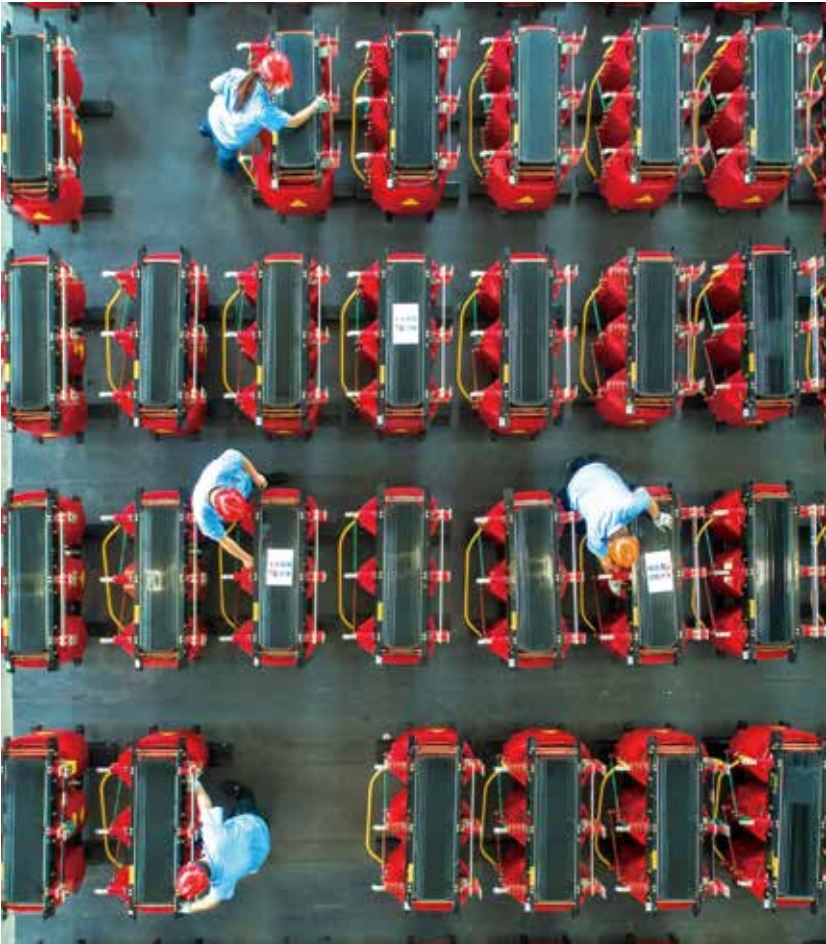
地方经济变局或拉开帷幕

“十四五”开局在即，地方经济或将拉开新的竞合帷幕。

2019年，国内首现“10万亿GDP俱乐部”：广东GDP首次突破10万亿元，江苏GDP总量为99631.52亿元，距离10万亿元大关仅有一步之遥。此外，四川、湖北、福建、湖南等省全年GDP增速均突破7%。

除构建“双循环”外，推动区域一体化发展也有望成为地方“十四五”规划编制的重要思路之一。

近几年，一系列推动区域一体化发展的重大国家级规划陆续出台，主要包括《京津冀协同发展规划纲要》（2015年）、《长江经济带发展规划纲要》（2016年）、《粤港澳大湾区发展规划纲要》（2019年）《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》（2019



年）等。推动区域一体化融合发展成为“十四五”期间地方经济社会发展的重要抓手。

此前，北京市委书记蔡奇调研北京“十四五”规划编制时提到，要大力实施京津冀协同发展战略，牢牢抓住疏解非首都功能这个“牛鼻子”，坚定不移推进疏解整治促提升，在更大范围和空间优化配置资源，加强产业链协同布局，打造以首都为核心的世界级城市群。

9月18日，山西省委书记楼阳生在主持召开当地“十四五”规划领导组会议时强调，编制“十四五”规划，要把山西作为环渤海经济圈的重要省份，融入京津冀一体化协同发展，把太原建成国家区域中心城市、国家综合交通枢纽。

还有省份的优势是“独一份”。9月27日，海南省委书记刘赐贵主持召开省委财经委（扩大）会议暨省委“十四五”规划建议起草小组会议时强调，要紧紧围绕自贸港建设要求，高质量编制海南“十四五”规划。

“一般来说，国家规划会吸收之

前较为成熟的具有地方特色的内容，或将之前中央确定的区域发展战略写进规划。但更多是中央和国家层面完成规划的制定后，各个地方和部门再据此确定各自的‘十四五’规划。”

王军提醒，各地“十四五”规划编制最需注意的问题有两个：一是要真正做到“以人民为中心”，切实解决人民群众最关心的实际问题；二是着力防范新一轮围绕战略性新兴产业的盲目过度投资，谨防新的所谓“高水平”产能过剩。

开门问策组建智囊团

近期，各地有关制定“十四五”编制规划相关的会议密集召开，但前期准备最早可追溯至2018年。

2018年12月，陕西省发改委发布消息称，近日，国家发改委在京召开“十四五”规划编制工作座谈会，地方发改委派员参会。该会议围绕“十三五”规划中期评估情况和“十四五”规划基本思路研究起草等内容进行了研讨。同月，天津市委发布消息表示，正式启动当地

“十四五”规划前期研究重大课题选题，向全社会公开征集选题方向。

五年规划是个大工程，以国家五年规划为例，其编制准备工作常常在上一轮五年规划实施过半时就已经启动。从编制到出台，国家五年规划大致分为中期评估、前期调研、形成基本思路、起草中央《建议》、通过中央《建议》、起草《纲要》草案、公众建言献策、衔接论证、广泛征求内外部意见、审批与发布《纲要》10个阶段。

地方五年规划也要打足提前量。“我们‘十四五’规划的准备工作从很早就已经开始了。因为规划涉及多个方面内容，需要做详尽调查、信息搜集以及课题研究等。”上述江苏省发改委发展战略与规划处工作人员向时代周报记者证实。

此外，省委书记任组长、省长任第一副组长，成为不少地区规划编制工作领导小组的标配，例如，山西省委书记楼阳生任该省“十四五”规划领导小组组长，省长林武为第一副组长。也有地区由省长担任领导小组组长。河北省“十四五”规划编制工作领导小组组长，由该省省长许勤担任。

虽由地方一把手领头，但开门问策“十四五”仍是编制本次规划的重要思路之一，部分地方为此特别成立了“十四五”发展规划专家委员会。

去年9月，青海省宣布成立“十四五”发展规划专家委员会，由来自教育、科学、文化、卫生、经济等各领域的45名省内外专家组成；一个月后，广东成立“十四五”发展规划专家委员会，由38名国内著名专家学者和企业家组成，秘书处设在广东省发改委。

某中部省份“十四五”规划编制专家委员会专家成员向时代周报记者透露，该省专家委员会成立于今年4月末。专家委员会成立后，即针对当地“十四五”规划编制进行评审、评估，“今年上半年，相关工作就已经陆续开展了”。

周景彤表示，各省制订的“十四五”规划，是地方未来五年发展的重要依据，确定了未来发展的时间表和路线图：“对于重大的、专业性的问题，地方政府要委托专业研究机构进行调查研究和充分论证；对于同一问题，则要委托不同机构进行研究，多种结论互相印证，由此才有可能得到更加科学的结论，作出更加科学的决策。”■

数字货币 深圳尝鲜

上接P1

“在银行群里，这几天已经发了好多次要求检测设备以及确定张贴标示的通知。今天也有金融机构的业务人员过来检查设备。”熊琳琳在罗湖区经营一家豆浆店，她对时代周报记者表示，当日下午，数名银行工作人员手持二维码，在已经完成升级的POS机上测试。“刷一下就完成了，看起来和其他电子支付方式差不多。”

这只是公开大范围测试前的最后准备。实际上，从9月开始，部分罗湖区商家已经开始数字人民币交易。

“我们在9月份就已经收到过数字人民币，但交易数额不大，单笔可能都是一两百元以下，总额也只有几千元。”一名不愿具名的商户负责人告诉时代周报记者，数字人民币的小额交易流程已经相当完善，“不仅在扫二维码后反应速度很快，工作人员的操作也非常简单。”

“数字货币此前已经进行过多次内部测试。从银行内部人士开始，再到包括公职人员以及一部分医疗系统的工作人员，还有就是邀请一部分银行的优质客户参加。测试已经开展了好几轮。”深圳某国有四大行内部人士对时代周报记者指出，由于此次测

试的规模和频数均较此前更大，银行严阵以待在情理之中。

“从这次数字人民币公开测试的设计来看，小额高频的交易将会是未来数字人民币应用的主要方向。”有银行监管层人士对时代周报记者表示，研究数字货币，本质上是要求零售支付系统的方便性、快捷性和低成本。“这次的测试，充分反映出这一趋势。”

落地深圳早现端倪

数字货币首次大规模测试落地深圳，有迹可循。

早在2018年，央行下辖的数字货币研究院在深圳成立了唯一的全资子公司——深圳金融科技有限公司，被业界解读为数字货币从研究走向实践的重要标志。

2019年8月18日，《关于支持深圳建设中国特色社会主义先行示范区的意见》明确，支持在深圳开展数字货币研究和移动支付的创新应用。

今年4月，深圳被列入金融科技“监管沙箱”试点城市；8月14日，商务部发布《全面深化服务贸易创新发展试点总体方案》，明确提出在京津冀、长三角、粤港澳大湾区和中西部有条件的试点地区开展数字人民币试点。

9月上旬，数字货币在深圳落地

的消息开始传出。“数字货币内测在分行铺开，的确是在9月上旬，而且覆盖的对象不仅仅是在银行的职工，一些职工的亲朋好友也参与到了内测之中。”上述深圳某国有四大行内部人士告诉时代周报记者，他自己就邀请了一位朋友加入内测，“当时我就有预感，深圳可能会是数字货币最早启动大规模测试的地方。”

但在此次深圳内测前，多地曾陆续传出人民币数字货币内测的消息。

今年4月中旬，一张农行数字货币钱包的截图引发市场关注。随后，央行回应外界称，自2014年开始研究法定数字货币以来，研发工作稳妥推进，先行在深圳、苏州、雄安新区、成都及未来的冬奥场景进行内部封闭试点测试，以不断优化和完善功能。

此后，包括苏州在内的多个地区均传出数字货币内测的消息。数字货币的应用范围，涉及发放公职人员车补及缴纳工会会费等多个方面。

最终，数字货币的大规模公开测试仍花落深圳。

“深圳在改革开放过程中聚集了像华为等一大批在高新技术、互联网、通信等领域的高科技企业，代表新一代研发技术的基础。”中国人民大学财政金融学院副院长赵锡军此前在

接受时代周报记者采访时表示，深圳不仅是国内高新技术发展最为蓬勃的地区，也是国际金融中心，“深圳有基础、有能力展开金融和技术相结合的研究和探索。”

中央党校（国家行政学院）经济学部副主任王小广对时代周报记者表示，科技企业的高速增长离不开金融这股“源头活水”。深圳要取得突破性发展，更应发展“创新型金融”：“旧金山湾区高科技产业的成功，在很大程度上仰仗科技金融体系。”

全球抢占数字货币高地

取得数字货币的先发优势，正成为主权国家之间竞争的新战场。

今年1月，七国集团（G7）正式联合组建央行数字货币小组，成员囊括欧洲、亚洲、北美等主要经济体央行。

7月，法国央行宣布，汇丰银行、埃森哲和法国兴业银行等8家公司入围其数字货币试验计划，将共同探索将金融工具兑换成央行货币的方法，改善其跨境支付条件。

进入10月以来，国际数字货币竞争渐趋白热化。

10月9日，在国际清算银行（BIS）的协调下，美联储带领欧洲央行、日本央行、英国央行、加拿大银行、瑞士央

行和瑞典央行等6大央行，共同发布题为《央行数字货币：基本原则与核心特征》的报告。

10月12日，欧洲央行公开讨论是否发行数字欧元。“欧洲央行对待数字欧元的态度非常严肃。”拉加德说。

“许多国家对数字货币采取了积极开发但谨慎使用的态度。数字货币的真正大规模使用，本身就需要循序渐进。”武长海对时代周报记者指出，从目前来看，技术、观念、环境、基础设置、国际合作等多个方面，并没有完全满足达到推出数字货币的条件。

同样，监管层对此次数字货币大规模测试，显得冷静客观。深圳市地方金融监督管理局副局长时卫干在接受时代周报记者采访时明确表示：“目前数字货币只是在试点工作中有所推进，不适宜再作过多解读。”

武长海强调，此次深圳数字货币大规模测试，既是完善技术的要求，也是培养、改变和适用数字货币使用习惯、参与全球数字货币竞赛的需要。在此过程中，需要建立新的支付系统。央行、金融中介机构和个人的关系也需要重新调整。“对于个人而言，这次测试更多的是带来一种新鲜感；而对于资本市场来说，其实没有直接关联性。大家还是要客观看待。”■

多地交“双节”旅游成绩单 武汉人气最旺 上海最吸金



“双节”期间, 上海的游客人数不足武汉的一半, 仅为883万人次, 但创造的旅游收入(135亿元) 却比武汉多出40多亿元。

时代周报记者 陈泽秀 发自广州

国庆、中秋“双节”期间, 国内旅游市场持续回暖。据文化和旅游部数据中心测算, 10月1—8日, 全国共接待国内游客6.37亿人次, 按可比口径同比恢复79.0%; 实现国内旅游收入4665.6亿元, 按可比口径同比恢复69.9%。

从地方层面看, 截至10月9日下午6时, 北京、上海、广州、深圳、武汉、南京、杭州、西安等多个主要城市公布了今年的“双节”旅游成绩单。时代周报记者梳理发现, 武汉在黄金周8天接待游客超1800万人次, 成为人气最高的城市; 西安紧随其后, 游客数量达到1474万人次。不过, 从旅游收入看, 上海的游客数量不到1000万人次, 为883万人次, 却实现旅游收入135亿元, 排名第一。

“黄金周期间的旅游数据很令人欣慰。”苏宁金融研究院消费金融研究中心主任付一夫对时代周报记者分析, 旅游业与生俱来带有出行和聚众的特征, 今年以来的疫情对整个旅游行业的冲击很大。从黄金周期间国内旅游业的表现看, 基本已经摆脱了疫情的困扰, 旅游业整体复苏是毋庸置疑的。

武汉人气最旺：游客超1800万人次

从接待游客人次看, 在目前公布旅游数据的城市中, 武汉、西安、广州、郑州、重庆、杭州、济南7座城市, “双节”期间接待游客人次均超过1000万大关。



其中, 武汉今年黄金周共接待游客1882.46万人次, 在各景区游客限流情况下, 仍达到去年同期的83.21%, 游客人次目前位居第一。其次是西安, 共接待游客1474.81万人次, 较去年同比恢复近八成, 位居第二; 广州共接待游客1406.64万人次, 恢复到去年国庆假期的86.62%, 排在第三位。

武汉市人气最旺, 跟景区免门票政策有很大关系。为感谢全国人民的抗疫支援, 8月8日起至今年年底, 湖北推出全省A级景区免门票等政策, 吸引了大量国内游客。据武汉当地媒

体报道, “双节”期间, 黄鹤楼公园、武汉欢乐谷等热门景区预约门票一投放即被抢光。

此外, 多个城市“双节”期间接待游客人次已恢复至去年同期80%以上, 北京、苏州、三亚等少数城市甚至超过去年同期, 实现旅游人次和旅游收入双增长。

例如, 北京接待游客总数为998.2万人次, 旅游收入115亿元, 分别同比增长8.4%和2.9%。增速较快的三亚, 10月1—8日, 接待游客72.92万人次, 可比口径同比增长12.69%; 旅游总收入

40.19亿元, 可比口径同比增长39.33%。

上海最赚钱：实现135亿元旅游收入

从旅游收入来看, 上海以135亿元雄踞首位, 北京、西安紧随其后, 黄金周期间旅游收入均超过100亿元, 分别为115亿元和111.4亿元。

时代周报记者发现, “双节”期间, 上海的游客人数不足武汉的一半, 仅为883万人次, 但创造的旅游收入(135亿元) 却比武汉多出40多亿元。

无独有偶, 天津今年“双节”期间, 共接待各地游客979.5万人次, 实现旅游收入58.73亿元, 旅游人次与北京差不多, 但旅游收入不足北京(115亿元) 的一半。

“旅游人次不一定与旅游收入呈正相关。”付一夫分析, 一座城市旅游收入与游客逗留时间的长短、花销支出、当地的物价水平、当地的景点数量等多重因素有关。“例如, 上海作为国际化大都市, 有繁华的商业街、景点较多, 物价水平也比一般城市高一些, 所以创造的旅游收入比武汉高。”

中山大学旅游学院的一位教授在接受时代周报记者采访时认为, 当前中国的旅游市场正处于转型升级的关键时期, 假期制度与旅游需求之间存在不平衡; 旅游产品的供给与需求也不匹配。

付一夫建议, 旅游业转型升级要抓住消费升级机遇, 人们对于旅游品质的高度重视程度日益提高, 定位精准的高品质、定制类产品正逐步成为行业新方向。应针对不同人群的心理需求、消费喜好等特点, 设计、包装有特色的、富有吸引力的旅游产品和路线。■

重组焕发活力 海南海药渐入佳境

9月26日, 在第二届中国中西融合儿童健康大会上, 海南海药自主研发的经典黎药“常为康”惊艳亮相, 《常为康®枫蓼肠胃康颗粒治疗小儿急性腹泻病(湿热泻) 随机、双盲、多中心临床试验》结果正式发布。

这是一项历时3年, 全国12家临床中心、100多名儿科医师参与的循证医学临床试验。

中华医学会消化病学会儿科协作组副组长、北京大学第三医院儿科副主任李在玲教授对临床试验结果进行全面解读, 她指出: “该药治疗小儿急性腹泻病(湿热泻) 3天后, 止泻率、大便性状复常率明显优于对照组, 可以显著改善患儿中医症候, 具有更快更好的止泻效果, 且试验期间该药组无不良事件发生, 显示了良好的安全性。”

中华中医药学会常委理事兼儿科分会名誉主委马融教授也在会上表示: “这项临床研究结果填补了常为康®枫蓼肠胃康颗粒在儿科没有用法用量的空白, 以大量科学试验数据为依据, 证明了该药是治疗小儿急性腹泻(湿热泻) 的更好选择。”

“常为康”获得儿科专家高度认可的背后, 不仅是老牌药企实力和底蕴的体现, 也彰显了在海南自贸港发展大环境下, 完成战略重组的海南海药“老树焕新芽”的蓬勃生命力。

守正创新 挖潜增效

海南地处热带, 药用动植物资源丰富, 素有“南国药库”之称, 源于海南的黎药更是我国中医药宝库中极具特色的一个重要分支。作为经典黎药, “常为康”的原始处方来源于海南琼海、万宁、陵水等东部和中部地区的黎族民间验方, 并收录于《黎药学概论》, 处方中的牛耳枫和辣蓼均为当地民间治疗慢性肠炎、胃炎和痢疾的常用药。

“常为康”自1991年获批上市以来, 广泛应用于临床, 目前已被《慢性

胃炎诊疗指南》等权威临床指南推荐为首选中成药, 并入选“中国家族常备肠胃药(中成药)”上榜品牌。

今年3月, 新兴际华医药入主, 国资控股后的海南海药重点关注传统中医药的创新发展, 不断挖掘老药的潜能与价值。

据悉, 海南海药目前正在大力开发增强免疫力的红宝太和胶囊、宝岛健阳片等民族中成药, 与“常为康”形成“健康宝”系列产品, 持续探索经典名方老药的新价值。

研发提速 加码创新

央企入主短短半年, 海南海药的研发节奏明显加快。

据了解, 海南海药目前已完成北京、上海、海口、重庆四个城市的研发平台布局, 建立“创新-优化-仿制”联动的研发模式, 形成了原创与仿制相结合研发格局。

从研发管线来看, 海南海药重点

聚焦抗感染、抗肿瘤、消化系统、神经系统四大领域, 布局了单抗、靶向抗肿瘤药、抗纤维药、抗癫痫新靶点药物等一系列创新药。

9月4日, 海南海药发布公告称, 其正在研发的原创新药氟非尼酮胶囊已顺利完成I期临床试验, 并启动了II期临床试验。氟非尼酮是一种具有抗纤维化作用的吡啶酮类化合物, 临床前研究表明其能通过抗纤维化机制有效抑制肝纤维化的发展, 且毒副作用低。

据悉, 该药是由海南海药控股子公司海口市制药厂与中南大学联合研发的1.1类新药, 拥有自主知识产权, 目前国内外均无针对该靶点的抗纤维化药物上市。该药化合物已申请PCT专利, 并已申请“重大新药创制”国家科技重大专项。

而据了解, 除氟非尼酮外, 海南海药另一个国家“重大新药创制”科技重大专项、治疗难治性癫痫的候选新

药——派恩加滨的研究也在央企入主后, 全面增加了科研力量的投入。目前, 该药各项研究工作均在加速推进中, 如科研成果顺利转化, 广大癫痫患者将获得新的治疗选择。

值得一提的是, 在高端医疗器械领域, 海南海药旗下子公司上海力声特自主研发的新一代人工耳蜗, 也已经获得国家药品监督管理局颁发的人工耳蜗植入体及声音处理器的《医疗器械注册证》, 不但打破了芯片技术国际垄断的局面, 还将植入适应人群从成人扩展到了儿童。

在央企股东背景的加持之下, 上海力声特销量激增, 战略重组完成仅半年, 已帮助600余位听障人士重回有声世界。

借力自贸港东风 打造特色产业链

今年6月, 中共中央、国务院印发《海南自由贸易港建设总体方案》, 方案明确提出要大力发展生物医药产

业。特别是在新冠肺炎疫情暴发后, 加快构建强大的公共卫生体系被提升到国家战略和综合安全层面统筹谋划。

在这两大背景下, 国家及海南省集中出台了多项医药产业专项扶持政策并积极推进落地, 这无疑也给海南海药带来了前所未有的发展机遇。战略重组完成后, 依托新兴际华集团所拥有应急产业和医药制造双主业的优势, 海南海药提出了新的战略发展方向: 打造抗感染领域的“防、诊、治、备”研发链与产业链, 与国家战略及自贸港建设导向高度协同。

据了解, 目前海南海药在海口建设的海药工业园已完成生产线建设, 投产后将达到年产200亿元的产能。此外, 海南海药还正在大力推动位于江苏盐城、重庆乌杨的产业基地建设, 未来将依托海南、江苏、重庆三大产业基地, 打造中间体-原料药-化学创新药的特色抗生素全产业链优势, 聚焦高附加值仿制药与特色药。

产业链的建设是落实海南海药战略发展方向的基石, 有利于发挥企业的规模化优势, 确保海南海药在成本控制能力、供货保障能力等核心位点胜出。

焕发活力 渐入佳境

海南海药是海南省最大的制药企业, 多年来经历了数次重大变革, 几经浮沉, 现已通过本次战略重组, 成为大型央企的旗下一员。而拥有“应急”和“医药”双主业的新兴际华集团作为国资委首批混改试点企业, 在实现了对海南海药的战略重组后, 也将发挥资源优势与海南海药形成充分的战略协同, 将海南海药打造成为旗下的专业产业高地。

躬逢新时代, 把握新机遇。海南海药这个仅用半年便完成了新旧动能转换的老牌药企, 已经站上了新的发展起点。

(文/章遇)



拍卖理论折桂 师徒同享诺贝尔经济学奖

时代周报记者 王心昊 发自广州

2020年度诺贝尔经济学奖花落微观经济领域。

瑞典时间10月12日11时45分（北京时间17时45分），来自美国斯坦福大学的保罗·米尔格罗姆（Paul R. Milgrom）和罗伯特·威尔逊（Robert B. Wilson）荣膺本年度诺贝尔经济学奖，以表彰他们对拍卖理论和新拍卖形式的改进。

值得注意的是，这是诺贝尔经济学奖第一次颁给研究拍卖理论的经济学家。更有意思的是，得奖的两位经济学家曾是师生：生于1937年的罗伯特·威尔逊是老师，生于1948年的保罗·米尔格罗姆是学生。1979年，米尔格罗姆在威尔逊的指导下，完成了关于拍卖的博士论文。

从此，米尔格罗姆的学术生涯便和拍卖结下不解之缘，其提出的“相关评价”“联系原理”（linkage principle），以及对于“同时向上叫价拍卖”（simultaneous ascending auction）的设计，都极大丰富了拍卖理论。米尔格罗姆所著《竞争拍卖的信息结构》《拍卖理论与实务》，均成为拍卖经济学领域的经典之作。

罗伯特·威尔逊则在1963年获得哈佛大学商业管理博士学位，1994年当选为美国科学院院士，继而在1999年当选世界计量经济学会主席。从1980年代起，威尔逊在拍卖机制设计的理论与应用研究上取得了重要成果，成为电信、交通和能源等领域拍卖与竞标机制设计的权威学者。

为何要把诺贝尔经济学奖颁发给从事拍卖理论的经济学家？诺奖委员会发言人汤米·安德森（Tommy Andersson）回应：“这说不定是我们

评选过最广泛的一项获奖理论。这个研究理论涉及范围非常广泛，包含了实验经济学、行为经济学等，并横跨计算机、心理学等多个专业。”

一战成名

时间拨回至1993年，时任美国总统克林顿签署法令，授权联邦电信委员会（FCC）拍卖频谱许可证，并要求一年之内进行第一次公开拍卖会。

但对FCC来说，如何设计拍卖流程成为最大难题。具体操作中，拍卖设计流程的细微不同，会极大影响拍品最后的归属和成交价格。

一番纠结之后，1994年7月24日，这场被《纽约时报》称为“历史上最大的拍卖”，在华盛顿特区的欧姆尼肖汉姆（Omni Shoreham）宾馆举行。经过整整5天、共47轮拍卖后，五张频谱许可证以合理价格各归所属。

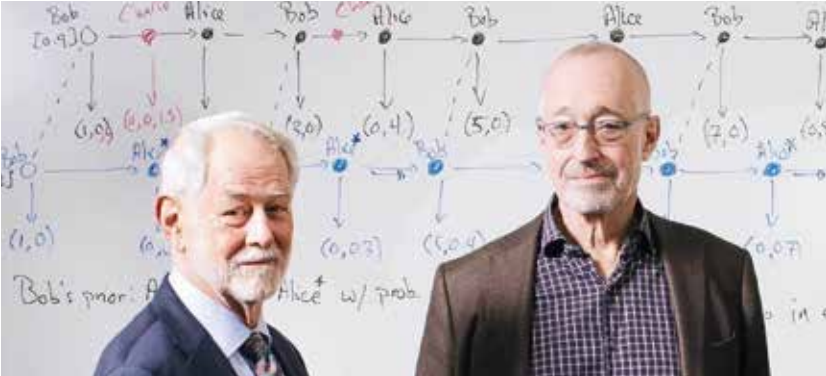
此次拍卖，让在拍卖设计专家小组中担任核心角色的保罗·米尔格罗姆一战成名。

事实上，在考虑频谱许可证拍卖流程时，米尔格罗姆面对的一个棘手难题是：频谱许可证市场的特点，是每个潜在买者的需求不同。对于某个买者而言，这张许可证的价值，是由他手头上的其他许可证决定的。

例如，对一个已经拥有全美3/4地区频谱许可证的竞拍人来说，他赢得剩余地区频谱许可证的动力，会远远大于没有任何许可证的竞拍人。

除此之外，许可证之间还可能存在很强的替代关系。对于一些想要扩张的竞拍人而言，拥有东部的许可证和拥有西部的许可证，没有差别。

在这种状况下，传统的拍卖机制就可能出现无效率现象：错误的估计将导致估价相对较低的买者赢得第一件物品，此后，这个初始的错误将



威尔逊（左）和米尔格罗姆设计了新的拍卖形式

会一直发挥作用，从而大大影响整个拍卖业绩。

对此，米尔格罗姆给出的解决方案叫做“同时向上叫价拍卖”：在每轮拍卖中，竞拍人为自己想要购买的一个或多个频谱许可证分别报价，报价是不公开的。每轮报价结束时，只公布每个许可证的最高报价，并以这个最高报价确定下轮拍卖的起始价。下一轮拍卖开始后，上轮拍卖的最高报价仍然保留，直到被更新的最高报价所取代。如果没有新的更高报价出现，拍卖即告结束。

这样的结果就是，替代作用越显著，这些许可证的拍卖价格就越接近。米尔格罗姆设计的新型拍卖流程，成为拍卖理论在实践中的经典案例。

学界教父

与米尔格罗姆耀眼的履历相比，威尔逊的经历则简单不少。

1959年，22岁的威尔逊在哈佛大学完成本科课程。之后四年的时间里，他在哈佛一口气读完了硕士和博士课程。取得博士学位后，威尔逊任教斯坦福大学。之后虽然曾短暂担任比利时鲁汶大学的客座教授，也在哈

佛大学法学院讲授过谈判课程，但他的工作重心一直在斯坦福。

进入1980年代，威尔逊成为电信、交通和能源等领域拍卖与竞标机制设计的权威学者。1993年，威尔逊研究价格机制的集大成之作《非线性定价》由牛津大学出版社出版，为威尔逊赢得了相当高的学术荣誉。

但现代拍卖理论发展的关键之年，是威尔逊还在读书的1961年。当年，威廉·维克瑞（Vickery, W.）开创性地提出了拍卖理论。在详细分析了英国式拍卖、荷兰式拍卖、第一价格拍卖（Vickery auction）和第二价格拍卖等四种拍卖方法后，他发现，无论采用什么拍卖制度，总是满足出价最高者中标，并且最终支付的价格，是出价第二高的竞标者愿意支付的最高价格。

换句话说，在拍卖中，中标者最优的出价策略，是令第二个最有竞争力的投标者刚好出局。但如何做到这一点，并没有人能说清楚。

拍卖是门古老的艺术。公元193年，罗马皇帝佩尔提纳克斯（Pertinax）整肃军纪不成，反而被禁卫军叛乱杀害。随后发生了不可思议的一幕：为了狠狠捞一笔，控制了局面的禁卫军将

罗马皇帝的宝座进行了拍卖。

最终，狄第乌斯·尤利安努斯（Didius Julianus）花天价让自己成为了罗马皇帝，在竞争对手喊出向每位禁卫军士兵支付10000赛斯特提时，他毫不犹豫地报出25000赛斯特提，登上了皇帝的宝座。但不到两个月后，叛乱的军队冲进罗马城，尤利安努斯最终兵败身死。

用远远高于竞争对手的报价拍下商品，并最终因为高昂的出价而走向失败，这就是所谓“赢家的诅咒”。

在威尔逊的研究中，他不仅解释了为什么理性的竞标者往往把出价定得低于他们自己对共同价值的最佳估计——因为“赢家的诅咒”；还进一步发展了具有共同价值物品拍卖的理论。共同价值是指，在拍卖前，每个竞拍者对于标的价格都是不一样的，但在拍卖之后，所有竞标者会认为成交价就是商品的价格。例如针对一个地区的无线电频率，拍卖前，竞标者会有各自估价，但在拍卖结束后，该地区频率的价格就是其最终成交价。

也正是因为威尔逊的开创性研究，他的桃李满天下。学生中，除了米尔格罗姆以外，还有2012年诺贝尔经济学奖得主埃尔文·罗斯（Alvin Roth）、哈佛大学肯尼迪政治学院教授克里斯·埃弗里（Chris Avery）。

身为拍卖理论的高手，威尔逊为人幽默。曾有记者问威尔逊，是否曾在拍卖上买到过什么。对此，威尔逊笑言：“我实际上并没有正式地参加过拍卖。但是我的妻子，曾在ebay上拍下过一个滑雪板。”

今年，诺贝尔奖颁奖仪式改为线上举行，并通过电视台和网络直播。同时，奖金重回2010年历史高位水平。每个奖项金额达1000万瑞典克朗（约762万元人民币）。👍

全民·爱·阅读

阅读收获正能量
激发活力新思维

中宣部宣教局 中国文明网

楼市打新催热软件抢房：1秒定成败 最高要价10万

时代周报特约记者 郭瑞婵 发自广州 深圳

购房者看房热情在回温。58安居客房产研究院监测数据显示，三季度，环京、环沪、环广深地区的新房找房热度同比去年均有所上涨，环广深9城新房找房热度同比上涨27.4%。

新房市场亦在加大供应量，满足购房者的需求，打新热情随之高涨。

在多地调控影响下，部分楼盘采取线上选房的方式，软件抢房进入购房者的视野，抢房成为拼网速的游戏。

电商平台上，“0秒抢房”的宣传毫不遮掩。上千好评为商家营造抢房不败历史。“0—1秒就抢下，成功率9成。”客服展示了多个成功案例，不乏深圳热销新盘。

“0秒就能抢到的概率很偶然，通常得1—2秒。”有多年代抢经验的代抢人余意对时代周报记者说，“抢到1—2秒的黄金时间，抢房成功率就可达到85%。抢房失败会退款退单。所以，店铺销量越高，作假的可能性越大。”

谁都能找到软件抢房，但不是谁都能抢到房。

“意向房源20个人收藏，还给我抢到了！”购房者李东6月靠代抢人拿下了心水房子，8月再用软件抢房替朋友抢下意向房源。“确实有用。”

有人欢喜有人愁。购房者王曼准备好的3000元代抢费没花出去，房子没抢上，“代抢人说遇到验证问题，但我朋友抢到了，我觉得有点奇怪”。

无人能说清软件抢房效果几何。

代抢人称成功率超8成

决定抢房的成败，以秒钟计算。

“1.2秒。”这是李东成功抢房的纪录，打败了收藏同一意向房源的20人。但这不是他的功劳，“开盘前系统开放两次模拟选房，靠自己根本选不到。”分不清是手速还是网速慢，抑或是两者共同影响，李东想到了“作弊”。

李东从朋友那听说过软件抢房，再三对比后，他选择了朋友用过的商家，收费2万元。“对方也没说一定能抢到，只说‘先抢后收费，不中不收钱’。”他想着，反正不先收钱，能抢到的多花2万元也不算事儿，没抢到的自己也不亏。

结果让李东很满意。“软件抢房还是有用的。”

所谓软件抢房，实质是利用各种代码编制的抢房软件，监控线上选房平台，在开启认购的同时快速执行房屋认购操作。早些年新楼盘流行线上选房，由此衍生这一行当。

类似春运，靠自己拼手速拼网速都抢不来火车票，只得请“黄牛”代抢。

“一般在1—2秒内就能完成，”杭州人余意就是抢房“黄牛”，自己开发抢房程序，根据不同选房平台特性，配套设计相应程序。

软件抢房的过程与抢火车票无异。购房者认筹成功后，会提供选房平台账号及5—15个意向房源，代抢人提前设置服务器导入相应软件程序，自动监视楼盘选房平台系统开盘倒计时。时间一到，程序自动执行操作。

明源云客、乐居选房、万科e选房等都是线上选房的主流平台。在开盘抢房的瞬间，选房系统的数据处理负载会达到顶峰，由于系统服务器有承载能力限制，一定时间内必定会限制登记人数。

自写的程序挤进去了，抢到房子的几率也就提高了。“我们设计开发的软件都能匹配使用这些系统，代抢成功率约是85%。”余意自信地说道。

当大部分购房者还挤在起跑线上拼手速拼网速时，用软件抢房的购房者已经站在终点线，手握心水房票。

几乎是清一色好评

谁都想成为那个站在终点笑着的人。

李东尝到甜头后就向身边朋友安利软件抢房，但他也发现当中的猫腻：越是熟悉区域楼盘的，要价越高。



在多地调控影响下,部分楼盘采取线上选房的方式,软件抢房进入购房者的视野,抢房成为拼网速的游戏。

电商平台上,“0秒抢房”的宣传毫不遮掩。上千好评为商家营造抢房不败历史。“0—1秒就抢下,成功率9成。”客服展示了多个成功案例,不乏深圳热销新盘。

8月，李东朋友看中的楼盘中签率仅10%，有过软件抢房成功经验的他就帮着朋友联系“黄牛”，在电商平台用“软件抢房”“抢号”等不同关键词搜索，还有卖房中介留下的抢房小广告，一问，“动辄5万元”。

“最高要价10万元！”李东说，像卖房中介与购房者联系紧密，对热门楼盘也很熟悉，要价都是5万—10万元；电商平台上的商家大多是以区域来定价，基本要价3万—5万元。

李东最终在电商平台找到了要价3500元的商家，结果也让人惊喜：“还真替朋友抢到了意向房子。”

除了抢房，对方还提供抢火车票、门票的服务。

“他可能是纯做技术的，不了解楼盘行情。”李东分析道，真有技术的人，会花时间和精力去研究、优化程序，而不是研究楼盘。“其实，要价10万元和3500元的都一样。”他认为，报价未必是技术水平的体现。价格高，很有可能是交易过程里卷入了好几层中介。“这个东西（软件抢房）不是说越贵越好。”

有需求自然有市场。楼市打新愈热闹，软件抢房愈旺。

时代周报记者在某电商平台输入“抢房”关键词，一连串号称“0秒抢房”“一对一服务”的商品出现，当中不乏月销1000+的爆款。商品标价大多为100元，但这只是为方便客户下单，具体价格还需与客服另行商定。“不论地域，只要是线上开盘的都能操作。”时代周报记者以购房者身份咨询店铺客服，对方表示抢房收费一口价2000元，抢不到全额退款。

对于抢房的成功率，这位客服比余意更有信心，“如果是微信公众号的选房平台，只要房源不是内定，成功率率达9成”。

店铺几乎是清一色的好评。“店家真的特别专业，第000001名，用了0.01秒。”也有个别的评论表示，“能抢到，但不是最想选的，抢到的是备选。”

10%的意外

即便是软件抢房，也无法保证能100%成功。

王曼就是客服没提到的那10%的失败者。正好攒够了首付，王曼想安家，理想房型是不低于5楼的三室两厅。于是，她开始做一手房的功课，选定了某个热门楼盘。

中签率33.3%。王曼看中的楼盘可售房源1232套，认筹人数3696人，相当于3个人抢1套房。此前，当地已涌现多个“日光盘”。

“听说有些楼盘一两秒就被抢完了，”王曼意识到新房选购异常激烈，

在一同买房的朋友推荐下，两人在电商平台找了同一个代抢人，把选房平台的账号密码以及15个意向房源交给对方。代抢一次收费3000元，抢不到不付款。

王曼把抢房的事全都交给对方。“他很有信心的啊，我也只能相信他了，反正自己抢也不一定能抢到。”

当天10时开盘，代抢人的消息来得很快，王曼的心一下子提起来。

“没有抢到。”悬着的心很快掉下来，王曼看到代抢人的解释，“遇上验证问题：‘这次认筹金多少？’”

没回答上问题，房子自然没抢着。回头再看选房平台，王曼收藏的15个意向房源都被抢完。

又一次陪跑，王曼不免失望。“听说是有人投诉抢房软件，所以楼盘临时设置了问题。”虽然心有不甘，但她也能理解，“突然跳出问题，大家多少有点意外。”

“很多抢房软件的技术含量不高，选房系统一升级，就倒下一大批‘黄牛’。”混迹多个楼市群的李环环告诉时代周报记者，为了能顺利抢到房，丈夫就研究过软件抢房的原理，自己写出一套程序，选房时用这个程序抢到了房。她发现，王曼打新的楼盘里，她的遭遇不是个例：“很多找‘黄牛’的人都没抢到房”。

“黄牛”似乎也在升级。

电商平台有抢房软件商家为打消记者疑虑，表示自己有题库，软件可以用“人工智能”自动解锁验证问题。至于题库从哪里来，软件能否应对临时变更的验证问题，商家含糊表示：“我家除了内定，基本没失手过。”

“没那么多人抢房的人”

软件抢房能否成功，连同行都保证不了。

“一般抢房软件分两种运行方案，快速点击与抓包、发包。”余意说，前者效果与人工抢房无异，后者则在速度与成功率上更胜一筹，但平台更新是它的软肋。

跑不赢平台更新速度，做不出配套软件，那就花钱找同行。

“你找的商家可能做不出软件，他就再找别人代抢。”有代抢人向时代周报记者提供了同行的转账截图以佐证自家技术。截图上，号称“0秒锁房”的同行支付前一单帮抢费用，顺带打听9月末深圳新上线的选房系统。

新上线的选房系统，代抢人开出了1万元要价。“新出的系统不难操作，但很多人还来不及写出程序。”他说，要是找不到能抢的程序，有的会干脆人工抢房，即使不中，对于商家来说也没有任何损失。

曾在电商平台接单的余意认同这番说法。“电商平台的商家绝大部分都是中介，接单后就会转手把单分发至陌生代抢人组成的群里随机派单，客户甚至不知道是谁在抢房。”

抢房可以作弊，好评也可以刷单。

“现实生活中没有那么多抢房的人。而且，抢房失败都是退款、取消订单。所以，店铺销量越高，作假的可能性越大。”余意说，要是看到店铺有好几万条评论的，可以直接跳过，“基本都是刷单刷出来的。”

也有人对软件抢房嗤之以鼻。

“（用软件抢房）就是交智商税。”选房平台明源云客表示，公司一直对抢房软件的真伪存疑。

“这种现象就像是江湖野医生说包生男生女一样，生到了就给钱，生不到就不给。”对方表示，公司经常为此报警，曾有“黄牛”冒充公司内部员工行骗，警方核实后发现他们其实都是假软件抢房，都靠人工抢。“他们赌的就是概率，一次抢房能赚几千元到一万元，只要多几个人交智商税，他们一个月下来赚得很舒服。”

有销售就被“黄牛”盯上。

深圳房产销售何娜曾遇到拉客的“黄牛”，想跟她一起合作，由她来推荐客户。她想都没想就拒绝，“我不想让客户冒这样的风险，要是花了钱又抢不到，到时候要负责任的人说不定是我。”偶尔遇到客户咨询软件抢房是否有效，她也一律不作推荐。“还不如去买一个5G手机或者借一个，把手机里面的软件都删掉，就有可能比别人快1秒、2秒。”

涉嫌违法

软件抢房流言纷纷，房地产商亦发出了预警。

9月30日，明源云客对时代周报记者回应，平台持续升级与更新，并拥有严格的防控机制保证安全性，包括设置问题验证在内的多种方法来规避软件抢房。

8月30日，线上选房前一天，深圳中海寰宇时代发布特别提示，为保证线上选房的公平性，系统将开启防刷单机制，一经触发系统将自动拉黑刷单账号，且无法继续参与当天选房活动。9月11日，另一新楼盘光明电建洺悦府在正式选房前发布防刷单提示。

购房者似乎并不担心。

“你看看他们（代抢人）的朋友圈，全国各地都有人找代抢。”王曼说，即便真的被拉黑，也不是只有自己，更不需要过多担心。

于代抢人而言，威慑力更弱。

“是否真有防刷单机制还有待证实。”余意说，确实有楼盘开盘后设置了验证步骤，但现在软件能够完成这类验证问题。“其实开发商只在乎把房子卖出去。”

法律有震慑力吗？

盈科（上海）律师事务所陈晓薇律师对时代周报记者表示，游戏外挂已被认定为提供非法侵入计算机信息系统程序罪。抢房软件的实质与游戏外挂相似，2018年即有软件抢房案件以构成非法获取计算机信息系统数据、非法控制计算机信息系统罪为判决结果。“这是新兴的罪名，打击力度还不是很大，以后可能会陆续对于这些违法犯罪行为进行严打。”

“专门开发软件用来作弊，且以盈利为目的，基本都属于刑事违法。”上海秦兵律师事务所律师徐斌律师对时代周报记者表示，防范这些违法行为的责任应当在开发商，应提供更科学有效的选房方法。

迫于抢房竞争过于激烈之下的作弊，始终有违公平，王曼意识到软件抢房背后“一家欢喜一家愁”的两面性。“大家本来在同一个起跑线，都有机会，但是那些用抢房软件的人比较快，相对来说也失去公平性。”

但在买一手房这件大事面前，谁也不敢说自己不想赢在起跑线。“下次再有线上选房，我也没想好要不要继续用软件抢房。”王曼坦言。■

（应采访对象要求，文中的余意、李东、王曼、何娜、李环环均为化名）

REGION · 区域

上林淘金梦醒



时代周报记者 **刘文杰** 发自广西上林

上林人比中国大妈更关心金价。

淘金客零长源在上林过着非洲时间：加纳时间下午6时，金矿淘金量数据出炉，在加纳帮零长源管理金矿的人，就会将这一周的出金量汇报给他，这关乎真金白银的收益。金价高的时候，出金量高，收益也就高了。等他把账算完，已是北京时间凌晨2时。

淘金，是每个上林人都耳熟能详、随时能侃上半小时的谈资。这个深藏广西腹中的小县城，在最疯狂的时期，至少输送了1.3万人到非洲加纳淘金。

淘金客冒着随时被抢劫、得疟疾的生命危险，在荒无人烟、杂草丛生的原始森林，直面黄金、财富。“金价上涨，去非洲淘金的上林人就多。”一个月前，刚把弟弟送去加纳的上林人黄强告诉时代周报记者。

今年以来，黄金价格多次突破历史高位。截至10月9日17时，现货黄金价格年内涨幅已超25%。“他这次去，除了看中底薪高，还想多拿点提成。”黄强记得，弟弟的梦想是早日攒够钱，自己当老板。

淘金是上林人的祖传技能，多年来他们都靠此追随金矿求生存。然而，黄金带来的改变，只发生在淘金客身上。

生存

在上林，淘金和种地无异，只不过是谋生的方式之一。

“25岁之前，我没想过做淘金之外的事。”张华告诉时代周报记者，他父亲以前就在黑龙江淘过金，自己对淘金可谓耳濡目染。

张华是明亮镇人，那是上林去非洲淘金人数最多的地方，就在富含脉金、砂金的大明山脚下。普通人要想到非洲淘金，都会先来这里找熟人领路。

明亮镇乃至整个上林淘金由来已久。唐代起，他们就在自家门口淘金。1958—1980年，上林全县农民依靠传统采金方式，交给给国家11024两黄金，产量最高出现在1959年，达1840两。

1990年，为保护环境，上林县禁止挖采。1992年起，一拨拨上林人转而上东北谋求发展，在黑龙江继续淘金生涯，自此有了上林万名金农闯东北的故事。2004年，黑龙江禁采砂金，涌向东北的上林人唯有“退潮”。直到2006年，上林人发现并开拓了加纳淘金市场，那里开采黄金已有百年历史，是仅次于南非的非洲第二大产金国。

上一代淘金求生，这一代继承得顺理成章。张华从小就会淘金，“淘到金就有钱，有钱就有肉吃，不用守着一亩三分地，还得看天吃饭。”

甚至没有丝毫犹豫。长大后的张华在25岁那一年，和4个朋友东拼西凑、借钱贷款，凑够300万元，想在加纳大干一场。出土的金子并没让他失望，眼看着再过几天就

能回本。

但这一天没有如愿到来。

2017年1月，加纳颁布对所有非法小规模采矿的全国性禁令。接着，加纳政府成立专门打击非法采矿的先锋队，由警察、军队、移民、矿务、环保等部门联合执法。

政策变化是悬在每个淘金客头上的“达摩克利斯之剑”，抢劫、疟疾更是家常便饭。一夜暴富抑或是一夜暴毙，仅在翻覆手之间。

一夜之间，300万元化为乌有。“能活着回来已经是命大。”张华不想过多提及过去。

如今，张华还背着40多万元债务。本计划今年入住的两层小楼房，至今依然毛坯。“有机会还是想去淘。”张华小声嘀咕了一句。这个年轻人现在南宁做小生意卖小饰品，但他始终认为淘金才是自己擅长的，干别的工作没有任何优势。

“去淘金的多是农民。”9月25日，常年关注淘金群体的莫义君告诉时代周报记者，他曾在加纳首都机场，看到一位衣着褴褛、背着绿色麻袋、约60岁的上林人，因语言不通滞留机场。而这，不过是缺乏专业技术、又渴望改变生活的上林人的一个缩影。

改变

上林帮叱咤非洲。

巅峰时期，上林帮采金生产线超过1000条，以每条300万元成本计算，投资多达30亿元。这些淘金工地都会配两台挖掘机，日产量200—300克黄金，有运气奇佳者一天能采1公斤。

按当前国际金价280元/克算，一天产量300克，那么日收入有近10万元。

“即使不当老板，普通淘金工人收入也不低。”黄强从弟弟那听说，除了每月1万—1.5万元底薪，还会按出金量的2%提成。

一夜暴富的故事，在上林人身上真实地发生了。

“钱都是用麻袋装，用卡车拉过去，就在路上直接交易。”2016年，莫义军在加纳亲眼所见，淘出来的金子转手变成了票子。

金钵满盆之后，有淘金客回到上林。

9月23日的下午，柳工国际上林服务中心里，零长源正在与客户签订合同，他数不太清这是当天第几波客户。服务中心里有一棵比人高、满是黄色叶子的装饰树，微风吹过，叶子就会微微作响。“这叶子像不像黄金？”零长源非常喜欢这棵树。

上林淘金客几乎没有不认识零长源的。他是2011年到加纳淘金的，而后与柳工合作售卖淘金设备，几乎承包了外出淘金所必需的机械设备。仅2011年6月到2013年5月，其所创办的公司综合销售额就达到13亿元人民币。

“截至8月，今年已卖出200多台挖掘机。”零长源估摸着，到年底，上林淘金客的需求量可能会达到600台机器，这些机器都通过海关运往非洲用于淘金。

10月10日，时代周报记者查询天眼查

发现，零长源的控股公司就有4家，涵盖贸易、旅游、农业、金融咨询行业。

多领域发展后，是否就能脱离非洲淘金的腥风血雨？零长源笑着摇摇头：“淘过金的人，永远都会在这个行业里。”在淘金客眼里，几乎没有比淘金来钱更快更多的行业。即使投资其他产业，但淘金的饭碗不会丢。正如他本人，如今在非洲一些国家依然有淘金线。

从淘金工人到管理人员，再到参股老板、独资老板……上林人通过传帮带方式，呈圈层扩散状，将自己的亲朋好友带到非洲。最初是2个人控制一台机器，当2个人能独立淘金当老板时，就会裂变成4个、6个、8个，背后牵涉不同的资金来源，有的是集资，有的是借贷。“每个淘金客背后，至少涉及20个家庭。”零长源讲道。

走出去的上林农民改变了自己生活，消费是最直观的体现。

上林县城给人一种“小南宁”的错觉。南宁入住率较高的中档酒店开进了上林，南宁人熟悉的牛肉粉连锁店就在这酒店旁边。南宁商业街出现过的、认知度较高的奶茶店、甜品店，在上林街头也随处可见。

南宁市统计年鉴数据显示，2018年上林县乡村零售额12.87亿元，而城镇销售总额仅为9.89亿元。

乡村零售总额超过城镇零售总额接近3亿元，这在县城并不常见。如在南宁县域GDP排名中位列第一的宾阳县，乡村零售额仅20亿元，城镇零售额则达95.79亿元，与上林完全相反。

回归

淘金富了一些人，也只是一些人。

上林距离南宁119公里以外。要去一趟上林，得从南宁琅东汽车站上车，45元车费，伴随老旧大巴特有的轰鸣声与汽油味，在路上颠簸近三个小时。

这里是滇桂黔石漠化片区县，交通闭塞、区位优势明显。反映在数据上，则是上林县GDP在南宁市各区县排名中几乎稳居后三位，是新一轮国家扶贫开发工作重点县和集中连片特困地区，到今年5月份才正式脱离贫困县行列。

在政府路与林康路交叉路口，布满青苔的墙上还留着几个残破的大字“上林县黄金管理局”。那是1990年成立，依法对全县黄金生产进行开发治理、安全生产、经营管理的机构。“90年代末，当地的采砂金公司关闭，县管理局也跟着关了。”广西黄金管理局局长、中国黄金集团广西有限公司总经理刘怀礼对时代周报记者说。

30年过去，黄金管理局成了荒废的建筑物，它的对面，高端别墅区悄然成形。

“淘金主要是个人生活得到改善，并没有对上林的发展有直接推动作用。”莫义君认为，淘金客只是在开放的社会环境中抓住了走出去赚钱的机会，改变和提升了自身的生活质量。

“我弟弟两年前过去，一个月最少都有

15000元底薪。”黄强在上林跑出租，一个月封顶也就6000元，去除租金、维修等费用，拿到手不过3000多元。

在上林，对于学历低、没有专业技能的人而言，跑出租已经是很赚钱的工作了。黄强说，要是去工厂做普工，工资也就2000元。但上林的物价不低，在普通路边摊吃个饭也得20元了，跟南宁市物价相差无几。

让黄强直叹气的还有上林的房价。

10月10日，时代周报记者查询住朋网发现，上林2017—2019年房价始终保持 在5000元/平方米以上，2019年10月甚至达到6500元/平方米。当时南宁市区房价就在11002元/平方米。据中国房价行情平台数据显示，今年7、8月，上林县二手房价格涨幅分别为13.4%、7.8%，均为南宁12个区域（市区/市县）中最高涨幅。

5000元/平方米的房子是有，但位置不太好。黄强曾打听过两个中意楼盘，130平方米的房子怎么也得70万元。

但房子还是越建越多。

2017年7月，某世界500强房地产品牌公司签约上林中心地块。紧跟着，2018年10月，又一房地产公司在土拍中一举拿下上林4宗地块共323.88亩，正式挺进上林。品牌带来集聚效应，越来越多房地产公司到上林圈地卖房。

“从八九年前开始，上林县就大变样。”黄强看着马路两旁首尾相接，从街头停至街尾的私家车，缓缓讲道。

据南宁市统计局8月10日发布信息显示，2020年上半年，上林县建筑业增加值增长高达76.9%，排在全市12县区首位，大幅高于一季度38.7个百分点，拉动全县GDP增长6.7个百分点。

到底谁在上林买房？黄强只是偶尔听说哪位淘金回来的老板又买了栋楼，给自己的员工每人买了套房。“有钱老板买房的确豪气一些，但大多数还是普通购房者买来自住。”10月10日，上林某楼盘销售人员告诉时代周报记者。

留下

不同于上林的阴冷，9月末的南宁艳阳高照。“喜欢可以再便宜一点。”张华对着短暂停留在摊位前的路人吆喝着，笑容满面，但偶有顾客为了一两元讨价还价，他就变得极度不耐烦。价格拉锯战最多持续两个回合，他就不想再多说什么，“爱买不买”。

3年里，一波又一波的上林人四散淘金，赚得盆满钵满。购置洋房、跑车，风光返乡。风风雨雨不绝于耳，嫉妒被张华藏在心底。

上林淘金客在非洲经历的腥风血雨演变成不同的版本，流传网络、民间，但还有年轻人愿意追随这些故事、欲望再度奔赴森林深处。

不是每个上林人都想淘金。

黄强的弟弟曾多次劝他去加纳淘金，不出意外，两三年买套房不是梦。但他始终认为那种日子不是长久之计，“想留在上林，普通、安稳。”他身边的朋友们，尤其是读过大学、出过上林县的，更是没有淘金梦。

上林人的淘金梦正在苏醒，而上林也有意实现淘金产业转型。

曾经的淘金圣地，现在成了淘金乐园，就在明亮镇路口。乐园面积320亩，有四大核心区域，包括非洲美食长廊、淘金文化主题广场、上林淘金文化博物馆等，展示上林人非洲淘金史、开采工艺技术、黄金选炼技术，将淘金体验变为旅游体验。

将淘金文化融入旅游产业，是上林努力的方向。

2016年2月，上林县被列入首批国家全域旅游示范区创建单位，上林旅游业开始由景区旅游向全域旅游模式转变。公开数据显示，今年国庆假期，上林共接待游客17.78万人次，实现旅游总消费1.51亿元。

同时，去年1月，新柳南高速上林段征地签约。据悉，新柳南高速公路将于2021年年底建成通车。公路建成后，上林至南宁行车时间缩短至1小时，改变上林县没有高速公路直通南宁的尴尬现状。

势头向好，但上林要走的路似乎漫长。

上林县2020年上半年GDP39.6亿元，在南宁各区县排名倒数第三位。时代周报记者查询天眼查发现，截至10月10日，上林企业22197家，从事批发业和零售业的企业最多，占52.98%，其次是从事农、林、牧、渔业，未有多高附加值产业、本土知名企业。

留在上林并不容易。黄强不知道靠自己什么时候能在上林有个小房子，娶个老婆，过上美满的生活。但至少现在，他还是满怀期待，“上林挺好的，再等等吧”。

（应采访者要求，文中的张华、黄强均为化名）

时代周报特约记者 钱克锦

新冠肺炎疫情在多地持续蔓延，全世界都在盼望有效疫苗尽快问世。

素有“发展中国家的药房”之称的印度对此许下壮志豪言。9月26日，印度总理莫迪在联合国大会上通过视频讲话表示：“印度的疫苗生产和运输能力对全人类战胜疫情有所帮助。”

印度的豪言自有其底气所在。印度是世界上最大的仿制药和疫苗生产国。数据显示，印度生产了全球50%的疫苗。路透社还透露，新冠肺炎疫情期间，印度已向美国出口5000万片抗疫药物羟氯喹。

据《印度快报》10月11日报道，印度已有两只疫苗进入第二期试验阶段，另外，英国牛津大学开发的疫苗，也在印度进入第三期试验阶段（疫苗一般经过三个试验阶段，确认安全有效后可投入使用）。印度卫生部更是表示，2021年1月就可以提供疫苗。

与国际机构合作

多家国际机构和药企都与印度疫苗生产商合作，研发生产新冠肺炎疫苗。

据BBC报道，印度有6家主要的疫苗生产商和一些小型的疫苗生产商。其中最重要一家生产商是印度血清研究所(Serum Institute of India)。

按全球生产和销售的剂量计算，这家拥有53年历史的公司是世界上最大的疫苗生产商，每年生产15亿剂疫苗，该公司向165个国家供应约20种疫苗。大约80%的疫苗用于出口，平均每剂仅为50美分（约合人民币3.5元）。

除了研发自己的减毒活疫苗，印度血清研究所（Serum Institute of India）也与阿斯利康和牛津大学的新冠疫苗展开了合作。此前，9月8日，因为英国的一名参与者出现不明原因的疾病，该疫苗一度暂停了全球试验。不过，据路透社9月16日报道，印度药品监管机构已经批准印度血清研究所继续对该疫苗进行本地临床试验。

同时，一些国际组织也提出与印度的疫苗生产商合作，希望其能够在价格和生产方面利于世界各大发展中国家。

8月，全球免疫联盟（Gavi）和比尔及梅琳达·盖茨基金会与印度血清研究所达成合作协议，加速制造并向中低收入国家交付多达1亿剂安全有效的疫苗。9月底，三方再次宣布，达成



印度发力研制新冠疫苗

进一步协议，在2021年制造和交付另外1亿剂疫苗。比尔及梅琳达·盖茨基金会为这项合作提供的资金总额达到了3亿美元。

全球疫苗联盟的首席执行官塞思·伯克利（Seth Berkley）称：“这是为发展中国家生产的疫苗，我们希望，在获得新冠肺炎疫情方面没有任何国家被落在后面。”

三方协议提供的资金将有助于加快印度血清研究所开始大规模生产新冠疫苗，同时使得这批交付疫苗的价格不超过每剂3美元（约合人民币20元）。

“发展中国家的药房”

国际合作方为何选择印度？这个要从印度的制药业说起。

20世纪70年代，印度的英迪拉甘地政府制定专利法，承认药品的生产过程专利，不承认药品成分专利，为印度企业生产仿制药开了绿灯。

仿制药是药品生产厂家等着国际大公司某一药品的专利期过期后，对药物进行仿制和销售的药品。和专利药相比，仿制药在安全性、效力上完全相同，但价格便宜很多，有的只有

专利药的十分之一，对贫穷地区和低收入人群非常重要。

彼时，在美国食品和药品管理局（FDA）审批通过的新药，3个月左右就能在印度市场看到仿制药。专利的便利给印度制药行业带来大量“原始积累”。

20世纪90年代，印度加入世贸组织，与100多个国家签署了知识产权协议。虽然印度承认了药品的专利权，不过也争取到附加条款，规定在政府认为事关公共利益时，制药商需要义务转让专利。

2005年1月，印度专利法修正案加强了对药品专利的保护。

此时印度制药业已经超越了只生产仿制药的阶段。在原始积累完成后，印度制药业加强国际化，不仅出口增加，而且进行了大量的国际并购，并投入大量资金用于研究和开发，制药业的优势基本确立。

通过专利法、与国际市场接轨、加大研发投入等“三部曲”，印度也逐渐确立起其仿制药的竞争优势，并成为全球重要的仿制药生产大国。印度因此有“发展中国家的药房”之称。印度一大批城市，如海得拉巴、孟买、金



20世纪70年代，印度的英迪拉·甘地政府制定专利法，承认药品的生产过程专利，不承认药品成分专利，为印度企业生产仿制药开了绿灯。

奈、班加罗尔和加尔各答等，都称得上制药中心。

仅2019财年，印度仿制药出口额达191亿美元，其中供给美国的仿制药占美国全年需求量的40%以上。

有此背景，在考虑到低收入地区 and 人群能否获得疫苗时，国际业界想到印度当然也不奇怪。

发展中国家的希望？

不过这次印度能否成为“发展中国家的药房”，目前还是一个问号。

首先，印度新冠肺炎疫情非常严重，能否顾及其他国值得怀疑。印度目前确诊人数已超过700万，仅次于美国。

不仅如此，如何分配疫苗在国际上一直备受关注。

此前，世界卫生组织、流行病防范创新联盟和全球疫苗免疫联盟共同召集成立“新冠肺炎疫苗实施计划”（COVAX）。

COVAX的目标是2021年年底前，在全球范围内提供至少20亿剂安全有效的新冠肺炎疫苗。参与该机制的国家既可以从COVAX购买疫苗，也可以在有需要的情况下免费获得。

然而，即使印度自己或在国际合作下研制出有效疫苗，印度自身是否够用还是个问题。以印度血清研究所为例，该公司已明确表示，大部分疫苗会提供给印度民众。

不仅是印度，整个世界范围内疫苗能否公平分配，依然是个问号。虽然COVAX致力于疫苗公平分配，但这个项目还缺乏足够的资金。COVAX在9月份承认，该项目至少还欠缺4亿美元资金。有些合作机构表示，如果资金无法到位，则不能按原计划签署购买疫苗分配给各国的协议。

一些富有的发达国家和地区，如美国、德国和法国都没有参加COVAX，也表明他们对这个计划没有信心。

欧盟虽然参加了COVAX，并且提供了4亿欧元资助，但欧盟的27个国家都不会通过COVAX来购买疫苗，而是自己向商家提前预定了10亿支疫苗。有分析说，这表明欧盟对该计划信心不足。

再次，很多国家都绕过COVAX，直接向商家预订疫苗，以至于大部分尚未生产的疫苗已经售出，到时就算COVAX想购买疫苗，可能也没有足够的货源。

因此，有专家估计，就算疫苗明年能够生产出来，贫穷国家可能要到2022年甚至2023年才能获得。👊

投身慈善 最抠首富贝索斯开办免费幼儿园

时代周报特约记者 文岳

全球首富、亚马逊创始人杰夫·贝索斯（Jeff Bezos）的首个教育慈善项目即将落地。

10月19日，由贝索斯资助的第一所幼儿园将在华盛顿州梅因市开学。这所名为贝索斯学院的学校是一所免费的蒙特梭利幼儿园，开放给低收入家庭儿童。

开办幼儿园是贝索斯慈善计划的一部分。2018年，贝索斯宣布出资20亿美元成立慈善基金“贝索斯首日基金”。该基金分为两部分：一是家庭基金（Day 1 Families Fund），用来为穷人提供住房和食物；二是教育基金（Day 1 Academies Fund），为低收入家庭儿童提供免费蒙特梭利学前教育。

在美国，蒙特梭利教育被誉为“世界成功人士的摇篮”，是大量富裕家庭的选择，同时也因收费高昂让低收入家庭望尘莫及。

贝索斯本人曾引述爱尔兰诗人叶芝的话称：“教育不是装满一桶水，而是点亮一把火炬。”那么，是什么点燃了首富投身教育事业这一把火呢？

把孩子当客户

贝索斯在Instagram 账户用一张图片展示了这家幼儿园，教室宽敞明亮，儿童书籍读物整齐地摆放在教室的书架上面。

“这是我们将为弱势儿童开设的许多免费幼儿园中的第一所，”贝索斯在自己的 Instagram 账户上写道，“这间教室仅仅是个开始。未来，我们还要开设很多家免费学校，为以往无法得到（学前教育）的孩子们服务。”

贝索斯表示，将用那些曾经推动亚马逊进步的东西来运作新学校，而其中最重要的就是真诚对待顾客。“这家幼儿园的每个孩子都是顾客。”

据《商业内幕》报道，这家学前教育幼儿园将面向3—5岁的小朋友，日程安排为每周5天，贯穿全年。根据贝索斯首日基金官网显示，该团队之所以将学院选址在得梅因，参考依据是当地收入水平、免费及补贴餐食项目参与率、持证儿童看护服务提供商的供应多寡、有多少当地企业愿意支持该学校的未来发展等因素。

尤其值得注意的是，这家幼儿园将会采用蒙特梭利教育法，教学方面更加注重实践、协作，并会根据每个学生个人的不同兴趣来调整。

硅谷的“蒙特梭利帮”

蒙特梭利教育法是意大利教育学家玛利亚·蒙特梭利博士于1907年发明的一套教育方法，其精髓在于培养幼儿自觉主动的学习和探索精神。

在蒙园，孩子们往往可以自由地选择自己的活动，这被称为“工作”而不是“游戏”。

据《华盛顿邮报》和《纽约时报》报道，回顾贝索斯成长经历，可以发现蒙特梭利教育法对其人生的特殊意义。

1964年贝索斯出生时，其母亲只有17岁，幸好外祖父家境小康，对贝索斯的培养帮助很大。在两岁时，他就读于新墨西哥州阿尔布克尔克当地的一所蒙特梭利学校。4岁时，母亲嫁给了来自古巴的移民，于是他跟着新家庭从新墨西哥州搬到得州。在得州，他依然就读的是蒙特梭利教育的学校。

2000年《蒙特梭利生活杂志》对贝索斯进行采访，他表示：“你知道，直觉上，我认为在很小的时候，能在那样的教室里，接受到那样的教育，这可能是对我成长影响很大的一段经历。”

“我其实不知道科学研究表明了什么，但凭直觉，我不得不认为这对小孩子有好处。”在同一次采访中，贝索斯回忆起“在砂纸字母板上描摹字母”“在大画架上画画”以及“在一个特殊的板子（蝴蝶结衣饰框）上学习系鞋带”的经历时说。

蒙特梭利教育的影响力不仅仅体现在贝索斯身上。在美国，很多名

人小时候都接受过这种教育，《华尔街日报》甚至曾经用“蒙特梭利帮”（Montessori Mafia）形容那些曾因此教育方法走向巅峰的硅谷创业人士，其中包括谷歌创始人之一拉里·佩奇、微软公司创始人比尔·盖茨、现代管理学之父彼得·德鲁克、推出多款模拟游戏，带动电脑游戏革命的Maxis创办人威尔·莱特、维基百科的创办人吉米·威尔斯等。

正如拉里·佩奇所言，蒙特梭利教学方法在其成长过程中激发了他的创新与创业精神。

蒙特梭利教育法创立之初主要运用于贫民区，如今在美国却成为了高收入家庭的专属。这也成为贝索斯办园的重要原因。

最抠首富的慈善计划

贝索斯曾一度被称为“吝啬的全球首富”。虽然是全球首富，但一直以来，人们批评贝索斯没有将其大部分财富用于慈善事业。2019年年初，据美国《世界日报》报道，与其他知名亿万富豪相比，贝索斯只捐出1.46亿美元支持慈善事业，这一数额只占其总财富的0.0906%。

相比之下，微软共同创始人比尔·盖茨和伯克希尔·哈撒韦公司首席执行官沃伦·巴菲特共同发起了“捐赠誓言”活动，号召亿万富翁们承诺

至少为慈善事业捐出一半的财产。

2019年年底，在福布斯发布的2018年美国慈善排行榜中，作为首富的贝索斯在当年总共捐出1.31亿美元。相比之下，亿万富翁沃伦·巴菲特共向慈善机构捐赠了34亿美元，比尔·盖茨夫妇则捐赠了26亿美元。在慈善方面，贝索斯不仅没有比过这些富豪，也没有比过他的前妻麦肯齐。

2019年5月，与贝索斯离婚不久后，麦肯齐也宣布签署“捐赠誓言”，承诺在有生之年捐出超过她一半的财富，这意味着她会捐出高达180亿美元的财富用作慈善事业。

虽然2018年贝索斯宣布了20亿美元的慈善计划，但相较于他超过2000亿美元的身家仍是九牛一毛。

贝索斯对于慈善有着自己的理解，他认为自己对人类的主要贡献不体现在慈善事业捐款数额上。他表示其投资太空基础设施建设有助于人类的文明与发展，投资《华盛顿邮报》有助于言论自由的推展，他在其他财务方面的捐赠，也协力致力在癌症治疗、移民学生、大学奖学金、婚姻平权等领域的努力与创新。

除此以外，贝索斯2017年开始在社交网络平台广征建议，寻求能够解决短期急迫又能有长远影响力的慈善项目。正如其所言，他的慈善事业或许才开始。👊

李舫金掌舵广州金控的是与非

时代周报记者 曾令俊 发自广州

9月15日，李舫金最后一次在公开场合亮相。当天上午，第四届广州金融服务之星表彰大会召开，李舫金出席并为获奖个人和单位颁奖。这是李舫金人生最后的高光时刻。

23天之后，李舫金“落马”的消息轰动广州金融圈。

10月8日，广州市纪委监委披露，广州金融控股集团有限公司（下称“广州金控”）党委书记、董事长李舫金涉嫌严重违纪违法，目前正接受广州市纪委监委纪律审查和监察调查。

广州金控在广州金融业有着举足轻重的地位，是广州市政府整合市属金融产业的重要平台。截至上半年末，广州金控的资产规模已超6600亿元，业务范围极其广泛，包括银行、证券、信托等大部分金融细分领域。

10月11日，广州金控一下属机构负责人对时代周报记者表示：“李总出事事发突然，之前在集团和公司内部没有任何的消息和迹象。目前内部对涉事原因有所议论，大部分意见认为应该是在广州金控工作期间的事情。”

58岁的李舫金，在广州金控体系内任职长达13年，其中掌舵的时间长达4年。

广州市纪委监委并未披露李舫金“落马”原因。

广州一市属国企高管告诉时代周报记者，“作为‘一把手’，李舫金在广州金控权力过大，缺乏有效制衡”。另有与李舫金有过接触的人士向时代周报记者表示：“对他的印象一般，日常并没有展现出特别强的能力。”

广州金控已经在第一时间将李舫金的简历在官网撤下。

10月9日，广州金控就此发布公告称，本公司一切运作正常，该事项对本公司的经营、财务状况和偿付能力无重大影响。目前，广州金控副董事长、总经理梁宇临时主持董事会工作，党委副书记、董事马智彬临时主持党委工作。

金融“插班生”

回顾李舫金职场经历，并非金融科班出身。

1987年7月至1997年7月的整整10年间，李舫金历任华南师范大学外语系政治辅导员（学生工作秘书）、副科级学生秘书、党总支副书记、书记。

1997年，李舫金的人生轨迹发生转折，由学入仕，转入证监系统。他历任证监会广州证管办国际部部长、机构监管一处处长、一处党支部书记等职。

一名广州银行业的高管评论道：“这是他职业生涯的一大飞跃，从一个教师直接进入证监系统，这种案例非常少见。”

七年过后，李舫金的职业轨迹再次转向，调任广州市广永国有资产经营有限公司（下称“广永资产”），担任总经理、董事长等职务。广永资产主要业务范围包括股权投资、资产管理、物业管理、酒店经营等领域，该公司的全资股东现为广州金控。

2013年年底，广州国际控股更名为广州金控，成为广东首家以“金融控股”名义命名的金融企业。次年，李舫金担任广州金控总经理，成为经营一把手，同时还兼任党委副书记、副董事长。2016年，他再上层楼，升任党委书记、董事长。

“李舫金同志在金融行业深耕多年，经验丰富、专业知识扎实、经营管理能力突出。视野开阔、眼光敏锐，善于把握市场机遇。”广州金控此前发布的一则消息提到。

李舫金任职期间，广州金控配合广州市政府参与发起设立广州股权交易中心、广州金融资产交易中心、广



州商品清算中心和广州航运交易公司等多家机构。

“李舫金视野开阔，在企业经营上有自己的一套，基本完成了国资委下达的经营业绩指标。广州金控金融业务形态也已非常完善。”接近广州市国资委的人士透露，与越秀金控、广州基金等金控平台相比，广州金控的金融业态协同、金融创新能力等都更为雄厚。

多名广州金融业内人士对李舫金的落马深感意外。不过，时代周报记者注意到，李舫金的“落马”或早有征兆。

9月28日，广州农商银行（01551.HK）公告称，该行非执行董事李舫金因个人精力有限，请辞该行非执行董事、审计委员会、关联交易与风险管理委员会、提名与薪酬委员会委员职务，已于9月27日向该行董事会递交书面辞职报告，即日生效。据广州农商银行2020年上半年财报，广州金控在广州农商银行的持股比例为3.73%，为非境外上市股第一大股东。

业务结构待优化

作为广州市政府整合广州市属金融产业的重要平台，广州金控的地位举足轻重。在成立之时，广州金控曾想获得广东省AMC平台的资格，但最终花落粤财以及越秀金控。

目前，广州金控的业务板块主要分为主金融、类金融、平台与实业板块，金融板块是该公司的核心板块。截至2019年年末，公司下属全资及控股的公司共有15家（不包含基金），业务范围已涵盖银行、证券、信托、期货、小额贷款、融资租赁等主要金融领域。

广州金控在金融领域的布局又以银行、券商为重，控股的广州银行、万联证券正处于IPO的重要时刻。

截至2019年年末，广州金控直接和间接持有广州银行42.30%的股份，为广州银行第一大股东。今年7月，广

州银行在证监会网站披露了招股书，拟登陆深交所。李舫金此前曾担任广州银行副董事长。

广州金控直接和间接持有万联证券75.99%的股份，去年6月万联证券递交了IPO申请。李舫金自2005年起就担任万联证券董事长。

10月10日，首创证券研发部总经理王剑辉告诉时代周报记者，控股股东的董事长“落马”，并不直接影响到下属子公司的资本市场运作，“除非他的问题涉及子公司日常重要的经营活动，否则就不会产生直接的影响”。

9月1日，李舫金还以万联证券董事长身份在媒体发表文章称，数字化浪潮正以汹涌之势席卷全球，以其巨大的影响力，给各行各业带来深远影响。目前证券业的内外部环境存在诸多变化和挑战，更面临着“资本市场深化改革”的重大历史性发展机遇，对中小券商而言，如何通过差异化、专业化、特色化发展实现弯道超车，是一项重要且长期的命题。

广州金控对外投资还涉及信托、保险等。广州金控对大业信托有限责任公司持股比例为38.33%，对珠江人寿保险有限公司持股比例为8.51%。

总体上看，李舫金掌舵的这几年时间里，广州金控的经营业绩稳中有升。近年来，广州金控营业总收入持续增长，2017—2019年公司营业总收入复合增长率为19.22%，2019年全年公司实现营业总收入151.62亿元，同比增长12.94%。

从营业总收入的构成来看，主金融板块为公司营业总收入的主要来源，其收入贡献度维持在90%以上，主金融板块主要以银行与证券业务为主。

“公司主要金融板块尤其是银行板块为公司主要资产和收益来源，对公司盈利贡献较高；其他类金融板块、平台板块等占比较低，盈利水平下滑甚至亏损，业务均衡性有待持续优化。”中诚信近期发布的评级报告提到。

“虽然布局的金融业务很多，但核心金融业务还是广州银行，万联证券以及其他金融业务，要不就是规模太小，要不就是股权占比小，结构性失衡。”上述广州银行业人士说。

虽然广州金控营收增幅较快，但从净利润看，2017—2019年分别为32.52亿元、33.41亿元以及34.24亿元，增幅有限。

个别项目亏损

“金融风险意识淡薄，管控机制不健全，发现问题处置不严谨，个别项目潜亏严重。”2019年上半年，广州市委第七轮巡察工作派出8个巡察组，对广州金控等24个单位党组织开展了巡察，披露的反馈情况提到了上述情况。

时代周报记者梳理发现，广州金控旗下有多家子公司连续多年亏损，有个别公司亏损严重，比如广州立根小额贷款股份有限公司（下称“立根再贷”）以及广州金控网络金融服务股份有限公司。

立根再贷是李舫金引以为傲的项目之一，董事长亦由李舫金亲自兼任。立根再贷成立于2013年10月，是全国首家小额贷款公司，广州金控通过全资子公司广州金控资本管理有限公司（下称“广金资本”）持股59%。

立根再贷通过对小额贷款公司放款，负责小贷公司同业拆借和组织小贷公司头寸调剂等方式收取利息，公司放贷资金主要来自于自有资金以及股东方的拆借款。

但是，立根再贷的经营情况并不理想，不良率不断攀升。

截至2019年年末，立根再贷小额贷款业务贷款损失准备余额为5.4亿元，不良贷款余额为6.81亿元，不良贷款率为37.49%。去年亏损4.83亿元。

中诚信评级近期发布的评级报告显示，截至2020年3月末，立根再贷的不良贷款余额达到6.78亿元，不良贷款率上升至41.17%，较年初增长近4个百分点。

立根再贷称其不良贷款激增，主要是近年来宏观经济下行，中小企业经营压力加大，产生多笔不良贷款。目前立根再贷对不良贷款均采取诉讼财产保全措施，且大部分是第一查封，查封价值已超过贷款本息，预期最终不良损失的贷款金额规模可控。

时代周报记者注意到，立根再贷自2018年以来踩雷多家上市公司，涉及*ST鹏起（600614.SH）、ST摩登（002656.SZ）、文化长城（300089.SZ）等。

比如，文化长城在2019年陷入债务危机。据该公司今年9月4日公告，文化长城所面临的逾期债务本金合计4.95亿元。其中，立根再贷款有一笔1500万元的贷款本应于2019年10月26日到期，但发生逾期。

广金基金则是广州金控对外进行股权投资的主要载体，重点关注TMT、医疗健康、节能环保、高端智能制造等战略性新兴产业，同时关注国企混改、二级市场定向增发等。截至2019年年末，广金基金总资产为24.28亿元。2019年，其投资收益仅为0.21亿元，亏损总额达0.6亿元。

广州金控还布局P2P网贷。2014年，广州金控发起设立广州金控网络金融服务股份有限公司，运营P2P平台广金金服，持股75%。这也是广州首家以P2P为主营业务的国有控股公司。因P2P整治席卷，广金金服已于2019年7月停止发标。2019年，广金金服营收968.75万元，净亏损6040.35万元。

“当时，网贷是风口，很多国资系平台成立，广州金控也成立了广金金服。虽然有国资大股东背书，但广金金服的运营一般，规模始终没有上去。”10月11日，对广金金服熟悉的网贷平台高管告诉时代周报记者。■

陆金所赴美上市 谁将接棒金融科技IPO

时代周报记者 黄坤 发自上海

陆金所控股上市传闻靴子落地，多年“夙愿”得偿。

10月8日，中国平安集团旗下金融科技子公司陆金所控股有限公司（下称“陆金所控股”）向美国证监会SEC首次公开递交F-1文件（注册上市公告）。

伴随陆金所控股拟在纽交所上市，这也标志着国内金融科技领域三大独角兽——蚂蚁集团、京东数科、陆金所控股齐聚IPO。互联网系与金融机构系的头部金融科技子公司，今年下半年以来密集登陆资本市场。

值得关注的是，蚂蚁集团正在寻求“A+H”同步上市，京东数科的科创板上市申请已受理，陆金所控股拟赴美上市。

10月10日，中央财经大学金融法研究所所长黄震表示，这是因为随着科技与金融的深度融合，金融科技子公司主打“科技”属性，面向未来的可能性更广泛，金融科技企业凸显“科技”也会获得高估值。

10月10日，零壹研究院院长于百程告诉时代周报记者，这一方面意味着金融科技的价值被资本市场所看好；另一方面也意味着金融科技公司发展进入规模化、快速化盈利的阶段，并且通过登陆资本市场，头部效应将更明显，未来将获得更多的发展机会。

上市地点迥异

10月8日，鹏华、汇添富和华夏创新等5只蚂蚁战配基金全部募集成功，累计超千万人认购，相当于每秒钟有8个人购买，按照600亿元的总规模，基金人均投入仅6000元，成为史上最普惠的新发基金。

业内人士表示：“投资者选择基金参与投资蚂蚁集团IPO机会，相比科创板网上打新需要50万元股票账户资产和2年交易经验，基金的门槛大幅降低。”

10月9日，一位接近陆金所控股的人士告诉时代周报记者，以蚂蚁集团为代表的TechFin公司，在流量、场景、科技应用上优势更为突出，目标是普惠，而陆金所控股的策略是差异化打法，目标市场是高净值人群。

时代周报记者查看两家公司招股说明书发现，支付宝APP服务超过10亿用户和超过8000万商家，合作金融机构超过2000家，为全球最大的生活服务/商业类APP。

蚂蚁集团依靠阿里巴巴电商流量构建了极强的交易场景，陆金所控股可触达平安生态圈服务的近2.1亿金融服务潜在客户，以及210多家第三方渠道伙伴实体。

陆金所控股也在招股书中指出，中国的零售信贷便利化和财富管理行业正在变得越来越有竞争力。陆金所主要与在线的TechFin平台竞争，后者主要由互联网公司（例如蚂蚁集团和腾讯理财通）运营，在较小程度上与传统金融机构（例如专注于零售贷款或财富管理的银行）竞争。

激烈竞争角逐中，对于金融科技类公司上市来说，当下估值最高的当属科创板，继蚂蚁集团高调地宣布计划在上海科创板和香港两地上市之后，陆金所选择在美国纽约证券交易所上市。

陆金所控股为何选择美股上市？

于百程告诉时代周报记者，一般来说，选择上市地与估值、股权结构、监管要求等相关。由于陆金所控股的网贷业务仍有部分存量，因此登陆科创板目前难以获得监管支持；但从市

场环境、本身业务基础和金融科技竞争对手纷纷上市来看，陆金所尽快上市的需求也比较迫切。

而港股和美股，在金融科技估值上相似，两地都有多家金融科技上市公司，市场基础均不错，对于为什么没有选择赴港IPO，于百程阐释道，“登陆美股可能更多与陆金所控股的股东方以及国际业务拓展有关。此外，同属平安系的金融科技子公司金融壹账通也在美股上市，并且市场表现较好，这可能也是陆金所登陆美股的一个加分因素”。

后来者跃跃欲试

陆金所控股在招股说明书中预估，到2024年，全国中小微企业贷款总需求将达到50万亿元人民币。传统金融机构和大型techfin机构在服务中小微企业大额融资需求方面存在服务缺陷。与之相较，依托强势的技术和数据甄别能力，以及高效便捷的O2O服务模式，大型金融科技企业更有机会能够抓住这些未能满足的市场机遇。

9月底，社科院特约研究员王硕表示，陆金所控股正从自营贷款业务为主向轻资产的开放赋能新模型转型，但相比自营贷款收益的稳定性和丰厚利润，赋能模式的收益稳定性和可持续性需要进一步观察。

王硕认为，虽然当前金融科技监管政策还没有完全出台，但未来纳入强监管只是时间早晚的问题，监管红利正逐渐减少。资管新规落地也会对业务发展带来政策压力。

互金潮水退去，转型后的金融科技巨头齐聚资本市场图谋下一步发展。

从今年8月发布的《2020年胡润全球独角兽榜》以全行业排名来看，蚂蚁集团以人民币1万亿元市场价

值拔得头筹（金融科技分榜第1），陆金所控股以人民币2700亿元排名第4（金融科技分榜第2），京东数科以人民币1300亿元位居第12（金融科技分榜第5）。

2018年末，京东金融更名“京东数科”；陆金所控股2019年宣布停止网贷业务，进行转型；2020年，蚂蚁金服更名为“蚂蚁科技集团股份有限公司”，既纷纷“去金融”之后，下半年，除蚂蚁金服、陆金所控股以外，京东数科也相继官宣IPO。

时代周报记者查看招股说明书发现，陆金所控股将自身定位为“中国领先的科技驱动个人金融服务平台”，蚂蚁集团定位是“中国领先的数字支付提供商和领先的数字金融科技平台”，京东数科定位是“数字科技公司”。

于百程认为，陆金所聚焦于个人的信贷和财富管理金融服务，蚂蚁集团以海量支付用户起家，规模更大，业务更加综合，京东数科在战略上更偏产业数字化服务。

那么，下一个冲刺的金融科技公司将是谁？

在《2020年胡润全球独角兽榜》金融科技类目中，排名靠前的是微众银行和苏宁金服，估值分别是1500亿元和500亿元。从客观条件和市场信息来看，两家上市的条件和可能性在增加。

2月初，有市场传闻称，微众银行正在接受中信证券的上市辅导，争取在2020年冲击A股IPO。对此，微众银行向外界回应称“暂无明确上市计划”。

而在2019年，苏宁易购在半年度报告就表示，苏宁金服出表是为了实现资本化的目标。彼时就有市场人士分析，这个资本化的目标是推动苏宁金服独立上市。■

1300

亿元



百融云创拟赴港IPO 内部人称对赌协议藏易主风险



百融云创近期组建了项目组，低调接触券商，决定赴港IPO。不过前提是需要通过厘清股权关系、剥离风险业务主体。

时代周报记者 苏沫 发自上海

智能科技应用平台百融云创科技股份有限公司（下称“百融云创”）计划赴香港IPO。10月初，多位接近该公司的知情人士向时代周报记者透露了上述信息。

官网显示，百融云创成立于2014年3月，是一家金融科技应用平台，公司坚持以科技为驱动，赋能金融机构数字化创新和转型，助力普惠金融。

2019年上半年，百融云创完成10亿元人民币C轮融资，此轮融资由国新基金领投，老股东红杉资本也追加了投资。

业内人士透露，百融云创与青岛国新展华股权投资管理合伙企业（下称“青岛国新”）签订了对赌协议，对赌条款主要围绕百融云创需在一两年内成功IPO。工商资料显示，青岛国新为百融云创第三大股东，持股11.2412%。

时代周报记者从百融云创知情人士处获悉，百融云创与青岛国新签署的对赌协议，百融云创需在一两年内成功IPO。若IPO未果，则百融云创股权架构将发生变更，实际控制人或易主，由张韶峰改为青岛国新。张韶峰为百融云创创始人及CEO，拥有多年技术背景，此前曾任职百分点COO兼

技术副总裁。

“百融云创近期组建了项目组，低调接触券商，决定赴港IPO。不过前提是需要通过厘清股权关系、剥离风险业务主体。”上述知情人士表示。

信贷业务风险或成掣肘

一名业内分析人士向时代周报记者表示，百融云创在上市“包装”中，将发力拓展用户，以为金融机构提供大数据风控业务为核心，信贷业务为辅助，但后者目前尚无弱化迹象，贷款超市业务仍为公司目前主要盈利来源。

时代周报记者还从百融云创内部人士处了解到，该公司主要有两大块业务：一是为银行、保险、消金等金融机构提供大数据风控服务；二是信贷业务。

在商业逻辑上，面向金融机构的征信业务和信贷业务混业经营，本身就有既做裁判员又做运动员的冲突，这也使金融机构的客户数据面临被泄露的风险。

沪上一名接近百融云创的人士向时代周报记者介绍，“百融云创以提供征信服务为抓手，通过降低服务价格吸引更多大型企业成为其客户，而这些金融机构把数据分享给百融云创大数据模型做风险评估，“因为没有充分的数据隔离，根本无法保证这些资料不被百融云创用在自己的信贷业务上”。

百融云创内部人士透露，尽管疫情影响下，信贷业务营收下降，但榕树贷款仍是公司目前主要的营收渠道。

榕树贷款是百融云创旗下贷款超市，主体公司为百融云创全资子公司广州数融互联网小额贷款有限公司（下称“广州数融”）；小额贷款平台虾球借钱，主体公司是深圳数趣科技信息有限公司（下称“深圳数趣”）。天眼查信息显示，百融云创持有广州数融和深圳数趣100%股权。

百融云创内部人士透露，百融云创的经营策略主要就是通过金融科技业务（智能营销、风控等产品及服务）服务银行、消金机构，从而获取到数据，与自身的贷款类业务最终形成商业模式闭环。

有市场人士分析，随着监管趋严，这种“盈利模式”也暗藏隐忧，一些诸如隐私泄露、高利贷、套路贷、协助

暴力催收等风险和问题也或将浮现。

投诉多、法律风险犹存

时代周报记者查看黑猫投诉平台发现，多名用户投诉百融云创存在伪造文件，恶意修改合同等问题，以其旗下贷款超市榕树贷款为例，截至10月12日，共涉及投诉量903条，被投诉内容围绕虚假宣传、套路贷、高利贷、暴力催收等。

今年8月21日，一位百融云创用户在第三方公共投诉平台投诉称，榕树贷款涉嫌虚假宣传，“砍头息”和高利贷。该用户称，榕树贷款平台虚假宣传“借一万元，日息3元”。他于2020年8月3日，在榕树贷款APP申请3000元小额贷款，等额本息分12期还款。

然而，在这笔贷款到账后，他才发现贷款协议中还包含一项“综合服务管理费”协议，金额为650多元，每月分期金额达340元，12期总计还款达4080元，加起来相当于折合年利率30%以上，远超国家法定利率上限，许多用户都会看漏，只看日息3块钱。

目前，民间借贷利率的司法保护上限已调低到15.4%。10月10日，上海一位长期代理信贷相关诉讼的律师对时代周报记者解释说，发生在2020年8月20日之前的民间借贷，尚未履行完毕的，利率上限不得超过借款时一年期贷款市场报价利率（LPR）的4倍；规定特别强调，发生在2019年8月20日之前的借贷，由于当时还没有LPR利率，参照起诉时的标准计算。

该律师指出，按照目前的标准，利率上限为15.4%，超过部分不受法律保护。

9月底，榕树贷款APP为时代周报记者推送了三款产品“你我贷—融优贷”“豆豆钱”“我来数科—我来贷”，其费率均显示“24%—36%/年”。10月9日，榕树贷款客服人员回应记者说，是否会按15.4%上限进行调整，需要向公司反馈。

也有业内人士表示，如果严格执行15.4%的利率上限，大多数金融科技公司将面临很大的生存压力，头部公司盈利能力下降，中尾部公司甚至有出局风险。

时代周报记者还注意到，一些用户在黑猫投诉平台投诉榕树贷款存在暴力催收的情况。

上述百融云创内部人士坦言，当前榕树贷款主要业务形式是为金融机构导流，但因门槛较低，存在“砍头息”、暴力催收等风险，随着监管趋严，这些业务可能逐步弱化。

“这是一个个人信息倒卖贩子，自己不做金融贷款，专门收集个人信息，拿着这些信息去各地小额贷款公司拿钱。”此前，有用户刘某在榕树贷款应用下载的用户评价中“吐槽”。

对于隐私保护，10月9日，榕树贷款内部员工回应时代周报记者称，对于注册完成但未申请任何贷款的用户信息，平台都会严格保密；对于用户在申请贷款时填写的信息，他们也会直接提交给对应贷款产品的平台进行审核，但上述信息榕树贷款平台本身的确可以看得见，也会有客服人员致电客户邀请贷款和询问需求。

剥离风险业务难舍利润来源

“信贷业务本身风险较大，百融云创想带着此项业务赴港上市难度不小。”10月9日，一金融科技业内人士对记者表示。在他看来，今后该业务可能会被百融云创逐步剥离，公司转向以大数据金融信息服务为主营业务，集中发力上市。

此前百融云创还曾通过旗下全资子公司入股催收公司北京信雅乐达科技有限责任公司（下称“信雅乐达”），而信雅乐达在2017年7月卷入“套路贷”事件。目前，该公司已被北京市海淀区市场监督管理局列入经营异常名录。

工商资料显示，信雅乐达第三大股东是百融至诚（北京）信用管理有限公司（下称“百融至诚”），第五大股东是北京大成鑫越投资控股有限公司（下称“北京大成”），而两者都曾是百融云创的全资子公司。

2018年12月1日，百融云创清仓退出北京大成；次年12月24日，百融云创又退出百融至诚。

日前，在接受时代周报记者咨询时，榕树贷款人士表示，目前平台已没有任何催收业务，也不参与放贷，只是帮助客户选择借贷产品和处理问题。

就其上市及经营状况，时代周报记者多次致电、致函百融云创，截至发稿，尚未收到回复。■

GREEN

绿色生活，低碳出行

出行

绿色

中宣部宣教局

中国文明网

银行理财规模续降 净值化转型寻破局

时代周报记者 黄坤 发自上海

打破刚兑、收益波动，银行理财业务规模持续下降，净值化转型进展备受关注。

近日，时代周报记者从多家理财子公司相关人士获悉，不少银行的保本理财产品正在加速退出，渤海银行、浙商银行等保本理财产品额度已经压缩到零，银行理财产品发行数量正在持续下降。

据中国银行业协会最新披露的2020年8月中国银行业理财市场指数报告显示，当月全国银行理财发行指数有所下降，环比下降3.88点至73.59点，整体发行量环比下降435款至8269款，同时，全国银行理财价格指数环比下滑0.17个点至84.78点。

时代周报记者查看中国理财网数据发现，截至今年10月11日，银行理财子公司登记的理财产品共计2088只，其中工银理财、建信理财、中银理财产品发行数量排名较前，分别为747只、338只和290只。

对于理财产品规模下降的原因，多位受访业内人士均表示，一方面是因保本理财产品加速退场；另一方面资管新规下净值化转型持续推进，产品收益率下行，客户需求不振。

在失去了固收这一大优势之后，银行理财子公司也开始抢滩权益市场，现阶段，银行理财权益资产配置规模已不容小觑。

据中国银保监会官方披露，截至2020年6月末，银行理财产品权益类资产配置规模已达到7907亿元，约占银行理财总资产的3%。

10月9日，兴业研究首席金融行业分析师孔祥对时代周报记者表示，预计未来，银行理财方面的被动型和另

类投资产品将加大创设，理财子公司投资策略会从“左侧”更偏向于“右侧”。养老第三支柱会是长期的培育方向。

保本理财退场 产品规模骤缩

Wind统计数据显示，截至9月28日，银行理财产品累计发行数量40488只，相较于去年同期的76887只，同比降幅高达47.3%。8月银行理财产品发行数量1845只，更是创近10年来的单月发行量新低。

就产品规模下降的背后原因，东莞证券研究员段福林对时代周报记者表示，“疫情蔓延及全球金融市场震荡的背景下，债券市场收益率进一步下行，企业信用债违约潜在风险压力上升，同时，股市震荡，部分权益类资产配置的理财产品显现回撤压力，这些都是原因。”

10月9日，融360大数据研究院分析师刘银平还向时代周报记者透露，



近期流动性略有收紧，央行加大投放力度，MLF和LPR利率均与前期持平，在流动性整体宽松、理财产品持续转型的背景下，银行理财收益率预计会继续小幅走低。

保本理财产品加速退场也是理财产品规模下降的关键原因之一。据融360大数据研究院近期数据统计，今年以来，保本理财发行量占比逐渐减少，4-7月的占比分别为15.52%、12.73%、10.32%、8.96%。

近日，中国银行业协会专职副会长潘光伟表示，今年上半年，银行保本理财余额和嵌套投资理财产品规模分别比资管新规发布时下降了62%和31%。

交通银行、邮储银行、杭州银行、兴业银行等分别在各自2020年半年报中明确表示，保本理财已经清零。截至7月末的银行理财数据显示，渤海银行、浙商银行、广发银行、华夏银行的保本理财数量和规模余额也降

至为零。

刘银平向时代周报记者表示，今年下半年，银行将继续推进产品净值化转型，预计年底时净值型理财产品整体规模占比有望超过60%。

南京银行一位理财业务部门负责人日前对时代周报记者表示，目前，我行非保本理财业务规模近3000亿元，净值型产品占比已超过60%。

竞争加剧瞄向养老理财

“银行理财子公司就是净值化转型。”华夏银行资产管理部总经理苑志宏坦言。

据中国银行业协会数据显示，8月，全国银行理财市场净值产品存续量为23011款，环比上升1571款。从净值转型程度指数表现看，当月，全国净值转型程度指数为16.75点，环比上升1.26点，较去年同期上升9.16点。

在净值化转型中，理财产品净值波动，甚至可能产生本金损失，是银行理财子公司必然面临的挑战。

对此，9月28日，交银理财总裁金旗对时代周报记者表示，由于上半年波动行情，有些新发产品跌破了面值，这打破了银行理财的“刚兑”信仰。未来随着净值化转型扩大，这种情况出现的频率会越来越高。

而当“保本保收益”的利器失去，银行理财将如何在资管市场竞争？

10月9日，易观金融行业分析师王细梅称，随着客户理财意识的增强，银行会逐步加强对权益类产品的投研能力及风险控制，从而加大对权益类资产的投资比重，增强银行理财产品的吸引力。

平安理财总经理张东坦言，理财子公司面对着基金、券商资管等有力竞争者，客观地讲，相较于公募基金，银行在权益投资上的文化、团队、市

场积累都较弱，也没有经历过太多市场周期，所以大多还是想与市场最优秀的资管机构合作。

据张东阐释，如果把基金投资公司或部门比喻成“牧场”，把基金经理比作“奶牛”，平安理财在权益投资方面暂时不会自己“建牧场”“养奶牛”，而是直接“买牛奶”，也就是去选择市场上最好的基金产品、最好的管理人和最好的策略。

据时代周报记者从业内了解，公募基金委外仍是理财子公司参与权益投资的重要方式。

值得一提的是，紧跟公募基金步伐，多家银行理财子公司正在陆续加入ESG投资阵营。

中国理财网数据显示，截至9月29日，农银理财、建信理财、中银理财、光大理财、兴银理财，以及华夏银行、苏农银行已共计发售29款ESG主题理财产品。

今年以来，银行理财子公司加速入场。

时代周报记者不完全统计，截至10月10日，已有22家银行理财子公司获批成立，18家正式开业。

理财子公司和母行在业务上会如何联动？“初期阶段母行依旧是核心渠道，但线上APP作为理财销售渠道自疫情以来表现十分活跃，目前也在做其他渠道的尝试，未来将在符合监管要求的情况下推进互联网销售。”平安理财总经理张东称。

除了在渠道上，在产品布局方面，多家理财子公司还在跟随母行步伐发力养老产品市场。

浦发银行行长潘卫东提醒称，虽然短期看来，母行资源是理财子公司生存的支撑和保障，但长期看，其必须打造市场化竞争能力，这才是未来可持续发展的前提和基础。■

陆金所正式冲刺上市 或成最大美股金融科技IPO

10月8日，金融科技独角兽陆金所控股正式向美国证监会SEC首次公开递交F-1招股说明书，计划以“LU”为股票代码在纽约证券交易所挂牌上市。

陆金所控股此次上市承销商“阵容”强大，高盛、美银、瑞银、汇丰和平安证券（香港）等均在列。招股说明书没有披露实际拟募资金额，但据此前市场传闻，陆金所控股此次IPO将募集20亿至30亿美元。

“陆金所此次融资将用以进一步提升整体的运营效率，包括继续加强技术基础设施建设、技术研发、技术投资或收购、产品开发、销售与营销活动等方面。”陆金所在招股书中称。

今年上半年，达达、理想汽车、小鹏汽车等国内公司纷纷赴美上市，目前陆金所控股融资额度最高，有望成为今年在美股上市的最大中概股IPO，并且可能是美国迄今为止最大的金融科技IPO。

招股书显示，陆金所控股近三年“成绩单”亮眼，在2019年的收入为478亿元，净利润达到133亿元；2020年上半年收入257亿元，净利润73亿元。2017-2019年，陆金所控股净利润复合增长率达到近50%。

值得注意的是，该公司正在逐渐转变为轻资产模式，2020年上半年，技术平台的收入贡献占比83.5%。技术平台收入贡献从2017年的61.9%增长到2019年的87.7%。同期净利润贡献占比从21.7%增长到27.8%，

陆金所控股在招股说明书中表示，我们的业务基于独特的轻资本、Hub and Spoke（中心辐射型）商业模式、久经考验的科技应用、有深度的金融服务专业能力、强大的线上线下渠道整合能力、穿越周期的优秀表现等，目标市场是传统金融机构和纯线上科技金融平台所没有服务到的客户群体。

陆金所转型成效显著 近三年净利复合增长率48%

根据招股书，陆金所控股目前主营业务为零售信贷与财富管理，前者由平安普惠运营，后者由上海陆家嘴国际金融资产交易市场股份有限公司（以下简称“陆金所”）运营。

截至2020年6月30日，零售信贷余额达

5194亿元人民币（735亿美元），在中国非传统金融机构中排名第二；财富管理规模达3747亿人民币（530亿美元），在中国非传统金融机构市场中排名第三。

同时，2020年第三季度两大业务实现了核心业务的稳健增长。截至2020年9月30日，平安普惠促成的零售信贷总余额达5358亿元人民币（758亿美元）；通过陆金所线上财富管理平台管理的客户资产总量达3783亿元人民币（535亿美元）。

近三年来，陆金所控股整体业绩呈现稳步增长。从营业收入看，2017年至2019年，公司总收入分别为278.2亿元、405.0亿元和478.3亿元，年复合增长率31.1%；从净利润看，近三年分别为60.3亿元、135.8亿元和133.2亿元，年复合增长率为48.6%。

2020年6月，中国平安集团总经理兼联席CEO谢永林公开表示，陆金所控股明确“金融科技公司”转型定位。不难看出，陆金所控股的转型成绩显著，此次招股书披露，截至2020年6月30日，财富管理业务的历史存量产品从2017年末3364亿元，下降到2020年上半年的478亿元，业务总占比则从2017年的72.9%降至2020年上半年的12.8%。

招股书显示，陆金所的投资于现有产品的客户资产规模，从2017年底的1253亿元增长至2020年上半年的3269亿元，实现了老客留存。2017年以来的投资者年留存率均在90%以上，活跃投资者复合增长率为14.1%。

有一个数据值得注意，陆金所的理财客户的平均资产规模为2.9331万元，远高于行业平均的8000元。其逾半的客户资产，来自资产规模大于50万元的客户群体。这意味着，中产阶层和高净值人群已成为其财富管理客群的主力。

陆金所控股在招股说明书中表示，在2019年8月我们停止使用自身P2P平台上的个人投资者供给资金作为信贷资金来源，并实现了向银行和信托计划的平稳过渡，信贷资金的供给未受资金来源变化的影响。未来，我们可能通过提供更多资金或更多的信用增级手段来调整贷款业务所分担的风险占比，但不会背离基本的轻资本模式。

独特轻资本商业模式 技术驱动优势促增长

过去15年中，陆金所控股无疑在了解产品、了解业务、了解客户方面积累了领先的经验和能力，如今该公司创造了独特的、轻资本的、中心辐射式的商业模式：科技驱动的个人金融服务“Hub & Spoke”平台。

据招股说明书披露，该平台拥有两个“中心”：零售信贷及财富管理，零售信贷中心拥有长达15年的信贷数据、线上线下的强大渠道、打通平安自有的生态系统；财富管理中心拥有全品类、基于区块链的适当性销售、打通平安独有的生态系统。

陆金所控股在招股说明书中表示，该平台“辐射”数百金融机构，为投资者提供符合其风险偏好和个性需求的贷款和理财产品。通过中心化集成账户，从而与用户紧密相连，借助丰富的用户数据不断优化和提供个性化的金融服务。

“一个用户，多个账户，多个产品，一站式服务”，“Hub & Spoke”平台巧用中心化集成账户，结合了专有的技术应用、广泛的金融数据及专业金融知识和服务理念，从而能够有效地将合适的产品提供给合适的客户。

谈及陆金所控股科技应用的独特性，业内人士认为，其所有研发的科技应用均是为特定目的所打造的，结合了自身金融专业能力，为用户提供一站式的金融服务解决方案。技术驱动是优势，更是生命力。

平安普惠利用先进技术重塑了传统的信贷审批流程，例如其开发的微表情反欺诈技术，在同业中十分领先；同时信贷审批模式也大大减少了审批时间，依托专有KYP、KYB和KYC有效地定价风险，便于锁定高质量的借款人。

目前，陆金所平台可以持续自动跟进投资者全生命周期的理财需求，并推进合适的营销策略和产品服务。技术在帮助陆金所控股更好服务中产及服务投资者的同时，其服务成本也远优于传统私人理财服务。

与传统金融机构相比，陆金所理财“吸金”能力优秀。据招股说明书披露，截至2020年6月30日，陆金所控股累计借款人数增长至1340万人，2020年上半年新增贷款量达2845亿元（403亿美元）。从2017年到

2019年，投资者留存率每年都在90%以上，活跃投资者复合增长率达到14.1%。

中国平安持股超四成 战略合作深化迎丰收

作为平安旗下5大科技独角兽之一，陆金所一直受到资本追捧。

媒体报道显示，在此次赴美上市之前，陆金所控股至今已先后完成3轮融资，总融资金额超30亿美元，对照C轮融资后，其估值折合人民币超2600亿元。

在股权结构方面，招股书显示，中国平安持有陆金所控股42.3%股份，TunKungCompanyLimited持股42.7%。而TongjunInvestmentCompanyLimited和LanbangInvestmentCompanyLimited分别持有TunKung41.0%和37.4%的股份。

陆金所控股作为平安集团孵化的一个金融科技平台，与平安集团深远的关系，在业务运营、拓展的数个关键领域都得到了平安集团的支持，包括品牌、获客、增信、分析洞察、牌照以及技术。

据招股说明书披露，陆金所控股可以接触到平安集团潜在的超过2.1亿人的金融服务客户，截止2020年6月30日，平安产险为陆金所控股未结贷款余额的91.2%提供了第三方增信服务。

基于平安生态，在2017-2019年，陆金所控股促成的新贷款分别为人民币651亿元、人民币1045亿元和人民币1974亿元，以及2020年上半年人民币1051亿元。

财富管理方面，2017年、2018年和2019年，陆金所控股从平安生态获得的客户资产规模总额分别为人民币404亿元，人民币774亿元和人民币1024亿元，2020年前6个月为人民币142.3亿元。

陆金所控股也在招股说明书中强调，“平安集团的成员是我们的主要投资人、战略合作伙伴，作为平安集团生态的一部分，我们乐于接触生态中的其他领域、同时与平安在业务、分销渠道、产品方面进行多项合作，包括保险、投资、银行和策略等方面。”

相信，基于平安集团的金融生态圈和自身技术优势，陆金所控股在IPO后，将进一步抢占市场份额。

（文/苏沫）

蚂蚁战配基金售罄 冲击代销业格局

时代周报记者 宁鹏 发自上海

10月8日,伴随着华夏创新未来的募集成功,5只蚂蚁战配基金的发售就此落幕,但其所掀起的行业“风暴”却并未停歇。

支付宝独家发售,首次秀出了其在权益基金首发领域的“肌肉”,超千万的认购户数一举刷新了新基金发行史上的纪录。

而全天候发行、免认购费等做法,更是给同业带来冲击。

掀起鲇鱼效应

未上演一日售罄，并没有纾解蚂蚁战配基金给基金销售渠道带来的冲击。

“这次发声声势浩大，噱头不少”，10月9日，某基金第三方销售机构人士对时代周报记者表示。在他看来，支付宝和蚂蚁集团本为一体，支付宝独家发售蚂蚁战略配售基金，在为蚂蚁集团IPO保驾护航的同时，秀出自己的代销实力，可谓得尽好处。

“蚂蚁集团就是一条巨大的鲑鱼”，同日，资深基金研究专家王群航表示。事实上，示范效应已开始显现。市场有消息称，继蚂蚁集团之后，京东数科也正在考虑采取类似的定制化方式，通过公募基金发行战略配售产品，为其即将通过的IPO进行融资。

而影响更为深远的，是基金渠道上的固有利益格局被撼动。目前，基金销售的主力为银行、基金第三方销售及券商。在这一利益链条中，基本是渠道拿走全部申购费（或认购费），此外还与基金公司分成管理费，即业界俗称的“尾随佣金”。

“银行一直是基金首发的最重要渠道”，10月9日，某业内资深人士对

时代周报记者称,即便近年来以基金第三方销售为代表的互联网渠道发展壮大,但仍以持营为主,主打销售老基金。此次支付宝独家首发蚂蚁战配基金,在银行看来无异于一场重量级“偷袭”。

此外，蚂蚁战配基金免除认购费，不仅开创了行业先河，亦起到了“火上浇油”的作用，对银行等传统渠道造成很大的压力。“银行等传统渠道在认购费等费率方面进行改变不易，因为这部分费用涉及对网点工作人员的一次性激励等，降低费率会严重打击他们的积极性。”10月9日，上海证券创新发展总部总经理刘亦千坦言。

对于基金第三方销售机构而言,价格战也不新鲜,自2012年发放首批基金第三方销售牌照以来,如影随形。头部机构以价格战为抓手,一路压低基金销售手续费,申购费先是降至四折,后来降至一折。剔除支付通道成本后,手续费所剩无几甚至倒挂,而这意味着基金第三方销售机构更依赖保有量带来的“尾随佣金”。

时代周报记者注意到,在蚂蚁战配基金发售前,银行渠道并未跟进第三方销售机构打价格战,线上线下的费率仍存在较大差异。

对客单价的争议

蚂蚁战配基金的发售期自9月25日开始，10月8日结束。有趣的是，截至目前，无论是蚂蚁集团还是其他利益相关方，对此次基金发行是否超预期一直没有比较确定性的评论。

简单从发售金额和速度看，经历了诸多“爆款”后，两周600亿元的认购金额并不算出众。仅3个月前，由王宗合拟任基金经理的鹏华匠心精选发售，首日便有1371亿元认购。

“销售数据只是一方面，还要看到蚂蚁背后的努力，要看到大象正在走来，现在只是开始。”10月9日，参与此次发售的某头部基金公司人士对时代周报记者表示，“基金能否快速售罄，是要有市场环境配合的，最近市场不如前阵子火爆；其次，之前投资者通过支付宝大都购买固收产品，现在要将流量转化为销量，尚需一个培育的过程。”

与蚂蚁战配基金同日发售的中欧互联网先锋，由擅长打造“爆款”的招商银行代销，亦未一日售罄。

值得一提的是，蚂蚁战配基金发售中令人惊讶的认购人数。据蚂蚁集团提供的数据显示，5只基金累计有超千万人认购，相当于每秒钟有8人购买。按照600亿元的总规模计算，基金人均投入约6000元。

事实上,在此次发售前,业界对这批基金客单价偏低已有预期。近日,沪上某位基金人士对时代周报记者称:“银行渠道和蚂蚁基金这类第三方渠道,拥有不同的客户群体。截至目



期,这种“7×24小时”的发售模式亦在业界引起较大反响。

王群航认为，之前所有新基金的发行都是“5×4小时”，这是有着深刻历史原因的，“其一，公募基金面世的核心理由之一，是让‘专家理财’帮大家买股票，因为当时已有700多只股票；其二，当年发行的都是封闭式基金，全部场内发行，认购都要打新摇号，因此，股市交易时间，就自然而然地平移到了基金上，且一直延续至今。”

刘亦千亦向时代周报记者表示,互联网平台与传统金融机构存在较大差异,之前互联网平台销售货币基金也是“7×24小时”,然后在下一个工作日确认,但传统渠道在非营业时间没办法进行交易。

王群航说,既然蚂蚁战配基金可以“7×24小时”发售,那么即意味着其他新基金也应该可以,且都不会对基金经理的二级市场操作造成任何影响,该模式有望获得推广。

支付宝此次独家代销蚂蚁战配基金,一度引发了基金销售渠道是否会强制“二选一”的话题。10月9日,沪上某基金公司董事长对记者表示,银行与其他新兴渠道间的关系取决于他们自身,基金公司的定位是独立制造商,只负责提供优质产品,不会选择站哪队。

同时，南方某头部基金公司人士亦表示，“二选一”不靠谱，基金公司的渠道策略是多元化的，一般不会排斥特定渠道。

蚂蚁集团倾向于淡化与银行之间的竞争关系。日前,蚂蚁集团财富事业群总经理王琨称,“双方服务客群并不相同,就基金业务而言,我们现有的存量基金用户客单都在1万元以下,这些用户与银行服务的用户不同,我们提供的是错位服务。”^①

“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
TASTE WINE TASTE LIFE

新一轮医保谈判在即 PD-1暗战硝烟再起

时代周报记者 章遇 发自上海

新一轮国家医保谈判的脚步渐近。根据国家医保目录调整工作方案，此次调整对新准入的药品通过谈判或竞价的方式确定支付标准，谈判和竞价将于10—11月进行。

在这场看不见硝烟的博弈中，明星抗癌药PD-1无疑备受关注。国家医保局公布的《2020年国家医保药品目录调整通过形式审查的申报药品名单》显示，尚在医保目录之外的5个PD-1单抗均在此次初审名单之内。

截至目前，在国内获批上市的PD-1单抗已经达到6个，其中只有信达生物（01801.HK）的达伯舒（信迪利单抗）被纳入医保。而这一轮医保谈判，有哪几家企业能成功拿到医保目录的“入场券”，以及价格降幅会有多大，都将关系到PD-1市场未来的战局。

“这次医保谈判，我们当然是很有诚意的。”9月29日，某PD-1厂家公共事务部人士向时代周报记者表示，“具体怎么谈判，现在市场对这些信息非常敏感，只能说我们在积极准备中。”

价格暗战

在人类至今尚未攻克癌症面前，肿瘤免疫治疗被视为继手术、化疗、放疗之后的新一代突破性疗法。作为一种免疫检查点抑制剂，PD-1单抗是时下最为火爆的一款抗癌药。不同于传统药物的治疗机制，PD-1单抗并不直接针对肿瘤细胞，其作用机制主要是激活人体T细胞等免疫细胞，进而通过免疫反应对抗并清除肿瘤细胞。

截至目前，国内上市的PD-1单抗已经有6个，除了百时美施贵布的“O药”（纳武利尤单抗）、默沙东的“K药”（帕博利珠单抗）2个进口产品，还包括君实生物（01877.HK，688180.SH）的拓益（特瑞普利单抗）、信达生物的达伯舒、恒瑞医药（600276.SH）的艾瑞卡（卡瑞利珠单抗）、百济神州（NASDAQ:BGEN，06160.HK）的百泽安（替雷利珠单抗）4个国产产品。新药能否拿到医保目录的“入场

券”，降价幅度是谈判桌上的关键筹码。

回顾去年的医保谈判，百时美施贵布的“O药”、默沙东的“K药”、君实生物的拓益和信达生物的达伯舒4个PD-1参与其中。最终只有信达生物以64%的降幅谈判成功，达伯舒价格从7838元/瓶降至2843元/瓶，全年费用约9.7万元。信达生物当时称之为“最大的诚意”。

与去年相比，今年的谈判局势显得复杂许多。一方面，随着恒瑞医药和百济神州的加入，国内拥有PD-1单抗的企业全部都将坐上谈判桌；另一方面，适应症的数量也在扩增。

截至8月17日，“O药”、“K药”分别有3个和5个适应症；恒瑞医药的艾瑞卡有4个适应症，百济神州的百泽安有2个适应症，君实生物的拓益有1个适应症。

“去年医保谈判时，每家企业都只有一个小适应症，面对的患者群体不大，降价意愿相对不足。从今年的情况来看，虽然各家企业面对的患者群体差异较大，但总体上病人数量扩大了很多，有更多‘以价换量’的空间，甚至不排除相互竞价的可能。”10月9日，深圳某私募基金医药研究员对时代周报记者分析称。

事实上，国内PD-1市场竞争激烈，各家企业早已在价格上展开暗战。过去，进口药在中国的定价往往高于欧美市场。由于本土企业的紧追，“O药”和“K药”在中国直接定出全球最低价，年治疗费用在20万元左右（考虑赠药方案后），仅为其海外市场定价的一半左右。国产PD-1单抗里面，在达伯舒降价进入医保后，其他几个PD-1单抗也将价格调整至10万元/年左右的水平。

在君实生物首席执行官李宁看来，PD-1单抗价格逐渐走低是不可避免的，“因为适应症越来越多，量越来越大，国家医保的盘子也就这么大，适用人群多了之后，价格会有相当程度的下降，这是肯定的”。

争夺市场

对于不少创新药来说，医保准入

是实现放量的一道重要关卡。

“创新药如果没有进医保目录，进入医疗机构非常困难。”恒瑞医药公共事务部高级总监樊琳日前在第五届医药创投大会上表示。

恒瑞医药的艾瑞卡于2019年5月获批上市，用于经典霍奇金淋巴瘤。由于2019年医保谈判资格仅限于2019年以前获批的新药品种，因此艾瑞卡无缘该轮医保谈判。据樊琳透露，截至今年8月，艾瑞卡在国内前500家医院的准入率只有8.8%。

信达生物则尝到了医保谈判的甜头。自去年年底通过谈判进入医保目录后，达伯舒迎来了销量井喷。财报数据显示，2020年上半年，达伯舒实现销售收入9.21亿元，同比增长177.41%。而达伯舒2019年全年的销售额仅有10.16亿元。

君实生物的拓益是首个获批的国产PD-1单抗，定价也最低，却在去年医保谈判中爆冷出局。财报显示，2020年上半年，拓益的销售额为4.26亿元，被达伯舒甩开了一个身位。百济神州的百泽安于今年2月才开始商业化，上半年实现销售收入4994.3亿美元（约合人民币3.43亿元）。

艾瑞卡虽然没有进入医保目录，但业内推测其今年上半年的销售额接近19亿元，在4个国产PD-1单抗中势头最猛。“恒瑞的销售体系非常庞大，有近3000人的销售团队专门销售PD-1，且销售网络能完全覆盖二级医院，艾瑞卡的放量速度远超对手。”10月9日，一位接近恒瑞医药的业内人士告诉时代周报记者。

为争夺市场，各家企业在销售团队配备上进行凶猛扩张。时代周报记者注意到，2019年末，达伯舒的销售及市场推广团队人数为688人；到2020年6月末，其销售团队的人数已经扩增到逾1100人。

相比之下，君实生物的扩张显得较为平缓。截至2020年6月末，负责拓益的销售团队人数为561人。

“每个企业都有自己的定位，一味扩大销售队伍不一定符合公司的定位。”李宁向时代周报记者表示，“我

们希望销售稳健地上升，随着获批产品和适应症的增加，逐步扩大销售队伍，但不会爆发式地扩增。”

抢占适应症

除了在市场上争夺份额比拼销售之外，6家企业在临床阶段的竞争亦颇为激烈，适应症尤其是大癌种适应症的拓展速度成为竞争下半场的制胜点。

“PD-1单抗是一款广谱的抗癌药物，对近20种肿瘤有效，拓展适应症能够直接带来市场的增量。”前述业内人士向时代周报记者指出，患者群体大小是药品销量的大前提，PD-1适应症的数量和大小一定程度上决定了产品的竞争优势，肺癌、胃癌、肝癌、食管癌是四大必争的癌种。

恒瑞医药在销售上一骑绝尘，与其获批的适应症数量不无关系。虽然上市时间晚于拓益和达伯舒，但艾瑞卡却反超对手后来居上，在今年接连获批肺癌、肝癌、食管鳞癌3个适应症，是唯一一拥有肺癌和肝癌两个大瘤肿的国产PD-1单抗。进口PD-1方面，“O药”拥有肺癌和胃癌2个适应症，而“K药”则拿下了肺癌和食管癌。

其余三国产PD-1企业虽然尚未拿下大癌种，但也步步紧追。

今年7月，百济神州向国家药监局提交了百泽安用于治疗晚期肝癌的新适应症申请。稍早之前的4月，百泽安联合化疗用于非小细胞肺癌的新适应症已经获得国家药监局受理。

9月28日，信达生物宣布，达伯舒联同贝伐珠单抗生物类似药用于晚期肝癌一线治疗的Ⅲ期临床研究达到主要研究终点，计划于近期递交上市申请。除此之外，今年上半年，信达生物还递交了达伯舒联合化疗治疗非小细胞肺癌的上市申请，并获得国家药监局受理。

今年上半年，君实生物也分别就单药治疗鼻咽癌、尿路上皮癌两项新适应症递交上市申请。这两项新适应症上市申请均于7月份被国家药监局纳入优先审评程序，有望于年内获批上市。■

实控人质押危机难解 贵州百灵资金承压

时代周报记者 邓宇晨 发自广州

“苗药第一股”贵州百灵（002424.SZ）正陷入内忧外患中。

9月30日，深交所向贵州百灵下发关注函，要求说明公司控股股东、董事长姜伟将其所持11%股份对应的表决权委托给华创证券行使一事是否触发对公司股份的要约收购，华创证券是否会继续增持股份或受让表决权。

10月10日，就上述委托协议一事，时代周报记者致电贵州百灵董秘办，有关负责人对时代周报记者表示，姜伟暂无放弃自身实控人地位的打算，其余事项则以公告为准。

近年来，姜伟及其一致行动人频频通过质押股权、高额分红等方式套现，甚至在2019年违规非经营性占用公司20亿元。

10月12日，证监会副主席阎庆民在参加国新办“提高上市公司质量”政策例行吹风会时表示，当前要下大力气解决的“痛点”是股票质押风险、资金占用、违规担保等问题。最后两部分提高违法违规成本和形成工作合力，是目前提高上市公司质量的关键点和薄弱点。

实控人股权质押高企

9月24日，贵州百灵披露，公司控股股东姜伟计划将持有的贵州百灵11%股份对应的表决权委托给华创证券。根据9月27日公司发布的权益变动书，在此次交易前，华创证券及其管理的资管计划已持有贵州百灵11.43%

的公司股份，交易完成后，华创证券则拥有22.43%股份的表决权，姜伟则拥有45.75%的表决权，仍是公司实控人。

实际上，华创证券此次出手拿下公司表决权的原因或与“纾困”有关。2018年12月，贵州百灵与华创证券、姜伟及其一致行动人签订了《民企支持战略合作框架协议》。在该份协议中，华创证券拟通过其管理的纾困资金为公司提供总规模不少于18亿元的资金支持，纾困基金存续期为3年，可延长至5年。此举的目的为公司“提供流动性支持，专项用于解决股票质押率过高的问题”。

然而，质押困境并未因纾困基金的到来而有所缓解。相反，进入2020年9月以来，姜伟及其一致行动人的资金危机愈发严重。

9月11日，姜伟在中信证券质押的2822万股到期待购回，姜伟拟通过协议转让的方式转让这笔约占总股本2%、总价为2.43亿元的股份，定价方式为前一交易日收盘价格的91%。

9月18日，与姜伟为一致行动人的姜勇质押给银河证券的0.26%股份遭遇强制平仓而被动减持，减持后姜勇所持股份占公司总股本比例为10.79%。姜勇是姜伟的弟弟，任贵州百灵的董事、副总经理一职。

同日，姜伟质押在中金公司和海通证券的各占总股本2%的股份均以协议转让方式进行处置，转让价格为转让协议签署前一交易日收盘价的70%，两笔质押款项总计达3.63亿元。

公告显示，这两笔股权质押均以“证券行业支持民企发展系列”资管

计划的形式命名，由两家券商作为管理人。同时，这两个资管计划在中国证券投资基金业协会备案的时间均为2018年11月7日。

9月25日，姜伟质押在申万宏源的4笔股票亦到期待购回。此次质押的股份达4.4亿股，占总股本的3.1%。定价模式同样为协议签署前的交易日收盘价，共计2.7亿元。

上述贵州百灵董秘办相关负责人表示，对时代周报记者称，采取该定价模式，是“双方协商得出的结果”。

据贵州百灵9月24日公告，截至公告日，姜伟持有贵州百灵45.96%的股权，质押比例高达88.88%；姜勇则持股10.79%，质押比例达68.43%。公告同时称，姜伟“资信情况良好，运营投资的非上市公司经营情况良好，具备相应的资金偿还能力”。

实际上，姜伟还曾违规占用公司资金超过20亿元。

7月6日，在对深交所问询函的回复中，贵州百灵称，2019年公司实控人曾多次非经营性占用上市公司资金。2019年，公司以预付货款、银行贷款定向支付的方式向3家供应商累计出资20.85亿元，其中，通过供应商进行的银行倒贷资金达14.2亿元。同时，公司在该份回复中表示，截至本问询函回复日，实控人已全部归还非经营性占用资金及利息，占用余额为零。

业绩增长乏力

除了实控人次数减持、质押和违规资金占用等问题，贵州百灵在经营上也乏善可陈。

贵州百灵的主要业务包含心脑血管类、咳嗽类、感冒类、小儿类药品市场。其中，新冠肺炎疫情对感冒药品市场造成了较大冲击。

贵州百灵表示，上半年医院就诊人数大幅降低，基层医疗机构基本处于歇业及半歇业状态，医药消费大幅降低，同时医药市场感冒、咳嗽、清热解毒和退热类产品的销量被严格管控，整体销量受到较大的影响。

半年报显示，2020年上半年，贵州百灵实现营收12.8亿元，同比减少5.42%，归母净利润9469万元，同比减少55.32%。除此之外，经营活动导致的现金流量净额同比减少52.37%，对此，公司解释称是由于销售费用增加及市场人员借支所致。

2020年上半年，贵州百灵的销售费用为4.44亿元，增幅达16.39%。与此同时，研发费用不减反降，下降23.56%至8655万元。

一位医药行业投资人对时代周报记者表示，贵州百灵近些年在新药研发上的力度不足，宣传上也不如前几年。“公司董事长似乎跨界做了许多方面的投资，没有把重心放在医药行业上”。

2020年半年报显示，贵州百灵在多元化发展上仅有肥料销售和纯净水销售被列入营收统计内，二者合计营收911.9万元，仅占总营收的0.71%。

天眼查显示，姜伟的投资范围包括餐饮、石化和房地产。其中，贵州百灵石化有限公司成立于2019年6月14日，注册资本5亿元，姜伟持股55%。

在营收、净利双双下滑的情况下，

贵州百灵试图蹭上“新冠肺炎”的热点进行炒作。

5月22日，贵州百灵在官网、官微发文表示，旗下两款独家苗药——咳速停糖浆和咳清胶囊对轻型、普通型新冠肺炎治疗有效。次日，贵州百灵的股份应声大涨，三个交易日累计涨幅达10%。

随后，贵州省药监局介入宣布将对这两款药物的有效性进行核查。

截至目前，该文章在其官网、官微上已被删除。针对这两款药物的有效性核查情况，上述董秘办有关负责人表示“不便透露，以上市公司公告为准”。

眼下，贵州百灵正将希望寄托在即将上市的“糖宁通络”非标制剂上。5月11日，贵州百灵在业绩说明会上表示，未来业绩的增长点将寄希望于公司在研的“糖宁通络”。

在8月27日发布的公告中，贵州百灵表示，糖宁通络对2型糖尿病患者的糖化血红蛋白异常具有很好的治疗作用，降糖幅度与《2017年版中国2型糖尿病防治指南》中的一线备选降糖药物的降糖幅度相当。

该份公告同时显示，该药物已获得贵州省、湖南省和内蒙古自治区药品监督管理部门审评批准的《医疗机构制剂注册批件》。

一位医药行业人士向时代周报记者表示，获得省级的药监部门批文意味着该药品可以在三省的部分医院进行推广使用。但目前该药品尚未获得国药准字号的批文，还不能在市场上进行流通。■

LISTED COMPANY · 上市公司

◀ 上接P1

来中国建厂

成立11年的Beyond Meat所售产品包括“人造肉”制成的汉堡、香肠、绞细牛肉和肉碎等。因新冠肺炎疫情突袭，美国肉类供应链受到影响，Beyond Meat加大推广力度，趁机抢占市场。

9月29日，Beyond Meat发布公告称，将在美国市场与沃尔玛扩大合作，从原本的800家门店扩大到2400家门店。截至2020年6月27日，Beyond Meat在全球85个国家通过约11.2万家零售和餐饮网点提供多种植物肉产品。

在中国，随着工厂落地嘉兴，Beyond Meat将成为第一家将主要生产设施落户在中国的跨国“人造肉”公司。

工商资料显示，别样食品成立于2020年4月28日，注册资本为100万美元。Beyond Meat表示，会将其主要生产设施引入中国，建立的两家工厂中，其中一家将成为世界上最大的、技术领先的植物性肉制品工厂之一。

嘉兴经开区工作人士向时代周报记者透露，两座工厂选址位于马家浜健康食品小镇，双方已完成项目签约事宜。

Beyond Meat对中国市场早有计划。1月19日，Beyond Meat已加入中国植物性食品产业联盟；3个月后，Beyond Meat植物肉系列产品在星巴克中国大部分门店上市。

无独有偶，获得李嘉诚投资的“人造肉”巨头Impossible Foods也已进军中国香港市场。Impossible Foods创始人兼首席执行官帕特·布朗（Patrick Brown）在书面回复时代周报记者采访时透露，该公司目前在香港有200个销售点，覆盖了星巴克、Fini's、Franks Italian American和URBAN等多个线下渠道。

“我们正处于拓展中国内地市场的初期阶段，目前没有任何消息要宣布。一旦获得监管批准，我们将尽快进入。因为对于我们来说，这是一个非常重要的市场。”布朗坦言。

中国香港本土的植物性科研食品企业Green Monday Holdings（下称“Green Monday”）也确认将在广东建设生产线。Green Monday创始人兼行政总裁杨大伟在书面回复时代周报记者时称，Green Monday将新的生产线设在广东，希望充分发挥粤港澳大湾区的地利优势。

目前，Green Monday的合作伙伴及工厂选址已基本确定，预计2021年上半年将正式投产。届时，该工厂将主要满足中国国内市场需求，现有的泰国工厂将供应东南亚等海外地区，预计完全投产之后，中国工厂的产能将超过泰国工厂。

成立于2012年的Green Monday，是最早进入中国内地市场的人造肉公司之一。2019年11月底，由其出品的“OmniPork新腊肉”等产品已在天猫国际开售。今年8月，“OmniPork新腊肉”及“OmniPork新腊肉健康速食系列”进入线下零售渠道，销售点约为200个。

热钱疯狂

“人造肉”话题持续火爆背后，是资本的热烈追捧。Beyond Meat上市后，从一级市场到二级市场都为“人造肉”概念疯狂，相关概念股不断冲高。

在一级市场，今年3月，Impossible Foods获得5亿美元F轮融资，8月又获得新一轮2亿美元G轮融资。自2011年成立以来，该公司融资总额已达15亿美元。9月22日，Green Monday宣布完成高达7000万美元的融资，创下目前亚洲植物性食品行业单笔融资之最。

在中国内地，初创企业如植物肉品牌星期零STARFIELD和珍肉等，同样受到资本青睐。

今年年初，珍肉接受了来自纽约专注替代蛋白的BIV（Big Idea Ventures）的种子轮+融资。3月，星期零宣布完成数千万级美元的A轮融资，成为目前国内融资金额最高的“人造肉”初创企业。

此外，A股肉类上市公司也紧抓“人造肉”风口，开始加速在这一领域布局。

4月26日，双汇发展（000895.SZ）



“人造肉”入华急行军

联手阿里，在天猫推出蛋白素肉战略新品类“素食界”，并联名“吃豆人”，推出手撕蛋白肉、蛋白火腿肠等系列产品，试水植物肉领域。

5月8日，双汇发展发布公告，以7.3亿元价格收购罗特克斯公司持有的6家公司的部分股权。其中，杜邦蛋白、杜邦食品两家公司专注植物蛋白领域。双汇的此次收购，被业界解读为其正式进军“人造肉”赛道的信号。

农产品企业雪榕生物（300511.SZ）也在7月8日宣布，拟以自有资金1400万元投资“人造肉”企业北京未食达科技有限公司，并与岚海资产管理(海南)有限公司、未食达及其原股东签署了《增资协议》。

资本热捧之后，投资人开始谨慎下注。

作为Impossible Foods的早期投资人，康地谷物公司（亚洲）投资总监张佳昱感受到了行业的陡然升温。“去年Beyond Meat上市后，这个行业开始得到大量关注，大量资本追进来，将整个行业的估值迅速拉到很高的状态。”张佳昱担心，短期内可能存在过热现象，“我们会更耐心一点。”

张佳昱认为，现在这么火热的好处是，有了大量关注后会有更多人才和资金进来，带来更多视角和资源，有利于促进整个行业的进步。

“长期来看，这是一条很好的赛道。虽然不想泼冷水，但这个行业是会有起伏的，也会有更多挑战。”张佳昱向时代周报记者分析指出，“人造肉”行业不太可能像移动互联网行业那样，短期内迅速形成两三家占领市场的格局。

“这是一个长期的赛道，从发展阶段来说，现在还仅仅是1.0的阶段，后面会有一个去粗取精的过程。这个过程中有很多创业企业会被淘汰掉，也会有很多企业能够跑出来。”张佳昱对时代周报记者说。

在二级市场，丰乐种业、双塔食品（002481.SZ）、海欣食品（002702.SZ）、哈高科（600095.SH）、维维股份等众多只个股曾遭游资疯狂狙击，炒作风潮。

“我们更多的是希望借助这个概念去推广。目前只有少数零食或餐饮上市公司在二级市场认真做这个事情，甚至走得比一些上游的原料企业还要快很多。和四五年前比，大家已经愿意接受这个概念，不管是炒作还是其他，对这个行业来讲就是一种进步。”9月29日，中国植物性食品产业联盟秘书长薛岩在接受时代周报记者采访时直言。

在薛岩眼中，农业食品需要实际的生产和消费，整个行业整体从产业角度来讲，虚火较少。但与国外企业在科研创新上花大量的经费、时间和人才相比，国内相关企业在投入上还有较大差距。“但是慢慢我们看到，这个比例在不断提高，已经在往良性发展的轨道上前进。”薛岩说。

深圳齐善食品有限公司董事长

陈苏在接受时代记者采访时则指出，在Beyond Meat上市后，“人造肉”概念在二级市场已被爆炒过一波。而在一级股权投资市场，几乎主流的VC机构都在看这个行当，“但真正下手的不多”。植物肉市场潜力虽大，但还在成长初期。“大家还在尝试，有意愿的就在天使轮或A轮投点钱占个赛道。”陈苏分析道。

人造肉的“中国路径”

中国人造肉企业仍处于萌芽期。天风证券研报表示，国内传统素肉历史悠久，但大多不属于“人造肉”范畴。自2019年Beyond Meat上市后，传统素食企业进入转型期，推出“人造肉”产品，如深圳齐善食品、江苏鸿昶食品和宁波素莲食品，均体量较小。同时，初创企业来势汹汹，如星期零和珍肉，分别通过餐饮和零售模式抢占赛道。

“‘人造肉’这个词最初是从金融和科技的角度提出来的，我们做食品和农业的，都不太认同这一概念，但消费者更容易快速理解。”薛岩称，从概念上来讲，“人造肉”可以分为植物肉和细胞培养肉。

其中，植物肉在目前市场上有着成熟的制造技术，其原料主要是拉丝蛋白，追求无限地接近动物肉的口感、外观和质地。而培养肉是指在动物身上提取细胞，通过模拟细胞生长的环境使它在实验室环境下自然生长成肉。目前仍处于实验室研究阶段，因成本高昂而无法实现大规模生产。

“我们做了27年素食，从前几年开始做植物肉，当时市场上对‘人造肉’还没有形成定义。”陈苏表示，做植物肉对齐善而言并不新鲜，只是针对的客群发生了变化。第一类是电商平台的C端人群尝新，第二类是这两年大量涌现出的B端客户，“这一部分量也并不大，大家都在做尝试”。

目前国内“人造肉”企业的规模，从上游原料端可看出端倪。以主营拉丝蛋白的河南百川食品有限公司（下称“河南百川”）为例，该公司一年有4万吨销售量，货品主要供向5大板块。按照今年的情况，第一是肉制品的添加剂，添加在香肠、水饺、丸子里，这是河南百川在初创期培养的市场，约占销售额的40%；第二是休闲食品的原料，占销售额的35%；第三是针对餐饮，将植物蛋白做成肉丝肉片的形状，属于豆制品，可以直接炒菜；第四是素食，这两项合计占比逾20%；第五是植物肉，占比不到5%。

“植物肉企业能买我多少东西，我就知道他们大概的发展情况。目前基本上都是初创小企业，处于小批量、未成规模的阶段，还没有形成大量流通。”河南百川总经理江旭海告诉时代周报记者。

在吴奇看来，目前市面上所谓的“人造肉”，不需要用“人造”这一修饰词。用植物蛋白代替动物蛋白，如果做

不出动物肉的口感，那就是“素食”，即使是“素食5.0”，也仍是素食。

由吴奇创立的深圳大学食品科学与加工研究中心成立于2017年，该中心的主要方向为植物蛋白、淀粉以及纤维素的分离、精制和加工，长远目标是创建用植物蛋白代替动物蛋白，解决中国乃至世界弱势和贫穷人群的蛋白摄入等营养问题。

目前，吴奇及其团队正在基于大分子物理加工原理，研究和开发如何用植物蛋白代替动物蛋白，解决植物蛋白代替动物蛋白的口感问题，研发出真正的素肉。他们的目标是做完整素食，即“可以成块状地放在货架上，顾客可买回家按自己喜欢的方式进行加工”，而不是目前市面上的植物汉堡肉馅或植物肉馅饺子之类的产品。

中国研究人员在培养肉领域也取得突破。2019年11月18日，南京农业大学国家肉品质量安全控制工程技术研究中心周光宏教授带领团队使用第六代的猪肌肉干细胞培养20天，生产得到重达5克的培养肉。这是国内第一块细胞培养肉产品。今年6月，该中心举办了细胞培养肉试吃仪式。

“预计经过技术突破，培养肉可以从实验室生产走向中试生产，进而进行产业化生产。”9月26日，在“生物发酵技术与细胞培养肉”研讨会上，周光宏团队成员丁世杰透露，经过团队持续攻关，细胞培养效率大幅提升。目前经过20天培养期，可以得到50克培养肉。

多位受访者在接受时代周报记者采访时反复强调“中国独有的饮食文化习惯”和“具体消费场景”。

在薛岩看来，植物基食品是一个新兴领域，对于这个农业和食品后端增速最快的领域，“大家纷纷布局，但离竞争还早得很。国外企业擅长做西式餐饮，中国饮食讲究煎、煮、蒸、炒、烹、炖，国内企业有本地优势。大家有各自的领域和擅长的优势，这个市场充满了机会”。

珍肉创始人兼CEO吕中茗更重视，如何让植物肉食品进入大众视野，“美国有汉堡，中国是什么？中国可能是火锅，可能是水饺，可能是其他一些不同的东西。”

中国企业仍在“摸着石头过河”。刘季善指出：“中餐讲究食材、味道、口感、场景，不同的企业应该定位不同的群体。大家现在都在抢‘人造肉’的概念，抢这个市场，却并没有思考清楚自己能够做什么，应该做什么。”

落地难题

据国际市场研究机构Markets and Markets的研究数据，预计到2023年，全球肉类替代品市场规模将达到64.3亿美元，其中亚太地区的肉类替代品市场规模增速最快。2019年全球植物性人造肉市场规模约121亿美元，预计将以每年约15.0%的增长率增长，到2025年或将达279亿美元。

环保、健康、肉类替代品，是目前“人造肉”的主要卖点。“用植物蛋白代替动物蛋白不是做与不做的問題，而是必须做的问题。”吴奇给出了一组数据，2018年，中国人的人均消耗肉是60公斤，中国人消耗的肉大约是9000万吨，是美国和欧盟28个国家的消费总和。

“‘人造肉’的市场潜力很大，国内外很多大公司和金融机构都看好，我们同样看好。”在刘季善看来，市场同时面临着诸多挑战，包括如何解决技术问题、如何实现生产者与消费者之间的沟通及如何满足消费者现实需求。

“市场前景不是一两天能达到的，还有一段路要走。”刘季善说道，“很多消费者因为好奇会尝试一下，但要形成重复消费、持续消费的习惯，需要生产者和消费者之间更多的沟通。”

对于Impossible Foods来说，“用植物替代品取代所有肉类：肉、奶制品和鱼等”，是他们的最终目标。与之不同，国内业界普遍认为，未来植物肉如果发展成人们餐桌菜品当中的一种选择，已是成功。

“我们不提倡也不看好用植物肉替代动物肉这个提法与方向。”深圳齐善食品有限公司市场部高级经理周启宇告诉时代周报记者。而薛岩则一直强调，“动物蛋白和植物蛋白是互补的”。

价格、口感等问题，增加了“人造肉”落地的不确定性。

现有的“人造肉”主要以碎肉形态生产，尽管可以通过调味上色等方式模拟真肉的外表形态，但是并不能模仿咀嚼骨头、筋膜等特殊部位的口感。多位受访企业负责人、业内专家均对时代周报记者表示，目前的“人造肉”在口感上没有真肉的嚼劲，口感偏干偏淡，且缺乏弹性。

就原料成本而言，河南百川将产品分为低、中、高三档，每吨售价分别约为1万元、1.50万元和2万元。

“如果代替肉用，一泡水之后基本上有1:2.7的出成率，用最好的拉丝蛋白加工成植物肉，原料成本可能也不会超过六七元一斤，跟肉相比在成本上占很大优势。”江旭海分析，目前“人造肉”价格贵主要因为技术研发和商业合作投入大。

“超市卖得贵，我觉得可能是渠道收了比较多费用。”张佳昱认为，“人造肉”的终端价格与不同的商业场景有关。

在美国，汉堡王的一个植物肉汉堡只比普通汉堡贵30%，消费者可以接受，就能落地。而国内超市售价很高的素肉，只能是概念，难以持续。张佳昱进一步解释称：“假设餐饮的食材成本大概占30%，其中肉可能占15%。即便植物肉的成本比真肉成本高一倍，汉堡的价格只需要上调15%就能将植物肉的成本覆盖掉，再加一点价就能盈利。所以商业落地场景要清晰。”

尽管多家A股公司头顶“人造肉”光环，但部分相关上市公司均是在发展主营业务的同时尝试切入“人造肉”领域，尚未形成规模化生产和销售。

以豌豆蛋白等为主营业务的双塔食品在回复投资者关于“目前植物人造肉业务发展的如何”时表示，公司专门成立了两个独立的团队充分利用现有的商超、餐饮、电商等渠道资源经营运作植物肉业务；公司将加大与一些休闲食品、快消食品的行业龙头合作，研发新产品，开拓和占领市场，未来植物肉产品销售将围绕to B、to C端进行销售。

陈苏认为，植物肉市场刚刚发展起来，目前升速快，量不大，相对小众，这是必经阶段。“我们讲究规模效率，如果没有海量的市场，商业成本是很难下降的。等需求起来之后，成本才会下跌。”而作为餐桌上的一种选择，售价相对高一些也可以理解。

“将来成本不会是大问题，跟传统食品不会有太大差异。”刘季善对时代周报记者指出，关键要考虑产品具体定位在什么消费层次、什么样的消费场景和什么样的消费功能。“关键是怎么定位，是作为普通食品来开发，老百姓吃得起。如果要满足更高端的需求，需要更高的技术开发投入，成本可能相对高一点。”■

乳业巨头瓜分奶源 牧场投资热潮再起

时代周报记者 黄嘉祥 发自深圳

经历了上一轮漫长的“奶剩”周期，随着2018年奶价进入上行通道，奶源争夺硝烟再起。

10月5日，全球最大的乳制品出口商恒天然宣布将以5.55亿新西兰元(约合人民币25亿元)的总价出售其在中国的牧场群，伊利集团(600887.SH)所控制的公司和三元乳业系的公司成为接盘方。

这是伊利自退出辉山乳业重组后，再一次出手收购上游牧场。就在9月27日，伊利股份公告称，拟通过新设立的控股子公司WholesomeHarvestLimited以要约收购的方式收购中地乳业(01492.HK)，交易完成后，伊利将成为后者第一大股东。

得奶源者得天下。伊利接连出击加快奶源布局，只是乳业巨头奶源争夺的一个缩影。今年以来，各大乳企对奶源的争夺进入“白热化”阶段。7月，蒙牛乳业(02319.HK)增持认购中国圣牧(01432.HK)，成为后者最大股东；9月，中国飞鹤宣布拟超30亿港元收购原生态牧业(01431.HK)；辉山乳业重组再度迎来转机，风行乳业的母公司越秀集团和新希望集团正参与竞购辉山乳业。

在基本瓜分完现有国内优质奶源的同时，各大乳企也掀起了新一轮牧场投资建设热潮。今年以来，伊利股份、蒙牛乳业、光明乳业(600597.SH)等乳企陆续在内蒙古、黑龙江、甘肃、宁夏、陕西、河北等地投资建设大牧场。这也是时隔近十年来，行业内再度出现如此大规模且较密集投资大型牧场的现象。

瓜分奶源

对奶源的争夺，蒙牛的布局可谓先行一步。2017年以来，蒙牛相继拿下了中国最大奶牛养殖企业现代牧业(01117.HK)和中国最大有机乳品公司中国圣牧。

伊利股份也曾打算入主中国圣牧，但最终未能如愿。在前两年的奶源争夺中，伊利总比蒙牛慢半拍，而在当前的这一轮奶源争夺中，其扩张速度明显加快。

2019年8月，伊利股份通过优然牧业以22.78亿元的价格收购了新三板挂牌上游乳企赛科星(834179.OC)58.36%的股权，成为控股股东。2020年2月，优然牧业董事长、伊利集团总

裁助理兼液态奶事业部总经理张玉军成为赛科星新任董事长。

在伊利股份的加持下，赛科星今年以来在奶源布局方面动作不断。今年3月，其总投资2亿元的阿荣旗赛科星示范牧场项目正式签约落户阿荣旗，该项目建设规模为6000头现代化奶牛养殖示范牧场。

8月2日，伊利股份又宣布，为进一步稳定原料奶供应，其全资子公司香港金港商贸控股有限公司(下称“金港控股”)拟以约2.03亿港元的价格，认购中地乳业约4.33亿股。认购完成后，金港控股将持有中地乳业16.6%的股份，位列第二大股东。

在入股中地乳业不到2个月，伊利股份拟进一步对标的公司发起要约收购。本次全面要约的价格为每股1.132港元，总代价为16.597亿港元。伊利股份称，本次交易将有利于提高公司对上游大型牧业资源的参与度和掌控度，有利于巩固公司乳制品行业龙头地位。

此次恒天然出售中国牧场群，其中以5.13亿新西兰元，将中国河北玉田县和山西应县两个奶牛养殖基地出售给优然牧业旗下子公司内蒙古天然乳业有限公司。

10月10日，熟悉恒天然的中国食品产业分析师朱丹蓬对时代周报记者表示，恒天然出售牧场是因为其中长期战略发生了根本性变化，其把所有的资源、资金、人员，更多聚焦在下游市场原料、餐饮和消费品这三个核心板块。而伊利和三元主要是看中了恒天然的优质牧场，优质奶源成为各个乳企未来可持续发展的核心要素，是争夺的重中之重，目前基本上已经被这些寡头瓜分完毕。

截至目前，伊利旗下已拥有中地乳业和赛科星，以及恒天然的两个牧场；值得一提的是，优然牧业此前被传将启动赴港上市。根据荷兰斯坦杂志公布的数据，2019年，优然牧业奶产量突破80万吨，仅次于奶产量139万吨的现代牧业，为中国第二大牧业集团。而蒙牛则拥有现代牧业和中国圣牧，以及自控的富源牧业。

其他乳企也加入“抢牛大战”中。2019年7月，新希望乳业以7.09亿元获得现代牧业9.28%的股份，成为其第二大股东。而眼下，新希望集团和越秀集团正在角逐辉山乳业的重组机会。

10月10日，乳业专家宋亮对时代周报记者表示，双方都是奔着辉山乳业的牧场资源去的，这也是辉山乳业



目前最有价值的资产。

大牧场热潮再起

一方面，国内知名大型牧场大多已名花有主，各大乳企对上游奶源的收购争夺渐入尾声；另一方面，各大乳企正加足马力，投身新一轮牧场建设热潮中。

9月29日，河南省兰考县人民政府与蒙牛乳业集团、花花牛乳业集团签署战略合作协议，三方将共同推进河南省20万头奶牛养殖基地建设。

时代周报记者梳理发现，今年以来，蒙牛集团还在内蒙古达拉特旗、宁夏灵武等地投资建设牧场，据不完全统计，蒙牛方面今年参与投资新建牧场的奶牛规划头数已达60万头。

今年9月，中国乳业产业园核心区10万头奶源基地项目在呼和浩特和林格尔启动开工。据悉，中国乳业产业园由蒙牛集团总投资逾1000亿元。蒙牛方面对时代周报记者表示，3年内，新建10万头规模化养殖牧场，增加奶量2000吨；总体产能达到日产能6000吨。

伊利也不甘落后。5月1日，兴安盟·伊利集团绿色健康产业创新示范区暨有机高端乳制品智能示范项目在兴安盟农牧场管理局呼和马场开工。兴安盟与伊利集团达成总投资300亿元的战略合作协议。项目一期包含6座万头规模牧场，项目达产达效



在基本瓜分完现有国内优质奶源的同时，各大乳企也掀起了新一轮牧场投资建设热潮。今年以来，伊利股份、蒙牛乳业、光明乳业等乳企陆续在内蒙古、黑龙江、甘肃、宁夏、陕西、河北等地投资建设大牧场。这也是时隔近十年来，行业内再度出现如此大规模且较密集投资大型牧场的现象。

后，兴安盟可新增优质奶牛存栏36万头，日均收奶量达到4000吨。

时代周报记者梳理发现，今年以来，伊利还分别在驻马店、宁夏、内蒙古等地投资建设规模化牧场，据不完全统计，伊利参与建设牧场的规划奶牛存栏量已超100万头。

今年6月，光明乳业与宁夏中卫市、宁夏农业投资集团有限公司在银川签署战略合作协议，共同打造宁夏优质奶产业千亿级产业集群。今年8月，光明乳业董事长濮韶华在接受时代周报记者采访时也透露，今年将进一步推动低温产品的市场扩张，目前光明乳业已在安徽北部开始审批投建牧场，更多项目还在持续谋划当中。

此外，时代周报记者发现，今年以来，原生态牧业、中垦乳业等多家乳企也投资建设牧场，大部分规模均超过万头奶牛。而无论是伊利、蒙牛、光明还是其他乳企，大多是采用与当地政府、金融机构和当地牧业公司等合作共建奶源基地的方式。

这一幕与十年前的“万头大牧场”建设热潮相似。自2008年三聚氰胺事件发生之后，奶牛养殖业散户相继退场，国内各大乳业巨头纷纷布局建设规模化牧场，各路资本亦蜂拥而至。2012年，同时在建的“万头牧场”超过40个，现代牧业、辉山乳业和中国圣牧正是在这股热潮中相继实现上市。

不过，2015年，随着全球原奶价格进入下行通道，几乎所有牧场企业都陷入亏损。辉山乳业因财务造假深陷债务危机，现代牧业和中国圣牧则在2016-2018年录得“三连亏”。直到2018年原奶价格进入新一轮上升通道之后，叠加蒙牛的“加持”，现代牧业和中国圣牧才得以在2019年扭亏。

根据国家奶牛技术产业体系的统计，2014-2018年，我国荷斯坦奶牛存栏量由857万头下降到504万头，2019年存栏量约470万头。今年疫情影响下，中小牧场持续退出，奶牛存栏进一步下降。国内奶源供给也逐渐从过剩走向紧俏，优质奶源成为了稀缺资源。

不过，这一轮大牧场投资建设热潮会持续多久，仍充满不确定性。

宋亮认为，从长期来看，随着未来国际贸易的形势好转，将对国内奶牛养殖和原奶价格产生较大影响。“以往这种市场的风险都是由养殖企业自己承担，如今更多将由伊利、蒙牛等乳企来承担。”■

诺奖得主中国行
NOBEL
LAUREATE'S
CHINA
TOUR

THE TIME WEEKLY
时代周报

“我的研究发现，当政府需要一项服务的时候，有时候可以将它承包给私人供应商，这能够大大提高效率，但也并不总是这样子。”

Oliver Hart
奥利弗·哈特

2016 年诺贝尔经济学奖得主

诺奖得主中国行

创立于 2009 年，是由《时代周报》倾力打造的年度品牌活动

中芯国际遭“断粮” 芯片产业链加速国产化

时代周报记者 李静 发自上海

一条确认受到美国出口限制的公告，让中芯国际（688981.SH）陷入漩涡中。

“向中芯国际出口的部分美国设备、配件及原物料，会受到美国出口管制规定的进一步限制，须事前申请出口许可证后，才能向中芯国际继续供货。”10月10日，深度科技研究院院长张孝荣对时代周报记者表示。

作为国内规模最大的专业晶圆代工企业，中芯国际确定被美国出口限制，这可能短期内会对全球半导体产业链带来一些冲击。

10月11日，上海交通大学行业研究院半导体行业研究团队负责人王金桃告诉时代周报记者：“这对全球半导体市场产业链都会有影响。一方面，对美国的半导体上下游公司也会产生冲击；另一方面，可能会出现一些转单的现象，这会加剧其他的代工厂产能更为紧张，导致涨价和交货期延后，对整个半导体产业的复苏和发展不利。”

10月9日，中芯国际相关人士对时代周报记者表示，目前公司仍未收到关于“制裁”的官方的文件告知，公司生产经营也都十分正常，相关影响正在评估之中。

事实上，中芯国际虽连续遭到利空打压，但也有观点认为这加速了芯片产业链国产化替代进程。

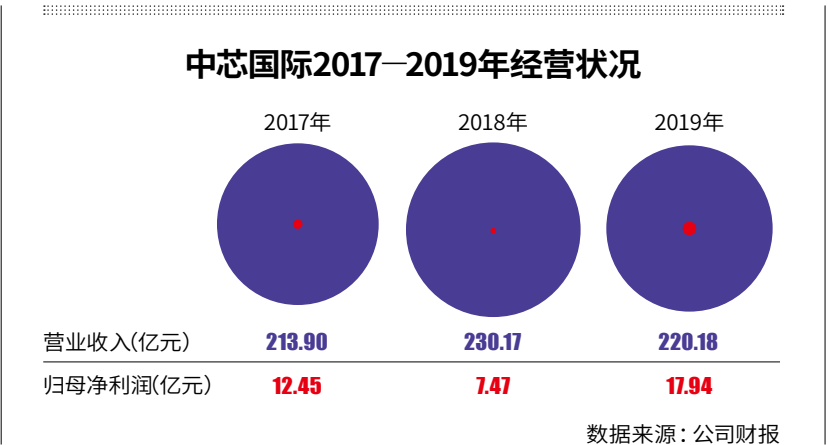
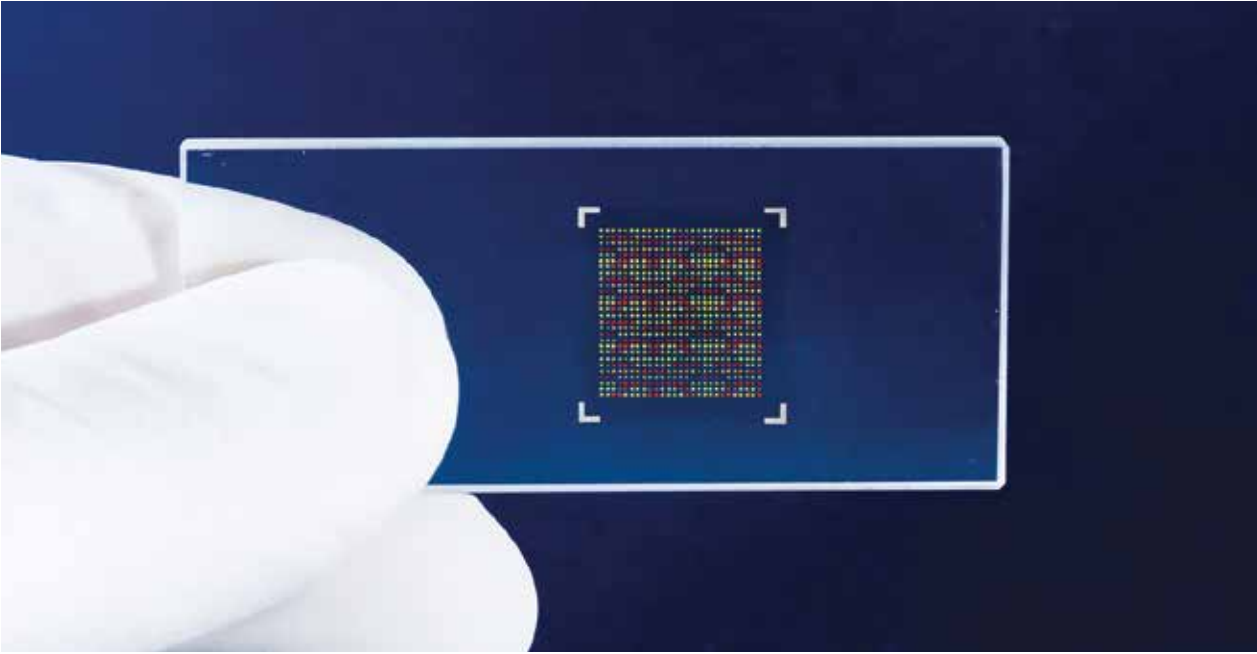
近日，东吴证券研报认为，虽短期来看，中芯国际正常生产压力增大，可能缩减全年资本支出，后续国产设备的入场也会受影响。但长期来看，美国技术出口管制加强，将进一步加强整个半导体产业链全面国产化决心，本土代工厂设备国产化率有望加速提升。

10月12日，A股半导体板块集体走强，截至收盘，半导体行业指数上涨4.47%。中芯国际（00981.HK）港股报20.60港元/股，大涨11.47%。其A股则报收57.41元/股，大涨12.70%。

“在资本的推动下，以及机会窗口拉大了国产芯片的需求，所以对他们来讲反而是利好。”10月12日，芯片元器件交易平台“芯片超人”创始人兼CEO姜蕾对时代周报记者表示，目前很多相关厂家为了供应链安全的考虑，会找一些国内的芯片替代，随着国内芯片排队上市，用资金吸引了不少国际型人才。

原材料供应将受影响

10月9日，中芯国际发布关于美国



出口限制的进一步说明公告。

中芯国际表示，经过多日与供货商进行询问和讨论后，公司知悉美国商务部工业与安全局已根据美国出口管制相关条例向部分供货商发出信函，对于向中芯国际出口的部分美国设备、配件及原物料会受到美国出口管制规定的进一步限制，须事前申请出口许可证后，才能向中芯国际继续供货。

“针对出口限制，公司和美国工业与安全局已经展开了初步交流，将继续积极与美国相关政府部门进行沟通。”中芯国际表示。

9月27日，中芯国际在港交所通过公告形式表明，中芯国际只为民用和商用的终端用户提供产品及服务。

事实上，即便中芯国际最终被实施“出口限制”，但这与被列入“实体清单”仍有区别，中芯国际的美国供应商在给中芯国际供货时仍有通过申请许可证的可能。

“实际上，美国对外的出口限制一

直都存在。中芯国际在以前进口美国设备厂商的设备和原材料本身就需要向美国商务部、国防部、能源部等四个单位申请许可。因为中芯国际信誉很好，所以也比较顺利。”王金桃解释道。

不过，随着此次美国对中芯国际出口限制决定的升级，中芯国际申请许可的产品范围或许会进一步扩大，申请许可的难度和周期可能会加长。

中芯国际表示，正在评估该出口限制对本公司生产经营活动的影响。基于部分自美国出口的设备、配件及原材料供货期会延长或有不准确性，对于公司未来的生产经营可能会产生重要不利影响。

美国半导体市场受冲击

中芯国际是晶圆代工厂，处于产业链的中游。

多位业内人士表示，其需要上游设备和原材料支持，否则无法生产。

“像国内的中芯国际、华宏半导

体、华润微电子，做比较先进的芯片，大部分设备都是美国或者日本的机台，比如美国的Lam Research等。”10月10日，曾在国内大型晶圆厂，如今在知名半导体材料公司工作的林奇（化名）对时代周报记者表示。

多位业内人士表示，如果美国对设备和原材料出口限制一旦加剧，中芯国际自身设备供应可能会受影响。

9月8日，国融证券发布研报表示，一旦美国对中芯国际采取进一步严厉措施，最极端的情况就是上游供应商、下游产业链完全被美方管制，需要得到许可才能正常供货，其先进设备、材料等的采购可能面临很大压力。

不过，相关的限制同样会使得美国芯片行业难以独善其身。

中芯国际上游包括半导体设备、材料供应商，中游包括晶圆代工、半导体制造厂商，下游包括IC封测及各类IC设计公司。

多位业内人士与专家向时代周报记者表示，如果美国对中芯国际采取更为严格的出口管控措施，短期内不仅对中芯国际本身，对半导体产业链上下游都会造成冲击。

9月19日，据国内媒体消息，国际半导体产业协会向美国政府发出警告，强调中芯国际对美国芯片产业链的重要性，提醒若“失去”中芯国际，将导致美国半导体产业每年蒙受50亿美元的损失。

王金桃表示，中国半导体市场在全球半导体市场占很大份额，包括进口设备和原材料，每年花费金额非常大，如果美国半导体公司丢掉了中国这么大的市场，也较为不利。

王金桃直言，短期来看，美国这

一系列限制的做法扰乱了全球半导体产业链。

国产替代加速进行

对于中芯国际而言，其主要原材料及设备供应商多数为境外的公司，分别来自于日本、韩国、荷兰、美国等国家。

林奇直言，晶圆厂生产线上的设备想要顺利运转，目前离不来设备厂商的支持。

“已经买了的设备，大部分是两年的售后服务，国外厂商两年之内提供免费服务，两年之后，再做调试就需要支付费用。如果设备在硬件方面出现问题，有些国产化的硬件可以做替换。”林奇坦言，目前的难度在于软件方面。

“设备厂商软件部分的核心编程资料是保密的。如果出现软件卡顿，需要设备厂商工程师优化程序和软件参数等方面，这方面的技术我们还未掌握。”林奇表示，国内厂商生产的设备和国外的差距主要体现在软件。

此外，据媒体消息，中芯国际正在进行相关储备，向美、欧、日本上游供应商采购的规模，已超越2020年全年需求，采购项目包含蚀刻、微影与晶圆清洗机制程设备、测试机台，而用于维持设备运作的相关耗材采购量，也都超过一年所需。

据林奇透露，近期中芯国际也在向一些厂家要求提供光刻胶去除剂等原材料。

事实上，半导体产业链国产化替代正加速进行。

“除了设备上的光刻机和个别原材料的情况，其他设备和原材料国产化替代进展都还不错，要满足中芯国际的N+1制程还是有希望的。”王金桃表示。

相关研报提到，中芯国际目前的产业链涉及一些A股上市公司，比如，北方华创（002371.SZ）、中微公司（688012.SH）研发生产刻蚀机；上游半导体材料中的抛光材料有安集科技（688019.SH）和鼎龙股份（300054.SZ）；下游封测由长电科技（600584.SH）、通富微电（002156.SZ）等公司设计。

“美国的限制短期内会对中芯国际和相关产业链产生影响，但中长期来看，不会改变国内芯片发展的趋势。”林奇表示。

中航证券此前发布研报认为，长期来看，摆脱对国外产品的依赖符合我国产业链转型的发展需求，相关的限制反向促进我国国产替代的不断发展。■

产经一周观察

流量能载舟亦能覆舟



洪若琳
时代周报产经新闻部编辑

为了博流量，电商平台拼了。

10月10日，淘宝特价版推出“一元更香节”，1亿件产品全部1元包邮，持续到“双11”结束。种种迹象表明，从10月开始，平台、商家、消费者，注定都要血拼到年底了。

这几天，能从国庆黄金周的旅游热门景点中回来上班的，都算扛住了“流量”。据文化和旅游部数据中心测算，10月1—8日，全国共接待国内游客6.37亿人次。

虽然早有预估，压抑了大半年的出游需求会在这8天集中爆发，但真到出门的那一刻，还是被暴击。一晚7000元的酒店、通宵堵在高速上的寸步难行、爬山到一半想回却回不去……

奶茶在这期间也更火了。

根据美团数据，长假前4天，奶茶订单量就超过11亿单；喜茶588家门店在8天内共售出约600万杯茶饮，平均一家店卖1万多杯。

截至10月8日，海南离岛免税政策升级恰逢100天。

国庆假期买买买人流暴增，据海关总署

公布数据，10月1—8日，海口海关共监管海南离岛免税购物金额10.4亿元、旅客14.68万人次、免税品99.89万件，同比分别增长148.7%、43.9%、97.2%。

离岛免税一天卖出1个多亿，但可能因为美好的假期结束，A股免税龙头中国中免在节后开盘的第一天跌幅超过8%，盘中一度跌停。

同样大跌的还有光线传媒，盘中曾大跌17.17%，创2015年上市以来最大跌幅。

其出品的电影《姜子牙》交出了国庆档票房亚军的成绩，只因上映前宣发足够吸睛，又恰逢假期。

但期待有多高，失望就有多大，叫座不叫好，光线传媒难掩尴尬。

从涨价风波，到食品安全，海底捞今年事不少。国庆期间，一则花钱就可以插队的视频在网上发酵，更是让海底捞在最引以为傲的服务上栽了跟头。结果，其实是鸡贼的第三方预约管理漏洞间接薅海底捞的羊毛，只能说海底捞“人红是非多”。

但曾经红过的那些企业，不知道会不会羡慕海底捞因为排队人太多招来的烦恼？

据媒体报道，在国庆“人从众”的模式下，老字号全聚德的前门店再次人声鼎沸，看上去恢复了不少生机，但没有对比就没有伤害，记者留意到几百米外的另一家烤鸭店中，同一时间段的等待食客是全聚德的几倍有余。

这些年来，菜品性价比低、服务差，“烤鸭第一股”全聚德把一手好牌打烂，现如今正在通过降价、取消服务费等手段挽救业绩，姿态史上最低。

在用户市场上销声匿迹了一段时间的暴风影音，近期正悄然更新系统，0.99元/月的会员价格，能否拯救被强制退市的暴风集团？

曾经，其是“妖股之王”，如今却沦落到创始人被捕、高管全部离职，令人唏嘘。

流量能反噬，捧得越高摔下来也会更疼。

这个夏天最火的乐队五条人，一语道出：“从一切角度来说，我们要败也只会败给自己。”说白了，最终还得看自己。■

芯片断供酿不对等交锋 苹果华为10月对决5G

时代周报记者 杨玲玲 发自广州

近日，苹果公司宣布，北京时间10月14日凌晨1时，特别活动将准点在线进行。

此举被外界解读为：姗姗来迟的iPhone 12终于定档。

10月10日，时代周报记者针对iPhone 12相关细节问题向苹果公司发去采访提纲，截至发稿未获回复。

同日，华为相关人士向时代周报记者确认，华为Mate40系列发布时间为北京时间10月22日20时。

华为消费者业务CEO余承东在个人微博宣布：“史上最强大的华为Mate敬请期待！”

多位受访人士向时代周报记者表示，对于这几款新品，选择10月中下旬发布是好时机，年底的礼品市场以及消费市场较为活跃，也是高端手机的销售旺季。可以预见的是，10月的手机市场，即将迎来苹果和华为的正面交锋，火药味十足。

“苹果和华为的交锋是必然的，但也是不对等的。”10月11日，第一手机界研究院院长孙燕飏向时代周报记者分析称，华为Mate40系列受芯片断供影响，供货比较有限。并不是热销就能多供货。

另一方面，iPhone 12是苹果公司首个5G iPhone产品系列，在此之前，包括华为在内，使用安卓系统的手机厂商已普及5G整整一年。

“过去一年，以‘华米OV’为代表的国产手机厂商都推出了5G手机，技术创新上也领先苹果。”10月11日，一



名咨询机构人士对时代周报记者说。

同日，艾媒咨询创始人兼CEO张毅也向时代周报记者表示，iPhone将首次试水5G手机市场，华为在技术上已有一定先发优势。苹果能不能跑出来，iPhone12的战绩以及下一代iPhone的战绩较为关键。

iPhone 12迟到

按惯例，iPhone系列手机会在9月发布新机，今年却并未出现。

此前，摩根士丹利给出的一份报告显示，iPhone 12发布前夕，中国市场上的“iPhone更新换代可能性显著增加”，具体来说，中国市场上有68%以上的iPhone至少已使用两年时间。

产业链相关报道显示，今年的iPhone12系列将有4款不同尺寸的机型，分别是5.4英寸的iPhone 12 mini、6.1英寸的iPhone 12、6.1英寸的iPhone 12 Pro以及6.7英寸的iPhone 12 Pro Max。这样的产品线布局在苹果手机历史

上较为罕见。

5G成为iPhone 12系列最大的看点之一。

有业内人士爆料称，相对于4G版本的iPhone，iPhone 12系列或将新增5G基带、120Hz高刷新率屏幕、XDR技术以及LiDAR激光雷达，并全系标配Super Retina OLED屏幕。

天风证券分析师郭明琪表示，iPhone 12全系将采用高通的骁龙X55 5G基带芯片。

华为芯片困境

与此同时，“国产机皇”华为也宣布了Mate40的预售预告。

产业链相关报道显示，华为可能推出华为Mate40、华为Mate40 Pro、华为Mate40Pro+以及华为Mate40 保时捷设计版4款机型。

华为Mate 40系列将首发麒麟9000系列，这是业界第一款5nm 5G Soc，集成5G基带，CPU和GPU性能都

比上一代麒麟990 5G有大幅提升。

今年8月，余承东在中国信息化百人会2020年峰会的演讲中表示：“今年秋天上市的华为Mate 40系列将搭载新款麒麟9000系列，遗憾的是，由于美国第二轮制裁，今年可能是我们最后一代华为麒麟高端芯片。”

这意味着，如果华为未能突破美国的芯片禁令，Mate40系列可能成为华为今后一段时间内的最后一代高端机。

9月3日的德国IFA 2020大会上，华为没有带来麒麟9000芯片，以及Mate 40系列旗舰机。

按照以往惯例，每年的IFA，华为都会带来新款旗舰处理器，但是今年却没看到麒麟9000。

时代周报记者在近日采访中了解到，芯片断供、备货告急后，华为手机出现了一波涨价潮，华为高端手机缺货的消息也不胫而走。

5G市场野望

华为手机芯片供货的不确定性，也刺激vivo、OPPO以及小米等国产手机巨头调整供应链订单，准备抢占华为手机未来可能空出的市场份额。

TrendForce集邦咨询旗下半导体研究处调查显示，随着第三季各品牌陆续发布下半年旗舰新机，将使中国市场竞争加剧。对于销售市场单一的华为而言，预计将由小米、OPPO、vivo等其他中国品牌瓜分其市占率。

“目前来看，海外市场中，小米更可能在高端市场抢占华为为手机的市场份额。”10月11日，一位消费电子行业观察人士对时代周报记者表示，国

内市场受民族热情影响，留给小米、OPPO、vivo的市场空间不如海外市场大。

苹果、华为不约而同选择将下半年旗舰机型推迟发布，原因不尽相同。

此前，有业界分析人士曾提出，苹果推迟可能是和高通达成和解，需要在5G上重新适配高通的骁龙X55 5G调制解调器，影响了开发进度和发布时间。

孙燕飏则认为，这并非iPhone 12“爽约”的主要原因。

“主要是受疫情影响，手机的部分设计和生产需要在中国完成，而这需要美国专家的指导，沟通转为线上后效率会有一定下降。”孙燕飏说道。

华为的情况更为复杂，芯片断供后，华为Mate40系列如何有序推出、定多大规模，以及跟供应链的交接等都需要时间来规划，也成为Mate 40系列发布延迟的主要原因。

孙燕飏认为，目前，芯片断供已成铁板钉钉的事实，华为唯有有计划、有节制地推货，未来才有转机。

另一边，苹果的5G手机千呼万唤始出来，以“华米OV”为代表的国产手机厂商却已进入5G时代一年时间，在技术上有一定先发优势，苹果能否跑赢市场仍是未知数。

TrendForce集邦咨询预估，2020年全球智能手机生产总量仍维持12.43亿支，年衰退11.3%。手机品牌厂凭借5G手机，期望在低迷市况中稳定市占率，加上近期行动处理器大厂高通、联发科相继推出中高端5G芯片，预估今年全球5G智能手机数量将提升至约2.38亿支，渗透率达19.2%。■

第三届中国健康管理2030高峰论坛圆满落幕

2020年9月19日，为响应《“健康中国2030”规划纲要》，由中国保健协会保健咨询服务工作委员会主办，中食安泓（广东）健康食品研发有限公司（简称：中食安泓）承办，广州市中食安泓爱心公益基金会提供公益支持的第三届中国创新健康管理理论暨中国健康管理2030高峰论坛在广东江门圆满落幕。当天，中华人民共和国卫生部原副部长张凤楼、世界卫生组织健康教育促进研究中心顾问孙树侠、中国扶贫基金会副会长陈开枝、中国保健协会副秘书长张大超、中国疾病预防控制中心营养与健康所所长丁钢强、中国人民解放军陆军军医大学教授刘天鹏、兰州大学公共卫生学院院长王玉、奥运冠军张继科等健康领域的专家学者济济一堂，共襄中国健康行业年度盛会。

后疫情时代，大健康行业动向对推进健康中国落地实施的重要意义更加凸显。作为峰会连续三年的唯一指定承办方，中食安泓紧跟国家提出的“健康中国”战略部署，致力于通过提供健康方案降低慢性病发生风险。

通过这一学术盛会，多方位、多角度展示全球健康管理领域的丰硕成果，为建设健康中国提供新助力。

健康管理专家荟萃，为健康中国建言献策

据了解，为满足人民群众日益增长的健康需求，推动卫生健康事业高质量发展，中食安泓成立专家顾问委员会两年以来，不断吸纳专家学者人才以满足新的健康行业趋势及专研发展需要。今年，中食安泓专家顾问委员会再添五位重量级专家成员——华南农业大学食品学院食品科学系主任、广东省功能食品活性物重点实验室主任曹庸、南方医科大学南方医院主任医师胡志奇、原中国疾病预防控制中心营养与健康所研究员朴建华、广东省保健协会会长彭平、国家营养标准分委会副主任委员、河南省营养学会理事长张丁，专家们就国民健康管理的现状及重要问题发表了专题发言，并与现场嘉宾进行了深刻论述和交流。

中食安泓坚持创新引领，走专业化道路，通过集结国内外一流健康与

医疗专家和人才，充分发挥专家学者的参谋咨询作用，共建大健康产业战略发展、学术交流平台，让中食安泓为国民实现身心健康及美好生活贡献力量。

签约中国男子乒乓球大满贯得主张继科为中食安泓首席赋能官

今年7月，中食安泓明星代言团再添一员——中国男子乒乓球奥运冠军、世界杯冠军及世锦赛冠军的大满贯得主张继科。当天现场，张继科被授予中食安泓首席赋能官、中食安泓爱心公益基金会守护大使的称号。随即他则向中食安泓代表赠予亲笔签名的乒乓球拍，象征着与品牌强强联手，为各位中食安泓事业伙伴打造属于自己人生的“大满贯”。

吉尼斯世界纪录认证仪式，见证荣誉加冕的高光时刻

为了弘扬健康理念，中食安泓于4月发起“万人向肥胖宣战”的吉尼斯世界纪录挑战活动，经过15天的线上挑战，共收集了超13000条“为健康干杯”的挑战参与视频，并于5



月11日“中国肥胖日”当天挑战成功，成为第一家创立了线上吉尼斯世界纪录的减脂品牌。吉尼斯世界纪录认证官亲临现场，公布了这一激动人心的喜讯，标志着“消除肥胖，向健康干杯”的健康理念倡导将在5·11中国肥胖日这一国内重大节日上奠定了里程碑式的印证。

与张继科携手中国扶贫基金会守护贫困儿童健康

2020年不仅是“健康中国2030”规划纲要的一个时间节点，更是脱贫攻坚决战决胜之年。贫困地区儿童面临膳食结构不合理、营养不良，教育资源短缺等问题，仍然是我国脱贫攻坚道路上的一大关键难题。为进一步贯彻落实国家精准扶贫政策，中食安泓爱心公益基金会聚焦贫困地区儿童身心健康发展，携手中国扶贫基金会开展贫困地区儿童营养教育与改

善公益工作，包括“爱加餐”项目，及张继科的“JK加油计划”，希望通过营养加餐、爱心厨房、营养宣教、改善学习环境，共享优质教育资源等方式，提高乡村地区青少年与儿童的身体素质，有效促进城乡营养公平及教育公平，践行健康中国使命，守护儿童健康未来。

健康是促进人的全面发展的必然要求，是经济社会发展的基础条件，是全国各族人民的共同愿望。第三届中国创新健康管理理论论坛暨中国健康管理2030高峰论坛虽然已经落下帷幕，但建设全民健康之路任重道远。未来，中食安泓将继续整合国内外专业力量资源，与社会各界携手，确保健康中国战略规划如期实现，以全民健康托起全面小康，促进实现人民健康与经济社会协调发展，为实现中华民族伟大复兴和推动人类文明进步作出更大贡献。（文/马克）



前CEO被立案侦查 “国民软件”迅雷连亏6年转型难

时代周报记者 李子慧 发自北京

“国民软件”迅雷最近摊上事了。10月8日晚，迅雷(XNET.NASDAQ)发布公告称，公司前任CEO陈磊等人涉嫌职务侵占，深圳市公安局已对该案立案侦查。

该公告信息显示，陈磊涉嫌虚设交易环节侵占公司资产，制造虚假合同套取公司资金，涉案金额巨大，且陈磊已于今年4月初和前迅雷高级副总裁董皓一起出境至今。

受此消息影响，截至美国时间10月8日晚收盘，迅雷股价大跌7.87%，报3.16美元/股，总市值约2.15亿美元。

10月10日，陈磊对该立案作出回应称：“迅雷是一家美股上市公司，审计机构（普华永道）查到了一些问题，他们想把这些问题（的脏水）全部都泼到我身上，但是审计机构不认可，他们便说陈磊涉嫌职务侵占，已经被公安机关立案了。审计机构则称，需要立案通知书才能做审计。这就是他们这么着急立案的原因。”

从近几年的动向来看，曾经凭借软件下载占领头部市场的迅雷，在击败同期的QQ旋风、快车后，面对移动互联网时代版权管控力度的提升、用户下载需求的减少，已经开始尝试推出浏览器、游戏以及视频等产品。然而，效果并不理想。

10月9日，创导投资咨询合伙人步日欣在接受时代周报记者采访时表示：“迅雷遇到的是所有工具型软件都需要面临的发展瓶颈，特别是作为一个使用频次不高、用户黏性不强的下载工具软件，这个瓶颈尤为突出。”

10月10日，一名迅雷员工向时代周报记者表示，现在公司的业务还在顺利进行，也在不断改进完善。

“逃离”的陈磊

据媒体报道，陈磊在职期间，通过董皓网罗了一批董皓黑龙江鹤岗的老乡、闺蜜，安插在公司关键岗位，通过虚构交易环节、编制虚假合同等非法手段，套取公司资金，并涉嫌挪用公司数千万元资金用于国家明令禁止的非法炒币。

10月9日，上海盈科律师事务所黄正桥向时代周报记者表示：“若

陈磊确实被认定为职务侵占罪，其案涉金额高达千万元，参考以往司法判例，可能会判处8年以上的有期徒刑。”

陈磊在2014年入职迅雷前，曾担任腾讯云总经理。

迅雷完成上市后，公司股份曾发生变化，雷军旗下小米公司和金山软件持股比例接近40%，迅雷创始人邹胜龙持股比例仅占不到10%。

2014年年底，陈磊被雷军重金聘请，出任迅雷首任CTO。

2015年，陈磊担任迅雷旗下网心科技CEO以及迅雷联合CEO，2017年7月，陈磊正式接任迅雷CEO，负责迅雷下载及CDN等业务。

今年4月2日，陈磊被迅雷董事会罢免CEO职务，由新任董事长李金波，接替陈磊作为迅雷集团和下属迅雷、网心及其他关联公司新任CEO。

李金波曾作为迅雷技术合伙人，参加过迅雷早期产品迅雷4、迅雷5的开发。

2010年，李金波离开迅雷创业，曾参与推出聊天软件MSN lite、亲子相册水滴宝宝、搞笑社区最右等产品。

在今年迅雷发布二季度财报后，李金波表示将会优先考虑云计算和区块链业务的发展。

然而据界面新闻此前报道，今年4月，迅雷新高管团队上任后，迅雷区块链业务部门大幅度裁员，截至今年6月，该业务团队仅剩10人左右。

上述迅雷员工向时代周报记者表示，希望公司一切正常，只有公司顺利运营，员工才能有收入。

迷茫的迅雷

在如今的移动互联网时代，迅雷确实有些迷茫。

在用户层面，可以发现的变化是，近年来的迅雷越来越多偏向于浏览器的商业模式，依靠其原有的用户流量池，增加商业广告入口，实现其部分流量的变现，但该模式下的迅雷自然会影响用户使用体验。

不少业内人士分析认为，在当前市场竞争格局下，迅雷很难再单纯依靠下载工具的标签来获得利润增长。

迅雷显然也意识到这个问题，2014年陈磊加入后，迅雷开启了区块链时代。

当时曾有市场分析指出，迅雷本



身在P2P技术方面就具有一定优势，从基因上讲，迅雷做共享计算更会有机会比别人成功。

在陈磊All in区块链的策略下，迅雷推出一种名叫“玩客币”的虚拟货币。在迅雷的计划中，通过“玩客币”吸引用户交换闲置带宽，继而发展更多用户，最后形成一个几百上千万节点的分布式网络。

该设想在初期也确实给迅雷带来一定利好。

2017年第四季度，迅雷靠区块链业务扭亏为盈，并在2018年Q1实现了净利润翻倍，股票最高涨到27美元。

当年底，迅雷撤销了迅雷大数据、迅雷金融、迅雷易贷、迅雷小游戏、迅雷爱交易等业务的品牌和商标授权，停止对迅雷商标的使用。

迅雷内部将其归咎于陈磊及其区块链业务团队，迅雷大数据信息服务公司更是直指陈磊主导的发行玩客币活动属于“传销”，没有完整的区块链技术，是非法集资的骗局。

及至2018年，已经更名为“链克”的“玩客币”遭到投资者集体诉讼，被质疑变相ICO，并遭到中国互联网金融协会点名批评。

同年9月，迅雷不得已将链克、链克商城和链克口袋等业务全部售让，仅保留玩客云和其网络的共享业务。

迅雷靠区块链实现转型的野望暂时告一段落，但业务转型仍然迫在

眉睫。

持续的亏损

根据迅雷今年二季度财报显示，迅雷二季度营收4430万美元，同比下滑7%，环比下滑8.3%；净亏损1180万美元，较上一季度的净亏损550万美元，环比扩大114.5%。

截至今年上半年，迅雷会员用户数为390万，较上一季度的460万大幅减少。

具体营收构成上，迅雷二季度云计算及其他互联网增值服务营收2100万美元，环比下降0.9%；会员业务营收2070万美元，环比下滑11.4%，互联网广告营收270万美元，环比下降三成。

自上市以来，迅雷一直面临亏损局面。2014—2019年，迅雷归属于普通股股东的净利润分别亏损195.8万元、2456万元、1809万元、5317万元、549.9万元及1153万元。

10月10日，盘古智库高级研究员江瀚向时代周报记者指出，迅雷最大的问题在于，其擅长的下载业务在移动互联网时代没有发展的空间和前景，迅雷既没有核心用户黏性，也缺乏足够优势的用户场景。

步日欣也向时代周报记者表示，即便是结合迅雷下载业务进行外延式扩展，因为用户使用频次等各方面的限制，也很难像QQ、微信一样形成

一个平台化的产品。

事实上，迅雷自身也在寻找新的“第二曲线”。

今年7月，迅雷在iOS及安卓版同时上线云盘功能，意在由下载工具转型为网盘工具。

艾媒咨询数据显示，2020年，中国个人云存储用户预计达到4.01亿，市场空间极其庞大。

有业内分析人士认为，随着5G技术逐渐普及，个人云端存储需求将进一步提升。

步日欣向时代周报记者表示，网盘业务是一个突破点，可以和迅雷的下载平台实现有效协同，对迅雷的业务有很大促进。

当前市场，百度网盘、腾讯微云等云盘、网盘领域的竞争对手已率先抢占大部分市场份额，对迅雷来说，考虑到下载内容的版权问题，这一新业也并不好推广。

10月9日，北航数字社会与区块链实验室研究员王娟向时代周报记者表示，除非迅雷有价格、功能上的绝对优势，否则没有太多新发展空间。

而针对迅雷的区块链相关业务，王娟指出，迅雷本身业务与区块链和通证业务密切相关，但目前国内市场在这方面的不确定性很大，国际市场上数字贸易的内容和规则也处在一个变革发展期，迅雷还需要作出真正创新性的尝试。■

收藏/拍卖

微信分享

微信二维码

以艺术传播生活

Art Touch of Life

融合东西，通达古今

大文化风向标

收藏拍卖

文心匠意助力非遗传承

文心匠意助力非遗传承

文心匠意助力非遗传承

文心匠意助力非遗传承

文心匠意助力非遗传承

与知名品牌分手 丽人丽妆难建护城河



被舍弃的丽人丽妆虽然可以找到新客户进行补足,但是新客户对于消费者的吸引力是否足以媲美头部品牌,仍是一个未知数。

时代周报记者 陈婷 发自上海

截至10月12日,丽人丽妆(605136.SH)已连续收获4个涨停。9月29日,丽人丽妆在上交所主板上市,发行价为12.23元/股,发行总量为4001万股,上市首日即涨停。截至10月12日收盘,丽人丽妆市值93.76亿元。在其股价接连涨停的同时,外界对丽人丽妆主营业务模式的质疑声却不绝于耳。

作为一家以美妆为主的电商代运营公司,丽人丽妆主要通过接受品牌方的委托,在线上开设、运营官方旗舰店并实现产品的在线销售以获得收益。

然而,部分品牌方即便在与丽人丽妆合作期间获得了良好的收益,依然选择离开。

招股书显示,在长达13年合作之后,国内知名护肤品牌相宜本草与丽人丽妆已于今年7月正式结束合作。

此前,赫赫有名的兰蔻、碧欧泉、植村秀及韩妆品牌梦妆等,也都相继结束了与丽人丽妆的合作。

“公司将进一步拓展与具有较强市场潜力的国内外品牌的深度、全方位合作。”10月10日,丽人丽妆相关负责人向时代周报记者表示。

品牌流失之外,丽人丽妆仍面临平台单一、盈利模式有限等风险,其营收增长也正逐年放缓。

Wind数据显示,2017—2019年度,丽人丽妆的营收同比增长分别为69.67%,5.69%、7.18%;而在2017年之前,该增长数据均在60%以上。

流失的王牌客户

一直以来,相宜本草和丽人丽妆是两个如影随形的名字。

资料显示,相宜本草品牌创立于2000年,是早期成名的国货化妆品品牌,根据相宜本草早前披露的招股书,早在2011年,其营收就已超过13.35亿元。

在招股书中,丽人丽妆提到,其运营的“相宜本草”官方旗舰店是第一家入驻天猫平台的授权美妆品牌。

“相宜本草起步于商超渠道,在探索电商渠道的过程中,与丽人丽妆达成了合作。当时电商刚刚起步,大家还都不知道如何运营电商渠道,丽人丽妆的创始人黄韬在当时就已经有了一定的探索。”10月9日,美妆行业管理专家白云虎告诉时代周报记者,相宜本草在电商渠道运营的成功,为丽人丽妆带来了今后的客户。

在此大背景下,丽人丽妆抓住了时代的机遇。

10月10日,艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅告诉时代周报记者,在2015年之前,传统品牌企业缺乏电商运营和线上营销的相关经验,丽人丽妆得以高速发展。

然而,招股书显示,丽人丽妆与相宜本草自2007年6月开始的合作,已于2020年7月结束。

淘宝相关页面显示,目前,美宝莲旗舰店店铺经营主体由代运营商上海丽人丽妆化妆品股份有限公司变更为母公司欧莱雅集团旗下的苏州分公司,而兰蔻天猫旗舰店的店铺经营者则是欧莱雅(中国)有限公司。

“从电商的发展轨迹来看,在前期阶段,代运营的方式是主流选择,

但从近期来讲,发展成熟的品牌会开始倾向于自建团队。对品牌来讲,是基于阶段性的能力不同,阶段性的价值策略不一样而采用的不同方法。”白云虎表示。

丽人丽妆招股书显示,2019年度,相宜本草品牌店铺销售收入1.72亿元,占比4.45%;美宝莲品牌店铺销售收入3.78亿元,占比9.76%。而在2018年度,兰蔻品牌店铺销售收入4.47亿元,占比12.35%。

被舍弃的丽人丽妆虽然可以找到新客户进行补足,但是新客户对于消费者的吸引力是否足以媲美头部品牌,仍是一个未知数。

“未来3年,公司将通过提高资金规模实力、资源整合能力、数据分析能力、综合服务能力、营销策划能力等,实现自身竞争力的强化,带动产品销量和合作品牌影响力的提升,增强现有品牌与公司的合作黏性。”丽人丽妆相关负责人向时代周报记者表示。

其同时表示,将加大对自有品牌的建设和推广力度。不过,招股书数据显示,其公司自有APP在2019年度营收43.72万元,占比0.01%,品牌官方商城在2017年度营收132.39万元,占比0.04%。

平台单一的隐忧

难以留住头部品牌客户之外,丽人丽妆还存在着对单一平台过度依赖的问题。

招股书显示,2017—2019年度,公司电商零售业务通过天猫平台实现的营业收入分别为31.50亿元、33.42亿元、36.98亿元,占电商零售业务收入的比例均超过99%。

“丽人丽妆的风险就在这里。如果今后天猫不能保证目前的流量地位,丽人丽妆也必定会受影响,品牌对它的倚重也会多一层考量,越好的品牌以后找它合作的可能性会越少。”白云虎表示。

对此,丽人丽妆表示,公司在进一步拓展天猫平台业务的同时,亦积极开拓其他电商平台业务,包括品牌官方商城、银行积分平台、亚马逊、蘑菇街、拼多多、小红书、京东、微信等,上述平台已于报告期内产生销售收入。

不过,从具体数据上来看,2019年度,丽人丽妆在亚马逊、拼多多、小红书三家平台的营收占比分别为0.01%、0.02%和0.01%。

白云虎认为,丽人丽妆对天猫平台的玩法驾轻就熟,“但却不擅长做拼多多等新兴平台”。

张毅则认为,如今社交电商和直

播电商等新兴的销售模式发展如火如荼,丽人丽妆在这方面未必有优势。

“此外,一些新兴化妆品品牌也在崛起,而丽人丽妆一贯合作的都是成熟的大品牌,这些大品牌的市场份额也在受到冲击。”张毅表示。

盈利多靠返利

除了存在对于头部品牌和天猫平台的依赖之外,丽人丽妆的盈利模式也受到了外界质疑。

招股书显示,丽人丽妆自成立以来就选择天猫平台为自身电商业务的经营平台,从事电商零售业务和品牌营销运营服务。

其中,电商零售模式即经销模式。招股书显示,该模式下,网络零售服务商取得品牌方授权,向品牌方以一定折扣价采购产品,在线上店铺面向终端消费者进行产品销售,拥有对店铺及货品的所有权,并承担店铺运营、营销推广和人力成本,盈利主要来源于销售价格与采购成本及各项费用的差额。

业内人士向时代周报记者表示,在该模式下,丽人丽妆的存货情况至关重要。招股书显示,2017—2019年度,丽人丽妆的存货周转天数分别为63.09、76.78和82.81;在其电商零售业务,上述年度的存货成本占总营业成本的比例分别为93.28%、93.27%和96.09%。

这意味着,丽人丽妆存货风险正在逐年提高。

从其盈利方式而言,来自品牌方的返利也是其利润的主要来源。2017—2019年度,丽人丽妆返利计提金额分别为1.28亿元、2.10亿元、2.16亿元;而这3年间,其净利润分别为2.26亿元、2.52亿元和2.84亿元。

对此,丽人丽妆在招股书内表示:“若未来公司品牌方返利政策变化或其他因素导致公司可获得返利出现下降甚至无法收取返利,公司的经营业绩将受到不利影响。”

虽然有种种隐忧,但白云虎认为,其在天猫平台上依然有竞争优势。

10月10日,北京京商流通战略研究院院长赖阳向时代周报记者表示:对于代运营公司而言,店铺的设计及营销推广活动等专业运营技术是丽人丽妆所拥有的核心竞争力。

与此同时,丽人丽妆还身处在一个富有潜力的赛道。

艾媒咨询预计,2020年,化妆品行业市场规模预计达3958亿元;其中,2020年6月,化妆品类限额以上企业零售额达326亿元,增速高达20.5%。■

《姜子牙》难封神 光线传媒动漫投资亏多赚少

时代周报记者 范文茜 发自广州

《姜子牙》没能延续《哪吒之魔童降世》(下称《哪吒》)的票房神话,其出品方光线传媒(300251.SZ)及其旗下的彩条屋影业,似乎也离“中国的皮克斯”“中国的迪士尼”的奋斗目标,又远了一些。

据灯塔专业版数据,截至10月12日,《姜子牙》票房为15亿元左右,与50亿元票房的《哪吒》差距较大。

比票房落差更尴尬的是,曾被寄予厚望的《姜子牙》,口碑也遭遇滑铁卢。在豆瓣评分上,《哪吒》评分高达8.4分,《姜子牙》只有7.0分。

国庆长假结束的首个交易日,10月9日,光线传媒被资本市场泼了一盆“冷水”,单天股价一度暴跌17%、市值一天蒸发66亿元。

针对股价跳水等问题,光线传媒相关负责人婉拒时代周报记者采访。

10月12日,光线传媒股价仍处于低位,收盘跌0.69%。同日晚间,光线传媒发布公告称,公司来源于《姜子牙》的营业收入区间约为3.6亿元—4亿元。可以对比的是,虽然光线传媒此前未直接披露《哪吒》的具体营收,但业内结合其2019Q3财报普遍保守估算,《哪吒》营收约为12亿元左右。

一部电影的口碑及股价的震荡

或许只是暂时,但光线传媒的动漫产业链布局,亦受一定影响。

“封神宇宙”预设崩塌?

走进影院后,感觉自己被欺骗了,这是《姜子牙》最令观众诟病之处。

只因在宣发阶段,《姜子牙》与《哪吒》、《大圣归来》IP频繁联动,几个经典人物常常“同框”,打出了“封神宇宙”的口号。

“从故事线看,《姜子牙》和《哪吒》之间无任何联系,甚至连申公豹的形象和设定在两部影片中也大相径庭,两者的割裂导致宇宙联动成为一个伪命题。”10月11日,深圳非凡动漫电影导演覃智波向时代周报记者表示。

虽然两部影片都出自彩条屋影业,但据彩条屋方面的口径是,《姜子牙》和《哪吒》是平行开发的两个项目,在导演、团队和制作上彼此独立。

《姜子牙》的主创核心团队被称为学院派+海归派,导演程腾曾任职于美国梦工厂,联合导演王昕曾任暴雪电影项目总监。而《哪吒》导演饺子则是非科班出身的本土派。

“虽然对‘中国神话系列’早有规划,但‘封神宇宙’的说法并不是官方提出的。这两个项目是《大圣归来》大获成功之后,在2016年几乎同时启动的,当时谁都没有必胜的信心,更没想到几年后可以形成‘宇宙’。”11日,熟

悉彩条屋影业的文娱投资人贾珂向时代周报记者透露。

从最后成片可以看出,《姜子牙》与《哪吒》是独立的两个故事,受众年龄也不一样。哪吒的角色只出现在片尾两分钟的彩蛋里,观众大呼失望。

覃智波表示,封神宇宙更多是一种宣传口号和手法,真正要构建一个宇宙概念,需要核心团队牵头,投入持续的人力和时间,而不是彩条屋目前的项目制。

以美国漫威影业打造的“漫威宇宙”为例,该系列从2008年的《钢铁侠》开始,用11年时间、拍摄制作了21部电影,构建了一个故事线完整、具有逻辑闭环的的系列电影。

从其他电影的情况来看,彩条屋影业各项目独立运营的痕迹明显。

譬如,今年8月,其出品的另一部国漫作品《妙先生》在院线上映,但短短7天后,就迅速“转网”(在互联网平台播放),没有溅起太大水花。

业内看来,彩条屋今年接连失利,是过度依赖导演个人风格、制作水准不稳定、工业化程度薄弱的表现。

贾珂表示,内容制作过程可控且工业化,才能保证可观的投资回报。“目前整个国产动画影视行业的工业化程度都还不成熟,在制作标准、人才、流程协作等方面与欧美还有较大差距。”贾珂补充道。

投资动漫公司亏损

2019年,得益于《哪吒》的成功,光线传媒一度扭转了经营数据下滑的局面,营收同比增长89.70%,净利润大增404%。

但其在产业链上参投的公司经营状况却不太乐观。

时代周报记者不完全统计,光线传媒近年来在动漫产业链广泛布局,投资了超过20家动漫公司,涵盖IP研发、动画制作、衍生品等各个细分领域。但据2019年财报,在公开投资损益数据的16家公司中,有12家出现投资亏损,仅有4家投资收益为正。

上海红鲤鱼动画公司参与了《哪吒》《精灵王国》《姜子牙》等影片三维动画制作,光线传媒持股57%。近3年来,其营收虽保持在千万元以上,净利润却始终为负数。2019年,红鲤鱼动画营收2408万元,亏损745万元。

中传合道获得光线传媒900万元投资。据上市公司财报,2017—2019年,中传合道对光线造成的权益法下确认的投资损益均为负数,且亏损逐年扩大。2020年上半年,中传合道再度陷入巨额亏损,累计未确认的损失达669.58万元。

覃智波表示,创收能力差是国内动画公司普遍面临的局面,同时,动画业务垫款多、资金周转压力大,更让许多动画公司难以维继。

从公开信息来看,光线传媒铺设的动漫版图,渗透到《姜子牙》落地过程中的各个环节,至少有8家公司参与了电影的制作和出品。《姜子牙》票房的不尽如人意,实则是一损俱损,不可小觑。

据光线传媒公告披露,除了《姜子牙》外,《深海》《大鱼海棠2》《西游记之大圣闹天宫》等动漫电影项目也正在筹备当中。

在贾珂看来,相比起另一家国内动漫企业奥飞娱乐,光线的IP矩阵相对零散、不成体系。“奥飞有超级飞侠、喜羊羊、巴啦啦小魔仙,都是成熟的IP,光线旗下作品似乎都是单兵作战。在衍生品和线下娱乐方面,也还非常薄弱。”

光线目前的发力重点是在IP积累上,2020年1月,号称“重品质、精品化”的漫画APP——一本漫画正式上线,有望成为IP“蓄水池”,目标是从动画产业的源头开始创造内容,对原创内容进行扶持,将漫画IP影视化。

“希望在公司的动漫IP矩阵具备一定规模之时,动漫衍生品板块能成为公司新的业务增长点。”光线传媒在公告中透露。

在《哪吒》意外爆红之前,彩条屋和光线经历了3年的低谷期。如今《姜子牙》口碑失利,“国漫崛起”依然道阻且长。■

“银十”车市价格战升温：特斯拉、BBA“降维”出击

时代周报特约记者 李卓玲 潘卓伦
发自广州

“现在买车很划算，Q5L和A6L有7万—10万元的优惠，有意向还可以再谈。”10月8日，国庆假期的最后一天，广州奥迪4S店给出的优惠依然吸睛。据销售人士对时代周报记者称，假期结束该优惠仍可申请。

在刚过去的十一假期里，各大车企的优惠让利活动可谓“八仙过海”，其中，豪华车企更成为此次“价格向下”的中坚力量。

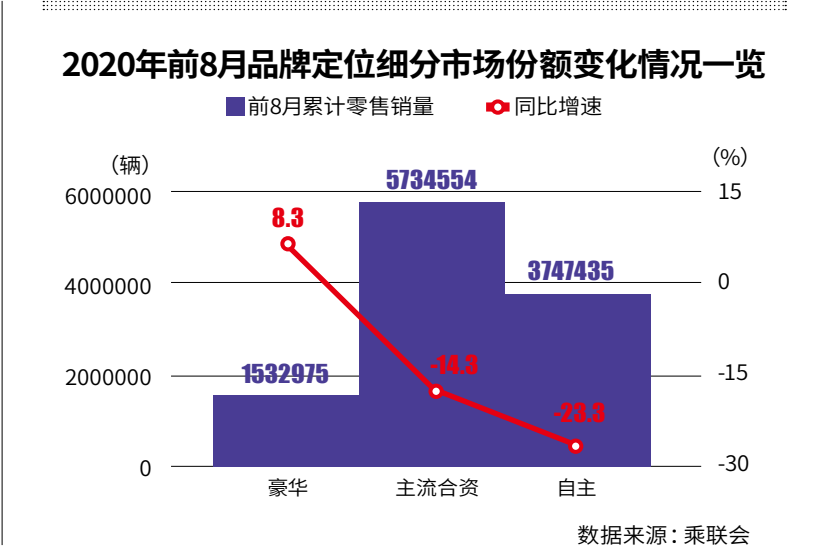
时代周报记者调查发现，除了直降10万元的奥迪车型外，奔驰C级优惠超5万元，17万元左右就能拿下宝马1系。而曾被喻为“BBA杀手”的特斯拉，更掀银十车市新变数，下探至25万元以内的起售价背后，其野心亦明显已不止于豪华品牌。

特斯拉单日收获2600辆订单

“10月1日全国范围单日订单量约2600单。”10月11日，据多个接近特斯拉中国方面的消息人士向时代周报记者透露，自特斯拉Model 3于10月1日调价至补贴后24.99万元起售开始，市场需求被强烈刺激。

上述消息人士称，降价后首批下单的，有很大机会匹配到三元锂电池版本的车型，对于介怀换装磷酸铁锂电池所致不确定性的消费者来说，这又是一个刺激成交的因素。

起售价再次下调超过2.2万元后，特斯拉Model 3已经打破25万元的关口，再结合其享受免购置税、直上“绿



牌”等一系列新能源车政策利好，特斯拉Model 3目前的购车成本不仅比北京奔驰C级、一汽—大众奥迪A4L等豪华品牌同级传统燃油车有着明显优势，甚至已经与高配的普通合资品牌同级车型持平。

在特斯拉此番调价之前，20万—25万元的价格区间，属一线合资品牌相对稳定的细分市场。参考中汽协批售数据，在这一价格区间，基本被各主流合资车企的紧凑型SUV或中型轿车霸占，例如东风本田CR-V、广汽本田雅阁、广汽丰田凯美瑞等，其中，又以混合动力车型为这一细分市场的“销量担当”。

定位中型轿车的特斯拉Model 3，或对20万—25万元主流合资紧凑型SUV的市场影响有限，而在上述一系列同级合资传统燃油轿车竞品面前，

其虽然有着诸如车内空间、用车便利性等方面的不足，但同时亦具备包括先天动力优势、智能辅助驾驶体验等一系列标志性卖点，竞争力不容小觑。

“特斯拉的品牌形象更年轻，以科技、性能见长的产品力属性也契合新一代消费者的喜好，其售价进入到一线合资品牌的覆盖范围，将进一步拓展其潜在客源。”10月11日，广州某上市汽车经销商集团管理层人士向时代周报记者分析指出。

优惠动辄10万，豪车“降维”打击

特斯拉价格下探，无疑对普通合资品牌等带来不容小觑的冲击，而更值得注意的是，后者需要应对的挑战，并非仅此而已。

事实上，为了换取更大的市场份额，以BBA为首的豪华品牌仍在不断

下探，给出幅度极大的优惠。据记者了解，目前无论是38.78万元起售的奥迪Q5L，还是40.98万元起售的A6L，终端优惠接近10万元左右。而奔驰C级的终端优惠力度亦超5万元。

豪车大幅度降价之下，显然已经“降维打击”至20万元区间甚至更低的市场。

“目前按优惠幅度的话，1系和x1的比较大。”10月11日，广州宝马4S店销售人士对时代周报记者表示，1系2020款 120i 时尚型在17万元左右，2020款 120i M运动套装在19.5万元左右，优惠还可以再谈。

入门级车型的推出，加之价格不断下探，豪车市场增长迅猛。据奔驰、宝马近日发布的销量数据显示，奔驰第三季度在华销量为22.4万辆，同比增长23.4%；宝马第三季度在华销量为23.1万辆，同比增长31.1%。

据乘联会数据显示，今年以来，消费升级特征尤为明显。8月奥迪为一汽—大众贡献了超三成销量，为其实现当月同比增长16.9%打下坚实基础；华晨宝马和北京奔驰已成为前15厂商榜单的常客，单月同比呈两位数增长。

相较于一片红火的豪车市场，不少自主、合资品牌销售人士对记者反映，黄金周期间，虽有一定优惠，但吸客力不足。“旺丁不旺财，黄金周期间，前几天人流量还不错，日订单还有5台左右，到10月6日基本歇菜。”10月10日，某主流自主品牌销售经理陈汉对记者称。

在业内人士看来，猛烈的价格战由豪车市场发端的，而从上而下的传

导直接造成了整个车市的价格曲线一路下滑，进而亦影响厂商的利润与经营压力。

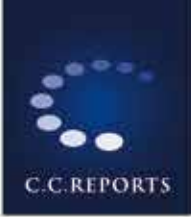
据中国汽车流通协会近日发布的最新汽车经销商库存预警指数显示，9月，进口&豪华品牌库存指数47.3%，库存压力最小；自主品牌库存指数为54.3%，环比8月（56.3%）则出现了下降；而主流合资品牌库存指数57.6%，环比8月（54.7%）有所上涨，库存压力也随之上升。显然，过往作为市场上中坚力量存在的合资品牌，生存压力亦愈发凸显。

“中国汽车市场正在发生巨大的变化，主要体现在两个维度，第一是量级，第二是市场复杂度。预测未来十年，中国豪华车的年销量规模将达到400万辆。”奥迪中国总裁安世豪近日受访时曾称。

今年前8个月，豪华品牌累计零售销量为153.3万辆，同比增长8.3%，而主流合资品牌销量则同比下滑14.3%至573.46万辆，自主品牌累计零售销量同比下滑23.3%至374.74万辆。

值得关注的是，近年来，自主品牌在积极探索品牌向上之路。在刚过去的北京车展上，众多自主品牌在展会现场重磅发布高端化发展战略规划，并推出了中高端品牌战略车型，从智能、健康、动力、空间等方面重新定义市场新标准，为用户打造更具产品价值的全新车辆。数据显示，国内车企全球首发车达68款。

事实上，无论是自主品牌，还是合资阵营，面对豪车市场的降维打击，进一步提升产品力和品牌力，稳固市场地位已迫在眉睫。■



做中国消费者权益保护运动引领者

《消费者报道》的使命：
真实就是力量，比较发现优劣。站在消费者立场，
通过商品及服务比较测评，彰显消费知情权和选择权
就是彰显消费者力量，从而更好地保护中国消费者权益。



过度担保、母公司债务违约 天房发展资金链告急

时代周报记者 刘帅 发自北京

秋意渐浓,房企天房发展(600322.SH)似乎也伴随着季节更替一起步入秋季。

“最近一段时间,天房发展的资金状况并不理想,而这种情况与天房发展‘多出少进’有很大关系。”10月10日,一名接近天房发展的人士告诉时代周报记者,天房发展并不像其他房地产企业一样积极拿地建房卖房,收割一波市场红利后,天房发展目前似乎更热衷于资金操作。

从天房发展发出的公告来看,其也正以一己之力牵动多家子公司资金周转。

9月26日,天房发展发布公告称,公司拟为部分全资和控股子公司提供合计不超过40.10亿元的担保。公告显示,2020年,天房发展已经为6家全资和控股子公司提供担保。

国庆假期前,天房发展再次公告称,10月13日公司将召开临时股东大会,审议内容4项中有3项是关于为子公司提供担保的议案,而仅剩一项则是核定2020年度担保额度的议案。

就在10月12日,证监会副主席阎庆民指出,当前提高上市公司质量要大力解决股票质押、资本占用、违规担保等问题。

10月10日,记者多方尝试联系天房发展核定企业担保问题,均未得到有效回复。

担保比例超出承担范围

8月28日,天房发展发布2020年



半年度报告,数据显示截至2020年6月30日,天房发展对外担保余额约19.96亿元,对子公司担保余额约为32.29亿元,担保总额达52.15亿元,占公司净资产比例的111.9%。

不难看出,天房发展的担保比例已超出公司净资产所能承担的范围。互联网时评人孟超分析,过度担保会成为上市公司的业绩地雷,一旦踩中便会引爆。

天房发展公告显示,截至2020年6月30日,天房发展与全资、控股子公司或全资、控股子公司相互间提供的担保金额为82.79亿元,占天房发展最近一个会计年度经审计的净资产46.56亿元的177.83%;天房发展及其控股子公司对全资及控股子公司以外的被担保方提供的担保累计金额为8.65亿元(不含对按揭贷款客户

提供的阶段性担保),占本公司最近一个会计年度经审计净资产46.56亿元的18.59%。

从天房发展的总体财务状况来看,截至2020年上半年,天房发展总资产为258.8亿元,总负债为204.76亿元,资产负债率高达79.12%。令人疑惑的是,天房发展并没有加大销售力度,以求回款周转。

2020年上半年,天房发展(含全资、控股子公司、参股公司按权益计算)实现合同销售面积11.25万平方米,同比增长138.85%;合同销售金额为25.19亿元,同比增长123.91%,上半年,天房发展无新增土地储备。

而开工面积方面,上半年,天房发展的施工面积为265.4万平方米,比去年同期增长1.17%。报告期无新开工面积,去年同期无新开工面积。

上半年,天房发展实现营业收入12.06亿元,较去年同期下滑六成;归属于母公司所有者净利润为429.7万元,同比下滑98%;归属于母公司所有者净资产为46.6亿元。

10月10日,天津市房产中介陈晓(化名)向时代周报记者坦言,天房发展曾经是天津的建房“一哥”,但最近鲜少看到天房发展动工破土。

有业内人士分析认为,天房发展本来背靠大树好做事,但天房集团状况也不理想,未来天房发展可能也得走定向转增股份、用股份偿债的路子。

天房集团债务违约

8月25日,天房集团的子公司天津房信在上交所公告称,未能按时兑付“16房信01”利息及回售本金,涉及回售金额2亿元,利息1580万元。值得注意的是,“16房信01”由天房集团提供全额无条件不可撤销的连带责任保证担保,担保范围包括本期债券本金及其利息、违约金、损害赔偿金和实现债权费用。

10月10日,北京德昌律师事务所郑律师告诉时代周报记者,在连带责任保证的情况下,一旦主债务人到期不履行主合同债务,债权人既可以要求主债务人清偿债务,也可以要求保证人承担保证责任。

时隔半月,9月8日,天房集团因未能兑付回售本息,致使“16天房04”债券发生实质性违约。9月21日,“15天房PPN001”债券到期,天房集团再次违约,两只债券违约总金额超40亿元,从企业预警通可见,截至目前,两只债券兑付进度仍为0。

根据Wind统计,截至2020年9月,天房集团当前债务余额为143.82亿元,其中142.42亿元将于1年内到期。

不难发现,天房集团的资金链有些捉襟见肘,公司迫切需要自救。

低价卖地自救

其实,早在2017年,天房集团就传出混改的消息,碧桂园、万科、融创等多家头部房企都曾有意天房集团。但是几次混改均沉默收场。

混改未见成效后,天房集团开始卖资。

7月22日,天房集团的母公司天津津诚国有资本投资运营有限公司(以下简称“津诚资本”)将天房发展13.21%的股份转让给了天津国有资本投资运营有限公司(以下简称“津投资资本”),售价约5.96亿元。

9月1日,天房集团15.7亿元将位于天津市南开区迎水道北侧的土地使用权成功拍出,相比竞拍购买时价格,天房集团可说是在“半价处理”。

“为筹集资金,天房集团设定‘员工信托计划’,并公开出售旗下近百亿资产。为与企业共渡艰难,天房集团的高管可以说是零工资工作。”上述接近天房发展人士向时代周报记者表示,从2018年年底开始,天房集团就在内部缩减开支,2019年,部分高管的月工资甚至不足3000元。

10月9日,一位地产行业专家向时代周报记者表示,天房集团目前急需解决的:一是资金链紧张问题;二是过度担保问题。若能专注本业,加速库存转化,天房集团在背靠国资的状态下,仍可实现更长足的发展。■

财经资讯

时代财经

行业风向
经济走势

财经读本
企业第一

- 荣获由中国科学院主管的《互联网周刊》和eNet研究院评选的,财经APP排行榜榜首。
- 荣获由全球知名的移动互联网第三方数据挖掘与分析机构iiMedia Research Group(艾媒咨询集团)主办的中国鼎媒奖“最佳新闻客户端”。
- 在网易新闻主办的2019年态度风云榜评选中,荣获“2019年度最具影响力媒体”奖项。

扫码阅读最新资讯

2020 中国地产时代百强榜

环保节能成房企新命题 万科绿色建筑面积位列榜首

时代周报记者 胡天祥 发自广州

10月13日，作为时代传媒2020中国地产时代百强榜的子榜，《2020中国地产绿色房企20强》（以下简称“榜单”）重磅出炉。

该榜单系时代传媒依托时代数据地产百强数据库,通过大数据分析,对2019年房地产企业旗舰楼盘绿化评级、绿色建筑面积（等级划分由高到低划分为三星级、二星级、一星级）、绿色信用指数等数据进行综合打分。

榜单显示，截至报告期末, 万科绿色建筑一星面积达3804万平方米, 绿色建筑二星、三星面积达489万平方米, 高居榜首。

中国恒大、碧桂园分列第二、第三名，其一星面积分别达2844万平方米、1465万平方米，二星、三星面积分别达650万平方米、384万平方米。

龙湖集团一星面积达1050万平方米，二星、三星面积达495万平方米。旭辉控股一星面积达1069万平方米，绿色建筑二星、三星面积达387万平方米。

在多位房企人士以及行业专家看来，能源管理及绿色材料的作用，是适应新形势下提升产品质量的重要途径，也是房企未来发展中的重要一环。

万科绿色建筑面积居首

1992年巴西里约热内卢联合国环境与发展大会以来，中国政府相续颁布了若干相关纲要、导则和法规，大力推动绿色建筑的发展。

2004年9月，建设部“全国绿色建筑创新奖”的启动标志着中国的绿色建筑进入了全面发展阶段。

如今，越来越多的房企意识到节能环保的重要性，并加大绿色建筑、绿色社区的打造力度。

以万科为例，基于“绿水青山就是金山银山”的理念，万科围绕工业化建造体系、废弃物处理、资源能源管理、环境治理、生物多样性保护等方面积极践行环保。

2019年，万科新开工业化项目面积占比达85.83%；在全国52个城市落地垃圾分类项目，包含住宅社区378个、商业写字楼263个、零废弃办公项目52个；万科承建和运营的北京世园会植物馆累计接纳超过253万参观者，向公众发出共筑绿色生活、共建美丽家园的呼声。



榜单显示，万科绿色建筑一星面积达3804万平方米，二星、三星面积达489万平方米，绿色信用指数达84.6分。

再看恒大，2019年，恒大积极推动绿色建筑的推广及认证工作，年度新增214个获国家《绿色建筑评价标准》设计阶段认证标识的项目，其中，43个项目获得设计阶段绿色建筑二星级认证，2个项目获三星级认证。

其代表性项目中国海南海花岛推行全岛100%绿色建筑，通过植物、沙土的综合作用使雨水净化并汇聚至浅凹绿地，有效净化径流雨水及涵养水源。

榜单显示，恒大一星面积达2844万平方米，二星、三星面积达650万平方米。

碧桂园则以健康人居为目标，打造绿色建筑和绿色社区，引领建筑行业的绿色发展和变革升级。

2019年，碧桂园建设绿色建筑并获得121个认证，项目环评达标率达到100%，未发生对环境及天然资源造成重大负面影响的事件。榜单显示，碧桂园一星面积达1465万平方米，二星、三星面积达384万平方米。

多家央企加码绿色运营

除上述龙头房企外，具备央企背景的招商蛇口，历经多年发展，已经形成了较为成熟的绿色运营管理体系，由总部统筹绿色技术研究与应用，主责公司节能减排组织管理和数据收集统计工作，并将事业部、城市公司节能减排工作纳入绿色竞争能力考核。

榜单显示，招商蛇口一星面积为221万平方米，二星、三星面积为666万平方米。

同是央企背景的中海地产更是结合自身专业优势，致力绿色建筑技术的不断实践与创新，主张采用低成本、高效益的适宜节能技术，依托多年来开发的住宅项目、商业项目实行低碳社区、低碳城市的建设，在地产项目开发的全生命周期提升土地资源、建筑材料的利用效率，并通过推行绿色施工、绿色办公、举办社区环保公益活动等，从企业自身出发，实行环保理念，亦带动员工、社区业主可持续的工作与生活。

2019年，中海共74个新项目获得绿色建筑认证，包括47个一星级，23个二星级，3个三星级绿色建筑认证，

以及1个美国LEED绿色建筑认证银奖，截至2019年年底其已累计281个绿色建筑项目，同比增长36%。

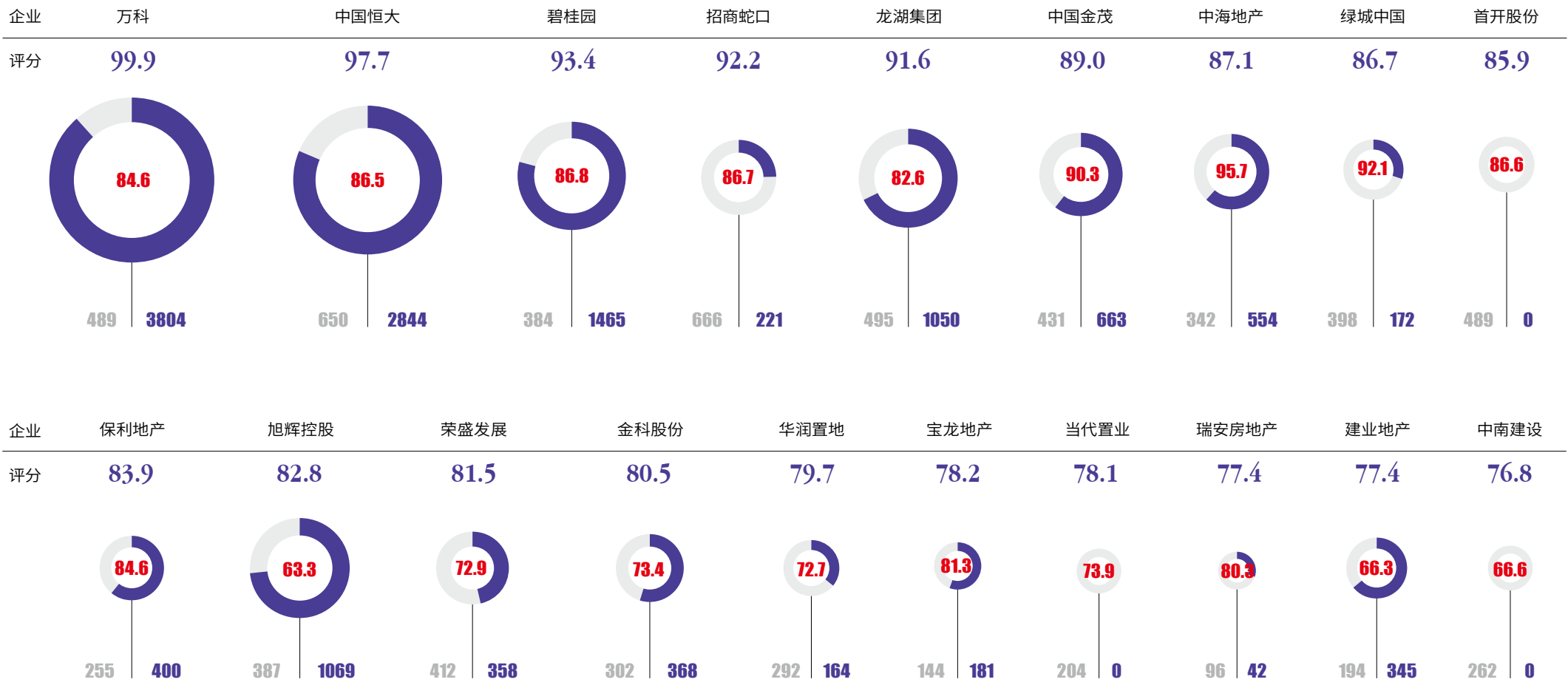
坚持“臻绿品质”战略的中国金茂，近年来以科技建造生态城市，用智慧为建筑赋能，致力于零碳运营。截至报告期末，中国金茂累计获得绿色建筑类认证或标识170个，项目开发占比超过90%，已满足绿色标识涉及要求的项目总建筑面积公司1440.62万平方米，预计每年建筑物全生命周期温室气体减排总量超过30万吨。

截至2019年年底，其已投资、建设、运营的城市及区域的能源站项目46个，总供能面积约2800万平方米，预计每年碳减排量超过27万吨。

此外，排名第8的绿城中国绿色建筑一星面积达172万平方米，绿色建筑二星、三星面积达398万平方米。保利地产一星面积达400万平方米，绿色建筑二星、三星面积达255万平方米。金科股份一星面积达368万平方米，绿色建筑二星、三星面积达302万平方米。中南建设绿色建筑二星、三星面积达262万平方米。■

2020中国地产绿色房企20强

■ 绿色建筑一星面积(万平方米) ■ 绿色建筑二星、三星面积(万平方米) ■ 绿色信用指数



2020 中国地产时代百强榜

房企精准扶贫成绩单： “恒碧融”投入近300亿元

时代周报记者 胡天祥 发自广州

10月13日，作为时代传媒2020中国地产时代百强榜的子榜，《2020中国地产精准扶贫实力榜20强》（以下简称“榜单”）出炉。

该榜单以房企在精准扶贫方面的总投入、帮扶覆盖省市、帮扶方式种类、帮扶人数等进行综合打分，全面展示房企的社会责任与人文关怀。

榜单显示，截至目前，中国恒大在精准扶贫上的投入已达204.7亿元，帮扶人数达103万人，覆盖10个省市，高居榜首。碧桂园以67亿元的投入，33.7万人的帮扶人数位居第二。融创中国以22亿元的投入，5万人的帮扶人数位居第三。万科、万达、保利地产、龙湖集团、龙光地产也均位居榜单前列。

恒大精准扶贫投入超200亿元

在此次榜单中，中国恒大以204.7亿元精准扶贫投入，103万人帮扶人数居首。

2015年12月1日，恒大集团积极响应党中央号召，在全国政协鼓励支持下，开始结对帮扶毕节市大方县，无偿投入30亿元，到2018年年底实现18万贫困人口全部稳定脱贫；2017年5月3日开始，除大方县外，恒大又承担了毕节市其他六县三区的帮扶工作，再无偿投入80亿元，共无偿投入110亿元扶贫资金，并派出2108人的扶贫队伍，与当地干部群众并肩作战，工作到村、包干到户、责任到人，到2020年年底帮扶毕节全市100多万贫困人口全部稳定脱贫。

再看碧桂园，自1992年以来，碧桂园始终秉承“希望社会因我们的存在而变得更加美好”的企业使命，积极投身公益事业及扶贫事业。

2018年5月20日，碧桂园与甘肃省临夏州东乡族自治县、河北省石家庄市平山县、江西省赣州市兴国县等9省14个县达成结对帮扶协议，力争在2019年前精准助力14县33.6万建档立卡贫困人口实现永续脱贫，探索一条可造血、可复制、可持续的乡村振兴道路。榜单显示，截至目前，碧桂园在精准扶贫上的投入已达67亿元，帮扶人数达33.7万人。



“我拥有的财富，其实是社会财富交给我保管的一部分。我的工作不是为了拥有这些财富，而是为了了一份责任。”谈及慈善扶贫，碧桂园集团董事会主席杨国强曾说。

“我拥有的财富，其实是社会财富交给我保管的一部分。我的工作不是为了拥有这些财富，而是为了了一份责任。”谈及慈善扶贫，碧桂园集团董事会主席杨国强曾说。

第三名融创中国，近年来也不断加大在精准扶贫上的投入。

自2015起，融创持续在全国7大区域，17个省份，累计结对56所乡村学校，在大凉山捐建1所爱心小学；除持续投入硬件设施建设、捐赠爱心书屋外，结合文旅及文化资源，打造“一进+一出+全面探访”的助学模式，深度、长线、可持续地为近万名贫困地区孩子提供多样化支持。

榜单显示，截至目前，融创在精准扶贫上的投入已达22亿元，帮扶人数达5万人。

佳兆业、保利地产、龙湖集团、龙光地产、世茂集团分列榜单第6、第7、第10、第12、第13位。其中，龙湖在精准扶贫上的投入达8亿元，帮扶人数达3万人；龙光投入达3亿元，帮扶人数达

2万人；佳兆业投入达5.13亿元，帮扶人数达1.6万人。

多管齐下精准扶贫

随着扶贫工作的不断深入，各大房企在精准扶贫方向上也呈现出多样化和精准化特征。

5月21日，胡润研究院对外发布《2020中国企业社会责任白皮书》指出，多样化体现在覆盖产业扶贫、教育扶贫、就业扶贫、党建扶贫等九个方向；精准化体现在同时聚焦产业扶贫、教育扶贫和基建扶贫三大领域，合计比例为72%。

“让我印象深刻的是，22%的中国头部企业已经在通过独立运作企业基金会履行企业社会责任。”胡润百富董事长兼首席调研官胡润表示，例如碧桂园集团旗下的国强公益基金会出资创办了全国唯一全免费的大专院校——广东碧桂园职业学院，以及全国第一所纯慈善、全免费、全寄宿民办高级中学国华纪念中学。

据悉，截至2019年，广东碧桂园职业学院累计招收高中毕业生2427人；从2002年创办至2019年年底，国华纪念中学共接收了3096名处于辍学边缘的学生。

在整市帮扶毕节的过程中，恒大牢牢抓住产业扶贫、易地搬迁扶贫和就业扶贫。

产业扶贫方面，恒大无偿投入44亿元，帮助毕节打造我国西南地区的两大基地，一个是最大的蔬菜瓜果基地，一个是最大的肉牛养殖基地，帮助20万户、70万贫困人口发展蔬菜、肉牛以及中药材、经果林等特色产业，并引进上下游龙头企业，形成“龙头企业+合作社+贫困户+基地”的帮扶模式。

就业扶贫上，恒大组织贫困群众进行职业技能培训，解决8万人就业。

目前，恒大已帮助全市培训113217人，推荐到当地产业就业和异地就业75462人，人均年收入4.2万元，实现了“一人就业、全家脱贫”。

奥园则在精准扶贫过程中，形成有别于其他房企的“县城扶贫模式”。

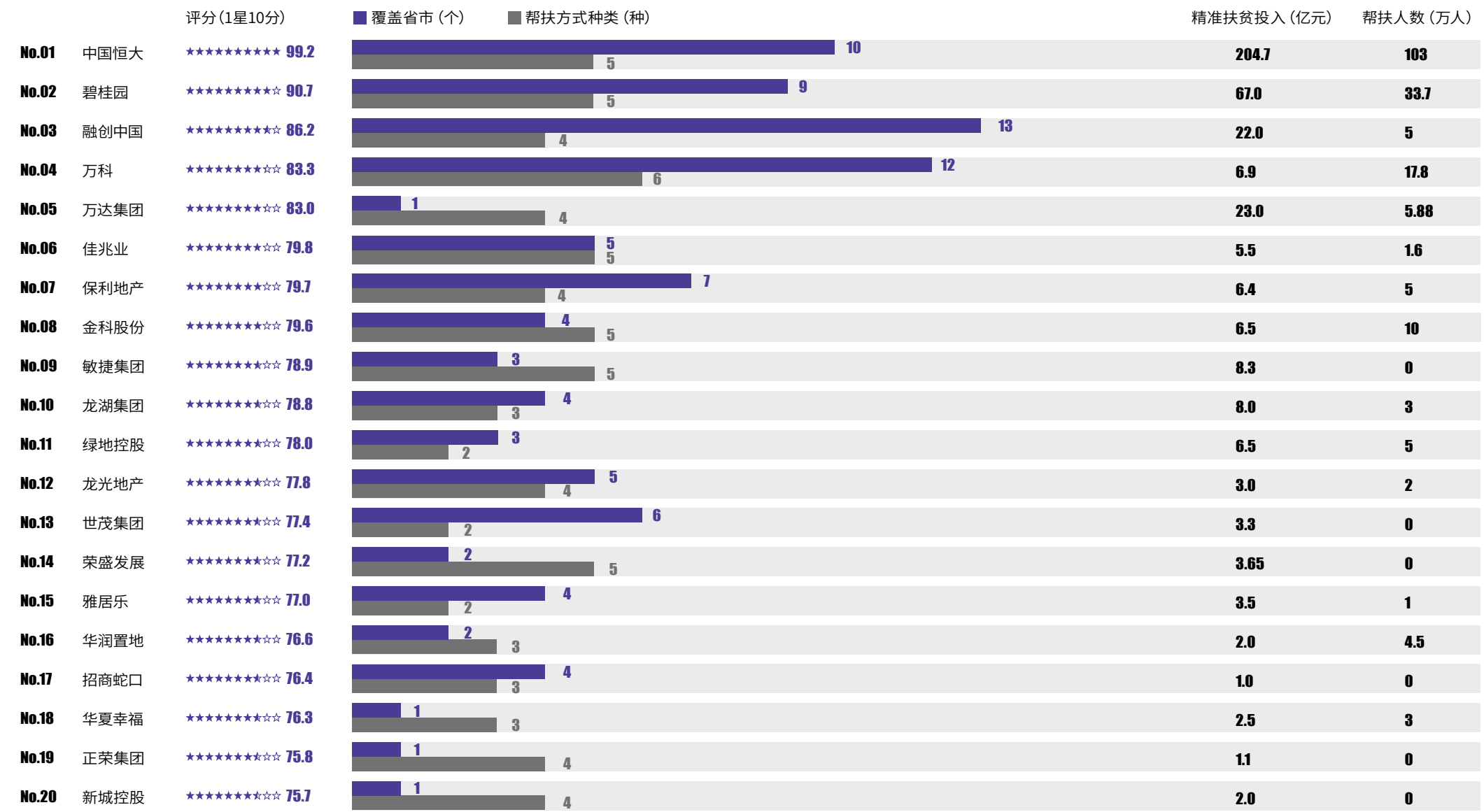
“2013年，广州市政府组织企业家到对口帮扶的梅州市考察。我分别随同番禺区政府、南沙区政府到对口帮扶的五华县、蕉岭县考察。”在接受媒体采访时，奥园党委书记、总裁郭梓宁说道，到了当地发现，这些县域普遍缺乏大型的商业综合体，一方面当地人民购物休闲不方便，另一方面城市配套亟待改善，当时下定决心要在当地建设城市综合体。

2016年9月，广东梅州市蕉岭奥园广场开业后，为蕉岭县居民提供了大量住房和2000余个就业岗位，促进了县城城镇人口转化。

2017年1月，广东梅州市五华奥园广场开业后，带动了当地产业的调整升级，改善了当地的投资环境，让众多企业回到五华县投资，形成了以五华奥园广场为中心的商业圈，推动了当地产城协调发展。

据了解，一个奥园县域商业综合体年均直接营业额10亿—20亿元，并直接创造税收5000万—1亿元，可以带动近千家中小企业创业经商，提供3000个以上就业岗位，间接创造超过百亿元GDP和上万个就业岗位。■

2020中国地产精准扶贫实力榜20强



（以房地产企业至今在精准扶贫方面的总投入、帮扶覆盖省市、帮扶方式种类、帮扶人数打分）数据来源：时代数据地产百强数据库