

时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

周要闻

新版医保药品目录
3月1日启用

日前，国家医保局、人社部公布《国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录(2020年)》。在本次调整中，119种药品被调入，29种药品被调出，最终《目录》有药品2800种，其中中药1426种、中成药1374种。

1月以来A股日均成交额
达1.16万亿

开年后的两周时间，沪深两市成交额持续10天破万亿元。与去年年底相比，成交活跃度大幅提升。统计显示，1月以来A股日均成交额达到1.16万亿元，是近一年来单月次高水平，较去年12月环比增长43%。

英国计划6月初举办G7实体会议
或成两年来首次

英国计划在今年6月初，在康沃尔郡举行七国集团峰会(G7)的实体会议，如果一切顺利，这将是近两年来七国领袖首次举行面对面会议。2020年G7峰会原定在美国马里兰州大卫营举行，但因疫情取消。

周数据

去年人民币贷款增加
19.63万亿元

日前，中国人民银行发布2020年金融统计数据。

人民币贷款



社会融资规模增量



美国最大农场主盖茨
买地相当于一个香港

详见P8

富士康造车

详见P19

大湾区
建大学
造最强大脑

无论是与长三角、京津冀都市圈相比，还是与世界三大湾区相比，粤港澳大湾区整体教育实力落在后面，经济水平与教育水平并不匹配。

时代周报记者 刘文杰 发自广州

粤港澳大湾区建大学的热情正在升温。

1月13日，广东召开全省教育工作会议。会议透露，今年会有11所新建高校(校区)建成招生，实现地级以上市本科高校(校区)、高职院校全覆盖。

时代周报记者梳理发现，近年粤港澳大湾区内地九城掀起高校建设热潮。截至今年1月，大湾区正在建设或计划建设的大学超20所(含签署合作办学备忘录)。

此番“建校热”的背后，是大湾区发展的现实需求。

粤港澳大湾区的整体经济实力在全国前列，但从高校数量及教育实力来看，粤港澳大湾区与长三角、京津冀都市圈相比，甚至与世界三大湾区相比，整体实力落在后面，经济水平与教育水平并不匹配。

“没有高校的支撑就很难有人才的稳定输送，也很难通过产学研合作将科研成果转化为生产力。”广州市社会科学院高级研究员彭影对时代周报记者表示，大湾区要实现高质量发展，还需要形成相互促进的模式。

如今，大湾区密集建设高校，形成高校矩阵。“从一流大学、学科、人才资源的数量和密度上，粤港澳大湾区还需努力。”广东财经大学经济学院院长王方方接受时代周报记者采访时表示，粤港澳大湾区三地存在体制机制差异，未来在高等教育方面需要更深层次的协同联动，“以高等教育作为内在动力，为大湾区提供可持续的创新能力，提升大湾区的国际竞争力”。

填补空白领域

大湾区内地九城早就有建设高校的计划。在《粤港澳大湾区发展规划纲要》(以下简称《纲要》)发布后，各城市更是加快了建设的脚步。

《纲要》落地后，高校建设的第一枪由中山打响。2019年2月，中山市政府工作报告提到，要积极建设中山大学，以理工类学科为主、兼顾文商的高水平研究型大学为建设目标。

时隔三个月后，东莞市委副书记、市长肖亚非在首届粤港澳大湾区媒体峰会上透露，外界千呼万唤的大湾区大学在滨海湾新区落地。

紧接着，2019年9月，教育部对建立香港科技大学(广州)进行批复，该校由广州大学与香港科技大学合办。同年11月，中国科学院与深圳市人民政府合办的中国科学院深圳理工大学，向公众展示了规划蓝图。

下转P6

白酒输血地方图鉴

时代周报记者 黄嘉祥 特约记者 余佩掀
实习生 钟美琪 发自深圳 广州

继贵州茅台(600519.SH)、老白干酒(600559.SH)、泸州老窖(000568.SZ)之后，又有白酒企业加入“输血”地方财政的行列。

1月15日晚间，古井贡酒(000596.SZ)发布公告称，公司间接控股股东亳州市国有资本运营有限公司(下称“亳州国资公司”)拟将持有的古井集团6%国有股权无偿划转至安徽省财政厅持有，委托安徽省国有资本运营控股集团有限公司作为承接主体，对划转的国有股权进行专户管理，用以充实社保基金。

2019年以来，白酒企业频频通过无偿划转国有股权“输血”地方财政，贵州茅台是其中的典型。2019年年底和2020年年底，茅台集团两度向贵州省国有资本运营有限责任公司(下称“贵州国资运营公司”)无偿划转贵州茅台共计8%的股份。之后，“河北王”老白干酒和“川酒金花”泸州老窖纷纷效仿茅台，两者各自的实控人衡水市财政局和泸州市国资委分别将其所持有白酒上市公司控股股东的部分国有股权划转至河北省财政厅、四川省财政厅。

时代周报记者还发现，宜宾市国资委也将宜宾国资公司，即五粮液(000858.SZ)控股股东10%的股权无偿划转至四川省财政厅。

尽管最终受让方均是当地省财政厅，但用途不尽相同。茅台国有股权划转并未说明具体用途，业内认为主要是用于化解地方债务，创下“茅台化债”模式，其他三家白酒企业则是为了充实当地社保基金。

1月15日，时代周报记者以投资者身份分别致电泸州老窖及老白干酒董秘办，两家酒企相关负责人均表示，股权转让事项仅涉及公司股东层面，不会对公司的正常经营事项造成影响。

当日，光大银行金融市场分析师周茂华对时代周报记者表示，按规定，划转股份之后股权承接人享有收益权和处置权，但要履行必要义务，同时不干预企业日常经营。股权划转不改变国有股权属性、管理体制和方式。股权划转不改变公司总股权数量，旗下资产规模变化需要动态来看，关键还是要看未来公司发展情况。如通过股权划转，上市国企的治理结构会更加完善、经营效率得到提升，投资者对公司发展前景更趋乐观，总资产将持续扩张。

白酒业在地方经济版图占据重要位置，白酒企业多为当地纳税大户，“输血”地方政府也并非新鲜事。而在多家白酒企业陆续输血地方财政之际，作为白酒消费大省却没有白酒上市公司的山东省也按捺不住了。潍坊市国资委在入主当地化工企业ST亚星(600319.SH)之后，也加入到当前这场资本争夺白酒资产的竞赛中。

下转P15

政经 · TOP NEWS

- 2 互联网金融要创新更要安全
- 3 卡位战：万亿GDP城市的崛起密码
- 5 石家庄藁城区增村镇村民的隔离日常
- 8 芯片荒横扫全球 车企巨头陷减产风波

财经 · FORTUNE

- 9 生猪期货摸着石头过河 多家猪企谨慎入场
- 10 碳金融步入“快车道”：巨头企业跟进碳中和计划
- 12 3万亿新发基金营销镜像：渠道花样频出 直播常态化
- 16 柳工集团拟整体上市 落地时间尚难确定

产经 · INDUSTRY

- 17 深圳房租跳水：市场成交低迷 长租公寓低价促销
- 18 B站被传3月赴港二次上市 “小破站”谋划广积粮、缓盈利
- 19 国美追赶错失的黄金时代：APP更名“真快乐”转型新零售
- 20 奢侈品电商第一股拟退市 寺库股价三年下跌超七成

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
广东时代传媒集团有限公司 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号远明大厦 4楼

互联网金融要创新更要安全

1月15日，互联网个人存款监管规定落地。银保监会、央行发布《关于规范商业银行通过互联网开展个人存款业务有关事项的通知》（以下简称《通知》），规定商业银行不得通过非自营网络平台开展定期存款和定活两便存款业务，包括但不限于通过非自营网络平台提供营销宣传、产品展示、信息传输、购买入口、利息补贴等服务。此外，《通知》还特别要求地方性法人商业银行“立足当地，服务已设立机构所在区域的客户”。

业内外对互联网存款迎严监管早有预期。如今，靴子落地。

众所周知，存款是银行立行之本。

但互联网浪潮一来，受限于“一行一店”模式，物理网点较少的民营银行第一个吃螃蟹，与互联网平台合作线上揽储，尝到互联网平台流量优势的甜头，线上引流成为民营银行个人存款主要来源。

部分传统区域性中小城商行、农商行有样学样，相继加入线上揽储行列。诸如蚂蚁金服、京东金融、陆金所等互联网平台为此专门设立“银行+平台”专区。一时间，“互联网+”解千愁。只要银行肯提供相对高息，互联网平台凭借自身流量优势，就能为合作银行带来源源不断的个人存款。

有赖于此，民营银行突破了物理网点有限的掣肘，地方法人银行冲击了经

营区域限制的藩篱。

但要看到，互联网存款业务的风险隐患正是在于互联网的助力。这股助力因涉嫌违反相关监管规定和市场利率定价自律机制相关要求，负面影响被急剧放大。

互联网存款来得容易，银行负债压力来得也快，为资产端造成压力是其次，如何进行流动性管理才是重头戏。

互联网引流来得快，去得也急。一旦银行与这些非自营网络平台的合作产生分歧或者因故暂停，这些互联网存款稳定性差的缺点就会暴露。从银行贷出去的钱，无法在短时间内收回，由此加大银行资金流动性压力。本身资质一般的

民营银行或地方城市农商行很可能面临自身无法抗拒的挤兑风险。因而，监管高层此前多次发声警示互联网存款风险。

站在互联网存款产品的储户角度来看，对产品细节不明就里，无任何风险承受能力。尽管对于这种普通存款已有存款保险制度保障，但如央行行长易纲所言，存款风险基本仍是由金融部门来承担(其主要部分最终是由政府承担)。

作为最基础的金融服务，存款业务理应受到更为严格的监管，这并不为过。

另外，从公平展业角度出发，金融活动与金融机构的全面监管首先应对同类业务、同类主体一视同仁。过去这些年来，保险公司、基金公司等金融机构通

过非自营网络平台销售产品，一直受到相应监管。基金、保险这类受众面相对较窄的金融产品，销售、引流如此严格，但存款这一受众面广的金融产品，引流却能大开绿灯，平台、机构敞门入场，无论如何都谈不上合理。

本次《通知》出台既是意料之中，也不属情理之外。当然，《通知》将银行个人存款在非自营网络平台提供购买引流、产品展示的方式一并堵上，无疑会对民营银行、尤其是区域性中小城市农商行的个人存款带来冲击。但這些不设限速的捷徑，意味着主体失控的可能性大增。尤其是对不缺前车之鉴的互联网金融体系，要创新，更需要安全。█

持续处于“观察期” 货币政策宜稳健

王军 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

央行货币政策司司长孙国峰日前撰文指出，“货币政策应以市值稳定为最终目标和首要目标，更加重视就业目标”。在央行新闻发布会上，他表示，“目前经济已经回到潜在产出水平，企业信贷需求强劲，货币信贷合理增长，说明当前的利率水平是合适的”。

该如何深入理解中央宏观调控精神，把握央行对于未来货币政策的表态和下一步的政策意图？不妨从过去半年来的货币政策操作和经济基本面这两个角度分析。

2020年10月以来，央行公开市场通过逆回购和MLF实现净投放4070亿元，其中12月净投放3700亿元，2021年1月净回笼5330亿元。7天逆回购利率12月末升至2.46高点后，目前回落至1.9%附近；利率中枢仍在公开市场利率2.2%的合理区间。LPR已经连续8个月保持不变。

从历史看，贷款利率与国债利率走势整

体一致，但贷款利率走势相对延后。自2020年5月以来，10年期国债收益率步入上行通道，截至2020年12月中旬高点共提升近70bp。新发放贷款的加权平均收益率直到2020年9月才首次出现边际改善，后续以10年期国债收益率为代表的无风险利率可能仍将处于上行通道。随着特殊时期宽松政策逐步退出，社融总量预计将边际收紧，2021年社融余额增速和信贷增速或将小幅下行。

就货币政策工具而言，疫情专项再贷款和5000亿元再贷款再贴现政策陆续到期，延期支持工具和信用贷款支持计划已明确延续至3月末，1万亿元再贷款额度已使用完毕，政策暂未停止。

近期，市场对于降准有较多预期，主要是因为2019年和2020年开年，为对冲春节前因现金投放造成的流动性波动等因素影响，央行都进行降准操作。然而2020年年末央行已投放大额流动性，财政支出也大幅增加，当前市场资金面保持宽松。

鉴于全面降准会将释放较为强烈的货币宽松信号，既不利于抑制已渐有苗头的资

产价格泡沫，也与当前经济形势及政策目标不相符合。因此，未来几个月无论是政策利率还是存款准备金比率，调整的可能性都很小，货币政策仍将持续处于“观察期”。

再观察2021年经济基本面。中国经济将延续2020年下半年的复苏态势，上半年强劲增长，下半年逐步回归常态，全年有望实现8.5%—9%的较高增速。CPI预计温和上涨，PPI同比增速有望转正。整体来看，2021年物价走势不会失控，不会出现明显通胀，总需求不足将是未来宏观经济的主要矛盾，货币政策仍需保持对经济恢复的必要支持力度。

因此，为支持和配合“双循环”新发展格局的加快形成，货币政策总体需更加谨慎，宜继续坚持稳健中性的基调，无需“急转弯”。

针对疫情采取的非常规扩张性政策可逐步退出，但为经济恢复和内需扩大而采取必要的扩张性政策不应过快退出，应根据实际运行情况调整，保持相对平稳和有序退出。

在支持实体经济的同时，货币政策还需关注金融风险的累积，保持宏观杠杆率基本稳定，处理好恢复经济和防范风险关系。█

集体辞职

因托儿津贴事件不断发酵，1月15日，荷兰首相吕特宣布，他所领导的内阁当天正式辞职。荷兰税务机构曾要求在2013—2019年间领取过托儿津贴的数千个家庭退还津贴，有的甚至要归还数万欧元。这一事件给不少荷兰家庭造成经济和心理负担。2020年12月，荷兰议会发表调查报告，确认税务机构在此事件上存在行政过失。



越限价越难打新 后续监督待跟上

毕昉 财经专栏作家

最近，一位博士给上海市委领导的建议信引发热议。连续4次参与摇号失败的博士因为买不到房，向信访办实名建议修改上海认筹摇号规则，“建议严查离婚买房、经营贷买房、代持买房等擦边球行为”。上海相关部门对此回复表示：“正在积极研究进一步完善认筹规则等相关政策规定。”

这一现象并非孤例。当下部分城市卖房出现类似的现象：住的买不到，买的不去住。造成这一现象的主因是一手房受调控影响限价，一手房与二手房的价格差被放大，购房者认为买到就是赚到，导致市场暗箱操作。

限价不止，打新不止。从出发点而论，部分城市推行限价政策，是希望通过这一价格管理模式，让市民可以相对低的成本买到房子，以此实现“房住不炒”。但问题在于，因为价格被抑制，与市场其他同类商品房存在明显价格差，也就造成两大缺口：第一，参与购房者众多，限价房源有限，导致购房者必须

面对数十人甚至更多人摇号的竞争局面，买到房子的概率趋低；第二，由于有利可图，有人希望通过打新方式牟利，比如前述上海博士反映的离婚买房、经营贷买房、代持买房等擦边球行为。这些本不符合资格的人通过创造各种“条件”挤入打新，进一步加剧供需矛盾，让许多本来有资格参与的购房者难度持续加大。

针对上述现象，有城市在探索新的方法规范市场。

如2020年11月24日，成都出台《关于完善商品住房公证摇号排序选房有关规定的补充通知》，提出登记购房人数在当期准售房源数3倍及以上的，全部房源仅向已报名登记的无房居民家庭及棚改货币化安置住户销售。对于提供虚假信息获取购房资格的，取消其购房资格，登记购房人及其家庭成员3年内不得参与购买。开发企业、中介机构弄虚作假的，暂停网签备案系统，暂停受理商品房预售许可或现房备案等处理。涉嫌犯罪的，移送司法机关调查处理。

此外，杭州也明确，均价35000元/平方

米以下新建商品住房项目对“无房家庭”的房源保障比例一般不低于50%。

从各地举措来看，相当于是对打新对象进行精准定位，向无房家庭加大倾斜力度，加大对违规造假责任人及机构的惩罚力度。

但要减少或杜绝此类现象，还应该要加强监督。例如对限价房源的购买，相关中签者信息应当备案，并及时对外公开，供当地市民查询。若市民发现中签者可能存在造假行为，可对此进行举报，有关部门应第一时间予以核实调查，对确实造假的责任人及机构造假行为进行处罚，并公开处罚举措，由此确保市民的知情权和监督权，同时也能体现相关管理的公正性与权威性。

当然，限价只是房地产调控的手段之一。要能全面保障居者有其屋的需求，各地还是要从加大供应入手，包括在土地供应环节，确保更多“平价”土地进入市场，避免“面粉贵过面包”；此外，地方政府也要不断加大公租房、共有产权房、经适房等保障性住房的增量，为民众带来更多选择，不至于总是千军万马过商品房打新的独木桥。█

「聚焦」

「地区」

博彩毛利跌近8成 澳门急需多元发展

苏国京 特约评论员

新冠肺炎疫情肆虐，全球笼罩在疫情阴霾之下。澳门向世界、中央政府和特区百姓上交了一份满意的抗疫答卷。但经济方面，以博彩和旅游为支柱的澳门不可避免地遭受冲击。

根据澳门博彩监查协调局数据，2020年澳门博彩毛收入604亿澳门元，较2019年下跌近8成。该数据已逼近2006年澳门博彩年毛收入575亿元。

数值虽深幅下跌，但受全球疫情等因素影响，这结果在大众心理预期之内。

除博彩业外，旅游、会展业是澳门经济的重要收入来源。旅游方面，澳门统计暨普查局资料显示，2020年1—11月入境澳门游客523.7万人次，比2019年全年3940.6万人次减少85.6%。会展方面，2019年澳门会展活动1536场，2020年1—9月仅为215场，跌幅超8成。

澳门回归21年，一直尝试推动经济多元化，以求地区经济发展健康平衡。但经济适度多元化的发展历程和实际效果未尽如人意。近几年，尽管澳门在旅游会展和部分体育赛事、影视文化演出方面取得一定成绩和突破，但在整个产业结构占比依然微不足道。

经济适度多元化是中央政府对澳门发展的期盼，也是多年来澳门和中央达成的共识。这场突如其来的疫情，更加证明推进经济适度多元化的判断和方向是正确的。仅依靠博彩旅游业发展的独大模式，很难实现地区经济持续发展。一旦受突发事件影响，博彩业收入可能会随之下滑甚至接近归零状态，对地区发展造成打击。

从近年澳门发布的《澳门经济适度多元发展统计指标体系分析报告》可以看到，澳门产业结构依然是以博彩业为主：2016—2019年，博彩和中介业的占比分别是46.3%、48.88%、50.68%和50.86%。如果只是简单降低和刻意用其他产业替代博彩业，结果恐怕不尽如人意。

从现实的情况来看，澳门经济如何实现多元发展？

一方面，澳门可通过创新和加强服务，扩大旅游、会展等产业的占比。

旅游、会展、文化产业是博彩之外的重要经济来源，必须保持这些的同时，还要深度挖掘内在潜力，如探索深度游、主题游，开展主题会展论坛，打造有创意的影视娱乐文化圈等。通过创新，加强与外界联动合作，在加强服务意识的前提下进一步扩大此领域在澳门经济中的占比。

另一方面，可借助澳门的核心优势进行产业链布局，打造全球博彩服务中心。

产业链包括游戏设计开发、设备（特种扑克、筹码等相关硬件）、软件服务（赌场管理、酒店管理、客户管理等）、安防工程等多方面，绝大部分设备和服务要从海外采购。若澳门可引进相关技术、知名厂商在澳门开展合作，那自然会成为全球博彩软件、硬件和各类服务的提供商。若澳门博彩业发展的占比可以做到赌场和设备、技术、服务等收益平分秋色，何尝不是一种更好的做法？

另外，澳门可借助粤港澳大湾区一体化，探索包括特色金融服务等，推动经济多元化。

由于历史原因，澳门在非博彩业领域如科技、土地等方面都是极其短缺和匮乏。可通过大湾区发展战略弥补这些短板，有利于支持澳门发展符合实际的特色产业。█

「视觉」

「时评」

卡位战：万亿GDP城市的崛起密码

时代周报记者 陈泽秀 发自广州

尽管GDP数据不再是经济发展唯一的“指挥棒”，但作为衡量经济发展水平的核心指标，一座城市的GDP能否突破万亿元大关，仍然备受外界关注。

近期，随着地方两会的召开，地方经济成绩单陆续发布。各地出台的“十四五”规划建议中，部分城市初步透露了2020年的经济数据。截至目前，泉州、福州、南通、西安、合肥等五个城市已经从侧面宣布2020年经济总量突破万亿元。

还有两座城市犹抱琵琶半遮面。

目前，济南虽然尚未公布2020年的GDP，但其在2021年的政府工作报告中透露，“十三五”期间（2015—2020年），济南经济总量“实现历史突破”；2019年，东莞GDP总量为9482.5亿元，距离破万亿元还差逾500亿元。东莞至今仍未公开2020年经济数据，著名的“世界工厂”能否顺利破万亿元，引人注目。

如上述7座城市均能成功晋级，则国内万亿俱乐部的成员将从17个一路猛增至24个，2020年也将成为万亿俱乐部史上最大扩容之年。

这7座城市凭什么能够跻身万亿俱乐部？

泉州：福建经济“老大哥” 杀手铜：万（千）亿级产业集群

作为福建民营经济大市，泉州2019年GDP为9946.7亿元，离万亿俱乐部仅一步之遥。泉州也是7个准万亿元城市中，距离万亿元目标最近的一个城市。尽管官方尚未公布具体数据，但2020年泉州跻身万亿俱乐部，几乎已经是“板上钉钉”的事。

今年1月7日发布的《泉州市国民经济和社会发展的第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》指出，“十三五”时期，全市地区生产总值连续跨过4个千亿元大关，预计突破万亿元，人均地区生产总值突破11万元。五年来，工业总产值跃上2万亿元台阶，获批国家创新型城市、首批“科创中国”试点城市等。

泉州地处闽南地区，是历史上著名的商业重镇。改革开放后，泉州服装、鞋业、建材家具等产业飞速发展，安踏、361°、特步等一系列知名运动品牌均来自泉州。泉州也是福建省民营经济最为发达的地区之一，经济总量连续20余年保持福建省第一，超过了省会城市和计划单列市厦门。

作为制造业大市，当前泉州的纺织服装、鞋业、建材家居等传统优势产业正处在转型升级、迈向高质量发展的关键期。泉州在近日发布的“十四五”规划建议中称，将遵循产业结构演进规律，分行业做好战略设计和精准施策，前瞻2035年锻造纺织鞋服、石油化工、建材家居等3个万亿级产业集群和机械装备、电子信息、健康食品3个5000亿级产业集群。

泉州还称，将在未来五年，经济总量继续保持全省领先，民营经济、海洋经济发展质量显著提升，产业集群竞争力走在全国前列。

福州：打造全国数字应用第一城 杀手铜：数字经济

今年1月6日，在福州市第十五届人民代表大会第五次会议上，福州市长尤猛军作政府工作报告时指出，“十三五”期间，福州地区生产总值从5777亿元提高到预计突破1万亿元，五年跨越5个千亿元台阶，在全国省会城市中排名从第13位提高到第10位。

这意味着，2020年，福州将与泉州一起携手进入万亿俱乐部，这将是福建历史上首次有城市且是两城共同进入GDP万亿元城市行列。

改革开放以后，福建经济重心一直在泉州、厦门等闽南地区，呈现“南重北轻”的格局。长期以来，省会城市福州在经济总量上不如民营经济发达的制造业大市泉州。但近几年，诸多省份实行强省会战略，福州也不例外，不断提升自身的首位度，集聚资源要素。

例如，2017年9月，长乐市撤市设区，并入福州，扩大了福州的城市面积、



增加了人口规模。近年来，福州还大力发展当地数字经济，培育产业发展的新动能。

2021年福州市政府工作报告显示，“十三五”时期，福州数字经济规模预计突破4500亿元，占地区生产总值比重达45%。2021年，福州将打造全国数字应用第一城。建设清华—福州数据研究院、鲲鹏生态创新中心等产业创新服务平台10个以上，培育东湖数字小镇、金牛山互联网产业园等数字经济特色集聚区5个以上。力争数字经济规模突破5000亿元。

尤猛军同时指出，当前福州发展中还存在不少困难和问题，主要是：经济总量不够大，省会城市首位度和竞争力有待提升；产业结构不够优化，科技创新和人才支撑能力相对薄弱等。

根据福州市的“十四五”发展规划建议，到2025年，福州地区生产总值年均增长7%，三产增加值占地区生产总值比重达60%，全社会研究与试验发展经费投入强度接近3%，省会城市首位度达25%以上。

南通：一路向南 杀手铜：全方位对接上海

江苏第四城、制造业城市南通对于实现突破万亿元的目标，表现得“信心满满”。

今年1月6日发布的《南通市国民经济和社会发展的第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》显示，“十三五”时期，全市地区生产总值连跨3个千亿元级台阶，预计2020年突破万亿元。所辖县（市、区）经济总量均过千亿元。这意味着，南通有望成为继苏州、南京、无锡之后，江苏省第四个“万亿之城”。

南通地处长江以北，与上海隔江相望。以往由于交通不便，从南通到上海要跨越大半个江苏。随着苏通长江大桥通车、过江通道崇启大桥的开通，从南通到上海的时间大大缩短，近年来两者合作日益紧密。

2016年8月，上海发布《上海市城市总体规划（2016—2040）》，苏州、无锡、南通、宁波、嘉兴、舟山等地区被写入协同发展的“1+6”大都市圈。2019年12月印发的《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》，明确“规划建设南通新机场，成为上海国际航空枢纽的重要组成部分”。

2020年南通市政府工作报告明确指出，南通要乘着长三角区域一体化发展等国家战略东风，全方位融入苏南，全方位对接上海，建设长江经济带战略支点和上海大都市北翼门户城市，确保经济总量过万亿元。

西安：打造“硬科技之都” 杀手铜：科教资源丰富

尽管西安还没有正式发布2020年的经济数据，但官方媒体已经放出风声。近日，西安电视台《只争朝夕看西安》透露：2020年预计全年生产总

值增长5.5%左右，经济总量有望突破万亿元大关。

9座国家中心城市里，西安是唯一GDP未能突破万亿元的。2019年年末，西安与万亿GDP的差距不足700亿元，为9321亿元。2020年前三季度，西安GDP完成7075.31亿元，在7城准万亿元城市中位列第五；不过从增速看，2020年前三季度，西安的GDP增速达4.5%，居全国GDP50强城市排名第一。根据西安历年表现，第四季度为发力收尾冲刺季，2020年，西安有望突破万亿元大关。

近年来，西安市提出大力发展以人工智能、光电芯片、新材料、新能源、智能制造为代表的“硬科技”技术。2017年，西安明确提出要打造“硬科技之都”，实施了“硬科技+”“互联网+”“军民融合+”“高校+和创业平台+”等一系列发展战略。2020年3月，科技部正式公布，支持西安市建设国家新一代人工智能创新发展试验区，意味着西安“硬科技”产业发展将进一步加快步伐。

西安打造“硬科技之都”具有独特的优势：西安科教资源丰富，拥有3000多家高新技术企业和180多所高等院校，高校数量紧随京沪之后。

合肥：创新型城市 杀手铜：第三个综合性国家科学中心

安徽省会城市合肥对于实现万亿元目标的表态颇为谨慎。

2020年12月28日，《安徽日报》发布文章《“链长”护航创新发展的“合肥力量”》提到，合肥2020年国内生产总值跻身万亿俱乐部之列。随即，2021年1月2日，合肥市政府新闻办公室官方微信号“合肥发布”对此进行否认，称“近几日，有少数媒体报道，合肥2020年GDP已实现万亿元，这是极不准确、很不严肃的报道”。

不过，从经济数据上看，合肥GDP破万亿元是大概率。2019年，合肥实现地区生产总值9409亿元，在7个准万亿元城市中位列第四，与1万亿元相差不到600亿元。2020年前三季度，合肥的GDP为7182.25亿元，同比增长2.7%。

作为安徽省省会，合肥是全省政治、经济、文化、信息、交通、金融和商贸中心，全国重要的科研教育基地，长三角城市经济协调会会员城市。近年来，合肥的科技创新成果出产较多，被认为是创新型城市中的后起之秀、最敢“赌”的城市。京东方、蔚来汽车等明星企业均已落户合肥。2017年，合肥成为继北京怀柔、上海张江后，第三个综合性国家科学中心。

目前，合肥拥有汽车及零部件、装备制造、家用电器、食品及农副产品加工、平板显示及电子信息、光伏及新能源六大主导产业，产业结构层次处于中高端，发展动力强劲。安徽“十四五”规划建议中，明确支持合肥“五高地一示范”建设，高起点建设合肥滨湖新区，朝国家中心城市发展。

济南：实施“强省会”战略 杀手铜：新晋特大城市

尽管济南尚未公布2020年的经济总量，但从2021年的政府工作报告中关于“经济总量实现历史突破”的表述看，突破万亿元的可能性极大。

今年1月12日，济南市第十七届人民代表大会第三次会议开幕，济南市长孙述涛在政府工作报告中介绍：五年来（2015—2020年）济南经济总量实现历史突破，预计地区生产总值年均增长7%，占全省比重由2015年的9.7%提高到14%左右，增长4.3个百分点。

2019年 济 南GDP实现9443.4亿元，距离万亿元城市仅“一步之遥”。济南2020年政府工作报告明确，“将全力以赴跨入万亿俱乐部”。2020年前三季度，济南GDP为7248.4亿元，同比增长3.1%。随后的10月14日，济南市委常委会召开会议强调，要全力以赴冲刺四季度，坚决完成全年目标任务。

值得一提的是，近日住建部公布《2019年城市建设统计年鉴》显示，城区人口在500万—1000万的特大城市达10座，济南首次入围，这意味着济南晋升为“特大城市”。

未来济南的发展潜力较大。2020年12月5日发布的山东省“十四五”规划建议提出，实施“强省会”战略，支持济南打造“大强美富通”现代化国际大都市，加快建设国家中心城市。济南市“十四五”规划建议也指出，到2025年，经济总量在全国主要城市中实现位次前移，省会城市首位度明显提升，经济和人口承载力显著增强，成为黄河流域核心增长极。

东莞：普通地级市的逆袭 杀手铜：机器换人

东 莞2020年 前 三 季 度GDP为6892.52亿元，同比增速0.2%。尽管受疫情影响，东莞的GDP增速有所降低，但经济总量仍然高于2019年前三季度（6592.10亿元）——2020年东莞突破万亿元，并非不可能。

改革开放后，东莞以“三来一补”起步，承接中国香港乃至亚太地区经济辐射和产业转移，发展外向型经济，被誉为“世界工厂”。2008年受金融危机影响，东莞开启了产业转型升级之路，承接深圳大量外溢的高科技产业，实施“机器换人”，推动制造业迈向高端化，转型为以生产高技术机器人和自动化设备为重点的智能制造基地。

智能手机产业是东莞转型升级后最具代表性的产业，华为、OPPO、vivo等知名手机品牌均产自东莞。2020年东莞市政府工作报告提到，2019年东莞新增省、市院士专家工作站14家；国家高新技术企业、科技型中小企业分别达6217家、1957家，均居全省地级市第一。

从发展潜力上看，东莞迈入万亿俱乐部只是迟早的事情。■

500

亿元



3.1

%



手握特大城市王牌 济南做加法



如今，在山东“强省会”战略下，济南有更远大的目标。根据山东“十四五”规划，济南被定位为“大强美富通”现代化国际大都市，将加快建设国家中心城市。

“济南需要针对自身的各项短板来加以调整，同时强化与青岛、烟台等城市的产业联动、协同发展。”苏宁金融研究院高级研究员付一夫对时代周报记者表示，济南还要着力提升居民的获得感和幸福感，让经济发展真正惠及民众，打造经济发达、和谐宜居、富有活力的现代化城市。



时代周报记者 陈泽秀 发自广州

山东正在改变“经济大省小省会”的局面。

1月12日，济南十七届人大三次会议上，济南市市长孙述涛作政府工作报告时提到，五年来（2015—2020年）济南经济总量预计GDP年均增长7%，占全省比重由2015年的9.7%提高到14%左右，增长4.3个百分点。

城市GDP占全省比例，通常被视为城市首位度，代表着这个城市对生产要素的聚集能力。山东是中国经济第三大省，但省会城市济南受制于经济规模、人口数量、产业结构等因素，在全国省会城市首位度的排名长期靠后。2018年10月，济南还因“功能作用发挥不够”被中央巡视组点名。从最新的数据看，近几年济南通过“做加法”，不断强化与周边城市互动，首位度提升至14%，效果明显。

除了提升城市首位度，济南还在不断提高“存在感”。

根据住建部公布的《2019年城市建设统计年鉴》，城区人口在500万—1000万的特大城市增至10座，济南首次入围，成为新晋的特大城市。

如今，在山东“强省会”战略下，济南有更远大的目标。根据山东“十四五”规划，济南被定位为“大强美富通”现代化国际大都市，将加快建设国家中心城市。

“济南需要针对自身的各项短板来加以调整，同时强化与青岛、烟台等城市的产业联动、协同发展。”苏宁金融研究院高级研究员付一夫对时代周报记者表示，济南还要着力提升居民的获得感和幸福感，让经济发展真正惠及民众，打造经济发达、和谐宜居、富有活力的现代化城市。

曾被中央点名

济南被外界认为是最没存在感

的省会城市之一。山东省内，济南经济总量非但未能坐上头把交椅，还长期被青岛、烟台挤压，排在全省第三位。

2018年10月31日，中纪委网站公布《中共山东省委关于巡视整改进展情况的通报》，罕见地点名全国7个副省级城市，就副省级城市功能作用发挥不够需作出整改，其中就包括济南、青岛。山东省委回应称，研究提高济南省会城市首位度，加快建设济南新旧动能转换先行区相关事宜。济南也提出，要担当省会使命，发挥省会优势，把济南这个山东经济龙头扬起来。

两个月后，2018年12月26日，国务院批复同意济南市、莱芜市行政区划调整方案。根据方案，山东撤销莱芜市，将其所辖区域划归济南市管辖。合并莱芜后，2018年济南GDP总量迅速增加了1005亿元，达到8862.21亿元，超越烟台（7832.58亿元），但仍然在青岛（12001.52亿元）之后。

莱芜并入济南后，两者融合发展并非易事。2020年9月，山东省委第七巡视组相继向济南市莱芜区委、济南市钢城区委反馈，指出莱芜区新旧动能转换措施不硬，融入济南乘势而上的力度不大，钢城区打造济南新旧动能转换“南翼增长极”没有实质性突破，生态环境保护问题突出等。

“济南产业体系相对传统，新经济动能不足，民营经济活力不够。”付一夫认为，放眼山东，各城市产业发展同质化明显，没能形成类似江浙那样密集的产业群，导致城市间互补性较弱，产业衔接不够紧密，弱化了城市辐射带动能力。

山东财经大学区域经济研究院院长董彦岭也对时代周报记者表示，山东经济发展的明显特点是群龙无首。济南和青岛只是相对强，但不是绝对强，没有和其他城市拉开明显差距。好处是不依赖某一个大城市的发展，具有可持续性、稳定性，但缺点也明显，“水深才能藏大龙，大城市才能

聚集高端要素”。

济南下定决心提高城市首位度。2020年12月，济南发布“十四五”规划建议，当中明确提出到2025年，经济总量在全国主要城市中实现位次前移，省会城市首位度明显提升，经济和人口承载能力显著增强，成为黄河流域核心增长极。实施“强省会”战略也被写进山东省“十四五”规划建议，要求“增强中心城市发展能级和综合竞争力”。

“提升城市首位度，同我国现阶段区域经济发展战略不谋而合。当前，我国正迎来大都市圈时代，用中心城市带动区域经济发展已成为大势所趋。”付一夫认为，特大、超大城市在区域经济发展中发挥重要作用，能够有效汇集全国乃至全球范围内优质高端的物质资本、人力资本与创新资源，同时还能享受到更多的政策红利，从而给城市的经济发展与产业升级注入源源不断的动力。

董彦岭认为，济南是连接京津冀和长三角的重要节点城市，只有济南做强做大，才能带动山东半岛城市群在京津冀和长三角之间形成一个新的城市隆起带，承接京津冀和长三角的产业转移和辐射。

做加法吸引集聚

近年，济南做了很多“加法”，除了“济南+莱芜”之外，还有加快建设工业强市、出台人才落户新政、打造省会经济圈等，以此吸引各类资源集聚，逐步提高城市首位度。

其中，工业经济表现最为亮眼。济南市工信局局长汲佩德接受媒体采访时说，预计2020年全市工业增加值增速达到12%左右，位居全省和全国主要城市第一位，对全市经济增长的贡献率达到40%以上，先进制造业、数字经济、企业发展能级实现新跨越，产业生态、服务企业和创新发展等走在全省全国前列。

尝过了工业发展带来的甜头，济南还将进一步加大投入，推动工业经济发展。

2021年济南市政府工作报告绘制了今年实施工业强市战略的路线图——大力发展软件和信息服务业、新一代信息技术装备、集成电路、信息技术应用创新等产业，大数据与新一代信息技术产业规模达到4500亿元。此外，济南还将大力实施工业投资倍增三年行动计划，工业投资、技改投资均增长20%以上。

济南不断做加法后，对人才的吸引力在逐步加强。

官方数据显示，近3年济南户籍人口每年净增10万人以上。2020年4月，恒大研究院和智联招聘联合推出《中国城市人才吸引力排名》报告显示，2019年济南人才吸引力位列全国第8，比2018年的第14名有所上升，超过苏州、武汉、重庆、天津、郑州等城市。

2020年6月，济南推出落户新政，打响常住人口超300万城市“零门槛落户”第一枪。根据《全面放开落户限制实施细则》，济南提供人才、高校学生、居住、就业、亲属投靠及其他六类落户途径，涵盖所有有意愿来济南从业、居住的居民。特别是灵活就业人员，可在其借住地社区集体户落户，消除落户障碍。

聚集人气后，济南想打好“人才”牌。2021年政府工作报告就对“人才强市”战略作出详细规划——编制年度“高精尖缺”人才需求目录，加大量子、人工智能等重点领域人才支持力度；筹集人才住房5万套；建设人才特区等。

“像济南这样的城市，必须要和周边城市有充分的要素交流，才能把优势资源聚集起来。要素资源流通越是通畅，越有利于一个城市做大。”董彦岭表示。

为此，济南正加快和周边的6个城市（淄博、泰安、聊城、德州、滨州、东营）抱团发展，打造省会经济圈。2020年10月下旬，《济南市关于推进省会经济圈一体化发展的实施意见》印发实施，包括创新区域协调发展机制，完善基础设施网络体系，建设产业集聚引领高地，强化生态环境共保联治，扩大对内对外双向开放等。

如今，省会经济圈7市实现企业开办全域通办；省会经济圈科创联盟组建，让7市实现创新券互通互兑；省会经济圈公交一卡通发行使用；济南市民公园游园票向省会经济圈的其它6市和济宁、菏泽市民开放销售。

“城市之间不管如何竞争，协同发展终归是大势所趋。”付一夫认为，各大城市不能局限于单一大城市本身的资源禀赋与技术优势，而是要同时考虑周边城市的相关要素和特点，将上下游结合起来，合理配置要素，通过互通有无、取长补短来降低城市建设和经济发展的资源环境代价，取得更大效益。■

GREEN

绿色生活，低碳出行

出行绿色

中宣部宣教局

中国文明网

石家庄藁城区增村镇村民的隔离日常

时代周报记者 陈佳慧 发自广州

“我住在四楼，房间里有暖气。每天三餐有专门的人员送到一楼，每个楼层自己选两名志愿者下去取饭，然后再分发给们。要喝水，就自己拎着暖水壶去楼层打热水。今天中午发了一个热水壶，可以在房间烧水了。”1月17日，李国松（化名）向时代周报记者描述自己隔离的状况。他是石家庄市藁城区增村镇下辖增村村的村民，目前正在石家庄信息工程职业学院进行隔离。

增村镇地处藁城区最北部，下辖20个行政村、6万余人口，是此次河北疫情防控的重点区域。

1月2日，河北石家庄增村镇小果庄村报告1例本土新冠肺炎确诊病例。此后，河北新增本土新冠肺炎确诊病例呈上涨趋势。截至1月9日，河北8天内共报告183例确诊和181例无症状感染者。其中，藁城区增村镇确诊及无症状感染者人数，达145例。

1月11日，藁城区委宣传部称，为有效防控疫情，对增村镇12个村庄2万多名村民全部进行异地集中隔离观察。

3天后，村民转移隔离政策进行了调整。

1月14日，中央广电总台中国之声报道：“根据当下实际情况，已实施分类型管控，增村镇除密接人员和次密接人员需要转移到集中隔离点观察外，核酸阴性的居民可留在村里居家隔离。”作为密切接触者，李国松就是在这天被转移到石家庄信息工程职业学院的。

1月17日上午，增村村村支书宋会敏向时代周报记者介绍，村里的第7次核酸检测正在进行。“村里还剩3000多位村民，总共有16位医生护士帮我



们做核酸检测。”

集中隔离：曾和确诊者一起喝茶

1月13日，石家庄市发布公告称，疫情最严重的藁城区增村镇小果庄村、刘家佐村、南桥寨村全体村民5437人，除2人因严重基础性疾病不宜转移外，已全部完成集中隔离。

增村村也是1月11日开始隔离的。该村村支书宋会敏在接受时代周报记者采访时表示：“村里的常住人口有4066人，去隔离的人不到1000人。集中隔离，起码一个人一个屋，就不会传染了。”据宋会敏介绍，村民隔离的地点，除了石家庄市内的宾馆，还有高校的宿舍，“管吃管住”。

李国松对时代周报记者表示，自己是作为密切接触者被隔离的。

“1月2日，我和同村的一位村民在家里喝茶。他在11日被确诊为新冠肺炎患者，当晚被车接走救治。12日早上，我们看到新闻，才知道对方确诊了，就把一起喝茶的情况上报给了村里。14日中午，有车来，把我们一家都接走集

中隔离了。”

据李国松介绍，60岁的父母、妻子和4岁的孩子，作为次密切接触者，正在同校的另一栋楼里集中隔离。“1月14日那天，来接我们隔离的大巴上，一共有17个人，都是同村的密切接触者。每个人都穿上了隔离服，被送到这里。”

在李国松发现自己是密切接触者之前，增村村已开始转移第一批村民隔离。

他回忆，“11日早上，村里广播通知让全部隔离，村里的人都出来了。当时因为车不够，只接走了一部分人，剩下的人回家等消息。等了两三天，就通知说不集中隔离了，都居家隔离。因为我是密切接触者，所以才被隔离。我是第三批或第四批被隔离的人”。

宋会敏解释：“本来是要把村里全部搬完的，但因为村子多、村民也多，一时半会儿也没有那么大的地方。而且集中隔离的吃住条件没那么优越，也担心老百姓不满意。”

李国松所在的“隔离楼”原本是学生宿舍楼，被辟做隔离点后，每间房里留一张上下铺床，以及一个暖水壶。整栋楼里，被隔离的密切接触者有100多人。

李国松通过视频向时代周报记者展示了1月15日的三餐：早上八点，小米粥、两个馒头、一个鸡蛋、黄瓜榨菜；中午一点，两个馒头、小米粥、芹菜炒木耳；晚上十点，两个馒头、炒芹菜、白菜豆腐汤。

居家隔离：做核酸时出门

自1月14日暂停转移隔离后，增村村余下的村民们均被要求居家隔离。

“剩下来的村民就在家里隔离。大门上贴着封条，只有做核酸的时候出来。做完核酸回去后再贴上，村民不能出门。”宋会敏说。

村民孙海龙（化名）家共有六口人，父母、夫妻俩再加两个小孩——悉数居家隔离。孙海龙的妻子对时代周报记者说：“1月10日左右，村里发了药。每人一盒连花清瘟。”

孙海龙的妻子称村里很多人家缺菜：“我们家就剩最后一颗大白菜了。50斤的面还剩小半袋，只够吃两三天。北方的冬天菜地里没菜，有的人家会备菜，但有些住小区的人就没有备菜的习惯，而且屋里暖和，菜也放不住。现在每天就吃腌萝卜，还有大白菜。”

“居家隔离的村民，家里都有吃的，没有东西了就报。”宋会敏介绍，增村村一共有13个生产队，每个队有一名小组长，13个队又分为4个片。“我们村共有6名村干部，其中4名是片长。我是总片长。村民谁有问题，就跟片长说。”

在外集中隔离的李国松说，他羡慕居家隔离的村民。“我宁愿在家待着。但听说村里还有人羡慕我们的。”

145
例

13
个生产队

财经资讯

时代财经

行业风向
经济走势

财经读本
企业第一

时代财经

TIME NEWS

时代财经

- 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

大湾区建大学 造最强大脑

◀ 上接P1

2020年8月，东莞以“大学+大学”模式，由东莞市政府、东莞理工学院与香港城市大学合作，在松山湖建设香港城市大学（东莞），办学总规模为6万人；11月，珠海与澳门科技大学签订合作办校协议，澳门科技大学将在珠海设立校区，拟落户珠海（国家）高新技术产业开发区；12月，佛山在高明区划了一块地，提出建设佛山城市大学，旨在培养卫生健康医疗技术方面的高素质人才。

就新增大学分布区域来看，深圳数量最多，含合作办学备忘录在内就有9所。东莞新增5所，佛山新增4所，江门新增3所，广州和中山分别新增2所，珠海、惠州、肇庆则分别新增1所。

时代周报记者梳理发现，这些新增大学的办校方式主要分为本地自办与高校合办。其中，本地自办大学有14所，如广州交通大学、深圳师范大学、大湾区大学等。

从现有公开办学资料来看，自办大学是为填补本地教育培养短板。如广州作为全国三大综合交通枢纽之一，交通行业人才供给滞后于需求。由于整个华南地区没有高层次的交通类大学，因此广东同意创办广州交通大学，整合广州地区交通类高等教育资源，覆盖“海陆空轨”四大专业，以提升国际综合交通枢纽能级。

深圳基础教育培养领域相对空白，深圳教育局局长陈秋明曾表示：“哪里有名师，哪里才会有名校，教师水平决定了学校的办学水平。”为此，深圳亟须增强教师培养能力，于是筹建“深圳师范大学”。

值得一提的是，从招生类型与人数设定来看，大湾区新增大学体现了大湾区对研究生的重视程度，如香港科技大学广州校区计划首阶段培养4000名研究生；大湾区大学计划至2030年，本科生与研究生规模比例达1:1左右；澳门科技大学珠海校区则主要开设研究生层次（硕士、博士）学位课程。

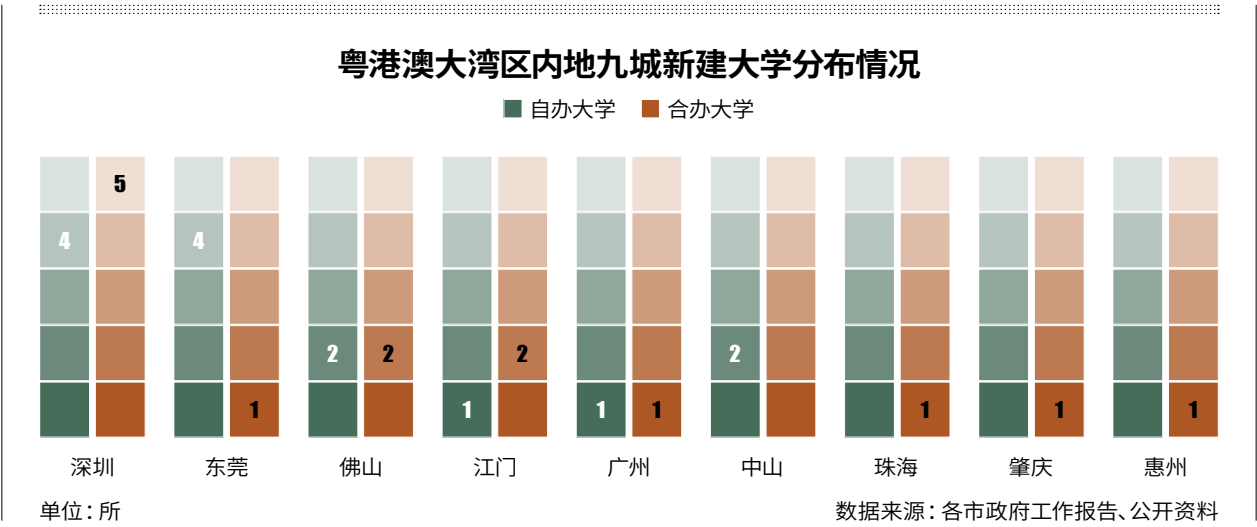
突破口：离产业更近

大湾区建校潮的背后，是经济水平与教育发展的不匹配。

在中国教育版图中，大湾区高校数量并不高。据《粤港澳、京津冀、长三角地区高等教育与经济发展报告》显示，大湾区高校181所，仅占全国高校数量的7%。反观长三角有高校458所，占全国高校数量的17%。京津冀则有270所，占全国的10%（数据截至2018年）

具体至大湾区内地九城，与国内其他城市相比，高校数量也少。如深圳，GDP常年稳居全国前4，仅有11所大学（不含研究院）。同为一线城市的北京、上海，分别有92所、63所。

佛山现有大学13所，2019年GDP紧追佛山的河南省会城市郑州就有



65所大学；2019年同为准万亿元城市的济南GDP排名略高于东莞，大学有44所，而东莞仅有8所。

换言之，不论GDP高低，大湾区各城市的高校数量都远低于其他城市。

如今，大湾区将发展的期许放在这些新增的大学上。

一线城市广州、深圳，对“高精尖”技术创新的需求溢于言表。

2016—2018年，广州推动形成6大新兴产业集群。“十三五”规划之后，广州在“十四五”规划再提新兴产业发展。

深圳同样如此。即使2018年已成为国内战略性新兴产业规模最大、集聚性最强的城市，2020年9月深圳依然强调，深圳要“新兴产业+支柱产业”协同发力，加快提升产业链供应链现代化水平。

香港科技大学（广州）拟开设的课程包括人工智能、数据科学、机器人自动化系统、高级材料制造、生物科学及生物医学工程等，与广州“IAB（新一代信息技术、人工智能、生物医药）计划”相呼应；深圳技术大学以深圳先进制造业急需专业为重点发展方向，专业设置对接深圳支柱产业、战

略性新兴产业及未来产业发展需求。

佛山、东莞则是围绕研发能力建设高校。

佛山理工大学学科设置以工科为主，强调国际化、研究型。计划招收研究生3000人，占总招生人数的一半；香港城市大学（东莞）计划招收研究生3600人，本科生2400人，研究生数量超过本科生；大湾区大学落在研发重地东莞滨海湾新区，将与松山湖材料实验室、机器人研究院、广东工业大学共同开展人才培养的前期探索。

不言自明，佛山、东莞需要科研快速落地实践。

经过多年发展，佛山与东莞的制造业成为全市乃至全省工业发展重要支柱。如今，这两座城市都站在制造业转型升级的节点上。2020年9月，广东省省长马兴瑞到佛山调研时提到，要加快制造业转型升级，加快核心技术研发，推动制造业加速向数字化、网络化、智能化发展。

“佛山和东莞通过发挥制造业优势，谋划布局具有理工科特色的研究型大学，从而实现产业升级、引领创新发展。”王方方说。

大湾区内地九城在新建大学的

定位、专业、招生等方面的不同，作出不同的规划要求，映射出大湾区产业、经济、社会各方面的发展需求。

“建设离产业更近的大学，这是大湾区建大学的突破口。”北京市社会科学院管理研究所助理研究员、中国人民大学助理教授王鹏告诉时代周报记者，新增大学可以更好地投入在应用型技术研发上，就某一类技术升级和产学研紧密相连。

打造自己的“斯坦福”

与高校合作办学是大湾区新增大学的特点。

时代周报记者梳理发现，通过类似模式办校的有14所，包括中科院深圳理工大学、天津大学佐治亚理工深圳学院等。其中，与港澳高校合办大学的有5所，包括香港科技大学（广州）、香港城市大学（东莞）、澳门科技大学（珠海）等。

2019年3月2日，广东省推进粤港澳大湾区建设新闻发布会透露，6所香港高校在深圳设立了72个科研机构，转化成果及技术服务近300项，粤港联合创新资助项目达151个。

“这是跳跃式的发展模式。”彭澎

认为，通过与名校合作办学，将合作业务跟产业对接，能够比较快地占据高等教育的制高点。如2012年，深圳大学与香港中文大学合办的香港中文大学（深圳），如今录取分数线已超过中山大学。

大湾区在大学建设方面动作频频，逐步形成高校矩阵，为大湾区提供了创新资源，优化了创新环境。“有利于形成集政产学研于一体的平台。”王鹏认为，不仅为现有产业提供了更好的发展机会，也能实现创新成果的转化，孵化出更多新兴产业。

尽管高校数量一再增多，但大湾区教育仍面临不少竞争压力。

2020年，全球范围内共有1468所大学入选大学第三方指数（TUI）研究报告，其中有134所大学分属于世界四大湾区（纽约湾区、粤港澳大湾区、东京湾区、旧金山湾区）。

这134所大学中，来自粤港澳大湾区的有20所，少于纽约湾区的70所和东京湾区的34所。同时，指数排名前50的大学名单中，没有粤港澳大湾区大学的身影，排名前100的大学中也仅有两所。

对标世界三大湾区，大湾区不仅缺大学，“还缺高端大学、高端人才。”厦门大学经济学副教授丁长发认为，建设大学就是“抢”年轻人、培养人才最好的方式，但这些大学还需要为企业输送顶尖领域人才，才能为大湾区提供发展资源。“例如华为就在投资基础学科，因为这些技术领域需要高端人才实现突破。”

对标世界级创新城市的深圳正在砸巨款培养自己的“斯坦福”。2020年深圳一般公共预算收入达9789亿元，教育支出增长18.8%，支出额占财政支出比重超过20%，较2015年9%的占比大幅增加，在一线城市中排名第一。具体在大学，深圳大学2020年财政经费预算60.86亿元，比2019年增加10.86亿元，增长22%；南方科技大学财政经费预算近42亿元，比2019年增加12亿元，增长41%。

效果也是立竿见影。在世界知识产权组织公布的2019年PCT排行中，深圳大学以247件的申请数量位居世界第三。在泰晤士高等教育世界大学排名2021中，南科大进入前300，在中国内地高校中位列第8。

但大湾区高等教育依然是实力不均。TUI研究报告显示，入选的大湾区20所学校中，港澳高校占了9所。这20所大学的指数排名中，前5均为香港高校。

“大湾区的应有之义是区域一体化发展。”教育部教育发展研究中心综合研究部副主任张家勇告诉时代周报记者，不是大学建得多，就能成为高等教育强区。粤港澳大湾区内地九城本来就有高度教育基础良好的城市，不同城市高校定位不同，各高校之间可形成协同创新、优势互补，合力推动大湾区发展。■

诺奖得主中国行
NOBEL
LAUREATE'S
CHINA
TOUR

THE TIME WEEKLY
时代周报

“

全球化并没有走到尽头，
全球贸易额严重下滑可能只是临时的现象，
随着耐用消费品的回升，
全球贸易的复苏
可以早于全球经济的复苏。

Paul R. Krugman
保罗·克鲁格曼
2008 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

影响力·中国
推动时代进程
MOTIVATE THE TIME AND PEOPLE

“影响力·中国”时代峰会

大湾区 金融新生态

广州 GUANGZHOU

主办单位：



承办单位：



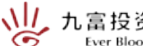
冠名赞助单位：



战略合作伙伴：



支持单位：



合作媒体：



时代周报记者 苏乐

“等你赚到足够的钱，就可以闲下来种种地了。”

“可我现在不就在种地吗？”

这段著名的农夫与富翁的故事，现在上演了现实版本。

昔日世界首富、微软联合创始人比尔·盖茨有了一个新头衔——美国最大农田主。

据《福布斯》杂志1月15日报道，比尔·盖茨从科技界退隐后，一直在美国各地悄悄购买农田，目前已经拥有了268984英亩（约合1089平方公里）的农田，成为美国第一大私人农田所有者。

比尔·盖茨已卸任微软董事长职务，专心慈善和基金会。

美国《土地报告》指出，这些土地由盖茨的私人投资公司卡斯凯德投资公司（Cascade Investments，以下简称“卡斯凯德”）直接或通过第三方购买持有。卡斯凯德还投资了食品安全公司Ecolab、二手车零售商Vroom和加拿大国家铁路公司。

目前还不知道盖茨将如何利用这些农田，但外媒猜测，官方口径应该为用于发展新型农业，并将相关经验推广到非洲贫困地区。

但农业从业者们并不这么看，威斯康星州农民之子霍特拉表示：“盖茨购买这么多农田有什么用？推高土地价格，让年轻的农民更难起步，然后永远租用盖茨的土地耕种。这就是美国。”

也许上面那个故事的结尾，富翁会这样回应农民：“是的，可是你现在种的是我的地。”

截至发稿，卡斯凯德还没有就此事对媒体作出任何回应。

买买买

目前，盖茨已经在全美18个州拥有土地组合，最多的是路易斯安那州，达69071英亩，其次是阿肯色州，47927英亩，第三是亚利桑那州，25750英亩。

此外还有加利福尼亚州（4905英亩）、科罗拉多州（2270英亩）、佛罗里达州（14828英亩）、爱达荷州（9233英亩）、伊利诺伊州（17940英亩）、爱荷华州（522英亩）、密歇根州（2167英亩）、密西西比州（16963英亩）、内布拉斯加州（20588英亩）、新墨西哥州（1英亩）、北卡罗来纳州（874英亩）、俄亥俄州（8915英亩）、华盛顿（16097英亩）、威斯康星州（1188英亩）和怀俄明州（975英亩）。

总数接近27万英亩，这是多大呢？1053平方公里，整个香港那么大。

在美国，除去爱荷华州等几个州外，多数州对个人可购买的土地上限



美国最大农场主盖茨：买地相当于一个香港

没有规定。也就是说，全美第一大地主盖茨，还能继续扩大自己的农田拥有量。

《土地报告》认为，盖茨对于农业的投资眼光相当不错，其中不少农田是目前美国条件最好的耕地。

比尔·盖茨对农业用地的储备和布局由来已久。

《华尔街日报》发现，自2009年后，盖茨的私人投资公司卡斯凯德就在重点布局土地和农田。

以佛罗里达州为例。公开资料显示，从2012年开始，卡斯凯德就在佛罗里达州北部萨旺尼郡大量购买土地。2013年9月，该公司从当地的Oak Hammond LLC公司处购买了400英亩的树林土地。不过，Oak Hammond LLC公司的老板克里斯对买家的背景一无所知。

2014年10月，卡斯凯德又在萨旺尼郡购买了超过4500英亩的土地，交易金额高达2800万美元。

萨旺尼郡的官员韦斯利·温赖特表示，他们只知道同一个买家购买了

很多土地和农田，但是对与盖茨之间的联系毫不知情。另一位官员杰森·伯肖说，他曾听说过盖茨正在投资农业，但没想到他会在佛罗里达州购买农业用地。

据悉，卡斯凯德的老板麦克·拉尔森是盖茨的私人理财顾问，他的出手向来低调，鲜少公开宣布投资计划。《华尔街日报》认为，主要原因可能是防止卖家突然提高价格。

《华尔街日报》还介绍，拉尔森的不少投资，都是在帮助盖茨悄悄地增加个人财富，并完成比尔和梅琳达·盖茨基金会（Bill & Melinda Gates Foundation）的发展目标。该基金会成立于2000年，致力于将人类的创新能力应用于减少健康和发展领域的不平等现象。

对此，基金会的发言人不予置评。

不为种田，只为补贴

根据美国现行税法，农业是行业税收减免和财政补贴最高的行业之一。

其中最具有代表性的故事就是2016年，《华尔街日报》报道称特朗普位于新泽西州的特朗普国家高尔夫俱乐部因为养了8只山羊、放置了一些干草田，就被评定为可以获得农业税收减免，每年只需要交1000美元（约合人民币6500元）的税。

如果按照高尔夫球场和马场来计算，要交的就远不止这么多。

盖茨对于购买土地的官方口径遭到了广泛质疑。2017年，比尔和梅琳达·盖茨基金会承诺在三年内提供3亿美元，以支持研究，帮助亚洲和非洲的低收入农民适应气候变化。

次年，盖茨基金会宣布将投资4000万美元进行研究，以帮助繁殖产下优质鸡蛋的鸡和牛，从而为南亚和非洲的农场生产更多的牛奶。

这是卡斯凯德和盖茨夫妇唯二针对购买土地的回应。然而根据《土地报告》的分析，盖茨购买的都是全美耕作条件最好的农田。

购买条件最好的农田，来研究怎么帮助条件恶劣地区的农民？恐怕连

一个本科生，都能看出实验条件的不对应。

有农民指责称，盖茨就是为了骗税收和补贴。

时代周报记者特为盖茨算了一笔账，看看这笔生意是否有利可图。

2019年，美国农业部宣布为农民提供两年内额外总计280亿美元的援助，这笔钱比2008年金融危机时救助汽车业的所有支出加起来还要多。加上以往的固有补贴，2020年是美国农业最赚钱的一年，只不过赚的是纳税人的钱。

整个2020年，联邦政府向农民提供的补贴为超过465亿美元，占整个农业1196亿美元净收入的40%。

1196亿美元的净收入也是50年来美国农业最赚钱的一年。

然而，根据美国2014年通过的农业补助规则，这些钱并不是按照人头平均发放，而是按照拥有的土地量来计算。那么已经成为最大地主的盖茨，自然将收获最大的一份补贴。

根据NPR研究员丹·查尔斯和康奈尔大学经济学家凯瑟琳·克林的计算，其中70%的补贴流入了10万个大农场主口袋中。

按照爱荷华郊狼农场场主迪克·斯隆的计算，他的每英亩土地10年来获得了大约16000美元的补贴。粗略计算，盖茨的27万英亩土地将获得43亿美元的税收补贴。

别忘了，还有名为“环境法案”的“不种植”补贴。所谓不种植补贴，意思是以种植野草、养野鸡和鸭子代替以往的谷物、大豆种植。这笔补贴不算在上述农业补贴内，名为美国农业部保护自然计划。

只要提供证据证明这块地以前曾经种过指定的农业作物，并且现在休耕，成为野生动植物栖息地，就可以获得补贴。这样的农田在美国现在大约有3400万英亩，比整个纽约州还要大。

随着拜登的上任，以及他对环境保护支出增大的承诺，这笔补贴只会多，不会少。

也就是说，盖茨购买了农田后，由于税收补贴，不需要缴纳太多的土地税。由于“不种植”补贴，他也不需要在这块地上种植任何的作物，联邦政府就会付钱给他。

不管盖茨有没有做这笔生意，这笔生意看上去都是一笔好生意。

2020年基金会的公开信中，盖茨表示，基金会在农业方面的工作能继续发挥关键作用，帮助农民抵御气候变化：“十年前，我们开始资助关于耐旱涝农作物品种的研究，例如玉米和水稻。这些新品种已经在帮助非洲和印度部分地区的农民收获更多粮食。未来还会出现越来越多适应不同地区气候的作物品种。”■

芯片荒横扫全球 车企巨头陷减产风波

时代周报特约记者 侯明钰

2021年，全球疫情虽未见起色，但消费者需求反弹，汽车行业也在试水复苏。然而，对正在准备迎接开门红汽车行业来说，芯片危机成了新年的“当头一棒”。

据路透社1月15日报道，全球各地多家汽车公司的生产线因为芯片供应短缺而停产。

此前，福特汽车、丰田汽车、菲亚特克莱斯勒汽车和日产汽车均表示，由于芯片短缺，决定不同程度削减汽车产量。

如今大多数汽车都至少应用了40多种芯片，而高端车型更是多达150种，只要零部件短缺，就会影响生产。

分析师称，汽车业芯片短缺可能会持续6个月之久。

缺“芯”少“辆”

“缺芯”的问题早在去年年末就初现端倪。

当时，大众汽车发表声明，正式承认了电子元件短缺的问题，宣布将

减少在中国、北美和欧洲的产量。在德国，大众主力车型“高尔夫”在2020年12月至2021年1月中旬期间停产。同时，从属于大众汽车旗下的西班牙汽车制造商西特也将从1月底至4月实施减产。

由于芯片短缺，福特汽车在肯塔基州路易斯维尔的汽车生产线被迫提前一周停产，该生产线主要负责福特Escape和林肯Corsair SUVs两款汽车的生产与组装。该公司在1月5日的一份声明称，福特与芯片供应商的合作依然密切，并将“关键车型生产线”列为优先生产项目。

菲亚特克莱斯勒表示，在墨西哥托卢卡生产吉普车指南针的工厂按计划停产，将推迟恢复生产。该公司还将计划暂时关闭位于加拿大安大略省的工厂，该工厂生产克莱斯勒300、道奇Charger和道奇挑战者。菲亚特克莱斯勒同样发表声明，称该项举措“将尽量减少目前芯片短缺的影响，同时确保其他北美工厂的正常生产”。

日本汽车制造商本田和日产证实，他们也面临芯片供应问题。日本商业刊物《日经新闻》上周报道称，本田

汽车将在本月首先缩减产量约4000辆，受影响的车型以日本三重县铃鹿市工厂生产的Fit小型车为主。报道称，本田汽车今年下半年的减产情况可能会更为严峻。

1月份，日产汽车公司将Note产量从最初计划的15000辆削减至5000辆，2月份有可能维持减产。

通用、戴姆勒和宝马虽然尚未削减生产计划，但也在密切关注芯片供应问题。戴姆勒首席执行官奥拉·卡列纽斯表示：“很高兴在这个时候我们可以仰仗于戴姆勒灵活的生产系统，竭尽所能降低芯片供应短缺造成的不良影响。”

芯片的供应不足同样影响了汽车零部件供应商的生产。2020年12月，全球第一、第二大汽车零部件供应商博世、大陆集团都表示，新冠肺炎疫情重创全球范围的芯片供应，加之市场的需求不断上升，半导体芯片延迟供货，芯片供应短缺或将持续到2021年。

行业分析人士表示，如果芯片短缺问题得不到解决，自今年2月起，汽车行业每周产量可能会减少10%—20%，直至危机缓解。

芯片去了哪里？

在半导体市场中，汽车芯片一向以供应稳定、利润丰厚闻名，为何会出现由于供应短缺而导致汽车行业如此大规模的停产限产的状况？炙手可热的芯片又流向了何处？

多个因素的共同作用造成了当前的问题。

一方面，2020年的疫情使汽车行业遭受重创，以致芯片厂商对于2021年汽车芯片需求量的预判依旧悲观；“汽车芯片短缺源于去年年初对需求的过度保守估计，当时汽车工厂受疫情影响纷纷关闭。工厂复工后，政府出台经济刺激计划，通勤者避免乘坐公共交通工具后，汽车销量的反弹比预期更为强劲。”汽车零部件供应商Aptiv Plc首席技术官格伦德沃斯（Glen De Vos）表示。

2020年伊始，突如其来的疫情使汽车行业一度陷入停产、停售的困境，汽车市场更是遭遇了前所未有的销售低谷。芯片厂商对于2021年汽车芯片需求量作出了较低的预判，甚至关闭部分生产线以节省成本。

另一方面，汽车行业在半导体供

应商的影响力远不及苹果、惠普为代表的电子通信行业，当两者只能取其一时，汽车行业成为“弃子”。

一年来，新冠疫情阴霾未散，居家办公成为主流，市场对智能手机和电脑所使用芯片的需求增加，不少厂商纷纷将生产重心转向了消费电子产品领域。

分析认为，汽车行业芯片短缺的情况不太可能迅速改善。

美国大陆航空发言人表示，一般而言，下订单后，半导体行业的交货期为6—9个月。在智能手机、游戏机和电脑等商家已经超额预定的情况下，半导体行业无法腾出产能给“意外”恢复的汽车行业。就算汽车行业现在立刻下订单，芯片供应跟上至少也是半年后的事了。

汽车电子芯片已经逐渐成为汽车企业的核心竞争力，也是推动自动驾驶技术发展的重要一环。如果芯片短缺持续下去，可以预见，将有越来越多的车企陷入减产风波。

对消费者而言，半导体的涨价和车企的减产很可能导致新的一年成品车销售市场“又贵又缺货”。■

BANK&INSURANCE
银保

INTERNET FINANCE
新金融

FINANCIAL INSTITUTION
机构

HEALTH
大健康

LISTED COMPANY
上市公司

THE TIME WEEKLY
时代周报

TIME FORTUNE
财经

微 观 视 角 解 读 资 本 趋 势



12 | 逾 3 万亿新发基金背后的营销镜像

时代周报特约记者 余佩掀 发自广州

筹谋多时，生猪期货自1月8日在大连商品交易所（下称“大商所”）上市以来，盘面价格“跌跌不休”。

1月15日，生猪期货主力合约LH2109持续下挫，报收24725元/吨，跌2.94%，次主力合约LH2111和LH2201，盘面价格分别报收22650元/吨和22690元/吨，均低于市场预期值25元/公斤。

对此，多位行业人士向时代周报记者表示，生猪期货盘面价格持续下跌印证了未来猪价回落的预判，同时也说明国内生猪产能恢复良好。

作为国内首个活体交割的期货品种，生猪期货早在上市之前便备受关注。

目前，国内多家生猪养殖企业仍对生猪期货交易持“远观而暂不入场”的谨慎态度，更有企业坦言，入场视时机而定。

1月13日，中大型期货副总经理、首席经济学家景川向时代周报记者表示，期货市场是实体企业的风险管理工具，就像人们面对未来巨大的不确定性需要购买保险一样，不存在“合适时机”的问题，只有需要关闭风险敞口的问题。

“只要我们生产经营活动中存在由于市场波动而产生亏损的可能，我们都需要有个保护工具，其因素取决于企业自身是否存在风险敞口。”景川称。

多位受访人士认为，除了降低猪价暴涨暴跌等波动影响外，生猪期货交易还对企业规模化养殖具有积极意义，有利于加速规模化养殖进程，进一步提高行业集中度。

1月14日，时代周报记者从大商所相关负责人处获悉，目前市场各方对生猪期货反馈良好。市场普遍认为，生猪期货运行平稳，交投理性，期货价格客观反映了市场参与各方对生猪远期价格的预期。

“生猪期货走向成熟并发挥功能，有一个渐进过程，需要长时间的深耕细作、精心培育，也需要社会各方的支持和理解。”大商所相关负责人对时代周报记者称。

猪价回升、期货却跌

在生猪期货“亮相”大商所之前，国内猪肉价格一直处于高位区间波动状态。

据卓创监测数据显示，2020年1—11月，我国能繁母猪存栏量逐月环比增加，已恢复到非猪瘟疫情前期的80%左右，生猪存栏量恢复到正常水平的60%—65%；生猪存栏量也呈稳步上升态势。

相较2020年12月中旬，当月下旬生猪（外三元）价格上涨2.9%至34.9元/公斤。2021年1月6日，国内各省市110公斤标准出栏体重生猪价格普遍在34.8元—38.4元/公斤，均价约为36.37元/公斤，猪价呈现环比上行趋势。

生猪价格短期回暖的出现，与春节制腊及消费等行情推升有关。业内普遍认为，长远来看，随着2021年生猪产能逐渐释放，猪周期红利将有所淡化，全年整体猪价走跌大势已定。

开源证券研报指出，2020年12月开始，需求端受节前备货及冬季消费需求提升影响，生猪价格有所回涨，但中长期看，禽链基本面仍难改变，价格景气度随生猪逐步进入下行区间。

1月7日，大商所公布首批生猪期货合约LH2109、LH2111、LH2201的挂牌基准价，分别为30680元/吨、29680元/吨、28680元/吨。而生猪期货首批挂牌交易的最近合约是9月合约，即市场交易的是2021年9月的价格，而非当前市场价格，其后是2021年11



生猪期货摸着石头过河 多家猪企谨慎入场

月和2022年1月的市场价格。

以此预估，2021年9月、2021年11月及2022年1月，生猪价格将分别以30.68元/公斤、29.68元/公斤和28.68元/公斤为定价基调。

对比前述约36.4元/公斤的生猪均价而言，该批生猪期货合约挂牌基准价格已经大幅回落，但似乎仍高于市场的看跌预期。

银河证券研报分析称，尽管受节前需求拉动明显、非洲猪瘟点状发生影响部分供给、进口冷冻肉受疫情影响供需等多种因素叠加影响，春节前猪价将持续高位运行，但于春节后将延续大周期中的下行趋势，预计2021年生猪均价降至22—25元/公斤。

与这一偏低的市场预期值相对应的是，1月8日生猪期货上市首日，LH2109、LH2111、LH2201三个生猪期货合约盘面价格集体下挫的表现。

当日，该批生猪期货合约分别报收26805元/吨、24935元/吨、24140元/吨，分别跌9.14%、5.91%和7.86%。其中，主力合约LH2109和次主力合约LH2111的全天振幅分别高达14.56%和10.81%。

“生猪期货是对未来生猪市场价格变化趋势的预判，现在的主力合约

是LH2109，期货价格下跌，表明多数业者对于今年9月份的生猪价格持看跌观点。从另一方面说明，我国生猪的产能是在不断恢复的，这也与农业农村部目标相一致。”1月13日，卓创资讯分析师李霞向时代周报记者表示。

景川认为，生猪期货价格随大宗商品波动而有所下跌是正常反应。上市时，生猪期货恰好受到贵金属以及黑色有色金属回落、流动性预期收紧等来自宏观因素的影响。

“当前生猪主力合约和现货存在10000元/吨的基差，看似基差贴水严重，实际上是市场对交易远期猪价的预期。”景川对时代周报记者称。

景川指出，根据农业农村部和各调研机构的数据推算，当前阶段能繁母猪产能基本恢复到正常年份的80%，生猪存栏恢复到正常年份的90%，预计生猪存栏将在二季度末恢复正常，生猪供需平衡即将迎来拐点。在生猪期货基准价偏高、猪价进入下行区间的情况下，发生连跌调整是市场有序运行的体现。

就优化完善未来生猪期货交易事宜，前述大商所相关负责人表示，大商所将持续强化市场监控，对市场风险做好预研预判，切实履行好各项重



“生猪期货走向成熟并发挥功能，有一个渐进过程，需要长时间的深耕细作、精心培育，也需要社会各方的支持和理解。”大商所相关负责人对时代周报记者称。

要环节的监管和服务职责，确保生猪期货平稳运行。同时将联合会员单位及市场机构，继续开展市场培训和投资者教育工作，解析合约规则，明晰市场风险，引导各类投资者理性参与期货市场，促进市场功能发挥。

“大商所将结合市场实际，在交割区域内继续增设生猪期货指定交割仓库，并持续开展模拟交割，让市场各方尽早熟悉交割流程及相关注意事项；并且持续评估市场运行情况，不断完善合约规则制度，助力生猪养殖产业稳健发展。”大商所相关负责人对时代周报记者称。

与生猪期货盘面同步“飘绿”的，还有A股市场猪肉概念板块。

1月6—11日，猪肉概念板块价格持续滑坡，一度跌至1590元左右。1月15日，猪肉概念板块微涨0.32%至1590.57元/股，换手率1.75%，成交量701.1万手，成交额达115.9亿元。

猪企参与态度谨慎

期货市场是实体企业的风险管理工具，当企业面临因价格波动而引发盈利风险时，可以借助衍生工具以转移风险。因此，自“亮相”以来，生猪期货便承载着期货公司、养殖企业及投资者们的关注。

根据大商所1月6日披露的生猪指定交割仓库名录，牧原股份(002714.SZ)、新希望(000876.SZ)、傲农生物(603363.SH)和正邦科技(002157.SZ)等企业已率先争得首批交割席位，入选大商所生猪指定集团交割仓库及分库。其中，牧原股份包揽了三间分库配额。

从目前生猪养殖企业实际参与表现来看，面对首个活体期货交易，多数猪企仍然保持“可远观而不可贸然入场”的谨慎态度。

1月11日，新希望在互动易平台上回复投资者称：“目前还未参与实际的生猪期货交易，今后会在合适的时机入场。”

时代周报记者同时从牧原股份、正邦科技、温氏股份(300498.SZ)、大北农(002385.SZ)和唐人神(002567.SZ)等多家生猪养殖上市公司确认，其均未参与生猪期货的实际交易。

景川认为，生猪期货与其他期货之间存在一定差异，主要体现在实际交割和风险控制方面。

景川表示，生猪期货作为国内首个活体交割品种，交易双方、交易所、交割仓库乃至期货公司都深度参与到交割过程中，尽管大商所经过多次模拟后引入了前置管理等交割模式并设置了贴近现货的交割标准，但实际交割难度仍较大，企业参与交易交割需谨慎。

“生猪期货采取最严风控。上市初期为防控风险，大商所为生猪期货设置了诸如单日开仓不得超过500手（套保不受限），投机交易保证金15%（套保保证金8%）等风控措施来限制投机炒作，同时生猪期货的合约价值较大，企业参与投机交易需关注其中存在的风险。”景川对时代周报记者称。

虽然都暂未实际参与交易，但相比规模较小的生猪养殖企业，头部猪企“进场”的态度更为积极。

1月6日，新希望六和生猪期货项目负责人李青在接受媒体采访时表示，交割库的顺利设立，将使公司套期保值成为可能。而待产业资金、金融资金同时注入之后，生猪期货价格所反映的角度将不再局限于短时的猪肉产品供需。市场主体更多元，价格机制更透明、更长效，也有助于平滑猪周期，为企业防范极端行情带来经济效益的剧烈波动提供新的选择。

碳金融步入“快车道”： 巨头企业跟进碳中和计划

时代周报记者 夏子轩 发自广州

《碳排放权交易管理办法(试行)》(下称《办法》)即将于2月1日正式施行,大型企业加入碳中和规划日渐成为潮流。

继腾讯1月12日宣布启动碳中和规划后,中国海油也于1月25日宣布正式启动碳中和规划,将全面推动公司绿色低碳转型。

中国海油董事长汪东进表示,绿色低碳是中国海油五大发展战略之一,中国海油将统筹做好碳达峰和碳中和顶层设计,积极构建绿色低碳发展体系,助力我国全面实现“碳达峰、碳中和”目标。

碳达峰、碳中和背后,是海量规模之巨的碳金融市场。

中国银行近期发布的《全球银行业展望报告》预计,2021年我国绿色金融业务规模有望达到16万亿元左右。碳金融作为绿色金融重要部分,规模和市场潜力自然不可小觑。

1月16日,中央财经大学绿色金融国际研究院气候金融助理研究员周杰保向时代周报记者表示,气候投融资事业发展必然要广泛撬动社会资本,碳金融市场作为气候投融资的重要组成部分,也需要社会资本广泛参与。大型企业进军碳金融市场可为碳金融市场带来诸多好处。

作为绿色金融重要组成部分,碳金融直接关系到绿色金融未来的发展水平。

1月15日,央行副行长陈雨露介绍,目前我国绿色信贷余额已居世界第一位,绿色债券的存量规模居世界第二位。

在地方层面,各地已经开始抢夺碳金融制高点。

1月14日,央行广州分行举行2021年首场新闻发布会,人行相关人士表示,2020年广东着力推动绿色债券创新,6家法人金融机构累计发行135亿元绿色金融债券、25家企业累计发行948亿元绿色企业债等。

即将挂牌的广州期货交易所已明确首发为绿色金融产品。

据央行研究局课题组最新研究,目前全球有21个正在运行的碳排放交易体系,其覆盖的碳排放约占全球排放总量的10%。全球碳金融市场每

年交易规模超600亿美元(约合人民币3900亿元),碳期货年交易额占1/3,是起步最早、市场交易最活跃的品种。

企业进军碳中和,意欲何为?

2020年9月,中央提出二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值,努力争取2060年前实现碳中和。目前已有不少企业在积极行动,加强绿色发展、生态环境保护,发挥市场主体的作用,践行可持续发展。

做好碳达峰、碳中和工作是2020年中央经济工作会议确定八项重点任务之一。国内金融机构和各大企业通过实现碳达峰、碳中和目标可以帮助优化产业结构、能源结构,推动形成高质量发展,把握技术创新等一系列机遇。

2021年1月初,生态环境部应对气候变化司司长李高表示,“我国提出的新的国家自主贡献目标和碳中和愿景,绝不是简单地伸一伸手就能触及的,也不是踮一踮脚尖就能够到,需要助跑、加速、奋力向上跃起才能达到。”

实现碳达峰与碳中和不仅需要从工业、科技等角度入手,还要调动全社会力量。如何推广低碳理念与生活方式也是一项需要重点关注的工作。

在国家政策推动下,国内不少企业提出自己的减碳目标:除腾讯外,隆基股份(601012.SH)和远景科技集团也分别提出将在2028年内和2025年内,实现100%绿电目标,所需电力全部来自可再生能源。

周杰保分析称,大企业投资低碳相关行业、企业或持有低碳相关资产可以有效推动科技进步、行业发展和项目落实,同时也可以起到引领作用,吸引更多社会资本参与。

值得注意的是,国外各类企业与金融机构在低碳转型方面起步早,促进更大范围减排。例如,博世集团提出2020年实现碳中和、苹果公司提出2030年实现零碳足迹、微软提出2030年实现碳负排放、奔驰提出2039年实现碳中和目标等。

周杰保认为,预计未来国内金融机构将更多关注碳金融市场。国内各大企业进军碳金融市场,客观也要求市场监管与时俱进,未来需要严格管控投机行为,让碳金融市场真正为应对气候变化目标服务。

虽然各国设定气候目标不同,但共同点是基于当前全球气候变化进程和将来将气候变化限制在一定范围内的共同愿景,我国设定“30·60目标”是对“构建人类命运共同体”这一重要战略思想的践行与落实。

绿色金融的后发力

中国作为目前世界第一碳排放大国,一直保持较强的节能减排措施力度。

1月初,生态环境部部长黄润秋表示,2021年将进一步加快启动全国碳排放权交易市场建设,并逐步扩大覆盖行业范围,丰富交易品种和方式,实现全国碳市场平稳有效运行和健康持续发展。

结合多家机构的统计数据,2021年,我国碳交易市场成交量或将达到2.5亿吨,是2020年各个试点交易所交易总量的3倍,成交金额将达60亿元。随着《办法》的实施,在整个“十四五”,碳排放交易量有望在“十三五”的基础上暴增3—4倍;碳达峰的2030年,累计交易额或将超过1000亿元。

碳金融市场的发展将步入“快车道”。兴业银行绿色金融部综合业务处副处长赵建勋对媒体表示,“十四五”时期,我国碳排放权交易市场建设将加快,随着市场不断完善,金融机构就可以提供碳交易账户开户、资金清算结算、碳资产质押融资、保值增值等各项涉及碳金融的业务,碳金融发展空间会被逐渐打开。

中国是全球最早通过顶层设计建立较为完善绿色金融市场的国家,中国绿色信贷规模稳步增长,余额位居世界第一;中国贴标绿色债券市场自2016年启动以来,年发行规模保持在2000亿元人民币以上,累计发行规模位居世界第二。

据央行发布《2020年三季度金融机构贷款投向统计报告》,2020年三季度末,本外币绿色贷款余额11.55万亿元,比年初增长16.3%。绿色债券发行方面,截至2020年6月末,绿色债券存量规模1.2万亿元,境内“贴标”绿色债券共计发行136只,发行规模合计1095.5亿元,约占同期全球绿色债券发行规模近3成。

1月16日,中央财经大学绿色金融国际研究院绿色债券研究员云祉婷向时代周报记者表示,中国实际上绿

色金融资产方面的活动总量比实际统计里面符合国际标准要大很多,充分体现绿色金融市场的活力与发展潜力,为经济绿色转型提供有力金融支持,也彰显中国积极应对气候变化、参与全球治理的决心。

云祉婷表示,中国政府债券被富时罗素纳入其全球政府债券指数后,有望吸引1250亿—1500亿美元外资流入中国债市。中国绿色债券市场作为债券市场组成部分,债券指数走势稳健,票面利率普遍高于量化宽松国家同类债券,对于国际投资者极具吸引力。

绿色金融地方样本

绿色金融或成未来区域竞争的新抓手。

1月14日,上海市生态环境局局长程鹏在上海市府新闻发布会上透露,上海将抓紧出台本市碳达峰行动方案,并加快推进全国碳市场建设,力争将上海建成国际碳金融中心。

作为国际金融中心,上海还可以促进碳交易为代表的绿色金融发展,将碳金融纳入到金融中心整个框架体系建设中来。程鹏表示,在原来上海金、上海油的基础上,努力打造“上海碳”,增强上海对于全国的碳金融服务功能。

而在开放前沿的广东,截至2020年3季度末,广东绿色信贷余额9445.98亿元,同比增长53.07%。其中,广州绿色信贷余额3577.98亿元。

央行广州分行金融研究处处长袁萍表示,2020年,央行广州分行以加快推进广州市绿色金融改革创新试验区建设为主要抓手,有力推动了广东绿色金融改革创新纵深发展、持续走在全国前列,为广东经济实现绿色低碳发展提供强有力支撑。

与此同时,绿色金融创新也在同步展开。

金融机构依托广州碳排放权交易所创新开展碳排放权抵押业务,目前已累计办理碳排放权抵押融资金额6300多万元。

袁萍进一步表示,央行广州分行将下一步将围绕“碳达峰碳中和”目标加强大湾区绿色金融合作,加大对科技创新、民生、外经贸等重点领域的支持力度,推动大湾区融入双循环新发展格局。■



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。



监管大限将至 短期健康险市场承压

时代周报记者 黄坤 发自上海

健康险将迎来监管大考。

近日，银保监会发布《关于规范短期健康保险业务有关问题的通知》（下称《通知》），对于产品定价、组合销售、停售和续保提出了规范性要求，提出在《通知》印发前保险公司已经审批或备案的短期健康保险产品，不符合要求的应于2021年5月1日前停止销售。

“监管定调将促进商业健康保险经营转型和创新，价值体系将进行重塑：从‘保健康人’走向‘保人健康’。”1月17日，太平洋寿险相关负责人向时代周报记者表示。

近年来，健康保险业务年均增速超过30%。疫情激发了健康风险管理需求急速上升，短期健康险逆势上涨，百万短额医疗险产品迅速走红市场，以低端医疗险的价格“撬动”中端医疗险的保障。

与此同时，保额虚高、搭售停售、“短险长做”等销售乱象也层出不穷。“很多声称400万元保额大多只是噱头，其实这些产品大多只报销公立医院普通部分，一般私立医院和公立医院中的特需不予报销。”1月16日，一名资深保险经纪人告诉时代周报记者。

同日，一名健康险业内的资深人士对时代周报记者表示，短期内，《通知》将对健康险市场造成一定冲击，“尤其对互联网险企而言，花式营销受到限制，保险销售将持续承压，获客和获取流量的难度都进一步加大。”

承保亏损换取高速增长

疫情之下，健康险业务一路高歌猛进，成为保费规模最大的险种。

截至2020年11月末，健康保险业务累计实现原保费收入7642亿元，同比

增长16.4%，成为拉动保费增长的主力。

近三年，健康险的保费增速逐年上升。2017—2019年，保险全行业健康险保费收入为4389.46亿元，同比增长8.58%；2018年增至5448.13亿元，同比增长24.12%；2019年增至7066亿元，同比增速提升至29.7%。

具体来看，健康险已经成为各大险企“掘金”的主战场。2020年1—11月人保健康实现保费306亿元，同比增长46.3%，11月单月保费18亿元，同比增长89.9%；平安健康实现保费87.56亿元，保费同比增长50.6%，11月单月保费增长42.1%。

与此同时，互联网险企健康险也发展迅速，客户群以80后、90后为主。泰康在线副总裁丁峻峰介绍，目前，泰康在线健康险客户平均年龄仅有35岁，80后、90后客户占80%，40%的年轻客户从泰康在线购买了自己的第一张保单；客户的地域分布从经济发达的一二线城市，逐步扩展到四五线小城，甚至乡村。

原保监会副主席魏迎宁曾公开表示，健康保险在中国真正开展起来是2000年前后，在开展过程中，大致出现了三次热点：一是重大疾病保险，这是起步；二是百万医疗保险；三是被大家所热议的惠民保医疗保险。

然而，以百万医疗险为主的一年期及以下的短期健康险，凭借保费低、保额高、线上购买便捷等特点，近年来成为“网红”保险产品之一，诸多险企跟进百万医疗险升级配套产品，以及差异化的配套增值服务，如降低免赔额、提升保额、用药范畴等。

与竞争者纷纷涌入，保费高速增长形成鲜明对比的是，承保亏损“包袱”重。据媒体报道，2020年前11个月，财产险公司的健康险业务承保亏损达40.11亿元，承保利润率为-4.50%。



对于亏损原因，多家险企人士对时代周报记者分析称，短期健康险产品创新和迭代速度加快，性价比较高，面临高频、大量的理赔，对保险公司而言，经营短期健康险的主要目的不是盈利，而是获客和流量导入，开拓市场占有额，赢得市场声誉。

“短期健康险竞争激烈，承保利润亏损与其对产品的开发和定价不合理、同质化及竞争激烈导致费率设置偏低、运营和风险管理水平较弱等也不无关系。”上述健康险业内人士表示。

监管出面制止乱象

新年伊始，多家险企短期健康险业务遭监管点名责令，营销乱象浮出水面。

1月16日，国华人寿相关人士向时代周报记者表示：“目前市面上常见的百万医疗险，常常在微信、抖音等打着‘首月保费仅需几元，住院报销百万’的宣传标语，但实际上医疗报销根本无法花费那么多，存在保额虚高、业务员引导客户隐瞒病史，导致理赔纠纷等乱象。”

2020年年底，安心财险、轻松保经纪、津投经纪、保多多经纪被监管通报。银保监会指出，其行为存在通过“限时特惠”“会员日补贴”等宣传，以“零首付”等方式，给投保人优惠（豁免或减少）应交保费错觉、诱导投保人购买保险的行为，属于虚假宣传、欺骗投保人。

“医疗险的本质属性是‘服务’而非‘金融’。重服务属性的产品，并不是要采用精算技术以低费用、高杠杆回报的形式赢得客户，而是和海底捞等知名消费服务机构一样，靠批发零售、高效供应链管理模式，为客户提供有性价比的产品和服务”，太保安联健康董事会秘书周卿分析称。

在近期监管通告中，部分人身险公司产品存在“长险短做”风险被警示，如复星保德信、同方全球人寿和华泰人寿报送的某终身寿险，产品可灵活减保，且无比例限制，阳光人寿报送的某终身寿险，产品前五年退保率过高，存在长险短做风险。

银保监会有关部门负责人表示，短期健康保险快速发展的同时面临

四大突出问题：一是部分产品缺乏定价基础，保额虚高；二是部分公司销售行为不规范，把短期健康险当做长期健康险销售，一旦赔付率超过预期就停售产品，严重侵害了消费者利益；三是核保理赔不规范；四是无序竞争，不利于全社会形成正确的健康保险消费观念。

“百万医疗险”为代表的短期健康险迎来监管重锤，《通知》对“百万医疗保险”类短期健康险产品续保、产品定价、赔付率、组合销售、核保理赔、停售、投保提示、退保现金价值等方面进行了全面规范，明确要求其在保险条款、宣传等过程中，不能用“连续投保”“自动续保”等易与长期健康险混淆的词句。

实际上，在产品定价方面，健康险尤其是医疗险的定价需要大量的核保成本和数据支撑。《大数据生态下的商业健康保险前沿发展模式研究白皮书》中指出，由于目前非常缺乏医疗数据对接和共享机制，精算数据库无法得到扩充，因此一方面抑制了健康险的产品创新，另一方面也使得产品同质化现象严重。

以刚成为新一代商业健康险中的“明星产品”惠民保举例，本应“一城一策”、根据不同地区居民健康状况来定价的惠民保产品，在市场白热化竞争的驱使下，为尽快抢占市场，不仅条款相似度非常高，而且定价很多缺乏医保数据的支撑。

清华大学五道口金融学院中国保险与养老金研究中心研究员朱俊生表示，《通知》通过公开赔付率数据，促进了定价的公平合理，对销售、理赔等环节的相关规范性规定有助于消费者保护，一定程度上抑制了市场中存在的不合理竞争行为，促进短期健康险的可持续发展。■

THE TIME WEEKLY
时代周报

影响
有影响力
的人
THE TIME WEEKLY
时代周报



时代财经



时代周报微博



时代周报微信

3万亿新发基金营销镜像：渠道花样频出 直播常态化

时代周报记者 黄坤 发自上海

2020年，公募基金不寻常，全年销量突破3万亿元，创出历史新高，特别是权益基金唱起主角，占比超过六成，也是历年来权益基金新发规模的最高纪录。

而进入2021年，火爆依旧，短短半个月时间就诞生了17只“日光基”。1月15日，嘉实基金旗下新品嘉实港股优势混合提前结束募集。据不完全统计，其首发单日募集规模已超过130亿元，远高于原定发行上限的80亿元，将启动比例配售。

发行大潮下，基金营销格局也在悄然生变。“券商以及依托互联网平台的第三方销售机构快速崛起，银行‘独霸’势力减弱。与此同时，全面数字化兴起，营销模式不断翻新，头部公司倾注的力量越来越大”，日前，沪上一位公募基金营销负责人对时代周报记者说。

银行·理财经理限时咨询1分钟

“最近这段时间，客户多到忙不过来，投资者继续抢购基金，大公司和明星基金经理的产品几乎都是一日售罄，经常来不及‘上车’。在我们分行，公募基金销量已与理财产品各占半壁江山。”1月15日，一家股份制银行的理财顾问向时代周报记者透露，为提高工作效率，现在只能限定客户咨询时间不超过1分钟。

长期以来，银行是基金代销的绝对主力，尽管目前有了竞争对手，但依然最为强势。日前，沪上一家基金公司的副总经理对时代周报记者表示，以近日发行的一只偏股型基金举例，银行端销量占到三分之二，券商销量占到四分之一，另不到10%的销量是第三方机构贡献的。“这是目前很多偏股型基金代销结构的共性，当然，对个别基金公司和个别基金而言，可能会有不同。”他说。

Wind数据显示，截至1月16日，国内共有463家基金代销机构，其中银行渠道数量最多，达156家，紧随其后的是券商和独立基金销售机构，分别为124家和108家。

公募基金新发市场火热让正值理财产品转型的银行没有“失落”。据了解，去年11月，银行理财经理们就已基本完成了全年的任务。2021年“新开张”大家也热情高涨，年初至今，单是偏股型基金，累计新发规模就已超过2000亿元，而去年这一数字的月均规模为1600多亿元。

从去年新发基金托管规模看，招商银行、浦发银行、建设银行、中国银行和工商银行均超过3000亿元。特别是招商银行，全年托管新发基金4182亿元，市场占比13%，是历史上首个年度新发基金托管规模突破4000亿元的机构。浦发银行位居第二。而从新发基金托管数量看，招商银行亦居首位，第二名是工商银行。

上述公募基金营销负责人对时代周报记者表示，去年以来，除了招商银行，其他股份制银行也在基金代销上发力，譬如平安、兴业、中信等，重点销售的基金亦可能出现爆款。不过区别在于，有的银行偏向销售权益基金；有的银行偏向销售“固收+”类产品。

值得一提的是，在成绩背后，部分中小银行代销基金乱象不减。时代周报记者发现，2020年以来，监管已多次出手，针对基金销售机构存在的问题进行核查。

2020年12月，富滇银行和红塔银行被当地证监局采取行政监管措施，后者在基金销售过程中的违规行为多达11项。近日，内蒙古银行、乌鲁木齐银行也因违规开展基金业务，被监管部门实施行政处罚并责令整改。内蒙古银行存在部分授权基金销售业务资格网点未匹配具有基金销售资格的业务负责人；部分基金从业人员未取得基金从业资格；未对基金销售业务建立有效的灾备系统；基金销售业务前台的宣传推介和柜面操作岗位未有效实现相互分离；基金销售人



2021年偏股型百亿“爆款”基金

(截止日期2021.01.15)

基金代码	基金简称	成立日期	发行份额 (亿份)	募集目标份额 (亿份)	基金经理
011056.OF	博时汇兴回报一年持有	2021/1/14	147.2		吴渭
010730.OF	银华心佳两年持有期	2021/1/8	135.1		李晓星
010717.OF	前海开源优质企业6个月持有A	2021/1/8	100.0	100	曲扬
010662.OF	富国均街优选	2021/1/6	100.0	100	杨栋
011121.OF	广发兴诚A	2021/1/6	119.5	120	郑澄然 孙迪

数据来源：Wind 海通证券研究所



2020年作为权益产品发展的“大年”，股票型、混合型基金发行总规模超过1.6万亿元。散户逐渐机构化的趋势在券商客群中尤为明显。

员培训记录留痕不全等多项问题。

麻袋研究院高级研究员苏筱芮指出，商业银行出现基金代销问题的原因，主要是代销队伍良莠不齐，考核方式简单粗暴，易出现为了逐利甚至践踏合规红线的情形。

严监管也在倒逼银行积极整改。沪上一家银行营业部理财顾问日前对时代周报记者表示：“现在，银行对基金公司和基金产品的选择十分谨慎，我们每位客户经理都有基金从业资格和基金销售资质，且一直参与培训。客户如果没有做过风险评估，我们是不乱推产品的。”

券商·17人营业部卖出17亿元

2020年，不少抢食基金销售的券商也迎来高光时刻。

“我了解到的，去年，北京一家营业部平均每人卖了2.5亿元基金；上海陆家嘴一家17个人的营业部，去年卖了17亿元。”1月12日，一家头部券商副总裁向时代周报记者透露。

事实上，券商近年一直在发力财富管理转型，为满足投资者日益丰富的投资理财需求，越来越多的券商在基金销售业务上开足马力。

近日，光大证券营业部理财经理向时代周报记者表示：“代销基金对银行而言并非最主流的业务，但是券商的主营业务就是股票和基金，产品选择和择时能力更强，对二级市场板块轮动也是最敏感的。”

时代周报记者调查获悉，中信建投、中信证券、银河证券、中金公司、国泰君安、兴业证券、东方证券、长江证券等券商在2020年代销业务崛起。“去年代销规模近1000亿元，较上年大幅增加，产品保有总量及权益类产品保有量均创公司历史新高。”兴业证券相关负责人透露。

沪上一家中型券商财富顾问也表示，2020年以前，投资者买固收产品较多，最近一年，则是买偏股型基金多，这也是券商代销基金越来越热的一个原因。

东方财富Choice数据显示，2020年作为权益产品发展的“大年”，股票型、混合型基金发行总规模超过1.6万亿元。散户逐渐机构化的趋势在券商客群中尤为明显。“从去年收益来看，基金的确是比自己投资股票要高很多，炒股不如买基金。”老股民张先生现已转化成基民，他日前对时代周报

记者感慨道。

“炒股不如买基金，一方面是基金经理毕竟是专业人士，投资能力和经验远高于一般散户；另一方面，也受‘机构抱团’和‘扎堆效应’影响。有一些投资者去年跟着绩优基金买前十大重仓股，尝到甜头和没尝到甜头的，都加强了不如直接投资基金的理念。”中信证券的一位产品经理如是说。

不可忽略的是，在A股连牛两年之际，近期“机构抱团”出现异动，多只基金出现重仓股大跌。有基金经理直言正在调仓换股。“基金是进行分散投资的，不会出现特别大的波动，但投资者也需适当降低对今年的收益率预期。”多家券商产品经理向时代周报记者表示。

上述中信证券产品经理透露，从基金公司的角度，应该更愿意与券商合作，除了尾佣方面比银行和第三方机构略低一些，最重要的一点是，客户资金周转率是最低的，即投资者“赎回买新”最少。

第三方机构·基金咨询电话日飙百余通

“2020年至今，我们平均每人每天接到用户打来的咨询基金产品的电话，从30个增加到100多个。”1月15日，一位天天基金内部人士告诉时代周报记者。

截至1月16日，天天基金、蚂蚁基金、好买基金、盈米基金等在第三方代销机构中强势领跑。从数量上看，同花顺iFinD显示，天天基金、好买基金、盈米基金、蚂蚁基金分别代销5687只、5325只、5260只和5193只。

互联网渠道作为新起之秀，近年来与银行等机构渠道竞争不休。蚂蚁集团财富事业群总经理王琨曾表示，集团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并不同，提供的是错位服务。希望通过降低门槛培养和服务长尾的理财用户，并通过各类投教形式，让大众养成好的理财习惯。

一位接近天天基金的内部人士也告诉时代周报记者：“目前95%左右的基金公司产品都在天天基金网上有销售，相比券商、银行，天天基金的申购成本更加划算，而且平台对基金产品、基金经理的介绍更加及时全面。”

但也有券业人士对第三方独立代销平台的大数据筛选方式吐槽不已，“他们通过大数据进行的热门推

荐，大多都是过往成绩很好的产品，缺乏专业的投资经理为用户带来产品运作、市场判断等最新信息。”

总体而言，时代周报记者发现，天天基金、蚂蚁基金等能够称霸基金代销市场，与其头部效应不无关系。“基金公司在选择代销平台时，最看重平台的知名度和销量。”上述天天基金内部人士表示。

第三方独立代销平台之间，也存在诸多差异和分化。1月11日，一位老基民向时代周报记者表示，“我曾在蚂蚁基金里购买过一段时间基金，但支付宝的平台里，投资的资金容易与日常消费资金混合，在单独呈现收益方面不清晰，更适合小白投资者，所以还是喜欢选择在专业的基金销售平台。”

时代周报记者近日还了解到，互联网代销平台在基金定投方面本应更为方便，但是一些智能定投出于估值出发，近日出现了不少投不进的情况。

Wind显示，除了天天基金和蚂蚁基金外，还有106家第三方独立代销平台。2020年以来，泰诚财富等因存在违规行为为接连收到监管“罚单”，小型公司的日子并不好过。

基金公司·77家基金公司625场直播

2020年以来，视频直播作为一种新的推广方式，成为基金销售的有力推手。受疫情影响，年初边看直播边买基金成为了不少基民的一大日常，而截至目前，基金直播也依旧保持火热。

“今年1月，嘉实基金携手民生银行信用卡开展的一场直播，通过投资大咖与投资者互动交流的形式，吸引了近5万人围观。”日前，一位接近嘉实基金的人士向时代周报记者透露。

单就2020年11月来看，77家基金在支付宝平台共进行了625场直播。“我一般会提前一周为直播做好准备，做好市场观点分析和投资者教育。支付宝和天天基金网有基金销售牌照，所以在直播的同时有利于进行导流。”一名参加直播的基金经理向时代周报记者称。

他还分析称，基金自身的直销渠道量不大，当前很大一块销售是依靠互联网渠道，所以通过直播带动销售还是有一些作用的，尤其是对于小基金公司和新成立的基金公司来说。“2020年年中，同行在杭州的一场理财直播，当晚90分钟吸引了200万人观看，交易金额达到15.5亿元。”他说。

近日，银河基金董事长刘立达公开表示，从2020年年初至10月末，公司在蚂蚁、天天基金和雪球等前三大电商平台的业务规模增长了542.09%。其中，在天天基金网的直播已进入常态化，直播观看量位居行业前列，产品陪伴页的阅读量超过百万人次。

直面投资者的直播模式刷新了基金原有营销方式，基金公司也是花样百出，积极把握直播热潮。针对在线直播的社交属性，短期内基金公司往往乐于依托网络大V吸引流量，或针对在线直播客户消费心理，给其红包或小惊喜。

“长期来看还是使其享有‘专属’优惠，建立品牌认同，但如何平衡其他非直播客户的利益是个挑战。”北京市网络法学会副秘书长车宁认为。

一位老基民也向时代周报记者表示，投资者选购基金仍主要取决于信用、基金经理人往期回报、基金公司研究、决策团队的实力及基金公司目前管理的资产额度，而非基金经理的直播能力。

不过，视频直播虽好，但对基金公司工作人员来说却是一种折磨。北京一家基金公司市场部人士用“按在地上摩擦”来形容做直播的经历。写脚本、限时间、排查风险点等等，一段50分钟的视频直播，背后准备的时间可能超过50个小时。

而一些大型基金公司还在营销手段上不断翻新，不仅内容形式上越来越丰富；硬件上，直升机、帆船、游艇等也加入到视频中。“我们在朋友圈中看到哪家基金公司的视频短片转发量大，就大体能猜到会不会成为爆款。”上述基金市场部人士笑言。■



图片来源：刘少白提供

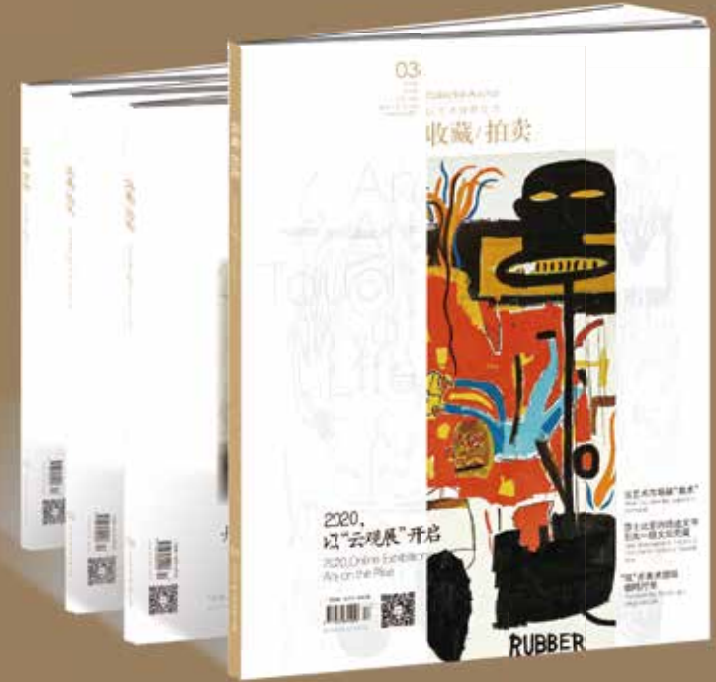
收藏/拍卖



以 艺 术 诠 释 生 活

Art
Touch
of
Life

融合东西,通达古今
大文化风向标



逾2亿拆迁补偿款“突击”入账 亚太药业扭亏资金压力暂解

时代周报记者 章遇 发自上海

一份“突击”签署的拆迁补偿协议，让亚太药业（002370.SZ）在2020年的最后关头“惊险”扭亏。

1月13日晚，亚太药业发布业绩预告称，预计2020年度归属于上市公司股东的净利润为2000万—3000万元，实现扭亏为盈。

“公司本期业绩实现扭亏为盈，主要系公司柯桥厂区房屋拆迁补偿所致，属于公司非经常性损益。预计拆迁补偿所获损益对净利润的影响金额为1.78亿元。”亚太药业解释称。

受上述消息刺激，亚太药业的股价均出现异动。1月14—15日，股价持续低迷的亚太药业连续两天开盘即封住涨停板，截至15日收盘，报收3.72元/股。可转债市场上，1月14日，亚药转债（128062）也获得15.8%的涨幅，报收77.2元；截至15日收盘，报收80.22元，涨3.91%。

不过，亚太药业转债目前的交易价格仍处于两市最低，较面值大幅折价；其正股价格亦远远低于16.25元/股的转股价。

对于是否会下调可转债的转股价，1月14日，亚太药业董秘办相关负责人表示向时代周报记者表示：“公司管理层有在考虑这个事，目前还在商讨中，没定下来。一旦有结论我们会及时进行公告。”

靠拆迁扭亏

因子公司失控，亚太药业在2019年度录得20.69亿元的巨额亏损。但剥

离CRO（医药研发外包）业务后，亚太药业的经营并未见好转迹象。财报数据显示，2020年前三季度，亚太药业实现营业收入3.61亿元，同比下降50.26%；归母净利润亏损约1.07亿元。

及时在去年年底签署的拆迁补偿协议，让亚太药业得以一举扭亏。

2020年12月25日，亚太药业与拆迁单位绍兴市柯桥区中心城市建设投资开发有限公司、绍兴柯桥街道办事处就相关拆迁补偿事宜签订了《房屋拆迁货币补偿协议》，拆迁标的是位于柯桥区云集路1152号的厂房。

截至2020年11月30日，该标的厂房的资产原值为2.74亿元，账面价值为9157.43万元。

协议约定，城建公司以现金方式对上述厂区房屋拆迁进行补偿，拆迁补偿款总额约为2.66亿元。协议签订后，亚太药业于2020年12月29日即收到了由柯桥街道办事处转付的首笔补偿款1.46亿元。

此次拆迁补偿款总额扣除该厂房账面价值和相关费用后的收益，全部计入了2020年度的利润，从而使亚太药业实现2000万—3000万元的盈利。

“如果不扭亏，亚太药业转债险些就要触及暂停上市的红线了。”1月14日，一位资深投资人士告诉时代周报记者。

亚太药业于2019年4月发行965万张可转换公司债券，共募资9.65亿元。然而，当年年底就发生子公司失控“爆雷”，亚太药业的股价开始持续阴跌。

该批可转债的转股价为16.25元/股，而亚太药业的股价已差点跌破3元/股。其可转债价格也跟着一路下行，到2021年1月13日，亚药转债探至66.6

元的新低，较面值折价逾三成。

在退市新规落地之前，《深圳证券交易所股票上市规划（2018年修订）》曾有规定，如果公司最近两个会计年度经审计的净利润为负值，公司的可转债可能会被实施暂停上市。

“暂停上市，意味着可转债必须转股或等待回售。在正股价远远低于转股价的情况下，多数投资者会选择回售，亚太药业会面临较大的资金压力。”前述投资人士认为。

2020年12月31日，退市新规落地，取消了可转债暂停上市安排，明确公司股票终止上市的，可转债同步终止上市。

大股东资金承压

亚太药业眼下一系列危机的导火索，源于其与上海新高峰那场貌合神离的“联姻”。

上海新高峰是一家从事CRO（医药研发外包服务）的企业。2015年，主业萎靡的亚太药业以9亿元现金收购Green Villa Holdings Ltd.（下称“GVH”）持有的上海新高峰100%股权，试图通过资本运作实现翻身。

交易对方GVH承诺上海新高峰2015—2018年实现的净利润分别不低于0.85亿元、1.06亿元、1.33亿元和1.66亿元。

2015—2017年度，上海新高峰分别实现净利润1亿元、1.08亿元、1.45亿元，均超额完成业绩承诺。

到了2018年度，公司仅实现1.46亿元净利润。虽然未能完成当年的业绩承诺，但因其在这4年间累计实现的净利润达4.99亿元，整体完成率达

101.71%，无需进行业绩补偿。

在“踩线”完成业绩承诺之后，上海新高峰的业绩突然大幅下滑。2019年上半年，公司仅录得净利润0.42亿元，同比缩水51.46%。

双方之间的矛盾逐渐摆上台面。

2019年年底，亚太药业宣布对上海新高峰及上海新生源失去控制，将CRO业务剥离出表。

双方“散伙”给亚太药业带来沉重一击。2019年度，亚太药业实现营业收入7.09亿元，利润端亏损额达20.69亿元。

亚太药业的收入主要来自抗生素类药品和原料药。自2011年医药行业推行“限抗令”以来，亚太药业自身主业不断萎缩。

从2020年年中报来看，亚太药业旗下的绍兴雅泰药业、绍兴兴亚药业、武汉光谷亚太药业等主要子公司都处于亏损状态。

大股东的资金链问题亦开始暴露。因高比例质押，自2020年1月开始，实际控制人陈尧根夫妇以及控股股东亚太集团、亚太房地产所持股份陆续被司法冻结。

据亚太药业2020年年中报，截至2020年6月末，亚太集团因与多家银行的金融借款有合同纠纷，涉及多起诉讼案件，到期未清偿债务约9.29亿元。自2020年9月以来，陈氏夫妇手上的股份多次被执行司法拍卖或变卖。

截至2021年1月9日，陈尧根及其配偶陈婉珍直接持有并通过亚太集团、亚太房地产间接持有亚太药业35.97%股份。这些股份均处于质押和司法冻结状态。■

少年文摘
Teenagers Digest

中国百强报刊
新加坡华文期刊销量冠军



邮局订阅电话：11185
全国各地邮局（所）
邮发代号：46 - 227
订阅价：192 元 / 全年（12 期）
或搜索“中国邮政”公众号订阅

海外订购
新加坡订阅点：友谊书斋
TEL：6336 5222
马来西亚订阅点：衡图图书
TEL：(03) 778 11312



白酒输血地方图鉴

◀上接P1

可惜的是，潍坊市国资委“饮下这杯白酒”的愿望落空。1月17日，ST亚星发布公告称，已和景芝酒业决定终止筹划本次重大资产重组事项。

“中国白酒所在地往往是一些经济相对落后的地区，优势酒企在本地财税中扮演着重要角色，同时作为重要的本地税收来源，酒企在本地金融体系中承担着重要的杠杆作用，拥有国资背景的酒企输血地方财政，是企业社会责任的一种体现，也是换取政府继续支持的方式。”1月15日，白酒分析师蔡学飞对时代周报记者表示。

“输血”大比拼

各地国企密集转让国有股权，与此前国务院关于全面推开划转部分国有资本充实社保基金的决策部署有关。

2017年11月，国务院印发《划转部分国有资本充实社保基金实施方案》，中央和地方划转部分国有资本充实社保基金工作于2019年全面推开，白酒企业则成为其中浓墨重彩的一笔。

“在实施国有股权划转政策时，各地国资委都在寻找优良生态行业。而白酒行业目前整体经济效益和盈利发展状况都较为良好。”1月15日，中国企业研究院首席研究员李锦向时代周报记者表示。

中国白酒产业有着明显的地域特色，安徽有“徽酒四杰”，其中古井贡酒和金种子酒（600199.SH）均属国有控股。不过，金种子酒目前已自身难保，财报数据显示，公司在2019年和2020年前三季度分别亏损2.04亿元和1.05亿元；反观古井贡酒，2019年净利润达20.98亿元，位列中国白酒上市公司第五位。

作为“徽酒四杰”之首，古井贡酒自然成为安徽地区划转国有股权的“主力”之一。

2019年3月，古井贡酒发布公告称，亳州市国资委拟将古井集团60%股权无偿划入亳州国资公司，这项划转在2020年12月23日完成工商变更登记手续，亳州国资公司正式成为古井贡酒间接控股股东。2021年1月15日，亳州国资公司将持有的古井集团6%国有股权无偿划转至安徽省财政厅持有。

古井集团为古井贡酒控股股东，持股53.89%。1月15日，古井贡酒报收236.0元/股，总市值1188.50亿元。

作为中国的产酒大省，四川省有“川酒六朵金花”，其中只有五粮液（000858.SZ）和泸州老窖为国有控股，分别位于“酒都”宜宾市和“酒城”泸州市。

各家白酒企业的股权结构不同，划转方式也不一样，泸州老窖国有股权划转方式相对更为复杂，既包括划转上市公司股份，又包括划转控股股东及其一致行动人的部分股权。

公告显示，泸州老窖实控人泸州市国资委拟将所持11.1193万股泸州老窖国有股（占泸州市国资委所持泸州老窖股份的10%，占泸州老窖总股本的0.008%），及所持公司控股股东老窖集团10%股权、所持老窖集团一致行动人兴泸集团10%股权无偿划转给四川省财政厅，由四川省财政厅代社保基金持有。

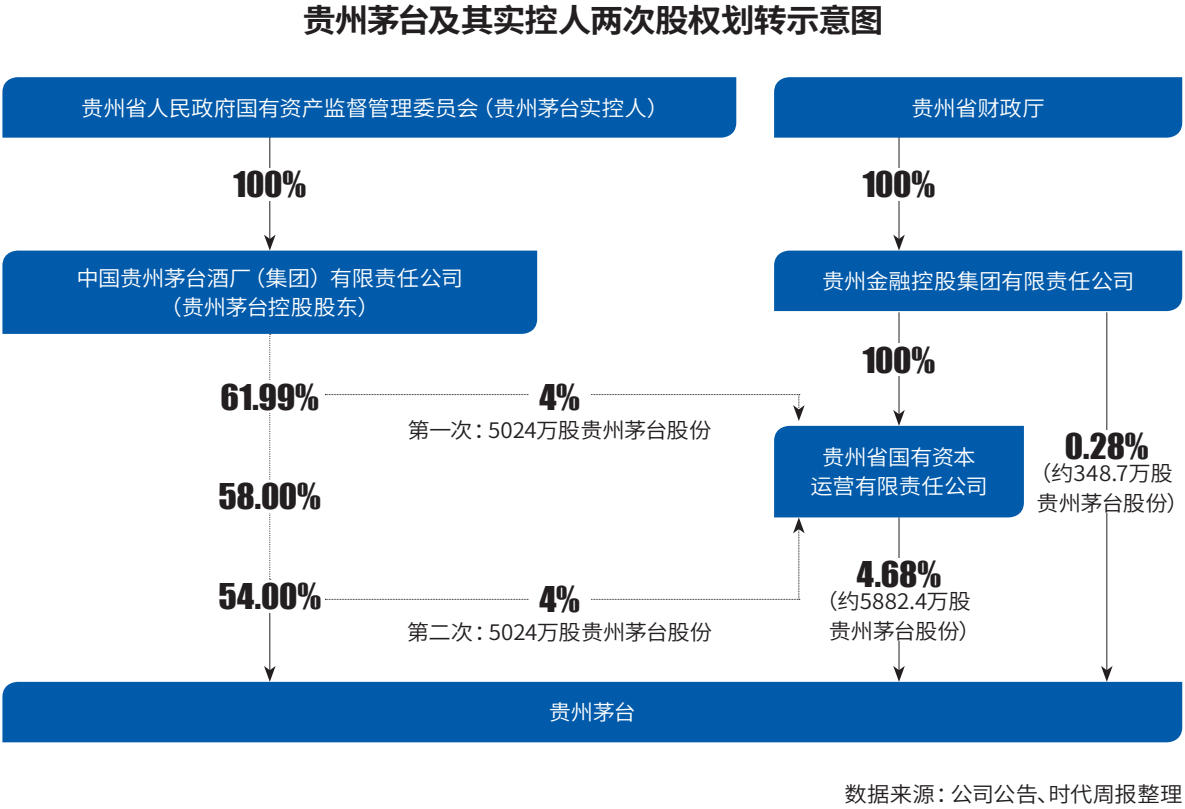
截至1月5日，老窖集团和兴泸集团国有股权划转手续已办理完毕，泸州国资委直接持有泸州老窖股份划转手续尚未办理完成。

泸州老窖控股股东老窖集团持有上市公司26.02%股权，兴泸集团持有上市公司24.99%股权。1月15日，泸州老窖报收243.50元/股，总市值3566.67亿元。

以当天收盘价计算，泸州市国资委拟划转的泸州老窖11.1193万股对应市值为2707.55万元。

时代周报记者发现，五粮液的控股股东也向四川省财政厅“输了血”。

根据天原股份（002386.SZ）2020年11月5日公告，宜宾市国资委将持有宜宾市国有资产经营有限公司（下称“宜宾国资公司”）10%的股权无偿划转至四川省财政厅，于2020年11月4日已完成工商变更登记。



➡

白酒企业多为当地政府税收大户。从这次四家无偿划转国有股权的白酒企业来看，贵州茅台每年纳税总额位列贵州省榜首，其余几家同样是当地纳税大户，老窖集团在2019年四川省企业纳税排名中位列第三，五粮液集团则位于第二。

划转完成后，宜宾市国资委、四川省财政厅分别持有宜宾国资公司90%、10%的股权。

宜宾国资公司是天原股份的控股股东，同时也是五粮液的控股股东，直接持股五粮液34.43%。此外，宜宾国资公司全资子公司五粮液集团，还持股五粮液20.40%股权。

1月15日收盘，五粮液报287.70元/股，总市值11167.39亿元。

时代周报记者分别致电宜宾市国资委和宜宾国资公司，截至发稿，暂无人接听。

作为河北省唯一的上市酒企，老白干酒于2020年12月25日晚间发布公告称，公司实控人衡水市财政局将其通过衡水市建设投资集团有限公司持有的老白干集团国有股权的10%无偿划转给河北省财政厅。

老白干集团为老白干酒控股股东，持股老白干酒25.63%。1月15日，老白干酒报收28.02元/股，总市值251.42亿元。

李锦认为，在刺激消费的背景下，当前白酒行业盈利快速增长势头尽显，与白酒企业相关联的国有股权价值水涨船高，有利于充实当地社保基金。且相对其他国企，白酒企业投资回报较为快速，更有利于促进当地经济发展，增强当地财政实力。在资本保值增值方面，白酒企业应该保持自己的竞争优势，实现生产收益稳中推进。

争议“茅台化债”模式

在本轮“输血”地方财政中，与其他三家白酒企业不一样，贵州茅台更多是为了助力贵州化解债务。

2020年12月30日晚间，贵州茅台公告，控股股东茅台集团已通过无偿划转方式将持有的公司5024万股份（占比为4%）划转给贵州国资运营公司，后者实控人是贵州省财政厅。按照当日茅台的收盘价1993元/股计算，该笔股权划转总市值高达1001.3亿元。

这是茅台集团在一年时间里第二次向贵州国资运营公司无偿划转股权。

上一次股权转让于2019年12月25日公告，无偿划转股数同样为5024万股，占总股本4%。当天贵州茅台收盘价为1120.61元/股，该部分股权市值达近570亿元。

此后一年时间里，贵州国资运营公司陆续减持这部分茅台股份。

财报数据显示，截至2020年三季度末，贵州国资运营公司持股比例由4%降至2.67%。截至2020年12月23日，贵州国资运营公司持股比例进一步下降至0.68%。

这一年以来，贵州茅台股价持续上涨，盘中触及最高价1906.2元/股。按照区间成交均价计算，贵州国资运营公司套现已超700亿元。

本次无偿划转完成后，贵州国资运营公司持有贵州茅台5882.4万股股份，占公司总股本的4.68%，若以2021年1月15日最新收盘价2082.0元/股计算，贵州国资运营公司持有的该部分

股权对应市值达1192.95亿元。

加上此前已经套现的逾700亿元，茅台两次划转股权对应总市值超过1800亿元。

在业内看来，贵州国资运营公司通过减持贵州茅台股票套现来化解债务或充实社保基金。贵州省地处中国中部和西部地区的交界地带，经济总量位于全国中下游水平，面临较大存续城投债券集中兑付压力。

数据显示，2019年，贵州城投有息负债和地方政府债务余额分别为1.10万亿元、9673亿元左右，2020—2025年城投债券每年到期规模多超过400亿元。

自2019年10月贵州省地方金融监督管理局举办贵州省债券市场投资者恳谈会以来，贵州陆续出台了独具特色的化债举措，其中备受关注的便是围绕茅台展开的一系列“组合拳”。

实际上，自前贵州省交通运输厅厅长、党委书记高卫东于2020年3月接替李保芳，成为茅台集团党委书记兼董事长、贵州茅台董事长之后，茅台对贵州当地的“输血”动作明显增加。

2020年11月，茅台集团发布公告称，公司将面向专业投资者公开发行面值总额不超过150亿元无担保公司债券，用于收购同为贵州国资旗下的贵州高速公路集团有限公司(下称“贵州高速”)股权、偿还有息债务、补充流动资金需求等。这也是茅台集团史上首次发债。

财报数据显示，截至2020年6月末，贵州高速亏损19.2亿元；贵州高速负债合计2894.28亿元，负债率为69.98%。

业内认为，茅台迈出了辅助贵州化债的一步，以其优质资产，通过撬动资本杠杆间接引导债务风险的化解。

不仅如此，2020年9月15日，贵州茅台公告称，公司控股子公司贵州茅台集团财务有限公司(下称“茅台财务”)开展固定收益类有价证券投资业务，投资总规模不超过其资本总额的70%。

申万宏源首席固收分析师孟祥娟在研报中认为，这意味着茅台公司可以买贵州城投的债券，边际上能够提升一点市场对贵州城投的认可度，但是相对于贵州的债务量来讲，茅台财务能买的债券量还是较少的，无法解决贵州根本问题。

1月16日，中央财经大学财税学院教授、中证鹏元地方财政投融资研究所执行所长温来成接受时代周报记者采访时表示，“茅台化债”属于各地政府化解债务中的一种具有地方特色的做法。这几年白酒行业股价上涨得比较多，地方政府通过出售白酒上市公司部分股份来化解部分地方政府隐性债务，该模式较容易操作，成本也较低，并能在较短时间内见效。

“不过，并不是所有地方政府都有像茅台这样的优质资产，未必能学习‘白酒化债’模式。”温来成对时代周报记者说。

此外，捐款也是茅台“输血”的一种方式。2020年以来，贵州茅台公

开的捐款项目合计达13.9亿元。

贵州茅台的大额捐赠引发小股东质疑，认为茅台未经股东大会决议，董事会擅自捐款属于违规操作，损害了小股东的权益，拟对贵州茅台发起集体诉讼。

国资“饮酒”深意

白酒企业的股权成为充实地方政府“钱袋子”的主要财源之一，白酒资产亦变得炙手可热。

在ST亚星控股股东变更为潍坊市城投集团，公司实际控制人变更为潍坊市国资委后，潍坊市国资委立马发起了对景芝酒业的收购。

1月10日，ST亚星发布《关于筹划重大资产重组暨签订现金收购景芝酒业白酒业务控制权意向性协议的公告》显示，ST亚星拟以现金收购的方式收购景芝酒业白酒业务的控制权。据悉，本次交易对价的支付方式为现金支付，预计将构成重大资产重组情形。

公告显示，1月9日，ST亚星与景芝酒业签署《合作意向协议》，双方同意ST亚星或其下属子公司以现金收购的方式取得景芝酒业白酒业务资产的控制权。

此时，距离景芝酒业与江苏白酒上市公司今世缘“散伙”仅半个月。2020年12月24日，今世缘发布公告称，公司决定终止对景芝酒业的投资。

地方国资争夺白酒资产的紧迫性可见一斑。

根据今世缘所公布的资料，2018年，景芝酒业经审计资产总额为34.93万元，净资产为7.57亿元，分别实现营收和净利润12.48亿元、627.5万元。2019年前11月，景芝酒业实现营收12.36亿元，净利润3715万元。

作为山东规模最大的白酒企业之一，景芝酒业因各种原因，一直未能登陆资本市场。当下，各路资本争夺白酒资产的并购热潮涌动，一边是景芝酒业对上市的渴望；另一边则是地方国资意图把景芝酒业留在当地，并盘活ST亚星。

不过，这起并购仍存在诸多争议，引发上交所两度下发问询函，要求补充景芝酒业的经营情况、收购的风险等情况。截至目前，ST亚星尚未回复问询。而潍坊市国资委最终能否“饮下这杯白酒”，还待进一步观察。

1月15日，ST亚星董秘办相关负责人回应时代周报记者表示，涉及本次收购景芝酒业收购事宜及交易所问询，后续会发布相关公告。

“景芝酒业是潍坊当地税收的支柱企业，而且在当地拉动经济、扶贫、带动关联产业发展等方面有很大的作用，因此本次收购的背后，地方国资起到了主导作用，主要想把这一税收来源留在当地，而山东也将迎来第一家白酒上市公司，未来可以利用当地政府的资源及政策支持，把景芝酒业做大做强。”1月10日，原山东温和酒业总经理、白酒专家肖竹青告诉时代周报记者。

最新消息显示，ST亚星已和景芝酒业决定终止筹划本次重大资产重组事项。

1月17日，ST亚星发布公告称，交易双方继续就本次交易核心涉及的标的经营性资产范围再次进行了磋商，尤其对涉及白酒业务衍生经营性资产(酒文化、文旅产业资产等)是否划入本次收购范围双方未能达成一致。基于该原因，各方认为该事项已对本次重组构成实质障碍，决定终止筹划本次重组。各方均不承担违约责任。

在蔡学飞看来，中国白酒消费具有区域性特征，且中国白酒是重税行业，而且酒类消费往往需要政府的带领与推动，因此酒企与政府关系非常紧密，国资背景介入酒行业有利于整合区域资源，并且推动相关后续工作的进程。

实际上，白酒企业多为当地政府税收大户。从这次四家无偿划转国有股权的白酒企业来看，贵州茅台每年纳税总额位列贵州省榜首，其余几家同样是当地纳税大户，老窖集团在2019年四川省企业纳税排名中位列第三，五粮液集团则位于第二。■



柳工集团拟整体上市 落地时间尚难确定

时代周报记者 邓宇晨 发自广州

柳工(000528.SZ) 间接控股股东广西柳工集团有限公司(下称“柳工集团”) 拟进行整体上市相关工作, 拟筹划由柳工吸收合并广西柳工集团机械有限公司(下称“柳工有限”), 本次交易方案预计将在不超过 10 个交易日的时间内披露。1月14日晚间, 柳工发布《关于筹划重大资产重组事项的停牌公告》(下称“公告”) 披露上述信息。

1月15日, 柳工董秘办工作人员向时代周报记者表示, 吸收合并柳工有限是柳工集团混改总体方案中的一部分“由于还需要和有关部门进行沟通, 具体落地时间无法确定”。

柳工有限是柳工集团混改方案实施的主体单位。2019年11月, 柳工集团整合下属6家子公司的主业资产组建了柳工有限, 注册资金为11.7亿元, 并在2020年12月引入战投, 合计募资 34.15亿元。

时代周报记者注意到, 在2020年三季报中, 柳工的控股股东已从原先的“广西柳工集团有限公司”悄然变更为“柳工有限”, 持股比例为34.67%。

天眼查显示, 除了柳工, 柳工有限目前还对外控股柳工建机、柳工压缩机、中源机械等3家公司。

1月15日, 曾参与过国企混改方案设计的咨询机构研究员周帆(化名) 对时代周报记者表示, 柳工的混改方案引入的7家战投都具有国资背景, 属于财务投资而非产业投资, 能够为柳工注入更多资金资源。

“持股员工覆盖范围极广, 能够形成合理的激励机制, 以‘混’促‘改’。”周帆称。

6家战投有央企背景

公告显示, 本次交易对方为柳工有限的全体股东, 包括柳工集团、广西招工服贸投资合伙企业、国新双百壹号(杭州) 股权投资合伙企业、国家制造业转型升级基金股份有限公司、北京诚通工银股权投资基金、建信金融资产投资有限公司、广西国有企业改革发展一期基金合伙企业、常州嘉佑企业管理合伙企业、中信证券投资有限公司。其中, 常州嘉佑企业管理合伙企业为员工持股平台。

吸收合并完成后, 柳工作为存续方承继及承接柳工有限的全部资产、负债、业务、人员等, 柳工有限的法人资格将被注销, 柳工有限持有的上市公司股份将被注销, 柳工有限全体股东将成为吸收合并后上市公司股东。

柳工集团官网的新闻稿显示, 柳工集团是从40多家意向投资者中经过多轮沟通谈判, 遴选出了7家战略投资者。2020年12月8日, 柳工集团与这7家战略投资者签订总额31.92亿元的柳工有限增资扩股及股权转让协议。

在这7家战投中, 有6家为央企背景或国家级基金, 仅有广西国有企业改革发展一期基金合伙企业为地方性国企旗下的基金, 其控股股东为广西壮族自治区人民政府国资委。

同时, 柳工1274名骨干员工自筹资金2.23亿元, 参与员工持股计划, “募集金额大大超出预期, 展示了柳工骨干团队对柳工未来事业的强大信心”。

本次混改引资工作合计募资 34.15亿元, 形成了柳工有限新的股权结构, 即柳工集团持股51%, 外部投资者持股45.8%, 员工持股3.2%。

市值偏低

财报数据显示, 2020年前三季度,

柳工实现营收169.07亿元, 同比增长18.9%; 归母净利润为9.96亿元, 同比增长12.91%。其中, 公司第三季度实现归母净利3.17亿元, 同比增长43.52%。

国资委网站显示, 2020年, 柳工集团全年营业收入突破260亿元, 同比增长16%, 创历史新高。柳工集团国内工程机械整机销量增长40%以上, 装载机、挖掘机、压路机等核心产品市场地位大幅提升, 装载机产销累计突破45万台, 挖掘机月产突破4500台。

但在A股市场上, 柳工的股价一直未见起色。1月15日停牌前, 柳工收8.19元/股, 总市值120.88亿元。这一数字与三一重工(600031.SH) 的3513.49亿元、中联重科(000157.SZ) 的935.85亿元、徐工机械(000425.SZ) 的465.32亿元相比, 差距较大。

柳工的市盈率指标也在几家公司中垫底。2020年, 三一重工、中联重科、徐工机械和柳工的动态市盈率分别为22倍、13倍、14.5倍、9.5倍。

与柳工相似的是, 徐工机械同样在2020年迈出了混改的关键一步。2020年9月, 徐工机械的控股股东徐工集团机械有限公司被作为混改主体, 引入了包括员工持股平台在内的15个战投, 合计募资210.56亿元, 刷新了制造业企业混改募资规模的纪录。

“徐工和柳工的战投均以财务投资者为主, 但徐工的战投名单包括民营资本, 有些投资者的股东还是徐工上下游产业链的合作方。无论是募资规模还是投资者的选择上, 柳工的混改方案都显得更为谨慎和稳妥。”周帆对时代周报记者表示。

周帆认为, 此次柳工选择的投资者均为财务投资者, 可能与内部资金需求量较大有关, “目前方案还未具体落地, 新加入的投资者会给柳工带来怎样的影响, 还无法形成定论”。■

生猪期货摸着石头过河 多家猪企谨慎入场

◀ 上接P9

1月13日, 时代周报记者以投资者身份致电温氏股份, 相关人士称: “公司之前已经申请到集团交割仓库, 目前正在准备申请第二批生猪交割客户的名额。”同日, 正邦科技方面则向时代周报记者透露, 公司有可能会参与生猪期货交易, 并且已经做好相应准备, 可以随时参与。

李霞认为, 在猪周期下行区间, 龙头企业可以借用期货市场, 在上游饲料原料方面进行套期保值, 以降低养殖成本。同时利用期货发现价格的特点, 有计划地安排生产计划。对于投资者来说, 需重点关注生猪产能的变化、政策变化, 弄明白生猪行业的数据研究逻辑, 再进行投资。

生猪“保险+期货”模式渐热

生猪期货登场后, 配套保险项目也备受关注。

近年来, 生猪养殖产业受缺乏有效的金融支持及风险对冲工具等因素影响, 生猪养殖户及养殖企业仍面临着较大的养殖风险。

“我国的生猪‘保险+期货’的业务已有多年历史。但是, 我国从事生猪保险业务的规模很小, 经营此业务的保险公司不到十家, 对民生和市场的影响力更是微乎其微。”1月13日, 一位不愿具名的保险业研究人士向时代周报记者表示。

目前, 平安产险、中华财险和中原农险等多家保险企业陆续推出生猪期货保险产品, 以减弱生猪价格波动、达到有效兜底养殖户经营风险, 保障生猪稳定供应的效果。

其中, 平安产险首单期货版生猪价格及收益保险项目已于生猪期货上市首日落地。平安产险相关负责人向时代周报记者介绍, 该项目是“保险+期货”首次以生猪为保险标的、以期货价格为保障依据的金融支农创新模式。

1月13日, 时代周报记者从一位接近中国人保财险的人士处获悉, 该公司在温州分部等多个支公司处已经开展生猪期货保险业务。

1月14日, 中华财险相关负责人向时代周报记者表示, 在生猪期货上市前夕, 中华财险广东分公司联合光大期货、光大光子投资推出了生猪价格“保险+期货”产品, 广东同创农业发展有限公司、佛山加育农牧公司和清远养殖户钟日初成为全国首批被保障的对象之一。

“生猪价格‘保险+期货’产品涉及投保养殖户、保险公司、期货公司三个角色。在保险保障周期内, 投保的养殖户可以根据结算价格和合同约定价格的差额获得赔付, 有效地锁定远期收益, 保证生产的平稳运行。”上述中华财险相关负责人强调, 以靠借贷的养殖户尤其会更需要配套保险。

“后期将争取同政府的联动机制, 逐步拓展为县域式的保险项目, 提高保障的覆盖面与深度。”中华财险相关负责人称。

此时生猪“期货+保险”方兴未艾, 重点难点亟待突破。中华财险相关负责人向时代周报记者坦言, 设计相关产品时首先是会面临如何选择合适的“入场点”以更好保障客户收益; 其次要考虑到期货价格是远期价格, 可能同当前客户的现货价格存在不匹配的情况。且未来实际操作过程中, 或许还会面临期货公司可能遭遇因价格大幅度下降而导致的系统性风险等情况。

“在处理上述问题时, 我们的处理方式和解决思路则聚焦于加强同期货公司的沟通以及对当前市场情况的研判。”中华财险相关负责人称。

景川则表示, 各家险企落地生猪“期货+保险”项目有利于生猪期货市场的有序发展和平稳运行。

“当前生猪期货持仓量在17000手左右, 成交额50亿元左右, 虽然较CME瘦肉猪期货合约交易额更高, 但仍与我国庞大的生猪产业不相匹配。大量产业客户仍由于自身金融知识不足、参与门槛偏高等种种原因, 未能参与生猪期货交易。而险企推动生猪‘期货+保险’项目可以提高养殖企业的积极性, 鼓励并帮助养殖企业利用衍生品工具控制风险, 对于提高生猪期货合约交易的活跃度, 降低生猪期货投机炒作风险, 促进生猪期货平稳有序发展具有重大意义。”景川对时代周报记者称。■

(时代周报记者夏子轩、黄嘉祥对此文亦有贡献)



深圳房租跳水：市场成交低迷 长租公寓低价促销

时代周报记者 刘婷 发自深圳

准备换租的深圳租客萧立(化名)发现,近期租客的议价空间变大了,房源选择也多了。

1月15日,萧立告诉时代周报记者,自己看中位于龙华区星河传奇的一室一厅,该房源自2020年9月起放租,至今已降价5次,仍未成交。

近一周,多名深圳租房中介对时代周报记者表示,受疫情影响,2020年深圳住宅租赁市场成交低迷。农历年底是传统租房淡季,租客减少、出租周期拉长,近期不少业主都大幅调低租金以促进成交。

1月6日,深圳福田景田片区五洲新苑小区发布一则转租广告。三室一厅、家具齐全的房源,月租为7500元。疫情之前,该小区一室一厅的房源月租约为5500元。

深圳中原研究中心数据显示,2020年深圳租赁市场整体供大于求,租金出现下滑,截至12月全市平均月租金为73.7元/平方米,累计下滑5.3%。

美联物业全国研究中心数据显示,由于2020年住宅价格上涨较为明显,因此深圳年度租金回报率持续下跌,从2019年12月的1.9%下滑至2020年12月的1.6%,为历史低位。

龙华房东4个月降租30%

萧立告诉时代周报记者,自己选择近期换租,是因为房源选择多、价格好商量。他看中的星河传奇的房源,月租为4200元。

时代周报记者了解到,该房源2020年9月第一次放租,月租为5500元。2020年9—12月,该房源共降价4次,幅度分别为300元、200元、300元、200元。

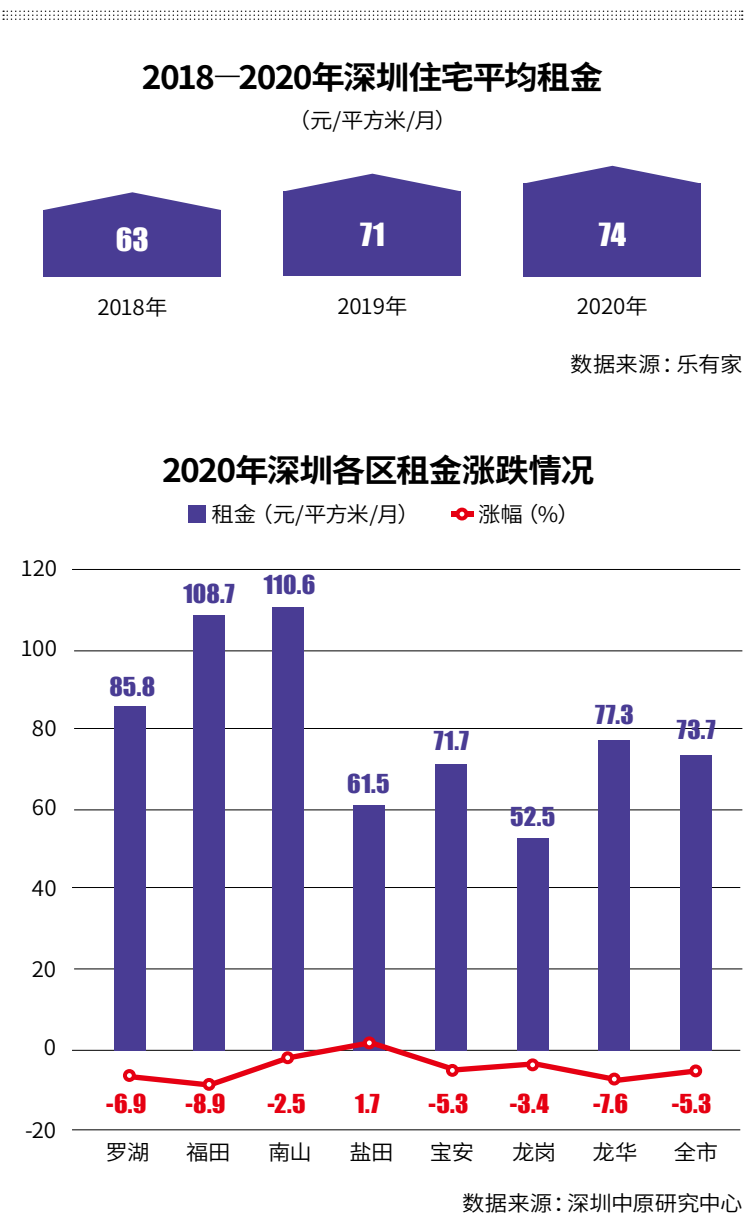
1月初,房东称可再降300元,以月租4200元的价格租给萧立。以此计算,该房源在4个月里租金降幅约31%。

最终,萧立综合通勤时间和居住舒适度等因素,选择其他房源。1月15日,该房源仍处于待出租状态。

从挂牌至今,该房源共有41次带看,反馈都是“再考虑考虑”。

近期,深圳房东最怕听到的话,就是“再考虑考虑”。陈素霖(化名)是深圳罗湖区东门街道某刚需盘业主。2020年11月,由于原租客租约已至且不再续约,她将名下的一套单间房源挂牌房租。

2018年,该房源月租为2450元,空房出租。2020年11月,她将月租调低至2200元,并委托链家、Q房网等中介放租。同时,在深圳租房网、豆瓣



租房小组和咸鱼等渠道发布房源。

“整整一个月,只有3个中介打电话说有租客要看房,有2个说考虑考虑,有1个直接没来。”1月15日,陈素霖向时代周报记者表示,该房源2018年房租时,只用了1周就成交。现在降租也租不出去,实在想不到。

2020年12月底,中介建议陈素霖将房子重新装修,购置床、沙发、洗衣机和衣柜等家私家电,把月租调低至2000元,或许有利于出租。陈素霖算了一笔账,配齐家私家电的房源往年可以租到3000元,今年却只能租到2/3。

想到年关将至,若再拖可能得等到3月,中间3个月的房租损失实在过大,陈素霖只好咬牙装修,最终顺利成交。

“今年行情可能还是这么差,不知道疫情什么时候过去。就算(疫情)过去了,租房市场也要缓一段时间。短期内(租金)想回到疫情前是不可能了。”陈素霖无奈说道,房贷不变、租金下降,对房东来说是一个不小的负担。

1月14日,美联物业全国研究中心总监何倩茹对时代周报记者表示,深圳租金下跌和疫情有直接关系。此外,2020年盐田、光明等区域开通多条地铁,把租户引到原关外或更偏远的地方,造成中心区租金下降。

中原研究中心发布报告称,2020年深圳租金和租金回报率双双下滑。受疫情影响,年后企业复工进程缓慢,租赁市场成交低迷,租金出现明显下滑。随着开工企业数量回升,租赁需求逐步恢复,但整体市场依然处于

供大于求的情况,租金水平相对平稳。四季度为传统租赁淡季,租金水平持续下滑,全年深圳全市平均月租金为73.7元/平方米。除盐田之外,深圳其他区域租金均下滑。其中,福田区租金下滑8.9%,下降幅度最大。

多家长租公寓降价促销

“不问不知道市场这么差,现在的租金已经跌回3年前。”1月13日,梁晓亮(化名)向时代周报记者表示,他所租的宝安金地草莓公寓近期在打折,所有房源都在降价。

2018年4月,梁晓亮以月租1400元的价格租下金地草莓公寓的单间。2019年,该房源月租涨价至1600元,同期其他房源都在涨租,梁晓亮便咬牙续租。2020年4月,公寓运营方为吸引租客续租,打出“续租一年8.5折”的优惠,梁晓亮选择续租。

1月13日,梁晓亮向公寓运营人员询价时,对方表示,梁晓亮同户型房源月租仅需1200元,并称“现在是年底,是折扣最大的时候。如果介绍朋友入住,‘老带新’还能再优惠一些”。

近日,时代周报记者走访福田、宝安、南山等多个区域发现,多家长租公寓推出入住优惠活动、南山西丽泊寓租金打9折,碧家国际社区则推出送电影票、租房券和购物卡等活动。

1月13日,一名福田新洲长租公寓运营人士对时代周报记者表示,2020年长租公寓爆雷事件对租赁市场影响巨大。自2020年3月以来,他所管理的长租公寓空置率都在10%—20%之间浮动,全年都靠优惠活动带动成交,包括特价房、毕业生优惠、双旦福利等。

“蛋壳爆雷后,我们被问到最多的问题是会不会跑路。本来行情就差了,客户信任度直线下降,就更难租了,这是个恶性循环。”该人士表示。

深圳中原研究中心最新的一份报告指出,受疫情影响,2020年租赁市场较为冷清,租金水平也出现下滑。在房价上升的影响下,租金回报率呈持续下滑趋势。2020年头部长租公寓也接连爆雷,预计未来长租公寓行业扩张会放缓,进入稳步发展阶段。预计2021年长租公寓增量会有所减少,但目前存量市场供应充足,深圳租金水平会趋于稳定。

何倩茹认为,中央经济工作会议重点提出要发展租赁房建设、完善租赁房政策、管控租金水平,预计深圳官方将投入更多资源筹建租赁用房,针对保障性租赁用地的供应将有所增加。整体来看,2021年深圳的租金水平将保持相对平稳的状态。■

产经一周观察

2021年行业争夺第一战：巨头扎堆电动车



骆一帆
时代周报产经新闻部编辑

进入2021年,巨头们突然对造车特别感兴趣。自苹果造车计划被曝光后,百度、富士康也相继入局汽车产业。

1月15日,有媒体报道称,曾在蔚来、菲亚特中国、广汽菲亚特、福特等车企任职,汽车领域有40年从业经验的郑显聪加盟富士康母公司鸿海科技,担任其电动汽车平台首席执行官。

两天前,富士康刚与吉利宣布以50%:50%成立合资公司。

算上1月初为新造车势力拜腾注资,富士康在汽车领域的布局不仅堪称大手笔,时间上也颇为紧迫。

富士康之所以如此布局,一定程度源于其发展曲线已逼近天花板,随着劳动力成本不断提升,富士康核心竞争优势正在减弱,作为苹果代工厂,苹果公司尚且开始谋划造车转型,更何况产业链上游的富士康。

过去一周,同样在汽车领域动作频频的还有百度。1月11日早间,百度发布公告称,将组

建一家智能汽车公司,以整车制造商的身份进军汽车行业,吉利控股集团将成为新公司的战略合作伙伴。

与富士康相比,百度此前已在汽车领域有所布局。

早在2017年,百度便发布了一项名为“Apollo(阿波罗)”的新计划,向汽车行业及自动驾驶领域的合作伙伴提供一个软件平台,帮助其结合车辆和硬件系统,快速搭建一套属于自己的完整的自动驾驶系统。

与此前布局不同,百度此次布局,其将亲身下场造车,而非只提供软件服务,这在互联网行业中尚属首次。

除增长瓶颈的压力驱动,特斯拉的正向刺激或许是科技企业造车的另一大动因。

截至1月15日收盘,特斯拉(TSLA.NASDAQ)股价报826.16美元/股,市值7831.18亿美元。

目前,特斯拉早已超过大众、通用等老牌车企,成为全球市值最高车企,市值超越Facebook直追苹果、微软、亚马逊和

Alphabet,借此,马斯克也成功坐上世界首富宝座。

在科技圈,特斯拉与马斯克此前一度并不被看好,就在苹果造车计划被曝光时,马斯克还爆料称,自己曾找到苹果CEO蒂姆·库克讨论过苹果收购特斯拉的可能性,但库克拒绝见面。

“昨天你对我爱答不理,今天让你高攀不起。”特斯拉的逆转,自然一定程度吸引着科技巨头下场造车,但这并不意味着这是一条没有荆棘的康庄大道。

过去一周,芯片荒依然在汽车行业蔓延。1月11日,丰田表示,因为车载半导体供应不足,暂停中国广州的部分生产线。

许多业内人士认为,“缺芯”局面短期内不会改变。而这亦将成为科技巨头造车需面对的众多难题之一。

短期内芯片问题不会影响巨头们的造车热情,但电动车的赛道变得拥挤起来,预计2021年的新能源汽车争夺战将越来越激烈。■

B站被传3月赴港二次上市 “小破站”谋划广积粮、缓盈利

时代周报记者 陈婷 发自上海

1月13日，有媒体报道，B站已向港交所正式提交上市申请，上市保荐团队为摩根士丹利、摩根大通、高盛和瑞银。

报道称，B站上市时间或在3月，融资规模由20亿美元加码至25亿—30亿美元，预计在未来2个月内完成交易。

1月13日，B站相关负责人向时代周报记者表示，对上述消息不予置评。同日，透镜公司研究创始人况玉清向时代周报记者表示，B站回港二次上市在情理之中，“对B站来说，回港二次上市有助于补充资本”。

况玉清认为，B站回港二次上市能获得更好的生存环境，“目前，由于中美关系影响，中概股在美国没有好的估值环境。”

值得一提的是，目前B站的美股股价依然在持续上涨。2020年1月2日至2021年1月12日，B站股价累计涨幅达519.98%。

“B站已经是一个综合性视频平台。”1月13日，互联网行业分析师丁道师向时代周报记者表示，如今的B站已完全破圈，

财报显示，截至2020年第三季度，B站平均月活跃用户数达1.97亿人，移动月活跃用户达到1.84亿，分别同比增长54%、61%。

不再在二次元文化内“圈地自萌”的B站，已经手有余粮，下一步，可能是冲击盈利大关。

持续破圈

2020年的最后一天，B站用第二届跨年晚会验证了自身“出圈”的硬实力。

2021年1月1日，B站相关负责人向时代周报记者介绍，跨年晚会直播人气峰值突破2.5亿。

在“2020最美的夜”幕后纪录片中，晚会总策划杨亮直言，首届晚会的成功之处在于将动漫、影视、游戏这

些以往没有覆盖到的内容搬上晚会。这次压力明显大于上次，做得不好可能影响口碑。

即将赴港二次上市的B站已不再是小破站。

上述B站负责人向时代周报记者表示，B站是中国年轻世代高度聚集的综合性视频社区，2020年8月B站月活首次突破2亿，其中18—35岁用户占比达78%。

一年来，B站在多个领域出击，迅速扩大规模。

该负责人透露，B站在国产动画、纪录片等领域进行着长期投入，作品包括《三体》动画版、《天官赐福》、《人生一串》等，现已成为国内最大的动画及纪录片出品方之一。

此外，不少电影、电视剧、综艺也开始选择在B站播出，包括2020年夏天出圈的青春剧《风犬少年的天空》、音乐综艺《说唱新世代》等。

2020年，B站还重金加码了电竞直播业务。2020年8月1日，B站与美国网游开发企业拳头共同宣布达成英雄联盟全球赛事战略合作，获得中国大陆地区2020—2022年连续三年的全球赛事独家直播版权。

为缔造护城河，B站也多次加码上游产业链。

2020年，B站先后入股包括杭州掌派科技有限公司、北京千跃网络科技有限公司等8家二次元游戏相关公司。其中，掌派科技、影之月等6家公司均为二次元游戏研发商。

为提升游戏变现业务，2020年5月，B站以持股15%的条件投资了画师约稿平台米画师，后者为北京绮心科技有限公司旗下的专业约稿交易平台。

影视方面，2020年8月31日，B站宣布以5.13亿港元战略投资欢喜传媒；同年10月19日，B站与BBC Studios联合宣布达成长期战略合作。

在业界看来，B站的“野心”还不限于此。2020年12月25日，有媒体报道，B站已在测试短视频播放界面。用户在观看视频时，可将横屏播放切



换为竖屏播放，并且可以上下切换视频，界面与抖音相类似，播放时长集中在5分钟以下，支持显示弹幕。

做大流量

“在中国低于100亿美元这个体量的内容平台都将被淘汰，100亿美元意味着公司收入至少要达到每年100亿元人民币。我提的不是一个‘目标’，而是过不了这根线我（B站）就会死。”2019年9月，B站董事长、CEO陈睿对媒体如此表示。

在陈睿的意志之下，B站迅速达到了100亿美元的体量。

2020年4月17日，B站股票收盘价29美元/股，市值100.2亿美元。

截至2020年第三季度，B站的营收已达到81.59亿元，同比上涨71.04%。

况玉清对时代周报记者表示，互联网公司的经营逻辑是获取流量和经营流量，获取流量先于经营流量。每个平台都根据自己的定位来获取流量。

“各公司为了自身的成长发展，都会采取‘广积粮、缓盈利’的模式。先



财报数据显示，2020年第三季度，B站净收入32.26亿元，手机游戏收入12.75亿元，直播与增值服务收入9.80亿元，广告收入5.58亿元，电子商务及其他业务的收入为4.13亿元。

把流量做大，才能获得更高的将流量变现的起点。在此过程中，难免会有一些投入。”况玉清说。

B站在获客方面显然有着自己的逻辑。

天风证券认为，以“最美的夜”为代表的优质内容，是驱动B站品牌出圈和用户增长的重要抓手。

2019年起，B站明显加快出圈脚步，内容生态更加多元，凭借高品质的内容和品牌营销，弱化平台二次元标签，推动品牌升级与用户增长。

1月13日，有业内人士告诉时代周报记者，B站购买内容主要是为了吸引并留存用户，在用户变现上并不着急，可以在不伤害用户体验的情况下，慢慢培育B站和用户的连接，构建用户的付费需求。

2020年12月底，B站副董事长兼COO李旒接受媒体采访时表示，B站所购买的头部内容可以对B站用户的增长和留存起到很好拉动效果。

李旒认为，在B站，通过OGV(机构专业内容)进入社区的用户，会继续去看PUGV(专业用户自制内容)生态的内容，然后找到自己喜欢的内容品类，留在B站。

“这是一个很好的良性循环。”李旒说。

虽然在获取流量上多有心得，但B站依然面临着盈利考验。

“下一步，基于越来越大的流量，B站需要合适的产品将流量变现。”况玉清认为，B站身后是广大的年轻用户群体，B站此前便经营游戏业务，游戏对于B站是很好的流量变现工具，但这要考验其游戏产品开发与运营能力。

丁道师则认为，相较于获取流量，产品的打造更容易。就长期发展而言，B站需要将流量和有价值的产品协同考虑，才能有广阔的未来。

财报数据显示，2020年第三季度，B站净收入32.26亿元，手机游戏收入12.75亿元，直播与增值服务收入9.80亿元，广告收入5.58亿元，电子商务及其他业务的收入为4.13亿元。■

悟空问答、好好学习先后下线 字节系知识付费战线前路待明

时代周报记者 李子慧 发自北京

沉寂了两年的悟空问答，最终还是迎来了正式“停摆”。

1月14日，字节跳动旗下知识付费项目悟空问答发布公告称，悟空问答APP将于1月20日起从各大应用商店下线，2月3日起停止运营，关闭服务。届时，悟空问答APP将无法注册、登录、发布内容、查看已发布内容及查看其他人发布的内容。

当日，字节跳动方面表示，悟空问答APP停服后，问答产品以头条问答的形式继续运营。该APP中的收益、粉丝、内容、收藏等都将迁移至今日头条APP及头条号后台和悟空问答PC端，创作者可转移至今日头条APP、头条号后台和悟空问答PC端继续进行创作。

值得注意的是，就在一周前，1月6日，字节跳动旗下另一款知识付费产品好好学习也发布通知称，因业务调整，好好学习软件及相关服务将于2021年1月20日停止运营，未到期的会员服务、付费内容、未提现余额等事宜，及与之相关的权利与义务，将迁移至授权绑定的头条账号。

好好学习相关负责人在当时曾回复时代周报记者称，该业务下线属于正常业务调整。

对于字节跳动来说，两款知识付费产品回归今日头条的原点，并不仅仅宣告了字节跳动在知识付费赛道的

暂时“折戟”，也映射出了知识付费泡沫消失后，一部分退潮者的影子。

而根据艾媒咨询数据显示，在2020年新冠肺炎疫情影响下，知识付费行业发展进程加快，行业整体市场规模有望加速扩大，预计到2021年将增长到675亿元。

行业洗牌之下，如今的知识付费赛道正在逐渐步入“大浪淘沙”后的稳定期。

两次“折戟”

“当一个互联网产品门槛足够低，头部开始有变现案例出现的时候，都会经历一个劣币驱逐良币的过程。知识付费产品也一样，从精品原创内容打磨上线，用户涌入，到流水化洗稿加工上线；用户疲惫，从而活跃度降低，打开率降低。这是2018年后，知识付费赛道沉寂的一个重要原因。”1月14日，互联网知识付费平台罗辑思维、凯叔讲故事的联合创始人史洁在接受时代周报记者采访时说道。

字节跳动其代表了一批次知识付费的早期入局者。

在2017年，字节跳动将旗下头条问答升级为悟空问答，为后者设立了独立APP和PC端的字节跳动。

在此之前，根据今日头条在2017年3月公布的数据，头条问答的用户每天能够在平台上提出1万多个问题，回答评论数高达10万余条，日累计浏览量超过1.5亿次。

悟空问答的问世让字节跳动更

有底气在问答社区领域与当时的知乎作对标。

在2017年的今日头条创作者大会上，今日头条高级副总裁赵添就表示，计划2018年向悟空问答投入10亿元补贴答主，签约至少5000名答主。

在线下，悟空问答与知乎同步开启了“抢人大战”，有媒体报道称，在字节跳动重金押宝悟空问答之际，先后有超300位知乎大V被挖角至悟空问答。

字节跳动创始人张一鸣更是站出来在悟空问答上表示：“知识应该分享的，我们只是鼓励创作。一如既往，我们会覆盖长尾，从《阳春白雪》到《下里巴人》，只是要做好匹配。”

最风光时，QuestMobile的报告显示，悟空问答在2017年10月MAU达到了121万，接近百度百科的159万。

但正如当前所有依靠高额补贴获得初始流量的互联网产品一样，当平台补贴力度下降，维系用户留存度就成了难题。

一位靠近知识付费行业的不具名人士向时代周报记者表示：“问答社区其实是十分注重社区氛围和问答质量的，盲目拉来的非目标用户，不仅破坏了社区氛围，还给后续发展埋下了很大隐患。”

2018年，字节跳动称，内部对问答业务的优先级进行了调整。随后悟空问答被并入微头条，短暂的高光时刻逐渐蒙尘。

另一边，同样与2017年上线的好

好学习，作为字节跳动孵化的第一款教育产品，好好学习内容涵盖情商、效率、职场、亲子、情感、理财、育儿等多个领域，其剑指知识付费的目标也更为直接。

但该产品上线不久后，知识付费概念遇冷。

随后两年，团队的持续调整和动荡，使其发展迅速滑坡，最终远离知识付费赛场。

曾参与多个知识付费产品运营的业内人士李勤（化名）告诉时代周报记者，相比于垂直类平台，获客成本高，复购率低等问题是综合类平台在这场竞争中往往会遇到的问题。

产品、模式升级中

而与字节跳动对知识付费产品的下线相反，2020年疫情影响下，知识付费在“冷静”了两年后，反而迎来了行业回暖。

艾媒咨询发布的《2020年中国知识付费行业发展专题研究报告》显示，目前中国知识付费平台以综合类（百度、今日头条、豆瓣、知乎等）、垂直类（得到、混沌大学、千聊等）、音频类（喜马拉雅、荔枝、蜻蜓FM等）为主。其中，产品主要以社区问答、内容打赏及付费社群等业务模式为主，广告、打赏、会员等为辅助盈利渠道。

具体到产品上，这一年利好消息不断。

得到母公司北京思维造物信息科技股份有限公司向深交所递交招

股说明书，拟挂牌创业板，欲成为知识付费第一股；知乎首度披露月活跃付费用户数超250万，集音视频课程、电子书、期刊杂志、论文库、盐选专栏的高价值付费内容库总内容数超过300万，年访问人次超过30亿；百度文库上线“知识店铺”，加码知识生态服务建设……

与此同时，相比于2017年左右的初期形态，如今的知识付费赛道呈现出了新的样貌。

李勤向时代周报记者介绍称，当前在布局方面，很多平台、公众号、IP制作的知识付费产品更聚焦于垂直领域，不再像行业初期，各家只是单纯地推出课程。

“垂直领域聚焦就意味着在课程之外，会为用户配套后续更深入的课程，以及作业点评、社群等服务，部分大品类还会配合互联网产品，比如小程序等来抓住垂直人群，提供更专业的服务。”李勤表示。

这也为更多知识付费创作者提供了新的思路。

在2020年上线了自己知识付费内容的史洁认为，当前，知识付费的新入局者需要遵循行业内的五个新趋势，包括将内容从焦虑导向转向满足大众日常内心需求导向；在形式化内容潮水褪去后，坚持打造原创内容；表现形式从单一的音频转向多维度表达；加强整体平台的精细化运营，提供专属内容服务；提高讲师的入场门槛，打造讲师IP化。■

TECHNOLOGY · 科技

富士康大举招兵买马 汽车产业版图渐成形



时代周报特约记者 易扬 发自广州

1月13日，富士康科技集团（以下简称“富士康”）与浙江吉利控股集团有限公司（以下简称“吉利控股”）共同签署合作协议，双方将成立合资公司，为全球汽车及出行企业提供代工生产及定制顾问服务。

据媒体透露，除吉利控股董事长李书福外，原本只是居中牵线的富士康创办人郭台铭也出席了此次签约，可见后者对该合资公司以及未来业务发展的重视。

目前，富士康在汽车业务上动作不断。1月15日，前蔚来执行副总裁郑显聪被曝加盟富士康，并被任命为电动汽车平台首席执行官。

同日，富士康相关人士向时代周报记者确认了上述人事信息。此外，记者还就造车业务是否成为富士康的主要战略等问题采访上述人士，对方

表示，3+3是富士康的长期发展策略，包括“电动车、数字健康、机器人”三大新兴产业以及“人工智能、半导体、新世代移动通信”三项新技术领域。

不过，在苹果、百度等相继宣布造车之后，原本就拥挤的赛道竞争更为激烈，在造车业务上较传统车企没有相关经验的科技公司，又能有多少胜算？

1月15日，有业内人士告诉记者，智能汽车时代，科技公司以自己供应技术方案和智能驾驶生态系统原型等方式切入，但后续产品化方面工作量还很大，这也是科技公司能够进入，但成功就存在不确定性的分水岭。

入局汽车业早有迹象

事实上，富士康除了此次和吉利控股的重磅牵手以外，此前与拜腾的项目合作也引发了极大关注。

1月4日，拜腾汽车与富士康、南京经济技术开发区签署战略合作框架协议，表示将合力推进拜腾新能源车产品量产，这也被外界认为是富士康对拜腾的纾困之举。

去年6月，拜腾汽车宣布，中国区所有公司将自7月起，开始为期六个月的停工停产，以推进公司战略重组，此后虽然有拜腾将重启的传闻，但公司发展仍未有实质进展。

到了今年1月，富士康就被传将向拜腾注资2亿美元，并推进其首款M-Byte车型量产，虽然双方具体合作事项并未披露，但1月4日双方协议的签署，也进一步说明了富士康在汽车产业的布局正在逐渐深入。

而在更早的2010年，富士康就承接了特斯拉连接器、触摸屏等零部件的代工业务；同一年，富士康还曾与和谐汽车等组建电动汽车企业和谐富腾，不过由于战略方向不一等原因，

富士康最终退出了该公司；到了2013年，富士康还为奔驰、宝马等知名汽车品牌提供汽车电子设备等。

和上述涉猎汽车产业不同，在特斯拉、蔚来等新势力车企颠覆现有汽车产业格局的情况下，新的行业机遇期来临，富士康和众多科技巨头面对着万亿智能电动汽车市场，也开始瞄准时机全力出击。

多位业内分析人士对记者表示，随着智能电动车时代来临，作为一家在ICT产业拥有智能制造优势的巨头来说，富士康想要分一杯羹实属正常。

“智能汽车产业市场量巨大、产业链超长，只要是有一定基础和眼光的企业都会进入，富士康本身就是高科技代工为主的公司，绝不会缺席。”1月15日，自动驾驶专家、武汉理工大学副教授杨胜兵告诉时代周报记者。

此前，富士康科技集团董事长刘扬伟就表示，公司希望在2025—2027年间占据电动车市场10%的份额，并已与多家汽车制造商就未来的合作进行了谈判。

志在代工？

值得注意的是，在与吉利控股的合作中，富士康表示，将为全球汽车及出行企业提供代工生产及定制顾问服务。

在涉及的具体领域上，包括但不限于汽车整车或零部件、智能控制系统、汽车生态系统和电动车全产业链全流程等。此外，对于合资公司未来的分工模式，富士康相关人士告诉时代周报记者，公司将导入ICT（信息与通信技术）分工模式，帮助客户企业超越现有汽车产业模式。

从目前公开的相关信息看，富士康入局汽车业或志在代工，相比各大车企对于整车制造的意图并不明显。

对于富士康在汽车业代工的前景，1月15日，全国乘联会秘书长崔东树告诉时代周报记者，富士康本身在智能制造领域拥有一定优势，此前虽并未深度涉及汽车制造，但此次牵手吉利控股代工，可以将自己累积的科技优势等转化在这个领域。

事实上，不造整车，仅作为智能汽车解决方案或技术供应商本就是分散风险的方法之一。其次，如何选择自己的优势切入汽车这个超长产业链中，更加考验决策者的定力。

正如华为意欲通过其全栈智能汽车解决方案，对标计算机领域的“Intel Inside”，打造汽车界“Huawei Inside”，而富士康同样希望能够成为电动汽车界的Android。

杨胜兵也向时代周报记者表示，富士康可能不会真造车，即使造车失败也要力争成为造车的关键部件代工主力，毕竟富士康高科技代工是有口碑和实力的，通过这种方式进来是必要的。

目前，富士康的造车事业已开始迈入深水区。在去年10月，富士康与裕隆共同发布了“MIH EV开放平台”，并表示将在2024年推出固态电池。同时，该平台的软件、硬件还将对其他汽车公司开放。

富士康方面则告诉记者，作为实现MIH开放平台第一步，首款EV Kit预计于今年1月正式对外公布硬件规格及软件接口。根据最新进展，EV Kit工具平台提供的软件沟通接口以及硬件系统架构，包括纯电动车平台全速域线控、开放的通信协议及CAN架构等将在4月底开始交货。

虽然富士康正加紧在上述智能汽车细分领域的攻势，但在华为、苹果、百度等科技公司的共同追击下，富士康能否突围，仍有待时间检验。■

国美追赶错失的黄金时代： APP更名“真快乐”转型新零售



时代周报记者 周逸斐 发自北京

今年34岁的国美，在不断向外释放探索零售新业态的信号。

1月11日，上线近10年的“国美”APP正式更名为“真快乐”，产品定位也由“电商”更换为“娱乐社交”。目前，“真快乐”的商标状态为“商标申请中”。此次更名，是2021年国美首个业务方面的大改革，也是国美在社交电商方面的再次尝试。

国美解释称，“真快乐”是国美零售集团紧扣“平台化”和“娱乐化”升级重点的战略落子和关键动作。

与此同时，资本市场也发生异动。国美零售（00493.HK）一改此前在0.92港元/股上下浮动的股价走势。自1月11日新版上线到1月13日，国美零售股价迅速拉升，盘中最高升至1.09港元/股，破3个月内新高。截至13日下午收盘，国美零售股价收于1.07港元/股，涨11.46%，总市值超过230.6亿港元。

时代周报记者观察发现，除更名外，“真快乐”客户端Logo的颜色、形象均已更新：吉祥物“小虎”和“真快乐”三字成为主要展示元素。在功能方面，真快乐APP新增加“视频导购”功能和抢购、拼团等新玩法，用户可直接进入附近门店购物，线上咨询门店店长和导购。商城的商品种类、低价力度和九九会员权益与此前“国美”APP相比，也均提升了营销力度。

一位零售行业的券商分析师在接受时代周报记者采访时认为，国美此次推出“真快乐”APP，大力进军娱乐化零售新赛道的信号较为明显。娱乐和零售结合的这一创新零售模式，有可能开创一种新零售业态，“未来资本市场的表现值得期待”。

1月13日，记者就上述情况与国美联系，并进行求证。其相关负责人回应，国美会按照计划继续推进工作。

更名背后的“摩斯密码”

国美发力探索新零售模式，不只是APP改名这一动作。

2020年，国美便多次释放尝试零售娱乐化路线的信号。例如，联合央视新闻推出的“买遍中国”直播带货；头条号改名为“国美真快乐”；34周年庆在抖音发起#快乐发动心愿舞挑战赛#有奖趣味活动；国美真选强势入围微博年终大话题#趋势大赏#；注册“真快乐”“哎呦喂”“乐呵盒”等多家新公司。

一位关注零售行业的资深专家向时代周报记者解释称，大企业储备、注册多个新公司品牌后，通常会选择把公司主品牌与业务品牌进行区隔，打造成一系列品牌组合的业务矩阵。比如，字节跳动旗下分别有头条、抖音、西瓜、火山等多个子品牌。

上述专家还补充道，零售娱乐化路线是国美打破电商天花板的差异化方法。此次国美重新定义APP名称并且注册多个娱乐属性的品牌名，或是标志国美“家·生活”战略第二阶段已进入加速通道，预计未来还会有大动作发生。

国美零售CFO方巍曾在2020年8月表示，国美已完成第一阶段“家电垂直领域行业领先”目标，快速开展“家·生活”战略第二阶段——线上线双平台发展。主要以线下实体店为中心，利用线上“网格化社群”运营形式，为周边3—5公里社区提供服务。

一名接近国美的知情人士表示，真快乐APP是国美重点打造线上线双平台的重要一步，未来或成为贯

通国美线上、线下平台的重要载体。

事实上，国美成立34年，此次“改名”并不是第一次。2017年，国美将“国美电器”改为“国美零售”，业内均解读为，是国美从单一电器经营转向全品类零售业务的一次升级。

多位零售从业者认为，此次“国美”APP更名等一系列“年轻化”动作，也具有标志性意义。

破圈动作不断

全国家用电器工业信息中心发布的《2020年中国家电行业三季度报告》显示，位居前三位的苏宁、京东、天猫，分别占据电零售市场主要渠道份额的23.3%、15.4%和9.7%。国美名列第四，市场份额为5.6%，尚不到苏宁的1/4。

2002年，国美就成立电子商务部，并于2003年1月试运营国美网上商城，率先推出“B2C+实体店”融合的电子商务运营模式，主营家电类产品。同年，淘宝未上线，京东仍主攻线下实体业务。三年后，国美网上商城营收涨至4亿元，但自此开始，这一数据的增长陷入停滞，电商发展也陷入瓶颈。

但彼时，国美把线下门店销售作为集团收入的主要来源，不断开设更多线下门店。与之相反，苏宁从2010年开始由线下向线上移动端全力转型，以京东、天猫为代表的互联网电商平台，也迅速崛起。

据媒体报道，一位国美前员工曾表示，国美高层一直想大力发展电商业务，但即便几位高层亲自操盘，收效也不大，加之电商头部效应明显，国美电商业务的发展不温不火。

2019年财报显示，国美线下零售收入占比83%，线上占比17%，远低于我国家电行业的电商化市场水平。《2020年上半年中国家电市场报告》

显示，目前我国家电的线上渠道零售份额，占整体家电零售额的51.84%。

对于自身的电商与线上发展问题，国美开始尝试与外部深度合作——先后与拼多多、京东达成战略合作。2020年8月，国美与京东达成300亿元人民币联合采购，成为2020年以来，由零售平台发起的最大规模家电和消费电子行业采购案例。同时，国美还引入京东的包括家装、生鲜、日用品在内的2万+SKU非家电商品，促进国美全品类销售。

虽错失互联网时代，但国美在各领域并非没有动作。

2016年开始，经过一系列的重构和整合，国美旗下的线下零售、互联网、智能家居/家电、智能手机、金融投资、地产六大业务板块逐步成形。其中值得注意的是，国美在电商领域的动作，除了家电产品，国美还进军家装领域，布局“家·生活”战略。与此同时，开始发力社交电商，提出“蜂巢式变革”行动，推出“美店”产品。

此外，2020年各大巨头纷纷下场参与的热门风口——社区团购，国美也有亲自入局。

据媒体报道，2020年6月，国美在北京市通州区开设首家社区超市——美+生鲜生活超市，主打瓜果蔬菜及相关快消品。针对周边居民一日三餐的高频次消费，通过社区团购和上门配送方式，打通线上线下运营。方巍也表示，若这一模式运营成熟，国美将在全国范围内进行复制运营。

一位资深零售行业人士向时代周报记者感叹，与国美战略布局方向一致，国美确实正在围绕“社交+商务+分享”，构建一个线上线双平台的生态圈。但“国美”这个品牌，2021年却将消逝在互联网上。■

奢侈品电商第一股拟退市 寺库股价三年下跌超七成

时代周报记者 陈婷 发自上海

股价下跌、估值下滑，奢侈品电商第一股寺库(SECO.NASDAQ)正面临或将退市的尴尬处境。

截至1月15日收盘，寺库报收2.86美元/股，与2017年9月22日上市时比，股价已跌去76.36%。

1月11日下午，寺库宣布，该公司董事会已收到该公司创始人、董事长兼首席执行官李日学发出的初步且无约束力私有化建议书。

李日学提议，以每ADS3.27美元（相当于每股A类股6.54美元），总价约2.3亿美元的现金收购公司全部已发行、李日学及其附属尚未拥有的A类普通股。

若收购完成，寺库将从纳斯达克全球市场退市，成为一家私人持股公司。目前，寺库董事会已成立一个特别委员会，对私有化提议交易进行评估。

1月14日，就寺库今后的发展规划等问题，时代周报记者致函寺库，截至发稿尚未获得回复。

同日，透镜公司研究创始人况玉清告诉时代周报记者，寺库退市原因或与目前估值过低有关，“不排除先私有化退市，之后寻找机会回国上市的可能。国内的估值水平大概率高于美股”。

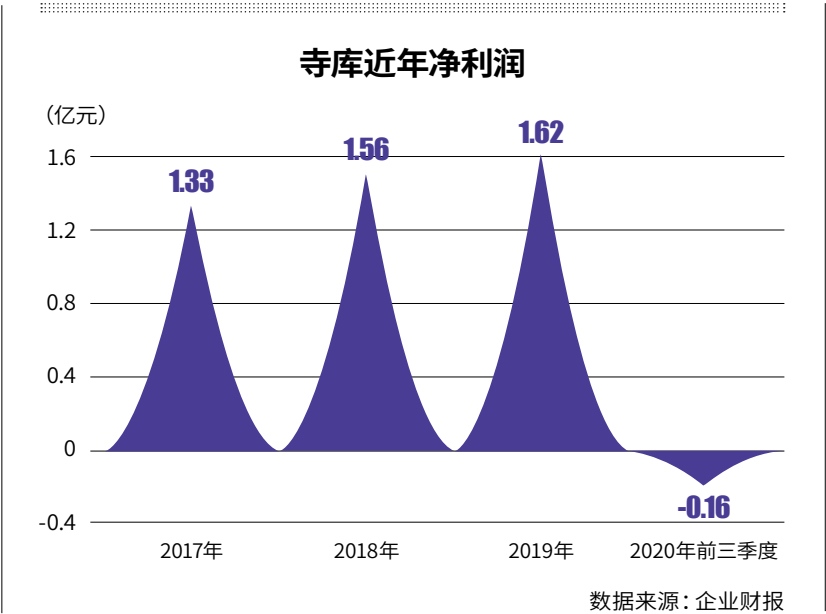
截至1月15日，寺库收盘价2.86美元，市值为2.02亿美元。

无论退市与否，寺库面临的局面都不乐观。1月15日，有业内人士向时代周报记者表示，寺库面临定位模糊、用户增速持续放缓和赛道竞争激烈等诸多困境。

财报显示，2020年第三季度，寺库营收为13.73亿元，同比下滑29.3%；净利润为2080万元，同比下滑66.5%，环比增长252.5%。

已遇增长瓶颈

寺库的退市与其发展走势不无关系。



成立之初，寺库做的是二手奢侈品寄卖生意。

2013年开始，寺库宣称自己是“高端消费服务平台”。直到2017年，寺库形成了四大核心业务板块。

2017年，寺库业绩增长迅猛，营收37.4亿元，同比增长44.21%，净利润1.33亿，同比增长399.3%。

好景不长，2017年后，寺库的增长便持续减速。2017—2019年，寺库净利润分别为1.33亿元、1.56亿元和1.62亿元，增长率分别为399.3%、16.59%和3.94%。

活跃用户数上，寺库也遇到增长瓶颈。

财报显示，寺库2020年第三季度活跃用户为51.87万。2020年Q1—Q3寺库活跃用户增速分别为11.5%、9.2%、7.5%。

2020年前三季度，寺库营收36.85亿元，同比下降23.69%，亏损1582.60万元，同比下降113.42%。

1月14日，易观分析流通行业分析师陈涛告诉时代周报记者，在全球疫情影响下，民众收入和消费习惯受到影响，对奢侈品的消费需求也就相应

减弱，“这或在一定程度上影响了寺库的业绩”。

即便没有受到疫情影响，寺库的成长空间依然受到外界质疑。

“奢侈品类垂直电商的发展空间和用户数量密切相关。相较于整体的消费者群体，奢侈品的消费群体本来就属于小众群体，寺库的成长空间也因此受限。”陈涛表示。

缺乏护城河

目前，在“高端消费服务平台”的定位上，寺库已有诸多布局。

官网显示，截至目前，寺库已在中国内地、中国香港和马来西亚等地的热门购物目的地和中央商务区开设6个线下体验中心。

2013年，寺库便开始布局跨境业务，在多地建立保税仓库。目前，在中国部分城市，已实现“2小时极速达”。

此外，寺库还与Prada、LANVIN、Valentino等顶级国际品牌达成合作，并不断扩充自身的产品线。2020年9月，寺库与中国著名的白酒品牌贵州茅台建立直接合作关系。作为合作的一部分，53度的飞天仙子茅台已在寺

库面市。

1月14日，网经社电子商务中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青告诉时代周报记者，寺库并非没有自身优势，“在奢侈品电商领域深耕多年，寺库在渠道等方面积累了资源，形成自己的体系”。

尽管如此，上述积累也很难称得上是寺库的护城河。

1月15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，奢侈品电商的门槛并不高，平台不可能与品牌达成独家代理等合作。在低价获得货品上存在难度，如果平台想要持续地高速发展，必须持续有价格竞争力。

赖阳表示，虽然垂直奢侈品电商在提供相关生活服务上有一定优势，但在相关服务的提供上，也容易出现

问题。

“如果找的是第三方机构提供鉴定等服务，为给会员一个好的服务价格，平台在其中难有利润空间。”赖阳表示。

值得一提的是，2019年9月，寺库曾因虚假宣传被北京市西城区市场监管局罚款30万元。相关处罚决定书显示，寺库拿不出材料证明其此前宣传的“全球超过80位顶级资深鉴定专家”的事实。

直播突围难

近年来，头部综合电商平台和奢侈品品牌的合作越发紧密，寺库受到的挤压也越发严重。

莫岱青提到，近年来，阿里、京东等巨头发力奢侈品市场，加上奢侈品品牌方也加速在中国的数字化进程，对奢侈品电商如寺库等来说是强大的冲击，众多玩家分羹奢侈品市场也削弱了寺库的优势。

据媒体报道，截至目前，已有超200个奢侈品品牌入驻天猫。2020年，Prada、巴黎世家、Gucci等奢侈品品牌，以及历峰集团旗下珠宝腕表品牌集中入驻。

重压之下，寺库试图通过直播模式突围。

2020年12月17日，寺库在北京打造的第一家奢侈品直播基地正式开业。基地共有三层，面积共计7000平方米，整个展区可容纳300位主播，将以“走播”+独立直播间等多种形式进行直播。

在垂直奢侈品电商附加直播这条路上，寺库同样面临众多竞争对手。

2020年2月，二手奢侈品直播电商渠道品牌“妃鱼”完成数千万美元的A轮融资。截至该年3月，妃鱼在全国近10个城市建立数十个直播间，自营主播近60位。

2020年12月，二手奢侈品服务平台“红布林”也完成了数千万美元B2轮融资，该品牌在公司内部成立MCN团队，从奢侈品从业者中挑选主播，给予内部培训。目前，红布林在抖音等平台皆设有直播账号矩阵，月GMV已破亿。

“直播从2020年开始就很火爆，众多电商入局分羹，寺库押宝直播也算是开拓了一个新渠道。但目前直播市场竞争激烈，已经被众多平台瓜分，寺库想要通过直播突围并不容易。”莫岱青说。

时至今日，寺库的奢侈品电商故事已经越来越难讲。

在上市第一天，寺库就从未被资本市场买账。公开数据显示，寺库IPO共发行850万美国存托股（ADS），发行价为每股13美元。上市第一天，寺库开盘价为12.1美元/股，以23.08%跌幅下行，最后报收于10美元/股。

此后，趣店曾试图与寺库抱团取暖，发展旗下奢侈品电商“万里目”。

2020年6月3日，趣店与寺库宣布，趣店以至多1亿美元的价格认购寺库最多10204082股新发A类普通股，相当于9.8美元/股。交易完成后，趣店持有寺库约28.9%的股份，成为第一大股东。

如今，随着寺库私有化的推进，趣店已然浮亏过半。■

Zara姊妹品牌悄然撤离 快时尚黄金时代一去不返

时代周报记者 李静 发自上海

灯火通明的上海七宝万科商场，几十家门店迎来送往。其中，有两家门店却悄悄撤离，白色的卷帘门紧紧拉下，封锁住了往日的繁华。

这两家分别是Zara的姊妹品牌Bershka、Pull&Bear。

“上周刚刚关店，现在商场只剩下了Zara门店。”1月13日，一名上海七宝万科商场工作人员对时代周报记者表示。

另一边的Bershka南京东路店还在营业，店员说还未接到关店通知。但店内随处可见的过季促销、“特价49元”标牌，都表明其亦随时可能“关门大吉”。

1月14日，Stradivirus品牌客服人员向时代周报记者透露，原本上海有5家Stradivirus门店，现在只剩1家。

近日，有媒体报道称，Zara母公司Inditex集团，计划在2021年年中之前，关掉旗下Bershka、Pull&Bear以及Stradivirus三个品牌的所有中国门店，只留下官网和天猫旗舰店等线上销售渠道。

“基于我们对中国消费者需求的不断分析，Inditex旗下的年轻品牌将着力加强其电子商务的发展。”1月13日，Inditex集团相关负责人对时代周报记者表示。

Zara姊妹品牌的撤离只是大形势下的一个缩影，近几年，国际快时尚品牌在中国市场出现明显动荡。2018—2020年，先后有New Look、Forever 21和Old Navy宣布退出中国市场，2020年Inditex集团也宣布大规模

关店计划。

冲击明显

所谓快时尚，是指通过优化供应链，缩短服装产品从生产到销售的周期，以较低的价格为顾客提供具有一定时尚性服装的经营模式。

头豹研究院报告显示，2008—2013年，国际快时尚品牌持续扩大在中国的业务布局，本土快时尚品牌纷纷涌现，行业快速发展，市场竞争日趋激烈。

2008—2012财年，Inditex集团在中国快速扩张，其中2012财年、2013财年净开店分别高达132家、121家。

“随着互联网消费兴起，消费者的选择范围更广；网红、国潮给消费者提供了更多高性价比的选择。”1月14日，可持持续时尚中国创始人、优意国际CEO杨大筠对时代周报记者表示，快时尚行业的发展从成熟期逐渐进入到了反思期。

在互联网消费的冲击下，“Zara们”的速度优势被大幅削弱。

1月14日，时尚商业顾问、评论人冷芸对时代周报记者坦言：“中国随便找个小电商，对方都会告诉你1—4周就可以上新款。Zara在中国的问题，主要还是来自于社交商业冲击，比如直播、网红品牌等。”

面对中国消费市场的变化，快时尚品牌受到不小冲击，纷纷放缓扩张脚步。

更为糟糕的是，地产商也在对快时尚品牌产生压力。

随着快时尚品牌在品质和价格上均失去优势，在购物中心的议价能力也大不如以往。

2017年Forever 21就因难以承受高达1400万元的租金而关闭在香港的旗舰店。

Inditex在进入2018财年后，其中中国门店也开始收缩，2018财年Inditex中国净开店为-27家，2019财年为-4家。

对快时尚品牌来说，“开一家火一家”的黄金时代已成为历史，2020年疫情的影响，更加速了国际快时尚品牌的退出。

2020年3月，GAP旗下Old Navy宣布正式退出内地，品牌Esprit也于去年5月底全面关闭中国市场门店。

调整自救

值得注意的是，国际快时尚品牌的接连撤退并不代表中国快时尚服装市场没落，反观优衣库、太平鸟等品牌近年来在中国市场的发展，依旧可圈可点。

国金证券研究所统计，优衣库母公司迅销集团的中国业务占比由2014财年的9.9%，增长至2018年的16.3%。尤其是2018财年，在其他几家快时尚品牌中国市场业务占比下滑时，优衣库中国业务依然高歌猛进。

1月14日，迅销集团发布2021财年第一季度报告。报告显示，2020年9月1日至2020年11月30日，迅销集团大中华地区录得收益1528亿日元，占收益总额的24.7%，中国大陆市场收益增长，同时溢利也大幅增长。

从快时尚品牌众生相来看，快时尚品牌并非活不下去，而是当中国消费市场进入新发展阶段，市场开始重新洗牌。

目前，留下来的快时尚品牌也在不断调整，拥抱数字化、在线化、与直



值得注意的是，国际快时尚品牌的接连撤退并不代表中国快时尚服装市场没落，反观优衣库、太平鸟等品牌近年来在中国市场的发展，依旧可圈可点。

播带货，试图进一步优化运营模式，建立新的竞争壁垒。

在冷芸看来，Inditex集团关闭Zara姊妹品牌线下店铺，正是希望加大线上业务占比。

“通过运用直播、微信小程序等社交平台，以及我们的线上店铺，这些针对年轻受众品牌的电商业务将实现成倍增长。这就需要我们进一步加强创新和加快技术更新，从而为消费者提供最佳的购物体验。”上述Inditex集团负责人向时代周报记者如此解释。

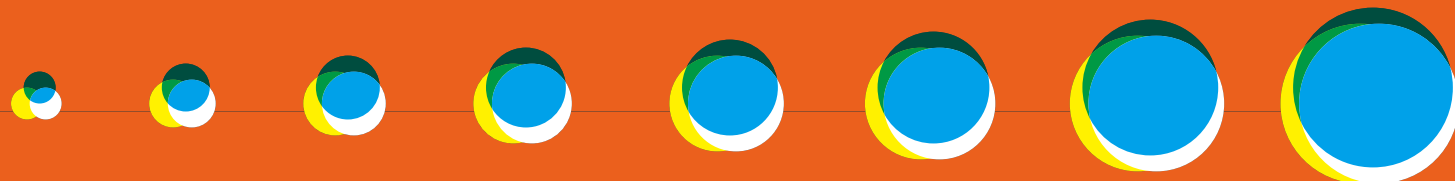
此外，为适应中国消费市场变化，优衣库、Gap、H&M也频频推出联名产品，吸引年轻消费者。

优衣库通过“有明计划”，将设计、生产、制造、销售各个环节都导入数字化，向“数字消费零售公司”转型。

Inditex在2020年一季度报告中也指出，数字化、线上线下业务整合、可持续发展将成为接下来公司发力的3个关键领域。Inditex在线的销售占比将从2019年的14%上升至2022年的25%。

冷芸表示：“Inditex在组织、数字化基础、供应链、现金流等基本面上依然很好。他们只是需要时间把重心从线下调整到线上，并且更加靠近用户，利用用户数据来反推产品开发，而不是到世界各地看看秀来决定开发什么新款。”

“这种国际一线品牌无论是品牌价值，数字化基建，还是对行业发展的前瞻性都不是一般网红品牌可以轻易替代的。所以未来女装依然是高度分散的行业，谁都难以替代谁。”冷芸说道。■



数 据 有 趣

观 点 有 力

l m t t e e r r e e s s t t i i m g g

D A T A

P o w e r f u l

O p i n i o n



时代数据

千亿房企现高管离职潮：行业一年变动近600起

时代周报记者 刘婷 发自深圳

2020年，年销售规模达到千亿元的房企数量增加至43家。2021年，在行业集中度提高和“三道红线”等外部压力下，千亿房企需要适时调整内部组织架构，一场大规模的人员洗牌在所难免。

近期，千亿房企职业经理人高频变动引发业内关注。2020年12月31日，龙光集团(03380.HK)发布董事变更公告，吴剑辞任龙光集团执行董事及所有职务；1月4日，荣盛发展副总裁张志勇提出离职申请；正冲刺千亿目标的实地地产和三巽集团(002146.SZ)等房企，也出现总裁离职潮现象。

1月12日，亿翰智库事业合伙人、可研智库创始人贾春晖对时代周报记者分析道，从行业发展角度看，近年来，增量开发的难度不断增大，房地产调控政策力度持续加强，叠加“三道红线”有效引导，行业走过高利润周期，进入高质量发展阶段。行业环境的变化，促使职业经理人流动。

时代周报记者注意到，不少房企职业经理人离职后仍会保留“合伙人”身份。

张巧龙辞去彰泰集团董事长兼总裁职务后，转为事业合伙人与原企业合作。刘森峰辞去实地集团副董事长兼总裁之后，保留“实地集团高级事业合伙人”身份。

1月8日，明源地产研究院存量地产首席研究员艾振强对时代周报记者表示，进入管理红利时代，高阶职业经理人或已不甘心只做“打工仔”，而想“自起炉灶”。

他认为，当土地红利、杠杆红利减少，管理红利成为主角，高水平管理人才将十分稀缺，职业经理人以“合伙人”身份与企业合作或成为趋势。

千亿房企增速放缓

克而瑞研究中心数据显示，2020年千亿房企数量达到43家，较2019年增加9家。新晋千亿房企分别为：龙光集团、新力控股、首开股份、时代中国、华发股份、中骏集团、合景泰富、中骏集团和新希望地产。

无论是规模增速还是目标完成情况，2020年千亿房企的表现都不及往年。

克而瑞研究中心通过研究45家规模上市房企发现，截至2020年11月末，规模上市房企的全口径业绩增速从2019年的19%放缓至11.2%。45家企业中，28家房企增速有明显放缓，5

家房企业绩转向负增长。

另据媒体统计，2020年，千亿房企的平均销售额同比增长17.5%，低于2019年的25.8%。

2020年，受新冠肺炎疫情影响，不少企业主动调低目标增速。

尽管如此，部分千亿房企仍未能完成销售目标。

从中房网监测的45家房企销售情况来看，目前已公布2020年度销售目标达到或超过千亿元以上水平的房企有29家，这29家千亿级房企的销售目标完成率均值为106.81%，低于纳入统计范围的45家房企平均水平0.58个百分点。

规模竞争加剧，适时调整组织架构才能可持续发展。

过去一年，千亿房企频频进行组织调整，包括整合区域、设立双总部和调整内部管理机构等。

2020年，美的置业华北区域正式升级为中部区域，布局3省7市34盘全新格局；佳兆业集团设立北京总部，实行深圳、北京双总部战略；荣盛发展则对公司内部管理机构进行调整，调整后的内部管理机构有董事会办公室、技术中心、工程中心、融资中心、人力资源中心等。

600起高管人事变动

组织架构调整与重建过程中，地产人职业焦虑陡增。

可研智库联合和讯网发布的《地产人生存状况调研报告》显示，2020年，79.69%的调研对象表示，公司经历了管控架构层级的调整；72.97%的调研对象表示，公司进行了区域裂变或区域兼并；65.65%的调研对象表示，其所在部门或公司2020年进行了裁员或变相裁员。

时代周报记者不完全统计，2020年房企共发生近600起高管人事变动，包括免职、职务变动和转岗等。转会名单中，千亿房企职业经理人最为瞩目。

2020年12月31日，龙光集团发布董事变更公告，吴剑因决定投入更多时间处理个人事务，辞任龙光集团执行董事及所有职务，自2021年1月1日起生效。同时，董事会委任钟辉红为龙光集团执行董事。

1月4日，荣盛发展发布公告称，公司董事会接到张志勇提交的书面辞职报告，因工作调整，张志勇请求辞去其担任的公司副总裁职务。张志勇辞职后，将不在荣盛发展及控股子公司担任职务。

此外，彰泰集团董事长兼总裁张



巧龙、实地地产总裁刘森峰、三巽集团总裁王本龙都在2020年年底辞去总裁职务。值得注意的是，彰泰集团、实地地产和三巽集团都曾提出冲刺千亿规模目标。

对于千亿房企职业经理人离职潮，贾春晖认为主要有两方面原因。

一方面，千亿规模的企业已进入50强，有更高的规模诉求。越是规模化的企业在组织优化上的思考越是专业性强，布局更深远，这种情况下也会促进职业经理人的流动。由于行业集中度越来越高，偏向头部企业的竞争态势越来越强，企业发展速度越来越快，千亿房企对组织变革和人才提升有更高要求，这是促使职业经理人流动的原因之一。同时，这也会带动行业进入优秀职业经理人有序流动的良好性循环。

另一方面，进入千亿体量的企业，已经有了成熟的管理经验和业务经验。这批职业经理人已拥有行业头部企业的管理经验。此时，千亿房企的职业经理人向中小房企跳动，可以把好的管理经验带到中小房企中去。

贾春晖认为，当职业经理人拥有一定管理经验后，身价和地位都有所提高。全国化进程中的企业需要有经验的职业经理人加入，因此会开出更高条件或给出更高职位。

仍保留“合伙人”身份

不少房企职业经理人离职后仍



“以事业合伙人的方式能让职业经理人与公司老板站在相同的立场上经营公司,让公司在一定周期里发展更稳定。”贾春晖认为,事业合伙人的设置,对公司和职业经理人而言,都是利好。

会保留“合伙人”身份。

这一现象最早出现在明星经理人陈凯身上。

2020年2月，陈凯辞去中南置地董事长，但仍以合伙人的身份继续参加中南养老和中南菩悦管理平台的管理工作。2020年3月，陈凯加盟新力控股，获委任为联席董事长、行政总裁。2020年9月，陈凯辞去新力控股联席董事长、行政总裁兼执行董事职务，但仍保留“合伙人”身份。

张巧龙从彰泰集团离职的方式颇为微妙。彰泰集团对外表示，张巧龙即将由经理人的身份转为事业合伙人的身份，双方将以更紧密的方式继续合作。

这与“打工皇帝”刘森峰离开实地集团的方式相似。实地集团表示，由于需要腾出更多时间专注发展自己创办的新基业集团，刘森峰辞去实地集团副董事长兼总裁，升格为集团高级事业合伙人。

对此，贾春晖认为，当职业经理人发展到一定高度，会在职业发展上有更高追求。

他认为，此时企业通过股权激励、期权激励等激励制度，可更深层次地绑定职业经理人，契合职业经理人的发展诉求。事业合伙人，便是中长期激励的形式之一。

“以事业合伙人的方式能让职业经理人与公司老板站在相同的立场上经营公司，让公司在一定周期里发展更稳定。”贾春晖认为，事业合伙人的设置，对公司和职业经理人而言，都是利好。

贾春晖表示，职业经理人离职后仍可以用事业合伙人身份与原公司进行多种合作。若职业经理人自主创业，新公司某个板块或许和老东家合作，如代建、互相投资等业务。此时，职业经理人和企业还存在互相投资和合作的关系，这种情况下便可能保留事业合伙人的身份。

1月8日，艾振强对时代周报记者表示，与直接辞职相比，保持“合伙人”身份能让企业的经营管理平稳过渡。此外，进入管理红利时代，高阶职业经理人跟房企之间将由具体执行的管理者、打工仔，转变为合作关系。

“进入管理时代，个人能力作用变大。中小房企高薪挖职业经理人，正是看重他们个人的能力和资源，希望职业经理人带领企业走上新台阶。反过来，高阶职业经理人可能已经不甘心只做打工仔，想自己当老板。”艾振强认为，职业经理人转为事业合伙人，是能够兼容各方诉求的妥当安排。■

新希望服务港交所递表 2021年上市物企预计突破70家

时代周报记者 胡天祥 发自广州

1月13日，刘永好家族控股的新希望服务，赴港冲刺IPO。

作为2021年第一家递表的物业公司，新希望服务的体量在行业内并不算大。

招股书显示，截至2020年12月31日，新希望服务在管楼面面积约1020万平方米。

克而瑞数据显示，2020年TOP100企业在管面积门槛值达1.87亿平方米，TOP100在管面积的门槛值达到1386万平方米。

新希望服务递表之际，1月15日，荣盛发展旗下荣万家(02146.HK)正式在港交所上市交易，成为2021年第一家在港上市的物业服务企业。同日，宋都服务发布售价及配发结果公告，预计1月18日上市。

中国指数研究院指出，无论从估值、排期还是品牌影响来看，香港主

板市场未来依然是物业服务企业上市首选。预计到2021年年底，上市物业服务企业有望突破70家。

“随着A股上市门槛放宽，港交所门槛不一定再比A股宽松。”1月15日，汇生国际融资总裁黄立冲告诉时代周报记者，不过，对于物管企业来说，目前登陆A股依然不易。一是监管部门希望在A股上市的物管企业，是一家由外资控股的外商投资企业；二是监管部门认为物业管理公司实际仍属于地产公司。

第三方项目收入占比不足1%

从营收构成上看，新希望服务的发展过于依赖母公司新希望集团。

招股书显示，2018—2020年前9个月，新希望服务的营业收入分别约为2.58亿元、3.81亿元和3.68亿元，相应的净利润分别为4110万元、6400万元和7940万元。其中，新希望服务向新希望集团提供服务产生的收入分别为6290万元、1.36亿元、1.37亿元，

分别占公司总收入的24.4%、34.8%及37.3%，占比逐年增多。

具体到物业管理服务收入，2018—2020年9月，新希望服务来自新希望房地产集团(下称“新希望地产”)开发，或新希望地产的合营企业或联营公司开发的项目提供物业管理服务的收入，分别约为1.107亿元、1.336亿元、1.165亿元，分别占总收入的95.1%、95%及90%。

在管面积上，2018—2020年9月，新希望服务的在管楼面面积中，分别有83.4%、86.9%及79.8%由新希望地产开发，以及分别有13.8%、10.6%及13.3%由新希望地产的合营企业或联营公司开发。

值得注意的是，新希望服务来自独立第三方的项目在2019年以前均为零，直至2020年前三季度，来自独立第三方的项目数量突破至2个，在管楼面面积为36万平方米，收入39.6万元，占比0.3%。

新希望服务亦在招股书中披露

其中的风险，称新希望地产的业务或财务状况或其开发、维护物业的能力，如有任何不利发展，对公司向其获得新物业管理服务合约的能力可能产生重大不利影响。此外，公司无法保证与新希望地产订立的所有合约于期限届满时能成功续期。

物企掀上市潮

1月15日，荣万家于港交所主板上市。截至当日收盘，荣万家报收12.36港元每股，总市值约46.5亿港元。

招股书显示，截至2020年6月30日，荣万家共管理272个物业管理项目，总在管建筑面积为5240万平方米，订约管理380个物业管理项目，总合约建筑面积为8060万平方米。

营收方面，2020年上半年，荣万家实现总营收7.65亿元，利润及综合收益总额1.048亿元。

宋都服务预计1月18日上市。

其招股书显示，截至2020年6月30日，宋都服务在全国的14个城市设

有9间附属公司及15间分公司，向33项物业提供物业管理服务，在管总建筑面积约为640万平方米。2019财年，公司实现营业收入2.2亿元，净利润3511万元。

此外，禹州集团旗下禹佳生活服务、融信中国旗下融信服务、星河控股旗下星盛商业已向港交所递表，但还未通过聆讯。同时，越秀物业、东原物业、阳光城物业、万物云等企业，也都透露了上市意向。

中国指数研究院指出，香港上市盈利门槛调升已是大概率事件，2021年将是资本市场集中爆发期，同时也是上市最佳的窗口期。同时，A股注册制改革一定程度上放开了关联交易的限制，为更多有潜力的企业打开了大门，预计未来仍会有部分企业选择A股上市。

截至2020年年底，上市物管企业数量已达42家。中指院预计，到2021年年底，上市物业服务企业有望突破70家。■

“时代生活系”
Times Media
Lifestyle Campaign

Taste Wine
Taste Life

品味生活有品位



WINE 葡萄酒
TASTE WINE TASTE LIFE

广州业主抱团“炒房”遭整治

部分高价房源下架



时代周报记者 胡天祥 发自广州

继广州市住建局严厉发声打击哄抬房价等违法行为后，链家开始下架部分高价房源。

1月13日，有业主在微信群爆料，在链家（贝壳）APP上，位于广州的中海花城湾、富力天朗明居、中海康城等多个楼盘的高价房源已全部下架。

同日，时代周报记者查询链家二手房交易平台发现，数日前，中海康城有多套单价6万元/平方米以上的房源在售，如今上述高价房源已不见踪影。在售房源中，单价最高约为5.44万元/平方米，大部分房源单价集中在4.2万—5万元/平方米。

另一热门小区天朗明居，之前有业主呼吁将挂牌价拉高至6万元/平方米（南向6.5万元/平方米以上），而目前链家在售的房源中，单价最高约为5.94万元/平方米，单价最低约为4.84万元/平方米。

有中介人员在接受媒体采访时表示，由于最近部分业主挂牌价高于市场价格，造成不良影响，经住建局要求，挂牌价高于市场价格将取消对外展示，直到业主将价格调至市场价，才予以恢复展示。

卖方市场占主导

本次房源下架风波，始于近期广州多个小区业主联手炒高房价。

最早，一份中海花城湾业主群聊天记录流出。有业主在微信群呼吁：大家统一把花城湾提到18万元/平方米。贝壳平台显示，2020年12月，该项目参考均价约为13万元/平方米。

同期，广州知名豪宅——侨鑫汇悦台业主也在微信群呼吁集体挂30万元/平方米起，并称2公里外楼龄稍旧的某楼盘都要15万元/平方米，汇悦台30万元/平方米的价格并不高。2020年10月，该项目参考均价为20.2万元/平方米。

之后，天朗明居、盈彩美居、中海康城、金碧世纪花园等多个小区也纷纷跟进涨价。在天朗明居的微信群，

有业主提出现阶段3个目标：1.联系在链家挂牌的业主，把挂牌价拉高至6万元/平方米（南向6.5万元/平方米以上）；2.让在其他交易平台挂牌的业主也提到6万元/平方米以上；3.不卖的邻居也去链家挂牌，挂6万—7万元/平方米。

上述业主还称，现阶段当务之急是先消灭链家上低于5.5万元/平方米的低价房。

贝壳平台显示，2020年12月，天朗明居参考均价约为5.17万元/平方米，今年首周（1月1—7日）挂牌均价为6.25万元/平方米。同是大热楼盘的盈彩美居，2020年12月份参考均价为5.93万元/平方米，今年首周挂牌均价为6.48万元/平方米。

“最近几个月小区的带看量明显增多，晚上7点多都还有客人在看房。”1月13日，盈彩美居一名业主告诉时代周报记者，“僧多粥少，业主就有底气喊高价，前段时间，小区有名业主一平方米卖了5.7万元，听说卖完后后悔，觉得卖便宜了。”

链家数据显示，目前中海花城湾在售房源2套，近30天就有74次带看；盈彩美居在售房源6套，近30天有127次带看；中海康城在售房源13套，近30天有169次带看；金碧世纪花园在售房源9套，近30天有407次带看；富力天朗明居在售房源19套，近30天有687次带看。

1月14日，克而瑞广州区域首席分析师肖文晓告诉时代周报记者，涨价风波背后，本质上还是因为广州个别板块“求大于供”。

肖文晓表示，从2020年下半年开始，广州楼市开始整体回暖，天河、黄埔等核心区域板块的二手房交易开始变得活跃，从而导致这些板块里的优质房源比较紧缺，所以才会出现小区业主“抱团”涨价事件。

监管部门出手

业主抱团“炒房”行为，最终引发监管部门严厉发声。

1月6日，广州市住建局发文称，近期广州市住建部门按照工作计划，

正在深入开展房地产市场秩序专项整治行动，严厉打击哄抬房价和虚假房源、虚假广告、虚假销售等违法违规行，进一步整顿和规范房地产市场秩序，切实维护购房群众合法权益。

如今，部分高价房源已开始从链家下架。以天朗明居为例，目前链家在售的房源中，单价最高约为5.94万元/平方米，单价最低约为4.84万元/平方米。不过，在乐有家等二手交易平台上，仍能看到多套高于6万元/平方米的房源在售，其中有一套单价为9.2万元/平方米。

同样有业主呼吁提高挂牌价的金碧世纪花园，目前在链家平台上，挂牌单价最高为5.16万元/平方米，最低为4.66万元/平方米。不过，在乐有家平台上，仍有看到5套单价超过5.5万元/平方米的房源在售。

中海康城亦有高价房源从链家下架。数日前，中海康城有多套房源单价均高于6万元/平方米，其中两套总价均为700万元的房源，单价分别高达6.81万元/平方米、6.49万元/平方米。

如今，上述高价房源已不见踪影，项目在售房源中，单价最高约为5.44万元/平方米，大部分房源单价集中在4.2万—5万元/平方米。

今年首周挂牌均价6.48万元/平方米的盈彩美居，目前已见不到超过该均值的房源。

链家在售房源中，单价最高为6.3万元/平方米，最低为5.76万元/平方米。不过，在乐有家平台上，记者仍有发现多套超过6.5万元/平方米的房源在售。

肖文晓告诉时代周报记者，即便没有政府干预，广州业主抱团炒高房价的行为也难以形成风潮及持续，最多只是在某一个阶段某些个盘出现炒作。

在肖文晓看来，广州和深圳不同的是，广州有一个长期稳定的市场供应，供求关系整体平衡。而且对于广州的购房者来讲，市场上单价每平方米1万多元到10多万元的房子都有，选择面实际是很广的。■

八成房企完成年度目标

机构提醒2021年需警惕部分三四线楼市风险

时代周报记者 胡天祥 发自广州

1月11日，亿翰智库发布数据显示，2020年，在有公布销售目标的38家房企中，完成目标的房企数量占比达到81.6%。其中，有31.6%的企业目标达成率超过110%；融创中国、中南置地、富力地产、融信集团、首开股份的完成率在95%左右；建业地产和首创置业分别为85.42%、88.57%。

近日，某咨询服务机构市场研究总监在闭门会议上表示，新冠肺炎疫情影响下，房企平均目标达成率仍表现较好，这是因为其本身销售目标定得相对较低。2020年房企预期增速均值仅为10.14%。

1月14日，一位不具名地产行业分析师向时代周报记者表示，整体来看，房企销售业绩表现好于预期，但也有部分企业存在销售压力，出现负增长。

该分析师表示，2021年，企业应重点关注“房地产贷款集中度管理”新规对新屋销售产生的影响。

目标制定偏保守

由于叠加疫情影响，房企对于2020年的销售目标制定多偏保守。这也是房企目标完成率较高的原因所在。

以龙湖为例，2019年该公司实现合约销售2425亿元，同比增长21%。2020年，龙湖将全年销售目标定为2600亿元，同比增长仅7%；时代地产2019年合同销售为783.6亿元，同比增长29.3%。2020年的销售目标为823亿元，同比增长仅5.03%。

据媒体统计，尽管大多数房企2020年销售目标较2019年销售业绩有不同程度的增长，但平均增速却不足14%，创下近年来新低。

正如房企担忧，受疫情考验，2020年一季度楼盘销售受影响最为显著。但自二季度以来市场逐步恢复，下半年随着供应量显著提升，房企销售规模持续增长。整体来看，2020年TOP100房企销售额同比增速为11.9%，仅下降5.3个百分点。其中，中国恒大、中国金茂、佳兆业、越秀地产等房企早在11月已完成销售目标。

亿翰智库指出，疫情之所以未对房地产市场造成较大冲击，一是这期间央行采取的宽松货币政策，对房地产市场存在利好作用；二是疫情也促进消费者对自有住房需求的提升，加之疫情期间租赁市场动荡，进一步推动消费者的购房意愿。

上述市场研究总监指出，在“限价保量”的发展逻辑下，2021年行业规模仍将维持高位，预计商品房成交面积和金额分别维持在17亿平方米和17万亿元左右。但由于棚改货币化逐步退出以及青年人口外流严重，叠加城镇化红利逐步消退，房企需警惕部分三四线城市需求不足和供给过剩的风险。

权益比例创新低

2020年，TOP100房企销售权益比例呈现下降趋势，由2016年的85%下降至2020年的73.73%，达近年新低。其中，TOP51—100房企梯队权益占比下滑同比近10个百分点。

亿翰智库指出，权益比例的下滑意味着房企合作增多。一直以来，房企间合作开发是提升企业全口径销售金额的重要方式，一方面可以利用双方的资源优势，实现优势互补，更重要的是，房企可以利用少部分资金撬动更高的规模。因此，在规模为王的时代，通过合作来快速提升企业规模效果明显，受到房企青睐。

上述市场研究总监指出，在融资新规实施的大背景下，房企选择合作对象，应优先选择有土地储备优势的、具备独特资源背景的、管理红利突出的、多元化领先的企业。

1月14日，上海易居房地产研究院总监严跃进告诉时代周报记者，虽然联合开发在一定程度上降低了投资拿地的风险，使全口径销售额变大，但房企出于利润考虑，应着重提高权益销售。■

