

时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

周要闻

“十四五”生物经济规划呼之欲出

5月10日，国家发改委将召开发布会，介绍“十四五”生物经济发展规划有关情况。据了解，“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出，推动生物技术和信息技术融合创新，加快发展生物医药、生物育种、生物材料、生物能源等产业，做大做强生物经济。目前黑龙江、四川、湖北、云南、南京等多地已出台支持生物经济发展的相关政策。

苏州二手房取消限售年限

据多家媒体报道，自5月9日起，苏州新房限制转让时间由3年调整为2年，二手房对限制转让时间由原来的3年调整为不再限制转让年限。同时，非限购区域房产不再计入家庭限购套数。苏州市房地产市场和交易管理中心相关工作人员表示，已接到相关口头通知。

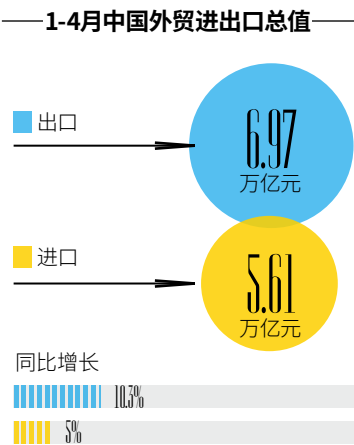
一季度高校毕业生最青睐城市出炉

近日，《2022年一季度高校毕业生就业市场景气报告》发布。该报告显示，本季度招聘需求最多城市分别为北京、深圳、上海、广州、成都；而求职人数最多城市分别为北京、成都、广州、上海、深圳。由此可见，一线城市的招聘供求总量仍然较大，由于供给明显多于需求，因此使得就业竞争激烈。

周数据

前4个月中国进出口同比增长7.9%

海关总署数据显示，今年前4个月，中国外贸进出口总值12.58万亿元，同比增长7.9%。其中，出口6.97万亿元，同比增长10.3%；进口5.61万亿元，同比增长5%。贸易顺差1.36万亿元，增长39.2%。



水果生意到底有多难做？

详见P20



详见P17

省会城市一季报出炉

时代周报记者 阿力米热 发自广州

全国各省份公布今年一季度经济数据后，省会（自治区首府）城市的“一季报”也陆续揭晓。截至发稿，27个省会城市中，除拉萨外，其余城市的一季度“成绩单”均已出炉。时代周报记者梳理发现，在已公布今年一季度经济数据的省会城市中，广州、成都、杭州和南京4座城市的GDP跨入4000亿元大关。

排名方面，在GDP前十的省会城市中，前七名的排名与2021年一季度一致。其中，广州依旧稳居榜首，成都、杭州、南京三个新一线龙头城市坐稳经济第二至第四的宝座，济南和西安的排名发生了替换，分别位列第八和第九名，合肥依然是第十名的“守门员”。

十强之后，石家庄、太原、乌鲁木齐、贵阳及呼和浩特排名分别上升了一个名次，南昌更是一口气从去年同期的第16名上升至第14名，而哈尔滨则从第18名下降至第21名。

在增速方面，目前有15个省会城市的一季度GDP增速跑赢了全国4.8%的增速，石家庄、福州的表现则更为亮眼，分别以10.10%和6.9%的增速名列前茅。

**穗蓉杭稳居前三，南昌大幅前进**  
从今年一季度GDP总量上看，经济头部省会

城市的地位仍难以撼动，广州继续稳坐头把交椅，成都、杭州紧随其后，坐稳经济前三的宝座。

经济数据排名背后，蕴藏着各省会城市发展的优势。

具体来看，随着工业生产较快增长，一季度广州强劲开局，GDP总量达至6751.84亿元，继续领跑全国省会城市，全市规模以上工业增加值达至1268.48亿元，同比增长7.9%，比2020—2021年两年平均增速加快2.8个百分点。

在规模以上高技术制造业中，占比最大的电子及通信设备制造业实现增加值141.89亿元，增长19.0%；增速最快的医药制造业，实现增加值70.27亿元，增长37.7%。这意味着，一季度广州经济新动能发展提速，创新发展韧性正不断增强。

广州之后，成都GDP总量以4894.99亿元位列第二。

成都经济的有力发展，一方面来自工业经济稳步增长的助力，一季度新兴产品产量较快增长，新能源汽车、集成电路产量分别增长140.1%、9.4%。

另一方面则来自信息高科技和技术服务业的贡献。一季度成都实现服务业增加值3301.8亿元，增加值占GDP总量的比重达67.5%，对经济增长的贡献率为58.1%；信息传输、软件和技术服务业实现增加值327.9亿元，同比增长9.0%，比服务业增速快4.8个百分点。

➡ 下转P3

芯片公司涨薪抢人

《2022人才趋势报告》预计，今年各行业中，领跑跳槽薪水涨幅榜的职位是智能汽车芯片和先进半导体芯片研发，薪资涨幅超50%。

时代周报记者 郑翔彤 发自广州

“缺芯潮”持续，各行业对芯片的需求，转化为对芯片人才的需求，正形成一股芯片行业的涨薪潮。

“芯片行业整体都很缺人，尤其是芯片设计，我们经手的很多芯片设计工程师和验证工程师年薪在60万~120万元，属于团队中坚力量。”5月7日，猎头机构MatchOffer芯片行业资深猎头Devin告诉时代周报记者。

时代周报记者据Wind数据统计发现，85只A股半导体产业概念股中，以应付职工薪酬中“工资、奖金、津贴和补贴本期减少额”计算，2021年有64家公司员工平均薪酬同比增长。其中，8家平均薪资涨幅超5万元，寒武纪（688256.SH）平均薪酬上涨12.16万元，北京君正（300223.SZ）平均薪资上涨10.46万元。

据人力资源服务公司瀚德发布的《2022人才趋势报告》，预计2022年各行业中，领跑跳槽薪水涨幅榜的职位是智能汽车芯片和先进半导体芯片研发，薪资涨幅超50%，芯片行业跳槽涨薪幅度超过新能源、医疗与大健康行业。

“从设计制造到封测，芯片产业各环节都有人才缺口，其中最缺的是接触过先进设备、从事过先进芯片设计和生产的高端人才。以往半导体公司薪资待遇长期偏低，核心人才容易流失，高校芯片专业偏冷门，多重因素导致人才供应不足。如今电动车、3C产品对芯片的需求扩大，导致芯片产能和人才需求增加。”5月7日，深度科技研究院院长张孝荣向时代周报记者表示。

薪资普涨背后，除芯片设计公司吸纳更多人才，不少科技企业也开始自研芯片，推高芯片人才需求。

芯片设计最吃香

2021年至今，上市芯片公司持续扩招人员，给予丰厚报酬。

时代周报记者据Wind数据统计发现，2021年85只A股半导体产业概念股中，有44家公司平均薪酬上涨超1万元。其中，寒武纪、汇顶科技（603160.SH）和北京君正平均薪酬上涨超10万元，兆易创新（603986.SH）、中微公司（688012.SH）和康拓红外（300455.SZ）上涨超7万元。以上薪酬还不包括职工福利费、社会保险费、住房公积金、股权激励等。

虽然其中也有21家企业2021年平均薪资减少，但与员工数量急剧增加有关，核心研发人员薪酬仍呈现稳定或增长状态。如果单看与研发人员薪酬更直接相关的研发费用，21家企业绝大多数保持20%以上增长。

➡ 下转P18

政经 · TOP NEWS

- 4 人口最少的万亿GDP城市想用购房“催生”二孩
- 5 这个地方承包了你的水果自由
- 6 全国最能吃肉的地方不在北方
- 8 新加坡人养老靠自己70岁也得端盘打工

财经 · FORTUNE

- 9 山东前首富金融转型受挫
- 10 惠民保迭代升级网红产品如何破解可持续难题？
- 12 第三方支付加速拥抱数字人民币马云马化腾争相入局
- 13 第三方“围攻”招商银行蚂蚁基金离登顶还差656亿元

产经 · INDUSTRY

- 18 3D还原古建筑“00后”斜杠青年用游戏创业
- 19 高速公路“点对点”接人郑州富士康淡季高薪招工
- 20 母亲节催生感恩经济：“95后”爱送珠宝“85后”爱送家电
- 21 Lululemon跨界尴尬：羽绒服以次充好 千元跑鞋被吐槽

编辑／梁励 版式／陈溪清  
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号远明珠大厦4楼



# 让县城的比较优势成为经济新动力

近日印发的《关于推进以县城为重要载体的城镇化建设的意见》(以下简称《意见》)提出,要坚持以人为核心推进新型城镇化,尊重县城发展规律,因地制宜补齐县城短板弱项,为实施扩大内需战略、协同推进新型城镇化和乡村振兴提供有力支撑。《意见》强调,要顺应县城人口流动变化趋势,选择一批条件好的县城作为示范地区重点发展,防止人口流失县城盲目建设。

这份重要文件出台,有两个背景。

一是当前我国的城镇化已经到了关键时期。县城是我国城镇体系的重要组成部分。2021年年底,我国城镇常住人口为9.1

亿人。其中,1472个县城的常住人口为1.6亿人左右,394个县级市的城区常住人口为0.9亿人左右,县城及县级市城区人口占全国城镇常住人口的近30%。

这些数据,意味着通常所谓的“城里人”,其中近三成是以县城为栖居地。这么多的人口住在县城,未来还有大量农业人口转移到县城,县城以及县级市的城镇是否具有承载的能力?长期以来,不同地域、城乡之间普遍存在较大的收入差距和公共服务差距,类似问题如何解决?

二是发掘内需潜力已经迫在眉睫。尽管吸纳了大量人口,但目前县城投资消费与城市的差距很大,人均市政公用设施固定

资产投资仅为地级及以上城市城区的1/2左右,人均消费支出仅为地级及以上城市城区的2/3左右。

如果县城建设能够成为扩大内需的重要引擎,那么其必将发挥连接城市、服务乡村的作用,促进形成强大的国内市场,扎实推动双循环战略。

推进以县城为重要载体的城镇化建设,有利于引导农业转移人口就近城镇化。“全面落实取消县城落户限制政策,确保稳定就业生活的外来人口与本地农业转移人口落户一视同仁”自然是《意见》的一个亮点,但也是水到渠成之举。

因为在此之前很多县城落户已经是

零门槛,而且就打破户籍壁垒的难易程度而言,县城无疑是阻力最小者,相信随着《意见》的发布,落实所有县城自由迁入政策应该不难。

更重要的亮点,是《意见》明确了未来县城发展的差异化发展路径。

过去但凡提及城镇化,似乎就是征地、建房和发展工业,让农民进城、上楼。但一些地方人口流失严重,建那么多的住宅小区,谁来住?一些地方的产业重复、低效,又有多大意义?

《意见》强调对全国县城进行功能定位,即按照不同特点分成五个类别,确定不同发展路径,包括加快发展大城市周边

县城、积极培育专业功能县城、合理发展农产品主产区县城、有序发展重点生态功能区县城、引导人口流失县城转型发展。

从经济地理的角度看待不同的县城,顺应人口流动的趋势,自然就要选择不同的发展路径。部分县城靠近大城市,靠近沿海,就可以工业化、城市化,融入以大城市为核心的辐射范围,而远离沿海、远离大城市的县城则可以更多地承担粮食安全、生态安全、国防安全等功能。

假若所有的县城都能发挥自己的比较优势,不同类型的县城都能发展得更健康、可持续,会给未来中国增添多少动力不言而喻。■

## 猪价“涨”声渐起 新的猪周期要来了？

时代财经 余思毅

新的猪周期要启动了吗？

5月6日,国家统计局官网发布2022年4月下旬流通领域重要生产资料市场价格变动情况,其中生猪(外三元)本期价格14.6元/千克,环比上涨12.3%。

今年以来,猪肉价格屡创新高。据中国养猪网养猪数据中心,3月下旬,猪价触及近半年内生猪价格最低点,生猪(外三元)报11.78元/公斤。

4月猪肉价格回升,5月6日,牧原股份、温氏股份等多家上市猪企发布4月主要产品销售情况,猪价环比有所上涨,分别环比上升7.63%、9.53%。

“主要是上游带动的价格上涨,饲料库存走低导致饲料价格上升,抬升猪价。”东北农业大学经济管理学院教授、博士生导师王刚毅5月6日接受时代财经采访时表示,猪价回升是饲料的季节性波动带来的,此外,也跟下游部分城市储备必需品,引起猪肉需求增大有关。

虽然猪肉价格环比普遍有所上涨,但同比仍处于低位。投资者等待释放开启新一轮猪周期的信号。

东吴证券固定收益团队5月6日发布研报预测,本轮“猪周期”于今年4月开启,此后会出现“二次探底”,价格迅猛上涨将始于2023年3月左右。

东吴证券团队作出这一判断主要是根据过去猪周期的持续时长以及能繁母猪的数量,“能繁母猪的存栏量的向下拐点出现在2021年7月,向后推10个月则是2022年4月,该时间点也符合4年一轮‘猪周期’的规律”。

对于一轮猪周期何时开启,王刚毅则与上述券商分析持不同意见,认为猪周期的起点应该会再晚一些。

在王刚毅看来,近年来,生猪养殖出现更多新情况,如“后备母猪”的储备以及三元母猪对二元母猪的淘汰,因此不能仅仅依据能繁母猪的存栏量对“猪周期”进行预估,再加上国内饲料的供给以及国际贸易饲料进口情况尚未明朗,因此,新猪周期的起点尚需观察。

### 4月价格涨超10%

销量方面,4月份,牧原股份销售生猪632.1万头,销售收入79.42亿元,同比变动分别为101%、0.23%;温氏股份销售肉猪142.7万头,销售收入22.63亿元,同比变动分别为129.27%、40.04%。

对于销售收入的变化,温氏股份表示,4月公司肉猪销量和收入同比上升,主要原因是公司投苗增加和生产成绩提高;4月公司肉猪销售均价同比下降,主要是受国内生猪市场行情变化的影响。

至于猪肉价格,据这两家上市公司简报,4月份,牧原股份商品猪销售均价12.56元/公斤,环比上升7.63%,但同比下降40.5%;温氏股份毛猪销售均价13.33元/公斤,环比上升9.53%,但同比下降39.27%。

两家企业的猪肉售价变化与国家发改委监测的数据趋势相符。

5月5日国家发改委表示,截至4月27日,全国生猪出场价格为15.22元/公



斤,比4月20日上涨7.33%;主要批发市场玉米价格为2.90元/公斤,与4月20日持平;猪粮比价为5.25,较4月20日上涨7.36%,此前为连续九周进入过度下跌一级预警区间。

据五矿期货研报,整个4月份生猪现货呈触底后反弹,中下旬加速上涨的走势,河南均价月涨2.6~15.15元/公斤,月内最高为月底的15.15元/公斤,月底四川均价14.4元/公斤,湖南15.25元/公斤,江苏15.35元/公斤。

猪肉价格走势对于生猪企业经营至关重要。牧原股份在简报中指出,生猪市场价格的大幅波动(下降或上升),都可能会对公司的经营业绩产生重大影响。

就近期的价格上涨,多年来专注畜牧产业经济、重点研究生猪产业链的王刚毅分析,主要是上游饲料价格上涨的缘故。

王刚毅认为,4月猪价上涨首先与饲料的库存有关。俄乌冲突对国内的饲料市场冲击很大,包括玉米价格一直在涨。

据悉,2022年以来玉米价格涨势不断,现货价和期货价均创出历史新高。据中新社,玉米价格波动主要是因为乌克兰是全球主要玉米生产国和出口国,俄乌冲突对乌克兰玉米生产和出口影响极大,表现为春播面积可能减少30%以上等。中国玉米自给率相对较高,但乌克兰是中国玉米进口的主要来源国之一。

王刚毅进一步指出,玉米价格走高有一定的季节性波动,“一般来讲,春节之后到下一季的玉米收获之前,这段时间猪肉价格就会涨”。但王刚毅认为,正常的价格涨幅应该没有这么高,但因为饲料短缺,储备需求增多,导致供不应求。

此番涨价,下游也有一定的原因。“部分城市为防控疫情,对一些生活必需品做一定的储备,猪肉在生活必需品储备的清单当中是很重要的构成。因此猪肉需求增加。”

不过王刚毅认为,这部分储备的

影响有可能在5月中旬才才明确看得出来,具有较长的滞后期,因此主要是上游带动的价格上涨。

展望5月,五矿期货预测,供需博弈下,5月生猪价格或先小降后上涨,均价或高于4月。

**猪周期大猜想**

众所周知,生猪养殖业是典型的周期性行业,业界把生猪利润的波动周期规律叫“猪周期”。

“猪周期”的循环轨迹一般是:肉价高一母猪存栏量大增一生猪供应增加一肉价下跌一大量淘汰母猪一生猪供应减少一肉价上涨。

因此,投资者十分关心这一轮“猪周期”什么时候结束?价格是否已经到了谷底?新一轮猪周期又会在什么时候到来?

**5月6日,东吴证券分析团队发布研报称,从周期长度来看,由于生猪具有其自身的生长周期,因此每轮“猪周期”的持续时长均为4年左右,其中价格上涨平均时长为20个月,下跌平均时长为27个月。从每轮“猪周期”开启前的价格来看,生猪价格均会出现“二次探底”的现象。**

东吴证券分析,由于“猪周期”的持续时长在4年左右,因此每一轮周期出现结束迹象时,第一次价格底部均落在4—5月,夏季往往是猪肉消费的淡季,因此真正的去栏要等到冬天的腌腊季,此后能繁母猪的存栏量会出现显著的下行,新一轮“猪周期”的价格上行阶段开启。

根据这一逻辑,东吴证券预测,本轮“猪周期”于4月开启,此后会出现“二次探底”,价格迅猛上涨始于2023年3月左右。

能繁母猪的存栏量的向下拐点出现在2021年7月,向后推10个月则是2022年4月,该时间点也符合4年一轮“猪周期”的规律。

对于东吴证券的预测,王刚毅对时代财经表示,不认同新猪周期要启动的看法。

王刚毅称,这个分析团队的推导逻辑主要是根据能繁母猪的量。在上一轮超长的猪周期,大量的散户已经从市场出清,行业的集中度提高。在这个过程中,国家一直在维护核心产能,也就是维护能繁母猪的产能。

王刚毅进一步指出,能繁母猪背后有一个很重要的指标是分析团队很难去获取的,那就是“后备母猪”。现在各个地方在做“后备母猪”的储备,尤其像温氏等头部企业。

此外,王刚毅还称,分析团队还可能忽略了在能繁母猪方面,三元母猪对二元母猪的淘汰。

王刚毅分析,三元母猪与二元母猪的生产力是不一样的,类似一个企业一共是10个工人,现在下降到了8个,但这8个是熟练的工人,而过去的10个是初级工,因此即便数量减少了,但生产力不一样。

“分析团队的预测是按照历史的这种周期去衡量的,但是此母猪已非彼母猪,已经做了很大的程度上的替代了。”王刚毅补充道,2021年10月,在重庆荣昌中国生猪大会上,业内不仅仅是讨论如何恢复产能,而且更关注如何用更优质的能繁母猪来代替过去的二元母猪。

王刚毅提醒道,所以仅仅从数量上来与过去的猪周期作比较的话,有一定的参考性,但误差会很大。

事实上,东吴证券在预测中也考虑到三元猪与二元猪的区别,“由于三元猪在生产性能方面存在劣势,因此正常情况下,二元猪是繁育仔猪的主要力量,但是在2019年非洲猪瘟的背景下,三元母猪替补上场”。

“随着二元母猪产能的恢复,PSY(指每头母猪每年所能提供的断奶仔猪头数)正在逐步上行的过程中,由于母猪种群结构调整而带来的生产效率提升,此轮‘猪周期’的价格上涨幅度不会过大。”

在王刚毅看来,猪周期的起点应该会再晚一些,主要原因是饲料供给和外贸方面不明确。■



# 制造业单项冠军第一城离全国十强还有多远？

时代周报特约记者 **王晨婷** 发自上海

随着各城今年一季度“成绩单”出炉，“万亿俱乐部”中，“腰部城市”宁波表现亮眼。

一季度，宁波市GDP总量首次突破3500亿元，达3516.4亿元，增量为405亿元。同比增长5.3%，增幅高出全国0.5个百分点，这也是宁波自2018年第三季度以来首度增速高于浙江全省平均增速。

细看各项指标，宁波作为拥有制造业单项冠军最多的城市，规上工业增加值增速强劲，超过全国2个百分点。固定资产投资更是近5年来首次实现单季突破千亿元，同比增长13.2%，增速位列全国第三。

过去5年间，宁波经济总量实现了从全国第16名到第12名的跃升。今年一季度，宁波与第11名天津的差距已缩小到22亿元。今年来看，宁波的目标是经济增长7%；到2026年，目标地区生产总值达到2.2万亿元。

剑指经济十强城市，宁波还有多远的路？

## 制造业单项冠军“第一城”

制造业是宁波的“金字招牌”，其优势也充分表现在数据上。

一季度，宁波第二产业增加值增长6.9%，超过全国1.1个百分点，拉动GDP增长3.1个百分点，对经济增长的贡献率为59.1%。其中，工业增加值增长7.2%，拉动GDP增长3个百分点，贡献率为57%，同比提高2.3个百分点。

“打造全球智造创新之都”，这是宁波市第十四次党代会报告中明确提出的目标，实体经济也被视作宁波的“制胜未来的根基所在、优势所在、底气所在”。

宁波的制造业有多强？有一组数据可以说明：国家制造业单项冠军被称为制造业皇冠上的明珠，是细分领域的行业制高点。宁波，以全国1%的GDP培育了7.55%的单项冠军企业。

目前，宁波共拥有制造业单项冠军示范企业35家、单项冠军产品28家，

以63家的总数连续4年位居全国第一。排名第二的北京共有单项冠军39家。

不仅如此，根据宁波市经济和信息化局对当地384家制造业单项冠军及培育企业的分析数据显示，主导产品市场占有率全球第一的企业有110家，占比为28.65%；市场占有率全国第一的有262家，占比为68.23%。

时代周报记者统计发现，在宁波的单项冠军企业中，既包括绿色石化、汽车等硬核力量，也有软件服务、消费品等企业，门类齐全。而宁波的工业发展优势主要在于临港大工业和高端制造业，逐渐形成以石油化工、汽车及零部件、电工电器、纺织服装等为支柱的产业集群。

补齐产业链、发展战略新兴产业是宁波在下一阶段的两大目标。按照《宁波市战略性新兴产业“十四五”规划》，要发展高端装备、新材料、新一代信息技术等战略新兴产业。

**外贸进一步升级，固投增速全国第三**

产业发展，人才先行。当前，宁波需要更多的优秀人才培养制造业升级，但宁波自身高校力量却较为薄弱。当地一位高校教师告诉时代周报记者，宁波大学是宁波全市唯一的“双一流”高校。在这一方面，不管是与其他4座计划单列市对比，还是与目前GDP经济十强城市对比，仍有较大的差距。

为此，目前，宁波在解决大学生就业和人才引进等方面陆续出台了一系列支持政策和扶持举措，推出一批符合本地实际的引才政策，加大对市外人才的吸引，并支持企业引进创新人才。

在优厚的落地政策推动下，宁波人才引进形势较好。根据最新统计，2021年宁波新引进大学生21.6万人，同比增长30.7%，其中本科生增长42%，硕、博士生分别增长10%，硕士生首次突破万人。

人才升级的情况同样体现在宁波的传统优势产业——外贸。

“业务熟练的跟单员、报单员这类人才很多，以往做传统货物贸易，招聘也比较方便。但现在我们都数字化运营



了，聚焦跨境电商，需要更多的复合型人才。”宁波一家外贸公司负责人告诉时代周报记者。

这番需求“进阶”，则是宁波外贸实力的升级表现。

坐拥全球货物吞吐量第一、全球集装箱吞吐量第三的舟山港，宁波稳坐中国“外贸第六城”位置。

虽受疫情和全球海运影响，一季度，宁波依旧实现进出口额3044.4亿元，同比增长17%，进一步缩小与东莞的差距。在同期全国外贸十强城市中，宁波的同比增幅与北京并列第一。

出口对宁波经济实现了有效拉动。不过，在被称为拉动经济增长的“三驾马车”中，宁波一季度最亮眼的是投资数据。

一季度，固定资产投资总量1004亿元，近5年来首次实现单季突破千亿元，同比增长13.2%。这一增速在全国位居第三，高于全国3.9个百分点。

重视基建“压舱石”作用是一季度全国城市的普遍表现，在宁波表现得更加淋漓尽致。在固定资产投资中，基础设施投资增长28.0%，分别高于全国、全省增速19.5个、12.3个百分点。

## 消费有望在二季度回升

经济稳定运行的同时，有些压力也不容忽视。由于疫情导致消费市场恢复受阻，对聚集性接触性服务行业带来较大冲击，居民出行、旅游、娱乐等消费需求受到抑制。

一季度，宁波实现社会消费品零售总额1112.9亿元，同比增长5.9%，与2018—2019年两年平均增长7.9%相比存在一定差距。其中，汽车的消费支撑作用减弱，服装消费呈现明显放缓的趋势，餐饮增速同样不及预期。

相比来说，宁波在一季度来自疫情的压力并不严重，但其社零总额在24座万亿元城市中仅列第19，与前十差距仍较大。

针对这一情况，宁波市正持续加码促消费政策。

4月22日，宁波市出台《宁波市稳链纾困助企若干政策措施》，提出九方面47条措施。其中包括从4月28日至5月31日启动的消费券发放活动。

这是宁波史上力度最大、覆盖最广的消费券发放活动，总投放金额超3亿元。全体在甬人员（包括域外来甬人员）均可申领，参与商家总数不少于10

万家。据初步测算，市财政资金直接带动消费比1:10以上，合计约30亿元。

“受本轮疫情影响，3月社会消费品零售数据低于预期，特别是餐饮和旅游，消费场景受到较大限制。此外，局部地区疫情对供应链的影响也导致了相关行业终端消费的下滑。近期，促消费政策加码，有望在短期内提振消费，二季度及下半年消费有望平稳回升。”宁波市商务局消费促进处处长尹秋平说。

以前所未有的力度促消费，这背后是宁波对于经济增长的决心。一季度GDP5.3%的增速固然喜人，但面对全年7%的增速目标，宁波尚需不少努力。

宁波一季度经济形势分析会上表示，全年经济发展目标不变，仍为7%。

事实上，宁波与天津的差距在一季度已进一步缩小，GDP差值仅22.1亿元。这对于两座万亿元城市来说，差距微乎其微。

与前十城市对比，宁波一季度与目前排名第十的武汉GDP差额为443.7亿元，这个差额略高于宁波一季度的增量。且武汉一季度增速达6.1%，超过宁波0.8个百分点，因此短期来看，追赶武汉的难度依旧不小。

与此同时，作为2021年全年GDP前十的“守门员”，南京面临着较大的防守压力。南京市在一季度增速放缓，实际增长4.1%，以4003.78亿元的总值位于全国第九位。不过，南京在2021年全年GDP总量排名中位居第十，未来并非没有被宁波超越的可能。

值得一提的是，天津和南京在一季度受疫情的拖累影响也不容忽视。因此，疫情防控和恢复情况已经成为近期城市经济排名争夺的关键要素。

宁波市统计局副局长、新闻发言人许婷娅在日前举行的一季度经济数据发布会上表示：“面对存在的问题和压力，我们既要正视困难，更要坚定信心，针对市场主体生产经营困难增多的现状，我市在积极推动上级各项扶持政策直达快享的基础上，制定出台了稳链纾困助企47条措施，并明确二季度政策兑现进度要达到80%，全力帮助企业渡过难关，稳住发展预期，巩固经济稳进提质基本盘。”**■**

# 省会城市一季报出炉

## 上接P1

紧随成都的杭州以4539亿元的GDP总量排在第三位，零售消费为当地经济稳步发展提供了不小的动能。

一季度，杭州市社会消费品零售总额1626亿元，同比增长6.2%，增速分别高于全国、全省2.9个和0.7个百分点。其中，汽车石油消费持续增长，新能源汽车零售额更是强势增长71.5%。

除此之外，被称为“电商之都”的杭州线上消费也较为活跃，一季度限额以上批零企业通过公共网络实现零售额增长29.8%，占限额以上零售总额的比重由2021年的38.1%提升至40.6%，从而成为稳经济的有力支撑。

值得注意的是，作为省会城市前三强，广州、成都、杭州有两个共同特征：一是这三个城市都属于外贸城市，广州、成都和杭州在今年一季度的外贸进出口总值分别为2470.3亿元、2125.7亿元和1864.4亿元；二则在于三城的工业均相对发达，制造业尤为突出。

省会城市前三强之外，南昌市也在一季度交出了亮眼“答卷”。

时代周报记者梳理，在已公布数据的26个省会城市的排名中，哈尔滨排名下降三个名次，从去年同期的18名下降至21名；而南昌排名则上升两个名次，从去年同期的16名上升至14名，成为省会城市中排名上升幅度最大的城市。

南昌的排名上升，主要得益于其工业生产稳步增长，尤其是重点产业增速较为明显。南昌市统计局发布的数据显示，一季度南昌市重点监测的144种主要工业品中74种实现增长，增长面为

51.4%，其中光缆、锂离子电池、电子计算机整机等产品产量增势较好，分别增长253.8%、114.8%、75.3%。

## 宁汉交锋，南京晋级

中部地区的“大咖”与华东地区的“翘楚”再次相逢，成为省会城市中第四城竞争的焦点。

南京、武汉同有穿城而过的长江，颇为强劲的经济发展，然而在今年一季度中，南京以4003.78亿元的GDP总量继续领先武汉，成功保住省会城市榜单第四的位次，但与武汉GDP的总量仅仅相差43.67亿元。

时代周报记者梳理发现，这是南京一季度GDP总量首次突破4000亿元，经济运行实现了“开门红”。与此同时，武汉的经济增长也毫不逊色，从GDP增速层面来看，一季度武汉以6.10%的增速跑赢南京的4.10%，并一举超过“国家队”1.3个百分点。

经济数据背后的发展“密码”是两个城市各自的代表性产业，南京优势在服务业，而武汉则以工业为主导。

通过梳理南京近三年同时期的产业结构发现，南京的成功“晋级”并非一蹴而就，这是其持续发展第三产业的成果。统计数据显示，今年一季度，南京第三产业增加值走势稳健，成为经济增长的核心发力点，占全市GDP比重达64.3%，同比增长1.9个百分点。

南京市统计局在今年一季度统计报告上指出，今一季度南京在服务业、金融业等重点行业提速较快，拉动经济发展作用显著。具体看来，一季度服务业增加值同比增长4.0%，对全市经济

增长的贡献率达到64.2%。其中，金融业增加值同比增长7.6%，占全市比重为13.3%，较2021年全年提高0.9个百分点。这意味着，南京市以服务经济为主导的格局正在不断强化。

值得一提的是，南京作为商贾云集之地、中国软件名城，集聚了一批高层次人才及软件产业园区，包括徐庄软件园、新城科技园、高新技术开发区等。

一季度，全市规模以上信息软件企业企业吸纳就业人数50.02万人，同比增长4.0%，增速比去年全年提升3.5个百分点。其中，软件和信息技术服务业、互联网和相关服务业、电信广播电视和卫星传输服务业排前三强，分别吸纳就业人员13.01万人、6.52万人、4.99万人。不仅如此，南京市产业园区的规上信息软件业企业数占全市比重达84.5%，比去年全年提高3.5个百分点，营业收入占比达86.2%，同比提高3.3个百分点，产业集聚效应进一步显现。

与南京不同，武汉重点发力制造业。作为华中地区最大的制造业城市，武汉一季度GDP产业结构中，第二产业增加值增速达6.9%，是所有产业中增速之最，为武汉高质量发展提供了持续强劲动力。

武汉市统计局的报告显示，一季度全市工业生产韧性增强，构建了多行业公共发展的空间格局。具体来看，全市规模以上工业增加值同比增长9.0%，36个行业大类中有31个增加值实现增长，增长面为86.1%，其中24个增长两位数以上。

不仅如此，武汉同时还在加快升级产业结构，高技术制造业的引领作用

也进一步增强。

一季度，武汉规模以上高技术制造业增加值同比增长19.1%，增速快于全市规上工业10.1个百分点；占规模以上工业增加值比重为14.2%，比去年同期提高0.4个百分点。

## 石家庄成为“黑马”

在这相互角逐的争夺赛中，各省会城市都在拼搏发力，石家庄则凭借高增速脱颖而出。

在目前已公布的26个省会城市中，石家庄今年一季度GDP增速达10.10%，较去年同期扩大了0.4个百分点，并且增速高出全国平均值5.3个百分点，成为省会城市赛道中的一匹“黑马”。

其中，第二产业和第三产业增加值分别同比增长10.2%和10.3%，成为石家庄经济增长的主要支撑。

石家庄GDP增速之所以这么高，除了去年相对较低的基数外，主要得益于当地政府扶优培强夯支撑，以及工业、消费等领域的共同发力。

石家庄统计局披露的数据显示，一季度工业生产提质加速，全市规模以上工业增加值增长13.7%。从产品看，高附加值产品产量较快增长，变压器、集成电路、电工仪器仪表同比分别增长157.0%、165.3%、15.5%。

不仅如此，服务业发展和消费品市场的表现也很出色。

具体来看，一季度石家庄服务业发展总体平稳，全市信息传输、软件和信息技术服务业增加值增长19.7%，卫生和社会工作增加值增长14.3%，公共管理、社会保障和社会组织增加值增长

26.8%。生产性服务业增势良好，规模以上生产性服务业实现营业收入203.1亿元，同比增长44.7%，高于全部规模以上服务业0.3个百分点。

消费市场层面，一季度石家庄社会消费品零售总额实现548.5亿元，同比增长15.8%。其中，限额以上单位石油及制品类和汽车类商品零售额分别实现24.4亿元和98.0亿元，分别增长38.7%和54.2%。

在关注当下的同时，石家庄也立足长远为其经济持续发展制定了规划 and 目标。

在《2022年石家庄政府工作报告》中，石家庄对自身提出了更高要求，包括地区生产总值增长8%以上、力争实现两位数增长、总量突破7000亿元；年内新增高新技术企业270家、科技型中小企业200家、科技领军企业5家以上等。

对于未来的长远规划中，石家庄的野心不止如此。今年年初，石家庄印发了《推动高质量发展确保实现经济总量过万亿行动计划》，首要的就是实现地区生产总值突破万亿元。具体而言，2022—2025年年均保持快速增长，到2025年力争综合实力重回全国前30强。

《石家庄市国民经济和社会发展的第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》中还明确指出，未来5年石家庄将围绕打造京津冀科技成果转化高地和区域科技创新中心，形成科技创新聚集区；以现代网络作为重要载体，推动数字信息技术在经济、社会、政务、生态系统深度融合应用，全力打造中国数字新城。**■**



# 时隔九年 黑龙江增幅再次跑赢国家线

时代周报特约记者 **王晨婷** 发自上海

作为老工业基地和沿边开放省份，黑龙江在今年一季度交出了“成绩单”。

根据黑龙江公布的一季度经济数据，全省地区生产总值达2976.6亿元，同比增长5.4%，高于全国0.6个百分点。

这是黑龙江自2013年第三季度以来，首次超过全国平均增幅。其中，大庆市、七台河市的GDP增值超过10%，增幅在全国城市中也处于前列。

九年34个季度以来首次超过全国平均增幅，黑龙江是怎么做到的？

### 同比增速居全国第11位

根据黑龙江公布的数据，2022年一季度全省GDP同比增长5.4%，同比增速居全国第11位。

“这一增幅既与黑龙江省去年一季度基数较低有关，也与黑龙江省经济结构中粮食、能源等占比较高，受益于这两个行业价格上涨幅较大有关。”IPG中国首席经济学家柏文喜告诉时代周报记者。

作为中国第一产粮大省，今年一季度，黑龙江农林牧渔业总产值346.8亿元，同比增长6.9%，表现稳定。其工业数据表现更为亮眼，全省规模以上工业增加值一季度同比增长8.1%，增速高于全国平均增幅1.6个百分点。

这与黑龙江在一季度全力实施工业振兴计划有关。其主要路径在于把握住传统产业这一重要基石，并通过技术改造推动传统产业提质增效扩能。

这也能从区域增长看出端倪。

“石油之都”大庆是黑龙江一季度增速最快的城市，该市的名义增速高达13.86%，增量318.9亿元，并以2620亿元的总量排名全省第二，占全省GDP总量的17.61%。

时代周报记者注意到，大庆油田今年还大力推进提质增效和亏损企业治理，下发实施《2022年提质增效价值创造行动方案》，提出推动天然气上产和效益开发，打造储气库业务成为新的效益增长点。一季度，大庆石油产量高达1061.38万吨，迎来了“开门红”。

老工业提质增效的同时，新兴产业仍是黑龙江工业的未来。

3月，黑龙江印发《推动工业振兴若干政策措施》，制定“工业振兴20条”。其中提到，整合现有政府投资基金，吸引社会资本和战略投资者加入，分门类设立产业子基金，以市场化运作为主，引领撬动新兴产业发展。

数字经济、生物经济、绿色有机农副产品精深加工产业、新能源汽车产业等是该省重点支持的产业。

与此同时，新兴产业对于黑龙江工业的带动作用也逐步显现。在规模以上工业中，高技术制造业增加值比去年同期增长20.4%，高于全省规模以上工业增加值增速12.3个百分点，高于制造业增加值增速9.3个百分点。

此外，作为拉动经济的重头，重大项目是投资的支撑。黑龙江全省一季度开(复)工项目1287个，同比增长15.2%。截至目前，集中开工重点项目1902个，比去年同期增长70.3%。

据了解，黑龙江自去年10月就提前启动2022年的项目谋划储备工作，首批储备今年能开工建设重点项目达3502个，同比增长51.2%。

“一季度的投资结构、项目结构，最鲜明的特质就是项目优、质量高、打基础、利长远。比如，数字经济、生物经济、冰雪经济、创意设计等新经济形态和高技术、高成长性、高附加值项目就有189个。”黑龙江省发改委相关负责人接受媒体采访时表示，这些好项目扎堆落地开工，在黑龙江省的历史上并不多见，可以说是为全省高质量发展积蓄了新动能。

### 外贸增幅近30%

除了投资，进出口贸易也是拉动黑龙江经济增长的“马车”之一。而黑龙江一季度的外贸数据也尤其亮眼。

据哈尔滨海关统计，一季度，黑龙江省实现进出口总值551.7亿元，同比增长29.5%，高于全国18.8个百分点，居全国第4位。其中，出口101.0亿元，增长13.5%；进口450.7亿元，增长33.7%，均赶超国家增速。

作为内陆省份，虽与俄罗斯接壤，但外贸并非黑龙江的强项。能在今年一季度翻身实现“开门红”，这与当地政策的推动不无关系。

时代周报记者注意到，《黑龙江省支持对外贸易发展的若干措施》(以下简称《若干措施》)于3月出台，通过真金白银激发外贸主体发展活力。如在引入大型外贸企业方面，对年度新增进出口额1亿元(含)以上的，增量部分每1000万元给予3万元奖励，现有企业最高奖励300万元，当年新引入企业最高奖励500万元。

“跨周期调节政策效果明显是一季度外贸取得高增长的主要拉动力。”黑龙江省商务厅负责人接受媒体采访时提到，上述文件对进出口增量、平台建设、贸易新业态、资源类产品进口等方面给予支持，有效激发了黑龙江省外贸企业进出口积极性。措施出台当月，全省新增备案企业105家，同比增长20.7%。

受益于对俄贸易的增长，黑龙江自俄罗斯大宗商品进口贸易规模进一步扩大。其中，一季度天然气进口50.0亿元，增长173.5%；原油、肉类等增长也在30%以上。

值得一提的是，中欧班列逐渐成为稳定国际供应链的重要支撑。

从2018年8月，首趟搭载俄罗斯



下一步，黑龙江要围绕提升传统比较优势转化成竞争优势、发展优势方面发力，用新经济形态，比如数字经济、冰雪经济、创意文化、设计产业和生物经济，提升和激发传统的要素禀赋结构。

板材的中欧班列从黑龙江绥芬河口岸鸣笛驶入，到目前，绥芬河口岸累计开行进出境中欧班列超过900列，往返于亚欧大陆的“钢铁驼队”在绥芬河口岸不断壮大。

在中欧班列带动下，黑龙江与“一带一路”沿线国家的贸易往来得到了进一步提升。一季度，黑龙江省对“一带一路”沿线国家进出口额达437.1亿元，增长33.6%，占黑龙江省外贸总值的79.2%，比去年同期提升了2.5个百分点。

从今年起正式生效的RCEP(《区域全面经济伙伴关系协定》)也给黑龙江省的外贸发展带来新机遇。搭乘RCEP快车，黑龙江将充分发挥关税减让、原产地累积等协定主要条款作用，进一步加强与RCEP成员国的贸易合作，解锁发展新路径。

实际上，不仅是今年第一季度，自2019年8月30日黑龙江自贸试验区挂牌成立以来，黑龙江进出口总额都保持着快速增长。2021年，全省进出口实现1995亿元，增长29.6%，增速列全国第9位。

“黑龙江外贸的快速增长，一方面确实体现了其经济转型的意愿，但也与黑龙江省地处东北亚核心地带，受益于对俄贸易的较快增长效应有关。”柏文喜认为，未来在高质量发展方面，黑龙江省必须立足于自身的资源禀赋和区位特点去厘清自身的比较优势，并结合区域发展定位和国家总体战略目标去寻求自身的突破点和战略方向，再辅之以产业政策和国家转移支付政策，以支持自身的产业竞争力和内生性可持续发展能力。

诚然，增长迅速的同时，黑龙江500亿元左右的进出口量级在全国来看不算太高，位列第19位，与前一位湖南1150亿元的进出口总额仍有不小差距，尚有广阔的增长空间。

这也与黑龙江的整体经济现状类似。经济增长好于预期，来之不易，但跑赢“国家线”之后，如何行稳致远，是接下来该省要面对的课题。

对此，黑龙江省社科院经济研究所研究员王刚认为，下一步，黑龙江要围绕提升传统比较优势转化成竞争优势、发展优势方面发力，用新经济形态，比如数字经济、冰雪经济、创意文化、设计产业和生物经济，提升和激发传统的要素禀赋结构。■

# 人口最少的万亿GDP城市想用购房“催生”二孩

时代周报记者 **郭梓昊** 发自广州

“催生”大军又多一城。

4月25日，江苏省无锡市卫健委、住建局等四部门联合发布《关于积极推动改善生育二孩及以上家庭居住条件的通知》(以下简称《通知》)，明确在无锡市生育二孩及以上的无锡市户籍居民家庭，可在限购区域新增购买一套商品住房。

此外，《通知》明确，二孩及以上无锡市户籍职工家庭在首次使用公积金贷款购买首套自住住房时，最高贷款额度在规定的可贷额度基础上，可增加20万元。

“政策充分体现了无锡对本地二孩以上家庭的购房权益保障，从公积金和限购两方面进行调整，具有积极的意义。”易居研究院智库中心研究总监严跃进在接受时代周报记者采访时表示。

**作为万亿俱乐部成员，无锡人均GDP位居全国第三，仅次于鄂尔多斯和克拉玛依两座资源型城市。但在全国24个万亿元GDP城市中，无锡常住人口规模最小，仅为747.95万人。**

人口增长缓慢一直是困扰无锡发展的问题。

严跃进分析，当前在调整购房政策方面，无锡加入了对人口生育和家庭抚养等因素的考量，预计后续其他城市在限购方面也会优先倾向于二孩以上

家庭。

事实上，早在无锡之前，甘肃临泽县、江苏海安市、四川资中县等多地出台购房补贴或奖励、提高公积金额度、优先配租公租房等措施支持二孩三孩家庭购房或租房。可见，有关人口、生育，与购房形成了越来越紧密的联系。

### 人口最少的万亿城市

无锡人口增长缓慢，成为这次政策出台的重要原因之一。

《通知》表示，安居是人口家庭发展的基础，为推进落实优化生育政策创设有利条件，促进无锡市人口自然增长率稳步提高，改善生育二孩及以上家庭的居住条件，制定了相关政策。

当前，无锡的人口自然增长率已经连续两年为负。无锡市统计局公布的数据显示，2020年无锡人口自然增长率为-0.16‰。2021年这一数字进一步下降到-1.48‰。

从人口规模和增量上看，在24个GDP超过万亿元的城市中，无锡的优势并不大。

2021年年末，无锡全市常住人口747.95万人，比上年仅增长1.55万人，人口规模在24个万亿元城市中最小，增量也靠后。

以目前与无锡GDP相近的几个城市为例，2021年，排在无锡之前的宁波和青岛常住人口分别增加12.4万人和15.1万人，排在无锡之后的长沙和郑州

分别增加了17.85万人和12.2万人，人口增量均大于无锡。

如果把时间线拉长，无锡人口规模和增量不占优势的现象仍然存在。

据第七次全国人口普查数据显示，无锡常住人口由637.44万人增加到746.21万人，十年间增长108.77万人。尽管增长规模不小，但与其他万亿元城市的常住人口相比，无锡的人口增量(108.77万人)排在倒数第四，仅高于天津、泉州和南通。

此外，无锡人口还面临着老龄化的问题。

无锡市第七次全国人口普查公报显示，无锡60岁及以上人口数为147.38万人，占全市人口比重19.75%；65岁及以上人口数为109.35万人，占全市人口比重的14.65%。

而国际上通常把60岁以上的人口占总人口的比例达到10%，或65岁以上人口占总人口的比例达到7%作为国家或地区进入老龄化社会的标准。

### 无锡人买房难不难？

对无锡人来说，生二孩、三孩后，在限购区域再多购一套房，难度大吗？

安居客数据显示，4月无锡二手房挂牌均价为14972元/米<sup>2</sup>，与上月相比上涨0.05%。

从成交情况看，4月无锡二手房的成交均价为16231元/米<sup>2</sup>，高于二手房的挂牌均价，成交数量为5103套；新房

3月成交均价为24033元/米<sup>2</sup>，比二手房的成交均价高了近8000元/米<sup>2</sup>。

“政策发布后很多人来咨询买房，成交率也颇高，短短几天我们就卖了4单。”上述中介告诉时代周报记者，他刚刚以269万元的价格帮业主卖出了一套毛坯房。

上海易居房地产研究院发布的《2020年全国50城房价收入比报告》显示，无锡的房价收入比为10.5(越低说明买房难度越低)，在50城排名第32，属于中等偏下水平。

例如，无锡2021年居民人均可支配收入6.3万元，略低于厦门的6.4万元。但从今年4月的二手房均价看，厦门的51490元/米<sup>2</sup>，大大高于无锡。从这一点看，与厦门收入相近，但房价更低的无锡，本地人购房的难度和压力更小。

上述中介同样表示，自己每月六七千元的工资，这在无锡还是比较常见，生活方面没有太大问题。如果是外地人想在无锡买房，虽然有一定难度，但还是能看到希望。

值得一提的是，诸葛找房4月份发布的报告指出，一季度无锡新房成交规模虽不及去年同期，但3月已显露出回升迹象。

该报告预计，接下来，随着楼市信贷环境逐步宽松，政策端释放积极信号的势头愈加强劲，以及疫情逐渐好转，无锡房地产市场信心进一步提升，二季度成交规模有望呈现回升态势。■

747.95  
万人

➤



时代周报记者 **黎广** 发自青岛

和老徐的见面是在1月8日。午后，下了两个多小时的雪，80个原本深浅不一的蓝莓大棚，就整齐地被浆上了新的白色。

这80个蓝莓大棚，每年有600万元的产值。如果不清楚这个底细，当老徐忽然出现在眼前的时候，会认为这是一个普通不过的传统农民——质朴结实的棉衣、大嗓门、微弯的脊柱和宽厚的手掌。

老徐是这些大棚的主人。村里人见到他，都会客气地喊一声，“徐总”。这时他果敢自信的一面会尤为明显。

老徐“发财”多少和最近几年“水果自由”的话题相关。这是与财富正相关的评判标准——当人们可以随心所欲购买昂贵的高级水果，那种自由便实现了。

这衍生出另一个问题——这些高级水果，甚至是那些本不在中国的水果，如何实现国产规模化种植？

1970年代，从广西搬迁到香港的老莫说，生意场讲究人情往来。想拿些水果送给香港老板，发现内地除了荔枝和哈密瓜以外，没什么送得出手。

再把时间往前推100年。1870年代，德国大胡子地质学家李希霍芬跑遍了18个中国行省的12个，在他留下的近百万字日记里，发现中国当时的水果品种寥寥无几。

从李希霍芬到搬到香港的老莫，100多年来，中国的水果产业在一定程度上出现了退化。可从老莫的1980年代至今，中国出现了各种各样甚至天价水果。

与其说老徐是个家财万贯的农民，倒不如说是不计其数像老徐这样的人，成就了这份繁的水果世界。

这背后，是物种迁徙、大时代、物种竞争、土地财政和耕作模式在方寸土地世界的原始斗争。

老徐，处在这个战场中间，每一步都必须如履薄冰，拼尽全力。

### 神奇的蓝色小丸子

老徐年轻时那，没见过蓝莓。

按城里人的算法，这个生于1958年的山东汉子，64岁，已经过了退休的年纪。不过在每年600万元收入面前，老徐还得干下去，不光是为自己，还有村里那些七老八十的乡亲，不少人都在他的蓝莓园里帮工。

蓝莓园在山东青岛市黄岛区宝山镇，夹在北边胶州空港经济区和南边黄岛开发区中间，在青岛西海岸新区7个镇街中，财政收入和基础设施都相对靠后的镇。不过宝山镇果农在全区居民收入里，可以说是不差钱。

今年年初的气温比往年要低，1月份的这场雪让老徐有点不安。温度再降下去，他就得半夜起来给大棚盖上毯子保温，要不里面刚结的花蕾就得冻死。

这是现代化农业中的残酷一面。

露天种植会延缓开花结果的时间，把它们种在大棚里，就可以抵御严寒，抢在露天蓝莓挂果前上市，卖个好价。但建一个大棚，投资几万元到10万元不等。在那些冷极了的夜里，还得给大棚加温，以烧炉子或者盖棉被的传统方式。

不过，抢先上市意味着高价。“第一批可以卖到360元一斤，而且供不应求，不提前一天预订，别想拿到货。”

老徐说为了抢货，每年都有采购商在他农场的装货区产生纷争。

为了抢水果打起来，老徐年轻的时候也没料到。

2004年正月，老徐从六汪镇搬到宝山，打算继续做个农民。可那会宝山种黄烟的人多，这可以保证财政收入，农户每亩地也能挣2000多万元钱。除了黄烟，当地人也种小麦，水果的话，老品种都“杀”了，几乎都在种红富士，“但我发现，有人在种一种我没见过的苹果品种”。

不过老徐盯上了蓝莓。他说1999年，被称为“中国蓝莓之父”、吉林农业大学教授李亚东开始在宝山的金沟村承包了530亩地试种来自北美的蓝莓。

宝山镇品牌发展办公室主任石晓鹏向时代周报记者说，那种蓝色小



# 这个地方承包了你的水果自由

果子在当地造成轰动。“到采摘季节，采摘工人一天就能挣18元钱。在上世纪末，相当于一个月五六百元钱，在当地算是相当有面子的收入，可当时蓝莓竟然能卖400元一斤，相当于普通工人一个月的工资，你说这个果子贵不贵。”

信息就是如此的不对称。

城里人知道蓝莓是好东西，但被售价震惊的村里人，对小果子又好奇又害怕，夜里偷偷跑去偷几把，也不敢吃，都喂了鸡。

老徐就是这个时间节点出现在宝山镇的，他跟李亚东要来了一种蓝宝石的蓝莓品种，开始自己试验种植。

18年过去，举家搬迁的决定换来了如今600万元的年收入。大部分人都对这个结果羡慕不已，但放在老徐身上，他十几年的精力都放在照料这种不熟悉的果树身上，做着一件看似没有明确结果的事，如此决绝的魄力，关注短期收益的人是无法做到的。

老徐说，这十几年过来，他发现水果产业从引进，到培育成功，到市场成熟，大概都需要15年。无论是蓝莓，还是如今市场上知名的阳光玫瑰葡萄（2010年从日本引进的晴王），甚至是2021年左右兴起的明月苹果，都经历了从试验到示范阶段。

“示范阶段就是要看到利润，其他农户才会跟着种，然后还要让市场接受，十几年培育周期少不了。”

从引进到规模化种植，这是中国水果品种在最近几十年来不断丰富的原因，不过在更早之前，中国的水果品种却屈指可数。

### 两种水果

老莫年轻时在广西开印刷厂。上世纪70年代，他决定去香港，把印刷厂也搬过去。那段日子，老莫免不了要给客户送点礼。其他的还好说，唯独在挑选水果的时候，老莫会头疼。“香港水果种类多，但香港很多人都是内地过去的，我就想给他们送内地的水果，以粮为纲政策执行那么久，内地很多水果退化了，送得出手的只有广东的荔枝和新疆的哈密瓜。”

关于中国近代有哪些水果，目前有文字可以梳理的，是1868年德国地理学家李希霍芬在中国的旅行日记。他在那之后的四五年里，走访了当时中国18个行省中的13个，留下了百万字的日记。

1868年年底，这个喜欢吐槽的德国人在浙江湖州太湖边，看到当地的气候和土质，忽然想起在上海喝过一次苏州酿造的葡萄酒，口味很像西班牙产的葡萄酒，比美国加州的好很多。

于是，他对着太湖边长满的野草，再次数落传教士，认为他们应该多传播利用山丘种植水果，说如果（传

教士）帮着中国人在畜牧业、林牧业和水果种植技术方面取得进步的话，说不定会取得更大的传教成绩。

在整个日记中，李希霍芬见到的都是极为寻常的水果，以至于现在说起那些水果的名字，会勾起中年人儿时的味蕾记忆。唯一罕见的，是他在1871年在浙江看到覆盆子和无花果（唐代从波斯传入）。

和如今市场丰富的水果品种相比，另一个问题出现了。假设改革开放时，中国的水果品种如此单一，为何在此后的40年里，中国水果种植达到了如此丰富的程度，或者说，这些水果从何而来。

### 种子的旅行

还是以青岛宝山为例，老徐当年抵达宝山的时候，水果只有红富士，如今除了蓝莓，还有猕猴桃，甚至明月苹果，这个原产日本的苹果品种，一开始在中国也是不存在的。

宝山水果品种的丰富，大概可以看成是中国水果品种产业发展的缩影，关键的问题是种子与市场的相爱相杀。

种子在早期的迁移几乎是毫无阻碍的。1869年，李希霍芬在给父母（住在美国加州）的包裹里寄了大约55种植物的种子，大部分来自中国产茶的行省，主要是浙江、安徽和江西。尤其说到，如果我们（加州）那里还没有果树，很应该从中国引入。

但二战后，随着国际法律的逐渐完善，各国对特有种物的保护意识也逐渐加强，中国在上世纪末加入《国际植物新品种保护公约(1978年版)》。加入公约之前，中国果农已经开始尝试种植新品种水果，比如1966年，日本将红富士的品种赠予中国，掀起了红富士在中国的广泛普及。但也因此如，这款苹果很快挤压了中国传统品种——国光的生存空间。

老徐说，他小时候就知道山东烟台有很多人种苹果，但那时不懂技术不会管理，有个叫江秀成（音）的退伍兵，开始研究苹果嫁接，到红富士出现在山东，他就开始种红富士。

最近在高端水果市场中出现的明月苹果，在日本被称之为“青森”（一度因为150元/个而被广泛炒作）。1990年代，山东一位农业专家在日本品尝到这个水果以后，将其引入中国。

当这款水果开始以高价格和优良口感被人接受以后，宝山种植红富士的农户就变少了，这可以理解为生物界的物种竞争。

从老徐作为果农个体而言，关于中华人民共和国成立后，中国水果品种和品质下降，并不是以粮为纲的发展后果。

“不是国家要砍果树，是因为老

品种的水果没人要了，农民自己拔掉的。比如1975年，我们开荒砍掉的都是杉树，果树这种经济作物基本不砍，但的确是因为对果树管理得少，有些品种就退化、野化了，皮厚核大，还有渣滓。像红富士这些水果进来以后，大家又开始找老师重新学着种了。”

水果品种真正开始丰富起来，还是在最近十几年。

老徐就是属于那么一小部分爱钻研的果农，配合着农学专家，一边钻研一边种，才慢慢干出来的。“我就说有些人种一辈子蓝莓，也搞不懂蓝莓是个啥。”

可既懂市场又懂种植的果农，少之又少。所以作为一款引进或者新品种的水果，在中国推广开，15年是个基本周期。照此计算，大部分如今走红的水果，在中国的种植，都在千禧年前后。

### 政府的边界

关于农业种植的成功学范本，陆泉龙聊起来滔滔不绝，比如青岛有个种生菜的马铁民，因为引进了数控滴灌技术，生菜卖进各个商超和连锁企业，最后摇身一变成了中国生菜大王。

陆泉龙希望宝山也能出这种苹果大王或者蓝莓大王。

作为宝山镇镇长，陆泉龙打心底是支持地方上发展水果种植业的。过去的几年，当地以镇政府的名义，带着果农在全国推广了一两次。

最近一次是2021年中秋节前后。他们在广州和江南水果市场签下供销协议，“作为中国最大的批发市场之一，签约以后果农的信心就变得很强了，回到宝山他们也开始自发地互相学习种植技术，这在传统农业模式里十分罕见。”陆泉龙说。

但政府与果农之间的边界也十分清晰，尽管想在当地引进数字化种植技术，但还是不容易，“如果我们（政府）买回来设备，那数据和操作势必就由政府来管控，一旦出现问题，村民就会怪罪政府，但农户自己投入的话，资金又是个问题”。

陆泉龙简单地算了一笔账，假设种植1000亩才能保本，2000亩才有盈利的话，绝大多数农户是没有引进新技术的驱动力的。

这成了中国传统农业走向现代化的一道高墙（暂且不考虑地貌因素）。基于这种现实，当地政府只能依靠有限的资源支持果农。在当地，资源只有市场、土地与种植技术。

石晓鹏试图将这三个资源打通。本科和研究生，石晓鹏在日本福岡大学交换学习，专攻日语。这个专业无意让她在宝山镇政府变得重要起来。她说日本永旺在山东布局时，计划在每家永旺都做地方品牌展示区，石

晓鹏作为品牌发展办公室主任，推广宝山的农产品成了和永旺高层交流的重要内容。

这种模式具有订单式农业的雏形。政府作为一个服务性质的机构，进入农产品产业链，对接经销商的要求，按照约定对接农业合作社，种出符合大小以及用药和农残等要求的农产品。

### 精细化：果农的进阶

老徐说话的语速很快，但无法以此证明他是个急躁的人，他好几次提起，蓝莓是美国的好，但苹果是日本的好。宝山镇政府也有人向时代周报记者回忆说，有日本的老板，将蓝莓苗带到山东试种，但总体来看，比不上美国的品种。

在某种角度上来看，日本对农耕的精细化钻研程度，已经到了相对极致的阶段。哪怕是老徐，对日本的农业发展也是钦佩的，尽管他没去过日本，但他知道日本精细化的种植理念，在一点点影响山东果农。

早在2005年，日本朝日啤酒株式会社已经在山东莱阳沐浴店镇的五个村，租下了1500亩地，发展小型农场（简称“朝日农场”）。

时代周报记者在2011年前往莱阳调查时发现，当地人对日本租地后的行为感到十分迷惑。

当时，朝日计划养殖2000头世界最新品种的奶牛，种植日本最新品种的草莓和蔬菜，建成循环型高效绿色种养植体系，但执行之前，需要恢复土地肥力，做法就是闲置。

朝日一高管曾表示，朝日农场的产品主要在中国各大城市的日资、外资超级市场进行直销。多数销往青岛、上海、北京等地，这样的销售方式，正是石晓鹏所提到的订单式农业。

后来，朝日农场牛奶价格为21.8元/升，草莓每公斤140元。这个售价完全颠覆了传统农业对农产品只能卖低价的认知。

于是，如何能依靠土地，耕作出“高价”农产品，就成了山东不少村镇的发展目标。

宝山镇如今的发展思路就是打造农业示范镇，实行“一村一品”，也就是一个村，深耕一个品种的农产品，这样各村都有自己的优势，也不至于令市场饱和。

朝日当年为何要在山东租地，根据时代周报记者调查了解，在千禧年前后，日本是中国最大的农产品出口市场，而占中国农产品出口份额1/4的山东，有超过三成出口日本。

朝日农场在其早期的宣传材料中也说：通过培育下一代农业技术人才，向中国其他各省拓展事业，为解决中国农业问题助一臂之力。

因此石晓鹏说，山东在水果种植上，从种植到品种，一直参照日韩的标准，比如红富士、比如爱媛的橙子和青森的苹果，都是山东在探索的。

所谓日韩标准，李亚东也做了简单科普，他说目前农业生产有三种模式，以规模化种植为主的欧美模式、以精细化表征的日韩模式、以千家万户的小农经济为主的中国模式。“山东在试图结合中国和日本韩模式，这个模式是合理的。”

一个背景是，在中国城镇化进程中，农村土地通过承包的方式，集中到以合作社为主的农户手中，为小规模种植提供了可能。

1月8日，从老徐的钢板房里走出来，走过旱厕，顶着雪钻到了蓝莓大棚里，发现不少蓝莓树已经长出了花苞。他说过一阵子，就要请养蜂人到棚子里放蜂授粉了。这从另一个角度说明眼下的蓝莓树，没有打过药，无毒性。

“要不蜜蜂不都毒死了嘛，所以如何控制病虫害，还是需要现代化和环保思维的。”

已经过了退休年龄的老徐，是果农的一个表征，他是农民，但年入600万元，超过了绝大多数的同龄人，甚至是在大城市里打拼的年轻人。

在大城市里，没有土地的退休老年人被儿女请来照顾儿孙，年轻人聊着股市、基金、元宇宙、星辰大海。

但养活所有人的起点，似乎都和老徐蓝莓园里的两个要素相关：农村的旱厕，传统的蜜蜂授粉。🍓



# 全国最能吃肉的地方 不在北方

时代周报记者 刘文杰 发自广州

一天不吃肉，浑身都难受。  
这句话并不夸张。肉不仅含有人体需要的蛋白与营养，更是打工人的营养剂。加班过后、打完球后，或是节假日，不论是什么场景，大口吃肉，似乎都能为现代人“解忧”。  
谁最爱吃肉？答案是广东人和川渝人。

根据《国家统计年鉴2021》对全国居民家庭人均消费肉类、禽类的统计数据，肉类（猪、牛、羊）人均消费量最多的城市是重庆，四川、广东并列第二。以禽类计算，人均消费量最多的则是广东。

广东以吃鸡、鸭、鹅等禽类出名，在这里禽类为广东人勾画出一份地道的粤菜菜谱。白切鸡、豉油鸡、烧鸭、烧鹅等菜品深受广东人喜爱，更是闻名全国。

偏爱吃猪、牛、羊肉的川渝，则是著名的火锅之城。秉持“无肉不火锅”的原则，无论是本地人还是外地游客，都会点满一整桌肉食。

## 南方更能吃肉

广东堪称全国吃肉最狠的省份。  
**按照2020年人均消费肉类（猪、牛、羊）和禽类相加的总量来看，广东排名全国第一，达到64.7千克。这就意味着，平均每个广东人在2020年购买过64.7千克的猪肉、牛肉、羊肉或者禽类肉品。**

具体来看，2020 年广东居民家庭人均肉类（猪、牛、羊）消费量达到了 33.6千克，排行全国第二，仅次于重庆。广东人均禽类消费量31.1千克，高居全国第一，是全国平均水平（12.7 千克）的两倍多。

在全国范围内看，对比肉类（猪、牛、羊）、禽类的人均消费量，可以发现吃肉类（猪、牛、羊）的地区明显更多。人均肉类（猪、牛、羊）消费量超过全国平均水平（24.8千克）的地区不少，除了重庆、广东，还有四川、内蒙古、西藏、江西、上海、云南、北京、湖南、浙江、湖北、辽宁、江苏，共14个地区，在全国31省（自治区、直辖市）中占比近一半。

与北方人能吃肉的刻板印象不同，其实南方人消费肉食更多。按照行政区划划分，上述14个地区中，有5个位于西南和华南、4个位于华东、三个位于华北和东北、2个位于华中。

仔细对比猪、牛、羊三种肉类的人均消费量发现，除了在青海、新疆、西藏三地，牛肉、羊肉比猪肉畅销，在其他地区，猪肉的人均消费量都是牛肉、羊肉的倍数，最高能达到10倍。

其中，猪肉人均消费量最多的地方是重庆，为29.9千克，其次是广东、四川。

牛肉人均消费量最多的是西藏，其次是青海和新疆。

羊肉人均消费量最多的是新疆，其次是内蒙古和西藏。

除开猪、牛、羊肉，禽类也是肉界一大类别。要论吃禽类，南方人就显得格外积极。

国家统计局数据显示，在全国31省（自治区、直辖市）中，有29个省（自治区、直辖市）肉类（猪、牛、羊）人均消费量比禽类多。

但只有两个地区例外——广西、海南。

其中，广西的肉类（猪、牛、羊）人均消费量达到24.4千克，禽类的人均消费量超过了肉类（猪、牛、羊），达到了30.7千克，仅次于广东，排名全国第二。

海南的肉类（猪、牛、羊）人均消费量为21.2千克，禽类人均消费量同样超过了肉类（猪、牛、羊），达到30.4 千克，位列全国第三。

包括两广和海南，禽类人均消费量排名前13位均为南方省份。相比之下，北方人对禽类的消费不太积极。

即便是黄焖鸡米饭发源地山东，人均禽类消费量也排在全国中后位（第17名）。其他大部分北方地区，例如北京、黑龙江、河北、吉林、辽宁、天津等均排在禽类人均消费量榜单的中后位。

## 广东、川渝吃肉不相上下

广东与鸡的缘分早已注定。  
远看广东地图，正是一只鸡腿的形状。摊开地图，仔细研究会发现，几乎每一个城市都有自己的特产鸡——清远走地鸡、惠州胡须鸡、茂名怀乡鸡、肇庆杏花鸡等。

在广东的每个城市，都会有各自独特的制作鸡肉的方式，如白切鸡、豉油鸡、桑拿鸡、盐焗鸡、娘酒鸡等。据《食经》记载，粤菜以整只鸡为主料的烹饪，就超过30种。

尽管有多种不同的做法，但广东人对鸡肉菜品的最高赞美，还是“有鸡味”。

外地人来到广东吃鸡，可能会不



太习惯。但其实保留鸡皮的嚼劲、鸡肉的原始味道，恰好是广东人对鸡肉烹饪的基本技术要求。

禽类深得广东人的偏爱。除了鸡，广东人还吃鸭、鹅、鸽子等。

在广东的老街，尤其是居民楼密集的巷子里，几乎隔一两百米就能看到一家烧腊店。一般店门口都会放一个铁架子，上面挂着刚出炉的烧鸭、烧鹅。

明亮的灯光照在烧得匀称的烧鹅上，时不时还会有一两滴鹅油滴在下面的盘子上，绝对是下班路上最大的视觉享受。

饥肠辘辘的打工人隔着玻璃，用手往里指一指，那就是选好了晚上的“硬菜”。

“斩料，加镪”，这就是广东人犒劳自己的日常。

玻璃后的师傅从铁架上取下烧鹅或者烧鸭，手起刀落，烧鹅/烧鸭就被切好。会吃的老饕还会特别叮嘱师傅，“多点汁”。这样下来，晚上的那顿饭或许根本不需要其他硬菜，只要淋上烧鹅/烧鸭的酱汁，就能轻松干掉两碗米饭，拥有一顿丰盛晚餐。

鸽子肉相比鸭、鹅则金贵一些。一盘烤到金黄的乳鸽端上来，皮脆肉嫩，一点也不腻。一口气吃下一只根本不在话下，甚至有点意犹未尽。

为了养好、烹饪好禽类，广东真的很认真。

如广东汕头澄海区，是国家级禽畜遗传资源保护品种“澄海系狮头鹅”保种育种最大基地。汕头甚至打造了

汕头澄海狮头鹅文化节，将狮头鹅预制菜产品出口到中国香港、泰国。

广东云浮罗定则按照“一核、两带、多基地”的总体布局，规划5个镇95个行政村，总面积92.6万亩，打造了豆豉鸡产业园，形成养殖、研发、制作、售卖、旅游一体化发展。

在吃肉这件事上，能与广东一比的，就是川渝了。

“无肉不火锅”，一句话就能想象川渝人多能吃肉。在川渝地区，但凡走进火锅店，在菜单上都能看到猪的各个部位——五花肉、酥肉、猪脑、午餐肉、猪肝、猪血等，牛、羊、海鲜类肉品也有不少。

其实川渝本地人吃火锅就像广东人吃鸡鸭鹅一样日常。毕竟，火锅在川渝历史悠久，本是夜宿的船工用来饱腹、驱寒的食物——一个瓦罐罐，装水、海椒、花椒，加入各种菜煮沸。

随着成都、重庆成为炙手可热的网红城市，无数外地游客涌入川渝，品尝最地道的川渝火锅。社交平台上充斥着大量川渝火锅的探店帖。

需求催生市场，更多火锅店如雨后天春笋般出现。据《2021—2022中国火锅行业发展报告》，截至2021年12月底，全国共有39.5万家火锅企业，其中四川最多，占比高达12.4%。重庆火锅门店数超过3万家，位居全国第一，成为火锅店最密集的城市。

抱着和“不登长城非好汉”一样的决心，游客踏遍川渝街头巷尾的火锅店，吞下一桌又一桌的肉，打着饱嗝满意地说：“下次还来！”👍

全民·爱·阅读  
阅读收获正能量  
激发活力新思维



中宣部宣教局 中国文明网



# 这项运动 他们才是大佬

时代周报记者 石恩泽 刘文杰  
发自深圳 广州

用手，注意不是用嘴，接住别人扔来的飞盘。  
这就是飞盘运动。

4月的深圳湾体育中心和以往一样热闹。以前，4支足球队会在这里捉对竞赛，瓜分这个标准的11人足球场。当时时代周报记者实地探访时，发现这个场景变得有点不一样：

飞舞的“主角”呈凹凸的波浪形——盘子在两侧空中飞来飞去，足球则在地上，场上的人们各自追逐自己的主角。

空中的“主角”似乎带来了更多欢声笑语。飞盘漫天飞舞，时不时有人被盘子砸到，爆发阵阵欢笑。

这个体育场标准的11人足球场已经被划分成三块，除去中间部分用于足球训练，一左一右两块都被飞盘俱乐部承包了。

“现在每周二至周六晚上，同时段有三四家飞盘俱乐部订场。今年玩飞盘和踢足球的人订场情况能达到四六开。”深圳湾体育中心足球场预定负责人王先生提醒时代周报记者，如果想预订足球场玩飞盘，要提前一周。

据小红书发布的《2022十大生活趋势》，在过去一年里，飞盘相关内容的发布量同比增长6倍。

**从“这是不是狗玩的”的质疑，到与世界第一大运动足球争夺场地，也许在大众视野中还没有飞盘运动这个词，但这项没有裁判、强调团队协作的运动，某种程度上契合了当下年轻人尤其是“00后”的性格和诉求。**

在疫情和综艺节目的催化下，飞盘运动以年轻人社交手段的方式，挤进了传统的运动市场。

### 外国人爱玩

飞盘运动最早可以追溯到公元前8世纪，古希腊人的铁饼比赛。20世纪40年代，一位美国发明家以飞碟的灵感研制出一款塑料圆盘玩具，自此飞盘运动有了专业设备。

20世纪70年代，八所高校在耶鲁大学举办首届美国大学极限飞盘联赛。随着赛事规模的扩大，后来更名为美国极限飞盘锦标赛。

至此，飞盘运动拥有了一定的规模和影响力，伴随着国际间人员的流动和交流，在不同地区和国家传播开来。

直到2000年，在上海工作的外国人举办了飞盘上海公开赛，飞盘赛事在中国出现。一年后，飞盘作为正式比赛项目加入了世界运动会。

此后，各地相继出现了大大小小的极限飞盘俱乐部，如北京大哥队、宁波诺丁汉大学在校生队、天津Speed队等，这些队伍共同推动了国内飞盘运动的发展。

但这个阶段，对大多数人而言，飞盘仍然属于一项“听说过、外国人爱玩”



的运动。

疫情的到来加速了飞盘的普及，这项只需一个较大场地、一个塑料盘子、10～20个人就能开赛的运动，以低门槛、价格便宜、不需要做太多的准备赢得了城市年轻人的欢心。

2021年，飞盘在中国出圈。  
先是2021年10月《脱口秀大会》节目中，脱口秀演员小北一句“飞盘这项运动让我明白，玩狗，不如当狗”的段子，让飞盘爆火。紧接着12月真人秀节目《很高兴认识你》中，明星周迅、阿雅、李雪琴在上海体验了飞盘运动，再让这项运动推向大众。

人玩狗的游戏？无数人开始对这项运动感兴趣。飞盘爱好者也在种草平台上发帖，从运动规则、运动技巧到穿搭进行分享。

某社交平台上“飞盘”相关笔记数量截至2021年3月，已经达到3万多篇。

### 更“斯文”的运动

阿布见证了飞盘在国内的出圈。  
3年前，阿布在上海国际学校读高中时，学校里有一位来自瑞士的老师组建了飞盘运动队。在这位老师的带领下，阿布初次接触到飞盘。

凭借出色的运动细胞，阿布从飞盘运动新手晋级为飞盘校队成员，还代表学校参加了飞盘的专业赛事。

阿布回忆，曾经上海只有个别高中有专业飞盘校队，但自己学校成立校队后，陆续有学校开始组织专业的飞盘比赛了。

“我对很多运动都感兴趣：篮球、足球、自行车等等，但我更喜欢飞盘，因

为它更‘斯文’。”阿布向时代周报记者介绍，飞盘的运动规则之一是不能进行身体攻击。

在这项规则下，玩家只能在飞盘在空中飞行时拦截。因此，如篮球、足球比赛中出现的激烈的身体接触在飞盘运动中是不存在的。“没有身体接触，但还是有很高的竞技性。”阿布补充道。

保留了竞技性，但减少了身体冲撞，这一特点让飞盘吸引到大量女性玩家。时代周报记者在深圳湾体育中心观察到，现场男女玩家人数基本各占一半。

女性玩家的加入，为飞盘带来了社交流量。数据显示，在小红书等以女性用户为主的分享平台上，与飞盘相关的笔记半年增长了113%。从简单的科普到规则教学，从打盘Vlog到穿搭分享，笔记量达到3万多篇。

小露就是被社交网络上的分享吸引，开始接触飞盘运动。她原本是露营爱好者，但因疫情反复，跨省露营计划屡屡受阻。偶然在朋友圈刷到关于飞盘的分享后，好奇心促使她留言“求带”。

参加了一次之后，小露很快爱上了这项运动：不用特意找场地，设备轻便易携带，更重要的是人多热闹，“一场下来能认识好多朋友。”小露坦言。

顶着汗水、面带笑容，小露举着飞盘拍了张照片，并发了在朋友圈。一小时后，好几个朋友留言问：“在哪里，手上拿的什么？”小露回复后，朋友们更来劲了，纷纷“求带”。

当初被带入飞盘圈的小露，带着更多人入圈。据小露观察，仅她自己所在的飞盘俱乐部，在组建不到一个月的时间里，成员数量就已经达到84人。

### 没法“装阔”

“求带”的人为啥玩一次就会爱上飞盘运动？“因为门槛真的很低。”多名新手玩家向时代周报记者表示。

通俗点说，飞盘运动就是一个传盘子游戏，只要把盘子从自己的场地不间断地传到对方场地，并由队友在对方场地里接住，就算赢。

相对篮球、足球等传统项目而言，参与飞盘比赛也没有太高的门槛，玩家只需要学会怎么扔盘、接盘，就可以上场比赛。“作为一个运动神经不那么发达的人，我当时练了一个下午就学会了。”小露表示。

此外，飞盘运动对参与人数的要求也不高，即便有打工人有事无法参与，也不会影响其他人的“游戏体验”。理论上，飞盘比赛需要分成人数相等的两队，一般是5～7个人为一队，但若超过或者少于这个数量，一样可以开场。

不需要太高的技术，也不需要太稳定的时间，也不怎么花钱。

**对比动辄千元的精致露营，以及精英化的高尔夫、马术和滑雪运动，飞盘的“入坑”成本只是前者的零头——一个淘宝均价40元左右的PP（一种塑料）盘和人均60～80元场地费。就算是精致的装备党，也无从“装阔”。**

根据惊蛰研究所测算，除飞盘比赛需要的专业运动鞋外，基础装备全部包含在内总价值不超过2000元。

### “00后”才是“大佬”

小露所在的飞盘俱乐部中，“00后”成员占到三分之一。2004年出生的阿布，已经是这个群里的资深教练，他比小露整整小了十岁。除开阿布，俱乐部中其他几位“飞盘前辈”，也都是“00后”。“群里还有不少小学生。”小露称，她觉得自己都能被叫阿姨了。

飞盘运动能吸引这些年轻人，契合了当下“00后”的精神追求。

据腾讯媒体研究院发布的《“00后”研究报告》，“00后”的价值观可以概括为6个方面：懂即自我、现实、平等、包容、适应和关怀。飞盘运动的精神，恰是与此有关。

与其他运动不同，飞盘比赛没有裁判。如果场上出现争议，由参与者自行裁决。如果争议无解，就回到争议前的比赛场景中重新开始。

这种协商解决、相互尊重的精神，被爱好者们称为“飞盘精神”。

“对所有参与这个运动的人，飞盘都保有包容、平等的体育精神。”阿布认为，这种精神是飞盘运动的特别之处。

此外，飞盘运动还融合了橄榄球、足球和篮球的运动特点——讲求团队精神。在飞盘运动中，一个人是完成不了任何一项任务的，必须由两个人及以上互相协作。

在深圳湾体育中心的标准足球场上，略显稚嫩的“00后”将装备精良、统一服装的足球队围在场地中间。追逐飞盘的间隙，偶尔将出界的足球帮忙踢回去。场面稍显怪异，但又十分融洽。❏

40元



“00后”  
➤

## 加快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





# 通胀太猛 美联储加息缩表

## 鲍威尔：在不导致衰退的同时稳定物价

时代周报记者 刘沐轩

非常时期，美联储采取了非常办法，罕见地同时动用了加息和缩表两个工具。

美联储在5月4日的议息会议上宣布加息50个基点，这是美联储自2000年5月以来幅度最大的一次加息。当时，美联储正在与早期互联网时代的泡沫作斗争，而这一次，40年来最严重的通胀才是美国的大问题。

与此同时，美联储还确定了自6月1日起，实施空前规模的缩减资产负债表（缩表）计划。对此，美联储主席鲍威尔表示，“我们并不清楚缩表可能带来的具体影响，但更重要的是，人们会知道美联储正努力解决物价问题”。

“美联储抑制通胀的决心是很强的。”中国社科院世经政所国际金融研究室副研究员杨子荣对时代周报记者表示，“虽然宣布加息50个基点和启动缩表的计划都跟主流市场预期保持一致，但是从整体来讲，美联储动用加息和缩表这样的组合，应该算是史无前例的。”

### 非常时期 不破不立

美联储此轮决策的背景堪称罕见的危机。

美国一季度经济意外萎缩1.4%不及预期，一季度实际个人消费支出（PCE）环比增速初值2.7%也低于预期，一季度核心PCE物价指数年化环比增速初值为5.2%同样低于预期。

与此同时，美联储用来跟踪工资通胀风险的关键指标美国雇佣成本指数（ECI）却迅速飙升，美国一季度整体劳动报酬成本较上一季度环比上升1.4%，同比上升4.5%，同比增速为20年来的高位。这些数据的上涨，让鲍威尔在IMF（国际货币基金组织）春季会议上直呼，美国劳动力市场已经“过热”。

此前，鲍威尔曾在去年12月的议息会议后表示，ECI大幅上升是美联储货币政策转向更激进立场的关键性原因。在通胀已经高企的背景下，统计雇主支付工资薪金和各项福利的ECI持续上涨，这有可能会加剧工资

和通胀螺旋上升的风险，使得美联储不得不动用更大力度的紧缩措施，最终促成同时动用加息和缩表两个工具的局面。

值得注意的是，相比于2017—2019年美联储的缩表，此轮缩表时间更短、缩表节奏更快。

美联储上一轮缩表从2017年10月开始至2019年9月结束，当时的初始资产负债表规模为4.5万亿美元，约占GDP的23%。从100亿美元/月开始，美联储以每个季度提高100亿美元/月的节奏，用了5个季度才将最大缩表速度提高至500亿美元/月。

而此轮缩表，一上来就要面对疫情大放水后8.9万亿美元的初始资产负债表规模，约占GDP的36%。美联储计划自6月1日起，从475亿美元/月开始，用3个月或更长的时间将缩表速度调整至950亿美元/月。其中，美国国债的初始缩表速度设定为300亿美元/月，上限为600亿美元/月；对于机构债务和机构抵押贷款支持证券，初始缩表速度设定为175亿美元/月，上限为350亿美元/月。

显然，美联储此前在3月只加息25个基点的举措并没有对通胀起到明显的缓解作用。

对此，杨子荣分析认为，这首先是由于目前美国的高通胀很大程度上来源于供给端，供应链的中断、国际油价和粮食价格的上涨是美联储控制不了的，且25个基点的幅度太小，货币政策本身也有滞后性。

而对于一季度的美国经济出现萎缩的情况，杨子荣表示，现在还不能说美国经济陷入滞胀或是衰退，因为美国的失业率在持续下降。“一季度的经济数据反映的主要是企业投资和进出口有些扰动，抛开这些，美国GDP的消费和投资其实还是蛮强劲的。”

因此，鲍威尔也在当地时间5月4日的新闻发布会上指出，最近几个月劳动力市场供需趋于平衡、美国家庭资产负债表强劲、企业财务状况良好，这些因素都使得美联储有很好的机会在不导致美国经济陷入严重衰退、失业率飙升的前提下稳定物价，实现“软着陆”。

自3月美联储议息会议以来，美国劳动力市场复苏强劲。美国3月份失业率为3.6%，接近50年来的最低水平。3月份美国新增非农就业岗位43.1万个，虽然不及市场预期，但鲍威尔仍认为，劳动力市场已经在趋近供需平衡的路上。

### 缩表给加息提供空间

相比于更具确定性的加息，缩表则具有高度的不确定性，连鲍威尔都亲自承认这一点，因此将目前的初始缩表速度放得比较低。他表示，缩表决策将以最大就业和价格稳定目标为指导，美联储准备根据经济和金融发展来调整未来的缩表细节。

从理论上讲，缩表在一定程度上能够缓和加息过快可能导致的美债收益曲线倒挂，给加息腾出更多的空间。早在去年12月份的美联储议息会议上，鲍威尔就曾表示，缩表就是为了防止收益曲线的平坦化甚至倒挂。

而国债收益曲线的倒挂通常预示着经济衰退的到来。“比如金融机构将面对成本比收益还高的尴尬境

地，如果金融机构因此不再或减少放贷，经济就会自动收缩甚至衰退。”杨子荣说。

在3月美联储宣布加息25个基点后，美国2年期国债收益率一度在3月29日超过10年期国债收益率，这是美国关键收益率曲线近三年来首次出现倒挂。

当地时间5月4日上午，在美联储发布加息和缩表消息前，10年期美国国债收益率再次突破3%，接近2018年以来的最高水平，当时的2年期国债收益率约为2.8%，但美联储随之宣布的“加息+缩表”组合拳平复了市场情绪。

加息作为价格型的货币政策工具，通常会导致短端利率上行，但不一定能够有效作用于长端利率。而缩表是数量型的货币政策工具，通常不会直接对短端利率产生影响，但会更多地影响长端利率。

因此，美联储才会一直坚持先加息，后缩表。

“缩表相当于从市场上抽走一部分流动性。”杨子荣指出，由于当前美元的流动性非常充足，单纯加息的作用是很有限的。此前把利率提高25个基点，对于市场影响不大，但是现在要一口气提高到50个基点，缩表和加息搭配起来就很有必要。

值得一提的是，“加息+缩表”这套组合拳对当下的美国来说可能是个好工具，但目前对其他国家而言却算不上好事。

杨子荣指出，如果美国在经济强劲时缩表，美国的进口需求也会增加，但是现在美国缩表会在压制国内通胀的同时，抑制美国进口的需求，吸引美国资本的回流。

因此，不少分析认为，欧洲可能会受到不小的影响。受俄乌冲突影响，欧洲通胀居高不下，经济基本面比较弱，加息的空间也相对较小。

美联社的报道也指出，美联储加息将阻碍外国经济，并对所有类型的发展中国家施加压力。

在美联储宣布加息50个基点后，同一日，印度央行将基准利率上调40个基点至4.40%，沙特央行将回购利率提高50个基点至1.75%，巴西央行将指标利率调升至12.75%。■



# 新加坡人养老靠自己 70岁也得端盘打工

时代周报记者 马欢

72岁的陈阿姨在餐厅负责收拾和清洁桌子。每当看到有人快吃完了，她就会走上前礼貌地问：“可以收拾了吗？”

“老伴前几年去世了。儿女工作都很忙，也没有那么多钱来养我。公积金的钱不够花。”陈阿姨说，她得自己养自己，直到劳动到动不了。

过了退休年龄，仍然坚持工作的老人，在新加坡并不罕见。在新加坡的服务场所，随处可见满头白发、步履蹒跚的老年人。他们是出租车司机，或者餐厅服务员，或者档口小贩。

新加坡人尊称60岁以上的老人为“乐龄”，寓意希望他们的老年生活过得安乐祥和。但现状是，过了耄耋之年仍在努力工作的，大有人在。

早在新加坡建国初期，时任总理李光耀就认为，欧美的高福利政策只会养出一批懒人，这对严重依赖竞争力的小国新加坡是致命伤。

现任新加坡总理李显龙也多次强调：“新加坡不养懒人。如果你愿意工作，而且肯努力，我们会提供援助。但如果你什么都不做，我们不会帮你。”

以秩序和效率著称的新加坡，并不愿意效仿北欧“从摇篮到坟墓”的社会福利制度。这种提倡个人奋斗，再由政府兜底的模式，曾被英国媒体戏称为“吝啬保姆”。

不过，即便如此，新加坡仍然拥

有傲视亚洲的养老金制度。在美世和CFA发布的全球养老金指数报告中，新加坡已经连续13年亚洲排名第一。

### 自己养自己

与一些国家的养老金制度不同，新加坡的养老金系统不是“年轻人养老人”，而是“自己养自己”。新加坡政府实施的，是一种名为“中央公积金”（Central Provident Fund，简称CPF）的强制性储蓄计划。

CPF是新加坡社会保障体系的最重要支柱，用于新加坡公民和永久居民的退休、住房和医疗保健需求，它以个人负责为主体，采取完全积累式财务机制来应对养老问题。

对于一个有工作的新加坡人来说，无论是全职还是兼职，在55岁之前，他的CPF会有3个账户：普通账户、医疗账户和特殊账户。

普通账户里的存款可用来购房、购买CPF保险，也可用于投资和子女教育；医疗账户可用于支付医疗费用；特殊账户用于养老及购买相关金融产品。

每个月，新加坡人和他的雇主都必须将一定比例的工资缴纳至公积金的三个账户，雇主为每名雇员缴交工资总额17%的公积金，雇员缴交20%，直至55岁。

没到一定年龄前，公积金里的钱只能用于购买住房、医疗。

截至2022年1月，新加坡全民平均月薪为5783新加坡元（约合人民币

27810元）。

假设新加坡公民张先生今年35岁，月薪为6000新加坡元（约合人民币2.87万元），那么每个月必须从薪水里扣除20%即1200新加坡元（约合人民币5734元），用于缴交公积金，他的雇主则会缴交其工资比例的17%，即1020新加坡元（约合人民币4874元）。

两者相加，相当于张先生每个月存2220新加坡元进入公积金账户（约合人民币1.06万元），一年存了26640新加坡元（约合人民币12.8万元）。

公积金账户中的储蓄享有由新加坡政府担保的最低2.5%的无风险利率。新加坡政府会将CPF中的钱用于投资国债、国内住宅以及基础设施建设等，通过各种投资计划，每年为新加坡人带来一定的固定收益。

到了55岁，新加坡政府会设立第四个账户：退休账户，普通账户和特殊账户的钱将会转入这个账户，成为退休存款。这时候就可以领取其中的部分养老金，剩余部分留给65岁以后可以按月领取退休金。

同时，如果55岁后继续工作，还可以继续以一定比例缴纳公积金，只不过缴费率会随着年龄的增长而下降，61～65岁员工：公积金缴交率降至26%（雇员13%，雇主13%）；66～70岁员工：公积金缴交率将下调至16.5%（雇员7.5%，雇主9%）。70岁以上为12.5%（雇员5%，雇主7.5%）。

去世前如果这笔养老金没有用完，

可以让下一代继承。

为了鼓励公民多存钱少透支公积金，新加坡政府还规定，退休账户必须达到一定的存款额，才可以支取超出该额度的部分。

因此，每一个新加坡人年轻时都必须努力工作、努力存钱，只有存到一定的数目后，退休后才有足够的钱度过余生。

### 不退休的“打工仔”

新加坡中央公积金自1955年推出以来，一直在不断升级，并受到广泛的推崇，被誉为具有亚洲特色的“模范养老制度”。

根据新加坡中央公积金局发布的年报，截至2020年年底，已经有40万新加坡人的公积金存款达到了50万新加坡元（约合人民币239万元）。其中，有100个账户主人还不到36岁。

然而，这个政府“家长式”的强制储蓄计划，近年也受到新加坡民众抱怨。例如账户资金运用不够灵活；过于苛刻的提现标准和不断上调的最低存款额，让很多收入不高的阶层背负着巨大的经济压力，不敢轻易颐养天年。

新加坡人力部部长杨莉明2019年时表示，全新加坡有74%的公积金用户，每月领取的退休金都不足500新加坡元（约合人民币2389元）。

新加坡机构的研究显示，一个65岁的新加坡单身老人，每月基本开销需1379新加坡元（约合人民币6590元）。

且在当下普遍高通胀的压力下，这笔开销费用，只会继续增加。

因此，即便生活在亚洲最好的养老金制度下，大多数新加坡人，对自己的老年生活仍然没有信心。

根据保险集团AIA的报告，与其他东南亚国家相比，新加坡居民对退休生活的担忧程度最高。在其调查的500位新加坡居民中，55%受访者表示他们担忧无法存到足够的养老金，此外，35%的新加坡居民把退休储蓄列为一生中最难实现的目标。

李显龙曾在2019年表示，新加坡将在2030年把法定退休年龄从62岁逐步上调到65岁，返聘年龄从67岁上调到70岁，2022年将分别先上调至63岁和68岁。

除了鼓励民众继续工作，增加公积金储蓄外，新加坡政府也推出了多项企业补贴政策，来鼓励企业雇用年长者。

新加坡的老人也不想看到，自己多年辛苦存下的养老金缩水贬值，无法维持退休后的体面生活，只能活到老、工作到老。

新加坡人力部公布的《2021年新加坡劳动力报告》显示，65岁及以上居民就业率的增长加快，从2020年6月的28.5%增至2021年6月的31.7%，也高于2019年6月的27.6%。

一名69岁清洁女工就表示，比起躺在家看电视，她还是喜欢出来工作，不仅可以省掉一天的开销，和年轻人共事，也能让自己更加快乐。■



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



10 | 惠民保前世今生

时代周报特约记者 郭逸敏 发自深圳

去年还是山东首富，如今却负债600多亿元，王清涛风光不再。

日前，中融新大集团有限公司（下称“中融新大”）旗下的“18中融新大MTN002”未能按期兑付利息，已构成实质违约。Wind数据显示，截至今年一季度，中融新大旗下共有6只债券处于存续状态，但已有3只债券已是违约状态，当前债券余额合计36.49亿元。

中融新大资金链早已吃紧。据中融新大2021年三季度报数据，中融新大负债已高达600.61亿元，短期借款为54.49亿元，账面资金却只有4.18亿元，现有资金远无法覆盖短期负债。

中融新大前身为山东焦化集团有限公司（下称“山东焦化”），始创于2003年，以能源化工、矿产资源、物流清洁能源、金融投资为主业。从一个名不见经传的煤炭供应商起步，到横跨煤炭、金融两大板块，参控5家银行，中融新大曾让王清涛以596.5亿元身家位列在2021年《新财富》富人榜第63名，荣登山东首富。

曾经多风光，如今就多落魄。富豪榜单公布后不久，中融新大的中票就违约，违约利息约1.11亿元，这也让王清涛身背98条限制令。王清涛多次寻求“卖身”无果，山东首富光环黯然失色。

#### “焦化大王”掘金路

1962年，王清涛在山东滨州市邹平县出生。21岁退伍后，他在当地物资局工作，两年后就决然下海干起了煤炭经销生意。

赶上好行情，他很快赚到了第一桶金。2003年，王清涛成立邹平铁雄焦化有限公司（下称“铁雄焦化”）和铁雄煤炭有限公司。2008年，铁雄焦化便实现销售收入86亿元，成为山东重点企业。

王清涛抱上“钢铁沙皇”沈文荣大腿，两人在2007年共同创办山东省最大煤化工园区。王清涛一跃成为山东乃至全国的“焦化大王”。2009年，为扩大发展，王清涛以山东铁雄能源集团为主体成立山东焦化。此后，钢材价格持续走弱，下游焦化企业日趋低迷。直到2012年，山东计划打造国际化企业，支持焦化企业并购重组，



## 山东前首富金融转型受挫

王清涛又抓住了机会。不过，王清涛更看重金融，2015年开始调整发展方向，逐步将重心转移至金融。

2016年3月，山东焦化改名为中融新大。在此之前，王清涛就已有意扩大旗下的金融布局版图。2015年8月，中融投资（青岛）集团有限公司成立；同年12月，王清涛以7.55亿元获得晋城银行14.29%股权，成为该行第一大股东。此外，中融新大还以71.88亿元从烟台润仕通投资企业（有限合伙）手中获得其所持恒丰银行股权收益权，还以19亿元获得中华联合财险7.79%股份并成为第二大股东。王清涛又先后参股包括晋城银行、厦门国际银行、厦门农商行、齐商银行和邹平农商行等银行机构。据不完全统计，王清涛为进军金融产业，合计出手已超100亿元。

王清涛最为公众所熟知的，还是2016年参与四川信托的股权争夺。这一年的11月，中融新大以33.33%的高溢价、50亿元，赢得四川信托30.25%股权竞拍。这笔交易经过23次报价，诸多金融大鳄参与。尽管交易最终未能达成，但王清涛已一战成名。

大举扩张之下，中融新大迎来高光时刻。2016年，中融新大已实现营收超650亿元，总资产已超1400亿元，增幅高达1348%。2017—2018年，王

清涛因连续两年稳坐青岛首富。当时，意气风发的王清涛发出宏愿：2020年集团总资产达4000亿元，年销售收入3000亿元，利润300亿元。

#### 梦碎金融

激进扩张，危机来临。宏愿还没实现，王清涛就已深陷债务泥潭。天眼查显示，2015年，中融新大旗下山东物流集团向晋城银行质押了子公司5100万股；2016年，中融新大又向晋城银行质押了山东物流集团25亿股；2016年年底，中融新大又把所持晋城银行股份，质押给了广东粤财信托。

王清涛尝到高负债、猛扩张的苦果。2018年7月，中融新大旗下多只债券闪崩，被临时暂停交易。当时中融新大称公司生产经营情况正常，但市场担忧不断加剧，包括银行、信托公司、小贷公司等在内的“讨债大军”接踵而至，危机蔓延。

2019年6月，国民信托20亿元信托贷款到期未收回本息；之后，招商银行济南分行五笔合计2.37亿元贷款未收回。2020年12月，因2.45亿元债券交易纠纷，原告厦门农商行将中融新大、王清涛等人诉至法院。中融新大两家银行存款，以及所持中华联合财险相应股权被法院冻结。

天眼查显示，目前，王清涛个人



债券违约风险也随之上升。Wind数据显示，中融新大旗下的“18中融新大MTN001”“18中融新大MTN002”“17中融新大MTN001”三笔债券都已经构成实质性违约，当前债券余额合计36.49亿元。

身背98条限制消费令，中融新大21.92亿元股权曾被天津市第二中级人民法院、河南省郑州市中级人民法院、山东省济南市中级人民法院和山东省菏泽市中级人民法院轮候冻结。截至目前，中融新大被执行总金额22亿元，历史被执行总金额已超206亿元。

不仅如此，中融新大还对多家民营企业进行担保。

截至2021年三季度末，中融新大对外担保合计49.28亿元。担保对象中，瑞星集团股份有限公司及其子公司等在近一年还存在失信被执行记录。2021年12月，据裁判文书网，因流动资金问题，山东润银生物化工股份有限公司于2015年向威海银行济南分行借款6000万元，中融新大为此资金担保。后来，润银公司未按约定及时还款，中融新大需承担未偿还的借款本息共计约5950万元的连带清偿责任。

债台高筑，金融板块持续低迷，王清涛的日子越来越难。2021年前三季度，中融新大净亏损42.29亿元。截至去年三季度末，短期借款为54.49亿元，但货币资金仅有4.18亿元，现有资金远远无法覆盖短期负债。

债券违约风险也随之上升。Wind数据显示，中融新大旗下的“18中融新大MTN001”“18中融新大MTN002”“17中融新大MTN001”三笔债券都已经构成实质性违约，当前债券余额合计36.49亿元。

还债之路道阻且长，王清涛无奈选择“卖身自救”，可是众多资产却屡屡流拍。2021年7月2日，中融新大将其持有的中华联合财险6.33亿股股权拍卖，起拍价为9.62亿元，评估价为10.69亿元，最终却无人出价。

2021年7月19日、7月25日，中融新大持有的中华联合财险两笔1.69亿股股权分别拍卖，起拍价为2.57亿元，同样因无人出价而流拍。此前，由于拖欠天津市海德星商贸有限公司借款本金3.11亿元一直未执行，中融新大所持厦门农商银行1.76亿股股份也因此走上拍卖台，同样流拍。

据天眼查数据，除了持有的中融新大所有股权遭遇冻结之外，王清涛还被合肥市瑶海区法院、上海市第二中级人民法院等多家法院列为失信被执行人。

大厦将倾，留给这位山东首富“自救”的时间已经不多。🔪

## “碳中和”概念火热 天齐锂业净利大涨14倍

时代周报记者 周梦梅 发自广州

“碳中和”概念站上风口，相关上市公司一季度业绩表现亮眼。

据Wind数据，截至4月30日，“碳中和”概念板块已有71家深市上市公司披露2022年一季报。其中，50家上市公司一季度营收取得增长，占比超八成；44家净利润同比增长，占比超六成。

部分“碳中和”上市公司业绩增速明显。天齐锂业（002466.SZ）一季度实现营业收入52.57亿元，同比大涨481.41%；归母净利润33.28亿元，同比增长1442.65%。南都电源（300068.SZ）一季度的净利润为4.79亿元，比去年同期大涨超过15倍。

“碳中和”板块业绩喜人，与政策

助力及机构扶持不无关系。一直以来，深交所积极贯彻绿色可持续发展理念，积极为绿色产业发展提供直接融资支持，同时引导金融市场服务“碳达峰、碳中和”战略目标。

“碳中和”大浪潮起，新能源车、光伏风电和新型电网等均从中受益，多家深市龙头上市公司一季度收获高速增长。其中，新能源汽车龙头比亚迪（002594.SZ）业绩亮眼。一季度，比亚迪营收同比增长63.02%至668.25亿元；净利润同比增长240.59%至8.08亿元。

“新能源汽车市场的亮眼表现，带动公司盈利改善，在一定程度上对冲了上游原材料价格上涨带来的压力。”比亚迪如此解释。

新能源汽车行业景气，上游原材料行业亦赚得盆满钵满。

电解液龙头天赐材料（002709）一季度实现营收51.49亿元，同比增长229.71%；归母净利润14.98亿元，同比增长422.19%。对此，天赐材料称，全球新能源汽车销量持续高速增长拉动锂电池需求旺盛。

同样受益于行业高景气度的还有赣锋锂业（002460.SZ）。受益于锂盐产品价格和销量上涨，锂化工龙头赣锋锂业一季度营收53.65亿元，同比增长233.91%。该公司当季净利润更创下35.25亿元的历史新高，同比增长640.41%。

格林美（002340.SZ）是三元前驱体制造领域的龙头，一季度也收获高速增长。该季度，格林美营收为69.67亿元，同比增长86.78%；归属于上市公司股东的净利润为3.32亿元，同比增长20.23%。招商证券研报指出，高

端产品及钴镍资源的提升助力格林美盈利能力提升。

中国广核（003816.SZ）也受市场看好。有券商指出，在“碳中和”背景下，沿海省份严控煤电增量，气电长期发展空间也受到约束。中国广核的发展空间可期。

一季度，中国广核实现营收171.78亿元，同比增长0.17%；归属于上市公司股东的净利润28.52亿元，同比增长20.10%。

深交所充分发挥资本市场平台功能，坚持不懈服务“双碳”战略目标，全力建设绿色金融的创新引擎。深交所多次表态，将与各方一道共同探索可复制、可推广的绿色金融发展模式，交出绿色低碳和高质量发展的优秀成绩单。

以格林美为例，该公司2010年登

陆深交所，从IPO项目开始，深交所助力它完成5次非公开定向增发，募集资金总额100余亿元，全面投向废物循环业务、创新平台、转型升级等方面，推进公司发展。

深交所发挥的投融资功能效果明显，截至2021年年底，深市从事新能源材料、新能源汽车、节能环保等绿色产业的上市公司超250家，累计股权融资超7700亿元，总市值超7万亿元，占深市上市公司总市值的18%。

此外，深交所全资子公司深圳证券信息有限公司在4月11日发布深证新基建50指数、国证中财碳中和绿色债券指数、国证中财碳中和50指数和国证港股通新国货50指数等4条指数，进一步丰富深市特色系列指数，完善绿色指数体系，拓宽指数基金跟踪标的范围。🔪



## 惠民保迭代启示录

编者按：从2015年深圳试水到2020年走进大众视野，以“低保费、高保额”为主要特点的惠民保迅速成为现象级产品，迎来井喷发展。竞争加剧，承保险企纷纷升级产品，以下调免赔额、提升赔付比例等方式，抢占市场。前端不断放宽的投保门槛，险企后端理赔压力高企等问题暴露。如何让惠民保真正惠民、可持续发展，考验着参与各方。时代周报推出“惠民保迭代启示录”专题，聚焦探讨惠民保产品可持续健康发展，寻解各界疑虑。

# 惠民保的前世今生：从低调入世到各地开花

时代周报记者 夏子轩 发自广州

网红保险产品惠民保，踏上时代风口。

惠民保，又称城市定制型商业医疗保险。顾名思义，该产品定位“惠民”，以“低保费、高保额”著称，只需几十元到200元保费，就最高可享受百万保额。

从2015年雏形诞生，再到2020年迎来井喷式发展，惠民保已成现象级产品。数据显示，截至2021年年末，全国28个省区市推出177款惠民保产品，1.4亿人次参保，保费约140亿元。

市场看似一片蓝海，高速向前，背后却也暗藏隐忧。各大保险公司“大干快上”，乱象随之滋生，虚假宣传、恶意压价竞争等问题渐渐显露。

规范发展惠民保早已提上监管议程。

2020年11月，银保监会下发《关于规范保险公司城市定制型商业医疗保险业务的通知（征求意见稿）》，就提出要重点查处参与恶意压价竞争、冒用监管名义进行虚假宣传等违规行为。惠民保进入规范发展阶段。

产品迭代升级还在继续，“加量不加价”成为新一轮竞争的主要特点。不过，市场也有产品黯然离场，终止项目。

惠民保大热，也迎来冷思考。其中，最受注意的是低保费、高保额、可带病投保的“保本微利”模式，是否能长期可续。

火爆态势仍在延续，但市场对惠民保的心态渐趋理性，这也在倒逼惠民保规范发展。发展的问题，始终要靠发展解决。惠民保亦是如此。

### 火遍全国

深圳2015年推出的重特大疾病补充医疗保险，被普遍视作全国首个惠民保项目。

当年12月，在深圳市政府指导下，

平安养老针对参加基本医疗保险居民推出首款“以低保费撬动高保额”的重大疾病补充医疗保险，采取“个人账户划扣+企业团体投保+个人自愿缴费”模式。这成为惠民保类产品的雏形。当时，该产品的参保人数为264万。

2018年，南京也推出惠民保。次年，广州、珠海、佛山等城市也先后试水，开展城市普惠医保业务，在产品设

计、保障责任、商业保险与社会医保衔接方面进行多种尝试。中国人寿、泰康在线等险企也参与其中。

2020年，惠民保迎来真正的发展元年，以平均每三天进入一座城市的速度向前推进，呈现“多地开花、逐步下沉”的燎原之势。2020年6月，四川成都、德阳和湖南长沙三地惠民保几乎同一时间上线。惠民保聚焦重特大疾病保障不足的痛点，作为基本医保补充可缓解罹患大病后的高额医疗费用负担，广受欢迎。

惠民保火热，除了产品特征明显，也另有多重原因。

健康保障需求不断增长，政策层面也在大力助推。2020年年初，银保监会发布《关于促进社会服务领域商业保险发展的意见》提出，完善健康保险产品和服务，力争到2025年，健康险市场规模超过2万亿元；支持商业保险机构参与医保服务和医保控费，完善大病保险运行监管机制等。

2020年3月，《关于深化医疗保障制度改革的意见》发布。该文件明确：2030年年底，全国将建成以基本医疗保险为主体，医疗救助为托底，补充医疗保险、商业健康保险、慈善捐赠、医疗互助共同发展的医疗保障制度体系。

在多重因素叠加下，惠民保乘风而起。

### 乱象凸显

市场竞争加剧，不少城市甚至出现多个“惠民保”产品恶性竞争的乱



象问题。

以福州为例，除福建省专属的“八闽保”外，还有“福民保”“福惠保”和“榕城保”等三款惠民保，重复竞争特征明显。这三款产品不仅条款内容类似，投保价格也近乎相同，分别是68元、68元和69元。

便宜，无疑是惠民保的核心优势。最早的深圳惠民保，保费定价只要18元/年，北京2021年推出的普惠保为195元/年。各地价格尽管不同，但仍在大众接受范围。

低保费，导致承保险企赔付压力高企。

以南京惠民健康保为例，2018年39.5万人投保，总保费约1759万元；受理了3185例理赔案件，总共理赔1420万元。扣除各项运营成本，南京惠民健康保的承保险企几乎不赚钱。

已有离场者。2020年9月24日，刚上线一个多月的嘉兴“惠嘉保”宣布，该产品近期无法再次上线，成为首个夭折的惠民保项目。

在此背景下，承保险企只能通过提价维持运营。

2019年，华南某城惠民保的保费提高了12元/年，但依然处亏损状态。这引发业内人士担忧。

有分析人士指出，险企一拥而上，

未对产品运营设计做长足总结和反思，这导致部分产品保费制定缺乏依据，保障方案千篇一律，不利于长期可持续发展。

冒用名义宣传，也有出现。2020年6月，由泰康养老推出的长沙星惠保上线宣传称由当地政府机构指导出台，但随后长沙医保局回应称，未对星惠保进行任何业务指导。

乱象滋生，监管开始行动。2021年6月，银保监会发布《关于规范保险公司城市定制型商业医疗保险业务的通知》，防止低价竞争和虚假宣传，全面规范惠民保业务。

今年全国两会期间，多名代表委员对惠民保的发展提出建议。对外经济贸易大学保险学院副院长孙洁向时代周报记者表示，惠民保目前还处初级发展阶段，还需进一步加强政策引导支持，完善相关制度机制，优化产品设计，以此来促进行业规范化、可持续发展。

### 走向何方？

江湖群雄，愈演愈烈。惠民保产品还在迭代。时代周报记者梳理，自2021年下半年以来，各地相继发布2022版惠民保产品，在价格、保障范围、免赔额、满足不同需要

等方面升级，但大多趋向于“加量不加价”。

以2022年版广州穗岁康为例，它在原基础上，将待遇I、待遇II、待遇III-1的免赔额，从1.8万元降至1.6万元，待遇III-2的免赔额从5万元降至4.5万元；新增精神分裂症患者、见义勇为为人员两项特殊群体优待政策。

2022年版桂林惠民保也在原基础上，增加住院治疗发生医保目录外个人自费费用补偿责任，年保额由200万元提至300万元，剔除了使用量相对较少的药品，纳入了使用更广泛的药品。

前端不断放宽的投保门槛，无疑增加了险企后端理赔风险。产品持久运行的重要前提是，有足够广的覆盖面和可持续的筹资机制。目前情况不尽如人意。

尽管惠民保发展迅速，其下沉市场仍有广阔空间。

数据显示，各地惠民保参保率差异较大，最高的达85%，最低的仅为0.8%，全国平均参保率还不到10%。规范中进一步提高参保率，进一步下沉市场，增强覆盖面，仍是惠民保的发展要义。

在首都经贸大学保险系副主任李文中看来，惠民保要可持续发展，保险公司要合理定价，真正结合城市当地的疾病状况和经济水平开发设计产品，总体保持微利水平。

李文中建议，相关部门可对市场进行适度干预，既要防止保险公司从中获得过高利润，也要避免同一城市出现多款雷同产品，避免过度无序竞争，“毕竟这是不同于一般商业健康保险的保险产品。”

“今年，多地进入续保阶段，并且已积累一些数据和运营经验，大多数城市都会在去年基础上继续开展业务。”对于惠民保未来发展趋势，一名资深精算师认为，在过往经验基础上，惠民保产品定价和服务都将更为科学合理。■

# 惠民保迭代升级 网红产品如何破解可持续难题？

时代周报特约记者 郭逸敏 发自深圳

惠民保席卷全国，成为网红保险产品。自两年前落地多个城市后，惠民保目前正由1.0向2.0进阶。

时代周报记者注意到，迭代升级后，惠民保产品大多“加量不加价”，投保范围、免赔额、保障责任等都得到进一步调整优化，基本形成包含医保目录内、外住院医疗费用；填补重大疾病、罕见病等保障空缺，增加特药种类；健康服务也走向多元化，向远程问诊、上门护理等方面拓展。

惠民保的普惠性越发凸显，无疑是市场利好。不过，这也引发业界担忧，惠民保产品是否会面临“相互宝”等网络互助产品的运营风险，即赔付压力渐增，导致难以持续运作。

目前，惠民保仍处探索阶段，如何可持续发展引人深思。多名业内人士向时代周报记者分析指出，惠民保大受市场认可的同时，依然面临诸多挑战，应直面问题，未雨绸缪，防范可能出现的“死亡螺旋”风险。

所谓“死亡螺旋”，由美国学者在1998年提出。它是指，如投保人里青年人越来越少，老年人和病体越来越多，将抬高商业保险价格。价格抬高，青年人的受益率降低，逐渐退出。而老年人受益率升高，纷纷加入，进一步抬高价格，从而导致健康体和青年人越来越少。逆向选择的最后结果就是市场崩塌，产品退出。

### 焦虑背后

“加量不加价”，是此次惠民保升级的主要特点。

无锡“医惠锡城”保费维持99元/年不变，总保额从280万元升级至310万元，并将质子、重离子医疗费用纳入保障范围；安徽“皖惠保”的总保额从300万元升至400万元，保费维持66元/年不变；北京“京惠保”维持79元/年的低门槛，但增加医保外住院自费费用责任、质子重离子责任、CRT-T等先进疗法。

不仅如此，多地惠民保产品还扩充了特药目录，进一步减轻参保人群的医疗费用负担。云南昆明“春城惠民保”的高额特药目录药品种类提升至32种，还增加了2种罕见病用药；江苏苏州“苏惠保”特药种类从20种增至30种，还将120万元/针的抗癌药奕凯达纳入保障范围；广东韶关“市民保”的特药种类增至36种，广州“惠民保”升级版特定恶性肿瘤药品数量也扩至38种，免赔额直降为0。

普惠性强又兼具商业保险优势的产品，受到市场追捧。2021年11月1日，广州“穗岁康”开放新一年度参保，首日参保人数即突破50万人。也有消费者不愿续保。“感觉实用性不大。”广州一名当地人士坦言，此前入院治疗花费10多万元，但因自费部分为达免赔额从而无法获得理赔报销。

“本质上，惠民保是商业保险，不能代替社保。参保门槛虽低，但理赔门槛并不低。消费者要认真阅读投保

说明书，才能加深理解，这也是避免纠纷和落实责任的关键异步。”一名资深保险业业内人士向时代周报记者分析指出，惠民保具有的广泛性，可能就意味着理赔报销过程会有一定难度，进而影响消费者的投保意愿。

惠民保成为网红产品，众多承保险企不遗余力地落地推广营销。

新版惠民保产品上线之前，不少险企就已筹备好“专属投保链接”。“我们公司前中后台的工作人员都要求推广。”一家保险企业员工透露，消费者通过险企“专属投保链接”投保，业务进入相关承保险企的客户渠道；若通过公共宣传渠道参保，承保险企则按承保比例分配业务。

时代周报记者注意到，部分城市的惠民保承保盈亏清算，也和各承保公司推广份额挂钩。具体来看，每个投保年度结束后归承保公司的利润中，有30%的利润据各承保公司推广人数占总参保人数的比例划分。此外，每个投保年度结束后，承保公司要承担的亏损份额中，也有30%亏损部分，是根据各承保公司推广人数的排名来划分的。第一名至第四名依次承担6%、7%、8%、9%亏损。

在部分惠民保项目中，承保险企要支付“共保体办公地点费用分摊、人力成本、平台系统建设、宣传推广”等费用。有业内人士透露，这些费用在保费占比有上限安排。

尽管如此，险企仍趋之若鹜。“惠民保吸引大量市民参保，是获客良机，

我们不能错过。”一名险企的内部人士称，承保险企虽知难以盈利，但仍希望借此提高客户黏贴度，并开发新客户，“我们的目标是争取盈亏平衡。”

### 破解可持续难题

惠民保似乎不是一门赚钱的“好生意”。

今年1月，银保监会下发的《关于印发商业健康保险发展问题和建议报告的通知》提出，近年，城市定制型医疗保险项目在各地快速发展，但该类业务由于不进行核保、统一费率、产品大都为短期险，可能因为参保人逆选择导致项目不可持续，同时部分地方政府部门还设置业务最低赔付水平要求，保险公司很可能出现亏损，降低后续参与积极性。

业内人士分析，惠民保最大的潜在风险是“死亡螺旋”，网络互助平台的关闭就是明证。惠民保普惠性愈加明显，与“相互宝”等网络互助产品一样，因赔付压力增加，导致产品无法持续运作。一名华南业内人士就明确向时代周报记者表示，“承保压力确实很大，今年我们将会新增一家承保公司分担压力。”

“与网络互助产品截然不同的，惠民保本质是商业保险产品。它有一定的大数据积累，有较为严谨的精算过程，背后还有研发、营销、理赔等专业人士操盘。”思派健康副总经理陈明东向时代周报记者表示，惠民保类产品设置的“免赔额、药品目录、

报销比例”等三道防火墙，可进一步保障产品持续运作。

各地惠民保产品都有70%～80%的赔付比例。这一报销比例能在一定程度上控制医疗费用，既减轻患者负担，又避免过度浪费医疗资源。

惠民保产品的可持续经营受到各界人士关注。

中国卫生信息与健康医疗大数据学会健康保险工作委员会等机构联合发布《“惠民保”发展模式研究报告》建议，在数据方面，险企不仅要

对历史静态数据进行挖掘分析，也要整合自身的数据以及非医保患者数据，为精准定价和产品设计提供科学费率。该报告指出，险企要精细化运营，服务流程应当与医保衔接，推动一体化结算模式。险企还要充分依托政府及相关部门的组织能力，了解民众需求痛点，激发健康保障需求，同时积极引入商保目录，协同各方增强与医药、健管等公司的议价能力，控制超赔风险。

南开大学卫生经济与医疗保障研究中心主任朱铭来认为，监管机构应合理应用价值评估指标体系管控本地“惠民保”项目，尽可能地平衡产品的普惠性和商业性。“相关部门应当制定严格的市场准入、退出标准。”他表示，政府多部门应协同助力，推动构建系统全面的“惠民保”监管体系。有关部门还应鼓励和引导险企等经营主体提高保险科技的利用率。■



# 孙洁：对惠民保的政策支持仍有待加强



孙洁

对外经济贸易大学保险学院教授、副院长

时代周报记者 夏子轩 发自广州

2020年惠民保在全国各大城市遍地开花,如今发展依然如火如荼。惠民保定位清晰,即城市定制型商业医疗保险;特征明显,即低保费、高保额。惠民保迅速在全国各地铺开,也得益于地方政府部门与商业保险机构的良性互动。业内人士对相关部门是否参与、如何参与惠民保,一直多有讨论。对外经贸大学保险学院副院长孙洁认为,要确保惠民保长期可持续经营,政府部门应起到关键主导作用。“如加大政策支持力度,明确经营参与主体的资质标准,完善准入和退出机制、盈亏平衡补贴机制、跨区域服务和结算机制、绩效评估机制等。”孙洁提出。

## 政府部门支持影响参保率

深圳2015年推出重大疾病补充医疗保险,被视作惠民保雏形。此后,这一产品形态陆续在多个城市落地,2020年终迎井喷式发展。政府部门参与当地惠民保的方式各有不同。江苏无锡市的“医惠锡城”由市医保局指导,而广东江门市的“邑康保”由当地民政局、医保局、财政局、农业农村局、卫健局主导实施,并由银保监会江门分局指导。政策支持力度大小直接关系参保率,是否允许利用医保个人账户资金投保、是否设定为自动参保等均是具体影响因素。有媒体报道称,在无个人账户支付的情况下,成都、广州两地惠民保参保率分别为15%、6%;在个人账户统一划扣并默认参保的深圳,惠民保参保率达53%;在个人账户自愿

支付的浙江省,惠民保参保率均超过15%。其中,政府介入更为深入的丽水、衢州、杭州等地参保率分别高达85%、65%、45%。惠民保对既往症人群开放的产品设计带有公益属性,需大量健康群体去承担极少数既往症人群的费用。产品保本微利属性明显,赔付金额支出增多,承保单位只能通过涨价来维持运营。如价格上涨较高,可能会导致健康人群购买欲望降低,从而降低参保率。部分地方政府对赔付率提出硬性要求。如浙江省医保局和浙江银保监局联合发布的文件指出,各市医保局要及时指导商业保险承办公司根据投保率、赔付进度、约定赔付比例等因素,按实际资金赔付要达到协议赔付率的90%以上。深圳、珠海等地通过出台相关文件、参与产品设计与营销推广等方式更深层次地参与惠民保项目。在购买方式上,这些地区也支持通过医保个人账户余额购买,提高医保个人账户资金使用率。孙洁表示,惠民保迅速铺开得益于地方监管部门与商业保险机构的良性互动,是“普惠型政企合作”的成功样板。孙洁认为,这一模式具有降低推广成本、提高议价能力等优势,可有效平衡风险与普惠的关系,对于后续普惠保险供给创新提供了发展思路。

## 政策支持仍有待加强

惠民保业务仍处发展初级阶段,亟须更多支持。中国社会科学院金融研究所、国家金融与发展实验室发布的《城市定

惠民保迅速铺开得益于地方监管部门与商业保险机构的良性互动,是“普惠型政企合作”的成功样板。

较多惠民保形态雷同、定价较为粗放,需与当地医保局深入合作,结合城市医疗数据制定更精准的产品。

要确保惠民保长期可持续经营,政府部门应起到关键主导作用。

突破40%。孙洁表示,较多惠民保形态雷同、定价较为粗放,需与当地医保局深入合作,结合城市医疗数据制定更精准的产品。惠民保设计之初可针对上一年度居民大病支出情况和报销情况,结合参保人数,综合商业利润,合理确定投保费用,避免信息不对称造成定价不准确。孙洁建议,按确保用户隐私安全、最小化可用、数据脱敏等原则,打通传统医疗机构、基本医保和商业保险机构之间的信息交互通道,推动医保与商保数据共享,为惠民保精准定价和迭代演进、惠民保与其他商业保险的保障优化组合以及实现精准保障提供数据支撑。部分承保企业业务经验不足,服务水平参差不齐,可持续服务能力不强,与医保系统对接并完成一站式结算也需要相关部门的积极介入。对于理赔效率,孙洁认为应由医保系统主导实现“一站式”结算。“在出院结算费用时,允许参保人在医院窗口由医保系统实时结算,无需收集资料再向承保公司申请理赔。在特殊情况下,允许进行零星报销,分档次赔付。自付支出额度越高,报销比例适当提升。”孙洁说。惠民保的区域发展仍不均衡。广东、江苏、浙江、山东等地的惠民保产品数量均已超10个,而西部还有多个省份暂还未有定制版惠民保产品推出,整体呈现南多北少、东多西少的特征。孙洁建议,相关部门应推动中西部地区惠民保发展,引导保险机构开发面向经济欠发达地区居民的产品,鼓励保险机构探索跨地域融合发展路径,实现更大范围的风险分摊,提高风险管理和服务水平。■

# 陈明东：惠民保不会完全替代百万医疗险



陈明东

思派健康科技有限公司副总经理

时代周报记者 夏子轩 发自广州

2020年是惠民保元年。这一年,惠民保以“低保费、高保额”迅速在全国各大城市落地。两年过后,惠民保仍是一款现象级产品。截至2021年年末,全国28个省市推出177款惠民保产品,1.4亿人次参保。初期,惠民保定位一度模糊,被认为是准公共产品。此后,定位逐渐清晰,银保监会一锤定音,将之定位为城市定制型商业医疗保险。属性、功能已获明确。历经两年推广,各地惠民保参保率水平多有差异,最高的达85%,最低的仅为0.8%,全国平均参保率还不到10%。思派健康科技有限公司(下称“思派”),创始于2014年,致力于引领中国医疗健康行业数字化转型,构建一体化的健康管理网络,并为大众提供优质与可及的医疗服务。思派健康作为思派旗下提供医疗服务网络及健康管理解决方案的业务公司,一直聚焦于商业保险与个性化健康医疗服务,不断为消费者提供可信赖的健康医疗保障。2019年12月,思派健康参与推出广州惠民保。截至2021年年末,思派健康联合保险公司推出了17种城市定制型商业健康保险产品。其中,惠民保的个人注册会员超过1400万人。近日,时代周报记者就惠民保发展走向等专访了思派健康副总经理陈明东。时代周报:新版惠民保陆续上线,大多数产品都开始扩展投保范围、扩大保障责任,同时降低免赔额。你会如何看待惠民保的赔付压力和

风险?陈明东:惠民保自诞生起,就设置了免赔额、药品目录和报销比例等三道防火墙,以此保障产品稳健、持续运作。以广州惠民保为例,免赔额为2万元,意味着普通感冒发烧不太可能获得报销,获得报销的是重大疾病。相对来说,身患重大疾病的群体占比较低,设置免赔额会让产品的运营更稳定。其次,广州惠民保的药品目录是敞开型的限制,报销药品非固定不变,随着医疗进步,会依产品整体运营情况纳入新技术,不断更新药品目录,形成良性循环。广州惠民保采取80%的比例报销。如按100%报销,患者一旦超出2万元免赔额后将没有任何压力,可能会导致医疗滥用。70%~80%的报销比例,一定程度上能控制医疗费用,既能避免过度医疗,又能减轻患者的看病负担。时代周报:竞争越来越激烈,有些城市出现“一城多险”的情况,该如何防止低价竞争?陈明东:一个城市可以有多款惠民保,但每个产品需要有各自的适合群体,形成多个产品不同层次竞争的发展格局。不同产品虽有部分客户群体重叠,但用户可以自由选择更合适产品。时代周报:“低保费、高保额”是惠民保的主要特点。未来,保费会提搞么?陈明东:我个人认为,短期内,惠民保不会涨价。但从长期看,售价在70元左右的惠民保产品,价格上涨压力相对小一些。而售价在150元左右的惠民保产品一旦提价,可能每年会涨价10%~20%,甚至30%。售价70元左右的惠民保产品,它

的特点是涵盖医保内的费用和目录外的特药使用。售价150元左右的惠民保产品,特点是涵盖医保外的自费住院医疗。医保外自费部分属开放式体系,一旦有新的医疗技术上市都会自动纳入,相关治疗费用也无法把控。由于这部分资金不在医保报销范围内,保险公司在运营过程中也不具备管理医保外自费部分的能力,可能需要依托涨价维持项目运营。这也导致两种产品将会有两种截然不同的发展态势。时代周报:惠民保的定位已经清晰,是城市定制型商业医疗保险。在部分城市,惠民保的二次参保率有所下降,你如何看待?陈明东:目前,惠民保还处在探索阶段。消费者可能在第一年图新鲜,一年后如果发现和普通商业保险没太大区别,就会导致消费者的二次投保意愿下降。因此,我们不能以牺牲消费者认知为代价,过度追求投保量。惠民保二次参保率下降,实际上是消费者回归到正常认知水平,真正了解惠民保的消费者并不多。监管部门应鼓励保险公司为惠民保提供更多服务,比如把本地医药资源镶嵌进去,提供专门医疗服务入口,提高理赔效率,提升便捷度;同时,产品标准化、体系化,尽量把销售误导降到最低,让消费者真正认识到自己买的是什么。时代周报:对惠民保的市场化发展,你还有哪些建议?陈明东:惠民保不能过度依赖政府监管部门的强背书,而应该依据当地的实际数据和需求匹配产品。监管部门鼓励商业保险发展,应该为它提供基础设施建设、数据、管理等多

需求的产品。比如商业保险产品的设计,就需要了解当地实际医疗情况,哪些损耗大,哪些不需要。其次,要建立快速的理赔系统,理赔数据出来后,根据数据明细理赔。这些医疗数据需由政府部门提供支持,才能让保险公司更快速和准确地作出理赔结论和办理赔付。让商业保险真正建立一套属于当地的服务能力,这远比保费收入更重要。时代周报:惠民保会挤压百万医疗险的发展空间?陈明东:惠民保不会完全替代百万医疗险。目前,百万医疗险已覆盖近1亿人口,以城市人口居多。传统的“重销售、轻产品”模式使销售效率不断下降,想要继续提高覆盖率难度很大。我个人认为百万医疗险到了产品生命周期的瓶颈,未来可能会重新出现一个新的百万医疗险或者新的商业保险。它会吸收惠民保的运作优点,同时进行迭代和改造,在惠民保对全民进行保险教育后,它会有更好的发展空间。时代周报:互联网保险新规,对惠民保是机遇还是挑战?陈明东:我认为是机遇,任何监管规范都有自己的考量。比如说身份识别,可以避免代投保的情况,消除一些不规范行为,让消费者回归到了解清楚产品后再自行去购买的阶段。其次,新规对于服务提升很有帮助,监管文件提到建立线上化的服务体系,包括线上的保全、理赔、提升消费者的体验感等,这些措施都有助于保险公司重新梳理自身的服务体系,这对于整个行业的长期发展都是有利的。■



# 第三方支付加速拥抱数字人民币

## 马云马化腾争相入局

时代周报记者 夏子轩 发自广州

数字人民币试点城市已扩容至23个，落地场景也不断丰富。第三方支付巨头支付宝也在加速拥抱数字人民币。

5月5日，支付宝上线数字人民币搜索功能，帮助新用户更方便地开通数字人民币钱包，并支持一站式使用数字人民币收付款、转账和银行卡管理等功能。支付宝方面表示，自数字人民币试点工作启动至今，支付宝持续开放商户场景。截至目前，近600万个数字人民币子钱包被推送至支付宝服务的商户。

据央行数据，截至2021年年末，数字人民币试点场景已超过808.51万个，累计开立个人钱包2.61亿个，交易金额达875.65亿元。

试点场景日渐丰富，也引发讨论：数字人民币是否会代替微信支付、支付宝？对此，央行多次公开回应：数字货币不会取代微信支付或支付宝。本质上而言，央行数字货币替代M0，其功能和属性与纸币相似，只不过形态是数字化的。而支付宝、微信支付等第三方互联网支付，走的是商业银行存款货币结算，属于M1和M2级别的数字化，不具有M0级别法律效力，更不可能取代M0。

简而言之，微信支付等金融基础设施相当于“钱包”，而数字人民币是支付工具，是“钱包”的内容。

“我国第三方支付市场规模巨大，数字人民币链上第三方支付平台，有利于数字人民币试点的推广及应用。”业内人士分析指出，第三方支付平台参与数字人民币试点，可以方便用户接触使用数字人民币，不仅有助于数字人民币进行更大规模测试应用，也可以进一步检验数字人民币系统性能。

太平洋证券研报认为，数字人民币将会给清算、运营、流通等支付环节带来改变，银行与第三方支付机构或将迎来发展机遇。

长期来看，数字人民币的发行将会带来商业模式变革。

### 蚂蚁集团参与数字人民币研发

时代周报记者实测体验，在数字人民币试点地区，新用户可以在支付



宝首页搜索“数字人民币”，并下载数字人民币APP，并开通网商银行（支付宝）数字人民币钱包。

用户使用与支付宝相同的手机号开通钱包，返回支付宝APP，点击“我的一数字人民币”，确认后即可使用，付款时选择“网商银行数字人民币”即可支付。网商银行是由蚂蚁集团发起的首批民营银行之一。

支付宝相关提示称，同一个自然人只能用用一个支付宝账号，并且一个支付宝账号只能开通一个钱包，包括实名和匿名。此外，网商银行数字人民币钱包能在大多数阿里场景下使用，覆盖了天猫超市、盒马、饿了么等。

时代周报记者体验发现，网商银行数字人民币钱包功能与六大银行机构的数字人民币钱包的功能，基本没有差别。

“网商银行作为数字人民币实际运营管理机构，可通过支付宝APP为用户提供产品服务。”支付宝相关负责人向时代周报记者表示，数字人民币目前只可用于消费支付、缴费、转账，后期将支持更多的消费场景。在已支持数字人民币的商家消费处，用户可通过支付宝“扫一扫”或向商家出示“付款码”，选择“数字人民币支付”进行支付。

“试点阶段仅可在支持数字人民

币的商户使用。”上述负责人表示，由于数字人民币等同于现金，所以不支持使用支付宝账户余额或余额宝等理财资产进行兑换。此外，根据央行钱包分类标准，一类钱包要求面签，而网商银行目前暂无法提供面签渠道，因此不支持开立一类钱包。

网商银行作为数字人民币运营机构之一，从2017年起就开始参与数字人民币研发工作。

2017年年末，蚂蚁集团在央行组织下，参与数字人民币研发试验；2019年2月，网商银行成为数字人民币指定运营机构之一；2020年7月，网商银行正式获批试点资格；2021年5月，网商银行成为第七家数字人民币试点银行；同时，支付宝也开始对数字人民币进行小规模测试。

目前，支付宝支持一站式使用数字人民币收付款、转账和银行卡管理等功能。“近600万个数字人民币子钱包，已被推送至支付宝服务的商户。”支付宝方面表示，接下来将与合作伙伴持续拓展数字人民币的消费场景，带来更便捷安全的支付体验。

### 互联网机构是重要参与者

自2021年以来，互联网机构已成为应用数字人民币的重要参与者。

今年1月，微众银行（微信支付）

数字人民币钱包上线。4月，微信宣布在试点区域中，开放对数字人民币的支持。用户只要实名开通微众银行（微信支付）数字人民币钱包后，即可使用数字人民币APP或微信进行支付。

“数字人民币本质是实现现金的数字化，数字人民币作为法定货币的内在价值不发生改变。”业内人士分析指出，随着微信和支付宝等拥有亿级流量的平台接连接入，数字人民币的推广和使用场景将迎来快速扩容，也为未来的移动支付新格局、新体验留下想象空间。

与此同时，不少第三方支付平台不断探索与数字人民币业务结合。其中，易生支付依托“航旅购”全产业链服务经验，于去年12月与银行、航司共同探索“数字人民币+航空”解决方案；今年1月，新大陆关注跨境支付，在数字人民币海外业务（如新加坡等）的建设顺利落地。

《2022数字人民币社会价值报告》数据显示，截至2021年年末，已有50余款第三方互联网平台支持可选数字人民币进行消费交易，不仅促进了数字人民币的使用频率，也在一定程度上增加了平台的交易活跃度。

数字人民币不仅增加了第三方支付平台和互联网平台的用户使用黏性，还带动产业链的发展。

数据显示，数字人民币APP（试点版）正式上线两个月后，美团平台的数字人民币用户数增长81%，推送到美团平台的数字人民币子钱包数量增长112.6%。

“数字人民币获取和使用便利性更高，这使得数字人民币拥有快速传播基础。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林向时代周报记者分析指出，使用数字人民币收付款，让当前市场主体尤其是互联网支付企业找到了更便捷的结合方式，让小商户低成本获取数字人民币收款功能。

易观分析金融行业高级分析师苏筱芮向时代周报记者分析指出，支付宝作为第三方机构，加入数字人民币生态圈既是大势所趋，凭借阿里系旗下网商银行作为指定运营机构的先发优势，能带动阿里系内外部各类场景资源与数字人民币联动，同时也为用户丰富支付选择，提升用户支付体验。■

# 新华保险“后万峰时代” 一季度净利下滑近八成

时代周报记者 周梦梅 发自广州

4月28日晚间，新华保险（601336.SH;01336.HK）发布2022年一季度报。当季，新华保险实现营收749.63亿元，同比下降7.9%。盈利能力下滑更为明显，新华保险归属于母公司股东净利润由上年同期63.05亿元，大降至13.44亿元，降幅达78.70%。

投资收益下滑是导致新华保险净利下降的原因之一。

2022年一季度，新华保险投资收益为118.76亿元，比上年同期少赚76.82亿元，同比下降39.28%；年化总投资收益率为4.0%，下滑3.9个百分点。对此，新华保险解释称，主要变动原因是在去年同期净利润高基数的情况下，本期受资本市场低迷影响，投资收益减少，导致本期净利润同比减少。

“今年市场状况确实非常复杂，对所有投资人员来说都非常有压力。”3月30日，新华保险首席执行官、总裁李全在2021年度业绩发布会上曾如此感叹。

新华保险其他数据表现也出现波动。2022年一季度，实现总保费收入648.90亿元，同比增长2.4%。其中，长期险首年期交保费85.66亿元，同比下降18.3%；续期保费423.64亿元，

同比增长8%；短期险保费14.30亿元，下滑41.4%。

盈利能力短期是风险标，长期是称重器，必然影响企业稳定经营。另一方面，新华保险近年多次进行人事调整，从万峰到刘浩凌，再到如今的徐志斌，多次更换董事长显然为新华保险增添了不确定性。

徐志斌和李全两人，在证券、投资行业均有丰富的工作经验。近年，新华保险喊出“二次腾飞”，启动“资产负债双轮驱动，规模价值全面发展”模式。业内普遍关心的是，持续改革之下，新华保险如何实现规模和效应的双重统一。

### 万峰之后，改革转向

万峰在新华保险身兼多职，既是董事长，同时兼任CEO。在任期间，他着力调整保费结构，主动舍弃趸交业务，大力砍掉银保渠道。

他的改革思路是，以保费收入换取调整业务结构。万峰主导积极布局个险渠道，压缩银保渠道；开发健康养老保障型产品，回归“保险姓保”。他曾明确提出，寿险经营目标应由追求保费向价值效益转变。

大刀阔斧的改革，也使新华保险一度经历阵痛。

2016年和2017年，新华保险连续两个年度营收下滑。虽有震荡，但

续期拉动增长模式也开始发挥作用。2018年，新华保险营收达1542亿元，同比增长6.96%；净利润79.22亿元，同比增长47.17%。同年，它的保费收入1222.86亿元，实现历史上首次突破1200亿元，保费同比增长11.9%，是2011年以来首次实现两位数增长。

2019年8月，来自中央汇金的刘浩凌空降新华保险，出任董事长。同月，李全成为新华保险首席执行官、总裁，新华保险进入“刘李时代”。

新领导班子就位，新华保险确定新的改革战略，即“资产负债双轮驱动，规模价值全面发展”。最受市场关注的是，新华保险又重启了此前大力压降的银保趸交业务。

此外，新华保险还提出“1+2+1”新战略。所谓“1+2+1”，即“一体两翼+科技赋能”，旨在以寿险业务为主体，财富管理和康养产业为两翼，科技赋能为支撑，逐步形成协同发展模式，共同构筑起有新华保险特色和长远生命力的发展格局，实现“二次腾飞”。

李全在公司2020年投资开放日上表示，投资对于寿险业发展的重要性不言而喻。截至目前，寿险公司的利润主要是来自于投资方面。“我们会大力发展财富管理，以养老金、第三方资金作为突破口。”他说。

李全还披露了“三步走”的财富管理规划发展路线图：2019—2020

年是过渡调整期，明确财富管理在公司层面的定位，进行内部架构职能调整 and 人员配置；2021—2023年是深化建设期，针对多元化客户需求，在渠道、投资、风控、管理方面匹配能力，持续拓展第三方资源；2024—2025年是体系完善期，建成集成化联动式财富管理平台。

刘浩凌和李全都有丰富的投资管理经验。

刘浩凌从业经验丰富，曾是中央汇金副总经理兼综合管理部/银行机构管理二部主任。李全，也是金融投资老人，先后服务过中国农村信托投资公司、正大国际财务有限公司，还曾在基金公司担任高管。

改革转向，新华保险2021年的表现较为亮眼。面对“资产荒”和“低利率”的投资环境，新华保险投资组合总投资收益率为5.9%，净投资收益率为4.3%。全年总投资收益576亿元，同比增长23.5%，表现优于同行。

### 变革战略执行期，掌舵人再更换

上任不到一年半，刘浩凌于2021年1月辞去董事长等职。此后，徐志斌上任董事长。新华保险从“刘李配”转向“徐李配”。

徐志斌同样出自大股东中央汇金，曾任中国投资有限责任公司执行委员会成员兼中央汇金副总经理、股

权管理二部主任。此前，他曾在高盛集团任职，还曾担任申万宏源总经理。

现在是新华保险“二次腾飞”的关键时刻。频繁更换掌舵人，负面影响不言自现。外界担心新华保险的战略再次偏移。

从李全近期表态看，新华保险战略并未明显转向，依旧强调传统寿险、养老保险和康养产业协同及财富管理业务。

3月30日，李全在年度业绩发布会上表示，公司将坚定不移坚持财富管理策略，2021年取得了非常快的发展和比较好的成绩。

李全称，公司成立第三方业务部门，覆盖权益类和固收类业务，并凭借在固收方面的特长吸引机构投资者，客户数量达到100多家。目前，组合类资管产品规模达到2600多亿元，2021年年末组合类产品数量达到了百只，产品线进一步完善。“下一步，将继续增强投资核心竞争能力，进一步打造财富管理的生态。”

新华保险2021年年报称，通过推动养老产业、健康产业发展，做强、做稳资产管理业务三个方面，助力寿险主业发展，并全面提升科技赋能水平，实现“二次腾飞”。

近日，就上述多个问题，时代周报记者联系新华保险相关人士，截至发稿未获明确回复。■



# 第三方“围攻”招商银行 蚂蚁基金离登顶还差656亿元

时代周报记者 宁鹏 发自上海

头部基金销售机构之间的贴身肉搏，愈加白热化。

中基协官网数据显示，一季度权益基金代销保有量TOP3的市场地位相对稳固。其中，招行仍为股混基金代销“一哥”，但它正面临蚂蚁基金猛烈追赶，两者差距已缩小到656亿元。

银行曾被视为最强渠道，如今光环渐渐褪色。目前，招行权益基金代销“铁王座”所受到的冲击，见证了基金渠道的强弱变迁，颇具象征意义。

“从趋势来看，权益类基金保有量的头把交椅，年内可能就会易主。”某头部第三方销售人士告诉时代周报记者。

基金代销江湖的“三国杀”正在悄然变化，曾经的两家商业银行“挤压”一家第三方销售机构，切换为两家第三方机构“围攻”一家商业银行。

## 第三方：冲击“铁王座”

不到十年，第三方销售机构已从配角逐渐成长为主角。

今年一季度，第三方销售机构表现整体优于其他基金销售渠道。蚂蚁基金、天天基金、腾安基金保有量仍居前三。

不过，在A股大幅波动的一季度，以基煜基金、盈米基金、汇成基金为代表的机构端基金代销公司，反而表现出色。其中，基煜基金、汇成基金非货基保有规模逆势增长。

**截至今年一季末，蚂蚁基金非货基金的保有量已一骑绝尘，市占率高达8%。其中，固收类基金保有规模5829亿元，较年初增长122亿元，环比增长2%；权益型基金保有规模6142亿元，但较年初减少1136亿元，环比减少16%，市占率为8.3%。**

中信证券研报指出，蚂蚁基金渠道拥有的庞大风险偏好较低的类固收客户价值凸显，但权益型产品投顾服务能力仍有待提升。

2021年一季末，蚂蚁基金的权益基金保有量与领头羊招商银行相比，仍有千亿元差距。但一年后，两者的

差距已经缩小到656亿元。

截至一季度末，天天基金保有规模为4639亿元，市占率为6.3%。中信证券研报指出，得益于公司2B服务和2C业务并举，固收类基金增量抵消了权益型基金下跌对非货基保有量的部分影响。

天天基金的基金保有量突飞猛进，从一年前的行业第五蹿升至如今第三位。

东方财富(300059.SZ)年报显示，2021年，该公司实现基金销售服务收入50.73亿元，占营业收入的38.74%。从基金销售额来看，2021年基金销售额达到2.24万亿元，其中非货币型基金销售额1.34万亿元。

第三方机构向来“马太效应”明显，市场份额集中于两家头部机构。由于机构业务崛起，第三方销售机构集中度环比略有下降。布局机构业务的独立销售机构连续三个季度保持强势增长，截至一季末，基煜基金、汇成基金非货基保有量分别较年初增长336亿元、124亿元，是Top 30中除8家券商外，两家增长的第三方机构。



## 银行：被追赶的领跑者

截至一季末，银行渠道的非货基、股混基金保有量分别为3.84万亿元、3.25万亿元。从总保有量来看，仍是领跑者，但其领先优势正在不断被蚕食。

相比之下，银行渠道除招行品牌效应依然稳固外，其他头部商业银行的市占率均有所下滑。

招商银行仍是权益基金销售之王。截至一季末，权益型基金保有规模6798亿元，较年初减少1112亿元，市占率9.2%；非货基保有规模7596亿元，较年初减少1105亿元，市占率5.1%。

中信证券研报认为，权益型基金环比数据与行业整体相比，并未体现出投顾服务能力优势。

一季度，股市波动已传导到公募基金，渠道也受到波及。一季末，非货公募基金净值环比下跌6.4%，处于重灾区的的股混基金，环比下降13.7%。中基协数据显示，TOP100代销机构的非货、股混基金保有量，在一季度分别下降5.3%、8.5%。

然而，目前仍未到至暗时刻。虽然一季度市场波动较大，但预期中的赎回潮并没有出现，不少投资者或仍在增持。

国盛证券研报指出，股价下跌的同时，各类基金的份额还在不断提升。一季度股票型、混合型、债券型的份额分别增长了7.6%、0.8%、3.5%，特别是股票型基金的份额增速较2021年年底还提升了0.9个百分点。4月Wind全A指数进一步下跌9.5%的情况下，三类基金的份额还增长了2.8%、0.2%、1.0%。

今年一季度，银行渠道公募基金保有量下滑明显，部分地方城商行表现较优。渤海银行、南京银行、杭州银行、上海银行等城商行实现保有量规模正增长，优于大型股份制银行。

## 券商：逆势增长的老玩家

自中基协公布保有量数据以来，券商相比银行、第三方等两大玩家，一直缺乏存在感。今年一季度的保有量数据，却是最亮眼的一次。

券商排名上升，或得益于统计口径变更。即ETF采用季末时点值统计，不再扣除净买入金额（即含二级市场买入部分），因此ETF业务相对具备优势的券商数据表现更好。

据东亚前海研报统计，由于全量ETF统计口径差异，券商今年一季度非货、股混基金保有量分别为1.25万亿元、1.14万亿元，季度环比增长22.8%、21.0%。其中，华泰证券超越中信证券居券商保有规模榜首。

一季末Top 100中，券商机构数增加5家，相应的银行机构数减少5家，第三方及其他渠道保持不变。中信证券研报指出，由于券商具有场内ETF做市资格，期末ETF规模时点数受做市交易等操作影响明显，口径调整主要影响券商保有规模数据。

中银、东吴、东莞证券的保有规模增速靠前。东亚前海研报指出，券商在基金领域的专业性优于银行及第三方机构，可以把控基金销售节奏、为客户提供更专业化的服务。此外，投顾业务也成为券商公募保有量规模增长的重要推手。■

# 公募基金经理“奔私”潮涌 今年离职已超100人

时代周报记者 周梦梅 发自广州

又见明星基金经理出走。

5月7日，易方达安心回馈、易方达裕祥回报、易方达瑞程等多只基金公告称，基金经理林森因个人原因离职。王晓晨、胡剑等接管林森旗下的基金产品。

林森是业内知名的固收大佬，债券投资经验丰富。他在2015年4月加入易方达，业绩亮眼，多只在管基金表现优异。Wind数据显示，截至2021年年末，林森所管理的公募基金规模超过千亿元，截至2022年一季度末，也有近700亿元，堪称业内顶流。

林森不是今年首位出走的明星基金经理，也必然不是最后一位。此前，肖肖、董承非、周应波、赵诣等已相继离开，奔向私募基金。数据显示，截至5月8日，今年已有102名基金经理离职。多名业内人士称，林森下一站也是私募。

对此，武汉科技大学金融证券研究所所长董登新表示，私募和公募一直存在人才“争夺战”。相对而言，私募基金的薪酬、管理机制对基金经理更有吸引力。

## 管理规模曾超千亿

林森的大部分职业生涯都在债券投资领域。

2007年，林森开始担任道富银行风险管理部风险管理经理，随后成为外汇利率交易部利率交易员。

5年后，林森入职太平洋资产管理公司，担任基金管理部基金经理，涉足债券投资。2015年4月，林森加盟易方达，从债券研究员一路做到了易方达固定收益的全策略投资部联席总经理。

在易方达期间，林森业绩斐然，市场知名度大增。据Wind数据，离任之前，林森在易方达共管理7只产品，涵盖纯债基金、固收+基金和偏股型基金，业绩亮眼。以易方达安心回馈(001182.OF)为例，林森2015年11月接手管理。至林森卸任时，该基金累计收益率约134%，林森任职总回报为127.53%、任职年化回报为13.6%。对一只偏债混合型基金，该成绩实属难得。

更为市场称道的是，林森于2019年开始管理的易方达安心回馈混合(001182.OF)。作为偏债混合型基金，该产品业绩表现甚至优于诸多权益类产品。Wind数据显示，2019年，易方达安心回馈混合的投资收益为40.68%，领先于混合型基金32%的平均收益，大幅跑赢全市场22%的平均收益。截至2019年年末，该基金的股票仓位仅有31%，相当于用三成仓位跑赢同行。

林森在权益基金的表现也可圈

可点。他管理的多只产品中，偏股运作的只有易方达瑞程混合A(003961.OF)，截至一季度末，股票市值占该基金的资产净值比高达90%以上。

天天基金数据显示，在林森单独担任该基金基金经理的4年多时间，任职期回报高达158.85%，近3年，该基金在同类排名中47/1751，可谓表现优秀。

此外，林森的风险管理能力也较为优秀。以其管理的易方达裕祥回报(002351.OF)为例，在历史最大回撤仅为-7.86%的情况下，取得了9.43%的年化收益回报。

**优异的业绩表现，也让林森受到市场热捧。Wind数据显示，截至5月7日，林森在易方达掌管7只公募基金产品，合计管理规模为692.4亿元。截至2021年年末，林森管理的7只基金规模超过千亿元，达1071.04亿元。**

## 接任者是谁？

在离职当日，林森管理的7只基金此已分别由胡剑、王晓晨、林虎、韩阅川、贾健等人接任管理。

易方达“债券女神”王晓晨接手林森的“半壁江山”。

据易方达基金公告，王晓晨为易方达裕祥回报的新任基金经理，该基金产品规模达438亿元。王晓晨从业年限超10年，现任易方达固定收益投资部副总经理。

时代周报记者注意到，王晓晨在易方达主要以管理固收类产品为主，业绩表现也相当亮眼。她的代表作易方达增强回报债A(110017.OF)，作为一只二级债基，在她任职的近11年时间里，累计回报超130%，年化回报超8%，回报排名4/75。

易方达安心回馈则由李中阳搭档林虎一起管理，规模已超90亿元。此前，该基金由易方达另一位王牌基金经理张清华和林森一起管理，2021年9月，张清华离任；同期，林虎加入。

林虎2015年9月加入易方达，2021年开始担任易方达裕祥回报、易方达安心回馈、易方达磐泰一年持有A(009249.OF)的基金经理。Wind数据显示，上述3只产品在他的任职期间回报分别为-3.81%、-7.99%、-0.15%。

李中阳于2016年6月加入易方达，2021年5月开始担任易方达磐固6个月持有A(009900.OF)、易方达丰华A(000189.OF)、易方达悦稳一年持有A(014904.OF)等产品的基金经理。

Wind数据显示，上述3只产品在李中阳任职期间的回报分别为-0.86%、-3.21%、-0.09%。

最值得一提的是，另有一名千亿顶流胡剑将接管易方达高等级信用债基金。胡剑所管基金包括易方达信用债债券A、易方达岁丰添利债券(LOF)等，规模超1000亿元。■

8%  
>

692.4  
亿元  
<



# 深陷财务造假 \*ST济堂三年虚增营收207亿元

时代周报记者 韩利明 发自上海

两个“同济堂”，造出两个首富，同名不同命，同途不同归。

近日，由于未在法定期限内披露经审计的2021年年度报告，\*ST济堂（600090.SH）触及财务类强制退市情形。上交所于4月30日下发终止上市的监督工作函，将在15个交易日内作出相应的终止上市决定。5月5日晚，\*ST济堂披露上述信息。

\*ST济堂全称为新疆同济堂健康产业股份有限公司（下称“新疆同济堂”）。2016年以来，该公司深陷财务造假和信息披露违法违规。2022年4月12日，证监会下发《行政处罚决定书》和《市场禁入决定书》，因触及重大违法类强制退市情形，该公司股票开始停牌。

公司实控人张美华原为湖北荆州首富，任公司董事长。他的妻子李青任副董事长、总经理，魏军桥任董事、副总经理、财务总监。4月29日，上述三人纷纷辞任。

而与新疆系同济堂“撞名”的国药系同济堂，正成为中国中药（00570.HK）各业务板块中的重点企业。

其中，又以国药集团同济堂（贵州）制药有限公司（原为“贵州同济堂制药”）最受关注，创始人王晓春在贵州同济堂制药登陆资本市场后，跻身贵州首富。

## 新疆同济堂：“人造”首富跌落

新疆同济堂是医药流通综合服务企业，主营药品、医疗器械、保健品等批发零售与医药健康产业领域的投资。

张美华并非医药出身，大学毕业后曾任职于长沙市委团委，2000年下海创办新疆同济堂。不到5年，新疆同济堂门店发展到3000多家，年销售额超11亿元，一举闯入2005年中国连锁药店排行榜前三名。

2016年，新疆同济堂与啤酒花签订对赌协议，借壳登陆A股。张美华和李青夫妇财富暴增，2017年问鼎湖北荆州首富。



2016—2018年，新疆同济堂年年“精准完成”与啤酒花的对赌目标，业绩只超承诺“一点点”。协议完成后，该公司业绩随即大幅下滑，Wind数据显示，2020年，该公司营收下滑至8.9亿元，扣非净利润跌至-15.9亿元。张美华则在2020年让出了荆州首富的位置。

**亮眼的“业绩”背后是虚假的财务数字。经监管查明，2016—2018年间，新疆同济堂通过虚构销售及采购业务、虚增销售及管理费用、伪造银行回单，累计虚增收入207.35亿元，虚增成本178.51亿元，虚增利润总额24.3亿元。**

2019年，该公司通过虚构业务方式，再次虚增其他业务收入3.86亿元，虚增净利润2.99亿元。同时，新疆同济堂未如实披露重组上市募资金用途。在未经审议程序的情况下，多次向控股股东湖北同济堂投资控股有限公司（下称“同济堂控股”）提供非经营性资金和担保。

上市后的新疆同济堂曾开启多元化布局，营业收入来源从医药批发、医药零售配送等业务扩张到房地产

销售和果蔬制品。该公司旗下控股11家企业，包括同济堂医药等，目前超五家控股企业处于注销状态，多家亏损严重。

4月29日，新疆同济堂选举李军植为公司董事长，李红全为总经理，黄满秀为财务总监。

据悉，李军植为同济堂控股行政总监，李红全为同济堂医药总经理助理，黄满秀曾任同济堂控股财务部副总经理。

新疆同济堂2021年年度业绩预告显示，报告期内，公司预计主营业务收入7.2亿元，净利润亏损2.1亿~1.4亿元，扣非净利润亏损2亿~1.4亿元。

## 国药同济堂：背靠大树好乘凉

相比于新疆系同济堂的一地鸡毛，国药系同济堂的发展之路显得更为顺畅。

贵州同济堂制药成立于2005年，是一家集科研、生产、销售、种植为一体的现代中成药制药公司。据其官网介绍，同济堂是贵州中药行业闻名遐迩的老字号，创建于清光绪十四年（公元1888年）。

2007年3月16日，贵州同济堂制药成功登陆美国纽交所，融资1.2亿美元，成为当时中国本土第一家在美上市的中成药企业。创始人王晓春以37亿元的身家成为贵州首富。

上市仅一年后，因股价表现不及预期，贵州同济堂制药萌生私有化意向。经过4个月筹备，私有化计划因资金问题搁浅。直至2011年，该公司被复星医药（600196.SH；02196.HK）控股子公司复星实业（香港）和Hanmax Investment并购，成为两者全资私有公司，退出纽交所。

2013年5月，中国中药的前身盈天医药签约收购贵州同济堂制药100%的股权，交易对价26.4亿元。同日，盈天医药宣布更名为“中国中药”。同年10月，王晓春任执行董事。

2015年1月，贵州同济堂制药更名为“国药集团同济堂（贵州）制药有限公司”（下称“国药同济堂”）。王晓春也在2017年4月进入中国中药，成为其董事总经理，负责中国中药日常运营。直至今年3月25日，王晓春因个人健康原因辞任。

中国中药是国药集团在港上市平台之一，也是国药集团中药产业板块的核心平台。2013年2月，国药系通过全面要约收购正式入主中国中药，从国药系完成对中国中药收购，再到中国中药计划收购国药同济堂，中间仅间隔3个月。

国药集团的收购步伐并未停止。2016年9月27日，中国中药全资附属子公司冯了性以6090万元收购贵州同济堂中药饮片有限公司。天眼查信息显示，王晓春为该公司的早期负责人。冯了性还以5.1亿元收购王晓春及胡勇控股的上海同济堂药业。

据中国中药2021年年报，公司主营业务包括中药材综合业务、中药配方颗粒、中药饮片、成药产品、中药大健康产品和国医馆综合服务。

国药同济堂是中国中药成药业务板块重点企业，旗下仙灵骨葆胶囊、润燥止痒胶囊、风湿骨痛胶囊等高毛利产品营业额增长明显。上海同济堂也成为中国中药中药饮片业务板块重点企业。■

# “基因测序第一股”贝瑞基因 借壳上市后首次亏损

时代周报记者 杜苏敏 发自广州

在借壳上市的第五年，贝瑞基因（000710.SZ）遭遇首次亏损，这也引来监管关注。

5月5日，深交所下发问询函，要求年审会计师说明贝瑞基因2017年借壳上市业绩承诺期满后，净利润大幅下滑、由盈转亏财务数据的真实、准确性；说明公司医学检测服务、基础科研服务营业收入变动、毛利率水平与同行业可比公司相比是否存在重大差异，基础科研服务毛利率变动较大的原因，并请年审会计师核查并发表明确意见等。

贝瑞基因成立于2010年5月，总部在北京，主营业务为以高通量测序技术为基础的基因检测服务和设备、试剂销售，覆盖生育健康领域、遗传病检测、肿瘤学领域等。借壳上市业绩承诺三年期满，贝瑞基因2020年的净利润就开始大幅下滑，颓势延至今年一季度。

时代周报记者多次致电贝瑞基因，截至发稿，电话始终未能接通。

## 业绩承诺“踩线”过关

2010年，30岁的高扬同几名合伙人创立贝瑞和康公司（贝瑞基因的前身）。创业之初，在生命科学领域浸润多年的高扬就将方向锁定基因检

测技术应用，贝瑞基因是最早将无创产前检测（NIPT）引入国内市场的企业。目前，以NIPT为支撑的医学检测服务，是贝瑞基因的重要收入来源之一。

2016年12月，贝瑞基因宣布作价43亿元借壳\*ST天仪，抢先华大基因（300676.SZ）上市，成为“基因测序第一股”。据业绩承诺，贝瑞基因在2017—2019年，需分别实现业绩金额2.28亿元、3.09亿元、4.05亿元。

2017—2019年，贝瑞基因营收分别为11.71亿元、14.40亿元和16.18亿元，同比增幅分别达27.07%、22.93%和12.35%；并以101.90%、103.41%、98.19%的完成率分别取得了2.33亿元、3.20亿元、3.97亿元净利润，整体完成业绩承诺的100.80%，“踩线”达标。

然而，三年业绩承诺期刚过，贝瑞基因业绩就“变脸”。2020年，该公司实现营业收入15.4亿元，同比减少4.78%；归母净利润2.11亿元，同比大减46.07%。

2021年，贝瑞基因业绩下滑，营收14.22亿元，同比下降7.67%，归母净利润-1.11亿元，同比下降152.60%，为上市后首亏。今年一季度，贝瑞基因再度亏损，营收3.13亿元，同比下降6.41%；归母净利润-1192.84万元，同比下降156.15%。

对于连续两年业绩下滑，贝瑞基

因均将原因归结为受新冠肺炎疫情影响，指医院相关科室限流，导致公司医学检测类服务收入增速下降。

**实际上，贝瑞基因医学检测服务收入在2019年就已明显下滑。2019—2021年，贝瑞基因医学检测服务收入分别为6.44亿元、5.98亿元和5.07亿元，分别同比下降16.12%、7.13%和21.96%。**

同业对手华大基因的表现则稳定得多。2019—2021年，华大基因生育健康基础研究和临床应用服务营收分别为11.76亿元、11.78亿元和11.92亿元，同比增速分别为11.56%、0.12%和1.24%。

## 被嘲贸易公司

贝瑞基因收入主要包括基础科研服务、医学检测服务、试剂销售、设备销售和其他业务几个来源。近年，贝瑞基因试剂和设备销售收入占总营收比重达30%以上，毛利率逐年递减。2019—2021年，贝瑞基因试剂销售的毛利率分别为73.15%、52.46%和54.04%；设备销售的毛利率分别为25.22%、10.93%和9.62%。

贝瑞基因主要试剂设备供应商为Illumina，是美国基因测序龙头企业。2021年年报显示，贝瑞基因主要向Illumina采购测序仪部件及部分测序试剂原料，2019—2021年采购金额分别为4.57亿元、4.83亿元、

6.68亿元，占当期采购总额35.27%、36.03%、58.79%。

不少投资者对大量的设备、原料采购数额表示质疑。有投资者直言，“要不是看公司生产人员有500多人，我还以为是贸易公司”。

对与Illumina的合作，贝瑞基因表示，公司与其保持稳定业务合作关系，能及时享受Illumina前沿基因组学科技红利，助力公司不断扩展上游领域业务布局。

此次，深交所还要求贝瑞基因结合与Illumina的合作模式、设备销售业务毛利率较低等情形，详细说明企业在设备产品制造过程中承担的具体环节，设备销售业务是否属于贸易类业务。

贝瑞基因在北京、上海、重庆、福州、香港等多地设立医学检验实验室。贝瑞基因曾作为福州市新冠病毒核酸检测主要承接方，日检测量超1万人次，并在当地推出“移动式核酸检测实验室”，为全市8000余家企业团体提供检测服务，总检测量超30万份。

4月28日，贝瑞基因回答投资者提问时提到，正全力承接北京等地的核酸检测服务。不过，当前检测机构众多，市场竞争激烈，贝瑞基因想凭借新冠核酸检测业务实现逆袭，难度不小。

5月6日，贝瑞基因收报13.79元/股，涨2.83%。■

24.3

亿元



21.96

%





# 白酒新帅时代 五巨头短兵相接

时代周报记者 黄嘉祥 发自深圳

白酒五大巨头齐齐换帅，各大掌门人交出首份成绩单。

在丁雄军掌舵下，贵州茅台（600519.SH）2021年营收突破千亿元大关，2022年一季度更是杀入五粮液（000858.SZ）称霸的千元价格带。

暗战一触即发，五粮液不甘落后，换帅不久便将核心产品——第八代五粮液（下称“普五”）零售价提高至1499元，与飞天茅台官方指导价持平，还发力2000元以上高端白酒市场。

白酒双雄暗中较劲，行业第三的竞争白热化。

洋河股份（002304.SZ）虽稳居探花已久，但泸州老窖（000568.SZ）和山西汾酒（600809.SH）均虎视眈眈，两家酒厂新帅上任之后，纷纷喊出“十四五”末期挤入行业前三的口号，追赶势头不容小觑。

泸州老窖虽营收规模不及洋河，但2021年净利润已实现反超；袁清茂掌舵山西汾酒后，2022年一季度营收突破百亿元大关，超越泸州老窖，也逐渐拉近与洋河股份的距离。

洋河股份打起探花保卫战，张联东掌舵以来，改革大刀阔斧，带领洋河“二次创业”，从交出的2021年年报和2022年一季报来看，洋河已恢复增长势头，保住探花之位。

不过，在未来白酒探花的竞逐中，谁能最终胜出，三家酒厂新帅的考验才刚开始。

## 老大老二暗中互搏

2021年8月底，丁雄军空降茅台。新帅上任，茅台改革新政持续落地，通过取消拆箱政策、加大投放力度、推出茅台新产品、重启电商平台“i茅台”、增加直营等措施，减少销售环节，降低飞天茅台炒作热度，强化控价权。

茅台与五粮液的新一轮竞争也正式开启。2022年年初，茅台推出系列酒新品茅台1935，填补了茅台在千元价格带的空白。丁雄军提出，要让茅台1935在千元级产品中成为台柱。

茅台入局千元价格带，首当其冲的便是五粮液。上市仅一个季度，茅台1935便站稳千元价格带，批价已超1300元，增长势头不容小觑，而五粮液普五批价依旧在千元。

2022年一季度，茅台系列酒实现收入32.28亿元，同比增长29.71%。中金公司认为，系列酒增长较快主要系茅台1935贡献增量收入。

日前，贵州茅台代总经理李静仁在2021年度及2022年第一季度业绩说明会上表示，茅台将尽最大的可能释放茅台1935基酒产能，尽最大的可能调动生产、包装资源。

推动茅台营销体制改革叠加布局千元价格带，丁雄军接连交出了两份超出市场预期成绩单。2021年，贵州茅台营收1061.9亿元，同比增长11.88%；实现净利润524.6亿元，同比增长12.34%。2022年一季度实现营收322.96亿元，同比增长18.43%；净利润172.45亿元，同比增长23.58%，超出此前预期的19%。

财报显示，2022年一季度，茅台直销渠道（自营渠道）实现收入108.87亿元，同比增长127.88%。这也是茅台直销渠道收入占比首次超过三成，达33.71%，创历史新高。

相比茅台业绩提速，五粮液虽然保持双位数增长，但增速有所放缓。五粮液2021年实现营业收入662.09亿元，同比增长15.51%；净利润233.77亿元，同比增长17.15%。2022年一季度实现营业总收入275.48亿元，同比增长13.3%；实现归母净利润108.23亿元，同比增长16.1%。

在茅台入局千元价格带之际，五粮液集团于今年2月完成换帅，曾从钦从李曙光手中接过五粮液的掌印，升任为五粮液集团董事长。换帅仅一个月，五粮液将普五的建议零售价从1399元/瓶上调至1499元/瓶，与飞天茅台官方指导价看齐。



日前举办的五粮液业绩说明会上，投资者追问，茅台1935和国窖1573将对五粮液长期业绩带来多大的影响？

对此，曾从钦回应，公司普五在千元价位带具有明显的市场领先优势，公司将坚持办好自己的事，继续充分发挥五粮液的品牌优势、品质优势、渠道优势等，不断强化对高端消费群体的培育，不断提升顾客的美誉度和忠诚度。

面对五粮液等酒企提价，飞天茅台在提价上却迟迟未见动作。“飞天茅台酒4年没提价，茅台到底有没有定价权？如果没有，定价权在谁手里？”一位投资者在茅台业绩会上尖锐发问。

贵州茅台董事长丁雄军回应，定价权就在市场手上。茅台将进一步理顺营销体制改革、产品带和价格带，通过实施一系列改革措施，最终茅台一定会回归到商品属性，茅台价格会由市场说了算。

茅台杀入千元价格带，五粮液则主动出击布局2000元价格带，而这一价格带正是由飞天茅台牢牢占据。

2020年9月，五粮液推出市场零售定价2899元/瓶的经典五粮液，发力超高端市场。五粮液在年报中表示，2021年，经典五粮液完成了高地及重点市场选商及前期试销工作，并进入市场全面布局和正式销售阶段。

曾从钦在业绩会上表示，今年公司在传统渠道对经典五粮液全面实施配额制，充分体现了经销权、投放量的稀缺性，市场信心进一步提升。这亦有对标飞天茅台的意味，中国酒业采用配额制的集大成者，正是茅台。

业内人士对时代周报记者分析，经典五粮液在定价上比肩飞天茅台，既是与茅台在2000元以上价格带展开竞争，也是为了拉开与其他千元价格带竞品的差距，以此进一步拔高品牌力，但经典五粮液想要真正比肩飞天茅台，难度非常大，破局不易。

“老大不好当，老二也不好当，当过老大的老二更不好当。”五粮液集团前董事长李曙光4年前讲的这句话，依旧适用于当下。

## 探花之争空前激烈

相比茅台与五粮液双雄暗中较劲，白酒的探花之争则更为激烈。

白酒江湖中，茅台与五粮液双寡头格局已定，洋河股份虽稳坐“老三”的位置多年，但挑战者不少，尤其是在洋河2019—2020年深度调整之际，泸州老窖与山西汾酒多次喊话挤入前三，这一目标在“十三五”期间落空，两者换帅之后，均提出在“十四五”末期完成该目标。

2021年，洋河股份固守多年的白酒探花之位出现了松动。这一年，泸州老窖迈进200亿元白酒俱乐部行列，实现营业收入206.42亿元，同比增长23.96%；净利润79.56亿元，同比增长32.47%。虽然营收规模不及洋河股份的253.5亿元，但净利润已超过洋河股份的75亿元。

排名第五的山西汾酒2021年营收虽不及泸州老窖，但2021年营收增长42.75%至199.7亿元，距200亿元仅一步之遥。

风水轮流转。袁清茂自2021年12

月下旬掌舵汾酒以来，山西汾酒2022年一季度实现营收105.3亿元，同比增长43.62%，归母净利润37.10亿元，同比增长70.03%，营收与净利润均反超泸州老窖。

泸州老窖于今年3月换帅，泸州老窖股份公司董事长刘淼晋升为泸州老窖集团董事长，由此成为泸州老窖集团和股份公司一肩挑的“双料”董事长，但其交出的一季度成绩单不尽如人意。财报显示，泸州老窖2022年一季度实现营收63.12亿元，同比增长26.15%；净利润28.76亿元，同比增长32.72%。

在泸州老窖与山西汾酒追赶下，作为守擂者的洋河股份压力着实不小。

2021年年初，洋河股份迎来新的掌门人，张联东出任公司董事长。他在2021年5月召开的2020年度业绩网上说明会中称，洋河股份“十四五”期间将保持持续稳健增长，有信心、有决心继续保持行业前三的位置。

张联东上任之后，带领公司进行了新一轮改革，调整组织架构、推动股权激励计划落地、产品升级换代、打造洋河增长新曲线，开启洋河股份“二次创业”，其交出的成绩单也超出市场预期，洋河股份重新恢复增长的势头，稳住了行业前三的位置。

财报显示，洋河股份今年一季度实现营业收入130.26亿元，同比增长23.82%；净利润49.85亿元，同比增长29.07%。营收规模和净利润均高于山西汾酒和泸州老窖。

追兵穷追不舍，洋河股份选择主动出击，为营销团队增添狼性。

“我们要始终保持弓满弦、剑出鞘的进击姿态，面对竞争对手，一定要敢于‘亮剑’，以‘敢与强者比高下’的魄力，面对挑战，抢占市场。”张联东在今年2月举办的洋河股份营销动员誓师大会上说，敢于亮剑的团队必然是有狼性的团队，要迎难而上、化危为机。

时代周报记者从洋河股份获悉，日前，洋河股份发布了《洋河股份关于进一步推进深化改革的意见》，涉及营销、品质、管理、团队等方面，是一项长期的、系统的、复杂的工程；要求洋河股份着力解决影响企业源动力、竞争力、执行力和凝聚力等问题与矛盾。

经历几年高速追赶后，在疫情反复的情况之下，泸州老窖与山西汾酒均降低了2022年的经营目标。泸州老窖表示，2022年力争营业收入同比增长不低于15%，山西汾酒则力争营业收入较上年度增长25%左右；洋河股份今年经营目标是实现营收同比增长15%以上。

竞逐探花之位，三大酒厂亦有各自隐忧。袁清茂曾用八个字形容汾酒处境，“不进则退、慢之则亡”。当下的汾酒仍缺乏全国性超级大单品，全国化也面临考验。

泸州老窖虽在高端市场地位稳固，却过度依赖涨价，今年一季度已掉队。

洋河股份在千元价格带的竞争力仍然有待增强，张联东曾坦言，洋河股份的业绩中包揽大头的依然是中端产品，真正的高端线没有市场话语权。

2022年一季度竞赛落幕，白酒探花之争仍在继续，这是一场持久战，谁也不敢再犯错。

# A股再掀上市公司 回购潮

时代周报记者 邓宇晨 发自广州

4月最后一个交易日，A股回勇。

4月29日，A股全线反击，三大指数集体上涨。沪指上涨2.41%，报收3047.06点；深成指上涨3.69%，创业板指上涨4.11%。市场成交额超9500亿元，上涨股票数量超4400只，其中超过300只个股涨停。行业板块全线飘红，教育、软件、电子化学品行业领涨。

弘扬投资管理董事长余少波在接受时代周报记者采访时表示，从历史经验看，3000点附近的机会远大于风险。A股经过大幅调整，估值已在低位。

2021年年报和2022年一季报披露进入尾声，不少上市公司成绩表现亮眼，叠加回购热潮持续释放利好，市场信心正在逐步恢复。

4月11日，国务院国资委、全国工商联联合下发《关于进一步支持上市公司健康发展的通知》提出，支持符合条件的上市公司为稳定股价进行回购，依法支持上市公司通过发行优先股、债券等多种渠道筹集资金实施股份回购。

“回购对股市有一定积极影响。上市公司真枪实弹买入股票，效果未必立竿见影，但有助于市场稳定。”余少波在接受时代周报记者采访时表示。

据Wind数据，截至4月29日收盘，沪深两市共有468家上市公司在2022年进行了回购操作，总计26.5亿股，回购金额总计297.1亿元。其中，恒力石化（600346.SH）、顺丰控股（002352.SZ）、迈瑞医疗（300760.SZ）回购金额排名前三，分别为17.13亿元、15.06亿元和9.99亿元。

而在计划回购的上市公司中，宝钢股份（600019.SH）、京东方A（000725.SZ）和中国联通（600050.SH）分别以39亿元、35.98亿元、26.2亿元的预计回购金额排名前三。

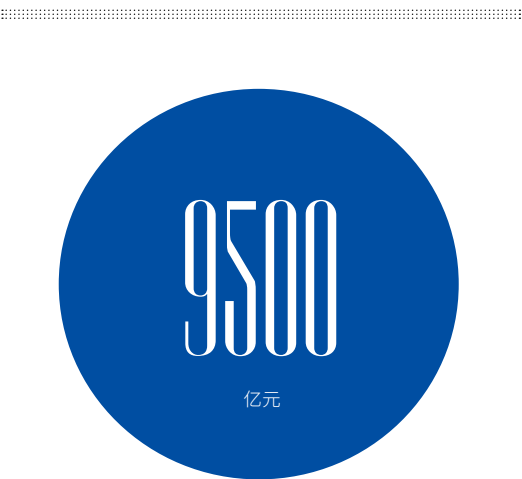
A股回购热潮也刺激了心急的投资者，不少投资者在互动平台留言，建议上市公司回购股份。也有上市公司明确没有回购计划。投资者在互动平台向华锦股份（000059.SZ）建议：“公司账上有那么多现金，希望公司能回购！”华锦股份回复，目前没有相关计划。

从2018年股票回购新规发布以来，A股回购规模大幅增长。2018年四季度到2019年三季度，A股也曾掀起回购潮。

余少波认为：“与上轮热潮相比，这次回购资金体量更大，覆盖公司更广，持续时间也更长。”

方正证券研报指出，股票回购主要集中于市场阶段性底部或者行业下行区间。在短期内，回购对股价影响较小，在不考虑预案发布日当日涨跌幅的影响下，上市公司发布回购预案后，短期内对股价影响较小。不过长期来看，回购对股价有支撑作用。半年后、一年后分别达到5.09%、13.18%的平均收益，一年后形成5.27%的平均超额收益。

方正证券还分析，低估值公司在回购预案发布后股价上行幅度更大，且短期内走势要好于高估值公司。市盈率分位数位于0%～10%区间内的上市公司，回购预案发布后持续获得正超额收益，且收益远高于其他估值区间。



A股全线反击，三大指数集体上涨。沪指上涨2.41%，报收3047.06点；深成指上涨3.69%，创业板指上涨4.11%。市场成交额超9500亿元，上涨股票数量超4400只，其中超过300只个股涨停。





# A股年报季 有人欢喜有人愁

时代周报记者 何明俊 发自广州

2021年财报已披露完毕，A股4803家上市公司“有人欢喜有人愁”。

除个别公司延期披露之外，A股共有4792家上市公司披露了2021年财报数据。

据中国上市公司协会数据，2021年，上市公司营业总收入占全年GDP总额的56.81%，全市场新增上市公司524家，年末公司数量增长至4682家，总市值96.53万亿元，规模稳居全球第二。

同花顺ifind数据显示，2021年，以扣非归母净利润为筛选指标的4792家上市公司中，共有3837家上市公司实现盈利、955家上市公司亏损。其中，苏宁易购（002024.SZ）以446.68亿元亏损成为A股“亏损王”；华夏幸福（600340.SH）以329.49亿元亏损位居第二；正邦科技（002157.SZ）与中国国航（601111.SH）亏损额分别为180.68亿元、170.56亿元，分列第三和第四。

此外，温氏股份（300498.SZ）、中国东航（600115.SH）、南方航空（600029.SH）、华能国际（600011.SH）、上海电气（601727.SH）、蓝光发展（600466.SH）和\*ST海航（600221.SH）均亏损超过100亿元。

时代周报记者注意到，亏损百亿元以上的上市公司中，航空、房地产及生猪养殖等板块的上市公司占比较高，成为2021年的“亏损重灾区”。

2021年，苏宁易购实现营业收入1389.04亿元，同比下降44.94%；归母净利润为-432.64亿元，同比下降912.11%；扣非归母净利润-446.68亿元，同比下降556.23%。

苏宁易购年报称，2021年在多

重综合因素之下，公司经营出现较大波折。

2021年年初，苏宁易购即明确要聚焦零售主赛道，快速调整亏损业务，以效率效益为发展和管理原则。但二季度开始，公司受流动性影响压力显现，采购结算资金支付发生困难，商品库存规模急剧下降至历史低谷，经营出现停滞。除苏宁易购外，亏损幅度较大的上市公司多受到行业和整体环境的影响。

房产企业华夏幸福表示，受宏观经济环境的、行业环境、信用环境叠加多轮疫情影响，2020年四季度以来公司面临流动性阶段性风险。

财报数据显示，2021年，华夏幸福实现营收431.81亿元，同比下降57.33%；归母净利润-390.30亿元，同比下降1164.79%。此外，同样身处房地产行业的蓝光发展（600466.SH）、阳光城（000671.SZ）等企业均出现不同程度亏损。

中泰证券研报观点认为，守住不

发生系统性风险底线放在“房住不炒”之前，体现了货币政策或具有进一步宽松空间。同时，政策已在释放积极信号。供给端，优化商品房预售资金监管，有利于缓解部分房企流动性压力；需求端，支持改善型住房需求下，因城施策覆盖的深度和广度有望持续扩展。

航空业的情况也不乐观。2021年，中国国航大幅亏损170.56亿元、中国东航亏损135.41亿元、南方航空亏损126.30亿元，已披星戴帽的\*ST海航亏损107.01亿元。

东方证券研报指出，航司现金流压力加大，疫情以来全行业累计亏损达到2111亿元，航司资产负债率普遍大幅提升至80%左右。极端假设各航司飞机全部停场，测算三大航平均单机日综合支出15万元左右，对应全行业每月170亿元左右的现金流出，对于小航司而言现金流压力巨大。

尽管部分上市公司业绩表现不佳，但体量大如工商银行等行业龙

头，业绩表现依然优异。

财报显示，工商银行2021年营收9427.62亿元，归母净利润3483.38亿元，扣非归母净利润3458.99亿元。

据同花顺iFinD数据，扣非归母净利润在1000亿元以上的7家上市公司分别是工商银行、建设银行、农业银行、中国银行、招商银行、中国移动和中国平安；而扣非归母净利润在500亿元水平以上的上市公司，则从银行板块扩展到保险、“三桶油”和白酒龙头贵州茅台。

民生证券研报指出，热门板块景气度超预期的难度正在逐渐加大，而以煤炭为代表的中上游周期板块则体现了业绩的强韧性。

据时代周报记者了解，原材料价格正逐渐演变为2022年各企业业绩影响的关键因素。

有投资人士表示，原材料价格维持高位导致产业链利润持续向上游集中，2022年中下游环节盈利能力将持续承压。■



-100  
亿元



## 帮助资本市场 更好理解企业

ESG咨询 / 信披咨询 / IPO咨询



公众号  
时代投研



公众号  
董秘攻略



CULTURAL TOURISM  
文旅

ESTATE  
地产

CONSUMPTION  
消费

AUTOMOBILE  
汽车

TECHNOLOGY  
科技

THE TIME WEEKLY  
时代周报

TIME INDUSTRY  
产经

专业视角洞悉产业变革



21 | 明星跨境电商陨落

时代周报记者 赵佳琪 袁媛  
发自北京

王石出现在公众场合的次数越来越频繁。而每一次现身，都离不开一个词：“双碳”。

最近一次是在2022年4月27日，由联合国计划开发署（UNDP）与联合国环境规划署（UNEP）联合举办的《“斯德哥尔摩+50”中国利益相关方对话会》上，王石作为中国企业的代表进行发言，“行业之间联合起来、开展合作，有利于企业更好地进行战略布局，有利于激发创新，打造影响力”。

事实上，就在不久前，王石再创业的消息，曾一石激起千层浪，引起巨大舆论关注。

作为“宇宙房企”万科曾经的掌门人，王石于2022年将他一手打造的深石收购企业有限公司（以下简称“深石收购”）送向了港交所，这是他第二次踏足港交所大门。

招股书显示，深石收购成立于2021年5月31日，注册地为开曼群岛，公司旨在与一家或多家企业进行合并、股份交换、资产收购、股份购买、重组或类似的业务合并，称之为特殊目的收购公司并购交易（SPAC）。目标的方面，招股书显示，拟专注于绿色技术和环保消费品与服务。

作为香港市场申请发行的第一家“碳中和主题”SPAC，这一举动被多数人认为是王石老骥伏枥，蛰伏4年后，于71岁再次重出江湖创业。

然而，深挖王石多年动向及其背后的深石集团，却发现，这可能并非王石刚刚涉足“双碳”，而是源于他对于气候变化的关注、已经持续了近20年的筹谋。

4月21日，王石在接受时代周报记者独家专访时谈到，2020年9月，中国提出力争2030年碳排放达到峰值、2060年实现碳中和，这样的定调，切中了自己的“筹谋”。

王石本人是资深环保人士，万科内部接近他的员工曾对时代周报记者表示，王石从不用纸杯，全部使用随身携带的水杯；同时，他更是对于企业的绿色可持续发展有着长达近20年的追求。

“他是一个能把情怀与商业很好结合在一起的商业领袖。”深石集团旗下投资平台——深石资本首席执行官张天对时代周报记者谈道。据记者深入了解发现，深石资本正是由王石发起成立的专门布局碳中和领域的投资平台。

“你如今还是个理想主义者吗？”面对记者这样的提问，王石毫不犹豫地给出了肯定的答案。这样的情怀，让不少媒体把如今的王石和褚时健联系在一起。

王石曾说：“当年拜访褚时健，就像拜访神一样。”

“烟草大王”褚时健是一代商业传奇人物。2002年，已经74岁高龄的褚时健和爱人马静芬到哀牢山承包了一万多亩土地，种下第一批冰糖橙，并将其命名为“褚橙”。“人生总有起落，精神终有传承。”这是褚橙官网上的那句LOGO，而这似乎也成为了王石开启新篇章的注脚。

“中国企业气候行动的代表与推动者”，或许这才是王石如今最准确的标签。

思索：20年“绿色发展”危机意识

2009年，王石第一次站在哥本哈根全球气候大会的演讲台上。彼时，他由于带领万科成为中国最具代表性的“绿建”房企，而受到联合国的邀请，



# 专访王石：我还是那个理想主义者

代表中国近100家企业进行发言并发表《北极宣言》。

“《京都议定书》并没有给发展中国家有任何减碳的硬性指标，所以当时中国企业做减碳方面的尝试，都是自愿的。当时万科在绿建方面的成绩，引起了联合国环境署的注意。”王石对时代周报记者谈道。

正是由于这样的契机，让以王石为代表的中国企业界，站在了全球气候大会的舞台上，向全世界展现了中国企业家这个群体，对全球气候的关注及减碳决心。

万科走上“绿建”这条路，与王石热衷于登山不无关系。海明威《乞力马扎罗的雪》一书中写道：“雄伟高耸，在阳光下白得令人难以置信，正是乞力马扎罗山方形的山顶。”这样的描述曾令王石心向往往。然而2002年，怀揣着憧憬的他登顶非洲乞力马扎罗山，却没有看到一片雪花。

“我是一个探险爱好者，也是大自然爱好者，所以对这个现象非常敏感。”王石对时代周报记者说道。

随后，王石查阅了相关资料，发现气候变化的重要原因是森林的消失，而消耗森林的大户，就是房地产行业。后来，王石在一次演讲中发布了一组数据，中国是世界上最大的木材需求国，其中10%进口木材最终进入建筑工地。

王石在2021年格拉斯哥气候大会上发言时曾提到：万科是中国第一大地产公司，也就是说，如果我做出改变，可能会对气候变化，产生明显的正面作用。”

“万科项目大量使用木材，所造成的浪费可能会为万科的发展埋下巨大的雷。”一位接近王石的人士向时代周

报记者透露。在巨大的危机意识的驱动之下，王石正式开启了环保之路。

2003年，王石提出“像造汽车一样造房子”，自此，万科开启住宅产业化。住宅产业化可以提高住宅的整体质量，降低成本，降低物耗、能耗，但在前期，需要不少成本投入。彼时，正是房企拿了地就可以躺着赚钱的时代，不少人质疑王石“多余”的选择。但在王石看来，要着眼于未来。

“万科规模庞大不好调头，绿建只是多费些精力且少赚点利润；未来，这会成为万科的核心竞争力。”王石向时代周报记者分析道。

在王石的带动之下，万科成为最早做“绿建”的房企之一。2007年，万科发布其首份企业社会责任报告，明确将环境及社会责任列为主要议题；2009年，万科落成的新总部大楼引入国内第一个LEED白金认证。

如今历经19年，王石所倡导的“工业化住宅”正在被各地政府关注；而从2009年至今，王石本人持续13年成为全球气候大会的常客。“20年的环保历程，从代表100家企业到100万家企业，终于在2020年听到中国政府对全世界宣布‘双碳’目标，不做这项实业，我对不起自己。”王石甚至认为，“双碳”经济成为了他生命中新的重点。

呐喊：号召更多企业行动起来

如今的王石，在世界眼中，早已褪去成功地产商的头衔，而成为摇旗呐喊的“环保”人士。只是，王石的呐喊不仅仅停留在自身的影响力，更倾向于通过商业来实现。

事实上，除了在商业上把万科打造成“绿建”房企标杆，这些年王石参与过的环保及绿色公益项目并不少。

2004年，王石和一众企业家发起成立阿拉善SEE生态协会，致力于资助和扶持中国民间环保NGO的成长；2016年，王石联合行业协会与房企发起“中国房地产行业绿色供应链行动”，将环境保护和资源节约的理念贯穿于整个房地产行业，推动上下游供应链都参与进来；从万科退休后，王石还一直在自己的抖音宣传环保。

在王石看来，减碳不能只停留在公益和口号上，也需要找到一种商业模式去实现。

有一个重要的节点，是被王石反复提及的。2015年巴黎气候变化大会上，《联合国气候变化框架公约》近200个缔约方达成《巴黎协定》，被认为是继1992年《联合国气候变化框架公约》、1997年《京都议定书》之后，人类历史上应对气候变化的第三个里程碑式的国际法律文本，形成2020年后的全球气候治理格局。

“大众一般都会认为绿色发展更多的是‘公益’属性，但当绿色技术和商业结合在一起时，它们创造出了一种‘低碳经济’，通过商业手段，才能实现可持续的绿色发展。”王石对时代周报记者谈道，“也就是从2015年起，我开始更多地关注商业的整合机会、技术的整合机会，并号召更多企业一致行动起来。”

2016年4月22日，中国签署《巴黎协定》。王石意识到，一场自上而下的减碳革命，就要在中国展开了，这也给他带来了更多行动上的曙光。

“从巴黎气候变化大会回来之后，我在万科公益基金旗下，发起了大道基金，旨在融合中国绿色低碳经济，平时的主要任务就是联络中国相关企业，帮助和引导他们发展环保生态、绿

色低碳。”王石对时代周报记者回忆。

“企业可以发挥更为重要的作用了。”当时的王石已经敏锐地意识到，中国将迎来真正的“碳经济”时代。

而另一个重要的节点是在2020年9月第七十五届联合国大会上，中国宣布力争 2030 年前二氧化碳排放达到峰值，努力争取 2060年前实现碳中和目标。

“这一次，我真正意识到，中国的‘双碳’经济时代正式来临了。”王石对时代周报记者说，这意味着，碳中和的商业化可以正式提上日程。

探索：实现“没有短板”的碳中和

“双碳”已然成为国家目标，再加上20年的“绿色发展梦”，让王石彻底明确了未来的方向。然而如何切入，这是最关键也是最难的问题。

在业内人士看来，王石近期的一系列亮相，让其20年的“筹谋”逐渐浮出水面；而他所推动的“中国企业关注全球气候发展”，及落实企业减碳的路径，也逐渐清晰起来。“实业+金融”，似乎让王石看到了一条可行的路。

虽进入了碳中和这个全新的领域，但王石并没有放弃自己的老本行。“城市碳中和的场景是复杂的，资源整合能力非常重要，所以我运用实业加金融投资的方式，为优秀的企业和技术提供土壤。”2022年4月23日，王石在《联合国影响力投资及可持续发展年度论坛》大会的发言中说道。

张天曾在一次“双碳”投资者圆桌会议上表示，深石团队会从最擅长的建筑赛道和城市场景入手。在这个赛道，有一横一纵两个方向：横向上，对现有社区及建筑的改造，成立专门的“碳中和社区”团队，打造场景层面的碳中和；纵向上，关注从新材料、新能源到建筑科技、智能化的城市运营等。

“从区域、建筑、交通、居民等各维度来说，碳中和是一个不能有短板的事情，需要实现整体的融合。我们目前正在做的事情，就是通过投资企业和投资项目的结合，来为城市场景碳中和探索可能性和可行性。”张天说。

目前，深石主要分为投资团队和实业团队。实业团队正在将社区变为样本，为未来扩大到城市做准备。

在王石看来，这需要动员三种力量。第一，需要对生产方式进行改变，同时号召更多中国企业做出同样的改变；第二，需要对人们的生活方式和理念进行改变，在社区零废弃、减少浪费和循环经济方面做铺垫；第三，整合资源，为优秀的企业和技术提供土壤。

“实际上，我组织的商业创造团队，将会在今年的COP27大会上，展示一个碳中和社区案例，即深圳大梅沙万科中心。该中心建造完成于2009年，是一个集办公、会议、展览为一体的多功能建筑。”王石对时代周报记者透露，这个项目在建成时，已经达到了美国LEED标准的白金级认证，其中绿色能源占比18%，碳排放量929吨/年，按照当下中国城市建筑的高质量标准仍然是领先的。

万科荣誉主席办公室主任王唯唯对时代周报记者介绍说，该项目正在经历新一轮改造，预计2022年5月开工、10月完工，完工后的项目可再生能源利用率将达到82%，碳排放量降低91.6%，低至78吨/年。“项目改造名称被称为‘生物圈三号’。”

“这个样板只解决了一个社区的‘近零碳化’，但社区是个小城市，城市是个大社区，这个模式走通了，我们就能够为中国的碳中和社区、碳中和和城市提供一个可行的模式和方法。”王石说道。■



# 3D还原古建筑“00后”斜杠青年用游戏创业

时代周报记者 郑栩彤 齐鑫  
发自广州 上海

对许多“70后”“80后”甚至“90后”来说，或许直到看见电竞成为2022年杭州亚运会竞赛项目，才对游戏印象开始改观。

过去很长一段时间，很多人将游戏与娱乐，甚至不务正业画等号。但在以“00后”为代表的这届年轻人眼中，游戏早已成为一个成熟产业，它可以是爱好、娱乐，也可以是副业、工作甚至理想。

《2021年中国游戏产业报告》显示，2021年，中国游戏市场实际销售收入2965.13亿元，同比增长6.4%，国内游戏用户规模达到6.66亿。在即将于今年召开的杭州亚运会上，电子竞技首次作为正式比赛项目，成绩将计入国家奖牌榜。

“我希望通过游戏的形式，让更多人学习并传播传统文化。”“00后”的陈泽林，眼下还在上大学，但对游戏，他已有自己的观察与想法。

在新一代年轻人中，像陈泽林这样的不在少数。近日，时代周报记者采访了包括陈泽林在内的3名年轻“游戏人”，他们思维开放、敢想敢做，希望挖掘游戏在娱乐之外的更多属性。

## 用游戏做古城“元宇宙”

陈泽林自小喜爱艺术，但进入大学，他没能选择艺术相关的专业。

一年前，刚读大一的陈泽林在学习之余，开始将更多精力投向爱好，逐渐走出一条“以游戏创作还原传统建筑”的路径。

“我跟同学聊天，发现很多人对我家乡潮州的认知仅限于食物，而不知道历史背景。这是一个导火索，我开始用游戏《我的世界》建造潮州古城。”陈泽林说。在游戏中建造的潮州古城被做成视频，由广东共青团B站账号发布。

在B站上，该视频播放量达到8.7万，而这仅是开始。此后，陈泽林加入一个名为新式创筑的团队，并成为该团队的负责人。把古城做成系列后，团队接到越来越多来自博物馆、地方文旅局、企业等的合作订单，不少机构希望古建筑以视频等形式呈现。

与泉州市文旅局合作的古城项目，陈泽林印象深刻，该项目的视频成



《2021年中国游戏产业报告》显示，2021年，中国游戏市场实际销售收入2965.13亿元，同比增长6.4%，国内游戏用户规模达到6.66亿。在即将于今年召开的杭州亚运会上，电子竞技首次作为正式比赛项目，成绩将计入国家奖牌榜。

品全网播放量达到600万。

“一大困难在于，泉州位于古代海上丝绸之路，一些建筑结构在后期增加，前后不一致。虽然合作方提供了建筑资料，但项目还是由五六个人一起做了1个多月，团队成员去古城考察近20次，有时去一趟只能完成1个部位搭建。”陈泽林说，接下如此规模的项目难度很大，他和团队成员联系了很多研究机构，拜访了建筑、文史、园林专家，争取呈现建筑的日常功能和文化内涵，在画面中表现精气神。

看似简单的游戏创作，实际操作中却颇耗精力。在家乡潮州古城的项目中，陈泽林利用课余时间学习传统建筑知识并创作，经常熬夜到凌晨两三点，仅开元寺大雄宝殿，他便前后共做了7个版本。

如今，该项目也接到商业合作，陈泽林计划在镇海楼、潮州府衙等复原建筑之外，呈现古代潮州城全貌，或将在今年暑假以VR形式体现。

创业过程中，陈泽林也与家乡产生了更深的连结。“拜访潮州一位图书馆馆长时，馆长很激动，他期待年轻人能把传统文化传承下去。”陈泽林回忆。来自专家、观众等的肯定，让他更加肯定所做之事的价值。此后，他和团队进一步扩展了魅力佛山、八路军西安办事处旧址、揭阳古城等项目，呈现形式包括全景体验视频。

目前，来自各方的合作收益，已能支付团队几名固定成员的工资，陈泽林也能承担自己的生活费和学费。但还在上学的陈泽林坦言并不着急成立公司。“我们的初衷是带领更多人学习

并传播传统文化，起到引导作用。”

陈泽林说，团队在几个固定成员外，更多外部成员通过线上协作的方式参与3D古建筑复原。目前外部成员包含机械工程、播音等不同专业的大学生，已有数十名，其中“00后”居多。最年轻的一名创作者是福州人，还在上初中一年级，已经用《我的世界》做出很多福州当地古建筑。

## 游戏是爱好也是工作

有人通过游戏实现理想，也有人把游戏玩成工作。

从小就喜欢游戏的李桦是名准“00后”，今年大学毕业后，他进入到一家游戏厂商开发游戏。

“游戏是成熟商品，业内大厂有强大的现金流。能赚钱，意味着职业发展前景比较好。”李桦表示，这是自己选择入行的主要原因，为此他拒绝了专业更对口且薪资不错的offer。

令李桦没想到的是，随后互联网公司普遍开始业务调整，裁员消息层出不穷，游戏业还经历了未成年人保护加严、精品化趋势加快等变化。

“应届生能力相对较弱，我完全不敢躺平，生怕绩效低，被列入裁员名单。”李桦明白，不论是游戏还是其他互联网产品，优胜劣汰都在加快。要赶上游戏精品化潮流，应届生需要跑得更快。

近几个星期，李桦下班后频繁加班、学习，不断翻阅公司内部学习资料。“打码”打得更快，对游戏引擎了解更深，但这还远远不够。近1年来，实际工作颠覆了李桦的认知，在理想和现实之间，他还在修炼。

作为打了近20年游戏的资深玩家，李桦想象中的游戏开发是团队往同个目标进发，做一款有趣的作品。“比如有沉浸感、厚重感或故事精彩，总之可称得上是文化作品。”

但实际上，大厂分工相当细化，整个生产链条由策划、程序、测试、美术、产品等职能组成，员工极度功能化，团队能把控游戏方向的人少之又少，方向又经常修改。

“有时我觉得方向不错，工作很有热情。过段时间发现方向改了，工作起来索然无味。”李桦说。“游戏是商品，不是艺术品”“吃饭（赚钱）是吃饭（赚钱），玩游戏是玩游戏”是近一年来李桦最深的感悟。

尽管如此，李桦依然不希望只做

一颗没有想法的螺丝钉，也不愿为了赚钱做“换皮游戏”。要在理想和现实之间找到平衡，唯一的方法就是“卷”赢别人，成为行业里能挑项目的强人。

“越来越多招聘会写明游戏内容，招既有热情又有能力的员工。我先在大厂磨练，以后也想去这样的项目组。”李桦说，现在，他正有意愿接触业内优秀的游戏，以行内人的视角分析故事走向和技术实现，默默修炼。

## 把游戏当副业

与李桦一样，同样是准“00后”的王归胜也将游戏视作一个成熟产业，并从中赚取利润。13岁开始，王归胜便玩《地下城与勇士》（下称“DNF”），现在，这款游戏已成为他的副业。

通常，王归胜会在每天结束全职工作后开始这项副业，方式是参与游戏日常活动等获取游戏币，再通过交易平台卖出去获利。

“每天获取游戏币的数量比较随机，要看运气，折算下来1天打8小时，1个月能赚近2000元（人民币）。”王归胜说，这笔钱虽不多，但也能补贴自己部分日常开销。

根据王归胜的经验，想通过玩游戏赚钱，需要有前期投入。以DNF为例，每个游戏角色参与活动的机会有限，玩家拥有游戏角色越多，参与活动机会越多，能赚取的游戏币也就越多。为此，王归胜在游戏中充值5000元，收入扣去支出，如今他已净赚约2万元。

将打游戏变成副业，王归胜是从大学时开始，至今他依然清楚记得，自己第一次出售游戏币，赚到400元，这相当于他当时1周的生活费。自此，他便不定期出售游戏币。工作之后，王归胜需要负担自己的日常开销，于是他更认真对待打游戏卖币这件事。

最近，王归胜还在他人的推荐下开始玩《梦幻西游》，他听说有玩家靠这款游戏实现月入2万元。

与王归胜相似，不少年轻人都将打游戏当作副业。他所在的DNF交易群，人数近1500人。

在王归胜看来，基于国内数量庞大的游戏玩家，游戏币等商品交易市场能保持相当活跃度。据市场研究机构Niko Partners预测，2022年，中国的游戏玩家总数将超7.68亿人，游戏带来的总营收将达420亿美元。■

（应受访者要求，李桦、王归胜均为化名）

# 芯片公司涨薪抢人

## 上接P1

从半导体产业链各细分环节看，芯片设计公司站在薪酬制高点。

上述85家半导体公司中，多数封装、材料、测试、电子器件和设备厂商员工薪资相对较低，2021年员工薪酬普遍在6万～20万元。

32家2021年平均薪酬超20万元的半导体企业中，超七成主营业务为芯片设计。芯原股份、汇顶科技、澜起科技和寒武纪，2021年平均薪酬分别达到53.13万元、48.98万元、48.65万元和45.74万元。

与芯片设计相关的岗位，薪资尤为可观。

时代周报记者在BOSS直聘、猎聘等求职平台看到，不少要求硕士学历、有工作经验的芯片IC设计岗位月薪在3万～8万元；不少要求硕士学历的芯片验证岗位月薪在3万～9万元；能担当芯片IC设计或芯片验证专家岗位的月薪多在5万元以上；负责人岗位月薪甚至达到21万元。

“就接触到的情况，普通岗位跳槽薪资涨幅在10%左右，若有非常合适的岗位、进入新团队后能针对性解决问题，薪资涨幅会在50%以上，还有不少人薪资翻倍。”Devin告诉时代周报记者。

## 芯片需求爆发

芯片行业涨薪背后，是新能源汽车、人工智能等行业芯片需求的攀升。不仅芯片企业需要人才，许多科技企业开始自研芯片，也推高了芯片人才需求量。

“以往国内企业没有很重视芯片赛道，直到发现芯片技术被‘卡脖子’才重视起来。同时，近年自动驾驶、3C电子产品、智能家电等领域对芯片产生很大需求，出现很多细分赛道的芯片设计创业团队。”Devin表示。

2021年，多家上市芯片设计厂商对研发人员进行扩招。

据时代周报记者不完全统计，A股以芯片设计为主业的企业在20家左右，其中不少于12家去年增长了20%以上的研发人员。

其中，寒武纪研发人员1213人，同比增加235人；韦尔股份研发人员1947人，同比增加303人；卓胜微研发人员457人，同比增加255人。

薪资之外，不少芯片设计公司还拿出股权等激励方案吸引人才。

寒武纪在2021年年报中表示，公司为吸引和留住优秀人才，实施《2021年限制性股票激励计划》，向641名符合授予条件的激励对象授予720万股限制性股票。相较前一年实施的股权激励，覆盖面更广、激励股

份数量更充足。

今年1月，芯原股份宣布向1099名激励对象授予限制性股票343万股，激励对象包括董事、高级管理人员和技术、业务骨干人员；4月，汇顶科技向515名激励对象授予股票期权393.58万份。

2021年至今，多家科技企业加快自研芯片进程，对芯片设计人才需求也相应增大。

2021年，阿里巴巴旗下半导体公司平头哥推出其首个通用服务器芯片“倚天710”。

同年，腾讯公布3款自研芯片，包括针对AI计算的“紫霄”、基于视频处理需求的“沧海”、基于高性能网络需求的“玄灵”。

卷入芯片自研潮的还包括手机行业，vivo于2021年9月发布首款自研ISP芯片V1，OPPO于同年发布首款自研NPU芯片马里亚纳MariSiliconX。

时代周报记者从OPPO相关负责人处了解到，基于自研芯片需求，OPPO在5月初启动了2022年校园和社会招聘计划，计划招聘技术研发岗位超2000人，其中便包括芯片研发岗。

多个主流招聘平台显示，招聘芯片设计相关岗位的公司不仅包括半导体企业，还包括蔚来、小米、商汤科技、大疆等科技企业。

## 去哪里找人？

据中国半导体行业协会等机构发布的《中国集成电路产业人才发展报告（2020—2021年版）》，预计2023年前后，集成电路行业将存在20多万人才缺口。

据Devin观察，当前芯片行业涨薪、扩招更多是“内卷”，即在国内挖掘既有芯片人才，外资背景芯片公司是挖成熟从业者的主要渠道之一，高校毕业生目前只能作为人才补充。部分企业会对外企挖掘高管，用于促进融资、提高研发能力，客观需求不大。国内芯片企业更需要的中坚技术人才则很难从国外大量引进。因此，人才缺口短时间内难弥补，行业目前高薪抢人则可能存在泡沫。

高素质人才不足，企业抢人激烈，还使得高素质人才拥有更多选择和更强议价能力。

部分芯片公司虽已提高薪资待遇，仍面临核心技术人才流失。

时代周报记者据财报不完全统计，截至5月7日，至少有5家芯片企业在过去一年面临核心技术人才流失。

一年前，寒武纪、中芯国际和聚辰股份核心技术人数分别为4名、5名、6名，过去一年3家企业核心技术人均减少1名。芯原股份则在流失1名核心技术人员后重新认定1名补

位。华润微核心有3名技术人员离任。

部分核心技术人员甚至放弃了激励股权选择离职。今年3月，寒武纪宣布核心技术人员梁军因与公司存在分歧而离职。因离职，梁军此前获授的8万股限制性股票不再归属、作废失效。

2021年7月，中芯国际宣布核心技术人员吴金刚因个人原因离职。因离职，其获授的16万股限制性股票不再归属。

“公司核心技术人员离职，有些是被猎头挖走了。此前芯片行业每年薪资涨幅不高，即便叠加期权等激励，部分公司至今薪资吸引力仍一般。现在芯片行业招聘逐渐火爆，有公司高薪挖人，一些从业人员手握七八个offer。他们跳槽既会考虑薪资，又会考虑发展方向。”Devin称。

要满足芯片企业用人需求，不仅需要企业提高薪资吸引人才，还需等待行业逐渐成熟，有能力培养并稳定人才。张孝荣表示，解决芯片行业缺人问题，还是需要市场发挥作用，逐渐调整。

“市场对芯片是刚性需求，相应对芯片人才也会保持较大的需求。未来，要等待企业成长、逐渐培养相关人才，也要等待高校输出高质量毕业生。”Devin称。■



# 高速路口“点对点”接人 郑州富士康淡季高薪招工

时代周报记者 杨玲玲 发自广州

因派专车在高速路口“点对点”接人，郑州富士康又一次成为舆论关注焦点。

5月2日，富士康iDPBG郑州招募微信公众号发布消息，iDPBG首次在高速口进行“点对点”招聘，由此引发网友关于“工厂跑到高速口抢人”的热议。

有网友猜想“可能是iPhone 14开始备货了”。

5月5日，时代周报记者从多名负责郑州富士康招聘的劳务中介处了解到，目前高速口的“点对点”招聘服务已经暂停，不过招聘仍在进行中，只是招募条件变得更为严苛：仅招聘河南省内户籍，且在港区内流动的人员；河南省内的其他县市人员，预计将在5月8日恢复招聘；河南省外人员，短期内不考虑招聘。

根据招聘人员提供的信息，面试成功后，出勤55天且在职满90天，求职者者和推荐人一起可获得最高8500元的奖励金。

“按照往年惯例，5月就不怎么忙了，派遣工的返费也会相应地降下来。”郑州富士康老员工吴远（化名）告诉时代周报记者，去年4月末，对于求职者的奖励金最高是6500元，到5月初就降到5000元，今年却上涨到最高8000元。

负责招聘的中介人员介绍称，今年的奖励金明显高于去年同期，主要是受疫情影响，招聘受到很多限制。

针对工厂交货、物流等进度是否

受到影响等问题，5月5日，时代周报记者联系富士康相关负责人，对方回复称：“目前园区内运营正常。”

## 淡季高薪招人

按照惯例，每年9月份，苹果公司会在秋季发布会上推出新款iPhone手机。

相应地，主要负责iPhone代工的富士康，则在暑期进入一年中订单量最大、返费最高时期。

与往年不同，今年富士康在年初就迎来一波小高潮。

郑州富士康农历新年后的招工，在正月初四开始。

彼时，派遣工的奖励金最高达到8000元。

“一方面受疫情影响，年前最后一次寒假工招聘没有招成；另一方面，iPhone 13热销后，订单也比较多。”富士康的劳务中介郑敏敏（化名）告诉时代周报记者。

在富士康成都工厂，除提供试用期工资6000～7000元、转正后工资7000～8000元，公司还会每月举行一次相亲活动，为单身员工提供恋爱机会。

随后几个月，郑州富士康和成都富士康的招聘薪酬均有所下滑，甚至一度关闭招聘通道。

5月本来也是传统淡季，郑州富士康却在近日一反常态，拿出高额奖励，甚至到高速路口招人。

根据富士康iDPBG郑州招募微信公众号，4月27日，预约报名求职者入职后，在职90天将获得6500元奖金，5月2日这一奖金提高到8000元。

同时，为满足招募需求，保障企业生产稳步进行，招募全流程严格落实防疫措施、严防输入，在保障防疫安全基础上，有序进行人力招募。iDPBG高速口接驳点“点对点”招募服务将按计划持续进行。

负责招聘的劳务中介告诉时代周报记者，这主要是因为“受疫情影响，招聘变难了”。

不过，5月5日时代周报记者再次点击上述关于高速口“点对点”招募的相关文章，显示“该内容已被发布者删除”。

## 绑定苹果的喜与忧

富士康iDPBG事业群主要负责苹果手机组装，郑州厂区又是富士康最大的苹果手机组装工厂，全球一半的苹果手机产自这里，平均1分钟可组装350部手机，每天产量可达到约50万部。

郑州富士康的每一次招聘动作，都会引发人们对苹果订单的猜想。

近日，有媒体报道，苹果打算在今年第二季度扩大iPhone 13系列的生产，这很可能意味着市场对去年的新机型需求增大。

据悉，此次苹果增加的订单主要集中在iPhone 13 Pro和iPhone 13 Pro Max两款高端机型上，产量或将增加1000万台，相关苹果供应链参与企业将从中受益。

不仅如此，最近郑州富士康的大规模招工还引起网友关于“备货iPhone 14”的猜测，不过富士康目前暂未对此回应。

近日，苹果公布的截至3月26日的

2022财年第二财季业绩显示，该季度公司营收972.78亿美元，同比增长9%；净利润250.1亿美元，同比增长6%。其中iPhone仍是营收支柱。

来自金融机构摩根士丹利的分析师Katy Huberty此前预计，受iPhone 13系列强劲需求的推动，第二财季iPhone的发货量将同比增长10%。该季度内，尽管iPhone SE系列表现疲软，iPhone收入依然从去年同期的478.8亿美元增长到2022财年第二季度的505.7亿美元，同比增长5.5%，占到本季总收入的52%。

对此，苹果CEO库克在财报电话会议上表示，iPhone业务在上个季度取得成功，因为有了更多“转换者”，也就是之前使用安卓手机现在决定购买iPhone的用户。

他透露：“我们在第二财季的升级数量达到创纪录的水平，转换率增长了两位数。”

即便如此，苹果公司依然隐忧潜存。4月开始，iPhone陆续被爆出砍单和降价消息。天风证券分析师郭明錤曾修正他对低端iPhone今年出货量的预测，从2500万～3000万部降至1500万～2000万部。

在价格上，目前国内主流电商平台上，苹果京东自营店显示，降价后的iPhone 13到手价为5399元起；拼多多百亿补贴后，128G的iPhone 13价格低至4999元，比官网零售价整整降价1000元。

倘若iPhone砍单、降价的情况在接下来一段时间内持续，与苹果高度绑定的富士康无疑也将迎来新的挑战。▮



从此刻，向未来

时代财经  
企业第一财经读本

2017年

### 财经APP排行榜榜首

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。

2017年

### 中国鼎媒奖—最佳新闻客户端

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iMedia Research（艾媒咨询集团）主办的中国鼎媒奖—最佳新闻客户端。

2020年

### 金鸣奖2020年度最具突破创新APP

时代财经用户量已突破2500万，在第六届移动互联网营销峰会颁奖盛典中，荣获—金鸣奖2020年度最具突破创新APP。



扫描下方二维码  
安装最新资讯



# 百果园上市前夕被爆卖烂果 水果生意到底有多难做？

时代周报记者 涂梦莹 发自深圳

距离上市只差“临门一脚”的百果园，在食品安全上栽了跟头。

“对不起，辜负了大家对我们的信任，深感痛心和愧疚。”5月7日，深圳百果园实业（集团）股份有限公司（下称“百果园”）在官方微博发布致歉声明。

致歉缘于5月6日发布的一则爆料视频。

有视频博主暗访拍摄了两家百果园门店，发现这两家门店均出现违规操作：不仅水果处理上违规分级，将变质的隔夜水果切块“包装”售卖，还将部分不同价格的水果“鱼目混珠”欺骗消费者，甚至继续售卖明显发霉的苹果。

“没关系，反正人家（消费者）有钱。”视频中的百果园店员直接说道。

针对此事，百果园在道歉声明中表示，涉事门店为成都、武汉门店，未来将会对门店管理做持续的改善与升级。

目前，百果园正在冲刺IPO的紧要关头。5月2日，百果园向港交所提交上市申请书，抢跑国内“水果零售第一股”。

引用弗若斯特沙利文数据显示，2021年，百果园水果零售额在中国所有水果专营零售企业中位列第一，坐稳“水果零售大王”的头衔。

一路扶摇直上的百果园，却在基础食品安全上“翻车”。

“你贵就贵，起码保证新鲜好吃，现在好吃都不重要了，新鲜都做不到”“卖这么贵还不安好心，不惯这样的商家”，在社交平台上，众多网友愤懑评论道。

针对食品安全风波及相关上市问题，5月8日，百果园相关负责人向时代周报记者表示，集团正在彻查本次食品安全问题，会进一步整改不足，希望消费者严格监督。“相关上市问题暂不方便做采访，以对外招股书为准。”该负责人表示。

## 水果生意难做

黄绿色调的装潢、标准化的店铺形态、推开门便一眼可见的水果阶梯

展示架，消费者对百果园并不陌生。

百果园成立于2001年，是集水果采购、种植支持、门店零售、金融资本等于一体的大型连锁企业。

2002年，百果园首家门店“深圳福华店”开业。

**随之，尝试连锁经营模式的百果园，迅速走上扩展之路，成为国内最大的水果连锁零售商，如今估值超600亿元。**

发展多年，百果园成功打造出属于自身的知名度，门店密集程度是重要助力之一。

“连锁企业要把规模做大，一定离不开加盟，加盟的魅力在于整合社会资源实现从零到一再到无限的连锁效应”。百果园创始人余惠勇在接受媒体采访时表示。

一开始，为了抢占市场，百果园采取加盟模式快速扩张。

成立6年的百果园，在2007年门店数量便突破100家。

到2015年，百果园已发展超过1000家连锁店，8年间门店数量翻了10倍。

余惠勇一度放言：“2020年，将开店一万家。”

不过，招股书显示，2021年截至最后实际可行日期，百果园线下门店为5351家，布局于全国22个省市，其中5336家为加盟店，15家为自营门店。

众多加盟门店对百果园的贡献十分可观。

招股书显示，2019—2021年，百果园的收入分别为89.76亿元、88.53亿元、102.89亿元。其中，2021年百果园营收有81亿元是由加盟店贡献，相当于近八成营收。

但加盟模式在扩张的同时，也给百果园带来伤害。

5月8日，上海市消保委点名百果园，称品牌不能一味追求扩张速度，而疏于对加盟店的管理和监督。

事实上，百果园的水果生意并不好做。

2021年，百果园营收首次突破百亿元，但毛利率仅11.2%，净利润则为2.26亿元。此前2019—2020年，净利润处于波动之中，分别为2.48亿元、0.46亿元。

“百果园的扩张能力被资本加持

进化到一定水平，但核心风险依旧存在，不能小觑。”5月8日，盘古智库高级研究员江瀚向时代周报记者表示，一方面，国内生鲜水果市场几乎没有门槛，没有一家企业拥有足够的市占率；另一方面，极度高昂的成本管理难度居高不下，成本的有效控制是难以解决的核心难题。

的确，水果生意有着高损耗、短期限的特点，销售成本巨大。

2019—2021年，百果园的销售成本占总营收分别为90.2%、90.9%和88.8%，其中存货销售成本（主要为水果采购成本）分别占销售成本的96.2%、95.2%及95.3%。

除此之外，百果园还面临着负债率攀升、主营收入来源单一等多重风险因素。

招股书数据显示，2019—2021年，百果园净利润率分别为2.8%、0.5%和2.2%，资本负债比率分别为25.8%、36.7%、53.5%。其中，2021年的资本负债比率创3年来新高，公司解释为主要是由于短期借款增加。

产品类别相对集中，也是经营风险之一。

从细分数据来看，2019—2021年，百果园的大部分收入来自产品销售，同时从加盟门店获得特许权使用费及特许经营收入，销售水果及其他食品产品的收入占总收入的大部分，分别约占同期总收入的97.5%、97.6%及97.1%。

## 行业竞争激烈

百果园不是没有想过另辟蹊径突围。

此前，公司曾两度奔赴资本市场未果，IPO之路犹为坎坷。在江瀚看来，百果园上市的愿望很迫切，但是如何给市场一个满意的故事，目前看来并不容易。

多年来，为了在万亿元水果市场站稳脚跟，百果园在渠道拓展上“铆足了劲”。

2008年，百果园筹建全国首家B2C水果电商平台——网上百果园；2014年，成立百果互动科技公司，为全面“触网”布局信息化；2016年前后，百果园加大入驻各大电商平台，发力线上销售。

“率先触网”带来了一定的成效。2017年7月，百果园宣布线上单月销售额超过1.2亿元，并且实现规模化盈利，2018年，百果园一度稳居第三方外卖平台水果类目销售第一位置。

但随着线上流量日渐退潮严重，流量见底、获客成本难度升级，百果园的线上声量似乎也在不断被侵蚀。

数据显示，2019—2021年，百果园线上渠道订单数量在总订单数量中的占比分别为19%、22%和23%。但占比逐年提升背后，百果园在线上渠道销售水果及其他食品的毛利率分别为2.8%、-4.9%和-0.3%。

对此，百果园解释称，线上渠道毛利率较低主要由于市场竞争加剧。同时，线上销量的增长，附带而来的还有百果园的配送费用和包装费用的增长承压。

即便坐稳“水果零售大王”的头衔，百果园仍处于行业高速竞争中。据2021年水果零售总额划分，百果园仅占1.0%的市场份额。前五大参与者合计共占3.6%的市场份额。

基于此，不得不转变思维的百果园，目前正在试水预期增长更快的生鲜赛道。

2019年，百果园宣布进入生鲜市场，由仅向付费会员销售高端生鲜食品转为向所有客户销售更多大众市场的大生鲜及其他产品，同时，上线独立生鲜平台“百果心享”；一年后，百果园又推出生鲜品牌“熊猫大鲜”，扩大更多生鲜品类产品。

“生鲜行业前有菜市场围攻、后有大型商超夹击。”专做社区生鲜生意的钱大妈CEO冯卫华曾在接受媒体采访时谈及，生鲜市场竞争激烈。

一方面，农贸市场在多年发展中已拥有稳定的生鲜供应体系，打破众多艰难险阻的中间流通环节；另一方面，面对整合能力强大的连锁商超，社区生鲜在品类与价格方面都难以获得竞争优势。

不仅如此，不断涌现的社区生鲜新模式、互联网企业阿里、京东、美团等各类竞争者成为行业发展重要的一环。2015年以来，社区生鲜各类业态如线下社区店、互联网卖菜、社区团购等新业态崛起，赛道逐渐拥堵，竞争残酷。❶

# 母亲节催生感恩经济： “95后”爱送珠宝 “85后”爱送家电

时代周报记者 李静 发自上海

今年母亲节，你给妈妈送什么？“五一”假期的热度还未退去，5月8日的母亲节又带来一波消费潮。

“临近母亲节，女装、智能家电、美容护肤品、保健品、运动服饰、黄金珠宝等类目下的商品销量同比持续上涨。”5月6日，唯品会相关负责人对时代周报记者表示。

鲜花消费也明显增长，康乃馨尤其热销。“虽然现在物流不顺畅，但最近这两天的询单量还是增加了很多，都是想给妈妈订购康乃馨等鲜花花束的。”5月7日，上海一家花店店主告诉时代周报记者。

同日，叮咚买菜相关负责人表示，截至5月7日，“孟夏花园曲”套餐和其他母亲节康乃馨礼品花束共计预售超100万枝。基于全国区域，叮咚买菜预计母亲节期间的鲜花销量较去年同期增长1倍以上。

不过，相较于给母亲送鲜花，实用型礼品的消费热度更高。

同日，时代周报记者从京东方面获悉，今年母亲节前，冷藏菜肴成交额环比增长13倍，珍珠饰品成交额环比增长超过1倍。此外，健康服务套餐、滋补养生品成交额分别环比增长87%、45%。

## 健康类产品保持高增速

母亲节越来越受消费者重视，催生了“感恩经济”。

京东消费及产业发展研究院发布的“母亲节消费趋势”显示，如今商家对母亲节的重视越来越高。节日前数日，名称中添加“母亲节”的商品近3年年均增长342%。

鲜花、珠宝首饰、服装、护肤品、养生品等都是热门选择。

“母亲节前一周，果蔬清洗机、洗碗机、烘干机、衣物消毒盒、电蒸锅等智能家电的销量同比均有不同程度的增长。个人护理仪也受到消费者青睐，如颈椎按摩仪、护眼仪、美容仪等产品在唯品会的销量同比均有明显增长。”唯品会相关负责人介绍。

除了实用型礼品，健康型礼品依旧是母亲节的“热门选手”。

唯品会数据显示，母亲节前一周，在保健品类目下，氨糖软骨素、叶黄素、鱼油、蛋白粉等商品销量排名居前。

同时，一些养生干货如花胶、冬虫夏草和海参等商品的销量同比保持增长势头。

京东报告显示，近3年母亲节前，健康类产品成交额年均增速达到217%。健康服务套餐年平均增长68倍。近几年服务型消费的覆盖地区越来越广，健康+服务业务满足了人们的

需求，逐渐成为了人们的日常型消费。

## 珠宝首饰销量突增

这几年，母亲节礼品的商品结构也发生了明显的变化，节日消费价值升级趋势显著。

京东报告指出，2020年，商品名称中含有“母亲节”，即节日推荐或参与母亲节活动的商品中，近六成集中在服饰品类，其他品类的占比很少。但到了2022年，母亲节相关礼品中，珠宝首饰品类的商品数占比35%。

“在传统文化的语境中，黄金珠宝是送给长辈的重礼。而设计感强、工艺精美的饰品又能彰显独特的品位个性，是不少时尚妈妈的心头好。”上述唯品会相关负责人表示，唯品会数据显示，母亲节前一周，铂金手链、珍珠手链、珍珠项链、宝石戒指等商品的销量持续上扬。

从不同年龄层的消费看，在母亲节的消费偏好也有很大不同。

京东报告表示，18～25岁的消费者注重仪式感，节前珠宝首饰的消费增长最高；26～35岁消费者更加生活化，鞋靴、家电、服饰等消费增长最高；36～45岁消费者更青睐健康型商品，医药健康、生鲜商品的消费增长最高。

对比平时的消费水平，18～25

岁消费者母亲节前成交额占比比平时高11%；36～45岁、46～55岁消费者母亲节前成交额占比比平时高13%、16%；但是“85后”母亲节前成交额占比却比平时低。

## 鲜花套餐走俏

除了礼品，在母亲节这一天，给妈妈送花也成为首选。

“母亲节期间，叮咚买菜上线了包括芍药、康乃馨在内的花束套餐预售，以及各类康乃馨礼品花束，目前叮咚买菜每天上架的鲜花预售套餐，都会在半小时内被抢购一空。”上述叮咚买菜相关负责人表示。

5月7日，盒马花园负责人履言对时代周报记者表示：“母亲节来临，鲜花热销。过去多年都是康乃馨唱主角，但这两年发生了明显的变化。盒马数据显示，芍药的销售量远超传统的康乃馨。5月6日，芍药的销售额是康乃馨的3倍，成为母亲节的‘头牌’鲜花。”

在上海，不少消费者采取“团购”的方式购买花束送祝福。

“我们的小区最近团购了一批芍药鲜花，238元/束/20枝，购买的人不少。”5月7日，一位上海居民告诉时代周报记者。

盒马也开通了鲜花团购服务。“我们打通了供应链路，首批约4000束鲜

花在5月7—8日两天送到50多个小区的用户手上。”履言说，接下来盒马花园会逐步扩大团购的覆盖范围，让更多市民买到鲜花，也会增加更多品种，如杨妃出浴、坎萨斯等。

不过，叠加疫情等各种因素，今年母亲节的鲜花市场，相较于情人节仍较弱。

今年情人节，叮咚买菜发布的数据显示，情人节和元宵节“双节”之际，根据目前的预订情况，叮咚买菜情人节的鲜花销售预计将超去年的10倍以上。

由于临近母亲节，康乃馨、芍药等热门鲜花价格也水涨船高。据央视财经报道，在云南昆明的斗南花市，康乃馨今年已经卖到75元20枝，去年同规格的仅为30元；5月4日前，粉色康乃馨大约为15元20枝，到5月5日、6日，价格涨为30～35元。

不过，随着临近母亲节，热门花束价格也开始降价。

据斗南花卉电子交易中心数据显示，5月6日，整个市场拍卖交易总量598万枝左右，供货量较前一交易日减少，交易行情上涨，成交率99.34%。从收市情况看，预计后期交易日呈持平态势。康乃馨交易行情下滑，成交率98.33%，各等级均价为0.22～1.14元/枝。❷



# 昔日明星跨境电商电商坠落：遭亚马逊封站367个 巨亏15亿元

时代周报记者 **李馨婷** 发自广州

一份最新业绩公告，体现了亚马逊自2021年以来封号行动的冲击力。跨境电商大卖家泽宝技术母公司星徽股份（300464.SZ）2021年度报告显示，2021年，公司营收36.60亿元，同比下降33.74%，归属于上市公司股东净利润为-15.24亿元。其中，由泽宝技术撑起的跨境电商业务营收25.77亿元，同比下降46.02%。

亚马逊封号行动是泽宝技术业绩大跌的主要原因。年报显示，亚马逊平台收入占泽宝技术全年营收的76.54%，封号潮中，泽宝技术累计被关闭站点367个，截至2021年年末，以上站点被冻结资金余额折合人民币约3223.01万元。尽管在封号后泽宝技术积极申诉并调整经营策略，但短期内仍无法摆脱负面影响。

创立于2007年的泽宝技术，是深圳跨境电商明星公司，曾与安克创新、帕拓逊一起被称为“亚马逊三杰”。官网资料显示，泽宝技术是国内营收规模最大的出海消费电子品牌企业之一，2019—2020年，泽宝技术营收分别为28.32亿元与47.74亿元，业绩一度高速增长。

眼下局面，与泽宝技术当年的风光截然不同。值得注意的是，平台政策调整只是这名跨境电商明星跌落的导火索，与母公司星徽股份的争斗，才是泽宝技术折戟的主要原因。

## 封号损失惨重

泽宝技术的产品主要分为家电类产品、电源与3C周边类产品以及蓝牙音频类产品。

2021年，三大主营产品销售收入分别为10.39亿元、6.94亿元与3.44亿元，占公司电商业务收入比重分别为40.34%、26.97%与13.36%。

2021年，泽宝技术的多类产品收入均出现下滑，下滑幅度在31.55%～63.67%之间，作为主营产品之一的蓝牙音频类产品，收入下滑幅度更是高达60.02%。

为应对在亚马逊遭遇的损失，泽

宝技术在成立专项应急小组与平台持续进行沟通、协调和申诉的同时，也采用“多平台、多渠道”经营策略，降低对单一平台的依赖。

年报显示，自亚马逊封号事件以来，泽宝技术在推进线上多平台经营策略的同时，也加大了线下渠道推广力度。

2021年，泽宝技术通过自营平台（独立站）、沃尔玛平台、线下渠道等非亚马逊渠道实现营收6.05亿元，同比增长92.03%，在跨境电商总收入的占比为23.46%，同比提升16.87%。

尽管在亚马逊以外的销售渠道取得进步，但作为长期重点布局亚马逊的公司，短时间内，泽宝技术业绩难见起色。

根据4月26日星徽股份发布的2022年一季度报，报告期内，公司营收为5.88亿元，同比减少7.19亿元，下降54.98%；实现归属于母公司所有者的净利润为-2680.03万元，同比减少6294.85万元；2022年一季度，跨境电商业务营收为3.18亿元，仅为去年同期的29.18%，利润总额为-2705.84万元。

## 跨境龙头陷入公司内斗

当前，泽宝技术略显狼狽的业绩，与公司曾经的高光时刻形成鲜明对比。



2018年年底，处于业绩高速增长期的泽宝技术，被以精密五金为核心业务的星徽股份并购。

星徽股份成立于1994年，公司总部位于广东佛山市顺德区，公司于2015年6月在深交所挂牌上市。招股书显示，2012—2014年，星徽股份营收分别为3.76亿元、3.95亿元与3.92亿元。上市后，虽然营收增速有所提高，但公司营收仍停留在个亿级水平。

2016年、2017年，星徽股份营收分别为4.59亿元与5.26亿元，同一时期，泽宝技术仅线上渠道收入便已达到12.39亿元与16.78亿元，营收规模远超星徽股份。

成为星徽股份子公司后，泽宝技术是母公司营收的强力支撑。

2019年，星徽股份营收达到34.91亿元，同比增幅高达390.94%。其中，公司跨境电商业务占总营收比重为81.10%；2020年，公司营收达55.23亿元，同比增幅为58.19%，其中，泽宝技术营收占总营收的比重更是上升至86.43%。受业绩增长影响，星徽股份的股价也在2020年年中突破30元/股，是10.20元/股发行价的近3倍。

然而，合并好景不长，2020年开始，星徽股份与泽宝技术的关系开始破裂，双方对簿公堂。

2020年8月17日，星徽股份发布《关于全资子公司法定代表人变更的

公告》，称因经营发展需要，泽宝技术将法定代表人、董事长由泽宝技术创始人孙才金变更为星徽股份董事长蔡耿锡。同时，泽宝技术的全资子公司深圳市邻友通科技发展有限公司也将法定代表人、执行董事由孙才金变更为蔡耿锡。

此后，时任星徽股份第四届董事会董事的孙才金，在2020年9月13日离职。根据相关公告，孙才金的原定任期为2020年1月13日—2023年1月12日。孙才金离职时，泽宝技术尚未完成与星徽股份的3年业绩对赌。

据媒体报道，孙才金匆忙离职的原因，与公司实控权争斗有关。

泽宝技术曾计划赴美上市，但2016年年初，考虑到国内证券市场的政策性调整，泽宝技术终止了美国上市计划，开始谋求在国内上市，并做好了IPO与借壳上市的两手准备。同一时期，孙才金遇到了营业规模较小的星徽股份。

根据孙才金此前对媒体透露的信息，2018年并购之初，他刻意选择市值和营业规模较小的上市公司，这样他在上市公司层面股份比例会比较

高，方便日后实际控制上市公司。由于政策原因，创业板在2018年不允许借壳上市，因此，与星徽股份并购时，孙才金及其一致行动人签署了5年内不谋求上市公司实控权的承诺函。与此同时，孙才金得到了蔡耿锡会在日后把上市公司控制权让渡给自己的口头承诺。

2020年，创业板政策松动，上市公司三年可以换实控人，基于对对赌业绩的预期完成，以及蔡耿锡之前的口头承诺，孙才金提出希望获得上市公司控制权，但蔡耿锡明确否认当初有过让渡实控权的承诺。因为担心关于公司控制权的纠纷会导致泽宝技术管理混乱，孙才金离开他一手创办的泽宝技术。

## 核心团队离散

离开公司后，孙才金及其实控的公司与星徽股份官司不断。

2021年4月24日，星徽股份收到深圳市中级人民法院邮寄的《应诉通

知书》等相关材料，案件原告为孙才金控制的公司Sunvalley E-commerce (HK) Limited（下称“太阳谷电商”）。

根据应诉通知书，太阳谷电商请求法院判令星徽股份支付股权转让现金对价款、逾期付款违约金，并承担原告因本案支出的律师费和本案的诉讼费、保全费，以上费用暂合计为7287.15万元。

对于以上诉讼，星徽股份公开回复称，未及时支付对价款项的原因，主要是因为星徽股份在2020年8月正式接管泽宝技术后，发现泽宝技术的法国店铺存在被迫缴税款及罚金的风险事项，为避免影响公司的利益，公司决定暂缓支付现金对价。

有来有往。今年1月，星徽股份发布提起诉讼公告，将孙才金及其一致行动人告上法庭，要求孙才金方支付泽宝技术旗下子公司在2015年1月—2019年8月期间，因未足额申报VAT税款情况而由法国税务部门认定需缴纳的税款，以及一系列相关费用。

目前，星徽股份与泽宝技术的诉讼仍在审理中。但显然，与星徽股份失败的结合，已对泽宝技术造成致命打击。

此前，据泽宝技术前员工对媒体透露，自星徽股份董事长蔡耿锡接手泽宝技术后，蔡耿锡传统制造业的管理理念与跨境电商企业格格不入，导致2020年年底，泽宝技术对赌业绩完成之后，公司原来的核心高管团队相继离职。

在孙才金看来，原有人才的流失，也直接导致了泽宝技术未能对亚马逊封号行动作出及时反应，从而在封号行动中业务受损严重。

针对孙才金与泽宝技术前员工透露的实控权纠纷与运营方式等方面的信息，4月29日与5月6日，时代周报记者致电并发函联系星徽股份董秘办，截至发稿未获回复。

2021年年报显示，综合客观因素和未来业务发展判断，经评估机构评估，星徽股份对泽宝技术所在资产组的商誉计提减值准备6.77亿元。对泽宝技术期末存货计提存货跌价准备4.16亿元。■

# Lululemon跨界尴尬：羽绒服以次充好 千元跑鞋被吐槽

时代周报记者 **李静** 发自上海

被称作瑜伽界“爱马仕”的Lululemon翻车了。

天眼查显示，近日，Lululemon关联公司露露乐蒙贸易（上海）有限公司因违反产品质量法第五十条，被北京市西城区市场监督管理局罚款8.1万余元、没收违法所得2.3万余元。

据记者了解，自2021年10月1日起，露露乐蒙贸易将59件产品用于其在北京所属的9家店铺销售，标价为1380元/件。

Lululemon最为人所知的关键词是千元瑜伽裤、中产女性标配。尴尬的是，这次的问题产品却是男士羽绒服。

5月5日，Lululemon通过微博回应称：“对于Navigation男士羽绒马甲充绒量与国家标准不符的情况，我们深感歉意。发现问题后，公司第一时间下架了相关批次产品。”

事实上，这几年Lululemon正急于摘下“瑜伽裤”的标签。从女性服饰拓展至男性服饰、个人护理及运动鞋领域。2021财年，Lululemon男性业务的营收增长了35%，已经占到了总业务的接近25%。

如今看来，在新品类的把控上，Lululemon似乎没有那么得心应手。

5月5日，“Lululemon因以次充好

被罚”“Lululemon道歉”相继冲上热搜。有网友表示：“这么贵的价位还以次充好？”“智商税罢了。”

针对因产品质量引发的争议，时代周报记者联系Lululemon方面，品牌方表示以公开声明为准。

**瑜伽裤中的“爱马仕”**

作为近两年大火的运动品牌，Lululemon发展势头迅猛。更因为在北京冬奥会开幕式上，加拿大运动员身穿Lululemon羽绒服带动品牌出圈。一时间，“加拿大队服”冲上了微博热搜。

Lululemon于1998年在北美成立，以售卖女性瑜伽服起家，逐步发展成全球知名的运动休闲品牌商、瑜伽领域龙头。

据财报显示，Lululemon2021财年净营收达到63亿美元，同比增长42%，提前两年实现其2023财年营收目标。净利润9.75亿美元，较上年同期的5.89亿美元增长65.53%。

创立初期，Lululemon瞄准瑜伽运动领域，Lululemon创始人Chip Wilson将“24～35岁、未婚未育、受教育程度及年收入较高、喜欢运动及旅行的女性”定为目标客群。

由于Lululemon的目标客群收入较高，所以其产品售价也普遍高于其他品牌。

以瑜伽裤为例，在天猫旗舰店，

瑜伽裤价格普遍在500～1000元。

兴业证券研报统计，Lululemon产品定位高端，并且通常以较少的折扣维护品牌形象。

以天猫旗舰店销量TOP瑜伽裤为例，售价为850元，历史最低价折扣率仅为2%，远低于耐克、阿迪达斯等品牌。

售价如此高的瑜伽裤，还是让Lululemon圈了一批批忠实粉丝，品牌得以快速成长。

1998年，Lululemon创立；只用22年时间，2020年，Lululemon突破400亿美元市值。要知道，同样的市值阿迪达斯花了68年，耐克花了46年。

“差异化且精准的定位、极致产品、社群营销以及DTC模式让Lululemon脱颖而出。”国泰君安研报指出，在瑜伽市场尚为蓝海之时，Lululemon差异化定位于瑜伽领域，与耐克、阿迪达斯等运动品牌实现错位竞争，且善于洞察消费者需求，设计兼具时尚性和功能性的产品。同时，采用社群营销，通过产品教育家及品牌大使深入瑜伽社群传播品牌理念，占领消费者心智。

这几年，Lululemon加大了在中国市场的发展力度。2015年，公司建立了天猫官方旗舰店；2016年，开始在中国大陆市场布局线下渠道；2018年，进驻微信商城。

截至2021财年年底，Lululemon在中国大陆地区的门店总数已达71家。

预计到2026财年，中国大陆的门店数量将达220家。

4月20日，Lululemon品牌宣布2022—2026年的五年规划Power of Three×2。计划2026财年实现营收125亿美元，较2021财年翻倍。

**千元新鞋遭网友吐槽**

如今，Lululemon业务已不仅是瑜伽裤，产品线已逐渐延伸到衬衫、泳装、运动鞋以及男士运动系列。尽管发展风头正劲，但Lululemon已发生过数次产品质量问题。

和此次事件十分相似。2019年时，露露乐蒙贸易（上海）有限公司因“以不合格产品冒充合格产品”被处以罚款8.19万元。

兴业证券研报显示，2015年年初，Lululemon发生了大规模产品问题，消费者向美国消费者产品安全委员会投诉女装帽衣颈部的弹力拉绳伤到面部或眼睛。Lululemon召回38万条女装帽衣拉绳。

2015年的产品质量问题对以高质量为核心要素的Lululemon造成巨大影响，并蔓延至2015年年末的库存危及，使得Lululemon不得不以40%的高折扣率消化库存，并影响了品牌形象。

随着拓展的加速，市场对于Lululemon产品研发和质量的把控力度也提出了更高的要求，不仅瑜伽

裤，其跑鞋、羽绒服等品类都需提高竞争力。

3月9日，Lululemon官宣了5款鞋类产品，包括Blissfeel女士跑鞋，低帮与高帮Chargefeel女士指引鞋、Restfeel拖鞋和Strongfeel女士训练鞋，并且将在中国、北美以及英国市场首先发售“Blissfeel”女士跑鞋。3月23日零点，Blissfeel正式发售，官方售价为1180元，共有10款配色。

这款跑鞋得到了消费者两极分化的评价。在社交平台上，有网友表示，“希望越大，失望越大，几年的Lululemon粉很失望”；也有消费者表示“太普通”“割韭菜”。

不过，也有网友认为，这对粉丝来讲意义非常，只要接受价格就可以去消费。

从目前来看，在消费者心中，Lululemon的跑鞋和羽绒服产品都远不及瑜伽裤有认同感。

“我们认为，消费者对于一直以来专注于瑜伽领域的Lululemon售卖运动鞋产品具备较高的期待，该业务的成功关键在于运动鞋的性能能否如其瑜伽产品一样令消费者眼前一亮。”国泰君安分析师直言，Lululemon的正面对手即为运动行业中摸爬滚打多年的头部品牌，尽管Lululemon已为其运动鞋业务开展多年的准备工作，但其面临的挑战仍十分巨大。■



# 赛麟汽车超跑梦碎 烧光56亿被拍卖 曾砸上亿元鸟巢开秀

时代周报记者 张旭 发自广州

近日，在阿里拍卖平台上，南通市中级人民法院发布了一则关于“江苏S汽车公司”的拍卖信息。该公司曾用名如皋市高新技术创业服务有限公司，公示图片为江苏赛麟汽车公司的厂区图。

此次拍卖的是赛麟汽车的绝大部分工业用地，面积超63万平方米。主要位于如皋市城北街道镇南社区5、6、7、8组，以及双龙社区7、12、18组土地使用权、地上建筑物和所涉及的机器设备、生产线、流水线等资产。起拍价约23.78亿元，将于2022年5月30日正式公开拍卖。

截至时代周报记者发稿，本次拍卖共有3108次围观，但无人报名。

### 只卖了31辆“老头乐”？

赛麟在中国市场的高光时刻，莫过于2019年7月在鸟巢举行的发布会。在这场耗资过亿元的发布会上，赛麟邀请了好莱坞巨星杰森·斯坦森、赛麟创始人史蒂夫·赛麟等人助阵。按照王晓麟的说法，要“为中国人圆超跑梦，为赛麟圆中国梦”，赛麟将成为“全球超跑典范”。

最初，赛麟规划了赛麟S7、超跑SUV迈客、方程式赛车等多款跑车，但实际量产的只有一款纯电动微型车——赛麟迈迈。

初创品牌通过中低端产品打开市场并不少见，不过彼时有资深车评人指出，发布会展示的赛麟S7是20年前的产物，赛麟S1并非赛麟研发，而

是来自王晓麟收购的德国小众超跑品牌Artega，超跑型SUV迈客则只存在于PPT中。

对于外形如同老年代步车的赛麟迈迈，官方通稿形容：“迈迈的外观由主持过法拉利、玛莎拉蒂等经典超跑设计工作的汽车大师乔治亚罗设计，底盘和动力由史蒂夫赛麟亲自调校，迈迈具有名副其实的赛道基因。”

然而，据媒体援引赛麟方面人士提供的一份资料显示，赛麟迈迈实际上叫做“Mycar”，是王晓麟在2010年前后以2000万美元收购香港一家低速电动车企涉及的车型。

Mycar是一款针对老年人的代步车，是真正意义上的“老头乐”。迈迈的综合工况续航里程为305km，补贴后售价区间为15.88万～16.88万元，比同定位的欧拉R1、奇瑞新能源小蚂蚁价格高出一倍。

如此昂贵的“老头乐”，销量惨淡并不出乎意料。2019年双十一当天，赛麟迈迈在天猫正式开售，有运动定制版和樱桃小丸子定制版两款车型。从11月1日正式开店至12月23日正式申请关店，迈迈天猫旗舰店共收到31个订单。

造这些“老头乐”要花多少钱？此前接受采访时王晓麟表示：“建汽车工厂花掉30亿元；人员开支、营销费用等花掉14亿元左右；剩下的钱用来造车，剩下12亿元左右的资金用于开模具，做零部件配套等。”

这56亿元从哪里来？或许还要从赛麟的创立说起。

### “华人大律师”造车竟是商业欺诈？

1983年，美国前赛车手、工程师史

蒂夫·赛麟创立超跑品牌赛麟，主要以改装福特品牌车型为主，并非整车生产企业。2000年，美国赛麟推出超跑车型赛麟S7，但销量惨淡，濒临破产。

2014年，人称“华人大律师”的王晓麟通过旗下公司收购美国赛麟，开始布局中国市场。2016年，江苏赛麟的前身“如皋市高新技术创业服务有限公司”以增资方式引入4家外资企业股东，除了国资背景的南通嘉禾出资约33.4亿元，其余4家企业以知识产权作价66亿元作为出资额。王晓麟出任江苏赛麟汽车董事长兼CEO。

除了33亿元的股权出资，南通嘉禾还提供了32亿元的借款，王晓麟利用公司设备和其控制的股权为质押，如皋市政府为赛麟提供了2400亩土地建厂。手握数十亿元的赛麟，成为造车新势力的一员。

然而，合作过程充满隐忧。天眼查数据显示，4个外资企业股东——南通威蒙、如皋积泰、南通狮迈和如皋萨林均是在一天之内成立，且其中3家公司由王晓麟的妻子丛超控股，一家是其秘书控股。

在王晓麟和江苏如皋的合作中，青年汽车创始人庞青年起到了重要作用。青年汽车曾研发“水氢汽车”，号称“只加水就可以续航1000公里”。2021年，青年汽车破产，“水氢汽车”的大幕终于落下，而赛麟的转折点比青年汽车来得更早。

2020年4月，赛麟前高级法务经理乔宇东举报称，王晓麟通过虚假技术出资，将成本价50万美元和2000万美元的技术分别作价55亿元和11亿元入股，涉嫌商业欺诈。



截至发稿，本次拍卖共有3108次围观但无人报名。

据业内人士介绍，具备出资要件的技术必须处于试生产、完成技术锁定的状态。而当时王晓麟仅持有低速电动车Mycar技术，与赛麟公司上海研究院研发的迈迈技术并不相同。而且，Mycar技术为王晓麟花费2000万美元购得，远低于11亿元的作价。

据媒体报道，2019年7—11月，赛麟汽车4个外方股东向南通嘉禾进行了多次股权质押，总金额为20亿元。2019年7月，江苏赛麟还以动产抵押向南通嘉禾借贷12亿元。因此，王晓麟被指套取了32亿元国有资产。

乔宇东还表示，王晓麟通过不合规理的方式将公司资金转至关联公司账户，例如支付给其妻子的独资公司超亿元。

对于诸多指控，王晓麟一一否认，但不久就遭到调查。2020年7月，王晓

麟因涉嫌提供虚假证明文件、利用职务之便挪用江苏赛麟巨额资金，被警方刑事立案。彼时，赛麟汽车上海分公司的全部资产及江苏工厂都被南通中级法院查封。

### 拍卖或存流拍可能

公司岌岌可危，早已远遁美国的王晓麟却坚称：“完全没有责任。”

王晓麟把不回国的责任推给疫情，“不是不想回，只是买不到回国的机票”。2020年7月，他再度表态：“将以美国作为我的根据地跟南通嘉禾打一场持久战。”

天眼查显示，江苏赛麟自2021年2月至今已58次列为失信被执行人，被执行总金额达27.39亿元，并被法院出具了75个限制消费令。一切迹象都表明，赛麟已经无力回天。此次拍卖，会有人接盘吗？

记者注意到，从4月27日南通市中级人民法院发布竞买公告以来，拍卖共获得3108次围观，但无人报名。

对此，汽车分析师张翔向时代周报记者表示，拍卖存在流拍的可能。

“赛麟采用的是低速电动车平台，技术原本就濒临淘汰，又在库房封存了几年，相当于两次折旧。而且汽车生产很多设备是定制的，买来能否用于其他车型还很难说，可利用价值不高。”

张翔并表示，如今的造车市场和五年前不一样，腰部和尾部造车新势力和头部企业差距越来越大，新入局者试图进入市场很可能会出局。而且如皋不是汽车产业聚集地，如果有企业买下赛麟的厂房和设备，做整车没有优势，做零部件的可能性比较大。■

时代数据

发现好公司

扫码关注  
时代数据

FIND A GOOD COMPANY



# 五一楼市冷热不均 苏杭冷清 广深看房热度高

时代周报记者 忻奇琪 周雨旋  
发自上海

作为第二季度最重要的营销节点，每年“五一”假期均是开发商冲刺业绩的黄金时期。为迎接“红5月”，多地开发商积极推盘，各地市场呈现冷热不均格局。

时代周报记者统计，“五一”期间，深圳共有6个新盘发布成交喜报，有项目5日揽金超7亿元，每日成交额均破亿元。

贝壳平台在假期期间(4月29日—5月4日)，共成交房源超300套。

广州方面，据媒体报道，广州市天河区保利天汇项目，有购房者在停车场排队将近半小时才抵达售楼处，计算价格时相中的房源已被其他购房者买走。

“五一”期间，多地密集出台楼市调控政策。时代周报记者统计，包括惠州、江门、徐州、嘉兴在内的近20个城市出台调控政策，包括取消限购、下调房贷利率等。

5月4日，中国人民银行、证监会、银保监会（下简称“一行两会”）发文称，将及时优化房地产信贷政策，促进房地产市场健康发展。

## 各地楼市冷热不均

“五一”小长假期间，广深楼市迅速回暖。

据中指研究院，“五一”期间，广州的开发商营销推广较为积极，约40个楼盘有营销动作，其中全新楼盘超20个。处于中心地带的海珠与荔湾两区，热门楼盘受关注度较高，黄埔区的新盘也获得了较高的人气。

同处于广东省的深圳，则以加大



供应量的方式吸引购房者。

中指研究院的数据显示，“五一”期间，深圳楼市看盘量有所增加，深圳新建商品住宅累计成交1.79万平方米。

虽与2021年的2.83万平方米有一定幅度的下降，但深圳今年首批8宗住宅用地均触顶成交，预计市场信心将逐步恢复。

时代周报记者从多名房产经纪人处获悉，“五一”假期，深圳多个项目看房量增加，部分项目需要预约看房，龙岗某热盘选房现场需要排队进场。

事实上，深圳新房供应高潮将持续整个“红5月”。

据深圳中原研究中心统计，5月，深圳共有18个楼盘计划入市，其中福田区和宝安区为供应大户，均有4个

住宅楼盘拟推售，其次是光明区和龙岗区。

部分热点城市楼市向好，并不意味着楼市已全面回暖。

根据中指监测数据，“五一”期间，重点监测城市新建商品住宅成交面积较去年下降52.3%。多数代表城市新房成交规模同比下降，其中武汉、苏州、温州、杭州同比下降均超五成。

## 支持房企融资

“五一”期间，多地楼市相继出台调控政策，合理满足刚性购房需求。与此同时，“一行两会”表示，要保障房企融资，优化信贷政策。

5月5日，易居研究院智库中心研究总监严跃进对时代周报记者表示，

“一行两会”发布的内容，对房地产市场的环境进一步改善有积极作用，有助于规范房地产市场，促进楼市的平稳健康发展。

亿翰智库研究总监于小雨在接受时代周报记者采访时表示，“一行两会”从行业的角度入手，让稳健经营的企业融资正常化，尤其是一些民营企业能更好地融资。

“在坚持‘房住不炒’的前提下，为支持商品房市场更好满足购房者的合理住房需求、支持刚需和改善性住房需求，应提供条件把合理的住房需求转化为市场成交。”于小雨进一步指出，需求端市场的好转可以解决房地产行业投资、房地产产业链信用重建等问题。■

# 7宗地收金341亿元 2022年广州首轮土拍收官

时代周报记者 胡天祥 发自上海

5月5日，2022年广州首轮集中供地落下帷幕。时代周报记者统计，本次土拍耗时半天，共揽金341.4亿元，成交总建面239.43万平方米，17宗地块仅一宗流拍。

其中，白云区空港大道中东侧AB2904003地块，是本轮的热门地块。经过25轮报价，该地块最终由中海地产以成交总价27.2亿元+住宅自持比例9%斩获，计容楼面价3.45万元/米²。

本轮土拍中，广州地铁成为本轮土拍大赢家，共斥资约165亿元竞得4宗地块。

其中，海珠区石榴岗南侧台涌地块成交楼板价4.63万元/米²（扣除公服配建面积），跻身广州市住宅用地成交楼板价排行榜第6名。

值得注意的是，李嘉诚旗下和记黄埔，本次未能如愿落子广州。此前，和记黄埔报名参与了白云空港大道地块的竞买。

克而瑞广佛区域首席分析师肖文晓告诉时代周报记者，广州本轮土拍，大华集团和兰园控股两家民企各自拿下一宗地块，显示在政策大环境转好的情况下，民企投资的信心正在缓慢恢复。

广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉告诉时代周报记者，本轮供地的亮点是取消了竞配建，全面给开发商让利，再加上近期房地产政策环境相对友好，该批次地块将获得不错的盈利预期。

## 海珠区成“揽金王”

从单区揽金情况看，海珠区以区域成交总价115.61亿元，成为本轮的

“揽金王”。

其中，赤沙车辆段AH031422、AH031419地块，是本轮土拍中总价最高、体量最大的地块。经过竞价，赤沙车辆段地块由广州地铁以94.55亿元拍得，成交楼面价达2.25万元/米²。

据土地出让文件显示，赤沙车辆段地块位于广州人工智能与数字经济试验区琶洲核心片区内，地处地铁12号线、18号线沿线，距赤沙站500米，邻近华南快速、环城高速，驾车30分钟内可快速到达琶洲商务区、珠江新城、广州国际生物岛、广州大学城等重要功能片区。

位于海珠区的石榴岗南侧台涌AH032318地块，同样由广州地铁以21.0724亿元竞得，楼面价3.76万元/米²。

据克而瑞统计，扣除公服配建面积，石榴岗地块成交楼板价达4.63万元/米²，成功跻身广州市住宅用地成

交楼板价排行榜第6名。

本轮土拍中，位于白云区的空港大道中东侧AB2904003地块竞争最为激烈。

资料显示，该地块邻近白云山，距地铁2号线沿线江夏站500米。

目前，该地块周边一公里内无在售项目，更远处则有首开龙湖·天奕、新世界云耀等在售一手项目。

据悉，空港大道地块一共吸引了中海、保利、中铁建、龙湖+中旗、越秀、华发、华润、绿城、珠实、广州城投、粤海、和记黄埔12家房企争夺。

李宇嘉告诉时代周报记者，此轮拍地，政府底价定价相对较低。以空港大道地块为例，中海以27.2亿元封顶总价+自持9%拿下，可售楼面价约4.1万元/米²，计容楼面价3.45万元/米²，远低于近年来同区域普遍在4万元以上的楼面价。



## 多家民企加仓

时代周报记者注意到，本轮土拍中不乏民企的身影。

多名业内人士在接受时代周报记者采访时表示，此现象与市场预期调整相关。

荔湾区的金桥二期地块位于白鹅潭商务区、石围塘片区内，临近地铁5号线、佛山8号线沿线，距涌口站800米，邻近环城高速。

历经11轮报价，该地块最终由兰园控股以5.5亿元竞得，楼面价3.32万元/米²，溢价率10%。

资料显示，兰园控股起源于福建，地产总部位于广东广州天河CBD环球都会广场，是一家多元化集团公司，业务横跨地产开发、钢铁实业、科技电商三大板块，年营业收入逾1000亿元。

位于增城区的朱村山田站北侧地块，则被大华集团以总价13.28亿元拿下。

值得关注的是，该地块曾于2021年第二批次流拍。此次重新挂牌，起拍价从16.3亿元降至13.28亿元，降幅达18.5%。

资料显示，朱村山田站北侧地块临近广州科教城，距离地铁21号线山田站较近，周边还有规划中的23号线、28号线。大华集团总部位于上海，多年来专注城市更新，超大规模社区建设运营等，长期位居中国民营企业500强。目前下属100余家控股、参股公司、分公司，40余家关联企业合作运营。

肖文晓告诉时代周报记者，本轮土拍，大华集团和兰园控股分别拿下一宗地块，连竞争最为激烈的白云地块也有民企出价，显示在政策大环境转好的情况下，民企投资的信心正在缓慢恢复。■

2.83  
万平方米



1000  
亿元





# 王祥明辞任董事会主席 华润置地进入李欣时代

时代周报记者 刘婷 发自广州

企业董事会主席更迭向来备受市场关注，因其代表着公司内部最高话语权的交接，深刻影响企业的发展进程。对于央企华润置地（01109.HK）而言，董事局换届同样充满看点。

5月5日，华润置地发布公告称，2022年5月5日起，因华润集团的其他工作分配，王祥明辞任公司董事会主席、非执行董事及提名委员会主席。总裁李欣获委任为公司董事会主席及提名委员会主席。

这意味着，华润集团董事长王祥明兼任华润置地董事会主席的时代结束，李欣正式接棒，成为华润置地真正意义上的“话事人”。

此举被视为华润集团对李欣能力的肯定与信任，进一步放权后，李欣手上的权力砝码重量再增。

自2018年担任总裁后，李欣治理下的华润置地销售规模向前，商业板块亦日益成熟，华润万象生活（01209.HK）顺利登陆资本市场。此番换帅后，整理完“内务”的华润置地，将进入平稳周期，合力向外迎接属于央企的好时光。

### 央企换帅

“铁打的华润置地，流水的董事会主席。”业内广为流传的段子，道出了华润置地董事会主席频繁更替的事实。

时代周报记者统计，2004年至今，华润置地董事会主席共有4名人选，其中2014年11月—2019年2月为



2020年实现营业收入1796亿元，同比增长21.2%；2021年，华润置地实现综合营业额2121亿元，按年增长18.1%。

空档期。

2019年12月，王祥明接替唐勇，成为华润置地董事会的“空降”主席。彼时，王祥明身上还有另一要职，即任华润集团董事、总经理。因此，王祥明担任华润置地董事会主席，被视为是临时性的安排。

王祥明任职董事会主席期间，总裁李欣为主要副手。

据华润置地公告资料，李欣本科毕业于东北财经大学，硕士毕业于香港理工大学。1994年便加入华润（集团）有限公司，曾任职于华润物业有限公司。

2001年，李欣以校招生的身份加入华润置地。2016年开始，李欣开始进入核心管理层名单，同年7月获委任华润置地有限公司联席总裁，而后于2017年4月获委任为公司执行董

事。2018年12月4日，李欣获委任为华润置地有限公司总裁，负责公司日常业务的管理。

“李总比较低调，是实干派，对工作的要求很高。”5月7日，一名华润置地深圳区域员工告诉时代周报记者。

在华润置地员工眼里，李欣是典型的“老华润人”。加入华润集团以后，李欣工作足迹包括地产和物业板块等，对各个部门的工作流程都相当熟悉，实战经验丰富。早年间，华润置地布局东北时，李欣把华润置地的高端基因引进大连，牵头操盘沈阳项目等。

对内，李欣也重视人才队伍的培养。时代周报记者获悉，去年华润置地内部举行的千人经理人大会、大型员工团建等活动，李欣均有参与。

任职董事会主席期间，王祥明参与了华润置地2019年度业绩会，也是唯一一次出席。此后多次年度业绩会，均由李欣主持。

在2019年业绩会上，王祥明曾表示，受到城镇化进程对人口流动和行业转移的影响，华润置地在未来布局上主要聚集在京津冀、长三角、粤港澳大湾区以及9个国家中心城市为核心的城市群。

直至今日，华润置地的土储战略仍聚焦于京津冀、长三角、粤港澳大湾区等重点区域，坚持重点区域深耕战略。

### 李欣时代启幕

李欣治理下的华润置地，度过了董事会权利频繁更迭时期，获得了发展窗口期。

2019年，华润置地实现综合营业额1477亿元，按年增长21.9%；2020

年实现营业收入1796亿元，同比增长21.2%；2021年，华润置地实现综合营业额2121亿元，按年增长18.1%。

多次公开场合中，李欣难掩野心，提及排名诉求。

在2021年华润置地年度业绩会上，华润置地总裁李欣强调，华润置地一直对行业排名有诉求，但对规模没有要求。

虽然没有公开2022年的销售目标，但李欣表示，希望在2021年的签约额基础上，销售金额能够有所提升。

李欣强调，华润置地从来没有唯规模论，也没有冲过规模。“一直以来我们都有一个词叫‘有质量地规模增长’，我觉得和冲规模完全两回事。”

华润置地的发展势头在土地市场上可见一斑。

在4月29日的深圳集中供地中，华润置地表现最为积极。

**本次拍地总共推出8宗地块，华润置地共报名竞买7宗，并最终斥资41.31亿元斩获光明两宗地块。**

拿地当天，华润置地演绎“深圳速度”。

华润置地深圳大区发布信息显示，“在成功竞得地块后，深北片区光明玉塘项目、凤凰项目立即安排人员设备进场开展施工准备工作，实现‘当天拿地、当天开工’，这也是深圳大区深北片区推进‘拿地即开工’，提升工程落地效率的范例。”

克而瑞地产研究中心的《2022年1-4月房地产企业新增土地排行榜》中，华润置地新增土地价值为274.8亿元，行业排名第4；新增土地建面为251平方米，位居行业第2。■

41.31  
亿元



# Z世代睡眠生意难做 “综艺咖”喜临门毛利率下滑

时代周报记者 忻奇琪 发自上海

家居行业里的综艺常客——喜临门（603008.SH），近日披露了2021年全年业绩和2022年一季度业绩情况。

**过去一年里，这家成立于1996年的老家居品牌，不仅持续加速抢占Z世代消费市场，也加速布局线上线下渠道，搭建“1+N”全渠道销售网络，多维度拓展与消费者间的互动。2022年一季报数据显示，喜临门营业收入14.05亿元，同比增长12.35%。**

但另一方面，由于“大手笔”投放，不断在校园渠道、商超渠道、酒店业务渠道进行品牌露出，喜临门毛利率和净利润均录得下滑，其中一季度的毛利率录得34.26%，同比下降0.2个百分点，而净利润则同比下降37.5%。

5月5日，喜临门投资关系部在接受时代周报记者采访时表示，对于未来线上线下业务比例，喜临门内部确实有所规划，但暂时还不方便对外进行透露。

### 赞助多项顶级综艺

值得一提的是，这并非喜临门首次出现毛利率下滑。

2016年至2020年，喜临门整体毛利率分别为36.98%、34.7%、28.84%、34.75%、33.76%，波动明显。

2021年年报数据显示，喜临门品牌产品毛利率继续下滑，期内喜临门营收48.75亿元，占公司总营收比重约62.7%、毛利率41.81%，同比下降5.58个百分点；而M&D（含夏图）营收6.49亿元、毛利率30.1%，同比下降4.82个百分点；非品牌营收21.28亿元、毛利率9.67%，同比下降2.42个百分点。

在3月16日召开的机构调研中，喜临门方面曾直言，公司生产用的原材料主要包括发泡材料（聚醚、TDI等）、



海绵、无纺布、面料、皮革、钢丝等，受全球疫情反复、限电双控致工业生产增速放缓、资源供应不足、运输条件等影响，石油、化纤原料、钢材等大宗商品价格的波动将直接影响上述原材料的采购价格，导致生产成本波动，从而影响利润水平。

但在不少业内人士看来，喜临门不菲的品牌宣传费用也是影响其利润的因素之一。

据喜临门介绍，公司近些年来一直加入对品牌端的投入，预计占当年营收规模2%～3%，主要用于冠名爆款综艺、策划睡眠大赛等文娱项目。

以《中国睡眠研究报告》为研究基础，借助产品在社交媒体的高频次亮相，喜临门也向Z世代传递“深度睡眠”的健康理念与积极的生活态度。

“专家建议晚上10—11点睡觉”“这届年轻人为什么睡不着”等18个话题登上热搜，累积阅读量17.4亿。

不仅如此，为了讨好Z世代消费者，喜临门还在2021年报告期内，相继赞助了《跨界喜剧王》《奔跑吧兄弟》



**2021年年报显示，喜临门自主品牌零售业务实现营收51.74亿元，同比增长65%。线下业务实现营收40.76亿元。其中，“喜临门”自主品牌营收同比增长77%，增速领跑全行业。线上业务年实现营收10.98亿元，同比增长63%，持续保持主要平台床垫销售TOP1。**

《青春环游记》等8档顶级综艺节目。

同时，喜临门还着手布局直播渠道，开展渠道自播和达人直播初显成效，现已在抖音上搭建10多个直播间。

对此，喜临门方面表示，多年的品牌投入，加上新渠道贡献的品牌红利，让公司销售规模不断扩大。在销售费用上方面，品牌和营销的费用占比会逐年优化。

### 线上业务收入暴增

正是由于对新一代消费者的营销投入，喜临门自主品牌的营收发展增加，线上业务也实现了同比增长。

截至2021年12月31日，喜临门、喜眠、M&D（含夏图）自主品牌专卖店数量近4500家；线上渠道喜临门品牌已与天猫、京东、苏宁易购等核心电商平台形成深度合作。

喜临门提前布局商超、家电、家装等新渠道，简化交易场景，发掘新增量，逐步构建一个以线下专卖店和线上平台为核心，分销店、商超家电店为补充的“1+N”全渠道销售网络。

2021年年报显示，喜临门自主品牌零售业务实现营收51.74亿元，同比增长65%。线下业务实现营收40.76亿元。其中，“喜临门”自主品牌营收同比增长77%，增速领跑全行业。线上业务年实现营收10.98亿元，同比增长63%，持续保持主要平台床垫销售TOP1。

与此同时，喜临门还进一步巩固传统物业卖场渠道，于2021年完成了千店拓展计划。截至目前，喜临门拥有线下专卖店（含分销）总数近4500家，其中喜临门专卖店3140家，M&D专卖店503家。

4月27日，喜临门还发布公告称，公司实际控制人陈阿裕计划自4月28日起6个月内，以自有资金增持公司A股股份，拟累计增持股份数量不低于公司总股本的1%，不超过公司总股本的2%。■

12.35  
%

