

时代周报

新春特刊



「留」年大吉

今年过年，你回家吗？

一年将尽夜，万里未归人。明白“此心安处是吾乡”，也依然“每逢佳节倍思亲”。对漂泊在外一年的打工人来说，这是理性与情感的选择，也是平安与团圆的取舍。

钟南山和张文宏都为就地过年的人们点赞。他们知道，这不容易。钟南山说：“春节是中国人骨子里的情结，但是今年春节，却有千千万万人选择留下为防疫牺牲团圆每个人都了不起！”张文宏说“对于就地过年的同志，我非常敬佩。没有谁认为这些做法是理所当然的，可以看作是作为全中国人民所作的一次贡献和慈善。”

留下来过年，每个人都了不起。

留下来，城不再是空城。大城如往日般涌动着梦想和希望；小城不再熙攘，但天涯共此时，每分每秒，大城小城，喜与乐同。

留下来，家依然是家。就地过年，拉长思念，用今朝分离换明日欢聚。只要家人健健康康、平安无事，何时团圆都是年。

留下来，迎接中国经济的又一个春天。留下来不仅能减少人员流动，且能缓解往年春节前后的“用工荒”问题，复工复产，速度更快。这也意味着，度过这个冬天，中国经济的春天满怀期待。

留下来，过个好年。祝大家“留”年大吉！

出品人 / 孙波
监制 / 黄昌成 卜坚
执行 / 刘娟 彭石峰 罗诺 吴慧 谭骥 邓富群 王丹



6 946957 200015 >
零售价 / RMB 3.00 HKD 10.00

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

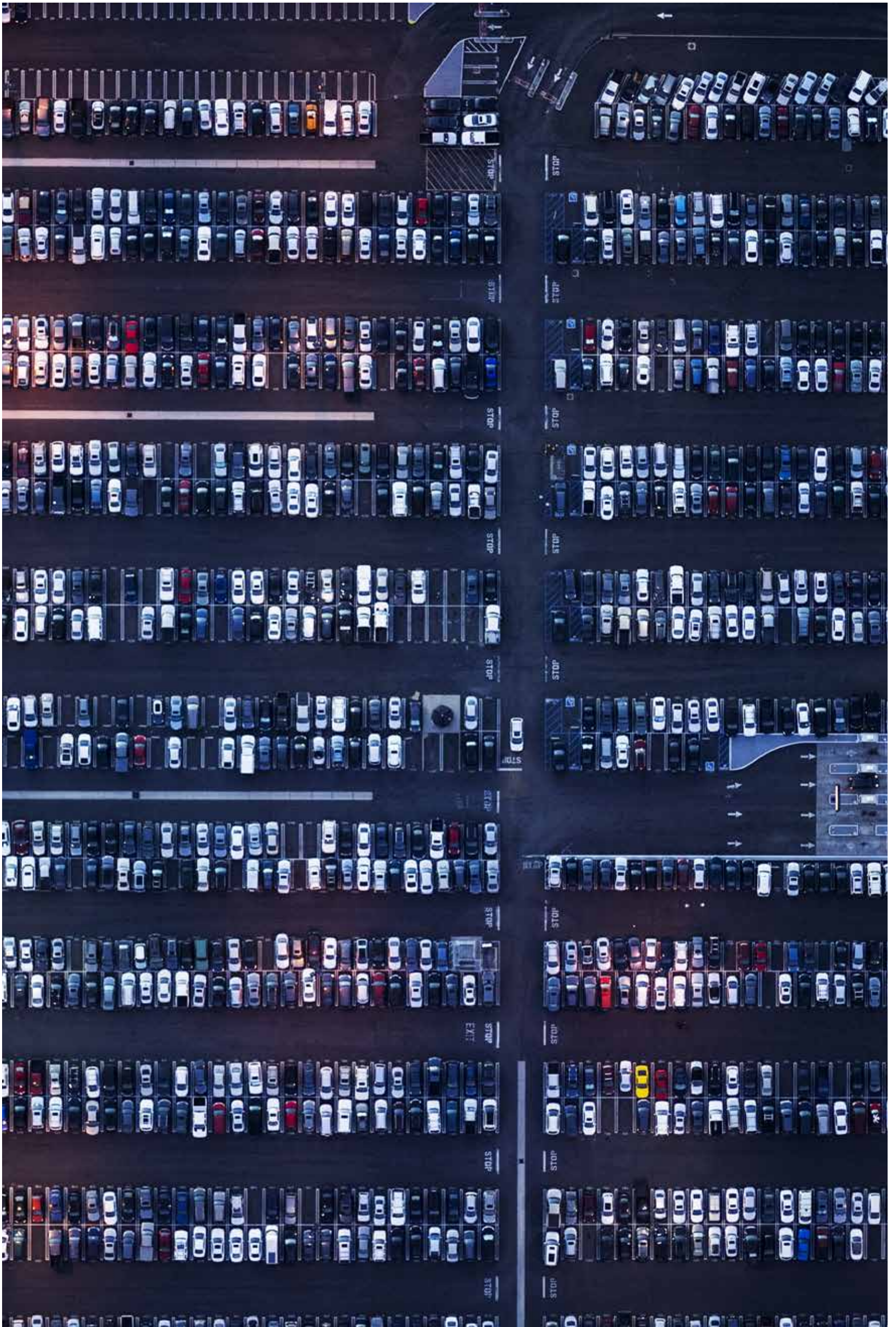


主管 / 南方出版传媒股份有限公司
主办 / 广东时代传媒集团有限公司
地址 / 广东省广州市珠江新城华利路 19 号
远洋明珠大厦 4 楼



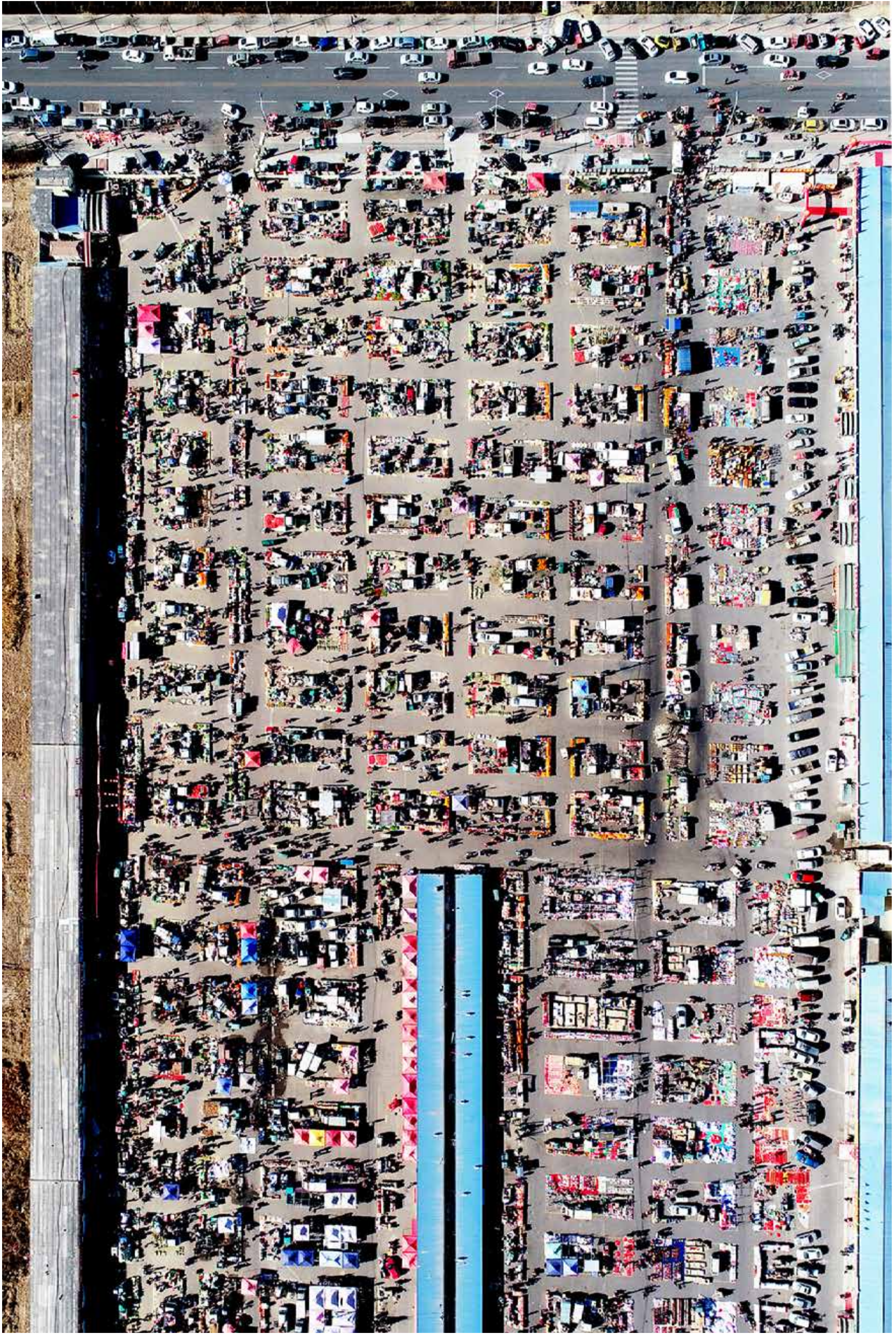
静止的旅行

动车停在铁轨上，
归心不再似箭。就地过年，用微信鸿雁传情，用视频表达思念，用语音飞报平安。这是一场静止的旅行。惦念的尽头，依然是那个家、那座城。



不再寂寞

一线城市的停车场不再寂寞。就地过年仍是精神上的“返乡”。你有时是在白发父母跟前尽孝，有时是在别处和老友畅叙，有时是在值班之地孤独地举杯邀明月……那个内心的“乡”，是随身携带的。



过个好年
就地过年

年味浓浓，家味暖暖。就地过年，过个好年。山东省滨州市，航拍镜头里，近千个年货摊位星罗棋布，密密麻麻如同电路板，场面十分壮观。

就地过年
此心安处
是吾乡

就地过年，此心安处是吾乡。南京夫子庙，大雪纷飞，我这边下雪了，你那边还好吗？



年味儿不减

就地过年，年味儿不减。妙笔写春联，泼墨迎新年。“牛气冲天”是对自己的祝福，也是对这一年生活的希冀。

亦是流年
留年

写对联的人，不知道在这儿坐了多少年了。去年的招贴褪了色，今年的“写对联”正耀眼。留年亦是流年，时间似水悠然而过。

时代周报

新春特刊



城市的温度，来自于这座城市的人们。

每到春节，常年在奔波的人们从五湖四海赶回家乡团聚。小城热闹了，大城空虚了。如今，全国多地再现散发疫情的情况下，“不远行、家里蹲”成为今年春节的新年俗。

各地抢着为“原年人”送上就地过年礼包，传递城市温度，用心也用“薪”：北京有些社区提供年货上门、送对联福字等惠民服务；上海市总工会向留沪外来建设者赠送3000份影音娱乐大礼包，以及5000份扶贫产品零食礼包；四川成

都推出“十全十美纳万福”线上互动活动等。

“原年人”接棒，用自己的力量温暖这座城市：生鲜电商不打烊，配送小哥在街头巷尾奔波，守护人们的餐桌；网约车司机隔着塑料薄膜，摆渡更多“原年人”；房屋销售人员不停工，努力为人们找寻心安之处；经受住疫情考验的乳企坚持生产保供，持续制造健康产品。

城市烟火气，最抚凡人心。

每个“原年人”的努力，让看似“遗憾”的春节充满温情。■

春节休刊通知

因春节放假，本报决定于2月16日（初五）、2月23日（十二）休刊两期，3月2日恢复出报，敬请留意。

时代周报编辑部
2020年2月9日

配送不打烊 “生鲜人”守护百姓餐桌

时代周报记者 周逸斐 发自北京

原地过年，是生鲜配送员赵琦和妻子去年8月返京那一天做的决定。

直到今年1月28日，老家上小学的两个孩子才得知这一事实，哭闹了好几天。

虽在北京生活了10多年，但夜晚熙攘交错、霓虹常亮的三里屯，似乎与赵琦的生活处在完全割裂的另一时空，他不关心，也不想知道。

“2020年上半年被困在老家，夫妻两人没赚一分钱。春节假期公司发多倍工资，所以我俩不能休假。”赵琦说。

于是，前置仓、配送地点、出租屋，拼接出他每天固定的“三点一线”运动轨迹，今年春节假期，也是如此。

自1月国家倡导就地过年后，交通运输部1月20日显示，今年春运期间全国发送旅客17亿人次左右，日均4000万次，同比去年下降约四成。防疫大背景下，就地过年成为“潮流”，留守城市，意味着与以往春节期间相比，激增食、住、行等日常需求。

各行各业迎来一波新“原年人”（原地过年的人），早早打出“春节不打烊”口号的生鲜产业链公司，也不例外。

这群平日里默不作声的生鲜人，选择在春节期间，继续维护各大城市毛细血管般的蔬菜生鲜链条运转，让更多家庭吃上年夜饭。

逃不掉的365天

“蔬菜生鲜配送行业的人，早就习惯了一日三餐不正常、一年365天不休息的生活。”点上烟，赵琦狠狠撮了一大口，混杂着北京室外零下10多摄氏度的寒风，慢慢吐出来这样一句话。

1992年的他，是11岁女儿和4岁儿子的父亲。10年前，他带着新婚妻子来到北京。

“前八年一直做外卖配送，去年转行做生鲜配送，虽然货物重，但起码和外卖相比，压单几率小了很多。”说这话时，赵琦搓了搓手，手机已经一个小时没传出“您有新的订单，请尽快处理”



的女声，他只能在自提站门外蹲着，耗等下一单的“空降”。

“疫情期间管控严格，顾客对配送蔬菜生鲜的要求更是五花八门。”赵琦的同行老乡忍不住吐露，“好几次忍不住哭，前几天有个住在酒店的顾客下单，备注显示直接把货品放在酒店前台，结果配送结束后，对方以没打电话通知取货为由，向客服投诉。我被扣了300块钱，那一天相当于白干。”

“这个行业，多劳多得，生鲜需求越多，我们接单越多，收入越高。”赵琦指了指前置仓门口的其他同行说，“这个自提点一共有20多个配送员，现在门口等接单的10多个人都属于原地过年，春节假期选择继续工作。”

被配送时间支配的紧张感，不只存在于配送员，还有与仓储物流这一环节直接挂钩的货运从业者时间。他们每年365天如同上了发条般急速转动，其背后关联一系列环环相扣的精密流程运转，容错率低。

凌晨2点多，地处武汉三环外的江夏普罗旺斯等几个物流园，几十辆4.2米的厢式货车在园区门口进进出出，司机们要在天亮前将大仓内的商品，运输到湖北各地级市的网格站。

“今年社区团购平台不打烊，我们就不能休息。”家在武汉的朱武迪，

去年同时期也没来得及和家人吃年夜饭，那时他负责武汉市防疫援助物资的车辆调度工作。

2020年10月从苏宁离职后，顺着社区团购浪潮，朱武迪成立了“湖北配无忧供应链管理公司”，开始为各大社区团购平台，提供大仓到网格站这一路线的物流配送业务。

每和一个新平台达成合作，朱武迪需要连续一个多星期的通宵作业。“对接客户需求、制定方案、对接大仓相关负责人、培训司机、规划新配送路线等”，熟悉一切流程后，他再为分管的手下员工负责，他表示，“其实这些工作难度不高，货运司机起早贪黑真的是辛苦。所以我先打通流程，把安全系数和服务质量提高到最高，也对得起手下的一帮兄弟。”

与朱武迪从事同类工作的冉白，经常听到同行的货运司机为了赶时间，超速开车出现翻车、车祸等消息，“尽可能争取充裕的送货时间吧，大家都是困在系统里的打工人”。

无法调整的24小时

河南，10月份的一天清晨。远处的天空泛着鱼肚白，33岁的闫冰穿着军大衣从网格站走了出来，此刻他只有一个念头——“忙完后，回

宿舍补觉”。

自9月加入某社区团购平台后，他开始了黑白颠倒的作息时间。“找他聊天基本靠缘分，他太忙了。”闫冰的朋友忍不住吐槽：“他经常私下和我们抱怨，蔬菜生鲜品质量不可控程度高，着实是一门苦差事。”

提及原地过年的原因，闫冰坦言，“入职的时候，公司就告知要做好全年无休的准备”。但闫冰本不该出现在这里，之前他是某初创社区团购平台的创办者，不用被迫按照上级主管命令办事，更不用连续多日白天负责开城，晚上在大仓、网格站轮流值班，保障仓库业务正常运转。

2020年，互联网平台重资金扎进原本一片平静的社区团购赛道，优胜劣汰之下，闫冰被迫关门停业，带着原班人马投身互联网平台。“我负责生鲜品类，但和其他品类相比，生鲜用品最容易被投诉，品质可控率不高。”

春节越来越近，西安的闫冰愈发苦恼，“当初带兄弟们出来时，保证会赚大钱，现在却只能让他们拿固定工资，每天身体还都在超负荷运转。年后我们要考虑要不要继续待下去了”。

与闫冰相反，从事生鲜供应工作20年的苏照更盼望假期的到来，他想的是“反正回不去，不如多赚点钱”。

与往年春节一样，像北京、上海、杭州等一二线城市，菜市场、超市、餐饮等场所会产生供应真空期，加之原地过年滞留部分异乡人，苏照必须尽可能囤更多生鲜瓜果，争取市场份额。这几天北京管控严格，车辆进出流程繁琐，他已经开始联系车队，尽快做好春节期间的生鲜供应链筹备工作。

夜，又慢慢降临，苏照正把一箱箱水果搬上货车，晚间上货温度低，第二天品质受损的水果也会少一些。

或许，对当地人来说，正是像苏照、朱武迪这群“不归人”的默默付出，增添了过年的喜庆和热闹；而留在异乡的“生鲜人”，也在等待疫情的缓解，待春暖花开之时，补上一张回家的车票。（应采访对象要求，赵琦、朱武迪、冉白、闫冰、苏照均为化名）■

不打烊

这群平日里默不作声的生鲜人，选择在春节期间，继续维护各大城市毛细血管般的蔬菜生鲜链条运转，让更多家庭吃上年夜饭。

深圳楼市小阳春提前：中介1月连下5单 看房排到大年三十

时代周报记者 刘婷 发自深圳

因就地过年，深圳这座往年春节期间颇为冷清的城市，2021年竟热闹起来。深圳楼市春节零成交纪录，有望被打破。

“入行9年多，年前市场这么好还是头一次。”2月3日，深圳房产经纪人江达（化名）对时代周报记者表示，他最近每天都忙于带客户看房。

“往年这个时候，同事们收拾回家过年了，今年我们还在陆续带看。”江达说道。

根据深圳房地产中介协会数据，今年春节，超半数经纪人留深圳过年。

1月底，江达已开始为春节冲刺做准备，把业主诚心卖、有钥匙、不会反价的房源进行梳理，按照区域和价格排序，根据客户需求推盘。目前，江达的看房档期已经预约到农历三十。

“年前不用蓄客，今年不愁客户（客户）看中就可以签约。”江达说，受疫情影响，今年大部分人都就地过年。业主、中介、客户三方都留深，成交链条就打通了。江达预计，今年2月市场成交量较往年将有20%—30%的涨幅。

事实上，近日深圳楼市走出了“节前行情”。乐有家研究中心数据显示，1月最后一周，深圳二手住宅过户量突破2000套，创新高成交纪录。1月深圳新房网签8356套，环比上涨57%，创下10年新高。

从乐有家门店数据看，近期购房者心态明显变得积极，新增求购客户量与带看量都有大幅度上涨。不少持观望态度的购房者在1月开始放弃等待，踏上看房之路。

市场博弈期已过

“单与去年相比，今年的行情



一定有非常大的反转。”江达回忆道，去年春节疫情突袭，全员居家隔离，开发商售楼处关闭，二手房暂停线下看房，楼市一夜之间降至冰点。江达认为，就地过年的人数增多，看房限制减少，深圳房地产市场一定会迎来暖春。

他表示，每年深圳楼市行情最好的时候都是在3月，开年后银行放款宽松，有学位需求的家长开始行动，带来“小阳春”行情。“就地过年”将把小阳春行情提前，2月市场成交量较往年将有20%—30%的涨幅。

今年1月深圳楼市的“开门红”，给了江达信心。仅在1月，江达便成交5单。他明显感觉到，客户从看房到做决定的时间在缩短。“7·15”新政后，市场的博弈期已经过去，客户看到价格不跌反涨，怕年后价格又会走高，因此结束观望，果断入市。

越接近年底，业主放盘意愿越低。江达表示，即使现在签约，业主也需要在年后才拿到房款，因此签约意愿更高。随着看房人数增加，业主心

态愈发坚挺，想着年后市场可能会更好，因此配合度不高。

“买家现在很被动，价格涨太快，之前有能力但不下手的客户都在拍大腿。”江达透露，现在市场已经进入卖方市场，诚心卖的业主成交周期短，只要价格合适买家都愿意立马签约，年后再走交易流程。

一组数据印证了江达的判断。**深圳中原研究中心数据显示，1月，深圳新房住宅成交8356套，环比上升57.1%，为2009年以来的新高。二手住宅过户7008套，环比上升2.1%。**

从中原指数来看，中原经理指数升至70%，房产经纪人对后市预期上升。从报价指数来看，1月业主报价指数也出现上升，说明业主信心较之前出现进一步上升，预计后市二手住宅价格相对坚挺。

开发商营销活动减少

让房产经纪人柯哲（化名）明显

感到市场变化的，是在与开发商谈折扣的时候。去年此时，柯哲与开发商谈渠道费和购房折扣时很顺畅，开发商乐于让利以促成交。但今年，开发商基本上都以备案价售房，没有折扣空间。

“去年谈折扣是真的好谈，开发商做的活动也很多。今年开发商不愁客户，你不买有别人来买。”柯哲表示，今年深圳推出的“多盘选一”，在一定程度上改变了新房的营销策略。

近期深圳官方选房系统“深圳APP”推出万丰海岸城、深铁懿府、香山道公馆等7个新盘，购房者只能选择一个盘进行诚意登记，且根据缴纳社保时长和名下房产情况进行分类，社保为王、无房优先。

柯哲表示，在“深圳APP”上线的7个新盘整体上质量都不错。一般而言，开发商在第一次开盘时都不会有优惠折扣。即使开盘没有售罄，开发商也积累了匹配的客户，因此也不会有优惠，成交较差的东部新盘可能会轻微让利。

时代周报记者了解到，今年春节期间深圳多数楼盘开门营业，成交较火的西部新盘基本没有折扣。成交冷淡的龙岗、坪山等片区，部分开发商在推出到访送新春福袋、成交房源参与线上抽奖、成交抽取品牌加购，推荐客户成交送加购等活动。开发商的优惠活动主要集中在非住宅产品如公寓、商铺等，部分开发商推出商铺老带新活动，如新客户成交老业主奖励2万元管理费，新业主认购9.9折等。

2月3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，今年行情不错，开发商没有促销的必要，优惠活动有所减少。今年成交量较往年有所增加，较往年“冰封期”大幅缩短，市场氛围将与一般长假类似，开工之后就慢慢回暖。■

8356

套

<

光明武汉工厂500人零感染： 守一座城 不让员工孤独

时代周报记者 黄嘉祥 发自深圳

“有一种浴火重生的感觉，终于走出了阴霾，走进了光明。”2021年2月4日，农历小年，光明乳业武汉工厂（下称“光明武汉工厂”）厂长周本桂接受时代周报记者采访时如是说。

2020年年初，在官方尚未发布新冠肺炎“人传人”的消息前，光明武汉工厂率先在内部拉响警报。2020年1月19日，该厂在内部宣布进入紧急管理状态，并启动SARS时期的应对机制，拍板作出这个决定的正是周本桂。

迄今为止，拥有500多名员工的光明武汉工厂无人感染，成为武汉封城期间唯一坚持生产及保供的乳企，在疫情中经受住了全方位的考验。

时隔一年，回想起当初的这个决定，周本桂深感欣慰。

“作为一家工厂的管理者，这一年以来，疫情防控是最大的考验，我们不敢有丝毫懈怠。”周本桂说。

进入冬季以来，由于各地疫情反复，光明武汉工厂再度加强了防控。在就地过年的倡议下，厂里九成以上的外地员工决定留在武汉过年，周本桂和厂里的其他管理人员正在计划组织员工一起吃年夜饭，积极为员工营造过年的喜庆氛围，让员工过一个既安心又暖心的特殊春节。

“前几年大家一般选择回老家过年，整个城市的消费基本上都会下降很多，现在各地倡导就地过年，预计春节期间的消费量会提升不少，厂里准备保持正常生产。”周本桂说，除了除夕下午和大年初一上午之外，其他时间正常生产，确保春节期间市场供应充足。

战“疫”一年

周本桂用“极不平凡”与“浴火重生”这两个关键词来形容过去的2020年。

周本桂是湖北人，有20多年的乳制品从业经验。2003年SARS时期，他是光明武汉工厂生产部门的负责人，对运转流程十分清楚，而SARS时期的每一个细节都让他印象深刻。

2020年年初，武汉出现新冠肺炎疫情，这让周本桂更加警惕。他迅速召集各业务部门负责人开了一场紧急会议，决定启动SARS时期的管理模式。

由于身处疫情初期的中心，光明武汉工厂的运转面临全方位挑战。

整个工厂的管理变化亦发生在一夜之间——组织员工对厂里各个角落进行消毒，并对员工进行防疫培训；要

求员工每天佩戴口罩，进入工厂、饭堂均必须检测体温和进行鞋底消毒；就餐实施一人一桌……

周本桂告诉时代周报记者，这样的管理模式持续了一年多。

“我们最担心的是厂里有员工感染。一旦发生感染案例，这对企业而言几乎是一个灾难。”周本桂说，“一旦因感染停产后再恢复生产，想要获得消费者的认同可谓困难重重。”

周本桂坦言，疫情发生初期，坚持上班的员工心理压力普遍较大，为此，工厂还安排人员给员工进行心理疏导。随着疫情逐步好转，员工们慢慢卸下心理负担，适应了疫情期间的生产工作，工厂上下也因此变得更加团结。

光明武汉工厂产品质量负责人郑凤琴对此感触颇深。她说，疫情期间，大家拧成一股绳，积极防疫，发现存在疏忽的地方，及时查漏补缺。

在保持正常运转的同时，光明武汉工厂还多次向当地医院捐赠物资。

2020年2月，当得知援汉医护人员因长期佩戴口罩导致耳朵磨破需要牛奶盒提手时，周本桂立刻组织人员紧急采购了一批牛奶盒提手，并让员工加班加点手拆牛奶盒，收集提手，很快就将凑齐的3万个牛奶盒提手送往武汉洪山体育馆方舱医院和武汉客厅方舱医院。

“外地医护人员来支援武汉，本身就冒着很大风险，我们应该关心和爱护他们，恰好厂里牛奶盒提手能够帮到医护人员，我们肯定义不容辞，这其实是微不足道的举动。”周本桂说。

光明武汉工厂的产能也随着疫情的好转而逐步得到恢复。

2020年一季度，光明武汉工厂的生产量同比下降40%，从二季度开始实现基本持平，三季度和四季度则分别增长5%和15%。

“这是一个逐步向上的成绩，光明乳业是封城期间唯一坚持生产及保供的乳企，也获得了更多消费者的认可。”周本桂说。

疫情提升了消费者的健康意识，低温鲜奶市场需求因此大幅增长。

周本桂表示，2020年全年，光明武汉工厂低温鲜奶产量增长50%以上。

就地过年，生产保供

进入冬季，防疫形势愈发复杂，武汉光明工厂的疫情防控再度升级。

周本桂说，光明武汉工厂2020年12月底组织全体员工做核酸检测，计划在2月8日组织员工再次检测。

“从2020年12月开始，员工进厂都

要扫健康码和行程码，尤其是进口物品区域，外来人员及货车司机都是重点防控的地方。”周本桂说。

在政府“就地过年”的号召下，光明武汉工厂也向员工发出倡议。

周本桂告诉时代周报记者，根据统计，截至目前，厂里有75名外地员工决定留在武汉过年，这一数字在外地员工中占比达九成。

来自湖北当阳的郑凤琴是决定留在武汉过年的员工之一。

在光明武汉工厂工作10多年，郑凤琴以前每年春节都要回老家陪父母过年，今年响应号召，留在武汉。2020年疫情发生后，她也是坚持回到厂里上班的员工之一，深知武汉抗疫成果来之不易。

郑凤琴说，武汉已经走出困境，目前也是一个低风险区，厂里一直是零感染，留在武汉过年非常安心。

“不能让员工感到孤独。”周本桂表示，不仅给员工们送春联和年画，还给就地过年的员工发放生活补贴，并打算除夕夜组织外地员工吃年夜饭，就连春节联欢晚会也在计划之中。

农历小年，光明武汉工厂里挂上了灯笼、彩旗，员工宿舍也贴上了年画。

虽然今年没能回家陪父母过年，但身在厂里的郑凤琴眼下已经感受到了浓浓的年味，“非常暖心。”她说，等到除夕那天再贴上春联，还要和父母视频通话“云祝福”。

上班也将成为郑凤琴等就地过年员工在春节期间的重要内容。随着越来越多人选择就地过年，城市里乳

制品的消费必然也会比往年增加。一定程度上，春节亦是各大乳企在低温乳制品市场的又一次交锋。目前，光明乳业的低温乳制品位列湖北市场第一，市场份额在40%以上。

周本桂表示，春节期间，厂里400多名员工正常上班，预计每天产能可达350吨左右，目前的产能是每天500吨，其中低温鲜奶占比35%。

产品质量检测是郑凤琴的日常工作，她每天需要检查产品各项营养指标是否合格，不达标准的不放行，确保每一份产品都能符合标准。同时，她还要负责疫情防控消毒工作，确保生产设备、车辆、餐具、物料等完成消毒，以保证出厂的产品没有任何风险。

“牛奶是能够提高人体免疫力的产品，春节期间留在厂里上班，看到生产的产品能够提供给消费者，这也是非常开心的事。”郑凤琴说。

华中地区历来是乳企必争之地，也是光明乳业全国布局的重点市场。

2015年，总投资12亿元的光明乳业华中中心工厂落户武汉，2020年9月28日，光明乳业华中中心工厂（武汉）项目顺利结构封顶，待建成之后将成为华中地区乳品企业中规模最大的新鲜乳制品加工厂，达产后可满足日产1500吨乳制品的生产能力。

周本桂表示，光明乳业华中中心工厂计划今年6月份开始通电、通水、通气，待生产条件合格之后，8月份启动工厂搬迁。新工厂产能仅次于光明乳业华东中心工厂，而低温鲜奶产能则将居全国第二。■



稳产保供

“牛奶是能够提高人体免疫力的产品，春节期间留在厂里上班，看到生产的产品能够提供给消费者，这也是非常开心的事。”郑凤琴说。

不回家的网约车司机：当好城市摆渡人

时代周报记者 李子慧 发自北京

“回不去了，家里疫情太严重了，过年在这边还能接点活，咱不能给国家添麻烦是不是？”

这是今年46岁的网约车司机李俊在北京过的第二个年。截至1月29日上午9时，李俊的家乡黑龙江现存确诊病例达到500例，涵盖49个中风险地区、4个高风险地区。

李俊告诉时代周报记者，像他这样留京的网约车司机不少，但很多司机已经停止出车了。“每天接触的人特别多，公司也安排我们打疫苗，每隔7天做核酸检测，但很多人还是会担心。”

如李俊所描述的，疫情之下，他只是千千万万网约车司机的缩影。

1月28日，交通运输部数据，有210余家网约车平台公司获得经营许可，日均订单量在2100万单左右。

年底之际，疫情再次反复，多家网约车平台先后暂停了黑龙江黑河、河北石家庄、北京顺义区等重点防范地区的网约车业务，推出多项针对网约车司机的防疫措施。

经历了隔离、停运、复工再停运的网约车司机，抓紧了就地过年的稻草。

被塑料膜隔离的“人生”

“请先扫一下健康宝。”最近一个

月，健康宝成为网约车司机刘岩松每天最关心的话题。

1月11日，北京市交通部门出台了“加强版”网约车出租车行业防控措施，要求乘客乘坐巡游出租车或网约车应使用健康宝扫码登记后，向每一位乘客出示“到访人信息登记二维码”成了刘岩松的新工作内容。

为了方便乘客，刘岩松把健康宝的二维码贴在了车内的防护塑料膜上，“有时候不用说，乘客上车之后都会主动扫，其实意识都还挺好的”。

作为一名在北京有五年驾龄的全职网约车司机，刘岩松的2020年并不十分如意，甚至过得有些艰难。

他告诉时代周报记者，2020年春节期间平台虽然没有强制性停止运营，但在很长一段时间里，受到各种居家隔离政策的影响，有三四个月是停工的状态。

“其实比起没收入，更重要的是你几个月不出车，没有订单，在滴滴上的评分就会迅速下降，像我去年停工期间降了40多分，分越低，平台给你派的单就越多，后面疫情好转的时候，我再出来跑，明显能感到订单量大不如从前了。”

2020年年底，疫情反复后，各地纷纷推出就地过年倡议，家在江西的刘岩松几番犹豫后，退掉了过年回家的火车票。“其实以往春节期间就会比

平日赚得多一点，尤其是今年大家过年都不回家，订单量应该比往年有所上升，平台也会给到‘留守司机’相应的奖励。”刘岩松说道。

同在北京的网约车司机黄传祥也有这样的顾虑，在他看来，今年春节，受到各地隔离政策的影响，返乡再回京，差不多需要至少一个月的隔离时间，而网约车司机平时的时间相对灵活，与其过年的时候回家不如留在北京，还能提高一些收入。

但对于部分司机来说，就地过年没能带来新的希望。

今年刚满30岁的石家庄网约车司机阿超，在2020年上半年经历3个多月的停工后，不得不在2021年1月5日再次放下网约车司机的工作。

“1月6日平台在石家庄停运了网约车，我在停运的前一天就出不了车了。”

阿超介绍，相比于北上广深，在石家庄，30元左右已经算比较大的订单了，每天出车7—8个小时，一天的收入在200—350元之间。

但在疫情影响下，2020年中旬恢复了网约车司机工作的阿超仍然过着颇为艰难的一年。

最明显的变化之一，就是订单量的减少。“我2018年刚开始跑网约车的时候，石家庄的正规司机不到5000人，现在整个石家庄的网约车/出租车司机大概有2万人，疫情之下，很多人失业

导致人员流动性开始下降，扣除停工的几个月份，我一年的收入大概只有原来的三分之一。”阿超说道。

关于春节的计划，阿超表示，一方面还没有接到解封的相关通知；另一方面如果可以继续跑网约车了，可能也要先看看能拿到的订单量的多少。

与此同时，阿超也在寻求新的副业。“我有在考虑转型做写手或者是主播，毕竟没打算跑一辈子网约车。”

高额补贴与调度费

时代周报记者也从多位网约车司机及多个网约车平台处获知，同各地推出现金补贴、落户积分补贴等政策相同，春节期间就地过年且出车的司机在今年也同步能获得相应“福利”。

滴滴出行方面向时代周报记者表示，今年春节期间（2月7—20日），滴滴网约车、快的新出租、花小猪打车、滴滴货运等将为所有滴滴司机发放3亿元“春节坚守奖励”。除此之外，该时间段内，在全国232个城市，乘客在滴滴平台呼叫网约车（第三方服务除外），需额外支付每单1—7元的服务费，该部分服务费将全额发放给司机。

阿超向时代周报记者表示，疫情影响下，其所在的网约车平台从去年10月底推出长单任务。“任务要求每天早晚高峰接单量保持6单以上，一共5个季度，包括春节在内，每个季度给平均

1000元的奖励。”

时代周报记者了解到，嘀嗒出行于2月1日启动了2021年春节“疫情防护和出行安全”十大专项行动：首汽约车将在春节期间，为司机提供抽奖、重点区域奖励等活动，其中在机场、火车站等重点区域接送单的司机还能拿到额外的现金、抢单特权卡等奖励；高德打车则为司机师傅提供了包括冲单奖、时长奖等在内的多重奖励，以及专属充电和加油红包。

这些福利也不仅限于春节期间。一位网约车平台从业人士告诉时代周报记者，今年春节期间的部分补贴获奖延续至2021年，用以缓和2020年网约车司机收入的大幅下降。

中国互联网络信息中心统计数据，2020年6月，我国网约车用户规模为3.40亿，较2019年同期下降了约6415万。疫情前，全国网约车用户规模呈持续上升趋势，其中，2019年6月网约车用户规模已达到4.04亿人。

一位不具名的业内人士向时代周报记者表示，经过2020年上半年及2021年年初的几次疫情大考，共享出行行业增速暂时放缓，但也推动了网约车行业内部的重新洗牌和资源整

合，未来，网约车行业将出现更精细化的管理，整个市场也将回归理性发展。（应采访对象要求，文中除黄传祥外均为化名）■

时代周报

新春特刊



「留年」 · 家

以往，春运是全球一年一度最大规模的人口迁徙。有钱没钱，回家过年。说到底，回家过年是中国人的信仰。

有考据癖称，“春节客运”第一次见诸报端是在1953年。当年，《人民日报》首次提出了“春节客运”的概念。20世纪50年代，人口流动尚不频繁，交通运输条件仍待完善。当时的“春节客运”与现今情况大为不同。

符合当下特征的“春运”，直到改革开放之后才出现。

1981年3月10日，《人民日报》以“铁路春运效率高秩序好，两个月运客1.21亿人次”为标题，撰写了一则消息。这是“春运”二字第一次作为专属词组出现在公众视野。某种程度上而言，“春运”是中国经济高速发展的见证和产物。

除去宏大叙事，具体到微观个体，回家是每个游子最大牵挂。

除夕那顿年夜饭，是回家过年的终极仪式。父母、兄弟、姊妹、妻儿，围桌而坐，顺着味觉寻找故乡和家的意义，图的是团圆和平安。

今年不同以往。因疫情多点零星散发及局部聚集性疫情交织叠加，多地出台减少人员流动的措施，“就地过年”成为新风尚。

一朝辞旧地，四海遂为家。家，是具象的客观存在，更是抽象的情感凝聚。

“就地过年”不是异乡和家乡的楚河汉界，也无法阻隔家人间的思念。人们正在通过多种形式维系情感，比如，快递年货遂成为春节新民俗。一个个包裹，成为家人间情感的慰藉。线上经济如火如荼，亲朋好友在大年三十之夜通过“云平台”线上重聚，料将成为很多人的选择。

这个春节，亲情依然是最大主题。■

就地过年的年轻人： 等疫情结束，我要回家抱抱爸妈

时代周报记者 郭梓昊 发自广州

从前，乡愁是一枚邮票；现在，乡愁是一张核酸检测证明。

“有钱没钱，回家过年。”这个刻在国人骨子里的信念，让离家再远的人们，都会赶在农历大年三十之前回到家，跟家人吃上一顿热腾腾的团圆饭。

然而，今年迎来的是一个特殊新年，全国人民收到了来自各地政府鼓励就地过年的政策“红包”。为减少疫情传播风险，尽可能降低春节假期人员流动，大部分人都用行动回应了“非必要不返乡”。

豆瓣上，“你为独自过年做的准备”相关话题被广泛讨论；某互联网平台发布的《2021年新春假期去留情况调查报告》显示，超六成受访者选择“就地过年”。

即将迎来一场不能回乡的年，有人开心有人失望：常年漂泊在外的85后思家望归；初尝自由乐趣的90后暗自庆幸，高呼“终于避开烦人的亲戚”；而刚刚走向社会的95后第一次体验到孤独的滋味。

85后：以后要给人家多一些陪伴

对于32岁的陈学明来说，留在石家庄过年已成定局。

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，河北先后暴发聚集性疫情，5天内新增确诊病例234例。截至2月4日24时，河北现有本地确诊病例192例，累计报告本地确诊病例1280例、境外输入病例36例。

疫情最严重的时候，陈学明看着空荡荡的大马路，电视新闻不断播放本地新增确诊病例的消息，心里有了不好的预感。

他打电话给母亲报平安，言语中透露没法回家过年的担忧。母亲在电话那头安慰，“没事，离过年还有一个月呢！到时候兴许还可以团圆。”

“从来没有哪一年像今年这样，归家的欲望特别强烈。”陈学明说。

2018年年初，陈学明的父亲因车祸导致脑伤，基本丧失行动力和语言表达能力。经历了人生变故，他决定以后要对家人好一点，多一些陪伴。

但这一次，他不得不“失约”了。

1月29日，石家庄疫情得到控制，多个区县解封，但市民只能在市区内活动。很快，工作单位和各区县的文件也下来了：倡导就地过年。陈学明跟母亲视频聊天中，试探性地透露这个消息；年幼的外甥女也会主动提到，如果陈学明不回来，就由她来照顾姥姥。

和大部分游子一样，陈学明独自在外闯荡多年，跟河北沧州老家的联系，也就是家中这对60岁的父母。过年之时不能陪伴左右，他的内心总归有些亏欠。

选择响应就地过年的人们身上，



自然背负着为他人安全考量的责任意识。“也挺无奈，”陈学明说，“这是一种牺牲吗？我不知道，只是不想给别人添麻烦。”

超市里摆放着各式各样春节装饰品。为了迎接这个特殊的春节，陈学明提前买好了春联、彩灯、鲜花蜡烛，把家里重新打扮一番。他还计划自己年三十的晚上做一顿年夜饭，即便吃不完，也要准备6个菜。

“对中国人来说，过年终究是让人心生雀跃的事情，仪式感不能少。同时也能让父母看到，自己一个人在外也能过得很好。”陈学明说。他计划大年三十给家里打个视频电话，陪着父母一起看春晚。

90后：完美错过亲戚们

十一打算回家过年。她提前一个月把高铁票买好了，给家里通了一个电话，说想念家里的香肠。

“就地过年”的倡议陆续在各大平台刷屏。

作为家里的独生女，十一本来认为过年回家是自己的底线。“我算是一个不怎么恋家的人，一直习惯独立的生活，和父母也没有太多的联系，这不是关系不好，只是我们家的一种相处方式（不太表露关心与爱），但过年总是要回家的。”

在回家路上，十一还得带着7天内的核酸检测阴性证明，以及14天居家监测的可能。

再三衡量后，她决定留在大理，就地过年。

这也算是另一种快乐。

“错开春节回家，其实是最想要的结果，完美错过和那些烦人亲戚

打交道的机会”，十一毫不讳言。4年前，她从某大专园林系毕业，遭受过996工作的毒打，自认为是一个没办法在城市工作生活的人，希望过上远离人群的生活。

2020年6月，十一受大理一家农场的邀请到当地做新媒体策划、活动跟拍等工作。“我喜欢乡村，喜欢大自然”，十一描绘起她在大理的生活片段：和朋友去苍山捡垃圾，在山坡上野餐；摘野菜（荠菜）包饺子；晚饭后和义工一起散步在村子里放炮；第一次体验喝酒的感觉；晚上和朋友烤火，聊天到通宵。

“大理是一个很包容的地方，生活气息很浓，生活节奏非常慢，天气也很好，还有苍山洱海。”十一说，对于从来不曾想过跨省工作生活的自己来说，大理是唯一能让自己妥协和向往的地方。

这是十一来大理的第一年，也是第一次不回家过年，但她并没有为这个特殊的春节做太多准备，“我只想过一个平淡安静的年，待在农场里自由地做自己喜欢的事情。生活一切照旧，唯一有兴趣的就是去看看当地白族的过年习俗”。

95后：一个人其实也挺好

半个月前，应届毕业生王玥递出了人生第一封辞职信。当天晚上，她收拾工位上的材料，跟同事们一个个道别后，径直走出了公司大门。

眼前就是人来人往的杭州大悦城，王玥分外想家。

刚拿出手机，王玥在“相亲相爱一家人”的家族群聊里敲下“我准备回家过年”。消息还没发出，父亲先发

来语音，“尽量就地过年，疫情防控重中之重，为自己安全着想”，父亲说，村里回乡防疫政策严，回家要居家监测14天，担心影响女儿的工作。

“爸妈是县里面的社区工作人员，轮流劝说我留在当地。”王玥老家在广东揭阳的小县城，那里没有通宵营业的酒吧街，没有繁华的商业城，只有每天早上楼下菜市场的喧闹声，但“足够让人感到心安”。

抵不过父母的轮番劝说，王玥决定就地过年。看着朋友圈里在老家工作的小伙伴，呼朋唤友、打着火锅吃着菜，她心生羡慕，曾尝试豆瓣上发帖召集杭州的小伙伴抱团取暖，回复却寥寥无几，“热闹仿佛都是别人的”，王玥说。

在95后的生活里，这种烦闷的心情没有持续太久。

“一开始会觉得孤单，可当真正安静下来才发现，一个人其实也挺好。”在这段时间，王玥一口气读了五本书，最喜欢的是岸见一郎《被讨厌的勇气》。“工作了半年，第一次感受到充实感”。

她还特地找来一只橘色小猫做伴，这个新来的小家伙，每天都会阳台懒懒地晒太阳。“只是偶尔会掉毛，打扫起来很麻烦。”

几天前，王玥的两位闺蜜来到杭州，给了她一个大的惊喜：三个人窝在30平方米的小单间过年，吃上王玥妈妈特地寄来的家乡味：牛肉丸、粿条和亲手做的糕点零食。

原本冷清的房间里有了熟悉的味道，身边还有熟悉的朋友陪伴，王玥不再觉得孤单了，“等到疫情结束，我一定要回家，抱抱爸妈”。■

不回家过年

“一开始会觉得孤单，可当真正安静下来才发现，一个人其实也挺好。”在这段时间，王玥一口气读了五本书，最喜欢的是岸见一郎《被讨厌的勇气》。“工作了半年，第一次感受到充实感”。

“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

影院人新希望：迟到一年的春节档

时代周报记者 涂梦莹 发自深圳

回顾2020年长达半年多的停摆时期，春节档预售火热让影院人迎来久违的“超级忙碌时刻”。

截至2月5日上午12时，灯塔专业版数据显示，2021年春节档预售票房为3.36亿元。其中，排名第一的《唐人街探案3》预售票房为2.34亿元，有超过746.74万人想看；紧随其后的《你好，李焕英》《刺杀小说家》预售票房分别为4462.4万元、2090.9万元，两部影片合计有超过92.14万人想看。

迟到了一年的“春节档”，成为一线影院人眼下最为期待的关键时刻。

熬过最艰难的日子

“最期待的，当然是希望今年的票房越来越好，因为去年没有春节档，整个行业从年初开始就很难了。”从事一线影院工作已经超过11年的陈锦龙，还对缺失的2020年春节档心有余悸。当时，各大影片撤档消息传出后，陈锦龙的心一下子凉了半截，但也只能接受事实。

陈锦龙是广州华影梅花园影城的店长。据他回忆，在影院停业的半年中，他时刻关注疫情动向，就盼着影院能尽早复工。“压力无处不在，就基本的支出一项，影院在那段时间的损失大约有几百万元，如果再计算其他各方面的话，损失还要更多。”

陈锦龙直言，一个影院门店的运营成本，除了租金，其他都处于浮动之中，虽然有一部分是可控的，但是也抵不过持续闭门停业带来的零收入压力。“当时有很多同行，都撑不住想要

换工作。据我所知，没有支撑到复工就已经闭店的影院，不计其数。”

但陈锦龙负责的影院始终在为复工蓄力，想办法“盘活”影院资产。“疫情期间，我们都在学习防疫知识，争取复工就能第一时间适应防疫管理。后期周边的KTV、餐饮门店都比影院更早恢复营业，我们就去参考他们怎么做防疫的工作，期待能够马上复工。”

影院停工期间，陈锦龙也鼓励员工先寻找其他兼职。“有的人去奶茶店工作，有的人做电话客服，我们管理层则转战电商、开直播，甚至去摆地摊。”

为了支撑下去，停业期间，陈锦龙做了很多从来没有做过的事情。比如，在抖音直播讲解影片、售卖电影预售票、电影周边和一些影城食品。“我们不是网红，还能够有人观看，已经很开心了。”谈起那段经历，陈锦龙努力在苦里找到一点甜。

能够坚持到复工的影院都是幸运的。周芳（化名）在深圳宝安一家大型商场运营某影城，已有5年时间。此前，依靠商场强大的人流，她几乎没有担心过影院的营业问题，但疫情停业的那段时期，每个月却有将近100万元的损失，周芳感到焦虑难耐。

所幸的是，团队自始至终非常稳定，给了她很多信心，也很感动。“最欣慰的事情，就是团队的人都没有离开，虽然发的都是最低的工资，那点工资甚至没法保证正常开支，但最后大家还是坚持下来，没有一个人提出离职。”周芳说道。

“希望今年春节档能够正常播放，不要再临时出现意外因素，只要这个春节档顺利营业，我们影院人就能过上一个好年。”在周芳看来，今年春

节档的票房多少并不是最重要的，更大的意义是鼓舞士气，只要有影迷到影院看电影，对于电影行业就是极大的支持。

采访中，影院人的坚韧和乐观令人印象深刻。今年是沈艳在一线影院工作的第十年，目前她具体负责广州青宫影城的管理。“去年疫情特殊的冲击下，不管是同行还是内部同事，业内影院人一直都在抱团取暖、互相打气渡过危机。”

在沈艳的回忆中，影院积极调整心态，转变业务重心，每个人随时投入复工准备，这些都是坚持下来的动力。“比较幸运的是，我们影院有‘外来工放映队’，由广州青宫影城员工组成，在疫情稳定的后段时间，能够带着设备到影院外面播映影片。”

虽然与影院正式营收相比，“外来工放映队”的收益只是杯水车薪，但沈艳认为，在那段停滞的时期，还有部分工作可以进行，已经很幸福。

“就地过节”本是职业常态

“今年春节档的影片题材比较丰富，最看好的是《唐人街探案3》，这部片子大家等了一年，统计出来观影的想看数也是最多的。”作为一线影院人，陈锦龙时刻都在关注影片动态，并根据影片的受众群体分析，分布影院排片时间，以实现最大程度的上座率。

“就地过年”对影院人来说，是职业常态。在陈锦龙的印象中，只要是节假日，他就没有离开过影院，已经记不清有多少年没有回家过年了。

不过他理解，今年对更多中国人来说，是更为特殊的一年。“我们针对‘就地过年’的外来务工人员，推出

了相关优惠活动，希望能够给予他们一些温暖。”

在沈艳看来，“就地过节”也成全了更多人的欢聚。“电影院总是一个开心的场所，看到一家人、一对情侣、一群好友相聚，在影院等待一场电影播映，就觉得自己的工作有意义。”

2月2日采访当天，原本一直对2021年春节档感到忐忑的周芳，发现影院在大年初一的春节档预售已经卖出600多人次，是当日座上率的12%左右。她预测，今年自己所在的影院，春节档应该可以卖出5000多人次的电影票。

走过2020年艰难开局的影院人，2021年会好一点吗？在沈艳看来，未来，自己会更加珍惜当下，也正在适应改变。“其实，我们一直都在竞争中变化，不管是市场还是营销，一直在进行调整。比如，继续思考线上变革、挖掘线下的发展空间。”

沈艳现在最重视的是电影互联网营销。她认为这是90后、00后更加感兴趣的领域，影院也在努力迎合潮流，融合网红、科技的东西，打造适合打卡的线下影院。

在周芳负责的影院中，最新规划已开始转战多平台直播，开展各类线上的活动，争取通过和流量大v合作，为影院引流开拓业务，同时也会进行线上线下与更多的商户合作，策划出更多的会员福利。

“我们没有被打垮，未来会更加珍惜这份工作。”陈锦龙觉得经历这场疫情，自己的心态发生了很大转变。

如同电影《至暗时刻》那句经典台词：“没有结局的成功，也没有致命的失败，重要的是继续前进的勇气。”

5000
多人



“春节不打烊”的快递人

时代周报记者 邓宇晨 发自广州

2月的广州，天高云淡，暖意融融。

某天中午，在广州海珠区的一个快递站点，快递小哥王亮（化名）忙着把一件件快递从仓库搬到自己的三轮车上。

“最近的快递不仅量大了不少，大件快递数量也增多了。很多都是外地父母寄给在广州工作子女的包裹。”王亮这些天也给老家亲戚寄出了不少年货包裹，“有腊肠、点心、酒水还有水果，都是满满一大箱”。

今年春节，王亮选择留在广州过年。“去年6月已回过一次家了。另一方面也是想多赚点钱，今年形势特殊，春节期间的收入应该会比平时多出不少。”对此，他信心满满。

今年也是“通达系”快递公司首个“不打烊”的春节。中通快递、韵达股份、申通快递和圆通速递先后发布了“春节不打烊”的公告，以满足节日期间的寄递需求。

顺丰控股面对采访时表示，春节期间，顺丰的人、财、物等方面较去年均会大幅增长，“快递小哥将同比增长35%，运件同比增长68%，确保节日收派件效率一如既往”。

熟悉快递行业的人都知道，春节假期是加盟制快递公司的传统“短板”，今年在国家的号召下，这块“短板”能否补上，仍取决于公司的执行能力。

“可以肯定的一点是，今年春节会成为考验快递公司配送效率的重要战场，而‘春节不打烊’的传统会一直延续下去，成为快递公司的‘标配’。”广州一位物流人如是说道。

留穗过年不一般

28岁的王亮从事快递这一行当已有4年时间，算是站点的老员工。18岁便出来闯荡的他，在工厂当过流水线工人，送过外卖，兜兜转转，最后还是选择成为一名快递员。

以往，每年腊月二十三左右，王亮会早早定好高铁票，返回湖北黄冈的老家和父母团聚。2020年，突如其来的新冠肺炎疫情，打破了这个传统。

2020年春节前，由于湖北省全省



采取严格的防控措施，百般犹豫之下，王亮最终决定留在广州过年。“当时每天恨不得给家里打十来电话，生怕家里出现什么意外”。

相比去年的“被迫留下”，今年，王亮主动提出“就地过年”。

早在2020年6月休假回老家时，王亮就提前给父母打了“预防针”，“我跟爸妈说，（2021年的）春节可能我也不回了，年后我再回，他们也同意了”。

在他所处站点，60%的快递小哥都和王亮做出了同样的选择，“回家的大多是广东本地人，外省的几乎都选择留下”。

王亮告诉记者，今年除夕夜，他准备和女朋友在家吃顿火锅，“除夕和

初一好好休息两天，初二再工作”。

春节临近，王亮的工作量也日渐加重。“今年春节前的快递量要比往常多出三到四成。”这几天，王亮从早上9点一直忙到晚上9点，午饭也只能匆匆扒几口解决。

这也是不少快递公司今年春节可能面临的新难题。各大电商平台纷纷大力宣传“年货节”，使得电商件数量激增，加之部分快递小哥返乡过年，快递公司压力倍增。

菜鸟物流数据显示，1月20-31日期间，从菜鸟仓发出的商超类年货包裹量同比2020年年货节同时段增长50%。1月下旬，菜鸟保税仓发出的进口包裹较上月同期增长近70%。

就在1月底，国家邮政局突然下发通知，要求各快递公司要坚持“不打烊、不休网、不积压”主基调，合理安排春节期间生产运营，全力做好网络购物及生活必需品的寄递服务。同时，保障快递员工资休假等合法权益，“按时足额支付员工工资，落实劳动法关于法定节假日薪酬待遇有关规定，对春节期间的在岗职工要依法支付加班工资”。

快递公司的“春节大考”

在此大背景下，快递公司也尝试“花式”挽留员工就地过年。

临近过年，广州天河区的一位申通快递加盟商告诉时代周报记者，在他的号召之下，他负责的网点里有将近七成的快递员留在广州过年，“过年期间，我们给员工的工资都是翻倍的，我们还会组织抽奖、年夜饭等活动”。

顺丰相关负责人则对时代周报记者表示，针对春节高峰，顺丰制定节前、节中、节后的员工关怀及福利措施，包括节前春节大礼包、节中特殊激励、节后返岗激励等。“除春节值班人员2.5亿元的加班工资外，另有3.7亿元春节特殊激励发放给在春节期间值班的员工，顺丰总裁王卫还自掏腰包，为员工准备了2500万元的暖心红包”。

据悉，顺丰的航空资源较往年将同比增长一倍以上，干线资源平均增长40%以上，支线增长87.5%以上，全力保障运力充足。

中通快递在“春节不打烊”公告里表示，有超过6万名快递小哥值班留守，超过1万家快递末端春节营业，以及“超过5000台高运力牵引车和11万名司机纵横全国”。

但中通快递在公告中也指出，“节日期间快递时效将略有影响”。

据媒体报道，大部分快递公司均在春节期间对运费进行了调整，线路的首重费用大多增加1-3元不等，同时“不承诺发货时效”。

“春节不打烊”对部分快递公司来说是一次综合运力的“大考”。“春节期间，在员工紧缺、营业成本增加的环境下，还能保持自己的服务质量，对每个快递公司来说都不是个容易的事情。”

春节不打烊

各大电商平台纷纷大力宣传“年货节”，使得电商件数量激增，加之部分快递小哥返乡过年，快递公司压力倍增。

高校学子的留京年

时代周报记者 韩一奇 郑嘉意 发自北京

随着春运拉开帷幕，漂泊在外的游子陆续踏上返乡之路。

不同以往的是，面对严格的疫情管控和国家就地过年的倡导，不少学子选择放弃与家人团聚，留在北京，就地过年。

时代周报记者采访了多位在京高校学子，包含本科生、硕士生和博士生。对于作出在京过年决定的原因，他们每个人都有着许多话想说。

艰难返乡路

“白天班主任找我谈话，问我第一次在外面过年会不会偷偷哭，我只能囫囵说几句，可能我心里从来没有认同我会真的在学校过年。好多朋友每天都在给我想各种各样回家的方法，我真的好想回家啊。”

这段文字摘自小陈的朋友圈。大三的她来自吉林省通化市，春运前的疫情重灾区。尽管小陈家所属的县城不属于高风险地区，但她的回家之路仍旧充满艰辛。

1月26日小陈和父母视频电话，视频中，她的父母告诉她通化站最早也得2月2日才能解封，可能今年她只能留在北京了。对此，小陈故作轻松地表示：“过年不过是吃盘饺子的事情，回不回家都一样。”

但挂掉电话，面对空空荡荡的宿舍，她还是不免感到沮丧，“我就是好想回家，也知道没办法，就是好想”。

数百公里外，小陈的家人也在时刻牵挂着她。

1月29日早上4:29，小陈被手机铃声吵醒，映入眼帘的是来自妈妈的7条信息和2个电话。“宝贝如果想回来一定要抢到今天回沈阳的票，长春又有病例增加了，怕有变故，趁着沈阳解封赶紧走。”

由于疫情管控，从北京直达通化

的交通方式已经被封。如果小陈想要返乡，必须在1月29日早晨乘坐高铁从北京抵达沈阳，紧接着她居住在沈阳的小姨会在4小时健康码变色之前开车将她送达辽宁省的省界，而后她需要拖着行李独自穿越一片两公里左右的雪地，雪地的另一边是吉林省的省界，那里有她已经取得了社区接引文件的父母在等待。

“不然就算了吧。”小陈能够感觉到，这个争分夺秒的回家计划背后是父母感受到了疫情之下自己回家的执念，不愿让她失望。

“就留在北京吧，也有好多老乡。”小陈觉得这个瞬间自己长大了一点。

这是她第一个不返乡的春节，“挺难过的，也有一点期待。希望北京春节能下一场大雪，虽然北京的雪和我们那儿比根本不叫雪”。

来自哈尔滨的大汪面临着和小陈相似的困境。

大汪本科三年级，正利用空闲时间在一所“大厂”实习。面对疫情管控，他同样选择了留在北京过年。

采访中，大汪表示留在北京完全是“没办法的办法”。“早上我妈刚跟我通电话，说我们小区又出现了一个确诊病例，让我千万别回去。”

1月23日大汪结课后，哈尔滨就一直处于严格的管控状态。长途交通工具停运，再加上学校、省市、社区的层层审核，“本来就回不去，现在又添了新的病例就更不敢动了”。

值得开心的是，家人们也极力支持大汪的决定。大汪的父母不仅主动宽慰他的情绪，还给他提供经济支持，让他在实习单位附近租一间自己的小屋。“现在短租房还挺多的。主要也是觉得回不去嘛，不如就在北京好好搞实习。学校疫情管控太严格了，几乎没有办法出来，有条件当然想自己租房了。”

看着同单位的实习生之余一个接一个地离开，大汪在羡慕之余不忘督促自己，一定要利用好这个特殊的假期，

“别人走了我没走，别人停工我没停，那领导看到了肯定觉得我更好，以后转正也更有希望嘛。”

尽管如此，他在积极之中还是透露出了无奈，“刚才说的都是漂亮话，实话还是想回家。你知道微博上很火的那个表情包吗？我没事，我装的”。

担心返京难

“我原本一直觉得自己会回家过年，机票也买了，申请也写了，结果还是退了机票留在北京。之前我还调侃老家高风险地区的同学，炫耀我能回家。没想到小丑竟是我自己。”

小冉是一名研究生一年级的理工科学生，在1月23日课程结束后，她早早地购买了2月5日北京飞往重庆的机票。“当时觉得疫情已经得到了控制，回家没什么问题，就买了机票。”

事情的转折发生在1月29日。这天她从指导老师处得知，由于疫情管控和即将到来的2021年全国两会，北京市极有可能在3月份限制返京学生的数量。这意味着，离开北京的学生在3月15日之前没有特殊情况很难返回学校。

“我接下来两年的研究项目3月中旬就要开题了，必须提前几周做大量的实验，3月下旬回北京再做是怎么也来不及了。”面对日益严峻的防疫形势，小冉不得不接受她无法返乡的事实，“倒不是怕回不了家，我是怕回了家像去年一样，返京特别难”。

回忆起去年长达一个学期的网课，小冉至今记忆犹新。去年的她正值本科毕业季，毕业项目需要连续在实验室工作数月才能完成。被困在家中无法返京的她没有实验条件，在重返北京之后下了很大的苦工才及时完成项目，拿到毕业证书。

“今年的疫情肯定好转了，但这个事风险太大，我是耽误不起了。”小冉表示。

当然，和小冉情况相似的同学有

很多。在小冉所在学院的留校群里，共有本科生、研究生、博士生合计445人。“本科生反而少，能走都走了。研究生和博士生特多，情况都差不多，不是走不掉，是怕回不来。”

在小冉的朋友圈里，记者看到了她父亲寄的猪耳以及各式各样的食物，极具北方特色的御寒套装，还有一群女生的合照。朋友圈的文案是“不走了，实验室就是我的家，烧杯离心管就是我置办的年货”。

现在的小冉已经退掉了机票，每天下午到晚上的这段时间，她都会守在实验室里。

“本来也没觉得回不了家是多大事，昨天在实验室里退票的时候突然就哭了，好想家。可能我还是比想象里更爱爸爸妈妈一些。”小冉说。

不只是理工科的小冉，历史系硕士生二年级的小许，也因为相似的原因选择了留校。“论文3月份就要开题，很多文献只有学校的图书馆可以查到。走了怕回不来，想着自己年纪也大了，干脆这个年就不回家，留在图书馆专心啃题。”

问及学校的后勤保障工作是否完备，小许称自己比较满意。“今年不错啊，留了几间食堂也还行，图书馆也保持开放。刚开始我可愁了，我有个哥们去年留校过年瘦了20斤，因为只开了一家特难吃的食堂。”

小许是受访者里最积极的一个，比起想念家乡，他似乎更希望享受这个不一样的春节。2月初，他就已经开始张罗春节活动了。

“那个时候学校超市关了，校门肯定也是出不去，得自己整点火花。我们已经联合了几个宿舍，准备置办一些小家电，弄一些家常菜和饺子。没准能一起搞个联欢，反正一定得热热闹闹的，就算不在家，这个年还是要过的嘛。”小许说。

（应采访对象要求，以上姓名均为化名）

返京不易

由于疫情管控和即将到来的2021年全国两会，北京市极有可能在3月份限制返京学生的数量。这意味着，离开北京的学生在3月15日之前没有特殊情况很难返回学校。

透视陆金所年报：

网贷产品清理入尾声 零售信贷财富管理“双驱动”

上市3个多月后，陆金所控股迎来了年报首秀。

2月3日，2020年第四季度未经审计财务报告显示，2020年全年，陆金所控股总收入为520.46亿元，同比增长8.8%；调整后净利润为136.02亿元，同比增长2.1%。

其中，陆金所控股在2020年第四季度，总收入实现人民币132.86亿元，较上年同期人民币125.49亿元，同比增长5.9%。2020年第四季度，净利润达人民币28.47亿元，较上年同期人民币24.25亿元，同比增长17.4%。

陆金所控股于2020年10月30日正式在纽约证券交易所上市，零售信贷和财富管理业务是陆金所控股两大经营亮点。零售信贷方面，截至2020年12月31日，公司零售信贷余额达5451亿元，较2019年同期的4622亿元同比增长17.9%。

在财富管理业务方面，截至2020年12月31日，现有产品（不含历史产品）客户资产规模增至人民币4072亿元（约624亿美元），较2019年同期人民币2436亿元同比增长67.2%。

财报预计，2021年第一季度，陆金所控股的零售信贷业务新增贷款将在人民币1750亿—1800亿元区间内，财富管理业务客户总资产将在人民币3850亿—3950亿元区间内，总收入将在人民币143亿—146亿元区间内，净利润将在人民币40亿—42亿元区间内。

此外，这次财报还披露了陆金所控股最新的“董事长+联系CEO”管理层架构，董事会增加了独董占比。董事长李仁杰退休，原联席董事长冀光恒出任陆金所董事长。陆金所控股任命赵容爽和蔺葵生为陆金所控股联席CEO，分别负责零售信贷与财富管理板块。

小微借贷占比增长至74.4%

截至2020年12月31日，陆金所控

股零售信贷余额达人民币5451亿元（约835亿美元），较2019年同期人民币4622亿元，同比增长17.9%；累计借款人数达约1450万人，较2019年同期约1240万人，同比增长17.1%。

2020年，按照计划，并按照对8月最高法宣布的关于LPR定价指导意见的理解，陆金所控股调整了APR，以确保自2020年9月4日起，新增借款人的总体成本保持在24%以下。基于此调整，公司零售信贷业务的收入费率从2019年同期的10.3%下降至2020年第四季度的9.1%。

尽管公司自2020年9月降低了APR，但仍保持了稳健的业务增长。2020年第四季度促成新增贷款1327亿元（约203亿美元），较2019年同期1286亿元同比增长3.2%。

“融款难，融资贵”向来是小微企业发展路上的难点。中国平安集团总经理兼联席CEO谢永林曾表示，陆金所控股已明确“金融科技平台”战略定位，通过“信息平台+赋能平台”两大功能，实现两大目标：通过科技赋能，以2F2C方式，帮大众更好理财；以2F2B赋能中小金融机构，帮企业融资，进一步解决中小微企业融资难题，支持实体经济。

陆金所控股表示，第4季度新增贷款（不含消费金融）的74.4%发放给了公司核心客群，即小微企业主，2019年同期这一占比为63.1%。2020年第四季度促成的新增贷款中，由优质借款人（风险等级G1—G3）贡献的贷款量占比达70.7%，2019年同期，这一占比为57.4%。

陆金所控股董事长冀光恒表示，有别于其他互联网平台的消费借贷业务，陆金所的信贷业务主要服务于小微企业主，主要用途也是日常经营领域，从而支持国家实体经济发展，符合政策导向。而且，其已经持续降低

借款成本，并提升了风险承担比率。

冀光恒认为，“通过我们领先的技术能力、精细化的管理能力、强大的定价能力与全方位的抗风险能力，我们有信心在未来合法合规的前提下完成业务的平稳转型。”

业内人士评价称，“在疫情以来小微企业复苏中，借助金融服务小微企业是目前政策引导的大方向。陆金所控股零售信贷业务一直专注在小微企业贷款上，不仅提升了服务小微企业贷款占比，并且还能有效降低逾期率控制风险。”

30天以上逾期率降至2.0%

2020年第四季度，陆金所控股零售信贷业务逾期率进一步降低。

在发挥互联网线上理财平台的优势过程中，陆金所控股的零售信贷业务不仅提升了服务小微企业贷款占比，并且还在赋能技术有效降低逾期率控制风险。

截至2020年年底，公司促成的所有贷款转变为逾期贷款的迁徙率为0.4%，2020年2月新冠肺炎疫情最严重时该迁徙率为1.0%。

截至2020年12月31日，陆金所控股促成贷款（不含遗留产品）的30日以上逾期率为2.0%。截至2020年9月30日，上述指标为2.2%；促成贷款（不含遗留产品）的90日以上逾期率为1.2%。截至2020年9月30日，上述指标为1.3%，较三季度数据有所改善。

资产质量呈向好趋势，陆金所控股首席执行官蔺葵生表示，我们坚定不移地致力于实现高质量和可盈利的增长。第四季度，我们提高了信贷质量，过渡到了更具可持续性的风险分担模式，扩大了我们为核心客群的覆盖，并使我们现有产品的投资客户实现显著增长。

陆金所控股在转变业务模式过程

中，也在增加贷款中自担风险的比例。

在业绩说明会的提问环节，蔺葵生介绍，2020年新增贷款的自担风险比例已增至13.6%，在2020年1月份这个比例进一步升至20%，未来将保持对监管格局的了解，优化产品组合。“截至2020年12月末公司已按计划提升整体风险承担比率至6.3%，并计划2021年中期将所有新增风险承担比率上调至20%。根据我们的测算，我们的净资产足以覆盖未来潜在的资本金需求。”

业内人士评价称，零售信贷是陆金所控股倚重的业务，四季度这部分盈利能力不俗，而且新增部分很多来自于小微企业，逾期率从Q3的2.2%降到2%、优质贷款人占比提升到70%，这些反映信贷质量的风险指标改善，说明公司造血能力在提升，也有助于改善业务的能见度，这些会为日后市值的扩张提供可能。

展望2021年上半年，陆金所控股预计新增贷款销售额将在3400亿—3500亿元之间，客户资产将在3750亿—3850亿元之间，总收入将在285亿—293亿元之间，净利润将在78亿—80亿元之间。

网贷产品占比降低至4.5%

陆金所控股对网贷等历史产品清理已经进入尾声。

截至2020年12月31日，网贷历史产品仅占客户总资产的4.5%，从去年同期占比29.8%实现大幅下降。现有产品（不含历史产品）客户资产规模大幅增至人民币4072亿元，较2019年同期人民币2436亿元同比增长67.2%。

陆金所控股业务正在平稳转型进程中，作为此前P2P网贷行业的龙头企业，早在2019年9月，旗下P2P网贷平台陆金服对外发声，积极响应和

配合监管对P2P存量业务规模、出借人数量、借款人数量“三降”要求。

在招股书中，陆金所控股也坦言，自2017年下半年开始陆金所控股不再为投资者提供B2C产品，并在2019年8月停止提供对等产品，最迟到2022年P2P资产全部清退完毕。

业内人士认为，陆金所控股背靠平安集团，不缺机构资金，退出P2P业务，于自身发展无大碍，更将成为网贷专项整治工作进展情况的典型案例。

财报显示，截至2020年末，客户总资产和活跃投资者同比实现两位数增长，2020年第四季度，公司财富管理平台现有产品与服务的年化费率为31.4个基点，上一年度同期为21.5个基点。

其中，陆金所控股财富管理业务客户资产规模增至人民币4266亿元（约654亿美元），2019年同期为人民币3469亿元，同比增长23%。

财富管理平台注册用户达到4620万人，2019年同期为4400万人；平台活跃用户人数，从2019年1250万人增长至1490万人，同比增加19.2%；投资者12个月留存率达到96.8%的高位，2019年同期为93.3%。

在客户构成方面，陆金所平台投资人民币30万元以上的客户资产，占客户总资产规模比例增至75.5%，而去年同期这一占比为73.1%。

此外，关于2020年4月获批的平安消费金融公司，蔺葵生介绍，其在5月开始营业，至12月向不到20万的新客户发放了65亿元贷款，贷款余额为约35亿元。该业务与平安普惠的业务截然不同，是作为补充向更年轻的消费者客户服务。蔺葵生还透露，平安消费金融每位客户的贷款金额低于2万元，APR不到17%。

（文/苏沫）

“云聚餐”连线家乡发小找灵感 留守的基金经理出新招补缺憾

时代周报记者 宁鹏 发自上海

如果没有疫情,春节期间,一些基金经理会暂时抛下紧张忙碌的工作,回到家乡与父母亲友团聚,从繁华的北上广深到简朴的县城乡村,眼里的熟悉与陌生往往让他们百感交集。

他们看到了上涨的房价、拥堵的街道、农畜业的变化、农村电商的发展……他们用“高精尖”的金融从业者视角,发掘出由庞大的三四线城市人口所支撑起的消费升级需求和投资机遇。

如果说,鼠年春节部分基金经理选择“就地过年”有些突然和逼不得已,但即将到来的牛年春节,选择“原地过年”则多了一些甘愿。而为了“弥补”回乡见闻缺失的遗憾,时代周报记者了解到,有基金经理已经提前联系好了与老家同学进行“云聚餐”。



况需要外出,需要走审批流程。“其实公司不发通知也不准备回去了,免得麻烦,万一管控升级还会影响节后工作。”他坦言。

左文的老家在甘肃,他表示充分理解和尊重公司的这项规定,并称公司绝大多数同事都准备“就地过年”,有些原计划到外省旅游过年的也临时取消了。

在多位受访者中,只有在沪上一家大型公募基金从事文案工作的周静(化名)表示会返乡过年。她的老家在湖南一个三线城市,目前没有疫情。而作为家里的独生女,目前仍然单身,近一年不见父母担心又想念,希望她回家。周静说,在这方面公司政策还是比较人性化的,只要不去中高风险地区,平时做好报备,不强制留守。日前,其公司还集体组织了核酸检测。

不过最终能否成行不到最后一刻都不好说,周静说,她也做好了回不去的准备。回家的高铁车票定在当年三十那天,之前如果防控政策升级,就不回去了,在上海跟朋友一起过年。之前有人估算过,按现在各地区及金融机构惯行的政策规定,如果出入中高风险地区需要至少4次核酸检测以及14天居家监测。

单身汉的小心思

“就地过年”对于已成家有娃的金融人而言似乎是一个顺理成章的选择,但对单身者而言则有些纠结。北京某基金公司人士王全(化名)日前告诉时代周报记者,目前还在盘算跟谁一起过春节。

28岁的王全透露,回家过年已经不可能了,之前接到公司通知,非必要不出京、不出境,不去疫情中高风险地区

区和人流量大的地区。而且王全老家在吉林长春,前阵子闹过疫情,属于中高风险地区。

2020年春节王全还兴冲冲地回家了,但今年是他不在父母身边过的第一个年。对于较为恋家的他来说,心里总觉得少了些什么。不过,他亦坦言“也有好处,耳根子清静了”。原来,王全回家虽然不至于被亲友“逼婚”,但作为家人眼中的“大龄青年”,何时成家的话题总是在春节期间萦绕耳边,也因此难免与父母发生不快。

关于如何度过2021年春节,王全还没有具体计划。在他看来,和几个“就地过年”的同事凑凑也应该不会过于冷清。

“就地过年”在2021年对金融人来说应该是常态,且可能在近几年都是常态,这段时间,部分投资机构已经开始估算短、中、长期的影响。

招商银行研报认为,根据往年1—2月情况,乡村消费品零售额占比约14%。在当前返乡政策和农村管控方案背景下,预计部分将转移至城镇,增加城镇本地消费。

因为“就地过年”,有机构甚至上调了GDP增速的预测数据。东吴证券分析师陶川指出,在新的测算框架下,2021年一季度中国GDP(不变价)增速约为22.7%,比此前预测的18%高出4.7个百分点。

不过,也有机构的看法相对悲观。中信证券研报指出,返乡人次减少预计将明显影响春节期间偏低线城市家庭宴会及朋友聚餐,同时高线城市的大规模宴会餐饮同样会受到影响。综合局部疫情对需求端的消费、生产端的生活性服务业等有较为明确的负面影响,当前对经济基本面预期

进行下修是比较合理的。

回乡见闻或缺席

陶川强调,“就地过年”现象对经济数据的扰动仅是一次性的,可能会带来一定的投资机会,但不应该过分解读其对2021年整体经济走势的影响。

目前来看,投资机构关于“就地过年”的解读并不稀缺,但纷纷表示,以往在春节的“收获”或许有些遗憾。“回乡见闻”曾是投资界的一道风景,2020年,该主题大多切换为“战‘疫’见闻”,然而在“就地过年”成为主流的2021年,“回乡见闻”却大概率又会缺席。

事实上,早些年,“农村见闻”是基金经理等投资圈人士回乡见闻中最受关注的一部分。大概因为主流投资机构的注意力大多集中在东部沿海等相对经济发展较好的地区,主流投资机构,也多位于北上广深等一线城市的缘故。尽管上市公司遍布全国各地,但基金经理们调研大多还是倾向于大城市或特定区域。

2020年,投资界有“投资不过山海关”“投资不过南宋版图”一说,虽然有玩笑成分,但部分区域上市公司比较集中也是事实。截至2020年年末,江浙沪“包邮区”加上广东,已有超过2000家上市公司,占据全国上市公司的半壁江山。

以往每到春节,基金经理们便离开习惯的圈子,回到既熟悉又陌生的家乡,往往会对投资产生一番不一样的思考和感悟。

受彼得·林奇在生活中选股的做法影响,春节回家与亲友聚会,通常成为基金经理们草根调研的最佳时机,以至于往年节后开工,投资圈经常为各色“回乡见闻”所刷屏。

“回乡见闻的底色是真实的,虽然大多无严谨的数据验证,却可以为投资带来灵感。从生活而来的投资,本身也具有较强烈的生命力,接地气。因为最好的投资,就是专注自己的能力圈,赚自己能够看懂的钱。”日前,沪上一位公募基金基金经理对时代周报记者表示。

记者还了解到,因为无法返乡过年,部分基金经理还想到一个办法,通过“云聚餐”弥补缺憾。“我已经在老家找好了地点,几个发小对这种形式很期待也很兴奋,到时候我和另一个老乡同行就在上海的湖南餐馆与家乡的他们连线,一起吃家乡菜,尽情聊天”。■

渐成常态

“就地过年”在2021年对金融人来说应该是常态,且可能在近几年都是常态,部分投资机构已经开始估算短中长期的影响。

接受防控常态化

“政府对于疫情管控得力,无疑增强了投资者对中国资本市场的信心。从出口数据来看,中国一枝独秀,这意味着A股市场的红火并没有脱离基本面,资本市场有长期向好的基础。”日前,沪上私募人士柯新(化名)在接受时代周报记者关于“就地过年”如何规划的采访时,他先从本业出发,表示了自己的看法。

柯新老家在湖北恩施。2020年春节因为疫情原因他也留在了上海,彼时是计划错峰回家拜年的,但湖北疫情严重最终未能成行,直到去年下半年才回了趟老家看望父母。

“只要家人健康安好,不聚在一起过年也没关系。春节假期正好抓紧时间看几本书,梳理一下去年投资的心得体会”,对于今年依然不能回老家过年,柯新倒是非常看得开。他告诉时代周报记者,“就地过年”无疑少了一些与亲人团聚,与朋友交际的热闹,尤其是作为“游子”在春节这样的时点也不能陪伴年迈的父母一起过年,着实有些遗憾,但这是为了控制疫情和保护家人安全的需要,有这样做的必要。好在老婆孩子还在上海,三口人可以一起过年,也对上海的城市治理水平有信心。

值得一提的是,在基金行业,柯新这种情况还是颇为普遍的。

2月3日,南方某大型公募基金人士左文(化名)向时代周报记者透露,早在几天前就已经接到了公司通知,鼓励“就地过年”,规定如有特殊情

保险代理人: 春节期间不停歇 策划活动提振保费收入

时代周报记者 夏子轩 发自广州

春节将至,保险代理人的工作没有停歇迹象。

2月5日晚上9点,工作已十年的保险代理人周明(化名)仍在线上与同事商谈工作。“春节前加班加点很正常。每年‘开门红’忙完后,就是一轮增员计划,因此要策划很多活动。”周明告诉时代周报记者。

周明是广西人,现在佛山工作。今年,因工作原因,他选择“就地过年”。像周明这样的保险代理人,不在少数。

周明将自己定义为前线战斗的军事指挥官,日常工作是追踪前线销售人员业绩达成情况,督导他们按时按量完成业绩目标,追踪各种数据,包括客户接触量、活动量、出勤率,邀约率等多方面。

“年三十前,我每天都要在公司,主要是参加一系列关于假日运营的会议。春节期间,我还要组织新人培训,仍要工作。”周明说。

首次就地过年

“虽然,我没有保费考核的压力,但严格的KPI考核仍然无处不在。我

在后台要参与很多活动策划,来提振大家的保费收入。”周明说道。

2018年,周明和妻子一同来到佛山打拼,儿子成了留守儿童,“今年不回家,儿子也过不来。春节期间,我肯定得陪着儿子视频聊天”。

“虽然没办法回广西,但和同乡已经约定了在春节期间聚一聚,过年也不会过于孤单。近期,佛山还免费派发了很多景点门票,平时没什么时间去,我们也计划在春节期间一同去走走。”周明表示。

为鼓励外来员工在佛山过年,佛山市文广旅体局向市民免费发放了南风古灶、南海影视城、三水森林公园等多个旅游景点的门票,以及上千张面值50—100元不等的现金券和自助餐券。

此外,“就地过年”员工还可享受到其他多重福利。周明所在公司不仅将提供一定的工资补贴,还计划在大年初一组织全体员工去影院观看《唐人街探案3》。

“开门红后期到春节这段时间,保费收入增速放缓,公司把重心放在增员上,如何成功实现从‘人海战术’到‘高质量增员’的转变,是现在公司考虑最多的问题。”周明表示。

近两年,各大保险公司的代理人

数量变化和策略趋势有所分化,但“增员难”无疑是寿险行业普遍面临的问题,这也拖累了多家上市险企新业务的增长。

年后破增员难题

随着大众保险意识的崛起以及“保险姓保”的回归,保险公司业务结构中保障类产品业务占比明显提升,这些产品相对理财型产品而言更为复杂,也更需高质量的个险队伍来实现。

周明表示,保险行业收入通过人力规模增长的时代已经过去,现在市场都在争抢优质人才,确保高质量、有价值的增长,想要实现队伍的优质底色,需要有效的策略,并配合制度支撑实现。

“从目前的计划来看,公司将系统化地增强新人培训,包括延长培训时间,开展产品销售演练,配合各种线上的管理工具,辅助新人养成良好的学习和行为习惯,促使新人更有效地学习和吸收公司系统化的培训内容。”周明告诉时代周报记者。

保险产品民众保险意识尚未兴起时属于低频低感知的金融产品,销售难度较大,收入不稳定,展业往往从身边的亲朋好友开始,这也是行

业对于高素质人才吸引力较低的一大主要原因。

“去年上岗的新人中,原职业为其他行业的销售人员、个体企业主、行政人员占多数,他们合计占比超过六成。公司目前招人以高素质、高品质、高绩效‘三高’特征作为标准。”周明如此表示。

截至1月14日,中国人寿、中国平安、中国太保、新华保险、中国人保个险期交新单规模占2020年1月比例分别约为79%、142%、116%、102%和87%,而中国太平个险期交新单规模占2020年1月比例约为153%。

在人力规模方面,截至1月14日,中国人寿人力增长环比年初领先同业,中国平安小幅增长,中国太保基本持平,新华人寿、中国太平、中国人保小幅下降。

周明认为,保证新人收入是此次增员的一大主线,新人留存主要在于保证收入,“新人才不至于大量流失”。

在不少行业人士看来,年后人才市场的竞争将更加激烈。

“有人说保险业为了增员不择手段,其实不对,保险一定要由优秀的人来做。增员不仅要有广度和深度,还要越来越强调专业化和系统化。”周明认为。■

6成

证券业鼓励“就地过年” 花样留人引热议

时代周报记者 盛满岚 发自上海

“往年通常会问，过年打算去哪儿玩？今年大家都在问：就地过年怎么办？”

对于忙碌了一整年，到年终预期收入很可观的证券行业人士来说，不能出去旅游，不能回乡过年，难免有些残酷和遗憾。为此，不少证券公司在鼓励员工“就地过年”的同时，也想出各种举措积极安抚。

而从整体上看，相比其他行业，“就地过年”对证券公司等金融机构的影响是比较小的。

“留人”各有招

疫情之下，全国大部分地区提出了“就地过年”的倡议，各地企业陆续

出台措施，金融企业也不例外。

此前已有多家券商爆出春节“就地过年”福利。如国联证券对于春节期间家庭不在工作地并且放弃探亲、留在工作地的员工，工会将给予1000元的节日慰问。

中银证券则规定，员工非必要不离京沪；返乡理由要具备必要性、合理性，平时可以解决的事情最好延期到春节过后办理；谁审批、谁负责；不批准前往中高风险地区及所在城市。但对于就地过年的员工，公司会给予3天福利假。

不过，时代周报记者从京沪等地多家券商了解到，对“就地过年”的员工给予福利的并不多，绝大部分券商等金融机构还是多数执行非必要情况不出工作地，但没有鼓励措施。有部分上海的券商人士表示，尚未接到公司要求过年不离沪的通知。

1月27日，一份平安证券《春节前后疫情防控Q&A》的通知文件在社交平台流传。在这份署名“投行业务管理部”的文件中，明确要求员工不能出行，必须留守常驻工作地，即公司和事业部记录的办公地点。

文件还规定，异地派驻的干部原则上可申请回家，但如果是单身的干部，仍希望能够在实际办公地回家春节后返岗的要求；已出差同事，务必在2月7日前返回工作地。对于员工出行，文件明确，前期申请的因私出行签报全部作废。中级及以上干部出行申请签报需经过CEO审批，提出申请需附上出行明细表和书面签署申请书。“这份通知虽未完全限制，但也差不多算禁止性规定了”，有券商人士分析称。

当然，也有券商的政策比较宽松。北京一位中型券商投行人士对时代周报记者表示，“我们就是执行证监会的政策，非必要不出京，鼓励‘就地过年’，但没有具体限制和要求，也没有补贴。”该人士笑言，“要说与去年相比的影响，就是今年不会耽误年后开

工了”。

上海一位大型券商人士对时代周报记者表示：“现在非必要不返乡，尽量留在当地过年，差不多已形成行业共识，所以大家基本上能不回就不回了。金融机构在法定假日和周末是放假的，之后再找个时间错峰回老家探亲就好。”

相比其他行业，“就地过年”对金融业的影响有限。东吴证券宏观分析师陶川指出，在第三产业中“就地过年”影响分化，受损行业多于受益行业。其中，金融业和房地产业几乎不受影响，比如银行贷款的投放量、居民的购房决策并不会因“就地过年”而显著改变。

“就地过年”对于过年经济究竟会产生怎样的影响？国家发改委副秘书长、新闻发言人赵辰昕表示，“因为今年是第一次倡导‘就地过年’，相关影响还需要不断跟进监测分析，影响会是多方面的”。

热议传媒板块

多家券商表示，随着“就地过年”在全国多地普遍推进，其经济效应将逐渐显现。“就地过年”有利于强化春节月份的生产能力，支撑春节月份景气高于往年。

中泰证券发布“就地过年”对经济和股市相关影响的研报称，北京、上海及广深等地区主要大城市为主人口迁移规模较大，政府及各单位倡导的“就地过年”政策，或一定程度对2021年“春节经济”产生新的结构性影响。

粤开证券策略分析师殷越认为，从消费端来说，一方面，“就地过年”使得人口流动大幅缩减，对于交通运输、餐饮旅游等传统板块可能会造成一定影响。以餐饮旅游为例，春节黄金周零售餐饮企业销售额占全年社零总额的比例为2.4%左右，高于周度平均水平。不过另一方面，“就地过年”催生线上购物、居家娱乐、在线办公等

“宅经济”的发展，对相关板块的上市公司业绩增长又构成利好。

平安证券钟正生指出，2021年一季度，中国经济同比数据将受到超低基数的加持，市场的注意力将进一步转移到经济数据的环比变化上来，同时也要注意国内外疫情反复对经济增长的影响。随着全球经济逐渐适应与疫情“共生”，疫苗接种逐渐推广，全球经济共振复苏的大方向预计不会发生变化。中国今年“就地过年”的倡议，对一季度经济增长或可提供多一层保障。由于2021年全球经济仍处于疫情影响之下，对通胀的担忧亦不必太过超前。

梳理券商研报，在各行各业板块中，传媒板块是券商提及频率最高的。中航证券传媒分析师裴伊凡认为，资金方面，公募基金对传媒板块的配置比例仍处于低位，随着春节临近，线上娱乐的火爆有望带动资金对于板块的投资热情。其中，电影方面，多地先后发出倡议，倡导务工人员等在条件允许情况下“非必要不返乡”，留在当地过年，有望刺激当地票房的提升。游戏方面，“就地过年、少聚集”为游戏行业提供了一定的居家条件。视频方面，受各地疫情的影响，叠加春节假期，长短视频和电商行业有望共振齐发。

山西证券研究员徐雪洁则认为，线下实体娱乐消费市场面临不确定性，维持中性判断。线上渠道对市场整体的带动作用较强，电影市场加速复苏并在年末贺岁档中有超预期表现。2021年春节期间局部地区疫情及“就地过年”倡导下，我们预期整体的市场销售及票房表现将随疫情的变动而变化，正反两个方面影响相互作用给线下实体娱乐消费带来不确定性。

陶川指出，需要强调的是，“就地过年”现象对经济数据的扰动仅是一次性的，可能会带来一定的投资机会，但不宜过分解读其对2021年整体经济走势的影响。■



平安好医生迈入创业第二阶段 能力端升级强化医疗服务内核

2月2日，平安健康医疗科技有限公司（简称“平安好医生”，01833.HK）发布上市后的第3份年报，业绩依旧亮眼。作为中国领先的互联网医疗健康服务平台，平安好医生保持了良好的增长态势，2020年实现总收入68.66亿元，同比增长35.5%。其中，核心业务在线医疗持续高速增长，贡献收入达15.66亿元，同比增长82.4%。

2020年，是平安好医生成立六周年。六年来，平安好医生完成了互联网医疗创业的第一阶段，积累了规模化的用户，建立了完善的互联网医疗服务和产品体系，摸索出了融合公司竞争优势的医疗服务变现路径，公司市值也迈过了千亿港元大关。

面对巨大的行业机遇，平安好医生于2020年启动了全面战略升级，聚焦“渠道、服务、能力”三大方向，全速推进企业客户拓展、互联网医院建设、医生团队搭建、保险渠道产品拓展、健康管理服务提升等重点战略项目。

伴随着政策红利和市场扩容，平安好医生正在向创业第二阶段迈进，即快速的业务扩张、扎实的收入增长以及不断改善的盈利能力。平安健康医疗科技有限公司董事会主席兼CEO方蔚豪表示，未来公司将以构建专业医患沟通桥梁为使命，打造中国规模最大、模式最领先、竞争壁垒最坚实的互联网医疗服务平台，开启内部的二次创业，从1.0时代跨入2.0时代。

市场扩容 在线医疗强劲增长

过去的一年，新冠肺炎疫情为互联网医疗的加速发展带来了巨大契机。数据显示，在疫情高峰期，“平安健康”APP新注册用户量增长10倍，新增用户日均问诊量是平时的9倍，疫情期间的访问人次也达到11.1亿次。

“互联网医疗以其无接触、高效、低成本，以及信息化、定制化的优势，

突破了时间和空间的限制，在过去这一年里，帮助越来越多的用户、患者在线上得到诊治。”方蔚豪在业绩发布会上指出，在新冠肺炎疫情背景下，互联网医疗在更多场合、更多用户和医生的心智逐步建立了明确的根基。

据公开资料统计，2019年整个互联网医疗的渗透率尚不足3%，经过一年的快速发展，2020年互联网医疗渗透率已接近5%，达到5亿人次；预计2025年中国互联网医疗的渗透率将达到16%，18亿人次。平安好医生也抓住了疫情给互联网医疗带来的机遇，核心财务及运营数据均非常亮眼。

截至2020年12月31日，平安好医生的注册用户数达到3.73亿人，较2019年末增加5760万人，同比增长18.3%；2020全年日均咨询量达到90.3万，较2019年上涨23.9%；2020年12月的月活跃用户数和月付费用户数分别达7262万人和398万人，分别同比增长8.5%和34.1%。同时，平安好医生持续精细化运营用户流量，聚焦医疗用户变现，去年平均付费用户转化率达到了4.9%，同比提升0.9个百分点，付费用户中医疗付费用户占比达到35.1%。

从收入情况来看，平安好医生的核心业务在线医疗贡献收入15.66亿元，同比增长82.4%。其中，会员制产品收入高达9.25亿元，同比增长124.5%。受益于会员制产品的快速增长，在线医疗业务占公司整体收入的比重从2019年的16.9%上升到22.8%；毛利占比也从32%提高到了47%。核心业务的毛利率从2019年的44%提高到56%。

在核心业务驱动下，平安好医生2020年总营收达到68.66亿元，同比增长35.5%。除去战略升级投入的影响，平安好医生传统业务产生的净亏损收窄至2.39亿元，同比减少65.6%。

对于业内外关注的盈利问题，平安健康医疗科技有限公司首席财务官

叶澜在业绩发布会上表示，公司有盈利能力，从年报就可以看到，在保持毛利率稳中有升的情况下，费用控制也非常有效，经营性亏损持续收窄。

“2019年以来，在政策和疫情的催化下，我们认为中国互联网医疗行业进入了快速发展的阶段，公司希望抓住这个机遇进行战略升级，加大战略投入，对公司的整体盈亏平衡点会有一定推迟。但总体来看，公司的盈利计划和业务计划发展是匹配的，这次战略升级为公司进一步打开了向上的空间。”叶澜表示。

紧抓机遇 全面战略升级

面对历史性机遇，2020年年中，平安好医生启动了全面战略升级，主要聚焦于“渠道、服务、能力”三大方向。

在渠道端，平安好医生全面发展个人用户、保险服务、企业服务、互联网医院四大渠道，加强流量获取和用户触达。在服务端，从专注在线医疗问诊和服务，延伸到更高频次更多元化的健康服务；在能力端，持续扩张自有医生团队，着重打造名医大咖和扩展外部医生网络。

在企业客户渠道端，平安好医生进行了会员产品升级迭代。通过开发以私家医生为代表的企业健康服务产品，创建“互联网+医疗+健康”模式，到2020年年底已拓展超过1100家企业客户，当中包括众多大型国企、头部互联网公司 and 知名金融机构。

互联网医院作为全新的渠道，亦是平安好医生重点投入项目之一。截至2020年年末，平安好医生已与超120家线下医院达成互联网医院合作协议，其中已有50个互联网医院平台由平安好医生完成建设上线。

颇受关注的是，作为平安集团医疗生态圈的重要旗舰，平安好医生已成立保险事业部，全面推进与平安健

康险的线上业务深度合作。“我们希望把医疗服务与保险产品深度融合，对优质客户资源协同服务，为用户提供更加有温度的服务。”方蔚豪表示。

服务升级方面，除了将会员产品“就医360”全面升级为“健康守护360”，给予客户更多会员权益外，平安好医生还将以六大专科（内科、外科、儿科、妇科、中医科、皮肤科）引领、23个全科室覆盖的模式，通过图文、语音、视频、测量体征等多样形式落地服务，辅以下线检验检测服务、会员权益实现O2O全打通。

破解“看病难” 四层医生网络强化底层能力

在平安好医生的三大战略升级方向中，能力端的升级无疑是最为关键的基础核心。一直以来，“看病难”是我国医改面临的一块难啃的“硬骨头”，其根源在于医疗资源的不足与分配不均。北上广深等发达城市聚集了大量的优质医疗资源，而一些偏远落后地区的医疗资源匮乏。优质医疗资源供需关系极不平衡，导致了医疗效率低下。

互联网与医疗的结合，或是破解这一难题的突破口。疫情期间激增的在线问诊量表明，互联网医疗可以突破时间与空间的限制，实现高效问诊，解决部分常见病、慢性病患者的诊疗需求，以低成本提高优质医疗资源的可及性和患者的诊疗体验。

在成立之初，平安好医生就有明确的初心，为广大患者提供7x24小时高质量医疗服务。不过，互联网医疗的本质是医疗，优质医疗资源是整体医疗体系的核心资源，也是决定互联网医疗服务质量水平的关键能力。

从2020年开始，平安好医生着力搭建四层医生网络体系：以AI医生助手为基础，以驻司医生为底层服务能力依托解决常见需求，以外部医生为

临床中坚力量解决患者核心诉求，以名医大咖组成的名医工作室聚焦专科专科，打造严肃医疗形象。

其中，AI辅助诊疗系统作为医生的助手，主要是精准导诊和辅助诊断。问诊前，AI医生助手根据患者输入的需求匹配最合适的医生，目前导诊准确率超过99%；问诊过程中，AI医生助手帮助医生高效收集用户相关问诊信息，提供专业参考，目前辅助诊断及用药建议结果准确率均在90%以上。

自有驻司医生团队则在AI医生助手辅助下快速接诊，解决用户常见病需求，并帮助名医进行预诊和诊后随访。截至2020年底，平安好医生的自有医疗团队达到2247人，较2019年底增加838人。

“战略升级后，我们的医生体系又增加了两层，快速增加外部专家、引入名医大咖。”方蔚豪表示，引入外部专家，希望更深度地帮助患者解决更实质的医疗问题；引入名医大咖，希望在更好地服务疑难重症患者的同时，建立更加专注的严肃医疗形象。

外部医生主要提供非实时的在线咨询，线下名医二诊等服务。截至2020年年底，平安好医生合作的外部医生已超过2万名，当中有超过70%为三级医院的专家。

名医大咖则主要在于制定精准的、可信任的专家诊疗方案，通过名医工作室提供优质的线上线下整体医疗服务。自2020年8月推出名医工作室以来，已有295名知名顶级专科名医签约平安好医生，其中175位名医大咖组建了名医工作室，覆盖皮肤科、儿科、妇产科、泌尿外科等细分专科。

在创业的第一阶段，平安好医生持续将精力聚焦于AI医生助手和自有医生团队，打造了业内领先的快速接诊能力，接诊时效可以做到免费用户45秒内响应，付费用户30秒内响应。（文/章遇）

坚守的旅游从业者：依然向往星辰和大海

时代周报记者 李馨婷 发自深圳

对于旅游人来说，过去的一年，多云的日子更长一些。

“像坐过山车一样，上一秒你还在爬升，下一秒就跌进了谷底。”2月1日，旅游从业者大刘（化名）向时代周报记者表示，自己已经几乎一年没有工作了，小公司本来处在上升期，如今也只剩下自己和另一名合伙人苦苦维持着。

全球疫情仍不明朗的情况下，得益于国内防疫有序，其他行业复工情况乐观，但旅游从业者中有一部分仍然在寻找新的方向。

太爱旅游不愿放弃

“2020年结了婚，对方嫌我穷又离了婚。”

春节是新疆的旅游淡季，往年大刘都会去温暖的三亚过冬。然而今年，他只能留在零下四五摄氏度的新疆：“没钱出去。”

眼下大刘正住在月租500元的毛坯房里，自己买的房子则以约3000元/月的价格出租。“没收入，一个月房贷接近2000元，把房子租出去，多少能缓解一点。”他苦笑道。

生活的变故来得太快。

2019年，大刘创办了一家小型旅游公司，主打自驾游业务，业绩蒸蒸日上。新疆的旅游旺季是4—11月，而大刘公司的3台车，旺季里每个月有20天都在路上，平均下来每台车年均赚20万元。

2019年年底，大刘又添置了3台车，2台直接付的全款，铆足了劲儿要在2020年大赚一笔，却没想到2020年初疫情突袭。

但2020年5月，业务已有所回暖，6月时有接近300位客人的订金，排到了9月。

原本以为一切都会好起来，不料7月、10月又有零星疫情复发，订金统统原路退回。到一切都消停下来时，旅游旺季也就过去了。

如今，大刘原本11个人的小公司只剩自己和好兄弟两人，6台车年后的保险与年审费至今没有着落。

生活各项开支依然庞大，可大刘的经济情况却一落千丈，更糟糕的是，就连2020年5月刚结婚的妻子，也因嫌贫而离他而去。

大刘还记得2019年的好日子。网红景点独库公路让新疆红了一把，顺势拉动了旅游业。许多人都涌来投资做酒店，又或者是贷款买车做旅游。谁



能想到后来发生的事情？在圈内，大刘知道有不少同行转行，毕竟广袤天地，不做旅游，还有更多别的机会，只是大刘太爱这一行了，还想再坚持坚持。

点开大刘的朋友圈往下翻，2020年1月底至今的内容如同一部煎熬的连续剧：从疫情突袭，到重新开张时揽客、带客自驾游，再到零星小范围疫情又起……这一年，漫长而揪心。到去年年底，大刘关于生活的感慨更多了。

因为生活变故太大，大刘得了重度抑郁，整夜整夜地睡不着觉，但他目前负担不起太好的心理医生，只能靠药物维持：“我现在连烟都买不起。”

眼下，大刘还在朋友圈里组织着五一的自驾游。当年从部队退伍后，正是因为喜欢旅游才选择了这一行，他不想轻易放弃。

只是，他有点想换一种形式实现人生愿望了：“今年再观望一下吧，实在不行，卖车卖房去做民宿也行。”

丽江民宿老板转型定制游

“啃了一年老本，明年打算转型。”

“民宿搞得太累了，忙活了半天、心力交瘁，最后还没赚到钱。”聊天页面

上，海哥（化名）几乎隔几句话，就要给时代周报记者发来一个“捂着脸哭”的表情。

当初怀着仗剑天涯梦、觉得开客栈有点江湖气息的海哥，目前在丽江束河与泸沽湖旁拥有20多间房源。

开业5年，去年是海哥的业绩低谷。五一客流量还没完全恢复、十一稍见起色，可国庆假期结束之后，两栋民宿便又安静了下来。“基本是在关店自嗨。”

2021年初，时不时传来小范围疫情复发的消息，海哥的民宿一天最多只有一两间房的客人，且多为云南本省的自驾游客，生意差得连保洁阿姨都改成两天来一次。

这让海哥有些接受不了，往年此时，民宿入住率最差也有一半，过年时甚至一房难求。如今别说游客了，丽江很多店铺要么关门停业，要么就在装修。

往年此时，海哥已经准备收拾行李去泰国——他在清迈市区还有6栋别墅，每年春节都会过去操持生意。自从国外疫情暴发他就回国了，6栋别墅也只剩下2栋。如今他闲得发慌，每天在家换着花样做饭打发时间。

做了5年多生意，海哥还有点积蓄，但除了民宿业务，他的其他业务也都是代购、路线定制等和旅游相关的业务。

他开始筹划转型。年后，海哥打算推出一个小程序，为丽江范围内的个性化旅游产品提供业务对接平台，先在丽江试点，再应用到泰国去。

“虽然各个旅游大平台都已经在这布局，但市场份额是吃不完的。没有一个平台能以个人化的视角，在当地做得深入。”海哥知道自己只是个体，没法和大公司在一个起点竞争，但试一试，总比原地不动好。

西藏户外游迎来惊喜

“这边风景独好。”

在三位旅游从业者中，五元（化名）心态最平和，说话也慢条斯理。

从朋友圈看，他这几个月都没闲着。5天前还带着客人在那曲萨普山下的冰湖上打麻将；一周多前，发了一条朋友圈表示过年不回家，要留在拉萨跑业务。

尽管今年春节的订单比往年（2020年之前）同期下降了至少一半，但比起其他区域几乎颗粒无收的同行，他惊喜发现今年来拉萨的游客还是更多一些。

五元明显感觉到，从五一到国庆后，进藏的人络绎不绝，国庆假期时，阿里地区的酒店旅馆甚至爆满。

西藏地广人稀，旅游人群聚集风险低，再加上自驾游是常见的方式，五元认为去年全年，这里的游客量与往年持平。

回想2020年年初时，的确有段时间开不了张，他曾和同行们互相安慰：“待疫情结束，总会春暖花开。”但没想到“花开得这么好”。

这或许得益于五元的业务内容。根据中国旅游研究院《2020年中国旅行社发展报告》，疫情后，自驾游、私家团等新型团游方式都呈现快速增长；团游的私人化、个性化，已成为旅游业的明显趋势。

如此看来，同为主营户外游、自驾游业务的大刘，好日子大概率还会回来的。

结束采访的时候，大刘给时代周报记者发来一则邮轮人事招聘：“如果可以，打了疫苗后去邮轮上工作也不错，说不定，大海比陆地更适合我。”

“云朵之后的夜晚，并非没有星星。”旅游人在坚守，依然向往星辰和大海。■

新型团游

根据中国旅游研究院《2020年中国旅行社发展报告》，疫情后，自驾游、私家团等新型团游方式都呈现快速增长；团游的私人化、个性化，已成为旅游业的明显趋势。

在线教育机构的老师：春节要为续签率KPI奔走

时代周报记者 邓宇晨 发自广州

这个春节，思乐决定不回四川绵阳的老家，一个人留在北京过年。

思乐是国内一家知名K12在线教育机构的辅导老师，主要负责初中英语。此前，她曾经在成都的一家线下辅导机构任职。2020年8月，思乐认准了在线教育会是未来的“风口”，决定裸辞来北京寻找机会，从此便开启了“北漂”生涯。

如同思乐一般，许多人被风头正盛的在线教育所吸引，其中有来自线下培训机构的老师，也有刚毕业的大学生。

2月2日，四川大学研二学生方超在实习群里看到了跟谁学（GSX.NYSE）大班课主讲老师的“紧急招聘”——“1—2月拿到offer后，2月立刻入职，年薪60万—120万元，签署保底协议，保底60万—65万元，连续三年”。

这让方超有些动心，“即便是研究生毕业，一毕业能拿到60万元年薪的机会还是很少”。

在线教育机构开出高薪吸引人才已是行业常态。近几年，在线教育疯狂扩张，吸纳了教育行业大部分的融资金额，为一场场“烧钱营销大战”备好粮草。

这也让在线教育公司对续签率格外看重。而维持高续签率的压力，绝大部分压在了辅导老师们的身上。

A面教师，B面销售

2018年从四川师范大学本科毕业

后，思乐入职成都一家小有名气的课外辅导机构，成为一名英语老师。

但在父母眼里，只有公立学校里编制老师才能算得上是“正儿八经的老师”。

当时的思乐对这个看法不以为然。她认为，公立学校束缚太多，收入也不高，而课外机构不仅收入颇丰，还有大把时间可以自由支配。

这种状态在2020年初新冠肺炎疫情来袭时被彻底打破。

2020年1—4月，思乐一直呆在绵阳的家中，由于所在机构此前从未尝试过线上教学，她在在线教学的过程中也出现了不少事故。

最让思乐不适应的一点是，在线教学缺乏互动，自己的教学内容无法得到实时反馈。尽管有些沮丧，但这也让她想通了一件事情——在线教育能够触及的学生人数是线下机构永远无法企及的，这意味着，“好老师”能够通过在线教育这个“喇叭”，得到最大程度的放大。

思乐决定只身前往北京，那里聚集着中国最多的头部K12在线教育机构。

在顺利进入现在这家在线教育机构之后，思乐真正见识到了目前在线教育行业里最主流的“双师大班课”模式。

“双师大班课”的主讲老师往往是名校出身，履历光鲜亮丽，在圈内颇有名气。他们通过直播平台实时互动授课，一期直播课同时在线的学员可达数千人。

而像思乐这样的辅导老师，往往

只需要负责10余个学员，但覆盖的业务包括课前预习，课中监督学生到课、批改作业，课后还要进行成果总结、及时反馈等。他们也是在线教育机构和家长走得最近的人，要负责和学员及家长沟通需求、收集问题。

虽然公司提供了从辅导老师到主讲老师的晋升渠道，但思乐和同事们的积极性却不太高，“主讲老师可以说是‘千里选一’，而且对学历和能力要求都太高了”。

相比之下，更普遍的结果是，在公司内部，资深的辅导老师往往会走上管理或者销售岗位。

“与其说是辅导老师，倒不如说我是个销售。”2月4日，思乐对时代周报记者如此描述自己的定位。

每天为KPI奔走，这也是让思乐感觉失意的主要原因。她没有料到，自己有一天还要为学员们是否继续报班负责，“就仿佛是变着法从家长手中要钱一样”。

在线教育如今正值风口，加上不少地区全面暂停了线下课外辅导活动，包括思乐任职的机构在内，大部分在线教育公司均是一派热火朝天的景象，而加班也已经成了思乐们的家常便饭。

思乐告诉时代周报记者，她想趁着这个春节假期好好想想自己的未来，想想自己到底要不要留在北京，留在在线教育这个看似蒸蒸日上的行业里。

她甚至开始重新考虑当初父母的提议，“或许我更适合作为一名公立学校的老师”。

在线教育继续疯狂

和思乐一样，越来越多的年轻人奔着在线教育公司们而来。

根据2021年1月发布的《2020年在线学习服务师（辅导老师）新职业群体调研报告》显示，仅K12头部10余家在线教育机构，聚集的辅导老师从业者就将近10万，其中“95后”占比75.39%。

不过，对于绝大部分的年轻人而言，在线教育的“成名成家”和“造富神话”都很难落到他们头上。眼下，这一场在线教育竞赛尚未到达赛点，而粮草多少，则决定了赛道上的玩家们能走多远。

IT桔子统计数据显示，2020年，教育行业共融资233起，少于2019年的389起，但融资金额高达1046.78亿元，与2017—2019年的融资总额基本持平。

在2020亚布力论坛上，新东方（EDU.NYSE/09901.HK）创始人俞敏洪就公开表达了对在线教育模式的质疑：“到现在为止，我还不认为在线教育是一个跑通的商业模式。”他断言，在线教育每收入一块钱，就要花掉两块钱。一旦资本停止输血，在线教育会哀鸿一片。

巨额的营销费用是造成在线教育机构亏损的主要原因。

以跟谁学为例。截至2020年6月，跟谁学第二季度实现营收16.5亿元，同比增长366.6%，连续9个季度保持盈利，也是在线教育赛道里唯一实现规模盈利的机构。

但跟谁学的神话在2020年第三

季度被彻底终结。由于第三季度的销售和营销费用暴涨522.22%达20.558亿元，使得跟谁学在该季度亏损9.33亿元。

在某头部在线教育公司负责营销业务的韩旭告诉时代周报记者，目前在线教育投放的平台主要包括地铁站牌、电梯广告、知名综艺节目和部分短视频平台，“有时候也不是我们主动投放，但在其他几家都投放以后，我们就必须跟进”。

安信证券的研报数据显示，2020年，猿辅导、学而思网校、作业帮和跟谁学四家暑期营销推广预算分别为15亿元、12亿元、10亿元、8亿元，合计45亿元。

对在线教育而言，营销意味着“开源”，而辅导老师们背负的续签率就是“节流”。

曾有投资人士在接受媒体采访时表示，目前在线K12大班课的续报率普遍在70%左右，而行业新进入一个正价课学员人次的终生毛利润在2300元左右。

因此，当获客成本高于2300元时，则意味着企业难以从中获得收入。而在线教育行业的获客成本目前普遍在4000元左右。

“现金流就是粮草，没有粮草就一定会掉队。可以肯定的是，2021年，融资金额和烧钱营销的规模只会更大更多，在线教育只会继续疯狂。”韩旭向时代周报记者说道。■

（应采访对象要求，思乐、方超、韩旭均为化名）

蹲守工厂、加班直播 电商“打工人”这个春节忙疯了

时代周报记者 杨玲玲 发自广州

“忙疯了！”2月4日，天猫川式腊味杨大爷旗舰店老板杨虎告诉时代周报记者，扑到工厂一个星期没有回家。虽然提早做了筹备，但是订单超预期暴涨，只能无奈开启限售模式。

各地发出就地过年倡议后，不少电商从业者迎来“忙碌时刻”。近日，时代周报记者从服饰、美食等多个产业带上获悉，电商“年货节”带动销量暴增，不少商家正加班加点完成订单。

“天猫puko旗舰店这两天单子比上个月多了一倍。”春节临近，位于浙江省金华市的筋膜枪产业带商家应见宝，并没有休息的打算。

除前端的产业带工厂，不少从事后端销售的电商人也忙得不可开交。

“我正在做直播电商，以及二类电商等新兴电商。我思考的逻辑是，过年很多人都选择回家，我如果继续营业，就抓住了行业的关键销售时段；另一方面，运营成本可能会降低。”2月2日，某电商创业公司负责人刘英（化名）告诉时代周报记者，今年自己准备就地过年。

同样选择就地过年的22岁电商平面设计师张国称，除了考虑疫情，不想给政府增加负担，更是为了年后工作能顺利展开。

忙碌的年货节

杨虎在工厂的休息区摆上了红牛和加班零食，员工连续几日轮班倒，通宵达旦打包、发货，货品依然是供不应求，产品热销现状很可能持续到过年。

随着年轻人接棒“年货采办权”，各家的年货清单里也多了不少新物种：半成品年夜饭、宠物新年服、擦窗机器人、冻干粉咖啡礼盒、家用门上单杠、智能马桶盖、养生酒等。

天猫数据显示，“90后”用户在年货节的下单比重已超过六成。

以电商“年货节”为主调的线上消费在春节前迎来爆发，时代周报记者从淘宝天猫商家运营中心了解到，春节期间，淘宝天猫将组织珠三角、长三角有条件的商家继续正常运营。全国超过2000个淘宝产业带工厂、120万中小商家，开足马力备战年货节。

受就地过年的影响，筋膜枪、智



能马桶盖等年货新物种走俏，往年已开启休假模式的永康筋膜枪、潮州智能马桶等产业带，还处于忙碌状态。

在应见宝的工厂，一款USB多功能迷你筋膜枪，抢在年货节研发生产完毕，预计近日上架到店铺。应见宝说，就地过年的90后年轻人对健身、减肥的需求更大，功能要求更精细，在年货节期间，员工一边打包，一边拿着新款筋膜枪按摩发酸的手指。

除新物种热销，在穿新衣戴新帽的传统年俗里，无论是广东、浙江还是福建，各地男装、女装、童装、女靴产

业带上的商家，同样在销量上迎来一轮小高潮。

以全国第一大淘宝村大源村为例，眼下商家们已来不及休息，繁忙程度不亚于双十一这样的促销旺季。天猫潮毒旗舰店店主查棋介绍称，近来店铺销量已呈现大约5倍的增长。这条“久经战场”的电商产业带已经比较“机智”，多数工厂已根据双十二数据反馈，预测今年春节趋势，提前调整好生产线，虽订单上涨但能做到在48小时内发货。

相较于往年春节仅保留小部分

快递运转，今年春节，菜鸟协同中通、圆通、申通、韵达等快递公司，调动几乎不亚于日常的资源投入春节物流不打烊，百世、顺丰、中国邮政也加入其中。

不一样的新年

经历忙碌的电商“年货节”之后，就地过年的电商打工人也要考虑自己的春节如何过。

刘英对时代周报记者慨叹，电商平台游戏规则变化快，因此非常考验执行力，过年期间，自己准备坐镇公司，陪部分员工一起加班过年。

“到时候会给同事们派红包，派多少就看公司业绩了。”刘英笑着说。

同样选择就地过年的东菱电器电商业务主管周小勇则表示，过去一年家电行业变化很大，“宅经济”带动小家电整体升温明显，国产品牌越来越强势。

“对我们卖家电的人来说，这是一个好机遇，提升市场占有率，拉动国产品牌的内需。”2月2日，周小勇对时代周报记者表示，2020年初，自己在家办公过一段时间，后来疫情好转可以回公司上班，再到公司正常运作，订单不减反增。

今年周小勇选择就地过年，主要原因就是在佛山工作近10年，如果公司需要，他可以随时听从调遣。

不能回老家与亲人团聚，同样让某小家电公司的电商业务经理华连凤感觉失落，但家人们的理解让她宽慰许多。

“把实际情况跟家人说明后，他们都特别支持，准备放假后每天抽2个小时与家人视频通话，聊家常，减少家人之间的隔阂。”华连凤说，等疫情稳定后自己再回家看看，也希望在异地过年期间会有不同的体验。

对就地过年的电商打工人来说，吃上一口家乡味是头等大事。近日，华连凤已陆续收到家人寄来的土鸡蛋、腊肉、腊鱼。“这些才代表我们这一代人的年味，也让我们在外地感受到来自家人的爱。”华连凤说道。

周小勇在收到家人邮寄的特产后，也难掩激动：“非常感谢他们，让我在这里也能尝到家乡味道。”不能回家过年的伤感在亲人的远程“投喂”中减弱了几分。■

年货新物种

随着年轻人接棒“年货采办权”，各家的年货清单里也多了不少新物种：半成品年夜饭、宠物新年服、擦窗机器人、冻干粉咖啡礼盒、家用门上单杠、智能马桶盖、养生酒等。

电竞少年春节“不打烊”： 蹲守出租屋 陪练订单接到“手软”

时代周报记者 李静 发自上海

每个人选择转行的原因各不相同，有的人是因为薪资和前景，乔屿（网名）是因为被裁员。

21岁的乔屿，曾经的工作是负责消防设备维护与安装，但如今他已进入新角色——电竞陪练师。

从去年年初接触电竞陪练到今年春节，乔屿从没停歇，忙着接单、陪练、训练，俨然找到职业新方向。

在2020年疫情背景下，传统体育赛事遭受重创，凭借线上优势，电竞行业逆流而上。电竞火了，围绕电竞的衍生产业也如火如荼，电竞陪练就是其中一个缩影。

2020年12月16日，在某游戏产业论坛上，陪练平台“比心APP”副总裁何莹透露，比心目前拥有超过5000万注册用户，并为超过600万的电竞陪练大神创造了就业机会。仅在2020年上半年，比心新增超过200万陪练大神。

如今又到一年春节假期，乔屿和众多陪练大神的忙碌由此开始了。

春节“不打烊”

乔屿是王者荣耀的资深玩家，2020年10月底，乔屿只身来到广州，全心投入到电竞陪练工作中。

在行内，顾客被电竞陪练们统称为“老板”，“老板”们大多都是需要提升自身技术或游戏体验的，因为不

俗的陪练水平，乔屿在比心平台上每天最少能拿到十几个订单。

“我主要做王者荣耀陪练，每天8—10个小时陪练，一局19元。收入好的时候月入2万元左右，一般的1万元左右。”乔屿对时代周报记者介绍道。

不过，在乔屿妈妈看来，他的工作就是打游戏，是不务正业，他妈妈还是认为找一份“正经”工作更有前景。

“我用事实来劝说他们，一方面做陪练比之前打工赚得多；另一方面这份工作很适合自己，也相对比较稳定。”乔屿计划，今后还是会从事电竞方面的工作，运营自己的工作室。

开心之余，乔屿也有失落。离开家乡没有多久的乔屿今年春节没有回家，响应“就地过年”的倡议，他选择留在广州的出租屋里过年。

但这个春节假期对乔屿来讲，或许更忙碌了。“假期，一般会有很多人点单，春节我肯定是不休息了，还是得继续接单。”乔屿说。

时代周报记者了解到，大多数电竞师春节“不打烊”。

2月2日，20岁的范范大人（网名）告诉时代周报记者，疫情推动下，接触电竞的人更多了，今年春节自己会在河北继续做陪练工作。

从数据看，2020年一季度，比心APP新增陪练大神激增102万人；对比2019年12月，2020年2—3月增幅高达150%。用户活跃度方面，新增用户为平日的1.6倍，日均订单量是平时的2倍多。

行业仍待完善

并不是每个陪练都能像乔屿一样月入过万元。

“技术高超并不意味着可以接到单子，还要有耐心、态度好、会运营。”乔屿坦言。

比心陪练提供的数据显示，2019年，平台认证的陪练人数近300万，有130万人通过游戏陪练赚到钱。其中，全职大神月收入为7857元，兼职大神月收入为2929元。

但可以用自己的爱好特长来获取经济回报，对年轻人的吸引力依旧非常强大，电竞陪练正在成为更多年轻人的就业新选择。

2020年初疫情突袭，范范大人有几个月基本没收入，同时负债2万元。赋闲在家的日子无所事事，后来在朋友的推荐下成为一名电竞陪练师，目前已经还清债务。

“我是2020年4月加入这个行业的，主要是做王者荣耀陪练，目前收入稳定在三四千元，好的时候四五千元。一般在晚上接单3—5个小时，白天偶尔接单。”范范大人认为，作为一份职业，陪练的投入产出比还是较为可观。

范范大人也将电竞作为自己未来职业规划之一。

“2021年上半年还是准备先继续做陪练，争取月收入能达到6000元。”范范大人直言，做了电竞陪练师后，自己开始规划未来的职业方向，有

了更多可能性，近期准备买设备当游戏主播。

1月12日，在12355上海青春在线青少年公共服务中心年度分享活动上发布的《上海市00后的画像报告》显示，上海“00后”青少年，在职业选择中，电竞成为一个重要选择。

火热的另一面是，电竞陪练职业的规范化和职业化建设仍在路上。

在主流市场上，陪练师的入门门槛仍然十分低，并且渠道鱼龙混杂。如何完善内容审核机制、做好用户分级分类管理，保障未成年人合法权益，都是需要不断完善的问题。

2019年7月31日，中标委（中国国家标准化管理委员会）发布了一份名为《中国电子竞技陪练师标准》的公告，电竞爱好者可以通过认定平台进行考核，合格者将被授予“电子竞技陪练师”官方职业技能认定。

比心安全审核负责人向时代周报记者透露，平台目前有超过400人的风控、审核团队，日均处理数据量超过2000万条。通过打造实时风控平台、离线风控平台、内容审核平台、资金安全平台、举报处理平台、用户申诉平台组成的“六大平台”，完善平台生态治理体系，并将逐年加大风控审核维度的技术、资金和人力成本的投入。

事实上，电竞陪练行业发展壮大的速度不容忽视，但问题仍然客观存在，整个行业只有合法合规发展，才能带来更广阔的市场。■

300万

时代周报

新春特刊



全球新冠肺炎疫情的阴霾并未散去，高度的不确定性仍然笼罩着各国，但在各国抗击疫情的努力下，全球经济正在恢复，中国经济更是强劲复苏。

今年1月，世界银行报告显示，中国的需求释放及生产和出口恢复速度快于预期。

在经济复苏的背后，产业变革正在悄然发生。

随着各地倡导“就地过年”，传统餐饮业也在发生变化。很多餐饮品牌推出了年夜饭外卖与礼盒套装，瞄准年轻消费者的新需求。这只是一个缩影，以大数据、人工智能、区块链等数字技术为支撑的新产业、新业态将不断涌现。

国内的智能制造、生命健康、在线教育以及一些传统行业都显示出了巨大的潜力。

可以看到，中国正在构建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，国内大循环将来会成为中国经济发展的引擎，对于全球化业务的中国公司而言，如何构建新的供应链与销售渠道，成为战略核心重点。

“十四五”规划的出炉，将是未来产业结构变化的重要指引，前路充满了挑战与机遇，只有技术创新、产业创新以及思维创新，才能够不断披荆斩棘乘风破浪。■

把脉2021中国经济： 着力扩大内需 加快构建双循环新发展格局

时代周报记者 谢江珊 发自上海

回顾2020年，中国国民经济稳定恢复，主要目标完成好于预期。其中，GDP（国内生产总值）首次突破100万亿元大关，全年经济增长2.3%；城镇新增就业1186万人，明显高于900万人以上的预期目标；货物贸易进出口总值32.16万亿元人民币，同比增长1.9%，是全球唯一实现货物贸易正增长的主要经济体。

2021年是我国现代化建设进程中具有特殊重要性的一年。如何确保“十四五”开好局？经济工作着力点和发力点在哪？宏观政策如何调整？经济发展还存在哪些不确定因素？

GDP增速或高达8%

作为“十四五”规划的开局之年，也是“两个百年”目标交汇与转换之年，2021年的宏观经济走势备受关注。

许多国际机构、国内研究者的看法一致，他们对中国2021年经济恢复充满信心：在经济复苏与基数效应的双重作用下，2021年中国宏观经济各类同比参数将全面走高。

国际货币基金组织（IMF）预测2021年中国经济增长率将达到8.2%；2020年11月30日，中国银行发布的《2021年度经济金融展望报告》显示，2021年是中国实施“十四五”规划的开局之年，政府将持续推动扩大内需、支持创新发展、改善营商环境，加上低基数因素，经济增速很可能恢复至正常增长水平以上，预计2021年GDP增长7.5%左右。

中国人民大学副校长刘元春此前在接受时代周报记者专访时预计，今年的GDP增速会超出大家预期，显著高于疫前水平。“2020年四季度GDP同比增长6%，按我们目前的测算，2021年正常的经济增速应该在8%以上。”第一季度增速预计达到11.4%，第四季度下滑到5.4%左右，呈现“总体偏高、逐季回落”的基本走势。

“如果今年GDP增速低于6%，整个经济复苏的进程就达不到预期，中国经济也很难在今年持续政策作用下步入常态化区间。”刘元春补充道。

刘元春分析，四大因素将支撑2021年中国经济常态化：

首先，中国经济复苏已经进入稳定轨道，内生复苏的力量已经出现。其中，企业利润已呈现正增长。2020年12月份，规模以上工业企业实现利润总额7071.1亿元，同比增长20.1%，增速比11月份加快4.6个百分点；财政增长实现正增长；2020年全国居民人均可支配收入实际增长2.1%；三大主体收入的正增长，决定了附属的内生动力。

其次，宏观政策不进行急转弯，此前一系列政策实施的效果将持续显现。同时，扩内需的政策会进一步出



台，将支撑有效需求的提升。

再次，全球疫情的控制会使全球经济得到复苏，从而使中国经济外部环境得到常态化的支持。

最后，今年是“十四五”规划的布局之年，按照新发展格局来进行布局，会产生比较强劲的拉动效应。

宏观政策“不急转弯”

去年年底召开的中央经济工作会议明确，2021年的宏观政策要保持连续性、稳定性、可持续性。要继续实施积极的财政政策和稳健的货币政策，保持对经济恢复的必要支持力度，政策操作上要更加精准有效，不急转弯，把握好政策时度效。

具体而言，积极的财政政策要提质增效、更可持续，保持适度支出强度，增强国家重大战略任务财力保障，在促进科技创新、加快经济结构调整、调节收入分配上主动作为，抓实化解地方政府隐性债务风险工作，党政机关要坚持过紧日子。

稳健的货币政策要灵活精准、合理适度，保持货币供应量和社会融资规模增速同名义经济增速基本匹配，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，多渠道补充银行资本金，完善债券市场法制，加大对科技创新、小微企业、绿色发展的金融支持，深化利率汇率市场化改革，保持人民币汇率在合理均衡水平上的基本稳定。

中国财政科学研究院原副院长白景明在接受时代周报记者采访时表示，“不急转弯”就是说宏观政策力度不出现急转弯，不会出现大的波动，也不会做过度调整，打消市场对政策过快退出、大幅收紧的担忧。财政政策不急转弯，比如赤字率、地方债、专项债等处于一个合理的水平，不会过度波动。货币政策也是如此。

在刘元春看来，2021年，整体宏

观政策要保持相对的连续性，但是会从过去超常规的操作模式，向常规偏扩张的方向逐步转变。“不急转弯”意味着不会在短期内实施过度甚至全面转向的调控。

一方面，赤字率要从2020年3.6%以上的规模收缩到3.1%左右。不可能出现大幅度的收缩，但也不能再坚持去年抗疫纾困的超常规规模；另一方面，发债在保持规模相对稳定的基础上，有所收缩，预计2021年专项债规模在3万多亿元。既为保证去年5月份以来所布局的一些重大工程和项目的连续性，也为“十四五”开局做好铺垫。

“今年稳健的货币政策的幅度会有所调整和收缩，但不是太大，并不像市场人士所解读的，会出现过度的调整。”刘元春解释，稳健的货币政策，内涵非常丰富，不能简单化它要朝哪个方向进行，只是说它在什么样的框架中来决策。

第一，货币政策本身不是规则性调整，处于相机决策的状况；第二，由于经济复苏依然具有高度的不确定性，基础不是很扎实，货币政策未来的调控幅度和路径，要根据复苏的进程来决定；如果复苏进程非常顺畅，货币政策将会从过去总量相对偏宽松，回到真正适宜的状况；第三，货币政策将会配合财政政策和一些大型项目，进行相应的总量和结构形式的变化。

仍面临诸多挑战

同样需要清醒地看到，2021年，疫情变化和外部环境仍存在诸多不确定性，中国经济恢复基础尚不牢固。世界经济形势仍然复杂严峻，复苏不稳定不平衡，疫情冲击导致的各类衍生风险不容忽视。

国家统计局副局长盛来运日前在接受采访时提醒道，针对2021年经

济形势，不能过分乐观，要保持一份清醒。一方面，国内国外的疫情形势存在变数；另一方面，基数问题不能高估。

而除了疫情和国际环境变化的不确定性外，盛来运指出还有两个风险点值得关注。

一是实体经济困难还没有根本改观。

“虽然中国实体经济顶住了冲击，但毕竟受到一些影响，尤其一些中小微企业生产经营还比较困难。从去年全年数据以及近期一些指标看，实体经济无论在生产经营、债务问题，还是利润情况方面，仍然存在一些需要关注的问题。”盛来运解释，国家统计局1月31日公布的制造业采购经理指数显示，小型企业PMI为49.4%，比上月回升0.6个百分点，仍低于临界点。目前，小型企业制造业活动已经连续两个月处于收缩区间。

二是有效需求不足的问题依然存在。

2020年无论是投资层面还是消费层面，都存在一些短板弱项。投资方面，制造业投资仍然呈负增长。去年全年整体投资增长2.9%，但制造业投资增长是-2.2%。民间投资增速还比较低，全年民间投资增速只有1.0%，比平均投资增速低1.9个百分点。从消费领域来讲，全年社会消费品零售总额增速为-3.9%，是主要宏观指标中唯一没有转正的。

在中国国际经济交流中心副理事长王一鸣看来，2021年中国经济稳定复苏仍面临六方面挑战：

第一，新冠肺炎疫情仍然存在较大的不确定性；第二，世界经济形势仍然复杂严峻；第三，国内有效需求不足的矛盾显现；第四，中小微企业发展仍面临困难；第五，稳增长与防风险的平衡仍面临压力；第六，外部短期资本流入压力增大。■

把脉经济

作为“十四五”规划的开局之年，也是“两个百年”目标交汇与转换之年，2021年的宏观经济走势势必备受关注。

诺奖得主中国行
NOBEL
LAUREATE'S
CHINA
TOUR



THE TIME WEEKLY
时代周报

“

市场的设计必须与周围相关因素相融合，多数中国市场必须是由相当熟悉中国市场详情的中国经济学家来设计。

Alvin Roth
埃尔文·罗斯
2012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



担当经济稳定压舱石 2021年消费增速由负转正可期

时代周报记者 陈泽秀 发自广州

随着各地经济数据公布,各大城市2020年社会消费品零售总额排名出炉。时代周报记者梳理,中国城市消费能力十强城市依次是上海、北京、重庆、广州、深圳、成都、苏州、南京、武汉和杭州。这十座城市2020年社会消费品零售总额合计94465.96亿元,占全国消费总量(391981亿元)的24%。

与2019年相比,2020年的排名出现了较大变化:排在前三位的上海、北京、重庆2020年社会消费品零售总额超过1万亿元,分别是15932.5亿元、13716.4亿元和11787.2亿元。其中,重庆不仅超过广州排名第三,还成为全国第三个消费规模突破万亿元的城市。

此外,深圳超过成都、武汉,跻身全国消费第五名,与第四名广州在消费总额上的差距缩小;受疫情影响较大的武汉排名虽然有所下滑,但仍然保持住了前十强的地位,即从2019年的第六位下降到2020年的第九位。

值得一提的是,第四次全国经济普查之后,各地的数据基数有调整,相比2019年,2020年的数据更为准确。总体来看,进入消费十强的城市,也是2020年的GDP十强城市,但排名情况并非完全一致。

重庆消费总额破万亿

“全国消费第一城”上海,2020年实现社会消费品零售总额15932.50亿元,比上年增长0.5%,增速好于全国(-3.9%)。上海与第二名北京之间的消费差额为2216.1亿元,比2019年的1227.11亿元有所扩大。

2020年上海在促进消费方面不遗余力——先后举办了“五五购物节”“六六夜生活节”等重大促消费活动,推出美食、购物等主题旅游季,新增一批国家全域旅游示范区、全国乡村旅游重点村,推进国际艺术品交

易中心建设,南京路步行街东拓段正式开放。

排在上海之后的北京,2020年社会消费品零售总额13716.4亿元,下降8.9%。从消费增速上看,北京是除武汉(-20.9%)之外,十强城市中跌幅最大的城市。作为全国的政治中心、文化中心、国际交往中心,2020年,首都北京疫情防控“外防输入、内防反弹”的压力持续存在,这在一定程度上影响了北京消费市场的回暖。从具体数据上看,2020年北京餐饮收入871.7亿元,下降29.9%,下滑幅度最大。

重庆则以11787.2亿元的社会消费品零售总额,超越广州(9218.66亿元),进入2020年消费城市排行榜第三名。从消费总量上看,重庆是全国第三个消费总额突破万亿元的城市;从增速上看,2020年重庆消费增速同比增长1.3%,位居十强城市第一名。

中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东对时代周报记者分析,在疫情影响下,我国消费品零售总额恢复较为缓慢,特别是餐饮、文旅等服务性消费尚未恢复常态。由于冷链等物流制约促使相关消费品零售额增速放缓,而重庆地处我国成渝双城经济圈的中心位置,在疫情防控方面做得非常好。重庆历来是重要的消费中心,居民消费习惯主要以服务性消费居多,因此消费增长要好于东部沿海地区,使其总体排名略有上升。

2020年以来,重庆不断推出鼓励汽车更新换代消费、开展家电以旧换新活动的政策。根据重庆市商务委发布的数据,全年限额以上汽车类企业零售额1020.09亿元,同比增长6.8%;全市限额以上家电类企业销售额268.66亿元,同比增长0.7%。

同时,重庆还壮大品牌消费,发展“四首”经济,建成以解放碑、朝天门、观音桥、江北嘴等区域为核心的品牌首店发展集聚区和解放碑离境退税示范街区,引进国际知名品牌300余



个、品牌首店292家。

“重庆具有非常丰富的旅游业和餐饮业,消费品类比较丰富,能够支撑消费规模的扩大。”苏宁金融研究院消费金融研究中心主任付一夫告诉时代周报记者。

深圳排名前进两位

在北上广深四个一线城市中,深圳的消费实力进步最明显。2019年,深圳的消费规模仅排在全国第七位,与其在全国中的经济地位(第三位)并不匹配。2020年,深圳排名超过成都和武汉,跻身全国前五,并且与第四名广州的差距缩小到了553.83元。而2019年,深圳与广州的消费差距为3392.74亿元。

数据显示,2020年深圳社会消费品零售总额8664.83亿元,同比下降5.2%。尽管排名有所上升,但深圳的消费增速低于全国平均水平(-3.9%),消费规模不及上海、北京、重庆等老牌消费城市。

付一夫认为,虽然深圳的城市综合实力比较强,科技产业发达,但在消费配套方面存在不足,特别是在医疗、养老、教育等方面。此外,深圳的房价较高,有相当一部分居民将钱投入

到房贷上,挤压了日常消费。

对于深圳排名上升的原因,刘向东分析,与近年来深圳加快国际消费中心城市建设和有关,深圳采取许多政策措施补齐医疗、教育、托幼等公共服务资源,让更多人口集聚于深圳,而且中国特色社会主义先行示范区建设正在引领深圳更加国际化便利化,即便2020年社会零售销售总额同比下降,但在其他城市下降幅度更大的情况下,深圳市的排名不升反降。

相比2019年,2020年消费总额十强城市的门槛略有降低。2019年排在第十名的是苏州,消费规模为6088.8亿元,2020年第十名换成了杭州,消费规模下降为5973亿元。这在一定程度上反映了2020年全国消费市场的情况——受疫情影响,2020年消费受到较大冲击,在全国GDP增速转正(2.3%)的情况下,消费增速同比下降3.9%,尚未实现正增长。

付一夫认为,在疫情保持良好防控的前提下,受2020年一季度低基数的影响,2021年一季度消费有望迎来较大幅度的反弹,2021年全年消费增速实现由负转正指日可待。

不过,刘向东并没有很乐观,他认为2021年消费还存在诸多制约因

素,包括疫情局部二次反弹;制约扩大消费的体制机制因素,如汽车限购,节假日消费制度尚不完善,消费者权益保护制度不健全;居民可支配收入增长不高制约消费潜力的释放等。

打造国际消费中心城市

尽管2020年消费受到疫情冲击,但最终消费支出占GDP的比重仍然达到54.3%,高于资本形成总额11.2个百分点,为近年来的较高水平,消费仍然是经济稳定运行的“压舱石”。

2021年,各地高度重视消费的稳增长作用,在今年的重点工作任务中进行了相关部署。例如,上海在政府工作报告中提出,继续办好“五五购物节”等促消费活动,大力发展线上消费、体验消费、健康消费等新型消费,做强首发经济、夜间经济、品牌经济,推动市内免税店新政落地。

北京则在今年的政府工作报告中指出,扩大健康、养老、文旅、体育等服务消费。优化布局免税店,持续吸引国内外知名品牌首店首发,完成22个传统商圈改造提升。

时代周报记者注意到,在十强城市的“十四五”规划建议中,均提出要建设国际消费中心城市。具体举措涵盖发展首店经济,布局免税店,促进境外消费回流;巩固提升传统消费,推动汽车消费由购买管理向使用管理转变;布局建设国际化核心商圈、高端化商业中心、特色化商业街区等。

付一夫分析,以国际消费中心城市为新的平台和载体,要从多个方面持续综合发力,具体应包括:进一步提升城市能级与扩大开放、打造具有全球影响力和美誉度的标志性商圈、聚集全球高端消费资源、营造多行业融合互动的消费生态、完善高效便捷的消费环境、健全法律法规、促进公平竞争和消费者权益保护、提供优质公共服务、吸引优质人才、增强创新能力等。

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

- 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)主办的中国传媒奖“最佳新闻客户端”。
- 在网易新闻主办的2019年度态度风云榜评选中,荣获“2019年度最具影响力媒体”奖项。

扫码阅读最新资讯

地产销售人直播带货 线上售房成新赛道

时代周报记者 刘帅 发自北京

春节将至，新冠肺炎疫情防控形势依然严峻，在此背景下，越来越多的人响应“春节期间非必要不返乡”的倡议，选择留在工作地、常住地过年。

人口流动性的减少，让房地产公司也开始抓住客源稳定的时机大力推盘。

由于购房人在房屋购买过程中，更相信自己的直观体验与感受，房地产行业曾一度停留在纯线下销售的模式中。

而伴随着数字化时代的发展，房地产行业也正在迈入“线下+线上”的营销布局时代。



“每年到‘金九银十’‘春节黄金周’的销售旺季，销售人员对客户的宣传靠的是一张嘴两条腿，带着房屋、讲优惠政策，一个打折活动一天要讲解几次甚至几十次，耗时费力。”江东告诉时代周报记者，今年他通过公司的抖音号进行讲解，客户在他直播时认购还可以直接领补贴，春节黄金周活动刚开始，江东个人的线上认购业绩已经达到了7套。线上红利的出现，让房地产公司开始看中线上营销渠道。

根据巨量算数统计，2020年1—5月，入驻抖音的房企蓝v账号增长了300%，抖音上开发商开播数增长近700%。

同时，房地产行业大型公司逐步开展与电商行业的合作。

2020年，京东“11·11全球热爱季”与各大开发商联合推出包括“1元秒5折房”等双向定向百亿元补贴优惠活动。

据京东官方数据显示，2020年11月11日开场仅30分钟，线上找房用户同比增长5倍、线上咨询量同比增长4倍、线上交易量同比增长4倍。

1月16日，天猫推出“天猫好房”平台，可帮助房企企业定制线上房产旗舰店，打通线上看房、购房全链路。

线上销售渠道正在逐步成为房地产公司的新赛道。

VR、直播展示

江东坦言，线下看房，购房人看到的可能只是房屋结构和小区内部环境，对小区周边环境，其他社区整体配套都无法全面看到。

线上售楼处不仅配有航拍楼盘周边视频，还在随时更新楼盘动态，相比往返跑现场而言，购房者能更简便、直观地了解自己选购房屋的整体情况。

疫情期间，贝壳研究院对4万用户“关于线上看房”进行了调查统计。有61%的受访者表示曾经在线看过房，通过在线看房来选择适合自己的房产，他们最喜欢的在线看房方式主要为VR看房、直播看房，以及网上房交会，分别占比44.7%、38.7%、16.6%。这也是目前房地产线上销售模式中最主流的三种形式。

2020年，疫情出现，房地产行业一度停摆。

线上售楼处作为房企面向市场的唯一窗口，网上认筹积累了大量的意向客户。

虽然短期内，房地产上售楼处不

会替代线下销售。但线上销售作为线下销售的重要补充，线上销售渠道的完善可以低成本培育潜在客户。

为进行更有效的客户转化，各大地产公司也开始逐步重视起了线上渠道的营销。

在线上用户聚集的形式下，众多房企纷纷推出线上售楼处，如恒大地产的“恒房通”、碧桂园房产的“凤凰云”、融创地产的“幸福通”等。

线上售楼处不仅包含楼盘的全部信息，部分开发商提供VR 1:1还原的样板间，给购房者带来直观立体的效果展示以及强烈的代入感。

58同城副总裁赵彤阳认为，未来1—2年，房地产线上营销占总成交比例将在50%—60%。当项目可以更好的服务购房者，营销效率也将自然而然提升，同时也可降低综合性管理成本和营销成本。

克而瑞研究中心高级分析师朱一鸣表示，在积累足够流量和线上功能成熟后，自建线上售楼处将成为线上入口，是未来客户来源的主要渠道。目前，线上和线下销售并行已成为一种趋势，未来，这种结合的营销模式有望进一步得到发展。

直播卖房

2020年6月29日晚，景甜直播间碧桂园湖州两楼盘，流量最高峰值，仅策划算官方通道即有超800万人同时在线观看。

线上销售花样百出

“公司重视线上渠道营销，春节期间的直播带货，购房人享受春节专享价，可以从直播间直接领补贴。今年，线上销售渠道的活动策划时间比线下售楼处的策划要早将近两周，而且优惠力度也超过了线下售楼处。”近日，北京市石景山区某售楼处的销售人员江东（化名）告诉记者，往年春节黄金周公司更注重线下推盘，而今年的营销活动规划中有将近50%的优惠活动规划在了线上渠道。

2020年年初，新冠肺炎疫情期间，作为第一家试水线上营销的房企，自2月13日以来，恒大地产前后3次调整销售政策，以价换量，最终取得了网上认购99141套、房屋总价值1027.6亿元的“抢收战果”。

2020年“6·18电商节”期间，刘涛直播间“10秒卖光10套房”，当天出售的公寓中，总价最高一套价格528万元，最低为386万元。

2020年6月29日晚，景甜直播间碧桂园湖州两楼盘，流量最高峰值，仅策划算官方通道即有超800万人同时在线观看。

教育分期大起底！五大思考直击“教育贷”本质

“在网上看到学霸君的广告，就给孩子办了补课。当时对方承诺随时可以退课退款。但后来发现补课效果不理想，找老师申请退课时却被一直拖。我们很多家长都是给孩子贷款上课的，现在银行贷款每期催催催，不还就要影响征信。”谈起自己的经历，北京的陈女士一肚子苦水。

近日，知名在线教育品牌学霸君被爆“资金链断裂，上万名已缴费学生无法上课”。随后很多家长反映，课程上不了，学费退不回，当初为了缓解资金压力办理的分期贷款还要继续还……事实上，在该事件中陷入被动的还有上课老师、相关金融机构和教育投资人等，他们也有自己的难点和利益诉求。那么，阵痛之下需要反思的是，教育机构为什么会停课？退费难、贷款债务压力大，学生家长又该如何维护自己的权益？

思考一：没学上了为什么还要还贷款？

了解发现，学霸君交学费的方式分为两种：一种是全额缴纳，一种是分期付款。这里的分期指的是教育分期贷款，由第三方金融机构提供贷款服务，学霸君承担客户使用贷款服务的成本，即商户贴息。合作方包括河北幸福消费金融、中银消费金融、度小满、交通银行等。

走访多家教育培训机构发现，有些工作人员推销的时候会强调“分期”和“无息”，引导家长购买更多的课程。“分期付款每个月也就1000元左右，连利息都没有。”也有家长说，并不知道是贷款，是在不知情的情况下“被贷款”的。但是金融机构表示，其贷款流程合规，申请过程中进行了多轮充分告知，采用人脸识别等验证手段，若非本人无法办理贷款。

一位金融从业人员表示，任何贷款都有告知用户的义务，贷款不知情有可能是用户的一面之词，也有可能是教育机构前端的销售人员为了冲业绩存在一定的欺瞒行为。金融机构一

般采用受托支付模式，用户用款后资金直接清算给教育机构，一旦签订合同，用户无论是否上课，在合同期内都需要每月按时还款给金融机构。

对此，上海法浦律师事务所的律师指出，消费者与教育机构签订服务合同，与金融机构签订的则是借款合同，贷款合同关系是独立履行的，培训行为和借款行为是独立的，换言之，贷款还需继续还。

思考二：污名化蔓延消费金融何去何从？

不上课却要还贷款？在这个问题上矛盾最大。

其实，教育贷款已存在多年。教育分期作为消费信贷场景的理想应用，可以帮助有迫切教育需求的群体获得高质量的教育资源，让更多经济能力不那么强的客群有机会接受专业知识的升级培训，这恰恰是普惠金融价值所在。

教育分期中引入第三方金融机构，可以减轻学员一次性付款的压力，教育机构亦获得更多的生源，本是三方利好的事。然而，一旦教育机构因为

盲目扩张、经营不善等问题引发资金链断裂，无法提供课程；学员上课无望，不愿偿还贷款，但逾期还款又对个人信用造成较大伤害，这时，教育贷就可能变成很多人的“噩梦”。

诚然，教育分期是一种消费贷款，但是它的终极目的在于价值投资。人们通过未来较长一段时间较为艰辛地学习，改变当前不太满意的现状，最终获得成长和自我价值的提升。

业内人士认为，裹挟着大量愤怒情绪的负面评价，很容易挫伤一大批旨在提供多样化消费选择的积极创新产品，有着“普惠教育”使命的教育分期，某种程度上就是这样一个“受害者”，而教育分期背后的金融机构，也成了“背锅侠”。

受热点事件洗礼，借款人开始反说自己“被套了”，对借款事宜一概不知情。越来越多的人把消费分期等同于套路，行业的信誉、消费金融的信誉，在一点点“被”塌陷。

思考三：背锅的教育分期为何还被青睐？

零壹研究院院长于百程认为，场

景金融借款需求明确，资金流向真实消费。然而，场景闹剧，金融背锅，消费金融同学员、租房人、整容者一样，都是受害者。

因为在教育场景中，资金机构往往已经一次性把钱打给了培训机构，再由用户按期缴纳本息。风险把控是金融机构必须面对的考验，但整个行业却不应该被过分指责，金融机构也有自己的委屈和无奈。

比如贷款买房，借款人向银行贷款后，如果房子没有按期交付或者存在质量问题，可以指责是金融机构的问题吗？苏宁金融研究院院长助理薛洪言表示，教育机构如果不能如约提供服务，学员兼借款人的利益受损，会极大影响其还款意愿和还款能力，而金融机构不仅要遭受不良损失，很多时候还会面临声誉风险。

消费者利益要保护，教育机构要担责，金融行业声誉也不容一再抹黑。多名业内人士仍表示，即便有爆雷的风险，但教育分期依然是未来有场景高潜力的金融产品。

毕竟，回归教育贷款本身，教育分期的低门槛实现了教育市场的下沉；

获客成本的降低也能让教育机构集中资源研发教育产品，提升课程质量。

如果执行得当，分期贷款的方式可以让更多三四线城市家庭的孩子享受到一线城市的优质教育资源，这是正向循环，教育分期会助推教育行业的优化发展。

思考四：当下困局金融机构有没有担当？

薛洪言认为，教育机构的接连出事，本质上并非金融问题，而是教育培训行业自身的问题，“要保护教育消费者的利益，也需要依赖教育主管部门出台相关行业规范和资质要求。”

金融机构有没有担当作为？有多家涉事金融机构都表示积极与学霸君沟通跟进处理。记者了解到，中银消费金融成立了专门应急处置小组，协调和督促学霸君妥善处置，主动外呼客户告知课程置换方案及途径，协助客户完成课程置换，最大化维护消费者受教育的权利。

思考五：终极大考消费者如何维权？

消费者如何维护自身权益？律师表示，法律是最强大的武器。“教育机构停课，未履行合同义务，可能会承担民事责任，如果事态升级，企业卷款而逃，还可能要承担刑事责任。”

北京市隆安律师事务所尹富强律师提醒，消费者购买课程时应根据自己的实际情况，尽可能了解培训机构的师资及信誉，明确合同的具体内容。一定要保存好教育机构的宣传材料、上课记录、培训合同、贷款合同等证书。“事前防范远比事后维权更重要，签订的合同中最好涉及甲乙丙三方，也就是规定三者之间的权利与义务，约定每一方履行相关的责任。”

在教育分期中，无论学员还是机构，只有互相遵守秩序，履行权责，才能让分期付款发挥辅助普惠教育的价值，让个人与行业实现共赢。

(文/程方)



储备猪肉批量“春运” 猪价或高位回落

时代周报记者 余佩掀 发自广州

“以前老说‘有钱没钱、回家过年’。今年出于安全起见，我选择就地过年，其实这也是方便节后能够正常工作。”2月4日，刚参加完公司线上年会的陈芳（化名）再三衡量后，还是取消了原定大年廿九从深圳飞往家乡沈阳的机票。

退出订票软件后，陈芳又点开母亲的微信聊天页面，一边反复听着母亲发送的“东北粉肠”做法说明，一边按部就班地剁猪肉馅、调淀粉糊、洗肠衣等。

“就地过年不要紧，年味不能忘。我看楼下菜市场最近猪肉降价了，昨天就买了点肉，想做点粉肠解解馋。”陈芳说。

疫情防控常态化下，“非必要不返乡，就地过年”成为各地新倡议。年关将至，还有许许多多的陈芳们选择驻守在工作地。

此时此刻，稳住“菜篮子”，保障春节假期猪价稳定及供求平衡成为各地开展“就地过年”民生工作的关键之一。

业内人士认为，受储备冻肉持续供给、猪肉进口量激增及国内生猪产能恢复良好等积极影响，春节期间猪价受压回落。

而随着后期生猪出栏量逐渐释放及节后需求明显下降，全年猪价或将开启下行通道。

2月4日，中国农业科学院农业经济与发展研究所副研究员、农业农村部生猪产业监测预警首席专家王祖力向时代周报记者分析称，随着前期生产持续恢复，未来市场上可出栏的商品猪数量也会持续增加，市场供应将逐步增加，供给端逐步改善。

“二师兄”批量春运

进入2020年12月，在猪肉消费旺季的拉动下，猪肉价格出现一波上涨，36个大中城市超市集贸市场猪肉（精瘦肉）零售价格从27.5元/斤上涨至2021年1月21日的30.36元/斤。

时下午关已至，春运潮起，“二师兄”批量上路，以解猪价续涨压力。山西证券研报指出，就地过年等倡议影响终端消费热度，对猪肉价格产生一定下行压力。

2月2日，华商储备商品管理中心发布公告，宣布将于2月4日及9日进行

第8、第9批挂牌投放各3万吨中央储备冻猪肉。

地方投放储备肉，主要是在超市、平价商店等终端网点直接面向市民销售，价格通常低于市场价。

例如，武汉市投放的精瘦肉价格为15.5元/斤，淄博市投放的冻猪肉价格为19.9元/斤，均低于前述市面鲜肉价格。

数据显示，自2020年12月17日首批2万吨中央储备冻猪肉挂牌投放起，截至2021年1月28日，华商储备商品管理中心已组织7批中央储备冻猪肉投放，累计挂牌投放量达18万吨，成交情况良好。

随着国家和地方储备肉的联动投放，1月下旬，猪肉价格企稳并小幅回落。

数据显示，2月2日，大中城市精瘦肉价格平均为29.96元/斤，比10日前下降1.3%，同比下降12%。

发改委称：“目前，大批待投放中央储备冻猪肉已经‘在路上’，春节后还将有更多地方投放储备肉，春节后至两会期间也将继续投放，持续保障市场供应，猪肉价格可能会随之继续缓慢回落。”

2月4日，时代周报记者实地走访广州一家中型农贸市场后发现，临近春节，市民们纷纷开启“囤货”模式，批量集中采购不少生鲜蔬菜。

一名长期负责屠宰及售卖猪肉的摊贩李红（化名）向时代周报记者表示，近期购买猪肉的顾客确实增加了不少。

“但这是相对去年情况而言，之前（2020年）因为猪肉价格太贵，很多年轻人都不爱买猪肉，改吃菜吃鱼，生意不好做。”李红称。

当被问起猪价变动情况，李红表示，相较去年底精瘦肉售价36元/斤，今年1月中旬这一数字已降至32元/斤左右。

“现在（精瘦肉）一斤只卖30元，肥瘦相间的猪肉卖二十六七元。”李红对时代周报记者称。

猪价或高位回落

春节期间需求旺盛，价格提升，养殖户出栏意愿较强，促使生猪供应相对稳定。

同时，中央储备冻猪肉已陆续投放至各地，供给紧张局势有所缓解，短期内猪肉价格回落并趋于稳定似乎已成变动走势所向。



“储备肉的投放显示了中央对人民群众新春佳节肉类的消费关切，但6万吨储备冻肉的投放就能降低猪肉价格吗？应该说效果是有，但这单一因素造成猪价下降的时效性可能较短。”2月4日，广东省现代产业体系生猪创新团队经济岗专家、华南农业大学经济管理学院副院长谭莹对时代周报记者称。

谭莹表示，我国猪肉消费量庞大，约为5000万吨/年，上述6万吨投放量占据国内猪肉消费市场微乎其微。

从消费渠道来看，以销售热鲜肉为主的农贸市场仍占主导地位，而储备冻肉的投放主要在超市、平价商店等终端网店直接面向市民销售。

因此，如若单从储备肉的投放而言，其仅在短期内冲抵猪肉现货价格，以方便消费者们可以买到实惠的猪肉过新年。

除了储备冻肉投放，近期国内的生猪产能已经接近正常水平，恢复进度超出预期。

数据显示，2020年年末，全国生猪存栏40650万头，比上年末增加9610万头，同比增长31.0%，恢复到2017年年末的92.1%。

到2017年年末的92.1%。

其中，能繁殖母猪存栏4161万头，比上年末增加1081万头，同比增长35.1%，恢复到2017年年末的93.1%。

王祖力认为，考虑到近期港口提货难度增加，进口冻肉上市受阻、存量较多，倘若节后新冠肺炎疫情趋稳，进口冻猪肉流通秩序顺利恢复，市场供应或将进一步增加。

“加之春节前消费者们已经集中采购，春节后期猪肉市场购买需求将有明显下降，届时猪价可能会有新一轮明显下跌，而2021年全年猪价总体变动会处在趋势性下行通道。”王祖力对时代周报记者称。

谭莹则认为，即便后期猪肉市场达到供需平衡，猪肉价格进一步下降，但仍难恢复至非洲猪瘟前那般。

“目前，相关产业尚未规模化、集约化，生产效率、专业化程度和管理水平较低，且饲料和劳动力成本显著增加，从而导致国内生猪生产及养殖成本提升幅度较大，整体产业进入高成本时代。因此，猪价仍将趋于高位区间。”谭莹对时代周报记者称。

9610
万头



工厂年底订单暴涨 增发补贴奖金猛招人

时代周报记者 王媛 发自深圳

“是否被逼婚，是否被相亲？何以解忧，唯有留守。春节留守，才是归宿。”

早在春节放假前，深圳富士康观澜园区的这则“攻心式留人”的标语就已走红网络。富士康试图用代入感极强、极具感染力的宣传标语劝说大家留下，被网友戏称“宣传语秒杀月薪3万的文案”。

作为深圳制造业用工大户，富士康目前订单充裕，据富士康相关人士向记者透露，今年深圳预计有数万人留厂，这个数据要比往年多很多。

实际上，因为疫情，2020年制造企业普遍受到较大冲击，不少企业直到五六月才得以恢复正常产能。

到2021年春节，一方面为追单加产，另一方面也为应对复杂的防疫形势，不少制造企业积极响应“春节期间非必要不返乡”的倡议，鼓励员工在驻地加班过年，并为此各出奇招：加奖金、发红包、送礼包、给餐补、赠电影票，以及提供电竞游戏、小型趣味运动会、K歌大赛等文娱活动，同时提供市内出行接驳车等福利。

临时工随时“上车”

在不少打工者的眼里，深圳堪称打工者的“天堂”，尤其是在关外工厂聚集的地方，每到放假大街小巷就变成人山人海，可见深圳从来不缺少打工者。

近日，时代周报记者走访位于深圳龙华区的人才市场看到，不少电子

制造类工厂对普工用工需求较大，招工则基本没有多少要求。

相比往年多是回乡过年后再返程找工作，今年，不少打工者年前就已提前背着大包小包在人才市场找机会。

这些人大部分正是打算放假期间留在深圳的，由于不少工厂今年鼓励在厂过年，还有额外的奖金和福利，对打工者而言“诱惑力颇大”。

“与其返乡隔离14天，不如留守多赚好几千。”日前，深圳“打工妹”小张便向时代周报记者随口说了句流行于工友口中的“口头禅”。

小张自称有点像传说中的“三和大神”，在深圳打工好几年，拒绝“永远的加班”，因此钱没攒下多少，但工作却换了好几份。在小张眼里，深圳电子制造业发达，只要上班的时候人靠谱，年轻人并不太愁找工作。

就在半个月前，小张决定这个春节留在深圳不回老家之后，她便想着再找一份工作，也趁着这个春节额外多赚点钱寄回老家。

于是小张联系了龙华区的一名中介，对方给出的回复极为爽快：“工厂急招工，订单火爆，活多人少，最好翌日就上班。”“女生去了100%入职成功，放心。”

于是，第二天小张就被通知在清湖坐免费班车，直接赶赴东莞长安某手机厂工作。据小张介绍，其工作内容主要是组装和包装某品牌手机，穿静电衣，每天工作约10小时，两班倒，以“坐班”为主，不需辛苦“站班”。

至于工资，该厂招工要求明确写

明：“底薪2200元+绩效奖金200元+餐补300元+全勤200元”，加班费按劳动法计算，月综合工资可达7000元。

此外，入职工厂便给员工发饭卡，住宿免费不扣水电。

该厂规定，2月11—28日上班全勤，给予奖金1000元，3月15日随工资发放。

小张告诉时代周报记者，深圳很多按小时算工钱，大概每小时工资20多元的电子制造厂，一个普工一个月干下来工资大概5000元。上述手机厂相对更正规和人性化，工作环境和舒适度也更好。

“这个特殊的春节终于能多赚点钱寄回老家了！”小张如此说道。

留厂人数创新高

不仅像小张这样的“临时工”，许多制造业大厂员工今年也选择就地过年。

随着全国多地返乡难度不断升级，为鼓励员工就地过年，不少企业各放大招花式留人，成为今年制造业一大亮点。

时代周报记者从多个厂商获悉，今年制造业一线员工留厂比例大幅上升，员工福利亦相应水涨船高。

2月6日，家电企业格兰仕相关人士向时代周报记者介绍：“格兰仕有近七成外地员工，其中一线员工主要来自广西、湖南等地。这个特殊的春节，为丰富留厂员工们在节假日期间的的生活，其中留厂一线员工2021年将享受春节开工福利和返岗补贴。”

对于远在他乡的“打工仔”而言，

物质便是最实在的奖励。

上述格兰仕人士向时代周报记者介绍，今年春节期间上班，一线员工人均收入预计可超过4000元，并且所有一线人员在当日达产便可当日实现现金发放。整个2月，即春节当月算下来，一线员工人均总收入预计可接近万元。

在该人士看来，这个收入水平在制造业中颇具竞争力。

此外，格兰仕面对所有留厂过年人员和正月初七按时复工的一线人员，还将给予“600元按时返岗奖”，同时给与50—500元不等的工龄福利。

同日，TCL科技相关人士则向时代周报记者表示：“目前TCL全球员工总数约12万人，为积极响应国家疫情防控政策，今年公司积极推出了各项政策倡导员工就地过年。”

时代周报记者了解到，TCL科技为春节期间就地过年及上班的员工准备了多种贴心福利，首先留厂期间“工资+春节综合补贴”最高超过1万元，更有留厂大礼包、防疫爱心包（口罩、免洗手液、消毒湿巾等）等，并安排了除夕及假期加餐服务，还在宿舍区域提供多样的文娱活动，如热潮电竞游戏系列活动、小型趣味运动会、发放电影票等，同时提供市内出行接驳车等福利。

企业发放高额补贴，尽量为留厂员工创造特殊时期另一番“年味”，那么鼓励员工留厂的效果究竟如何？据上述TCL科技人士向记者透露：“据统计，TCL广东省内产业员工今年整体留厂比率超过80%。”

“游戏人”的加班春节：大年三十与家人云吃饭

时代周报特约记者 郭子硕 发自广州

2月4日晚上9时，广州某游戏公司办公室依旧灯火通明，员工叶凯（化名）还在加班加点。

“我今年不回家过年。”叶凯告诉时代周报记者，年三十前，甚至年初一，相同的场景可能都会重复上演。

叶凯是辽宁人，今年是他第一次不回家过年。他表示，自己也曾想过回家，但最终因为工作，还是决定留下来过年。

年关将近，像叶凯这样就地过年的游戏从业者，不在少数。春节长假，加上多地号召就地过年，宅家打游戏成为不少年轻人的选择，许多游戏公司也都瞄准了这波流量。

抓住假期红利

为抢抓春节宅经济的红利，叶凯所在公司决定把项目的首发时间定在节前。

“年三十前我每天都在公司，三十到初二，我会来两天。”作为项目负责人，叶凯的工作是发行运营，负责项目统筹跟整体资源整合。

叶凯将自己的角色定义为“神经中枢”，需要多线作业，对接产品端、推广端、渠道端、技术端等不同端口，以保证项目正常推进。

“首发的时候肯定会忙，所有资源和广告往外打，你要关注产品实时的数据和各种表现，然后再做下一部分的决策判断。”叶凯说道。

春节和谁过？年夜饭吃什么？有什么过年计划？

对于一个面临项目即将首发的“游戏人”来说，这些问题似乎有些超纲了。

“家里啥也没买，年三十估计会和家里人视频通话‘云吃饭’。我现在只想把手头的项目做好，没什么其他计划。”叶凯算算肩，言语间透露些许无奈。

同样负责游戏运营的小张（化名）眼下也面临着被项目“绑架”。临近年关的这段时间，小张每天凌晨1时才下班。



游戏运营岗是笼统说法，从业务角度细分，项目首发和长线运营分别对应短跑冲刺和马拉松。虽然说游戏首发阶段事情多、工作量大，但长线运营面临的问题更多，周期也更长。

“有时候一个问题，用了半天，也还没完全解决。”小张目前负责长线运营业务，“游戏公司加班很常见，尤其临近春节，普遍比平时晚3-4个小时”。

据小张介绍，自己加班并没有额外的工资，除非节假日才有国家规定的3倍工资。关于公司就地过年的补贴情况，目前并没有接到相关通知。

相比之下，在北京某游戏公司担任游戏策划的陈华（化名）虽然近期也频繁加班，但情况要好一些。

目前陈华主要负责公司的在研项目。“团队完成一个新功能，首先要我们自己先去跑游戏。”作为游戏策划负责人，陈华需要周而复始地配置表格、进行注册、跑游戏，直到Bug被完全解决。

“为加快春节版本的迭代，我们最近加班变多了。不忙的时候，我一般晚上七八点下班，特别忙的时候九点，但这种情况不多。”陈华告诉时代周报记者，尽管在研项目整体节奏不

快，但临近年关，项目进度也被狠狠推了一把。

陈华对时代周报记者坦言：“大家都为自己的项目感到焦虑。项目好不好？创建之后会怎样？对于这些问题，谁都没有答案。”

游戏变得难做了

陈华的焦虑在很多游戏人身上都有。叶凯所在的游戏公司主攻手游，他也向时代周报记者坦言，眼下工作压力在变大。

“2019年是我们公司的产品大年，很多新品口碑和盈利表现很好。相对来说，2020年会沉寂一些，因为我们发的产品不是太多。市面上爆款产品也比去年少了。”叶凯如此表示。

2020年，国家新闻出版署共下发1405个游戏版号，其中国产版号1308个，进口版号97个，总量相较2019年减少165个。

对游戏厂商而言，游戏版号审核趋严，释放了游戏研发趋向“规范化、精品化”的信号。

时代周报记者统计国家新闻出版署官网数据发现，2020年初至今共有20款游戏被撤销版号，其中19款撤销原因显示“因存在违规行为”，

1款未标明原因。

受疫情影响，2020年一季度，国内游戏市场火爆，据中国游戏产业研究院发布的《2020年1—6月中国游戏产业报告》显示，2020年一季度，中国游戏市场实际销售收入达732.03亿元，同比增长22.9%，增长额达167.69亿元。

然而，这轮市场大涨未能持续到年底。

第47次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年12月，我国网络游戏用户规模达5.18亿，较2020年3月减少1389万。手机网络游戏用户规模达5.16亿，较2020年3月减少1255万。

叶凯认为，去年疫情主要集中在2—3月，过年加上疫情，这段时间绝大多数游戏厂商的流水都非常好。但进入二季度后，随着复工复产逐步推进，用户规模也逐渐下降。

在不少游戏人看来，接下来游戏市场的竞争将更加激烈。

2月4日，一名负责益智类游戏策划人士向时代周报记者表示，当下哪怕是细分赛道，竞争也越来越激烈。项目同质化太严重，就算是行业里刚冒出的新赛道，这条小径也很快会堵得水泄不通。

“除非项目有自己的技术壁垒，别人难以轻易打破，否则就只能在游戏细节上争取比对手做得更好。”该人士说道。

“什么产品都能拿到用户的红利期已经过去了，用户会被越来越多的精品游戏把口味养刁，中规中矩的产品存活不下去。”叶凯对时代周报记者表示，抓住游戏市场环境跟用户喜好变化，是各游戏企业未来竞争的关键。

2月4日，一名负责游戏推广的人士向时代周报记者表示，用户要求提升也未必是坏事。用户对产品的需求高，倒逼厂商创新，做更好的产品。虽然游戏行业的增速会受到考验，但此举对游戏行业规范化、精品化以及游戏用户眼界拓展都具有重大意义。未来，游戏市场将抛弃野蛮生长，回归理性发展。■

游戏运营

游戏运营岗是笼统说法，从业务角度细分，项目首发和长线运营分别对应短跑冲刺和马拉松。虽然说游戏首发阶段事情多、工作量大，但长线运营面临的问题更多，周期也更长。

年夜饭还能这样吃？就地过年催热线上餐饮

时代周报记者 涂梦莹 发自深圳

“就地过年”将催生大量年夜饭外卖订单。“到时，外卖平台配送员忙不过来，我还得顶上，去送外卖。”2月4日，在深圳一家连锁餐饮店工作的李君（化名）向时代周报记者说。

餐饮业“宅经济”正在快速发展，线上零售、外卖服务以及直播电商成为新一轮餐饮生存和竞争的焦点。

“2020年疫情暴发，我们公司最大共识就是，不要把鸡蛋放在一个篮子里。”2月4日，珮姐老火锅深圳分店负责人王远容向时代周报记者透露，公司今后会多线发展，加大对外卖、半成品销售、共享员工、厨师直播等业务的投入。

今年春节与往年对比，又多了一道“就地过年”的年味。诸多餐饮企业也提出“春节不打烊”承诺，为外来奋斗者奉上一顿年味不减的年夜饭。

餐饮人年年“就地”

“作为餐饮人，和家人团聚过年对我们来说原本就是一种奢望。”从事餐饮业近8年的陈红丽（化名）先是笑着说这句心酸话，但下一秒，便告诉时代周报记者，2021年春节比以往更想开业，“去年因为疫情，餐饮业闭店停业的惶恐感受，真的不想再经历了”。

为保证春节营业，陈红丽做足了准备：落实防控要求、确保餐具消毒到位、控制就餐人数、囤足食材、打包盒、饮料酒水等物料。

“只希望今年的‘就地过年’，不要有什么变化。”陈红丽表示，门店的员工全都在深圳留岗，就是为了备战春节的营业。她期待在“就地过节”的倡导下，大量的留深人口可以推动门店春节期间的收入。

实际上，春节作为传统的消费旺季，一直是餐饮业的重要营业时期。

根据国家统计局统计数据，2019年全国餐饮收入4.67万亿元，其中15.5%来自春节期间。但在2020年年初暴发的疫情影响下，15.5%的营收份额一度消失。

“好几年春节不回家过年，就是想多赚一些。”李君告诉时代周报记者，春节连续工作一周，每天都是3倍工资，还有奖金补贴，这些占据了其当月工资的很大部分。“去年因为疫情，收入缩水，今年的节假日要继续努力工作。”

李君是湖北宜昌人，今年27岁，是家中长子。

今年是李君来深圳的第6个年头，去年因疫情无法正常上班也不能回家的他，想了许多大大小小的副业。“做兼职送快递、帮微商卖水果，还有摆地摊卖一些电子产品，能想到的我都试着做了一阵子。”

不过，最让李君习惯的还是做餐饮，疫情稳定之后，李君回到了餐饮岗位中。

“虽然赚得不是特别多，也比较辛苦，但我真的喜欢这一行，就想要从基层慢慢学习积累，以后有机会可以自己开店。”李君说道。

对于今年的“就地过年”，除了工

作之外，李君也给自己准备了一点“仪式感”。李君告诉时代周报记者，虽然今年依旧不回家，但已经买好火锅和烧烤架，打算休息的时候给自己做好吃的，一个人也要好好过年。

“回顾去年，更多的心态转变是更加珍惜工作。”王远容今年42岁，去年因疫情停工的那段日子，让她深刻感受到工作对于自己人生的意义。去年复工后，王远容便参加了公司扩店计划，在2020年下半年带着一批重庆员工来到深圳开张新店。

线上年夜饭成新趋势

针对春节期间上门吃火锅的顾客，王远容所在的门店想了很多花样。“大年三十到初三这四天，我们安排了‘新年红包’，每个红包里都有若干现金和一些祝福语，还有专属新年礼盒。”王远容觉得，新年第一顿火锅“年夜饭”，尽量要让顾客可以有一种过年的氛围。

“今年的年夜饭已经有几批老顾客预订，我们餐馆还研发了一些新特色菜，纪念这特殊的一年。”陈红丽透露，除了年夜饭套餐中的特色菜赠送，自己的两家湘菜餐馆，还会有一部分家乡的特产可以赠送，让更多“就地过年”的乡感受到家乡的温暖。

除此之外，“线上年夜饭”也成为新趋势。

1月28日，国家商务部新闻发言人高峰公开表示，鼓励企业积极开发适合外卖的年夜饭套餐、半成品预制菜，指导餐饮外卖电商平台适时开设年夜饭外带单专区。

随之，美团外卖联合百万商家推出“外卖不打烊，啥都送到家”活动，2月4—21日期间，为消费者提供品质外卖年夜饭、酒水零食、生鲜百货、滋补药品等商品，并提供了千万春节外卖红包补贴。

饿了么数据显示，今年在线上供应年夜饭套餐的餐饮品牌数量相比去年同期增长164%，参与门店激增260%，供应的年夜饭套餐数量更是同比上涨近3倍。截至2月2日，有近200个餐饮品牌携万余款商品参与线上年夜饭套餐售卖，覆盖线下门店超过5000家。

多名深圳知名餐饮商家门店向时代周报记者表示，针对春节期间“就地过年”的线上服务，已经推出多种规格的年夜饭套餐，包括单人、双人以及3—5人的半成品预制菜、成品菜，更好匹配不同顾客对年夜饭的消费需求。

“考虑到这一次‘就地过年’的大趋势，我们餐馆提前准备了几百个用来装售年夜饭配送的春节食品礼盒。”一名在深圳宝安大型商场经营连锁餐饮店的人士向时代周报记者透露，年轻消费者追求“就地过年”的仪式感和满足感，门店在线上“年夜饭”的口味和包装上花了很多心思。

“‘线上年夜饭’顺应疫情下国家减少聚集的倡导，匹配了企业发展需求的同时，也满足了消费者的核心诉求。”2月5日，中国食品产业分析师朱丹蓬向时代周报记者表示，随着整个新生代的消费思维发生变化，类似“线上年夜饭”的餐饮线上零售还有很大的提升空间。■

200



社区团购持续火爆 平台重金留“团长”



时代周报记者 周逸斐 发自北京

狭长的一楼走廊尽头，堆叠了大量的货品包装箱，不仔细留意很难发现后面还有一道门，60岁的张莉（化名）就住在这。这间不足50平方米的居民房，是她的家，是小卖部，也是北京橙心优选的自提点之一。

晚上十一点半，是她每天的停业关门时间。“第二天早上如果开门晚，滴滴货运司机可能会把货放在家门口。”张莉一边清点街坊邻居未来得及提货的商品，一边说，“年轻人下班晚，等他们拿完货再关门。”

2018年开始，张莉做起了社区团购的团长，这也是如今无数便利店老板、宝妈、夫妻店长的新身份——他们是社区团购平台与消费者之间的连接枢纽；用户在线上平台下单后，隔日去团长的线下自提点提货。

“从京东区团购、松鼠拼拼、美家买菜、物美多点，到现在的橙心优选，感觉社区团购的用户覆盖面越来越大，价格也越来越实惠。”张莉指着团长端后台数据说，“橙心优选上线后的这一星期，接了200多个订单，若没有旁边超市新增的自提点，下单的人还能更多。”

自去年下半年，社区团购被互联网巨头重新推向流量制高点后，团长成为各社区团购平台“挖角”重点对象之一。他们作为社区团购模式的最下游环节，为平台承担流量导入、营销和履约等任务。

如今，持续大半年的社区团购2.0版本，逐步进入精细化运作阶段，不少团长们的生活在2020年也逐步被改变。据某头部社区团购平台的内部员工最新透露，其平台的团长注册数最高峰值曾接近200万，但经过近两个多月的优化工作，人数缩减了近1/2。“后期为了提高订单量和市场占有率，平台还会重新拓团。”

平台不打烊，团长如何选？

一边守着店面，一边埋头于微信热聊，这是张莉的日常工作。在她看来，自己刚开小卖部不久，获得平台的佣金是其次，更重要的是通过社区团购来维系熟客、获取新客。“因为连续7天有50个新用户在我这儿下单，平台奖励了50元。”

因为去年一年没回家，张莉决定今年和老伴返乡过年。“小年那天关团，春节之后再开，这段期间老客户会去其他自提点下单，但是也没办法。”据某一社区团购平台的内部调查数据

显示，春节期间，约有一半的平台团长选择关团，不再接单。

“团长是个特殊角色，没有契约协议，自主权很大，平台没办法留住他们。但春节期间，我们会对开团的团长进行重奖励。”多个社区团购平台的内部员工如是说。

时代周报记者经过随机采访各省市的15名团长发现，快递驿站等渠道角色型团长和拥有个人门店职业团长，大多选择过年不歇业。

潘哥（化名）是西安市一家快递驿站的老板，此外身兼5个社区平台的团长。由于今年部分快递公司不停运，驿站不能关门，他选择继续开团接单。“去年驿站营收严重受疫情影响，想趁今年春节假期多赚点。”

潘哥认为，自家团购订单量相对较多，主要靠快递驿站的流量带起来。“周遭3个小区居民都来这儿取货，从去年9月份到现在，月均收入接近一万元。”但订单量的上涨，也让他精力不足的疲惫感倍增。他直言：“团长需要承担相当繁琐的工作，要给每笔订单分拣、打包，我曾经一天最高分拣了100多个订单。不单如此，还得定时运营微信群、及时推送货品、收集订单、处理售后。”

随着春节的临近，潘哥发现周围的自提点数量也在随之减少，其注册团长大多无固定门店。“这些团长大多是务工人员的家属，她们去年因为疫情被迫滞留原地，今年为了避免回家隔离，她们赶在春运前返程。有部分人估计年后也不会再回来了。”

按下启动键的淘汰赛

“得团长者得天下”，经过攻城略地的疯狂补贴，各社区团购平台团长如毛细血管般，渗透在全国各城市。

长沙岳麓区一位老团长感觉，社区团购市场在2020年发生明显变化。“一年前，橙心优选的团长除了要达到订单门槛，还要有3个以上500人群，达到每日运营指标等硬性门槛。但自2020年8月份各大互联网平台入局后，橙心优选仅对团长的周订单量有要求，这是前所未有的变化。”

除了兴盛优选，美团优选、多多买菜等互联网平台对团长的要求更低，即便没有微信群、没有店铺执照，也都可注册成为团长。一位曾参与美团优选地推业务的员工对时代周报记者透露：“当初在广州开城时，合作的一家地推公司曾在一星期内开团2000多个。”

一位美团优选的内部员工表示，今年1月开始，平台拓团的速度逐步降了下来，进入优化阶段。据他介绍，美团优选目前重点维护和扶持优质团长，若连续一周日订单少于10件，则可能被关团。“美团优选大幅减员自营BD后，目前主要交由代理商负责维护团长、配送等业务”。

赵梦（化名）和老公在武汉当地有一家小超市，在她看来，自己“被迫成为团长”。“社区团购竞争激烈，我们这些小超市老板不参与，最终肯定就被边缘。团长和线下门店搭配，起码不会陷入更被动的局面，但真的赚不到多少钱，周围团长分布太密集了。”

时代周报记者观察发现，在长沙、武汉等热门城市，一公里范围内就有几十家门店，在做着和赵梦同样的生意。招商证券数据统计，头部5%—10%的团长贡献了80%—90%的销售额。

在互联网平台未触达社区团购业务之前，赵梦门店附近的服装店老板直言，“前年仅十荟团、兴盛优选、食享会3个平台，能给自己带来每天300元左右的收益。现在我是4个平台的团长，但日均收入下滑到200多元”。

成为美团优选、多多买菜和橙心优选的团长后，赵梦也成为这些平台的固定消费者，她把下单的商品比如饮品、酒水等，拿到自家门店二次售卖。她解释称：“比自己进货的成本低，而且平台能返佣金，做团长的提成能够补足小卖部的流量损失。”

晚上十点半，赵梦小卖部前面的柏油马路已经空无一人，漆黑一片，她店铺门头的那盏亮着的白炽灯，显得分外夺目。“一会有个妹子来拿货，我再等等她。”但“赵梦们”猜不到，在社区团购的持续冲击下，夫妻老婆店未来还会受到哪些影响。■

社区团购

持续大半年的社区团购2.0版本，逐步进入精细化运作阶段，不少团长们的生活在2020年也逐步被改变。

30年来第一次不回家过年 生鲜电商人迎来订单暴涨季

时代周报记者 陈婷 发自上海

在叮咚买菜上海松江某前置仓里，一绿底白字的横幅十分显眼。

“与其回家隔离十四天，不如留下赚他好几千元。”2月1日，叮咚买菜区域主管邓月健对着时代周报记者念了一遍横幅，据他介绍，叮咚买菜今年各仓的留守员工数量达到总员工数量的95%。

邓月健表示，除了防疫的需求，大多数员工选择留守岗位，是因为切实需要保障足够的员工在岗，满足社会大众的买菜需求。

对于生鲜电商工作人员而言，过年期间的保供更像是一场大考。为了预防出现去年春节期间缺货缺运力的情况，生鲜电商都提前提高了备货量，并预留充足人手。

“作为一个湖北人，去年受到了很多其他省市朋友的支援帮助，今年我也想出一份力，保障大家的‘菜篮子’。”2月2日，本来生活物流中心员工杨亿向时代周报记者表示，他自愿选择就地过年、在岗工作。

新年照常供应

“小张，来条鱼。”2月3日，物美超市联想桥店理货员张劲东坚守在他的水产区域。

每天，张劲东都重复着一样的工作内容。下午2点到岗后，例行进行消毒，随后，打理补货、拍照上传总部检核；在迎接完几波下午的客人之后，晚上8点，他会再进行一次消毒和补货，并进行冷链设备的全面检查；晚上9点半开始，开始收档；晚上10点之后，进行最后一次消毒，结束后才能下班。

张劲东告诉时代周报记者，每年

春节他都会坚守在岗位上，但相较于去年，今年的压力小很多。

“去年疫情来得突然，在不到两周的时间内，公司积极调配货才满足了居民生活必须品的需求。”据张劲东透露，公司在近一年针对节假日高峰作了相应的调整，去年群众暴抢货品的情况，今年肯定不会发生了。

除了线下商超的生鲜员工在岗保障供应之外，各大生鲜电商也加班加点。

2月2日，盒马相关负责人向时代周报记者表示，盒马在春节期间不打烊，保障用户一日三餐的供应，同时加大民生类商品的备货量，蔬果、粮油等备货齐全，确保供应。

1月27日，每日优鲜相关负责人也向时代周报记者表示，每日优鲜80%的一线员工将在春节期间留岗，90%的门店照常营业。

2月2日，叮咚买菜九新站站长韩晋辉告诉时代周报记者，员工都是自愿在岗，“除了遇到急事要处理，一般都愿意留在上海过年”。在接受采访期间，韩晋辉屡屡离开位置，前去调动员工进行订单配送。

邓月健表示，过年期间，负责配送的员工保持着与以往一样的工作节奏，一天平均工作12—13个小时，一天单人派单的均值在90单左右，个别能力强的配送员工能够达到120单。

“为了提高效率，我们的调度平台会根据订单的分布情况安排员工的路线，比如说一个员工一次回来拿货，能拿到五六个集中在一两个小区的订单。”韩晋辉说。

各大平台也纷纷采取补贴鼓励的措施，调动员工的在岗积极性。

“算上加班工资、全勤奖金、开年红包等，过年在岗期间，配送员工的确实

可以多赚好几千元。”2月2日，叮咚买菜相关负责人向时代周报记者表示。

由于就地过年，邓月健表示，大年夜将和同事们一起度过。“公司专门拨了一笔钱让我们准备年夜饭，我们也在思考，怎样让大家的年夜饭吃得丰富一点，而不是枯燥地就吃一顿饭而已。”

暴涨的线上需求

除了备齐人手之外，生鲜电商平台都重视加大备货量。

据盒马相关负责人表示，今年过年期间，考虑到很多人就地过年，备货量是去年的3倍。每日优鲜相关负责人则表示，酒水饮料、粮油速食等高频商品供应量、备货量提升至平时的2.5倍。

叮咚买菜的相关负责人透露，叮咚买菜在过年期间的备货量比日均货量高了30%。为了保证今年新年期间的生鲜供应，平台早在进行准备，并形成了一套完整的流程。

“去年过年期间，在疫情的影响下，我们很多从批发市场进货的链条都断了，当时发现反而产地直采的生鲜是最方便的，今年，原产地供应链相关的人员都是不休息的。”叮咚买菜相关负责人表示，对于相应短缺的蔬菜，还会预备多个原产地，保证在单个产地出问题情况下，能够有菜及时补上。

2020年，突如其来的疫情对民众的买菜习惯形成冲击，生鲜电商行业迎来风口。Fastdata极数数据显示，2020年上半年，生鲜电商交易额达到1821.2亿元，同比增长137.6%，已超过2019年全年。

就连生鲜电商平台内部员工，都对去年抢不到菜的情况印象深刻。邓

月健回忆，去年疫情暴发之后，顾客都习惯了守到零点抢菜，由于抢不过顾客，连他自己一直都没买到称心如意的菜。

“去年过年期间，由于疫情突袭，我们当时的员工在岗率只有50%，所有的管理岗位齐齐上岗配送订单，当时我在空荡荡的街上碰到的人都是同事。”邓月健回忆，去年腊月二十开始，叮咚买菜就迎来了订单量的飞涨，面对蜂拥而至的订单，在岗配送员工都从早上6点工作到晚上12点。就连身为区域主管的他，也亲自披挂上阵配送订单。

时代周报记者了解到，疫情暴发前，叮咚买菜位于松江的该前置仓日单量是1000单左右，现在日单量可以达到1900单，几近翻倍。前置仓方面，叮咚买菜目前在全国有850家前置仓、日均达到85万单；2019年12月，叮咚买菜有550家前置仓，日均50万单。

“为了及时配送这些订单，我所管理的区域同比增长了20%的员工。”邓月健说。

盒马相关负责人也表示，目前全国线上单量的占比已经达到了50%。本来生活相关负责人透露，2020年平台整体订单量上涨超过50%。

在切实的订单量面前，“常回家看看”只能被这群生鲜人推迟到年后。虽说无法在过年期间回家团圆，对于远方的家人，生鲜人们没有忘记献上自己的心意。杨亿表示，他给父母寄了新衣服和年货。

“今年是我30年来第一次不回家过年，父母比较理解，一是的确能够避免路上的风险；二是去年我们家人在湖北连颗青菜都吃不上，今年能够在岗保障大家的买菜需求，还是很开心的。”杨亿说。■

1900
单

别样春运： 车站不再大排长龙 本地租车需求上升

时代周报记者 陈泽秀 发自广州

春运遇冷。

今年春运从1月28日开始，为期40天。时代周报记者观察发现，疫情防控常态化下的第一个春运比以往冷清了不少。

数据显示，全国春运前七天（1月28日至2月3日）共发送旅客1.24亿人次，日均1773万人次。在2020年春运，前两天发送旅客数量就超过了1.4亿人次。

交通运输部1月20日曾预计，2021年全国春运期间发送旅客17亿人次左右，日均4000万人次。但8天后，即1月28日，交通运输部新闻发言人吴春耕在新闻发布会上调低了预估数据，称全国春运期间累计发送旅客11.52亿人次左右，日均2880多万人次，比2019年下降超六成、比2020年下降超两成。

吴春耕特别强调，春运开始后，实际人数比预估数量还会稍微低一点。各地发出倡议就地过年，随着相关留人政策落地，春运人数或会进一步减少。

当前的数据印证了这一判断。时代周报记者走访发现，春运首次遇冷的背后，是远途返乡出现大幅“降温”，短途出行呈现“升温”态势。

远途返乡大幅“降温”

关于春运，一直流传这样一句话，“中国春运看广东，广东春运看广州”。广东是全国春运第一大省，省会城市广州的春运压力很大，车站人潮涌动是常态。

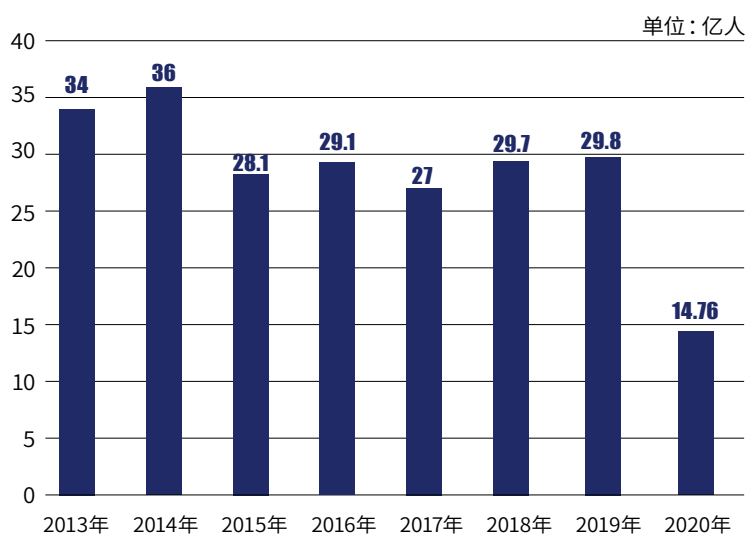
不过，在全国多地倡导“就地过年”的背景下，2021年广州迎来了一次极为冷清的春运——根据广州市春运办与铁路、民航等部门研究预测，今年春运预计广州地区旅客发送量为1869.0万人次，相比疫情前的2019年下降36.7%；旅客到达量为1778.3万人次，相比2019年下降39.9%。

2月3日下午，时代周报记者在广州南站看到，现场客流并不大，检票口没有出现排长队的现象。旅客进入车站乘车需要佩戴口罩、测量体温、出示健康码。

除了人流量大幅下滑，今年春运回家，跨省的旅客还需要提供核酸检测证明。按照国务院联防联控机制印发的《冬春季农村地区新冠肺炎疫情防控工作方案》，1月28日春运开始后返乡人员须在返乡后第7天和第14



2013年以来春运人次数



来源：公开数据

天分别做一次核酸检测。

据时代周报记者了解，在广东、湖南、海南三省的火车站进站乘车不需要核酸检测证明，但大多跨省出行的旅客还是提前做好核酸检测，拿到阴性证明后才出发回家。

老家在湖南的刘女士告诉时代周报记者，以往春节回家的车票都要靠抢，但今年在回家前四天才决定买车票，很容易就买到了。“我的两个孩子在老家，过年想回去看看孩子，所以在广州做好了核酸检测才出发。”

受疫情和客流减少等因素影响，不少列车出现了停运。在北京工作的

王女士早早买好了2月6日从北京西开往武汉汉口的G511次列车，但2月3日她突然收到短信提醒：G511次列车因故停运，需要办理退票手续。

“我已经退票了，不想再买其他趟的列车。我身边有几个朋友相继买了好几趟列车，都先后停运了，我也懒得折腾了。”王女士说，今年她打算留在北京过年，等春暖花开时再回家与家人团聚。

全国铁路客户服务热线的工作人员对时代周报记者表示，列车停运主要是因为疫情防控需要，对运行图进行临时调整，已经购买暂停列车的

车票，可以全额退票，不收手续费。

1月15日，中国国家铁路集团有限公司副总经理李文新在2021年全国春运电视电话会议上表示，因客流量不如预期，加上配合疫情防控，铁路部门在部分线路上暂时停运部分列车。“比如从1月28日起直到2月4日，京沪高铁停运约一半列车，此后停运班次减少，但到除夕前，每天单向仍有4—8个班列停运。”

李文新还表示，为方便旅客根据疫情防控政策安排行程，自1月29日起车票预售期调整为15天，同时免费退票期相应调整为8天。此外，还将延长铁路12306网站售票服务时间和线上退票业务办理时间。

短途出行“升温”

当前，新冠肺炎疫情仍在世界范围内继续流行蔓延，国内个别地区突发聚集性疫情。为减少人员流动，1月起，至少有北京、上海、河南、山西等29个省区市倡议群众“就地过年”，“非必要不返乡”“非必要不出省”。

春节临近，越来越多选择“就地过年”的人们开始计划如何度过春节假期。与以往的长距离旅游不同，短途出行很受青睐。打算留在广州过年的冯女士告诉时代周报记者，春节假期打算在广州周边的城市逛逛，比如一直很想去珠海，但也没机会去看看，今年过年就可以趁这个机会去看看。

有类似想法的人并非少数。吴春耕在新闻发布会上表示，从出行选择情况看，（今年春运）预判部分长途跨省旅游流可能转为中短途自驾休闲旅游；部分中短途出行可能由火车转为私家车或包车，假期高峰时段城市周边公路通行压力将进一步加大。

租车自驾本地游成为不错的选择。携程租车数据显示，租车本地用车需求呈上涨趋势，本地流量占比从疫情前的20%上涨至45%。春节期间，最受欢迎的车型集中在经济型轿车和SUV，预订占比约七成。

短途出行“升温”增加了公路通行的压力。

交通运输部路网监测与应急处置中心预测，今年春运期间，高速公路网总流量约为10.22亿辆，较2020年增长明显，但较2019年同期有所下降。其中，春运初期高速公路网流量将处于中高位运行状态，预计接近或超过2019年同期水平。

无论是远途返乡大幅“降温”，还是短途出行“升温”，2021年注定是春运史上极为特殊的一年。■

春运遇冷

数据显示，全国春运前七天（1月28日—2月3日）共发送旅客1.24亿人次，日均1773万人次。在2020年春运，前两天发送旅客数量就超过了1.4亿人次。

仅三成打工人欲返乡置业 三四线城市卖房压力陡增

时代周报记者 郭瑞婵 发自广州

今年过年不回家。在各级政府号召下，就地过年已成大势。

春节临近，安徽省宿州市某楼盘销售经理刘强（化名）明显感受到返乡人流减少，“相比往年，来看房的人至少减少两三成”。

全国范围来看，返乡人流确实大幅减少。国铁集团数据显示，1月28—30日，春运前三天，全国铁路发送旅客分别为308万、283万和296万人次，仅为去年同期水平的1/4左右。百度地图发布的春运大数据显示，春运前三日，全国高速平均拥堵里程达109.90公里，较2020年同期下降74.2%。

房产销售特别在意春节返乡人流量情况。

每到春节，“卖掉深圳一张床，回乡可买一套房”此类宣传语大受欢迎，返乡人员春节置业，推动三四线城市房产销售实现“开门红”。返乡人员减少，热闹减半，对三四线城市的房产销售来说，这个春节或许并不那么好过。

“返乡的（客户）基本上是在上海、合肥这些大城市打工。”刘强告诉时代周报记者，就地过年政策对楼盘在春节期间的销售肯定有影响，春节期间也因返乡人流变化减少房源数量，以降低销售影响。

置业潮弱于去年

春节前，外出务工者从一二线城市返回三四线城市，会为家乡带来旺盛的置业需求。此外，由于大城市生活成本高企、压力增大，中小城市陆续出台人才引进政策，年轻人返乡置业的情况也颇为常见。

房产销售特别看重春节销售的“开门红”：每年春节假期，返乡置业大军是重要的业绩增长点，是开年的第一波购房大潮。

“春节前后是卖房的高峰期，很多人在外地打工，赚了钱回家，基本都会买房子。”刘强说，如果房源充足的话，房产销售员一天能卖出一到两套房子，春节假期基本能卖出20套。“一个业务员一年也就卖七八十套房子，所以说，春节期间的业绩能占全年1/4。”

从数据来看，返乡置业确实越来越热。

房地产研究机构克而瑞报告显示，从总量和金额来看，返乡置业面积与成交金额从2017—2019年呈现逐年递增态势。全年销售贡献度也如此，2019年返乡置业面积和金额占比分别达到3%和1.5%。

但疫情防控和就地过年政策影响之下，返乡置业潮整体弱于去年。

克而瑞统计数据显示，2021年1月，29个重点监测城市商品住宅成交面积高位回落，环比下降24%。由于

受到2020年同期极低基数影响，同比增长66%。

但具体至各个区域，返乡置业潮呈现不同的变化。

地产专家丁祖昱分析认为，京津冀、东三省等北部区域属于疫情中高风险地区，不排除后期疫情加剧的情况下，出现售楼处关闭、供求停摆等可能。

安徽、河南、湖南、广西、江西等属于劳务输出型省份，人员多数流向一二线城市，受制于跨省返乡的条件，外来务工人员或会减少跨区域流动，返乡置业的可能性减少；广东则以省内流动为主，返乡置业的依赖度不高，楼市受就地过年影响有限。

“虽有影响，但还是在可控范围内。”刘强乐观地说，春节期间楼盘推出的房源数量仅100多套，加上楼盘本身对返乡置业的人群依赖度不高，即便返乡人流减少，但基本能够满足春节销售，“这一波回来的客户基本上能够消化（这些房源）。”

下行压力加剧

“看房的人少了一半。”有房产销售对时代周报记者诉苦道。

为应对返乡人流减少，一些房地产销售平台提供VR线上看房、直播购房等服务。部分三四线城市楼盘推出针对返乡置业人群的促销活动，如江

西吉安某楼盘推出“返乡置业9.2折清盘”活动，为返乡人群提供购房补贴10000元。

在不同机构的统计中，2021年返乡置业的意愿都在下降。

58同城、安居客1月发布的《2020—2021“返乡置业”调查报告》显示，与2020年相比，2021年返乡置业意愿明显降低。

在调研人群中，有61.2%的人希望在工作城市及城市周边购房，仅有37.8%的人想回到家乡买房（包括省会城市与非省会城市）。

一年前，有返乡置业意愿的人数占比为68.6%。一年后，工作机会减少、薪资待遇差以及医疗水平相对较低成为人们返乡置业的最大障碍，各占比43%。

另据贝壳研究院数据，44.8%的受访者表示有返乡置业意愿，在疫情因素影响下，比去年同期的47.6%有所下降。

从供需关系来看，返乡置业潮降温是必然的。

2016—2017年，三四线城市通过棚改货币化去库存量达到1.4亿平方米和1.8亿平方米，去化周期创新低，推动房价上升，三四线城市楼市热度高涨。2018年，棚改政策变动，房价上涨压力较大的地方有针对性停止货币化安置，三四线楼市降温。2019

年，棚改计划开工量腰斩，三四线城市房价回落。

“即便今年没有疫情防控影响，返乡置业潮出现降温在预期之中。”克而瑞广佛区域首席分析师肖文晓接受时代周报记者采访时表示，三四线城市经历了2017年和2018年的置业热潮后，2019年开始退潮，不少城市在近两年陆续进入量价调整期。

肖文晓分析认为，棚改需求减弱之后，返乡置业需求成为支撑三四线城市的重要力量。

但综合前期需求的集中消耗以及市场环境的变化，返乡置业降温是必然。“目前部分城市市场降温明显，也是在为之前过度开发‘还债’，回归供求的基本面。”肖文晓说。

易居房地产研究院2月3日发布的《2020年全国百城房价报告》指出，三四线城市近三年涨幅相对温和，与其房屋成交行情相匹配。2020年，64个三四线城市相对不景气，制约房价的涨幅扩大，新建商品住宅成交均价为12287元/平方米，同比上涨8.1%。

本地置业需求稀缺的三四线城市面临较大困境。

“就2020年下半年实际调研情况来看，弱三四线城市售价已逼近成本线，市场需求羸弱。”丁祖昱表示，若返乡置业再度缺席，这些地方的楼市下行压力也将加剧。■