

时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

周要闻

郑商所：将调整部分期货合约交易保证金标准
郑商所官网6月7日消息，根据《郑州商品交易所期货交易风险控制管理办法》第十条规定，经研究决定，自2021年6月10日结算时起，尿素期货2107合约的交易保证金标准调整为15%，尿素期货2109合约的交易保证金标准调整为9%。

特斯拉中国订单量5月锐减近半
近日，有消息显示，特斯拉5月份在中国的汽车订单较4月份减少了近一半。特斯拉在中国的月度净订单从4月份的超过1.8万份降至5月份的约9800份。近期，因安全问题在中国和美国特斯拉宣布多起召回，累计召回车辆超1.4万辆。

作业帮开启裁员：有部门几乎一人不留
6月7日，新浪科技从多位内部人士独家获悉，作业帮今天开启大裁员，目前正在按照部门进行面谈，“有的部门几乎一个人不留。”在作业帮内部，不少人上周就已经听到要裁员的消息。

周数据

北向资金连续8周净流入
上周，A股市场的交易情绪仍较为积极，市场量能持续释放，有3个交易日成交额突破1万亿元，资金活跃度有所提升。其中，北向资金延续净买入态势，周合计净买入88.88亿元，为连续第8周净买入。截至上周五，北向资金今年以来的净买入额已达2119.53亿元，超过了去年全年的净买入额。



以色列放开疫情隔离措施

详见P8

郭广昌
白酒资本局

详见P16



揭开鸿蒙面纱

时代周报记者 杨玲玲 发自广州

面对外部封锁压力持续加大，华为亮出了自己最重磅的底牌，筹划多时的HarmonyOS 2正式和大众见面，这也就意味着，中国终于有了自主的手机操作系统。

当然，HarmonyOS的应用场景远不止手机，用一套操作系统搭载几乎所有应用场景，是HarmonyOS最大竞争优势，而它眼下最大竞争对手，是谷歌公司的Android系统。

对华为而言，推出HarmonyOS堪称背水一战：它既是华为应对美国技术封锁、Android断供等危机的“杀手锏”，也承载着华为万物互联的“野心”，在移动端的重心转向软件和生态。

赢下这场战役并不容易，目前市面上的主流操作系统，PC端被Windows牢牢占据，手机、Pad等移动终端被Android和iOS二分天下，HarmonyOS无疑算是“后来者”。

正如华为消费者业务AI与智慧全场景业务部副总裁杨海松所言，操作系统开发出来完成度仅有1%，剩下99%在于有多少产业伙伴愿意采用。

“华为需要用1—2年走完别人5—7年的路，完成生态快速起量。”杨海松称，今年HarmonyOS的总覆盖目标是3亿台，含华为设备2亿台和第三方IoT产品1亿台。华为为力争跨越16%市场占有率这一“生态繁荣分水岭”。

不容乐观的是，目前小米、OPPO、vivo等主流手机厂商均未表示支持HarmonyOS，华为如何争取到更多“盟友”，是HarmonyOS破局的关键。

为此，华为将HarmonyOS的开源工作做到极致。日前，华为心声社区最新公开了一封“总裁办电子邮件”。该邮件为华为轮值董事长徐直军签发，邮件称，华为已于2020年、2021年分两次把鸿蒙操作系统的基础能力全部捐献给开放原子开源基金会，由开放原子开源基金会整合其他参与者的贡献，形成OpenHarmony开源项目，华为将持续参与OpenHarmony开源项目共建。

“我们处在一个万物互联的时代，没有人是一座孤岛，华为希望与更多合作伙伴、开发者共同繁荣鸿蒙生态。”在HarmonyOS 2发布会上，华为常务董事、消费者业务CEO余承东表示，无论经历多大的困难和打击，华为为全球消费者提供好产品的决心不变。

打造“超级终端”

“刚更新完，开机界面从‘powered by android’变成‘harmony OS’时非常激动，用起来也很顺滑。”6月3日，一名华为Mate 40 Pro用户告诉时代周报记者。

根据规划，HUAWEI Mate 40系列、Mate 30系列、P40系列、Mate X2等近百款设备将陆续启动升级。

下转P19

“撤县风波”后的佛坪

晚上9点半，最后一班高铁结束，县城路上也没几个人，饭店都关门了，出租车司机罗鸣也下班了。从早忙到晚，罗鸣一个月能有四五千元收入，跟在体制内工作差不多。罗鸣习惯了路上没有红绿灯，“大城市车多、红绿灯也多。这里不堵车，也不用担心闯红灯”。

时代周报记者 陈佳慧 潘展虹
发自佛坪

在海拔840米的地方吹蒲公英，是一件快乐的事。这里的蒲公英，个头特别大，连吹四口气，叶梗上还留着绒毛。

但外界关注的潮水退去了，“袖珍县城”佛坪还是原来的样子，周遭安静。

佛坪刚过了一个“喧闹”的春天。今年3月，全国政协常委、陕西省政协副主席李冬玉交了一份提案，建议可对人口规模低于10万人的内地小县先行合并试点，比如“2019年常住人口3.02万人的西部某县”。

李冬玉交提案时还不知道，2020年，佛坪县的常住人口，已经从3.02万人减少到2.70万人。

4月中旬，《中国青年报》发表了一篇名为《这个县只有3万人》的文章。在城市化浪潮汹涌的今天，“没有红绿灯，没有网约车，出租车有9辆”的描述，令佛坪迅速吸引了外界目光。紧接着，5月初，又有媒体发表《“袖珍”小县存废之争》，再次将这座小城的热度拉至顶峰。

佛坪火了。

“撤了，就会变成第二个老县城”

顶着日头，村民在田里点豆子、锄草。46岁的张五星握着锄柄，一寸一寸地翻土，隔很远才发现一株杂草。

佛坪有新老之分。老佛坪又叫佛坪坪，当地人也叫它老县城。95年前，是倪路古道上的一座有着3万余人的繁华县城。后因匪患猖獗，整体往东南40公里处搬迁至袁家庄，成为陕西省汉中市下属的佛坪县。老佛坪留下不足200人，守着三面城墙、一面清水河，过着山野田园的日子。

张五星就是那二百分之一。

秦岭峡深谷邃，与世隔绝的老佛坪仿佛是世外桃源，开满白花的山荆子点缀着四面青山。张五星说，这里的山没有名字，山就是山。

山谷里的时间流淌得很慢——当地人守着土地，耕作或是开民宿，没其他事做了，山里有野生熊猫、金丝猴，他们要守护这份安宁。

和老佛坪相比，佛坪县称得上热闹。《汉中市第七次全国人口普查主要数据公报》显示，佛坪县常住人口为26597人。

1990年，佛坪全县人口为35710人。30年间，佛坪县总人口减少了9113人，整整四分之一。

下转P6

政经 · TOP NEWS

- 2 广州要坚决打赢这场无声的战役
- 3 “放开三孩”将带来楼市巨变？
- 5 荔枝季到 广东酱油销量飙涨138%

财经 · FORTUNE

- 9 央行出手抑制快速升值
- 11 三大银行率先接入鸿蒙系统
- 13 降税“乌龙”引发A股震荡
- 15 在线教育渡劫

产经 · INDUSTRY

- 18 曹县年轻人不爱北上广
- 18 共享模式解决老旧小区改造难题
- 23 深圳楼市已至冰点
- 24 三孩政策到来 房企产品谋变

编辑/周鹏 版式/黄锐
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

与病毒赛跑 广州要坚决打赢这场无声的战疫

5月21日，广州荔湾区新增1例本土新冠肺炎确诊病例。以此为开端，随着本轮疫情传播链不断延长，广东省省委常委会暨省新冠肺炎防控领导小组多次召开会议，省委、省政府领导均到广州实地调研检查疫情防控工作，强调把应对处置这次本地疫情作为头等大事来抓。

这是一个不寻常的夏天。作为对外交流和贸易的重要阵地，广州持续承担着“外防输入”压力，直面传播力更强的B.1.617.2变异株。

拿什么战胜病毒？靠什么守住“南大门”？

一是快速反应。5月20日下午，广州荔湾区一位阿婆因身体不适，步行去医院就诊。发热门诊马上对其进行例行核酸

检测。当晚，核酸检测初筛阳性。21日一早，荔湾区防疫指挥部发布调查公告。当天下午，广州市即召开疫情防控新闻发布会，详细通报了病例情况、行程轨迹、重点场所情况、核酸检测情况等重要信息。

流行病学调查、重点场所管控、环境消杀、核酸检测排查……这是短短10多个小时之内广州所做的工作。发现疑似病例之后仅隔了一天，截至5月21日15时，广州已采集重点区域重点人群核酸样本2.65万份，对8个场所实施封闭式管理……网友震惊：这也太快了！

战疫，就是没有硝烟的战役，快速反应才能抢占先机。事实证明，重视的程度越高，反应得越快，就越能在战疫之中赢得更多主动。

二是出拳精准。能否在最短时间内，实现重点区域的大隔离、大筛查，及时阻断病毒传播途径、切断感染链条，是战疫成败的关键。

从5月30日开始，广州进一步扩大全员核酸检测范围，区域覆盖至越秀区、海珠区、南沙区全域以及天河区、白云区、番禺区的重点区域。多个病例从大筛查中被精准检出，为控制疫情蔓延发挥了重要作用。

一边是筛查扩大，一边是接种不断，这是战疫中的“两条腿走路”。

央视报道，在5月27日这一天内，广东接种了250万剂次疫苗。这个数字约是广东平常其他疫苗接种数量的10倍！这样的数据，将广州战疫的力度彰

显无遗。

三是讲究温度。战疫需要动员大量人力物力，必须精准施策，对基层组织能力、各部门协同水平提出了非常高的要求。与此同时，战疫必然会对民众的生活带来影响，如何赢得公众理解和配合也是一个重要的问题。

南沙作为目前广州抗疫的重点战场之一，在全部离南沙通道暂时关闭、全区全员核酸的背景下，粮食、蔬菜、肉蛋全部供应充足，保障物资供应的车辆畅通无阻，南沙还为封闭的小区开发小程序，点好菜就能送到楼下，无人驾驶汽车在封闭区域运送物资。

全力支持政府战疫的市民配得上更好的公共服务。有温度的城市才是每个

人美好的家园。

四是需要高度。5月30日，广州对离穗车辆和人员实行管控的通告在全网刷屏。有人困惑，从广州实际确诊病例来看，似乎还没到大规模传播的阶段，防控如此严格是否必要？

这不仅仅是技术上的未雨绸缪，更是大局意识的全面体现！为了争取全国战疫的早日胜利，这样的付出是值得的。这就是广州的高度！

广州战疫正处于关键时刻，有了速度、温度、力度和高度，当下的广州忙而不乱。

社会的井然有序无疑传递出了这样的信心：疫情虽反复，但阴霾终将散去，广州一定会打赢这场无声的战疫。■

奋斗百年路 启航新征程
学党史 悟思想 办实事 开新局



石板乡的革命往事与现代畅想

时代周报记者 黎广 发自清远

石板商店是清远市石板乡路口的一家店铺，一款土方制的药酒摆在离店门最近的货架上。正午时分，在阳光的照射下，药酒特别显眼，包括售价——每瓶不到10元。

传统观念里，这种药酒可以让人精神抖擞。如今，在广东清远市区北边的石板乡，的确需要那些充满干劲和斗志的人。

在这个典型的南方小型村落的南边，一座可以容纳9000人的体育馆银光闪闪，像一头巨兽卧在田埂之间。

这里将是2022年省运会的清远主会场，对石板乡来说，这是机遇，是充满青春与汗水的起点，但不是石板第一个起点。

一个世纪前，石板乡因佃农土地被侵占，发生过一起轰轰烈烈的农民运动。清远第一个农民组织和第一位党员都出现在这里。

在那之后，绵延数十年的革命之火，从石板乡扩散到整个清远地区。

保卫土地

如果不是当地人说起，石板乡的名气并不响亮。但这儿的历史可以追溯到宋朝，在近代，这里还是整个清远地区的革命起源地。

石板乡一块残碑上，记录着这样的一个故事：大致是1923年前，石板围（今石板乡）地主勾结了当时葡萄牙湛丽洋行的商人，侵占乡里12个姓氏从宋朝开始就亲耕的佃田。

被侵占的村民十分愤怒。其中，两个不服气的村民决定去清远县衙打官司，他们叫钟杨德和刘社德，但当时国民党治下的县衙对这个案件不予受理。

两位血气方刚的年轻人要将官司打到广州。恰逢此时，广州开完国民党第一次全国大会，主持会议的孙中山提出了“扶助农工”的政策，因此对这两位年轻人所反映的土地侵占一案十分重视。

这个案子也得到农民运动领袖彭湃的支持。在他的指导下，两位年轻人打赢了官司，为纪念农民运动的成功，石板特意立了块碑。

关于土地的故事结束了，但石板洪流激荡的故事才刚开始。

两名年轻人反抗地主劣绅的举动引起广泛关注，并成为去改变现实的思想种子，由此引发的行动分成了两个分支，一支是在彭湃的建议下，以保护农户土地为目的，在1924年冬天在石板成立农会和农军，钟杨德当会长。另一支是两名特派员来到清远，发展第一批共产党员。

巧合的是，在清远第一个入党的就是石板人刘清。1925年，刘清还被送到广州农讲所学习。在那以后，石板样本开始在清远地区流传开去。

烈士故乡

钟庆冲是石板农民协会创始人钟杨德的孙子。农协成立3年后，也就是1927年，国民党反动派发动“四一二”政变，钟杨德不幸牺牲。在钟庆冲的记忆里，那时候他父亲只有

10多岁，爷爷去世时，父亲还在玩着爷爷的枪。

1967年，钟庆冲出生。第二年，奶奶去世。钟庆冲在石板乡度过了自己的童年，石板五村的祠堂是他童年玩耍和读书的地方。

虽然牌匾上写的是“文谟钟家祠”，但后来这儿是石板乡农民协会的办公地。这个祠堂后来变成学校，再变成生产队办公室。

钟庆冲年少时，还不太能理解那些革命故事。等到他长大成人后，再听乡里老人家讲起过去的事情，再回到见证过这些往事的祠堂，他还是有些激动——那些曾经发生在这里的故事都是真实的，包括那些宁死不屈的人。

例如石板乡有个乡民钟桂秋（音），被捕后宁死不肯暴露共产党任何信息，最后被残忍杀害；还有一个乡民同样被残忍杀害，留下还没过门的16岁妻子。

那位妻子一直在石板乡里守寡。现任石板乡书记向时代周报记者介绍：“她的晚年是在帮亲邻带孩子度过的，我们都叫她三婶妈。”

非碎片化历史

现在的石板乡除了原来的7个村，还合并了周边两个村，总人口4100多人，常住人口1000多人。

最初，人们要在石碑旁边建一座纪念馆，但涉及土地使用问题，一直推进缓慢。后来，人们听说要在石碑旁盖一座小学校，大家都认为在学校里立一个纪念碑，是再合适不过了。

钟庆冲认为，石板人在很多大是大非的问题上，觉悟都比较高。“我们这个村烈士后代很多，虽然他们也有要求，但从来不过分。”

一个例子是，为配合2022年广东省运会场馆建设，清远市政府很快在石板乡支持下，顺利解决了征地300亩的问题。

自从2018年决定在清远举办省运会以后，清远就启动了一系列赛事场馆建设工程。石板乡紧挨着建设中的清远市奥林匹克中心，那座银白色的庞然大物，横亘在清远与石板乡的田间。

尽管与奥林匹克中心与周遭的菜地池塘融在一起显得有些违和，但石板是清远市民周末选择爬山和漂流的过路点。几年前，石板乡书记就动员村民改造民宿和农家乐，实际上这种想法书记很早就有了，在石板乡周围有7所职业技术学校。

“这里还是红色打卡点，加上未来的省运会，石板乡的发展肯定是充满畅想的。”钟庆冲说，石板人知道不愁客流，未来一定是以绿色环保的旅游业为主。

历史故事大多以碎片的方式出现，可一旦将碎片串联起来，便是一个完整的叙事。

石板乡的叙事，恰好用青春与热血、奋斗与发展串联起过去的100年。或许串起的不仅是历史，也是红色基因延展开的无限未来。

这也难怪村口商店里的土法药酒被尘土覆盖了，石板原本就是铮铮铁汉。■

9000

人



300

亩



“放开三孩”将带来楼市巨变？ 2030年购房主力预计减少6100万

时代周报记者 梁施婷 发自广州

中共中央政治局在5月31日召开会议，会议指出，进一步优化生育政策，实施一对夫妻可以生育三个子女政策及配套支持措施，有利于改善我国人口结构、落实积极应对人口老龄化国家战略、保持我国人力资源禀赋优势。

一直以来的鼓励生育终于在政策层面释放出进一步宽松的信号，对于楼市而言，是否能迎来春天？

事实上，2015年10月全面开放二孩政策正式实施，确实为楼市带来过一波红利期。

根据贝壳研究院发布的《二胎家庭居住报告》，2013年放开“双独二孩”时，新生人口中二孩占比31.2%，到2016年“全面二孩”时二孩占比40.2%，再到2019年二孩占比创下57%的新高。过去三年里，二孩数量连续超过一孩，中国每年产生了超过800万个二孩家庭。

二孩家庭持续增加，最直接的影响就是促进了改善性住房的需求。上述报告指出，超3成受访者计划为二孩重新置换房子，主流形式为买一卖一，近5成受访者购置二孩房价款达200万元以上。

广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉向时代周报记者表示，二孩政策确实在一定程度上带动了住房需求的增长。“生二孩的基本上有两类人群，一类是高收入人群，经济压力较小，另一类则是本身对宗族观念比较强的群体，他们主要集中在



三四线城市甚至农村，但生育政策对他们住房需求的影响不大。”

事实上，二孩政策的实施情况显示，80后、高收入家庭对于二孩生育意愿相对较高。不过，二孩政策的红利并不能完全复制到“三孩”上。

从第七次全国人口普查的数据来看，中国的年龄结构呈现中间落、两头升的特点，15—59岁人口的比重下降了6.79个百分点，这意味着25—44岁主力购房人士的人数总体呈现下落趋势。

易居企业集团CEO丁祖昱亦曾表示，到2030年，购房主力人口将减少

6100万人左右。

对此，李宇嘉预计，开放三孩之后住房需求将有所增长，但增长的绝对量比较小，情况与现在的二孩类似。“大部分中产（阶级）是不愿意生二孩的，二孩政策从2015年开始实行以后，政策对生育率的贡献在2018年就接近尾声了，到现在基本上没有太多二孩的新增需求了。”

中原地产首席分析师张大伟也认为，无需高估这一政策对楼市的影响。在他看来，有实力生孩子的家庭，其实一直没被“抑制”过。对于房地产业来说，最为重要的人口因素影响

是净人口增长率，放开“二孩”“三孩”长期来看会产生新增的房地产需求，但其数量并不会扭转房地产走势。

实际上，近些年来，高房价一直被认为是最好的“避孕药”，房价与收入的偏离越发拉大。

易居研究院的统计数据显示，2020年50城房价收入比偏离度为10.2%，由2019年的8.6%上升了1.6个百分点。其中偏离度最高的城市为东莞，达到45.2%，即超过其近10年平均水平近5成。紧随其后的是深圳（38.5%）、南通（26.6%）、宁波（24.6%）和芜湖（23.8%）。

与此同时，在“鸡娃”情结之下，学区房的房价更是最能涨也是最抗跌的。

以深圳市的国城花园为例，由于处在深圳市实验小学和深圳市实验学校黄金地段，一直被认为是“爱马仕”级的学区房。其房价也从2010年的每平方米2.8万元，一直冲高至今年每平方米近20万元的水平。

对于如何解决年轻人生育的后顾之忧这一问题，携程董事局主席梁建章提出，在高房价地区实行生三孩买房半价优惠的建议。

梁建章称，现在的房价里一大半都是土地的价格，也就是地方政府收的税，可以把这部分作为购房补贴返回给家庭（比如说在高房价地区：一孩房价九折，二孩七折，三孩五折），并且同时增加该地的建设用地指标。“我们的土地政策应该跟着人走，哪些地方有更多的人口流入，就应该给更多住房的用地指标，来增加供给和平抑房价。”

10.2%



800

万个



在奋斗的征途上
暂时“躺平”不要紧
关键是学会站起来

拼搏
为了诗和远方



第十四届

时代营销盛典

THE TIMES WEEKLY MARKETING AWARDING CEREMONY

企业参选报名时间：

2021年7-10月

榜单揭晓时间：

2021年11月

品牌价值传播奖
创意品牌营销奖
时代公益先锋奖
优秀形象传播奖
优秀公益项目奖
优秀特色项目奖
直播营销新星

优秀社会化营销奖
优秀整合营销传播奖
最具效益传播项目奖
优秀短视频传播奖
创意短视频传播奖
视频营销突破奖

主办单位： 时代传媒集团

承办单位：THE TIME WEEKLY 时代周报

 时代财经
企业第一财经读本



“撤县风波”后的佛坪

◀上接P1

2016年，二孩政策推行，佛坪县人口理应增加。但仅2020年这一年，佛坪县常住人口从3.02万人减少至2.70万人。

如今，26597个人，住在总面积1279平方公里的这座小城里。平均每人占地48088平方米，约为6.7个足球场大小。

佛坪人的一天习惯从一碗热面皮、菜豆腐开始。吃罢，去集市走走——附近的农户从菜地摘上几把菜，放在竹篮里，带着小马扎，来街上摆卖。每个人卖的种类不多，大多是小白菜、生菜、豌豆、土鸡蛋。卖辣椒苗的最多，20棵苗捆成一把，卖2.5元。

自发形成的集市离佛坪县政府不远，也就600米。但这种热闹与县政府的安静互不影响。

“以前的佛坪更小。”46岁的出租车司机罗鸣回忆，以前佛坪只有县政府这一片，“点上一根烟，绕着县城走一圈，烟还没抽完”。2002年“6·9”洪灾后，沿着当时仅有的椒溪河大桥往南扩建，慢慢成了现在的佛坪。

佛坪县城有9辆出租车，罗鸣拥有其中一辆。高铁站、县城汽车站是他的驻点，一天40多趟高铁是他主要获客来源，等半个小时没客的情况也常有。

晚上9点半，最后一班高铁结束，县城路上也没几个人，饭店都关门了，罗鸣也下班了。从早忙到晚，罗鸣一个月能有四五千元收入，跟在当地体制内工作差不多。罗鸣习惯了路上没有红绿灯，“大城市车多、红绿灯也多，车挤来挤去的，很堵。这里不堵车，也不用担心闯红灯”。

这个春天，“撤县”的声音打破了佛坪的日常。对这事儿，从出租车司机、超市老板，到现职公务员、退休老干部，谁都能说上一嘴。

“作为老百姓，肯定是不愿意撤的，县都要没了，心里肯定不舒服。撤的话，对佛坪今后的发展会有很大的影响。”一位超市老板虽没说啥道理，但他还是坚定地这样认为。

体制内的人则分析得头头是道。“佛坪一定不能撤，如果撤了，那佛坪就是第二个老县城。”即将从体制内退休的胡川摆摆手，顺势用力往牌桌上甩出一对红桃A。

佛坪人天性不急躁。即使是谈论县城存废的大议题，也能边打“八十分”边分析。20世纪90年代从江苏传入佛坪的“八十分”（扑克牌的一种玩法）至今盛行，无论是谁，只要会打，都可轮流上桌。

牌桌很简单，四张小板凳围着一个小圆桌，两副扑克牌。凑齐人就开局。从白天到黑夜，路边有人围观的地方，就有“八十分”牌局。有的从晚上7点天还没黑打到夜里10点，兴起时，打到深夜11点也是有的。

刚结束一局“八十分”，退休老干部周岩空出心思来回应——不可能撤

县。“人口低于10万人的县有200多个，并不少。设县是有必要的，特殊的地方总有特殊的因素在。”

从老佛坪到佛坪县，近百年时间，足够生活在这里的两代人长大。对大多数佛坪人来说，佛坪厅是上辈人生活的地方，没去过，也没有感情。

“我们县能从民国时期的老佛坪走到现在，是有它的道理和历史渊源的。”佛坪县委宣传部工作人员刘群芳很笃定，“不可能撤的。”

“不能因为县小就撤。”刘群芳举例说，“拿苹果和土豆来说，它们一样大，但是苹果甜，营养高，土豆普通。不能因为种苹果费时费力，就不种。”

财政“吃” 值得不值

撤县的讨论里，火力最集中的理由是：佛坪县的财政供养人员过多。

今年两会期间，李冬玉提到，某县2019年常住人口3.02万人，行政事业和社会组织120余个，财政供养人员6000余人。她因此建议，对人口规模低于10万人的小县进行合并试点，减少行政资源浪费。

佛坪人觉得，这个“某县”意指佛坪县。

但据佛坪县委机构编制委员会资料，截至2020年年底，全县有各类编制2194名，其中行政编制640名，事业编制1554名。根据《佛坪县2019年国民经济和社会发展统计公报》，机关事业单位养老保险人数2991人。

在佛坪，一家几口都是公务员的现象常有。“下午在河边有一大帮退休干部，要不带着小孩，要不就在转圈走路。你在后面喊一声‘主任’，好几个人回头。”90后饶慧是佛坪县体制内的一员。

在体制内看来，“吃财政”的人不多——跟其他县相比，佛坪编制“少多了”。

有人举例：“旁边的留坝县只多了几千人，但县委有40个编，我们只有24个编。佛坪虽然小，但市里安排下来的工作一样要做的。就是因为人数少，连女同志生小孩都要轮流着来。”

其实，比佛坪多出近1万人的留坝县委仅有28个编。据《留坝县委办公室2021年部门综合预算》显示，截至2020年年底，本部门人员编制28人，其中行政编制17人、工勤编制11人；实有人员16人，其中行政10人、工勤6人。

多名退休干部坦诚表示，佛坪“吃财政”的人多是事实，但财政“吃”值得不值，值得探讨。

他们分析，如果撤县，正科级单位全部要撤，人员也要分流调往别的地方——再算上他们的家人，可能好几千人都得走。“原来2000多人管理这么大的一个地方，撤的话，只有一两百人管理，当地的2万多名老百姓才是真的没人管了。”

“如果撤了，民众办个事盖个章，还要跑到临县去？突发灾难时，上面的行政命令能及时传下来吗？救援力量能及时到达吗？”刘群芳反问道。

当地人不愿撤县的另一原因是，撤县将导致财政拨款力度大大降低。《佛坪县2019年财政预算执行情况和2020年财政预算草案的报告》显示，2019年，佛坪县地方财政收入3661万元，财政支出7.97亿元。

“虽然县小人少，但是我们在生态保护上做的贡献是有目共睹的。”刘群芳说，“外面有的，我们现在没有，以后也会有。但是我们有的，外面永远不会有，比如这里的生态、空气质量。”

据佛坪县委宣传部提供的资料，佛坪县森林覆盖率达90.3%，辖区内设立两个国家级自然保护区，同时，佛坪也是“引汉济渭”工程的主要调水点。大熊猫、金丝猴、羚牛、朱鹮“秦岭四宝”齐聚，境内有130多只野生大熊猫，被誉为“中国熊猫第一县”。

限制开发区域

生态环境、大熊猫、“引汉济渭”工程，都是佛坪人引以为傲、也最愿意聊的话题。

佛坪水绿山美，走到哪里都有清风。若热上两天，傍晚定会聚集一片云彩，几声响雷就会落下豆大的雨点。山雨下一会儿就停，山风习习，吹来阵阵白兰花的清香。雨停一会儿，又继续下，滴滴嗒嗒地落在房顶上，伴着一城人入眠。

熊猫在这里也惬意。佛坪县城往北20公里，就是熊猫谷。一只熊猫刚吃完竹笋，就爬上山坡，用树杈把自己卡稳，再沉沉睡去。

有北京来的游客看着新奇：“嘿！跟我们在北京动物园看到的熊猫还不一样。那儿的熊猫毛雪白，这儿的还带点儿灰，像野生的。”北京游客说，是朋友推荐她们来佛坪的，“佛坪空气好，适合养老”。

空气好，水也好。“引汉济渭”工程的三河口水利枢纽位于佛坪县城南部，在椒溪河、蒲河、汶水河三条河流的交汇口下游2公里处拦河建坝，建成后正常蓄水位643米，总库容7.1亿立方米，可为西安、咸阳等地供水。

佛坪人种地，不用化肥农药。“这里种地不能用化肥、农药。”案板村是上游水源涵养地范围内的自然村，当地村民介绍，大部分农田退耕还林后，剩下的小块土地种些玉米、土豆，为保护水源，不准使用化肥、农药，“要是打农药了，水流到小沟里，再流到河里，会影响饮水安全。”

饶慧分析，三河口水库修好后，佛坪靠近汉口的位置是水源保护地，靠近西安的位置是两个国家级自然保护区，“相当于上边是山，下边是水，就只有中间这么点地方，咋开发？稍微带一点污染的都不行。”

总面积1279平方公里的佛坪，已被全境列入限制开发区域，其中佛坪国家级自然保护区和观音山国家级自然保护区加起来427.74平方公里，属于禁止开发区域。

为保护环境，农业、工业发展无

➡

佛坪不想成为老佛坪——安静得只剩下风声。遍地蒲公英被轻风吹散一地，这里没几个人在意，因为老佛坪人见惯不怪，他们只想赶紧到周末，那会路上会多几辆车多几个游客，他们也能多招揽一些生意。

奈受限，想要发展经济、留住年轻人的佛坪，将目光投向了旅游。

融入大西安的桥头堡

“旅游可能是佛坪唯一的出路。”饶慧说。

刘群芳介绍，佛坪发展经济，首选就是旅游。“整体规划就是全域旅游，把全县当成一个大景点来做。县城是接待中心，沿着椒溪河和108国道为主线，沿线的各个村，根据各自的区位优势和生态特色进行旅游开发。”

佛坪旅游宣传手册显示，可供游玩的景点有三处，分别是熊猫谷4A级景区、佛坪博物馆、沙窝村乡村旅游度假区，人气最旺的就是熊猫谷。

罗鸣载过很多游客，“他们觉得玩的地方太少了，总问还有没有其他景点可以玩，一般也就待两天”。

但这里凉爽宜人的气温、憨态可掬的熊猫，还是吸引了大量外地游客来佛坪。据《佛坪县2019年国民经济和社会发展统计公报》显示，佛坪全年接待游客197.6万人次，旅游总收入7.07亿元。

作为西安的后花园，佛坪的潜力不低。“一过清明，佛坪就迎来旅游旺季。”刘群芳说，一万多亩的山茱萸花吸引大量游客来打卡。夏天到佛坪避暑的西安人很多，要是碰上节假日，县里2000多个床位都会住满。

佛坪县文化和旅游局一位不愿具名的工作人员透露：“总的来说，佛坪的旅游现在还没开发出来，景点少，规模也小。环境保护限制了旅游开发，比如修建登山步道、观景亭等，需要土地审批、林业局审批，每一步都卡得很严，很难批下来。”

据上述工作人员介绍，2020年受疫情影响，旅游的收入约占佛坪县地方财政收入三分之一，“前年好一点，大概能占到40%。今年应该能占到一半，具体还要看下半年的情况”。

除了旅游，佛坪也在向康养发力。“这里自然环境太好了，特别适合老年人居住，我觉得这里的康养行业能发展得挺好。”饶慧称赞说，“年轻人在这里创业、干事不太行，但是正儿八经的生活，要比一线城市滋润。”

如今，佛坪与新一线省会城市西安、五线城市汉中的关系也变得暧昧。胡川觉得，把佛坪县撤了，大家都不愿意，如果并进西安，成为西安的生态特区，大家很乐意。

“三河口水库就是给西安供水的。按道理说，西安有促成佛坪纳入的动力，但这只是老百姓的想法，并没有正式提出来。”

“听老干部说要把佛坪作为生态特区并到西安去，行政级别还是按照县级来管理。西安在我们这里调水，管理起来也方便，做规划建设、生态环境保护的时候，也会纳入西安的大盘子里。”有体制内人士说。

今年4月19日，汉中市委副书记、市长钟洪江带领市发改委、扶贫办、文旅局等部门负责人到佛坪调研县域经济发展情况，提出“要将佛坪打造成汉中融入大西安的桥头堡”。

“佛坪离汉中市市区最远，但也是汉中市离西安最近的县。”前述体制内人士说，佛坪要当桥头堡的思路还是汉中提的，也是佛坪的发展思路。但也有不看好的声音，“并入西安后，西安可能会增加对佛坪的投入，也可能重视程度不高，就像老佛坪”。

佛坪不想成为老佛坪——安静得只剩下风声。

遍地蒲公英被轻风吹散一地，这里没几个人在意，因为老佛坪人见惯不怪，他们只想赶紧到周末，那会路上会多几辆车多几个游客，他们也能多招揽一些生意。

偶有一两个从城市来老佛坪旅游的人，站在民宿前面计算着那40元一晚的床位费到底值不值得——不带卫生间，吃饭另算。

天确实很蓝，山确实很绿，空气真的很好，山里也很幽静，即便能看的景色几乎一眼就能看尽，但能看着那样的蓝天白云任时间流逝，一生能有几回。■

（文中人物均为化名）

中国区域科学协会会长、中国社科院研究员杨开忠： 并不是所有的边缘小村、小镇、小县都要消失

时代周报记者 谢江珊 发自上海

随着城市化深入发展，靠近经济社会发展核心的县撤县设市或县改市辖区已成大势。因市行政管理权限更大，也容易争取更多项目、资金、人才，有利于地方政府招商引资，提高本地居民的自豪感。

推进小县合并的声音越来越多。今年全国两会期间，全国政协委员、陕西省政协副主席李冬玉提交《优化县级行政区划，推进经济一体化发展》的提案，建议优化县级行政区划、推进小县合并试点，可以对人口规模低于10万人的内地小县先行合并试点。

这份提案触及了袖珍小县的敏感神经，并经媒体报道后引发了外界广泛关注。

中国区域科学协会会长、中国社科院研究员杨开忠接受时代周报记者专访时表示，县是县级政区的一种类型，与市辖区、县级市居核心不同，其在空间经济社会核心—边缘结构中设置在边缘之地，位置相对偏远、封闭，人口相对稀疏，地理经济相对低效。靠近核心的县改市改区，相对更边远的县撤并降转，都是不可避免的。“具体问题要具体分析，佛坪作为一个政区有其存在的特殊意义。”

时代周报：1979年，中国共有2002个县，到2019年已缩减至1323个县。撤县热潮背后，与做大做强中心城市的发展思路相关。

对于此次热议的佛坪县，你认为适合推进小县合并吗？

杨开忠：首先，不能孤立地谈论这个问题，要把这个问题放在我国优化国土空间布局、推进新型城镇化和区域协调发展大格局中来看。与城市

居于核心不同，县在国土空间经济社会发展核心—边缘结构中处在边缘之地，地理位置相对偏远、封闭，人口相对稀疏，地理经济相对低效。

克服这种空间格局相对低效性，是优化国土空间布局，推进新型城镇化和区域协调发展的重要方面。在这一过程中，部分靠近核心的县改市或改市辖区，部分地理位置相对更偏远封闭、人口相对更稀少的县撤并降转，都是不可避免的。

从全国来看，相对通常讲的胡焕庸线以东南半壁，西北半壁有一个重要特点是，空间格局低效，具体表现在四个方面：第一，地理位置比较偏远，离发展中心较远。这意味着同样的东西生产出来运到市场中心成本较高，缺乏竞争力，很难生存和发展下去；第二，聚落相互之间距离较远、分割较重，相互交流成本高、机会少；第三，城乡聚落人口密度低，规模小。

因此，在优化国土空间布局、推进新型城镇化和区域协调发展中，西北半壁偏远、封闭、稀疏小的县处于不利地位，经济地位下降，人口流失，县设置撤并降转现象会更普遍、突出。

在西北半壁中，佛坪虽不是最偏远、封闭、稀疏的，但在周围核心城市西安、汉中的边缘县中，却是相对更偏远、闭塞、人口稀少的，在优化国土空间布局、推进新型城镇化和区域协调发展中，县是续存还是撤并降转，自然会成为讨论的对象之一。精准回答这个问题，要深入实际调查研究、具体分析。

时代周报：佛坪兼具大城市水源地与珍稀动物保护的双重价值，有其存在的价值。目前，设县对佛坪来说，是不是比较好的管理方式？

杨开忠：自20世纪90年代以后，

佛坪的人口就在减少，这意味着已经有人向外迁移，这是客观发生的事实。随着要素自由流动和产品自由贸易的深入发展，可以预见，未来佛坪的人口还会减少，还会有人向外迁移。

这个过程中，探讨人口减少对佛坪政区设置的影响，是有意义的。我对佛坪没有进行过专门的调查研究，因而现在无法具体回答这个问题，但讨论分析这个问题要重视以下两点：

首先，人口增长趋势。随着新发展阶段国内国际双循环相互促进的新发展格局形成，人口流动将更加自由，政策一般会更鼓励移民，鼓励老百姓迁往更有利于他们发展、让他们幸福生活的地方去。

在这种条件下，佛坪今后人口收缩趋势是什么？如何考虑非经济因素对佛坪人口增长的影响？未来空间均衡的人口是多少？综合经济和非经济因素，应当如何调控人口增长？

其次，如何适应人口减少优化政区设置。考虑到经济效应，原则上人口越少政区层级会越低。但一个地方行政区划的设置，不能仅仅考虑人口数量和经济因素，还要考虑民族团结、国防安全、生态保护、文化保护等方面的需要。

在这些方面具有特别意义的，政区设置要有特别的考虑。

佛坪有其特殊的生态保护意义，尽管目前不到3万人，以后可能还会减少。佛坪作为一个政区是不应该消失的，要履行特殊的生态保护职责，需要有人和相应的行政设置。

佛坪作为政区未来可能续县，也可能撤县设镇，也可能转为专门的管理区——生态管理区。到底要不要调整、如何调整，要进行具体的深入调查。



杨开忠

经济学博士，主要从事空间（城市与区域）经济学、生态文明研究。现任中国社会科学院生态文明研究所党委书记、研究员，北京大学教授，兼任中国区域科学协会会长、全国国土空间规划编制专家等职。

时代周报：随着乡镇和行政村的撤并，镇村数量减少，撤并小县是否会成为一种趋势？如果说佛坪县有其特殊性，那其他小县城，未来该如何发展？合并是不是唯一出路？

杨开忠：我主张对一些边远地区，即胡焕庸线西北地区、东南云贵地区的一批小村、小县、小镇，进行撤销或合并。如何促进这些地区可持续发展，解决其空间格局相对低效的问题，无非四个路径。

第一，偏远地区，没有更大发展潜力的，能移民的都进行移民，相对集中起来，使得他们相互之间更加紧凑；第二，移民之后，通过体制机制改革，基础设施的互联互通，使他们之

间更加有效地联系起来，发展一体化；第三，无法移民的，在单个地区，要克服空间格局低效无效的情况，充分抓住信息化和数字化的战略机遇。利用好实体空间，进行产品等各方面的营销、推广、交流，规避实体国土空间或者地理空间的低效、不经济，将经济社会活动转移到虚拟空间；第四，打造产品和服务特色，用别具一格的发展道路获取竞争优势。

贯彻这四条路径，很多这类的小村、小镇、小县，都有可能消失。发展前景不好的，要及时进行行政区划改革。

当然，并不是所有的小村、小镇、小县都要消失。即使从经济上来说，有些小村、小镇、小县的存在是不合理的。但如果它们有民族团结、国防安全、生态保护、文化保护四个特别意义，那就需要保留和保护。

时代周报：撤并小县会带来何种影响？

杨开忠：总体来讲，顺应规律地撤并一些小县对国家是有利的，是推进新型城市化、区域协调发展和国土空间优化的必然结果，有利于提高经济效率，增强竞争力，有利于更好地保护生态环境。

有些地方生态环境不好，很大程度上是因为有人居住，破坏了（生态）。人迁走了，（生态）自然就恢复了。有些地方过于偏远封闭，人口密度过低、规模过小，干事兴业既面临高昂的运输和贸易成本，又没有什么规模经济，发展不可能好，老百姓也不可能幸福，应当鼓励人易地发展，政区应当及时撤并降转。

当然，在这个过程之中，具体村、镇、县在调整过程中会经历阵痛期。要有从全局谋划一域、以一域服务全局的精神，认识、尊重、顺应规律。■

诺奖得主中国行
NOBEL
LAUREATE'S
CHINA
TOUR

THE TIME WEEKLY
时代周报

“有些人觉得政府作用过于强劲并不是好事，他们觉得政府完全甩手不管不做任何干预，让市场进行调节才是最适合的机制。但事实证明，完全靠市场调节肯定是不正确的观点。”

Paul M. Romer
保罗·罗默

2018 年诺贝尔经济学奖得主

诺奖得主中国行

创立于 2009 年，是由《时代周报》倾力打造的年度品牌活动



押注疫苗高接种率 以色列全面放开 疫情隔离措施

时代周报记者 刘沐轩

当地时间6月3日开始，以色列一改此前的疫情管控措施，让人民开始重返久违的正常生活：这个国家几乎放开了全部防疫隔离措施；绿色健康码系统已被取消，餐厅、商店等公共场所完全开放；连音乐会或节日庆典也不再限制社交距离和人数。该国的卫生官员还表示，室内戴口罩的规定都将很快取消。

作为全球新冠肺炎疫苗接种率最高的国家，以色列已有59%的国民完成了2剂疫苗的完整接种，成年人中的疫苗接种率更是高达八成。正是凭借着这样的基础，让以色列作出了解禁决定。

但根据此前发表在权威科学期刊《Science》的一项研究，巴西马瑙斯居民的新冠肺炎病毒感染率，即便疫苗接种率达到了76%也没能达成群体免疫。因此，由于有着极强的传播性和已经出现的多个变异毒株，科学家们认为新冠肺炎病毒的群体免疫阈值“可能比人们想象中要高”。

尽管还没有研究证明一个国家的新冠肺炎疫苗接种率需要达到多少才能算得上群体免疫，但疫苗接种率高居全球第一的以色列可能将面临疫情反扑的风险。

据《耶路撒冷邮报》报道，约有16名来自印度的犹太裔移民在6月3日抵达以色列时被检测出新冠肺炎病毒阳性。

当地媒体报道称，这些移民感染了在印度首次被发现的新冠肺炎病毒变异毒株。但以色列卫生部则表示，“他们感染的毒株还有待确认，基因测序需要10天”。

押注疫苗高接种率

在以色列卫生部长埃德尔斯坦最早于5月23日宣布放松防疫隔离措施时，他表示，政府作出该决定的原因是以色列已经维持了很长时间的“低水平和稳定的发病率”。

由于高效的医疗保健系统以及民众的配合，以色列开展了一场“最棒的疫苗接种运动”，从而降低了新冠肺炎的发病率。

相较于许多国家或地区长期面临疫苗短缺的困境，以色列的新冠肺炎疫苗长期“供过于求”，这背后实际上是

以色列对新冠肺炎疫苗的押注。根据以色列卫生部公开的早期新冠肺炎疫苗购买协议，美国辉瑞公司承诺向以色列提供足够的疫苗，直到该国接种率达到95%的群体免疫。而作为回报，以色列政府将提供经过匿名处理的全部接种数据，包括确诊病例数、接种人数、接种者的基本信息等等。

一旦疫苗出现问题，以色列还愿意分担部分责任，而不是将责任全部甩给辉瑞公司。

此外，以色列的高价采购战略也为其赢得了先机。

在今年4月继续预订了900万剂辉瑞疫苗和1000万剂Moderna疫苗后，这个总人口不到900万的国家手中已经拥有了能用到2022年接种第三、第四针的新冠肺炎疫苗储备。

据美国国家公共电台NPR报道，以色列购入辉瑞疫苗的单价为每支23欧元，而欧盟在“讲价”许久后，最终购入价仅为每支12欧元。

以色列总理内塔尼亚胡认为，高价抢先购入疫苗是值得的，因为早日摆脱疫情带来的经济收益能填补这部分额外成本。

疫情反复的隐忧

事实上，在社交隔离措施大量取消后，以色列全国人民兴高采烈地开始报复性消费和庆祝。

据《耶路撒冷邮报》报道，连此前经常批评政府卫生政策的以色列本古里安大学首席流行病学家大卫多维奇也对疫苗接种运动赞不绝口。“这是一个灰姑娘的故事，我很自豪以色列是一个模范国家，我们正在收获一场真正令人惊叹的疫苗接种运动的成果。”

但以色列卫生部的公共卫生负责人普雷斯却提醒道，以色列还不能称得上达到群体免疫。她表示，尽管目前以色列已经越来越多地取消了社交限制，但只有在人们会不戴口罩、社会也可以完全正常运转时，才能下定论称：以色列已经完全摆脱新冠肺炎疫情的影响。

然而，6月3日进入以色列境内的新冠肺炎确诊病例给以色列敲响了警钟。

按照规定，乘客必须出示起飞前72小时内核酸检测阴性证明才能登机，但这16名来自印度的犹太裔移民，是在抵达特拉维夫本古里安机场后进行常规核酸检测时，才发现携带新冠肺炎病毒。目前，还不清楚该航班是否有其他旅客也被感染。

值得一提的是，以色列的新增确诊病例数曾在今年1月达到顶峰，而当时就是在英国首先发现的高传染性新冠肺炎病毒变种传入了以色列，并迅速成为以色列疫情暴发的元凶。

此外，大卫多维奇还指出，即使每日新增病例数下降，也并不意味着疫情对以色列的影响已经结束。新冠肺炎患者康复、临时医护人员的失业等问题都有待解决。■



支持征收数字税的欧洲国家认为，这些大多来自美国的科技巨头在许多欧洲国家和地区都攫取了高额利润，但却靠着避税的手段，仅在爱尔兰等低税收地区向当地政府纳税。

为科技巨头“报仇”， 美国祭出报复性关税 威胁七国集团

时代周报记者 刘沐轩

为了尽快在经济合作与发展组织（OECD）和七国集团（G7）就新的国际税收规则达成共识，美国又一次祭出了霸道的关税政策。

当地时间6月2日，美国贸易代表办公室宣布，美国将对英国、意大利、奥地利、西班牙、土耳其和印度共6个国家，总计约21亿美元的商品收取25%的报复性关税，作为对这些国家向脸书、谷歌和亚马逊等美国科技公司收取数字服务税的回应。

但随后，美国宣布该关税政策不会立即执行，将“最多”延期6个月实施。美国贸易代表戴琪表示，此举将为美国保留加征关税的选项，同时留出更多时间与各国进行协商。

特朗普时期的计划

有关对科技巨头征收数字税的问题，一直是欧洲国家和美国争论的重要议题。

支持征收数字税的欧洲国家认为，这些大多来自美国的科技巨头在许多欧洲国家和地区都攫取了高额利润，但却靠着避税的手段，仅在爱尔兰等低税收地区向当地政府纳税。

不少没有收到税费的国家认为这种现状不合理。法国最先提出，既然一般税收规则无法奈何科技巨头，那索性征收一种专门针对科技巨头的“数字服务税”。

法国的这一建议获得了许多欧洲其他国家的支持，并为这些国家增加了不少财政收入。以意大利为例，在正式征收数字税之后，该国政府在2020年已征收了高达2.33亿欧元的数字税。

但美国方面却认为数字税是不公平的。特朗普政府曾在2020年6月发起了对以上6国收取数字税的调查，并计划在今年6月实施报复性关税。

美国贸易代表办公室表示，美国将对价值约8.87亿美元的英国服装、大衣、鞋类和化妆品商品，价值约3.86亿美元的意大利服装、手袋和光学镜片，价值约3.23亿美元的西班牙商品，价值约3.1亿美元的土耳其商品，价值约1.18亿美元的印度商品，以及6500万美元的奥地利商品征收25%的关税。

值得一提的是，这些关税额度都是基于美国2019年的进口数据，目的是使额外关税与以上6国从美国科技巨头征收的数字税金额相等。

尽管目前欧盟委员会对美国暂停关税制裁表示欢迎，但不会赞成关税这个突如其来的“达摩克利斯之剑”。

而就在美国宣布关税制裁之际，经合组织和七国集团也正就一套新的国际税收规则进行谈判。路透社对此分析称，美国在此时宣布征收报复性关税，显然是一种“威胁的手段”。

新税收规则可能遭反对

加税政策是美国总统拜登自上任以来推行难度最大的国内政策之一，这其中很大的原因就是美国一旦提高企业税率，将损害美国企业的利益，并降低美国对跨国企业的吸引力，从而损害美国的整体经济。但如果能说服全球的主要经济体一齐提高最低企业税率，这个问题就能迎刃而解。

目前，在美国财长耶伦努力下，G7集团在长达几周的谈判后取得了一定进展，预计将在6月4—5日的会议上宣布达成的新国际税收协议，其中就包括最低企业税率和数字税问题。而G7国家之间的协议将成为此后在经合组织中谈判的基石，并可能在未来推广到更广泛的G20国家。

美国方面寻求最低15%—21%的全球企业税率，还提议对包括美国科技巨头在内的大型跨国企业的全球利润征税，无论它们在哪个特定的低税率国家设立总部。

西班牙政府表示，希望能与美国达成一项关于数字税的国际协议。与此同时，包括加拿大在内的多个国家威胁称，如果多边谈判不能充分解决他们的担忧，将反对当前美国提出的新国际税收制度。■

银保监会警示惠民保价格战：一天保费几毛理赔可达百万

时代周报记者 夏子轩 发自广州

首份“惠民保”行业规范出炉，恶意压价竞争、违规支付手续费等行为将被查处。

6月2日，银保监会印发《关于规范保险公司城市定制型商业医疗保险业务的通知》（下称《通知》），明确重点查处的违规行为包括：保障方案缺乏必要的数据基础；未按规定使用备案产品或未及时报告保障方案；参与恶意压价竞争或承保价格低于成本；违规支付手续费、经纪费或其他费用；夸大宣传、虚假承诺、误导消费者；拖赔惜赔等。

“惠民保”以保费一天几毛，理赔超出百万元的普惠特性受到市场热捧。据银保监会披露数据，2020年共有23个省份179个地市推出城市定制型医疗保险项目（即惠民保），累计超4000万人参保，保费收入超50亿元。

“各地的惠民保类型太多，无法形成合力，建议一城只推出一款产品，且联合当地社保医保，才能形成客户规模，否则难以持续。”6月3日，蜗牛保险创始人尚萌萌在接受时代周报记者采访时表示。

同日，对外经济贸易大学保险学院教授王国军向时代周报记者分析称，夸张的宣传虽会吸引更多的消费者参与，但投诉风险也会大量堆积，“把好事办坏，会影响整个保险行业声誉”。

惠民保肉搏

近年，城市定制型商业医疗保险“惠民保”业务快速增长，但“惠民保”区域发展不平衡，部分地区多个城市共用同一款“惠民保”产品，而也有部分地区一个城市却有多达4款“惠民保”产品，导致出现赛道拥挤、同城肉搏的现象。

时代周报记者发现，多个城市共用同一款“惠民保”产品源于省政府推出的“省级惠民保”，该省居民都可



进行投保。不过，山西、山东、湖南和海南省等省均推出了两款全省通用的“惠民保”产品。

6月3日，一名福州市民告诉时代周报记者：“福建省也有属于自己的省级‘惠民保’，但福州本地还有另外三款‘惠民保’产品，四款产品难以选择，让人头疼。”除福建省专属的“八闽保”外，福州本地也有“福民保”“福惠保”和“榕城保”三款产品，这三款产品十分类似，且投保价格也近乎相同，分别是68元、68元和69元。

“榕城保”由平安养老险承办，于2020年7月31日推出，价格为一年69元，涵盖150万元的住院医疗保障和100万元的特药保障。“榕城保”推出当日，人保财险和众安在线联合承保的“福惠保”也上线，保障内容与“榕城保”难以区分，也包括150万元的住院医疗保障和100万元的特药保障。

宁波市也推出“工惠保”“甬惠保”和“宁波市民保”三款产品。“市民保”小于49岁的人群投保价格是59元一年，“工惠保”小于等于50岁的人群投保价格是48元一年。

6月3日，佛山某保险公司产品经理向时代周报记者表示，部分城市出现多款“惠民保”，宣传口径、投保门槛、保障责任以及保费等都比较相似，容易给消费者带来困惑。同时，由于“惠民保”都是一城一策，投保者仅限在当地有医保的人群，多个项目同时存在必然分流投保人群。

多款“惠民保”产品同城肉搏的情况并非个例。除福州和宁波外，南京、苏州、杭州、合肥、长沙等10多个城市都有类似情况。这些产品保障内容大体相近，但在价格或免赔额方面有细微差别以吸引投保人。

尚萌萌认为，部分城市的“惠民保”不由政府牵头，而是由健康服务机构或平台为获客引流联合相关部门推出，平台以低价薅流量的形式，以低于成本价的价格卖出，进行各种夸张甚至虚假宣传，客户保障存在一定风险。

数据缺失难定价？

“惠民保”产品价格均相对较低，能覆盖各收入人群，体现惠民属性，

但一味低价可能产生负面影响。

时代周报记者不完全统计，全国119款“惠民保”产品中有103款价格低于100元。其中，“赣州城惠保”与“360湖北城惠保”价格最低，两款产品只需花19元即可为17周岁以下市民进行投保，而大部分“惠民保”的定价集中在50—59元之间。

业内人士介绍，很多保险业、医药服务业主体参与“惠民保”的初衷是为了获客。尚萌萌认为，“惠民保”存在产品区域性经验数据缺乏，无法精准定价，难以维持产品的长期可持续发展，最后还是竹篮打水一场空。

低价门槛填补了基本医疗保险与商业健康保险之间的市场空白，为消费者提供更全面保障，但如不能持续发展，最后还是竹篮打水一场空。

6月3日，北京联合大学管理学院讲师杨泽云告诉时代周报记者：“惠民保在深圳已有多年的试点经验，但在全国大面积推广仍可能存在风险差异。不过，惠民保都是1年期的短期保险，如果赔偿金额与保费收入之间差距太大，随后的年份可进行费率调整，最坏结果是停售。”

关于费率问题，时代周报记者查阅多家“惠民保”的官方答疑，几乎都包含了“明年会根据今年项目的运作以及服务情况考虑投保政策和费率”等内容描述，这意味着“惠民保”的费率和保障范围并不会一成不变。

从免赔额来看，大部分百万医疗险的免赔额为1万元，赔付比例可达100%；但大部分“惠民保”的免赔额则2万元，赔付比例通常为70%—80%。

有业内人士向时代周报记者解释，因涉及医保报销，免赔2万元意味着医保花费要到8万元才能用上。免赔越高，获赔的概率就越低。

“监管严格控制产品，在定价方面做出明确要求和规定，有利于维护投保人利益。在过往惠民保落地过程中，往往存在部分惠民保在普惠和理赔方面着手不多，这背离了产品惠民的初衷。”尚萌萌表示。■

银保监会强力发声：P2P爆雷明星代言费要追回

时代周报记者 郭子硕 发自广州

P2P平台的明星代言费面临被迫缴的命运。

6月1日，银保监会副主席梁涛透露，银保监会依法协调公安、司法等部门加快对已立案的999家网贷机构的审理进度；同时亦加快追赃挽损，依法追缴高管奖金和明星代言费、广告费。

时代周报记者不完全统计，大概有数十位艺人不同程度涉及P2P的品牌代言活动。此前，即使P2P机构爆雷，监管对明星代言人的实际处罚力度有限。潘晓婷是体育明星，被称为“九球天后”。

2020年5月，上海市第二中级人民法院认定：“中晋系”投资理财代言人潘晓婷无需承担代言虚假广告的连带赔偿责任。

当年7月，湖南卫视知名主持人汪涵因P2P平台代言而成为微博热搜。此事源于汪涵代言的爱钱进提现出现困难，多名投资者拉横幅要求“汪涵退还代言费”。

“当初选择爱钱进就是因为它的代言人是汪涵，结果还是爆雷了。至今，我还被套在爱钱进。”6月1日，一名爱钱进平台的投资人向时代周报记者表示。

近期，相关部门对明星代言金融产品的监管力度持续加大。6月2日，广东金桥百信律师事务所律师林子淇对时代周报记者表示，明星代言人之所以要承担责任是因为代言费也是来自平台的受害人，“羊毛出在羊身上，这些钱理应属于追缴范围”。



4月22日，银保监会发布《关于警惕明星代言金融产品风险的提示》，要求代言人不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明，不得明知或者应知广告虚假仍作推荐、证明。接受代言前，应当查验所代言机构是否具有合法资质，所代言产品和服务是否内容真实、符合监管要求。

爆雷后，明星代言人“失声”

过去数年，众多P2P先后爆雷，明星代言人除了一句道歉，并不承担相关责任。

此前，鑫琦资产、e租宝、中晋资产、紫马财行、理想宝、团贷网、网利宝、有利网、爱投资、爱钱进等多个P2P平台爆雷，涉及的明星代言人包括唐国强、黄晓明、郎朗、赵雅芝、唐嫣、张铁林、王宝强、汪涵、杜海涛、杨迪等。

2020年7月，警方宣布已对爱钱进立案侦查。汪涵称“自己感到痛心”，虽然代言在2018年年底就已结束，但团队会联合相关部门督促平台解决问题。3天后，同为爱钱进代言人的刘国梁也表示，“十分焦急也很痛心”，将密切关注并跟进此事。

明星“痛心”对出借人回款并没有任何帮助。

5月19日，爱钱进突然对外宣称：当前市场环境严峻，借款人逾期率持续升高，平台暂时停止债转功能。目前，爱钱进的兑付工作已转为线上商城通道。

“目前平台已停止债权转让，您可以通过债权商城兑换自己心仪的商品。”爱钱进称。

理财产品爆雷后，“潜水”的明星不在少数。

著名钢琴家郎朗曾代言“88财富网”。“88财富网”实控人张伟，同时也是上市公司禾盛新材实控人。他被告指以公司或者个人名义通过“88财富网”、私募基金、向社会借款等方式，在2011—2017年间非法吸收公众存款149亿元。

5月31日晚间，禾盛新材发布公告称，实际控制人张伟已由深圳市中院

作出判决。张伟因犯组织、领导黑社会性质组织罪、非法吸收公众存款罪、诈骗罪、行贿罪等11宗罪名，被判无期徒刑。

据合议庭法官介绍，张伟首先将一部分非法所得用于投资，赚取担保费；另一部分再出借他人，收取高额“砍头息”之后，并多以“套路贷”的方式攫取巨额利益，造成很多借款人无力偿还。

郎朗还是绿能宝的代言人。2017年4月，绿能宝出现兑付危机。三个月后，苏州工业园区公安分局就绿能宝涉嫌非法吸收公众存款立案侦查。代言的两个平台接连爆雷，郎朗依然“潜水”，未对此有公开说明。

明星需要承担什么责任？

近年虽有受害人向爆雷平台代言人提起诉讼，并要求赔偿，但最终都未能如愿。

2019年，“中晋系”投资人赵某起诉潘晓婷，要求赔偿20万元，但原告一审二审的诉讼请求均被驳回。上海市第二中级人民法院二审认为，难以认定潘晓婷在该案代言中明知或应知广告内容虚假，也无证据证明潘晓婷牵涉在集资诈骗罪中，故未支持“中晋系”集资诈骗案中某受害人的赔偿请求。

《广告法》第五十六条规定，发布虚假广告欺骗、误导消费者并使其合法权益受到损害的，承担责任者为广告主，广告代言人只有在明知或应知广告虚假仍代言的情况下，才与广告主一起承担连带责任。

有律师分析，大多对明星代言爆雷理财产品提出的财产损害赔偿纠

纷，法理依据均来自《广告法》，但“明知或应知广告虚假”的界限很模糊，一般情况案件会因缺乏足够依据，难以采纳。

监管趋严，明星代言也需担责。

1月29日，北京市朝阳区金融纠纷调解中心发布《关于要求P2P网贷机构广告代言人配合落实风险化解责任的公告》。

公告指出，广告代言人未尽到合理的审查义务，作出不实宣传，对损害结果的发生和扩大存在过错，并负有不可推卸的责任。广告代言人需对相关问题进行说明，并配合开展网贷平台清退工作，否则将依法追责。

银保监会亦曾发文对明星代言金融产品的风险进行警示。

4月22日，银保监会发布《关于警惕明星代言金融产品风险的提示》，要求代言人不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明，不得明知或者应知广告虚假仍作推荐、证明。接受代言前，应当查验所代言机构是否具有合法资质，所代言产品和服务是否内容真实、符合监管的要求。

已于5月1日实施的《防范和处置非法集资条例》更是规定，非法集资人、非法集资协助人应当向集资参与人清退集资金。清退集资金来源包括：在非法集资中获得的广告费、代言费、代理费、好处费、返点费、佣金、提成等。

林子淇分析，非法集资涉及的相关人士都需配合警方调查。在刑事立案后，如代言人确有实质性帮助平台宣传，即使不批捕，都可能面临长达37天的合法羁押时期。■

三大银行率先接入鸿蒙系统 浦发银行众安保险接力

时代周报记者 黄坤 发自上海

金融机构对鸿蒙系统的热情超乎寻常。

6月6日，时代周报记者获悉，中国银行、中信银行和广发银行等三大银行宣布接入刚刚发布的鸿蒙系统，全力支持操作系统国产化，具体分为APP适配、上线鸿蒙专区、推出原子化服务三大方面。

对此，广发银行相关人士表示，广发正式成为华为鸿蒙OS生态首批成员，作为银行业率先适配鸿蒙系统的信用卡应用，发现精彩APP全力支持操作系统国产化，而中国银行也对外表示，将携手华为鸿蒙迈入“原子化服务”时代。

多位银保业内人士认为，从金融机构角度而言，结合鸿蒙系统强大的功能和延展性，有利于为用户推出更高效的产品和服务，相信接下来会有更多机构参与进来。

不止于此，时代周报记者从银行人士处获悉，浦发银行、上海银行等也开始支持华为HarmonyOS，已经在邀请用户体验和应用。

在保险机构，众安保险知情人士向时代周报记者透露，众安保险目前是华为鸿蒙全场景应用生态伙伴中唯一的保险公司，其与华为一起联合打造的“尊享e生健康分医疗险”也将搭载HarmonyOS的能力，或将在今年6月左右推出。

6月6日，北京大学数字中国研究院副院长曹和平对时代周报记者表示，对于金融机构而言，鸿蒙系统特

殊性在于手机和PC端的一致性，以后可以避免多版本的问题；另外，中国银行等三大银行首批加入试验，将为后续同类银行的接入做示范，这是一个金融+科技高度融合的项目。

银保机构接踵而至

鸿蒙系统应用场景想象空间吸引了金融机构的目光。

日前，中国银行、中信银行和广发银行等宣布融入鸿蒙生态。目前，中国银行手机银行用户1.4亿，中信银行个人用户也突破1亿，广发银行信用卡客户突破9000万，意味着至少3亿人次可以快速接入鸿蒙新系统应用。

6月6日，时代周报记者从中国银行个人数字金融部了解到，中国银行已经结合HarmonyOS的功能特性，率先推出“中银外币现钞预约”原子化服务，该服务具有免安装应用特性，可实现应用化繁为简，服务触手可及。

广发银行信用卡中心负责人向时代周报记者介绍，目前，广发银行发现精彩APP已经成为首批适配鸿蒙系统的APP之一，同时广发信用卡在广发商城上线了HarmonyOS专区，并最高提供24期免息服务。

“目前广发银行发现精彩APP，无论是手势、生物识别登录还是查账、还款、分期等金融功能以及购买饭票、影票，商城购物、资讯、游戏等生活服务功能，均能够极快响应。”6月6日，一位广发银行相关人士告诉时代周报记者。

而中信银行作为股份制商业银行参与首批合作，联合华为推出“中信银行”原子化服务。



时代周报记者发现，HarmonyOS原子化服务独特之处，在于客户无须下载APP，比如通过“中信银行”的服务卡片，即可享中信银行借记卡申卡及进度查询服务，操作模式提升了用户申卡及进度查询的便捷性。

同一天，一位接近众安保险的知情人士向时代周报记者透露，众安保险将与华为联合推出的“尊享e生健康分医疗险”将搭载HarmonyOS的能力，实现差异化保费定价，为用户定制个性化、场景化、智能化的保障产品和服务。

金融机构因何垂青鸿蒙OS？

目光所至，皆是HarmonyOS。HarmonyOS的三大硬核能力：新终端、新交互、新场景，为正在筹划接入数字货币应用场景的金融机构带来了新的机遇。

时代周报记者了解到，和安卓、iOS生态不同的是，HarmonyOS是一款全新的面向全场景的分布式操作系统，既可以应用在手机，同时也可以搭载在汽车、智能家居等各种日常生活终端上。

HarmonyOS创造了一个超级模

拟终端互联的世界，将人、设备、场景有机地联系在一起，硬件互助、资源共享。

上述广发银行人士告诉时代周报记者，接入鸿蒙系统相关举措，将有利于更快速为鸿蒙系统的用户提供基于银行APP的金融服务，满足这部分用户的金融需求。

“其实，更深层次的意义在于生态的建设。通过融入鸿蒙生态，信用卡能够进一步延伸终端服务触点，包括手机、智能手表、运动手环等，让金融服务渗入鸿蒙生态下的各类生活场景，面向华为终端客群提供流畅的金融服务。”上述广发银行信用卡中心负责人称。

“万物互联”是鸿蒙系统重要的吸引力标签，但是，作为刚发布的系统，其安全性和适应性必然要经历完善过程。

“我非常支持操作系统国产化，但是该系统稳定性和安全性仍待时间检验，使用该系统是否会影响我们资金、操作等安全。”一位使用广发银行APP的华为用户告诉时代周报记者。

就用户关心的金融机构接入鸿蒙系统风险问题，6月6日，上述广发银行人士向时代周报记者表示，“银行的APP都会做加固处理，更换操作系统不会对安全性产生影响。”

曹和平认为，目前率先接入的银行数量并不多，但是有代表性，中国银行代表大银行，广发和中信代表中小银行。优先加入鸿蒙系统之后，以后可以为同类型、同规模的机构提供经验，相信最终绝大多数机构都会加入鸿蒙系统。■



金控牌照受理破冰 中信和光大先行

时代周报记者 黄坤 发自上海

金控超级牌照又在市场引发热议。6月7日，处在“消息眼”中的光大证券（601788.SH）一度涨停，中信证券（600030.SH）最高也涨逾4%，领先券商板块。光大银行（601818.SH）、中信银行（601998.SH）走势也明显强于板块整体。

6月4日，中国人民银行官网公告，正式受理中国中信有限公司和中国光大集团股份有限公司设立金融控股公司的行政许可申请。

这也是自《国务院关于实施金融控股公司准入管理的决定》（以下简称《准入决定》）《金融控股公司监督管理试行办法》（以下简称《金控办法》）等有关规定落地以来，监管部门首次对相关申请进行披露。

6月5日，招联金融首席研究员董希森对时代周报记者表示，金融控股公司设立已进入实质性阶段，接下来会有更多的金控公司提出申请并获受理，颇受市场关注的蚂蚁集团或也在其中。

20年后新进展

“央行率先受理中信公司和光大集团设立金控公司，是在意料之中”，董希森对时代周报记者表示，早在2002年，国务院就批准了中信集团、中国光大集团和中国平安集团为综合金融控股集团试点。“而从那时算起，试点时间已近20年。”

2020年11月1日，《金控办法》正式开始施行，明确已具备设立情形且拟申请设立金融控股公司的企业可以向央行提出申请，时间限定在《金控办法》实施之日起12个月内。

目前，中信和光大已有了最新进



展，中国平安集团后续是否也会跟上？6月5日，中国平安集团的一位内部人士对时代周报记者表示，暂无相关信息。

根据《准入决定》的“定义”，金融控股公司是指依法设立，控股或实际控制两个或两个以上不同类型金融机构，自身仅开展股权投资管理、不直接从事商业性经营活动的有限责任公司或股份有限公司。

时代周报记者了解到，在设立金控公司的道路上，中信集团和光大集团采取了不同的模式。中信集团因旗下业务板块较多，所以选择通过设立子公司中信金控来进行，申请由中国中信有限公司提出，该公司为中国中信股份有限公司（00267.HK）100%持有。

6月4日，中信股份公告称，中信金控成立后，公司将根据监管要求转让其持有的从事金融服务的附属公司（包括中信银行、中信证券、中信信托、中信保诚人寿保险有限公司、中信消

费金融有限公司等）之股本权益及其持有的相关资产至中信金控。

据公开资料，中信集团目前业务板块涉及综合金融服务、先进制造、先进材料、新消费、新型城镇化等，金融业务相关子公司包括中信银行、中信证券、中信建投证券、中信信托、中信保诚人寿、中信理财、百信银行等。其中，中信银行是中信集团的重要利润来源。中信银行今年一季度归母净利润156亿元，同比增长8.22%；营业收入519亿元，同比增长0.79%。

而光大集团则因非金融板块不多，故选择直接将集团变为金控公司。目前光大集团的主要股东为中央汇金持股63.16%，财政部持股33.43%。

光大集团金融类子公司包括光大银行、光大证券、光大保险、光大信托、光大金租、光大理财、光大保德信基金、光大控股等。

从中信集团和光大集团两家企

业看，均为国资控股的“金融+实业”集团且同时具备金融全牌照。

下一家会是谁？

从设立金控公司的条件看，国内企业必须具备相应的规模，这也成为了该类牌照的门槛。市场人士普遍预测，首批金融控股牌照的发放也将从头部集团企业开始。

据时代周报记者了解，近半年来，不少集团企业表达了申请金控牌照的意愿，哪些会进入央行下一批受理名单，又会是哪家能够饮到金控牌照的“头啖汤”？

时代周报记者日前查看发现，早于2018年，央行选取了具有代表性的5家机构开展模拟监管试点，包括招商局集团、蚂蚁集团、苏宁集团、上海国际集团和北京国有资本经营管理中心。

而依照《金控办法》，对于已具备设立情形且拟申请设立金融控股公司的，若未按规定，包括在12个月内提出申请，或虽申请但未获得许可的，央行可会同相关金融监管部门责令其改正，逾期不改的，责令其转让所持有的金融机构股权。

与其他3家机构不同，蚂蚁集团与苏宁集团在金控公司牌照方面动作频频。2020年9月，蚂蚁集团在回复上交所第二轮问询时曾透露，拟通过全资子公司浙江融信为主体申请设立金融控股公司并接受监管。今年4月13日，阿里巴巴发布公告，又称蚂蚁集团将整体申设金融控股公司，实现金融业务全部纳入监管。

但多位受访的金融业内人士告诉时代周报记者，蚂蚁集团要拿到金控牌照还有很多步骤要走，需其自身整改取得实质性进展。此前金融主管部门在约谈蚂蚁集团时提出了五项

整改要求，其中第三项就是整体申设金融控股公司，然后所有从事金融活动的机构全部纳入金控公司接受监管。日前，第一项整改方案已基本有了回响，“花呗”和“借呗”的ABS转到持牌消金公司。

苏宁集团也曾透露，正在持续与央行就金控牌照申请方案进行沟通，综合考虑监管要求、资本市场、内部统筹等各方面因素，细化后续的工作安排，推进金控试点工作。此外，QQ音乐、京东等互联网领域企业也可能申设金控公司。

按照《准入决定》的规定，未经央行批准为金融控股公司的，不得注册登记为金融控股公司，名称中也不得使用“金融控股”“金控”“金融集团”等字样。

时代周报记者日前通过天眼查梳理发现，截至6月5日，名称中包含“金融控股”关键词的企业或机构有3491家，大致可以分为央企金控、地方金控和民营金控（含互联网金控）三大类。

“互联网、民营金控确实将迎来‘大考’，影响最大的是那些实力薄弱、投机炒作的民营金控。”麻袋研究院高级研究员苏筱芮表示，依规设立金控公司，杜绝侥幸心理，对不符合要求的金融业务板块及时转让或主动退出。

对于非金融企业和个人，以及其他法人是否能申请金控牌照，金融监管研究院院长孙海波分析指出，主要看旗下控股金融机构是否超过两类及以上，资产规模需要足够高达到央行规定门槛。

“在此情况下，看并表金融资产规模（仅限表内）是否超过集团总资产的85%，比例高可以选择整个集团转变为金控，比例低的只需要单独设立金控子公司。”孙海波称。■

无锡振华客户、技术优势显著 新增长极打开成长空间

国内各大车企竞争日益激烈，成本控制成为竞争关键。一批国产汽车零部件企业借此东风，凭借日益精湛的技术及价格优势，不断提升汽车零部件的国产化率，即将上市的无锡振华（605319.SH）便是其中的代表。

5月28日，无锡振华公布其首次公开发行股票的下网初步配售结果及网上中签结果，即将登陆上交所主板。

招股书显示，无锡振华主营产品为“汽车冲压及焊接零部件和相关模具”。自1991年起，无锡振华积极把握乘用车国产化发展机遇，主动寻求与各大整车制造商的合作，开始为桑塔纳、富康等车型提供国产化零部件。

经过近30年的发展，无锡振华已进入上汽大众、神龙汽车、上汽通用、上汽乘用车、上汽大通等国内知名整车制造商的供应商体系。此外，随着新能源汽车销量的不断拓展，无锡振华也积极布局，与车和家等新能源汽车制造商展开合作。

一、深度绑定多家知名车企

由于车身冲压件的重量和强度直接影响到乘用车节能减排和乘客人身安全，因此整车制造商对供应商的考核周期长、更换风险高，双方一旦确立合作关系，整车制造商不会轻易更换供应商。

此外，汽车冲压及焊接零部件产品往往为定制化产品，零部件企业根据所配套的整车制造商的定制要求进行模具开发、制定工艺路线并组织生产。在这种合作模式下，整车制造商与汽车冲压及焊接零部件生产企业关系紧密，汽车冲压及焊接零部件厂商会在新车型开发初期就介入，与整车同步开发研发、生产相关相应零部件，以保证零部件能与整车同步推出，同步升级。

因此，整车制造商对冲压及焊接零部件的零部件供应商的依赖程度相对较高，考虑到更换供应商的时间及成本因

素，整车制造商不会轻易更换供应商。

而对于汽车零部件企业来说，与整车制造商建立长期稳定的合作关系是企业生存和发展的关键。无锡振华作为车厂较早从事并持续专注于汽车冲压及焊接零部件生产的企业之一，目前已与国内多家汽车整车制造商建立了稳定的合作关系，具备显著的客户资源优势。

无锡振华主要客户为国内知名整车制造商和著名跨国汽车零部件供应商，包括上汽大众、上汽通用、上汽乘用车、上汽大通、神龙汽车、联合电子及爱德夏等，这部分客户在选择产品时注重供应商的综合实力。因此成为该类企业的供应商不仅体现了无锡振华较强的产品竞争能力，还提升了无锡振华在汽车零部件领域的影响力，从而有利于其进一步开拓新的客户。

无锡振华的主要客户品牌知名度高，业务规模大，同时具有较高的发展潜力。伴随着我国经济的发展及人民生活水平的提高，汽车销量仍有增长空间。而无锡振华的核心客户作为行业的领军企业，其业务增长速度往往高于行业增速，从而为无锡振华的产品带来广阔的发展空间。

二、坐拥研发、专利、工艺等多维优势

无锡振华能进入知名车企的供应链，很大程度上源自其技术优势。无锡振华具有较强的研发能力，目前已形成从前期工艺流程设计分析、冲压模具研发、到后期的冲压及焊接技术工艺的完整技术体系。这些技术工艺可有效缩短冲压模具制造的周期，降低整体的生产成本，提高冲压及焊接零部件产品的质量和生产效率。

专利技术方面，无锡振华是经江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、江苏省税务局认定的高新技术企业，在汽车冲压及焊接零部件技术研发与应用、工艺创新等方面取得了多项技术突破，目前拥有

包括“机器人焊接用电极快速修复装置”“双向压边的拉深及压印一体化模具”等在内的66项专利。

核心工艺方面，无锡振华始终重视技术研发和产品的持续研发，将技术研发能力视为增强无锡振华市场竞争力的核心要素。经过多年的研发投入，无锡振华在自动化冲压模具的设计与研究、冲压过程二维和三维图形设计技术及优化技术研究、高强度/超高强度钢零部件冷冲压技术、冷冲压模具成型工艺研发、多工位级进模具研发等方面做了大量研究，积累了一批在汽车冲压及焊接总成件行业的核心工艺技术。

此外，无锡振华的生产设备优势亦较为突出。无锡振华拥有机器人柔性自动冲压生产线、多工位级进模自动冲压线、自动开卷落料冲压生产线、机器人焊接生产线等先进设备。上述设备在保证无锡振华汽车车身冲压及焊接总成零部件产品质量的一致性、稳定性和高品质等方面发挥了积极的作用。随着技术的不断进步，以及下游整车制造商客户对产品性能要求的不断提高，无锡振华也在不断引进更为先进的生产设备，提高生产工艺水平，优化产品性能指标。

三、分拼总成加工业务成新增长极

随着汽车行业的不断发展和各整车制造商之间竞争的加剧，各个汽车制造商都在积极寻求和上游汽车零部件生产企业进行联合开发，将部分汽车零部件总成业务外包，以实现减轻自身资产负担，提升公司整体运营效率的目标。目前，外部委托专业供应商进行汽车零部件分拼总成加工已经成为整车制造商一种常见的业务合作模式。

面对这样的行业机遇，无锡振华从2017年起积极拓展了分拼总成加工业务，相继成立了郑州市无锡振华和宁德子公司，专门服务于上汽乘用车。2019年，无锡振华中标上汽乘用车宁德工厂新项目

AS23（名爵HS）、EX21（科莱威）分拼总成加工业务，开始与上汽乘用车宁德工厂战略合作。

2018—2020年，无锡振华的分拼总成加工业务收入从1.01亿元增长至2.06亿元，年复合增长率达42.81%，保持高速增长，成为新增长极。

分拼总成加工业务作为汽车零部件行业新兴业务形态，未来发展前景良好。预计未来，整车制造商持续减轻资产负担，提升公司整体运营效率的动力会促使更多整车制造商把零部件分拼总成的业务进行外包，分拼总成加工市场规模不断扩大。相比冲压零部件业务，分拼总成加工更靠近产业下游，且加工生产过程自动化程度高，收入主要按照加工工作量计算，可以不受上游原材料价格波动的影响，未来具备持续发展的潜力。

分拼总成加工业务进入壁垒较高，需要通过客户的体系审核及认证，进入其供应商体系；并且由于分拼总成加工业务与下游整车厂业务更为贴近，整车制造商要求供应商在其生产基地附近建厂，场地规模大、所需设备多，导致前期投资金额较大，一般规模的零部件企业难以承受。

此外，分拼总成加工业务作为连接上游供应商与整车制造商的重要环节，具有交货周期缩短、产品供货量大、质量要求高等特殊性，对供应商的精细化、系统化管理提出极高要求，相关管理经验的缺乏是新进供应商短时间内难以突破的重要壁垒。

无锡振华拟抓住汽车零部件行业这一未来发展趋势进行持续布局。本次募投项目“年产量60万台套汽车车身零部件项目”及“宁德振华振德汽车部件有限无锡振华项目”就是为了拓展其在郑州及宁德地区分拼总成加工业务的生产能力进行融资。

（文/佳鑫）

降税“乌龙”引发震荡 印花税对股市影响几何？

时代周报记者 宁鹏 发自上海

关于印花税的几条传闻，搅动了A股一池春水。在连续两个交易日里，A股投资者谱写了一曲“冰与火之歌”。

6月3日，受港股上调印花税落地波及，A股三大指数收跌，其中上证指数下跌0.36%，深证成指下跌0.65%，创业板指下跌1.27%；次日，受A股下调印花税传闻影响，临近午盘，券商股直线拉升，西南证券（600369.SH）封涨停。不过，在被证实为一场“乌龙”之后，券商股涨幅快速收窄。6月7日，A股券商板块依旧不振，整体下跌，个股跌多涨少。

有业内人士对时代周报记者分析称，近日的行情表明，证券印花税的升降对A股投资者仍能产生巨大的心理震动。不过，A股的投资者结构，与最后一次调整印花税的13年前相比，已发生较大变化。

港股“低调”应对印花税上调

值得注意的是，证券印花税在A股往往被作为调节股市的“利器”。但此次港股提高股票交易印花税税率，却是出于财政压力。

2月24日，香港特区政府财政司司长陈茂波“官宣”计划提高股票交易印花税30%，该消息一度引发港股市场大跌，港交所（00388.HK）当日股价一度跌去12%，恒指杀跌近3%，南向资金一日狂卖199.6亿港元。

根据测算，股票交易印花税税率由0.1%提升0.13%，以2020年港股市场成交额计算，将为香港政府多带来

192.66亿港元的增量收入。2021年这一增量预计超过200亿港元，将成为缓解财政压力的重要手段。

6月2日晚，香港特区立法会三读通过《2021年收入（印花税）条例草案》，落实本年度财政预算案中，提高股票交易印花税至0.13%建议，有关调整将在今年8月1日生效。次日，恒生指数下跌1.13%。西南证券在研报中指出，港股短期受美股回调、印花税提升预期等因素影响，存在一定回调风险。

不过，相比2月24日的恐慌，靴子落地之后，港股市场反应已相对平静。东方证券分析认为，上调印花税仅打击短期港股市场交投情绪，预计中长期影响有限。香港股票交易印花税税率整体处于较高水平，并远高于A股与美股市场。0.13%的税率也整体处于历史合理区间，0.03%的增幅边际影响有限。

港股相对冷静的反应，或与其投资者结构有一定关联。据港交所“现货市场研究调查”，香港股市成交金额最多的是机构投资者，约占八成；而散户等零售投资者约占两成。机构投资者中又以海外投资者所占比例最大，约为30%—66%。换言之，股票交易印花税主要来自于机构投资者和海外投资者。

从一季报数据来看，港交所与一些主流券商，经营情况如烈火烹油。其中港交所一季度营收和净利分别为60亿元和38亿元，均创历史单季新高；富途总营收达2.8亿美元（约22亿港元），同比增长349%；老虎证券总营收8128万美元，同比增长255.5%。

在今年港股交投火热的背景下，

有分析人士推断，在保持市场流动性的前提下，单纯提高股票交易印花税至目前建议的水平，并不会显著影响投资者的买卖意愿。

在过去的30年中，香港股票交易印花税连续几次下调。根据香港税务部门的资料，股票交易印花税从1993年4月以来的0.15%降至1998年4月以来的0.125%，随后又降至2000年4月的0.1125%，最后又降至2001年9月的0.1%，一直持续至今。

A股投资者结构“大不同”

调整证券印花税带来的心理冲击，在A股表现得更为明显。历史经验来看，历次印花税下调均带来市场大幅上涨，尤其是2008年A股两次下调股票交易印花税，调整当日大盘涨幅分别为9.29%和9.45%，效果立竿见影。

当然，在上调印花税的过程中，A股往往也会以暴跌回应。最为夸张的是2007年5月30日凌晨，股票交易印花税被“官宣”将从千分之一上调至千分之三。此后上证指数在短短一周内从4300点一路狂泄至3400点。

A股历史上一共经历了10次印花税调整，税率整体趋势向下，从最开始的双边征收千分之三逐步调整到现行的单边征收千分之一。不过，中国内地证券印花税目前只能算“小税种”，在财政收入当中的比重较低。今年4月，股票交易印花税金额是1025亿元，与78008亿元的一般公共预算收入相距甚远。

粤开证券分析师李兴认为，目前国外主要证券市场均未收取印花税，未来A股取消印花税是大势所趋。降

低甚至取消印花税带来市场指数上行的同时，也有利于证券经纪业务降低对佣金的依赖程度，加速财富管理转型步伐。

近日，全国人大常委会法制工作委员会举行记者会，全国人大常委会法工委发言人臧铁伟表示，2月，人大法工委常委会第26次会议对印花税法草案进行了初次审议。因草案提及拟适当降低税率，市场关注较多并带来证券股异动。**临近当日午盘，券商股爆发，西南证券直线涨停，财达证券（600906.SH）涨超7%，亦有其他券商股跟涨。不过随后有消息称此次印花税法草案修改不涉及降低股票交易印花税税率，而后市场热情骤然降温。**

有资深业内人士告诉时代周报记者，印花税带来的心理冲击，或许有点刻舟求剑的意味。在之前个人投资者占主导的背景下，他们的交易习惯导致印花税成为了一笔高昂的成本，而如今降低了不止一个数量级。

Wind数据显示，A股个人投资者持股市值占比有所下降。2019年，在流通股口径下，我国个人投资者持股市值占比为31.4%，与2004年的高点相比下降了46.6个百分点。

中基协数据显示，截至今年1月15日，境内专业机构持有A股流通市值合计12.62万亿元，较2019年年末增加4.42万亿元，持有A股流通市值占比18.44%，较2019年年末上升2.02个百分点，也处于近年来最高水平。

此外，据中国证监会数据，境外投资者持有A股资产突破3万亿元，持股市值占比近5%。由此来看，今年年初，境内外机构投资者持股占比约23.44%。■

THE TIME WEEKLY
时代周报

影响
有影响力

的人
THE TIME WEEKLY
时代周报



时代财经



时代周报微博



时代周报微信

医美、三孩政策概念加持 “妖股”金发拉比两月涨停15次

时代周报特约记者 杜苏敏 发自广州

因股票交易价格连续3个交易日(5月31日、6月1日、6月2日)收 盘 价 格涨幅偏离值累计超过20%，6月2日晚间，金发拉比(002762.SZ)再发股票交易异常波动公告。公告显示，公司、控股股东和实际控制人不存在关于本公司的应披露而未披露重大事项或处筹划阶段的重大事项。

三孩政策概念叠加医美概念，金发拉比抢足市场风头。自4月1日宣布进军医美赛道以来，金发拉比如同开挂一般，股价涨势凶猛。其间，医美概念股几近熄火时，金发拉比又无缝衔接上三孩概念，继续大涨。时代周报记者统计，短短两个月，金发拉比就累计拿下15个涨停板，累计涨幅超200%。

股价飞涨，质疑声也此起彼伏。金发拉比布局医美是炒概念还是真转型？三孩生育政策对公司业务究竟有多大影响？

“三孩生育政策对公司来讲，算是长期利好。政策发布之后，母婴行业、消费品行业整体的市场容量会提升。在一定程度上，公司市场空间会更加广阔，这是毋庸置疑的。”6月3日，时代周报记者以投资者身份致电金发拉比证券部，相关人士回应称，“金发拉比以母婴为主，这个行业是朝阳产业，符合国家政策导向和市场需求，从长期来看，应该不会有太多需要担忧的地方。”

三孩概念加持

5月31日，中共中央政治局召开会议指出，进一步优化生育政策，实施一对夫妻可以生育三个子女政策及配套支持措施。次日，三孩概念股全线高开，金发拉比、高乐股份(002348.SZ)一字涨停，康芝药业(300086.SZ)、威创股份(002308.SZ)、贝因美(002570.SZ)、安奈儿(002875.SZ)等纷纷走高。

多家机构分析指出，三孩生育政策落地，新生婴儿的增量将推动母婴产业发展，带来相关行业及公司的投资机会。

时代周报记者注意到，2015年二孩生育政策放开时，金发拉比也曾遭到市场爆炒。

金发拉比成立于1996年，是国内

最早从事婴幼儿服饰棉品及日用品等婴幼儿消费品的设计研发、生产、销售的企业之一。2015年，金发拉比在深交所上市，成为第一家登陆中国A股市场的母婴用品企业。

上市后，金发拉比的净利润不断扩大。2015—2017年，公司净利润依次分别约为0.69亿元、0.73亿元和0.97亿元。这一增势未能一直延续下去。2018年，金发拉比的净利润骤降至0.39亿元；2019年，净利润回升至0.5亿元。2020年，金发拉比经营再次陷入困顿，当年实现营收和净利润分别为3.13亿元和0.33亿元，同比分别下滑28.55%、30.05%。

金发拉比在2020年年报中解释称，近几年人口出生率持续下滑，对母婴市场造成了一定的影响，母婴行业的竞争加剧，同时，叠加新冠肺炎疫情的影响，2020年许多母婴企业的营业总收入和净利润都同比出现较

大下降。

政策刺激并非维持业绩增长的长久之计。金发拉比也意识到了这一点，开始谋求业务转型。

一方面，金发拉比逐步延伸产品线，增加产品主要覆盖年龄段，从原来的0—3岁延伸到0—6岁领域，以图覆盖更多有需求的消费人群；另一方面，力图打造“母婴产品+医疗+医美服务”的新业务模式，在现有业务的基础上开辟新的业务领域，形成新的盈利增长点。

前述金发拉比证券部人士对时代周报记者表示，传统的穿和用是母婴行业的基础，金发拉比会继续深耕这个领域。除此之外，公司还会继续深化服务端的布局，如投资韩妃医美、幼托等母婴行业的配套产业和服务。

靠医美翻身？

为了改变业绩颓势，培育新的盈

利增长点，金发拉比将目光投向医美赛道。

4月1日，金发拉比发布公告，宣布将以2.38亿元自有资金受让广东韩妃医院投资有限公司(下称“韩妃投资”)的36.00%股权。值得注意的是，此次收购溢价逾50倍，2.38亿元的资金接近金发拉比近4年利润的总和。

公告披露后，金发拉比股价如同坐上火箭，自4月2日开始的10个交易日中，连续收获9个涨停板，被称为“医美妖股”。

公告显示，韩妃投资成立于2015年，截至2020年，旗下控股5家医疗美容机构，主要分布在广州、珠海、中山等地，拥有约1000名员工、约2万平方米医疗美容空间，为医美消费者提供各项医疗美容和健康管理服务。

2020年，韩妃投资实现净利润1112.56万元，但在此之前的两年一直处于亏损状态，2018年、2019年分别亏损525万元和5621万元。韩妃投资承诺，在2021年和2022年的扣非后，归属母公司所有者净利润分别不低于5000万元和6000万元。

4月8日，深交所向金发拉比下发关注函，要求对韩妃投资评估值增值率达40.53倍、业绩承诺与实际业绩差距较大等方面进行说明，并说明此次投资是否存在内幕交易情形等。一周后，金发拉比在回复函中承认韩妃医院资产估值风险与盈利能力存在一定的不确定性，但否认内幕交易。

近期，广州疫情防控压力升级。疫情是否会影响医美业务的开展，上述证券部相关人士称，“影响还是有的，但今年的情况相比去年应该会有所好转，加上有些需求会在今年得到释放，所以今年我们还是比去年要乐观很多。”

该人士补充说道，“去年，韩妃医美仍实现了1000多万元的净利润。这说明什么？说明实际上爱美人士对美的需求不会消除。”

除收购韩妃投资，金发拉比还计划通过参与设立医美产业基金，加快在医美业务领域布局。公告显示，该基金规模为3亿元，其中第一期基金规模1亿元。

“接下来，公司会寻找一些比较好的标的来进行布局。具体是通过(医美产业)基金来进行运作。”上述证券部相关人士对时代周报记者说。■



英科医疗遭组团式减持 6月A股还有9000亿解禁潮

时代周报记者 何明俊 发自广州

6月2日，千亿“手套茅”英科医疗(300677.SZ)遭遇股债双杀。

当天早盘，英科医疗大幅低开17%，盘中触及20%幅度的跌停，最终股价以跌停收盘，报收114.12元/股，全天换手率为13.87%，成交额为39.95亿元。英科转债(123029.SZ)也跟随下挫，盘中一度临时停牌，报收1330.004元/张，跌幅为22.34%。

昔日“股王”股债双双暴跌，与一则减持公告有关。

6月1日晚间，英科医疗发布公告称，公司实际控制人、董事长刘方毅计划在6个月内，以集中竞价交易、大宗交易方式直接减持本公司股份不超过2175.55万股，即不超过公司总股本的6%。此外，总经理陈琼、副总经理于海生、副总经理李斌、财务总监冯杰拟分别减持公司股份不超过7.5万股、4.88万股、8.63万股、4.5万股。

以6月1日英科医疗收盘价142.65元/股计算，刘方毅拟套现金额将超过31亿元，而其他高管的套现金额则合计近4000万元。

尽管英科医疗在公告中称减持原因为“个人资金需求”，但这一解释并不能让投资者买单，甚至有投资者质疑刘方毅及公司高管团队大手笔

减持套现实为“割韭菜”。6月2日，时代周报记者多次拨打英科医疗董秘办电话，始终未能接通。

“一般这种集中式减持或者清仓式减持的公司，往往都会被市场投不信任票。受市场方面的影响，甚至在相当长的一段时间内股价都会在低位徘徊。”6月2日，盘古智库高级研究员江瀚对时代周报记者说。

被疑“割韭菜”

受新冠肺炎疫情疫情影响，2020年，多只医药股的业绩和股价迎来暴涨。作为国内一次性手套龙头企业，英科医疗在疫情中实现业绩和股价齐飞。

“由于疫情的驱动，一次性手套作为关键防疫物资，全球范围内需求激增、供不应求，亦为公司带来了巨大的发展契机，公司在业绩表现、行业地位、市值发展、社会影响力等方面都取得了丰硕的成果，公司多年来专注于一次性手套产品质量的提升、产品线的自主创新、生产工艺的优化、销售团队的壮大、加之持续不断的产能建设等，这些都成为公司把握住这一历史机遇的关键因素。”英科医疗在2020年年报中称。

财报数据显示，2020年，英科医疗业绩表现亮眼。当年，该公司实现营收138.37亿元，同比增长564.29%；归母净利润为70.07亿元，同比增长

3829.56%。优秀的业绩表现，就连公司管理层都在年报中表示，“2020年是公司实现历史性突破发展的一年”。

业绩刺激下，股价也屡创新高。同花顺iFind数据显示，2019年12月31日，英科医疗收盘价为16.59元/股，到了2020年12月31日，这一数字已经破百，为168.15元/股。按此计算，英科医疗在2020年全年的股价涨幅约为913.56%。而进入2021年，英科医疗股价依旧保持强劲的上漲势头，在1月29日盘中冲至历史最高点299.99元/股，一度逼近300元大关。

股民赚得盆满钵满，英科医疗一众高管们的身家更是水涨船高。3月，刘方毅以330亿元人民币的身家位列《2021胡润全球富豪榜》第620位，其中，200多亿元的资产增值仅在数月间完成。

在这种背景下，英科医疗此次集中式减持更引发了投资者的不满。

有投资者质疑管理层在“割韭菜”。“刘董事长去年5亿元定向增发，今年大手笔减持，一进一出10倍利润，这不就是香港的老千股吗？”

2020年5月12日，英科医疗与刘方毅签署《附条件生效的股份认购协议》(下称《协议》)。《协议》显示，英科医疗向刘方毅增发价为43.72元/股，刘方毅承诺认购金额为5亿元。值得一提的是，这笔5亿元的定向增发

有18个月的限售期限制。

也有投资者表示，管理层为什么不在290元/股的高位减持而选择跌下来后减持。

盘面数据显示，相较于299.99元/股的历史最高点，英科医疗近半年来的股价已回撤超过50%，总市值蒸发超过670亿元。

医疗行业频现减持计划

实际上，选择集中式减持套现的公司实控人、高管并不在少数。

时代周报记者不完全统计，星徽股份(300464.SZ)、集友股份(603429.SH)、盈趣科技(002925.SZ)、奥美医疗(002950.SZ)等在2020年股价涨幅较大的个股，都曾出现过实控人及高管们“高位减持”的情况。从公告披露原因来看，减持的实控人和高管们大多以“个人资金需求”作为减持理由。

“实控人对自己持有的股票进行大规模减持，实际上相当于向市场释放信号，即我对公司的产品或者市场未来并不放心，甚至是没有信心，所以这个时候才会进行大规模减持。”江瀚表示，一般情况下，实控人和高管的减持都是循序渐进的，而非一下子大额减持。

时代周报记者注意到，今年以来，亦有不少医疗上市公司宣布股东减持

计划。同花顺iFind数据显示，自2021年1月起，在医疗器械服务行业上市公司中，包含“减持”关键词的公告便有196条。

大牛股昊海生科(688366.SH)6月1日晚公告称，持股5.2598%的公司股东楼国梁计划减持不超过216.5万股，占公司总股本比例不超1.2258%。6月2日，昊海生科股价大跌15.15%，报收177.25元/股。

主营业务为体外诊断产品的透景生命(300642.SZ)于5月24日公告特定股东减持计划。次日，透景生物股价一度大跌超5%至当日低点65.18元/股。同样主营业务为体外诊断产品的新产业(300832.SZ)，则在5月12日披露持股5%以上股东的一致行动人、部分董监高人员的减持计划。次日，新产业股价亦大跌6.66%，报收109.21元/股。

“扎堆减持的风险实在太高，大部分高管的减持方式都是将时间段拉长，从而降低对股价的影响。”江瀚对时代周报记者说。

“解禁潮”到来，上市公司高管减持计划或将增加。

海通证券研报显示，6月，A股解禁市值约为8890亿元，高于5月份的4664亿元。其中，6月份电力设备及新能源、非银金融、医药等行业解禁规模最大。■

LISTED COMPANY · 上市公司

在线教育渡劫：毁约、裁员、砍成本，活下去最重要

时代周报记者 邓宇晨 发自广州

5月31日，三孩政策落地，引发教育股大涨。6月1日儿童节，教育行业迎来当头一棒。因存在虚假宣传和价格欺诈等违法行为，市场监管部门对作业帮、猿辅导、新东方（EDU.NYSE/09901.HK）、学而思等15家校外培训机构予以顶格罚款，罚金合计3650万元。

从备受追捧的“风口”到沦为避之不及的“雷区”，在线教育只花了一年。风向变换之快，让业内人士都始料未及。

从今年3月开始，余娇原先所在的公司内部就有传言称“监管将要整顿在线教育行业”。“当时大家只是说说而已，谁也没有想到会来得这么快。”5月31日，余娇告诉时代周报记者。

余娇供职于国内一家头部K12在线教育公司，担任辅导老师。身处一线的她对这场监管风暴的感受更为强烈，“我们每次开会，领导都不断打气，说公司正在调整业务，现金流充足，一定能活下去”。

“活下去”是很多在线教育企业的当务之急。为了这个目标，在线教育公司正在拼命缩减支出，减少广告投放、大规模裁员，甚至不惜撕毁与应届生签订的三方协议。

某种意义上，正是在线教育巨头们此前的无序扩张，才导致了如今的窘境。新东方创始人俞敏洪则认为，是资本快速涌入催生了行业乱象。

网经社电子商务中心的数据显示，2020年，在线教育行业融资金额超539.3亿元，超过了过去四年总和。“资本把教育培训机构弄得有点不太像话了。”5月30日，俞敏洪在出席第四届全国青年企业家峰会时如此表示。

监管已落下重锤。5月21日，中央全面深化改革委员会第十九次会议审议通过《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》，强调要全面规范管理校外培训机构，坚持从严治理，对存在不符合资质、管理混乱、借机敛财、虚假宣传、与学校勾连谋利等问题的机构，要严肃查处。

此前，北京、广州、山西等多地在5月出台针对校外培训机构的监管措

施。而从4月份以来，多家教培机构亦陆续遭到监管部门顶格罚款。

面对自诞生以来最为严峻的考验，这个因疫情而强势崛起的行业，连同身处这一行业的每一个个体，都已行至命运的分岔路口。

营销“内卷”大战

俞敏洪是少数公开反思在线教育商业模式的行业大佬。

2020年11月，俞敏洪就“炮轰”在线教育模式，“到现在为止，我还不认为在线教育是一个跑通的商业模式”。他断言，在线教育每收入一元钱，就要花掉两元钱。一旦资本停止输血，在线教育就会哀鸿一片。

时隔半年，俞敏洪再次向在线教育行业发难。他认为，资本与教育培训领域，如果结合“到位”，有好处。但过去几年，“资本跟教育领域结合后，推着教育领域往前走，结果急功近利的事情越来越多，各种各样的被（资本）推动的低价产品、中间产品让老百姓无所适从”。

资本裹挟之下，在线教育开始“内卷”肉搏，“烧钱”不断。

5月26日，高途集团（GOTU.NYSE，原名“跟谁学”）发布2021年一季报。当季，高途实现营收19.4亿元，同比增长49.5%；净亏损14.23亿元，而去年同期净利润为1.48亿元，由盈转亏。一季度，高途集团的销售和营销费用暴涨202.3%，高达22.89亿元。

同期，网易有道（DAO.NYSE）实现营收13.4亿元，同比增长147.49%；净亏损为3.26亿元，同比下降92.29%，但它的销售和营销费暴涨195.5%，增至8.8亿元。

在财报电话会议上，高途集团创始人、CEO陈向东表示，高途从3月开始逐渐减少信息流投入，目前已全面停止信息流投放获客，并积极开拓其他渠道。

电梯屏幕、公交站台、电视媒体、社交APP，在线教育广告一度无处不在。部分广告涉嫌虚假宣传，骗取家长信任，诱导“埋单”。

国家市场监督管理总局有关负责人表示，此次重点查办案件的特点为“虚构、夸大、诱导”。比如，虚构教师资质、夸大培训效果、夸大机构实力、编造用户评价、虚构原有价格等。



“有时候也不是我们主动投放，但在其他几家都投放以后，我们就必须跟进。”一家在线教育公司的营销负责人韩旭告诉时代周报记者，2020年是教育行业最为疯狂的一年，广告费用大笔大笔地往外砸，“几乎不看渠道，难以保证广告内容质量”。

广告乱象也引起监管部门关注。5月19日，北京海淀区相关部门发布《教育培训行业广告发布重点内容提示书》，要求严禁烘托、渲染紧张氛围，故意造成学生或者家长的焦虑情绪。

原本只负责教学的辅导老师，也被迫承担销售职能。

“每次和家长打电话聊续报，我都觉得自己根本不是老师，而是销售。”这让余娇感到烦心，“因家长标注是骚扰电话，我已经被封了4个手机号，但我又不得不打，公司每天都有KPI要求，甚至还要求提交通话记录截屏”。

在开会时，领导大谈续签率、转化率，言语间仿佛把这些家长只是视作源源不断喷吐钞票的“印钞机”。“一次开会，领导甚至说，‘家长们就算借钱，也会让孩子享受更好的教育’。”余娇终于下定决心要离开在线教育行业。如今，她正在准备事业编制考试，希望回到家乡，成为一名学校教师。

裁员、毁约，寒冬来临？

在线教育行业的寒冬已至，有人主动离开，有人被迫劝退。

政策严监管效应下，在线教育股



“活下去”是很多在线教育企业的当务之急。为了这个目标，在线教育公司正在拼命缩减支出，减少广告投放、大规模裁员，甚至不惜撕毁与应届生签订的三方协议。

大幅下跌，多只教育中概股股价从3月开始下调。从年初至今，好未来（TAL.NYSE）、新东方、高途的股价分别下跌44.11%、44.94%、64.15%。据时代周报记者计算，今年以来，上述三大教育中概股的总市值合计缩水424亿美元。

天眼查数据显示，年初至今，注销和吊销的教育培训企业合计已超过1000家。其中，3月和4月注销和吊销的企业均超300家，为近一年高点。

在线教育行业迅速降温，即使头部公司也在收缩开支，预备过冬。

据媒体报道，高途5月27日提出裁员计划，重点是行政、人力、中台等职能部门，裁员比例在20%左右。高途旗下3—8岁启蒙课业务“小早启蒙”将被放弃。

5月30日，一名接近高途的人士向时代周报记者表示，“小早启蒙”业务被放弃，除了政策原因之外，也有投入产出比方面的考量。“与斑马（启蒙）、瓜瓜龙（启蒙）相比，高途起步太晚，消耗大量资源却一直没跑通商业模式。现在又赶上监管，放弃是明智选择。”这名人士说。

另一家在线教育巨头猿辅导则被指单方面撕毁与部分应届毕业生的三方协议。

这让李思愤怒。李思是应届毕业生，原本已与猿辅导签订三方协议，将作为斑马启蒙课（猿辅导旗下品牌）的一员前往北京入职。她应该在今年6月初正式入职。但HR突然在5月28日通知她，6月初的入职计划作废。猿辅导给了她两个选择：9月入职，或者放弃。

李思顿时陷入两难境地，“马上就要毕业，春招都结束了，如果放弃，我也难有其他选择”。

在李思所在的QQ群里，面临相同困境的还有数百名应届毕业生。他们有的称，已经签好三方协议、租好房子，突然接到电话，被告知“内部调整，数学老师满了”；有的则称，在收到毁约电话后，又收到调岗通知，“如果愿意服从调剂去冷门学科，就能顺利入职”。

这些人开始了新一轮的纠结和奔波。有的决定另谋出路，重新寻找机会；有的决定再等等，指望情况向好。■

（应采访者要求，余娇、韩旭、李思均为化名）



收藏/拍卖



Art
Touch
of
Life



融合东西，通达古今

大文化风向标

郭广昌白酒资本局：复星不是茅台的打法，下一站酱酒？

时代周报记者 黄嘉祥 发自深圳

该来的,终归还是要来。“复星系”入主舍得酒业(600702.SH)半年后,“天洋系”高管陆续退出。

舍得酒业5月27日晚间披露,收到了来自董事余东、杨平、任俐霞,监事李健、刘紫越、邱明的书面辞职报告。其中,任俐霞、李健和邱明是由前大股东天洋控股派驻。至此,经营舍得酒业5年的“天洋系”彻底出局。

舍得酒业董事长张树平在5月28日的业绩会上回应称:此次董监事辞职属于正常调整,对公司正常生产经营没有影响,公司将按相关程序抓紧补选新的董事和监事。

按“复星系”入主金徽酒(603919.SH)的路径来看,“复星系”高管即将入驻舍得酒业董事会和监事会。

拿下“陇上明珠”金徽酒和“川酒金花”舍得酒业,这或只是复星国际董事长郭广昌在酒业布局的开端。“中国的好酒也不仅仅是白酒,所以我们会继续布局别的好酒。”4月初,郭广昌在舍得酒业2021年经销商大会上透露。

“复星系”成员企业豫园股份(600655.SH)于近日成立了复豫酒业发展集团(下称“复豫酒业”),董事长一职由复星战投部出身的复星全球合伙人吴毅飞担任。

“复豫酒业要在酒业的发展中横向扩展,做到多元化,围绕新的趋势去降低我们的风险。”近日,吴毅飞在复星内部讲话中透露了复豫酒业的布局。按他计划,降低风险包括经营产品、经营客户、围绕客户网络和渠道布局更多产品,“这个里面很多时候是需要投资并购来完成的”。

在酱酒热潮下,一些迹象也透露出复星涉足酱酒的意向。5月23日,复星云南公司投资总监马运通就到赤水河的发源地——云南镇雄考察白酒产业。

“复星确实比较看好酒类市场的发展前景,正在寻找投资机会。”一名复星内部人士对时代周报记者表示。针对复豫酒业未来投资并购布局事宜,时代周报记者联系复星国际相关负责人,截至发稿未获回应。

对酒情有独钟

试问中国资本大鳄谁的“酒量”最好,当属郭广昌。

郭广昌与酒结缘最早可追溯到1987年。当年20岁的他,还是一名复旦大学哲学系的学生。那年,他从上海骑自行车一路北上调研,抵达北京后,把自行车卖了,换来回程旅资,途中路过青岛。

在那个年代,青岛啤酒还是凭票供应的“奢侈品”,郭广昌盘点了所剩的旅资,发现只够在“吃饭与喝酒中二选一”,最终他省下两顿饭钱,才喝上了青岛啤酒。或许连郭广昌自己也没想到,30年后,他治下的复星系会成为青岛啤酒的二股东。

大学毕业后,郭广昌当过老师,在改革春风中“下海”,从经营一家咨询公司,到涉足生物医药、房地产、钢铁等行业,每一次都踩准了中国经济发展的机遇,逐渐构建起庞大的“复星系”,成为上海滩首富。

郭广昌也因此被外界称为“中国巴菲特”“投资猎手”。从2012年起,“复星系”开始谋求进军酒业。那年,“复星系”旗下平耀投资透露出有意参股湖北石花酒业的意图。平耀投资时任总监施小平在接受媒体采访时表示,2012年复星集团将加大白酒领域的战略投资。

不过,2012年开始限制“三公”消费,叠加塑化剂事件冲击,白酒行业“十年黄金期”画上句号,步入调整期。“复星系”入股湖北石花酒业一事未能成行。

进入2014年后,“复星系”在白酒板块动作频频。这一年,牛栏山母公司顺鑫农业(000860.SZ)定向增发时,复星国际曾参与过报价;同年,市场上再度流传金种子酒(600199.



“为什么要投白酒?原因很简单,喝了那么多酒,还是中国的白酒最香。”郭广昌在舍得酒业经销商大会上表示。郭广昌看上白酒这条赛道,或许不仅是嗅觉上的“最香”,更多的还是因为白酒行业堪比“印钞机”般的赚钱能力。

SH)将引入复星国际作为战略投资者的传言,以及复星国际涉足古井贡酒和老白干混改的消息;2015年,沱牌舍得集团进行战略重组,复星国际也一度被业内认为是沱牌舍得混改的接盘者。然而,上述多次尝试最终均无下文。

进军白酒多次受挫后,复星系转战啤酒行业。2017年,复星系豪掷66.17亿港元接手朝日集团持有的青岛啤酒17.99%的股份(2.43亿股),一跃成为青岛啤酒第二大股东。

“复星与酒的缘分,始于青岛啤酒,但绝不会止于青岛啤酒。中国人的餐桌上,一定离不开一壶好酒。”2019年10月,郭广昌公开表示。

该言论发表半年多后,复星系借道旗下豫园股份正式进军白酒。

2020年5月,豫园股份以总价18.37亿元收购甘肃亚特投资持有的29.99998%金徽酒股权,并成为其控股股东,郭广昌成为实控人;同年9月,豫园股份通过一致行动人海南豫珠,以要约方式收购金徽酒4058.08万股已上市无限售条件流通股,豫园股份及其一致行动人的持股比例由此提升至38%。

至此,郭广昌正式“饮下”了第一杯白酒。当然,仅一杯并不能填满郭广昌的白酒雄心。

2020年12月31日,豫园股份参与竞拍天洋控股持有的沱牌舍得集团70%股权,以45.3亿元成交价获得,豫园股份持有沱牌舍得集团70%的股权。时隔5年后,郭广昌正式成为沱牌舍得集团和舍得酒业实际控制人。

“为什么要投白酒?原因很简单,喝了那么多酒,还是中国的白酒最香。”郭广昌在舍得酒业经销商大会上表示。

郭广昌看上白酒这条赛道,或许不仅是嗅觉上的“最香”,更多的还是因为白酒行业堪比“印钞机”般的赚钱能力。2020年,舍得酒业的毛利率高达75.97%。

“郭广昌效应”

“复星系”入主后,金徽酒和舍得酒业股价均迎来一轮暴涨。金徽酒的股价一改多年颓势,一年暴涨3倍。舍得酒业也涨了一倍有余,业内称之为“郭广昌效应”。

这种效应不仅体现在股价上,还体现在管理上。

豫园股份控股金徽酒后,金徽酒董事会进行了一轮洗牌。在目前7名董事席位里,复星系占据4位,分别是豫园股份董事长兼总裁黄震、豫园股份联席董事长石琨、吴毅飞和豫园股份副总裁兼CFO邹超。监事会中也有复星系高管,分别是豫园股份副总裁王

瑾、复星创富投资董事总经理姚宇。

值得关注的是,“复星系”虽已进驻金徽酒董事会,但原有管理层未发生更迭。从舍得酒业董监事集体辞职的情况来看,几乎复制了金徽酒的路线,并未涉及管理层调整。

具体来看,舍得酒业辞职的6人中,有3人属于“天洋系”,其中任俐霞、李健辞职后,不再担任舍得酒业任何职务,任俐霞曾任天洋控股集团有限公司财务管理中心总经理、梦东方集团有限公司财务管理中心总经理;李健曾任天洋控股集团有限公司风控中心副总经理。不过,曾任天洋控股投资并购经理、董事长秘书的邱明选择留下,担任舍得酒业其他职务。此外,没有天洋系背景的余东、杨平、刘紫越也将继续担任舍得酒业其他职务。

“有天洋控股背景的人员的退出,意味着复星系对舍得酒业的进一步掌控。目前这些调整是为复星系派驻董事、监事腾位置。”白酒营销专家肖竹青对时代周报记者表示。

白酒分析师蔡学飞也对时代周报记者表示,复星深度介入舍得酒业的业务板块,在于加强对舍得酒业的掌控能力,只要协调好当地政府、销售团队的关系,借助复星的资本力量,对舍得酒业全国化战略与产品结构升级具有正面价值。而金徽酒本身产品结构稳定,团队执行效率较高,整体品牌与市场基础较好,复星更多地是针对现有战略的推动工作,保持稳定对于快速发展的金徽酒价值更大。

“郭广昌效益”也体现在业绩上。在复星的加持下,金徽酒2020年实现净利润3.31亿元,同比增长22.44%;其中包括省外市场在内的其他地区销售收入同比增长38.46%。2021年一季度,金徽酒实现归母净利润1.15亿元,同比增长99.34%。

在今年3月一次投资者关系活动中,金徽酒表示,净利润大增的原因之一是有“复星赋能”。“融入复星生态后,华东市场战略地位得到提升,将积极加快华东市场的开发进度。一是依托复星生态,深度开发复星体系内团购资源;二是将在华东市场组建销售队伍、探索营销模式,打造样板市场。”

“今后,复星集团将与甘肃省、陇南市携手,像贵州培育茅台酒一样来培育金徽酒,把金徽酒做大做强。”郭广昌今年4月初到金徽酒调研时表示。

郭广昌同样对舍得酒业寄予厚望。

“未来要让经销商赚大钱,将用复星的生态资源充分嫁接沱牌舍得,产生乘数效应。”郭广昌在舍得酒业经销商大会上表示,将从四个方面助推舍得酒业的发展,“希望复星的生态资源能够充分嫁接沱牌舍得,产生乘数效应;希望舍得酒业以科技为翅

膀,进一步创新;希望越来越多的年轻人懂得舍得智慧,懂得品味白酒的美好;希望舍得能够代表中国白酒走向世界。”

复星入主之后,舍得酒业的业绩同样实现快速增长。2021年一季度,舍得酒业实现营业收入10.28亿元,同比增长154.21%;净利润3.019亿元,同比增长1031.19%。

在肖竹青看来,复星国际在医药行业有着成功的投资经验,可以利用其资本优势和顶层设计能力,帮助收购的企业拓展更大的生存空间。复星留用金徽酒和舍得酒业原有的管理团队,在原有企业基础上做增量,既保证了原有团队的稳定,又尊重了原有行业的规则,同时还强化了资本赋能的力量,相信未来更多是通过强化激励政策,与高管团队利益捆绑,实现股东利益、客户和市场效益多方共赢。

如何实现多元化?

在加码白酒的同时,郭广昌似乎有点“移情别恋”,青岛啤酒变得“不香了”。

2020年以来,复星多次减持青岛啤酒。2020年9月、11月和12月,复星合计减持青岛啤酒H股股份6790.2万股。最新一次减持发生在今年4月29日,复星减持了青岛啤酒H股3300万股。

多次减持后,复星持有青岛啤酒股份比例由最初的17.99%下降至8.15%。通过数次减持,复星累计套现约70亿港元。从减持节点来看,正是在复星系收购金徽酒与舍得酒业期间,复星的资金实现了从啤酒到白酒的无缝对接。

与此前战略性参股青岛啤酒不同的是,“复星系”在白酒领域的投资属产业型控股,拿下金徽酒和舍得酒业后,复豫酒业应运而生。

4月5日,复星国际携复星复豫酒业负责人、金徽酒核心高管在成都与众多机构见面,首度披露复星投资白酒的逻辑框架。

吴毅飞表示,复星国际现在要做消费板块,纯财务型的投资基本不考虑。从产业发展来讲,要么在复星关注的还未布局的赛道里去做平台的布局,要么在已布局的赛道里从产业补强的层面去并购控股,基本以产业投资为主。

吴毅飞在近日内部讲话中表示,复豫酒业的终极目标,一是建设两张大的网络,即国内的深度分销能力以及海外的深度分销能力;二是在全生命周期里面抓住消费者,必须有多品牌的能力去笼络消费者。“而怎么触达到消费者则需要有我们的深度分销能力,一旦我们形成了这种能力,自然而然也能给我们的多元化投资带来扩展。”吴毅飞称。

“这个行业未来五年、十年长期可期,规模化的白酒企业更可期,复星的白酒不是茅五的打法,我们一定会走出一条自己的路。”吴毅飞说。

“多元化”、“投资并购”、“多品牌”和“产业运营”成为复豫酒业发展的关键词。

吴毅飞说,产业运营的背后是对产业深度理解的统一战略。复星首先考虑整个生态圈要横向布局,比如复星酒业板块不仅做白酒,符合人群消费特征的果酒、威士忌和其他品类要不要去布局?其次,复星要在产业链上下游布局,去提升产品力。

蔡学飞认为,复星对酒业板块的整合不断深入,成立单独的酒业公司有利于整合不同区域、品类的酒类资源,优化上游产业链,提高复星酒业板块的整体运营效率。在横向拓展方面,多元化是复星进一步通过资本杠杆并购酒企的信号,下一步可能会加大酱酒,以及不同品类区域名酒的业务拓展。

“整合是未来五年中国酒业发展的重要趋势。‘茅五洋汾’等一线品牌渠道下沉,难免有更多的地方区域酒厂面临发展天花板,复星横向整合酒业的想象空间巨大。”肖竹青表示,复星下一步可能会整合葡萄酒、黄酒、精酿啤酒,甚至涉足酱香型白酒。■

选秀综艺入冬 幕后制作团队爆料“潜规则”

时代周报记者 李馨婷 发自深圳

没有热搜、没有报道、更没有刷屏朋友圈的节目片段，一个多月来，选秀综艺一片寂静。

5月初的倒奶事件引爆了舆论，将选秀节目的乱象展现在人们眼前。舆论压力下，狂奔了16年的选秀综艺，就此按下暂停键。

“在大部分资方或从业人士眼里，目前选秀综艺是突然进入寒冬的状态。”5月底，深圳本地影视制作机构创始人罗欣向时代周报记者感慨。

对于刚刚入行不久的综艺新人来说，突然沉寂下来的行业氛围，也让人措手不及。“对于未来的规划，我挺迷茫的。”入行两年，参与制作《创造营2020》与《创造营2021》两季节目的新人陈树表示，成团夜一结束，“大家各奔东西，一切就像烟花一样，绚烂过后就消失”。

事实上，自2005年《超级女声》诞生以来，国内选秀节目已从少数人的成名之路，发展成为多方参与的资本运作阵地。

据艺恩调研报告，2018—2020年，《创造101》《青春有你》等季播节目热度不断攀升，真人秀节目成为最主要的综艺节目类型。仅在2020年，国内就推出了17档偶像选秀类综艺节目。

同类节目高产量，使得争夺观众注意力成为每个节目组“必修课”。

写剧本、立人设、暗中给情节“埋坑”、刺激参与者作出情绪反应，通过制造话题来提高播放量，成为选秀节目常态。

衍生的饭圈经济带来强大经济效益，为了支撑起选手的人气，各粉丝后援会在购买与投票所绑定的各类赞助商产品时，展现出了惊人的消费力。选秀中单个选手集资金额超过百万元已稀松平常，饭圈交易平台桃叭数据显示，截至4月22日，《创造营2021》决赛圈选手粉丝通过各种投票渠道，集资总额高达1.5亿元。

选秀节目也引来大量资本注意。2020年，仅在腾讯视频平台，17档综艺就吸引了168个广告主。

但资本入局重塑了综艺制作逻辑，昔日内容为王，这些年来则是流量为王。高流量带来的高收益背后，还有无法避免的高风险：任何一档选秀节目都仿佛身处风暴中心，一有风吹草动，节目制作便有可能终止。

关于选秀节目、真人秀综艺等，还有更多的话题为外人好奇。一个综艺制作人的工作内容是什么？节目组是否存在“恶意剪辑”？节目的规则，到底由谁制定、被谁真正把控？

综艺行业的内幕，或许可以从业



内人士的经历中窥得一二。

综艺制作新人陈树：
“利路修是个奇迹，投票赛制反人性”

我是2020年误打误撞入的行，至今已经参与制作了《创造营2020》与《创造营2021》两季节目。在此之前，我做过新媒体运营、做过短视频，研究生专业是制片管理，但完全没有接触过综艺，只是因为认识团队的人，又好奇综艺节目的制作流程，才加入了节目组。

作为新人，参与《创造营》这样的选秀节目的确有许多令人印象深刻的经历。

体量越大的节目分工越细，《创造营2021》节目组一共有700多人，分为30多个组，光是摄像组就有100多人。而所有工种大体可以分为三个大类：内容制作方面的，包括导演、编剧、摄像、剪辑等工种；制片方面的，负责项目整体管理；以及发行平台方面的。

刚进组时，好多工种都刷新了我的认知。

“撰稿”主要负责节目台本写作。比如，对选手反应的预判、对艺人讲述的规则等，都由撰稿组完成。

在学习电影制作过程中，编剧负责生产内容，但在选秀节目中，由于选手自己就是内容，因此，选秀节目的编剧主要负责和选手沟通。日常采访并记录选手在节目中的感想，这既能深

化节目组对选手的了解以便后续设计，又能帮助选手吐露心声。

场记和编剧的工作内容类似，只是记录方式不同。选手的公共生活区均装了摄像头，场记的工作就是记录选手们在聚光灯之外的生活情况，了解自然状态下选手的真实性格与人际关系情况。在选手最多的时候，节目组有30多名场记，平均一个人要负责跟进三位选手。

还有一个工种叫外联制片，名字听起来挺正式，但工作内容其实很繁琐。外联制片需要处理节目组与外界有关的一切公共关系事务，包括但不限于为节目组沟通本地拍摄资源、管理外部人员出入权限、带选手去看医生以及办签证。如果让我做这个岗位，我一定招架不住。

在这样一个庞大的团队工作，压力非常大，我总觉得自己像是被一股力量推着去成长。要处理的事情非常多，每件事都要非常谨慎，因为任何一个错误都可能导致非常严重的后果。弄丢一张工作证，有可能导致节目内容被泄露；审核内容时不小心看走眼，节目内容上线后就有可能引发舆论风波。纰漏出多了，节目的口碑就会受损，谁也承担不了这个责任。

尽管跟组大半年，但因为工作性质偏后期，我基本没和《创造营2021》的选手们正面接触过，了解他们主要靠视频素材。

可以分享一个我观察了大量场内外素材的感受：利路修本人和节目里呈现的一样，非常不愿意成团。有时候，我觉得选秀打投机制真有些反人性，竟然要让别人决定自己的命运。粉丝们也很疯狂，每期节目都在打投，默认自己打投支持的选手是完美的，一旦成片里任何片段不利于某个选手，粉丝就会投诉我们“恶意剪辑”，但事实上，真的没有“恶意剪辑”。

我感觉，近年来层出不穷的综艺，基本都只是在选秀、才艺秀、亲子游等几类框架里打转，这让受众有些审美疲劳。我觉得这样粗暴地复制节目形式，换汤不换药，并不利于整个综艺行业的发展。

对于未来的规划，我也挺迷茫。制片团队的工作强度很大，一旦跟起项目，就是天南地北地跑、没日没夜地干，但新人的收入水平并不能匹配这个工作强度。而且制片团队又是项目制，收入不太稳定。

有时，参与综艺项目还要处理情绪上的落差感。比如，《创造营》的成团之夜总是万众瞩目，但这个夜晚一过去，选手与大部分节目组人员就各奔东西，短期内非常密集的联系一下就被切断，一切就像烟花一样，绚烂过后就消失。节目组的工作团队往往在项目间游走，重复经历着这种情绪上的落差。

➡ 下转P21

产经一周观察

土地财政变局还未到来 切勿过度解读



忻奇琪
时代周报上海新闻记者

土地财政收入迎来重磅新闻。

近日，财政部、自然资源部、税务总局以及人民银行四部门，联合发布了《关于将国有土地使用权出让收入、矿产资源专项收入、海域使用金、无居民海岛使用金四项政府非税收入划转税务部门征收有关问题的通知》（下称《通知》）。

《通知》决定，原先由自然资源部门征收的上述四项非税收入，全面划转给税务部门负责征收。而上海、河北、青岛、浙江、安徽等地将从7月1日开始试点，2022年1月1日起在全国全面实施。

征收部门的突然转变，让不少人觉得“土地财政”时代将因此而终结，认为此举将土地收入直接规划中央，地方政府不能再靠卖地获得非税收入了，没了土地出让金，那么“亏空”的那部分或将通过征收房地产税来补足。

但事实上，这样的解读并不是很准确，甚至有些“过度”。《通知》明确提出这四项政府非

税收入的征收范围、对象、标准、减免、分成、使用、管理等政策，都将按照现行规定执行。

换言之，土地出让收入仍全额纳入地方政府性国库，支出也仍然归属地方政府性基金预算安排，因此短期内对于地方政府的整体影响并不大。

在笔者看来，此次政策更多地是基于财政税收改革的角度进行的，将财权统一理顺，并不涉及中央地方二次税收利益调整。与此同时，地方通过房地产税征收来补足的说法更是有些“听风就是雨”。

那么，土地收入被纳入税收部门管理意味着什么？

近年来，地方政府财政对土地出让金的依赖程度呈现出逐年递增的趋势。据财政部数据显示，2020年地方政府国有土地使用权出让收入累计高达84142亿元，2021年前4月，国有土地使用权出让收入为21383亿元，同比增长

了35%。

与此同时，由于各地招商引资的竞争激烈，往往会在实际过程中出现“先征后返”“出让金减免”的现象。在原来的征管模式下，税务系统与地方政府相对独立，土地出让与土地开发容易出现多头管理的现象，土地增值税之类的税收较难进行全过程监管，导致清算难度增加。

这笔每年8万亿元的收入被统一纳入税务部门后，将大大推动地方政府非税收入的收支结构合理化，提高征收效率，有利于引导地方政府减少对土地财政的依赖。

当然，对房地产开发来说，投资拿地的过程中，该花的钱还是一分少不了，但也难免会遇到涉及土地出让金减免或者相关税费合并缴纳的情况。

由于征收部门的变化，房企需要及时与当地税务部门进行沟通，做好“未雨绸缪”的准备，以防自己在拿地的过程中陷入被动。■

曹县年轻人不爱北上广：二代接班做棺材 博士返乡卖汉服

时代周报记者 李静 发自上海

打框架、压机、组箱体、包布、钉底板，工人们井然有序地忙着手头的活儿，一具具棺材逐步成型。制作完成经检验后，这些棺材将出口到日本。

这样的棺材制造厂，山东菏泽市的曹县有很多。

因为一段搞笑短视频，曹县一夜成名。这些年，这座名不见经传的鲁西南县城不断缔造“造富神话”，吸引一批又一批的年轻人返乡置业。

田亮是土生土长的曹县人，毕业后，他没有选择在北上广深漂着，而是回到家乡接手家族的棺材生意。现在，田亮是菏泽德弘木制品公司（下称“德弘”）的经理。6月1日，他在朋友圈发出招聘启事，“工艺品厂扩建，大批招收长期女工30名”。

“2012年大学毕业后，我就开始经营家族生意，虽然也想过去大城市闯荡，但现在还是觉得返乡是最好的选择。”5月31日，田亮对时代周报记者表示。在曹县，像田亮这样的年轻人不在少数。他们“回流”返乡，写下各自的故事。

棺材卖向全世界

1989年出生的田亮，年纪不大，但已在德弘工作9年。

虽是“少东家”，田亮进入公司后从基层起步，历经多个岗位锻炼，如今已是工厂负责人，负责港口船务管理、采购、账务等。

在田亮读高中时，德弘就已开始制造棺材。

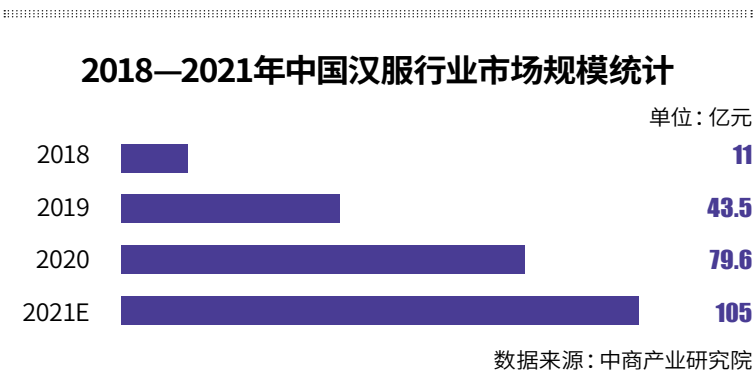
那时的田亮还在县城读书，两四周回家一趟。印象中，父母整天都在工厂忙碌，周末也难得见上一面。

“2005年，向我们购买原材料的日本客户觉得加工利润低，主动找上门来，希望我们提供棺材成品。”田亮告诉时代周报记者，看到这样的机会，父母决定开始做棺材出口生意。

日本客户大老远来买曹县的棺材是有理由的。

曹县盛产的泡桐木是制造日本棺材的最优选择。同时，曹县棺材制作的主要过程均由手工完成，加工时，生产者必须做好手部清洁，连指甲也要干净。即便一口简单、普通的棺材制作工序也有30多道。

田亮坦言，日本人尊重死者，在日本最贵的车是用来当灵车的，日本人对于棺木的质量要求很严格，接近于严苛。相对于称之为棺木，更适合称之为工艺品。



尽管如此，田亮的棺材生意依旧不平顺。

田亮告诉时代周报记者，刚开始招工比较困难，有一部分人听说是在车间做棺材，扭头就走。后来人们慢慢发现，棺材并没有想象中那么可怕，反而更像一件工艺品。慢慢一传十、十传百，大家逐渐了解了公司的产品和业务，招工情况才逐步变好。

“有一件特别有趣的事，当时我们的产品包装需要纸箱，纸箱厂的一名员工来我公司送货，结果到卸货车间看到的却是棺木。他回家3天不敢睡觉，第4天回纸箱厂辞职了。”田亮向时代周报记者回忆道。

就这样，德弘的棺木生意从月产量1000多口，到如今年产30万口。现在，德弘棺木产品占据日本市场1/4的份额，2020年营业额达1.1亿元。

除德弘外，在曹县庄寨镇，还分布了众多出口型棺木生产企业。

如菏泽德亿利木业有限公司生产的棺木，甚至远销西班牙、意大利、法国等国家。

菏泽市政府网站显示，目前，庄寨镇全镇木材加工企业600家，个体加工户2000余户，从业人员约6万人，全镇规模以上工业企业55家，主营业务收入50亿元。

随着时代变化，如今，田亮也在思考找寻新出路。

“这个行业是典型的劳动密集型产业，人力资源成本不断上升。我想通过自动化改造降低人力成本，实现黑灯工厂。”田亮说，这也是自己个人的一个愿望。

汉服一年卖出1500万元

曹县另一大为人熟知的产业是汉服。

胡春青夫妇是曹县汉服经营者的代表之一。2018年，在中国科学院金属研究所和大连理工大学攻读博士学位的胡春青回到家乡曹县大集镇，一边继续研读学业，一边帮助爱人孟晓霞一起创业，经营演出服装和汉服。

在胡春青回来之前，孟晓霞就独自在曹县做起了演出服生意。

回忆起以往，孟晓霞笑着说：“我是一个要强的人，即使吃了很多苦我也想作出成绩。当时就在自家的院子里开张，从一点一滴做起，后面从原料到成品，我很快熟悉了服装生产的各个环节，生意越做越大。”

在和丈夫胡春青后续创业的过程中，孟晓霞早前做演出服生意的经验起到了很大作用，加上胡春青在理

论和技术层面的支持，很快，他们的汉服生意做得风生水起。

今年一季度，两人的汉服生意销售额达到300多万元，预计全年能突破1500万元。

“我经历了曹县汉服产业的转型变化，原本被消费者诟病的部分质量问题、款式都在不断变好。我希望通过改良汉服，让产品更丰富，让汉服融入人们的日常生活。”孟晓霞向时代周报记者表示。

虽然生意火爆，但孟晓霞不敢停下脚步，依然对曹县汉服产业未来发展不断思考。

“版权意识在汉服市场里非常重要，作为汉服商家不能只做加工厂，要做品牌化、智能化。这恰恰是曹县汉服产业需要改变的方向。”孟晓霞说，如今公司已设计出40多款汉服款型，获得了12个原创美术创作版权专利。

在孟晓霞看来，汉服产业在曹县这片热土还有很大发展空间。

企业高管舍杭州回曹县

除了传统制造业，传感器等颇具科技含量的新兴产业也在曹县落地。

和田亮、胡春青夫妇一样，山东科敏传感器总经理张宪银也选择回曹县发展。

因为科敏集团计划在曹县建立生产基地，负责医疗类、家电类温度传感器等产品的生产，去年11月，张宪银从生活了10多年的杭州回到曹县，负责科敏集团在曹县的经营管理工作。

“家里人还是比较支持的，我想等在曹县这边稳定了，就把家人接过来。”5月31日，张宪银对时代周报记者表示，虽然离开了生活10多年的杭州，但想到可以为家乡作些贡献，还是觉得很值得。

张宪银向时代周报记者介绍称，预计科敏传感器项目一期可实现年销售收入3亿元、税收2000万元，提供就业岗位800个。

“下一步，我们计划建设科敏工业园，这样我们就可以从单一的零部件向高端成品机迈进，打造具有国际品牌价值的集团化企业。”张宪银向时代周报记者表示。

根据曹县2021年的政府工作报告，“十三五”时期，曹县返乡创业就业8.6万人，创办各类经济实体2万家，带动就业50.3万人，引进博士27人、硕士310人。

“还是希望更多的人能回来建设家乡，像传感器这种高新技术，需要更多专业人才。”张宪银向时代周报记者说道。

1500
万元



1.1
亿元



“公交电梯”运行4个月引热议 共享模式解决老旧小区改造难题

时代周报记者 李静 发自杭州

“我家住在6楼，自从安装了‘公交电梯’，几乎每天都会乘坐。相较以往还是方便了很多，毕竟有了选择权。”5月29日，汪敏（化名）向时代周报记者表示，“公交电梯”单次乘坐费用为1元。

汪敏所在的社区是杭州市临安区锦北街道碧桂苑小区，建成已近20年，总占地面积22.18万平方米（约333亩），都是6层楼高的居民楼，共有1849户，老年人较多，加装电梯是小区改造的重点工作之一。

所谓“公交电梯”，是指在老旧小区加装电梯，住户像乘坐公交车一样付费使用。

这种颇为新颖的共享模式在网络迅速引发热烈讨论。

在新浪微博上，“杭州试行公交电梯1元1次”话题阅读量超过1亿。

有网友表示，1次1元收费太贵了，

也有网友担心老年人在操作上存在一定障碍。

“我们一家5口人，4个大人，1个小宝宝。每月花费在乘坐电梯上的费用至少在150元。”汪敏坦言，自己乘坐“公交电梯”还相对克制，下楼都是走楼梯。

6月1日，时代周报记者从“公交电梯”运营方浙江欧姆龙电梯有限公司相关负责人姜先生处了解到，碧桂苑小区已经有75台这样的“公交电梯”正式投入使用，还有39台已完成公示，正等待验收，今年将全部投入使用。

在城镇化持续发展、旧楼加装电梯等因素推动下，电梯行业正呈快速发展态势。

据前瞻产业研究院数据统计，2020年，全国电梯、自动扶梯及升降机产量为128.2万台，累计增长7.9%。预计未来我国电梯产量仍将保持高速增长，到2026年，我国电梯新增量将达到230万台。

“公交电梯”这一新兴模式的出

现，可为我国老旧小区电梯改造提供一条新思路。

问题的关键在于，这种模式能否可持续，是否具备对外复制推广的普遍意义。

5年内收费不变

5月29日，时代周报记者走访碧桂苑小区看到，与普通电梯不同，“公交电梯”加装于楼栋外部，电梯内有一块电子屏，可以进行人脸识别，识别通过后，便可点击想去的楼层。

“电梯公司全额承担前期建设和后期维保费用，我们只需乘坐交费。”汪敏介绍称。

因为采用人脸识别扣款，用户需提前下载“公交电梯”APP，录入家庭地址、个人头像以及缴费充值，每次乘坐系统会自动扣费。有访客时，用户可在APP内点击“访客通行证”按钮，分享乘梯二维码。

多人乘坐“公交电梯”时，按注册地址的房间号扣费。房间号相同的一

家人，多人同时乘坐电梯到达同一楼层，不按人数收费，只按次数收费；房间号不同的家庭，即使住在同一楼层内，也需要分开付费。

汪敏告诉时代周报记者，自己还算比较“克制”，但从2月电梯开通后，还是花费了几百元。

这一费用并非所有住户都能接受。“1元1次还是有点贵，我也习惯了爬楼梯。”

5月29日，同样住6楼的碧桂苑小区居民赵信（化名）告诉时代周报记者，虽然住6楼，但自己从没使用过“公交电梯”。

“3楼以下的一般就不会坐了，我们6楼的邻居和5楼的住户会经常坐。”汪敏认为，公交电梯对高楼层住户还是非常方便。

对于收费标准，姜先生告诉时代周报记者，每次1元，是公司根据电梯运维成本、保养费用、电费等综合成本，加上3楼及以上用户每家每天4—6次的使用频率计算得出的。

“和业主签的协议是5年之内价格不变，5年之后可能会根据市场物价指数做一些调整。”姜先生说。

高楼层住户感到方便，低楼层住户却有着自己的顾虑。

一名住一楼的碧桂苑小区住户告诉时代周报记者，自己肯定用不到“公交电梯”，此外也担心，安装电梯会影响楼层采光，以及对低楼层房价可能会有不利影响。虽然有所顾虑，但在整栋住户的协商下，自己还是同意了安装。

“公交电梯”能否持续？

“在老旧小区安装电梯，传统的模式是政府补助+居民自筹，由政府提供一笔资金，再由业主补齐剩余费用。这样算下来，想要安装的居民，每家要出几万元。”姜先生向时代周报记者坦言，这样的模式很多居民会犹豫，推行起来有难度。

揭开鸿蒙面纱

◀ 上接P1

“过去10年是转型的10年，未来10年，华为消费者业务的战略是‘1+8+N’全场景智慧生活解决方案，重点围绕智能家居、智慧办公、智慧出行、运动健康、影音娱乐五大生活场景。”余承东称。

业界认为，华为的“1+8+N”战略构筑了鸿蒙OS的生态体系。其中，“1”指智能手机，是整个设备互联网网络接入口；“8”指8大终端，分别是车机、音箱、耳机、手表/手环、平板、大屏、PC和AR/VR；“N”则是其他IOT设备。

华为介绍，无论设备大小，只需一个系统就可以覆盖内存小到128K，大到4GB以上大大小小的智能终端设备。HarmonyOS通过分布式技术让一套系统满足多种设备需求，将N个设备组合成1个“超级终端”，根据个人需求自由调用。

例如，深夜在家观影时，将智慧屏图标拉向手机，视频自动由手机接续到智慧屏上播放；佩戴HUAWEI FreeBuds 4，将耳机图标拉至手机，可实现智慧屏看画面，耳机听声音。

除华为自有设备外，智能家居与手机只需一碰即可连接：支持HarmonyOS Connect的美的蒸烤箱选择菜谱一键烹饪、海尔电冰箱根据食材智能变温、九阳豆浆机根据健康数据推荐饮品。

华为还展示了预装合作新品万兴喵影HD 2.0版本，这是A股数字创意软件龙头万兴科技（300624.SZ）旗下产品，也是全球首款搭载HarmonyOS华为Pad的预装视频创意软件。

“万兴科技选择加入HarmonyOS生态，基于战略、业务多层面的考

虑。”6月2日，万兴科技战略发展部负责人Patrick在接受时代周报记者采访时表示，万兴科技牵手华为，意在共建国产操作系统的软件生态，加速包括HarmonyOS在内的国产软件生态建设。

“HarmonyOS 从与硬件的捆绑协同来看，类似于苹果；从免费开源的角度看，与Android相像。无论是谷歌的Android还是苹果的iOS，实现收入主要是通过广告和APP销售额提成两种模式。”5月31日，东吴证券分析师张良卫撰写研报称。

张良卫认为，目前阶段，HarmonyOS能达到Android 70%—80%技术水平，HMS生态已经成为全球第三大应用生态。随着后续HMS生态的逐渐成熟，凭借HarmonyOS庞大的终端数量，HMS生态有望成为华为新的收入引擎。

对于鸿蒙未来的盈利模式，华西证券计算机行业首席分析师刘泽晶有类似的判断：苹果（不直接销售）每年通过操作系统取得增值收入超过150亿美元；谷歌每年取得的增值收入和授权收入也高达数十亿美元，HarmonyOS也将开创巨大的增值服务/授权市场，HMS生态产业链或是直接抓手。

“朋友圈”有待扩大

DCCI互联网研究院院长刘兴亮将HarmonyOS 视为华为跻身生态巨头的重要砝码。

“全球市值排名前10的科技巨头，可分为两类：一类提供操作系统；另一类则是平台型企业，其中两者兼备的（企业）排名靠前，例如苹果、微软和谷歌。对华为来说，自身平台在，就差操作系统了。”刘兴亮说道。

从产业链来看，随着HarmonyOS



生态逐渐繁荣，两类企业将从中获益。其一是HarmonyOS的开发合作伙伴，其二是HarmonyOS的生态应用厂商。

时代周报记者注意到，目前已有美的集团（000333.SZ）、九阳股份（002242.SZ）、润和软件、中科创达、九联科技等多家上市公司对外披露HarmonyOS生态合作伙伴的身份。

“美的从跟华为高层正式接触鸿蒙，到决定全公司上下一起来推广鸿蒙，只用了不到两个月。”日前，美的集团IOT技术副总裁兼首席技术官向江旭在接受媒体采访时提到，去

年开始，美的全方位、全品类地拥抱华为HarmonyOS，包括油烟机、洗碗机、电热水器、净水器、烤箱等在内，美的智能家电可以通过手机“碰一碰”实现极速配网，接入鸿蒙生态圈。

九阳股份证券部工作人员则告诉时代周报记者，公司部分产品已对接使用华为HarmonyOS。“目前处于合作初步阶段，研发等方面的接触还挺顺畅。”该工作人员介绍称。

不过，A股市场上，部分公司虽然被冠以“鸿蒙概念股”，深受投资者和机构追捧，但其鸿蒙业务体量普遍较小，或相关产品仍处在研发或待

发布阶段，对业绩的贡献并不明朗。

其中，润和软件（300339.SZ）作为HarmonyOS 2.0的首批生态共建者，在近期披露了鸿蒙相关业务的业绩贡献情况。

公告显示，2020年，润和软件鸿蒙相关业务对外实现销售收入155.22万元，毛利约30.3万元，对公司当期营业收入及净利润的影响非常小；2021年鸿蒙相关业务在手订单额为2365.75万元，较2020年有大幅提升，但鸿蒙业务量占公司业务总量比重较小，未对公司经营业绩产生重大影响。

同样被列为HarmonyOS 2.0首批生态合作伙伴的中科创达，近日在互动平台回复投资者称：“中科创达旗下子公司创思远达Ainergy推出了面向嵌入式WiFi+BLE芯片的鸿蒙操作系统发行版。”

据悉，该操作系统支持鸿蒙碰一碰配网以及HarmonyOS Connect，能有效缩短客户产品鸿蒙适配、HiLink对接周期；可广泛应用于智能家居、智能照明等面向个人、家庭和行业的物联网产品和解决方案。

针对合作细节，6月3日，时代周报记者以投资者身份致电中科创达证券部，但相关工作人员以“签订了保密协议”为由，未透露更多细节。

另一家已成立鸿蒙实验室的HarmonyOS生态合作伙伴九联科技，还参与了鸿蒙生态链的相关产学研合作。

“与高校有相关科学产品的推进，至于具体的在研产品，晚些时候才会推出。”九联科技证券部人士向时代周报记者如此表示。

东吴证券分析认为，目前HarmonyOS生态方兴未艾，但业绩兑现较为遥远，目前的行情仍以主题和预期的形式推进。■

财经资讯

时代财经

行业风向
经济走势

财经读本
企业第一

时代财经

NEWS TIME

时代财经

荣获由中国科学院主管的《互联网周刊》和eNet研究院评选的，财经APP排行榜榜首。

荣获由全球知名的移动互联网第三方数据挖掘与分析机构iiMedia Research Group（艾媒咨询集团）主办的中国鼎煤奖“最佳新闻客户端”。

在网易新闻主办的2019年态度风云榜评选中，荣获“2019年度最具影响力媒体”奖项。

扫码阅读最新资讯

供应链攻破全球红海 这家中国公司成跨境电商巨头

时代周报记者 李馨婷 发自广州

一个跨境电商隐形巨头正进入大众视野。

5月28日，跨境电商公司SHEIN发布声明，称公司短期内还没有进行IPO的计划，澄清公司近期上市传闻。

从经营数据上看，SHEIN已悄然成为庞然大物，但对于大部分国内消费者来说，SHEIN却是个陌生的存在。

在官网上，SHEIN的介绍仅寥寥数语：2008年成立于南京，是全国最大的跨境快时尚公司，也是全球快时尚电商品牌平台。

“SHEIN从不与媒体接触，就算直接给创始人打电话，他也不会回应任何问题。”5月28日，一位与SHEIN往来较密切的业内人士向时代周报记者说道。

SHEIN的网站让人眼花缭乱。快时尚服饰琳琅满目，当日上新产品可达上万件，且绝大部分产品售价仅6—20美元之间，价格低廉。

2021年，SHEIN荣获美国投资银行、资产管理公司Piper Sandler所评选的美国年轻人受欢迎的品牌。据应用追踪公司App Annie和Sensor Tower数据显示，截至5月17日，SHEIN取代亚马逊成为美国iOS和Android平台下载量最高的购物APP。

靠着把廉价衣服卖给外国年轻人，SHEIN怎么就成为了比肩亚马逊的电商公司？近日，多位业内人士均向时代周报记者表示，SHEIN的核心优势，在于其领先于行业至少4年以上的供应链实力。

6月3日，时代周报记者致电并致函SHEIN提出采访事宜，截至发稿未获回复。

年营收近100亿美元

便宜、款式新潮、品类极多，是SHEIN给消费者的第一印象。

点开SHEIN的购物页面，满屏都是折扣信息，新用户注册有9折、订单超过69美元有8.5折，且大部分产品售价不超过20美元。

SHEIN的快时尚产品款式还极多。仅在6月初的其中一天，SHEIN美国站就显示有高达27396款新品上新。

据媒体报道，早在2019年，SHEIN



就做到全年上新15万款，平均每月上新1万余款，仅用一两个月就赶上了Zara全年的上新量。

尽管鲜少被国内消费者知晓，但SHEIN在国外却是货真价实的“网红”品牌。品牌官方账号在社交媒体Instagram上粉丝超过2000万，Youtube上播放量数十万的新品测评视频随处可见，Facebook上有无数的用户发帖感叹自己在网购SHEIN的路上停不下来。

在美国，SHEIN的谷歌搜索量是Zara的3倍以上，而在法国、西班牙、英国、沙特等地，它是APP Store上排名第一的购物应用。

SHEIN在海外的高流量为其带来高收入。2018年，SHEIN总营收突破百亿元，2019年突破200亿元。在各大快时尚品牌因为疫情而关闭门店求生时，没有线下门店的SHEIN继续崛起，2020年总营收近100亿美元（约合人民币超600亿元），这也是SHEIN连续第6年营收超100%的增长。

根据SHEIN官网信息，品牌目前拥有中国、印度、美国东西海岸等地的6个物流中心，同时，它还拥有洛杉矶、列日、马尼拉、迪拜、孟买、义乌及南京7个客管中心。

资本也持续青睐这一品牌。

据天眼查信息，SHEIN运营主体南京领添信息技术有限公司成立于2014年，且公司几乎保持着一年一轮融资的节奏，每轮融资金额基本达

上亿元，红杉资本中国、环球老虎基金、IDG资本等知名投资机构均参与其中。2020年，SHEIN已完成E轮融资。

据5月12日Google与Kantar发布的《2021年BrandZ中国全球化品牌50强》名单，SHEIN排名第11位，高于腾讯、中兴、比亚迪，且已经连续3年上榜上述榜单的前30名。在Piper Sandler2021春季发布的最受欢迎电子商务网站榜单中，SHEIN仅次于亚马逊，排名第二。

5月28日，跨境电商新媒体亿恩网创始人鲁泓海向时代周报记者分享了自己一位朋友的故事：2011年，国内跨境电商独立站创业潮正当时，该朋友曾有机会加入草创时期的SHEIN，但最终选择了自己创业。10年后，当他再次听到SHEIN时，它已经成为中国最大的跨境电商公司。

SHEIN是怎么悄悄达到了如今的成就？

低价走量的极致模式

低价走量的模式在国内电商平台相当常见，但要將这一模式复制到海外，最需解决的问题则是让庞大的海外客群认识并接受自身品牌。

SHEIN的营销之路，早从2011年便开始。

2011年，SHEIN开始在国外服饰搭配网站Lookbook.nu上寻找海外网红，通过免费邮寄样品的方式让对方销售。在网红身价大幅上涨后，SHEIN开始与大学生群体、中腰部网红博主

以及有粉丝基础的宝妈进行合作。比起头部网红，上述群体与SHEIN的目标客群距离更接近，而提供免费购物额度或者单件计算佣金的合作方式，成本也相对较低。

上述营销方式带来显著的效果。流量分析平台SimilarWeb数据显示，在SHEIN最大的流量来源美国，2020年1—3月，SHEIN源自于引荐渠道（即从其他社交平台或者网站引导用户进入自身网站）的流量达到了19.41%。

但在鲁泓海看来，营销并不是SHEIN所最看重的经营动作，“SHEIN最看重且最核心的优势，还是它的供应链。”鲁泓海说道。

多名业内人士表示，2015年以前，SHEIN的货源基本来自广州十三行服装批发市场。公司会先把批发商的服装图片挂到网站，有订单后再拿货发货。随着SHEIN订单量急速扩大，这种模式的劣势也逐渐显现。当订单量超过2000万元时，无法及时备货降低了SHEIN在用户端的收货体验，品牌回购率无法提升。

据鲁泓海透露，上述原因下，SHEIN从2015年开始在广州番禺自建供应链，在建立产品研发团队的同时与服装厂建立合作关系。相比之下，国内其他大型跨境电商公司直到2019年才开始在供应链方面布局，“SHEIN超前于行业起码4年以上，且已经设立了一套标准，把供应链‘教育’得非常好。”鲁泓海说道。

SHEIN原移动总经理裴喝曾在一个活动上展示过公司的追踪系统。在产品研发层面，SHEIN能将各类大小服装零售网站的产品都抓下来，总结当前流行的颜色、图案与产品水平。根据各个渠道的线索，公司设计师和买手再组合元素设计新衣服，或者去联系工厂看有没有合用的衣服款式可以直接生产。

根据SHEIN今年1月公布的供应商招募计划，SHEIN目前与供应商主要有两种合作方式，对于没有设计能力的供应商，SHEIN提供样衣，随后供应商包工包料完成生产，供应商需要在7—11天内交货；而对于具备设计能力的供应商，SHEIN则要求其在10—15天内交货，两类供应商都需要具备100—500件的小单快返能力。

6月3日，SHEIN供应商David（化名）

告诉时代周报记者，通常来说，因为产量小、收入较少但综合成本高，供应商并不愿意接小单，但SHEIN的合作模式却较好地解决了上述痛点。

上述供应商透露，劳动密集型的服装厂现金流长期紧张，而SHEIN回款非常准时，这成为了双方合作的重要基础。与此同时，SHEIN考虑到供应商在接小单时的顾虑，合作时往往以多笔小订单形成规模效应，以弥补单笔小单的短板。更重要的是，在多SKU订单的合作前提下，SHEIN与供应商建立了较为可持续的合作关系。

“当下，由我们生产多个款式的产品让SHEIN快速上新测试市场效果，日后一旦这些款式里出现了爆款，SHEIN也会将相应的订单给我们。”David说道。

除此之外，SHEIN还会向供应商提供每款产品所对应的布料供应商、不同款式衣物的尺寸指南以及公司基于大数据所总结出的产品规范。“规范里，对不同消费人群的穿衣用料区别、不同款式产品的市场热度等信息都有详细的记录，指导性很强，对供应商也是一种培训。”David说道。

目前，最快速度下，快时尚巨头Zara能在14天内将衣服制作好再送往门店，而时代周报记者从SHEIN供应商处了解到，目前，SHEIN从打样到生产周期，比起Zara耗时缩短了一倍。SHEIN在番禺所形成的产业配套，也吸引来更多跨境电商在此布局。

在财经评论员王赤坤看来，SHEIN如今的地位，是天时地利与人和的产物。“公司在跨境电商赛道内入局早，瞄准了国外年轻消费群体以及相应的产业空白，并依托强大的供应链与数字化供应系统取得了细分领域的优势。而独立站的形式，则让SHEIN牢牢把握住了流量。”王赤坤对时代周报记者分析道。

鲁泓海则认为，目前其他跨境电商已经很难追上SHEIN的发展步伐。但鲁泓海同时表示，SHEIN的业务布局还可以再往前一步。

“海外疫情缓解后，SHEIN应该在海外市场进行线下店布局。通过互联网，对消费者的了解始终有限。只有与消费者实现线下互动，才能做到真正意义上的D2C（Direct-to-Consumer，直接面对消费者）。”鲁泓海说道。■



美景不止于方寸之间
回归自然生活·拥有健康人生

中宣部宣教局 中国文明网

端午旅游人次或突破1亿

部分广东订单主动延期

时代周报记者 李馨婷
实习记者 刘璐 发自广州

继清明、五一假期后，旅游行业又即将迎来端午假期，行情依然火爆。

携程、去哪儿、马蜂窝三大旅游平台数据显示，端午假期国内旅游产品、酒店、机票的订单量与价格均有所增长。今年端午出游人次有望恢复至2019年同期水平，出游人次将达到1亿。

只是，出于新冠肺炎疫情防控考虑，一直以来都是旅游主力军的广东人尤其是广佛两地游客，今年有部分游客已取消出游计划。据飞常准APP数据，截至6月1日，广州白云机场取消了近半航班，已有660多个进出港航班被取消。

“取消出去玩，精神损失挺大。”6月3日，广州人张星（化名）向时代周报记者调侃道。为配合疫情防控、减少防疫压力，张星主动取消了计划已久的自驾游，决定暂时留守广州。

老广暂缓出游

携程数据显示，2020年端午，广州是全国范围内最火热的出发地与目的地之一。但今年端午假期，根据去哪儿与马蜂窝数据，广州的出游人气有所下降。

酷爱旅行的广东人决定暂时不去“叹世界”了。

早在半个月前，张星便与朋友订下了为期7天的甘南包车游，原定6月6日错峰出发，行程除去吃喝购物，每人花费5000元左右，她对该行程安排颇为满意。

就在临出发前十天左右，广州市区内接连多日通报新增新冠肺炎疫情病例。看着全市紧锣密鼓地防疫动员，张星按捺下了骚动的心，主动取消了行程。

深圳人邓佳（化名）的经历类似。早在五一时，她就计划好了端午去武汉旅游。但疫情影响之下，考虑到各地

政策可能随时有变，与朋友协商之后，邓佳也取消了行程。

一直以来，广东人都是国内旅游市场的主力军。中国旅游研究院监测数据显示，今年五一，广东省游客接待量与净流出量均位居全国第一。而主力军的缺席，也对国内各地的旅游业务造成部分影响。

6月3日，在湖南郴州东江湖边经营网红民宿的老朱（化名）告诉时代周报记者，他的民宿共16套房源，2017年开业以来，广东游客常年占据订单量的六成。但近期，广东客人基本都退订了，“目前我们的预订系统还没开放端午期间的房源，但可以推测，广东客人可能不会太多。”老朱说道。

经营西藏户外旅游业务的五元（化名）也遇到类似的情况。五元告诉时代周报记者：“在我这，广东订单常年占总单量的四成，但目前已经全部取消。”

宁夏某旅游公司的露营地负责人李琦林则告诉时代周报记者，公司共有近50顶帐篷，广东游客平时在公司业务的占比约在20%，端午预订占比则在30%，“这阵子广东人先后退订，现在只剩几单还在观望，对我们影响挺大的。”李琦林说道。

尽管出行计划暂缓，但无论是广东人还是各地的旅游从业者，都对前景乐观。

取消了武汉之行的邓佳表示虽然有些遗憾，但旅游后会有期，“已经和朋友改期到了10月份，到时一定已经风平浪静。”她说道。

老朱与五元也向时代周报记者表示了类似的感受：“国家防疫已经很有经验，相信用不了多久就能恢复常态。”

周边短途旅游成主力

除主动暂缓出游计划的广东游客以外，端午旅游市场仍是热火朝天。

经过史上最火热的五一假期，携程研究院行业分析师方泽茜预计，端午节国内旅游市场将继续向好。“虽然全国范围内还有零星疫情散发，但



是整体上防控良好的形势增强了人们出游的信心和意愿。”方泽茜表示。

携程《2021年端午节预测大数据》显示，截至6月2日，在携程上预订的旅游订单量比2019年同期增长了135%，这一数据还将随着端午节假期的临近而增加。

酒店和机票的价格上涨明显。马蜂窝数据显示，端午节酒店均价比疫情前同期上涨51%；机票均价为890元，比2019年同期上涨49%。去哪儿的端午节机票均价为707元，相较2019年同期也有一定增长。

受疫情影响，加上端午节假期较短，中短途周边旅游成为假期主要出游方式。

携程数据显示，端午节近一半游客选择了300公里内的周边游，省内游客超过六成。而去哪儿平台上，周边游火热，城市群“内循环”也受到游客青睐。

“酒店式度假”也成为流行出游方式。“酒店式度假”即以一家度假型酒店为目的地和中心，在本地和周边进行两三天深度旅行，进行吃住玩一体式的消费方式。携程数据显示，相

较2019年端午节同期，周边酒店的预订量增长了约三成。其中，高星级酒店约占端午节酒店预订总量的一半，比起五一时的占四成有所增长。

文化旅游、主题旅游火热

今年端午假期恰逢第五个“文化和自然遗产日”，文化元素成为游客们的关注点。

马蜂窝数据显示，北京故宫博物院、南京博物院、敦煌莫高窟等人文历史类景区的预订量位居前列。携程上，民俗风情浓厚的古村古镇也受追捧。

结合民俗文化成为了端午节旅游的一大亮点，各地区纷纷推出端午特色民俗体验活动。6月11日，湖北宜昌2021屈原故里端午文化节将举行；6月中旬，浙江嘉兴将举办“嘉兴端午·中国味道”主题2021端午民俗文化节；2021安康汉江龙舟节也将于端午假期前后开启。

游客也希望有更多结合端午文化元素和民俗、满足个性化需求的旅游产品。携程数据显示，端午节定制游订单量增长近三成，主题游增长365%，比2019年同期还要火爆。■

选秀综艺入冬 幕后制作团队爆料“潜规则”

上接P17

资深制片人陈凯：
“真人秀里只有表演，存在‘剧本’”

在综艺制作这行，我已经从业10年了。今年的倒奶事件让人看到了打投经济的乱象，但事实上我看到的比这还要更多。

粉丝的疯狂只是一个侧面，综艺圈内，部分明星也存在一些令外人无法接受的行为。我个人感觉，很多时候，明星参加综艺时关注的只是通告费，在乎收入多过于是非判断原则。

2015年时，我曾参与制作一档真人秀，受邀明星需要到节目冠名商的公司里去体验职场生活，而冠名商就是后来被爆出犯了非法集资罪的某P2P平台。当时那家公司的办公点在北京国贸大楼，相当气派，但我们一进公司就觉得不对劲。办公室里贴满了高呼业绩口号的海报，公司所宣传的集资方式大体逻辑是“投资一元钱，月底就有几十元的收益”。说实话，我认为即便是不懂金融的人，也能感受到这就是个骗局，更何况受邀明星还要去街头进行集资活动。但是，却没有一个明星站出来说不”。

参与制作那么多真人秀节目后，我觉得真人秀一点也不真，只有表演。

比如，可能原本节目安排了明星每天要坐公交通勤体验生活，但现实中上班早高峰很消耗人，明星在路上呆久了就不想录节目了，因此，明星们往往只是拍几组进出地铁站的镜头，然后就坐商务车“上班”了，节目组后期再嫁接镜头，营造出通勤状态。

综艺节目的确存在“剧本”。每年播出的综艺节目实在太多，导演组

必须制造一些冲突，否则怎么博人眼球？

虽然说真人秀里“秀”的部分更多，但我还是想说，选秀节目里真的不存在恶意剪辑，后期团队对任何一个选手都没有恶意。观众所看到的“恶意剪辑”现象，背后成因有很多。

有时候，某些选手因为想红，会刻意在镜头前表现自己，但剪辑团队处理素材时需要考虑节目的整体故事线，不可能总是完整呈现选手的行为，因此，在最后的成片里，选手的行为就可能被断章取义，最后引来非议。

又比如说，某些选手比较爱哭，这类片段比较吸睛，出于对节目效果的考虑，剪辑团队会较多地采用这类素材。随着节目播出久了，这些零散的素材累积起来，整个节目的整体呈现效果就会有些失控，观众对部分选手整体形象的认知可能会产生偏差。

我认为，综艺节目存在一些瑕疵，很大一部分原因还是综艺圈的人员构成问题。做综艺非常熬人，大部分工种都是非常琐碎的执行工作，接受过精英教育的人往往没法在这行熬下去，最后留在这一行的人，大部分不是以学历背景、或是知识储备为竞争优势的，所以在节目情节设置方面，有时候会存在认知、逻辑上的瑕疵。

深圳本地影视制作机构创始人罗欣：
“现在的综艺，资本主导游戏规则”

我们团队的核心成员都曾是电视台体制内的员工，因为看好国内综艺节目的前景，想扎根深圳带领南方的年轻人闯一番事业，10年前便与朋友联合创立了综艺制作公司凯罗影视，主要为腾讯、爱奇艺与各大卫视团

队提供制片与项目统筹管理服务。10年来，我们公司深度参与了《极速前进》《创造营》等系列季播综艺节目的制作过程，也见证了国内综艺行业的变迁。

这10年来，综艺行业的生态变化很大。

整体而言，以前内容为王，对节目的逻辑与故事线要求更高，但现在，随着入局综艺的资本越来越多，综艺节目的核心不再是导演，反而是把控节目预算、推进项目的制片组更有话语权。

资本主导游戏规则时，创去节目的传播影响力，一个综艺项目的成功与否，主要看项目能否在预算范围内顺利完成制作。

比如说，一档制作精良、口碑很好的节目，如果制作成本超出预算，那么就算做得再好，资本方也不会喜欢。

所以，现在节目组在邀请艺人、策划情节等方面，都很被动。假如节目原本的情节与人物策划都很不错，但实现起来如果超出预算，那只能改情节、改场景，将预算降到合理范围内。

资本对一档节目的影响，还体现在各种决定权中。参与节目录制的艺人需要经过冠名商同意，而与冠名商竞品有关系的艺人，哪怕再符合节目效果也没法考虑。

再比如，明明节目画面里只需要露出一个品牌Logo，但冠名商却会要求一定要出现两个，尽管这对播出画面艺术效果会造成影响，但我们也没办法，毕竟资本退出的后果不堪设想。

在部分节目中，资方还会直接影响饭圈经济。近年来，国内最出名的几档选秀节目基本都由头部饮料企业代

言，这也让粉丝打投与饮料销量直接挂钩，5月初的倒奶事件就是这种打投方式下的极端案例。

据我观察，这几年综艺节目的“金主”也随着经济发展出现了变化。以前赞助商基本都是快消品牌，近年来，冠名商里互联网公司越来越多，在线教育品牌开始赞助老牌综艺，而大型联欢晚会冠名商则被短视频平台承包。

资本逻辑下，我们团队也锻炼出了敏锐的市场嗅觉，能省钱的地方，绝不多花一分钱。

出国拍摄《极速前进》时，需要处理拍摄设备的租赁问题，国外摄影设备的租赁成本是国内的好几倍，于是我们就在国内租好了所有设备，办齐了报关手续再运到国外的录制现场。虽然增加了很多麻烦，但这可以省下大笔预算。

参与制作《创造营2020》时，我们还接到一个几乎不可能完成的任务。节目需要拍摄MV，而导演组希望能够在录制地（即深圳）找到一个港口，让101位选手们在集装箱前跳舞，港口整体风格最好是粉红色。给我们团队的时间很紧，预算也有限，在深圳的港口拍摄还需要经过重重手续审批，当时基本陷入了僵局。

后来我们转换思路，找了一个集装箱堆放场来模拟该效果，当时堆放场里正好有日本神运公司（Ocean Network Express）的1万个粉红色集装箱。我们和神运公司进行资源置换，他们借用集装箱给我们做MV背景，而MV中与神运公司有关的画面则可以免费授权给他们用作宣传物料。最后，我们成功把一个大场景MV的制

作成本控制在了预算范围内，甚至达到了更好的拍摄效果。所以，制片工作其实很考验综合素质，在处理各类拍摄情况时，沟通能力与艺术理解能力缺一不可。

总的来说，现阶段资本对综艺节目有极大的话语权，这也在一定程度上限制了艺人的发挥空间，本应最看重节目效果的我们，时常需要向资本方的要求妥协。而资本方面的任何变动，又会随时影响节目的制作进度，制作团队需要面对很多不确定性。

倒奶事件后，综艺圈一片安静。在大部分资方或从业人士眼里，目前选秀综艺是突然进入寒冬的状态。我认为，整个综艺行业蓬勃繁华的时代可能已经过去，但在寒冬中，从业人士也依旧有改变现状的空间。

经过多年经验沉淀，我们正筹备搭建一个整合影视场景资源的数字化平台，通过开发艺术空间、医院、高铁站等公共场所，为优质的影视项目提供拍摄场地和许可，在提高公共空间利用率的同时，推动影视行业标准化服务建设。由于深圳市政府文化主管部门一直有相关规划打算，为数字化影视平台的发展提供了包容的环境，接下来我们会与政府相关部门进行合作，先尝试将项目在深圳落地。

严峻的业态是危机，也是转机。在圈内走过10年，我们已经拥有丰富的综艺制作经验，而在经验之上，我们更希望有所创新，从而对行业有所贡献。眼下对我们来说，或许就是最好的机会。■

（应受访者要求，陈树、陈凯均为化名）

传小米10亿挖不来吉利高管 智能汽车人才奇缺

时代周报特约记者 **李卓玲 廖维**
发自广州

“欢迎加入集度大家庭!”6月3日,百度和吉利的合资公司集度汽车CEO夏一平在其个人社交平台上公开喊话招人,并附上了相应的简历投递邮箱。无独有偶,6月1日,同样在今年切入造车赛道的另一互联网巨头——360也广发英雄帖,其集团创始人、董事长周鸿祎在其社交平台上,转发了一则关于“360已开启汽车团队组建”的消息,并表示:“360智能汽车团队的招聘除了内推,也特别欢迎外部精英自荐、推荐,公司在薪酬待遇方面全面放开、全力支持。”

高管亲自下场招人,一方面体现汽车人才目前需求之旺盛,另一方面则显示出相关资源在供给侧的稀缺。近日,据一位资深汽车猎头接受时代周报记者采访时称,即便是小米、集度等实力雄厚的新入局企业,目前也还在核心团队的搭建阶段。

值得一提的是,对于跨界造车的一系列企业而言,现阶段内部挖掘人才或比外聘优先级更高。“包括市场营销、用户运营等职位也有可能进行内推激励或内部转岗。”近日,一位360集团内部人士向时代周报记者表示。

高薪挖不来人才?

“预计到2025年,智能网联汽车的人才净缺口为3.7万,是当前智能网联汽车研发人员存量的将近70%,这将形成产业界你挖我,我挖你,大家彼此互挖的局面。”今年5月,中国汽车工

程学会名誉理事长、中国汽车人才研究会名誉理事长付于武公开称。

综观当下新能源车市,蔚来、小鹏、理想规模不断扩张,北汽、吉利、长城、长安积极转型,更有百度、小米、360等相继官宣跨界造车,“抢人”大战已经打响。

除上述集度汽车、360高管亲自下场为汽车团队招人外,近日,有媒体爆料称,小米挖角吉利研究院院长胡峥楠,并为后者开出了股权加薪高达10亿元的待遇。

尽管胡峥楠6月2日在其社交平台账号以“消息不实”予以否认,但随后有消息称,吉利研究院确已换帅,原领克研究院院长康国旺接棒胡峥楠。

对此,时代周报记者向吉利方面发去了求证,其内部人士发来一条关于“康国旺‘接棒’吉利研究总院!胡峥楠去留仍有悬念!”的报道,但并未予以置评。

上述10亿元“挖角”待遇虽并未获证实,但智能汽车相关研发人才的薪酬待遇水涨船高也是业内共识。然而,在动辄涨薪20%、30%的诱惑下,依然有不少人选择按兵不动。

“近两年,常有科技企业和猎头接触我,近期尤其频繁。”6月6日,陈强(化名)向时代周报记者表示,“目前来看,各家给的条件都差不多,年薪在40万—70万元,主要还是看个人能力的。之前已经拒绝了许多科技大厂和无人驾驶新贵,打算年底或明年看下机会。”

硕士学历的陈强,在无人驾驶领域工作了三年时间,目前已是某无人驾驶企业的高级算法工程师,主要工



作内容是无人驾驶系统与路径规划算法。在自动驾驶已成各大车企核心发力点的背景下,摆在陈强面前的选择可谓琳琅满目,但机会越多、越诱人反而让他更谨慎,“毕竟不知道哪个是坑”。

和陈强一样近年屡获猎头伸出橄榄枝的还有汽车工程师王力(化名),不同的是,其在新高薪诱惑下已于前年从大型国有车企“跳槽”到一家新势力车企的外包公司,但目前其已萌生去意。“还是更想去一家靠谱的新势力。”

整体而言,时代周报记者了解到,目前科技大厂、新势力挖人成功的概率不算高。

“在有足够选择空间的情况下,候选人会根据自己的需求进行调整,钱

未必是最重要的,地域、环境、团队等也是考虑因素之一。”一位资深汽车猎头向时代周报记者表示。

自动驾驶人才最值钱

智能网联汽车人才供需失衡,其中又以自动驾驶人才最为紧张。

“整体来看,智能网联方向的人与传统车企同类研发的差距不是特别大,最大的差距来自自动驾驶领域。”近日,资深汽车猎头张斌(化名)向时代周报记者表示。

据张斌透露,在同等工作年限情况下,自动驾驶领域人才会高出传统领域人才30%以上,稀缺的领域会更高。“我联系过的一位IT巨头做自动驾驶领域两年的硕士,年薪已经在30万元以上,而在传统领域两年的硕士

薪资可能也就是15万—20万元。”

“自动驾驶领域因涉及软件编程类工作,传统技术领域的汽车人才想要转型有很大的技术门槛。”张斌进一步对记者指出,为缓解自动驾驶人才缺口压力,已有不少企业采取相应措施,“传统车企一方面与互联网及IT企业成立合资公司或战略合作来共同推进项目开发;另一方面也通过与IT类人才的不断磨合来培养自己的团队,相信通过3—5年的培养这一方向人才的供求会逐步地趋于平衡”。

可见,即便是传统主流车企,也与新入局车企一样面临着自动驾驶人才不足的难题。而后者,特别是部分从互联网行业转型而来的造车企业,甚至还因为坐拥更多的IT人才占据一定优势。

以360为例,时代周报记者了解到,其已经在积极引导内部IT人才向智能汽车领域转型。

“360与哪吒宣布造车后,招聘部门就开始了人才的招募,有不少早期加入公司的核心员工和高管转岗汽车业务线。”近日,一位360公司内部人士向时代周报记者透露,称目前360公司汽车团队招聘岗位涉及感知融合算法、软件架构、信息安全、智能驾驶开发等,所有岗位的推荐奖金共计高达数十万元。

“不过,内部转岗也并非易事,需要入职超过1年,在原部门业务不受影响、有接替人选的基础上才能进行转岗申请。”上述消息人士补充道。

对于汽车团队招募需求等信息,时代周报记者也采访了360公司公关部,相关人士称,暂未有更多消息。■

少年文摘
Teenagers Digest

中国百强报刊
新加坡华文期刊销量冠军



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

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



深圳楼市已至冰点： 业主自掏佣金重奖中介

时代周报记者 **刘婷** 发自深圳

“笋盘急售！业主出1个点佣金之外，单独给业务员10万元辛苦费。”6月6日晚，深圳资深房产经纪人陈霄闻（化名）收到公司短信，深圳福田某改善型楼盘降价抛售，并出重金奖励中介。

陈霄介绍，该楼盘售价约1400万元，比“2·8”新政前总价下降约60万元。

深圳二手房交易市场里，佣金通常为买家支付，业主付佣金的情况极为少见。

此次急售的房源，业主支付的佣金加上给中介的奖励超过20万元，可见是真急了。

深圳业主从“膨胀”到“躺平”，只用了4个月。

“2·8”新政前，“深圳业主”一度成为网络热词，抱团涨价、坐地起价、临时反价等行为屡见不鲜。

“2·8”新政落地后，深圳楼市量价齐跌，多区标杆楼盘挂牌价松动，深圳业主不再膨胀。

过去一个月，深圳楼市交易降至冰点。

深圳市住建局数据显示，5月深圳新房住宅成交2677套，环比下滑23.6%，成交量降至近一年最低值；二手住宅过户套数为3027套，环比下滑37.9%，成交套数为2020年3月以来新低。

深圳中原研究院判断，近期新房住宅供应逐渐回升，预计新房过户套数会出现回升。

由于二手市场的主流置业者依然是贷款置业者，二手住宅首付增加的资金短期内难以解决，目前深圳二手市场依然处于政策消化期，短期内将持续低迷。

“网红盘”认筹遇冷

许聪（化名）万万没想到，在“打新”路上陪跑一年后，一下连中两个新盘。

5月24日，深圳市住建局推出的新房登记软件“i深圳”上新6个新盘，分别是壹成中心璞誉府、港铁天颂、恒壹四季华府、坪山金尊府、龙岗保达誉都花园和宝泰雅苑。

5月25日，蛇口豪宅半山臻境备案获批。

许聪在总价约1000万元的预算里，选择壹成中心璞誉府和半山臻境进行诚意登记。权衡之下，他选择排序更靠前的壹成中心璞誉府，并在6月2日楼盘选房时顺利下单。

“固戍领航城、深铁懿府、宝安多个新盘，从去年到现在我都在‘打新’，要么是陪跑，连入围的资格都没有，要么是摇号在倒数，轮到我时，房早就卖完了或者好的房源都被选完了。”许聪透露，他从2020年便开始加入“打新”队伍，但因市场过热未能成功上车。近期连续两次成功入围，超出许聪预期。

事实上，近期深圳多个“网红盘”认筹结果都遇冷。

许聪认筹的壹成中心璞誉府共推售125套房源，有221批购房者入围；另一个新盘半山臻境共推售586套房源，有1103批购房者入围，获得

摇号资格的机会颇高。

根据深圳新盘认购规定，若楼盘诚意登记人数超过总房源的3倍，则需启动积分购房规则：根据社保分数、名下房产情况、婚姻情况进行积分，按分数高低选择入围人数。

今年以来，深圳市住建局连续出台政策打击新房市场过热现象，从购房资质、升级限价政策、细化积分政策等方面进行精细化调控。

1月23日，深圳市住建局发布《关于进一步加强我市商品住房购房资格审查和管理的通知》，要求房地产开发企业、房地产经纪机构会同有关商业银行对购房者的婚姻情况、个税清单和购房款来源进行严格核查。

5月20日，《深圳市住建局关于进一步规范新建商品住房和商务公寓销售价格指导工作的通知》出台，其显示，对预、现售商品住房和商务公寓的批准销售价格原则上不得超过上一年度至今同地段、同类型新房的网签价格。

5月22日，深圳升级“打新”规则，对10年内（含）在深无住房转让记录且名下无房的购房者给予加分，同时规定社保时长累积上限为20年。

调控组合拳下，深圳新房成交量连续两个月下滑。深圳中原研究中心数据显示，4月新房市场成交明显下滑，新房市场共网签5389套商品房，环比下降23.2%；当月开盘的新房项目均未售罄，市场低迷。

5月，深圳新房住宅成交2677套，环比下滑23.6%；成交面积为26.5万平方米，环比下滑24.9%，新房住宅成交量降至近一年最低值。

与此同时，深圳“打新”热度明显降温，新盘开盘未见“社保巨子”。此前，万丰海岸城诚意登记客户名册中，无房类入围客户2114批，最低社保月数为278个月，中签率仅为34%；松风明月入围人选，社保最高缴纳时长为510个月，即42.5年；天健悦桂府入围人选，社保最低缴纳时长为36年。

近期，深圳多个新盘均因诚意登记人数不足，未触发积分机制。

二手房成交量降至冰点

因新房供应紧缺，深圳房地产市场以存量用房为主。“2·8”新政落地后，业主心态发生微妙变化，市场由卖方市场切换至买方市场。

楼市转向从学区房开始，过去最热门的产品逐渐进入拉锯状态。近期，时代周报报道的深圳知名学区房降价662万元成交新闻引发市场关注。此外，一名南山观海台业主在一个月内3次下调挂牌价，降价120万元；一名金丽豪苑业主调价50万元未能成交。

深圳房地产中介协会研究人士表示，随着二手房市场的持续低迷横盘，部分挂盘业主报价已出现明显松动，原热点片区如南山区南头街道的部分楼盘报价相比新政前已下调20%，但仍无人问津。这意味着，市场仍处价格修正与调整阶段。

“2·8”新政后，深圳二手房挂盘房源增加，成交周期明显拉长。深圳中原数据显示，4月二手住宅成交周期为289天，较3月拉长24天。

在深圳贝壳网挂牌的房源也明

显增加。

2月8日，在深圳贝壳网挂牌的在售房源32084套；6月7日，深圳贝壳网挂牌房源为38438套，增长近20%。

房源增加并未拉动成交，深圳二手房成交量连续4个月录得下滑。5月，深圳二手房成交3027套，同比下降60.98%。

深圳二手房市场月度成交5000套为“红线”，跌破3000套为冰点。

贝壳研究院数据显示，近十年深圳二手房月度成交在3000套以下的情况仅出现过12次，最近3次均在春节期间。上一次常规月度成交量跌破3000套为2011年12月。

成交跌至冰点，中介的生意也跌至低谷。

“以前深圳中介都是靠本地市场开单，现在深圳太凉了，大家都往周边跑。”6月8日，深圳房产经纪人董东（化名）对时代周报记者表示，5月深圳贝壳系共有1364套新房成交，其中跨城成交为547套，跨城单量占比高达40%。

横盘时期，深圳楼市乱象频生。5月，一家深圳中介门店用榴莲和香蕉打“暗语”，“一个榴莲1000万元，一个香蕉100万元”代表某小区住房价格，该现象引起监管部门关注。5月25日，该门店被停业整顿一周。

近日，深圳房地产中介协会发布通知，提醒业内各机构应对市场变化应做好充足准备。

同时要求机构在此特殊时期保持定力，规范机构内的经纪人执业情况，切勿铤而走险做出与楼市调控规定相违背的行为。■

D时代数据

打造智能数据媒体平台

Data Changes the World

三孩政策到来 房企产品线谋变

时代周报记者 胡天祥 发自广州

“三孩不买房，半生都白忙”“3房成刚需，4房变首改”“三孩时代，大室所趋”“学区房再迎利好”，三孩生育政策消息一出，各大地产项目和中介机构即时围绕学区房和大户型，开始新一轮造势。

5月31日，中共中央政治局会议指出，进一步优化生育政策，实施一对夫妻可以生育三个子女政策及配套支持措施，有利于改善我国人口结构、落实积极应对人口老龄化国家战略、保持我国人力资源禀赋优势。

“生育政策放开对房地产的直接影响在于购房需求的增加，改善型需求最为直接，其次是学区房。”5月31日，中原地产首席分析师张大伟告诉时代周报记者。

同日，克而瑞广州区域首席分析师肖文晓告诉时代周报记者，中长期看，三孩生育政策可以释放更多改善需求和未来刚需。肖文晓还表示，当下养育压力不断增加，家庭从二孩到三孩的生育意愿是递减的，所以三孩放开对房地产市场的利好程度很可能不及二孩。

“三孩定制户型”上热搜

三孩生育政策一经发布，一张“三孩定制户型图”迅速冲上热搜。

这张图片展示的户型，面积为139平方米，采取4室1厅设计，四个卧室沿过道一字排开，户户朝南。

“目前市场上的供应大部分以两三居室为主，三孩政策放开后，套均面积和四五居室的需求都会有所增加。”张大伟告诉时代周报记者，以北京2014年2月正式实施“单独二孩新政策”前后纯商品房住宅市场数据看，三居室成交量从前20个月占比39.2%扩大到后20个月近45%，四居室也有小幅度增长。

从过往市场数据看，此前“二孩”政策落地实施后，全国多个城市的三房户型成交套数占比明显增多。

据克而瑞数据显示，在住宅项目各户型成交套数占比中，4个一线城市三房占比从2016年的36%上升至2020年的53.42%，28个二线城市三房占比从2016年的43.97%升至2020年的58.68%。

以广州市场为例，自2020年起，截至2021年5月15日，广州全市合计网签成交超14万套新房，三房户型以81117套的成交量稳居第一，两房户

型以27074套成交量排名第二，仅比排名第三的四房户型多了789套。

“从数据看，当初全面放开二孩政策后，二房户型的市占率在逐步降低，三房成为刚需必备，四房才算一步到位。”克而瑞指出，如今三孩政策明确实施，未来的户型格局或许变成三房起步，四房标配。

可研智库指出，假设三孩政策下，国民生育意愿有所增长，短期市场端改善住房的需求或将进一步加强，企业端则将面临产品设计的更新换代问题，可“三改四”的户型或将更受欢迎。

优质学区房或更吃香

三孩政策促使户型变革的同时，优质学区房的竞争或更加激烈。

根据贝壳研究院发布《2020二胎家庭居住需求调查报告》，教育资源、价格和地段是二胎家庭购房时最为关注的三大因素，其中超六成受访者购置二孩房会重点考虑教育配套。

“生育扶持政策出台，不仅是鼓励三孩，而且扶持生育和养育的政策发布后，生育意愿有望提高，一二孩也有望增加。”6月1日，广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉告诉



从过往市场数据看，此前“二孩”政策落地实施后，全国多个城市的三房户型成交套数占比明显增多。

时代周报记者，鼓励多生小孩，降低生育和养育成本，学区房的需求就会增加。

值得注意的是，部分城市人口规模不断增长，教育资源配套压力也愈发凸显。

以广州为例，2020年以来，番禺、天河、南沙等区接连发布学位预警。今年以来，包括万科东荟城、万科金域蓝湾、融创文旅城在内的多个小区更是出现学位不足，引发业主热议。

“优质学区房在市场上一直较为紧缺，三孩生育政策放开将进一步增加学区房需求，学区房供不应求的现状愈发严峻。”张大伟告诉时代周报记者。

在李宇嘉看来，提高生育率、提升生育意愿，首先得解决高房价，特别是高学位房价格的顽疾。

近期，监管部门打击学位房名义的房价炒作，各地频频出台政策。同时，目前热点城市在多校划片、摇号入学、公民同招等教育均等化的政策力度空前大，学位房开始降温。比如，深圳学位房价大跳水，学位房最集中的福田百花片区，普遍不同幅度地下调学位房的价格；上海在指标到校的影响下，学位房价格普跌。▮

“公交电梯”运行4个月引热议 共享模式解决老旧小区改造难题

◀ 上接P18

相比之下，“公交电梯”这种共享模式却能让绝大部分居民接受。

“当时（碧桂苑）社区也找了其他电梯公司，大家分别拿出自己的方案来做宣传，但通过统计，符合安装标准的居民楼100%选择了我们这种模式。”姜先生说。

“其实这个模式我们从两三年前就开始酝酿了，当时是有合作伙伴加装电梯遇到了筹资问题，居民不愿意交几万元的费用，我们就考虑开发这样的收费系统，打破这样的局面，而且我们本身做电梯，成本也有优势。”姜先生表示。

实际上，这并不是首家公交电梯落地。

据媒体报道，2018年，北京大兴区某小区推出“公交电梯”，单人单次0.2元；河南省新乡市的“公交电梯”，可办理年卡或月卡，单次乘坐费用0.2—0.3元。

长远来看，“公交电梯”模式能否持续、复制，是电梯行业需要思考的问题。

6月1日，社区经济分析师黄昇告诉时代周报记者：“‘公交电梯’对老旧小区来说，其运营收入主要包括按次收取的电梯乘坐费和电梯的广告费。运营风险在于老旧小区中老年客户的接受程度不高和支付手段复杂。”

姜先生也向时代周报记者表示，一些使用频率较高的楼栋，收回成本不是问题。但一些使用频率较低的楼栋，“公交电梯”将面临亏钱。

“我们也在摸索，后续会根据实际情况再尝试新的收费模式。”姜先生告诉时代周报记者，“公交电梯”的模式还是非常受居民欢迎，杭州这边很多居民都打电话来询问，表示有安装意愿，西湖区的一个小区很快就要合作了。

近几年，老旧小区改造带来大量电梯需求。据住建部等有关部门统计测算，全国1980—2000年建成的老旧小区宅约80亿平方米，70%以上城镇老年人口居住的老旧楼房无电梯。

在此背景下，电梯企业业绩也呈现快速增长。

从上市公司业绩来看，以国产电梯龙头康力电梯（002367.SZ）和上海机电（600835.SH）为例，一季度公司营收、净利润均大幅增长。

2021年一季度康力电梯实现营收8.8亿元，同比增长68.8%，归母净利润0.58亿元，同比增长915.5%。上海机电2020年电梯业务营收占比达95.1%，公司2021年第一季度营收、归母净利润同比增长分别达到49.2%、136.4%。

虽然是全球主要的电梯消费市场，但国内家用电梯品牌仍普遍存在外观设计陈旧、同质化程度高等问题，新模式亟待研发。

在全联并购公会信用管理专委会专家安光勇看来，“公交电梯”的收费模式可以多样化。

“可根据次数、重量、楼层高度等收费，也可包月或者包年。可以根据不同客户、不同群体设计相关收费模式。”6月1日，安光勇在接受时代周报记者采访时如此表示。▮

70%



做中国消费者权益保护运动引领者

《消费者报道》的使命：
真实就是力量，比较发现优劣。站在消费者立场，
通过商品及服务比较测评，彰显消费知情权和选择权。
就是彰显消费者力量，从而更好地保护中国消费者权益。