

时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

周要闻

■ 花样年接连被机构下调评级

近日,评级机构惠誉在报告中将花样年控股的长期外币发行人违约评级(IDR)从“B+”下调至“B”,展望仍为“负面”。此外,该报告还将花样年控股的高级无抵押评级和未偿美元高级票据评级从“B+”下调至“B”,回收率评级为“RR4”。

■ 云南富滇银行拟募资68亿元

9月18日,富滇银行2021—2022年增资扩股项目在云南产权交易所挂牌。此轮增资,该行拟发行不超过20亿股,对应股权比例不超过24.25%,募集资金总额不超过68亿元。据了解,富滇银行已启动2021—2023年上市IPO筹备工作,计划在2021年年末完成上市辅导。

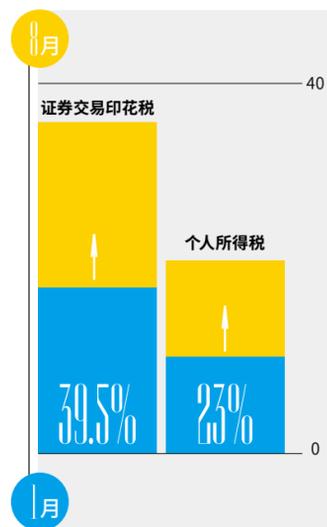
■ 特斯拉取消引荐奖励计划

9月18日,特斯拉中国官网及美国官网均显示,自该日起,将不再提供引荐奖励。在此之前,消费者若通过特斯拉老车主的推荐码下单并提车,双方都可以获得有效期为6个月的1500公里超级充电免费奖励。

周数据

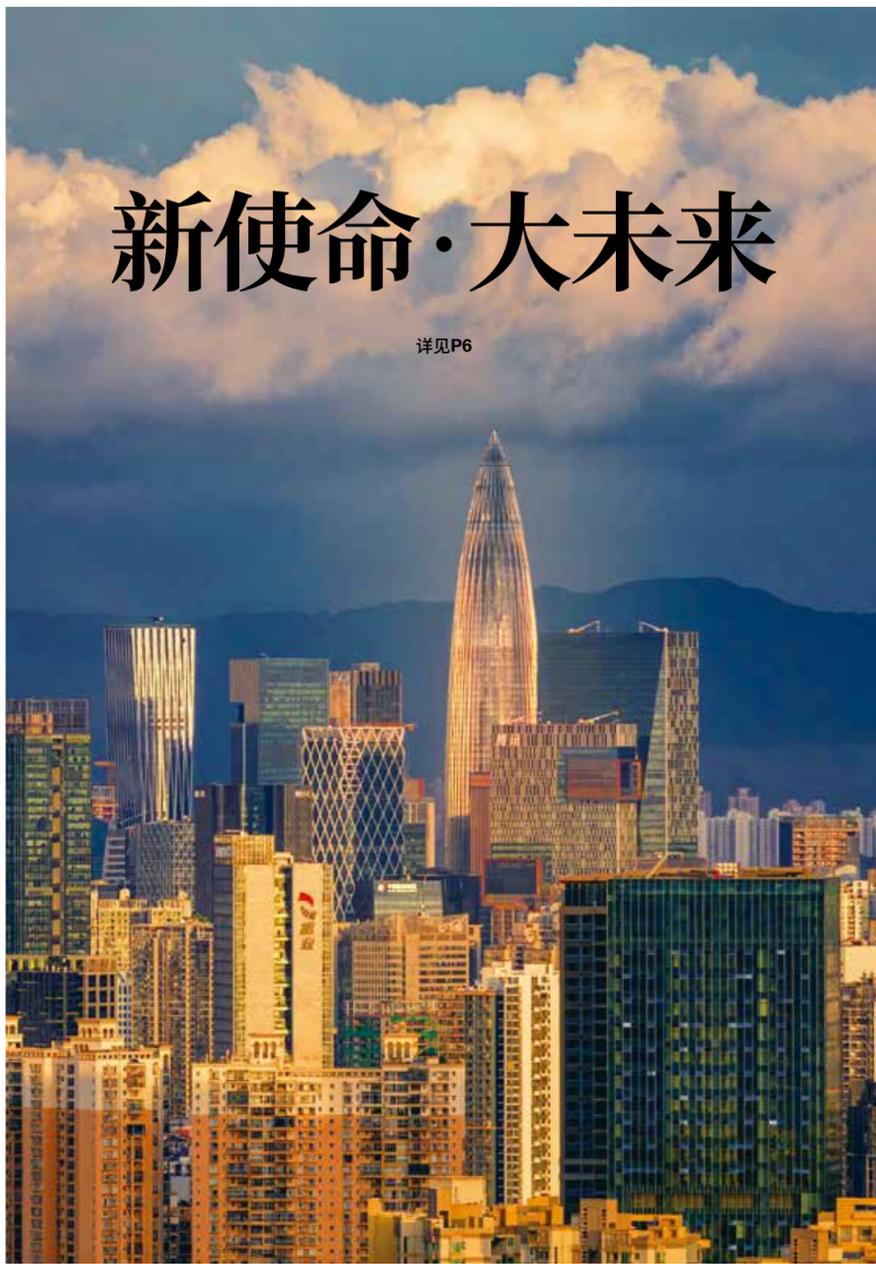
■ 前8月印花税同比增长39.5%

财政部9月17日发布的数据显示,今年1—8月全国一般公共预算收入150088亿元。其中,证券交易印花税1990亿元,同比增长39.5%。居民收入、股权等财产股息红利收入增长,带动前8个月个人所得税同比增长23%。



智电车的灵魂之争

详见P21



新使命·大未来

详见P6

库克的苹果10年

时代周报记者 杨玲玲 发自广州

“前任领导太牛,继任者该怎样接班?放眼全世界,对于这个问题最有发言权的,莫过于库克。”豆瓣上,一位网友在《蒂姆·库克传》书评中写道。

“接下来,让我们来聊聊激动人心的新产品。”北京时间9月15日凌晨1点,61岁的苹果(AAPL, NASDAQ) CEO库克现身苹果今年秋季发布会,一头干净利落的银发,鼻梁上架一副黑框眼镜,演讲到兴奋处露出标志性微笑。

这是库克第11次主持苹果秋季发布会,当日共带来iPhone 13系列、Apple Watch Series 7、iPad 9等多款新品。

2011年10月5日,苹果灵魂人物乔布斯离世,将商业帝国的管理权杖交到库克手中。

“成为乔布斯是不可能完成的任务,我也从未试图这样做,从未把成为下一个乔布斯作为我的目标。”多年后,库克在与清华大学经济管理学院院长钱颖一的对话中说道。

2011年的苹果秋季发布会,是由库克首次主持,因僵硬的公众亮相、动荡的高管团队以及乏味的产品矩阵,招来无数嘲讽和质疑,继任之路的艰辛可见一斑。

10年之后再回首,在乔布斯耀眼的光环下,库克长期坚持低调做事风格。库克治下,从公司价值到产品销量均得到大幅跃升,苹果成为世界上

最赚钱的公司。

乔布斯时期,苹果的硬件产品主要包括iPhone、iMac、iPad和iPod等。库克掌舵后,苹果生态内覆盖的硬件产品不断更新,Apple Watch、AirPods、AirTag等成为明星产品。

2011年第三财季,苹果公布的营收为285.7亿美元,10年后的今年第三财季,苹果营收已达到814.3亿美元,几乎达到此前3倍,其中仅iPhone的营收就有396亿美元。

市值方面,库克初接手时,苹果的市值还不到4000亿美元。2018年,苹果成为首家市值破万亿美元的科技公司。时至今日,苹果市值已逼近2.5万亿美元关口,将其他公司远远甩在身后。

今年8月,库克刚刚结束他的10年任期,但他何时离开苹果,目前仍没定论。

“我现在感觉很好,退休日期还遥遥无期。但再过10年是很长的时间,可能不会那么长。”近日,库克在接受媒体采访时说道。

接权杖

2011年8月11日,库克在苹果担任COO, CEO乔布斯给他打了一通电话,希望他到自己家去。

多年后,再回忆起那场谈话,库克仍历历在目。“那是一个周末,他叫我去谈话,他说他一直在思考苹果的未来,还有CEO的继任者,他希望我能接任CEO的职位。”

▶▶ 下转P19

小资的露营焦虑

对于店家来说,精致意味着更高品质的服务和更贵的价格;对于顾客来说,意味着“拎包入住”的便捷,以及让人羡慕的社交平台内容;对于赞助品牌方来说,意味着触达到了高净值客户群。

时代周报记者 黎广石 恩泽 发自惠州

太阳下山,山野营地升起了烧烤的味道,人们逐渐被音乐和夜色吸引,当烟花开始在头顶绽放,他们瞳孔微缩,一种莫可名状的情绪在心底里慢慢升腾。

下一秒,仿佛受到了什么共同的召唤,在场的人纷纷拿起手机,开始猛按快门键。烟花还未放完,朋友圈的九宫格已发出。

在出国旅游受到疫情限制的这一年多里,露营这项深受西方国家中产阶级喜爱的娱乐方式,也赢得了中国中产群体的广泛关注和踊跃体验。也许是生活环境、成长方式不同,西方硬核与纯粹的露营在被“进口”后,更多地是讲究情调和品位,业内人士大多称之为“精致露营”。

对于店家来说,精致意味着更高品质的服务和更贵的价格;对于顾客来说,意味着“拎包入住”的便捷,以及让人羡慕的社交平台内容;对于赞助品牌方来说,意味着触达到了高净值客户群。一场精致露营,三方皆大欢喜。

现代化

为了提前布置好场地,赞助商之一的小韦上午从深圳出发,晌午刚过,就抵达了广东惠州南昆山一处露营地。

和酒店一样,“拎包入住”如今成了精致露营的标配。以致露营活动的主办方,不得不在客人抵达以前,搭好帐篷,充好气垫,甚至得把睡袋整齐地码在气垫上。这在西方的露营中难以想象,后者的根本逻辑就是回归野外,一切事物身体力行地自给自足。

光是做到这些还是不够,主办方还在每个帐篷里准备了防蚊水、睡眠耳塞、眼罩、垃圾袋,甚至酒店用的一次性拖鞋。

傍晚,时代周报记者见到小韦时,他抬起袖子摸了摸额头,笑称自己的衣服已经汗湿过好几次。小韦的另一重身份是资深户外玩家:徒步、滑雪、冲浪和潜水,这些爱好烙印在他古铜色的皮肤上。“当年我们出去玩的时候,都是迫不得已才搭帐篷露营,但凡有条件,是毫不犹豫会找酒店和客栈的,毕竟布置好一个营地太费时间和精力,而且第二天一早又要重新整理一遍。”

为了驱虫,小韦与其他工作人员还围着每个帐篷撒了一些硫磺粉末,这些细节算得上专业和贴心了。但仅仅这样,只是精致露营的起步。

▶▶ 下转P5

政经·TOP NEWS

- 3 “中部人口第一城”旁落 武汉再推落户新政
- 4 养老基金五年大赚近2000亿 未来入市规模有望扩大
- 6 确定71项重点任务 深圳举全市之力推进前海大开发
- 8 巴西咖啡减产超22% 全球市场迎来涨价潮

财经·FORTUNE



16 锂矿疯狂 或倒逼钠离子电池产业化提速

产经·INDUSTRY



22 铜九铁十已至 深圳楼市旺季遇冷

编辑/周鹏 版式/陈溪清
图编/黄亮 校对/宋正大
国内统一刊号/CN44-0139
邮发代号/45-28
广东时代传媒集团有限公司 主办



6 946957 200015 >
零售价/RMB 3.00 HKD 10.00



扫一扫关注
时代周报官方微信

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

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

地址/广东省广州市珠江新城华利路
19号远明明珠大厦4楼

城市留人不能只靠派“政策红包”

城市如何留住大学生，是这几年备受关注的公共话题。

9月11日，武汉公布《关于调整完善落户政策相关条件的实施意见》，以进一步吸引人口流入，积聚城市发展内生动力。

武汉的重点企业职工可直接落户，只要保证在武汉就业创业达到一定时间就能落户、租房也能全家落户、在校大学生可直接落户等。武汉推出这些政策，诚如媒体评论所言，已逼近“零门槛”，基本实现了“落户自由”。

其他城市也不甘落后。安徽省人社厅近日在答复政协委员“留住大学生”的提案中提出，将实施在皖大学生婚姻帮扶工程以吸引人才落户。

有理由相信，新一轮人才争夺战已经掀起。

为吸引人才和人口，城市之间的竞争日趋白热化。当中的原因很简单：全新的经济社会态势，让各城市有了越来越强烈的紧迫感。

一方面是老龄化的加速。即使是像上海这样竞争力超强的城市，因老龄化程度很高，也不得不放低姿态，逐步放宽落户的门槛，其他城市更可想见。另一方面，国际经贸形势的变化、以内循环为主的“双循环”策略的确定，也在催促城市尽快为产业升级而布下揽才的先招。

但同样是城市人口竞争，相比前两年，目前已出现“升级版”。过去主要是降低落

户门槛，或者送“房票”、发补贴，类似措施当然很有必要，因为它帮助外来人口解决最基础的问题。

就实质来说，这样的竞争一定程度上还是低层次竞争，往往只需要政府下发一个文件就可以完成。

现在已然不同，已经贴心到像安徽这样实施大学生婚姻帮扶工程。

考虑到人才来了之后的留人问题，城市竞争升级是一种必然。否则在抢人之后，若城市没有后续的措施，就很难保证抢来的人是否会萌生去意。

媒体调查显示，当下求职者虽然对各大城市的人才引进政策有关关注，但最终影响他们作出决定的，往往是这个城市的相

关产业发展得如何，是否符合自己的职业发展期待，创业环境以及当地的行政效率也是他们着重参考的因素。

作为“九省通衢”的武汉，这次用几乎零门槛的落户政策来争夺人才，到底能产生多大效果，不妨拭目以待。

但要真正补上人口和人才短板，肯定不会仅此一招。

对武汉来说，今年有一个特别可喜的数据。武汉以高校众多而著称，但过去的武汉留不住人才，武汉高校的毕业生大多选择到其他城市就业。

而今年的数据显示，在武汉的约32.7万名大学应届毕业生中，62.1%有意向留在武汉发展。

越来越多大学毕业生愿意留下来，武汉做对了什么？

“头部企业带给武汉的机会越来越多了，我也跟着机会跑回来了。”一个在上海工作了6年的武汉小伙就这样选择了回家。在其感叹的背后，是一个事实：包括阿里巴巴等超过80家头部企业都在武汉建立华中总部或第二总部，这些企业提供了10万个以上高薪岗位。

除了产业导入正在收获硕果，近几年城市基础设施建设越来越好，营商环境逐步改善、居民创业或日常办事越来越便利，都在强化不同人士对这座城市的归属感。

毫无疑问，城市留人，当然不能只靠派送政策红包。■

前8月网上零售额大涨近20% 发改委：新型消费迎来窗口期

时代周报记者 陈泽秀 发自广州

9月16日上午10:00，国家发改委召开新闻发布会。会上，国家发改委就业司副司长常铁威在回答时代周报记者提问时表示，由于疫情影响，传统消费受到抑制，但各种新型消费业态加快扩容，线上消费逆势增长，保障了居民日常生活需要、促进了经济企稳回升。

新型消费的主要特征是采取网络购物、移动支付、线上线下融合等新业态新模式。

数据显示，“十三五”期间，实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重，由2015年的10.8%上升到

2020年的24.9%。特别是在去年在常态化疫情防控的大背景下，全国网上零售额增速高出社会消费品零售总额增速14.8个百分点，今年1-8月同比增长了19.7%。

今年3月，国家发改委牵头，28个部门联合印发了《加快培育新型消费实施方案》，进一步细化实化深化了政策措施。此后，20多个省份和计划单列市陆续出台了促进新型消费发展的意见、实施方案、行动计划等。

常铁威认为，一系列政策措施陆续出台，逐步破除新型消费的痛点难点卡点，市场主体活力得到有效激发。5G网络等新型基础设施加快建设，大数据、云计算、人工智能、区块链等技术加快融合发展，电子商务体系和快

递物流配送体系进一步健全，一些社会反映强烈、长期未能解决的问题正在逐步实现突破。

比如，出台专门政策引导支付行业降低支付手续费，预计每年将为市场主体、社会公众减少手续费支出240亿元；又比如，发布具体指导意见，推动维护新就业形态劳动者劳动保障权益；再比如，在政策引导和有关部门积极推动下，一些互联网平台正在逐步优化中小企业商户和个人利用平台经营的抽成、佣金等费用。

“目前，新型消费已成为进博会、服贸会、广交会、消博会等国家级重大平台的重要载体。可以说，在相关政策措施的支持下，新型消费领域已经初步形成了大中小企业协同共进、

区域行业市场联通互促、传统产业和新兴技术联接互动、不同业态融合渗透、上下游全链条一体推进的发展格局，迎来了加快发展和提质升级的重要窗口期。”常铁威说道。

常铁威表示，下一步促进新型消费发展，关键是要统筹协调各部门形成合力，指导地方抓好已出台政策措施的贯彻落实，推动将新型消费更好融入到国际消费中心城市培育、区域消费中心建设、文化和旅游消费试点示范、体育消费试点、信息消费示范、供应链示范创建等重大平台和重点领域，培育一批具有较强代表性的新型消费示范城市和领先企业，建立健全统计体系，持续做好新型消费补短板、强弱项、通堵点工作。■



庆祝中国共产党成立100周年
The 100th Anniversary of the Founding of
The Communist Party of China

人民对美好生活的向往 就是我们的奋斗目标

浙江方案出炉： 提升新增保障性租赁住房比例

时代周报记者 谢江珊 发自上海

又一省着手加大布局保障性租赁住房。

在湖北省武汉市进一步明确了保障性租赁住房的租金标准——“按不高于同地段同品质市场租赁住房租金的85%评估确定”的两天后，浙江省紧随其后，推出了保障性租赁住房方案。

9月10日，浙江省住房和城乡建设厅发布《关于加快发展保障性租赁住房的指导意见（征求意见稿）》（以下简称《征求意见稿》），并强调，人口净流入的大城市，新增保障性租赁住房供应套数占新增住房供应套数的比例力争达到30%以上。

浙江省的目标任务是，人口净流入的大城市以及其他经济体量大、集聚能力强、产业工人多的城市，应重点发展保障性租赁住房，提高新增住房供应总量中保障性租赁住房的占比。而其他城市也要根据经济社会发展的需要，切实增加保障性租赁住房供给。

具体来说，在“十四五”期间，浙江省人口净流入的大城市，新增保障性租赁住房供应套数占新增住房供应套数的比例力争达到30%以上；其他重点发展城市，新增保障性租赁住房供应套数占新增住房供应套数的比例力争达到15%以上。

“浙江的政策比较细，直接把人口净流入的大城市列出来，包括地级市的市区和百强县，纳入不同的划档次，确立不同的发展目标，使得各地能够因城施策发展保障性租赁住房。”易居研究院智库中心研究总监严跃进对时代周报记者说道。

他表示，对于哪些城市应该重点发展保障性租赁住房，政府给出城市清单，具有非常好的指导意义，值得全国其他省份和城市学习。

12城人口稳步增长

《征求意见稿》给出了人口净流入大城市的名单，12座城市分别为：杭州市区、宁波市区、余姚市、慈溪市、温州市区、瑞安市、嘉兴市区、湖州市区、绍兴市区、金华市区、义乌市、台州市区。

浙江第七次人口普查数据显示，与2010年相比，杭州取代温州，成为浙江省人口总量最多的城市——



1193.60万人，是浙江首个人口超千万的城市。

时代周报记者在梳理12座城市的第七次全国人口普查数据后发现，10年来，它们的人口均在稳步增长，增幅除温州、瑞安、绍兴3城低于10%、台州增幅10.96%外，其余8城增幅均高于16%。

其中，义乌人口十年间增长62.41万人，增幅最快，达50.68%，年平均增长率高达4.18%；杭州排在第二，10年人口增长323.56万人，增幅为37.19%，年平均增长率为3.21%。温州增幅最慢，仅为4.94%，10年人口增长45.08万人。

值得一提的是，余姚、慈溪、瑞安、义乌5市均为县级市，人口均在120万人以上，而义乌以185.94万人位居第一。

12座城市常住人口的快速增长与当地经济的带动作用有关。

时代周报记者梳理12座城市今年上半年的GDP数据发现，杭州、宁

波上半年GDP均超过6000亿元，分别高达8646亿元、6640.6亿元。温州以3644.2亿元排名第三，嘉兴（2942.14亿元）、台州（2722.97亿元）、金华（2506.37亿元）次第稳居其后。即便是最末位的瑞安，上半年GDP也有536.2亿元。

慈溪、义乌、余姚、瑞安4市均被评为百强县，在上榜赛迪顾问发布的《2021中国县域经济百强研究报告》中，它们分列第6、11、12、24位。慈溪表现更加优异，上半年GDP高达1064.45亿元，成为“千亿县”。

租赁住房比达30%以上

常住人口增速快，随之而来的是大量的居住需求。但房价较高、房租不低，新市民、青年人等群体住房困难，所以发展租赁市场十分迫切。

以杭州为例，2017年被列入全国首批12个住房租赁试点城市后，杭州住房租赁管理部门开始从市场主体培育、租赁房源供应等方面大力发展租

赁市场。

2018年，杭州明确“2018—2020年筹建蓝领公寓4万套”的目标，并进一步优化租赁受理政策，放宽行业准入范围，降低租赁申请条件，租金不高于同类地段同等居住水平市场租金的70%。

截至2020年年底，杭州共开工蓝领公寓项目98个，房源4.19万套（间），其中35个项目已发布租赁受理通告，房源1.63万套（间）。与现有公租房、廉租房等一起，形成较为完善住房保障体系。

但流动人口总量一直在稳步增长，这些还远远不够。

据杭州市公安局统计，杭州市近三年（2018—2020年）流动人口总量分别为615.03万人、641.56万人、679.99万人。

要解决新进入城市的年轻人、新市民的居住问题，当务之急是建设保障性租赁住房。

因此，许多城市已经将发展保障性租赁住房作为“十四五”住宅建设的重点任务。

保障性租赁住房的建设标准是什么？哪些人是保障性租赁住房的直接受众？

《征求意见稿》指出，保障性租赁住房主要面向城区无房新市民、青年人，特别是从事基本公共服务人员等群体。

新开工建设的保障性租赁住房，以建筑面积不超过70平方米的小户型为主；已经开工或建成的住房转为保障性租赁住房使用的，可以适当放宽面积标准，户型面积过大的可以按间出租，适合改造成小户型的予以改造。

租金方面，以低于同地段同品质市场租赁住房租金为标准，由投资主体或运营管理主体委托第三方专业机构定期评估确定，或依据政府发布的参考价格确定。

“保障性租赁住房的推出，将在一定范围改写房地产市场格局。”中国社科院财经战略研究院住房大数据项目组组长、中国城市经济学会房地产专业委员会秘书长邹琳华此前在接受时代周报记者采访时曾如此表示，保障性租赁住房入市，将使中低端商品房市场需求下降，从而大大减轻这类住房的房价上涨压力。大量中低端普通住宅将不再具有投资价值，房价租金比趋于下降。■

30%



70

平方米



“中部人口第一城”旁落 武汉再推落户新政

时代周报记者 谢江珊 发自上海

又一重点城市放宽落户限制，接近“零门槛落户”。

近日，武汉市人民政府发布的《关于调整完善落户政策相关条件的实施意见》（以下简称《意见》）中提出，重点企事业单位职工，只需要缴纳社保，有合法稳定住所（含合法租赁住房）的就可以申请落户；调整随迁落户条件，夫妻、子女随迁申办户口，将在本市有合法自有房屋的条件调整为在本市有合法稳定住所（含合法租赁住房），以及夫妻登记结婚满5年放宽至夫妻登记结婚满1年等。

总体而言，武汉调整之后的落户条件，在重点城市中已经相当宽松。

而这也是继6月份湖北省取消除武汉市外全省其他地区落户限制之后，武汉落户政策的再次放松。

由此，湖北省的落户大门已经全部打开。

《意见》发布后，效果初现。

据当地媒体报道，为了解积分落户政策，洪山区公安分局户籍办理窗口一天共接到400多个咨询电话，还有不少人到政务服务中心户籍窗口现场交资料办理。

洪山区公安分局户籍民警介绍，新积分落户政策增加“合法稳定住所、社保缴纳年限、持有效居住证年限”分值，提升了长期在武汉工作的外地人员落户意愿，第一天就现场受理完成了19人，还在网上接受了13人的申请。

“中部人口第一城”旁落

武汉真的缺人吗？看一组数据就能明了。

第七次全国人口普查数据显示，2020年武汉常住人口达到1232.65万人，较第六次人口普查时增加了254.11万人，增幅为25.97%，年平均增长率为2.34%。

反观郑州，2020年常住人口为1260.06万人，10年增加397.41万人，增幅为46.07%，年平均增长率为3.86%。

作为中部第一城，武汉10年人口254.11万人的增量，比郑州少143.3万人，甚至比湖南省长沙市还少46.58万人，差距较大。

常住人口总量、人口增量、增幅均不敌河南省郑州市，曾经的“中部人口第一城”也因此易主。

郑州能实现常住人口总量反超，并非突然，而是早有端倪。

时代周报记者梳理两地2016—

2019年常住人口数据发现，自2017年开始，郑州的人口增量就超过了武汉，当年郑州增长15.7万人，比武汉多增加3.03万人。2018—2019年，郑州将差距继续扩大，分别比武汉多增加6.69万人、8.5万人。

为何差距逐步被扩大？对此，中南财经政法大学财政税务学院博士生导师、湖北省统计局副局长叶青在接受时代周报记者采访时分析称：首先，是因为近年来郑州对人才的持续引进；其次，郑州劳动密集型企业规模较大，例如富士康郑州工厂；最后，郑州的城市规划比较到位，是全国重要的铁路、航空、电力、电信枢纽城市。

其中，郑州航空港区是我国唯一的国家级航空港经济综合实验区，面积达到近500平方公里，规划人口260万，便于人口集中。

反观武汉，“市场主体不够，专精特新‘小巨人’企业郑州有63家，而武汉只有49家。这方面有待改进。”叶青说道。

不过，作为中南地区唯一的副省级城市、国家中心城市、千万人口城市以及“长江经济带”核心城市，武汉GDP“一骑绝尘”的优势尚能撑起这些重任。

武汉市统计局数据显示，2020年，武汉GDP总值为15616.06亿元，居中部城市之首。今年上半年，武汉GDP为8251.45亿元，继续保持优势，远高于长沙（6365.76亿元）和郑州（6314.9亿元）。

人口增量多年未达目标

人口发展与社会经济发展密切相关，尤其是在“强省会”战略下，做大人口规模对省会城市的经济发展意义重大。

各城市近年来也纷纷开始加入“抢人大战”。

放下身段抢人，补人口和人才短板，是武汉的必要之举。

7月14日，《武汉市国土空间总体规划（2021—2035年）》草案公布，提出了人口增长目标——到2035年，武汉规划可容纳常住人口1660万人，按照2000万人的服务人口配置基础设施和公共服务设施。

目前武汉常住人口为1232.65万人，距离1660万人还差427.35万人，平均一年要吸引28.49万人。

但从2016年至今，武汉每年的人口增量并未超过20万人，要完成目标可谓任重道远。

9月9日，武汉市人民政府办公厅

印发了《以“四个加快”推动全市经济高质量发展的若干措施》。

上述措施的其中一条明确提到，要加快人口人才集聚。突出“高精尖缺”导向，实施“武汉英才计划”“学子留汉工程”，每年引进10名左右战略科技人才、200名左右产业领军人才，力争每年30万以上大学毕业生留汉就业创业。

进一步放开放宽城市落户限制，完善人才安居、子女教育、医疗社保等政策措施，提高劳动适龄人口和高层次人才吸引力，每年常住人口增量不低于30万人。

“九省通衢”的武汉出手留人，到底能产生多大效果，值得期待。

不过，相对于河北石家庄、江西南昌、宁夏银川、福建福州、山东济南、云南昆明6省会城市真正的“零门槛”落户而言，武汉的步伐在未来还可以更大。

但在叶青看来，完全的“零门槛”落户也并不见得最好。

“这次降低门槛，对武汉很有好处，希望一些有作为的新市民能到武汉来。现在的关键是，武汉高端、中端、低端人才都需要，带动产业的发展。要把国家的政策用好，同时自己也要有新政策。”他说。■

养老基金五年大赚近2000亿 未来入市规模有望扩大



从投资收益率看，2020年养老基金的表现也不俗。2017年、2018年、2019年养老基金的投资收益率分别为5.23%、2.56%、9.03%，而2020年10.95%的收益率更是远高于前三年。

时代周报记者 陈泽秀 发自广州

作为老百姓的“养命钱”，基本养老保险基金的投资收益率正在稳步提升。

9月14日，全国社会保障基金理事会（以下简称“社保基金会”）发布的《基本养老保险基金受托运营年度报告（2020年度）》（以下简称《报告》）显示，2020年基本养老保险权益投资收益率1135.77亿元，较2019年的663.86亿元，多挣了471.91亿元。

同时，2020年养老基金的投资收益率达到10.95%，不仅跑赢了同期通货膨胀率（2020年CPI为2.5%），高于国债收益率（2020年12月末10年期国债收益率为3.14%），也超过养老基金受托运营以来的年均投资收益率（6.89%），创2017年以来的新高。

社保基金会，这个养老基金入市投资的重要操盘手，是如何让养老基金做到一边确保按时足额发放，一边保值增值的呢？

五年大赚近2000亿元

20世纪90年代起，中国逐步建立多层次的养老保险体系。随着养老保

险覆盖面的扩大，各地养老基金完成当期养老保险待遇支付之后，剩下的余额不断膨胀，到2020年年末，全国养老基金参保人数高达9.98亿人，累计结余达到5.8万亿元。

过去很长一段时间里，在现收现付模式下，养老金的统筹层次比较低，累计结余大多由市县管理。尽管这有利于提高地方政府征缴养老金的积极性，但大量结余或是存在银行，或是购买国债，平均年化收益率不到3%，跑不赢通货膨胀，出现大量贬值。

与此同时，随着人口老龄化的加剧，不少省份出现养老基金收不抵支的情况。为了填补缺口，财政补贴的压力也相应加大。

为避免资产缩水，实现养老基金的保值增值，减缓未来养老金的支出压力，2015年8月，国务院正式出台《基本养老保险基金投资管理办法》（以下简称《管理办法》），实行养老金入市的改革。

《管理办法》明确，养老基金实行中央集中运营、市场化投资运作，由省级政府将各地可投资的养老基金归集到省级社会保障专户，统一委托给国务院授权的养老基金管理机构进

行投资运营。此后，社保基金会开始成为养老基金入市的操盘手。

《报告》显示，养老基金自2016年12月受托运营以来，累计投资收益率1986.46亿元，年均投资收益率6.89%。分年度看，2016—2020年的投资收益率分别为0.36亿元、87.83亿元、98.64亿元、663.86亿元、1135.77亿元。

从投资收益率看，2020年养老基金的表现也不俗。2017年、2018年、2019年养老基金的投资收益率分别为5.23%、2.56%、9.03%，而2020年10.95%的收益率更是远高于前三年。养老基金投资收益率的稳步提升，与社保基金会的投资运营能力密切相关。

《报告》指出，面对疫情冲击，（社保基金会）保持战略定力，充分发挥长期资金在境内证券市场中的“稳定器”作用；完善固定收益产品布局，强化银行存款信用风险管理；争取相关部门支持，推动养老基金以直接股权投资方式开展投资，服务国家战略，参与重大项目直接投资等。

在投资股市方面，据《证券时报》报道，截至今年二季度末，基本养老保险基金二季度末持有131股，合计持股市值230.81亿元。其中，人福医药、分众传媒持仓市值超10亿元，正泰电器等持股市值超5亿元。

收益率略低于社保基金

不过，与作为应对人口老龄化的储备基金——社保基金相比，养老基金的投资收益率仍然存在差距。

社保基金会今年8月发布的报告显示，2020年社保基金的投资收益率为15.84%，高于养老基金10.95%的收益率。

武汉科技大学金融证券研究所所长、中国养老金融50人论坛核心成员董登新向时代周报记者表示，养老基金来源于老百姓的缴费，要保证当期发放，对投资安全性和流动性的要求更高。因此养老基金以债券投资为主，尽管现在逐渐加大权益类投资（譬如股票、股票基金、混合基金等）的比重，但总体上没有社保基金权益类投资的比例高。而社保基金是储备基金，可以有更长的投资期限，风险容忍度相对高一些。

“二者基本上呈现这样一个规律：股市走高的时候，社保基金的收

益率就更高一些，反之，股市走低的时候，养老基金的收益率会更高。”董登新说道。

官方数据验证了上述分析。时代周报记者梳理发现，2020年国内三大指数齐创年内新高，全年上证指数上涨13.87%，深圳成指涨38.73%，创业板指数大涨64.96%。在此背景下，社保基金和养老基金均取得了不错的收益率。

然而，在2018年股市单边下跌的行情下，社保基金出现了罕见的负收益，收益率为-2.28%，但养老基金却取得了2.56%的正收益。

未来入市规模有望扩大

社保基金会发布的数据显示，截至2021年6月末，全国31个省（自治区、直辖市）都与社保基金会签署了《基本养老保险基金委托投资合同》，总签约规模1.25万亿元，到账金额1.09万亿元。

未来，养老基金的投资规模有望继续扩大。人社部6月发布的《人力资源和社会保障事业发展“十四五”规划》显示，“十四五”时期，要继续扩大基本养老保险基金投资规模，每年城乡居民基本养老保险基金新增结余80%以上用于委托投资，促进基金保值增值。

7月22日，人社部新闻发言人卢爱红在新闻发布会上表示，下一步将扎实做好社保基金投资和风险防控工作，继续推动扩大基本养老保险基金投资运营规模。

董登新认为，目前各个省份养老基金的收支平衡情况存在差异，尤其是去年受疫情影响，降低社保费的政策加大了一些地方养老金收支压力，这种情况下，各地用于养老基金委托投资的增量资金不会很乐观。

“养老基金全国统筹之后，各省基金结余必须一步到位地划归中央，这有利于养老基金投资规模的继续扩大，可以更好地发挥养老金投资管理的规模效应。”董登新说道。

苏宁金融研究院特约研究员何南野曾对时代周报记者表示，未来养老基金的委托投资规模进一步增大，是弥补养老金缺口的必然要求，只有不断提高委托投资的规模，同时不断提升收益率，才能有效应对养老金的缺口问题。□

化妆品行业高质量发展完美公司以科研创新贡献力量

近日，中国药品监督管理局研究会化妆品监管研究专业委员会成立大会暨中山美妆产业高质量发展研讨会在中山圆满召开。

国家药品监督管理局化妆品监督管理司司长李金菊通过视频连线讲话，中国药品监督管理局研究会会长张伟，广东省药品监督管理局副局长宋永朝、二级巡视员谢志洁，中山市副市长雷岳龙，完美公司党委书记、常务副总裁赵建红等领导、嘉宾、企业代表参加相关活动。

经过多年发展，中山在化妆品领域汇集众多行业领先企业。在同日开展的中山美妆产业高质量发展研讨会及相关活动中，完美（中国）有限公司（以下简称“完美公司”）受邀参会，共同探讨化妆品科研创新的路径，助力化妆品产业高质量发展。

行业盛事：国家级化妆品专委会成立

在中国药品监督管理局研究会化妆品监管研究专业委员会成立大会上，研究会副会长时立强宣布成立化妆品监管研究专业委员会的批复和主任委员、副主任委员、委员名单。广东省药品监督管理局二级巡视员谢志洁当选化妆品监管研究专业委员会主任委员。随后，化妆品监管研究专业委员会举行第一次全体会议，表决通

过《化妆品监管研究专业委员会工作规则》《化妆品监管研究专委会近中期工作设想》。

中国药品监督管理局研究会会长张伟出席化妆品监管研究专业委员会成立大会并致辞。他要求，一是加强资源整合，发挥专委会平台优势，进一步把国家药监局、各地化妆品监管部门、社会研究机构以及各界热心化妆品监管研究的有志者聚集起来，形成研究集群和网络，共同推动监管科学发展。逐步建立专业化、专兼结合的研究团队，通过多种方式，构建相互协调、优势互补的研究集群。二是加强基础理论研究，准确把握新时代化妆品监管规律，着力解决化妆品法规建设过程遇到的痛点、难点和堵点问题，以更加务实的态度促进我国化妆品监管理论研究实现高质量发展。三是要适应新形势，不断创新。认真分析化妆品行业发展趋势，准确把握化妆品行业发展规律，紧跟新业态动态，充分利用科学研究范式变革和学科交叉融合的机遇，打破传统和惯性思维，与时俱进开展化妆品监管研究。

广东省药品监督管理局副局长宋永朝在化妆品监管研究专业委员会成立大会上致辞。他指出，广东省政府高度重视化妆品产业发展，

2020年12月出台了《广东省推动化妆品产业高质量发展实施方案》，提出了到2025年要将广东省建设成为国际化妆品产业高质量发展典范，成为国际化妆品优质原料生态圈、科技创新中心、先进制造示范区和时尚文化新高地的全新目标。

广东省药监局正在积极推进药品监管综合改革工作，力求通过改革创新这个制胜法宝，提升监管能力和监管效能，推进药品监管现代化。他希望化妆品监管研究专委会能够更多地关注广东省化妆品监管和产业发展，为广东化妆品监管能力提升和产业发展出谋划策，提供理论、策略、方法、思想的专业智库建议，助推广东化妆品监管和产业发展高质量发展。

中山市副市长雷岳龙在中国药品监督管理局研究会化妆品监管研究专业委员会成立大会和中山美妆产业高质量发展研讨会上致辞，向与会代表介绍中山美妆产业概况。他指出，中国药品监督管理局研究会化妆品监管研究专业委员会在中山诞生，是我国化妆品行业深入开展监管研究、完善监管法治体系、实现高质量发展的盛事，是促进中山化妆品产业加快发展的好事、大喜事。迈入新时代，中山积极抢抓“双区”驱动发展机遇，将健康医药作为重点发展的三大战略性新兴产业之

一，加快发展壮大化妆品产业等特色优势产业，并将其纳入“十四五”发展规划。目前，中山正在积极推动建设粤港生物医药合作创新区，研究出台《中山市推动化妆品产业高质量发展行动方案》，全力打造“中山美妆”区域品牌，促进化妆品产业高质量发展。

先行探索：完美高质量发展走在前沿

“当前行业发展充满了机遇，但也面临着挑战。”在研讨会上，完美公司党委书记、常务副总裁赵建红发表主题演讲时表示，行业面临核心原料依靠进口，安全与功效评价的标准化方法还在建设初期，企业自主创新缺少动力，消费者对国际品牌过于青睐等多重挑战。

在完美公司看来，今年各级政府出台一系列的政策，都为企业指明了落实科技创新的大方向。而创新是高质量发展第一动力，完美公司在创新的路上一一直在不断探索。

早在2008年，完美就通过了国家实验室认可（CNAS），目前公司已有500项检测项目通过实验室认可；2017年，完美集聚“智能化、数字化、绿色环保”的华南基地正式运行；2018年，在中山市政府的指导下，完美生命健康科技研究院挂牌。通过发挥平台、人才、项目优势，深耕完美科研

四大领域，聚焦微生态领域，从肠道微生态到皮肤微生态，从产品研发延伸到应用技术的基础研究领域。

针对功效测试体系缺乏的短板，生科院已陆续建成从细胞实验到模式生物（线虫、斑马鱼、鸡胚）到动物实验到人体临床的安全与功效研究平台。未来，完美公司在化妆品产业发展中将承担企业作为桥梁和核心作用的使命，联合政、企、校共同推动产业安全与功能评价规范发展，建立全面、系统、开放的化妆品评价平台。

当天下午，与会代表还参观了完美公司华南基地。中山市市场监督管理局党组成员李志勇就《中山市推动化妆品产业高质量发展行动方案》（征求意见稿）进行介绍，专家委员、政府代表、企业代表就中山美妆高质量发展路径选择做研讨。

化妆品监管研究专业委员会的成立，是行业发展重要里程碑，也必将引领和支撑广大企业发挥创新创业精神，迈出坚定的改革步伐。完美公司将在化妆品监管研究专业委员会的指导下，依托生科院，建设高素质研究团队，打造高端研发平台，助力化妆品监管研究专业委员会建设一流智库、一流队伍，为实现化妆品强国贡献完美力量。

（文/涂梦莹）

FOCUS · 焦点



小资的露营焦虑

◀ 上接P1

在小韦和合伙人最近举办的、为期两天一夜的“森系复古派对”中，他们还在营地生活里安排了摇摆舞派对、夕阳音乐会、BBQ烧烤联谊、烟花秀和晨间瑜伽。将这些元素印在宣传彩页上，营地的艰苦生活便有了都市和中产的色彩。再安排一个资深的咖啡师，在复古大众T1汽车模型前为游客调制咖啡，一套组合拳直击当代小资们的心。

夜幕徐徐拉开，前来露营的百十号人陆续到齐，象征着现代化都市的霓虹彩灯一开，营地就像化好妆的女士一样，变得婀娜和柔情起来。大多来自深圳的露营者，一边趁着落日余晖自拍，一边静待有烧烤加持的夕阳音乐会开场。

音乐会的主唱叫迅雷，是一位已入驻网易云音乐的歌手，有丰富的海外活动和演出经验。“网易云+海外+演出”这些元素对于体验者来说十分受用。

歌声在山谷回荡时，樟树下飘来烧烤的香味，身着复古连衣裙的丽人们提着裙子，抛弃了深情款款的网易云歌手，围住了烤炉前的师傅。

刚出炉的牛仔骨烤串和大虾烤串，消失的时间以秒计算，手速稍逊的只能抱憾而归。音乐很快能抚平人们的失落感，现代文明和物竞天择的食品分配机制倒也相安无事。烤串师傅悄悄告诉时代周报记者，生蚝、牛仔骨、大海虾和各种食材其实还有很多，只是炉子只有四五个，所以烤起来慢。只要不着急，一定能吃到“扶墙”。

好在，烟花不需要经过“物竞天择”，在空中绽放的烟花，只要有眼睛，就能获得精神愉悦。烟花绽放，复古装丽人们以抢夺大虾的手速掏出了手机，纷纷赞叹值回票价。烟花、舞台、大虾、帐篷，露营者们赢得了这天的“朋友圈”胜利。

时代周报记者发现，在前后数分钟的烟花秀中，几乎没有人抓住这个机会接吻和拥抱，也许是因为结伴而来的大多是女生。

当天露营活动的最后一个高潮是，一群都市人手拉着手在草地上跳摇摆舞。据维基百科所记，摇摆舞起源于非裔美国人社区，随后逐渐扩散至白人社交圈，并在美国经济大萧条的年代盛极一时。

大自然

营地帐篷面朝东方，第一缕阳光洒进帐篷时，还不到早上7点，积攒了一整晚的露水，在日出之后才会开始慢慢退散。

白天的营地，少了夜晚的活色生香。尽管有30多个体验者报名了早上六点半的日出瑜伽课，但疲倦的夜，终于让不少人摆脱了规则的束缚，最终早起的，只有10多人。

一场露营体验，在早餐后，本质上已经结束。体验者支付999元换来的幻想时光也到此为止。

一位体验者向时代周报记者说：

“在朋友圈发希尔顿酒店的定位有什么意思？只会让人觉得你土罢了。但是你发一个城里看不到的烟花秀，就能获得数不清的人给你点赞，并留言追问你这是哪里。”这实际上正是主办方期待的效果，“迎着日出做瑜伽，是一个非常值得发朋友圈的素材。小红书上不少KOL都发过。”一位露营的工作人员如此说道。

在营地愿意自己动手的体验者很少。主办方安排了劈柴环节，可整个群体里，都没有一个人在烧柴时代里成长起来的，即便是在当地雇用负责烧烤的师傅，用的也是纸箱包装的无烟炭。

劈柴环节出乎意料的成功，现代中产的一大特点是，在遇到新奇和不大懂得怎么处理和理解的事物时，容易陷入一种亢奋的状态，比如砍柴，比如杀鸡剖鱼，比如看到流星。

丰富多元的体验，对所有人都有吸引力，但小韦说，即便如此，几乎很少有重复入营的人，毕竟野外露营，是有别于现代都市中产的生活方式的。

“没地方去”

中国社会科学院旅游研究中心特约研究员付磊于2017年接受《人民日报》记者采访时介绍，若按中国有1.5亿人规模的常态露营人口，保守地算，每人年均露营花费1000元，就是这个直接消费通过上下游产业链拉动相关行业，算上乘数效应，中国的露营行业产值将达到万亿元。”

美国研究机构Grand View Research也曾发布报告称，2018年全球精致露营市场规模为21亿美元（约合人民币136亿元），预计2019—2025年将以12.5%的复合年增长率扩张。

报告中特别提到了亚太地区：“不断增长的可支配收入和消费者在豪华旅游上的消费意愿，预计将在未来几年显著推动亚太地区精致露营市场增长。”

希望尝试露营的人越来越多，供需市场就越来越旺盛和细分，据本次

精致露营活动的老板莱特介绍，今年露营火了以后，行业内卷到让人害怕。“突然多了好多竞争对手，光是惠州地区就有20多家。”

莱特和工作人员有时候会为创意想破头，但是没有办法，必须定期举办不同主题的活动。在莱特看来，是因为年轻的城市中产通常不愿意重复参加同一个主题的活动，所以若是没有更具吸引力的主题，产品的复购率不高。

揣摩中产心理，做出高品质的露营体验，对于主办方来说是一把双刃剑。例如，这次活动请来了有一定粉丝并且风格不俗的歌手迅雷和在深圳小有名气的摇摆舞老师，甚至请来了意大利机车品牌维斯帕（vespa），这款车曾经出现在电影《罗马假日》中。该品牌的一大特点就与性价比无关的贵。

无论如何，让体验者至少感受到不虚此行，是现阶段品牌联盟共同的目标。维斯帕深圳的负责人向时代周报记者说，作为意大利高端摩托车品牌，品牌的目标客户就是城市的中产，“主要是不大在乎性价比，而看重品位和生活方式的高级中产，所以类似乡村大舞台那种活动，我们是不会参加的，这种针对白领的露营活动，恰好汇集我们的目标受众”。

除了机车品牌，在深圳和上海都小有名气的咖啡店牌子，甚至都市白领最爱的喜茶也成了这次活动的参与者之一。

对于目标受众，品牌方不遗余力地争取更多的曝光。虽然品牌多且杂，但在乡野氛围的烘托下，彼此融合成为了一个城市没有的消费环境。

不仅品牌如此看待，消费者也是。小韦在那个霓虹闪烁的夜里向时代周报记者说，实际上大城市的年轻中产生活压力非常大，他们从小生活在快节奏的城市里，得到了一定阶段，他们需要各种方式舒缓自己的压力，既然露营变成了一种被认可的中产生活方式，那作为商家，在这种方式里带上一些商业行为，增加体验的溢价，

是市场自然而然催生出的需求。

后来，时代周报记者了解到，仅仅是那一晚的烟花，价值就数千元，相当于几个体验者的参团费。

但这正是体验者需要看到的。在日本观察家三浦展出版的《第四消费时代》里，谈及年轻中产消费的价值观时，认为这一群体逐渐淡化奢侈品对于身份的标榜，转而对凸显生活方式或者个性化的产品发生兴趣，因为消费从满足个人虚荣心，已经转变成对同一事物的认同感。

精致露营，实际上是一种城市中产群体的细分需求，他们只找寻最稀缺的东西，并在这里得到了共鸣。

和上层阶级不同，新兴的城市中产在快速发展的大城市，对生活的理解已经悄然转变。上层阶级大多固化在原有的社会体系之中——房产等原始财富的积累；而作为新兴的城市中产，高企的房价开始让他们反思究竟是加入房产大潮，还是尽情发展自我喜好。

加入露营、逃离城市实际上是这些中产对各式各样焦虑按下的暂停键，是对不可名状的城市，无法操控的生活的一种排解。

只是这一切，已经被商家琢磨清楚了。

不过，无论是否有空调和公共浴室，夜里是否有蟋蟀鸣叫作伴，不少人并不认为自己是“花钱买罪受”。即便是一瞬间的精神充盈，他们都能在其中找到自己最满意的部分，即便是不喜欢现代商业社会任何逻辑的，也会被星空和萤火虫所触动。

在后来的闲聊中，在深圳长居的歌手迅雷，向时代周报记者说，或许露营也不完全是都市中产的焦虑发现，另一个很客观的问题是，“深圳就是没地方玩而已”。尽管人类从自然丛林走向了都市森林，但基因里，或许还留存着一些自然的野性。

露营者中难得的硬核爱好者Romy曾在西班牙参与过海边露营，她回忆道：“第一次露营活动在海边，那时候一切都很简单，不仅帐篷要自己搭，还要在正午的烈日下蹲在海边洗菜。”虽然海边露营很辛苦，可是当一群人在海边唱了一晚卡拉OK以后，她开始对露营上瘾，并购买了一套装备，为下一次露营做准备。

“人可能天生就想要亲近自然。”Romy说。但这次吸引她来的亮点是摇摆舞派对。正如在付款宣传页面中所写“体验现代文明与原始自然碰撞出的奇妙火花”。在露营中加入各种活动，正是主办方吸引各种小群体目光的方式。

这是一种精心包装的表述，本质上呈现的是一场在城里无法举办的露天派对，但这样的消费产品，正在获得越来越多城市中产的认同，唯一的遗憾是，城市中产没有办法逃离真正的都市生活，也难以看淡都市繁华，只能是在乡村与繁星和银河以礼相待地度过余生。

两天一夜之后，他们终将还得回归到都市。■

1500

亿元



个性化



确定71项重点任务 深圳举全市之力推进前海大开发

时代周报记者 石恩泽 发自深圳

9月6日,中共中央、国务院正式公布了《全面深化前海深港现代服务业合作区改革开放方案》(以下简称“前海方案”),前海迎来新的重大历史发展机遇。9月13日上午9时,深圳市召开推进前海深港现代服务业合作区建设新闻发布会,介绍深圳市贯彻落实举措等情况。

据深圳市委副书记、市长覃伟中介绍,目前前海合作区新一轮总体规划建议方案已经形成,正按程序报请上级部门审议。“接下来将重点抓住‘扩区’和‘改革开放’两个重点,举全市之力推进前海大开发、大开放、大发展。”

其中,在深港合作方面,深圳将加快推进深港国际服务城,特别是加强深港金融领域合作;在扩容提质方面,统筹推进物理扩区和政策扩区,用好120.56平方公里的土地空间;在改革开放方面,探索行政区和经济区适度分离下的新型管理体制;在社会民生方面,深圳将对接港澳教育、医疗、社会保障等公共服务体系,推进港澳同胞在民生方面享有市民待遇。

大幅增加港籍就业人口

“前海方案”公布后,深圳定下了两个阶段的发展目标:到2025年,向港资新出让产业土地面积占比不少于1/3,构建开放型经济新体制取得重大突破,对粤港澳大湾区发展的引擎作用日益彰显。

到2035年,港籍就业人口大幅增加,营商环境达到世界一流水平,建成全球资源配置能力强、创新策源能力强、协调发展能力强的高质量发展引擎。

为此,深圳制定出台了贯彻实施方案,提出了12个方面、44条举措,将“前海方案”细化分解成71项重点任务、203项近期重点推进事项。

深圳市发展改革委主任郭子平在会上指出,这次“前海方案”出台,



特别是“扩区”政策为前海现代服务业发展创造新的优势,前海面积扩大8倍,既有的产业支持政策同步会覆盖到扩区后的全部区域。

接下来,深圳支持前海大力发展金融、物流、信息、科技等方面的专业服务业。郭子平表示,前海将依托香港服务业的优势,坚持新出让的产业用地有1/3用于港资港企,不断探索深化深港在现代金融科技服务、会展经济、海洋经济专业服务业这三个领域的合作。

做好金融开放和科技服务是重中之重。

在金融业开放的发展上,深圳将

充分发挥香港国际金融中心的优势,配合中央有关部委研究出台支持前海金融发展的政策措施,提升国家金融业对外开放试验示范窗口和跨境人民币业务创新试验区的功能。

深圳将增设更多专业交易市场,提升金融业服务实体经济水平,推动深港金融业更高层次的互联互通。

另一个值得关注的焦点在科技服务方面。郭子平提出,深圳将建立“基础研究+技术攻关+成果产业化+科技金融+人才支撑”的全过程创新生态链,“未来将加快科技发展体制机制的改革创新,不断探索符合前海自身特点的科技创新的新路径”。

明确建设优先级

面对前海全面深化改革的繁重任务,深圳明确了自己的优先级。

深圳市前海管理局常务副局长黄晓鹏表示,近期重点抓“四个一批”的落地见效,分别是加快推出一批重大政策、加快推出一批重大创新成果、加快打造一批重大平台、加快建设一批重大工程。

在政策上,深圳前海将出台金融、物流专业服务新兴产业,人才引进等八大产业政策,为现代服务业的聚集发展提供全方位的支持。例如,省市下发的经济社会管理权限、鼓励类产业目录、产业促进和奖补政策,以及产业用地面向港资港企金融和法律支持政策等六个方面。

在创新举措上,深圳前海将联手港澳推出包括跨境政务服务便利化、综合营商环境改革、职业资格互认在内的一系列举措。“下一步,在深港规则衔接机制对接上,全力推动人流、物流、资金流、信息流的便捷高效流动。”黄晓鹏表示。

另外,深圳将重点推进“两城六区、一园一场、六镇双港”建设。

“两城”即前海深港国际服务城、前海深港国际金融城;“六区”包括前海深港国际法务区、国际高端智库集聚区等;“一园”指前海石公园;“一场”指前海深港广场;“六镇”包括前海深港专业服务业小镇、深港文创新镇、港澳青年创新创业小镇等;“双港”指“一带一路”贸易组合枢纽港和深港国际人才港。

黄晓鹏表示,“在前海深港国际法务区的建设上,将聚集一批港澳和国际的律师事务所及公正鉴定机构,形成全链条的法律服务群;在前海港澳青年创新创业小镇的建设上,截至年底,深圳前海将新增9万平方米的创业空间”。

此外,深圳将加快深中通道、穗港深城际机场至前海站,以及深圳机场改扩建等项目建设,推动广深西部铁路前海口岸规划建设,构建多层次的深港跨境复合通道。

1/3

珠海“老大哥”亮王牌 创业英才最高可获500万元资助

时代周报记者 刘文杰 发自珠海

作为珠海的“老大哥”,香洲区带头发力。

9月14日上午,珠海香洲区召开了南屏科技生态城总体概念规划推介会。未来三年,香洲将投入80亿元,全面提升南屏科技生态城道路、交通、公用设施、生态环境等基础设施,包括规划新增幼儿园、小学、初中,覆盖片区内所有居住人口(含企业员工)子女,以及扩建医院,解决产业人才子女入学、医疗养老等后顾之忧。

南屏科技生态城是南屏科技工业园的升级版。而从园到城,藏着香洲的野心。

作为珠海主城区,香洲经过多年发展,已经到了爬坡过坎的转型期,面临土地空间资源紧缺、创新总体实力偏弱、领军人才和创新团队偏少、新经济新业态发展不足等问题。

接下来,香洲还将着重发力引才,发布《关于实施“香山人才计划”促进人才优先发展的若干措施》(以下简称《人才计划》),以此壮大人才队伍,支持企业发展,助力香洲加速转型升级。“引导人才加速向战略性新兴产业、高端制造业、高端服务业等集聚。”香洲区委组织部副部长唐华翠介绍,将在重点发展产业、重点企业方面,每年安排人才专项资金,促进人才向龙头企业、创新型企业、六大产业链企业和引领未来发展方

向的企业汇集。

人才计划力度最大

时代周报记者在会上获悉,香洲此次推出的人才计划力度为历年最大,主要面向“香山创业英才”“香山创新英才”“香山青年人才”“香洲工匠”四类人才。

如入选“香山创业英才”者,香洲区将给予企业最高500万元创业资助,以及个人10万元生活补贴;入选“香山创新英才”者,给予每人10万元工作补贴和10万元生活补贴。

住房、教育、医疗等配套是香洲区人才引进关注的重点。

根据《人才计划》,香洲区两年内将提供不少于2000套的人才住房,为珠海市高层次人才、香洲区重点培养的四类人才、新引进创业团队的带

头人和核心成员及区内急需紧缺人才,免费提供人才公寓。

另外,“香山创业英才”“香山创新英才”可享受优先诊疗、优先检查、优先安排床位及优先手术“四优先”服务;“香山创业英才”“香山创新英才”每年可申领一次“医疗服务券”,凭券到指定医院享受免费体检,其父母及在香洲区工作的市高层次人才父母可优先安排入住公办养老机构。

此次《人才计划》新增对新设博士后科研工作站、分站、创新实践基地的企业配套支持,以及新进站博士后的配套补贴,新增企业引才育才奖励,降低企业引进高端人才的成本,并鼓励企业与顶尖人才合作。

从园到城

香洲此番发力引才,是为企业注

入“强心剂”。

作为珠海“老大哥”,香洲实力雄厚。以南屏科技工业园为例,园区内拥有格力电器、纳思达等明星企业。截至2020年,南屏科技工业园规模以上工业企业已有160家,实现工业总产值940亿元,占全市规模以上工业总产值的20%。

但“老大哥”也面临着“兄弟区”的追赶。相比金湾区、高新区,香洲南屏科技工业园的城镇化速度较慢,如园区主导产业不够突出,科技创新能力有限,园区空间载体不足,土地已基本出让完毕且利用率较低。

香洲把转型升级的期望放在南屏科技生态城,以此实现“一园”到“一城”的飞跃。

按照规划,南屏科技生态城将坚持高端制造业主导地位,形成以打印及增材制造、智能制造装备为主导,信创产业前沿布局,现代服务业为支撑的“3+1+1”产业发展引导体系。到2025年,这里要“装下”超2200万平方米的建筑规模、超740万平方米的产业空间、超66万的实际管理人口。

香洲区委书记李伟辉指出,当前,香洲正面临前所未有的发展机会。南屏科技生态城要坚持高水平规划、高标准建设、高质量发展全面推进等发展方针,聚集高新技术产业和上市企业,打造创新发展示范区,人才奖励、创新平台、配套设施等方面全面开花,进一步解决人才落户的生产生活需求。



940

亿元

北京中指信息技术研究院： 全国品牌价值增长16.1%

9月15日，由中国企业评价协会、清华大学房地产研究所、北京中指信息技术研究院主办，北京中指信息技术研究院中国房地产TOP10研究组承办的“2021中国房地产品牌价值研究成果发布会暨第十八届中国房地产品牌发展高峰论坛”在北京雁栖湖国际会议中心隆重召开。会上隆重发布了《2021中国房地产品牌价值研究报告》，对中国房地产品牌企业的品牌价值增长规律进行全方位解析，促进中国房地产行业持续健康发展。

今年上半年，随着宏观经济活动的复苏，房地产市场也逐渐恢复到常态。在“房住不炒”基调下，品牌企业以回归居住本质为导向，积极响应政府号召，紧跟客户需求，持续提升品牌影响力。品牌凝聚产品力，匠心打造构筑品质人居。品牌彰显服务力，升级服务增强客户黏性。在新形势下，升级品牌战略、发挥品牌整合效能、提升品牌竞争力，将成为优秀品牌企业高质量发展的重要保障。

2021中国房地产品牌价值研究全面启动以来，中指研究院中国房地产TOP10研究组在深入理解国家政策的基础上，针对中国房地产企业的整体发展状况，进一步完善了2020中国房地产品牌价值研究的方法体系，为更加客观地评价企业品牌实力提供了理论与实践依据，通过品牌价值的客观评价彰显优秀企业的品牌发展成就，促进企业有效提升品牌建设水平，推动中国房地产行业健康有序发展。

2021年全国品牌企业品牌价值均值为476.89亿元，同比增长16.1%。其中行业领导公司品牌中海地产、万科、保利发展、碧桂园、融创中国和华润置地的品牌价值分别达1392亿元、1353亿元、1349亿元、1006亿元、962亿元和915亿元，品牌价值稳步增长，持续保持行业领先地位。

区域品牌企业品牌价值均值为70.10亿元，同比增长25.09%。专业领先品牌企业品牌价值均值为97.47亿元，同比增长19.39%。

1. 品牌价值边际效应递增，持续增厚品牌资产

品牌价值与业绩之间的关系，存在边际效应递增的规律。

具体来看，处于1000亿元以下阵营的品牌企业，单位品牌价值增长带动业绩增长2.0亿元；1000亿~3000亿元阵营的品牌企业，品牌价值均值每提升1亿元带动业绩增长3.5亿元；3000亿元以上阵营的品牌企业，品牌价值均值每增长1亿元带动业绩增长4.5亿元。

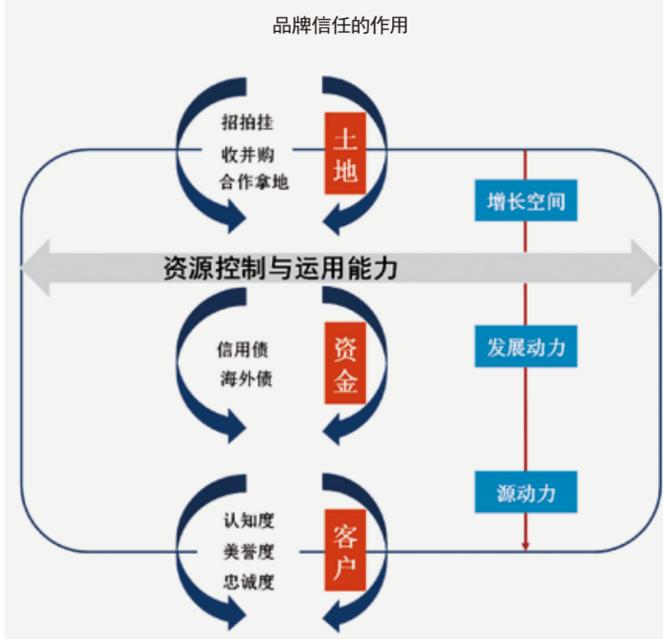
因此，销售规模越大的品牌企业，品牌价值的边际效应越大。

2. 品牌信任作用逐渐显现，汇聚资源提升实力

继“三道红线”和“两道红线”等金融监管措施之后，国家自然资源部发布重点城市供地“两集中”文件，品牌企业融资端、投资端均受到严格限制，结合销售端个人房贷限制，行业发展速度将维持中低速增长。

在此背景下，行业整体发展在经历调整后更趋良性，行业格局趋于

2021中国房地产品牌价值研究报告：（一）抓机遇强运营，全国品牌价值增长16.1%



固化，拥有充足土储和强运营的企业有望脱颖而出。

品牌是高品质与高质量的象征，品牌企业以品牌信任聚集优势资源，通过对资源的控制和运用，增强企业的经营能力，特别是在融资新政及集中供地政策出台的背景下，品牌企业更受政府、资本市场以及客户的青睐，在当下市场更能发力扩张，获取更多的品牌价值。

2021中国房地产品牌价值研究中，研究组以品牌企业的“品牌三度”为维度进行了问卷调查，结果显示：全国品牌企业的认知度、美誉度和忠诚度均值分别为52.54%、70.24%和58.37%，品牌三度继续保持稳步提升，其中品牌忠诚度和美誉度增长明显。

3. 产品力筑牢品牌竞争力，市场份额稳步提升

随着房地产行业进入平稳发展阶段，行业逐渐从土地红利、金融红利步入管理红利时代。

在此背景下，品牌企业逐步摒弃追求规模扩张的传统发展模式，更加重视质量的增长，提高产品力正式成为竞争的核心。

品牌企业立足产品价值重塑，对产品进行不断的研发迭代，以高品质产品赢得市场，市场占有率不断提升，品牌覆盖能力和品牌强度持续增强。

2021年，10家品牌企业2020年在10个重点城市的销售额占有率均值为27.0%，较2019年提升了3.0个百分点。

（二）加强轻资产和综合运营 促进品牌延伸

1. 提速轻资产的运营，品牌效益持续扩大

伴随着房地产行业进入管理红利时代，以品牌、技术、管理、资本为输出要素的轻资产运营模式加速发展。品牌企业日益注重轻资产领域深耕，运营模式不断升级，业务力度持续加强甚至登陆资本市场，持续扩大品牌影响力、提升品牌效益。

2. 增强综合运营能力，提升品牌的影响力

随着房地产行业竞争加剧，单一运营模式已不再适合企业生存发展需要，以品牌为驱动的综合运营模式日益成为企业发展方向。品牌企业依托强大的品牌吸聚力，加速内外部品牌资源聚合，在“宜产”与“宜居”两个方向发力，向产业新城、文旅小镇、智慧社区等领域延伸，最终，通过升级空间结构、完善生活配套、加速产业发展助力城市更新、乡村振兴，带动区域经济发展的同时，承担企业的社会责任，扩大品牌影响力。



（三）构建线上“直播”体系 增强品牌渗透力

1. 围绕直播打造传播体系，加强品牌传播

随着疫情常态化，线上传播成为重要传播渠道。房地产品牌传播也进入“直播”时代。品牌企业通过2020年直播试水后，开始在直播体系搭建方面深入探索，通过在直播工具、内容、形式和管理方面入手，打造线上传播矩阵，加强对传播质量和持久性的建设力度，为品牌传播持续赋能。

2. 迎合时代IP形象加速推，提升传播效能

伴随消费群体日益年轻化，品牌企业转变思维，以更积极的心态拥抱新青年消费群体，不断为品牌传播融入更年轻、更时尚、更潮流的思想元素。

品牌企业通过打造适合新一代年轻人的产品，迎合Z世代的消费需求，并持续在IP形象打造方面发力，通过形象衍生、周边打造等形式深化IP形象，同时跨界试水“盲盒”文化，吸引年轻受众，提升品牌传播效能。

（四）谱系战略逐渐深化，担时代使命塑品牌形象

1. 品牌组合逐渐深化，“一千多枝”构品牌谱系

在品牌谱系管理的战略规划中，品牌企业采用“一千多枝”的战略体系，构建“树大根深、枝繁叶茂”的品牌家族繁荣景象。通过以地产开发作为主干领域深耕细作，进行品牌升级与开发；不断向新兴领域进行拓展延伸枝丫，实现品牌谱系的多元化发展；最后，以枝丫领域的拓展反哺主干领域，巩固主干粗壮如虬，构建茂盛的品牌谱系。

2. 舆情管理体系完善，舆情监测降低品牌风险

品牌企业紧跟政府步调，严格贯彻落实政府文件要求，降低企业经营风险。品牌企业积极响应国家政策相关要求，房地产贷款增

速持续下降，优化了全社会资源配置。同时，品牌企业核心经营财务指标的改善有利于房地产行业的稳健经营，有效预防系统性金融风险。在舆情风险方面，中指风险测评SaaS工具对全国233家品牌企业舆情事件进行监测，根据今年1-8月品牌企业舆情事件监测结果，全国品牌企业舆情风险得分均值为5.705分。

3. 守初心增民生福祉，塑造有担当的品牌形象

在中国房地产市场进入下半场的宏观背景下，品牌企业拥有了新的时代使命，即增进民生福祉，为群众创造高品质生活。品牌企业通过参与扶贫攻坚、乡村振兴、绿色生活等关乎社会民生的公益活动，积极践行社会责任，提升了自身有担当、有坚守的品牌形象。

5.705
分

结语

中国房地产行业告别了土地红利时代、金融红利时代，进入管理红利时代，优质资源将加速向品牌企业聚拢，品牌赋能企业发展，打造企业强有力的核心竞争力。正值“十四五”开局之年，面临新的发展环境，品牌企业应积极把握行业发展新机遇，在新时期开拓品牌新格局。

(文/丁当)

没有嫦娥 不吃月饼 韩国人把中秋过成了感恩节

时代周报记者 马欢 发自广州

9月17日,在韩国仁川港沿岸客轮站,推着行李箱的返乡旅客准备乘船回家过节,因为再过一天,韩国的中秋节假期即将开始。

对于韩国民众来说,中秋节在传统节日中占据了极为重要的地位,有时甚至比春节更为重要。即便受新冠肺炎疫情影响,韩国防疫部门已经提前呼吁民众“尽量不要回老家,鼓励网络祭祖”,但据韩联社报道,9月17日上午10点,韩国今年中秋返乡潮已经开始,各地高速公路部分区段出现拥堵情况。

韩国人的中秋节,从历史渊源来说,与中国传统文化有着密切的联系,韩国人在中秋节全家团圆、赏月等习俗,也与中国类似。但是在历史演变的长河中,经过消化、吸收、创造,在韩国演化而成的习俗已与中国有明显不同。

韩国人把每年农历八月十五的节日,称之为“秋夕”,并将该节日的英文译作Korean Thanks Giving Day,意为“韩国感恩节”。

韩国人认为,秋夕是一个感恩秋季收成、全家团聚祭祖的日子。不仅如此,韩国还有句谚语——不需多、不需少,只愿如中秋。意思是希望能像丰收的中秋时节一样不愁吃穿,世世代代过上好日子。

最长连放10天假

从国家法定假日情况看,韩国的中秋和春节一样都统一会放3天法定假,是韩国放假天数最多的节日。

今年加上两天周末,韩国的中秋节实际上共有5天假期。

2017年,韩国民众曾经有历史上最长的中秋假期,不仅有3天法定假日(10月3—5日),前后还连上了开天节(10月3日)、韩文日(10月9日),再加上临时公休日(2天)和周末,一口气从9月30日休到10月9日,连放10天。



彼时,韩国总统文在寅强调,这样的放假安排也是为了“鼓励消费、促进内需,为韩国经济注入活力”。

除了假期较长以外,韩国人还在传统的中秋节中融入了西方感恩节的色彩。

韩国人中秋一大早的头件事就是祭祀。祭品包括用当年新米所蒸的白饭和松饼、新米酿的酒等,首先供奉给祖上品尝,感恩祖上保佑今年也获得了丰收,随后大家再一起分享祭品。

与中国人喜欢晚餐时团聚不同,这顿丰盛的早餐才是韩国人中秋节的正餐。

每逢中秋,韩国的家庭主妇需要准备丰盛的点心、菜肴和水果等。而

松饼则是韩国中秋节必不可少的一道传统点心,相当于中国的月饼,但是做法与口感完全不同。松饼用半熟的米粉团包入豆子、栗子、芝麻、蜂蜜等内陷,在锅中铺好松叶、放上松饼一起蒸熟,成品会散发出松叶的香气。一般而言,中秋前夕全家女眷会聚在一起制作松饼,韩国民间还有这样的传说:“做出漂亮的松饼,就会生出漂亮的女儿。”

早餐后,一般韩国家庭会去家族墓地扫墓、敬酒、除草,以示孝道。但从2020年开始,受新冠肺炎疫情影响,放弃返乡的韩国民众和劝阻子女不要回乡的父母在逐渐增多。为保持社交距离,一些骨灰堂等祭祀场所也关闭焚香所,韩国政府鼓励民众以网

上扫墓的形式进行祭祀。

和美国感恩节一样,韩国人还强调在这一天要给亲人、朋友和同事赠送礼物,而最受欢迎的秋夕节礼品是红参。

不过,与典型的美式感恩节充满吃喝玩乐不同,韩国的中秋节以家庭参加游戏和舞蹈为主,用来庆祝丰收并表示感谢。

人们会在这天摔跤、射箭等,女孩子还会跳一种叫“强羌水越来”的传统舞蹈。

物价飙升

每年的中秋同时也是韩国本国物价大涨的日子。由于家家户户都要举家团聚、准备祭祀大餐,中秋节前,韩国主妇们会大量备菜,这导致肉、米等祭祀食品需求量大增,价格也水涨船高。

今年中秋节,由于韩国夏季遭遇大范围极端天气,加上禽流感和非洲猪瘟的蔓延,农产品的价格更是异常暴涨。

其中,猪肉价格涨得格外凶猛。目前,韩国本地地产的五花肉价格已经高达26000韩元/公斤,约合人民币144元/公斤。

梨的价格也已经涨到约合20多元人民币/斤,涨幅高达41.2%,西瓜的价格更是涨至130元人民币一个。除此之外,韩国人餐桌上常见的菠菜、鸡蛋也涨势迅猛,分别同比上涨了35.5%和54.6%。

据韩国统计厅统计,临近中秋,韩国物价涨幅连续两个月刷新今年的最高值。韩国农副产品的价格较去年8月份同比上涨7.8%,连韩国10多年不涨价的方便面也在中秋前罕见提价,当前市场上70%方便面价格都有不同程度的上涨,其中知名方便面——金拉面的平均涨幅达12%。

韩国政府表示,已采取扩大中秋旺季产品供应规模、提前供应时间、扩大进口量等措施,希望能在中秋节前稳定物价。□

秋夕



巴西咖啡减产超22% 全球市场迎来涨价潮

时代周报记者 马欢 发自广州

世界上最大的咖啡出口国巴西正遭受前所未有的损失。

9月14日,据路透社报道,受全球航运难题影响,巴西出口商8月咖啡出货量已跌至过去一年来的最低水平。

由于寻找集装箱和舱位的难度增加,8月份巴西绿咖啡出口量同比下降27%至233万袋(每袋60公斤)。

巴西咖啡出口商协会Cecafe表示,由于目前海上运输障碍重重,预计今年约有350万袋咖啡无法按时发货,这也将给该国咖啡出口行业造成约5亿美元(约合人民币32亿元)的损失。

作为目前世界上最大的咖啡生产国和出口国之一,巴西咖啡占全球咖啡贸易的近40%,2020年出口量达50亿美元,占世界咖啡总出口量的16%左右。

但是自今年以来,巴西的咖啡产业祸不单行:先是近一个世纪以来最严重的干旱,紧接着遭受数十年来最厉害的霜冻,给咖啡产量带来沉重打击。

加上航运发货延迟,不少分析师认为,这可能会进一步扰乱全球咖啡供应。而随着整个咖啡供应链紧张,各国消费者或将会为咖啡支付更多费用。

咖啡运不出去

桑托斯市位于圣保罗州,是巴西重要的港口城市,80%的巴西咖啡豆都从这里出口到世界各地。

但眼下,当地的咖啡出口商却愁

坏了,他们找不到足够的集装箱和船舱运送。

受新冠肺炎疫情影响,全球对集装箱的需求都在增加,南美至美国或亚洲至欧洲等航线的集装箱均出现短缺。

与此同时,集装箱的价格也在暴涨。目前从巴西发往美国路易斯安那州新奥尔良港口的一个集装箱成本需要4000美元(约合人民币2.6万元),而在疫情暴发之前,成本仅为1500美元(约合人民币9669元)。

“现在情况是,运费一涨再涨,订单被迫取消,新的集装箱或船舱预订变得更加困难。”Cecafe总裁尼古拉斯·鲁埃达表示。

Cecafe方面还透露,过去3个月40%~50%的咖啡货物在港口面临发货延期,而今年前几个月的这一比例为10%~20%。

“全球对咖啡的需求很大,但我们的基础设施还需要很长时间才能作出反应。我们港口的容量已经达到极限。”鲁埃达表示。数据显示,巴西8月份收到604艘集装箱船,比去年同期减少10%。

打击接二连三

2021年,巴西的咖啡产业接连受到不同程度到挫折。

先是5月份遭遇世纪干旱。由于巴西中部和南部巴拉那河流域长期遭受罕见干旱的影响,5个州今年夏季的降雨量相当稀少,进入“水资源短缺”状态,严重影响了咖啡作物的生长。

咨询公司Safra & Mercado表示,截至5月25日,巴西的咖啡种植者收成

了今年17%的作物,比去年速度要慢。去年同期,巴西的咖啡农收成了19%的作物,两年均仍低于5年来的平均水平(20%)。

经历了此前长期干旱后,巴西又在7月份不到一个月的时间里遭受了两次霜冻。

巴西最大的咖啡生产州——南部的米纳斯吉拉斯州,仅在7月20日早晨温度降至-1.2°C,这是当地自1994年以来最为寒冷的天气。据巴西政府食品供应机构Conab初步估计,此次霜冻已经影响了15万~20万公顷的种植园,约占该国阿拉比卡豆种植总面积的11%。

当地咖啡农们表示,从没见过这种情形。“我不得不将大概8万棵咖啡树全部焚烧,不然后续将浪费更多钱。”米纳斯吉拉斯州一位咖啡农欲哭无泪。

巴西国营全国供应公司预计,巴西今年咖啡豆收成将不会高于4880万袋,每袋咖啡重60公斤,也就是说巴西今年咖啡收成将在300万吨以下,比上个收获季减产22.6%。

咖啡的减产还带动了期货价格的飙升。洲际交易所(ICE)阿拉比卡咖啡期货也在7月飙升至7年来新高,为每磅210.7美分。截至北京时间9月17日,咖啡期货价格为186.75美分,今年累计涨幅超45%。

祸及全球市场

咖啡供应链问题也正影响了消费端的咖啡商。

据英国《金融时报》报道,德国烘焙巨头兼零售商Tchibo、日本品牌UCC Coffee、美国食品公司JM

Smucke等均被迫上调咖啡零售价格。另据《日本经济新闻》报道,包括UCC Coffee、味之素AGF在内的多家日本咖啡厂商都将在10月份上调咖啡售价约20%。

英国知名咖啡连锁名牌Costa还在推特上表示,公司确实面临供应难题,正在着力解决这一问题。

星巴克则通过提前12~18个月购买原料这一避险机制,以确保未来14个月的价格稳定。

星巴克总裁兼首席执行官凯文·约翰逊表示,为因应咖啡豆成本攀升,星巴克已采取提前采购、锁定价格等策略,以具吸引力的成本价购入咖啡豆,避免调涨商品售价。

“如果他们(竞争对手)提前购买咖啡豆的时间不如我们早,肯定不会有我们这样的成本结构。”凯文·约翰逊说。

星巴克的采购策略让他们拥有充足库存,得以暂时避开咖啡豆成本上涨带来的影响,在短期内不用冒险调升咖啡售价。

中国市场的咖啡主要进口自越南、马来西亚和巴西,2020年占比分别为33.10%、19.97%和7.77%。尽管全球咖啡豆价格持续上涨,但随着国内咖啡文化的发展,中国咖啡豆进口量仍继续增长。据海关总署数据,2021年1—6月,中国咖啡豆进口量同比增长104.3%,进口总额同比增长76%。

业内人士认为,面对全球咖啡豆供应链紧张,接下来成本将继续增加,这会给规模较小的咖啡商的经营带来压力。毕竟,其采购量和议价能力都不如星巴克。□

20

%



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



14 | 一针120万元 天价抗癌药贵在哪？

时代周报记者 邓宇晨 发自广州

曾经的山西首富，如今沦为债主天价悬赏寻找的“老赖”。

9月15日，上海市第一中级人民法院发布悬赏公告，称上海海博鑫惠国际贸易有限公司（下称“海博鑫惠”）应支付美锦能源集团有限公司（下称“美锦集团”）2.16亿元和利息，李兆会对上述付款义务中未清偿部分，承担1/4的连带清偿责任。

公告显示，举报人提供李兆会下落并成功找到李兆会，美锦集团承诺奖励举报人10万元。同时，举报人若能提供法院尚未掌握的被执行人名下财产线索，美锦集团承诺按实际执行到位金额的10%予以奖赏。

这也意味着，举报人最高可获2100余万元奖励。

山西前首富的浮沉让人唏嘘不已。李兆会，系山西海鑫集团原董事长，出生于1981年的他曾在2008年登顶成为山西省最年轻的首富。然而在2017年，李兆会就因巨额债务纠纷成为“老赖”被限制出境，名下的财产早已被法院拍卖，多地法院均已确认李兆会名下已无可执行财产。而作为申请执行人的美锦集团，其实际控制人姚俊良是目前的山西首富，旗下拥有上市公司美锦能源（000723.SZ）。

2003年，海鑫集团创始人李海仓在办公室惨遭枪杀。李海仓的独子李兆会在澳大利亚被紧急召回国，仓促接班，那一年他才22岁。2010年，李兆会高调迎娶女明星车晓，但仅一年后，两人便以离婚收场。2013年，沉迷资本运作忽视主业的李兆会接连遭受挫折，公司资金链断裂，债主堵门追债。最终，2014年，曾经的全国第二大民营钢企海鑫集团宣告破产，成为当时国内最大的民营企业破产案。李兆会也因此被冠上“败家第一人”的名号。

“公司是我父亲的，不能让它在手里。”接班时，李兆会曾这样表态。事与愿违，他终究是辜负了期望。

22岁接手钢铁帝国

1987年，李海仓集资40万元，在家乡山西省运城市闻喜县创建闻喜县联合焦化厂，即海鑫集团前身。李海仓毕业于武汉钢铁学院，当过榨油厂工人、经销部经理、肥皂厂厂长，履历丰富。

联合焦化厂的生意越做越大，李海仓开始涉足钢铁、水泥、房地产等生意。1992年，山西省海鑫钢铁集团有限公司正式成立，总资产达30亿元。得益于基建蓬勃发展，钢铁景气度一路走高。海鑫集团也成为当地最大的民营企业，集团产值一度占闻喜县工业总产值的七成。当地流传“海鑫打个喷嚏，闻喜都得感冒”，这一说法毫不夸张。

正当海鑫集团发展如日中天之际，2003年1月，刚刚当选全国工商联副主席不满3个月的李海仓因私人恩怨在公司惨遭枪杀，凶手随后当场自杀。当时，李兆会还在墨尔本大学读书，被家人紧急召回回国。在祖父李春元的力挺下，这个20岁出头的年轻人



失踪的首富：从身家百亿到下落不明

仓促继承了庞大的钢铁帝国。

当时，海鑫集团内部暗流涌动。李兆会刚刚接手，经验不足，集团的实权落在了创业元老辛存海和五叔李天虎手中。当时就有人担心，李兆会被“架空”的风险极大。

出人意料的是，李兆会展现出了极为老练的管理能力，上任后便开始整顿集团内部人事。借助祖父权威，李兆会利用五叔李天虎和辛存海之间的嫌隙，先后将两人排挤出局，然后在六叔李文杰的帮助下，牢牢掌握了海鑫集团的控制权和决策权。

在接手初期，李兆会带领下的海鑫集团在钢铁主业上成绩颇为出色。

2003年下半年，李兆会投资1亿元建起了高炉煤气发电厂，完成对高炉和转炉的改造工程。同年，海鑫集团的总产值超过50亿元，上缴利税超过10亿元，为当地财政贡献了3亿元。

2004年，海鑫集团总产值达到70亿元，上缴利税12亿元。李兆会在2004年度《福布斯》“中国富豪排行榜”中位列第19，超过了父亲在世时的第27位。

只是，年轻的李兆会并不理解父辈对于实业的专注。在他看来，钢铁行业重投资、低回报，不值得做一辈子。李兆会不止一次表示对钢铁没有太多的兴趣。

喜好投资金融

李兆会对资本运作兴趣盎然。初次进入资本市场的他便在民生银行（600016.SH）的项目上尝到了甜头。

从2004年开始，李兆会便对海鑫集团的商业模式进行大刀阔斧的改革，将海鑫实业、海鑫钢铁两家公司作为投资主体。

在当时看来，此举并无不妥，但由于并未区分实业经营和资本运作平台，也并未对家族企业的经营和家族财富的管理进行隔离，导致资本运作的失败直接拖累了实业经营，并最终导致海鑫集团轰然倒塌。

2004年，海鑫实业豪掷6.1亿元，受让中色股份持有的1.61亿股民生银行股权，成为民生银行的第十大股东。

在2006年10月，李兆会持有的民生银行股份全部解禁后，李兆会大举减持了8969.7万股，入账6.8亿元。经过《新财富》的测算，李兆会在民生银行一役中净盈利约26亿元。

继民生银行之后，李兆会还参与了兴业证券（601377.SH）、光大银行（601818.SH）、民生人寿等金融机构的增资扩股，收获颇丰。2007年，海鑫钢铁以1.03亿元入股兴业证券，总套现9.68亿元，净收益约8.6亿元。

凭借着民生银行的收益，李兆会的资产攀升至125亿元。2008年胡润中国富豪排行榜公布，李兆会首次登顶山西首富。

家族以实业起家，但李兆会对金融有着超乎寻常的兴趣。据媒体梳理，李兆会投资的12家企业中，有6家来自金融领域，涵盖银行、券商、保险和基金。而其所投资的单项投资净盈利1亿元以上的企业，均来自金融领域。

李兆会在实业也有投资布局，

如新能泰山（000720.SZ）、中国铝业（601600.SH）、中化国际（600500.SH）等，但总体投资数额不高，以短线交易为主，收益不佳。总体而言，李兆会偏好二级市场快进快出，所投资的企业通常只在季报或半年报中出现后就快速消失。

据《新财富》测算，李兆会以40.589亿元的投入获得42.446亿元的浮盈。不过，大部分的收益是来自获取法人股或原始股的“圈子交易”，在公开市场的收益并不算优秀。

2010年，李兆会迎来了人生的高光时刻，事业、爱情双丰收。这一年，他再度凭借100亿元的身家名列当年胡润百富榜的第85位。同年，李兆会高调迎娶了著名女明星车晓，备受舆论关注。

身陷10亿债务纠纷，行踪成谜

过度关注资本市场的代价，是忽略了实业的发展。

据媒体报道，李兆会对钢铁主业过问不多，也鲜少在闻喜县露面，大半天时间住在北京。公司实际经营是由妹妹李兆霞负责，而李兆霞也只是主管财务，对具体生产管理并无太多经验。偌大的海鑫集团，基本靠惯性运作。

山西证券的招股书披露，2006年9月，李兆会在2006年9月辞去了海鑫钢铁、海鑫实业这两家主要公司的总经理职务，仅保留董事长之位。这似乎也成为了李兆会无心主业、专注投资的佐证。

实际上，在李兆会大举投资的那些年，海鑫集团的实业经营情况并不

尽如人意。山西证券（002500.SZ）的招股书显示，与2003年相比，海鑫实业的总产值翻倍，净资产增长近两倍，但净利润却从2003年的4.2亿元下跌至2009年的2.4亿元。

随着整个钢铁行业的周期轮转，海鑫集团也进入了内外交困的危局之中。据媒体报道，从2008年金融危机爆发开始，海鑫集团停产半年，开始走下坡路。

截至2010年11月底，海鑫集团及其子公司在11家金融机构总授信73.67亿元，授信额度71.59亿元，授信率97%，其中民生银行是海鑫集团融资的主力军。

同年，海鑫集团已发展为山西省最大的民营企业，拥有年产560万吨铁、600万吨钢、260万吨钢材的生产能力，从业人员1万余人，2010年实现产值119亿元、利税8.7亿元。

加之钢铁行业整体下行，海鑫集团的情况也急转直下。2011年，海鑫集团开始出现拖欠员工工资的现象，当年年底，海鑫集团拖欠当地税金达1.19亿元。

海鑫集团的危局很大程度上来自李兆会不断从实业抽资用于投资。曾有接近海鑫集团的人士表示，如果李兆会不乱投资，海鑫钢铁不会像现在这么惨。

受钢铁行业产能过剩、市场不景气、金融部门抽贷，以及内部管理等多重因素影响，2014年3月，海鑫集团被迫全面停产。消息传出后，海鑫集团所在的闻喜县东镇的酒店里住满了全国各地赶来的债权人。

2014年11月，运城中院受理海鑫集团公司重整案。

据运城法院的裁定书，截至2015年5月25日，总计954家债权人申报债权总额为234.09亿元，确认债权143亿元，不予确认的债权23.9亿元，待确认债权66.7亿元。待确认债权包括税收债权、担保债权和普通债权。而整个海鑫集团的账面资产仅有100.68亿元左右。

最终，北京建龙集团对海鑫集团实施并购重组，并将其更名为山西建龙。不过，众多机构对李兆会的讨债之路并未停止。

2013年1月，海博鑫惠与光大银行签订协议，获得最高5.2亿元的授信额度，李兆会和美锦集团提供最高连带责任保证担保。光大银行于2014年2月提起诉讼，美锦集团代海博鑫惠向光大银行偿还本金共计2.16亿元。

2017年3月，上海第一中级人民法院发布民事判决，海博鑫惠应支付代偿款本金2.16亿元及利息，担保方之一的李兆会承担1/4连带清偿责任。2017年12月，李兆会因未清偿借款被限制出境，2018年11月，李兆会被太原中院列入失信被执行人名单。据媒体统计，李兆会本人面临的债务纠纷金额近10亿元。

只是，李兆会的行踪至今成谜。海鑫集团破产后，债权人就再也没见过李兆会。美锦集团副总裁姚俊曾表示：“只知道李兆会在北京，但具体在哪里并不知道，他欠了那么多钱，怎么可能露面。”

财经一周观察

网红驾校猪兼强破产 它做错了什么？



邓宇晨
时代周报财经新闻记者

经历融资失败、资金冻结、员工讨薪后，网红驾校猪兼强终于破产。

据微信公众号“广东猪兼强互联网公司破产管理人”发布的消息，广州市中院于8月31日裁定宣告广东猪兼强网络科技有限公司破产。

自2014年进入驾培市场后，猪兼强一直以驾校行业的创新者自居，号称以互联网思维改造传统驾考行业，将推动整个学车行业的创新与进步。成立后不久，猪兼强砸重金，开启大规模营销推广，广告遍布地铁车厢、公交站牌。因价格远低于市场价，猪兼强一炮而红，吸引了大批学员。

不过，实际体验却与宣传效果大相径庭。据媒体报道，猪兼强以低价为噱头盲目营销，利用网络招生，将学员引流到线下直营或合作的学校进行培训，更有学员吐槽“缴费10秒钟，退费10个月”。在黑猫投诉上，猪兼强被投诉的帖子

近400条，但至今都是0回复、0完成。

把大量资金用于营销和补贴，导致猪兼强现金流紧绷，后续投资无法跟进，“烧钱”模式难以持续。据统计，猪兼强还有上万名学员尚未完成驾考培训，待退费高达2亿元。

互联网重塑各行各业的原有业态，诞生了诸如亚马逊、阿里巴巴、美团等一大批互联网巨头。然而，大量的失败案例也告诉我们，互联网不是传统企业转型升级的“万能药”。

对“互联网思维”理解存在误差的企业不在少数。一说到“互联网+”，便想到开抖音、做直播，产品销量上不去，不从自身找原因，只想着花钱在社交媒体上买推广、找KOL和网红“带货”。在这些企业主的认知中，“互联网思维”只是解决产品销量的工具，而非改造企业经营模式的理念。

没有创新的商业模式，无视用户体验，粗

暴简单的互联网改造最终只能虎头蛇尾，注定失败。不少创业者贸然闯进传统行业，天真地以为就此便大杀四方，降维打击，不在乎行业核心特征，最终只会撞得头破血流。业内人士指出，驾培行业互联网程度低，和行业特点不无关系。在面对这些壁垒高、传统势力强、投资后短期不能见效的行业时，更需从行业本身特点出发，潜心研究用户需求，让互联网技术真正发挥作用。

猪兼强仅套用互联网营销理念，疯狂砸钱营销，沦为线上“中间商”，本质上并未重构行业价值，满足消费者核心需求。“烧钱”补贴过后，猪兼强竞争力下降，只能被资本和用户“抛弃”。

没有起死回生的灵丹妙药，企业经营同样如此。与其寄希望于依靠社交媒体让产品“一夜爆红”，倒不如好好修炼内功，打造更贴近用户的产品和服务。

轻松筹被曝“优化人员”： 左手公益，右手生意，不香了？

时代周报记者 周梦梅 发自广州

“不少筹款顾问收到遣散通知，但公司并未说明具体理由。”9月16日，轻松筹线下筹款顾问林敏（化名）对时代周报记者透露。

这些线下筹款顾问和轻松筹第三方外包平台签订劳动合同。线下筹款顾问是轻松筹大病众筹板块的重要组成部分。9月16日，轻松筹回应称，因业务调整，对项目外包团队进行优化，所有人员都会按法律规定结算项目工资。

2014年9月，北京轻松筹网络科技有限公司（下称“轻松筹”）成立，从众筹模式起家，打通微信、微博及QQ等诸多社交平台，首创大病救助模式，将社交强关系运用到大病筹款。2016年，轻松筹获得保险经纪牌照，推出互联网保险平台——轻松保严选。轻松筹一度获得资本热捧，获腾讯、IDG等机构争相投资。2019年，轻松筹升级更名为轻松集团。

今年以来，监管部门对互联网保险乱象加强整治，轻松集团亦受波及。3月24日，因监管原因，轻松集团的轻松互助业务关停。

融资停滞四年

2014年12月，轻松筹获得数百万美元的A轮融资，投资方为IDG资本和道生投资。当时，轻松筹成立仅三个月。与水滴筹背后的腾讯投资相似，IDG资本一路为轻松筹输血。

拿到IDG资本的投资，和轻松筹创始人杨胤不无关系。她曾担任IDG



China副总裁兼IDG会展集团总经理。

不过，轻松筹近年的融资和发展并不顺遂。从2014年起步至2017年，轻松筹保持一年一次的融资节奏。不过，在2017年的C轮融资后，轻松筹并未再对外公布新的融资进展，估值停留在4亿美元。

2019年9月19日轻松筹5周年庆上，杨胤宣布轻松筹更名为轻松集团，业务板块包括轻松保、轻松互助、轻松筹等。次年7月，媒体报道称，轻松集团在寻求新一轮融资，计划融资5000万~1亿美元，公司估值将达10亿美元。不过，该融资计划最终并未得到落实。

2020年9月，轻松集团一则招聘信息引发外界关注。该集团拟以2.5万~5万月薪延揽一名公关总监，岗位要求明确提及全面参与上市筹备的公关工作。时至今日，轻松集团的上市计划依然没有准确消息传出。

竞争对手水滴的成立时间稍晚，

但发展速度更快。2016年，水滴成立，虽晚成立两年，却更获资本看好。它先后完成7轮融资，终于在今年5月在美国上市。2019年9月，轻松集团宣布聘请原弘康人寿总经理张科担任轻松集团CEO。此前，轻松集团四处“挖角”。

2018年年底，安心保险总裁钟诚任职轻松筹联席CEO。亿欧元发布的《2020保险创新模式研究报告》显示，轻松保用户已经突破5000万，2020年1-2月，轻松保保费收入较上年同期增长近10倍，并以单月环比50%的增速发展。

2020年10月底，张科和轻松筹创新增长中心总经理莫子皓突然辞职。今年1月，钟诚也离职。杨胤在《致全体轻松小伙伴的一封信》中评价，张科与轻松集团的商业模式并不匹配。

“众筹+保险”模式不“香”了

水滴公司、轻松集团等都主打“众

筹+互助+保险”模式，核心商业资质均为保险经纪。其商业逻辑是，先通过保险互助、大病众筹打响品牌、搭建场景、教育公众，而后通过保险经纪业务面向C端用户销售保险。

外界对网络众筹、互助模式仍存争议。中国相互保险与互助保障论坛秘书长闫安称：“公益众筹、网络互助的公益性、非营利性要求与商业保险营利性为目的相矛盾。”

2020年9月，银保监会相关负责人表示，最近一段时期野蛮生长的网络互助平台，本质上具有商业保险的特征，但目前没有明确的监管主体和监管标准，处于无人监管的尴尬境地。

今年3月24日，轻松互助关停。除轻松互助外，百度、美团、水滴等纷纷关停互助业务。前不久，银保监会发布《关于开展互联网保险乱象专项整治工作的通知》，众筹平台被指存在涉及诱导销售等违规问题。

以水滴为代表的众筹平台，亏损不断加大，获客成本不断升高。财务数据显示，2018-2020年，营收高速增长的同时，水滴的净亏损分别为2.09亿元、3.22亿元和6.64亿元。今年上半年，它的净亏损达10.4亿元。

获客成本也在加大。招股书显示，水滴主要支出项为销售和营销费用。2018-2020年，该项费用分别为1.85亿元、10.56亿元和21.31亿元。今年上半年，水滴的营销和市场费用高达20.82亿元。

多名业内人士指出，大病众筹平台的线下获客越发艰难。“获客的成本越来越高，不管是线上和线下都需要大量资金投入。”林敏称。

4
亿美元



真爱美家：2021年上半年归母净利润同比增长14.5% 约为4256万元

真爱美家于2021年8月26日披露中报，公司2021年上半年实现营业总收入3.5亿元，同比增长10.6%；实现归母净利润4255.5万元，同比增长14.5%；每股收益为0.43元。

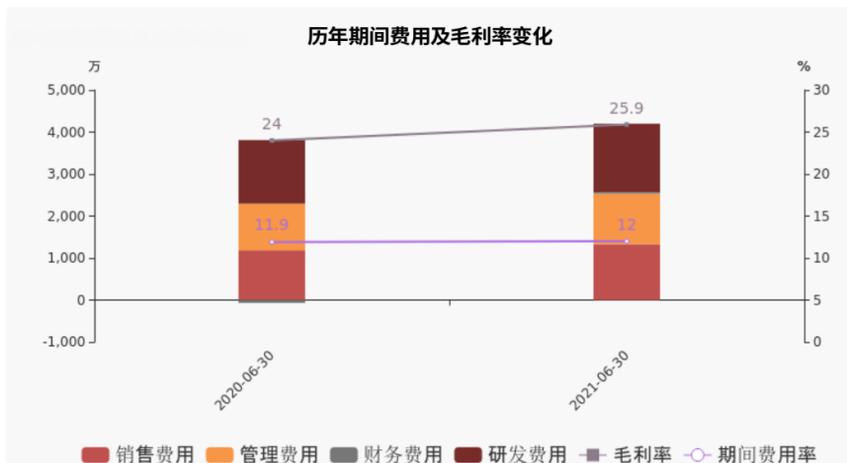
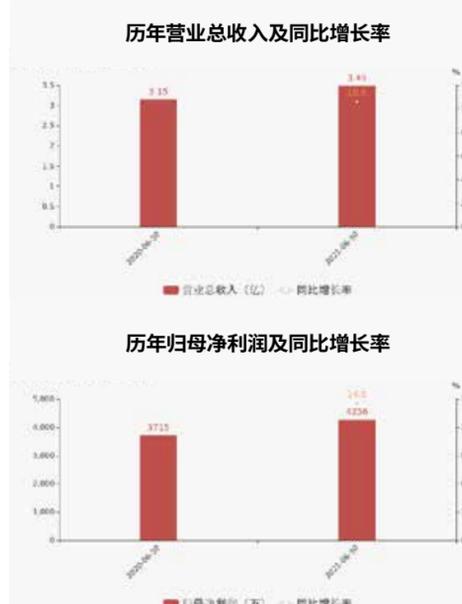
经营性现金流大幅下降182.1%

公司2021年半年度营业成本2.6亿元，同比增长7.8%，低于营业收入10.6%的增速，导致毛利率上升1.9%。其费用率为12%，同去年相比变化不大。经营性现金流大幅下降182.1%至-5301万元。公司本期研发投入为1626.7万元，同比上升7.4%。

本期“纺织业”营收贡献较大

从业务结构来看，“纺织业”是企业营业收入的主要来源。具体而言，“纺织业”营业收入为3.5亿元，营收占比为100%，毛利率为25.9%。

(文/李夏)





大家人寿持股9年 首次减持金地集团

时代周报记者 吴斯悠 发自广州

9月15日晚间，金地集团（600383.SH）发布公告称，第二大股东大家人寿已减持1.06亿股，占总股本的2.34%。这是大家人寿在入股金地9年后首次且大幅度减持。

公告称，大家人寿在9月3-9日，通过集中竞价的方式减持公司4504.92万股，占总股本的0.99%。随后，又于9月14日通过大宗交易减持公司6054万股，占总股本的1.34%。大家人寿合计减持10558.92万股，减持比例为2.34%。

减持后，大家保险对金地持股比例降为18.09%，但仍是第二大股东。金地集团的第一、第三大股东分别是富德生命人寿和深圳市福田投资控股有限公司，分别对其持股29.83%和7.79%。

金地集团2021年半年度报告显示，上半年公司实现营收342.74亿元，同比增长72.45%；但是，对应净利润28.99亿元，同比下降38.6%；净利率8.46%，同比下降15.3个百分点。

9月15日，金地集团有关人士对时代周报记者表示，大家人寿减持或与

政策收紧有一定关联，但对金地的经营影响有限。

事实上，险资减持地产权并非首次。时代周报记者统计，今年上半年，包括中国人寿、前海人寿、阳光保险等分别对万科A、华侨城及京投发展进行了不同程度的减持。

保险入局地产一直被认为是双赢，这也是险资频频对地产企业进行权益性投资的原因。但随着房企风险逐渐暴露，部分险资也开始“翻脸”，撤离房地产行业。2012年，安邦保险首次入局金地，彼时持股比例为4.61%，是金地的第二大股东。

随后经过几轮增持，2020年年末，大家保险（安邦保险重组而来）提供其传统产品及万能产品两个账户，合计持有金地20.43%的股份。

市场分析人士认为，减持应属大家保险正常的经营及投资变动，但由于减持规模较大，可能会动摇市场对金地前景的信心。本次减持金地之前，大家人寿还曾减持万科股份。

2019年9月，万科发布《简式权益变动报告书》，称大家人寿已于2019年9月19日通过ETF换购的形式，换购万科A股19600万股。换购后，大家人寿持有万科A的股份为48469.40万股，

占比4.29%。

除金地集团外，大家人寿还持有万科A、远洋集团、金融街等地产企业股份。

就在去年，险资跑步入场增持房企依然是惯常举措。2020年1月，太平人寿曾出资19.07亿元举牌大悦城；9月，泰康人寿持33亿元入股阳光城。

2021年，形势发生变化。时代周报记者不完全统计，仅仅上半年，“寿险一哥”中国人寿和前海人寿就已分别减持万科A、华侨城等公司股份。此外，阳光保险集团也通过旗下的阳光人寿减持京投发展260万股，占比0.351%。减持后，阳光保险集团对其持股已不到5%，退出前十大股东的行列。

华夏人寿2019年买入光明地产2.71%股份，但截至今年6月底，其持股比例已降至1.32%。

险资撤离地产权或与政策收紧相关。去年底，银保监会发布《关于保险资金财务性股权投资有关事项的通知》，明确规定保险资金不得用于投资直接从事房地产开发建设的标的，险资对地产权的投资出现减缓。今年以来，监管持续趋严，险资也在加速撤出。□

李彦宏麾下再添大将 浙商银行原行长 出任度小满金融副总裁

时代周报记者 郭子硕 发自广州

近日，浙商银行原行长徐仁艳已出任度小满金融副总裁，并兼任度小满供应链科技有限公司（下称“度小满供应链”）董事长，负责供应链金融科技业务。天眼查显示，8月31日，徐仁艳已担任度小满供应链董事长兼总经理。

度小满金融，原百度金融。2018年4月，百度宣布旗下金融服务事业群组正式完成拆分融资协议签署，实现独立运营。徐仁艳是银行老将，曾经任浙商银行行长和中国人民银行杭州中心支行副行长。浙商银行的业务优势正是供应链金融服务，但徐仁艳并没有互联网金融公司的工作经历。

度小满金融不是首家聘任传统银行行长担任高管的互联网金融公司。小米金融早在2020年就连招两名行级的大将。2020年6月，新网银行原行长赵卫星加入小米金融（后更名为“天星数科”）任副总裁。赵卫星同样有丰富的银行任职经历，曾先后任职于民生银行、浦发银行、杭州银行等，负责创新业务，之后成为新网银行创始行长；同期，原常熟银行副行长周斌也赴任小米消费金融总裁。

对徐仁艳的任职，度小满金融CEO朱光在内部邮件中谈道：徐仁艳的加入将加快度小满在供应链金融科技方面的布局。朱光表态称，相信在徐仁艳的带领下，凭借度小满在人工智能技术、大数据和区块链应用方面的优势，可以打造领先的供应链金融科技平台，让科技更有效地应用到核心企业与上下游小微企业融资场景，为企业提供更便捷、更普惠的金融服务。

供应链金融在度小满金融的战略定位已今非昔比，而徐仁艳和老东家浙商银行深耕的供应链金融业务，正符合度小满下一步战略要求。

浙商银行在中小银行差异化竞争的王牌正是供应链业务。任职期内，徐仁艳带领浙商银行全面实施平台化服务战略，推动科技创新应用和平台化服务升级，首创业内基于区块链技术的“区块链应收款链”平台。

9月16日，苏宁金融研究院副院长薛洪言认为，供应链金融的本质是依托产业链中的交易信息、物流信息等来评估企业的经营状况、盈利能力和发展趋势，并借助产业链中贸易资金的自偿性等特点来确保企业还款能力，从而变“不敢贷”为“放心贷”，变“抵押贷”为“信用贷”，大幅缓解中小企业融资难、融资贵问题。

互联网巨头在供应链金融领域的竞争悄然升级。

天星数科是少数供应链金融布局清晰的互联网金融公司，母公司小米集团的制造业布局，对天星数科供应链金融发展有直接的支持作用。

天星数科已为超过5000家实体企业提供累计超过1000亿元的信贷资金。

事实上，度小满金融此前就涉入供应链金融业务。2018年12月，百度金融（后更名“度小满金融”）以技术服务商身份，设计服务解决方案AaaS（ABS云平台），参与供应链金融ABS的发行工作。

度小满金融起步稍晚，但也有其他互联网金融公司无法复制的诸多优势。度小满金融的母公司百度集团在技术、数据、流量方面优势突出。

截至目前，度小满金融已累计服务近1000万小微企业主和个体工商户，仅2020年就为小微企业主提供超过3000亿元信用贷款。

对于度小满金融切入供应链金融的路径，薛洪言分析，在庞大的小微企业客户基础和科技实力及平台属性背景下，度小满这类金融科技巨头，依托科技实力、平台属性和客户基础，积极介入，大概率能复制其在大消费金融生态中的角色，成为联系多家金融机构、多个核心企业的连接者和赋能者，深度参与泛供应链金融生态建设。□

“共筑大湾区 共创新可能”

——中信银行广州分行携手中信集团协同单位精彩亮相广州金交会

9月17日，以“启航十四五、金融新征程”为主题的第十届中国（广州）国际金融交易博览会盛大开幕。中信银行广州分行携手中信集团成员单位驻粤机构集体亮相，以“共筑大湾区 共创新可能 开启幸福财富之路”为参展主题，全方位、多维度展现中信银行广州分行在立足新发展阶段贯彻新发展理念、构建新发展格局、支持地方经济建设方面所取得的积极成效。

作为中信集团协同委广东分会牵头单位，中信银行广州分行携手中信证券、中信建投证券、中信保诚、中信信托、华夏基金、中信期货、中信出版社等中信集团在粤子公司一同参展，依托集团协同优势，加快参与推动粤港澳大湾区发展战略，打造“中

信幸福财富”品牌，支持广东实体经济发展。在金交会开幕式上，中信集团广东区域协同委广东区域分会与广州金融控股集团有限公司，中信银行广州分行分别与广州开发区控股集团、广电运通电子股份有限公司签订战略合作协议。

中信银行广州分行本次展位以“中信协同幸福财富之路”为主线，通过LED屏视频、互动屏展示中信银行广州分行与广东区域协同单位形象、协同服务优势与众多特色产品，现场吸引众多客户参与互动，人气火爆，热情高涨。广大客户通过AR模式现场体验特色金融服务场景并合影打卡，并感受“中信理想家”的文化元素，共同开启幸福财富之路。同时，客户积极参与金融知识普及及趣味性于一体的

“幸福财富驿站”游戏，获得丰厚奖品的同时，也普及金融知识，纷纷点赞本次活动。

会展期间，中信银行广州分行积极开展“金融消费者保护进金交会”公益宣传活动，大力宣传金融知识，提升客户金融安全防范意识，受到广大客户热烈欢迎和高度认可。通过本次展会，中信银行广州分行集中展现了依托集团协同优势，在助力大湾区发展及立足新发展阶段、贯彻新发展理念、积极融入新发展格局等方面所取得的积极成效，充分彰显了加快助推粤港澳大湾区建设、支持广东经济高质量发展的信心和决心，一以贯之，为广东谱写高质量发展新篇章贡献中信力量。

（文/王亮）



银行正式进军35万亿养老市场 四行四城展开试点

时代周报特约记者 兰烁 发自广州

养老理财试点来了!

9月15日,四家银行理财子公司将在全国开启养老理财试点,分别是工银理财在武汉和成都、建信理财和招银理财在深圳、光大理财在青岛展开。

此前银保监会9月10日发布的《关于开展养老理财产品试点的通知》中提到,自今年9月15日起,上述四家理财公司开展试点,期限一年。试点阶段,单家试点机构养老理财产品募集资金总规模限制在100亿元人民币以内。

9月14日,一位招银理财人士回应表示,目前方案已经报批待监管验收批复,公司正在积极准备产品,将按照试点工作要求推出。

同日,建设银行相关人士也透露,关于养老理财产品目前正在抓紧准备,会根据监管要求进行设计和推出。

银保监会提到,试点理财公司应当制定养老理财产品试点方案,报经银保监会认可后,按照公募理财产品信息登记要求,于销售前10个工作日,在银行业理财登记托管中心“全国银行业理财信息登记系统”进行产品登记。

时代周报记者在全国银行业理财产品信息查询网站中国理财网进行查询,暂未找到上述机构关于养老理财产品的发行通知。

前述招银理财人士透露,“会尽快发行,时间待定。”

养老资管规模或达35万亿元

作为第三支柱的重要组成部分,本次养老理财试点有何重大意义?

9月14日,中国健康产业智库论坛专家委员会委员、四川天府健康产业研究院首席专家孟立联接受时代周报采访时表示,就发展第三支柱、培育个人养老金市场而言,养老理财是一个很好的切入点,发展前景必然是不错的。

“试点,是探索新路、发现风险、解决问题以及集成经验行之有效的办法。”孟立联分析称,“本次试点的四个城市各有特点,东西南北都有分布,因而试点经验具有全国价值。”

此前,国家金融与发展实验室副主任曾刚表示,试点不仅仅是让这四家机构在这几个城市去做尝试,而是要根据这个过程,去探索行之有效的模式,要把它推广到整个银行理财,使更多的银行理财子公司,甚至银行理财子公司以外的其他资管机构都进入到这个市场当中来。

曾刚认为,从长远来看,试点的意义必然是把理财子公司变成资管行业一个非常重要的组成部分,推动资管行业的转型升级和发展。

关于养老理财试点,监管早在去年便有所披露。

2020年11月6日,银保监会副主席梁涛在国务院政策例行吹风会上表示,养老金融是我国第三支柱的重要组成部分,目前,我们正按照“两条腿走路”的方针,积极推进相关工作。

“一方面,我们坚持正本清源,研究明确养老金融产品的标准,按照‘名实相符’的原则,对不符合标准各类带有‘养老’字样的短期金融产品坚决予以清理。”梁涛指出。

“另一方面,我们稳步推进创新

试点,选择少数符合条件的金融机构和专营机构先行开展养老金融试点。支持相关机构发展体现长期性、安全性和领取约束性,真正具备养老功能的养老金融产品,包括养老储蓄存款、养老理财、专属养老保险、商业养老金等,力争通过示范引领,为养老金融全面发展探索出一条新路。”

兴业研究预计,未来五年,我国以养老金三支柱为主的长期资金规模将从目前约24万亿元增长至35万亿元人民币(剔除嵌套后规模),银行业将成为增量资金的主要贡献者之一。

四家理财子零售客户超12亿

对于养老理财,有两个问题最受市场关注:一是在产品特点上,与其他理财产品有何区别;二是养老理财的潜在市场规模究竟有多大?

时代周报记者向业内人士了解到,养老理财产品需要符合长期养老需求和生命周期特点,因此在策略上为稳健型资产。

从产品期限看,养老理财产品的期限较长,有的存续期甚至超过十年;从产品类型上看,大部分为非保本浮动收益型产品,只有极少产品保证收益。

从流动性看,养老理财产品的存续期较长,部分产品通过短期赎回降低收益或收取赎回费的方式鼓励居民长期持有,不过存续期大于两年的产品均为定期开放。

银保监会在本次试点要求中提到,试点公司应健全养老理财产品风险管理机制,实施非母行第三方独立托管,引导形成长期稳定资金,探索跨

周期投资模式,积极投向符合国家战略和产业政策领域,更好支持经济社会长期投融资需求。

时代周报记者查阅上述四家机构的母行财报得知,截至今年6月末,工商银行个人客户总量为6.9亿户;招商银行、建设银行及光大银行的零售客户分别为1.65亿户、2.78亿户及1.31亿户。

也就意味着,四家机构个人客户合计达到12.64亿户(不排除重叠)。个人客户数量或在一定程度上反映了理财产品的市场潜力。

孟立联分析称,个人投资养老理财产品,首先需要明确市场基础,即中国到底有多少人具备投资个人养老金业务的实力;其次,将养老理财市场潜力转化为现有市场规模,也需要进一步的制度安排和政策激励。

实际上,我国居民金融储蓄资产规模庞大。

中国人民银行党委书记、银保监会主席郭树清在2020年金融街论坛上演讲时指出,当前我国居民金融总资产已达到160万亿元,其中90多万亿元为银行存款,而且绝大多数低于一年期限。

“可转换为终身养老财务资源的金融资产规模十分庞大,优势非常明显。”郭树清说道。

综观四家试点机构的经营情况,也可为接下来的养老理财市场提供参考。

从理财产品规模来看,招银理财、工银理财均突破了万亿元,分别为2.64万亿元、1.25万亿元,建信理财规模超过9000万元,光大理财暂未披露。■

100
亿元



财经资讯

时代财经

行业风向
经济走势

财经读本
企业第一



时代财经

- 荣获由中国科学院主管的《互联网周刊》和eNet研究院评选的,财经APP排行榜榜首。
- 荣获由全球知名的移动互联网第三方数据挖掘与分析机构iiMedia Research Group(艾媒咨询集团)主办的中国鼎煤奖“最佳新闻客户端”。
- 在网易新闻主办的2019年度风云榜评选中,荣获“2019年度最具影响力媒体”奖项。



扫码阅读最新资讯

财经大V被调查只是开始 股市“黑嘴”遭遇严打风暴

时代周报记者 黄坤 发自上海

近日，上海证券研究所所长助理、首席市场分析师蔡钧毅被警方带走调查，并被公司免职的消息引发震动。

上海证券回应，相关部门正在调查处理，会高度关注并积极配合相关部门对蔡钧毅的调查。公司强调，在初步与相关部门沟通后获悉，蔡钧毅的行为是其个人行为，与公司无关。

任职于上海证券的蔡钧毅还是一名财经大V，常混迹于电视台和网络直播平台，以股评走红。近一个月来，从“黄生看金融”“上海徐晓峰”到上市公司董事易伟，蔡钧毅已是第四位被调查的财经大V。

这些“翻车”事件的背后，实则是一场包括惩治财经“黑嘴”在内的，针对资本市场违法行为的严打风暴。

名嘴一夜变“黑嘴”？

信息显示，蔡钧毅，上海证券研究所所长助理、首席市场分析师、注册会计师、复旦EMBA、第一财经特约评论员，证券从业年限超25年，曾获上海“第七届十佳理财之星”等称号。

对蔡钧毅被调查一事，至今仍有部分“粉丝”表示难以相信。市场消息称，蔡钧毅被调查不是因为单纯的股评，或与其直播导流宣传虚拟货币有关。

今年5月18日晚，央行及金融业界三大协会曾发文发声，直指提供虚拟货币交易服务涉嫌开展非法金融活动。6月21日，央行就虚拟货币交易炒作问题约谈部分银行和支付机构。

时代周报记者梳理蔡钧毅的动

态发现，他不仅是多档财经电视节目的常客嘉宾，也在经营自媒体。他在微博、微信、抖音等社交平台每日都有内容发布，“股市玩人”“炒股就像哄女朋友”等标题频出。

今年4月，股市“黑嘴”廖英强涉非法经营罪一案开庭。此前，证监会公布的行政处罚决定书显示，对他的罚没款达1.29亿元。

蔡钧毅与廖英强均以观点鲜明、敢评敢言著称，都通过在电视台主持高收视率的证券类品牌节目积累名气和受众，再辅以互联网平台宣传推广，开办培训讲座，打出知名度和影响力。

沪上一名证券投资顾问向时代周报记者分析称，财经“黑嘴”往往利用自身影响力积累粉丝，然后建立社群，通过蛊惑交易、抢帽子交易、利用信息优势等，设“杀猪盘”操纵股价，获取非法利益，或者通过收取会员费、课程费、书籍资料等产品费用获利。

打击证券违法再加码

蔡钧毅事件曝光前，拥有566万粉丝的“黄生看金融”、拥有419万粉丝的“上海徐晓峰”，以及拥有40万微博粉丝的三夫户外董事易伟先后被查。

9月16日，腾讯发布的违规采编发布财经类信息专项整治公告显示，9月10—16日期间，腾讯公司共清理违规内容29160条，处置账号2320个，多个顶流财经大号被永久禁言。

同日午，证监会官网发布信息显示，为落实中办、国办《关于依法从严打击证券违法活动的意见》部署，中国证监会牵头成立了打击资本市场违法活动协调工作小组（简称“协调小



组”。中宣部、最高人民法院、最高人民检察院、公安部、司法部和财政部等均列为协调小组成员单位。

日前，协调小组召开了第一次会议，审议通过了各部门任务分工，通报了各单位工作落实情况，并对下一步工作做了研究部署。

会议指出，依法从严打击证券违法活动，对建设规范、透明、开放、有活力、有韧性的资本市场，以及服务经济高质量发展具有重要意义。

下一步具体工作包括：一要强化工作协同，落实各方责任，进一步畅通部际协作、央地联动的工作机制，支持和鼓励各地区根据自身情况建立各种灵活高效的协调机制，推动形成契合国情、共建共治的资本市场治理模式。

二要强化大要案惩治，继续聚焦财务造假、操纵市场、内幕交易等违法违规行，强化行政与刑事执法司法

合作，加快构建行政执法、民事追偿和刑事惩戒相互衔接、互相支持的立体追责体系，进一步推动形成“零容忍”的强大震慑。

三要强化法治基础，在加大资本市场法制供给、畅通民事赔偿渠道、健全市场约束机制、加强市场信用体系建设等方面持续发力，加快构建中国特色资本市场法律责任制度体系。

四要强化预期引导，充分发挥典型案例查处的警示作用，加快完善资本市场新闻舆论工作制度长效化安排，督促各类市场主体牢固树立自觉守法守信的理念，创造资本市场发展良好的外部环境。

同日晚，又有媒体曝出A股首例利用盘后票实施抢帽子操纵的案件进展。该案于上月在浙江省金华市中级人民法院一审宣判，主犯吴承泽被判处19年，并处罚金7903万元，另有团

伙14人被分别判处2—6年不等刑期。

该案堪为国内证券市场操纵的“最重量刑”。据了解，吴承泽被捕后，曾对公安机关办案人员说：“抓我就对了！抓了我等于打掉了全国‘黑嘴’产业链的顶端。”

机构视频直播强调合规

“黑嘴”遭遇严打的同时，持牌资管机构券商、基金等的视频直播依然进行得如火如荼。近日，华泰证券旗下投顾业务“涨乐星投”邀请脱口秀演员呼兰直播，并推出实地探访金融公司等一系列主题视频。

时代周报记者统计，截至9月16日，微信“涨乐财富通”视频号中“呼兰体验金融大厂”这一期短视频，转发量超过1.4万，点赞数3万左右，流量提升明显。

在今年的“8·18理财节”中，中信建投、银河证券、长城证券等多家券商也都推出了直播节目。邀请的嘉宾除了自家优秀投顾，还有研究所所长、执委会委员、首席分析师、明星基金经理等。

券商向财富管理业务转型，竞相发力投顾业务已成趋势。不少业内人士认为，市场竞争越是激烈，合规越是至关重要。

近期，已有券商因合规问题受罚。9月14日，安徽证监局披露对国元证券的“罚单”，称发现国元证券的部分分支机构存在合规管理人员配备不到位；合规管理、风险监控等岗位人员从事营销、客户账户等业务活动，领取业绩提成；公众号、微信群等管理不到位，发布信息未经合规审核等问题。■

六氟磷酸锂供不应求 天际股份前三季度预盈4.4亿至4.6亿

9月14日晚间，天际股份（002759.SZ）发布前三季度业绩预告，公司预计盈利4.4亿~4.6亿元，同比实现了扭亏为盈。天际股份解释称，2021年前三季度，公司六氟磷酸锂产品销售两旺，加上销售价格提升，推动六氟磷酸锂业绩同比大幅增长。

公告显示，天际股份的主营产品为六氟磷酸锂和小家电，目前锂电池重要原材料六氟磷酸锂已成为天际股份的主要营业收入来源，2021年上半年收入占比达78.56%。

一、电动汽车销售火爆带动业绩大增

2020年下半年开始，电动汽车销量加速爆发。据中国汽车工业协会统计，2021年1—8月，新能源汽车产销分别达到181.3万辆和179.9万辆，同比增长均为1.9倍。

Markets的市场研究报告，到2025年全球电动汽车年销量将达到1079万辆，期间年复合增长率超过32%；预计到2025年，全球锂离子电池市场规模估计将超过1000亿美元。带动我国动力电池需求持续增长，2020年我国动力电池出货量为84.5GWH，带动电解液出货量同比增长24.7%，达到14.3万吨。

六氟磷酸锂是锂电池的重要原材料。锂离子电池的原材料可分为正极、负极、隔膜和电解液四大类。锂离子电池主要依靠锂离子在正极和负极之间往返的嵌入和脱嵌来完成充放电的过程。作为四大材料之一的电解液在电池正负极之间起到传导能量的作用。电解质是电解液的核心组成部分，而六氟磷酸锂是主要电解质材料。

受动力电池需求增长带动，天际股份2021年上半年六氟磷酸锂产品销量同比增长189.78%，产量同比增长172.64%。

半年报显示，公司上半年六氟磷酸锂年设计产能4080吨，实际产量4185.5吨，产能利用率达103%。

供不应求下，今年以来，六氟磷酸锂价格持续走强。Wind数据显示，去年9月，六氟磷酸锂价格在7万元/吨左右，随后一路上涨，今年9月，已经突破45万元/吨。自去年9月以来，六氟磷酸锂价格累计涨幅已超5倍。

资料显示，六氟磷酸锂、溶剂材料均属于典型的化工原材料，扩产周期长、投入资金较重、环境安全审批严格且流程时间长。

因此，从目前六氟磷酸锂的供应状况来看，预计六氟磷酸锂价格仍将维持高位。

受益于六氟磷酸锂市场的高景气，天际股份前三季度已预计盈利4.4亿~4.6亿元，而随着四季度六氟磷酸锂量业务的推进，2021年全年公司业绩有望创新高。

二、行业竞争格局良好，产能业内领先

天际股份的六氟磷酸锂业务主要由子公司新泰材料运营，而该子公司正是源于公司2016年通过并购启动的战略转型。

天际股份于2015年登陆A股市场，彼时的主要业务为小家电。

2016年6月，天际股份发布公告，通过发行股份及支付现金相结合的方式收购新泰材料100%股权，交易作价27亿元，该笔交易于2016年年底完成。收购完成后天际股份新增六氟磷酸锂业务，正式进军新能源领域。而新泰材料六氟磷酸锂年产能达8160吨，位居行业前列。

目前国内六氟磷酸锂竞争格局良好，生产企业较为集中，主要生产厂包括：多氟多、石大胜华、新泰材料、天赐材料、巨化股份、杉杉股份等。

六氟磷酸锂较高的行业集中度

源自其较高的进入壁垒，资料显示，六氟磷酸锂作为锂离子电池的核心材料，纯度是影响其性能的重要指标。由于产品本身极易吸潮分解，因此生产难度极大，对原材料及设备要求苛刻。其生产工艺往往涉及高温、无水无氧操作、高纯精制、高毒、强腐蚀、环境污染等难题。同时六氟磷酸锂的生产条件苛刻、工艺难度极大，是典型的高技术难度、高危险的精细化工产品。因此六氟磷酸锂项目通常不仅建设周期长，初始投资大，获得环保审批严格且周期也相对较长。

六氟磷酸锂的高技术门槛决定了在全球范围内具备规模化生产六氟磷酸锂能力的企业较少，以前的核心技术主要掌握在日本企业手中，日本的Stella、森田化学和关东电化曾一度垄断全球55%的市场份额。

应新能源汽车锂电池对六氟磷酸锂的高纯度要求，天际股份研发团队攻坚克难，掌握了满足六氟磷酸锂

产业化生产要求的纯化工工艺，确保产品纯度达99.99%；研究了超声波对六氟磷酸锂结晶过程的影响，并得到了合适的工艺条件，显著提高了产品的纯度，使产品颗粒均匀、粒度分布集中、晶型规则完整。

三、扩产迫在眉睫，新增产能已被提前锁定

在新能源汽车销量快速增长形势下，天际股份目前的六氟磷酸锂产能已无法满足市场需求，上半年的产能利用率已超100%，扩产迫在眉睫。因此，天际股份与其主要股东常熟市新华化工有限公司（下称“新华化工”）联手布局新增年产1万吨六氟磷酸锂及相关锂电材料产品项目，目前该项目正在加紧建设中。

公告显示，新泰材料与新华化工共同投资建设年产六氟磷酸锂1万吨、副产品氟硼酸钾4000吨及20%盐酸76000吨，新型电池电解液添加

剂500吨，氟化盐47000吨等产品项目，总投资额60000万元，新泰材料以货币出资，投资金额占总投资额的51%；新华化工以其资产评估作价及货币出资，投资金额占总投资额49%。项目已通过了环评和安全评价，进入建设施工阶段。

天际股份在调研活动信息公告中表示，公司最近与常熟市新华化工有限公司合作扩建10000吨六氟磷酸锂产能，产能扩建速度较快，新产能将在2022年Q1完成建设，Q2进入试生产阶段。新增的1万吨产能基本被几家大的电解液厂家协议锁定。

而新增的产能在未来仍不能满足客户需求。

天际股份在调研活动信息公告中表示，公司和电解液、电池厂都进行了深入的沟通，到2023年几个核心客户的需求要超过5万吨，以公司现在的产能是不能满足客户的需求，公司会根据市场的变化和需求，适时推出新产能的扩建计划。

8月20日晚间，天际股份公告，公司全资子公司江苏新泰材料与江苏常熟新材料产业园、江苏瑞泰新材签订了《项目投资意向书》。新泰材料、瑞泰新材在江苏常熟新材料产业园内共同投资设立一家新公司，建设年产3万吨六氟磷酸锂及氟化锂、氯化钙等锂盐材料的生产销售项目。项目预计总投资30亿元，规划总用地约203亩

不断扩大的产能也带来明显的规模效应，有效降低了成本。调研活动信息公告显示，天际股份产能从2000吨到超过8160吨，电费从最高时的单吨七八千元，降到现在的两三千元，未来随着规模的扩大，规模化优势会比较明显。

六氟磷酸锂价格走势（万元/吨）



数据来源：Wind，时代商学院整理

(文/黄旭)

一针120万元 天价抗癌药贵在哪？

时代周报记者 杜苏敏 发自广州

近日，“抗癌药一针120万可清零癌细胞”冲上微博热搜，CAR-T药物阿基仑赛注射液（商品名为奕凯达）进入公众视野。

阿基仑赛注射液是个体化定制活细胞药品，通过基因工程修饰患者自体T细胞，表达靶向肿瘤抗原分子，激活T细胞介导杀伤肿瘤细胞。今年6月，复星凯特生物科技有限公司（下称“复星凯特”）研制的阿基仑赛注射液药物获上市批件。

售价120万元，皆因这是一款“私人定制”药品。

9月14日，时代周报记者以患者亲属的名义联系阿基仑赛注射液经销商武汉百济新特药房有限公司（下称“百济新特药房”）。“产品售价120万元，不包括其他治疗费用，就是产品费用。”该工作人员多次向时代周报记者强调，该产品没有现货，建议患者先到医院咨询医生，确定可以使用后再来定制。

因价格高昂且为私人定制，该药品无法退换。“订的时候就要付全款，不能退换。”上述工作人员说。

时代周报记者注意到，网上流传出一张复星凯特药品销售订单上显示，本订单生效后，甲方（复星凯特）即启动药品生产制备。订单生效5个工作日内，购买方需向甲方支付本销售订单所列的含税供货价款。

就阿基仑赛注射液商业化和CAR-T产品研发等问题，时代周报记者分别联系复星凯特和复星医药（600196.SH）并发送采访函，截至发稿，未获回复。

复星凯特对外回应称，CAR-T产品定价将根据价值、疗效、成本等



据ClinicalTrials.gov数据，中国目前已有475项关于CAR-T的研究，远超美国279项。另据Insight数据库显示，截至目前，中国已有358个正在进行的CAR-T临床试验。

各项因素综合考量制定，目前定价方案尚未最终确定，正在多方沟通，希望惠及更多患者。

尽管价格昂贵，但CAR-T细胞疗法市场的前景却不容小觑。药明巨诺（02126.HK）在招股说明书中披露，未来中国的CAR-T疗法市场规模将由于患病人数上升、患者负担能力的提高以及监管政策的利好等原因持续扩张，预计2024年中国CAR-T疗法市场规模将达到54亿元，2030年将达243亿元。

目前，中国已批准两款CAR-T产品上市，除了复星凯特的阿基仑赛注射液外，另一款是由药明巨诺生产的瑞基奥仑赛注射液（商品名为倍诺达），但目前尚未公布定价。这两家企

业均引进国际已上市的CAR-T产品技术，另外还有7款国产CAR-T进入二期临床试验。

疗效显著价格贵

CAR-T (Chimeric Antigen Receptor T, 嵌合抗原受体T细胞) 细胞疗法，指的是从患者血液中提取T细胞，并在实验室中将它们改造为CAR-T细胞，使得这些T细胞能够识别并杀死肿瘤细胞。之后，医生会将这些CAR-T细胞通过静脉输液的方式重新输入患者体内。

T细胞是一种小淋巴细胞，能发生特异性免疫应答，表面较为光滑，起源于骨髓中的多能干细胞，在胸腺的影响下，由淋巴干细胞发育成熟为T细胞，并定位于周围免疫器官的胸腺依赖区。T细胞寿命较长，可达数月甚至数年。多数T细胞不断在周围免疫器官中循环，迁移。在血液中占淋巴细胞的70%~80%，淋巴结中占75%，脾脏中占35%~50%，主要完成细胞免疫功能。

2013年，《Science》杂志将CAR-T细胞疗法评为全球十大科技突破之首。目前，除了在治疗部分白血病和淋巴瘤中获得明显成效以外，科学家们还在其他血液癌症和一些实体肿瘤癌症中测试CAR-T细胞疗法。

复星凯特官网称，阿基仑赛注射液是复星凯特引进美国Kite Pharma (吉利德旗下公司，下称“Kite公司”) 全球首个获批治疗非霍奇金淋巴瘤的CAR-T产品Yescarta(Axi-Cel)后，进行技术转移并获授权在中国进行本地化生产的靶向人CD19自体CAR-T细胞治疗产品。

根据ZUMA-5单臂、开放标签、多中心试验结果，中位随访时间达到17.5个月时，疗效可评估的104例惰性

非霍奇金淋巴瘤患者的总缓解率达到92%，完全缓解率达到76%。

复星凯特是复星医药旗下子公司与Kite公司的合营企业。2017年1月，复星医药发布公告称，通过其全资子公司上海复星医药产业发展有限公司投资不超过等值8000万美元，与Kite公司共同设立中外合作经营企业复星医药凯特生物科技(中国)有限公司(暂定名)，以在内地、香港及澳门特别行政区开拓癌症T细胞免疫疗法市场。

同年4月，复星凯特在上海注册成立。此后，复星凯特从Kite公司引进Yescarta，获得全部技术授权，以及拥有其在中国包括香港、澳门的商业化权利。

今年6月23日，国家药监局官网公示，批准阿基仑赛注射液上市，用于治疗既往接受二线或以上系统性治疗后复发或难治性大B细胞淋巴瘤成人患者(包括弥漫性大B细胞淋巴瘤非特指型、原发纵膈大B细胞淋巴瘤、高级别B细胞淋巴瘤和滤泡淋巴瘤转化的弥漫性大B细胞淋巴瘤)。

阿基仑赛注射液也因此成为我国首个批准上市的CAR-T细胞治疗类产品。

国家药监局当时还指出，该品种的上市为既往接受二线或以上系统性治疗后复发或难治性大B细胞淋巴瘤成人患者提供了新的治疗选择。

据媒体报道，上海陈女士在2019年6月确诊弥漫性B大细胞淋巴瘤，经过治疗后又复发，后采用阿基仑赛注射液治疗，8月2日，医院将培养好的一袋CAR-T细胞输入到陈女士体内。8月26日，陈女士在PET-CT检查下，发现体内暂时没有癌细胞，症状完全得到缓解。

➔ 下转P15

BIPV题材喜迎风口 东旭蓝天价值重估或开启新一轮行情

9月15日，受能源局公布整县推进光伏名单消息影响，光伏板块开盘冲高，BIPV（光伏建筑一体化）题材强势拉升，相关个股获资金追捧。当日，新能源环保综合服务商东旭蓝天开盘大幅上涨，早盘便触及涨停。

在“碳达峰、碳中和”目标的推动下，BIPV概念持续火热。受益于政策利好和行业景气度提升，加之迎来国资助力，东旭蓝天价值重估或开启新一轮行情。

BIPV步入快速发展期

9月14日，国家能源局正式印发《公布整县(市、区)屋顶分布式光伏开发试点名单的通知》，676个整县(市、区)列为屋顶分布式光伏开发试点落地。试点覆盖了全国多个省份及直辖市，其中山东、河南和江苏试点县最多，分别为70个、66个及59个。

经过多年的市场沉淀，BIPV（光伏建筑一体化）发展模式及技术路径已逐渐成熟，北京、广州等多个城市纷纷出台支持政策，在补贴及并网等方面给予大力支持。试点开发的落地，意味着国内屋顶分布式光伏项目将全面开花，BIPV行业发展喜迎风口。

据中国光伏行业协会统计，我国目前的分布式光伏项目中，“光伏+建筑”占比达到80%。光伏建筑包括在现有建筑上安装光伏系统(BAPV)，也包括与新建筑物同时设计、施工和安装并与建筑形成完美结合的光伏发电系统(BIPV)。

BIPV相较于BAPV摒弃了在建筑上加装光伏的传统思路，而是将光伏发电功能集成于建筑材料之上，使建材本身具备光伏发电功能，一体化程度更高，建筑与光伏的结合也更为紧密，能够有效解决传统BAPV存在的重复建设、建筑材料浪费等问题。

中国建筑科学研究院环能院

太阳能应用研究中心主任何涛表示，我国既有建筑面积600亿m²，可安装太阳能光伏电池近30亿m²，约400GWp；我国每年新建建筑面积20亿m²，可安装太阳能光伏电池近1.5亿m²，约20GWp；近年来我国光伏装机容量不断上升，2013—2020年累计光伏装机容量CAGR达到46.79%。

事实上，2021年上半年，新增光伏装机中分布式光伏占比已经超过50%，分布式光伏产业的快速发展为BIPV提供了坚实基础。可以看出，在“建筑+光伏”双引擎驱动下，BIPV市场潜力大。

随着整县分布式光伏试点推进如火如荼地进行，不少机构看好分布式光伏发电未来的成长潜力。光大证券认为，BIPV（光伏建筑一体化）处在起步阶段，在“双碳”目标、建筑节能及分布式光伏政策下，随着BIPV标准不断成熟，中国BIPV市场将快速兴起。天风证券指出，2021年上半年全国光伏新增装机1301万千瓦，其中分布式光伏765万千瓦，占比58.8%，新增装机规模远超集中式，成为上半年

主要装机来源，分布式光伏已经进入快速发展期。但与此同时，分布式光伏并网总量在光伏发电累计并网规模中仅占32.59%，还有较大的提升空间。

东旭蓝天迎来价值重估

从近期盘面运行轨迹上看，资金畏高情绪逐步加大，短期风格扩散下关注高低切换。政策导向下的光伏题材延续热度，但板块内部出现一定分化，中小市值、业绩改善的成长个股成为市场关注重点。

受能源局9月14日公布整县推进光伏名单消息影响，9月15日，光伏板块开盘冲高，BIPV（光伏建筑一体化）题材强势拉升，指数大涨4.1%，保持今年6月以来强势上攻的势头。相关个股获资金追捧，中利集团、拓日新能、清源股份等纷纷涨停。东旭蓝天开盘大幅上涨，强势涨停，股价创今年1月以来新高，成交量放大。

行业面上，9月14日，光伏行业龙头公司隆基股份再次上调单晶硅片价格，不同规格的硅片涨价0.25~0.3元/片，当前价格为2020年1月以来最

高价。隆基新能源董事长表示，光伏发电乃至整个能源行业都面临全新的发展态势，公司提出“光伏+”理念，就是希望进一步延伸光伏产品的应用场景和外延，针对建筑、交通、家庭用能等领域推出不同的光伏应用解决方案。

光伏高景气赛道仍是市场主线，作为一直以来聚焦新能源及环保绿色产业的东旭蓝天，股价今年的表现也是可圈可点。截至9月14日，近1月阶段涨幅16.62%，同期上证指数涨幅4.16%；自今年2月4日最低价以来的最大涨幅逾90%，同期上证指数仅上涨4.13%。

东旭蓝天2021年半年报显示，公司实现营业收入17.13亿元，同比增长29.07%。归属于上市公司股东的净利润-1.97亿元，同比减亏0.84亿元。截至2021年9月14日，市净率(PB)仅0.48倍，股价处于底部区域且估值偏低。受益于政策利好和行业景气度提升，加之迎来国资助力，公司价值重估或开启新一轮行情。

(文/乾言)



HEALTH · 大健康

◀ 上接P14

目前来看, 尽管治疗优势显著, 但阿基仑赛注射液120万元/袋的价格仍然让多数普通人望而却步。据头豹研究院《2021年中国肿瘤治疗行业概览》报告显示, 肿瘤患者采用传统手术治疗的费用为1万~5万元/次, 放疗费用为1万~3万元/次, 化疗费用为1.8万~12.7万元/年。此外, 靶向治疗与免疫治疗的花费更为昂贵, 分别为14.6万~43.8万元/年, 以及18.3万~54.8万元/年。

相比之下, 阿基仑赛注射液价格确实不菲, 这也引发了外界对其定价合理性的质疑。

国外上市的同类产品的定价或在一定程度上可以作为参考。以Yescarta为例, 该款产品在美国的上市价格同样贵得让人倒吸一口气, 为37.3万美元(折合人民币约240万元)。此外, 由诺华研发的全球首款上市CAR-T疗法Kymriah, 其白血病适应症费用为47.5万美元(折合人民币约306万元), 淋巴瘤适应症费用为37.3万美元(折合人民币约240万元)。

CAR-T产品定价高昂的原因, 一方面是因为产品本身的研发投入就很大。

据复星医药发布的公告, 截至今年7月, 复星凯特现阶段针对该产品累计研发投入约人民币7.04亿元(含专利及技术许可费用, 未经审计)。

个性化定制、复杂的生物工程进程提高了CAR-T产品的生产成本。

药明巨诺高级副总裁、首席商务官吴琼就曾指出, CAR-T药品的生产和使用过程复杂, 不仅要均一稳定地生产同质化的高质量产品, 在制造和交付上要求精准和速度, 还要对每批次产品进行严格的质量检测。另外,

CAR-T的质量控制涉及存储、生产、使用等多个环节。

CAR-T赛道拥挤

咨询公司弗若斯特沙利文预计, 全球CAR-T细胞疗法市场将从2019年7亿美元增至2024年的66亿美元, 2030年将达218亿美元。癌症患者群的攀升、具备使用资格医院的增多及利好政策和资本投资驱动, 中国市场规模预计在2030年增至289亿元, 复合年增长率达45%。

市场广阔, 研究热情高涨。据ClinicalTrials.gov数据, 中国目前已有475项关于CAR-T的研究, 远超美国279项。另据Insight数据库显示, 截至目前, 中国已有358个正在进行的CAR-T临床试验, 临床居前的包括药明巨诺、传奇生物、科济药业(02171.HK)等。

其中, 药明巨诺系CRO巨头药明

康德和巨诺医疗于2016年4月在上海成立的合资公司, 拥有专注为血液及实体瘤开发、制造和商业化的突破性细胞疗法的一体化平台。

2020年11月, 药明巨诺在港交所挂牌。

今年9月3日, 国家药监局官网公示, 药明巨诺靶向CD19的CAR-T产品瑞基奥仑赛注射液(商品名为倍诺达)已正式获批, 用于治疗经过二线或以上系统性治疗后成人患者的复发或难治性大B细胞淋巴瘤。

药明巨诺拥有多款CAR-T细胞疗法产品, 绝大多数还处于临床前阶段, 瑞基奥仑赛注射液是公司首款获批上市的创新产品, 同时也是国内继阿基仑赛注射液之后第二款获批CAR-T产品。

此外, 金斯瑞旗下子公司传奇生物拥有7款处于临床阶段的CAR-T细胞疗法产品, 科济药业拥有5款处于

临床阶段的CAR-T细胞疗法产品。

广阔的市场前景引来众多企业入局, 但潜在问题仍存。有研报就指出, 目前国内企业针对CAR-T疗法布局的靶点同质化严重, 主要聚焦在CD19、BCMA上, 涉及少量其他新兴靶点。

竞争激烈, “价格战”是否在未來一触即发。

近日, 药明巨诺董事长李怡平在接受媒体采访时就坦言:“我觉得价格战的可能性是永远存在的。咱们中国人做生意的时候, 很多时候就喜欢打价格战。其他人挑起价格战, 我们可能要被迫应对。”

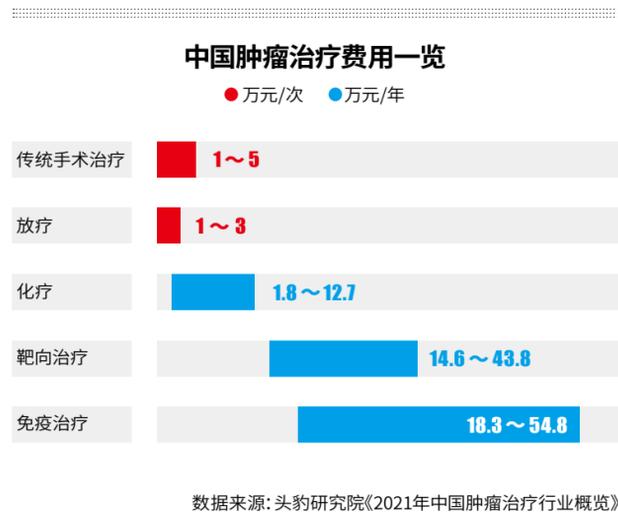
即便没有价格战, 百万元售价也让产品商业化前景打上问号。

7月30日, 国家医保局官网发布的《关于公示2021年国家医保药品目录调整通过初步形式审查药品及信息的公告》包括阿基仑赛注射液, 这一举动难免让外界对天价抗癌药纳入医保产生预期。

独立财经评论员周正国在接受时代周报记者采访时表示, 进入医保目录, 相当于国家税收和国民统筹保险一起补贴治病成本, 需要考虑负担程度; 再者也需考虑覆盖范围, 加大科研力度, 世界市场份额等。

而在李怡平看来, 现在谈纳入医保为时尚早, “商业保险是很愿意把我们的产品纳入到报销体系中的, 现在已经有好几家商业保险计划将我们纳入其中”。

9月14日, 复星医药在回答投资者提问时表示, 在把控制药品质量、保障制造和交付的精准性和速度的同时, 合营公司复星凯特也正积极通过扩展适应症、持续优化成本、探索商业保险等多元化的支付手段等, 增加产品可及性以惠及更多患者。□



又一锂电池巨头登陆科创板 珠海冠宇加码动力电池开启新周期

受益于下游3C数码、新能源汽车、储能、小动力电动工具等多领域需求的增长, 锂电池需求持续高速增长, 产业迎来黄金发展期。

9月16日, 国内领先的锂电池企业珠海冠宇电池股份有限公司(以下简称“珠海冠宇”)正式启动招股登陆科创板, 拟首次公开发行1.56亿股, 占本次公开发行后总股本的比例为13.88%, 发行后总股本为11.22亿股; 初步询价日期为9月23日, 申购日期为9月28日。

自成立以来, 珠海冠宇一直专注于聚合物软包锂离子电池, 在笔记本电脑和平板电脑锂离子电池领域市场占有率较高。根据Techno Systems Research统计显示, 2020年, 该公司笔记本电脑及平板电脑锂离子电池出货量占当年全球总出货量的23.67%, 全球排名第二; 该公司手机锂离子电池出货量占当年全球手机锂离子电池总出货量的7.00%, 全球排名第五。

值得一提的是, 珠海冠宇深耕锂离子电池行业多年, 在消费电子、轻型动力、新能源汽车、储能等聚合物锂离子电池应用领域自主开发了多项核心技术, 并成功实现产业化, 有力支撑了公司业务规模的不断增长。

在行业风口期和资本市场的双重加持下, 珠海冠宇有望开启新的成长周期。

业绩爆发式增长, 未来成长可期

资料显示, 珠海冠宇主要从事消费类聚合物软包锂离子电池的研发、生产及销售, 同时布局动力锂离子电池, 产品主要应用于笔记本电脑、平板电脑、智能手机、智能穿戴设备、无人机、汽车启停系统及电动摩托等领域。在消费类电池领域, 珠海冠宇长期服务于全球知名的笔记本电脑、平板电脑及智能手机品牌厂商, 是全球消费类聚合物软包锂离子电池主要供应商之一。

日益革新的技术带来了消费类电子产品在世界各地井喷式的快速发展。据Mordor Intelligence统计, 2019年全球锂离子电池市场规模达到468.50亿美元, 其后将持续增长, 预计于2025年达到1049.40亿美元, 2020-2025年复合增长率预计达到19.97%。

凭借公司竞争优势, 珠海冠宇的业务规模持续扩大。2018—2020年, 该公司分别实现营业收入47.47亿元、53.31亿元、69.64亿元, 2019年、2020年分别同比增长12.3%、30.63%; 同期分别实现净利润2.22亿元、4.32亿元、8.17亿元, 2019年、2020年分别同比增长94.2%、89.13%, 短短2年净利润实现了近3.7倍的高速增长, 成绩喜人。

从毛利率来看, 2018—2020年, 珠海冠宇的综合毛利率分别为16.91%、28.26%、31.17%, 呈逐年上升态势。

值得注意的是, 该公司毛利润的核心来源为笔电类和手机类消费锂离子电池, 其中, 近三年笔电类消费锂离子电池的毛利润分别为4.49亿元、9.71亿元、15.64亿元, 持续增长, 占毛利润总额的比例也呈现增长趋势且保持在较高水平, 分别为59.35%、67.05%以及74.79%。

随着公司生产规模的扩大, 凭借丰富的技术储备和长期积累的制造经验, 珠海冠宇规模优势逐渐显现, 具体体现在有效降低成本、提升抗风险能力和具备全产业链服务的能力。该公司已经实现了从电芯到PACK的全产业链发展布局, 拥有覆盖锂离子电池完整产业链的生产制造能力, 能够为客户提供一站式服务。

如今, 珠海冠宇已成为全球消费类聚合物软包锂离子电池主要供应商之一, 充分实现了科技成果与产业深度融合。其产品已应用于笔记本电脑、平板电脑、智能手机、可穿戴产品、无人机等消费电子产品以及汽车启停系统、

电动摩托等动力领域, 并获得了惠普、联想、戴尔、华硕、宏碁、微软、亚马逊等笔记本电脑和平板电脑厂商, 华为、OPPO、小米、摩托罗拉、中兴等智能手机厂商, 以及大疆、BOSE、Facebook等无人机、智能穿戴厂商的高度认可。

加码动力电池, 力争五年内迈上一个新台阶

聚合物软包锂离子电池在能量密度、安全可靠、循环寿命及快充性能等方面具有明显优势, 在技术路线上十分贴合消费类电子产品的应用需求。

作为全球消费类聚合物软包锂离子电池主要供应商之一, 自成立以来, 珠海冠宇密切关注锂离子电池相关技术的发展, 始终坚持自主创新和自主研发, 持续在聚合物软包锂离子电池关键材料、高安全电池关键材料及应用技术、高能量密度电池关键材料及应用技术、快充电池关键材料及应用技术等关键方向上进行研发攻关, 在锂离子电池尤其是聚合物软包锂离子电池制造领域积累了深厚的技术实力。

经过多年的发展与积累, 珠海冠宇掌握了“高温电池技术”“数码电池电解液技术”“高安全电池关键材料应用技术”“高能量密度电池关键材料应用技术”等18项核心技术, 为保持公司技术领先奠定了坚实的基础。

同时, 珠海冠宇高度重视技术保护工作, 相关核心技术已取得多项专利, 截至2020年12月31日, 该公司已获取专利329项, 其中发明专利43项, 实用新型专利280项, 外观设计专利6项。此外, 该公司的研发和技术水平得到广泛认可, 其拥有人力资源和社会保障部和全国博士后管委会认定的“博士后科研工作站”、发改委等多部门认定的“国家企业技术中心”、广东省经济和信息化委员会等多部门认定的“省级企业技术中心”、广东省科学技术厅

认定的“广东省软包锂离子电池工程技术研究中心”“广东省软包锂离子电池研究与应用企业重点实验室”、广东省人力资源和社会保障厅认定的“广东省博士后工作站”, 并获得了由广东省人民政府颁发的广东省科技进步奖二等奖等奖项。

在锂离子电池应用领域不断扩大, 需求数量不断增加的趋势下, 珠海冠宇坚持发展现有主营业务, 立足消费类电池领域, 保持笔记本电脑电池的行业领先地位, 进一步提高手机电池的市场占有率, 同时扩展其他应用领域业务, 如动力电池等。

为提升企业核心竞争力及行业地位, 推动聚合物锂离子电池产业保持长期稳定发展, 珠海冠宇不断加大消费及动力锂离子电池的研发投入, 努力提高研发效率和产品创新竞争力。2018—2020年, 珠海冠宇研发投入分别为1.71亿元、3.19亿元及4.06亿元, 占营业收入的比例分别为3.59%、5.98%和5.83%。

在新能源汽车领域, 该公司成功开发了应用于纯电动汽车的270Wh/kg高比能电池; 在功率型混动HEV电池领域, 新一代产品在-30°C下10C倍率放电电压>2.0V, 性能较优异。在储能领域, 该公司成功开发了175Wh/kg的磷酸铁锂体系并且针对性地提升了产品的寿命及高、低温适应性。

珠海冠宇表示, 未来公司将根据新进入的动力类客户及潜在的动力类锂离子电池订单情况, 循序渐进地扩大产能, 并逐步从当前的汽车启停系统电池、电动摩托电池等业务逐步延伸至纯电动汽车电池及储能电池上, 逐步拓展动力类锂离子电池产品种类, 提升在动力类锂离子电池的市场竞争力, 力争使公司在五年之内迈上一个新台阶。

(文/华秋)

LISTED COMPANY · 上市公司

锂矿疯狂 或倒逼钠离子电池产业化提速

时代周报记者 何明俊 发自广州

上海钢联发布的数据显示，9月17日，部分锂电材料价格继续上涨，金属锂涨1万元/吨，碳酸锂涨2500~3000元/吨，氢氧化锂涨2000~3000元/吨。正极材料中，三元材料涨2000元/吨，钴酸锂涨5000元/吨。

锂资源价格疯狂，或倒逼钠离子电池加速产业化。

前一日，宁德时代董事长助理孟祥锋在公开场合表示，明年宁德时代将有一条钠离子电池生产线投入生产。

“发展钠离子电池，技术原理打通了，原材料生产加工工艺也打通了，现在主要是上量的问题，要建立原材料的供应体系。”孟祥锋表示，钠离子电池里面没有稀缺资源，最主要的资源是钠，储量非常丰富。

平安证券研报指出，钠离子电池的商业化对电池材料的各个组成部分都有不同程度的影响，目前钠离子电池尚处于产业化的前期阶段，短期内因产业化程度较低，钠离子电池材料成本的优势并没有得到充分体现。

9月17日，一名长期跟踪锂电池材料的投资人士告诉时代周报记者，在澳洲锂精矿拍出2240美元/吨的天价之后，碳酸锂价格预期已经逼近20万元/吨，“相反，钠储量丰富，企业做钠离子电池路线本身也是基于锂资源紧缺和价格高企的考虑”。

锂产品价格暴涨

新能源汽车需求快速增长，拉动动力电池供应需求同步大增。今年以来，多家动力电池企业宣布产能扩张的投资计划，尽可能满足市场需求。

时代周报记者不完全统计，4月，比亚迪(002594.SZ)启动二期动力

电池生产基地，新增6条刀片电池生产线，一期、二期项目满产后将形成动力电池年产能35GWh；5月，多氟多(002407.SZ)投建20GWh锂电项目扩大产能，中航锂电50GWh电池项目落户成都；6月，蜂巢能源南京新建动力电池生产基地，亿纬锂能(300014.SZ)拟在荆门投建年产104.5GWh的新能源动力储能电池产业园。

在企业快速扩产的大背景下，无法匹配需求的锂资源开始走上涨价之旅，锂电池材料——碳酸锂和氢氧化锂从年初4万元/吨一路飙涨到10多万元/吨的高价。根据上海钢联9月17日发布的数据，部分锂电材料价格继续上涨，碳酸锂涨2500~3000元/吨，氢氧化锂涨2000~3000元/吨。

时代周报记者注意到，自今年7月下旬以来，锂盐价格从每周涨2000~3000元/吨，到8月每周涨5000~1万元/吨，而9月后涨幅普遍在1.5万元/吨以上。

国泰君安研报指出，工业级碳酸锂在一个月内价格上涨60%，两个月内上涨近90%，意味着市场处于极度紧缺的状态。

9月14日，澳洲锂矿公司Pilbara进行第二次锂精矿拍卖，最后的拍卖价格显示为2240美元/吨，创下历史新高，远超目前锂精矿1000美元/吨左右的主流价格，大超市场预期。

实际上，早在7月29日Pilbara的首次拍卖会上，在只有17家竞拍企业参与的情况下，当时最终成交价格就达到了1250美元/吨的高价。

据时代周报记者了解，在澳洲锂精矿拍出2240美元/吨的天价后，国内碳酸锂材料价格同步上涨。目前，碳酸锂价格预期接近20万元/吨，但碳酸钠仅约2000元/吨。

为了满足国内巨量的锂需求，市



场将目光投向了“盐湖提锂”。

五矿证券研报称，盐湖主要分布在青海和西藏。受益于完备的电力、淡水等基础设施保障，青海盐湖提锂有望成为增量主体，但西藏盐湖因其高海拔且受到基础设施不完善的影响，因此西藏盐湖提锂离全面开发尚早。

据时代周报记者了解，今年全球锂资源需求量在50万~53万吨，但全球锂资源产量仅约47万吨。

日前，工信部副部长辛国斌表示，目前中国新能源车成本依然偏高，另外电动车关键部件动力电池面临锂钴镍等矿产资源保障和价格上涨压力，工信部将与相关部门一起加快统筹，提高保障能力。

钠资源充足，但离降本尚早

从储量来看，锂在地壳中的储量为0.0065%，世界锂资源主要集中在澳大利亚和智利，中国储量仅占世界锂资源的7%。而钠在地壳中的储量为

2.74%，是锂储量的约420倍。

光大证券研报指出，钠离子电池行业仍处于发展的早期阶段，若产业化进程不及预期，其实际制造成本将居高不下，失去竞争优势。此外，若锂资源价格大幅下降，钠离子电池相对于锂离子电池的成本优势将被缩小，发展速度有可能会减缓。

“目前，海外和国内的新能源汽车都处在渗透率快速提升阶段。在动力电池需求带动下，对锂等金属的中长期需求有较强支撑，价格总体上也会比较强势。”通联数据程文祥接受时代周报记者采访时说。

尽管钠资源储量充足，但在产业链建成前生产成本或难以下降。

“目前发展钠离子电池的主要困难还是成本问题，”北京特亿阳光新能源总裁祁海坤对时代周报记者表示，“钠离子电池生产成本比较高，产业化、大规模生产时间点还没有来，待小批量推广后，未来两三年可以逐步释放一定的产能，性价比也会突显。”

“不过钠离子电池的技术路线会是锂电池技术路线很好的补充。”祁海坤补充道。

不过，目前在钠离子电池上布局的企业仍较为稀少。

6月28日，中科海纳和中科院物理所联合打造的全球首套1MWh钠离子电池储能智能微网系统在山西太原原改区正式投入运行。

另一家在钠离子电池布局上有新进展的是宁德时代。

7月29日，宁德时代发布第一代钠离子电池，同时号召上下游共同开发钠离子电池体系，到2023年形成基本产业链。同日，宁德时代亦发布了钠离子电池与锂离子电池混搭的AB电池系统解决方案，从而解决了钠离子电池在能量密度上的短板。■



在澳洲锂精矿拍出2240美元/吨的天价后，国内碳酸锂材料价格同步上涨。目前，碳酸锂价格预期接近20万元/吨，但碳酸钠仅约2000元/吨。

内外布局技术领先 盛泰集团蓄势已发剑指A股

作为纺织服装业的跨国公司，浙江盛泰服装集团股份有限公司（以下简称“盛泰集团”）于近日首发过会，即将登陆上交所主板。

盛泰集团主要从事知名品牌服装和中高端面料生产，主要服务于国内外中高端品牌，目前已覆盖纺纱、面料、染整、印花、以及成衣裁剪与缝纫五大工序，产能分布于中国、越南、柬埔寨、斯里兰卡以及罗马尼亚，是纺织服装行业中集研发、设计、生产、销售、服务于一体的多品种、全产业链跨国企业。

当前，纺织服装行业面临疫情影响外贸、劳动力成本上升、贸易摩擦等制约因素，又迎来了技术迭代、产业升级、智能化等机遇。在种种挑战与机遇面前，盛泰集团凭借在全球化布局、品牌、大客户、技术等方面的优势，近年来业绩持续向好，已成长为纺织服装领域颇具实力的跨国企业。

内外布局，三大优势凸显

当前，加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，是党中央对当前复杂严峻经济形势和着眼解决我国中长期问题的重大战略部署。在构建“双循环”新发展格局的当下，作为纺织服装业的头部企业，盛泰集团也早有布局，并初显成效。

目前，公司面料纺织布局在浙江嵊州、越南，成衣制造布局在湖南、安徽、重庆等省份以及越南、柬埔寨、斯里兰卡、罗马尼亚等多个国家。公司庞大的产能基础保证了持续承接优质客户大额订单的能力。

公司国内外布局的优势主要有三。

其一，劳动密集型工序向低劳动成本国家与地区转移。随着国内发达地区人力成本的持续上升，成本控制对于纺织企业的重要性越来越大。公司近年来持续进行国内外布局，将部分低端面料的生产及制衣环节，逐渐转移至东南亚国家以及我国中西部地

区。比如，本次募投项目就包括湖南新马制衣有限公司智能制造系统建设项目、河南新马制衣有限公司智能制造系统建设项目、河南织造及成衣生产中心建设项目等位于中西部地区的项目。

公司在国内外的布局有效节省了人工开支，增强了公司的盈利能力，同时也可助力构建“双循环”新发展格局，促进共同富裕。

其二，技术密集型工序留在中国本部开展。服务高端服装品牌需要生产商具备综合能力，其中，高端面料和快速组织生产是两大关键。公司在棉纺面料技术领域处于领先地位，高端面料的研发和生产主要集中于浙江嵊州的生产基地。此外，公司在自动化成衣生产方面持续投入研发力量，已在湖南生产基地和越南生产基地实验高度自动化生产模式。

其三，关税壁垒区域内设厂绕开贸易壁垒。公司在全球化布局中主动在各个关税壁垒区域内设厂，以绕开贸易壁垒。比如，公司当前在境内的销售主要通过中国境内工厂生产，公司在越南的生产基地对美国、日本的出口具有关税优势，公司在斯里兰卡的生产基地对欧洲出口具有关税优势。

面料技术领先同行，智能制造降本增效

盛泰集团主要产品为面料和成衣，其中尤以中高端面料为一大竞争优势。公司生产面料分为梭织（机织）和针织两种。公司所生产的面料，一部分直接外销，一部分作为成衣之原材料，通过加工制造成成衣后，销售至各大客户及品牌。

公司自成立以来一直十分注重研发能力的提升，通过自有的各项工艺技术优势，生产之面料在抗皱、透气、保暖、轻薄等特性上具有一定的优势。目前，公司拥有全亚麻柔软免烫面料的加工技术、无甲醛免烫面料技术等多项重要技术，公司及其子公司截至去年4月30日共拥有63项境内已授权

专利。

在智能制造技术方面，基于国内人力成本的不断上升，公司持续引进先进的生产设备，并开发了相关配套系统，用于取代不必要的人力劳动，提升自动化效率，进一步降低生产成本。

同时，由于目前国际各大知名服装品牌为控制自身库存，对订单批量、下单周期和交货及时性的要求进一步提高，使得供应商“产能充足、配套完善”尤为重要，特别是在“订单快速反应”的要求，正日益成为国际品牌选择供应商的重要因素。

据了解，公司生产体系持续的智能化改造，使得公司生产产品自动化率高、容错率低、订单反应时间快，成为公司始终能获得优质订单的一大竞争优势。

品牌与大客户优势显著，业绩持续向好

凭借领先的面料研发能力、自动化生产优势及完善的高端大客户服务能力，公司的品牌与客户优势明显。

据了解，目前公司的客户主要包括拉夫劳伦、优衣库、拉科斯特(Lacoste)、鳄鱼牌)、卡文克莱(Calvin Klein)、汤米希尔费格(Tommy Hilfiger)、雅戈尔、斐乐(FILA)、安踏旗下高端品牌)、雨果博斯(Hugo Boss)、查尔斯蒂里特(Charles Tyrwhitt)、T. M. Lewin、阿玛尼(Armani)、博柏利(Burberry)、美鹰傲飞(American Eagle Outfitters)、依恋(E·LAND)、杰克琼斯(Jack Jones)、太平鸟(Peace Bird)、Dillard's百货、玛莎百货(Marks & Spencer)、Nordstrom百货等，均为行业头部的服装品牌或零售商。

公司与主要客户合作关系较为深厚，与部分主要客户形成了互相依赖的深度合作格局。其中，公司是Lacoste品牌2018年度最佳供应商，是斐乐品牌在针织面料方面的唯一白金供应商，并荣获了斐乐品牌2018年度卓越供应商奖及快速反应奖；公司与拉夫劳伦品牌合作已达数十年，系拉夫劳伦

品牌的核心战略供应商；公司与优衣库品牌的合作在最近几年实现了高速增长，并直接对公司经营业绩产生了显著的正向促进；2019年，公司与李宁品牌开展合作并成立了合资公司。

长期为国际知名品牌客户服务，令公司的内控管理、订单质量领先于业内其他竞争对手，进一步增强了客户服务能力。

得益于全球化的布局、领先的面料技术、先进的智能制造体系，以及显著的品牌与大客户优势等，公司近年来业绩持续向好。

招股书显示，2017—2019年，公司营业收入分别为461960.45、529041.42、556967.34万元，在A股40家纺织服装、服饰业（证监会行业分类）上市公司中均位列前十；净利润分别为12166.84、23784.95、27584.16万元，三年复合增长率高达50.57%，增速远超上述40家上市公司均值（-35.42%）。

在资金管理方面，公司经营活动现金流状况良好。2017—2019年，公司经营活动产生的现金流量净额分别为57888.96万元、38374.34万元、66127.61万元，均高于同期同行均值，展现出良好的“造血”能力。

强大的实力，也令公司获得诸多荣誉。2017—2018年，公司连续荣获中国棉纺织行业协会“中国棉纺织行业竞争力百强企业”前二十强；公司被中国纺织工业联合会授予“产品开发贡献奖”，公司汉麻真丝弹力免烫面料被中国棉纺织行业协会授予“最佳创新开发一等奖”。

展望未来，盛泰集团表示，未来三到五年，公司将坚持以优质的面料生产、卓越的成衣制作为驱动，加强大客户粘性，通过完善国际化布局、提高自动化水平和提升产品供应水平，实现从卖优质产品向提供一整套快速反应的高效棉纺产品供应链服务的转变，实现由产品竞争到产业链竞争的转变。

（文/郭少川）

CULTURAL TOURISM 文旅 | ESTATE 地产 | FAST CONSUMPTION 快消 | 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



23 | 百强物企跑马圈地

围剿iPhone：中国厂商的高端手机之战

时代周报记者 郑栩彤 发自广州

iPhone 13发布，国内手机市场火药味越来越浓。

9月15日苹果秋季发布会上，被誉为“十三香”的iPhone 13手机亮相。即便被诟病“刘海”缩小、摄像头升级、芯片升级等非核心创新，但由于价格比iPhone 12略有下调，iPhone 13依然保持强大竞争力。

发布会前后，中国手机厂商铆足劲推高端新机，试图与苹果同场竞争，吞下华为空出的高端机市场。

7月底至9月初，荣耀发布Magic3系列、vivo发布X70系列及iQOO 8 Pro。9月16日，OPPO发布ColorOS12系统及定位高端的OPPO Find X3 Pro摄影师版本。

华为也极力保住高端市场份额，7月底推出P50系列。

多款国产高端手机价格上探至5000元以上，并在影像技术创新，试图以此在高端市场站稳脚跟。

iPhone 13开售，中国手机厂商的高端产品能否经受考验？

“预计iPhone 13开售后，苹果在中国的智能手机市场份额快速上升，第四季度市场份额或逼近20%关口。相比之下，中国手机厂商微创新总体多于苹果，高端化布局已带动足够需求，也具备一定竞争力。”9月14日，第一手机界研究院院长孙燕飏向时代周报记者表示。

国产手机正面迎击

经过多年发展，眼下中国手机厂商对战苹果有多大胜率？

据Canalys数据，今年一季度，华为智能手机出货量同比减少50%，而vivo、OPPO、小米、苹果的智能手机出货量分别同比提升79%、65%、75%和94%。

苹果仍是“华为跌倒”的最大赢家。IDC数据显示，今年第一季度，在定价800美元（约5147元人民币）以上的旗舰机市场，苹果占比高达72%。

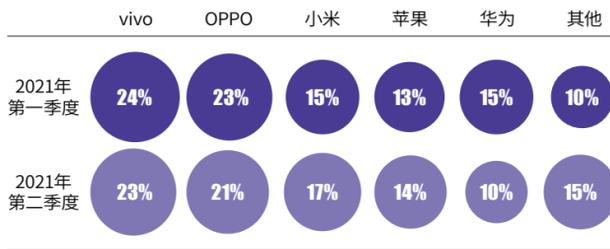
IDC中国研究经理王希指出，自2019年开始，国内高端手机市场，安卓阵营与iOS阵营达成分庭抗礼之势。今年，在不可控因素冲击、头部厂商缺席影响下，安卓阵营未完全填补高端市场空缺，导致上半年与iOS份额距离再次拉开。

赶在iPhone13上市前，中国手机厂商突然密集发布新高端机型，且未在价格上妥协，颇有正面迎击、扳回一局之势。

7月底发布的华为P50系列，尽管全系为4G产品，但发售价依然在4488~8488元。此外，荣耀Magic3



中国智能手机市场份额



数据来源：Counterpoint

系列发售价达4599~7999元，vivo X70系列发售价在3699~6999元。

与此同时，部分此前发售的国产高端手机也不愿大幅降价。

9月14日，时代周报记者在广州多个手机专卖店发现，年初发布的高端机OPPO Find X3系列、2020年12月底发布的高端机小米11系列，目前价格依然坚挺。

其中，小米11系列发售价为3999~6999元、OPPO Find X3系列发售价为4499~6999元，目前这两个系列仅部分机型降价500元。去年年底发布的vivo X60系列发售价3498~4498元，近期也仅X60直价款降价500元。

在某华为专卖店中，时代周报记者看到，2020年首次面世的5G款华为Mate40E 8GB+256GB售价5099元，5G款华为Mate 40 8GB+256GB售价5499元，均与发售价持平。

9月14日，一名华为专卖店销售人员告诉时代周报记者，由于缺芯严重，华为Mate系列在售机型中，5G款比4G款贵900元左右。当前部分店面的华为Mate 40机型5G款比发售价溢价500元左右。

中国手机厂商的高端化战略还

在继续。

9月15日，vivo相关负责人告诉时代周报记者，国内主流手机品牌均有志于高端突破。除下半年推出的iQOO8 Pro和X70系列，vivo还预计在明年上半年推出面向高净值人群的NEX品牌新品。

荣耀CEO赵明也曾对包括时代周报在内的媒体表示，荣耀未来的高端崛起核心是同苹果竞争。荣耀在一些关键技术领域的性能已超苹果iOS。

比拼微创新

“近期国产高端手机价格越来越高，动辄5000元以上的价格，相比苹果已无价格优势。某款高端手机要吸引我购买，就要有硬核的功能。”9月14日，一名消费者告诉时代周报记者。

从“硬核”功能看，近期发布的国产高端新机均未有太大创新。

9月14日，一名曾在多家主流国产手机专卖店工作的销售人员告诉时代周报记者，今年芯片推新速度较慢，各厂商使用的手机核心芯片差别不大，中国手机厂商基本都是在某一项功能上，稍加创新就发布新品。

有趣的是，即便苹果iPhone 13搭载了自研的A15仿生芯片，但无论

功能还是外观，依然也属微创新。

孙燕飏认为，iPhone 13的改进，主要集中在运行速度更快、电池容量更大、机身更薄和相机升级，路数与国内厂商基本一致，外观相比前一代也没有明显创新。

在微创新中，无论iPhone 13还是众多国产高端新机，均重点瞄准影像领域。

例如，iPhone 13全系首次加入“电影模式”，拍摄过程可转换焦点，且支持杜比视界HDR，每帧画面进行杜比调色。

众国产高端手机在影像上则更重视计算摄影、镜头质量和特殊镜头配置。其中，小米11系列支持计算摄影，即在不绝对依赖图像传感器、镜头的情况下，通过人工智能和强大算力提高影像质量。

荣耀Magic3 Pro有后置潜望式长焦摄像头、超广角摄像头、黑白摄像头和广角摄像头，并推出AI影调推荐功能以智能匹配推荐适合风格的LUT影调。

华为P50系列配置后置徕卡摄像头，推出原色双影像单元，通过系统性整合多颗镜头、计算光学、超清图像引擎等提升拍摄体验。

vivo X70系列后置蔡司摄像头，搭载vivo历时一年研发出的ISP影像芯片V1。此举被业界称为开启手机影像“硬件级算法时代”。

OPPO FindX3系列则拥有两颗双主摄和两颗旗舰级摄像头，其中60倍显微镜镜头可紧贴拍摄物体表面。

在孙燕飏看来，在摄影技术等方面，今年仅发布一次的iPhone 13系列很难说拥有重大创新。相比之下，国内厂商更善于将微创新发挥到极致，且一年之内发布有多款新机，微创新众多。从这个角度看，国内厂商在高端市场有一定制胜几率。

除创新功能外，国产高端手机和苹果iPhone 13竞争最大影响因素或是iPhone 13系列的意外降价。

9月15日，王希告诉时代周报记者，安卓高端领军厂商因外部原因缺席，高端安卓在几个季度持续涨价，在这个背景下，iPhone 13降价意图很明显。虽然今年按节奏是iPhone的升级小年，但苹果希望通过价格这个最关键的因素持续扩大在国内高端市场的优势。

“可以肯定的是，2020年第四季度，iPhone 12在国内市场份额迅速反弹的情况很难复制。当时国内厂商面临较严重的缺芯状况，供应链准备不足，产品青黄不接，而苹果供应链较稳定。从今年情况看，国内手机青黄不接的情况不会再出现。”孙燕飏表示。

产经一周观察

食品安全是餐饮企业的底线

涂梦莹 时代周报产经新闻记者

又一餐饮品牌“翻车”了，这次是门店超过5000家的新茶饮品牌益禾堂。

9月13日，有媒体报道，市场监管部门检查广西柳州柳江区商贸街益禾堂奶茶店时，发现蟑螂乱爬。柜台、货架和墙上除了活的蟑螂外，还有死的小蟑螂。

9月15日，益禾堂通过官方微博对此作出回应。益禾堂表示，针对有关部门责令柳州市柳江区商贸街某益禾堂加盟店整改一事，公司管理层高度重视，第一时间成立了专项工作组，对涉事门店展开彻查、整改。目前涉事门店已申请新的登记证，“员工未办理健康证”系证件遗失未补，现已安排其补打印并悬挂健康证。

一出食品安全问题，便启动道歉整改的回应流程，这样的事还有很多。

7月，和府捞面上海某门店被曝惊现死老鼠，随之和府捞面公开就此事致歉，并关闭涉事门店进行整改；8月，胖哥俩肉蟹煲因旗下门店被曝光

存在大量使用过期食材、隔夜死蟹等问题，创始人流泪致歉，对门店进行停业整顿并检查。

食品安全事故引发舆论危机早有同行的前车之鉴，是这些品牌没看见、不重视吗？不管是一纸声明还是现身落泪，“致歉”这招屡试不爽，或许是因为食品安全危机带来的伤害，相对比规模扩张带来的好处而言，已不值一提。

近两年来，资本疯狂涌入餐饮。据天眼查数据，仅今年上半年，就发生了超过120起餐饮投融资事件，融资总额高达75亿元；益禾堂所属的新茶饮赛道更是火热，今年上半年便发生约22起融资事件，融资总额超65亿元。

借资本助力，餐饮连锁品牌可以通过快速扩张、卖力营销占据消费者心智。

据天眼查数据，“益禾堂奶茶”关联公司为武汉熠汇饮科技有限公司，成立于2018年4月。2021年6月，该公司注册资本增至1010万元人民币，增幅400%。且该公司通过间接持股，拥有

超20家公司的实际控制权。今年益禾堂已成立近20家餐饮管理公司。

和府捞面则在今年7月完成高达8亿元的E轮融资，估值已近70亿元，据规划，今年门店数将迅速达到450家；据天眼查信息，胖哥俩肉蟹煲的关联公司共对外投资90家企业。今年以来，胖哥俩已对外投资43家餐饮公司，持股比例多为51%。

资本的本质是趋利，比起做好产品，更优先考虑业绩。在此背景下，花费几年用心经营一家店的“工匠精神”，似乎落伍了，而且更难了。“小鱼”始终有被“大鱼”吃掉的危险。

然而，一时的资本红利可以使连锁餐饮品牌具备优越感，但也极易迷失原本的品牌初衷。餐饮行业关系到每个人的“饭碗”，应该坚守“工匠精神”。品牌价值的最大化，不是以牺牲食品安全底线的盲目前行。

几次道歉或许可管用，多几次就不一定了。

围剿 iPhone 专题

随着华为市场份额下降,国内手机市场发生巨大变化。赶在iPhone 13上市前,小米、荣耀等手机厂商纷纷推出自己的高端新品,价格上探至8500元。尽管华为在高端市场竞争力减弱,但所让出的市场份额能否被小米、荣耀等手机厂商吃下仍未可知。目前,国产手机在影像技术方面已有长足发展,中国手机厂商或以此为突破口,正式对iPhone展开围剿。

iPhone 13预售掀热潮 半小时全网售空

时代周报记者 郑翔彤 杨玲玲
发自广州

被誉为“十三香”的iPhone 13,被网友调侃价格“真香”,果粉购买热情高涨。

根据规划,iPhone 13在9月17日晚8点开始预售,9月24日发售。9月16日,时代周报记者走访广州多家苹果专卖店,尽管柜台还未摆上iPhone 13系列新机,但从多个电商平台预定人数看,消费者购买热情颇高。

9月17日,京东苹果自营旗舰店iPhone 13系列预约人数已超270万人。拼多多百亿补贴专区还为苹果系列新品来设专区,预约人数超100万人。当晚开启预售10分钟后,京东平台的iPhone 13便全部售完,天猫、拼多多也在30分钟内售空。

“我不是买不起iPhone 13,只是抢不到。”有网友在新浪微博上无奈表示。

与iPhone 12相比,iPhone 13的升级幅度相对不大,属于微创新。之所以仍有如此大吸引力,得益于其“亲民”的定价。

在9月15日苹果秋季发布会上,iPhone 13系列价格公布,引得不少观看直播的果粉欢呼。

该机在芯片、摄像头等方面升级的同时,相比iPhone 12发售价还下降300~800元。

时代周报记者走访发现,由于iPhone 13的全面降价,iPhone 12等苹果前代手机随之开始一轮迅猛降价,iPhone 12系列中不少产品价格超千元。

iPhone 13价格“香”

作为苹果公司的第二款5G手机,iPhone 13系列肩负着助苹果站稳5G手机市场的重要使命。

当前,多家电商都在为iPhone 13正式发售预热。

京东平台购买页面显示,在9月26日前购机将赠送1年AppleCare+权益;苏宁易购为消费者提供最高1550元的以旧换新补贴、20W充电头、AppleCare+两年原厂服务、1年代客修等;天猫在新品上市期间,为购买iPhone 13系列的消费者提供12期分期免息优惠;拼多多将为iPhone 13系列产品提供购买补贴,补贴价格暂未公布。

同时,多家研究机构对iPhone 13系列出货量及销量持乐观态度。

天风国际分析师郭明錤在研究报告中表示,受益于美国对华为禁令,以及新设计与规格升级,iPhone 13出货量相较iPhone 12的2020年出货量仍能成长。预计今年新一代iPhone出货量将达到0.85亿~0.9亿部。

招商证券研报指出,考虑竞争格局优化且iPhone 13系列“加量不加价”,今年该系列有望如iPhone 11系列般创新平淡,但销量超出预期,预计年内备货量有望近9000万,超过去年同期备货量。

价格因素之外,在配置方面,iPhone 13相比前一代的升级虽不是颠覆性,但依然吸引不少手机爱好者。

“iPhone 13系列售价全面降低,在相机、屏幕、续航、性能等方面还带来不小的提升。”有网友在知乎上总结iPhone 13的吸引力。

与iPhone 12相比,iPhone 13的

摄影和摄像功能得到优化。在性能方面,iPhone 13搭载的A15仿生芯片是iPhone运行速度最快的芯片。

此外,iPhone 13系列日常使用续航比iPhone 12系列增加1.5~2.5小时。iPhone 13 Pro和Pro Max使用iPhone最先进的显示屏,支持从10~120Hz的自适应刷新率区间,户外亮度最多可提升25%。

一名知乎网友指出,iPhone 13让果粉感受到“良心”的一大原因在于,iPhone 13和iPhone 13 mini的摄像头直接升级为iPhone 12 Pro Max的主摄,屏幕也升级为iPhone 12 Pro档次。相当于新款非顶级旗舰机获得了上一代顶级旗舰机的诸多特性,但价格却便宜了。

尽管iPhone 13在消费市场反响不错,但由于降价或影响苹果公司盈利状况等原因,在资本市场,苹果股价反应平淡。9月15日,苹果股价微涨0.61%,9月16日下跌0.16%,9月17日再度下跌1.83%,收146.06美元/股。

iPhone 12降价千元

iPhone 13系列意外降价,对前代iPhone一手和二手价格均造成冲击。

一般而言,iPhone是保值率较高的智能手机产品。据SellCell报告,iPhone 12机型在上市后的半年里平均损失了34.5%的价值。相比上市半年内损失43.8%价值的iPhone 11,iPhone 12保值率尤为突出。

但在iPhone 13发布后,iPhone 12降价幅度动辄上千元。

据慢慢卖比价平台,9月16日晚间,京东商城iPhone 12 Pro 128G版、唯品会iPhone 12 Pro Max 256G



与iPhone 12相比,iPhone 13的摄影和摄像功能得到优化。在性能方面,iPhone 13搭载的A15仿生芯片是iPhone运行速度最快的芯片。

版等iPhone 12系列产品价格显示为“历史新低”。

其中,京东商城的iPhone 12 Pro 128G版自发售日至今年2月底,均保持8499元的原价,直至iPhone 13发布前,该产品价格仍在原价附近波动。但9月16日,该产品价格跌至6999元。

7月初至9月14日,淘宝Apple Store官方旗舰店内的iPhone 12均售6299元起,但9月15日,该页面的最低价降至5199元。

9月17日,一名苹果手机用户告诉时代周报记者,她在4月花费6000多元通过“以旧换新”优惠购买了一台iPhone 12 mini,但当前该机的售价降至5000多元,降价迅猛程度超出想象。

在iPhone 12大幅降价背景下,该系列或分流iPhone 13的潜在购买者。据雪球微博一项投票调查,倾向于购买降价iPhone 12、倾向于购买iPhone 13的用户分别占四成和六成。

由于iPhone 13带来的价格冲击,近期二级市场iPhone 12也降价明显,不少有换机需求的消费者仍在观望。

9月17日,广州百脑汇一名商家告诉时代周报记者,iPhone 13系列发布后,二手较新的iPhone 12 128G款降价500元左右,目前售价约4500元。iPhone 13发售后,预计iPhone 12还会小幅降价,或降几百元。

该商家表示,虽然近期出二手iPhone 12的人不少,但很多消费者仍在等待iPhone 13发售后,届时再做购买决定。

为刺激手机用户加入换机潮,苹果近日将iPhone 12系列机型加入换购计划。iPhone 12系列不同机型的最高预折抵金额在2750~5000元。

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



围剿 iPhone 专题

库克的苹果10年

◀ 上接P1

库克回忆道，“那时其实我很吃惊，因为乔布斯在这个岗位上做得很棒，后来我想了想，明白他当时做这个决定非常坚定。之后，他身体越来越差，在他弥留之际，他告诉我，决不要问‘如果是乔布斯会怎么做’。因为他知道，他的继任者，不管是谁，都会面临巨大的挑战”。

谈话约6周后，乔布斯匆匆离世，库克走向舞台中央。

乔布斯的拥趸认为，库克没有乔布斯身上那种让人挪不开眼的魅力。但他为人谨慎，行事低调，也做出了自己的成绩。

库克执掌苹果后，iPhone成为常青树产品，也是公司主要营收来源。

他在2014年主导推出的首款大屏手机iPhone 6系列，在彻底被淘汰前，这款手机的销量累计超过2.5亿部，成为目前出货量最高的iPhone系列产品。

除iPhone手机外，库克时期为人称道的还有Apple Watch、AirPods等硬件产品。它们奠定了苹果在穿戴式设备领域的地位。

其中，Apple Watch是第一款没有乔布斯参与的重要产品。

首款Apple Watch发布不到24小时，就卖出了大约72万块，超过安卓系统可穿戴设备的历史销售总数。3年后，Apple Watch成为市场份额最大的智能手表，超过整个瑞士手表产业。

目前，Apple Watch全球出货量已接近1亿台。

在美国市场，约35%的iPhone用户拥有Apple Watch，并且这一数字仍在持续增长。Apple Watch在全球可穿戴设备市场的份额已占到55%，这一数据远高于iPhone的市场占有率。

AirPods也在2016年9月首次推出后，一跃成为苹果旗下的明星产品。到2019年，苹果发布支持主动降噪的AirPods Pro，市场更是被迅速引爆。市场调研公司Strategy Analytics的数据显示，AirPods产品占据2020年全球无线耳机销量的近半份额。

从创新到盈利

“我的激情所在是打造一家可以传世的公司，这家公司里的人动力十足地创造伟大产品。其他一切都是第二位的。当然，能赚钱很棒，因为那样你才能够制造伟大的产品。但是动力来自产品，而不是利润。”这段话来自《史蒂夫·乔布斯传》最后一章《乔布斯自述：真实的我》。

曾经在苹果公司任职的李开复说过，没有乔布斯，就没有1977年的Apple II、1984年的Macintosh、1998年的iMac、2001年的iPod、2007年的iPhone和2010年的iPad。

这些名噪一时的产品，得益于乔布斯天马行空的想象力和创造力。

乔布斯的存在，让产品经理一职受到前所未有的重视。后继者包括开发出微信的张小龙，也被视为一流的产品经理。

遗憾的是，库克接替苹果CEO职务后，这家公司逐渐失去了产品驱动力的基因，取而代之的是赚钱至上的理念，这也让苹果的公众形象日趋走向平庸，乔布斯时代留下的“棱角”逐渐被磨平。

产品创新乏力的另一面，是库克任期内苹果的营收和市值突飞猛进，库克也成为“顶级打工仔”，2020年年薪超过1400万美元。

库克还是一位成功的“商业外交家”，10年间15次访华。10年前，苹果在中国只有北京、上海和香港有直营

店，10年后，苹果零售店在中国已开到25个城市。

中国回馈给苹果的是巨额回报。2021财年第三季度，大中华区净销售额达147.62亿美元，同比增长58.2%。同时，IDC最新数据显示，该季度内，苹果在中国大陆市场的销量为860万部，市场份额10.9%。

为此，库克也付出了自己所能付出的一切。

以时间管理严格著称的库克，新的一天从凌晨3时45分开始，有员工曾在这个时刻收到过他的邮件。

早晨5时是库克的健身时间，6时他会准时出现在办公室。12—13小时的工作结束后，他回家还会继续处理更多邮件。

库克有着职业经理人的高度自律。一次来中国出差，库克几乎没有调整时差，连续工作3天，然后再飞回美国，早上7时落地，8时30分就在办公室里开会。

工作之外，人们几乎见不到有关库克个人生活的任何报道，他没有结婚，目前仍是单身。

重塑苹果价值观

苹果在库克带领下，变得越来越柔和。

乔布斯对慈善不感兴趣，他认为最大的慈善就是提升苹果市值。

库克则完全不同，他身体力行实践慈善。2011年担任苹果CEO后，员工捐款配捐计划成为库克首批重要举措之一。

当年，苹果推出捐款配捐计划，只要职工捐款，苹果也会同样捐助一笔钱。并且如果职工参与志愿工作，苹果会按照志愿工作时长给予薪资。

苹果被视为最环保的科技公司之一，其切实采取环保行动，也是从

库克开始的。

2015年，苹果公司正式推出供应商清洁能源项目。

近日，苹果副总裁、大中华区董事总经理葛越在一场峰会上表示，位于中国的iPhone总装工厂在2018年设立了3年减少20%能耗的目标。2020年，位于中国的AirPods、iPad和Apple Watch总装工厂也开始设定节能目标。苹果承诺，到2030年，会在所有产品及制造、使用全环节实现碳中和。

在隐私保护方面，库克同样态度坚决。

2016年，苹果拒绝为FBI解锁圣贝纳迪诺枪击案嫌疑人的iPhone手机。今年4月，苹果排除各种艰难险阻，在iOS14.5上推出ATT（应用跟踪透明度）隐私功能。

这项功能对各大互联网广告主非常不友好，严格到只要用户不允许，开发者和广告商就不能再获取用户设备的广告标识符，习惯了精准投放的广告主们，再也不能向iPhone用户定向推荐广告。

在库克的办公室里有3张照片，一张是黑人运动领袖马丁·路德金，另外两张是民权运动领袖罗伯特·肯尼迪。作为美国总统约翰·肯尼迪的弟弟，罗伯特一直为反抗种族歧视奔走，直到后来遇刺身亡。库克说，自己会从他们的事迹中获得灵感。

乔布斯时期，苹果提倡团队之间，甚至个别管理者之间相互竞争，以此来调动团队积极性，类似“赛马机制”。库克上任后，采取了截然不同的方式，他会深入员工之中，强调“团队”与跨部门协同。

从事慈善与环保，注重隐私保护，反对种族歧视，倡导多元包容的企业文化，库克重塑了苹果的价值观。■

20

%

◀

2.5

亿部

▶

一家乳企，在中国能做哪些事情？

9月9日，国务院发布《国家人权行动计划(2021—2025年)》，计划提出：实施可持续发展战略，落实减污降碳总要求，推动绿色发展，构建生态文明体系，加快推动绿色低碳发展，促进人与自然和谐共生。

恰逢建党百年，我国全面建成小康社会的第一个百年奋斗目标已然实现，后疫情时代统筹推进疫情防控和经济社会发展也取得成效……中国进入发展新阶段，“乡村振兴”“碳达峰碳中和”“共同富裕”的目标和愿景清晰可见。

如何结合国家战略与自身业务做好可持续发展的顶层设计，切实履行好企业社会责任，也成为时代之下每个企业都在思考的命题。

一张密织的社会生活“安全网”

为消费者提供好产品、好服务，让消费者满意就是企业最大的社会责任。这是任何时期，企业社会责任最核心，也是最基础的内涵。

据此前中国消费者杂志社发布的报告，具体到消费领域的企业社会责任表现，社会最关注“品牌可信赖”“质量过硬”“信守承诺”等方面。

而在众多消费品中，食品备受关注。其中，奶粉是食品安全的标志性产品，因2008年一些事件的影响，导致过去很长一段时间内，中国消费者更青睐国外品牌。

直到12年后，国产奶粉才回到高点。欧睿咨询数据显示，2020年，中国婴配粉市场前十名中，国产品牌占据五席。

这条信任重建之路，也是品质提升、诚信建设之路。其中，不得不提到行业龙头飞鹤。从2007年起，这家当时还不知名的乳企，选择从最苦的活做起，探索建设自有奶源，后来发展成农牧产业集群，开中国乳企全产业链建设先河。

这一模式从源头保障了奶品品质，帮助飞鹤创下59年安全生产零事

故的纪录，也带领行业进入全新的发展阶段，有了今天国产奶粉全面崛起的局面。

夯实产品安全“压舱石”，持续筑牢大众健康防线，不仅是奶粉等食品企业该做的事情，也是所有企业应尽的责任义务。飞鹤等企业品质为先、诚信经营的经验，为广大企业提供了履责样本，有利于将产品安全的社会安全网织得更密更牢。

一条不一样的“共富产业链”

8月17日，中央财经委员会第十次会议召开，提出：“要坚持以人民为中心的发展思想，在高质量发展中促进共同富裕。”

共同富裕的内容之一，就是缩小城乡差距。从乡村来看，重点是创新乡村振兴方式，吸引资本、技术、人力等要素下乡，强化农民的积极性和主动性。

近年来，我国乡村产业日渐兴旺，一大批农民也因此获益，黑龙江省齐齐哈尔市克东县仁和村农民刘力学

便是其中之一位。

“过去自己种地，粮食卖不上价，自从加入合作社，不仅土地有了固定收入，在社里打工还能再挣一份钱。”2017年，刘力学与2000多家农户共同加入了玉米种植专业合作社，这正是飞鹤所带动的“企业+科研院所+合作社+农户”现代化农业模式中的一部分。

值得一提的是，飞鹤农牧产业集群，大都在县城和乡村，推动了当地农业的标准化、产业化，带动牧业实现规模化、科技化发展。截至2020年，飞鹤累计创造15万个就业岗位，拉动15万农民增收致富。

原国务院资深参事、全国政协常委任玉岭在实地考察飞鹤产业集群后评价：“带动地方经济、助推乡村振兴、实现共同富裕，飞鹤既是建设者，也是引领者。”

一罐奶粉对产业链的带动能力不可小觑。供需两端不断迸发新的增长点，带来的是机遇，是就业，更是财富，

让大家共享高质量发展结出的甜果。

在共同富裕的政策背景下，飞鹤构建的这条共富产业链，其价值和意义更值得品鉴。未来，我国的乡村振兴也将有更多超乎想象的发展空间。

一种全新的人与生态相处模式

力争2030年前实现碳达峰，2060年前实现碳中和，是我国向世界作出的承诺。

“双碳”目标给各行各业都带来了新考验，也提供了新机遇。对于企业来说，低碳转型是牵涉全产业链的系统工程，重点在于产业链、供应链的绿色重构。

以乳制品行业为例，产业链条长、跨度广，横跨一二三产业。具体到个例，飞鹤产业集群多在县城和农村，遇到的问题更为复杂。众所周知，动物粪便和秸秆焚烧是农村环境污染的最大根源，也是现代畜牧业发展无法回避的痼疾。

为此，飞鹤探索出了一种全新的

人与生态相处模式。飞鹤联合合作企业，开展“产业集群生态循环化综合利用项目”，对风干秸秆和禽畜粪污进行厌氧发酵，制取生物天然气和有机肥。仅在克东县一地，可解决约10万亩玉米秸秆的离田回收和万头奶牛场粪污的无害化处理，年产生物天然气700万米³，年产有机肥可为约1.4万亩黑土地增加1%有机质。

将秸秆和牛粪“变废为宝”，打造完整的农牧工降碳链条，是一家乳企的生态建设答卷，也是一场刀刃向内的生态文明革命。企业主动推动供应链脱碳，正在成为我国产业链供应链绿色低碳转型的重要力量。

面向可持续发展的中国企业

今天，企业社会责任的目标，已经从企业内部开始向外扩展：慈善、公益、帮助弱势群体、关注社区发展……企业回馈社会、反哺于世的一面开始展现。

这些年，飞鹤始终立足本业、立足实体经济，在不断做大“蛋糕”的同时，也格外注重“分享蛋糕”。带动中小企业、助力乡村振兴，是其立足产业链的责任践行。

飞鹤也在持续开展立体多元的公益行动。2020年新冠肺炎疫情暴发，飞鹤先后捐赠2亿元款物驰援一线；今年河南郑州暴雨，飞鹤调拨大批营养物资抵达郑州；截至2020年，飞鹤累计向社会捐款近5亿元。

飞鹤的可持续发展理念与实践，不只是守住自身商业道德的底线，也是践行关心弱势群体和回报社会，更是主动在国家可持续发展战略中承担企业责任。

正如清华大学绿色经济与可持续发展研究中心主任钱小军所说，企业要应国家大略而动，随历史大势而行，将社会责任实践升级到可持续发展高度。飞鹤所设计和实践的战略蓝图，无不是围绕着这个目标向前一步。

(文/黄嘉祥)



电商助农开启“金秋消费季” 拼多多首推长三角河蟹分级标准

时代周报记者 杨玲玲 发自广州

“遥知漉水蟹，九月已经霜。筐实黄金重，蟹肥白玉香。”九十月，河蟹逐渐膏肥黄满，迎来最佳品尝期。9月中旬，产地直发的长三角大闸蟹，已登陆中国最大农产品上行平台拼多多的“多多丰收馆”。

大闸蟹虽美味，但保鲜难、运输难，电商网购还可能遇到货不对板的情况，这让许多逐鲜的食客望而却步。

蟹农同样有苦难言。精养蟹附加值较高，但养殖风险大，经电商平台销往全国各地的螃蟹缺乏统一的行业标准，精养蟹可能卖不出应有的身价。

作为农业农村部、商务部、中央广播电视总台、中华全国供销合作总社联合发起的中国农民丰收节“金秋消费季”的主要参与平台之一，拼多多9月7日正式启动“消费惠农直播”“新农人电商培训”等系列电商助农活动，助力各地农户增产增收。

同时，为了让优质大闸蟹火起来，让蟹农钱袋子鼓起来，9月13日，江苏省淡水水产研究所还联合拼多多发布了长三角“河蟹商品分等级标准”。

在市场现有的通用规则基础上，河蟹的重量，外观洁净度，螯、步足是否完整，肝胰腺和性腺颜色、饱满度，肌肉饱满度，滋气味等，相关认定标准均得到确认，长三角河蟹据此可以划分出特级、一级、二级、三级4个简单清晰的品质等级。

“我们一方面希望能让平台8亿多用户以实惠的价格买到产地直发、足斤足量的优质好蟹；另一方面也希望



让生产力和生产资料的主要贡献群体，也就是广大的蟹农，能够成为全产业链利益分配的主体，真正实现既丰产又丰收。”拼多多相关负责人表示。

大闸蟹电商发展遇痛点

河蟹是中国特有的养殖水产物种，养殖面积约1200万亩，集中在江苏、安徽、湖北等省份，以阳澄湖大闸蟹最为知名。

拼多多在2020年9—11月的大闸蟹销售数据显示，除阳澄湖产区的大闸蟹外，消费者更习惯于购买洪泽湖、固城湖、太湖等产区的“不贵好蟹”。其中，苏锡常及杭嘉湖地区尤其偏爱洪泽湖大闸蟹。

9月13日，拼多多联合江苏省淮安市商务局启动洪泽湖大闸蟹开捕季的首场直播，淮安市商务局副局长江汉聪做客拼多多直播直播间，为60万网友推介洪泽湖大闸蟹的独特风味、历史渊源和发展历程。

位于江苏省西部淮河南下游的洪泽湖，是中国第四大淡水湖，水质优良，极利于优质大闸蟹生长。以洪泽湖为代表的淮蟹，与以阳澄湖为代表的吴蟹齐名，并称中华绒螯蟹的南北双雄。

养殖户老杨，在淮安市洪泽区租了700亩水田，专业养殖大规格的精品大闸蟹。正常情况下，一只大闸蟹从苗基到成蟹，需要经历近600天时间。即将上市的塘养蟹大多是去年4月放养的苗基，今年一二月转塘，九十月成熟。

近两年的付出能够获得怎样的回报，全看未来3个月的销售。老杨说，“养螃蟹不光看一亩水田养多少斤，更重要是养多大，规格大，效益就高”。他举例称，同样是300斤大闸蟹，大规格，批发价可以卖到两万元，而小规格，可能一半都卖不到。

当地一些没有养大闸蟹的农户也有自己的苦衷，“很想养，但不敢养”。大闸蟹养殖成本高，风险也很大，精养

蟹可能卖不出应有的价格。

“河蟹行业电商发展存在几大痛点，比如，商品销售没有统一的规格标准，网上销售有标大发小的现象，部分优质产品也无法在网上做到优质优价。”江苏省淡水水产研究所种质与育种室主任葛家春介绍称。

此前，河蟹的消费市场主要集中在长三角地区，近年来，随着电商行业发展，河蟹消费潮加快向全国扩散。江苏省淡水水产研究所的相关资料显示，广东已超越江浙沪地区，成为大闸蟹线上消费第一区域。以四川为代表的西南区域和山东、河南为代表的北方区域也开始兴起大闸蟹消费。

蟹市线上线下产业高速发展，行业竞争愈发激烈，以次充好、蟹绳注水等乱象频现。在此背景下，在新的大闸蟹消费季来临之际，长三角大闸蟹分等级标准面世。

长三角云拼大闸蟹产业标准——河蟹商品分等级销售标准（以下简称“河蟹分级标准”）由江苏省淡水水产研究所联合拼多多发布，内容包括大闸蟹商品分等级要求、检验方法、复检、质量评定、包装、运输和贮藏等方面，以解决销售过程中大闸蟹规格、品质缺乏评判标准的问题。

拼多多首推河蟹分级标准

蟹农的队伍正在扩大。“90后”小伙赵行曾在一家金融公司工作，去年，拼多多在洪泽电商产业园举办的“长三角新蟹农培训”，他从高档写字楼转身，一头扎入泥泞的田间地头。

9月12日，在新一季大闸蟹集中上市前期，拼多多再度在洪泽举办新

蟹农培训，吸引近百位当地养殖户及经销商前来聆听。葛家春也来到培训现场，为现场的蟹农、商家讲解大闸蟹良种选育、苗种繁育、养殖技术、质量安全、分等分级等行业问题。

随后，如前文所述，江苏省淡水水产研究所联合拼多多正式发布长三角河蟹分级标准。

“只有建立并不断完善大闸蟹电商销售标准，才能从源头出发，带动蟹农提高市场竞争力，同时规范商家、打击以次充好、蟹绳注水、虚假宣传等行业乱象，为消费者提供始终如一优质螃蟹。”拼多多相关负责人表示，平台将严格执行上述标准，从江苏各产区起步，逐渐推广至更多产区。

在此之前，拼多多等平台一直在探索线上的大闸蟹标准。如，拼多多百亿补贴率先推出大闸蟹“去绳足斤足两”的行业标签，严格审核商家，希望杜绝因为重量导致的消费纠纷，避免消费者在挑选大闸蟹时“被迫成为数学家”。

“除了重量，大闸蟹还有很多指标关乎蟹的品质，比如有些常吃蟹的消费者可能会关注是否出现残肢断臂，蟹黄含量的多少，肌肉的饱满程度，是否有蟹油等等。从行业实践来看，应该有更通用的底层标准，去做相应的整体框架规范。”上述拼多多负责人表示道。

据介绍，作为中国最大的农产品上行平台，拼多多将继续依托平台沉淀的市场信息及数据，联合更多农业科研机构，反馈到农业产业链前端，形成农产品供应链和源头生产分级的标准。□

抖音： 14岁以下实名认证用户已直接进入青少年模式

时代周报记者 刘星志 发自北京

40
分钟

9月17日，抖音宣布升级青少年防沉迷措施，14岁以下实名认证用户已全部进入青少年模式，且无法自行退出。在该模式下，用户每天只能使用不超过40分钟，且晚10点至次日早6点不能使用。抖音也成为国内各大视频平台中首家推出如此严格保护措施的平台，其他同类产品尚不具备相同能力。

据了解，为更好地保护青少年健康上网，抖音在“六一”前宣布将实施平台有史以来最严格的青少年模式，从内测到不断优化。目前针对14岁以下实名认证用户已全部进入青少年模式，未来这类新注册用户也将直接进入。

相关负责人表示，自5月以来，平台投入了大量人力物力，以确保新举措有效落地，对于可能存在的误伤等问题进行优化。

随着青少年触网成普遍现象，为防止这一群体沉迷网络，2019年各大

视频APP推出青少年模式。用户每日首次启动应用时，系统将进行弹窗提示，引导家长及青少年选择“青少年模式”。进入该模式后，用户使用时段和服务功能受限，且只能访问青少年专属内容池。

为照顾好未成年用户进入青少年模式后的承接，提升使用体验。抖音多次优化青少年模式的产品功能，不断丰富优质内容池。不同于业内其他产品只能浏览推荐内容，抖音在推荐页面外新增“发现”频道，提供体系化知识，让孩子能针对感兴趣的内容进行深度学习。今年8月，抖音青少年模式还上线“订阅”功能，青少年用户在发现感兴趣的账号后，可以单向订阅账号的最新内容。

业内人士表示，抖音提升了青少年防沉迷标准，此举对行业意义重大，为整个短视频直播行业起到示范作用。抖音的责任先行能够带动整个行业形成统一的标准和规范，全社会形成合力，助力未成年人健康成长。

为不断优化产品，听取用户反馈，抖音同时发起为期一个月的“dou来找bug”征集活动。针对14岁以下实名认证用户进入青少年模式功能，如发现流程、破解等方面的漏洞，或对产品体验有建议，可以发送至反馈邮箱feedback@douyin.com。

抖音未成年保护专项负责人表示：“为保护青少年健康上网，我们不断升级防沉迷和安全保护措施，本次完成14岁以下实名认证用户直接进入青少年模式，是行业首家，会有做得不完善的地方，希望广大用户多给我们提建议。”

此外，针对青少年使用安全，对14~18岁实名认证用户，抖音还上线了互相关注才能发送私信等保护措施。通过保护工具、客服专线等多种举措，抖音已建立覆盖时长管理、内容过滤、隐私保护、消费保护、投诉处理等方面的未成年人保护机制。□

**用纳米技术能否实现隐形衣？
国家纳米中心主任：原理上可以实现**

央视一套 CCTV-1

已为你切换青少年模式

未满14周岁的用户，可以在这里看到热门动画、
自然科普、人文历史、兴趣才艺等有趣视频。

我已满14周岁 >

我知道了



智电车灵魂之争： 自动驾驶研发模式博弈

时代周报记者 廖维 发自广州

今年是车企自动驾驶研发分化蜕变的一年。

9月15日，小鹏汽车P5上市，成为全球首款量产入市的激光雷达车型；7月中旬，特斯拉FSD Beta V9.0在海外上线，放弃毫米波雷达全面进入纯视觉感知方案；4月上旬，北汽极狐阿尔法S HI (Huawei Inside) 版凭借来自华为的全套自动驾驶解决方案，率先向行业、市场展示适用于国内交通环境的C端乘用车准L3级自动驾驶能力。

小鹏汽车、特斯拉以及北汽极狐在自动驾驶领域的新成果，大体可分为自研以及采购两大阵营。以特斯拉、小鹏汽车为典型的车企，坚持全栈自研的研发模式，其中，前者甚至连自动驾驶芯片等硬件也一手包办的。至于以北汽极狐为典型的车企，则相对更多依赖于自动驾驶解决方案供应商的助力。

“真正能为汽车行业带来改变的产品是自动驾驶汽车，而不是电动化汽车。”

大众汽车集团CEO赫伯特·迪斯日前在慕尼黑车展上坦言，自动驾驶汽车将成为决定车企未来竞争力的关键。在各车企的自动驾驶技术路线、研发模式等方面开始分化之下，先行者们在探索过程中呈现出的利弊值得关注。

自研是“赌一把”？

“不同车企采取不同的自动驾驶开发应用模式，主要是与现阶段市场需求和不同企业的成长背景有关。”9月13日，国家新能源汽车技术创新中心前瞻技术业务负责人王泽兴接受时代周报记者采访时表示。

以特斯拉为例，其之所以选择全栈自研的自动驾驶研发模式，是基于对自身优劣势的判断。

“特斯拉会在自动驾驶开发模式方面选择全栈自研模式，是因为他们的优势在于软件技术与资本运作，但在汽车行业没有足够的积淀。”9月12日，某自动驾驶方案Tier1供应商人士向时代周报记者表示。

特斯拉们将自动驾驶等尚未完全成熟的技术作为进入汽车行业的钥匙，而传统车企的态度则更多为研究、观察，等待论证后再慢慢推向市场，慎之又慎。

“传统车企强于产业链体系与生产流程的把控，而非软件技术。”前述自动驾驶方案Tier1供应商人士表示，“由于自身的品牌及制造业包袱，传统车企无法采取过于激进的策略，All in尚未成熟的技术。”



“面对自动驾驶这种不太成熟的技术，大牌主机厂自研，未来还要考虑市场不良反应造成的品牌风险和索赔风险，还存在容易失去以往共同承担风险的伙伴（零部件厂）。”王泽兴认为，“但新势力没有历史包袱，赌一把的心态更多。”

在企业属性之外，各车企在切入自动驾驶研发之处的资本实力也十分关键，毕竟自动驾驶非常烧钱。以通用汽车旗下的自动驾驶子公司Cruise为例，其2016—2018年三年亏损15.12亿美元。百度CEO李彦宏此前曾表示，“虽然越来越多玩家入局造车，但他们都低估了自动驾驶的研发投入。百度仅去年一年就投入200亿元，甚至比任何其他车企总和都多。”

上述种种原因的驱使下，传统主机厂更加倾向于分工协作模式。至于自研模式，据时代周报记者观察，此模式更多存在于具备强大实力的世界级车企当中。某车企内部人士表示，“大公司一般不愿意受制于人，愿意自己做，但是人才资金都是问题，所以比较摇摆”。

长短线利益的取舍

自研还是合作，大部分车企已经作出选择，而从成果上看，两种路线的优劣已经初步展现。

“零部件企业在自己优势领域的前期投入，能够在很大程度上减少车企在该领域的研发投入，让车企更聚焦车辆本身品质的提升，两者能够形成优势互补。”王泽兴认为，相比自研，车企与自动驾驶方案供应商合作有助于通过标准化、规模化降低行业研发成本，对自动驾驶的实际应用推广起到推动作用。

以北汽极狐和华为的合作为例，前者作为2019年才首度亮相的品牌，在两年后便领先行业推出搭载激光雷达、具备高级自动驾驶能力的车型，华为作为其自动驾驶解决方案供应商，在其中的作用不言而喻。

但合作模式的弊端也显而易见，研发主导权、利润分配、责任厘定乃至用户数据的归属等都是问题。

“（完全依赖）与华为等第三方公司合作自动驾驶，上汽是不能接受的。”对于上述问题，上汽集团董事长陈虹曾公开表示，“这好比一家公司为我们提供整体的解决方案，如此一来，它成了灵魂，上汽成了躯体。对于这样的结果，上汽是不能接受的，要把灵魂掌握在自己手中。”

从这一维度出发，全栈自研的模式便展现出其巨大的优越性。“全栈自研模式，所有的数据都在我们自己手中，出现什么情况我们也可以随时响应、调整，不至于面对问题束手无策。”9月12日，某新势力车企内部人士向时代周报记者表示。

从当前市场竞争现状看，得益于自研模式，特斯拉们的自动驾驶算法迅速迭代，更能满足消费者需求，从而使得其产品自动驾驶（目前仍处于辅助驾驶阶段）方面的体验感领先于合作研发模式车企。但另一方面，不少起步时间稍落后的传统车企，也凭借“外援”及时建立起自动驾驶技术方面的竞争力，追回不少时间。

合二为一或是未来

现阶段，即便是特斯拉，其在国内的FSD（完全自动驾驶能力）订阅量有限，北汽极狐阿尔法S HI版更尚未正式上市，无论是自研还是合作模式，都

未有足够的终端市场表现佐证孰优孰劣。但可以肯定的是，降低消费门槛是两种模式进一步赢得认可的前提。

特斯拉FSD选装价格6.4万元，相当于Model Y后驱标准续航版和四驱长续航版之间的差价；具备全套华为自动驾驶解决方案的北汽极狐阿尔法S HI版售价高达42.99万元，较普通版阿尔法S的顶配车型贵8万元……

可见，目前消费者尝鲜前沿自动驾驶技术（仍处于辅助驾驶阶段）的成本普遍较高，率先降低门槛的车企有机会占领先机。例如，将搭载激光雷达车型的价格下拉至20万元以内的小鹏汽车。

9月17日，时代周报记者从小鹏汽车方面获悉，小鹏P5小时24小时订单达6159份，其中激光雷达配置占比54%。

据了解，9月15日正式上市小鹏汽车P5高配车型搭载激光雷达，配合XPILOT 3.5智能辅助驾驶系统，其成为全球屈指可数具备城市高级辅助驾驶功能的智能汽车。

值得一提的是，虽然搭载激光雷达的小鹏P5起售价在20万元以内，但其还需同时选装智能辅助驾驶软件才能实现对应功能。换言之，具备城市高级辅助驾驶功能的小鹏P5价格在22万元以上。

要进一步降低门槛提升产品竞争力，融合自研及合作的研发模式或成为突破口。

“无论是自研，还是分工协作模式，这都是当前环境下的选择，并非一成不变。”9月13日，某自主品牌车企自动驾驶负责人向时代周报记者表示，“未来主流的做法，一边合作并逐渐自主化，同时协同产业链上下游，共同开发。”

另外，中国汽车工业协会副总工程师许海东此前表示：“新四化（电动化、智能化、网联化、共享化）的技术革命要求在太高，企业单打独斗研发不易，彼此合作开发底层共用技术，实属上策。”

“传统汽车时代分工协作的路线在新时期一定会改变，汽车市场的生态也越来越开放，研发生态也是。”

王泽兴表示，以往优势零部件供应商不开放技术、不协作开发，仅以黑盒子的形式为整车企业提供零部件的方式是很难顺应市场发展，“主机厂和零部件供应商更加开放、协同的合作模式才能更好地支持产品的开发，支持打造更符合客户需求的整车产品”。

“上半场是什么好就装什么，下半场就要考虑到供货、成本、耐用性、适配性等各种问题。”小马智行（Pony.ai）联合创始人兼CEO彭军接受采访时表示。■

200

亿元



54

%



宝马革新循环经济 再制造成未来发展趋势

近日，随着国家发改委《“十四五”循环经济发展规划》发布，汽车零部件再制造成为人们关注的焦点。

据介绍，再制造是将原产品通过拆解、修复、清洗、检测后再次制造或装配；亦或将经过严苛筛选后的优质原材料重新流入生产制造流程，用于新产品的生产制造。

专家表示，发展汽车零部件再制造契合“以更少能源资源消耗和环境排放，获得更多、更高附加值和更具可持续性的产品和服务”。

宝马引领汽车再制造行业发展

目前，在汽车零部件再制造进程中，宝马一直以实际行动引领行业的发展方向与趋势。

据悉，宝马已具备了完整和有效的修复、检测能力，再制造产品的性能及过程要求已相当稳定，品质等同于新品标准。

具体来看，在旧件回收及检测环节，宝马拒收事故、火烧、水淹、二次再制造、非原厂的旧件等任何有潜在风险的旧件，以确保再制造产品的质量特性和安全环保性能不低于原型新品。在生产环节，还会开启专用软件来检测，对不合格的旧件直接进行报废处理。同时，再制造件的生产过程参数和产品性能也完全按照新件出厂标准进行控制。

不仅如此，宝马还对所有的再制造件明确标示“再制造”字样，提供比普通零件更优惠的价格；同时，还为再制造件提供与新件一致的两年质保期。

值得一提的是，再制造是循环再利用的高级形式，拥有科技含量高、经济效益好、资源消耗低、环境污染少的特点。

专家表示，发展汽车零部件再制造产业对于推动资源节约和循环利

用，促进汽车产业转型升级具有重要作用。

宝马率先实行循环经济战略

众所周知，在全球碳达峰、碳中和的目标下，为加速“电动化转型”，各车企都在新能源与动力总成端进行了节能减排的产业布局。但是宝马意识到可持续发展的迫切性，开始优先布局循环经济领域。

据了解，循环经济是以资源节约和循环利用为特征，与环境和谐的经济发展模式。其核心在于，将使用过的产品的后流渠道进行优化，对可回收、有价值的材料进行再利用。

目前，宝马将循环经济引入到产品设计和研发过程中，并提出“再思考、再精简、再利用、再回收”的四大原则。

亮相慕尼黑车展的BMW i 循环概念车（BMW i Vision Circular）车身制造材料100%由再利用材料打造。

该车在外观上，去除了铬、车漆等材质的应用，四个车轮采用了可持续天然橡胶制成，从而进一步降低对环境的污染。

再制造成为未来发展趋势

在循环经济的推动下，出于车辆的全生命周期的角度考虑，宝马创造性地将回收和处置的环节纳入“循环经济”的之中，加速了再制造件的发展。

据了解，2020年，华晨宝马回收了108070个零配件，203.3吨金属，56.7吨塑料和35.9吨纸，并实现了45000吨钢材的回收与闭环生产。同时，宝马在中国回收了4347个废旧动力电池。

这些原材料及零部件经过严苛筛选后的再造件，为消费者提供了更多价廉物美的选择。官方数据显示，截至目前，宝马已有超过3000个再制造件应用于消费者自费更换场景，不

仅有效节约了消费者的维修成本，更从侧面验证了“循环经济”模式下产品质量的全面提升。

目前，宝马的再造件包括再制造变速箱及阀体、空调压缩机、转向机和车载主机，未来还将面向市场推出包括分动箱、启动机、发电机等再制造件。

值得一提的是，宝马再造件，不是简单地翻新换新，而是一项以客户为中心的生产业务，通过再制造，将经济、环保、性能与安全做到了最大程度的平衡，为每一位消费者都提供了一项更经济的选择。

据此，从社会发展趋势、城市发展升级、消费者的需求和消费理念来看，充分发挥循环利用、有效达到节能减排目的，再制造已成为生产制造业新的发展趋势。

（文/杨德霖）

ESTATE · 地产



时代周报记者 刘婷 发自深圳

9月已过半，深圳共有11处新房楼盘获得预售许可证，预计推出5892套新房，预售套数超过8月总额。传统楼市旺季“金九银十”，在新盘供应大潮中拉开序幕。

光明星河天地四期、龙岗华侨城荷棠里、坪山花样年·旭辉好时光……深圳刚需购房者王悦（化名）的待选楼盘清单不断增加，选择困难症越来越重。王悦的买房预算是首付120万元，以此为标准，东部、西部和中部均有新盘可供选择。

“去年这个时候，我还因社保年限不够买不了新房而干着急。没想到今年这么多楼盘可以选，如果最终没有符合心意的楼盘，我会放弃认购等待下一批新房。”9月17日，王悦告诉时代周报记者，“打新热”退去后，她有了更多选房空间，将结合区位、户型、配套和朝向选择最满意的房子。

刚需购房者迎来“买房冷静期”背后，是深圳新房市场降温。

近日，多个楼盘陆续公布认购结果，中签率较去年明显提升。其中，鹏瑞颐璟府524人选1655套房，中签率高达316.6%。网红区域宝安的满京华云著雅庭推出416套房，共209人参加摇号，中签率接近200%。

深圳中原研究中心数据显示，8月深圳开盘去化率略高于四成，已降至年内最低值，无一项目开盘售罄。

与此同时，深圳二手房交易量创下10年新低。深圳房地产中介协会数据显示，8月，全市二手房过户1979套。跌势仍在持续，9月前两周，深圳二手房周均成交跌破500套，“金九”开局成色不足。

打新热不再

“已经签约云科府的要退房重新打新吗？”9月13日晚间，一名购房者得知光明新盘集中入市后，纠结于

铜九铁十已至 深圳楼市旺季遇冷

是否要放弃订金重新打新。

近期，有同样困惑的购房者不在少数。一方面，新房扎堆入市给予购房者更多选择，“一房难求”盛况不再；另一方面，深圳将于9月28日推出第二批集中供地，普通商品住房销售限价在原限价基础上下调3%~9.2%，稳定市场预期。

9月17日，美联物业全国研究中心总监何倩茹对时代周报记者表示，根据深圳市住建局披露的数据，今年第三季度深圳市预计有36个项目入市。但7月、8月开盘项目少，部分项目因预售价不及预期而延迟入市。进入9月，留给开发商的时间减少，因此出现新盘集中开卖的情况。

“第二批集中供地降低新房最高售价，购房者对未来房价预期降低，买房迫切性大幅减少，‘打新热’降

温。”何倩茹认为，第二批集中供地增加供应、降低房价，对新房市场起降温作用。但住宅市场不会出现开发商降价卖房情况，公寓和商办类产品或将有一定程度的让利。

政策从供需两端进行调控，市场迅速从卖方市场切入买方市场。

9月17日，深圳某房地产中介公司负责人梁煜（化名）告诉时代周报记者，最近不少已交订金购房者，甚至已交首付款的购房者，都在跟开发商协商退房，退房理由不一，有房屋质量问题、学位纠纷、配套不如宣传效果等，但本质原因都是价格。

事实上，深圳已有退房案例发生。今年8月，中海汇德里业主认为开发商建设标准“货不对板”，提出退房要求。8月21日，中海汇德里发出《关于汇德里项目的严正声明及限期

解约通知》。为减少讼累，节约交易成本，中海汇德里无论业主的撤销权是否过了法定的行使期限，统一解除双方签订的合同。

值得注意的是，中海汇德里是去年深圳最热销的楼盘之一。

去年8月，该楼盘销售均价约为7.5万元/米²，同期周边二手小区鸿荣源尚峻均价约为8.4万元/米²，中海锦城均价约为10.8万元/米²，一、二手房价格倒挂严重。

时代周报记者从一名中海汇德里业主处获悉，该楼盘开盘时一房难求，当天即售罄。很多业主认为“买到即赚到”，连样板间都没看过就下单了。

“铜九铁十”已至

“2·8”新政落地已有半年，政策

威力已显现。目前，二手市场成交量下滑至低谷，在大学区推进的不确定性以及全国密集调控背景下，深圳二手房成交持续低迷，短期内成交量或出现进一步下探。

乐有家研究中心数据显示，8月，深圳二手住宅过户1979套，环比下跌23%，同比下跌83%。自2008年以来，深圳二手住宅月度过户量低于2000套的月份仅有6次，大多为春节时期。

除过户外，网签数据也下滑明显。深房中协的数据显示，8月全市二手房网签2361套（含自助），环比下跌29%，同比下跌67%。原关内片区二手房成交量领跌全市，宝安过户量环比跌幅最大，达到34.1%；罗湖环比跌幅为27.4%。

9月17日，海贝找房总经理谢林锋对时代周报记者表示，今年9月深圳开发商集中推盘，且大多都是刚需盘，刚需购房者将集中涌向新房市场，进一步导致二手房市场遇冷。

此外，在二手房参考指导价机制之下，深圳二手房首付明显增加，首次置业购房者资金不足，无法支撑成交量，预计今年“金九银十”会变成“铜九铁十”。

二手房成交量遇冷已引发房产中介离职潮。深圳房产中介约为45458人，8月二手房成交1979套，人均仅有0.04套。目前，深圳多家房产中介公司因成本过高而选择关门，不少房产经纪人连续多月未开单而选择转行。

深圳房地产中介协会研究人员认为，目前的行情是对从业人员进行“新陈代谢”，如果这个时间持续较久，真正能经历市场洗礼而留下来的人，才是这个行业真正需要的人才。而对于店东与企业主而言，在非常时期，应该是全行业盘点各家“人才库”的好时机。毕竟，在讲究服务品质的当下，行业竞争必定将聚焦在“人才”竞争上，而拥有稳定且专业的经纪人队伍，才是决胜未来的砝码。■

上海第二批集中供地新增“随机”规则 房企拿地不确定性增加

时代周报记者 忻奇琪 发自上海

延期一个月后，上海第二批集中供地名单终于公布。

9月13日晚间，上海土地交易市场发布第二批集中供地出让公告。公告显示，本次集中供地共出让48幅地块，涉及27幅商品住宅用地，累计出让面积167.82万平方米，总起拍价574.57亿元。与地块信息同步公告的，还有再度优化调整的上海土拍新规。

在第一批集中供地一次书面报价的基础上，此次集中供地新增了“随机值”报价，同时对开发商拿地资金的来源审查也更为严格。

房地联动价提前锁定未来房价

从本次上海第二批供地名单的所属区位来看，还是以五大新城为主导，这和当前上海的“十四五”规划一致。而这些地区的购房主流客群，多为首次改善和刚需客，需要同时平衡价格与地段。

自贸区临港新片区成为了第二批供地大户，共推出了5宗涉宅地；此外，青浦区累计推出4宗，金山区3宗，杨浦、徐汇、奉贤和崇明各供应2宗，浦东（除自贸区）、嘉定、松江、闵行、宝山各1宗。

时代周报记者注意到，在本次供应的27宗涉宅用地中，有25幅地块给出了房地联动价（新房指导价），平均值为50564元/米²，只有徐汇区漕河泾、徐汇区康健街道、杨浦区江浦社区这3幅地块的房地联动价超过10万

元/米²。

其中，未来入市价格最高的是徐汇漕河泾街道197a-09、197b-01、196e-03、196e-04地块，房地联动价11.4万元/米²，价格最低的是金山区枫泾镇JSFJ0101单元08-01地块，价格为25200元/米²。

此外，作为唯一内环里的宅地，杨浦江浦地块给出的房地联动价为11万元/米²，这个价格与地块斜对面、2020年年末入市的保利天汇首批均价完全相同。提前锁定未来1~2年内该地块的入市价格，进一步维持了整体市场价格预期的稳定。

房企拿地不确定性或增加

9月13日，时代周报记者从徐汇区康健街道S031002单元N08-14地块的出让文件中看到，在第二批集中公告的住宅用地竞价规则中，将明确采用增加一个“随机值”的做法。

出让文件指出，一旦有竞买人报价相同（无论该报价最终是否有效），将触发系统新增一个随机值，且规则为：中止价小于随机值，随机值又小于或等于一次书面最高报价。

整个书面报价环节仅会新增一个随机值，且可与竞买人的报价重复。换言之，一旦在一次书面报价阶段出现竞买人相同报价的，系统将自动产生一个随机值，并被纳入后续平均价的计算过程中，之后出价最接近这个平均值的房企就能拿到地块。

9月14日，上海中原地产市场分析师卢文曦向时代周报记者表示，集中供地推出已有数月，如今房企已有部

分经验，报价会往“封顶价”和“中止价”两个价格的平均数靠，且先报这个平均数的企业更有利。

以此次出让的徐汇区康健街道的这幅宅地为例，根据地块公告，该地块起始价为31.74亿元，中止价为34.44亿元，一次书面最高报价为34.91亿元。一旦多个竞买人报出相同的报价，那么随机值的范围就会在34.44亿~34.91亿元之内诞生，并纳入平均价的计算中。

“现在这个可能出现的随机值，对平均值会产生很大的干扰性，报价时间只有10分钟，其间拿地的人所要面临的压力可想而知，再加上运气成分，拿地的不确定性明显增加。”卢文曦进一步表示。

“随机值的做法比摇号看起来更高级一些，但本质上还是为了增加随机性，尤其是出现在相同报价时会比过去更公平。”9月15日，资深房企投资人士刘敏（化名）向时代周报记者表示。

严查开发商拍地资金来源

值得注意的是，根据房地产市场平稳健康发展长效机制的有关要求，上海对竞买主体的交易资金（即购地资金）来源也再次有明确限定。

公告要求，竞买主体（即申请人或竞买人或竞得人）股东不得违规对其提供借款、转贷、担保或其他相关融资便利等，购地资金不得直接或间接使用金融机构各类融资资金，也不得使用房地产产业链上下游关联企业借款或预付款，并且不得使用参

与竞买企业控制的非房地产企业融资等。

其次，竞买主体的交易资金来源（包括竞买或投标保证金、定金及后续土地出让价款）应为符合我国法律法规及政策规定的自有资金，不得使用以下资金来源缴付土地竞买，或投标保证金、定金及后续土地出让价款，包括但不限于银行贷款、信托资金、资本市场融资、资管计划配资、保险资金等违反国家有关规定的资金来源。

另外，上海市还要求，竞买主体申报的用于地块交易的各项资金来源，不得与其他已公告未成交地块的交易资金来源全部或部分重复；也不得与其他已成交地块竞得人、中标人所申报的交易资金来源全部或部分重复。

不过，对于此次需要提交更多拍地资金来源的审核文件，房企的反应大多比较平淡。

9月13日，一位长期关注上海土地市场的投资分析人士向时代周报记者表示，一直以来，上海不管是对保证金的监管，还是对拍地资金的审查，都比较严格，过去也有过类似的要求，有决心拿地的企业，一般会做充足准备，对企业影响不大。

9月14日，易居研究院智库中心研究总监严跃进向时代周报记者分析指出，房企资金或拿地主体资格面临更为严格的审查，这促进了房企拿地方面的规范，也进一步促进当前上海土拍市场的稳定，落实了稳地价的政策导向。■

物企这一年

今年以来,奔赴港交所上市的物业公司数量达历史新高,堪称“物业大年”。据克而瑞数据,截至9月,共有52家物管公司成功登陆资本市场。目前,仍有24家物企在排队,今年年底至明年年初,将迎来上市高峰。物企规模扩张提速,头部企业通过收并购快速提升在管面积,重塑行业格局。伴随着增值服务半径加大,物企成功摆脱基础服务依赖,开辟第二增长曲线,盈利指标表现可圈可点。

百强物企跑马圈地 十年内将抢占六成市场

时代周报记者 胡天祥 发自三亚

房地产行业销售疲弱,物管行业成为资本市场的“一抹亮色”。

据克而瑞数据,今年上半年,已公布业绩的51家物企营收合计904亿元,同比上涨54%;净利润总和约147亿元,同比增长66%;上市物企平均在管面积约1.2亿米²,其中碧桂园服务、恒大物业、保利物业、雅生活服务在管面积均超过4亿米²。

“物业管理行业目前仍处于产业化初级阶段,能确定性地展望到五年以上维度的量升、价增、业务扩容等长逻辑。”中金公司发布研报指出,预测行业总在管面积有望自2019年年末的约300亿米²,扩容至2030年年末的560亿米²,百强企业市占率有望自2020年年末的33%,提升至2030年年末的63%。

整体业绩和规模稳步提升的同时,物管行业分化格局也愈发明显。9月17日,碧桂园服务执行董事兼总裁李长江告诉时代周报记者,随着做大规模成为行业共识,大型物企的市占率会越来越高,2030年百强物企市占率达到63%会是大概率事件,甚至十强企业占比会超过33%。

同日,花样年董事局主席兼彩生活董事局主席潘军也告诉时代周报记者,未来三年,物管行业的主旋律依旧是做大规模。

“对于规模不大的区域性物管公司来说,如果服务做得好,可以持续做下去。但如果规模和服务都做不上去,那被收购的可能性会比较大。”潘军表示,行业会呈现出两类企业:一个是区域龙头;一个是全国化龙头。

格局分化明显

根据亿翰智库研报,今年上半年,有45家物业企业披露在管面积,总在管面积达到53.46亿米²,平均在管面积为1.16亿米²。

其中碧桂园服务在管面积达到6.44亿米²,稳居当前上市物企首位。恒大物业、保利物业、雅生活服务在管面积分别为4.5亿米²、4.28亿米²、4.24亿米²,均处在第一梯队。

相比之下,康桥悦生活、中骏商管、朗诗绿色生活、华发物业服务、新希望服务等5家上市企业在管面积在2000万米²以下;祈福生活服务、烨星集团、宋都服务、兴业物联等4家上市企业在管面积在1000万米²以下,与行业平均规模差距悬殊。

“头部物企因具备良好的品牌声誉及资源能力,在市场上保持较高竞争力,能进行大规模扩张。成长型企业则由于资金、资源及区域选择上的限制,该类企业的面积增量及拓展方式远不及前者,由此造成物管行业两极分化加剧的态势。”亿翰智库指出。

营业收入的分化同样明显。今年上半年,已披露中期报的50家上市企业营业收入总额达892.47亿元,行业平均营收为17.85亿元,营收增速均值达55.1%。

其中,突破100亿元营收的企业仅有碧桂园服务一家,位列第二、第三位的恒大物业及雅生活服务分别获78.73亿元、62.47亿元;除上述三家企业之外,高于50亿元的企业有2家,高于40亿元的企业有3家。融信服务、德信服务集团、浦江中国、佳源服务、宋都服务等14家企业的营收均低于5亿元。

规模战成为行业主旋律

业绩分化同时,企业间的收并购成为常态。“目前物管行业的市场集中度还是偏低,所以多数物管公司首先去考虑的,是通过收并购把规模做上来。”李长江告诉时代周报记者。

据亿翰智库报告,2020年,上市物企披露的有效收购事件共76起,共花费金额107亿元,是2019年有效收购事件27起的2.81倍。

其中,超大型物企收并购案例中,碧桂园服务先后收购城市纵横、合富

辉煌、满国康洁等标的,重点发力增值服务业务;大型物企中,蓝光嘉宝服务先后完成17次股权收购,共花费10.1亿元;中型物企中,合景悠活在2020年交表至上市阶段进行了6起收购。

今年以来,物管行业收购热情不减,中小型收购事件持续不断。据克而瑞不完全统计,上半年,物管行业的收购事件总交易金额就已经接近133亿元,超过2020年全年。

今年3月,碧桂园服务以54.32亿元收购蓝光嘉宝71.17%的股权,这不仅也是首例上市物企间的并购案,同时也创下2018年以来交易额最高的一次;6月9日,碧桂园服务又在场外增持蓝光嘉宝322万股,涉资1.64亿港元,持股量增至74.3%。

李长江告诉时代周报记者,目前公司正在和几家物管企业商谈并购事宜。在标的物的选择上,公司会优先考虑大企业,但对于财务报表优秀的中小物企也不拒绝。

克而瑞指出,“大鱼吃小鱼”成为常态,中小物管企业的处境也变得愈发艰难,物管企业开始分化。

上市物企数量再创新高

物业上市公司数量也在快速增长。2020年,共有17家物企成功登陆

资本市场,比2014—2018年上市物业数量总和还多7家。其中不乏世茂服务、融创服务、恒大物业、华润万象生活等行业头部物企以及在细分物业服务领域比较有代表性的物业企业。

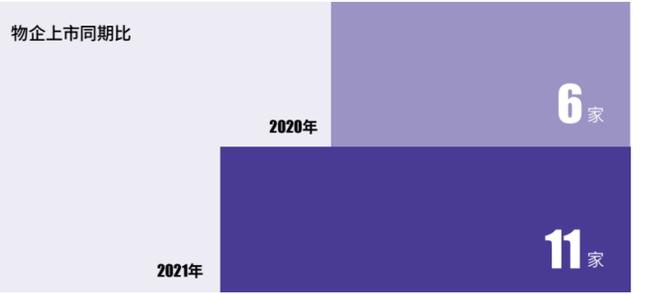
今年以来,共有包括荣万家、宋都服务、星盛商业、新希望服务、越秀服务、中骏商管、朗诗绿色生活、领悦服务、德信服务、康桥悦生活及融信服务在内的11家物企上市,而去年同期,上市企业数量为6家,数量几近翻倍。

截至今年9月初,共有52家物企成功登陆资本市场。另有24家物企正在排队,包括祥生活服务、富力物业、中南服务、新力服务等。

中信证券指出,三道红线之下,无论企业的物业管理板块是否已经运营成熟,部分企业都急于推动物业管理公司分拆上市。通过股权融资的方式补充权益,将会显著改善企业杠杆水平,尤其是资产负债率和净负债率。

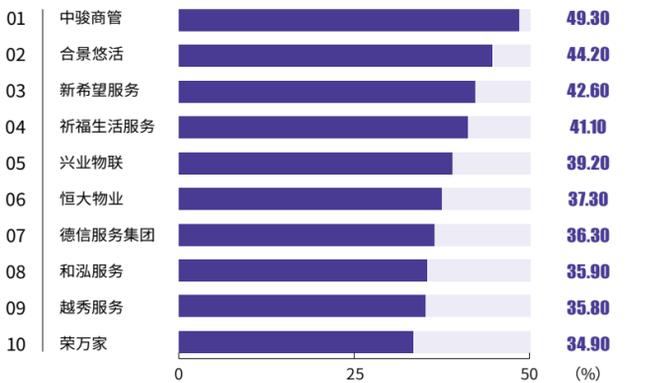
不过,随着港交所上市门槛提高,物企上市获批进度明显放缓。克而瑞物管统计,2020年1—9月初上市的6家物企,从初次交表到成功上市,平均历时171天;而今年同期的11家物企平均用时207天。以此估算,正在排队的24家上市物企或将在今年年底至明年年初集中上市。

· 今年上半年,行业数据亮眼



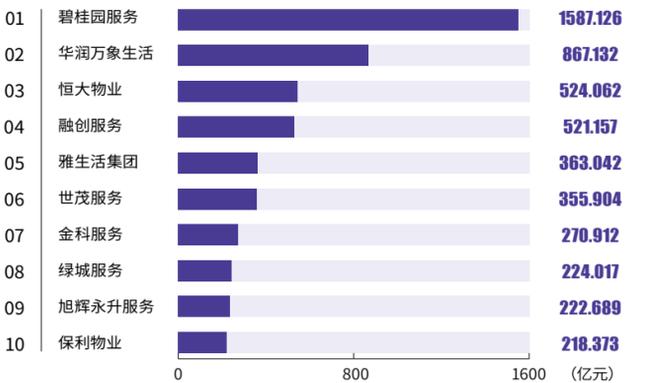
· 毛利率TOP10

受收并购影响,上半年物企进入毛利率下滑阵痛期。商业板块利润空间较大,“涉商”物企毛利率表现亮眼。



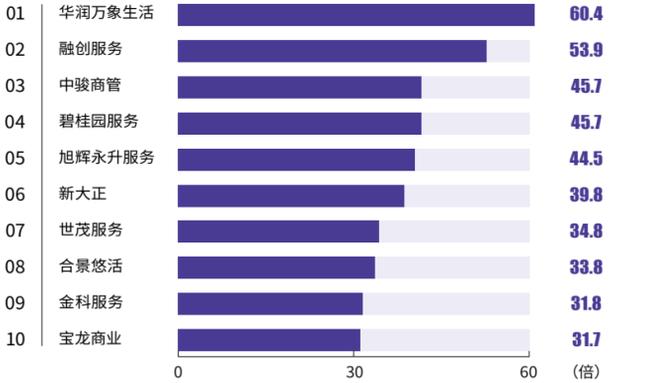
· 上市物企市值TOP10

上市物企数量增加后,市场有众多选择标的,资金更加理性。市场资金流入头部物企的趋势明显,进一步导致物企之间的市值分化。



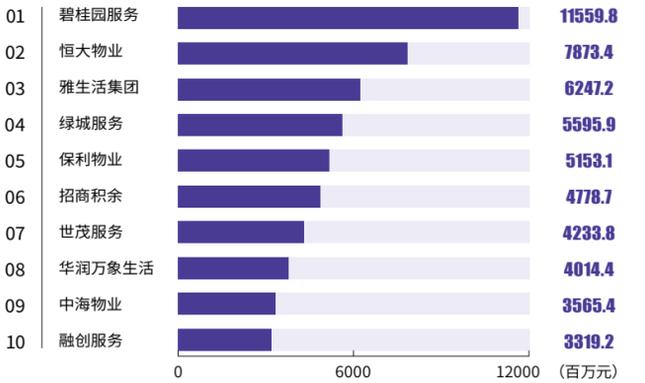
· 上市物企市盈率(TTM)TOP10

因现金流稳定、抗周期能力强,物业股估值超过关联地产股已是趋势。从估值水平看,物业股仍在风口之上,排名前十的物企市盈率均突破30倍。



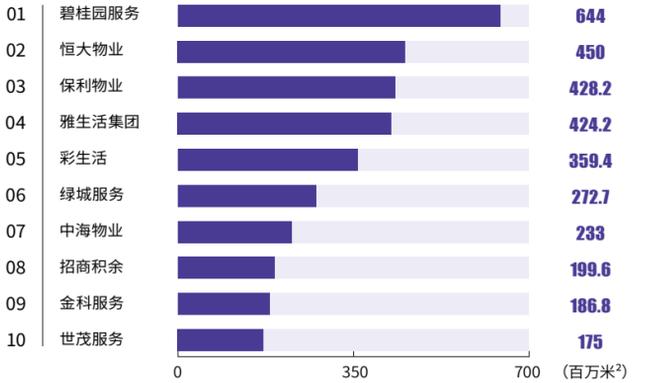
· 营业收入TOP10

上市物企营业收入快速增长,头部企业经营规模效应显著,行业首现半年营收破百亿元企业。



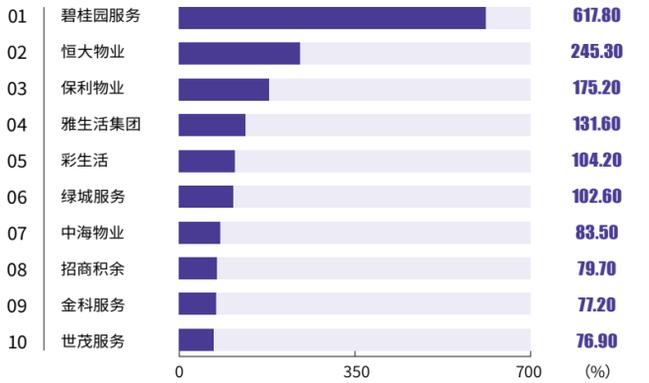
· 上市物企在管面积TOP10

头部物企凭借母公司强大的输血能力在规模上抢先领跑,靠资金实力迅速收并购,通过“大鱼吃小鱼”提升市场占有率,实现赢者通吃。



· 在管面积增速TOP10

物企竞争仍以规模为主,为扩大规模,不同量级的企业相继驶上并购快车道。由于基数较小,中小物企增速远超头部企业。



数据来源:中指物业研究、企业半年报、Wind、贝壳研究院

物企这一年

第一太平戴维斯周志鹏： 物管行业走入深度分化期

时代周报记者 刘婷 发自深圳

房地产业面临高压之际，物业板块异军突起，成为资本风口。今年以来，赴港上市物业公司数量创历史新高，“物业大年”悄然而至。

据克而物管数据，截至9月初，共有52家物管公司成功登陆资本市场。其中，年内成功上市的物管公司达到11家，较去年同期接近翻倍。目前，仍有24家物企排队，今年年底至明年年初将迎上市高峰。

与此同时，物业行业分化日趋明显。头部物企凭借母公司强大的输血能力在规模上领跑：靠资金实力迅速收购并购，通过“大鱼吃小鱼”方式提升市占率。在此背景下，行业头部和尾部企业估值相差上百倍，新股认购热情骤降。

物业行业进入深度分化期，上市物企亟须在大环境变化中寻找新模式。规模各异的物企如何在白热化竞争中占据优势？并购热潮升温，“赢家通吃”的局面是否将无法打破？带着种种问题，时代周报记者采访了第一太平戴维斯广州估值及专业顾问服务部助理董事周志鹏。

周志鹏于2008年涉足物业行业，见证了行业从鲜有问津到备受追捧，亲历多家物企上市，对新局面下的行业变化深有体会。

周志鹏认为，今年上市物企数量增长很快，增速达到较高水平。未来上市物企数量仍会增加，但增速相较过去将有所回落。未来，资本可选择面更广，物企估值分化是必然趋势。

中小物企需凭自身特色打造核心竞争力，才能在行业洗牌中获得通关机会。

市场更理性

时代周报：今年上市房企数量达到历史高峰，未来增速是否会回落？你预计今年上市物企数量将达到什么规模？

周志鹏：上市物企数量增加后，市场有众多选择标的。近期新上市的物企股，超额认购倍数下降，价格回落。资金方更理性，变相为市场降温。目前，头部物企市值逼近2000亿港元，也有企业市值仅有数亿港元，资金偏好明显。

尽管热度下降，仍会有房企选择分拆物业上市。首先，“三道红线”之下，很多房企把物业板块单独拆分上市，可达到“去杠杆”效果；其次，物业企业上市后，市盈率相对未上市企业的市盈率要高。从资本市场角度看，很多行业在疫情期受到冲击，现金流波动较大，但物业行业表现出抗周期性，现金流十分稳定，受到资金青睐。

时代周报：今年香港联交所提高主板上市门槛，对盈利、市值要求和管理层稳定性均提出更高要求。这对物企港股上市将有怎样的影响？

周志鹏：今年港股市场对企业盈利提出更高要求，这反映出资本市场在提高选拔标准。上市企业盈利或营业收入都要有所提升，上市难度会越来越大。物业行业的行情不像刚开始启动时那么好，现在需要看企业的运营成果。市场变得更理智，物企上市难度亦会加强。

时代周报：物业公司越来越重

视科技投入，部分物企将上市募集资金的10%~20%用于科技化建设。为什么物企如此重视科技化应用？

周志鹏：物企对科技化的重视与互联网浪潮有关，各个行业都在加大力度参与大数据或互联网+，物企的运营思维亦在改变，希望通过科技化应用提高自身竞争力。

传统物管企业是人力密集型产业，毛利率不高。因此，物企需要通过技术变革来提升盈利水平，减少对传统人力的依赖。大数据或智能硬件加入让物企工作更有效率，有利于降低成本。

产业链合作增加

时代周报：规模扩张仍是物企发展的重要战略方向，收购是规模增长最直接的方法。今年物企之间收购频繁，有人认为，行业内卷严重，企业为并购而并购，抬高价格，对此你怎么看？

周志鹏：部分需求方愿意出更高价格收购标的，因为此类企业目的明确，需要做大区域版图增加规模。而供应方（被收购物企）总量变化小，供不应求导致价格上涨。

需要注意的是，每一次收购都会影响物企收入，收购价格提高相当于成本提高，最终表现便是回报率、利润率等指标回落。

时代周报：随着大规模收购，物企毛利率出现不同程度下降。房企收购后该如何做投后管理？

周志鹏：对规模大、完成全国化布局的物企而言，收购动作主要为填补业务空白，待业务线齐全后产生协

同效应。物企除传统物业管理业务外，还有家政、装修、养老等服务，增值服务可能是收并购的重点。在这种情况下，哪怕收购后不赚钱，但若能和原有平台产生协同效应，还是有孵化空间。

时代周报：8月，阳光城旗下物业公司阳光智博全体股东拟以持有的阳光智博100%股份战略投资万科旗下万物云，换取万物云4.8%股份。此次“换股”，打开物企合作新模式。“换股”模式可复制性如何？

周志鹏：我认为有难度。目前，该上市的物企基本都已上市，未上市的大型物企比较少，可选择性少；其次，“换股”需要物企间理念相同，方向一致。这种模式对行业起到很好的示范作用，但简单复制这种模式并不现实。阳光智博规模不小，若单独上市，需强化某方面的竞争优势，若是以“换股”模式，对双方均互利，能扩大双方规模。

此类合作后续挑战是两个团队经营理念的磨合，双方需有一致的文化、发展方向和价值观，并花费大量时间和精力去推动双方融合。

时代周报：未来物企在产业链上会有更多合作吗？

周志鹏：我认为未来产业链上下游的合作会更多。家政、养老、家装等业务可让各个企业形成互联互通，未来将有更多企业间的合作聚焦在业务线互补上。

中小物企生存之道

时代周报：今年上市的物企中，不少企业有鲜明的标签。如星盛商业

是以商业地产运营为主，卓越商企服务以写字楼物业运营见长。未来是否会有更多的物企打造鲜明IP？

周志鹏：2018年后，物企相继上市，市场逐渐饱和。此时上市的物企若想吸引市场关注，必须显示自身竞争力。

自身竞争力可以从两方面打造，从服务对象看，主业务线聚集在商业、商办类的企业有鲜明的特色，与主打住宅的企业有明显区别；另一方面，物企还可打造鲜明的地域特征，若资本对某个区域有良好预期，物企便可突出展示自身竞争优势。

未来物企之间的竞争将更精细化，把核心竞争力放在更显著的位置。

时代周报：行业竞争白热化，头部企业赢者通吃。中小物企是否仍有生存空间？

周志鹏：不同量级企业都有自己的打法。最重要的是企业要明确核心竞争力所在。头部物企做收购时聚焦于延伸业务线，若住宅管理稳定，便会把业务线延伸至如商办管理等。

但中小物企，不可能在收购产业链各环节都与头部房企抗衡。此时，中小物企应专注于主业，立足某个产业线，把擅长的产业线做专做透，以此突出自身竞争力。突出物企鲜明特点，才能得到资本关注。市场竞争越大，企业越需找好自身定位。

时代周报：平台化是否为物业公司未来发展的一大趋势？

周志鹏：平台化是未来发展的主要趋势，借助平台，物企把需求方、产品和供应商紧密联系在一起，也为以后提供增值服务打下基础。□

粤
港
澳
大湾区

建设富有活力和国际竞争力的一流湾区和世界级城市群
打造高质量发展的典范