

# 时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

周要闻

两高明确：签订“阴阳合同”为逃税手段

最高人民法院、最高人民检察院联合发布了《关于办理危害税收征管刑事案件适用法律若干问题的解释》，明确各类危害税收犯罪的定罪量刑标准，依法惩处犯罪，保障国家税收利益、维护税收秩序。其中，首次将签订“阴阳合同”作为逃税方式之一予以明确。

国内成品油年内第二次调价搁浅

国内成品油新一轮调价窗口将开启。据国家发改委网站消息，3月18日国内成品油价格按机制不作调整。本轮是2024年第六次调价，也是国内成品油年内第二次调价搁浅。本次调价后，2024年成品油调价呈现“三涨一跌两搁浅”的格局。

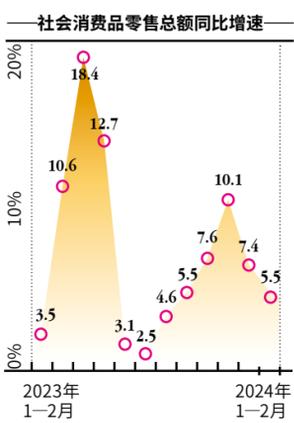
前两月规上工业增加值同比增长7%

3月18日，国家统计局数据显示，1—2月份，全国规模以上工业增加值同比增长7.0%，比去年12月份加快0.2个百分点。从环比看，2月份，规模以上工业增加值比上月增长0.56%。分行业看，41个大类行业中有39个行业增加值保持同比增长。其中，汽车制造业增长9.8%，计算机、通信和其他电子设备制造业增长14.6%。

周数据

1—2月份社零总额同比增长5.5%

3月18日，国家统计局数据显示，1—2月份，社会消费品零售总额81307亿元，同比增长5.5%。按经营单位所在地分，城镇消费品零售额70437亿元，增长5.5%；乡村消费品零售额10870亿元，增长5.8%。按消费类型分，商品零售71826亿元，增长4.6%；餐饮收入9481亿元，增长12.5%。

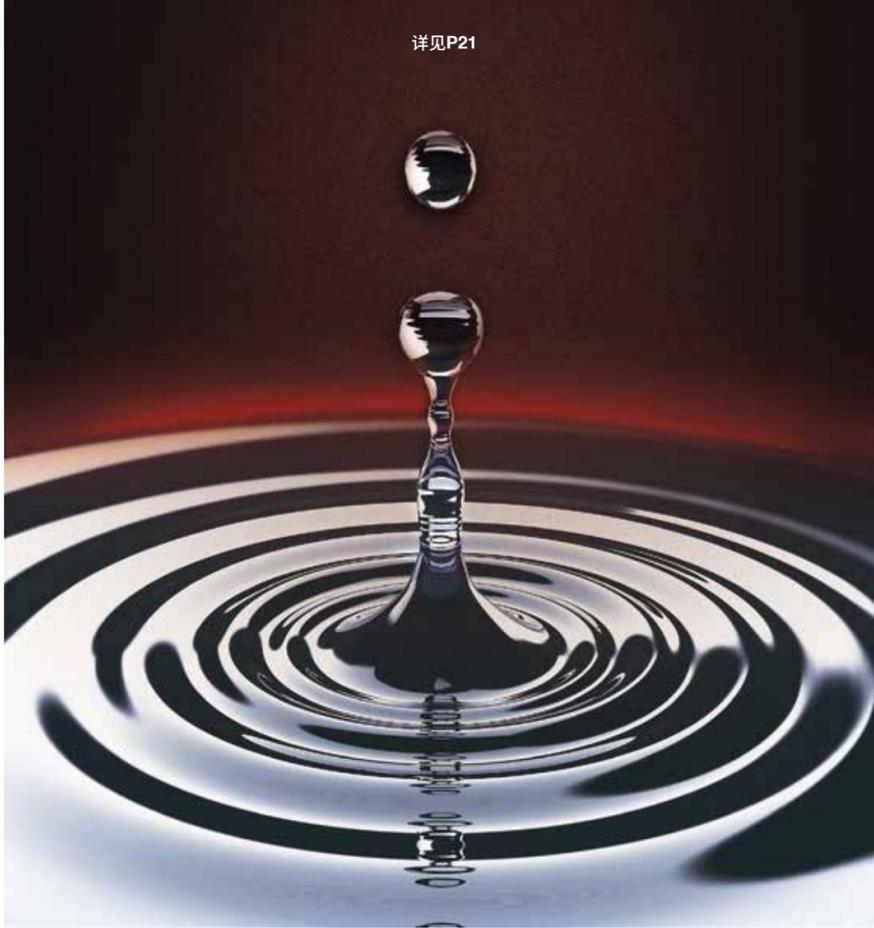


银行与金店“抢生意”

详见P10

## 行业加剧分化 酒企如何突围

详见P21



## 5万亿大市场启航

时代周报记者 阿力米热 发自广州

“以旧换新”的风又来了。为了扩大投资和消费，加快经济绿色转型，“以旧换新”无疑是近期备受关注的热点之一。政府工作报告在部署扩大国内需求时也提到，“鼓励和推动消费品以旧换新”“推动各类生产设备、服务设备更新和技术改造”。

紧接其后，国务院又印发了《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》（以下简称《行动方案》），提出要通过政策支持、企业让利等方式，开展设备更新，汽车、家电产品等以旧换新行动。

实际上，“以旧换新”并非第一次提出。2008年美国金融危机引发全球经济危机，消费性电子产品外销需求急速衰退，在此背景下，国家制定了基建与地产领域的“四万亿计划”，并出台了汽车家电下乡和以旧换新等方案，作为促进消费、扩大内需的重要举措。

与当时相似，本轮“以旧换新”意在进一步畅通内循环，扩大内需市场，稳定经济增长。从覆盖范围来看，除了面向汽车、家电等耐用消费品的以旧换新以外，还面向各类生产设备、服务设备更新和技术改造。

那么，“以旧换新”这个市场有多大？

国家发展和改革委员会主任郑栅洁表示，设

备更新初步估算将是一个年规模5万亿元以上的巨大市场，汽车、家电更新换代也能创造万亿元规模的市场空间。

为什么要换？

在拉动经济增长的“三驾马车”中，消费的基础性作用正不断增强。

统计数据显示，2023年，全国社会消费品零售总额超过47万亿元，总量创造了历史新高，最终消费支出对经济增长的贡献率达到82.5%。

与此同时，家电产品作为耐用消费品市场的代表性产品，展现出了强劲的消费动力。

中国轻工业联合会数据表示，2023年家用洗衣机、家用冷柜、电冰箱、空调等产品产量保持两位数增长，其中，家用冷柜产量增长超过40%，电冷热饮水机、电冰箱产量增速超过20%。

因此，为了经济发展稳中求进，进一步巩固消费复苏态势的必要性日渐凸显。

中国国际经济交流中心宏观经济研究部副部长刘向东告诉时代周报记者，当前我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，需要提升存量的质量效益，在提升过程中产生增量。

“大规模推动消费品以旧换新和设备更新能有效拉动消费和投资，从而为扩张经济循环提供强劲的动力，促使经济实现量的合理增长和质的有效提升。”刘向东说。

➔ 下转P3

## 阿里电商的“回马枪”

一方面，阿里原本已居于后台的老业务1688在悄悄变强；另一方面，作为直播带货“元老”的淘宝再发力，帮助平台留住用户。

时代周报记者 郭美婷 徐超  
发自广州 杭州

在过去一段时间里，阿里巴巴电商似乎在拼多多、抖音电商等新生平台的追赶下渐渐失去光环。

那个曾经拿着望远镜也找不到对手的阿里在去年经历了剧烈的组织变革，这家互联网巨头在2023年猛然转身。

曾经，为了争夺低价客户，阿里巴巴培育了淘特，“明刀明枪”地对标拼多多。去年全年，淘系以“价格力”为重点战略之一，在低价的战场上浴血厮杀。

不过，今年以来情况似乎发生了一些改变。开年，阿里巴巴将第一刀砍向淘特，关闭了淘特新开店的入口。同时，淘宝从“价格力”更多倾向“服务力”，围绕消费者体验提升服务体系，并在服务上表现出色的优质商家提供了多种流量与权益扶持。

策略转型的同时，阿里电商还在老业务上耍了个“回马枪”。一方面，阿里原本已居于台后的老业务1688悄悄变强，通过“平替经济”走“B2B”或“B2C”的模式抓住了年轻人的钱袋子；另一方面，作为直播带货“元老”的淘宝再发力，成立新的MCN公司培养主播，真金白银扶持逛逛达人生态，以期吸引更多的商家、达人入驻，帮平台留住用户。

“坚持低价策略，提升服务水平，另外加大AI在电商平台的应用，最后强化直播电商和货架商城的联动，形成更高效的协同效应。”网经社电子商务研究中心特约研究员、百联咨询创始人庄帅如是总结。

可以看到，新的一年，阿里巴巴已挥出“三板斧”致力于收复流量失地。今年年初，阿里巴巴集团董事会主席蔡崇信曾在接受媒体采访时表示，经过一段时间的压力，阿里已重返中国顶级电商企业轨道。随着架构重组和新管理层的到位，阿里对能够成为中国顶级电子商务企业之一更具信心。

阿里虽然不像以前那样自信，但可能阿里正在回来。

从拼价格到拼服务？

开年3个月，阿里巴巴的电商业已调整频频。

2月底，淘特传出“将淡出历史舞台，平台上的商家和商品都将迁回淘宝”的消息。据传闻，这一调整在一年前就已经陆续开始。

淘宝特价版（淘特前身）于2020年3月上线，定位是服务低价市场，用零门槛入驻和流量扶持方式吸引工厂入驻。由于其低价模式，淘特一度被外界认为是阿里巴巴对标拼多多的“秘密武器”。

➔ 下转P17

政经 · TOP NEWS

- 5 香港生产力促进局总裁毕坚文：发展新兴产业 香港有独特优势
- 6 江浙凭啥成“人口赢家”？
- 7 认亲之后 他选择离家
- 8 新加坡正在疯狂“抢游客”

财经 · FORTUNE

- 9 新行长“空降” 民生银行迎人事变局
- 11 借钱借成第五大股东 陕国投接手亚太财险股权
- 13 向26万股东分红220亿元 宁德时代业绩大涨
- 15 佛慈制药上调产品出厂价 中药材涨价“蝴蝶效应”显现

产经 · INDUSTRY

- 18 字节跳动重整游戏业务
- 19 探路AWE2024：谁在重塑家电生态？
- 22 旅游直播带货风起 消费者在直播间里“踩坑”
- 24 深圳写字楼价格跌回10年前 有业主豪掷2亿元扫楼

编辑/梁勋 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



扫一扫关注  
时代周报官方微信

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

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

地址/广东省广州市珠江新城华利路  
19号远洋明珠大厦4楼

# 汽车以旧换新 推动消费“向新而行”

国务院近日印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》，明确实施消费品以旧换新行动，开展汽车、家电产品以旧换新，推动家装消费品换新。业内专家表示，汽车以旧换新行动方案实施办法和标准的政策细则正在制订中，若进展顺利，有望在二季度出台。

刚刚结束的全国两会显示，促消费仍是今年政府工作的一大重点。政府工作报告提出，要把恢复和扩大消费摆在优先位置，着力扩大国内需求，多渠道增加城乡居民收入，稳定大宗消费，推动生活服务消费恢复。此前中央经济工作会议则强调，积极培育新的消费增长点、增加城乡居民收

入，优化消费环境。

“积极培育新的消费增长点”“促消费”，汽车行业责任重大。

汽车是仅次于房子的第二大消费品，整个产业涉及面广、产业链长、市场规模大，作为国民经济战略性、支柱性产业，如果汽车消费能够稳定，必然会对提振内需消费、稳定工业和经济发展产生重大作用。

近年来，我国汽车行业发展很快，但是也要看到，与发达国家的千人汽车保有量相比，我国还有不少差距，这意味着我国汽车市场还有很大发展空间。

现在，把促汽车消费的着力点放在以旧换新上，正是恰当的时机。

一方面，当前汽车消费的主要场景发生了一些变化。据媒体报道，近几年，每年乘用车中置换新车的规模已达到600万~700万辆，置换率在30%左右。

这一事实证明，中国汽车行业正在从增量市场向存量市场转化，大量消费者对汽车消费的需求已从最初的“有没有”变为“好不好”，换购一辆好车的意愿在大幅上升。

另一方面，受益于完善的全产业链和强大的工业制造能力，我国新能源车企业表现出了强大实力，其产品性价比和智能化程度方面，让竞争对手望其项背，也获得了越来越多消费者的喜爱。

数据显示，2023年1-5月，燃油车主置换新能源车的比例已达到22%，而2020年仅为4%，短短三年，份额增长即接近了5倍。

有理由相信，以新能源汽车为代表的绿色产品将是新的消费增长点，同时也是拉动中国经济增长的强有力的“火车头”，这一轮以旧换新活动则将助推我国新能源车企再上一步台阶。

相较过去的汽车以旧换新，本轮“以旧换新”还重点提及了回收利用环节，行动方案要求实施回收循环利用行动，完善废旧产品设备回收网络。

这一点关系到汽车“后市场”的培育。众所周知，汽车配件、维修服务和售后保

养也是一个巨大的市场。不仅如此，作为再生资源回收的重要一环，汽车的报废、回收、拆解等循环利用工作做好了，对于保护环境、节约资源都有重大价值。

政策已经确定，就要高标准实施。

围绕实施，政策的便利性不能不提。要让消费者切实感受实惠，同时，换购的程序不能复杂繁琐。如果汽车以旧换新过程简易，而且商品的性价比有明显提升，肯定会吸引更多消费者。这就需要包括车企、金融机构在内的各方都能协同联动起来。

专业机构预计，3月车市将逐步回暖，这是一个好消息。有了好的预期，行业和社会的信心就会更足。□

# 打击五类财务造假 证监会提高举报奖励金额

时代周报记者 梁春富 发自北京

3月15日，国务院新闻办公室举行新闻发布会，中国证监会副主席李超和四位部门负责人出席发布会，解读监管防风险推动资本市场高质量发展有关政策，释放重磅政策信号。

李超介绍，为深入贯彻落实中央金融工作会议精神，按照国务院有关工作部署，证监会会同有关方面，经过认真调查研究，听取各方意见，制定出台了四个文件。

这四个文件分别是《关于严把发行上市准入关从源头上提高上市公司质量的意见（试行）》《关于加强上市公司监管的意见（试行）》《关于加强证券公司和公募基金监管加快推进建设一流投资银行和投资机构的意见（试行）》以及《关于落实政治过硬能力过硬作风过硬标准全面加强证监会系统自身建设的意见》。

## 重点打击五类财务造假行为

证监会上市公司监管司司长郭瑞明表示，财务造假触碰的是资本市场底线，必须坚决打击。

首先是重点打击五类财务造假行为：一、长期系统性造假和第三方配合造假，对于造假的策划者、协助者，都要严肃追责，坚决破除造假“生态圈”；二、欺诈发行股票债券行为，要坚决把造假者挡在资本市场门外，混进来的要坚决清除；三、滥用会计

政策、会计估计，随意调节利润的财务“洗澡”行为；四、通过融资性贸易、“空转”“走单”进行造假的行为；五、侵占上市公司利益、掏空上市公司过程中伴随的一系列造假行为。

其次是全方位立体式追责。除了行政处罚，还要综合运用多种惩戒手段。刑事方面，要用好公安、检察机关派驻证监会的体制优势，联合查处一批典型恶性案件。民事方面，先行赔付、支持诉讼、行政执法当事人承诺等制度可以赔偿投资者损失，大幅提高违法成本。对于主要责任人，坚决市场禁入。触及重大违法强制退市标准的，坚决退市。

再次是强化公司内控防线建设。上市公司内部有效的内控体系是防止系统性财务舞弊非常重要的基础，所以重点要压实公司董事会，特别是审计委员会和独立董事在反舞弊方面的职能，发挥公司治理内部制衡的作用。同时鼓励内部人举报，并研究提高举报奖励金额。

最后是压实中介机构“看门人”的责任。对于丧失职业操守、串通舞弊的这些中介机构，坚决从重处罚，坚决适用禁业罚等硬措施。同时，要督促审计评估机构及时发现、主动报告他们发现的上市公司财务造假线索，对于主动报告的，可以依法从轻或者减轻处罚，这样做的目的是让造假者无处藏身。

## 证券监管“长牙带刺”

全面注册制下A股“新陈代谢”

加快，个别公司或为了粉饰业绩，或为了规避退市，借助财务造假，达到以假乱真、欺骗监管层、吸引投资者，最终实现股价上涨、市值大增、减持套现的目的。

针对财务造假行为，监管重拳出击，通过“一案双查”模式和立体化追责，财务造假者应退尽退，另一部分公司虽未触及重大违法强制退市标准，但违规代价也大幅提升。

例如，涉嫌业绩造假、欺诈发行的\*ST红相（300427.SZ）及相关高管的处罚落地。2月27日，厦门证监局向\*ST红相以及9名当事人送达了《行政处罚及市场禁入事先告知书》（下称告知书），拟罚款总额达6556万元，并将对2名当事人采取市场禁入措施。其中，该公司实控人、董事长兼总经理杨成将被罚款2288万元，并终身市场禁入。

据告知书，\*ST红相涉嫌连续6年造假，累计虚增营收约10亿元。财务造假期间，该公司实施定增，发行可转债以及发行新股收购资产，都涉嫌构成了欺诈发行，均被严格追责。

对于\*ST红相2020年公开发行可转换公司债券不符合发行条件、涉嫌以欺骗手段骗取发行核准和\*ST红相2020年发行文件涉嫌编造重大虚假信息，厦门证监局也有相应的责任人认定。

证监会2024年系统工作会议明确，进一步落实资本市场防假打假综合惩防体系，加大对欺诈发行、财务造假、操纵市场、内幕交易等案件的查办力度，提升案件查办效率，对性



2月27日，厦门证监局向\*ST红相以及9名当事人送达了《行政处罚及市场禁入事先告知书》，拟罚款总额达6556万元

会将加大执法力度，让造假者“倾家荡产、牢底坐穿”。

## 突出“两强两严”

在3月15日的国新办新闻会上，李超表示，证监会制定出台了四个文件。一是关于严把发行上市准入关，从源头上提高上市公司质量的意见。二是关于加强上市公司监管的意见。三是关于加强证券公司和公募基金监管，加快推进建设一流投资银行和投资机构的意见。四是关于落实政治过硬、能力过硬、作风过硬标准，全面加强证监会系统自身建设的意见。

这次文件的制定，突出了“强本强基”和“严监严管”：一方面，聚焦提高上市公司质量和保护投资者合法权益，进一步完善加强市场监管的相关措施。另一方面，坚持刀刃向内，动真碰硬，在从严加强证监会队伍管理方面作出了全面的安排。此外，文件还从发行准入、上市公司持续监管、中介机构监管等各方面系统性提出政策措施。

证监会将坚持系统思维、依法治市，抓紧制定、修订相关配套规则，统筹推进各项措施落地见效。同时，坚持远近结合、标本兼治，研究出台一揽子加强监管、防范风险、推动高质量发展的政策措施，完善有利于资本市场长期稳定健康发展的体制机制，走好中国特色资本市场发展之路，为金融强国建设和推进中国式现代化积极贡献力量。□

粤港澳大湾区

打造粤港澳大湾区  
建设世界级城市群

# 5万亿大市场启航

← 上接P1

据了解,与以往侧重于满足不充分的需求不同,新一轮的“以旧换新”重点以市场机制为主,通过标准引领等举措推动汽车、家电以及设备等耐用品向更高质量更换,以提高技术、能耗、排放等标准为牵引,推动各行各业和家庭设备的数字化智能化绿色化替代。

从市场需求空间来看,2023年全国工业、农业等重点领域设备投资规模约4.9万亿元,随着高质量发展深入推进,设备更新需求会不断扩大,初步估算将是一个年规模达5万亿元以上的巨大市场。

消费品换新方面,公开数据显示,2023年中国汽车行业的年销售额已突破10万亿元,家电行业的市场规模也近8000亿元,如果汽车和家电市场能通过“以旧换新”再次盘活,能创造万亿元规模的消费市场空间。

“实施‘以旧换新’举措不仅有助于促进全民消费和稳定经济增长,还能改善经济发展的条件,实现既利当前又惠及长远的目标。”刘向东说道。

## “新”在哪里?

从以往的经验来看,一系列汽车、家电“以旧换新”政策的实施,能带来不少红利。城市以及县城、乡镇都享受到消费升级带来的巨大好处,同时也能有效推动消费升级和资源循环利用。

商务部数据显示,在2009年6月至2011年12月,实施家电以旧换新政策以来,全国共销售五大类新家电9298万台,拉动直接消费3442亿元,有效引导了城镇居民消费能力的释放。

值得一提的是,由于家电行业的扩容,使得相关从业人员增加了40多万人,这其中,约70%以上是农民工和城市下岗人员,有效扩大了就业面。

而对于新一轮“以旧换新”来说,刘向东预计同样能发挥很好的作用,



改善市场预期,提振发展信心。

“以市场机制为主导将会进一步畅通内循环,理顺价格机制,从而满足多样化高品质的需求。而这些满足背后,实际上也是通过减税让利等方式惠及消费者和企业,让企业 and 消费者都能从以旧换新中找到发展的机会。”刘向东说道。

时代周报记者注意到,当前,海尔、格力、美的等多个家电品牌正加码“以旧换新”补贴。而在汽车领域上,重庆、上海等多地也于近期出台汽车“以旧换新”政策。比如,上海市商务委员会对报废或者转让国五及以下燃油车,并购买国六B燃油车的,政府一次性补贴2800元;报废或转让后购买纯电动车的,政府一次性补贴1万元。

此外,在汽车新能源化的趋势下,相关消费品正进入一个更新换代的窗口期。

据公安部门披露,截至2023年年底,全国新能源汽车保有量已实现了超2000万辆,但占汽车总量的比例仍仅有6.07%。由此可见,从传统燃油车向新能源汽车的转变,依然有着巨大的空间。

“不过,要想顺利推进‘以旧换新’得注意方式、方法,减少过度的行政干预,而是让市场发挥资源配置的作用,通过标准引领或倒逼市场开展以旧换新的活动,从而确保新一轮的‘以旧换新’能发挥相应作用。”刘向东说道。

在新一轮的“以旧换新”措施中,设备更新也是重点之一。

具体来看,设备更新将聚焦工业、农业、建筑、交通、教育、文旅、医疗7个领域。而从其实施意义来看,除了刺激消费以外,也与产业的转型升级密切相关。

当前,我国诸多产业都处于转型

升级的关键阶段,推动制造业高端化、智能化、绿色化发展的背后,都离不开硬件设备的更新换代。

以工业为例,中国是制造业大国,去年年末规模以上工业企业资产已超过160万亿元,很多设备保有量位居全球第一。

实施智能化改造升级,一方面可以节省更多人力,有效降低人工成本;另一方面可以缩短产线空置、维护时间,从而提升产能,创造更多的产值与更大的效益。

“围绕制造业升级,各地的建筑和市政基础设施领域设备、交通运输设备、老旧农业机械、旅游服务设施等也都会随之更新升级。”刘向东指出,通过设备更新,并给予一定的政策支持,能带动企业提升效率和增强效益,还可以形成新的技术改造投资需求,畅通经济循环,巩固和稳定经济增长。■

## 林采宜：保障房的难题是低收入人群能否住得起

时代周报记者 阿力米热 发自广州

长期以来,房地产在城市化进程中扮演着重要角色。但随着城市化的发展,大城市购房需求高企,高房价带来的负担,以及大城市新市民与青年人的住房困难等,正成为新难题。

在此背景之下,最近几年住房制度也逐渐改革,越来越多的资源向保障房倾斜。而自今年以来,保障性住房建设及供给的相关内容就多次被提及。

例如2月27日,住建部发布的《关于做好住房发展规划和年度计划编制工作的通知》中提到,完善“保障+市场”的住房供应体系,明确“以政府为主保障工薪收入群体刚性住房需求,以市场为主满足居民多样化改善性住房需求”“要将保障性住房建设作为住房发展规划的重要内容”。

在今年的政府工作报告中,保障性住房建设和供给也再次被提及。报告中指出,要适应新型城镇化发展趋势和房地产市场供求关系变化,加快构建房地产发展新模式。

加大保障性住房建设和供给,完善商品房相关基础性制度,满足居民刚性住房需求和多样化改善性住房需求。

这些保障性住房该怎么建、钱从哪来?如何做到供需匹配和规避过度供给?在城市更新过程中,保障性住房承担着怎样的作用?还存在哪些待破解的问题?近日,时代周报记者专访了中国首席经济学家论坛研究院副院长林采宜。

时代周报:2023年8月,国务院发布的《关于规划建设保障性住房的指导意见》详细规划了保障性住房的规划和配套政策,很多人认为这是行业的重要变革,其意义属于“新房

改”。如何理解现阶段推进保障性住房的内涵和意义?

林采宜:自从2003年经济适用房逐渐退出之后,配租房逐步成为我国保障房供应体系的主体。2013—2015年棚改大幅提速,改造类取代配租类,成为此后十年保障房供应体系的重点。

房子是用来住的,不是用来炒的。就保障房的性质而言,如果政府给低收入群体提供的是居住功能,那么租赁是负担最轻的一种获得方式,每个月支付低于市场平均水平的房租就能够有房住,对于低收入群体来说,是福利,也是保障。

现阶段推行保障房,如果是配租为主,那么对于帮助低收入群体解决居住困难,会有一定的帮助。如果是配售为主,那么可能会给手里拥有大笔现金的富裕群体,提供一个廉价获取房源并变相炒作房产的机会。

时代周报:在今年的政府工作报告中,保障性住房建设和供给作为房地产发展新模式的重要组成部分被再次提及。你认为,保障性住房这类房子怎么建,由谁来建设?如何做到供需匹配和规避过度供给?

林采宜:保障房属于社会公共福利的组成部分,应该由政府来建设,其资金来源应该是政府民生保障的支出内容。

如何做到供需匹配,让真正的低收入群体获得居住保障,而不是让保障房交易成为新的权力寻租路径?我个人建议:针对低收入群体的保障房,还是以配租为主,并把被保障群体纳入消费观察范围,在审核保障房申请的时候调阅申请人及其直系家属过往三年的消费记录,以确定其不是瞒报收入的“伪贫困”群体。

此外,在获得保障房福利之后,禁止其高消费行为。真正需要享受政

府扶贫福利的群体一般没有能力高消费,也不应该高消费。

这种限制不仅体现社会公平,而且能防止一些高收入阶层通过瞒报真实收入或者权钱交易手段获取保障房福利。

用一句直白的话说,就是让保障房只对真正的低收入群体有价值,高收入群体通过收入造假获得保障房资源需要付出消费行为被限制的代价,提高其造假和权力寻租成本。

要规避保障房过度供给的现象,最有效的手段就是封堵极少数地方官员通过保障房分配来实现权钱交易、套取政府福利等行为。

毕竟,全国保障性安居工程的96%来自于地方财政,中央政府出资比例不足一成。目前大部分省份的财政压力都不小,如果基层官员没有通过保障房套取个人利益的路径,地方政府应该不存在过度供给保障房的动力。

时代周报:新一轮保障房是以配售型保障房为主体之一,你认为应该如何定价?按照新政策,不少业内人士预计,未来保障性住房或将走向“市场+保障”双轨制模式,你觉得现在保障房体系下落实双轨制的最大难点是什么?

林采宜:低收入群体最大的特征是什么?是没钱。而且是收入水平低到连正常的市场化水平的房租都付不起,所以,才需要政府给他们提供租金低廉的保障房。而配售类保障房存在以下两个问题:

一是真正的低收入群体哪里来这么一大笔现钱去买保障房?

二是“房子是用来住的,不是用来炒的”,这一句话特别适合保障房。保障房不属于自由交易的个人资产,不能作为抵押品向第三方申请贷款。如果保障房封闭运营,只能由政府回

购,说明它不是自由交易的商品,不能流向拍卖市场,那么,这房子也不可以作为抵押品,由银行或者其他机构提供按揭贷款,因为借款人断供的时候,贷款方没有处置债权的手段。

因此,就配售型保障房而言,只有手里拥有大笔现金付清房款的人才有能力购买。请问,这类群体应该是社会上最需要保障的群体吗?

现在重启“市场+保障”双轨制模式,最大的难点有两个:第一是如何解决需要保障的低收入群体没有大笔现金购买保障房的问题。第二是如何避免保障房分配过程中的权力寻租,手里有大笔现金的富裕群体以低于市场的价格购买了保障房,再以高价在市场上租赁或者变相加价转让获利。

而关于保障房租金定价,我认为以低价租赁给低收入群体才是真正的社会保障。配租类的保障房租金定价,应该是不高于被保障群体家庭收入的40%。从目前低收入群体的生存现状来看,房租超过收入的40%,基本上生存就很困难。因此,定价不能超过被保障群体家庭收入的40%,才有保障的意义。

时代周报:保障房会如何影响商品房市场?现阶段有种说法是,保障性住房的推广会让原本就在下行的商品房市场容量进一步收缩,或者引发刚需商品房价格进一步下降。你是怎么看这个问题的?

林采宜:截至2023年年底,商品房待售面积超过3亿平方米(不含商务楼的商住两用房)。在住房供给方面,还有12亿平方米新开工但未竣工的在建房产,按照以往的数据来看,在建的住房供给占比大概在50%,那就是有大约6亿平方米的住房仍在建。意味着,总共9亿平方米待售商品房将陆续上市。

而按照人均30平方米的居住需求来看,目前的存量房屋加上已经开工的商品住宅,可以为3000万人口提供增量住宅供给。

从人口变化趋势来看,2022年我国人口开始进入负增长时代,当年人口较上年末减少85万人,2023年这个趋势仍然延续。随着老龄化和少子化的趋势延续,城镇人口的数量将持续减少很可能是十年内不可逆转的趋势。

因此,商品房市场供大于求在一定时期内将是一个严峻的现实。目前我国住房问题的主要矛盾不是房子不够,而是房价太高。无论是政府收购现有商品房转换成保障房,还是另起炉灶新建增量保障房,都必然会引发商品房价格的进一步下降。

时代周报:在城市进入存量发展阶段,用地和资金都相对受限的情况下,发掘存量资产潜力就显得尤为重要。当前,各地也在结合城中村改造、城市更新等工作,以缓解住房库存大的现象。在你看来,保障性住房在城市更新过程中承担着怎样的角色?城市更新与保障性住房建设如何更好结合?

林采宜:城市更新和城中村改造相结合最有效的方式就是动迁,之前的动迁补偿以现金为主,主要目标是实现城市更新和旧屋改造。最近广州等城市推出以房票替代现金的拆迁补偿方式,用拆迁款购买部分存量商品房,将其改造成保障房以满足动迁居民的居住需求,是一种可以探索的办法。

这种方式既能解决城市更新对土地和建筑规划的需求,又能缓解现有存量商品房的滞销问题。矛盾焦点是动迁居民配置房产的部分选择权被限制,如何给动迁居民提供更多的置换选择是关键。■

# 如何避免过度城镇化？

## 陆铭：投资要与人口增长趋势结合

时代周报记者 王晨婷 发自上海

常住人口城镇化率提升至66.16%，城镇化进程已走到了下半场。

“66.16%是全国的平均数，目前来看，中西部城镇化的建设还有很大的潜力，户籍人口城镇化和常住人口城镇化还有比较大的差距。所以，中国整体城镇化率还有很大的提升空间。”日前，国家发改委主任郑栅洁在新闻发布会上表示。

2024年政府工作报告提出的今年十大任务中，“加快新型城镇化”是其中一大要点。报告指出，要把推进新型城镇化和乡村全面振兴有机结合起来，以人为本，加快农业转移人口市民化。

新型城镇化释放的内需潜力，将为中国式现代化提供动力和支撑。按照估算，城镇化率每提高1个百分点，可以拉动大概万亿元规模的新增投资需求和2000多亿元的消费需求。

不过，该如何避免城镇化过程中的资源错置和浪费？如何理解“以人为本”的新型城镇化？近日，时代周报记者专访了全国政协委员、上海交通大学安泰经济与管理学院特聘教授陆铭。

**时代周报：根据国家统计局调查，目前仍有1.7亿进城农民工和随迁家属尚未在城镇落户。要推动这部分人群市民化，核心渠道是什么？农业转移人口市民化，如何能够实现“安居乐业”？**

**陆铭：**所谓进城农民工的市民化，最重要的就是在一些条件已成熟的地区全面放开落户，比如中小城市。

对于一些条件还不是特别成熟、外来人口数量较多、历史遗留问题较多的大城市、特大城市和超大城市，应尽快创造各种条件。在基础设施、公共服务等方面增加供应，如为随迁子女的教育尽快增加学校建设，使不能立即落户的外来人口能够在公共服务方面获得更平等的待遇。

在安居乐业方面，最重要的就是住房供应。近期，各级政府增加公租房、廉租房等问题上有了共识。不

过，我认为这里有些问题值得进一步讨论。

首先是要精准把握可负担性，兼顾各类收入水平的外来人口，避免公租房的价格偏离外来人口的支付能力和需求。

其次，城市内大量外来就业人口集中在服务业领域，就业人群的工作岗位又集中在中心城区。因此，公租房、廉租房的布局要向靠近中心城区的地方集中，郊区的住房项目则要尽量靠近轨道交通沿线。

**时代周报：延续去年中央经济工作会议的提法，今年的政府工作报告里也提到，“要把推进新型城镇化和乡村全面振兴有机结合起来”，你对此是如何理解的？**

**陆铭：**城市和农村的发展本来就是紧密联合的，并非割裂。传统上把城市发展和乡村发展对立起来的思维早就过时了。

经济发展水平是伴随着城镇化水平的提高而不断提高的，这是一个客观经济规律。一方面，农民在城镇化进程中，在城市地区获得非农就业，能够享受城市地区的生活品质，尤其是获得与人口规模和人口密度紧密相关的服务。在这一过程中，随着城镇化水平提高，农村人口总体趋少，农业生产则趋向规模化、现代化。

另一方面，城镇地区为农村地区提供了农业、旅游等产业发展所需的人才、资金、技术，管理方式同样有助于乡村振兴。

在人口流动方面，随着越来越多的人进城，农村地区的规模化和现代化农业及其他相关产业的发展，也需要有相关人才返回农村进行相关就业。因此，人口在城乡之间是双向流动的，农村地区的人力资源结构发生相应变化，农村的生活方式和生产方式也会逐渐融入城镇化的现代化进程。

**时代周报：国家发改委主任郑栅洁最近提到，通过工业化带动城镇化发展还有很大潜力。在制造强国背景下，如何更好理解工业化和城镇化的相互促进关系？服务业在其中又起到怎么样的作用？**

**陆铭：**首先要明确一个概念，什么叫工业化。对工业化狭义的理解就



是制造业的发展，但从广义来理解，工业化到了后期，实际上是跟生产性服务业、消费服务业紧密联系在一起，所以广义的工业化实际上也包括服务业的发展。在这个意义上，整个工业化进程即源源不断地在城镇地区创造就业，从而带动城镇化的进程。

即使在制造业比重出现下降、从业人数负增长的当下，服务业仍在不断地促进就业增长。生产性服务业实际上是制造业赋能的，不能将两者的发展对立。

同时，城镇化进程中，人们对于生活水平的要求越来越高。其中，休闲、旅游等部分需求也会溢出到农村地区，农村地区的农产品则越来越依赖于城市地区的农产品加工、销售、物流等赋能。这本身也是乡村振兴的一个环节。

**时代周报：有测算认为，城镇化率每提高1个百分点，可以拉动大概万亿元规模的新增投资需求。但部分地区投资的错配、资源的浪费一直是城镇化争议所在，尤其是部分地方债务高企的当下，如何避免这些问题，你有什么建议吗？**

**陆铭：**关键在于，城镇化的进程总是被简单理解为城镇化水平

的提高。实际上，这只是城镇化的一个表现。

多年来，我自己的研究和各种公共领域的输出，就是在提醒社会各界，城镇化本身也伴随着城镇人口空间布局的变化。总体来讲，人口是从小城市向大城市集中的。因此，所谓城镇化带动投资，要跟城市人口增长趋势结合在一起。

如果一个地方是人口净流出地区，那么即使全国城镇化率在持续提高，也不意味着该地区有投资增长拉动经济的空间，除非是投资集中在该地区有发展潜力的产业，如农业、旅游、本地资源相关的制造业等。如果偏离了投资的数量和结构，盲目扩大投资，只会导致回报不足、债务增长。

**时代周报：随着短视频等工具兴起，县城在舆论场上的声音逐渐增加，春节期间，火热的县域经济也是媒体关注的焦点。在城镇化方面，县城被视作重要载体。县城会成为“城镇化下半场”的主战场吗？发展县域经济和发展以大城市发展为核心的都市圈之间的关系应如何理解？**

**陆铭：**中国的县城是不会消失的，而且一定会在人口层面上占据城镇人口相当大的比重。中国的情况是，县城

人口会超过整个城镇人口的一半。因此，从人口数量角度来讲，县城的发展也决定了中国整体城镇化的质量。

但我认为有两点需要注意：第一，不要把县城的发展跟大城市的发展对立起来。从总体趋势来讲，由于县城整体规模没有那么大，因此随着人口集聚，整体来说大城市所占的人口比重还会持续上升。

第二，在县城的发展里也存在分类问题，中国的县城差异是非常大的。如昆山也是县级市，但人口已经超过200万人，而最小的县级市人口只有8000人。导致差异如此大，最重要的原因就是地理位置。

按照中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于推进以县城为重要载体的城镇化建设的意见》，县城被分为五类，并且明确了五类县城的发展路径。如大城市周边县城，要融入以大城市为中心的都市圈发展；部分县城可以承载一些人口，农业主产区、重点生态功能区县城要增加公共服务供给；人口流失县城则被引导转型发展。

**时代周报：你之前提到，未来人口配置红利值得期待，也是最容易被忽视的。如何理解人口配置红利？要激发这一动能，核心要解决的问题是什么？**

**陆铭：**从数量来说，中国的人口红利已经改变。未来经济增长的动力何来？从人口的角度看，可以通过推迟退休年龄、提高教育等获取新的人力资源红利，但人口配置红利是相对被较少提及的。

人口配置红利，简单来说，就是要通过同样的人力资源，在地区间、城乡间、行业间、企业间重新配置，来焕发出它的生产力。再通俗点来说，同样一个人，在农村地区能够创造的收入可能比城市地区要低很多。在中国最欠发达的省份，人均GDP只有最发达省份的1/4。

换句话说，我们既然担心人口从数量意义上的红利消失，就更应该提升给定人力资源的生产效率。这称之为再配置效应。这对于中国经济和社会的可持续发展、养老体系的可持续发展，都具有重要的意义。■

# 上海交通大学阎志鹏：90后可考虑养老投资

时代财经 雨辰

“我觉得30岁以后再考虑养老这些问题，现在都没过好，想不了那么远。”“公司每个月都在缴纳五险一金，我自己没有单独另外缴纳过。”“我绝对要去养老院的。”“我担心我活不到老。”“我只担心没钱娶媳妇。”

3月12日，时代财经随机对8名95后进行了关于“个人养老金及养老意识”等问题的简单随机抽样。抽样结果显示，8个样本当中，仅有1名了解并缴纳了个人养老金，小范围内比例约为13%。

“我是被朋友拉着买的，现在每个月都在另外交一份养老保险。”1997年出生的余吉（化名）告诉时代财经，她所购买的个人养老金保险产品每个月定投618元，要交到55岁，55岁后每个月领取1500元。

2022年11月，我国个人养老金制度正式启动。人社部数据显示，截至2023年末，我国个人养老金开户人数已超过5000万。

但是，根据中国社会科学院世界社保研究中心发布的《中国养老金发展报告2023》，相对于开户人数而言，实际缴存人数比例仅为22%。

在与上述年轻群体交流的过程中，时代财经发现，尽管个人养老金制度已经试运行一年多时间，但绝大多数人尚未充分了解个人养老金制度，容易将基本养老保险与个人养老金

的概念相混淆。

为了提高年轻群体对个人养老金制度的理解及更好地树立养老意识，时代财经就相关议题专访了上海交通大学高级金融学院教授阎志鹏，他表示：“年轻人可能觉得养老投资不是当务之急，但养老对于个人来说是最长期的投资，越早投资，个人财富在复利的作用下，就会积累得越多，老年生活也就会更轻松。”

**时代财经：年轻人是否有必要缴纳个人养老金？基本养老保险不够花吗？**

**阎志鹏：**个人养老金属于养老金体系的第三支柱，它的意义是在国家基本养老金（第一支柱）和职业养老金（第二支柱）的基础上再增加一份积累，让有意提高养老收入的人群退休后再多一份收入，进一步提高退休后的生活水平。

我国养老体系现状是第一支柱为主体，第二支柱覆盖面狭窄，第三支柱刚刚起步。如今，个人养老金每年12000元税前额度内和四大类可投产品（养老储蓄、理财、保险和基金）的选择权完全赋予个人，个人自愿、自负盈亏。

2024年全国两会期间，国务院总理李强在政府工作报告中提出，将城乡居民基础养老金月最低标准提高20元，继续提高退休人员基本养老金，完善养老保险全国统筹。在全国实施个人养老金制度，积极发展第三支柱养老保险。

事实上，我们衡量养老保障程度的标准是“养老金替代率”，即退休后收入与退休前工资的比例。20世纪90年代末，我国养老金替代率最高达到约78%，但随后下降，现在约为40%。国际上认为，养老金替代率最低不应低于55%。所以，仅靠国家提供的基本养老金，只能保证温饱，难以实现小康。

**时代财经：年轻人现在投资个人养老金是否太早？怎样去应对诸如人口老龄化、少子化所带来的养老问题？**

**阎志鹏：**无论是90后还是00后，一旦开始工作，就需要考虑长期投资，如果不考虑代际传承，养老就是最长期的投资。当然，在养老过程中也有其他重要的财务指标需要实现，如购房、购车、养育子女和赡养老人等。根据不同的财务目标，我们可以倒推出需要投资多少。例如，如果想在5年后买车，可以算出每个月需要存多少钱。

总而言之，是你一定要有计划地花钱，养成长期投资的习惯，早投资，未来更轻松。你未必一定要通过个人养老金账户进行投资，但是你要为自己的养老做准备。

年轻人现在投资养老并不算早，早投资和晚投资差异巨大，复利（也即通常所说的“利生利”和“利滚利”）的力量不可忽视。

人口老龄化是一个风险，因为中国人的平均寿命正在延长，90后这一代未来的平均寿命可能达到100岁，这被称为长寿风险。长寿风险是每个

人都需要面对的问题，因为我们无法预测自己将活多久。

同时，少子化也是一个问题。对于一般有子女的家庭而言，居家养老会是其养老首选，但对于丁克家庭来说，可能需要考虑社区养老或专业机构养老，更需要提前做好规划。

**时代财经：据中国保险行业协会数据统计：“未来5~10年时间，中国预计会有8万亿~10万亿元的养老金缺口，而且这个缺口会随着时间的推移进一步扩大。”这是否意味着，90后退休后会面临养老金发不下来的情况？如何估算自己退休时的基本养老金？以及怎么去计算我们养老需要准备多少钱？**

**阎志鹏：**所谓缺口并非指国家养老基金的钱变为负数了，而是指当前收取的资金不足以支付当前的支出。例如，每收取100元，需要支付110元。

尽管存在这样的缺口，但我们的资金池并不是说完全耗尽，只是减少了部分资金。然而，由于我们的投资有收益，加上财政补贴，资金池是可以保持在一个可持续发展水平上的。

按缴纳主体不同，我国的基本养老保险分两类——城乡居民养老保险、城镇职工养老保险。城乡居民养老保险由个人自行缴纳、财政补贴，缴纳少、退休后领取也少。工作一族所关注的城镇职工养老保险，它是社保五个险种中的一种，一般由用人单位代缴，现在也可按灵活就业自行缴纳。

工作一族缴纳的社保分为个人

账户和统筹账户两部分。一是个人账户养老金，它来自个人缴纳的8%，相当于个人财产，可继承；二是统筹账户养老金，它来自单位缴纳的16%，实行现收现付制，不归个人所有，而是国家统筹下的虚拟账户。

所以，现在工作一族缴纳到统筹账户的钱，都拿去给已经退休的人发养老金了。而未来退休的人，比如90后、00后的养老金，就得靠以后工作一族缴纳的钱来支撑了。

至于养老需要准备多少钱，这取决于你的个人养老标准，其满意程度并不完全取决于收入。

**时代财经：怎么去选择合适的个人养老产品？**

**阎志鹏：**当前市场上有四大类（养老储蓄、理财、保险、基金）、700多只产品，许多人面临选择困难，缺乏专业指导。尽管我国法规要求个人独立判断，但我们仍呼吁允许专业机构提供咨询服务，予以引导。

个人养老金产品因属性不同，投资风险及投资收益也有所差异。单从风险的角度来看，养老储蓄几乎没有风险。养老理财产品有一定风险，收益不保底。

与此同时，选择哪类产品和市场状况具有很强相关性。值得注意的是，个人养老金并非唯一养老准备方式。投资者可通过证券账户投资养老金。重要的是树立长期投资、尽早为养老做准备的理念，不能仅仅依赖国家基本养老金。■

# 香港生产力促进局总裁毕坚文： 发展新型产业 香港有独特优势

时代周报记者 王莹岭 发自广州

在刚刚闭幕的全国两会上，“新质生产力”成为重点关键词，发展创新科技，也正是香港发展新兴产业的重中之重。

近年来，“香港制造”同样正在推陈出新，香港特区政府致力于推动“新型工业化”战略，将香港定位为国际创新科技中心。

2022年12月，香港特区政府公布《香港创新科技发展蓝图》，为未来5~10年的香港创新科技发展制订了清晰的总体方向、发展路径和系统的战略规划，在2023年10月发布的施政报告中更是再次强调。

2024年是《粤港澳大湾区发展规划纲要》发布5周年。5年来，以横琴、前海、南沙以及河套四大平台为引擎，粤港澳大湾区已跻身世界重要科创中心之一。作为中国经济发展的新引擎，大湾区更为香港提供了前所未有的发展机会。

香港生产力促进局是香港特区政府推动香港工业和技术发展的重要机构，香港生产力促进局总裁毕坚文接受时代周报记者专访时表示，“新质生产力”成为今年两会的关键词，香港要把握机遇，充分发挥“一国两制”的独特优势，担当大湾区的中心城市和区域发展核心引擎。

不过，毕坚文坦言，要发展新质生产力、推动科技创新，香港面临各种制约挑战，包括人才吸引和挽留、科研成果转化动力不足、土地面积有限、生产成本较高，以及越趋激烈的全球科技竞争和复杂多变的国际政治环境等。

在毕坚文看来，推动香港新型工业化发展，与大湾区其他城市的协同合作不可或缺，“大湾区是研究、产品开发和新型工业化的重要基地。香港需以粤港澳大湾区9+2城市相互合作的思路去定位发展，基于不同产业在不同城市的发展优势，提升产业供应链及竞争力”。

毕坚文希望，香港应当成为国家发展新质生产力的重要窗口，为国家“引进来、走出去”，因地制宜，与大湾区其他城市优势互补，通过改造传统产业转型升级、培育壮大新兴产业、布局建设未来产业。

## 香港是“超级增值人”

时代周报：2022年年底，香港特区政府也从顶层设计层面规划明确了未来5~10年发展目标及路线图，在2023年发布的施政报告中更是再次强调。你认为，香港在发展新型产业、新型工业化的优势和挑战是什么？

毕坚文：在发展新型产业和新型工业化方面，香港的确有独特的优势。首先，是独特的制度和高度国际化。“一国两制”让香港拥有独特的制度优势，不但是“超级联系人”，更是“超级增值人”，无论在国际间人流、物流、资金流，都可以利用香港这条快速便捷的通道。国家战略也为香港注入源源不绝的发展动能，赋予香港八大中心的定位，包括建设成为国际创新科技中心，发挥内通外连优势，为国家“引进来、走出去”。

其次，是雄厚科研实力。香港的基础科研实力雄厚，拥有5所全球百强的大学、数以千计的顶尖学者和权威专家，以及丰富的国际科研合作经验。香港也拥有前沿的创新科技和工业根基，而北部都会区及河套规划完善。同时香港在发展知识产权产业方面具有较好的基础和条件，未来要实现打造国际科技创新中心的目标，需要加强保护知识产权。

此外，粤港澳大湾区作为世界级四大湾区之一，香港是其中心城市，具有极强的经济实力及发展潜力。2022年粤港澳大湾区经济总量超1.9万亿美元，相当于全球第十大经济体。

然而，要发展新质生产力、推动科技创新，香港正面临各种制约挑战，包括人才吸引和挽留、科研成果转化动力不足、土地面积有限、生产成本较高，以及越趋激烈的全球科技竞争



和复杂多变的国际环境等。

时代周报：提及香港，多数人的第一反应是“国际大都市”“国际金融中心”，但忽略了这座城市在工业制造业的优势地位。你认为“香港制造”有什么优势，如何在科技创新中释放这些优势？

毕坚文：“香港制造”具有以下几个优势。首先，港资、港企在制造业方面具有悠久的历史和丰富的经验，拥有完善的供应链和高效的生产能力，具有示范和标杆作用。

其次，香港的制造业企业家在经营管理方面具有丰富的经验和专业知识，通过投资和合作带动了内地的经济发展，创造了大量就业机会，也在国家改革开放和“一带一路”倡议中发挥了重要作用。

当前形势下，发展创新科技和“工业4.0”也是香港发展新兴产业的重中之重，香港特区政府也从顶层设计层面规划明确了未来5~10年发展目标及路线图，可见未来香港的工业界应用智能科技已成趋势。

生产力促进局是香港实现新质生产力及推进新型工业化的核心推动者，通过创新、高端化、智能化、绿色化及未来技能五大要素及善用政府资助全方位支持业界转型升级，不断提升生产力和竞争力，迈向可持续发展的新型制造。

## 推动超1200个工业智能化项目

时代周报：事实上，香港新型工业化并不是指要把土地和劳动密集的制造业重新带回香港，而是要引进适合香港的高端制造业，在这个过程中，应当如何发挥香港的引力引进高端制造业以及如何扶植本地的企业呢？

毕坚文：今年，“新质生产力”成为两会的关键词。我认为香港更要积极把握机遇，充分发挥“一国两制”的独特优势，担当大湾区的中心城市和区域发展核心引擎。

香港要成为国家发展新质生产力的重要窗口，为国家“引进来、走出去”，因地制宜，与大湾区其他城市优势互补，通过改造传统产业转型升级、培育壮大新兴产业、布局建设未来产业。

在引进高端制造业方面，生产力促进局熟悉特区政府对先进技术产业的发展规划，可以向龙头企业提供顾问服务，帮助他们以贴合政府规划的方式在港发展，争取获得政府各方面的资源支持；

另外，我们可以协助厂房规划及设计，以符合香港法例法规的要求，涵盖环保、工厂及工业经营等范畴。

我们还可以担当“超级联系人”角色，协助寻找及联系相关部门及持牌人士建立厂房及设立生产线；协助申请政府资助，例如购买设备及开展研发工作。

虽然龙头企业本身已掌握核心技术，但建立厂房的过程还牵涉很多周边配套技术的考虑，生产力促进局可以提供相关技术支持，以及人才培养。

另外，我们熟悉不同本地企业及商会，网络甚广，可协助龙头企业与上

游及下游供货商等本地公司技术接轨，解决生态圈的相配套问题，帮助企业推广企业社会责任，更好融入香港、更好融入国家发展大局。

时代周报：香港目前有超过36万家中小企业，占全港企业总数98%以上，也是香港经济蓬勃和活力的体现，如何激活这些中小企业的潜力，实现进一步的创新？目前企业在这方面有何痛点，如何助力解决？

毕坚文：企业在创新过程中存在的问题包括缺乏技术、科技成果转化难、成本高、人才队伍薄弱等痛点。

生产力促进局正是致力于解决企业技术痛点，帮助企业跟市场、行业连接。我们一直全力配合特区政府相关政策，提倡“双轨并行”，即一方面利用先进科技协助振兴传统工业并注入新动能；另一方面为创新科技、文化创意、中医药、新能源交通等新兴策略产业发展提供合适到位的支持，并驾齐驱。

事实上，生产力促进局作为中小企业的坚实后盾，一直致力于为中小企业创造价值。生产力局辖下的“中小企业支援组”（SME ReachOut），协助中小企业配对合适的资助计划，透过直接会谈，解答申请疑难，并推出“中小企升级实践教室”，提供电子商贸策略及营销咨询服务，支持香港发展电商，帮助中小企业促进贸易、转型升级。SME ReachOut还积极举办及参与外展活动、展览会、研讨会等，为中小企业谋发展。

政府也为中小企业提供了超过40多个资助计划，当中包括鼓励开拓内地及海外市场的“发展品牌、升级转型及拓展内销市场的专项基金”（BUD专项基金）、推动数码转型的“科技券”、保障智慧成果并转化为资产的“专利申请资助计划”及新型工业化资助计划等。

目前，生产力促进局的新型工业化成功案例包括协助传统中药品牌位元堂及本地智能保安产品制造商NiRoTech等企业，建立智能生产线，解决企业痛点，提供新型工业化人才培养，助企业提升生产力及竞争力，培育香港新质生产力。

在过去几年，我们协助业界在大湾区成功推动了超过1200个工业智能化项目，包括74条智能生产线将会或已经在香港落地，涵盖各行各业，包括先进材料、生命健康；传统产业包括食品等。

这也验证了新质生产力不但可以推动新兴产业，也可以帮助传统产业转型升级。北部都会区及河套地区规划完善，作为初创以及龙头企业的中试中心，将香港一些高科技项目以一定规模落地，再应用到大湾区内地城市。

## “智能微工厂”或成主流

时代周报：在发展创新科技的过程中，如何和粤港澳大湾区的其他城市进行优势互补、协同合作？香港工业用地成本高企，本地市场规模也相对较小，如何在有限的空间中释放出更大的潜能？

毕坚文：受限于土地面积有限和生产成本较高，香港工业发展需要通过新模式实现持续增长，因此我们认为，“智能微工厂（Microfactory）”的新概念将成为香港工业发展的主流方向。

“智能微工厂”是采用先进的智能生产技术和系统来实现高度灵活的生产方式，提升空间服务的能力和效率，形成智慧空间。未来将会充分利用我们开发的人工智能、物联网等新科技，以及有关智能生产项目的经验及技术，包括生产力局设计的“猫头鹰”生产线与“天工开物”多用途工业人工智能应用平台，为本地工业发展香港特色的“智能微工厂”。

另一方面，我们也明白，香港本地土地面积有限及人工较贵的限制，一直以来鼓励并支持企业发挥科创优势，发展高端精细的产品制造，向客户提供定制化产品。

在这个过程中，和大湾区的优势互补、协同合作也相当重要。大湾区是研究、产品开发和新型工业化的重要基地，香港作为大湾区区域发展的核心引擎，需以粤港澳大湾区9+2城市相互合作的思路去定位发展，基于不同产业在不同城市的发展优势，提升产业供应链及竞争力。

香港可以借助“智能微工厂”在技术和客制化方面的优势，与大湾区以至内地不同的市场作互补和协作，让新质生产力和新型工业化引领本港的工业发展。

时代周报：2022年《施政报告》提出及优化多项吸引人才的计划，2023年，又继续成立“人才服务办公室”，扩大“高端人才通行证计划”大学名单，你认为在发展工业化方面，应当如何更好地留下人才、发挥人才的作用？

毕坚文：在引入专业人才方面，香港特区政府在政策上大力支持，例如推出“高端人才通行证计划”为全球高才开拓到港干事创业的渠道、“优秀人才入境计划”适当放宽限制吸引各类优秀人才；也投放了很多资源在国际大学、研究所上，聘请或吸引他们来港就业，引领香港工业发展。

生产力促进局也一向以壮大本地创科人才为使命，为香港培育年青科研人才及领袖，孕育新一代“InnoTalent”，并积极到海外招揽人才，包括参与新加坡国立大学以及马来西亚大型招聘会，聘请来自全球顶尖大学生的实习。

生产力促进局将配合香港新质生产力及新型工业化的发展，为技术和行业从业人员设计全面的人才培训计划，包括大湾区新型工业化考察团及招聘会，为香港培育新型工业化人才。

另外，生产力促进局辖下的生产力学院凭借创科领域的丰富经验，积极与教育界、创科界，以及STEAM教育工作者紧密合作，致力从不同层面和阶段培养本地创科人才，助年青人开阔创科视野。学院持续引入并举办多元化课程，例如装备香港中小企业数字化转型及开拓电子商贸商机，以配合政府施政方针，并把握当前机遇。□

# 江浙凭啥成“人口赢家”？

时代周报记者 曾思怡 发自广州

人口是城市发展的核心动力。近年来，人口总量下降叠加老龄化，城市间人口竞争更加激烈。近期陆续有省市公布2023年人口数据，其中江浙一带颇为亮眼。具体来看：浙江连续2年成为全国常住人口增量第一的省份，省内所有区市均实现常住人口正增长；江苏常住人口达8526万人，比上年末增加11万人，省内沿江8市均实现常住人口正增长。

时代周报记者采访多位城市发展及人口领域专家了解到，经济基础好、产业结构持续优化、人均收入水平高、人才引进政策频出、民营经济蓬勃发展等是浙江和江苏吸引和留住人口的主要原因。

具体来看，两省人均收入水平居全国前列，皆为我国制造业大省，且民营经济蓬勃发展。其中江苏科研实力强大，积极布局新兴产业，当前形成汽车制造、电子信息、生物医药、新材料等支柱产业；浙江民营企业和个体工商户总量居全国之首，加之电商行业发达，数字赋能制造业创造巨大增量。

华东师范大学城市发展研究院院长曾刚在接受时代周报记者采访时，特别提到民营经济活跃之于人口吸引的重要性，“因为民营经济强调效率，而且具备高度灵活性，更能在经济发展过程中抓住机遇，较快实现产业结构优化和升级，推动经济蓬勃发展，为人口提供了大量的就业机会和创业机会”。

## 人口赢家

人口之于城市发展至关重要。密集的人口可以为城市供给劳动力，吸引投资，拉动城市消费，而且人才资源是创新活动中最为活跃、最

为积极、最为关键的因素，其数量和比例更是影响着城市经济水平和发展水平。

随着人口总量缓慢下降、人口结构老龄化加重，各地人口竞争愈演愈烈。2022年我国人口总量减少85万人，出现60多年来首次负增长，2023年人口总量继续收缩。

时代周报记者整理国家统计局数据发现，2023年年末，我国人口总量比2022年减少208万人，育龄妇女减少、生育水平下降是主因；老龄化进一步加剧，60岁及以上人口占比从上一年度的19.5%提升至21.1%。其中劳动年龄人口8亿多，劳动力资源依然丰富。

在这样的背景下，全国各地频频出招吸引人才，落户标准一降再降，人才福利一升再升：一线城市应届生落户秒批、二线城市先落户再就业、人才最高购房补贴200万元、政府为大学生创业失败兜底……

激烈的人口竞争之下，哪些区域成为赢家？

时代周报记者整理当前公布过去一年人口情况的省、市、自治区发现，在全国人口总量减少208万人的背景下，仅有3个省份人口常住增量破10万人，浙江和江苏各占一席，分别为50万人和11万人，还有一个是凭借自贸港红利和旅居养老上位的海南，增量16万人。

如果单以城市来看，2023年全国常住人口增量最多的是安徽合肥，不过安徽省内多市常住人口负增长，最终全省常住人口呈现负增长。

而浙江不仅杭州、宁波、温州等头部城市人口聚集显著，省内其他城市也均实现常住人口正增长，浙江也是全国唯一在省内所有区市均实现常住人口正增长的省份。

从数据来看，2023年年末浙江省常住人口为6627万人，较上年增加50万人，增量全国第一。



江苏2023年常住人口8526万人，比上年末增加11万人。沿江8市均实现常住人口正增长，其中南京和苏州增长最明显，增量分别达到5.59万人和4.74万人。

值得注意的是，区域常住人口由人口自然增长（出生人口减去死亡人口）和机械增长（迁入人口减去迁出人口）共同决定。从人口自然增长率来看，上述两省均为负数，江苏人口自然增长率为-2.7%，浙江人口自然增长率为-0.86%。

也就是说，江浙两省2023年的常住人口增量完全是靠人口流入撑起来的，两省人口引力可谓突出。

事实上，江浙人口引力早有显现。时代周报记者整理发现，过去5年两省常住人口每年都在增长，浙江5年间增量达252万人，江苏5年间增量达57万人。

## 人随产业走

人口赢家背后，是人才引进频频大招。

自2020年5月执行人才落户新政，拓宽落户渠道、降低落户门槛，苏州落户总数超17万人，相当于新增实施前11年之和。

湖州将人才强市、创新强市作为首位战略，去年新集聚大学生和各类人才9.8万人，获评“中国最佳引才城市”。

去年7月，浙江还全面放开放宽农业转移人口落户条件，全方位拥抱外来人口；再往前推一年，浙江打破资金、项目、住房等激励的传统人才政策，为大学生创业提供贷款担保……

人随产业走。上述举措为人才涌入创造便利和优惠，也彰显城市开放和欢迎的态度，但把人口吸引过来并留住的核心要素，还是就业机会，背后

则是城市产业持续壮大。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪对时代周报记者表示，浙江和江苏都拥有发达的经济基础和良好的社会环境，这为吸引人口提供了有力支撑。

具体来看，两省经济总量和人均收入牢踞全国前列，经济结构中第二、第三产业占比均超95%。其中江苏有汽车制造、电子信息、生物医药、新材料等支柱产业，工业战略性新兴产业、高新技术产业产值占比持续扩大；浙江民营经济非常活跃，而且数字赋能制造业创造巨大增量。

江浙人口和产业向好的背后，民营经济贡献主要推力。

曾刚分析，浙江和江苏都是民营经济大省，尤其是浙江。民营企业和个人工商户总量居全国之首，民营经济非常强调效率，而且具备高度灵活性，更能在经济发展过程中抓住机遇，较快实现产业结构优化和升级，推动经济蓬勃发展，为人口提供大量的就业机会和创业机会。

把目光放到全国，人口竞争已经进入白热化阶段，大中小城市包括村镇都在努力吸引和留住人口，不过不同区域吸引人口和留住人口的关键发力点有所不同。

詹军豪建议，大城市应依托其产业优势和资源集聚效应，打造高端人才聚集地，提供优质的公共服务和生活环境；小城市和县城应发展特色产业，发挥生态环境、人文底蕴等优势，打造宜居宜业的城市环境；村镇地区则应注重发展特色产业，提供就业机会，提升基础设施建设和公共服务水平。

曾刚补充，未来人口将更多流入大城市和县城。在激烈的人口竞争中，县域的关键发力点不仅在于集思广益选择合适、高效的特色产业，也要注重持续优化营商环境，提高经济发展效率和灵活性。■

# 宝鸡终圆机场梦 有望重塑枢纽地位

时代周报记者 李杭 发自广州

曾经的陕西第二大城市——宝鸡，终于迎来了属于自己的机场。

根据《华商报》和《宝鸡日报》消息，日前，宝鸡机场改扩建工程可行性研究报告通过国家发改委等有关部门的最终批复，拟于今年6月开工建设。

**按照现有规划，改扩建后的宝鸡机场位于凤翔区糜杆桥镇，项目总投资16.11亿元，飞行区等级指标为4C，即支线机场。**

消息一经公开发表引发热烈讨论。有网友表示，家门口有了机场，市民出行将更加便捷；也有网友认为支线机场飞机班次少，市区到机场所在地没有直达高速公路和城际轻轨，不如直接坐车去西安咸阳机场。

对此，陕西省社会科学院研究员张宝通在接受时代周报记者采访时表示，宝鸡机场是4C军民合用的支线机场，对宝鸡不会有特别大的带动作用。而且目前宝鸡到西安机场的线路已经公文化了，西安机场实际可以完成宝鸡机场的功能。

此外，张宝通认为，对于宝鸡而言，现在最重要的是争取将宝汉铁路纳入国家中长期铁路网规划并尽早实施，加强宝鸡的交通枢纽建设。

## 曾因交通而兴

宝鸡建设机场的想法并非临时起意，而是谋划了近16年。

2008年9月，在宝鸡凤翔军用机场早已不再承担任何军队飞行任务的情况下，有关部门对宝鸡建设军民两用机场进行了可行性考察。

2018年11月，中国民航局在宝鸡召开了宝鸡机场改扩建工程预可行性研究报告评审会；次年4月，审查同意，出具了行业审查意见。宝鸡机场的建设自此进入了国家的视野。

进入2023年，宝鸡机场项目推进

按下“加速键”：5月航站楼外观设计汇报会议召开；11月宝鸡机场军民合用改扩建工程三通一平项目招标公告发布。

直至今年的2月23日，宝鸡机场改扩建工程可行性研究报告通过国家发改委等有关部门的最终批复。这标志着宝鸡市机场项目进入正式建设阶段，也意味着宝鸡历时16年的“申飞”之路终于走到了终点。

16年的谋划到底为了什么？有分析表示宝鸡是想借此重塑枢纽地位，带动经济社会发展。

实际上，交通车牌排名全省第三的陕C城市——宝鸡，是因交通而生，又因交通而衰的典型代表。

宝鸡，位于关中平原西部，俗语“明修栈道，暗度陈仓”中的陈仓，就是指的宝鸡东大散关一带，而大散关又是关中石大关之一，有“川陕咽喉”“兵家必争之地”的称号，所以说宝鸡自古就是连接中原与西北、西南的交通要塞。

到了近代，随着陇海铁路、宝成铁路的陆续修建，宝鸡成为我国西部东联西进、北上南下的重要交通枢纽，城市因铁路而快速崛起。

宝鸡在相当长的时间里成为西部物资集散地，围绕交通建设了一大批门类众多的工业企业。

然而随着轨道交通越来越密集，西康线、阳安线、襄渝线、兰渝铁路和西成高铁通车，令宝鸡交通枢纽地位大大动摇，随之而来的是经济逐渐下行。

因此，宝鸡希望通过机场的建设，在未来的低空经济领域中，找回枢纽地位，拉动新的经济增长。

2017年，国务院《“十三五”现代综合交通运输体系发展规划》（下称《规划》）发布，宝鸡被确定为全国性综合交通枢纽，标志着交通运输体系纳入国家发展层面。

《规划》把重点建设的城市划分

为国际性、全国性和区域性三个层级的综合交通枢纽。宝鸡与烟台、泉州、无锡、三亚等众多城市，被列入全国性综合交通枢纽，未来主要是优化中转设施和集疏运网络。

宝鸡机场也被列入中国民航发展“十三五”规划新建机场项目。有关方面介绍，建设宝鸡机场能进一步完善宝鸡交通体系、提升城市品位，发挥宝鸡新丝绸之路经济带节点城市、区域中心城市的带动和辐射功能。

如今，宝鸡提出，要加快建设宝鸡机场，补齐航空物流短板。到2025年，建成“公铁空”一体对外开放物流大通道，宝鸡“东承中原及沿海、西出新疆、北联宁夏、南接成渝”的区域物流中心地位明显提升，对“一带一路”沿线的物流辐射能力显著增强。

由此可见，宝鸡机场是宝鸡构建全国性综合交通枢纽的重要环节，有利于填补区域航空运输空白，与铁路、公路等其他运输方式优势互补。

## 重塑宝鸡枢纽地位

对于城市来说，机场可以方便区域间人员的流动与交流，加强各地区之间的联系与合作，在一定程度上促进旅游业等发展、吸引外部投资等。

但是一座4C级别的军民合用支线机场能多大程度完善宝鸡的综合交通条件，并为其带来新的发展机会，仍需要持续地观察。

张宝通认为，宝鸡机场只是4C级别军民合用的支线机场，能够吸引的客源有限，对城市的带动作用不会太大。此外，他强调，宝鸡机场位于宝鸡北部的凤翔区，周边经济发展薄弱，能够带动的产业有限。

“目前宝鸡与西安之间的交通非常便利，宝鸡应该积极融入西安，协同发展，这样才能更好地利于产业的落地，促进经济发展。而且比起修建机场，宝鸡更需要加紧推进宝汉铁路的建设，积极参与西部陆海新通道建

设，打开南下通道。”

如今，成渝地区是我国经济最活跃的、制造业最发达的地区之一，但宝鸡却没有与之相连的高铁，去860公里左右的成都、618公里的重庆必须要到西安坐火车中转，对外经济合作存在阻碍。

因此，对于宝鸡来说，打开这条南北的纵向通道，不仅利于居民的出行便利，更能加强与西南地区的经济联系。

“只要打通宝鸡—汉中—南充客货两用快速铁路，就能把关中和成渝连成一体，宝鸡就可南下成渝和北部湾到海上丝绸之路，并沿宝中线北上延伸到中蒙边境，宝鸡的交通枢纽地位就可重新奠定，宝鸡经济的振兴就有条件了。”张宝通说。

而这一背景，正是近年来时常被陕西提及的要融入成渝经济区的愿景。

除了加强交通建设，张宝通认为宝鸡想要振兴发展，还要突出自己的制造业特色，使西安的科技教育、高新技术、专业人才、交通物流、金融商贸、会展门户等为宝鸡所用。与西安为中心的关中平原城市群一起，共同打造亚欧合作交流的先进制造业中心。

而对于支线机场所覆盖的800~1500公里的航程来看，其辐射范围还包括了湖南、江西以及东部沿海地区，尤其是近年来热议的“山河四省”也恰好在这一区域。

2023年，山东、河南、河北、山西4个省份的高考考生约300万人，占全国高考人数的四分之一，但这4个省份仅有8所双一流院校。而只有32万考生的陕西省，有本科院校58所，占比居全国第二。

近年来多有“四省”考生家庭迁入陕西的报道，也是基于这一背景。

总之，宝鸡机场会成为陕西一个新的流量入口，其目标或许是重回陕西第二大城市。■

16.11

亿元

300

万人

## FOCUS · 焦点

时代周报记者 傅一波 发自黔西

2024年的春节，是王平38年的人生里最特别的一次。

这一年，他从“王平”确认为“代坤”——过去37年，有将近三分之二的时间都在寻亲、流浪。因为没有身份线索，也没有身份证，他换了很多个名字。最为人熟知的就是“王平”，这个名字他用了9年。

也是这一年，他见到了自己的家和家人，和他们在贵州黔西甘棠的村里团圆。

乡村的年味很浓，有窗花、对联，无一例外都是红色的。返乡的人们越过高速路，来到小店门口，挑挑拣拣，玩闹声衬起了节日的气氛。

外面的世界越是热闹，代坤的家里越是清冷。62岁的生父代大启在年前突发脑出血，家里拿不出20多万元的手术费，又把他从医院接回家中，日常是自己和母亲在家里照顾。

大哥在除夕的年夜饭之后就再也没有出现，二姐和四妹身在家乡，却顾不上团聚；已经远嫁宁波的小妹，更是与这个家庭少有联系。

这样的生活，跟代坤想象的不太一样。从1月5日确认找到亲生父母后，42天里的生活不断出现新的问题。

于是，代坤选择了离开。大年初六早上9点12分，代坤在朋友圈内贴出一张前往成都的车票。

破败，是他给这35天现实生活下的定义。

家里的屋子是瓦房，用的是旱厕，同之前一样，一穷二白；父母关系难以言说，吵闹不断，兄姐与亲友间因钱而有口角是非；直播间的热闹在团圆宴后迅速离开，流量变现成为一个梦。离开了这个家庭15年，如今，代坤还没学会如何重新面对这个家庭。

### 成为代坤

当离散的家庭与孩子因网络重新齐聚之时，镜头是他们共同需要跨过的第一道关隘。

在这个镜头之下，王平成为代坤。他曾说自己不愿活在网络世界里，也不想被镜头包围。但另一头，从2023年6月至今，他的所有动向都被镜头追随，甚至连认亲仪式都在网络下完成。

这是志愿者们劝说的结果。那会，他们告诉“王平”，“你得让人知道，有了关注才能找到家。”

网络确是助推剂。“王平寻亲”的故事广泛传播后，不到半年，他完成了DNA比对，在数据库里匹配到了家人——他有身份了。

“王平”说，自己在半推半就中做了很多事。比如，那场由志愿者们主导的认亲仪式。

那像是一场为生意准备的仪式。村里有临时搭起的大棚，他家家门口拉起了布满名单的横幅与气球，充气拱门突兀地立在田间地头，这排场跟商场开业差不多。

1月12日早上9点，各种镜头尽可能近地堆在主角的面前，从黔西到新田的路上，从他进村穿过炮仗声，从给母亲献花到拥抱着家人泪流满面，一直没有停止。

镜头背后，有评论，有点赞，还有与“提现”最为相关的粉丝数——这些都上来了。

志愿者说，“王平”这两个字意味着流量，不能轻易丢弃。他照做了。志愿者让他尝试直播攒粉、带货，他也应了下来。

他有一个自治逻辑——人家帮了他，那些事“不好”拒绝，得报恩。

家人团聚，“王平”消失。

取而代之的那个人叫“代坤”。他面对镜头，感谢媒体、感谢志愿者、感谢警方、感谢网友。过程进行得颤颤巍巍，他生怕漏掉名单上的任何人。

只要镜头对准代坤，他身后那些还在寻亲的标牌便会找准位置，亮出自己“失去”的家人信息，代坤也会对着镜头，挨个介绍。

接着，代坤与镜头一同走进久违的家，指着屋子里的人和物：“这是我妈妈”，“这个柜子我小时候就在，20多年了，是我母亲的嫁妆”。

忙碌的代家人尽数进入镜头



## 认亲之后 他选择离家

里面。

父亲挺直了腰，坐在屋内和代坤一起面对网友的提问；哥哥在屋外不断接受媒体采访，从一个镜头转向另一个——聊起这个许久没见的弟弟，他亲切地称他为“小坤”。

代坤也是，他把自己揉成团，塞进手机的直播间里。到了下午，手机的电量告急，他从满屋子的人里穿过，直奔屋内的插头而去。补上了电后，歪歪扭扭的手机就那么连着充电线，保持着直播间的存续。

总之，一家人没停过，也没坐下来好好聊上几句。哥哥说，与家里人的相处，不急于一时。“小坤要弄直播，得赚钱。”

晚上7点前后，代坤出现在直播间里。他是生疏的，手放在桌下，不停揉搓，表情偶有发愣。边上的志愿者看不下去，侧着身子出来说话，强调这是一场“义卖”，选品是志愿者偶然发现的当地特色刺椒，卖23.9元/瓶。

下播后，志愿者坐在暂未拆空的大棚里，嘴里嘟囔了一句“卖得真差。”后台的数据显示着——开播3小时，卖货总价约为600元。

流量变现按照志愿者们的规划，持续了大约一个月。他染了头发，那些象征着衰老和烦恼的白色不见了。

直播的评论里有人提问：“为啥还叫王平？”

他在镜头前说：不能一下子换，不然人家也不知道“代坤”是谁。

镜头之外，代坤还是说自己不喜欢如此被关注。他只想，找到父母后，像个正常人一样好好生活。

### 不知如何相处

和许多寻亲的故事类似，代坤在网络上的热度随着认亲仪式的结束而淡去。

他回到了现实的生活。这个家在村子里，从黔西县城北走，下到212国道，再开近20公里，就能抵达。

这里没有主街，路的一侧是村里人的自建房，另一侧是脏乱小路布成的迷阵，鸡踩在人们的脚下啄食。天一暗，通往县城的巴士就停了。

二姐说，在村里，人们讨生活的方式不多，近处的一所煤矿滋养了村里人的生计。除此之外，大多数未老的劳动力都会选择外出打工。哪怕是62岁的父亲，都会不时在村县之间跑黑摩的。

有人问过她，是否担心弟弟会再次离开。她说自己想不了那么远，以后的事情家里人也无法干涉。

代坤还在和这个家互相适应。

代家共有5个子女，哥哥的主业不明，多数时候靠打零工生活，回家的次数少。二姐具体做什么工作，他不太记得，“好像在煤矿工作”。两个妹妹远嫁浙江和福建，偶尔和家人电话来往。

实际上，二姐做小生意，刚在老宅附近建了新房，花了不少钱。代坤的父母在生活中多有摩擦，离婚后又复合。

即便是在认亲仪式上，代坤的父母也少有同框。大多数时候，父亲是沉默的，他坐在大棚的长凳上抽着早

烟，和乡民有一搭无一搭地聊着。母亲从头至尾一直端着装满花生瓜子的盘子，弯下腰送到每位客人身前。

合影的时候，代坤和母亲靠得很近，他用手搂着她。镜头往下带，母亲左手无名指上的戒指异常显眼。这是二姐女儿送她的礼物，是玻璃做的，那是母亲在这些年唯一收到后辈的礼物。

那天，代家升起了从未有过的热闹，门庭前后拥满了人。

代坤的姨母带着红包来到里屋，母亲走了进来。相隔不到5公里的两家人10年未见，代母说“之前过年你都没来过，好不容易见到了得多坐一会儿”，姨母推说家里忙，把红包塞到代坤手里，就匆匆离开。

代坤站在一旁，半推半就地接过红包，然后又往屋外走去。他还要照顾更多的客人，尽管很多人都叫不上名字。他说，那些客人鲜少出现在他的记忆里。

短暂的几张合影之后，代坤与父母的相处是客气的。他坐在屋内，进出的母亲端着瓜子和糖果递上桌，但看到代坤和志愿者聊着天，又慌忙离开。

两人偶尔眼神触碰，还是代坤先开的口，“妈，你休息会儿”。母亲腼腆地笑了下，又转了出去。

热闹散去，代坤与父母的接触也变少了。他没再拉起母亲那双满是褶皱的手，只是在口中不断重复“谢谢”。那束献给母亲的手捧花也被放在了屋内的柜子上，和昏暗的灯光渐渐融合。

天色已黑，人群散去。母亲忙着收拾认亲仪式剩下的饭菜，招呼着吃宵夜。代坤和父亲、哥哥、姐姐坐在门前的火坑边取暖。

几人的对话简短，聊的是当天的天气和去黔西的公交线路。但很快，彼此相顾无言，各自烘着双手。几个小时之前，网络上看到的场景是，哥哥搂着代坤，热络地说：“这是我的兄弟。”

他们似乎都不知道该如何与对方相处。

更多的时候，代坤还是把自己埋在网络里。到2月21日为止，他总共开播56次，频率最高的时候，一天做了6场直播。

1月30日，父亲住进医院，急需手术费用。一家人四目相对，代坤拿不出钱，哥哥从他那“借”走了几百元后就“消失”了，二姐能支配的钱不过万元，赶来的姑姑想让代坤去银行贷款。一时间，所有压力都集中在他一个人身上。

两难之下，代坤在网上发起筹款，寄希望于网络能再次帮到他。但是这一次，网络力量极其微弱。

春节前，他把父亲接回了家里静养。更多的事，他无能为力。

### 偏差的记忆

这种无力感，从代坤回家之后就一直存在——因为，过去那些记忆和现实有偏差。

在找到亲人之前，他一直以为自己叫王平，出生于1991年的广西，成为“黑户”的原因是被拐卖。但DNA的结果修改了他脆弱的记忆。

代坤是他的真名，出生于1986年，



在家中排行老三。2005年，外出打工后与家人失联，自此成了“黑户”。

至于拐卖之说，有人说是他的臆想，还有人说他“脑子坏了”。

他用了看起来更合理的解释——失忆。

但认亲仪式前的那晚，他忽然背出了自己的身份证号码。事后验证，那与户口簿上登记的身份证号一致。

他还有三个名字：龙斌、王平，以及代坤。

在他的印象中，龙斌是他在广东佛山福利院的名字。事实上，据志愿者以及警方的查证，他口中的福利院并不存在；而王平是他2014年前后，一位好心人给他取的名字。

代坤的名字出现在2017年——那年他流浪到成都，因“黑户”进了广汉市的救助站。根据记录，他当时提供的名字是代坤。

这似乎与失忆无关。

如果一再追问，代坤的故事便会出现各种矛盾且无法求证的裂缝。他试图解释，就像过去解释自己的“黑户”身份一样。大部分人是将信将疑，或者说，没人能完全相信他说的话。

不过，他背后有一处长达10多厘米的疤痕是真实的，那是2008年5月20日在贵阳被砍伤，受伤后他进了西湖派出所。但为什么受伤，之后又发生了什么，他想不起来了。

“失忆”干净利落一刀斩光所有的混乱。这在不少“黑户”的口中，或许是某种自我保护机制，以覆盖他们曾被伤害的印记。

黄山市祁门县的徐兰秀也说，不记得自己遭遇过什么，想不起自己的年龄。说起过去，能捞起的碎片只有一些地名。她说自己理解代坤。

这或许是对“合法身份”的向往：有了身份，才可以光明正大地行往坐卧。

那些年，他没有身份，没有银行卡，被人看不起、被人误认为是逃犯，他得用各种方式来让人相信他的说辞。

越来越艰难的日子是2015年开始的，摄像头、刷脸、扫身份证这些电子化的身份识别系统逐渐完善，代坤在现实世界的活动空间变得越来越小。

虚拟世界里，代坤也没能跟上网络时代的步调。线上支付、外卖，网约车，这些普通人习以为常的工具都将他拒之门外。

“流浪”的日子里，也偶发过温情，他说2011年在云南昆明和一位女孩有过恋情。两人同在一家餐馆打工，慢慢产生感情，最后住在一起。在他的口述中，他很笃定地认为女孩怀上了他的孩子。

他还很笃定地说：“我没抱到那孩子，只能看着。”无论如何，他把那段时光在记忆里贴了标签：“有家的感觉。”

13年后的今天，他对“家”有了新的定义，不过是失望大于期望。

在DNA成功比对后，他一直想搞清楚一件事：父母究竟有没有找过他。认亲之前，他得到了回复，父母曾托人在沿海一带试图搜寻过他的踪迹，只是他们自己从未亲身跨出过贵州一带。

1月11日那晚，讲述这段过去的时光，代坤的眼神有些躲闪。有记者对着他发问：“你有恨意吗？”

代坤刚想回答，志愿者打断了对话。他们认为，这脱离了“认亲”的主题，也对“生意”无益。

认亲仪式结束后，代坤再次确认过自己心中的疑虑。哥哥说，停止寻人的原因是，家里承担不了时常外出的路费。那之后，便注销了代坤的户口。

之后，代坤还知道了一件事：家里人在找寻无望后，以为他已经遇难，还举办了简单的祭奠仪式，烧了纸钱。

按照他的记忆，他一直以为是自己离开了家。但实际上，他对这个家庭而言也没有自己想的那么重要。

### 再次出走

在互联网上，“王平寻亲”的故事有了一个圆满的结局。

和大多数寻亲的人一样，他们觉得找到父母就该是故事的尾声，实则并不尽然。

代坤的生活并不如想象的顺利。那场耗费了巨大财力的认亲仪式结束之后，他学着如何与家人相处、与过去的自己告别。

1月13日中午，认亲宴结束，代家恢复了本来的样貌。拱桥被拆去，印着喜字的气球被吹到田里，家里的几个孩子帮着清理现场垃圾。

老人围着代坤聊起未来，代坤说自己想去镇上开店，卖五金或是电脑。亲戚们说，38岁了，先成家要紧，得两手抓。

代坤有些不知所措，他把头低下，在手机的相册里翻看。那里面有他之前在成都倒卖电脑的照片，他想找出来，试图证明些什么。

但对年长的亲戚来说，这似乎并不重要。

那天，代坤来到黔西市，这里有他似曾相识的很多东西，比如十字路口的大转盘——水西广场，中间的雕塑是莲花里立着一头金色的狮子。

这里比村里热闹得多。

长夜将尽未尽，长日将临未临。

1月底，太阳升起，代坤走进了一间派出所——身份证办了下來。几个小时后，夜幕降临，他又把自己塞进了直播间，但纵使他在直播间内如何卖力，赚钱仍是遥不可及的目标。

找到了亲生父母和拿到身份证，并不意味着能过上轻松日子。他陷入了矛盾——一方面，他想过留在原乡，开店创业。他是个传统、老实的人，对家里心怀愧疚，想担起为子人的责任。另一方面，看着眼前这个家庭，他不知道从何时开始。

春节还没过完，代坤离开了家——在这个地方，他总共待了35天。

2月15日中午，他抵达成都，借了一笔钱，又花了1200元买了辆电瓶车。他想拾起自己的老本行，做点电脑耗材生意。本金暂时还没着落，就先去送外卖赚些钱。他看了下自己的银行卡余额，还剩146元。

四天过后，他的外卖账号里多出了360.11元——这是他的搏斗结果。

但没过几天，代坤就发现跑外卖赚不到太多钱。他说，现在的目标是找个正式工，把外卖当兼职。他还有个朴实的想法，先赚到十几万元，回家建个四五间房的小平房。至于要花多久，他想的是2~3年，更远的将来，他自己也说不清楚。

他还有另一个要面对的现实：大约4万元的欠款和父亲的医疗费。

成为代坤，还有更多难题待解。■

# 新加坡正在疯狂“抢游客”

时代周报记者 马欢

几场演唱会，让新加坡的旅游经济沸腾了。

3月2—9日，泰勒·斯威夫特（Taylor Swift）在新加坡国家体育馆连续举办了6场时代巡回演唱会（The Eras Tour）。

新加坡不仅是这位美国乐坛天后亚洲巡演的最终站，也是她在东南亚唯一开演唱会的地方。据BBC报道，为了赢得这6场演唱会的独家举办权，新加坡方面斥资高达1800万美元（约合人民币1.3亿元）。

事实证明，这种付出是值得的。

泰勒·斯威夫特的演唱会吸引了来自亚洲的众多歌迷涌入，顺带拉动了餐饮业和酒店业的生意，据当地媒体报道，泰勒的这次巡演将为新加坡带来5亿新元（约合人民币27亿元）的旅游收入。

而这，只是新加坡旅游业复苏的其中一把“火”。

事实上，自进入2024年以来，入境旅游市场就在加速复苏，特别是2月9日中新互免签证政策生效后，中国游客数量更是大增。新加坡旅游局的数据显示，2月入境新加坡的旅客达144万人次，同比增长五成。其中，来自中国的旅客将近33万人次，排在各国之首，同比激增逾8倍。

新加坡旅游局预计，今年到访新加坡的国际旅客人次将达1500万~1600万，可带来260亿~275亿新元（约合人民币1403亿~1484亿元）的旅游收益。

熬过了新冠后的低迷，新加坡的旅游业有望在2024年恢复到疫情前的水平。

## 中国游客有望重返第一

整整一周，成群结队的歌迷在新加坡樟宜机场降落，他们当中很多来自中国。

一位来自浙江歌迷说，她去年7月抢到了这场演唱会的票，这趟新加坡之旅，光是和朋友的往返机票就花了近6000元，三晚的酒店则花了5000多元。

同程旅行数据显示，自3月起，该平台对新加坡旅游的关注度大增，其中酒店关注度上涨486%，关注用户主要来自上海、广东、重庆、江苏及山东等地；同时，机票关注度亦上涨13倍，关注用户主要有广东、上海、山东、北京及江苏等地。

携程的数据则显示，平台上新加坡于3月1—10日的旅游订单量按月增长近2倍，按年增长158%。

不少酒店行业提前嗅到了商机，



推出与演唱会有关的产品。例如在知名的滨海湾金沙酒店，售价5万新元的泰勒·斯威夫特套票早已售罄，这个套票包括4张演唱会贵宾票和3晚套房住宿。

演唱会的火爆也明显拉动了餐饮业。海底捞在新加坡City Square Mall分店负责人表示，店内客人自3月以来明显增加，尤其是演唱会后的晚市生意近乎翻倍，大多数游客都是看完演唱会后，顺便来消费的。

其实在2019年以前，中国一直是新加坡第一大旅客来源地。因为疫情等因素，赴新加坡旅游人数一度大跌。不过这样的现象在去年有所改善，2023年中国赴新加坡旅客达到了136万人次，略少于印度尼西亚位列第二名，为新加坡带来的旅游收益则排名第一位。

中国游客赴新旅游的热情，在2月份被再度点燃。

2024年2月9日开始，中国公民持有普通护照前往新加坡，可以获得30天免签入境的待遇。新加坡旅游局大中华区首席代表兼执行署长潘政志指出，免签政策的实施，点燃了国内旅客前往新加坡旅游的热情。光是春节期间，中国游客数量有了明显爆发式增长。

潘政志给出了一组数据：今年春节期间，中国往返新加坡的航班量超过1000班次，旅客运输量超过10万人次，相较于2019年，日均航班量增长约10%，日均旅客量增长约34%。

为了推动入境新加坡的旅客人次，新加坡今年还将举办多场国际演出和演唱会。除了这一次泰勒·斯威夫特的巡回演唱会，以及1月份已经举办的英国酷玩乐队（Coldplay）的演唱会，包括“火星哥”Bruno Mars、英国组合单向乐队（One Direction）成员Niall Horan、韩国歌手IU李知恩等在内，都将在新加坡举办演唱会。

野村集团估算，泰勒·斯威夫特和酷玩乐队的演出将为新加坡第一季度GDP增长贡献0.25个百分点，酒店业、餐饮业和零售业受益最大。该机构分析指出，至少40%的演唱会观众是海外游客，他们平均逗留4天，每人平均消费400新元。

新加坡旅游业界人士还乐观预计，2024年，中国将重新成为新加坡的最大旅客来源地。

## 物价太高？

新加坡好玩，但也有游客抱怨，相比较其他东南亚国家来说，新加坡的物价水平太高了。

春节期间，“去新加坡旅游到底有多贵”的话题也一度登上新浪热搜，甚至有网友调侃，“免签不是免费，中产和破产之间，只隔着一个新加坡”。

整洁而现代化的新加坡拥有全东南亚最好的交通网络、豪华酒店和旅游设施，但它也是全球消费水平最高的地区。

根据《经济学人》智库2023年发布的报告，新加坡在过去11年来，9

次成为全球最贵城市。其中，当地的私人交通费全球最高，服饰、食品和酒类饮料的价格也在全球最贵城市行列。

而且从今年1月1日起，在新加坡买东西，不管是线下还是线上，都要加收9%的消费税。

比如便利店一瓶2.4新元（约合人民币13元）的矿泉水，加上消费税，约合人民币14元。一瓶可乐3.2新元（约合人民币17元），加上消费税就需要人民币18元了。

如果是吃饭，还要多收10%的服务费。在新加坡，两个人吃个海底捞，随随便便要200新元以上（约合人民币1000元）。就在去年，曾有日本游客在新加坡餐厅点了一只阿拉斯加帝王蟹，结账时被938新元（约合人民币5000多元）的价格吓了一跳，由于没有付款，最后导致警方介入。

住宿费也不便宜，在新加坡普通酒店住一晚，折合人民币基本上要1000元以上。如果是在热门旅游购物街乌节路附近的酒店，最便宜也要300新元一晚，折合人民币1600多元，比亚洲大部分城市的酒店都要贵。

新加坡的物价不仅让中国游客惊讶，也让东南亚的游客们感到为难。

就拿这一次的演唱会来说，22岁的菲律宾歌迷艾伦就攒了很久的工资。为了尽可能省钱，他选择搭乘凌晨的红眼航班，并且住在机场附近的汽车旅馆。即便如此，他这趟新加坡之行的花费还是达到了2000新元（约合人民币1万元），这相当于菲律宾一个中上层家庭的单月收入了。

对于物价偏高等问题，新加坡国立大学李光耀公共政策学院副教授何伟伦说：“预算紧张的游客可能会在住宿和食物方面寻找比较便宜的选择，我觉得新加坡应该提供一系列的选择，以满足不同预算和不同兴趣的游客。”

当然，中国游客将会是新加坡今年争取的重点之一。

潘政志在接受媒体采访时表示，相比较以前，中国游客对于旅游的态度和偏好发生了变化。越来越多的年轻游客喜欢个性化旅游和小众旅游，比如很多游客会为了演唱会、体育比赛等大型活动而来，这都带动了当地的经济。

除了传统的北上广深等一线城市，新加坡旅游局今年还瞄准了成都和重庆两大西南城市，希望通过各种推广和增加航班，吸引更多这两座城市的游客。

“我们考虑到中国游客的旅游偏好，未来会推出更多的旅游产品。”潘政志表示。■

1.3  
亿元



2000  
新元



# 大麻猖獗 绊倒“美国制造”

时代周报记者 刘沐轩

工人B：“不只是可卡因、止痛药，你还可以在这里买到大麻，质量非常好的大麻。”

工人A：“真的吗？就像在工厂里那样吗？”

工人C：“可卡因是最受欢迎的，你去的每家航空公司，那都是最抢手的货。”

这段有关毒品交易的对话，似乎应该发生在某个毒品泛滥的街区，或是一部黑帮电影中，但它却是由一位匿名的波音员工，在2014年波音公司南卡罗来纳州工厂的波音787装配车间中录制的。

值得注意的是，南卡罗来纳州还是美国为数不多禁止娱乐性使用大麻的州，还拥有堪称“最严格的医用大麻规定”。

这些录音和采访素材在当时由半岛电视台发布，引发的反响并不大。但在波音公司又一次陷入安全信任危机的2024年，这个报道重新在社交媒体上引起人们的注意——原来波音飞机在生产环节，就已经深深被毒品侵蚀。

作为美国制造业王牌之一的波音尚且如此，其他企业又是怎样的呢？

## “染毒”的波音

在波音公司的官网求职界面上，标注着“波音公司是一个无毒品工作场所，如果符合我们政策中概述的标准，录用后申请人和员工将接受大麻、可卡因、阿片类药物、安非他明、五氯苯酚和酒精测试”。公司不仅会安排员工在入职前进行药物检测，还会定期抽查员工。

面对美国大麻合法化愈发普遍的现状，波音还曾站到禁毒的一方。波音曾表示，“作为联邦承包商，波音公司的无毒品工作场所政策是基于将大麻定义为非法药物的联邦标准”。但在美国社交新闻网站红迪网（Reddit）的波音公司子板块里，则展现出完全相反的情况。

一条“我几个月前吸了一点大麻，这会妨碍我在波音公司就业吗”的帖子下方，来自不少自称波音员工的评论，无一例外都在指导提问者如何蒙混过关，分享自己蒙混过关的经历，却没有一人提出“你不适合这份工作”的质疑。

这种现象验证了2014年半岛电视台关于波音的爆料内容。报道的来源是南卡罗来纳州波音公司的一名工人，他在波音飞机出现空难后因良心不安，决定曝光波音工厂内吸毒成风、药物检测形同虚设的现状。

而在他爆料之前的两年内，波音出现了两起严重事故。

一件是震惊世界的马航MH370空难，造成537人死亡。另一件是2013年1月16日，全日空的波音787-8梦幻客机在日本国内航线上发生紧急放电事件，导致波音787飞机在全球范围内被各国停飞了数月。

除了波音，美国其他行业是否也存在员工吸食毒品的现象？

美国诊断信息服务提供商Quest Diagnostics分析了超过600万份的美国普通劳工（不包括公务员、卡车司机、飞行员等安全敏感行业）尿检结果，发现4.3%的工人被检测出近期曾吸食大麻，该数据创下34年以来的最高水平。

尽管美国的部分州政府允许大麻的娱乐用途，并不将其当作毒品，但吸食大麻会降低人们的专注力和警惕性是毋庸置疑的。

Quest Diagnostics发现，工伤事故

后，普通劳工被检测出近期曾吸食大麻的比例更高，达到7.3%，这一数据也是25年来的最高水平。

## 大麻行业扩张与政策的博弈

1971年，美国前总统尼克松宣布“毒品滥用是美国头号公敌”，开启了美国近20年的禁毒运动。当时，大麻、海洛因、可卡因和裂冰（crack cocaine）的滥用率在美国社区里急剧上升，引发了公众对于社会安全和健康的严重担忧。

而要求对员工进行药物成瘾检测的政策，是从美国前总统里根时期（20世纪80年代）开始的。里根政府从华盛顿特区的联邦公务员开始查起，其他部门和企业的雇主也都纷纷效仿。

那个年代，禁毒是美国的“政治正确”。

但现在，大麻合法化，似乎是新的“政治正确”。包括大麻、阿片类药物在内的成瘾现象，也在美国更加普遍了。

据美国公共卫生部门统计，12岁以上的美国人中有近4600万药物成瘾者，包括2950万人患有酒精成瘾，和2400万人患有药物成瘾（730万人同

时患有这两种疾病）。这些人中，60%都有工作。

2024年1月，华盛顿特区生效了一项新法律，禁止大多数雇主因员工吸食大麻而拒绝为其提供工作，除了警察、消防、航空业和911调度中心。不少人认为，这条法律的底层逻辑，是雇主不得歧视大麻使用者。

自从2012年大麻首次在华盛顿州和科罗拉多州实现娱乐用途合法化以来，截至2024年3月，美国50个州中有38个州允许医疗用途的大麻，24个州允许娱乐用途的大麻。

这背后不仅仅是大麻行业相关利益方对政客的游说，还有美国用工荒的问题。

为了找到合适的工人，许多企业主不得不放弃对员工进行毒品检测，以标榜自己是一个包容的企业。

据《洛杉矶时报》报道，人才中介机构Express Career Professionals的首席执行官鲍勃·芬克表示，“在美国寻找电工和焊工等技术工人已经是一个全国性的难题，酒精或大麻测试进一步提高了它的难度。雇主们已经认识到，如果你无视那些工作能力出众，但在工作中会吸食大麻的工人，你的选择就更少了”。■

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

13 | 宁德时代分红 220 亿元

# 新行长“空降” 民生银行迎人事变局

时代周报记者 黄宇昆 发自广州

近日，民生银行（600016.SH）高管层已进行重大调整，董事会换届仍在酝酿中。

3月12日，民生银行召开董事会会议，聘任王晓永为民生银行行长，聘任张俊潼、黄红日为副行长。三人的任职资格有待监管部门核准。

值得注意的是，这3名新高管均为“70后”。新行长王晓永是空降而来，他是一名“老建行”，此前担任建行四川省分行行长。

两位副行长则为内部提拔，其中，张俊潼此前为民生银行监事会主席，目前继续担任该行党委副书记。

在全国性股份制银行中，此前由监事长或监事会主席转任副行长并担任股份行党委副书记的情况并不多见。

2021年，中信银行监事长刘成转任该行常务副行长，并担任该行党委副书记，此后，刘成于2023年4月升任中信银行行长。

民生银行相关人士向时代周报记者表示，高管调整系正常的人事变动，该行日常经营保持稳定。

今年是民生银行董事会的换届之年。该行董事长高迎欣现年62岁，而其前任洪崎则于63岁卸任董事长一职。

本次董事会换届将有何变化，成为关注焦点。若高迎欣在本次董事会换届中连任，民生银行将迎来“高王配”时代。

## 70后建行老将“空降”接棒

3月12日，上月刚满60岁的郑万春辞去了民生银行副董事长、执行董事、行长等职务，原因为到龄退休，与其一同退休辞职的还有该行副行长袁桂军。

2015年，时任工商银行副行长的郑万春空降民生银行担任行长，至今已有八年多，在担任行长期间，郑万春先后搭档的是洪崎、高迎欣两任董事长。

在业内，郑万春被称为“不良资产处置专家”。他毕业于中国人民大学，获经济学博士学位，其履历横跨证券、期货、资产管理和商业银行。

郑万春也是一名专家型干部，其先后在《金融研究》《中国金融》等期刊发表多篇学术论文，曾出版过《金融不良资产处置关键技术探究》一书。

郑万春与高迎欣搭班期间，民生银行的不良贷款处置问题颇受业内关注。

2020—2022年，民生银行累计清收不良贷款和存在风险隐患的资产超过3000亿元。2023年9月末，民生银行不良贷款率为1.55%，较年初下降0.13个百分点，不良贷款率降至近9年以来的低点。

民生银行在公告中表示，郑万春在任职期间恪尽职守，勤勉尽责，认真贯彻落实国家经济金融政策，有效执行董事会各项决策部署，统筹领导全行经营管理工作，积极推动业务转型发展，强化内控合规管理，有效提升了全行经营管理能力和水平。该行董事会对郑万春在任期间所做贡献致以衷心感谢。

郑万春辞任后，“70后”王晓永正式获聘为民生银行新行长。

王晓永生于1970年，现年54岁，与郑万春相似，王晓永也出身于国有大行，曾在建行多个分行担任领导工作，管理经验丰富，先后出任建行山东省分行副行长、甘肃省分行副行长、重庆市分行行长、四川省分行行长，还担任过建行总行的渠道与运营管理部总经理。



“年富力强、视野开阔、思路清晰、善于创新、敢于担当，干事创业有激情，作风扎实有韧劲，基层工作经验和管理经验丰富，组织领导和宏观决策能力强。”民生银行党委对王晓永作出高度评价。

## 监事长转任副行长

在新行长人选落定之际，民生银行还同时聘任了两名副行长，分别为张俊潼、黄红日，两人均是“70后”。

从履历来看，两人均为民生银行内部提拔的副行长，黄红日曾任民生银行南宁分行行长、广州分行行长、总行信贷管理部总经理等职。

而张俊潼的履职经验颇为丰富，曾在金融监管部门任职多年。他出生于1974年，2000年获北京大学世界经济专业硕士学位，曾任原银监会办公厅副主任、办公厅办公室主任，证监会办公厅调研员、副处长等职，2017年2月任民生银行监事会主席，迄今刚满7年。

民生银行官网显示，目前该行管理层有“一正五副”，分别为行长王晓永，副行长张俊潼、石杰、李彬、林云山、黄红日。

值得注意的是，张俊潼为该行排名第一的副行长，同时担任民生银行党委副书记。

事实上，监事长转任高级管理人员的例子在上市银行中并不常见。

最近一次发生监事长转任的上市银行是在港股上市的贵州银行。

3月7日，贵州银行公告称，行长许安因工作安排辞任该行执行董事、行长等职务，不再担任该行党委副书记。吴帆获任该行党委副书记、执行董事，同时申请辞去该行监事长、职工监事职务。

按照惯例，吴帆将有望出任贵州银行行长。

除贵州银行外，此前还有两家全国性股份行曾有过监事长转任行长的案例。

中信银行现任行长刘成，出生于1967年，2018年4月至2021年11月曾任中信银行监事长，2021年2月起担任中信银行党委副书记，同年11月辞任监事长转任该行常务副行长，2023年3月升任中信银行行长。

兴业银行陈信健此前则是从监事长转任行长职务的。2023年7月，陈信健辞去兴业银行监事长职务，并获聘为该行行长。

陈信健出生于1967年，曾任兴业

银行南京分行行长、北京分行行长，总行副行长、董事会秘书等职。

## 新行长如何重振“小微之王”

民生银行此轮换将，恰逢董事会换届前夕。

“我行于去年11月启动第九届董事会董事候选人的征集工作。具体换届事宜，董事会可能还在酝酿。”上述民生银行人士对时代周报记者称。

根据公告，民生银行第九届董事会将由18名董事组成，包括执行董事、非执行董事（含独立董事），其中独立董事的人数不少于6名。

郑万春和袁桂军辞任后，民生银行第八届董事会共有16名董事，分别为董事长高迎欣，副董事长张宏伟、卢志强、刘永好，董事史玉柱、吴迪、宋春风、翁振杰、杨晓灵、赵鹏、刘寒星、曲新久、温秋菊、宋焕政、杨志威、程凤朝。

其中不乏多位知名企业家，他们能否连任董事也是本次换届的主要看点。

3月14日晚，民生银行公告称于当日收到《国家金融监督管理总局关于民生银行刘寒星任职资格的批复》，核准刘寒星担任该行独立董事的任职资格。

前独立董事解植春在该行任期已满六年，不再继续履职。公告称，民生银行董事会对解植春任职期间对该行做出的贡献，特别是在带领风险管理委员会履职、推动完善公司治理、持续推进董事会依法合规运行等方面给予董事会宝贵意见，表示衷心感谢。

根据民生银行第八届董事会第四次临时会议《关于调整本行第八届董事会专门委员会主席及成员的决议》，刘寒星将担任该行风险管理委员会主席，并担任提名委员会委员、薪酬与考核委员会委员和审计委员会委员。

民生银行前任董事长洪崎此前于2020年退休，时年63岁。该行现任董事长高迎欣则出生于1962年，现年62岁。

若高迎欣在本次民生银行董事会换届中连任，该行将进入“高王配”时代。

从王晓永过往的工作经历来看，普惠小微金融是其工作经历中的一大亮点。

在王晓永担任建行四川省分行行长期间，该行成为四川省内普惠金

融供给总量最大的金融机构。

2023年9月，王晓永在《中国金融》发表《提升普惠金融服务质量》一文中介绍说，近三年，建行四川省分行普惠贷款复合增长率近45%，普惠贷款客户突破16万户，全量金融机构普惠业务市场渗透率达26.5%（诚信经营主体），普惠金融业务进入可持续发展快车道。

“普惠金融战略的落地，要求金融机构既要有决心更要有能力从‘头部客户’转向‘长尾市场’。‘长尾’意味着更广大的市场主体、更细分的行业领域、更多样的经营状况，为构建与之适配的客户服务体系，首先就要推动经营机制的完善和普惠文化的培育。”王晓永称。

实际上，普惠小微业务也是民生银行发力的主要方向，该行是国内首家将“小微金融”纳入战略业务的全国性商业银行，也被业界称为“小微之王”。

民生银行相关人士向时代周报记者表示：“普惠小微一直以来都是我们的特色业务，我们从2008年开始就率先在国内开展小微金融服务探索实践，目前在行业内也是做得比较不错的。”

从民生银行业绩来看，其营业收入自2021年开始连年下滑，归母净利润几乎停滞增长。

2021—2022年民生银行营收分别为1688.04亿元、1424.76亿元，同比分别下降8.73%、15.60%；同期其归母净利润分别达到343.81亿元、352.69亿元，增幅分别为0.21%和2.58%。

不过，从去年前三季度的数据来看，该行营业收入的下降幅度已有所收窄。

2023年前三季度，该行实现营业收入1063.04亿元，同比下降2.11%，降幅相比2022年全年的15.60%已大幅收窄；实现归母净利润335.77亿元，同比下降0.60%。

净息差方面，2023年前三季度该行净息差为1.48%，同比下降0.14个百分点，低于股份行1.81%的平均净息差。

郑万春曾在该行2023年第三季度业绩说明会上表示，民生银行未来业务发展策略将以“稳息差与提收入”为主要目标。

接棒郑万春担任民生银行行长后，王晓永如何提振昔日“小微之王”的荣光，值得关注。■



接棒郑万春担任民生银行行长后，王晓永如何提振昔日“小微之王”的荣光，值得关注。

# 金条金饰热卖 银行与金店“抢生意”

时代财经 张昕迎

黄金价格走高引发广泛关注，银行的积存金业务也随之火热。

“3月2日，我在工行买了20克积存金，买入的时候是490元/克，这两天看赎回价已经到了505元/克。我准备慢慢买，积少成多，就当自己的强制储蓄了。”3月12日，来自北京的投资者李丽（化名）告诉时代财经，随着金价上涨，自己的积存金账户余额也在不断走高。

不过，部分银行正在上调积存金投资门槛。3月7日，建设银行发布公告称，即日起，该行个人黄金积存业务定期积存起点金额（包括日均积存及自选日积存）由500元上调至600元。

时代财经查阅发现，目前其他银行暂未跟进上调积存金的投资门槛，农业银行、招商银行的黄金定期积存起投金额均为500元，中国银行则为480元。

值得注意的是，连续突破高位后，金价已显现出回调态势，二级市场和线下首饰金均已出现微跌。

## “现在不是买积存金的最佳时机”

银行的积存金业务，一般是指客户通过银行开立黄金积存账户，在一定的期限内以定投或主动积存的方式买入黄金，到期后的积存金一般可以兑换为实物金或执行赎回、转让、质押等操作，又被视作黄金定投的升级版。

建设银行手机APP显示，目前该行的黄金积存业务有“黄金积存”和“易存金”两个品种，后者为实物黄金投资，两者最新主动积存价分别为506.88元/克和517.20元/克。

与之类似，工商银行的黄金积存业务为“积存金”和“如意金积存”两个品种，最新主动积存价分别为506.05元/克和519.19元/克。

据工行介绍，工银积存金最低1克起投，可以按月定投，可兑换该行的贵金属实物品种，也可赎回（卖出）变现、质押贷款等。

截至发稿，工商银行积存金的最新主动积存价、定期积存价分别为506.05元/克和507.40元/克。

“如意金积存”则为该行另一黄金积存品种。据工商银行介绍，如意



金积存业务可采取零购整取的方式买入如意金条产品。对于如意金积存账户内的余额，客户可选择提取实物或赎回。

关于上述两个品种的区别，3月12日，工行一名客户经理向时代财经解释：“如果有提（实物）金需求，买如意积存金相对来说好一点，提取的时候不收手续费；如果没有提金需求，只是作为一种投资，可以选择积存金，适合在价位低的时候积存，在价位高的时候直接赎回。”

在办理积存金定投或主动积存、赎回或转让业务时，工商银行将向客户收取各0.5%的“积存手续费”和“赎回手续费”。

上述客户经理认为，从投资角度来看，现在可能不是买入积存金的最佳时机。“当前黄金的价格已经在相对高位，未来存在一定的价格波动风险。”

事实上，连续突破高位后，金价已显现出回调态势。

截至3月12日发稿，沪金主力微跌0.34%，报506.75元/克；Comex黄金微跌0.31%，报2181.80美元/盎司；伦敦金报2176.27美元/盎司，微跌0.29%。此前2月29日至3月12日，上期所沪金主

力涨幅达5.21%，纽期所Comex黄金一度突破2200美元/盎司，区间涨幅达6.81%。

首饰金方面也出现微跌。以周大福为例，金投网数据显示，3月12日，周大福金价为663元/克，3月11日报价为666元/克；老庙黄金3月12日报价660元/克，亦较前一日的662元/克微跌。

工商银行的黄金定期积存价也出现下降趋势。自2月底以来，该行黄金定期积存价从2月29日的481元/克最高上浮至3月9日的508.95元/克，不过3月11日、12日已连续两日出现下跌，截至3月12日收盘报506.29元/克。

一年前，来自河南省的投资者李明（化名）在金价低位以不到400元/克的价格在中国银行积存了300克黄金。不过他认为，目前的高价不适合入手。他向时代财经表示，“等金价回调到500元/克以下时再准备继续加仓，还是看好黄金中长期的上涨空间。”

## 到银行买金条热情不减

尽管金价正处高位，但近期到银行买金条、买金饰的热潮并未减退。

据上述工行客户经理介绍，该行的如意金条有5~200克不等多种规格，其中100克的大克重金条销售最

为紧俏。

“银行的金条比外面便宜很多，最近有很多客户选择在银行买，然后拿到金店加工。大克重的单价会优惠一点，昨天有客户想买，但已经显示缺货了。”上述客户经理说。

工商银行APP显示，截至发稿，该行100克、200克规格的如意金条售价分别为52268元、104336元，折合单价约522.68元/克和521.83元/克，远低于珠宝店的首饰金价格。

于是，相比于到传统的珠宝店购置首饰，“银行买金饰”也成为不少消费者的新选择。为了增强黄金对客户的吸引力，多家银行还推出了款式丰富的实物金产品。

3月12日，广州的刘女士（化名）来到农业银行某网点选购手镯，她告诉时代财经，“想给自己买一个金镯子，之前以为银行只有金条，最近发现银行也在悄悄更新产品，比金店便宜多了。”

同日，时代财经查阅招商银行APP实物金商城，该行贵金属产品品类中，除金条外，还有生肖金、纪念币、饰品、婚嫁等多个系列，以某款克重30克的手镯为例，其售价为17587.5元，折合单价约为586.25元/克。■

# 保险股遭遇年内最大跌幅 原因待查 或是年报预期不佳

时代周报记者 何秀兰 发自广州

保险板块连续两日回调。继3月13日放量大跌后，3月14日，A股保险板块继续出现回调，截至当天收盘，保险板块下跌0.32%。

3月13日，保险板块领跌A股市场，当天跌幅达3.95%，为该板块今年以来遭遇的最大单日回调。其中，中国太保股价重挫逾7%，新华保险跌超4%，中国人寿和中国人保跌超3%。港股保险板块也连续两个交易日出现下跌，且3月14日跌幅较13日有所扩大。截至14日发稿前，港股保险板块当天下挫1.94%。

有业内人士认为，这次保险股集体大跌，受多方因素影响所致：3月将迎来险企年报季，市场对险企盈利预期不佳，对保险股形成一定利空压制；此外，受万科偿债风波影响，叠加负债端高基数和报行合一政策的压实，市场对保险投资端和负债端双轮持观望态度。

就多家险企与万科合作的金融业务，资深精算师徐昱琛对时代周报记者分析称，一方面，险企能否顺利收回万科“保债计划”存在变数；另

一方面，房地产市场下滑，会减少险企的投资渠道，从而影响险企未来的投资收益。

## 多种因素交织压制保险板块估值

3月13日，保险板块领跌A股市场。其中，中国太保股价大幅下挫7.1%，新华保险下跌4.18%，中国人寿下跌3.62%，中国人寿下跌3.47%，中国平安下跌2.69%，天茂集团则下跌了2.62%。

有业内人士分析称，保险股这次集体大跌受多方因素影响，首先，随着上市险企年报季的来临，市场对险企盈利预期不佳；其次，市场对房地产偿债风险担忧加剧，对于大额持有房地产债的险企，固定收益类资产的再配置收益可能下降；此外，市场对负债端增长也持疑虑，险企如何实现负债端和资产端的双轮驱动，市场已进入观望阶段。

不过，也有券商分析师认为，当前保险板块的估值已经在历史低位，负面因素已经充分暴露，保险板块下跌空间有限。随着经济的复苏，以及稳增长政策的驱动，股市回暖会逐渐增厚保险资金的投资收益，保险板块的回调幅度不会很大。

## 上市险企年报业绩预期不佳

诸多市场人士认为，年报预期表现不佳是本次保险股回调的重要因素。3月21日晚开始，中国平安等上市险企将陆续发布2023年年报，上市险企进入年报披露期。

海通国际孙婷团队认为，受新准则切换、资本市场波动等因素影响，上市险企2023年净利润普遍下滑。

东吴证券研报预测，可比口径下，除天茂集团外，A股5家上市险企2023年实现归母净利润同比下降23.3%。由于追溯2022年利润基数，预计非可比口径下归母净利润同比下降2.5%，现金分红或超预期保持平稳。新准则下，股票公允价值浮亏是拖累2023年净利润的核心原因。

会计准则调整之后，金融资产“三分类”导致保险公司将金融资产计入“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产”的比例增大，投资资产公允价值变动对利润表的影响被放大。

东吴证券胡翔团队指出，IFRS9下，原可供出售金融资产科目被取消，大量股票被计入FVTPL（以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）科目，放大当期净利润波动，

上市险企仍在积极探索FVOCI（以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产）科目认定和布局。

据国家金融监督管理总局披露的数据，2023年保险资金年化财务收益率逐季下降，当年一季度至四季度的数据分别为3.40%、3.22%、2.92%、2.23%。

而上市险企拥有庞大的保险资金余额，其投资收益率也呈相似趋势。此外，资本市场2023年第四季度单季走势明显不及2022年同期，上市险企去年第四季度权益投资收益率仍然承压，在新会计准则下对上市险企造成利润压力。

不过，也有险企高管向时代周报记者表示，资本市场的波动属于短期现象，上市险企业绩下滑不需要过分解读，投资收益是个短期波动指标，该指标只是参考指标而非重要指标。寿险公司的市值主要取决于新业务价值的增速、内含价值的提升以及税后营运利润等重要指标。

多家机构认为，2024年保险储蓄型产品在当前中枢利率下行的背景下仍具有一定竞争力，寿险新业务价值有望保持增长，负债端的复苏有望持续。■

# 借钱借成第五大股东 陕国投接手亚太财险股权

时代周报记者 何秀兰 发自广州

时隔两年多，亚太财险的股权再次被“以物抵债”，这次由陕西国投资接手。

3月11日，亚太财险发布关于变更股东有关情况公告，重庆三峡果业集团有限公司（下称“重庆三峡果业”）持有的该公司1.68%股权，由法院裁定抵偿给陕西省国际信托股份有限公司（下称“陕国投”）。

据此，陕国投通过“以物抵债”的形式取得亚太财险1.68%的股权。

近几年来，亚太财险因股权问题而备受业内关注，目前其四大股东持有的股权处于高比例质押或冻结状态。2021年，民生信托通过多次“以物抵债”的方式共取得亚太财险20%的股权。

这次股权变更后，陕国投成为亚太财险第五大股东，也是唯一拥有国资背景的股东。

亚太财险相关人士对时代周报记者称，股东股权转让属于正常商业现象，不会对公司的正常经营产生不良影响。

## 陕国投接手亚太财险1.68%股权

亚太财险股权多次流拍后，由陕国投接手。

据了解，重庆三峡果业原本持有亚太财险14%股权，此次转让的1.68%股权对应的出资额为6722.32万元。

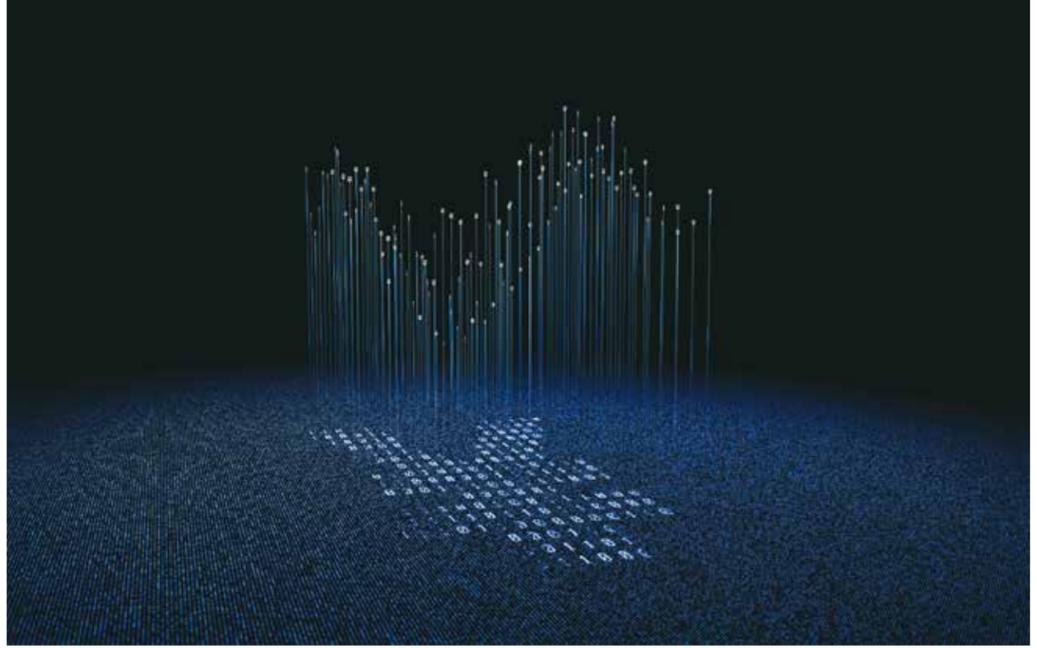
本次股权划转完成后，重庆三峡果业持有亚太财险12.32%的股权，仍位列第四大股东，而陕国投成为亚太财险的第五大股东。

陕国投已于2024年3月1日，根据法院裁定书办理了“以物抵债”的工商登记手续，重庆三峡果业所持有的亚太财险1.68%股权已过户给陕国投。不过，陕国投的股东资格仍待国家金融监督管理总局深圳监管局批复后生效。

重庆三峡果业的控股股东是北京汇源食品饮料集团有限公司，实际控制人是“果汁大王”朱新礼。此次股权转让，源于一起借款合同纠纷，重庆三峡果业所持亚太财险股权多次拍卖无果后，直至这次通过“以物抵债”方式转至陕国投。

根据广东省深圳市中级人民法院的执行裁定书，陕国投与重庆三峡果业、朱新礼等被执行人存在借款合同纠纷，由于重庆三峡果业等被执行人没有履行生效法律文书确定的内容，陕国投向法院申请处置重庆三峡果业持有的亚太财险4%股权以清偿债务。

后来，因法院裁定拍卖、变卖亚



太财险上述股权以清偿债务，重庆三峡果业持有的亚太财险1.68%股权被搬上拍卖平台。不过，多次“折价叫卖”依旧无人问津。

亚太财险1.68%股权的评估价值为8391.86万元，第一次拍卖的价格为6713.49万元，遭遇流拍后，降价至5370.79万元再进行第二次、第三次拍卖，但三场拍卖都无人出价，均以流拍收场。

亚太财险在2023年第四季度偿付能力报告中表示，公司持续推进“引战”工作，积极接洽符合监管导向和公司战略方向的投资者。

此次接手亚太财险的陕国投，是为数不多的上市信托公司之一，实际控制人为陕西省国资委。1994年1月10日，陕国投在深圳证券交易所上市，标志着中国非银行金融上市机构的诞生。陕国投是中西部地区唯一的上市信托公司、陕西首家上市的省属金融机构。

据陕国投2023年度业绩快报，公司实现营业收入27.35亿元、归母净利润10.9亿元，同比分别增长42.03%、30.05%，该两项指标创下近几年以来新高。

截至2023年年末，陕国投管理信托规模达5432.61亿元，当年新增省内投融资规模496.2亿元。资产方面，当年年末公司总资产达236.88亿元，较期初增长3.90%；归属于上市公司股东的净资产达170.96亿元，较期初增长5.42%。

就牌照而言，陕国投参股的保险公司不止亚太财险一家。为实现公司战略发展目标，陕国投曾通过增

资、股权受让等方式获得永安财险股权。截至目前，陕国投持有永安财险5.56%的股权。

受让亚太财险股权后，陕国投金融版图将再下一城，此前其还持有民生加银基金、长安银行、陕西AMC等公司的部分股权。对于受让亚太财险股权事宜，时代周报记者致电陕国投相关人士，截至发稿未获置评。

## 亚太财险股权大面积被质押、冻结

亚太财险是经原中国保监会批准成立的全国性综合财产保险公司，由“民安财产保险有限公司”更名而来，是一家历史悠久的财产保险公司，自1943年创立至今，已有80多年的发展历史。

目前，亚太财险注册资本40亿元，拥有230多家分支机构，服务网络覆盖内地和香港地区，可为客户提供全国“通保通赔服务”。

除了重庆三峡果业和陕国投之外，亚太财险还有另外3名股东，分别为武汉中央商务区股份有限公司（下称“武汉中央商务区”）、民生信托、亿利资源集团有限公司（下称“亿利资源”），三者对亚太财险的持股比例分别为51%、20%、15%。上述4名股东于2015年11月正式入主亚太财险。

事实上，亚太财险股权并非第一次被“以物抵债”进行转让，新华联控股有限公司（下称“新华联”）也曾将所持亚太财险股权抵偿给民生信托。

2021年1月和10月，亚太财险先后发布两则股东变更相关公告，因一拍流拍，法院分别裁定新华联持有

的亚太财险17.3%、2.7%股权，以一拍保留价交付民生信托，以抵偿相应债务。据此，民生信托通过“以物抵债”的形式取得亚太财险20%的股权，新华联退出亚太财险股东行列。不过，目前民生信托的股东资格暂未取得监管批复。

值得一提的是，武汉中央商务区和民生信托存在关联关系，前者直接持有民生信托76.7616%的股权，两者的实际控制人均为卢志强。

截至2023年年末，亚太财险四大股东的股权均存在被质押或者被冻结的情况。

其中，武汉中央商务区、亿利资源分别持有的亚太财险51%、15%股权处于被质押、被冻结状态，民生信托持有的20%股权处于被冻结状态，重庆三峡果业在“以物抵债”前持有14%的股权也处于被冻结状态。

**在股权面临高比例质押、冻结的同时，亚太财险近几年的盈利能力也不稳定，2023年由盈转亏，且亏损数额较大。数据显示，2023年，亚太财险实现保险业务收入56.47亿元，同比增长7.5%；实现净利润亏损7.14亿元，相较2022年由盈转亏。**

此外，去年亚太财险偿付能力充足率下降明显。2023年第四季度偿付能力报告显示，亚太财险四季度末核心偿付能力充足率与综合偿付能力充足率均为129.95%，较上季度末均下降40.05个百分点。对此，亚太财险表示，其中，实际资本主要受公司净资产减少影响，较上季度末减少5.15亿元，对偿付能力充足率影响45.77个百分点。■

-7.14  
亿元



## 奋力谱写养老金融大文章 光大银行构建养老金融“12345”工程

2023年中央金融工作会议明确提出“做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇文章”，2024年首次写入政府工作报告。

作为国有股份制商业银行，光大银行始终深入贯彻党中央、国务院决策部署，认真落实监管政策要求，近日，面向全行推出科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五个工作方案。

光大银行坚持以人民为中心的发展思想，强化前瞻性、战略性、系统性布局，制定《中国光大银行养老金融工作方案》，将养老金融打造成为长期性、战略性业务，持续拓展养老服务生态，优化养老客群服务质效，

不断增加人民群众的获得感、幸福感、安全感。

根据《方案》，光大银行以“打造股份制银行领先的养老金融综合服务”为目标，积极构建养老金融“12345”工程，充分发挥一个“光大”协同禀赋，打造“养老账本”和“养老规划”两大专业工具，深耕“养老金融、养老服务金融、养老产业金融”三大业务板块，按年龄划分为“20~35岁、35~45岁、45~60岁、60岁+”四类重点客群，聚焦“日常开支、稳定收益、财富增值、风险保障、代际传承”五维需求，切实提升养老客群的获得感和满意度，为人民群众积累养老资产提供优质的金融服务。

作为国内养老金融服务资质全、

服务领域广的商业银行之一，光大银行已形成独具特色的养老金融优势，致力于为养老群体提供全方位、广覆盖、便捷式的养老金融综合服务。

在养老产业金融方面，光大银行基于光大集团健康养老生态建设成果，强化与集团金融板块及实业板块兄弟企业协同，加大金融支持力度，推动养老产业转型升级，促进养老产业发展。

在养老金融方面，光大银行积极落实国家养老制度安排，做好养老保障三支柱体系建设。其中，“第一支柱”方面，积极推进三代社保卡工作开展；“第二支柱”方面，提供优质年金托管、账管服务；“第三支柱”方面，持续提升个人养老金账户服务功能，

提供涵盖“账户+功能+产品”三位一体的实用备老工具。

在养老服务金融方面，光大银行持续深化产品供给侧改革，打造“个人养老金产品”和“大养老金融产品”两大货架，满足不同客群安全稳健的配置需求；强化线上服务体验，完善手机银行老年人专属“简爱版”及云缴费APP关爱模式，打造手机银行“养老金融”专区，优化“光银岁月”老年客户电话服务专线；持续提升线下适老化服务水平，开展针对性强的养老客群服务，优化网点适老化服务环境，强化网点适老化示范效应，开展老年群体金融教育宣传，进一步打造光大“适老服务”特色。

截至2023年年末，光大银行手机

银行“养老金融”专区累计服务客户147万人次，在售个人养老金产品包括4款养老储蓄产品、12款保险产品、116只养老基金产品，为客户提供一站式养老金融综合服务；创建了100家规模适度、运营良好、服务优良、具有光大特色的“敬老示范网点”，为老年客户提供贴心服务。

下一步，光大银行将持续践行金融工作的政治性、人民性，积极服务国家战略和社会民生，以满足人民日益增长的美好生活需要为出发点和落脚点，充分发挥综合金融服务优势，做好养老金融大文章，为人民美好养老生活保驾护航。

(文/林光)

# 多家上市支付公司业绩预喜 出海成关键一招

时代周报记者 周梦梅 发自广州

38.01  
亿元



支付领域龙头企业利润大增。3月11日，持牌支付机构嘉联支付有限公司（以下简称“嘉联支付”）的母公司新国都(300130.SZ)发布2023年度业绩快报，其2023年实现营业收入38.01亿元，同比下降11.94%；归母净利润盈利7.55亿元，同比增长超15倍，增幅达1586.23%。

嘉联支付成立于2009年5月，于2012年6月27日获得全国范围内银行卡收单业务的支付牌照，主要通过向商户布放POS机具，提供银行卡收单及增值服务，以获取机具销售或租赁及手续费收入。

除新国都外，支付行业数家上市公司也在近期发布2023年业绩预告，均实现利润大增。如拉卡拉(300773.SZ)实现扭亏为盈，新大陆(000997.SZ)净利润同比增长349%~375%。

多家支付公司净利润大增与布局跨境业务不无关系。随着海外移动支付渗透率的快速提升，海外市场对于电子支付设备的需求快速增长，出海成为支付公司的“年度关键词”。

3月13日，支付行业资深观察人士苏筱芮向时代周报记者表示，A股多家上市支付公司如拉卡拉、新国都、新大陆发布业绩盈喜，确实意味着整个支付行业回暖，同时也为支付行业积极谋划在2024年的进一步发展注入强心剂。

“这背后反映了支付头部机构商业模式持续完善、盈利能力不断增强的现状，也将激励更多支付机构以服务实体经济为初心，在探索更优质的产品、更周到的服务模式等层面不断精进。”苏筱芮说道。

不过，近两年来，以收单为主业的支付企业，不少卷入“跳码”风波后遭大额追缴，影响犹在。与此同时，支付行业面临监管趋严的大环境，在合规方面需要承接更多挑战。

## 数家支付公司净利润大涨

据业绩快报，2023年新国都取得的营业收入为38.01亿元，归母净利润盈利7.55亿元，分别较去年同期增长-11.94%、1586.23%。

除了新国都，还有数家支付公司的净利润出现大涨。

“支付第一股”拉卡拉1月31日发

布业绩预告称，2023年公司实现归母净利润4.4亿~6.6亿元，去年则亏损14.37亿元。

1月23日，新大陆发布2023年业绩预告称，公司实现归母净利润9.5亿~10.5亿元，相较去年增长349%~375%。

A股上市支付公司净利润大增与2023年支付交易量提升、支付费率回升有关。

新国都在业绩快报中表示，2023年公司全资子公司嘉联支付持续深耕市场渠道，强化合规运营，渠道成本开支同比明显下降，收单业务毛利率水平同比明显提升。

报告期内，嘉联支付牌照续展成功，公司收单业务运营逐步提升。随着2023年第四季度嘉联支付收单产品线大批量出货，12月份月度流水实现环比增长。

拉卡拉则称，公司把握国内线下消费场景恢复的有利条件，产品创新与市场拓展并举，全年实现支付交易金额4.51万亿元，其中扫码交易金额超过1.2万亿元，同比增长31%。2023年公司收入增长，毛利率提高，主营业务的盈利能力进一步提升。

新大陆也表示，报告期内净利润增长和支付服务交易规模增长有关。“2023年公司重点把握国内线下消费复苏的有利条件，不断优化成本结构，盈利能力保持较快增长，2023年全年实现支付服务交易规模超2.5万亿元，较上年同期增长超70%。”

除了交易规模放大，支付公司也在提高收单服务费率。

“拉卡拉、新大陆、新国都、移卡(09923.HK)四家上市公司的支付业务，各家公司的综合费率在2022年年之前大致呈现下降趋势，2023年上半年，各家公司的支付费率均出现提升。取四家公司平均值，综合费率从2022年年底的0.11%提升至2023年上半年的0.126%，收单费率呈现触底回升态势。”国泰君安在2023年10月份的一份研报中指出。

## 大力布局出海业务

多家支付公司利润同比大增，和2022年的低基数不无关系。

新国都在业绩快报中称，2023年归属于上市公司股东的净利润增幅较高，主要是2022年归属于上市公司股东的净利润受商誉减值计提和营

业外支出中资金退还支出影响导致基数较低。若剔除上述因素影响，公司2023年归属于上市公司股东的净利润增速约为110.07%。

拉卡拉表示，公司净利润增幅较大的主要原因是2022年归属于上市公司股东的净利润受资金退还事项影响导致产生亏损。若剔除上述因素影响，公司2023年归属于上市公司股东的净利润同比增速为45%~118%。

新国都、拉卡拉提到的“资金退还”，即因卷入“跳码风波”退还的部分“利润”。

支付行业内俗称的“跳码”行为，指的是第三方支付机构通过技术手段，将刷卡的A类商户（标准商户）变为B类商户（优惠类）或者C类（公益类），然后再报送银联系统，从中攫取利益。

虽然上述几家公司2023年实现利润增长，但翠微股份仍因“跳码”出现亏损。其业绩预告显示，预计2023年年度实现归属于上市公司股东的净利润为-5.9亿元到-5.1亿元。

翠微股份解释称，公司控股子公司北京海科融通支付服务有限公司在收单业务中存在部分标准类商户交易使用优惠类商户交易费率上送清算网络的情形，报告期需按新要求将额外新增涉及资金分批退还至待处理账户，公司于当期对本次新增退还资金进行会计处理，预计减少报告期利润约为4.19亿元。

此前2023年4月18日，拉卡拉也曾曾在公告中自曝，公司在收单业务中存在部分标准类商户交易使用优惠类商户交易费率上送清算网络。

拉卡拉在上述公告中还称，公司已按照相关协议将涉及资金退还至待处理账户。基于谨慎性原则，公司将所涉及资金进行适当会计处理，冲减2022年当期损益，导致公司非经常性损益为13.16亿元，归属于上市公司股东的净利润下降。

不过值得关注的是，支付公司正在推行出海战略，极大程度地增厚了业绩。

新国都在业绩快报中称，报告期内公司大力推进支付硬件出海战略，积极开拓海外市场，布局海外销售网络，公司电子支付设备业务海外营收和利润同步增长。

2023年三季度报显示，新国都合同负债金额为1.45亿元，同比大增

115.18%，公司称系报告期海外销售预收款增加所致。

新大陆也称，2023年，公司在智能终端集群方面续把握海外移动支付快速发展机会，持续提升优势地区的市场占有率并进一步加强海外业务的本地化部署，经营业绩保持持续增长。

“我们在大力布局跨境支付，”3月13日，拉卡拉相关人士对时代周报记者称，“公司今年新增了东南亚及非洲收款产品，支持越南、印尼、泰国、马来西亚、新加坡、尼日利亚等国家的小币种外贸收款，目前已支持超过100个国家的跨境支付。”

据拉卡拉2023年半年报，其跨境支付交易规模超200亿元，已开启东盟、非洲等RCEP合作国家本币结算通道。

新国都2023年半年报则显示，其正在大力布局欧盟地区的收单业务。

“公司欧盟收单业务运营团队已经初步组建，相关产品服务体系正在逐步推进落地中，即将在欧盟地区落地收单业务。跨境支付深入开展前期布局，已经与相关银行达成战略合作。”新国都在2023年半年报中表示。

2023年上半年，新国都的全资子公司新国都支付电子支付设备海外收入为4.66亿元，同比增长77.39%；海外市场出货量为342.8万台，同比增长422.51%。

新大陆在2023年三季度报中称，公司继续把握海外移动支付快速发展机会，积极布局东南亚、中东非、欧美、日本市场，进一步加强海外业务本地化部署，业务规模保持持续增长，海外业务收入占集群收入比例达74%。

苏筱芮向时代周报记者分析称，近年来，不少第三方支付巨头纷纷选择出海，主要是看重跨境支付存在的发展潜力。

“一方面，国内支付的竞争早已成为红海，巨头为寻求更多的利润增长点，或是在业务版图上力求进一步拓展，均会促进其产生进军跨境支付的动机；另一方面，去年以来，多国相继为我国公民提供免签等便利以及我国为境外来华人士提供的各类便利政策陆续出台，由政策及市场环境推动的跨境支付业务发展前景正逐步显现，从上述角度来看，巨头纷纷选择出海可谓是‘正当时’。”苏筱芮表示。□

# ETF又创纪录 外资布局 有投资者直呼“抄底请买它”

时代周报记者 金子莘 发自广州

ETF彻底火了，再破纪录。

华泰柏瑞沪深300ETF一直是市场最为关注的股票ETF，也是中国首只规模突破千亿元规模的股票ETF。

3月12日收盘后，华泰柏瑞沪深300ETF规模突破2000亿元，再度创造历史。当日，华泰柏瑞沪深300ETF的单日成交额高达39.62亿元。更为惊人的是，该ETF今年内规模暴涨近700亿元。

不仅如此，今年以来，抄底资金持续流入股票ETF。多只宽基ETF规模暴涨，其中，又以沪深300相关ETF增长最为显著。目前全市场规模超过千亿元规模的股票ETF有5只，其中4只均为沪深300ETF，仅上证50ETF在规模排名前五的股票ETF中占有一席，排名第三。

## “抄底请选ETF”

“抄底请选ETF，对于小散来说，没有比买指数更方便的抄底方式了。”一名投资者向时代周报记者表示。

在ETF浪潮席卷下，“热钱”疯狂

涌入。3月12日，一个ETF历史上再度被铭记的日子，首只规模超过2000亿元的股票ETF诞生，创造这一历史的仍旧是早已傲视群雄的华泰柏瑞沪深300ETF。当日，其单日成交额高达39.62亿元，换手率达1.99%。

一名基金渠道人士表示，“3月11日，大家就在议论华泰柏瑞沪深300ETF何时突破2000亿元大关了，以近期市场的热度来看，次日破纪录基本是可以预期的。尽管如此，这势头还是太惊人了。”

华泰柏瑞沪深300ETF备受瞩目已不是新鲜事。华泰柏瑞沪深300ETF成立于2012年5月，其是全市市场首只跟踪沪深300指数的ETF产品，这只“标杆型”产品也不负众望，一直引领这个赛道的发展。

2023年8月7日，华泰柏瑞沪深300ETF成为全市场首只规模过千亿元的权益ETF，仅仅7个月后，其规模便突破2000亿元。

也就是说，从千亿元规模翻倍，华泰柏瑞沪深300ETF仅仅花了7个月，而从成立到千亿元，用了11年。

这一轮市场底部区间，中央汇金投资有限责任公司（以下简称“中央

汇金”）可以说是带头进场的“先锋队”。2024年2月6日，中央汇金公告称，公司充分认可当前A股市场配置价值，已于近日扩大交易型开放式指数基金(ETF)增持范围，并将持续加大增持力度、扩大增持规模，坚决维护资本市场平稳运行。

事实上，这已是“国家队”资金半年来第四度出手，动作频频，且指数基金方向已被重点布局。

前三次出手均在去年第四季度，2023年10月11日，中央汇金出手增持四大行A股股份；10月23日，中央汇金开始买入ETF；12月1日，国新投资增持央企类ETF。

从华泰柏瑞沪深300ETF的前十名持有人可以看出，截至2023年中期，中央汇金以13.09%的持有比例位列第一，持有份额高达24.24亿份，经过几轮增持后，中央汇金的持有份额很可能增加。

此外，还有国泰君安证券、平安人寿、友邦人寿、中国人寿再保险、招商局仁和人寿保险、民生证券等机构投资者在该持有人名单前列。值得关注的是，外资机构GIC Private Limited（淡马锡）位列持有人第十

位，持有比例为0.91%。

## 头部抢滩ETF“排位赛”

如果说2023年是ETF发展元年，2024年则是爆发之年。

据Wind数据显示，今年以来截至3月12日仅两个多月时间，股票型ETF资产净值增长已超过4000亿元，规模达18550.55亿元，突破两万亿元已指日可待。

与ETF市场一同放量的，还有奔跑中的头部基金公司。据Wind数据统计，今年来份额变动最大的是沪深300ETF易方达。

截至3月12日结算后，沪深300ETF易方达份额增长了463.73亿份，规模仅次于突破2000亿的华泰柏瑞沪深300ETF，位居全市场股票ETF第二，为1324.52亿份。

对于近期资金爆买沪深300ETF，沪深300ETF易方达的基金经理庞亚军告诉时代周报记者，“中期来看，伴随国内经济增长动能的进一步修复，宏观稳增长政策落地效果显现，预计国内经济将逐步确立稳固增长态势，价格方面有望迎来PPI增速转正，从而对企业利润形成支撑，

沪深300指数的重心大概率将逐步上移，沪深300ETF的中长期配置价值凸显。”

从目前股票型ETF规模前五位的5只产品来看，除华夏基金有2只之外，华泰柏瑞、易方达、嘉实基金各占一只。唯一入围前五的非沪深300ETF是华夏基金的上证50ETF，截至3月12日，其预估规模为1153.47亿元。

近年来，份额增加超百亿份的ETF有7只，份额增加最多的是沪深300ETF易方达，增加463.73亿份；随后是3只沪深300ETF——华泰柏瑞沪深300ETF、嘉实沪深300ETF及沪深300ETF华夏，分别增加183.51亿份、174.56亿份、168.54亿份；还有3只份额增加超百亿份的ETF是华夏上证50ETF、易方达创业板ETF及易方达科创50ETF，分别增加124.27亿份、124.06亿份及120.48亿份。

上述渠道人士向时代周报记者表示：“今年基金公司ETF销售非常卖力，尤其是头部。品类的话，宽基更受重视，一些人工智能相关行业ETF推荐力度也很大，基本上头部基金公司都有布局，整个ETF渠道比去年更‘卷’，大发展的时代来了。”□

LISTED COMPANY · 上市公司

# 向26万股东分红220亿元 宁德时代业绩大涨

时代周报记者 何明俊 发自广州

新能源赛道卷出天际的当下，动力电池依然是最赚钱的环节。

3月15日晚，动力电池龙头宁德时代(300750.SH)正式披露了2023年年报。

财报显示，宁德时代2023年实现营业收入4009.17亿元，同比增长22.01%；实现归母净利润441.21亿元，同比增长43.58%；实现扣非归母净利润400.9亿元，同比增长42.10%。

时代周报记者发现，宁德时代归母净利润和扣非归母净利润均接近此前披露的业绩预告上限。

据宁德时代早前发布的2023年度业绩预告，公司预计实现归母净利润425亿~455亿元，同比增长38.31%~48.07%；预计实现扣非归母净利润385亿~415亿元，同比增长36.46%~47.09%。

与此同时，宁德时代同步披露了超出市场预期的大手笔分红方案，拟向全体股东每10股派发现金分红50.28元(含税)。其中，20.11元为“年度现金分红”，30.17元为“特别现金分红”。2023年度拟以年度现金分红和年度特别分红合计派发现金220.6亿元。

## 境外市场收入超千亿元

本次，宁德时代延续了占合并归母净利润20%的分红比例，而在2022年前，现金分红比例通常为合并归母净利润的10%。截至2023年年末，宁德时代股东总数为260992户。

维持较高的分红比例，与火热的新能源赛道息息相关。

根据SNE Research统计数据，2023年全球新能源动力电池使用量达705.5GWh，同比增长38.6%。其中，中国新能源车动力电池使用量达



386.1GWh，同比增长34.9%。2023年全球储能电池出货量达185GWh，同比增长53%。

作为全球领先的动力电池和储能电池企业，宁德时代依然牢牢坐稳全球龙头的宝座。

根据SNE Research统计数据，2023年公司全球动力电池使用量市占率为36.8%，较去年提升0.6个百分点，连续7年排名全球第一；2023年公司全球储能电池出货量市占率为40%，连续3年排名全球第一。

目前，全球锂电行业仅有的3座“灯塔工厂”均来自宁德时代。

从细分业务来看，2023年宁德时代动力电池系统实现营业收入2852.52亿元，占营业收入比重为71.15%；储能电池系统实现营业收入599.01亿元，占比为14.94%。动力电池和储能电池是宁德时代的主要业绩支柱，但增速上储能电池(33.17%)略快于动力电池(20.57%)。

时代周报记者注意到，宁德时代实现境外收入1309.92亿元，同比增长70.29%，占本期营业收入比重为32.67%。而在2022年，海外业务收入占比仅为23.41%。2023年的业绩增长一定程度上得益于海外业务的高增速。

根据宁德时代财报，在动力电池海外市场方面，宁德时代获得BMW、Daimler、Stellantis、VW、Hyundai、Honda等多家海外主流车企新定点；与Stellantis签署战略谅解备忘录，在欧洲市场向其供应磷酸铁锂电池，助力欧洲电动化转型；与Daimler、Volvo等头部重卡企业达成战略合作。

同时，得益于前期海外客户定点陆续交付，公司海外出货量持续提升。根据SNE Research统计，2023年公司海外动力电池使用量市占率为27.5%，比去年同期提升4.7个百分点。储能电池海外市场方面，宁德时

代助力Nextera实现1.8GWh规模的全球最大光储单体项目并网；为意大利国家电力公司ENEL交付6.4GWh规模的全球最大储能项目群；为西澳电力公司Synergy交付3.8GWh规模的澳洲最大独立储能项目。

## 毛利率出现修复迹象

一名长期追踪宁德时代的私募基金人士告诉时代周报记者，“宁德时代储能业务同比大增，毛利率为23.79%，这一业务盈利能力高、增长潜力大。”

此外，宁德时代在年报中披露了存货的金额。2023年年初，公司存货为766.69亿元，占总资产比例为12.76%；2023年年末，公司存货为454.34亿元，占总资产比例为6.34%。“公司持续加强存货周转，优化库存管理；部分原材料价格下降。”宁德时代在年报中对存货金额和占比的变化作出说明。

财报显示，宁德时代2023年产量为389GWh、销售量为390GWh；2022年生产量为325GWh、销售量为289GWh；2023年与2022年库存量均为70GWh。从这一数据中可以了解到，2023年销售市场较2022年更为火爆。

报告期内，公司实现锂离子电池销量390GWh，同比增长34.95%，其中，动力电池系统销量321GWh，同比增长32.56%；储能电池系统销量69GWh，同比增长46.81%。

值得注意的是，宁德时代毛利率出现修复迹象。

2022年，动力电池系统业务毛利率为17.17%、储能电池系统业务毛利率为17.01%。2023年，动力电池系统毛利率为22.27%、储能电池系统毛利率为23.79%。

3月15日，宁德时代报收181.00元/股，跌1.53%。

22.27

%



# 净利润创10年新高 国泰航空走出阴霾？

时代财经 何铭亮

“2023年，我们终于从疫情的阴霾走出来。”国泰航空集团(以下简称“国泰集团”)主席贺以礼在披露的年报中以这句话作为致辞开篇。

经历了疫情三年连续亏损之后，国泰集团在2023年首度扭亏，净利润甚至创下十年来最高水平。

基于强劲的业绩水平，国泰航空(00293.HK)还宣布将自2019年之后首次派息，同时对员工发放近两个月的年终奖。

3月14日，国泰在深圳举办业绩媒体发布会，国泰集团行政总裁林绍波、国泰航空顾客及商务总裁刘凯诗出席，两人全程使用普通话进行分享与交流。

刘凯诗在现场坦言：“今天是我第一次用普通话在媒体交流会上分享，心情比较紧张。”

## 连亏三年后利润创10年新高

从业绩来看，2023年国泰集团(包括航空公司、附属公司及联属公司)实现收益944.85亿港元，同比增长85.1%；录得股东应占溢利97.89亿港元，而2022年同期亏损为66.23亿港元。

这也是疫情三年连续亏损后国泰集团首度扭亏为盈，且净利润达到近10年来最高水平。

年报披露后，国泰航空3月13日大涨5.76%，股价最高触及9.35港元/股，创下2020年7月以来的新高。但3月14日，国泰航空股价一度跌超4%，收盘跌3.38%，报8.87港元/股。

华泰证券3月13日的一份研报表示，国泰航空的净利润略低于其此前预期的100.5亿港元。考虑到运力进

一步恢复，收益水平或将回落等因素，其下调了国泰航空的目标价及2024—2025年的净利润预期，维持“买入”评级。

基于2023年的强劲业绩，贺以礼表示将向普通股股东派息(每股派发0.43港元)，这是自2019年以来首次恢复派息。

此外，林绍波表示，为感谢员工一直以来的支持，根据公司最新的利润分享计划，员工可获得相当于7.2个星期(近两个月)的合资格薪金。

具体经营指标上，截至报告期末国泰集团客运航班量已恢复至疫情前的70%，货运业务的可载货量也已恢复至疫情前的85%。林绍波预计，国泰集团营运的客运航班量将于2024年第二季度恢复至疫情前的80%，并希望在2025年第一季度达到100%的水平。

在媒体交流会现场，林绍波回答时代财经提问时指出，2023年是一个相对特殊的年份，供求关系尚未恢复平衡，疫情期间积压的旅游需求也在2023年爆发，而在运力尚未恢复情况下，收益率会较高(机票价格上升)，这是2023年盈利的主因，之后收益率会趋于正常。

刘凯诗则补充称，“2023年是疫情防控政策优化的第一年，受到机票价格较高的影响，顾客对我们餐饮、服务的要求也变高了，之后国泰将持续提升服务水平。”

香港身为国际航空枢纽，在国际客源方面颇具优势。

2023年，国泰航空在各大区域的乘客运载率整体已经达到了85.7%，相比2022年整体增加了12.1个百分点；美洲、欧洲的运载率更是高达90%以上。

此外，在国际航线时刻充足的情

况下，国泰航空宽体机占比也较多。从最新财报来看，国泰航空(不含香港快运、华民航空)运营最多的机型依次为A330-300(43架)、777-300ER(39架)、A350-900(30架)，均为宽体机，机队中宽体机占比超八成。

时代财经注意到，内地三大国有航空宽体机占比常年也不超过两成，近年更因国际航线恢复缓慢而仅能将宽体机投放至国内市场，进而拖累收益率。

值得注意的是，近年来多份年报中，国泰航空均提到香港国际机场第三跑道系统的启动，并称这对国泰来说将同时伴随“无限机遇”及“更多挑战”。

3月13日，民航专家林智杰对时代财经表示，第三跑道的启用，对国泰航空来说，将意味着能够新增更多的航班，或者现有航班能调整到更好的时刻，更好满足旅客需求。但同时航班的增加短期内也将影响航班收益和利润水平。

## 新掌舵者这一年

值得注意的是，2023年也是林绍波成为国泰集团行政总裁的第一年。这一年对于这位新掌舵者来说，无疑有喜有忧。

喜的是在航空业全面复苏的这一年，各项经营指标均会较疫情期间改善，忧的则是这一年里国泰航空经历了重大舆论事件。

其中引发最多关注的则为国泰航空“毛毯”事件，对此国泰航空在两天内三度发布声明并道歉，并对涉事的三位空中服务员予以解聘。

林绍波当时称，为避免同类事件再次发生，其将亲自领导跨部门工作小组作出全面检讨。

去年5月24日，林绍波在广州出

席线下会议时，更面对镜头用普通话再度道歉。

而之后的时间里，林绍波在多个公开场合发言时均会强调，国泰航空的定位是“植根香港，背靠祖国，联通世界”，并表示在“植根香港，联通世界”方面，国泰过去70多年已经非常成功，但在“背靠祖国”方面需要重点加强。

国泰航空管理层也在逐渐向这个目标靠近。

3月14日，林绍波在媒体交流会现场就笑言过去一年里已多次到访内地。两名高管在现场全程使用普通话交流，其间刘凯诗一度尝试用英文表达某些词汇，林绍波在一旁也能快速反应、翻译成普通话。

自去年7月6日起，国泰航空正式在中国内地招聘机舱服务员，扩大普通话服务团队，这是国泰航空首次在内地招聘机舱服务员及见习机师。当时多名应聘者告诉时代财经，国泰航空的招聘“不卡年龄、不卡性别、对身高也很友好”，“竞争比想象中激烈”，更有业内人士直言国泰给出的薪酬整体比内地航司新入职的空乘薪资高。

目前，国泰航空已有超过100位内地乘务员正式上岗。

谈及未来挑战时，林绍波在年报致辞中指出，2024年将致力重建(品牌、航班及香港枢纽)业务。航空业面临的挑战确实严峻，这些挑战包括但不限于招聘、培训及供应链的短缺问题，但他也同时指出，国泰计划在2024年增加约5000名员工，较2023年增加约20%；培训活动也将大幅增加，将较2023年增加超过一倍。

年报中，在回顾了过去的业绩与挑战后，林绍波难掩激动称，“国泰回来了！”

944.85

亿港元



# 对话亚洲最大锂矿发现者付小方： 资本疯狂逐利不符合发展规律

时代财经 张汀雯

“中国矿产，富有既如是。故帝轩辕氏，始采铜于首山，善用地也。唐虞之世，爱铸金银铅铁……目注吾广大富丽之中国，徒茫然尔。”这段话出自《中国矿产志》，由江宁顾琅、会稽周树人（即鲁迅）编著。

“徒茫然尔”，这是鲁迅对彼时我国地质勘探工作现状的慨叹。然百年来，中国地质事业从无到有，地质资料资源持续丰富，找矿勘探工作不断取得突破，这离不开数代地质人的跋山涉水。

若要论近年来热度最高的矿产，锂矿必当仁不让。

伴随“双碳”目标推进和新能源汽车发展，锂作为动力电池等产品的核心材料备受关注，“天价锂矿”屡见不鲜，全球找“锂”热潮汹涌澎湃。而川西甲基卡锂矿，是国内锂资源皇冠上的耀眼明珠。

在锂电行业沉浮的人，不可能没听说过甲基卡。

在这座超大型的锂矿资源矿集区，天齐锂业、融捷股份、盛新锂能、宁德时代纷纷割据一方，这里自被发现的那天起，就从不缺少故事。

从曾毓群、朱共山、姚雄杰，到更早的蒋卫平、吕向阳等，这些响当当的名字背后是一个个传奇的故事，热闹喧哗，你方唱罢我登场。而这些风云开阖的过往，最早要追溯到一位女性——付小方。

## 矿产勘探与荒原相伴

付小方是亚洲最大锂矿（甲基卡锂矿床）发现者，拥有四川省综合地质调查研究所（原四川省地质调查院）教授级高级工程师、稀有稀土战略资源评价与利用四川省重点实验室首席专家、四川省政协委员、成都市人大代表、省三八红旗手、全国最美地质队员多个头衔。

今年3月，付小方迎来66岁生日，她仍亲力亲为在一线奔走。与时代财经谈起与找矿勘探相关的内容，满是热烈与激情，坚定如初。

“当时我非常年轻，对这个职业并不是完全了解”，付小方与地质工作的缘分始于电影《年青的一代》，电影里描述的肖继业在大山里做地质工作，这种与地球和自然打交道的感觉让她产生了浓厚的兴趣。

时隔多年，付小方仍清楚记得，“当时很多情景也和电影一样，没有小车坐，大家一起坐大卡车，唱着歌到矿区去工作。或许人一辈子有各种选择，但这一辈子我就喜欢大自然，就喜欢这份工作。即便现在年纪大了，

但只要叫我去野外，当时的初心和激情，还是一直保留着的。”

1987年，付小方从攀西地区转战青藏高原，继续从事区域地质调查工作；1993年开始，付小方在川西甘孜州甲基卡进行锂矿找矿与科学研究工作，这为她后来的重大发现打下了基础。

进入21世纪，新材料和新技术的时代来临，这些新材料所需的稀有金属资源尤为关键。

彼时国土资源部要求摸清这些稀有资源的家底。2011年，付小方便接到了寻找锂金属的任务。

至此，荒原与她常伴。

在野外从事地质工作，风餐露宿是常有的事。这份艰辛一定程度上消磨了日照金山的震撼、雪山高原的壮阔与浪漫。

“现在长期做勘查的女同志还是非常少，搞科研的比较多。作为一名女性，会遇到许多的不方便，也会担心给人家添麻烦。”付小方说道，住宿是不方便的，有时候可以在车里睡，但许多地方车到不了，搭帐篷也是常事。

“当然大家也还是照顾我，会尽量创造条件隔出区域给我，比如用桌子板凳给我搭个床，其他人都睡地上。当时管饭的师傅，晚上也会烧一瓶热水留给我。有时候去住老乡家，一个女同志，人家要专门给你准备好东西，挺不好意思的。”

不过那时候，上高原勘查对于女同志和男同志来说一样艰难：迷过路、落过马、掉过河、翻过车、被土匪抢过……

起初上高原的时候交通状况非常糟糕，国道大多是土路，连加油站也没有，外出工作需要去部队申请汽油等资源，还要准备很多基本生活物资。而到了县城后，要再继续后面的工作，就要靠骑马和步行了。

后来实现“村村通”，交通条件好多了，这几年偶尔才需要骑马。但骑马并不像电影里风驰电掣那般潇洒轻松。

“所有的行李和装备都要放在马背上，留给人的空间很狭窄，找个很高的石坎才能跳上马背；到一个工作的点，再从高高的马背上跳下来工作”，付小方说，“而且骑马也不是万能的。去年年底我上山工作，也给了我一匹马，但我还是拄着棍子走了一天，因为森林里面没法骑马，树枝会把你挂下来。”

艰苦砺人心志。找矿路上，付小方和团队遇到的，远不止此。

甲基卡地下大量的花岗岩体和稀有矿藏导致这里的局部气候多变，尽管四处都是高原，唯独此处常有致命的地滚雷击。

付小方刚入行的时候，就听过有几位老地质队员在此地遭遇雷击而牺牲，其中有两位是女性。

## “矿需要一步一个脚印凿出来”

除了雷击，高原的海拔、高差、紫外线、暴风雪，这里一个也不少。经年在高海拔地区工作，付小方落下了许多疾病，高原反应也不会因为她来的次数多就缓解。

有时付小方在高原上生病，常疼痛难忍。但为了达成目的，除了硬扛，她别无选择。

在高寒的甲基卡，付小方和团队通过科学理论找矿模型预测和各种技术方法试验，并进行了详尽的前期调查，坚定地认为这下面一定有丰富的矿藏。

接下来便是最重要的钻探验证。“在验证找矿科学预测的过程中由于种种因素导致推进困难，但我仍然坚持了下来。我并没有什么伟大理想，就觉得这下面肯定是个隐伏的大矿，无论如何，一定要证明我们的科学推论。”付小方表示。

万径人踪灭，这片远离繁华的荒原之上只有交替的雷雨、暴雪、风霜和烈日骄阳。

日复一日进行矿产勘探之余，付小方笔耕不辍。

其间，她完成了《甲基卡式花岗岩伟晶岩型锂矿床成矿模式与三维勘查找矿模型》《新兴关键矿产——四川稀有稀土稀散资源及开发利用》两本专著，并在国家级刊物发表了20余篇锂矿成矿理论与找矿勘查技术的论文，为后人进一步找矿突破打下坚实的理论基础，并提供了技术示范。

2013年6月28日，付小方和团队终于在甲基卡打下首孔便发现了锂矿石，厚度达37米。喜悦与欢呼传遍了荒原。

两个月后，远离人烟的高原已经下起了大雪，团队在暴风雪里开始了第二期钻探工程，首孔见矿厚度高达110米。

在甲基卡深耕的第八年，这片与她常伴的荒原又绽放出绚烂的鲜花。

2019年8月，付小方和团队正式向世界宣布在甲基卡第四系覆盖区新发现了11条锂矿化伟晶岩矿脉，探获氧化锂资源量114万吨。

其中，麦基坦X03锂矿脉探获氧化锂资源储量高达89.48万吨。这是亚洲最大的锂辉石矿床，达到超大型规模。

“最后工作结束的时候，我很感慨，站在高原的小山包眺望，看见这么将近三公里长的一个锂矿带，是我们打出来的，一钻一钻打出来的。”

四川雅江甲基卡麦基坦X03锂

矿脉等的发现，将川西地区锂辉石地质勘探推向新高潮。

荒原之上，付小方仍未止步，时间从8年变成10年、12年、13年……

2011年以来，付小方和团队在甲基卡除发现雅江麦基坦X03超大型锂矿外，还新发现了仁尼措、日西柯等大中型锂矿以及石渠扎乌龙超大型锂辉石矿床，相继探获氧化锂资源量达217.49万吨，取得了锂矿勘探的重大突破。

10多年的坚守，其间付小方带动并承担中国地调局、四川省地勘基金、科技部深地资源勘查开采专项、四川省重点研发计划等一批项目；向国家提交了6个锂矿探矿权拍卖区块；预测川西伟晶岩型氧化锂资源量有望突破800万吨，极大地提升了我国新能源锂资源保障程度；还亲自指导部署并参加了雅江县甲基卡外围木绒超大型锂矿的勘探，探明了氧化锂资源储量98万吨。

“发现甲基卡及川西的锂矿床，我觉得很荣幸，这也是我遇上的机缘。”付小方说，“做地质工作的人很多，但能找到一个矿的非常稀少。找矿的工作周期很长，在上世纪七八十年代就已经有地质队前辈在甲基卡找矿，花了十几年；我曾在那儿待了8年，后来也频繁往返，今年也会上去工作，至今有13个年头了。”

“矿需要一步一个脚印凿出来的，目前这方面有些资本逐利太快了一点，是不符合这个规律的。”付小方补充道。

谈及目前国内锂矿开发存在的问题，付小方表示，国内现在不缺锂矿，主要是怎么开发利用的问题。战略规划和统筹要做好，环保问题也是矿企需要重视的。

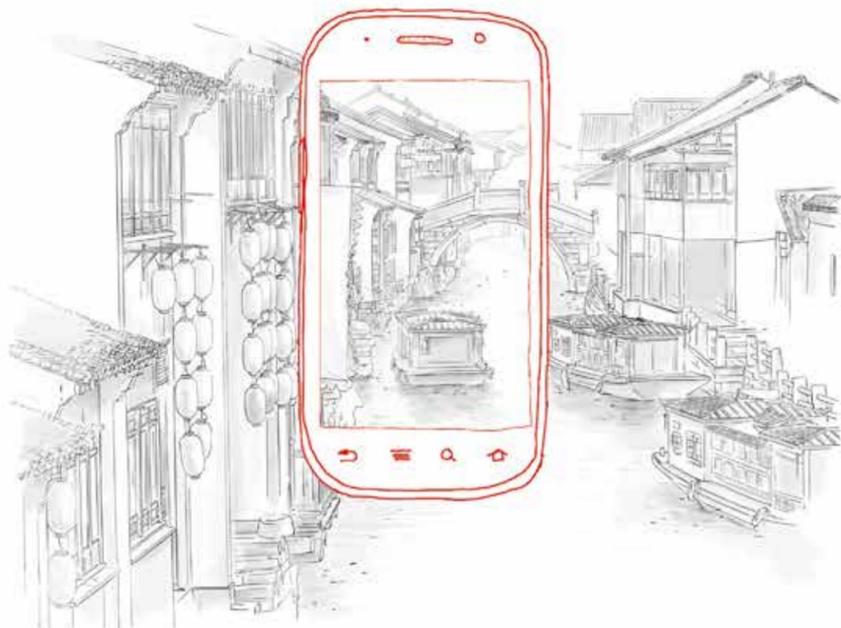
此外，付小方认为，就四川而言，大部分锂矿附近的经济并不发达，又涉及藏族地区，工业基础相对落后。

付小方建议，应该坚持“建一座矿山，绿一片环境，扶一方经济，富一方百姓，促一方和谐”为宗旨，应以开放促开发、以开发促发展、以发展促富民、以富民促稳定；统筹国家、地方、企业、群众利益，共享锂矿开发成果。探讨有利于生态环境保护和民族地区经济发展、社会和谐、促进开发新模式是锂矿开发的基本保证。

“现在发展不够有序，前期这些矿被资本绑架占领，存在一些遗留问题；这些问题不解决，大规模的放量就很难达到。”付小方说。

“迈开的步伐不会停留，今后，我会继续奔走在找矿路上。”付小方表示，此后她的研究重心也会放在资源开发与利用、锂矿的资源供应安全等方面。□

## 天价锂矿



美景不止于方寸之间

回归自然生活·拥有健康人生

## HEALTH · 大健康

# 佛慈制药上调产品出厂价 中药材涨价“蝴蝶效应”显现

时代财经 李傲华

中药材涨价的“蝴蝶效应”正传导至下游。

有百年制药历史的“中华老字号”佛慈制药(002644.SZ) 3月11日晚公告称,鉴于原材料以及生产成本上涨等原因,经公司研究决定,自2024年3月11日起对主营中成药产品的出厂价进行调整,平均提价幅度为9%。本次产品调价可能对市场销售有一定的影响,对公司未来业绩产生的影响存在不确定性。

佛慈制药1929年创建于上海,1956年迁到兰州,2011年在深交所上市。根据佛慈制药2023年半年报,公司拥有药品批准文号467个,常年生产丸剂、片剂、颗粒剂、胶囊剂、胶剂等11种剂型的110多种产品,拥有参茸固本还少丸、复方黄芪健脾口服液等10个独家产品。目前,佛慈制药生产销售的主要产品包括六味地黄丸、逍遥丸、香砂养胃丸、参茸固本还少丸、阿胶等中成药及中药饮片。

时代财经梳理发现,2015年和2018年,佛慈制药也分别官宣过两次大规模提价。2015年6月,佛慈制药决定对逍遥丸、香砂养胃丸、补中益气丸、小活络丸等15个主要浓缩丸产品出厂价平均上调12%,阿胶出厂价上调34%,上述产品零售价也做相应调整;2018年3月起,佛慈制药对浓缩丸、大蜜丸、水丸、口服液、胶剂、颗粒剂、片剂等多种剂型的100多个产品进行全线提价,出厂价平均上调17.6%,零售价也做出相应调整。

佛慈制药并未对外披露此次具体提价的主营产品,3月12日,时代财经就该问题致电佛慈制药,截至发稿未获回复。

而佛慈制药提价,或许只是一个开始。

## 中药材行情反弹

2023年,中药材出现了一波史无前例的“涨价潮”。天地中药材综合200指数、康美中药材价格指数均在2023年8月前后创下历史新高。

康美中药材网数据显示,党参、当归等品种在2023年上半年价格突



飞猛涨,党参(甘肃统货)的市场价格从2023年年初的80元/千克上涨到6月份的170元/千克,半年内涨幅超过100%;当归(甘肃统货)的市场价格也从2023年年初的55元/千克上涨至6月份的165元/千克,半年内涨幅达到200%。

在上游中药材涨价的压力下,工业企业的生产成本也随之增加。

华润三九(000999.SZ)在最近披露的投资者关系活动记录表里也提到,公司OTC核心品种由于成本上涨,会适度进行小幅提价,主要是覆盖药材成本上涨的影响,提价的过程中会充分考虑患者的接受程度。此外,公司也会持续进行产品升级、打造专业品牌,推出更好体验的产品,以实现品牌价值。

2023年12月,葫芦娃(605199.SH)在可转债发行申请的问询函回复中指出,由于原材料川贝母价格大幅上升,导致成本增加较多,养阴清肺膏2022年销售毛利率为负。公司预计后续一定时期内原材料价格会有所回落,并由于规模效应,毛利率预计有一定上升;但如原材料价格不回落,公司会考虑后续适当提价,确保合理利润率水平。

根据葫芦娃披露,公司主要采购的中药材包括金银花、板蓝根、连翘等,2022—2023年上半年,这些主要原材料的价格普遍上涨,其中2022年防风的价格上涨169.79%,2023年上半年,防风价格涨幅达到82.01%。

虽然自2023年下半年起,中药材行情整体回落,当归、党参随着产新

时间的到来,价格明显下滑,但进入2024年,价格走势再次上扬。

根据康美中药网的市场快讯数据,今年2月底,党参大条货价170~180元/千克,中条货价150~160元/千克,小条货价140~150元/千克,市场统片160~170元/千克,选片180~220元/千克不等;当归亳州市场散把货价120~130元/千克,一棵树全归片价在140~150元,当归头片价格280元左右。

中康云药中药产业大数据中心首席分析师贾海彬对时代财经指出,尽管2023年下半年出现了中药材短期的回调,但由于需求的长期增长与劳动力成本上涨同时存在,未来3年,中药材行情会反复振荡,整体仍将在相对高位运行。因此,工业企业要依靠行情下滑来降低成本的可能性不大。

## 药企面临控本挑战

种植生产体系脆弱,易受天气、土地等自然因素影响,是中药材生产供给、价格波动大的主要原因之一。

我国的中药材行业以散户种植为主,组织化程度较低。对于种植户来说,药材的种植规划往往会根据现下的市场价格决定,缺乏前瞻性,这也一直是中药材行业的一大痛点。由于缺乏科学的种植规划,因此时常会引发供需失衡,导致中药材价格波动。

生意社分析师周聿爱在接受媒体采访时指出,经过这三年中药材普涨的推动,不少种植户动辄亩收益过万元,更有甚者能达到3万~5万元或更高,神奇的“造富”神话使得2024

年中药材种植热度空前高涨,多数籽种行情创造历史天价。2024年,大多数种植户将面临“高价买苗”的局面,但随着生产的扩大,秋季产新多数又或面临“低价卖货”的尴尬局面。

中药材产业有其特殊性,一头连接着传统的农业种植,一头关系着健康需求。中药材价格的波动不仅会给种植户带来严重损失,也会对消费端的患者用药产生影响。因此,在中药材出现大规模涨价之时,不少企业决定采取措施来应对中药材价格上涨带来的影响,以稳定产品价格。

比如白云山在2023年11月披露的投资者关系活动记录表里提到,2023年以来,市场上多种中药材价格持续上升,所涉及的重要药材品种大多为常用大宗药材,导致公司相关中药产品的成本有所增加。公司通过下属的中药材集中采购平台,根据生产所需,通过招标或定向采购等形式,集中从合格供应商采购,有较强的议价能力。此外,公司拥有多个药材种植基地,确保药材质量及数量得到保证,有效控制采购成本。

全国政协委员、一心堂董事长阮鸿献近日接受人民网采访时表示,为有效应对中药材价格异常波动,促进中药产业健康发展,他建议建立国家中药材战略储备库,确保原料供应稳定;推动规模化、机械化种植;强化监管,打击囤积炒作;建立综合信息服务平台,监测生产与市场,利用大数据分析预警,减少价格波动对产业链的影响。

贾海彬也对时代财经指出:“首先,工业企业需构建产业链一体化解决方案,从源头保障开始,降本增效于生产,精准分析消费市场。其核心是数字化,打通产业链,提升整体信息化能力。其次,企业应该避免自建高风险生产基地,而选择与产地建立战略联盟或利益共同体。在结合的过程中,信息化导航平台不可或缺,这既能解决流通闭环,又能解决溯源和激励保障能力提升。最后,以需定产是未来10年的必然趋势,以市场消费导向决定产品研发、市场拓展及原料保障体系。过去以生产为导向,未来则由大数据引领市场与消费者需求,指导后端加工。”

280

元



# 百济神州PD-1在美获批 能否复刻泽布替尼销售神话?

时代周报记者 杜苏敏 发自广州

百济神州(688235.SH; 06160.HK; BGEN.US) 闯关美国市场再下一城。

3月15日,百济神州发布公告称,美国食品药品监督管理局(FDA)已批准替雷利珠单抗(中文商品名:百泽安;英文商品名:TEVIMBRA)作为单药治疗既往接受过系统化疗(不含PD-1/L1抑制剂)后不可切除或转移性食管鳞状细胞癌(ESCC)的成人患者。据百济神州透露,替雷利珠单抗预计今年下半年在美国上市。

这是替雷利珠单抗在美国获批的首个适应症,也是继特瑞普利单抗(中文商品名:拓益;美国商品名:LOQTORZI)之后第二款获得美国FDA批准的国产PD-1。特瑞普利单抗为君实生物(01877.HK; 688180.SH)核心产品,于去年10月获得美国FDA批准上市。

替雷利珠单抗是一款人源化IgG4抗PD-1单克隆抗体,对PD-1具有高亲和力和结合特异性,设计目的旨在最大限度地减少与巨噬细胞中的Fcγ受体结合,帮助人体免疫细胞识别并杀伤肿瘤细胞。

百济神州方面透露,此次在美国获批是基于RATIONALE 302试验结果,该试验是一项全球、随机、开放

性的3期研究(NCT03430843),该研究入组了来自欧洲、亚洲和北美洲11个国家共132个研究中心的512例患者。RATIONALE 302试验在意向性治疗(ITT)人群中达到了主要终点。与化疗相比,替雷利珠单抗展现了具有统计学显著性和临床意义的生存获益。

事实上,早在2021年9月,百济神州就基于该临床数据向美国FDA递交了替雷利珠单抗作为ESCC二线治疗的上市申请(BLA),但受新冠疫情影响,美国FDA无法如期在中国完成所需的现场核查工作,该审评两度被延期。

2023年7月,百济神州宣布,美国FDA已经完成了对替雷利珠单抗的生产检查,上市申请正在推进,公司预期其将在2023年下半年在美国获批。然而,时间过去两个月,市场等来的却是诺华“退回”替雷利珠单抗的消息。

彼时,外界普遍猜测,诺华退回权益或是受替雷利珠单抗在美上市受阻影响。如今,替雷利珠单抗在美顺利获批首个适应症则彻底打消了外界这一顾虑。

今年2月,百济神州公布2023年第四季度和全年业绩报告,其中,拳头产品泽布替尼(商品名:百悦泽)全年全球销售额达13亿美元,成为国内首个“十亿美元分子”。这一消息让业内为之一振。

财报数据显示,替雷利珠单抗2023年第四季度的销售额为1.28亿美元,全年销售额为5.37亿美元,上一年同期分别为1.02亿美元和4.23亿美元。不过,外界对于替雷利珠单抗能否复刻泽布替尼的销售神话却并不确定。

在美国获批首个适应症之前,替雷利珠单抗就已在欧盟和英国获批1项适应症,在中国获批12项适应症,其中11项适应症已纳入国家医保目录,是目前国内纳入适应症数量最多的PD-1产品。

但受国内创新药定价及支付能力限制,国产PD-1普遍希望在海外寻求出路。

2023年11月,由君实生物自主研发的PD-1抑制剂特瑞普利单抗中美定价差异超30倍的消息曾一度引发业内热议。数据显示,特瑞普利单抗在美国的批发收购成本为每瓶8892.03美元(折合人民币超6万元),而同规格产品在国内的销售价则是1912.96元。

百济神州在前述公告中也透露,美国FDA目前正在对替雷利珠单抗用于不可切除、复发性、局部晚期或转移性ESCC患者一线治疗,以及用于治疗局部晚期不可切除或转移性的胃或食管结合部(G/GEJ)腺癌患者的新药上市许可申请进行审评。百济神州方面透露,预计美国FDA对这两项上市申请做出决议的时间分别为

今年7月和12月。

然而,时代周报记者注意到,百济神州总裁、首席运营官吴晓滨曾在接受《财新》采访时坦言,替雷利珠单抗在美国市场已经很难在例如肺癌等“大适应症”上注册成功,美国市场更可能拿到其他适应症的获批。

中信建投发布的报告曾指出,由于疗效出众和患者人群众多,肺癌是最大适应症,占据PD-1市场约40%市场份额。

其中,默沙东的PD-1抑制剂帕博利珠单抗(商品名:Keytruda/可瑞达,俗称“K药”)凭借其出色的产能力和优秀的肺癌临床设计方案,成功超过百时美施贵宝(BMS)的纳武利尤单抗(商品名:Opdivo/欧狄沃,俗称“O药”),成为肺癌领域最大PD-1。

默沙东发布的财报显示,2023年,K药全年销售额达250亿美元,不仅在PD-1市场牢牢占据主导地位,还将艾伯维的修美乐拉下了马,登上全球“药王”宝座。据IQVIA数据,早在2021年,K药和O药就占据了全球PD-1市场份额的80%。

2023年9月,吴晓滨在接受《财经·大健康》采访时表示,出海后的替雷利珠单抗必定面临包括默沙东K药在内的重磅品种的竞争,但整个PD-1全球市场容量依旧可观。“对于百济神州而言,全球PD-1市场有望达到500亿美元,如果百泽安占有1%的市场就意味着可以获得5亿美金的

收益。如此估算,哪怕百泽安在全球仅占据了2%的市场份额,也代表着其市场表现可观。”吴晓滨说。

在被问及替雷利珠单抗的商业化是否还会寻找大公司合作时,吴晓滨坦言,不排除任何可能性。自己做或和任何公司合作,要看后续整个事情的演化。

“目前,在海外主要国家的血液瘤销售团队都已经有了,组织框架已搭建,所以此款药品的商业化实际上就是加人的问题,而不是完全另外建一个新的团队。”他称。

而在近期披露的投资者活动记录表中,百济神州则强调,公司已建立了具有差异化的全球商业化团队,泽布替尼的商业化成功已验证了其实力,替雷利珠单抗的海外市场准入及销售团队组建工作正在顺利推进中。

据了解,百济神州建立的全球商业化团队规模超过3700人,其中约300人位于北美,约200人位于欧洲。

在上市投资者活动记录表中,百济神州方面表示,通过拓展在中国、欧盟、美国(待批准)以及全球市场的足迹,探索联合治疗方案,持续开发替雷利珠单抗。“我们正在全球就实体瘤及血液学适应症开展广泛的关键性临床项目对替雷利珠单抗进行评估。公司已经开展了超过17项替雷利珠单抗的潜在注册可用临床试验,其中11项3期随机试验和4项2期试验已取得积极结果。”

# 毛利率堪比茅台 医美巨头加码重组胶原蛋白

时代财经 文若楠

2023年,胶原蛋白成为医美赛道造富新风口,给玻尿酸(即透明质酸钠类产品)及其背后的企业带来冲击。

早年间,玻尿酸在医美市场上广泛应用,成就了“医美三剑客”——华熙生物(688363.SH)、爱美客(300896.SZ)、昊海生科(688366.SH;06826.HK)。

随着技术迭代升级,胶原蛋白发展势头迅猛,大有潜力成为下一个“玻尿酸”,而身处行业第一梯队的巨子生物(02367.HK)和锦波生物(832982.BJ)也因此晋升为“医美新贵”,进一步瓜分医美护肤市场。

信达证券研发中心副总经理、新消费研究中心负责人刘嘉仁曾告诉时代财经:“这几年随着胶原蛋白产业链的发展,在医美护肤领域,胶原蛋白的占比持续提升。这是因为在理论上,胶原蛋白不仅仅拥有透明质酸的保湿补水功效外,更突出的功效还在于其能够促进伤口愈合,尤其是对于有医美需求的消费者来说,在做完医美之后,为了促进伤口更快愈合,或可以购买这个材料的产品。”

除了巨子生物和锦波生物外,创健医疗、聚源生物等胶原蛋白新势力正在崛起。

目前,这两家公司均已完成B轮融资。其中,创健医疗两轮融资累计金额超4亿元,且正在冲刺IPO。

随着入局者的增加,胶原蛋白市场的竞争格局或被改写。而此前在医

美护肤市场占据大头的玻尿酸也或持续遭到替代冲击。

## 吸金能力飙升,毛利率接近茅台

在大众认知里,胶原蛋白是年轻的象征,是一种对身体有益、保证身体年轻的物质。过去数年里,受限于产能和生产技术,胶原蛋白并不如玻尿酸那般应用广泛。

2022年8月,美妆巨头资生堂中国独家出资的资悦基金斥资2亿元,首投中国重组胶原蛋白公司——创健医疗。这一举措随即引发市场关注,让胶原蛋白在资本市场一炮而红。

直至2022年,巨子生物在港股敲钟上市成为港交所“胶原蛋白第一股”,人们才发现,胶原蛋白吸金能力强劲,毛利率甚至超过了玻尿酸。

根据官网,巨子生物系世界首个成功研发重组胶原蛋白护肤品并产业化的企业,目前公司聚焦功效性护肤品、医疗器械、功能性食品及特殊医学用途配方食品等产业方向,旗下有可复美、可丽金、可预、可痕、可复平、利妍、欣苷及参苷八大品牌。

财报数据显示,2021年、2022年以及2023年上半年,巨子生物分别录得营收15.52亿元、23.64亿元、16.06亿元,同比增长30.41%、52.30%、63.03%;归母净利润则分别录得8.28亿元、10.02亿元、6.67亿元,同比增长0.20%、21.00%、52.53%;毛利率方面,则一直维持在84%以上。

从具体业务来看,专业皮肤护理产品(包括功能性护肤品和医用敷料)系巨子生物的业绩支柱。2021—

2022年及2023年上半年,该板块分别录得营收15.03亿元、23.22亿元、15.95亿元。其中,功能性护肤品占据大头,2023年上半年,该板块录得营收11.97亿元,同期医用敷料营收为3.98亿元。

另一家胶原蛋白企业锦波生物则在2023年年中登陆北交所,成为北交所“胶原蛋白第一股”。

相较于巨子生物,锦波生物虽然营收体量较小,但其业绩增速却十分抢眼。

财报数据显示,2021—2023年,锦波生物分别录得营收2.33亿元、3.90亿元、7.80亿元,同比增长44.75%、67.15%、99.96%;同期归母净利润分别录得0.57亿元、1.09亿元、3.0亿元,同比增长79.62%、90.24%、174.61%。

锦波生物的毛利率亦逐年攀升,2021—2022年及2023年上半年,分别为82.29%、85.44%、89.15%。

锦波生物的毛利率与一直以高毛利率著称的贵州茅台(600519.SH)接近。根据财报,2023年上半年,贵州茅台的毛利率为91.80%。

## 千亿市场待挖掘,企业竞相布局

当胶原蛋白企业持续向市场交出优秀“成绩单”,人们关于胶原蛋白的掘金梦仍在继续。

根据万联证券研报,胶原蛋白是一种具有结构支撑、能够促进止血及细胞黏附、刺激细胞再生、增殖且具备其他生物学特性的大分子蛋白,具有良好的生物相容性及较低的免疫原性,是护肤品、医疗产品、营养食品

和保健品的理想生物活性成分。

从来源上来看,胶原蛋白可分为动物源胶原蛋白和重组胶原蛋白两种,前者是从动物组织中提取,而后者则是由基因工程合成。

不过,由于动物源提取方法存在疾病感染隐患,且产量受限,重组胶原蛋白越来越受到市场的青睐。

根据信达证券研报,重组胶原蛋白功效多元、安全性较高,不仅是护肤品、医美产品、保健品的理想生物活性成分,还在止血、烧伤等严肃医疗领域有着关键性的应用。

而且随着近几年量产、结构特性、纯度等工艺技术持续进步,重组胶原蛋白在护肤品、医美领域的市场渗透率快速提升。

弗里斯特沙利文数据显示,2021年重组胶原蛋白产品市场规模达108亿元,预计至2027年有望增长至1083亿元,其间复合年均增长率达42.4%,在胶原蛋白产品中的渗透率由37.7%提升至62.3%。

在目前重组胶原蛋白赛道的玩家中,除了如巨子生物和锦波生物等之外,“玻尿酸巨头”华熙生物亦在加码布局。

根据公告记录,早在2022年4月,华熙生物便以2.33亿元收购深耕胶原蛋白市场多年的益而康生物51%股权,目前公司亦在推进胶原蛋白研发。

“目前公司有7~8种在研胶原蛋白,已经实现大分子的重组胶原蛋白制备,并于8月份完成了重组III型人源胶原蛋白原料产品的上市,该产品具有修复、促伤口愈合及促胶原再生等功效。下一步将会稳步推进自产重

组人源胶原蛋白原料在护肤品中的应用。”2023年9月中旬,华熙生物在投资者活动记录表中写道。

除此之外,包括创健医疗、创尔生物、聚源生物等也是重组胶原蛋白赛道的主力玩家。

与巨子生物、锦波生物相似,创健医疗也是以硬核技术发家的胶原蛋白企业。

2022年,创健医疗获得资生堂领投的A轮融资后,其又在2023年9月获得L Catterton(中文名:路威凯腾)与中信证券、铭丰资本等超2亿元的投资。

今年2月下旬,创健医疗宣布III型重组人胶原蛋白研发成功。

有业内观点认为,此次突破对于胶原蛋白行业发展意义重大,因为重组胶原蛋白可细分为重组人胶原蛋白、重组人源化胶原蛋白和重组类胶原蛋白。

其中,重组人胶原蛋白是最高等级,需满足“全长氨基酸序列”和“三螺旋结构”两大核心要求,这也是相关技术的攻坚难点。

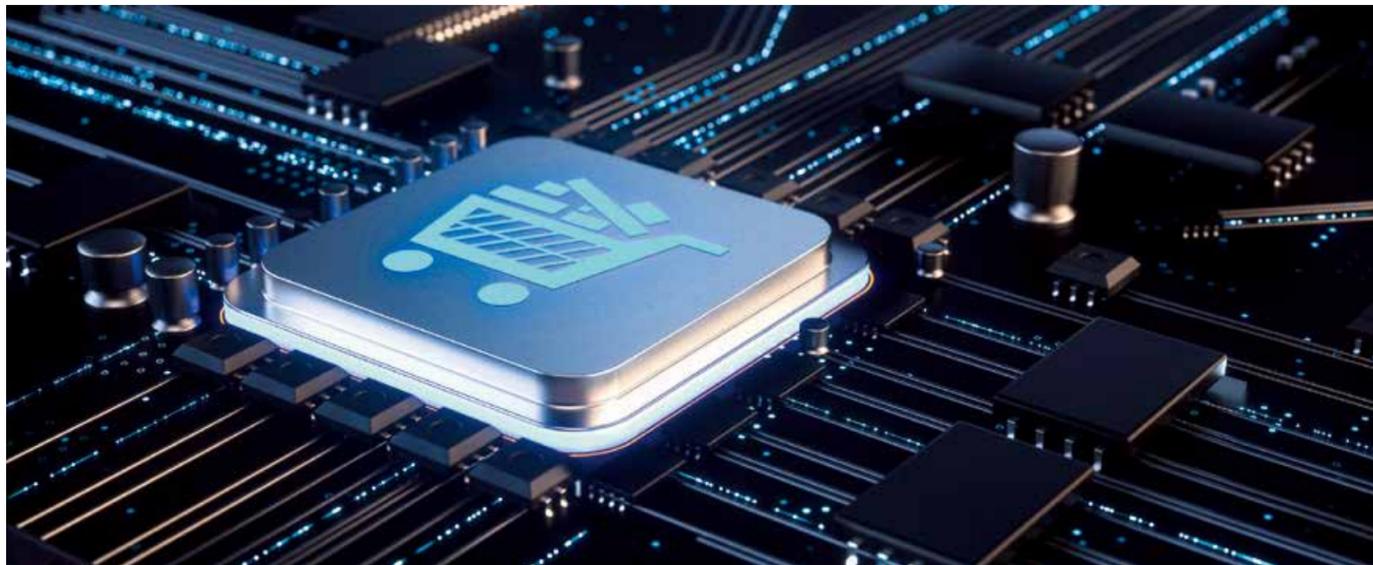
据国金证券今年2月份发布的研报,目前仅有东万生物、创健医疗公开宣布突破技术瓶颈。

根据信达证券研报,目前重组胶原蛋白赛道仍处于发展早期。就应用领域来看,除了应用至目前熟知的功效型护肤品、医用敷料、医美注射剂上,重组胶原蛋白还可应用于防脱发、女性私密领域以及严肃医疗领域,随着相关技术的发展以及企业的加码布局,重组胶原蛋白市场会发生哪些变化,值得期待。■

大力实施百县千镇万村高质量发展工程  
扎实推进绿美广东生态建设  
着力促进城乡区域协调发展

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

19 | 探路家电 2024



## 阿里电商的“回马枪”

上接P1

尽管淘天集团方面回应时代周报记者称，淘特将继续发展，同时增加手淘的全量供给来服务淘特原有市场用户。但目前，淘特商家版的开店入口已然关闭。平台客服表示，淘特于今年1月15日关闭了新开店的入口，尚未知何时会再次开启。原来在淘特的店铺仍然可以正常经营。

在淘特逐步并回淘宝的消息曝光后，时代周报记者从一名商家处了解到，此前，其在淘特店铺的客户更多是从淘宝引流过去的。原本模式是客户在淘宝店铺购物，淘特通过价格补贴吸引顾客下载了淘特APP，促成交易。但这侧面也可以看出淘特只是分流了淘宝价格敏感的客户，并没有带来太多增量。

淘特的后撤似乎成为了淘宝低价策略的一个转折点。时代周报记者从多名商家处获知，淘宝“五星价格力”策略也在近期有了调整。

“五星价格力”削弱了，重点还是抓服务。”一名淘宝商家如是说。

淘宝在去年3月推出“五星价格力”的经营工具。该工具可向商家提供其店铺在售商品的价格力评分，评分共分为5个档位价格力星级，根据档位评价星级的不同，淘宝将对产品实施不同的搜索流量推荐。

事实上，过去一年，淘特对推荐算法和专属入口进行了大量改革，引导流量向更加低价的商品倾斜，并鼓励商家降低产品价格。

从2023年年初淘特管理层确定价格力为淘天2023年的五大战略之一，到4月上线99特卖频道，后“6·18”“双十一”，淘天均打出了“全网最低价”的旗号。2023年年底，淘天更是取消“双十二”，改名为“淘宝好价节”，有意强化平台的低价心智。

然而今年年初，淘特却似有意从低价漩涡中暂时抽身，重新思考如何在提供性价比的同时，保留平台的底色。

一味地低价或难以撼动拼多多的地位。不少商家向时代周报记者反馈，如今淘宝的流量蛋糕已经被分走了许多。“如果都是拼低价，为什么大家不选择到拼多多开店？”

在同时经营着淘宝、1688和拼多多店铺的蒋宇看来，相比于淘宝，拼多多更清楚商家的底价在哪，也更能把价格压死。

价格以外，着眼于服务或是淘宝新的破局之道。在今年1月初的2024淘宝天猫商家服务大会上，淘天集团宣布了围绕消费者体验提升服务体系，并对在服务上表现出色的优质商家提供了多种流量与权益扶持。

据悉，全新的店铺综合体验评分标准，将更关注与消费者求助有关的指标，新增“退款拒绝率”“平台求

助率”等；“退货运费险”等影响消费者购物决策的优质服务，也会成为商家加分项。

蒋宇告诉时代周报记者，今年以来，其淘宝店铺确实有感受到平台包括流量在内的多方面扶持，订单量有所增多。

与此同时，售后环节也成为了提高服务力的“必卷之地”。3月1日，淘宝规则平台发布《淘宝网“不爱吃包退”服务规范》公示，宣称为了提升买家的购物体验，拟新增“不爱吃包退”特色服务，符合准入条件的卖家和商品可申请展示“不爱吃包退”服务标识，并在3月8日生效。这是淘宝自去年年底新增“仅退款”规则后，进一步强化“不满意包退”的售后服务。

## 老将1688再冲锋

不过，电商平台步入“性价比”时代已是大势所趋。

淘天之外，阿里巴巴承接下沉市场另有一员猛将。在淘特逐渐退居幕后时，1688正迈步台前。

去年11月，1688被擢升为一级业务。今年，该平台的重要性被进一步强调。

据时代周报记者从1688内部人士处了解到，1688今年将重点投入资金到买家体验升级上，投入金额是去年的3倍，前年的6倍。同时，对商家进行补贴，鼓励商家升级服务。据悉，1688今年75%的流量将向能提升服务的商家和商品倾斜。

作为源头厂货直销平台，1688曾陪阿里巴巴走过最初的峥嵘岁月。2012年之后，B2C兴起，以B2B为主的1688在阿里内部的形象逐步变得模糊。

直到2023年，1688凭借着“出厂价”优势，乘“抠门经济”“平替经济”东风再次“出圈”，抓住了“B to小B，B to C”的新增量。

商家芸芸早期在1688上从事批发生意，彼时货品的销售均会设定较高的起批量。她观察到，从2018年起，平台上开始出现一件代发的订单，许多C端的用户进来了。

慢慢地，一件或两件起批趋势在1688上愈加明显，到如今演变成了一项硬性要求。“以前我们接单偏整一些，如1000套、500套，现在散单更多，不过订单数量也变多了。”芸芸向时代周报记者谈道，起散单客户占比已经从原来的20%~40%，再到如今的50%~60%。

随着1688向To小B或To C转变，对商家发货的时效也提出了要求。

今年3月8日起，1688升级卖家服务，包括0元下单、一件包邮两三天收货和退货包运费。

“我们自身感受比较明显的也是发货时效。我们的产品以定制类为主，存在一个交付周期，以往我们可

以尽量做到72小时内发货，但今年以来，发货时限的考核变成了48小时。”芸芸表示。

从价格上看，今年的价格确实比往年普遍偏低。不过芸芸有一部分产品是走定制形式，即客户做个性化设计，工厂单独为其生产服务，这类产品的利润率会稍微好些。

芸芸观察到，随着1688向To C端拓展，近几年有许多淘宝客户涌入到1688上，两边的定位差异也没有那么明显了。但对比淘宝，1688的货品品类更全面。“1688的货盘比淘宝大，在淘宝上开店，每一个链接都要做，很难上几千个品，但在1688上几千个甚至几万个品都没有问题。”

同时，蒋宇感受到今年1688的另一个变化是，1688的营销策略有了提升，推广变得更多了。“比如在小红书或者其他自媒体平台，可以看到关于1688的种草，提到既可以批发产品，又可以购买单件，价格优惠。”

这部分推广也符合1688平台买家的画像——“00后”为代表的“Z世代”和一二线城市年轻的新中产，买家年龄平均25岁，女性居多。

此外，1688已然开始试水“AI电商”。芸芸已经收到平台赠送的AI工具包，功能包括AI客服、自动生产标题、自动生成主图等。

近一年内，1688已几次登顶苹果应用商店免费榜。公开数据显示，截至去年10月初，1688上有近100万卖家，工厂和贸易商各占一半；每年有约6000万买家从1688上“采购批发”和“找工厂定制”，然后通过淘宝、拼多多、抖音、微信以及线下小店等渠道售卖出去。其中近一年新买家超过2000万。据悉，把过去90天没有买家数据的GMV全部剔除后，1688的年GMV目前是8000亿元左右。

而在今年春节17天里，1688买家数同比增长超90%，1688商家的平均访客数、买家数和GMV均实现同比两位数的增长。

## 重塑内容生态

一边是与拼多多在价格与服务上的比拼，另一边，淘宝加码短视频和直播，布局内容化与抖音、小红书“较高下”。

最初，是淘宝带动了电商直播。2016年，淘宝正式推出了“淘宝直播”功能，成为了电商直播的重要里程碑，这一年也被称为“电商直播元年”。此后多年，电商直播蓬勃发展，淘宝却渐渐失去了这个赛道的竞争力。

过去一年，直播被定为淘系电商的五大战略之一，地位持续提升。淘宝发布了多项扶持政策，争取更多的达人主播和店播入驻。

而到了今年2月，淘宝“亲自下场”，成立直播电商公司，为有意入淘开播的明星、KOL、MCN机构提供

“保姆式”全托管运营服务。

据了解，这项服务主要面向初入淘的“新手玩家”，为其提供精细化的托管运营服务，帮助其快速上手，适应淘系生态玩法。直播电商公司由淘天直播运营团队操盘，与主播采取保底或者分润的灵活合作模式，帮助他们实现账号冷启动、全周期规划、商务对接、官方盘货、营销策划，乃至财务管理和场地支持等深度全托管服务。

与此同时，淘宝不断对其短视频频道逛逛进行内容化探索。2020年，淘宝上线“逛逛”栏目，最初的定位是种草平台，后来则向短视频等泛娱乐内容转型。

为了鼓励和吸引商家与达人入驻，并创作短视频作品，淘宝给出了诱人的奖励。

“我通过淘宝逛逛的任务奖励，曾两个月赚了20万元。”逛逛达人“董你的美颜”在淘宝平台上拥有16.9万粉丝，她告诉时代周报记者，逛逛最初搭建时，拍摄短视频给到的流量扶持极大，近期虽随着更多的达人涌入，流量分成变少，但每月仍有上万元甚至几万元的收益。

除了创作短视频，这些逛逛达人也可能发展为淘宝原生的带货主播。有同时在淘宝逛逛和抖音等平台运营的达人，向时代周报记者分析了几个平台的异同：抖音更偏娱乐性，成交额不太稳定，退货率也较高，但流量很高；小红书则主要靠粉丝粘性来直播，货品单价和客单价都较高；淘宝直播间的优势主要在于稳定，转化率较高，每天都有固定的、精准匹配需求的人群进来购买。

近期，淘宝对主播的大力扶持和奖励，也让不少逛逛达人看到了直播的红利。例如，在3月12日举办的“淘宝服饰春夏双选会”上，淘宝小二现场宣布在淘宝直播卖货，3月底前将可享“百万流量扶持+68万元现金奖励+2万元官方出资红包雨”的激励政策。

真金白银砸出了成效。据时代周报记者向淘天了解，仅淘宝服饰短视频渠道，短视频数量同比增长200%，视频完播率同比提升超90%。短视频渠道在引流方面也卓有成效，引入总人数同比增长超81%。在今年重点发力的直播渠道，淘系流量和成交贡献双向提升，服饰大类直播观看人数同比增长超51%，用户直播间观看总时长同比提升超28%，引导成交金额同比增长超70%。

不过，在这场电商直播的流量争夺战中，淘宝的优势还不够明显。相比于抖音、快手、小红书等内容平台，淘宝的内容化道路仍有一段距离，而拼多多、京东等老对手同样虎视眈眈。淘宝，还容不得片刻放松。

(文中蒋宇、芸芸均为化名)

# 字节跳动重整游戏业务

时代财经 谢斯临

经历了“大裁撤”的字节跳动游戏业务，又有了新的变化。

3月14日晚间，时代财经获悉，字节跳动发布全员邮件，并表示在经历战略定位的调整后，公司游戏业务将回归“孵化状态”。下一阶段，游戏业务的核心是耐心地做好稳定经营，按照符合行业发展规律的方式，有使命、有愿景地保持探索。

为满足这一目标，字节跳动也对游戏业务的组织架构进行了相应的调整。游戏业务负责人变更为公司HR部门负责人华巍，管理UGC、沐瞳和朝夕光年，原游戏业务负责人严授将转岗至公司财务部。该消息得到朝夕光年相关负责人确认，并指出这是正常的人事调整。

与此同时，有知情人士透露，字节跳动旗下部分在研游戏已被腾讯接手。具体包括深圳引力工作室的二次元战术竞技项目（S1），以及江南工作室的二次元开放世界项目（J5），两者合并成立萨罗斯网络科技（深圳）有限公司，并入到腾讯光子工作室群。

而据豹变报道，被认为是字节跳动自研游戏中首个“爆款”的类DNF手游《晶核》也已经找到买家，买家为出海游戏公司FunPlus（趣加），预计在2025年完成转接，相关人员将常驻上海。

对于这两个项目出售的消息，字节跳动方面未予以回应。而在此之外，字节跳动旗下还有大量游戏项目的出售没有确切消息，如已上线的游戏《星球：重启》和《航海王热血航线》。

也就是说，目前字节跳动的3款游戏项目已成功卖了出去，还有部分项目在售，但进度不一。而留下来的部分开始经历调整和重组。

但跟最初传言不同的是，字节跳动此前重金收购而来的游戏公司沐



**目前字节跳动的3款游戏项目已成功卖了出去，还有部分项目在售，但进度不一。而留下来的部分开始经历调整和重组。**

瞳并未被出手，朝夕光年也依然保留了部分项目。从这个角度来讲，字节跳动的游戏之路仍未结束。

自2023年11月有消息传出字节跳动将剥离游戏业务以来，市场就对其旗下游戏项目的归属保持着长期的关注。随着多款游戏的成功出售，以及组织架构调整的落地，这场风波终于迎来终局。

## 腾讯抓走二次元

早在1月初，就有消息称朝夕光年正与腾讯谈判出售多款游戏。涉及出售项目的团队分散在上海、深圳等地。其中《晶核》与《星球重启》两款已上线，正以“流水×估值乘数”的估值方式竞价出售，朝夕光年曾为开发这些游戏花了上亿元，但现在不得不进行较大幅度的折价。

不过与市场预料不同的是，腾讯最终并未买下已经上线且表现尚可的《晶核》。第三方监测机构七麦数据显示，该游戏上线首周在iOS平台流水就达到近7000万元，并在App Store游戏畅销榜前十停留近一个月。

对此，游戏产业分析师张书乐认为，一方面，是因为《晶核》表现出来的潜能不足，上线数月之后，流水和排名迅速下滑，距离腾讯期待的超级爆款有相当的差距。“腾讯代理的《DNF手游》也已在年初斩获版号，并迅速开启先遣测试，腾讯没必要将《晶核》买回来左右手互搏。”张书乐进一步分析道。

与之相比，腾讯明显更看重二次元游戏这个品类。此次收购而来的两个游戏项目，一个是二次元题材百人竞技射击游戏，另一个则是二次元题材的开放世界游戏。

“腾讯坐拥QQ和微信两大流量池，曾捧红不少爆款。但真正被业界看作是一个游戏大厂，则是以《英雄联盟》开路，《王者荣耀》与《和平精英》双剑合璧之后才达成。”张书乐分析道。

随着玩家对游戏品质要求的不断

提升，过去那套依靠流量获取玩家的打法再难奏效。特别是在年轻一代玩家喜爱的二次元、内容型的游戏类型上，腾讯鲜有成功案例。

“事实上，腾讯在这方面现在很‘饥渴’，此前无论是投资游戏科学来扶持《黑神话：悟空》，或者是控股网元圣唐来获得《古剑奇谭》IP，都是想要拥有真正游戏大厂的根本立足之基，即真正意义上的3A游戏大作。但显然这两个IP都会是代表作，却不是吸金神器。”张书乐说。

而收编字节跳动旗下游戏项目，则有望让腾讯在更多维度上继承《王者荣耀》与《和平精英》两大爆款吸金的可能。

“一方面，腾讯既可以实现二次元大作的进击，战略性遏制米哈游的追赶；另一方面战术竞技游戏接棒，让腾讯在电子竞技游戏领域有可能多一个新支点，保持在国内电竞领域的压倒性优势。”张书乐表示。

## 字节跳动重组游戏业务

与出售的游戏项目相比，更值得玩味的是，字节跳动对自身游戏业务的调整。

去年11月，字节跳动对旗下游戏业务进行了大规模的业务和人员调整，并公开回应，对已上线且表现良好的游戏，会在保证运营的情况下寻求剥离；对还未上线的项目，除少量创新项目及相关技术项目外，均关停。

彼时，曾有接近字节跳动的人士向时代财经透露，收缩行动是严授和字节跳动CEO梁汝波反复讨论许久后作出的决策。梁汝波认为，虽然游戏业务取得了一定成绩，但过去几年一直追求“大而全”，项目不聚焦，资源分散，应该把精力和资源投入到更基础、更创新、更有想象力的项目。

但从现实情况来看，项目的出售情况不算顺利。除上述售出的两个在研游戏和《晶核》之外，还有大量项目的出售没有确切消息。在游戏行业风向转变的这一年，一众游戏厂商对于

未来的预期并不乐观，有力承接字节跳动旗下高价项目团队的厂商并不多。

或许正是因此，字节跳动才会对旗下游戏业务进行调整和重组，并在UGC项目之外，继续保留沐瞳和朝夕光年的部分项目。

为了给这个迷失的业务找到新的方向，字节跳动甚至派出了张一鸣智囊团的重要人物华巍，他被视为是这家互联网巨头的组织和机制建立者之一。

公开资料显示，在加入字节跳动之前，华巍曾在凤凰网负责战略投资业务。当时凤凰网在投资一点资讯和今日头条之间徘徊不定，华巍坚定看好今日头条。但凤凰网最终选择投资了前百度高管任旭阳创办的一点资讯，华巍随后从凤凰网离职，加入字节跳动。

入职后，华巍先是主管战投业务，曾主导了多起投资和并购，如快看漫画、东方IC。随后，又在张一鸣的建议下，承担起了搭建公司人力资源体系的工作，与张一鸣一道塑造了这家公司的组织管理模式和企业文化，保障字节跳动这间人才“工厂”的持续运转。

2020年，字节跳动曾在8周年之际进行大规模地组织升级，将人力资源负责人调整为梁汝波，华巍短暂离开HR部门重回战略投资部，并同时负责总裁办相关业务。但在2021年，随着张一鸣的卸任，梁汝波接任字节跳动CEO，华巍再度接起人力资源管理工作，与梁汝波一同推动字节跳动的“去肥增瘦”。

而在此次调整中被转岗财务部的严授，于2015年从腾讯加入字节跳动战略投资部，2019年随着字节跳动入局游戏业务而成为该业务负责人。在他任内，业内对其褒贬不一，曾为游戏部门争取了更多的自主权，包括建立了新的采购流程、招聘与考核机制，但也曾被业内质疑不懂游戏。

华巍上马后，或许能够帮助字节跳动的游戏业务更为平稳，但想要在巨头林立的游戏行业之中站稳脚跟，华巍的压力不言而喻。□

# 手机出货量回升 线下经销商依旧被压“五指山”

时代周报记者 申谨睿 发自北京

“你刚才明明说1121元卖我，现在怎么成1150元了？退款吧，我不要了！”

“您理解错了，1121元是我拿货的价格！卖您1150元外加赠送两个靠垫，已经是赔本买卖了。”

李冰无奈收回被甩在桌子上的平板电脑，在争吵中送走了当天的第一位顾客。

“如果不是为了走量，我怎么会把自己的拿货价公布出去？这倒好，坦承利润只有29元还被莫名其妙误会了。”李冰一边把平板电脑重新放回展示柜，一边向时代周报记者抱怨道。

作为国内某三线城市的手机经销商，李冰与华为合作已将近5年。她表示，不论卖什么品牌的手机，当地经销商最近两年的日子都不太好过。

就在李冰与顾客为几十元的利润发生口角之时，华为手机与配件却在线上迎来一次小爆发。

3月10日晚，董宇辉在“与辉同行”直播间对华为多款产品进行带货，一晚下来全场销售额超过1亿元。其中，售价6999元起的华为Mate 60 Pro刚上线就被销售一空。

某头部国产手机厂商市场负责人刘景然向时代周报记者称，董宇辉对于手机厂商来说有两重身份：一是渠道，二是营销。产品销售与营销绑定，可以与消费者产生频繁链接，这对厂商来说是很有价值的一件事。

反观线下，手机流通市场更为复杂，且环环相扣，大致分为SI（sell in）、ST（Sell Through）、SO（Sell Out）三个环节。SI是指厂商向省代、大商的出货阶段；ST是指国包、省代等向下一级分销商出货的过程；SO是指终端经销商将手机卖给消费者。

然而，作为线下连接厂商与消费者的桥梁，终端经销商反而成了最缺少关注的一环。

自2023年四季度以来，历经将近3年低迷期的手机行业迎来复苏。国际数据公司IDC报告显示，2023年第四季度，中国智能手机市场出货量约7363万部，同比增长1.2%，整体已恢复到增长趋势。

对此，李冰表示，目前包括身边的经销商、手机体验店等在内的线下渠道，普遍还没感觉到复苏的暖意。“哪怕是2024年春节前后，也没有迎来期待中的购机小高峰。”李冰补充道。

## 经销商：线下干不过线上

“来自线上的冲击太严重了，线下经销商拿什么跟没完没了的百亿元补贴、‘6·18’大促来抗衡？消费者的购机欲望一直在被透支。”李冰称。

从事手机经销15年的张新对该说法表示认同：“在一些低线城市，消费者普遍认为装潢比较精致的门店一定存在商品溢价。其实线下店的活动也很多，除了价格优惠和礼品赠送，还有完善的碎屏险、延长保修、终身免费贴膜等等。”

“不知道从什么时候开始，大家都习惯来店里挑选好型号，然后线上交易。京东、美团这些电商开启限时送达服务后，门店连手机配件都不好卖了。”张新补充道。

多家调研机构此前表示，近年来，大众购机渠道比重出现变化，消费者购机习惯正在从线下向线上迁移。艾瑞咨询相关报告称，疫情下全球智能手机线上渠道销售份额持续增长，从2019年的25%增长到2022年的32%，渠道融合趋势明显。Counterpoint预测，2023年手机销售线上渠道占比为35%。

不过，刘景然认为，虽然目前线

上的发展对线下造成一定的挤压，但线下销售总归是占大头的。不同于快消、美妆产品更依靠线上，线下门店仍是科技产品的护城河。

“手机厂商们其实一直都非常重视经销商，直播间是我们的销售渠道，但不是唯一的渠道。和我们一起扛过这些年不易的，其实是数不尽的经销商。”

在刘景然看来，手机厂商不会因为线下渠道动力不足而忽略对其的维护：“疫情期间，我们可能会挖掘电商的创新形式；疫情结束后，我们对不同渠道的投入基本恢复了以往的常态。”

“从线上、线下的收入占比的角度，我感觉和疫情前区别不是很大。在库存一定的情况下，厂商不会因线上需求猛增而限制线下经销商取货或压缩他们的利润空间。”刘景然补充道。

## 为何经销商感觉被压“五指山”？

末端经销商利润微薄，最直接的原因是僧多粥少。

国内手机线下门店的分布往往较为聚集，消费者可以轻易地在一条街同时光顾苹果、华为、小米和Ov。

“客流一定的情况下，密集的店铺肯定会分散消费者的注意力。除此之外，换机周期变长也间接挤紧了经销商的营收水龙头。”李冰表示。

随着硬件质量的不断提升，手机性能明显过剩，消费者换机周期普遍延长。

研究机构Counterpoint的报告显示，消费者更换新机的周期已经到了43个月。“目前来店里看新机的顾客，旧机普遍已经用了两三年甚至更久，他们换机的动力一般不是屏碎了，就是手机丢了。”张新称。

“我们一年中最期待的两个购机节点分别是开学季和年底返乡潮。”张新告诉时代周报记者。

“以前每逢开学季，门店每月大概可以卖100部手机，现在不行了，充其量只能卖出60~70部。但想要实现盈利，每月至少要卖100部手机才可以。现在大伙儿为了维持生计，除了手机销售业务，普遍会增添手机维修、运营业务来增收。”

上述原因之外，厂商的捆绑销售策略，也在经销商中广为诟病。张新表示，即便自己已经做到了省代，依旧需要遵守厂商实时变动的规则。

他指出：“我们进货一般没有自主权，厂商会根据市场变动情况给我们分配不同商品的比率。比如手机占20%，剩下的80%货品由耳机、平板、手表等组成，搭配逻辑是畅销产品加滞销产品组合。实在难出售的，只能打价格战甩卖。”

华为体验店的员工张蔚告诉时代周报记者，华为体验店进货同样需要组合搭配，比一般经销商更为严苛的是，华为门店不允许开设运营商和维修业务。

张蔚表示，华为的战略是“一部手机带动N个产品”，而这也体现在员工的工资结构里直观地体现出来。

“我们的工资按照每月利润进行结算。员工手中会有一定的控价区间，在这个区间中，保证产品销量的同时，争取把利润做高。不过，我们不能厚此薄彼。假如月内完成了手机的销售量，哪怕再多卖一部Mate 60这样的旗舰机，也不会获得高提成。”张蔚表示。

## 手机大卖场重受青睐

既定规则之下，手机厂商的经销体系也存在灰色地带。

张新透露，手机厂商对不同地区和经销商所制定的销售规则都不同，当一款手机在A地无人问津时，B地经销商可以将该手机私下转手给B地经

销商售卖，这种操作被称之为“窜货”。

此外，线下门店难觅增长也催生了经销商之间的非正当竞争。

李冰告诉时代周报记者，为了抢客流，甚至有经销商故意将手机的进货价公布给消费者引发矛盾。“有名经销商朋友头天以3000元卖出一部手机，结果第二天顾客拿着被泄露的报价来门店讨要说法。其实那款手机进价为2899元，利润已经非常薄了。”

面对市场乏力，线下门店开始卷销售与服务。张蔚称：“公司安排我们日常学习销售与手机相关的知识，每周一小考，每月一大考，对我们提升认知是有帮助的，但对门店营业额来说贡献却不大。”

张蔚表示：“目前来看，相较于自买自销的专卖店模式，入局早、轻资产的大卖场模式有比较强的抗风险能力。”

“他们把门店租在人流较多的地方，号召手机厂商来租用他们的柜台销售产品。在这个过程中，手机厂商会委派自己的销售人员驻扎柜台，大卖场与手机厂商共谈分成，既省去了人力成本，也省去了采购成本。”

“加上入局早，且轻资产拓展快，他们之于手机厂商的话语权也在逐步提升。”张蔚补充道。

作为手机厂商们毛细血管的最初形态，大卖场在2G时代就遍布各个城市。随着国美、苏宁3C零售商和迪信通、大地通讯等连锁手机零售商，以及手机厂商直营的专卖店、体验店的出现，手机销售形态在变迁中不断洗牌。在多数人看来，大卖场模式已经被掩盖在历史洪流中。

“大卖场模式从未被挤下牌桌，行业历经洗牌，留下的全是雄霸一方的老玩家。在一些低线城市，大卖场依旧是全城人民购机的首要去处。”张蔚表示。□

# 探路AWE2024： 谁在重塑家电生态？

时代财经 王婷

连日来，上海都是阴雨天气，春寒料峭。

距陆家嘴不到10公里的上海新国际博览中心却甚是火爆，展馆内人流如织、熙熙攘攘，多名参展商对时代财经表示，今年客流量比往年要大。

3月14—17日，中国家电及消费电子博览会（AWE）在上海举行。作为全球三大家电及消费电子展之一，今年AWE集结超1000家企业参展，比如海尔、西门子、华为、三星、格力、TCL等。

自1992年创办以来，AWE每年3月中下旬举行是惯例。过去四年里，2020年停办AWE，2021年恢复，2022年再次停办，2023年4月底才办，今年终于回归正轨，有的展商时隔四年回归，有的企业扩大参展产品线、参展面积。

时代财经在现场观察到，作为中国家电行业风向标，AWE2024高频关键词有高端、套系、AI、美学等，这背后是进入存量时代的房地产市场、传统家电品类市场，以及AI的突破发展。

对比往年，展会现场，对着镜头做讲解、销售的主播随处可见，很多企业搭建了直播专区，王冰冰、方琼、涂磊、顿顿等名人均被邀请到现场做直播。

## 从线下到线上直播带货

我国家电零售已形成线上、线下渠道均分天下之势，且直播间愈发重要。在AWE2024期间，直播带货是一大特色，随处可见参展家电品牌在做直播。

商务部数据显示，2023年网上零售额15.42万亿元，增长11%。1—10月，直播销售额超2.2万亿元，同比增长58.9%，占网络零售额的18.1%，拉动网零增长7.5个百分点。

3月15日12时许，在小熊电器展区，时代财经看到至少同时有五个主播在直播带货，他们站在不同小展台前，对着手机叫卖电饭煲、电火锅等，走动的逛展观众成了直播背景板。

小熊电器直播设备比较简单，一名主播配一台手机、一个直播支架，有的参展商则开辟了直播专区，有专门用来直播的桌子、背景板、打光灯，还有中控随时搭话、汇报库存情况。

有的参展商把直播交给专业的公司，直播公司的宋天赐告诉时代财经，今年AWE上，所在公司租下一块展区，为六个参展商做直播带货，仅直播场景的搭建就用了三天，只面向线上。

他谈到，展会是电商直播中稀有的场景，加上AWE影响力的背书，流量比日常直播大一点。

在AWE期间，扫地机器人品牌追觅不仅做直播，还邀请东方甄选主播顿顿来到展区，面向东方甄选直播观众推介追觅品牌。

追觅工作人员向时代财经表示，公司也在淘宝、抖音等平台的自有账号上另开直播，主播、设备都是自有的，有的单场直播时长接近16个小时。谈到在展会上做直播带货的原因，该工作人员表示是为了销售业绩，“今年大家的玩法全都是带着直播”。

为了抢夺家电市场的线上“蛋糕”，京东、天猫、抖音三大平台都在AWE现场搭建了临时直播棚、邀请名人、B站UP主等做直播带货，卖品来自参加AWE的各大家电企业。

3月14日晚，AWE组委会还举办了“AWE直播之夜”，在3小时直播中，海尔、三星、松下、林内、海信、华帝、TCL、小熊电器等企业在前述三大平台直播带货。

AWE2024组委会公布的信息显示，当晚，京东家电采购直播间和淘宝天猫直播的收看量均超过百万；抖音平台中，东方甄选、涂磊等知名主播直播间实时在线人数接近2万人。

由中国家用电器研究院指导、



作为全球三大家电及消费电子展之一，今年AWE集结超1000家企业参展，比如海尔、西门子、华为、三星、格力、TCL等。

全国家用电器工业信息中心编制的《2023年中国家电行业半年度报告》显示，2023年上半年，家电线上、线下销售额分别为2080亿元、1631亿元，线上渠道优势明显。

## 从单品消费到系统集成

当前家电市场，多数传统家电品类市场已经趋于饱和，企业齐齐扩充业务边界，寻找增量。

AWE2024上，格力发布舒享家新战略，提出“美好生活，一步到位”，要做全屋空气、健康、能源、光照、安防系统，其中健康系统包含软水、热水、净水、饮食、洗护等领域的家电，远超空调主业范畴。

不仅是格力，电视赛道头部企业长虹展示了智慧家庭全屋交互系统；制冷设备供应商澳柯玛带来高端套系家电，包括大量厨房、卫浴产品；以油烟机起家的老板电器则首次以“烹饪全链路解决方案提供商”身份登场，展示了多个套系的厨房电器、灶具等；以扫地机器人闻名的科沃斯旗下品牌添可可用大块展区展示智能料理机、蒸烤一体机等厨房电器。

这些品牌扩充家电品类的主要方向是套系化、场景化、集成化。其中，厨房、卫浴成了很多品牌开发的场景，这背后是家电市场的分化。

AWE期间，国家电网与奥维云网联合发布《2024中国家电零售与创新白皮书》（下称《白皮书》），其中提到，白电和厨房大家电普及率相对较高，以洗碗机、嵌入式微蒸烤、清洁电器、净水器等为代表的品类则还处于不断扩大用户普及渗透过程中。

白皮书显示，2023年，国内市场干衣机、净水器、燃热零售额分别同比增长23.8%、10.7%、10.4%，其余16个家电品类中，一半同比增幅低于10%，一半负增长。

海尔则更进一步，将业务触角从家电伸到家居一体化定制。

在2024年年初，海尔宣布新的品牌口号“以无界生态共创无限可能”，在AWE开幕前一天，海尔旗下品牌三翼鸟对智慧家电家居一体化进行战略升级，为用户提供方案、定制、交付的全流程一体化服务。

“给我一个毛坯房，还你一个智慧家。”海尔现场工作人员何世刚这样解释三翼鸟战略的升级，他和同事还在展会现场做三翼鸟的新渠道招商，是面向全国的。

为什么不直接让海尔原有渠道商做三翼鸟？何世刚说，这次招商，更想要家居类渠道商，需要筑巢设计能力，传统家电渠道商在这方面能力有欠缺。“市场永远在变，我们也会在布局一些未来。”

《白皮书》也提到了大家居时代家电、家具、家居深度融合的趋势，家电与家居的交集越来越密切，两者分界线正在变得越来越模糊。与家装公司合作、与设计公司合作，加速布局建材渠道成为家电企业当前的重要战略，未来家电产品在中国家装市场的规模也将非常可观。

在展会现场，奥维云网空调事业部副总经理杨超接受时代财经采访时表示，家电企业都想以自己的产品为主，把智能家居所有产品、系统串联起来，都在往此方向推进，但需要很长的时间来做消费者教育，这是很大的难点。

## 从“孤”立到嵌入橱柜

随着场景化、套系化、集成化趋势，家电品牌推出越来越多嵌入式产品，尤其是高端品牌。

在AWE2024上，与三翼鸟战略升级相呼应，海尔旗下高端品牌卡萨帝带来致境套系新品，包含洗衣机、冰箱、干衣机、洗碗机、烟机等16个品类的产品，家电多嵌入橱柜，外沿与柜门齐平。

国产品牌中，海信、澳柯玛、老板电器均展示了嵌入式家电，海外大牌如松下、gorenje古洛尼、西门子、博世、日立、惠而浦、三星同样如此。

AWE现场，松下冰箱臻全嵌系列新品首发，惠而浦带来全新W7·玉霜白系列嵌入式厨电套装，日立主推“空间大师”嵌入PRO系列法式四门冰箱，博世展示的家电基本全是嵌入式的，连烤箱都是……

海信有嵌入式冰箱、冰吧、洗衣机等产品，工作人员告诉时代财经，由于要与橱柜齐平不能凸出，且左右两侧留的缝隙要尽量小，因此嵌入式产品在纵深尺寸、开门方式、门上铰链都有特别要求，比如嵌入式冰箱多为对开门，散热位置通常设计在底部，而不是两侧。

“家居家电一体化以后，装修时就要开始选择家电了，必然需要一些

嵌入的产品。”gorenje古洛尼的汤彦杰对时代财经介绍，以gorenje为例，经销商会与家装公司设计师合作，配合橱柜设计，一站式配齐所有家电。

他还谈到，如今很多消费者喜欢一体化的家装风格，在颜色、材质寻求统一，因此会倾向于选择成套的嵌入式家电，未来套系的嵌入式家电会越来越多，这是大势所趋。

青海一名卡萨帝经销商对时代财经谈到，来参加AWE，是希望了解到整个家电行业的新品以及发展趋势。他认为，嵌入式家电节省空间、不易落灰，且较为美观，会是未来大势。

奥维云网（AVC）监测数据显示，2023年，在线下市场，嵌入式冰箱零售额规模占比达到36.7%，较上一年的19.1%大幅提升，且厨房以空间利用率为导向，嵌入与集成家电趋势盛行。

当前，多数传统家电品类的市场规模主要靠产品升级和存量换新需求支撑，嵌入式已经成为家电升级换代的主流方向。

## 从智能家电到AI家电

AWE官方公众号显示，早在开幕前，组委会就预告到，人工智能在家电及消费电子领域的应用将成为今年展会的瞩目焦点，事实也正是如此。

在展会现场，海尔就展示了智家大脑首创家庭垂域模型HomeGPT，海信推出电视行业中文大模型和全新升级的ULEDX全场景AI计算画质平台，三星带来搭载创新的Galaxy AI的Galaxy S24系列旗舰智能手机，华为展区内有AI康养体验区，长虹参展主题是“AI·生活·家”，博世则带来烤箱配备的AI博视云瞳，老板电器的AI烹饪助理……

在3月15日的发布会上，海信正式发布了自研星海大模型。

据介绍，该大模型突破传统指令式语言对话瓶颈，通过跨场景任务规划，达到“真人助理”式自然对话交互。

从功能上看，华为宣称AI辅助康养传感器能实现卫生间跌倒辅助检测、滞留过久检测，悠伴的AI空气炸锅能AI智能识别食材，Galaxy S24系列则具备实时通话、翻译等功能。

3月17日，AWE2024落幕，组委会在公众号中总结称，AI在各行各业的落地带来了产业的融合，在AWE上企业正加速破圈，在半导体、新能源及智能汽车等领域的布局。

展会期间，华为展出了问界M9等车型，创维首款轿车SKYHOME、MR一体机PANCAKE 1等亮相，格力、TCL、海信、创维均展示了户用光伏、储能或者零碳园区等方面的解决方案。

存量时代，家电、消费电器企业大跨步扩充业务边界，鹿死谁手，尚未可知。■

2.2  
万亿元



# 中国汽车在泰国

时代财经 贺晴

“第45届曼谷国际车展马上会在3月底开幕，今年我依然非常期待看到更多中国品牌电动汽车。”3月13日，在泰国生活了8年的王彦明告诉时代财经。

曼谷车展官网称：“一批新的电动汽车品牌客户在2024年车展上预订了展位，包括AION（埃安）、CHANGAN（长安）、NETA（哪吒汽车）等，消费者将有机会体验各种型号的电动汽车。”其并表示：“我们相信，中国电动汽车制造商的到来将使泰国的汽车市场更加丰富多彩。”

时代财经查阅曼谷车展展位图发现，比亚迪、长安汽车、埃安、哪吒汽车等中国车企都将亮相此次车展。这并非中国车企第一次在泰国市场集体秀肌肉。

王彦明向时代财经介绍：“曼谷每年有三次车展，第一次是在3月，第二次在8月，第三次在12月。”早在2022年12月，王彦明去车展参观，就挨个逛了一番比亚迪、长城汽车、哪吒汽车的展位。

泰国市场在中国新能源汽车出口中亦占据重要地位。根据中国汽车工业协会，2023年，我国汽车出口522.1万辆，同比增长57.2%。其中新能源汽车出口172.7万辆，同比增长61.5%。新能源汽车出口的前三大国家为比利时、泰国和英国。其中，泰国排名第二。

随着中国电动车企的轮番进军和持续开拓，泰国汽车市场的格局也在悄然改变。哪吒汽车告诉时代财经：“2023年12月的泰国车展上，在中国品牌带动下，参展电动汽车订单首次超越燃油车，并且车展销量前十的品牌里，中国电动汽车占六家，包括哪吒汽车、比亚迪等品牌。”

根据泰国Auto Life官网，去年全年，泰国市场纯电动汽车销量达到7.63万辆，同比增长684.4%。比亚迪Atto 3（元 PLUS）成为销量第一的电动车型，中国品牌电动汽车共占据泰国电动汽车市场八成的份额。

今年1—2月，泰国纯电市场销量仍由中国品牌领跑，比亚迪海豚、

海豹、哪吒V、比亚迪Atto 3、MG4 Electric包揽销量前五，份额达到71.11%。

## “中国品牌电动车型越来越多”

中国新能源汽车在泰国的出境率正在提升。

“从曼谷素万那普机场出发，高速路上特别大的广告牌展示的正是中国新能源汽车品牌。”今年1月，李风（化名）去泰国出差，巨幅广告牌给他留下深刻的印象。

“不仅在公路上，在曼谷的BTS上也能见到中国新能源汽车投放的广告。”王彦明告诉时代财经，“大街上跑的中国品牌电动车型越来越多了，以前在泰国见到的比亚迪车基本上都是Atto 3，现在海豚也多了起来，哪吒V也常见。”

“想不到在泰国第一次叫到电动汽车出租车，竟然是国产品牌。”去泰国旅游的杨真（化名）分享道，“打车叫到埃安有种亲切感。”

根据泰国Auto Life官网，去年全年，泰国市场纯电动汽车销量达到7.63万辆，同比增长684.4%。比亚迪Atto 3（元 PLUS）成为销量第一的电动车型，去年销量为1.9万辆，占据25%的份额，哪吒V、比亚迪海豚、欧拉好猫等8款中国品牌电动车型跻身销量前十，中国电动汽车共占据泰国电动车市八成的份额。

从品牌来看，2023年，比亚迪、哪吒汽车、MG、特斯拉、欧拉成为泰国市场销量前五的电动汽车品牌。比亚迪以30650辆销量位列第一，前五席中唯一的美国品牌特斯拉销量为8206辆。

今年1—2月，泰国纯电市场销量仍由中国品牌领跑，比亚迪海豚、海豹、哪吒V、比亚迪Atto 3、MG4 Electric包揽前五，份额达到71.11%。

毗邻中国的泰国不仅是东盟的高潜力消费市场、东南亚最大的汽车生产国之一，也是全球最具价值的汽车出口市场之一，拥有强大的工业基础以及世界一流的制造和供应基础。

而泰国政府近年来对电动汽车的政策也成为中国电动车企加码泰国市场的重要助推。比亚迪、哪吒汽车等无不将此作为进军泰国市场的优势。

比亚迪方面告诉时代财经，2022

年9月，泰国政府开始实施电动汽车财政补贴计划，还采取了针对电动汽车的税收减免措施，例如消费税、道路税、进口税和碳税等，加快普及推广电动汽车。同时，泰国制定了“30·30”政策，即到2030年泰国国内EV电动汽车替代率必须在30%以上，同时新能源汽车产能也需达到30%以上。

“泰国或将成为东南亚重要的新能源汽车市场中心。”比亚迪方面称。

不止于此，“行业报告数据显示，大约44%的泰国消费者表示在作出下一步购车决定时会考虑购买及使用电动汽车。此外由于地缘、文化等因素，泰国消费者对中国品牌的接受程度较高。”哪吒汽车向时代财经表示。

中国新能源车企的加速布局叠加泰国当地的政策优势等，泰国市场成为我国新能源汽车出口中表现较强的海外市场。根据中国汽车工业协会，2023年，我国新能源汽车出口172.7万辆，同比增长61.5%。新能源汽车出口的前三大国家中，泰国排名第二。

## 仅靠产品远远不够

在泰国，从20世纪60年代起就进入泰国市场的日系车企是中国汽车制造商们绕不过去的对手。当下的泰国市场成为中日汽车品牌的角斗场。

根据泰国工业联合会（The Federation of Thai Industries）数据显示，2023年泰国共销售77.58万辆汽车，同比下降8.67%。尽管日系车型仍然占据大部分份额，但从变化趋势来看，其与中国电动车销量呈现出此消彼长的局面。

界面新闻报道，在整个泰国市场中，2023年，日系品牌市场份额缩小8个百分点至78%，而中国品牌的市场份额同比提升1.2倍至11%。

“虽然日系车进入泰国较早，但仅在燃油车市场主导，在新能源汽车市场表现欠佳，甚至一个月只能卖出个位数的新能源车。相对的是，中国品牌正在泰国新能源汽车市场迅速崛起。”哪吒汽车对时代财经表示。

其并分享了一个数据变化，在2023年12月的泰国车展上，在中国品牌带动下，参展电动汽车订单首次超越燃油车，并且车展销量前十的品牌里，中国电动汽车占六家，包括哪吒汽



2023年，我国汽车出口522.1万辆，同比增长57.2%。其中新能源汽车出口172.7万辆，同比增长61.5%。新能源汽车出口泰国排名第二。

车、比亚迪等品牌。

消费者层面，能感知到的则是中国电动汽车品牌增多、销量上升以及价格的变化。“在泰国市场，中国电动汽车相较于同级别的日系燃油车更有性价比。”王彦明告诉时代财经。“而且我最近关注到一些日系燃油车降价，这在以前并不多见，虽然并不如国内价格战这般激烈，降价幅度也不高。”王彦明认为，一方面是车型到了迭代末期，另一方面是被中国电动汽车“卷到”。

根据泰中网去年11月报道，本田过去很少进行大幅降价活动或促销。本田泰国首席执行官Hideo Kawasaka表示，在中国电动汽车销售的激烈竞争下，促销活动变得很有必要。

“在泰国，最常见的当然是日系车的4S店，它们的销售和售后网点也更加多。不过，中国品牌的门店也如同雨后春笋般出现。”

作为一名中国新能源汽车的车主，王彦明感觉到两者在服务水平上的不同。“有个挺有意思的细节，去维修日系车，工作人员给你端一杯水，然后让你在一旁独自等待，他们的服务比较“佛系”，但是维修过程很快。而中国品牌的门店，它们往往装修得更漂亮，还会设置各种休息区、儿童休息

区，做了很多服务的延伸。”

“对于中国车企而言，多去了解本地文化仍然很重要。”王彦明说。

随着各家车企出海泰国的蓝图越来越明晰，产品的投放、渠道的建设以及本地化发展正在推进。

“泰国市场以右舵车为主，流行A0级小车和小型SUV，当地消费者比较看重最高时速和加速性能，配置方面偏好后雨刮、大轮毂等，而对于车辆智能化（智能驾驶辅助和智能座舱）的要求处于初期阶段。”哪吒汽车表示。

“不过，提升当地份额，仅靠产品远远不够。”哪吒汽车坦言。因此，哪吒汽车与当地经销商深度合作，建立起完善的销售网络，还与泰国PTT公司、BGAC公司签署合作协议，在充电基础设施、现代化电动汽车组装基地建设等方面布局。截至目前，哪吒汽车在泰国的经销商和门店，已经覆盖从曼谷、周边省份到泰国主要城市地区。泰国生态智慧工厂也已经投产。

比亚迪则将不断在泰国本土招募和培养相关领域的人才，适应当地消费者的习惯和偏好，实现本地化运营。据悉，比亚迪位于泰国的首个海外乘用车生产基地将于今年投入生产。在渠道方面，比亚迪目前在泰国已经建立门店超过100家。

去年，埃安和长安汽车也正式进军泰国市场。2023年8月，长安汽车在泰国正式成立三家实体公司，11月8日罗勇工厂奠基，11月27日品牌发布，11月29日泰国国际汽车博览会深蓝双子星上市，2024年1月10日将产品交付给泰国用户。

埃安方面于去年6月官宣进军泰国市场，埃安 Y Plus右舵版已开启销售，埃安首个海外生产基地也选址泰国，于今年1月在泰国罗勇罗勇工业园正式开工。

而日系车企也开始迅速应对，《人民日报》海外版1月援引共同社报道，丰田、本田、五十铃和三菱等4家日本汽车制造商预计将在未来5年内，在泰投资1500亿泰铢（约合42亿美元），主要用于电动汽车生产。与此同时，根据Auto Life数据，泰国今年2月电动车销量同比下降72.7%。面对充满竞争与竞争的泰国市场，中国车企的出海之路仍面临一定的挑战。■

# 日赚1.57亿元 保时捷2023年业绩再创新高

时代财经 张旭

作为上市后的首个完整财年，保时捷2023年的表现备受关注。

近日，保时捷发布2023年财报。报告期内，营业收入405亿欧元，约合人民币3186.38亿元，同比增长7.7%；销售利润73亿欧元，约合人民币574.33亿元，同比增长7.6%；销售回报率18.0%，与上一财年持平。

以一年365天计算，相当于保时捷每日营收1.1亿欧元，约合人民币8.65亿元；每天的利润达2000万欧元，约合人民币1.57亿元。

销量方面，2023年保时捷全球销量32万辆，同比增长3.3%。但中国区成为保时捷全球范围内唯一下滑的市场，交付量7.93万辆，同比下降15%。此消彼长之间，保时捷的2024年该怎么打？

## 业绩再创新高，中国成唯一下滑市场

保时捷在2023年业绩再创新高。报告当期，保时捷营业收入达405亿欧元，同比增长7.7%；销售利润同比增长7.6%，达到73亿欧元。

回顾2020—2022年，保时捷分别实现销售利润42亿欧元、53亿欧元、68亿欧元，其盈利能力处于连年上升的状态。

保时捷全球首席财务官麦思格（Lutz Meschke）表示：“这些表现证明了公司在2023年更具韧性，即使在市场波动时期，依然可以取得高利润率，财务表现积极。”

持续增长的营业收入，让保时捷



以一年365天计算，相当于保时捷每日营收1.1亿欧元，约合人民币8.65亿元；每天的利润达2000万欧元，约合人民币1.57亿元。

汽车业务净现金流进一步增长。数据显示，2023财年，保时捷汽车业务净现金流增至40亿欧元。作为对比，2023财年这一数据为39亿欧元。

从销量来看，保时捷全球的新车交付量约32万辆，同比增长3.3%。但中国区成为保时捷2023年全球范围内唯一下滑的市场，交付量7.93万辆，同比下降15%。北美地区也取代中国成为保时捷第一大市场，保时捷在北美地区去年交付新车8.61万辆，同比增长9%。

在中国的超豪华汽车市场，保时捷并不是唯一销量下滑的品牌。销量数据显示，相比2022年、2023年，宾利在华销量下降18%，兰博基尼下滑17%，法拉利下降5%。

对于“如何看待中国市场的销量下滑”以及“在中国市场有和规划”，时代财经采访了保时捷中国，截至发稿尚未取得回应。不过，在财报沟通会上，保时捷全球执行董事会主席奥博穆（Oliver Blume）表示，中国市场的销量下降，是因为调整了在华产品供给，“向全球市场调剂”。他还表示“2024年对于中国市场的期待是质大于量”。

## 加速电动化，保时捷迎产品大年

虽然在华销量有所下滑，但电动产品的表现却成为新的亮点。2023年，保时捷911和纯电动跑车Taycan在中国市场交付量实现两位数增长，分别为36%和41%。

为延续强劲势头，保时捷计划在2024年推出4款全新或改款车，包括第三代Panamera、新款纯电动Taycan、Macan EV和中期改款的

保时捷911。

今年2月，保时捷发布了2025款Taycan，新款车型拥有更长的续航里程、更快的充电速度以及更强的性能。

3月，保时捷又推出了其有史以来最强大的量产车型——Taycan Turbo GT。赛道表现依然是保时捷的重要卖点。Taycan Turbo GT凭借1分27秒87的单圈用时，成为拉古纳塞卡赛道最快电动车，同时还以7分07秒55刷新纽博格林北环圈速成绩，比2022年配备性能组件的旧款Taycan Turbo S创下的纪录又快了26秒。

保时捷直言：“这使得Taycan Turbo GT成为纽北所有动力传动系统类型中最快的四门车型。”

纯电动Macan也将在2024年下半年开启交付。保时捷表示，自开启预订以来，Macan EV的订单表现非常出色，目前已获得超过1万辆订单。

此外，升级版保时捷911，包括高性能混合动力版本，将于今年夏季推出。

此外，中期改款的Cayenne已经在2023年年底投放市场。

在欧美个别车企放缓电动化进程时，保时捷在财报发布会上强调，将一如既往地推进其电气化战略。根据规划，到2030年，保时捷将力争纯电动车销量占到总销量的80%。

奥博穆表示，除了纯电动Taycan和纯电动Macan，未来保时捷还将推出更多的纯电车型，包括在20年代中期推出的718纯电版，以及纯电版Cayenne。随着新车投放增多，保时捷的产品组合将变得非常年轻化，平均均达到1.5年。

## 电动超跑渐成红海

尽管保时捷的电动化转型不断提速，但中国豪华电动汽车市场的竞争也不断升级。

在百万元级别，有同样强调赛道表现的路特斯纯电跑车EMEYA，整车最大动力输出675kW，最高车速高达256km/h，零百加速加速2.78秒。EMEYA以1分35秒728的成绩刷新了浙江国际赛车场量产电动车圈速纪录，成为“浙赛最速量产电动车”和“浙赛最速4门轿车”。

在量产电动超跑中，零百加速最快的是埃安昊铂SSR。

2023年10月，埃安昊铂SSR正式上市，售价128.6万~168.6万元，搭载前后三电机，最大功率达1225马力，百公里加速时间仅1.9秒，领先于保时捷Taycan。

极速最高的国产纯电超跑，则是比亚迪仰望U9。今年2月，仰望U9正式上市，售价168万元，计划于2024年中正式交付。

而在国际上，保时捷Taycan Turbo GT的最大对手，当数尚未量产的特斯拉Roadster。

2024年2月，马斯克通过社交平台宣布：新一代Roadster跑车的生产设计已完成，将在年底推出，并预计将于明年交付。

马斯克还透露，Roadster将是“有史以来最令人振奋的产品”。他同时强调，如果你称它为汽车产品的，那将再也没有类似的产品。可见马斯克对这款产品的信心。

面对一众对手，2024年的保时捷还有一场硬仗要打。■

# 酒企业绩预告里的“马太效应”

时代财经 王言

受外部环境、渠道库存等多个因素影响，白酒行业在这几年进入新一轮调整期。

整体来看，市场份额仍在持续向头部品牌集中，产业竞争加剧了对中小白酒企业的挤出效应。

各上市酒企近期发布的2023年业绩预告也验证了行业的马太效应——多家酒企业绩实现“双位数”增长，而部分区域酒企业绩大幅下滑，甚至出现亏损。同时，一些“新势力”的身影开始显露。

新的市场形势下，白酒行业的产业结构、行业格局以及产品结构均面临变革与调整。

## 茅台一家独大

“白酒一哥”贵州茅台（600519.SH）披露的经营数据显示，其2023年预计实现营业总收入1495亿元，同比增长17.2%；利润735亿元，同比增长17.2%。这一年，贵州茅台超额完成15%的增长目标。

五粮液（000858.SZ）虽然未正式发布2023年业绩预告，但在四川省酿酒协会第四届理事会2023年工作总结会上，五粮液股份公司总工程师、食品安全总监杨韵霞表示，2023年五粮液集团公司销售收入1770.98亿元，同比增长13.89%，利润总额425.79亿元，同比增长14.13%。按照以往的数据，五粮液在集团公司中的营收占比约47%，以此推算，其营收在830亿元左右。

排在行业第二梯队的山西汾酒（600809.SH）、洋河股份（002304.SZ）、泸州老窖（000568.SZ）还未披露2023年全年业绩，但在前三季度，它们的营收、净利润均实现双位数增长。

2023年前三季度，山西汾酒实现营业收入267.44亿元，同比增长20.78%，净利润94.31亿元，同比增长32.68%，全年营收有望进入“300亿元俱乐部”；洋河股份实现营收302.83亿元，同比增长14.35%，净利润102.03亿元，同比增长12.47%；泸州老窖实现营收219.43亿元，同比增长25.21%，净利润105.66亿元，同比增长28.58%。

总体来看，2023年，贵州茅台和五粮液的头部地位依然难以撼动，两者的总营收和利润均是其他酒企的数倍，同时也贡献了A股20家上市酒企超五成的营收和利润。

时代财经统计2023年白酒企业三季报获悉，贵州茅台、五粮液、洋河股份、山西汾酒、泸州老窖五大白酒上市公司前三季度营收共计约2448亿元，净利润总额约1059亿元。TOP5酒企占20家A股上市酒企总营收的近80%。

华创证券食品饮料行业首席分析师欧阳予近期在接受媒体采访时表示，白酒集中度提升这一趋势将继续



时代财经统计2023年白酒企业三季报获悉，贵州茅台、五粮液、洋河股份、山西汾酒、泸州老窖五大白酒上市公司前三季度营收共计约2448亿元，净利润总额约1059亿元。TOP5酒企占20家A股上市酒企总营收的近80%。

续加速，预计2025年八大名酒企业的收入占比可能将达到2/3。

“这实际上是消费型行业格局走向成熟的过程，市场份额不断加速向头部企业集中。”欧阳予说。

## “三四线”几家欢喜几家愁

头部酒企在2023年的营收和净利润实现了持续增长，位于三四梯队的酒企处境却是“几家欢乐几家愁”。

随着消费回暖，一些三四线酒企的业绩终于迎来复苏。位于青海的天佑德酒（002646.SZ）预计2023年实现营业总收入约12亿元，同比增长约22.46%，净利润约8500万元，同比增长约12.93%；新疆酒企伊力特（600197.SH）预计2023年实现营收约22.23亿元，同比增长36.97%，净利润约3.24亿元，同比增加约1.59亿元，增长95.83%；岩石股份（600696.SH）的业绩预告则显示，预计2023年净利润为9000万~1.35亿元，同比增长141.65%~262.47%。

此外，在港股上市的珍酒李渡（06979.HK）预计，2023年营业收入不低于70亿元，同比增长超19%，净利润不低于16亿元，同比增长超33%。

而由于市场整体不景气，更多三四线酒企的业绩或是由盈转亏，或是增长停滞。

在经历股权斗争和多次戴帽、摘帽后，曾有着“西北茅台”之称的皇台酒业（000995.SZ）经营仍未好转。业绩预告显示，皇台酒业预计2023年实现净利润为-1600万~ -1100万元，与上年同期盈利735.61万元相比，由盈转亏。

主营“保健酒”的海南椰岛（600238.SH）同样深陷业绩泥潭，亏损逐年扩大。2023年，海南椰岛预计实现净利润为-1.3亿~ -1.1亿元；青海春天（600381.SH）则预计2023年净利润为-2.22亿~ -2.87亿元。

尽管华润入主金种子酒，但“何时才能摆脱业绩亏损”依然是悬在金种子酒（600199.SH）头上的一把剑。金种子酒发布的业绩预告预计，2023年度实现归母净利润-1200万~ -2200万元，扣除非经常性损益后的净利润为-4800万~ -5800万元。这意味着，金种子扣非净利润已连续5年为负。

水井坊（600779.SH）和顺鑫农业（000860.SZ）的处境同样略显尴尬。

水井坊预计，2023年度实现净利润同比增加约5296万元，增长约4%，营收同比增加约2.8亿元，增长约6%。2022年，水井坊营收为46.73亿元，净利润为12.16亿元。以此计算，2023年水井坊营收约为49.53亿元，净利润为12.69亿元。

尽管白酒业务实现盈利，但受累于养殖、房地产业务，拥有光瓶酒品牌牛栏山的顺鑫农业2023年再度亏损。业绩预告显示，顺鑫农业预计2023年实现营收100亿~110亿元，同比下滑，净利润为亏损2.5亿~3.7

亿元。

## 百亿元阵营扩容

尽管近几年头部前五阵营中，还未冲出新的黑马，但在百级营收级别的第三、四梯队，已经出现了“搅局者”。

在白酒行业，百亿元营收是一个重要分水岭。江苏酒企今世缘（603369.SH）预计，2023年实现营业总收入100.5亿元左右，同比增长约27.41%；未上市的陕西名酒西凤酒也于2023年年底官宣突破百亿元规模。根据官方数据，2023年，西凤酒实现销售收入103.4亿元，同比增长23%。

此外，在未上市酒企中，剑南春、郎酒、习酒、国台、劲牌营收也突破百亿元。粗略计算，当前白酒百亿元俱乐部企业数量已经达到12家，包括贵州茅台、五粮液、洋河股份、泸州老窖、山西汾酒、习酒、郎酒、古井贡酒、剑南春、劲牌、西凤酒、今世缘。

在白酒百亿元阵营变动的同时，其身后也追随着一批“生力军”。今年年初，湖北酒企白云边发布的2023年经营数据显示，其开票销售额77.25亿元，相比2022年增长9.1%。

在上市公司中，珍酒李渡营收规模已达到70亿元，是有望冲进百亿元阵营的主力军之一；若业绩能持续保持增长，舍得酒业、迎驾贡酒的营收也有望在2023年突破70亿元。此外，业界普遍认为，珍酒、金沙、钓鱼台、董酒等酱酒企业中，也可能出现两三家百亿元级品牌。

从现有的酒企经营数据中也可以看到，半年营收规模在70亿~80亿元、50亿~40亿元级之间出现了一定的断层，白酒头部企业的优势还在持续放大。

酒业分析师蔡学飞对时代财经表示，无论是从增速、体量，还是利润来看，一线名酒企业持续走强，区域酒企与全国性酒企差距越拉越大。但同时，区域酒企也开始分化为弱区域酒企和强区域酒企。

不过，梳理白酒行业过去30年的发展历程，几乎每十年都会经历一次3~5年的周期性调整，并且在每一轮调整期中，都会出现品牌行业地位的更迭。

2023年11月，里斯咨询在《区域白酒突围战——2023中国白酒行业报》中表示，1990—2002年出现了五粮液和汾酒两强争霸，2003—2015年则是“五茅剑”到“茅五泸”的三强之争。从2016年至今，茅台实现了遥遥领先，二、三线品牌则陷入混战。

里斯咨询中国区副总裁冯华青表示，白酒行业近几年呈现“量减价升”“量减利增”的态势，如今的市场情况则更加复杂，营收下降的同时提价的增长策略遇到市场阻碍，这标志着白酒市场进入调整期。“回顾历史，危局中也往往蕴含机会，我们相信在未来5~10年，白酒第一及第二阵营竞争格局还会迎来巨变。”冯华青说。□



# 旅游直播带货风起 消费者在直播间里“踩坑”

时代财经 林心林

直播间已然成为旅游行业的新流量风口。

抖音生活服务推出酒店旅游商家扶持政策，上线日历房功能；快手发起“每座城都有一手”百城联动文旅项目，与同程旅行达成合作。就连新东方也正式杀入旅游业，在东方甄选上线文旅产品。

在观看直播时被“种草”的消费者，也开始在直播间预订机票、酒店、跟团游等。抖音官方数据显示，2023年酒旅动销商家数量同比增长近7倍，支付GMV同比增长300多倍。其中，直播占比最大且增速快，酒旅直播支付GMV同比增长了200多倍。

流量涌入直播间，各种问题也开始暴露。

时代财经发现，在黑猫投诉和社交平台上，不少消费者抱怨、投诉电商直播间的旅行类商品存在各种货不对板、服务缩水、核销难的情况。

## 直播间的“低价团”不靠谱

“498元国内20条线路任选3条”“4天长白山团，两大一小3399元”“1480元西双版纳私家团全程五钻温德姆酒店”，形形色色的旅游产品活跃在各类直播间中。

抖音曾披露过一组数据，2023年一季度，有超4亿旅游兴趣用户在抖音观看旅游内容。全年用户在酒旅直播上观看总时长同比提升206%。

郭莉是一名抖音深度用户，今年1月份，她首次尝试在平台直播间里预订跟团游产品。据郭莉展示的订单截图，其在某云南旅行社直播间预订了一款“5钻西双版纳5天4夜纯玩私家团”产品，售价为3988元，含两名成人。

“当时觉得这个旅游团性价比比较高，而且安排了五星级酒店、司机接送，很适合懒人出行。”郭莉还称，下单时直播间主播承诺了四晚“连住不挪窝”。



然而，在实际出行中，郭莉一行却发现与宣传的产品及服务不符。

郭莉告诉时代财经，到达当天入住的酒店与一开始宣传的酒店并不是同一家，但考虑到是同一个酒店品牌，郭莉没有深究。随后，在第三天时，郭莉被酒店通知退房，称房费仅支付了两天。

“当时西双版纳酒店已经非常紧张了，大晚上很多酒店都订不到。”在郭莉与酒店方、旅行社人员、抖音多方交涉后，旅行社将其安排至另一家10公里之外的酒店。

除此之外，郭莉在旅程中还遇到了行程更改、门票未购买等问题。维权已近两个月，郭莉仅收到平台方提出赔偿500元的方案，旅行社方面并无任何解释和赔偿。

旅行团提供的产品及服务货不对板，是消费者在直播间消费时较为常见的问题。

其中尤以酒店为“重灾区”，有消费者对时代财经称，其今年2月份在直播间下单了一个北京四钻旅游团，宣称酒店离天安门仅6站地铁，但实际上安排的酒店位于北京六环。

在黑猫投诉上，有消费者也表示

在直播间下单了一笔旅游团订单，此前承诺的“雪乡两人间热炕”，实际为距离雪乡1个小时车程的民宿。

除了产品缩水，核销难也是直播间旅游产品容易出现的乱象。

2021年年初，旅游出行受影响之时，张欣在电商直播间“囤”了一款2400元的云南6日游套餐，主播彼时宣称该套餐有效期为两年，如无法预约出行可随时退款或到期自动退款。

随后由于疫情等原因，张欣一直未安排出行，而商家表示已核销产品无法退款，但可再延期1~2年。今年1月，张欣再度联系商家预约旅游时，商家则称产品已过期无法履行。

2023年4月，王琪在直播间预订了三个桂林阳朔酒店房间，单个房间仅需99元一晚。彼时，主播称4月中旬会开放预约渠道，且五一可使用。

王琪最终预约时却发现周末及“五一”均不可预约，且商家表示已经“订满”，但王琪发现在其他预订平台上，该酒店在“五一”期间仍有相同房型可预约，而价格已经翻了不止一倍。最终，该短视频平台拒绝了王琪的3倍赔偿要求，而商家则仅同意退一个房间的费用。

## 没有无缘无故的“低价”

缺乏对订单履约情况的跟踪、无法对后续服务进行保障，同时未能对商家起到监管追责，是不少消费者在直播间购买文旅产品后的切身感受。

“以后我可能会谨慎选择在直播间购买旅游产品了，因为这些平台很难对行程进行强有力的监管，只是提供了一个宣传平台。”郭莉称。

克而瑞文旅总经理胡晓莺对时代财经指出，相较抖音、快手以往销售的产品，酒旅赛道创造了更高的客单价和利润，这些内容平台自然会大力发展这一板块。

而对商家及达人而言，旅游行业比其他美妆、服装等赛道更容易产生故事及内容，提供了丰富的人文素材，“去年哈尔滨冰雪大世界、淄博烧烤的爆火，证明了这类平台具有带火一个目的地的能力，从而建立了酒旅商家对于这种内容平台的信心”。

为招揽商家，抖音及快手也对酒店旅游商家提供政策扶持，如减免费率、提供流量资源等。“传统OTA的费率一般在15%左右，但抖音最开始发展酒旅和目的地门票时，要求商家的扣点远远低于传统OTA，疫情期间

大约在8%。”胡晓莺称。

但对于手握流量的抖音、快手、东方甄选等新平台来说，旅游业这块蛋糕也并不那么容易吃下，仍存在着一定的竞争壁垒。

以考验酒旅资源丰富度、产业链整合能力的旅游团为例，在抖音、快手直播间“踩雷”的概率就相对高于传统OTA。

胡晓莺指出，目前抖音等平台对于酒旅类各个细分业态的切分及采购还不够细致，这意味着在旅游团行程售卖后，平台对于后续每个环节落地的管控是缺失的。

郭莉对此感受颇深，在订单确认、酒店预订、当地用车、门票及服务等环节，她对接了多名服务人员。“一有什么问题，响应速度都非常慢，信息传递时间长。”

有旅游平台人员亦对时代财经透露，以跟团游产品为代表的非标品对抖音考验比较大，旅游团环节众多，即便是一些大型旅行社售卖的产品，也可能层层转包给其他供应商，这对于资源薄弱的平台来说将更难难以把控。

“以我们平台为例，很多时候我们也只能保证一手货是合规的，后面怎么转包我们无法监管，只能出了问题后，消费者用证据维权，一般成功率挺大的。”上述人员称。

而在旅游从业者看来，低价则是造成直播平台出售的旅游产品易出现问题的重要原因。“传统OTA渠道经营已相当成熟，新平台能吸引消费者下单的重要因素就是价格。”旅行社经营者周松说。

“低价的话，商家怎么平衡利润？自然是从消费者购物、住宿用餐标准里找空间。”周松指出，辨别旅游团是否“坑人”的关键之一，在于对比团费及大交通之间的价格差，如果团费低于往返交通或刨除大交通费后低于300元/天，都是低质量的旅游团，“尤其是云南、海南、广西”。  
(受访者郭莉、张欣、王琪、周松为化名)

# 人潮退去的三亚

时代周报记者 时浩 发自上海

2024年春节假期，海南出岛机票价格破万元多次冲上热搜。

航旅纵横数据统计显示，春节8天假期，前往海南民航旅客量超70万人次，三亚—北京、三亚—洛阳、三亚—厦门等多条航线平均客座率超95%。

节后返程后机票供不应求，2月17日前后，三亚飞往北京、上海等地的航班均处于售罄状态；19日以后，相关票价也普遍处于万元上下，且供应紧张。

随着春节旅游和返程高峰期告一段落，目前的三亚，还有多少外地游客？春节期间饭店、出租车等相关从业人员经营情况如何？3月上旬，时代周报记者前往三亚，实地观察了春节后的三亚旅游市场。

## “人很多，但春节期间并没赚到钱”

“今年过年期间来三亚的人太多了，从机场到市区的路线根本进不去。”出租车司机刘师傅告诉时代周报记者，“从海棠湾去免税店的路，几公里之外就已经开始排队了，那天我送的一个顾客，最后等得不耐烦下车走过去的，这么多的人，之前两年并不多见。”

根据三亚市旅游和文化广电体育局统计，2月9—16日，三亚全市接待旅游总人数248.14万人次，旅游总收入74.94亿元。全市经营性住宿设施接待过夜游客人数约为47.22万人



相比于往年，2024年春节后的机票价格降幅相对更明显，往返三亚的机票出现在了低价机票的行列。携程官网数据统计显示，与春节期间相比，各地往返三亚的机票均降价明显。其中，2月末至3月中旬，北京、上海飞三亚最多可低至300元，返程最低价则在550元左右。

次；全市经营性住宿设施平均入住率为88.15%。

与这组数据作对比的是，2023年全年，三亚累计接待过夜游客约为2570万人次，累计实现过夜旅游收入896.64亿元。这意味着，三亚仅用了8天时间，就实现了此前一年接近8%的收入。

但暴涨的游客数量，却并没有为三亚的出租车司机带来更多的收入。

“人的确很多，但春节期间比之前并没赚到钱。”刘师傅告诉时代周报记者。

另一名出租车司机李师傅则坦言：“三亚的各个景点分布较远，且路程较为固定，如南山景区到三亚湾，不堵车的情况下单程通常也需要一个小时，春节期间路况更差，这种情况下，一天基本接不了几单。”

此外，多名景点候客的出租车师傅均告诉时代周报记者，三亚网约车数量过于饱和，当前全市约有3000辆出租车，而网约车数量则过万辆，双方的价格战同样制约了出租车的接单量。采访途中，时代周报记者多次通过现场和网约车平台打车，如三亚凤凰机场到三亚湾胜利路约10公里的路程，出租车打表计价显示约为40元，同等距离下，网约车价格则为25元上下，相比前者低出约40%。

## 热门餐厅门可罗雀，南山景区人流密集

时代周报记者走访了多家互联网点评过千的网红餐厅。其中，位于三亚湾、亚龙湾、海棠湾的多家网红餐厅，晚餐时间餐厅门可罗雀。

某餐厅大堂经理告诉时代周报记者：“春节期间的确比较忙，现场排队的话一两个小时并不罕见。目前外地游客大多已经返程，还在三亚的多是临近省市或有多次往返三亚经历的游客，这类游客居住较分散，也并不特别青睐于某一家热门餐厅。”

与餐厅人数相互印证的是，被誉为天下第一湾亚龙湾，在往常人数最多的下午至傍晚时段，沙滩人流依然不算密集。

不过，三亚的部分景区依然人头攒动，南山文化旅游区便是其中的代表。南山文化旅游区主要景点有南山寺、海上观音、不二法门、观音文化苑、天竺圣迹、佛名胜景观苑等。其中，108米的海上观音被称为镇岛之宝，多数游客皆为此慕名而来。

时代周报记者发现，来访南山的人群以老年人为主。对于这一现象，景区工作人员告诉时代周报记者，老年人主要是跟团出行为主，其自身时间相对富裕的同时，错峰旅行价格通常也会更便宜一些。

此外，工作人员还坦言，目前前往南山景区的游客，有相当一部分来自于广东和福建两省。“第一点肯定是距离比较近，出行很方便。另外，有不少当地人有烧香拜佛的习俗，新年来海南，也是希望家庭在新的一年里和谐相处、幸福美满。”

## 机票酒店价格打“骨折”

元宵节后，三亚旅游“四件套”——机票、酒店、租车、跟团游价格均明显下降。

以机票和酒店为例，通常来说热门航线节后降温是常见现象，不过相比于往年，2024年春节后的机票价格降幅相对更明显，往返三亚的机票出现在了低价机票的行列。携程官网数据统计显示，与春节期间相比，各地往返三亚的机票均降价明显。其中，2月末至3月中旬，北京、上海飞三亚最多可低至300元，返程最低价则在550元左右。

旅行社相关人员表示，造成该现象的原因，主要是受供需关系影响，如三亚这类热门旅游城市，在春季出游高峰过后，都会出现游客快速下降，航空运力过剩的情况。此外，近期多家航空公司也因旅客滞留增加飞赴三亚、海口的进港、出港航班，在此背景下，用户有大概率捡漏到此类特价机票。

除了机票，三亚各地酒店价格同步下降明显。2月末至3月中旬间，三亚各热门景区消费均价相比春节期间普遍出现较大降幅。以亚特兰蒂斯为代表的豪华型酒店，相较于过年前期间动辄四五千元房价，3月中旬最低入住价格已降至2000元上下。中高端酒店方面，位于亚龙湾、海棠湾的部分度假酒店，同期房价最低已不足300元。

时代周报记者致电三亚多家酒店询问入住情况，多家酒店工作人员均表示，目前酒店整体入住率并不算高，某度假酒店工作人员表示：“只需要少量金额即可以提供升级房型服务，此外，若有需要可以免费延期退房。”  
□

# 旅游复苏拯救途牛 京东回归做股东

时代财经 林心林

近日，途牛公布了截至2023年12月31日未经审计的第四季度及2023财年度业绩报告。2023年全年，途牛净收入录得4.41亿元，同比增长140.3%；毛利为2.937亿元，同比增长27.9%。此外，非美国会计准则的净利润录得5080万元，创上市以来新高，同时也是疫情以来该指标首次实现盈利。

此外，途牛录得归属于普通股股东的净亏损为9930万元，尚未实现真正扭亏为盈，但同比2022年亏损大幅收窄近48%，为上市以来亏损额度最小的一年。

在旅游爆发的2023年，途牛正在扭转颓势。

## 打包旅游收入恢复

众多上市旅企的业绩都在2023年迎来转机，多家公司营收翻倍、扭亏为盈。

此前，OTA龙头携程旅行率先发布2023年全年业绩，期内实现净营业收入445亿元，同比增长122%，净利润为100亿元，同比增长超614%。

途牛最新披露的业绩显示，2023年净收入大幅增长主要来自于打包旅游产品的收入恢复，该业务录得3.334亿元，同比增幅达374%，占总收入的75%左右。在财报电话会中，途牛管理层指出，这一增长主要是由于旅游市场的复苏带动旅行团的增长。

途牛的收入主要分为两部分，分别是打包旅游产品收入和其他收入，打包旅游产品收入长期占途牛收入八成以上，且其中六成以上为出境旅游产品。

在受疫情影响的这几年，该主营业务板块大受冲击，收入占比下降。与此同时，包括保险公司服务费、旅行产品和服务的佣金（门票、签证服务费、住宿预订和交通费）等业务的收入占比增长。

值得一提的是，途牛创始人于敦德曾公开评价某OTA平台布局机票、酒店、门票、出境游等，称其“样样俱全，却样样不精”，如今途牛也在打包旅游之外加码机酒产品。2023年，



据途牛披露，2023年二季度，途牛直播业务实现了开播以来的首个单季度盈利。而2023年，途牛直播交易总额突破10亿元，孵化的途牛小玩家在抖音生活服务平台的MCN机构中居于头部。

途牛自营机票业务交易额同比增长89%，自营酒店业务交易额同比增长超600%。

途牛近几年的另一增长点来自直播。为应对疫情冲击，途牛从2020年4月开始尝试进行直播带货，与其他旅游平台在自有平台上直播不同，途牛将主战场放在了抖音，并孵化了“跟着途牛去海南”“华东小玩家”等多个账号。

据途牛披露，2023年二季度，途牛直播业务实现了开播以来的首个单季度盈利。而2023年，途牛直播交易总额突破10亿元，孵化的途牛小玩家在抖音生活服务平台的MCN机构中居于头部。

目前，@华东小玩家和@江浙沪周边游的直播账号为途牛的主力账号，均在2023年暑期实现交易额破亿元。3月14日，时代财经查询时，上述两账号都在进行日常直播带货，在全国团购带货周榜上，@华东小玩家位列总榜第17名，旅行榜第6名，带货额为120.2万元；@江浙沪周边游则

位于旅行榜境内游第19名，带货额为92.6万元。

时代财经注意到，途牛部分文旅账号带货量超过东方甄选旗下新东方文旅。如3月11日至今，@江浙沪周边游位居旅行榜境内游带货量19名，而@新东方文旅位列62名。

途牛与东方甄选也曾有过合作。2023年2月2日，双方合作推出“途牛×东方甄选看世界云南专场”直播。财报电话会上，管理层提及直播业务时，表示未来将尝试向更多的平台拓展，比如小红书和东方甄选。

## 市场被对手瓜分

或受业绩利好带动，途牛股价在3月14日大涨16%，但距巅峰时期仍相差甚远。

在2014年8月即上市4个月后，途牛的股价曾达到24.99美元/股，市值超过30.76亿美元（约合人民币217亿元）。但此后途牛股价一路波动下跌，并因股价长期低于1美元，数次收到纳斯达克发布的退市警告通知函。

2024年以来，途牛股价尚未突破1美元/股。3月14日收盘，途牛股价为0.828美元，市值仅剩1.03亿美元。对比最高点，8年间途牛股价跌去96.7%，市值则蒸发超29.73亿美元（约合人民币213亿元）。

途牛的市场份额也在被对手瓜分。根据易观智库发布的《中国在线度假旅游市场季度监测报告2015年第四季度》显示，途牛2015年第四季度交易规模为34.0亿元，市场份额增至26.2%。但2019年后，旅游习惯的改变以及个性化旅游的崛起，让专注跟团游的途牛逐渐掉队，市场份额逐渐被一众同行超越。

根据交银国际发布的报告，预测2023年携程、同程、美团、飞猪将分别占据57%、13%、15%、6%的市场份额，而抖音将进一步上升至4%，途牛则未被单独列出。

尽管途牛踩中直播风口，但途牛旗下直播间带货的品类并不止于酒旅产品。

以交易额位于头部的@华东小玩家为例，该账号日常带货产品为生活和零食类用品，截至3月14日，该店里最畅销的是一款销量超500万件的抽纸。

## 京东回归做股东

在途牛业绩提振之际，其背后的资本团也迎来了一位旧人。今年2月，途牛发布公告称，陈杰辞去途牛公司董事会成员和董事会薪酬委员会成员的职务，同时张锐已被任命为董事会成员和薪酬委员会成员，上述调整均于2024年2月29日生效。

其中，陈杰是另一旅企\*ST凯撒的董事长，而新进驻的张锐则来自京东系。自2020年，凯撒从京东手中接过所持途牛股份以来，凯撒一直是途牛持股21.1%的第二大股东。彼时凯撒称，将进一步调动三方优势资源，加强线上线下业务联动，并积极展开与途牛的业务协同。

2023年12月，京东、凯撒、途牛三方签订终止协议，凯撒集团退还所持逾7800万股途牛股份予京东，占途牛已发行普通股的21.0%。

此次董事会成员调整也是股权转让切割后的人事轮换。

对于退出方凯撒而言，过去几年其经历亏损、被“ST”，主营业务出境游更是大受打击，显然已经有些自身难保。“凯撒此前布局途牛，肯定是对资本化有过长远的思考，但因为疫情冲击，加之这两年业务转型不顺利，所以也不得以缩小业务规模，解除长远投资来回血。”克而瑞文旅总经理胡晓莺指出。

而对重回途牛资本局的京东而言，其目的或许不再只是财务投资。

京东最早在2014年投资途牛，前后斥资超6亿美元。但伴随着途牛股价下滑，京东在2020年将股份转让予凯撒。而此次再次接手，派驻董事会的人员也从以往负责3C业务的副总裁，变成了旅游业务负责人。

途牛方面称，张锐于2023年加入京东，目前负责京东生活旅行业务部门，在旅游业拥有逾25年经验。加入京东之前，张锐曾在美团海外业务部、阿里巴巴旅行休闲旅游部、中国旅游集团出境旅游部任职过。

对于京东的回归，胡晓莺认为互联网大厂如今都在加码文旅赛道，京东入局也不意外，不过其认为京东起步较晚，且向来在新业务布局上较为保守。

业绩回暖，股东方再洗牌，途牛的局面是否得以扭转？

# 娃哈哈被野性消费 多款产品卖断货

时代周报记者 李馨婷 发自广州

备受关注的这半个多月来，娃哈哈正在努力消化暴涨的销量。

截至目前，娃哈哈天猫、京东官方旗舰店多款产品均显示售罄，娃哈哈还在京东店铺发布公告称“2月25日—3月25日产生的订单发货可能有所延迟”。3月14日，娃哈哈抖音官方旗舰店宣布停播，专注发货问题。

暴涨的热度也传导到货源端，其中，娃哈哈饮用水的供应最为紧俏。

3月10日，上海娃哈哈饮用水有限公司总经理林立山对媒体介绍，2月底以来，公司订单销量有明显增长，同比增长150%。为尽力保证市场供应，公司目前停掉了瓶装饮用水的生产线，将全部精力投入到桶装水的生产中。据林立山介绍，公司把现有员工分成两班，机器24小时运转，并外招了10多名工人。

3月14日，广州一名负责协调经销商货源的娃哈哈厂家工作人员告诉时代周报记者，目前，娃哈哈在大部分地方均存在供应短缺情况。“需求量一下有点大，要过一阵子产品才能恢复供应。目前部分经销商手头还有一些库存。”上述厂家说道。

同日，时代周报记者从多名广州批发商处了解到，当前，广州娃哈哈纯净水处于断货状态。



自2013年达到783亿元的营收高点后，2014—2020年，娃哈哈营收波动下滑。2021年以来，娃哈哈年营收重回500亿元以上，不过仍未能回到巅峰。眼下的热度无疑是娃哈哈扭转疲态、实现销量突破的重要机会，而娃哈哈也在努力。

深圳宝安一名娃哈哈业务员则告诉记者，目前他手头娃哈哈纯净水还有少量货源。“下单5件、10件（一件为24支）没问题，要货多的话就需要申请，因为现在供应紧张，批发部、百货、超市都要分货量。”该名业务员说道。

自2013年达到783亿元的营收高点后，2014—2020年，娃哈哈营收波动下滑。2021年以来，娃哈哈年营收重回500亿元以上，不过仍未能回到巅峰。眼下的热度无疑是娃哈哈扭转疲态、实现销量突破的重要机会，而娃哈哈也在努力。

据时代周报记者了解，娃哈哈抖音官方旗舰店1月11日的粉丝数还仅为60万，截至发稿，该账号粉丝已超过560万。2月底以前，该账号以促销AD钙奶为主。3月起，娃哈哈开始发布纯净水、无糖纯茶、八宝粥、冰红茶、椰子牛乳等更多产品的介绍视频，并在店铺页面挂上了无糖纯茶、椰子牛乳、高钙牛乳等新品的链接。

线下渠道终端方面，娃哈哈也发起了销售活动。上述娃哈哈广州厂家工作人员告诉时代周报记者，近期，娃哈哈在广州部分卖场推出了“娃哈哈请你喝水”的促销活动，“每个活动五箱水，一下子就卖完了。”另据媒体报道，娃哈哈正在加大线下冰柜的投放力度。

从此前鸿星尔克、蜂花等品牌的

翻红经历来看，销量暴涨后，热度逐渐消退很难避免。对娃哈哈而言，恐怕也不例外。“我觉得娃哈哈的热度不会持续太久，几个月到半年后，消费者就会恢复理性。不过，销量恢复平缓后，品牌的整体销量相比之前仍会有一些的提升。”一名河南饮料经销商告诉时代周报记者。

如何借助当前热度实现品牌长红，仍然有赖于娃哈哈接下来的产品、营销与渠道策略。

上述河南经销商指出，企事业单位的接待用水是饮料企业的一大营收来源。而娃哈哈也有意突破该类特通渠道。2023年12月13日，在娃哈哈2024年销售工作会议上，宗馥莉表示，娃哈哈要在抓牢强势市场的同时，瞄准特通渠道，开拓新市场。

此外，宗馥莉还表示，娃哈哈拥有涵盖包装饮用水、蛋白饮料、碳酸饮料、茶饮料、果蔬汁饮料、咖啡饮料等10多款200多款产品，满足不同年龄段、不同居住地的消费者需求，更应该做到新品老品双管齐下，多措并举打产品“组合拳”，才能释放优势。2024年娃哈哈将坚持大健康发展战略，组建特色产品链和销售网络。

顺应当前消费趋势的无糖纯茶，或许有望成为娃哈哈的新爆品。目前，娃哈哈抖音旗舰店的无糖纯茶产品销量已经达到4.5万件，已蝉联抖音茶饮饮料爆款榜首3天。

# 深圳写字楼价格跌回10年前 有业主豪掷2亿元扫楼

时代周报记者 梁争誉 发自深圳

在内地人赴港抢房前，香港人早就在反向抄底深圳写字楼。

深圳中原写字楼部在2023年的市场报告指出，香港客户数量在增加。深圳中原的成交数据显示，2023年，港人在深圳写字楼市场的成交宗数、成交金额分别同比增长94%、876%，甚至出现一笔金额逾2亿元的交易。

港人北上投资，直接催化剂是执行16年的“限外令”取消，港人在深圳购买商业物业再无限制。

另一方面，经过三年的深度调整，深圳商办物业价格大幅回调，甲级写字楼价格重回10年前，租金回报率走高，也吸引了中长期投资客出手。

## 港人北上抄底深圳写字楼

“限外令”已执行16年。

2007年7月发布的《深圳市国土局关于规范境外机构和境外个人购买商品房的办法》规定，境外机构只能在深圳购买用于办公所需的商品写字楼，境外个人只能购买一套用于自住的商品房。

“香港客户在深圳商办市场一直扮演着重要角色，‘限外令’之前，中原商铺成交比例中，香港客户一度超过50%。”中原地产华南区总裁兼深圳中原总经理郑叔伦表示，自2011年以来，深圳商办市场一直较为低迷，缺乏香港客户投资是重要的因素。

据时代周报记者了解，“限外令”执行期间，中原商铺成交的香港客户占比锐减至10%。

2023年9月，“限外令”取消，深圳非住宅类的商业办公物业、商务公



寓等对港澳居民开放，一举提高香港客户的入市积极性。

深圳中原工商铺部的成交数据显示，2023年，港人成交33宗、3.63亿元，相比2022年全年的17宗、3719万元，成交宗数接近翻倍，成交金额大幅提升876%。

一笔过亿元的大宗交易，将港人投资热情推向高潮。深圳中原工商铺部写字楼一部总经理田慧介绍道，一名香港客户购入荣超经贸中心建面6043平方米的二手物业，交易金额超过2亿元。

田慧表示，购买深圳商办物业的香港客户，兼具自用与投资的需求。“纯投资意味着他们有运营能力，可以把回报率拉得更高。另外，这个价格确实很便宜，客户看好未来前景，以后可能加一点点价也能卖掉。”

第一太平戴维斯深圳商业楼宇部负责人、高级董事罗志文对时代周报分析道，真正出手的客群普遍有三个特点，“一是他们所处的是确定性较强的行业，二是他们在行业内

处于相对领先地位，三是他们的业务规模和前景是相对可靠的”。

由于买家的特殊性，罗志文认为，香港“撤辣”并不会对港人投资内地商办物业产生太多影响。“在内地购买写字楼的客群，大多数是有实际的经营需要，是对内地的长期投资行为。‘撤辣’后，香港房地产会是一个并列的选项，不会导致北上资金完全回流。”

田慧认为，深圳宽松的市场环境、优惠的税费及贷款政策等，将令投资市场更活跃，预计2024年香港客户的比重会稳定增长。

## 写字楼价格跌回10年前

相比于住宅物业，深圳写字楼市场的调整更为剧烈。

来自深圳中原写字楼部的数据显示，2023年深圳三大核心区域——福田、罗湖、南山的写字楼租售单价，较历史最高值均有20%以上幅度的下滑，价格回到10年前。

戴德梁行的数据也显示，截至

2023年年末，深圳甲级写字楼平均月租金为186.5元/米<sup>2</sup>，几乎回调至2013年的水平。

需求下滑的背景下，深圳三大核心区写字楼的买卖价格出现“3字头”。2023年，福田、罗湖、南山的写字楼平均成交价分别为4.2万元/米<sup>2</sup>、3.1万元/米<sup>2</sup>、5.0万元/米<sup>2</sup>，分别较历史最高点下跌29%、22%、29%。

租金回调幅度更大，“供应大户”南山区的租赁价格重回“1字头”。福田、罗湖、南山的写字楼平均每月成交租金分别为222元/米<sup>2</sup>、125元/米<sup>2</sup>、146元/米<sup>2</sup>，分别较历史最高点下跌42%、35%、32%。

位于南山的深圳科兴科学园，历史最高租金曾触及每月220元/米<sup>2</sup>，2023年的平均租金为140元/米<sup>2</sup>，降幅超过36%。

时代周报记者走访了解到，为了招租，写字楼业主不得不通过降租、赠送装修、延长免租期等手段招揽客户。一名负责科兴科学园招商的人士告诉时代周报记者，园区目前一两百平方米的小面积物业较为紧俏，大面积选择充足。一间200平方米的物业，报价每月约160元/米<sup>2</sup>，扣除物管费则为140元/米<sup>2</sup>，如果租约长，还有议价空间。

科兴科学园附近的一个全新写字楼项目，于2023年年底启动招租，目前还有不少大面积物业在租，最低租金可以谈到每月100元/米<sup>2</sup>。

“租金下跌本质是供需失衡的结果。”罗志文表示。

第一太平戴维斯统计数据表示，2023年，深圳共录得13个新项目入市，带来91.9万平方米的供应。因内外部经济环境挑战犹存，多数租户普遍收紧预算，全年租赁需求处近年低位，空置率同比上升4个百分点至28.9%。鉴于企业租赁决策周期延长，

业主普遍降租以增强吸引力，租金指数同比下降5.4%。

另一方面，主力客群发生结构性变化，跨区选址推动多中心格局形成，也对传统核心区的租金造成一定冲击。

“深圳是一个比较新的城市，很多商务区发展较快，交通、配套都很齐全，项目品质也不错，会稀释一部分核心区的客户。比如福田CBD的客户搬迁到车公庙，后海的客户搬迁到前海、超总。”罗志文表示。

当然，企业自身也有降本增效的需求。“一部分企业确实经营压力比较大，租约到期后从最核心的商圈搬到次核心商圈或中心区边缘。我们接触到的一些科技公司、制造业企业已经作出这样的选择。”罗志文进一步表示。

对于写字楼市场未来的走向，业内的判断偏谨慎乐观。

“价格仍然有一定的下调压力。”罗志文表示。

第一太平戴维斯监测数据显示，2024年深圳写字楼预计新增供应达89万平方米，市场去化或随大规模新增供应而进一步承压。在此背景下，业主为实现预期去化目标将延续以价换量策略，平均租金预计于短期内保持下降趋势。

“大多数企业的增长不会是爆发式的，但每年都有一定体量的写字楼供应，加上存量规模不小，今年写字楼租金依然有一定的下行压力。但局部市场和项目跌幅将有所收窄至接近底部。”罗志文说。

“我自己的看法是，深圳写字楼最坏的时期已经过去了。”郑叔伦认为，目前深圳写字楼市场已经转向复苏，市场上开始有投资的需求，长期稳定的投资回报率吸引中长期投资客入场，随着各种政策利好因素不断释放，市场预期信心将逐步恢复。■

# 合生珠江系整合推进 广州地区公司管理团队大“换血”

时代财经 陈泽旋

大合并传闻将近一年后，朱孟依家族旗下合生珠江系在部分区域的组织架构调整已经开始。

近日，珠江投资下属广州珠江房地产开发中心有限公司印发了《关于广州地区公司组织架构调整及相关人员任命的通知》（下称《通知》）。在新的组织架构下，23个合生项目和42个珠江项目一同归入广州地区公司。

同时，广州地区公司迎来了一场人事换防。在整合后的广州地区公司，两名来自合生系的管理层分别出任董事长、总经理；珠江投资广州地区董事长与总经理分别担任联席总经理和副总经理。

《通知》称：“根据集团战略升级，集中资源，优势互补，实现轻重并举，打造专业化管理平台，经研究决定，对整合后广州地区管理架构兹作任命。”

不过，知情人士告诉时代财经：“其实没有所谓的整合或合并的说法，不是珠江投资的项目给了合生，合生也没有多出来一块资产，可以理解成联合办公，（双方借此）整合一些优势资源。”

针对此次组织架构调整相关事宜，时代财经联系合生创展和珠江投资相关人士。合生创展方面表示：“一切以公告为主。”而截至发稿，未获珠江投资官方回应。

## 广州地区公司组织架构动刀

整合后的广州地区公司下辖七大片区，包括住宅、商业、产业地产及

旧改等板块，覆盖广州、东莞、江门、中山和佛山等5个城市。

为了匹配新的组织架构，一支新的管理团队已经组建，管理团队设有1名董事长、1名总经理、1名联席总经理、6名副总经理和1名人力资源中心总监。

根据《通知》，上述10名管理人员各有分工。其中，董事长由陈楚强兼任，其他原有职务不变；朱蕾则被任命为总经理，负责日常经营生产管理各项工作，由1名副总经理协助；贺永健为联席总经理，主要负责广州地区开发报建等各项开发管理工作，由2名副总经理协助；余下3名副总经理分别负责旧改项目的各项投资经营管理（一二级联动）、大生产各项管理、开发市政管线外电报建等相关管理工作。

一名员工告诉时代财经，公司的内部系统显示，董事长陈楚强属于合生集团经营班子，而朱蕾则属于合生广州地区经营班子。根据乐居财经在2023年6月的报道，陈楚强是合生创展成本管理中心总经理。合生创展旗下合生中央城在2023年8月的公开信息显示，朱蕾是合生集团广州地区公司总经理。

全新的管理团队中，联席总经理贺永健和辅佐总经理朱蕾的副总经理谢奕歆则来自珠江系。

去年5月底，珠江投资对集团经营班子进行了调整，当时已是珠江投资广州地区公司董事长的贺永健被任命为珠江投资集团副总裁。现在，贺永健在整合后的广州地区公司以联席总经理的身份负责广州地区开发报建等各项开发管理工作，同时兼

任天河片区总，负责该片区开发前置条件保障等相关工作。

整合之前，谢奕歆则是珠江投资广州地区总经理；整合之后，他除了以副总经理的身份协助总经理开展日常经营生产管理工作，还兼任从化片区总，负责该片区开发前置条件保障等相关工作。

## 合生、珠江都在“瘦身”

合生、珠江合并的传言在去年4月中旬已在公司内部出现。

去年5月底，珠江投资向员工印发《关于集团经营班子成员工作分工及职务任免的通知》（下称《珠江投资集团通知》），一场人事调整正式展开。

当时，时代财经从内部人士处获悉，珠江投资集团经营班子发生调整之后，公司没有针对合并一事正式发布公告，但合并已在实质进行。其中一名员工透露，珠江投资原大生产板块包括成本、营销、设计研发和工程四个中心，与合生对应部门合并，打包成立资管公司。

如今，广州地区公司也迎来了一场整合，珠江投资的组织架构也在近一年发生较大变动。

3月12日，时代财经从珠江投资官网了解到，珠江投资集团总部下辖5个地区公司，分别为华北地区公司、广州地区公司、上海地区公司、深珠地区公司、西部地区公司；而去年年中显示的地区公司数量为7个，分别是华北地区公司、广州地区公司、上海地区公司、深圳地区公司、成都地区公司、西安地区公司、珠海（中山）地区公司。

与之伴随的是管理团队分工的再次调整。《珠江投资集团通知》显示，副董事长杜鹏分管深圳地区公司投资开发管理、投融资退管理工作，常务副总裁张国强全面负责西部地区、珠海（中山）地区，而华北地区公司董事长赵津、上海地区公司董事长沈宇嵩和广州地区公司董事长贺永健则集体升任集团副总裁，成都地区公司和西安地区公司现已被撤销，而珠海与深圳则合并为深珠地区公司。

时代财经注意到，合生创展的组织架构也发生了变化。微信公众号“合生创展集团”在今年2月发布的信息显示，公司旗下拥有四大区域，分别为华北区域、华南区域、东部区域、华东区域。此前，合生创展的地产板块下辖华北区域、天津区域、上海区域、广州区域、东部区域等五大区域。对于此次调整，时代财经向合生创展方面求证，相关人士表示：“一切以公告为主。”

珠江投资员工表示，公司未就诸多变动的原因进行说明，亦不知类似广州地区公司的整合是否会在更多地区展开。

该名员工表示，相关整合暂时未对自己产生影响，还是“该干嘛干嘛”，但担心裁员会随之而来。其提供的资料显示，公司要求组织“各集团、各地区、各管线、各层级人员盘点及述职”，同时对员工提出了几大述职要求，包括找到自身与公司要求存在的差距，结合存在的差距提出个人解决方案以及需要公司给予的支持，根据解决方案列明未来三个月的工作台账等。■