

# 时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

## 周要闻

### 6月LPR报价出炉：1年期和5年期均维持不变

在上个月5年期以上LPR下调15个基点后，6月LPR按兵不动。中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布，2022年6月20日贷款市场报价利率(LPR)为：1年期LPR为3.7%，5年期LPR为4.45%，均与上月持平。

### 2025年上海氢能产业链规模将突破1000亿元

6月20日，上海市发改委等部门发布《上海市氢能产业发展中长期规划(2022—2035年)》提出，到2025年，建设各类加氢站70座左右，培育5~10家具有国际影响力的独角兽企业，建成3~5家国际一流的创新研发平台，燃料电池汽车保有量突破1万辆，氢能产业链产业规模突破1000亿元。

### 前5月广东外贸进出口3.21万亿元

海关总署广东分署数据显示，今年前5个月，广东外贸进出口3.21万亿元，增长1.9%。其中，出口2.03万亿元，增长6.4%，进口1.18万亿元，下降4.9%。前5个月，广东集成电路进口值增长3.7%，占广东进口总值的35.8%；半导体制造设备进口值增长48.5%。

## 周数据

### 浙江未来五年目标：GDP总值达12万亿

浙江省第十五次党代会6月20日开幕，省委书记袁家军在作报告时亮出未来五年的经济发展目标：全省地区生产总值达到12万亿元，人均17万元；居民人均可支配收入达8.5万元，城乡居民收入倍差缩小到1.9以内，城镇化率达到76%。

浙江五年“小目标”



## 广东荔枝有多强？

详见P6



## 体面商人俞敏洪

时代周报记者 邓宇晨 发自广州

6月18日凌晨1时47分，东方甄选粉丝数达到1400万。10天前，它的粉丝数才刚刚过百万。转折发生在6月10日。

这一天，“新东方主播”冲上热搜，“从没想到能在带货直播间学英语”话题登榜抖音热榜第一。十几名老师一边教英语一边带货，终于出圈了。

东方甄选，是新东方旗下的农产品直播带货平台。在头部主播缺位的6·18电商大促期间，它成为现象级热点。东方甄选走红被各界人士解读，被赋予各种宏观意义。有人将它视作直播界的一股清流，有人感慨新东方和俞敏洪终于挺过至暗时刻，还有人形而上地总结——这是新东方价值观的胜利。

新东方“翻红”，让俞敏洪倍感意外。“做东方甄选很难说是一个战略。”俞敏洪6月16日在个人公众号发文称，“最多就是在摸索一条出路。”

2021年7月，“双减”政策出台。K12教育一片萧然，转型是当务之急。新东方是国内规模最大的民营教育机构之一，也是最早在美股上市的教育企业。政策突变，所有人都好奇：俞敏洪下一步怎么走？

4个月后，俞敏洪宣布切入直播，成立东方甄选，选择农产品为主要带货品类。质疑、嘲讽四起，支持、看好者少之又少。有人指责，新东方想当李

佳琦，俞敏洪想赚快钱。又有人指出，农产品议价空间小、利润薄，是直播电商业界公认最不好卖的品类。他们不解，俞敏洪为何选择了一条最难的路？

东方甄选首场直播如期在当年12月28日上线，至今已有172天。俞敏洪不时在直播间露脸，既是站台，也是鼓励。“做农产品直播带货，帮助农民致富，是一件挺好的事情。”这也凸显了新东方老师能说会道的特点，所以，俞敏洪就坚定地做下去了。

在大部分时间，东方甄选都是年轻主播出镜，他们原来是新东方英语老师。反响不温不火，开局难言顺遂。三个月后，东方甄选在抖音的粉丝不到30万。

突然“翻红”，赞誉纷至沓来。俞敏洪坦然笑纳：“那些今天写赞誉文字的人，不少也是当初批评过我们的人。”他和团队成员说“急事慢做”，“流水不争先，争的是滔滔不绝”。

成立近30年，“急事慢做”影响着新东方。有些时候，它显得笨拙而缓慢。竞争对手大举扩张，拼命烧钱在线教育，新东方慢条斯理，按部就班。最应有“钞能力”的俞敏洪，直言“在线教育还不是跑通商业模式，都靠资本输血”。

面对危机和变化，新东方最终还留有余力，为自己和他人体面撑伞。东方甄选已驶上快车道，但仅靠直播带货或许仍难支撑大象转身。

➔ 下转P9

## 6·18赢家竟是大肚杯

带货博主在镜头前卖力吆喝白送的福利，厂家接单到机器报废，随后大肚杯又回到二手平台流通，0.01元大肚杯风靡全网的背后，藏着直播带货行业“卷”到赠品的拉新压力。

时代周报记者 叶曼至 发自广州

今年6·18大促开启前期，坐拥5000万粉丝的抖音博主广东夫妇，在直播间推出100万个0.01元抢购活动。顿时，一波大肚杯抢购热潮汹涌袭来。

“抢到0.01元大肚杯了吗？”  
“抢到了！还有最后1000个，快去！”

火爆的不只是这一个直播间。整个5—6月，在各大带货直播间里，每天都在重复上演着蹲点、抢购、付款的情节。

近乎免费的价格，超大容量的造型，让大肚杯风靡全网。“95后”齐玉(化名)向时代周报记者表示，她先后在董先生、广东夫妇、陈三废3个抖音平台直播间里，成功抢到了12个大肚杯。“但这个数量，还不算多。我身边有朋友抢到了20个，都挂到二手平台上卖了。”她说道。

大量订单需求，不少工厂为此加班加点。6月16日，有杯业厂家向时代周报记者直言，为了在几天内完成赶制8万个大肚杯，机器都报废了两台。“以往厂里从来没有过这么多的大肚杯订单。”

“这个月才过半，我们就已经接了100多个大肚杯订单，以前一个月最多才60多单。”同日，浙江某杯业工厂员工林森(化名)告诉时代周报记者，其中最大的订单是超过20万个大肚杯。

带货博主在镜头前卖力吆喝白送的福利，厂家接单到机器报废，随后大肚杯又回到二手平台流通，0.01元大肚杯风靡全网的背后，藏着直播带货行业“卷”到赠品的拉新压力。

### 大肚杯狂欢

“这个6月实在太疯狂，最大的订单全是0.01元大肚杯，都是直播间商家下单的。”林森说，大部分客户是通过打电话或者在阿里巴巴平台下单，也有一些同城的商家会亲自到厂子里下订。

林森所在的工厂有12台机器，每台机器1天能生产4000个大肚杯，每天有接近5万个的产能。高效率的生产，让工厂接到了更多订单。

“8元一个的大肚杯，直播间一般都是按天数下单，单日数量在5000~1万个之间，当天就能抢完，所以不少客户会一连下3~5天的订单。”林森告诉时代周报记者，这个月最大的订单是每天8000个，客户直接给了1个月的钱。

实际上，近两年受疫情影响，林森工厂订量大幅减少，甚至出现货物滞留，被合作方取消订单的情况，生意一度惨淡。

➔ 下转P19

### 政经 · TOP NEWS

- 2 今年油价累计涨幅近30% 离“天花板价”还有多远？
- 4 “双15%”税收优惠落地南沙企业：利好产业和人才引进
- 5 唐山的十字路口：河北第一城如何冲刺万亿GDP？
- 7 美联储宣布28年最大加息 二季度GDP预计增长为零

### 财经 · FORTUNE

- 10 新晋“顶流”董宇辉
- 11 首富被指操控狗狗币 投资者已损失约860亿美元
- 14 中植系意图收缩金融业务？ 中融信托出清中融基金51%股权
- 16 最后一届巴菲特午餐 拍出1.28亿元天价

### 产经 · INDUSTRY

- 18 家电6·18大战：苏宁高端家电大卖 国美5天卖破5亿
- 19 头部主播告别江湖 直播带货行业大洗牌
- 21 国际美妆巨头申请破产 入华26年掉队明显
- 23 温州楼市新政落地：买房前3年只付利息 新房成交火热

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



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

# 重燃消费热情 要更聚焦产品和服务

今年的6·18已经落幕。

6月19日凌晨,京东宣布今年6·18购物节期间,平台累计下单金额达3793亿元,对比去年3438亿元的数值同比增长10.3%,创造了新纪录。

行至第19个年头,今年的6·18一度被外界冠以“静悄悄”“平淡”等形容词。此前还有媒体报道称,预估今年6·18会是“史上最难”。

难在哪里?一是受疫情影响,物流受阻,生产供应一度跟不上,再加上直播分流,商家借6·18降价清仓的意愿可能有了变化;二是虽然在消费者这边有“报复性消费”的需求,但是多年的购物节促销折扣在消费者心理的边际效用递减。

媒体所说不无道理。国家统计局数据显示,5月社会消费品零售总额同比下降了

6.7%,降幅比上月收窄了4.4个百分点,类似数据难免会让人们对今年6·18的效果持有一些担忧。

但是从6·18最终的销售数据来看,过程虽难,结果够好,超过了外界预期。

当下的中国太需要一场提振消费的大招了!在疫情等因素对国内需求造成严重冲击的情况下,有这样一场购物狂欢节,信心和底气都大不一样。

和往年相比,今年6·18处在常态化疫情防控、消费回补和潜力挖掘的关键节点,多了一层不寻常的意义。

在数据的持续增长背后,一场年中的电商大促成为了商家、消费者和平台方纠结、期待和变化的载体,更让人们看到了消费复苏的大趋势。

首先,消费升级的热潮不会因一些暂

时的困难而熄灭。

中国中等收入群体在稳步扩大,年轻人越来越追求生活的精致和仪式感,整体上正从温饱型向舒适型、发展型、享受型消费转型,更关注个性、品质、健康、美丽、智能等相关产品。

他们的消费正发生质的变化。

反映到数据上,从《京东6·18消费趋势洞察报告》来看,智能产品受到消费者的青睐,游戏电视、VR眼镜、自清洁扫地机器人、烘干机等产品成交额均大幅上涨。《2022年天猫6·18新消费趋势》则显示,洗碗机、智能马桶和电竞椅成为诸多家庭的“新三大件”。

此外,随着健身、露营成为新潮流,相关用品销售同样迎来了大幅增长。

其次,消费者中的“价值型购买”将

成为主流。

经过多年来各种促销活动的狂轰滥炸,当下的消费者更加理性,他们当然也会追求拥有和消费的过程,但是相比之下,现在更关注消费后的价值体验。他们在购物选择时,性价比不再是唯一的考量,而是要仔细评估产品或服务带来的体验与价值。

这些变化对厂家和商家来说,既是考验,也是机遇。

顺应消费者的新需求,未来如何成功打造智能化、高性能、个性化的产品,为消费者带来更多、更长久的价值会变得越来越重要。

抓住“价值型购买”的机遇,重燃消费热情,上游企业和平台需要更加聚焦产品以及服务本身,而不是仅仅寄希望于通

过放大营销声量带来消费转化。

6·18这场年中大促,似乎平台是中介,商家和消费者则是仅有的两个的主角。实际上,物流的重要性不能忽略。每年的6·18都是一场物流服务的比拼。每年的6·18狂欢之后,都会有消费者因为迟迟收不到货而爆发大量吐槽。

近日的第三方调研数据显示,京东物流是在疫情和6·18期间用户首选率持续增长最明显的供应链物流企业,企业对于京东物流的风险应对能力和社会责任感评价也最高。得益于持续拓展布局物流新基建,目前京东在全国94%区县、84%乡镇实现了当日达或次日达。

让消费者收获最好的体验,厂家和商家的努力之外,未来供应链物流能力的提升同样至关重要。□

## 今年油价累计涨幅近30% 离“天花板价”还有多远?

时代周报记者 阿力米热 发自广州

今年以来,国内成品油价格已经历11次调整,其中10次上调,1次下调。最近一次调整为6月14日24时。

根据国家发改委网站发布的消息,自2022年6月14日24时起,国内汽、柴油价格(标准品,下同)每吨分别上调390元和375元。

折合升价约为,92号汽油上调0.30元,95号汽油上调0.32元,0号柴油上调0.32元。

这意味着,此次调整兑现后,全国大部分地区柴油价格在9.1~9.3元/升,92号汽油零售限价在9.1~9.3元/升。

而国内部分地区如广东、广西、四川、吉林四地的95号汽油将正式迈入“10元时代”,这一价格水平刷新了国内成品油价格的历史纪录。

以当前的价格幅度计算,车主的出行的成本也会因此进一步升高。

以广东地区为例,私家车方面,按一般油箱50升的容量,车主们加满一箱油将多花15元左右;若月跑2000公里,每一百公里耗油8升的车型估

测,调价后车主每月将增加43元左右的用油成本。

时代周报记者注意到,今年以来,国内汽、柴油每吨已累计分别上涨了2720元和2620元。

以今年第一次国内成品油调价(1月17日)为基准来计算,截至6月14日,国内成品油每吨价格已累计上涨28%。

这意味着,加满一辆50升油箱的私家车,要比年初多花近百元。

接下来,国内油价或许还要继续上涨。

厦门大学管理学院教授、中国能源政策研究院院长林伯强在6月14日接受时代周报记者采访时表示,由于国内成品油价与国际原油价格挂钩,短期内,成品油的价格呈现上涨的概率较大。

“受欧盟禁止成员国以海运方式进口俄罗斯原油,以及美国战略石油储备库存下降等方面的影响,成品油调价上涨的概率较大。”林伯强向记者说道。

根据美国汽车协会(AAA)的最新数据显示,当地时间6月11日,全美平均汽油价格升至每加仑5.004美

元(1加仑约为3.7升)。

这是美国历史上平均汽油价格首次突破5美元,而在一年前,该数据仅为3.077美元。这意味着,近一年来,美国汽油价格飙升了62%。

值得注意的是,目前国际油价已站上120美元/桶,距离130美元/桶的“天花板价”仅有10美元左右。

截至6月13日收盘,纽约商品交易所7月交货的轻质原油期货价格上涨0.26美元,收于120.93美元/桶,涨幅为0.22%;8月交货的伦敦布伦特原油期货价格上涨0.26美元,收于122.27美元/桶,涨幅为0.21%。

照此趋势,国际油价疯狂上涨,是否会触及调价机制上限的130美元/桶,也是车主关心的问题之一。

对于这个问题,在林伯强看来,短期内,国际油价触及“天花板”价格,即达至130美元/桶是非常有可能发生的。

不仅如此,国际油价或许不会止步于130美元/桶的价格。

近日,高盛预计,今年第三季度布伦特原油价格将达到140美元/桶,第四季度为130美元/桶,较此前125美元/桶的预期进一步上调,并预计明年

第一季度为130美元/桶,而此前的明年第一季度预期仅为115美元/桶。

同样看涨的还有摩根士丹利,该机构预计,今年三季度布伦特原油基本预期价格为130美元/桶,看涨预期价格为150美元/桶。

“我国是石油消费大国,约70%的石油依赖进口,根据现有国内油价定价规则,国内油价和国际油价存在联动机制,但国内油价却并不会随着国际油价的波动而无限上涨。假如国际油价触及调价机制上限的130美元/桶,国内成品油价格将会超过10元/升。”林伯强说道。

与此同时,林伯强认为,当国际油价达到130美元/桶后,国内成品油将如何按照机制定价,如何缓解百姓负担,将真正成为一项挑战。

此前,国家发改委曾发出通知,当国际油价继续上涨,但不超过130美元/桶时,国内成品油价格按机制正常调整;如高于130美元/桶,根据《石油价格管理办法》规定,按照兼顾生产者、消费者利益,保持国民经济平稳运行的原则,采取适当财税政策保证成品油生产和供应,汽、柴油价格原则上不提或少提。□

28%



粤港澳大湾区  
粤港澳

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



# 新房销售年内首次环比增长 房地产市场或迎来拐点

时代周报记者 王晨婷 发自上海

最新楼市数据显示，房地产市场出现积极变化。

国家统计局6月16日发布了5月份70城房价指数。数据显示，5月份全国70个城市新建商品住宅价格指数环比跌幅为0.2%，同比下降0.8%。另据6月15日发布的5月国民经济数据，从开发端看，1—5月份，全国房地产开发投资52134亿元，同比下降4.0%；其中，住宅投资下降3.0%。

随着多地连续出台楼市松绑政策，5月部分房地产指标呈现积极迹象。其中，5月全国商品房销售面积环比增长25.8%，销售额环比增长29.7%，实现今年以来单月环比首次提高。

“6月以来地方政策支持力度仍在加强，房企端融资支持、风险纾困等政策也在进一步落地。预计后期供需两端政策效果持续释放，继续利好市场销售和投资，6月单月销售和有望继续环比改善。”贝壳研究院首席市场分析师许小乐告诉时代周报记者。

业界认为，乐观来看，房价颓势将有所遏制。“但由于去年四季度以来的持续下跌，真正要走出泥潭，至少要到今年四季度左右。”易居研究院智库中心研究总监严跃进说。

## 70城房价：环比跌幅收窄

5月份，70个大中城市商品住宅销售价格环比总体延续降势，但降势趋缓。

在这70城中，新建商品住宅销售价格环比下降城市有43个，比上月减少4个。其中，一线城市市场交易量上升，楼市加快复苏，新建商品住宅销售价格环比上涨0.4%，涨幅比上月扩大0.2个百分点；二线城市环比下降0.1%，降幅与上月相同；三线城市环比下降0.3%，降幅比上月收窄0.3个百分点。

具体来看，在4个一线城市中，深圳新房价格环比由跌转涨，上涨0.5%；广州环比涨幅也从上月的0.1%扩大至0.5%；北京环比涨幅收窄至0.4%；上海则持平。



在70城中，新房环比涨幅最大的是成都，上涨0.9%；南充新房环比降幅最为明显，环比下跌1.2%。

值得一提的是，相较逐渐回温的新房市场，二手房的降温态势更为明显。在70个大中城市中，二手住宅销售价格环比下降城市有53个，比上月增加3个。

其中，牡丹江同比跌幅达10.5%。这也是2020年以来单月跌幅最大的数据。

## 持续寻底：国房景气指数降至低点

从总体来看，房地产市场依旧在寻底过程中。

5月份，全国房地产开发景气指数为95.60，由上月的95.90继续下降至2016年年初以来最低水平。

从全国房屋销售情况来看，前5个月，全国商品房销售面积和销售额分别下降了23.6%和31.5%，降幅比1—4月份扩大了2.7个和2个百分点。

在民生银行研究院宏观研究中心主任王静文看来，房地产销售低迷主要受几方面因素影响。“首先不确定能否持续月供，由于就业压力偏大，居民收入增速放缓，加杠杆购房能力受到削弱。同时，不确定房价是否下跌，由于人口、城镇化等基本支撑因素减弱，居民对于房地产未来趋势预

期不佳，‘买涨不买跌’的心理阻碍了需求释放。”

“此外，不确定能否如期交房也是房地产销售低迷的原因。受近两年部分房企爆雷事件影响，居民对期房销售不信任感上升，转而购买二手房，这也对主要统计新房的房地产销售数据形成拖累。”王静文告诉时代周报记者。

房地产开发投资和建设情况同样低迷。前5个月，房屋新开工面积同比下降了30.6%，降幅扩大4.3个百分点；房地产开发投资下降4%，降幅较1—4月份扩大了1.3个百分点。从资金情况来看，前5个月房地产开发企业到位资金同比下降了25.8%，降幅扩大了2.2个百分点。

数据来看，房企新开工意愿仍然疲弱。不过，1—5月施工面积同比下降1.0%，弱于1—4月的同比下降0.1%，在主要指标中降幅最小，显示房企正通过提升施工进度保交付。

不过，国民经济综合统计司司长付凌晖也在6月15日的新闻发布会上表示，尽管房地产投资出现下降，但随着房地产市场长效机制不断完善，有利于房地产市场的健康发展。同时，近期各地都在加大稳定房地产市场政策措施的实施力度，采取多种措施有效满足居民合理住房需求。加之房

地产中长期贷款利率下调，居民购房负担降低，这些都有利于房地产市场趋稳。

## 拐点将至：新房销售年内首次增长

虽然总体市场仍在寻底过程中，但房地产市场部分指标也出现了一些积极变化。

从生产端的土地购置方面，1—5月份，全国房企土地购置面积同比增速为-45.7%。该数据虽仍处于历史冰点，但相比前4月的-46.5%略有收窄。

严跃进告诉时代周报记者，“单月看，今年5月份房企购地面积数据相比4月份增长了45.9%，其充分说明当前土地市场也正努力走出低点或底部。随着这一轮房屋销售市场的刺激，以及购地市场营商环境的优化，土地市场后续有小幅复苏的可能”。

不仅如此。5月单月出现了年内首次环比增长，全国商品房和商品住宅销售面积分别环比增长25.8%、23.8%，销售额分别环比增长29.7%、26.4%。

“新房销售边际改善的原因包括几方面：一是系列政策松绑改善了市场预期；二是央行超预期降息叠加部分城市取消认房认贷，有效降低了购房成本；三是限购政策放松降低了入市门槛，带来了更多的住房需求；四是限售政策放松后，次新房（一般指年代较新的二手房或空置房）的集中入市能提高市场改善动力，换房需求进入新房市场。”许小乐告诉时代周报记者。

当前，不少城市陆续出台楼市松绑政策。据不完全统计，今年以来已有百余个城市出台楼市松绑政策。多地取消限购或调整购房首付比例，大多将首套房首付比例降至20%；天津、苏州等地已有银行将首套房贷款利率最低降至4.25%。

对此，光大银行金融市场部宏观研究员周茂华认为，从以往经验看，国内楼市复苏呈现一二线向三四线城市扩张走势，随着国内疫情影响逐步减弱，经济进一步复苏，各地因城施策加大稳楼市调控力度，房地产市场信心在逐步回暖，房企融资环境改善，有望带动投资逐步回暖。□

29.7%



# 多地出台稳就业举措 专家：畸高的失业率不会是常态

时代周报记者 王晨婷 发自上海

“去年秋招拿到了一家不错的公司的offer，但是前段时间被通知解约了。虽然赔了一些违约金，但是已经错过了很多公司的校招季。眼看着要毕业了，不知道该怎么办。”应届毕业生刘玉告诉时代周报记者。

刘玉的苦恼并非孤例。临近毕业，不少应届生遇到了类似的“被毁约”。

国家统计局6月15日发布的经济数据显示，5月16—24岁人口调查失业率达18.4%。

“年轻人的失业率偏高，对此需要高度重视。”国民经济综合统计司司长付凌晖在新闻发布会上表示，今年我国大学毕业生达到1076万人，随着毕业季的到来，大学毕业生集中进入劳动力市场，可能会进一步加重就业压力。

接下来，就业压力何解？

## 失业率处于较高水平

从整体就业来看，1—5月，全国城镇新增就业529万人。5月份，全国城镇调查失业率为5.9%，比上月下降0.2个百分点。

其中，16—24岁、25—59岁人口调查失业率分别为18.4%、5.1%。

31个大城市城镇调查失业率为6.9%。

“受疫情冲击，4月的就业失业率也有所上升。从5月份的情况来看，全国疫情形势整体好转，生产生活秩序逐步恢复，企业复工复产推进，就业形势总体是改善的，失业率也逐渐小幅下降。其中，25—59岁就业主体人群失业率为5.1%，也比上月回落0.2个百分点。表明就业的基本盘总体在改善。”付凌晖表示。

不过，付凌晖指出，疫情冲击对就业的不利影响还没有完全消除，总体失业率依旧处于较高水平。

“青年失业率继续上升，一方面是由于今年的毕业生数量创历史新高，供给压力巨大；另一方面，实体经济创造就业岗位的能力尚未明显恢复，需求相对不足。”中国民生银行高级宏观研究员王静文告诉时代周报记者。

就业形势的严峻也传导到更多领域。王静文认为，消费之所以没有出现报复性反弹，其中一个原因就是受到失业率的拖累。“5月城镇调查失业率仍处于高位，居民可支配收入增速放缓，进而拖累居民消费能力。此外，如果青年失业率进一步上升，可能导致家庭部门的预防性储蓄上升，对整个社会消费以及房地产市场都构成压力。还需关注可能引发的社会稳定问题。”

## 多地出台稳就业举措

不过，青年失业率畸高有望在接下来一段时间得到逐步解决。

中国首席经济学家论坛理事王军告诉时代周报记者：“四五月份畸高的失业率相信不会是一个常态，随着线下活动进一步恢复正常和各项支持政策的出台见效，未来几个月失业状况会有明显改善，不宜对这一短期数据过于悲观。”

王军进一步指出，长期来看中国的就业压力还是比较大的，特别是结构性失业压力将始终伴随着经济下行和经济转型升级而存在，这需要引起全社会的重视，除全力稳定经济大盘外，还需从教育、培训、用工市场等多方面采取综合性措施加以解决。

为解决就业压力问题，时代周报记者注意到，当前全国已出台多项稳就业举措。

4月27日召开的国常会上提出了5条具体稳就业举措。其中提到，做好就业服务和兜底保障。健全高校毕业生就业网签系统。取消毕业生到人才服务机构报到手续。研究助学贷款延期还款等举措。对因疫情影响暂时失业、未参加失业保险的困难人员，给予临时救助。

人社部副部长俞家栋也在日前的采访中提到，近期国务院办公厅将



“青年失业率继续上升，一方面是由于今年的毕业生数量创历史新高，供给压力巨大；另一方面，实体经济创造就业岗位的能力尚未明显恢复，需求相对不足。”

专门印发高校毕业生就业文件，加大政策支持力度。“我们将运用吸纳就业补贴、社保补贴等政策，鼓励企业更多吸纳就业。落实学费补偿代偿等政策，支持毕业生到基层就业。提供创业补贴、担保贷款及贴息等政策，支持毕业生自主创业。同步稳定公共部门岗位规模，拓展就业空间。”

此外，多地也出台了针对毕业生的就业帮扶措施。如广东实施高校毕业生就业创业十大行动，大力挖掘国有企业、机关事业单位、基层服务项目等政策性岗位潜力。开展“公共就业服务进校园”，举办招聘活动530场，提供岗位29.3万个。

上海在支持失业人员和高校毕业生等重点群体就业方面，实施重点群体一次性吸纳就业补贴政策。符合条件的用人单位可享受2000元/人的重点群体一次性吸纳就业补贴，补贴以“免申即享”方式发放。

同时，在提升职业学校学生技能水平方面，上海市人社局会同市教委联合印发《关于推动职业学校开展职业技能等级认定工作的通知》，进一步健全职业学校学生技能评价体系。职业学校毕业学年学生可参加职业技能等级认定的专业覆盖率达80%，为学生成长成才、就业创业提供有力支撑。□

# 5月社零同比降幅收窄 汽车下乡有望拉动市场回暖

时代周报记者 王晨婷 发自上海

5月社零数据出炉,据国家统计局6月15日发布的数据显示,5月份,社会消费品零售总额33547亿元,同比下降6.7%。

虽然仍处负增长区间,但5月社零降幅比上月已收窄4.4个百分点,环比增长0.05%。其中,基本生活类商品销售和网上零售持续增长。

然而,疫情冲击尚未扭转的形势下,备受期待的报复性消费依旧未现。

“考虑到社会公众整体预期仍较为谨慎,收入增长也很难有明显改观,针对消费也并没有更大力度的刺激措施,未来消费复苏之路仍然不会是一马平川,除个别领域会有一些报复性反弹外,整体消费增速仍将在低位徘徊。”中国首席经济学家论坛理事王军告诉时代周报记者。

## 环比转正

5月份,社会消费品零售总额33547亿元,同比下降6.7%。其中,除汽车以外的消费品零售额为30361亿元,下降5.6%。

值得一提的是,较上月11.1%的社零降幅,本月社零降幅有所收窄,环比实现0.05%的增长。

“社零同比仍处于负增长区间,显示在疫情冲击和居民收入实际增长放缓、对未来预期不佳的背景下,消费需求仍非常疲弱。但环比已经开始转正,同比降幅也在收窄,显示随着疫情的冲击逐渐在消退,消费的边际改善也是逐步在发生。”王军告诉时代周报记者,他相信6月和第三季度的消费数据将有进一步的好转。

细分来看,5月餐饮收入依旧降幅明显,总额共3012亿元,下降21.1%。上海、北京等地受疫情影响,餐饮收入低迷。



商品零售方面,5月消费总额共30535亿元,下降5.0%。其中,基本生活消费继续保持稳定增长,限额以上单位粮油食品类、饮料类商品零售额分别增长12.3%、7.7%。此外,中西药品类同比增长10.8%,烟酒类消费同比增长3.8%。

其余可选消费品依旧处于负增长区间。服装、鞋帽、针纺织品类跌幅最为明显,同比下降16.2%。

“5月零售销售同比下滑幅度明显缩窄,好于预期。日用品、穿着、餐饮销售降幅惊喜收窄,与吃相关的销售同比增速加快,网上商品零售销售同比明显加快。”光大银行金融市场部宏观研究员周茂华告诉记者,5月消费明显回暖,主要由于国内散发疫情对经济活动限制明显减弱,经济活动回暖,居民消费需求释放;从消费

结构看,网上商品零售活跃,吃穿等商品销售表现强劲。

但周茂华还指出,餐饮销售、汽车等大宗商品销售仍处于复苏阶段。

而从1—5月的整体数据来看,社会消费品零售总额171689亿元,同比下降1.5%。全国网上零售额49604亿元,增长2.9%。其中,实物商品网上零售额42718亿元,增长5.6%;占社会消费品零售总额的比重为24.9%,比1—4月份提高1.1个百分点。

## 汽车下乡政策拉动市场回暖

值得一提的是,汽车消费作为社零的“大头”,跌幅在5月收窄,同比下降16%。

另据乘联会6月9日公布的5月乘用车产销数据,乘用车市场零售达135.4万辆,同比下降16.9%,环比增

长29.7%。这一环比增速处于近6年同期历史最高值。

从具体车企来看,新能源汽车主要品牌在经历了4月份的下落后,也在5月实现销量反弹。如比亚迪5月累计卖出114183辆,收获同比增长152.8%的成绩。理想、哪吒、小鹏等造车新势力也月售破万辆。

“新能源汽车是稳定社零的关键。”腾景宏观快报认为。

而新能源汽车正是刚刚开展的2022汽车下乡活动的重点。

5月31日,工信部等四部门发布关于开展2022新能源汽车下乡活动的通知,活动时间为2022年5—12月。通知鼓励参加下乡活动的新能源汽车行业相关企业积极参与“双品网购节”以及各平台自发组织的各类网络促销活动,鼓励各地出台更多新能源汽车下乡支持政策,改善新能源汽车使用环境,推动农村充电基础设施建设。

腾景宏观研报认为,新能源汽车下乡活动作为稳经济促发展的重要政策抓手,可以与农村风电、光电发展配合,以新能源车充电消费为场景,配合以分布式储能设备,实现清洁就地消费。

对于下一阶段社会零售额的走势,浙商证券研报指出,下半年社零增速有望完成华丽转身,达到7.5%。

研报认为,首先,常态化检测可以保障人和物的自由流动,消费场景不断修复,避免疫情反复扰动;其次,积极的财政政策是扩大消费需求的重要支撑,今年财政重点发力科教文卫和社保就业领域,政府消费增速有望达到10.3%的两位数增速。

此外,疫情期间压制的部分需求在疫后得到释放,购车、婚宴、旅行等消费都有望得到一定补偿。随着下半年居民消费价格指数的回升,价格端也会对名义社零形成一定支撑。□

## 奋进新征程 建功新时代

# “双15%”税收优惠落地南沙 企业：利好产业和人才引进

时代周报记者 阿力米热 发自广州

继深圳前海、珠海横琴之后,粤港澳合作三大平台之一的广州南沙也迎来了“双15%”税收优惠政策。

6月14日,国务院公布《广州南沙深化面向世界的粤港澳全面合作总体方案》(以下简称《南沙方案》),提出对先行启动区鼓励类产业企业减按15%税率征收企业所得税,并按程序制定优惠产业目录。对在南沙工作的港澳居民,免征其个人所得税税负超过港澳税负的部分。

按照中国内地现行的个人所得税法,每月应纳税所得额超过8万元的部分,税率为45%。而香港个税税率最高为15%。这意味着港澳居民在南沙工作,可享受15%的个税税率。

中山大学岭南学院经济学系教授林江在接受时代周报记者采访时表示,南沙“双15%”的税收优惠政策,有助于增强南沙的竞争力,将引导南沙产业向高端发展,但是税收优惠政策只是南沙吸引企业和人才的一种要素,不是唯一要素。

“如果南沙的制度创新、营商环境做得很好,并且同时拥有‘双15%’税收优惠,才能对企业和人才有更强的吸引力。”林江说道。

## 拉平与前海、横琴的差距

目前,在粤港澳大湾区“3+6”(备注:深圳前海、广州南沙、珠海横琴三个自贸区,以及河套地区、东莞滨海湾

新区等6个经济区)平台体系中,横琴、前海、南沙三个重要平台的纲领性方案都已经发布。

林江认为,前海、横琴分别是针对香港、澳门的重要平台,而南沙串联粤港澳,成为香港、澳门更好融入国家发展大局的重要载体和有力支撑,携手港澳建成高水平对外开放门户,粤港澳全面合作的重要平台。

时代周报记者注意到,早在2012年6月底,国务院批复的关于支持前海开发开放的22条先行先试政策中,就包括了“双15%”税收优惠政策。

2021年9月发布的《横琴粤澳深度合作区建设总体方案》也有“双15%”的相关政策。

如今,南沙也获得了“双15%”税收优惠政策的支持。

林江分析:“虽然南沙的税收优

惠政策与前海有些差异,但是与横琴较为一致,体现了中央考虑到广东三个自贸片区的实际情况,希望在税收政策上大体能够一碗水端平,拉平差距。”

中国国际经济交流中心区域和产业经济研究部部长王福强在接受媒体采访时也认为,对南沙来说,“针对先行启动区鼓励类产业企业减按15%税率征收企业所得税”可以拉平与前海、横琴这两个平台的差距。对于大湾区来说,这样可以进一步快速集聚创新资源,建设创新发展高地。

## 利好产业和人才引进

《南沙方案》明确,到2025年,南沙粤港澳联合科技创新体制机制更加完善,产业合作不断深化,区域创新和产业转化体系初步构建;青年创

业就业合作水平进一步提升,教育、医疗等优质公共资源加速集聚,成为港澳青年安居乐业的新家园。

“对企业而言,更坚定了我们立足南沙发展、走向国际的信心。”广州奥翼电子科技有限公司相关负责人在看过《南沙方案》后对时代周报记者表示,南沙就地缘环境而言,本身得天独厚,位于珠三角核心区、毗邻港澳,使得南沙有着粤港澳深度合作、建设高水平对外门户的肥沃土壤。

奥翼电子是南沙的一家科技企业,谈及“双15%”的税收优惠,上述负责人表示,这对于中小微企业来说属于重大利好。

“企业减按15%税率征收企业所得税,将会进一步减轻我们在经营生产中的成本,提升公司产品的市场竞争力。个人所得税的减少,也减轻了公司核心技术人员、中高层管理人员的税收负担,为企业以及整个南沙区都带来更好、更优政策的引才、留才作用。”奥翼电子相关负责人表示。

同时,林江认为,税收优惠政策不是吸引人才进入南沙的唯一因素,而教育、医疗、创业等方面的保障,以及良好的营商环境才能更加长久地留住人才。

统计公报显示,2021年年末,南沙常住人口90.04万人。2021年,南沙共有高新技术企业744家,增长9.1%,其中,被认定为国家级专精特新“小巨人”企业3家,入选广州“独角兽”创新企业榜单10家。□



重大利好

# 唐山的十字路口： 河北第一城如何冲刺万亿GDP？

时代周报记者 郑焕荣 发自广州

没有一座城市，愿意以这样的方式出现在大众视野。

几名女子在烧烤店被男子骚扰、暴打引起社会关注，事件引发的话题连续登上热搜。

似乎除了唐山大地震，以及这次烧烤店打人事件，大家对唐山就没其他印象了。

很多人不知道，河北“一哥”其实不是省会石家庄，而是唐山。

官方数据显示，在2021年首都经济圈“京津冀”各地市GDP排名中，唐山GDP为8230.6亿元，仅次于北京和天津。

这也难怪在“京津冀”之前，更为大众熟知的是“京津唐”。

## 在唐山，遇见海鲜

虽然名字有山，但唐山一点都不山——濒临渤海，有着华北最长的海岸线——229公里的海岸线，是名副其实的海鲜大市。

说出来你可能不信，唐山可是皮皮虾的故乡。

据史料记载，清朝时就有文人张凤翔，专门为唐山的皮皮虾赋诗一首：沿岸明月照篷窗，手剥鲜虾倒玉缸。偶忆涿阳江上客，琵琶一曲木兰双。

尤其是每年4—6月产的皮皮虾，肉质饱满鲜美，实乃上品。在别的地方，吃皮皮虾都是一只只，到了唐山，直接一盆盆地吃。

网友@伯陵说：“刚上班那阵在京唐港，晚上7点多去海边扫皮皮虾的尾货，7斤才10元。那样吃海鲜才豪呢。”

确实，什么油炸什么椒盐，都不及一揽子倒进蒸锅里来得豪爽。

生长于滦河入海口的“毛爪”（曹妃甸湿地蟹），一点都不逊色于阳澄湖大闸蟹，还有面条鱼、虾皮、海蜇、对虾、梭子蟹、麻蚶子、青条鱼、小管（小鱿鱼）……

农业农村部数据显示，2020年唐山从事海洋渔业人口近4.5万，海洋捕捞水产品达10.5万吨，产值高达130亿元，居全省首位。

只听名字就让人误会是内陆城市的唐山，其实在海鲜这条路上，或许比沿海城市走得更前。

## 十年重生路

如今的唐山，严格意义来说是新唐山。

1976年7月28日凌晨3时42分53秒，一场震惊世界的大地震几乎给唐山带来了灭顶之灾。房屋崩塌、铁轨变形、桥梁折断、交通、供电、通信全断，

重伤164851人，死亡242469人，造成的经济损失超过30亿元。

加上刚结束动荡不久，全国经济本就不容乐观，1976年中国整年GDP才2943.7亿元，这次的灾情之重，损失之巨，实属罕见。

遭遇天灾的唐山，在废墟之中重新站立起来。

震后不到一个星期，数十万市民的衣食得到解决；不到一个月，全市供水供电、交通、通信等基本恢复。

那会，国家钱粮不多，但为了恢复唐山建设，依然大力投入43多亿元。外地前往唐山支援的人数高达11万人，修建房屋面积1056万平方米。

从1976—1986年，震后十年后，唐山成为一座崭新的城市。

时任《唐山劳动日报》副刊部主任在接待来唐山采风的同行时，从对方眼里看到的满是惊讶和羡慕：“连街边的树都是新种的。”传统的大杂院没有了，取而代之的是一条条宽阔的街道、一栋栋整齐的楼房。

## 傲娇的B牌城市

自1994年7月开始实行民用车牌92式以来，车牌上第一个汉字代表车辆所在省份，第二个大写字母表明的是各个地级市在省内的排位。

一般来说，省会城市无一例外都是A，而当时省内的第二大城市，车牌基本都会挂上B牌。

经过这些年的发展，《第一财经》数据统计，中国26个B牌城市中，有4个B牌城市的GDP超过所在省会城市，这四个城市里其中就有唐山（其余三个是深圳、大连和青岛）。

作为B牌城市，打败省会城市，唐山靠的是老天爷赏饭吃。

唐山的底气，都是资源、能源给的。唐山市自然资源和规划局数据显示，截止到2017年年底，唐山市已发现各类矿产49种，有近30种已被开发利用，主要矿种有煤、铁、金、石灰岩等。主要矿种保有资源储量：煤炭累计查明68.39亿吨、铁矿累计查明81.81亿吨、金矿累计查明101131千克、水泥用灰岩累计查明70797万吨……

世界钢铁看中国，中国钢铁看河北，河北钢铁看唐山。

唐山的钢铁产量在2018年就占到河北全省的三分之二，至少占全国产量的五分之一，超过整个欧洲产量之和。

先天优势造就了唐山“钢铁一哥”的地位。据中信建投研究发展部数据显示，高峰期2011年，钢铁行业对唐山国税收入贡献率为27.8%。

采矿、水泥、陶瓷等这些支柱产业很能吸引就业，自然而然就能创造



GDP。

唐山虽说是地级市，但其GDP常年位居全省第一，能把省会石家庄摁在“老二”的位置上。

根据时代周报记者梳理发现，2021年GDP前十名的普通地级市中，唐山位列第九（前十分别是苏州、无锡、佛山、泉州、南通、东莞、常州、烟台、唐山和徐州）。

在“十四五”（2021—2025）规划中，当老大哥石家庄还在为8000亿元经济目标奋起直追时，唐山直接喊出“力争进入万亿俱乐部”的目标，让人眼前一亮。

## 第一把交椅的十字路口

时代周报记者梳理近十年数据发现，钢铁既是唐山经济起飞的助推器，同时也是其近年经济放缓的主要原因。

钢铁、煤炭、水泥等行业，占了唐山经济总量的大头，其中仅钢铁一项，2021年产值达到2534亿元，相当于唐山工业增加值的六成、全市GDP总量的三成。

唐山2015年和2018年的GDP相比上一年都出现下降。

这与能源经济的下行有关，2015年钢铁行业普遍不景气，价格直接跌回20年前的水平。

因为绿色环保和产业升级，2018年淘汰了一大批高耗能高污染的行业，不管是唐山还是石家庄，情况都类似。

转型，成为了目前唐山工作的重

中之重。

唐山拿出七大重点产业的规划：精品钢铁、高端装备制造、新能源与新材料、新型绿色建材、现代化工、节能环保以及现代应急装备。

搜狐城市统计的数据显示，2021年唐山精品钢铁产值占比57.7%，高端装备制造只占13.1%。七大重点产业中剩余5个产业，占比均不超过10%，少得可怜。

近年，很多产业都受到疫情影响，但唐山钢铁表现强势。

今年一季度数据显示，钢铁产业对一季度GDP增长的贡献率，达到创纪录的93.9%，外部的俄乌冲突，内部的基建需求，不约而同助推钢铁价格上涨。

但这种严重依赖钢铁产业的上涨，很难长期保持下去。唐山正在努力打破钢铁产业格局。

今年1月，唐山市人民政府印发《环渤海地区新型工业化基本建设规划》，其提出要全力打造国家级先进制造业集群，加快建设以知识化、信息化、全球化、生态化为标志的环渤海地区新型工业化基地。

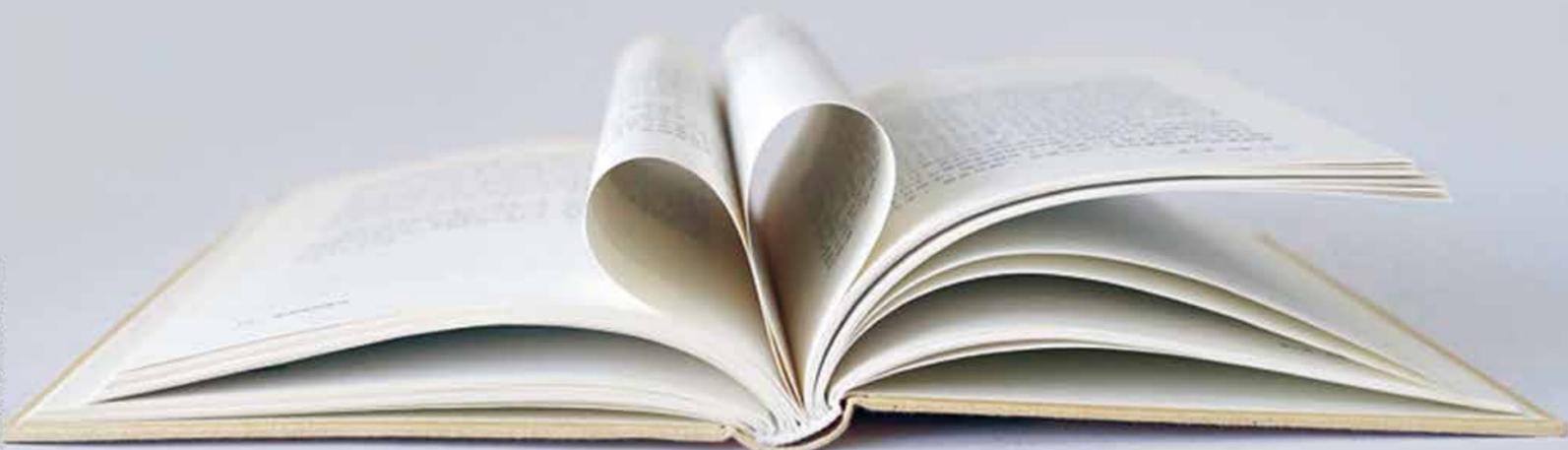
如何破局能源困境，完成产业转型升级，不仅是唐山的十字路口，也是资源型城市的重大抉择。

不仅仅是经济，唐山也面临人口增长困局，从2010—2020年，人口仅增加了13万，平均每年只增加1.3万人。

唐山，这座曾经从废墟上涅槃重生的“凤凰城”，眼下正陷危机之中。但危机，未尝不是一次革新的机会。□

全民·爱·阅读

阅读收获正能量  
激发活力新思维



中宣部宣教局 中国文明网

## REGION · 大湾区



# 广东荔枝有多强？

时代周报记者 刘文杰 发自广州

近日，有网友讨论，荔枝的头号粉丝——四川人苏轼当年会不会是听错了。

“日啖荔枝三百颗”，用粤语读出来，发音跟“一啖荔枝三把火”很相似（在粤语地区，吃荔枝上火是公认的小知识）。

以至于网友@品真感叹，当年苏轼“这是听错了吧喂”！

古有苏轼爱上荔枝，想认广东作故乡，今有大批吃货在电商平台蹲守荔枝上架。

每年6月中下旬，荔枝界的两大巨星——桂味、糯米糍上市，意味着全年荔枝品鉴的高潮来临。

作为夏日限定的水果，荔枝最讲究“鲜”味。

有一句话说，全国荔枝看广东。因为离产区近，广东人只需半天时间就能吃到树上刚摘下的荔枝。

而非荔枝产区的人们，品尝到的荔枝，经过了从南运到北的运输，口感难免不如树上刚摘下来的新鲜。

广东不仅荔枝的种植面积全国最多，产量也占据全国的“半壁江山”。

尽管受年初低温天气影响，今年广东荔枝产量有所减少，但广东人还是可以放肆吃荔枝——今年，广东荔枝预计产量126.89万吨，占全国（253.1万吨）的50.1%。

这意味着，全国每两颗荔枝就有一颗来自广东。

把全国人民馋哭的同时，纷繁多样的荔枝品种，滋养了广东人对甜味的追求。

在非荔枝产区的人眼中，荔枝长得都差不多。但对广东人来说，荔枝分为很多种，它们是妃子笑、白糖罽、糯米糍、桂味、挂绿、仙进奉、黑叶、槐枝……

只可惜，北宋时期，苏轼吃到的荔枝品种并不多。现在的食客们，跟着广东人吃荔枝，不仅可以品尝到口感丰富的荔枝，还不用担心不够吃。

## 妃子笑、白糖罽：初夏解馋第一口甜

许多人对荔枝的印象源自“一骑红尘妃子笑，无人知是荔枝来”这句诗。妃子笑正是因此得名。

作为早熟品种，妃子笑5月中下旬上市，果皮红绿相间，就像春末与初夏的交接，看到它就知道夏天来了。

妃子笑的果皮还是青绿色，就可以采摘来吃，不过口感偏酸。果皮由绿转红，看上去“红一块绿一块”时，糖度最高、口味最佳。

这个品种的荔枝拿在手里有“针刺”的感觉，剥开后汁水立马喷溅出来，薄薄的果皮之下是白花花的果肉，里面包裹着小小的果核，一口下去都是肉，满足感很强。

出色的耐储藏能力，让妃子笑成为北方最容易买到的品种。在广东，妃子笑是产量最大的荔枝品种，占广东荔枝总产量的比重达到30.4%。

广东很多产区都种植妃子笑，2021年妃子笑产量排名前五的市区县分别是：廉江市、化州市、电白区、

阳西县和海丰县。

与妃子笑带有一丝酸味不同，同为早熟品种的白糖罽是十足的“甜度担当”。“罽”在古代是一种盛器，“白糖罽”指的是装着白糖的罐子，有多甜可想而知。

白糖罽的形状介于心形和圆形之间，果皮薄且颜色鲜红，轻轻一用力就能剥开，露出白蜡色的果肉，一口咬下，肉厚核小，有点类似奶味果冻的感觉。

作为广东早熟的优质荔枝品种，1988年在广东省荔枝品种评比中，白糖罽获得早熟荔枝品种第一名。

目前，广东茂名种植白糖罽的面积大、产量多，每年5月下旬上市。

据《南方日报》报道，今年白糖罽果期进入尾声后，价格却仍然高企，收购价在20~26元/公斤。相比之下，妃子笑的价格略低，收购价在14~18元/公斤。

## 糯米糍、桂味：荔枝界的YYDS

不是所有顶鲜的荔枝，越早成熟越好。

真要让广东人品鉴，他们会说，早熟的荔枝品种缺点滋味，外面虽然是甜的，但里面还是会酸。

在很多广东人心中，6月中下旬成熟的桂味、糯米糍才是荔枝界的YYDS。它们都是甜度很高的荔枝品种，不带一丝酸味，而且果核都很小，果肉多，吃起来相当过瘾。

不同的是，糯米糍的个头比一般荔枝稍大，是个实实在在的“白胖子”，果皮带有龟裂般的纹路，但摸起来并不扎手。

桂味走的是轻盈路线，个头比较小，果壳上有小小的突起。与其他荔枝多少带点绿色或白色不同，成熟的桂味整颗呈鲜红色，颜值极高。

从口感上看，糯米糍是软甜代表，剥开外壳，果肉晶莹剔透，口感软糯浓甜，曾获得首届中国农业博览会金奖。

桂味肉质爽脆，清甜多汁，最大的特点是，果肉中带有一丝清幽的桂花香气，是荔枝的香味“天花板”。而且桂味摘下来后，变色、变味速度慢，“冻龄”能力较强。

坊间流传一种说法：如果同时吃几种荔枝，桂味一定要留在最后吃。如果先吃了桂味，其他荔枝就吃不出味道来了。

桂味虽然是荔枝中的上品，但生存能力非常强，种植并不需要过于费心。在广州郊区一带，桂味广泛栽培，其中，以广州黄埔区萝岗镇种植的桂味最为有名。

在广东种植的六大荔枝品种中，今年桂味因受天气影响，减产53.4%，占总产量的比重下降到了12.5%，糯米糍则微升至7.6%。不过，在六大品种中，糯米糍的占比仍然最低。

从价格上看，2021年糯米糍田头均价为24元/公斤，在六大品种中价格最高，桂味田头均价为11.2元/公斤，价格也不低。

今年受大幅减产影响，桂味的价格预计会上涨。想要品尝糯米糍和桂味的食客们，估计要考虑一下钱包。

## 挂绿、仙进奉：昂贵的味觉体验

如果是荔枝爱好者，一定不能错过挂绿、仙进奉等荔枝品种。

在荔枝界，挂绿早已名扬中外，还曾因为拍出天价，入选吉尼斯纪录大全。

1959年，广东粤剧一代宗师红线女在莫斯科世界青年大会演唱的一曲《荔枝颂》，让挂绿走向世界。

2001年，广州增城的一颗挂绿荔枝拍出了55.5万元的高价，成为当时全球最昂贵的水果，入选吉尼斯纪录大全。

据《增城县志》记载，挂绿原产于广州增城，清嘉庆年间，因官吏勒扰，百姓不堪重负砍光了挂绿荔枝树，万幸保存了一颗“西园挂绿”至今（现荔城挂绿广场），弥为珍贵。

这株挂绿树至今有400多年树龄，高5米多，是增城各株挂绿荔枝的“老祖宗”——由它圈枝、嫁接种植的第二、三代挂绿荔枝有620多株，其果实多与挂绿母树所产的形态相似，品质接近。

每年6月下旬至7月上旬，挂绿成熟，外壳红中带绿，四分微绿六分红，因为每个果子都有条绿线环绕而得名，果肉白蜡色，口感爽脆，所含汁水比较少。

作为荔枝中最为珍稀的品种，挂绿产量稀少，价格昂贵，收购价在100~200元/公斤。如果遇到，一定要抓住机会尝一尝。

与挂绿一样，同样产自广州增城的仙进奉，在荔枝界中也颇有盛名。

仙进奉通过广东省农业厅种子管理总站名优品种鉴定，据说过去专门用于进贡给朝廷的达官贵人，因此得名“仙进奉”。

作为晚熟品种，仙进奉7月才成熟，个头中等偏上，果皮鲜红，果肉多汁，肉厚核小，甜度比糯米糍还高，被称为“糯米糍的升级版”。

此外，仙进奉还有糯米糍没有的优点——果壳较厚，裂果少，容易储藏。相比之下，糯米糍成熟后容易裂开，不利于运输。

不过，仙进奉的价格并不便宜，去年广州增城的田头收购价达到40~80元/公斤。

## 黑叶、槐枝：价格亲民，放肆去吃

吃不起昂贵的挂绿、仙进奉，又想放肆地吃荔枝，那么黑叶、槐枝是不错的选择。

黑叶，因荔枝树的叶子浓绿近乎黑色而得名，通常在6月中旬成熟。与妃子笑、白糖罽、糯米糍、桂味等小核荔枝不同，其果核稍大，但果肉入口脆爽、香甜多汁，有独特的浓郁香味。

黑叶的头像心形，表面比较平滑。不过，这种品种的荔枝比较脆弱，不易保存，一定程度上阻碍了储藏和运输。只有去产地品尝黑叶，才能体会到真正的新鲜口感。

今年广东黑叶产量，在全省荔枝产量中占比12.7%，位居第二，仅次于妃子笑。

价格亲民是黑叶的一大优势，食客们可以毫不犹豫地一次吃个够。据广东省农业信息监测体系数据，

2021年广东荔枝上市季，黑叶田头均价为4.3元/公斤，比同期广东整体的荔枝批发均价（9.1元/公斤）还便宜一半。

与黑叶一样，槐枝（又称“怀枝”）也是果核稍大的荔枝品种，价格同样非常亲民。2021年，广东槐枝田头均价为4.4元/公斤。

相传古代有一位尚书路过岭南，收到当地乡亲送的荔枝后，将荔枝抱入怀中以表珍惜，这种荔枝因此得名。

槐枝的个头近似圆形，果壳较厚，表皮龟裂纹路微微隆起，呈不规则分布。果皮深红色，口感柔糯中带着酸甜味。

这种晚熟荔枝品种，7月中旬才迟迟挂果，初夏季节错过荔枝高峰的人们，可以抓住最后的机会。

伴随着越来越多的荔枝品种更新换代，价格偏低的黑叶、槐枝逐渐成为低效品种，影响荔枝产业的整体效益。

业内人士估计，广东黑叶、槐枝、玉荷包、白蜡等低效品种，超过200万亩，占据“半壁江山”。

为优化荔枝生产结构，《广东荔枝产业高质量发展三年行动计划（2021—2023年）》提出，加快低效品种的替换和优良品种的示范推广，优质品种率要提高50%以上。

## 广东荔枝花样吃法

荔枝含有丰富的糖分、蛋白质、维生素以及微量元素，是对人体有益的水果。

对大多数人来说，新鲜荔枝买回来后，剥皮直接吃，抑或是把荔枝放在冰箱里面冷藏2个小时后食用。荔枝中大量的果糖在低温作用下，可以让口感更甜。

广东人吃荔枝时，不满足于如此简单的吃法，他们尝试了很多组合，最大限度地挖掘荔枝的鲜美。

像吃菠萝、杨桃一样，广东人会把剥好的荔枝浸泡在盐水中，咸甜糅合，引发生津又回甘的化学反应。没有吃过的人可以想象一下海盐荔枝雪糕的味道。也有人认为，这么吃荔枝，不上火。

蘸着酱油吃，虽然被认为是荔枝最“黑暗”的吃法，但这几年吸引了无数好奇的人尝试。白蜡色的果肉，搭配红褐色的酱油，清甜遇上咸香，多种味道杂糅在一起，荔枝的甜味更加突出。

除了吃鲜果，荔枝还会被做成荔枝罐头，酿成荔枝酒，晒成荔枝干，甚至将荔枝入菜，最著名的莫过于荔枝宴。譬如，荔枝虾球，是广东名菜之一，在全国享有极高的声誉。还有荔枝炒牛肉、荔枝苦瓜、荔枝银耳绿豆糖水、荔枝红茶饮料……无论如何搭配，荔枝果肉总能在不同材料里增添一丝甜而不腻的口感。

关于荔枝的吃法，恐怕只有你想不到的，没有广东人做不到的。

6月下旬，如果有机会来广东玩一圈，不妨多品尝几种荔枝。毕竟只有逐一品尝过，才能感受到多层次回甘后的微妙区别，这或许是“甜蜜的烦恼”。

50.1

%



# 美联储宣布28年来最大加息 二季度GDP预计增长为零

时代周报记者 马妮

北京时间6月16日凌晨2时30分，美联储联邦公开市场委员会会议结束，会议决议加息75个基点，即美联储的基准联邦基金利率上调至1.5%~1.75%之间。这是美联储自1994年以来，首次加息75个基点。

加息消息传出后，美股三大股指集体跳水，比特币下跌，美债收益率上升。但美联储主席鲍威尔在会议后的讲话上发出安抚，“75个基点的加息不会变得普遍”，市场随即回暖。也有投资者认为，美联储通过采取积极行动，显示其对抗通胀的认真态度，从而重新获得信誉和投资者对市场的信心。

最终，道指收盘上涨1%；纳指涨2.5%；标普500指数涨1.46%。但标普500较今年1月已下跌超过20%，并抹去拜登上任以来的全部涨幅。

美联储原本没打算如此激进。在5月加息50个基点后，鲍威尔表示，他“理解通货膨胀带来的困难”，但他坚持接下来的会议应该讨论50个基点的变动。至于75个基点，“并不是委员会正在积极考虑的事情”。即便当时市场呼声很高，鲍威尔仍然咬定了50个基点的加息幅度。

股票市场一开始似乎相信了鲍威尔的话。在北京时间6月16日2时前，美股三大股指均保持微涨，纳斯达克涨1.3%、标普500涨0.4%、道琼斯涨0.3%。但在加息75个基点的决议出台后，三大股指集体跳水，仅纳斯达克仍保持轻微上涨。

让鲍威尔态度转变的关键在于通胀。5月鲍威尔咬定50个基点的加息时，美国4月份通胀数据刚出炉：消费者价格指数（CPI）较去年同期飙升8.3%，虽然仍然为40年来的高位，但较3月8.5%的增幅已经有所回落。

也许是这一数据给了鲍威尔和市场错觉，认为通胀已经到顶开始回落。但5月份的数据却令所有人意外，CPI同比上涨8.6%，同比涨幅创40年新高。

这也让鲍威尔在凌晨的会议上不得不承认“打脸”：“自美联储5月会议以来，通胀意外上升；作为回应，美联储决定大幅提高利率，这将有助于确保长期通胀预期保持稳定。”

## 被通胀打蒙了

今年以来，在以往调息会议后的声明中，美联储都会强调“预计通胀将回到2%的目标，劳动力市场将保持强劲”。但今天凌晨的会议中，美联储一改以往的口径，仅称“美联储坚定地致力于这一目标”。似乎对于把通



胀打回理想中2%的目标，美联储并没有以往的自信。

这也许是因为通胀的压力确实空前的大。5月的CPI数据显示，美国能源价格年度涨幅达到34.6%。其中，燃油月度上涨16.9%，过去12个月共上涨至106.7%，已经翻倍。这意味着，去年这个时候100美元就能加满的汽车油箱，现在要花上200美元。住房成本、食品价格也随CPI上涨推波助澜。

国际清算银行总经理卡斯滕斯（Agustín Carstens）发表讲话称，通胀主要与地缘政治、去全球化以及供应链有关，美联储和其他中央银行对这些因素无能为力。

通胀高企也意味着打工人的变相“减薪”。据美国劳工局数据，过去12个月，全美计入通胀的实际平均时薪下降了3%，尽管表面上时薪的数字在增长。

对于消费者而言，激进的加息最终也许会缓解通胀的压力，但这是有代价的。

最直接的就是信用卡利率。信用卡是美国人日常的主要消费手段，大多数采用浮动利率，因此，与美联储的基准利率直接相关。CreditCards高级行业分析师罗斯曼（Ted Rossman）表示，目前全美信用卡利率平均为16.61%，远高于几乎所有其他消费贷款，到今年年底可能接近19%，创历史新高。

这意味着到了年底，一旦民众选择信用卡分期还款，每100美元欠款就意味着得掏出20美元的利息。

因此，罗斯曼建议，在有可能的情况下，尽快还掉信用卡；或者尝试借利息更低的个人贷款先把信用卡还了。根据纽约联储的数据，今年第一

季度，美国人未偿还的信用卡债务超过8000亿美元。纽约联储的调查还显示，11.1%的人表示，他们有可能无法在未来三个月内支付最低信用卡还款数，即有可能逾期从而被罚息。

其次是房贷。罗斯曼建议此前采用浮动利率买房的消费者改用固定利率。有买房计划的消费者也需要多考虑一下利息成本。数据显示，2021年12月，全美30年期的固定利率抵押贷款的平均利率为3.11%，而现在已经达到了6.28%。以30万美元（约合人民币200万元）的房贷计算，每个月的还款数将从1283美元（约合人民币8600元）涨到了1853美元（约合人民币12400元），相当于每个月得多还近3800元，总利息多出了205319美元（约合人民币137万元）。

此外，LendingTree高级经济分析师接杰卡布（Jacob Channel）特别提醒了想买车的消费者谨慎考虑自己的决定，因为车贷的利率已经上升，且因为通胀车子本身也在涨价。而有私人学生贷款在身的人更加需要注意自己的经济状况。

“想清楚现在借钱意味着什么”，卡内基梅隆大学泰珀商学院金融学教授切斯特·斯帕特说，他建议民众多存钱，并用存款购买抗通胀债券，因为“现在通货膨胀率高于所有存款利率，任何储蓄的钱都会随着时间推移而失去购买力”。

然而，据美国商务部经济分析局的数据显示，今年4月，全美个人储蓄率仅为4.4%，为2008年9月（当时为金融危机时期）以来的最低水平。福布斯的调查显示，70%的美国人不得不动用储蓄来应付物价上涨。

雪上加霜的是，低失业率的好日



以30万美元（约合人民币200万元）的房贷计算，每个月的还款数将从1283美元（约合人民币8600元）涨到了1853美元（约合人民币12400元），相当于每个月得多还近3800元，总利息多出了205319美元（约合人民币137万元）。

子也许要结束了。鲍威尔在凌晨的讲话中表示，现在要在不损害劳动力市场的情况下降低通胀将更加困难。

## 二季度GDP增长预计为零

一周前的6月8日，亚特兰大联邦储备银行还预计美国第二季度GDP增长为0.9%，但6月15日，这一数据已经被修改至0%，即毫无增长。主要原因为该联储预计第二季度全美实际个人消费支出增长将从3.7%降至2.6%，第二季度全美实际私人投资将从-8.5%降至-9.2%。

换句话说，亚特兰大联储预计美国人的投资和消费都将进一步下跌。

美联储也间接承认了这一事实。官员们大幅下调了对今年经济增长的预期，目前预计GDP仅增长1.7%，低于3月份时预测的2.8%。

对于未来该往哪走，美联储似乎也有些拿不准。堪萨斯城联储主席埃斯特·乔治是凌晨的加息会议上唯一反对加息75个基点的人，然而她长期以来一直是美联储最大的鹰派之一。以往她的同事们选择温和加息或者不加息时，她总是第一个反对。

鲍威尔的讲话也显得举棋不定。他在会后的新闻发布会上表示，可能会再次加息50个基点或75个基点以控制通胀，美联储将“逐次会议”作出决定。但是他强调，75个基点的加息不会变得很普遍。

这样的表态似乎给了市场信心。鲍威尔发表讲话后，美股三大指数拉升，10年期国债收益率也应声下跌。

根据交易网站数据，两年期美国国债的收益率在北京时间6月16日凌晨5点前后为3.258%，低于加息消息传出后的3.417%；10年期收益率为3.372%，低于3.435%的高位。美债收益率因决定了其他几乎一切资产的估值而受到关注。因美债由美国政府担保，因此，美债收益率被认为是无风险收益率。在无风险收益率达到3%以上时，其他的资产，无论房产、股票还是其他债券，都必须拿出比3%收益率高出许多的回报，才有可能获得资金青睐。

因此，鲍威尔安抚性讲话后，美债收益率被压低，也给了其余资产喘了一口气的机会。

黄金期货上涨1.4%至每盎司1838美元。“黄金可能是最干净的脏衬衫。”对冲基金Wilshire Phoenix合伙人比尔·赫尔曼说。他预计，年底金价将攀升至2000美元。

比特币一度跌至20378美元/枚，在鲍威尔安抚讲话后反弹，一度超过22000美元/枚。6月以来，比特币累计已下跌超过30%，与历史最高点超过68000美元/枚相比，下跌近70%。■



# 美美与共

## 美好公益大会

2022.06-广东增城

年度创变者

年度责任典范

年度美好发声

年度公益项目

### 新周刊

字体支持：造字工房

BANK&amp;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

15 | 药企布局新能源

## 新东方转身

花费了半年时间，新东方终于在销售商品和传授知识间找到了最佳平衡点，蹿出了教培转型新模式。从最开始的不温不火到如今的“直播带货新势力”，在新东方的诸多转型路径中，以直播带货跨度最大。如今，流量加持下的新东方正试图打通直播产业链，尝试自建供应链，发展“东方甄选”自营产品。唯有变化才是唯一的不变。新东方的华丽转身，也为其他还在谋求转型的教培机构开辟了更大的想象空间。

← 上接P1

今年的俞敏洪，已届花甲之年，新东方正驶向深水区。风大浪急，前路漫漫，它能否继续“滔滔不绝”？

## 三次敲钟的“好商人”

俞敏洪的“急事慢做”，至少教了新东方两次。

1993年2月，政策放开，民办教育迎来快速增长。这年的11月，办了3年英语辅导班的俞敏洪终于领到了办学许可证，起名“北京新东方学校”。那个年代，留学热兴起。俞敏洪嗅准商机，新东方主打托福、GRE培训，声名鹊起，迅速在大学生群体打开市场。1995年年底，新东方学生人数突破1.5万。俞敏洪本人是新东方的第一位名师。

接下来的故事，因为被改编成电影《中国合伙人》而广为人知。俞敏洪赴美力邀王强、徐小平回国创业，新东方“原始合伙制”形成，并开始向规范化治理迈进。

说新东方是民营教育产业的拓荒者，不过分。它对外输送了诸多创业者，堪称民营教育界的黄埔军校，高途(GOTU.NYSE)、朴新教育(NEW.NYSE)创始人均出自新东方。

在资本市场，新东方同样得心应手，创下多项行业第一。新东方是首只赴美上市的教育中概股，旗下新东方在线是第一家在港交所上市的在线教育股。2020年11月，新东方在港交所二次上市，成为首家回港二次上市的中国教育公司。

俞敏洪三次在交易所“敲钟”，在教育圈也是独一份。

2010年前后，一对一教学模式开始盛行。与大班课相比，一对一教学优缺点都很明显，有较高提价空间，运营简单，但非标的教学内容难以统一。凭借客单价高的优势，新东方不少分校一对一的比例超过了总营收一半，获利颇丰。



## 体面商人俞敏洪

而在俞敏洪看来，一对一业务是对教师资源的严重消耗，服务体系也太过庞杂。于是，他规定，一对一业务在分校K12业务中的占比不得超过35%，班级课程依然是新东方营收的主要来源。

这一举措，当时并不被人理解。新东方内部甚至传出“俞敏洪歧视一对一业务”。

后续，一对一教学市场逐步扩大，市场乱象频发。师资简历造假、教学质量参差不齐、机构卷款跑路等事件，证明了俞敏洪的先见之明。2020年开始，优胜教育、学霸君、轻轻教育等一众头部一对一培训机构陆续爆雷。

## 循序渐进的“老古董”

2020年，在线教育站上风口，俞敏洪是教育行业内少数发出质疑声音的企业家。

流量红利汹涌而来，各界资本趋之若鹜。网经社电子商务中心的数据

显示，2020年，在线教育行业融资金额超539.3亿元，超过过去四年总和。

在当年亚布力论坛上，俞敏洪开炮，公开质疑在线教育的极速狂飙。他断言：“在线教育每收入一块钱，就要花掉两块钱。一旦资本停止输血，在线教育会哀鸿一片。”

俞敏洪也曾反思，自己对在线教育的态度是否存在“偏见”？一番犹豫纠结后，俞敏洪决定：新东方要以地面教育为主。

俞敏洪喜欢循序渐进地往前，“哪怕其他人天天骂我落后，天天骂我老古董，但是我不能为了赢得社会上的一瞬间的赞叹，却以新东方的命运为代价。”俞敏洪说道。

新东方的在线教育业务规模在头部教育企业中规模最小，总体投入不高，确保大量在手现金。

2021年7月，“双减”政策落地。新东方等教培企业面临转型压力。不少教培机构现金流崩溃，无奈关店离

场。得益于俞敏洪的谨慎，新东方账上还有充足的“救命钱”，无破产之忧，尚有转型余力。截至2021年5月，新东方2021财年的现金及现金等价物达到16.12亿美元，同比增长76.18%。

俞敏洪曾多次公开表示，新东方必须留有“救命钱”，这笔钱足以在新东方倒闭后，依然能够退还所有学生的费用，以及支付所有老师和员工的工资。

2022年的新东方新春联欢会上，俞敏洪表态，新东方的地面K9培训业务和在线K9培训业务已全面停止。“2021年的困难和曲折，对于新东方来说确实是一个重大的考验。”俞敏洪自评道，“我们经受住了这样的考验，拿了一个及格的分。”

## 左右为难的理想主义者

俞敏洪是“好老师”，也是“好老师的老师”。在新东方，大家习惯称呼他为“俞老师”，而不是“俞总”。

俞敏洪在农村出生，农村长大，说自己是“农民的儿子”，有摆脱不了的“农民思维”。他致力于乡村教育和教育公平，从不掩饰理想主义的一面。

现实中，他却更多处于“左右为难”的状态。

俞敏洪宣称“后悔把新东方做大”，被人揶揄有凡尔赛之嫌。他的解释是，“有资源有能力的学生来到新东方，考分自然会更高”，这对于没有资源的人，“实际就是不公平”。

面对教育培训这一行业，资本和公益之间的矛盾被无限放大。俞敏洪被夹在中间，左右为难。

接受媒体采访时，俞敏洪曾说，他最大的缺点是“优柔寡断、情感得分丰富”。

“双减”政策落地，有朋友劝他体面离场。北京大学校友、中坤投资集团董事长黄怒波曾发文称，校友们曾劝俞敏洪“认怂”。俞敏洪没有说话。

几天后，俞敏洪发了条朋友圈：“我还没到认怂的时候。”

2021年年底，俞敏洪在朋友圈发文：“教培时代结束，新东方把崭新的课桌椅，捐给了乡村学校，已经捐献近八万套。”该条消息刷屏，全网点赞。

每年6月1日，是新东方的新财年首日，俞敏洪都会照例给全体员工写一封信。

在新财年的公开信中，俞敏洪表示，新东方将在学科教育之外全面重整教育体系，助力孩子的全面成长，“我的内心还是比较兴奋的，我们马上就可以看到我们的转变”。

某种意义上，如今正在从事农产品直播带货、助力孩子全面成长的新东方，或许正接近俞敏洪心中那个理想的教育企业。

切入直播，东方甄选打破了不少行业潜规则，没有坑位费，不要大量样品，这些作风都和其他主播截然不同。俞敏洪“希望除了买买买之外，为直播领域带来另外一种不太一样的直播文化”。

## 新东方直播：一边上课 一边卖货

时代周报记者 邓宇晨 发自广州

6月10日，“新东方主播”冲上微博热搜。当天，新东方(EDU.NYSE; 09901.HK)的“东方甄选”直播间，主播一手拿着马克笔，一手拿着白板。在上架了一款榴莲产品后，主播也在积极与观众互动：“朋友们告诉我，榴莲用英语怎么说？答案打在评论里。”

在另一场售卖水产品的直播中，主播在直播中在白板上写下了虾仁、明虾、波士顿龙虾和小龙虾的英文，并讲解各自区别。

这一直播带货赚足眼球，引发社会热议。

有网友评论称，“下单购物相当于英语教学”“不聒噪不吵闹”“感觉自己在上英语公开课”。

2021年12月，新东方抖音首场直播曾被指产品定价太高。经过半年多调整，新东方“边带货边教学”已更为成熟。“东方甄选”直播间近90天直播场次达88次，90天带货额超6400万元。

直播数据平台灰豚数据显示，“东方甄选”直播间仅6月10日当天粉丝增量达37万，目前粉丝总量151万，近七天新增粉丝54万。抖音直播榜单中，“东方甄选”的直播间也在前十。

受此影响，截至6月10日收盘，新东方在线(01797.HK)报6.23港元/股，涨39.37%，总市值62.35亿港元。

## 带几十个老师一年做上百亿？

2021年9月，新东方管理层提出了直播带货转型方案。据媒体报道，俞敏洪曾表示，一些主播一年能卖100多个亿，我带着几十个老师做直播不是是一年也能做上百亿？

2021年12月，新东方在抖音上创建了专注农产品直播的“东方甄选”账号。首场直播中，新东方创始人俞敏洪和新东方在线CEO孙东旭一起出现在了直播中。直播中，俞敏洪提及：“我们直播的特点是将知识文化和直播带货联系在一起，不仅好吃好玩，也希望大家能够有所收获。”

但首日直播结束后，新东方的直播遭遇了如产品定价太高、单个选品

介绍时间太长等批评。

初期“东方甄选”的直播数据并不亮眼。灰豚数据显示，今年3月，东方甄选的粉丝量仅38万，今年5月底，直播间粉丝量仅90万。

但新东方的“教学带货”模式突然在6月初受到关注。从100万粉丝到150万粉丝的总量，仅用时2天。

6月8日，俞敏洪在个人自媒体上发文称，新东方在近期组建“新东方直播间”队伍。这一队伍专门来推广新东方优质的教育产品以及其他优质教育相关的产品，包括图书、智能软硬件学习设备和学习相关的文教用品等。

俞敏洪将直播经济称之为“商业的第三次革命”。“第一次是大卖场，第二次是电商，第三次就是直播带货。”俞敏洪认为，随着新东方教育产品的不断完善，如何让这些教育产品抵达千家万户，是新东方需要思考的问题。

俞敏洪表示：“我对新东方的定义是成为以教育产品为核心的教育公司。产品需要销售渠道，我发现最

有效的销售渠道除了找代理，就是直播带货。”

## 试水直播带货和教育硬件

作为新东方集团控股子公司，在港股上市的新东方在线是新东方试水直播带货和教育硬件领域的主体。

2021年12月，新东方在线联合天猫精灵推出“新东方在线词典笔T1”，这也是新东方在线推出的首个教育硬件产品。

除此之外，新东方在线还在发展职业教育领域。今年3月，新东方在线和京东物流(02618.HK)教育达成合作，主要围绕未就业、再就业、游学、国际教育市场等四大领域。

据报道，新东方集团副总裁尹强曾在会议上表示，新东方在线作为独立的上市主体，承担着新东方集团转型的重要战略地位，如东方甄选、职业教育等重点战略新业务都会放在新东方在线。

今年1月，新东方公布2022财年的中期业绩。财报显示，截至2021年11月30日的六个月内，新东方在线总

营收5.73亿元，同比减少15.3%，期内亏损5.42亿元，上一财年同期则亏损6.74亿元。

新东方表示，公司的战略运营及业务正在向大学教育、海外备考、机构合作、直播商务业务、教育职能硬件产品等领域转变。

“展望未来，我们的目标是通过直播业务推广中国传统文化及来自中国不同原产地的高质量产品及相关产品。我们亦希望通过直播营销助力中国的农业产业发展。”新东方在线表示。

今年5月，俞敏洪在空中亚布力论坛上介绍道，新东方背后有两套体系：第一套是新东方的销售体系，以东方甄选直播平台为核心，未来扩大成一个综合销售体系；第二套是新东方的产品体系，包括外部产品体系和自有产品库。

俞敏洪表示，当自有产品库达到一定规模时，就要有东方甄选牌的农产品出现；未来还会进行品类扩充，提供农产品之外其他与生活相关的产品。

# 新晋“顶流”董宇辉

时代周报记者 徐美娟 穆瑞宸 发自北京

“新东方好像对我施了魔法。”小文告诉时代周报记者，在东方甄选直播间里呆了不到15分钟，她就为一款南美白虾激情下单了。“以前只买预制菜和速食，从没想到买生虾自己做。但是主播讲了南美白虾产地秘鲁渔场的知识，其盛产海鲜且水域干净，感觉学到了地理知识，就想为知识付个费。”

小文的经历并非个例。6月17日午间，有超过40万人观看东方甄选的直播，积极和主播董宇辉互动。短短几天，东方甄选“爆”了。从0到100万粉丝，东方甄选用6个月，但是从100万粉丝涨到1000万粉丝却只用了短短7天，实现了井喷式的增长。截至6月17日，东方甄选已经收获了1307.6万粉丝。

东方甄选的主播，均来自新东方的教师队伍。常年讲课积累的经验，让这些主播们侃侃而谈，毫不怯场，而他们所展现出来的文化底蕴和妙语连珠，更是对其他主播产生了降维打击。

事实上，东方甄选的成功与“天时、地利、人和”，有着密不可分的联系。正值“6·18”电商节的重要节点，头部主播的离开给后来者留下了大量流量；罗永浩宣布退网后，抖音直播间也急需新的热度。

就在此时，抖音算法适时将新东方直播间“东方甄选”推送到公众面前。“双语+上课+卖货”的直播新模式，也彻底让网友们眼前一亮。

一个全新的直播Style正在诞生，全网疯狂追捧的背后，“董宇辉”能否被复制？直播间的故事是否被就此改写？

## 从老师到销售员，董宇辉火了

这个夏天，靠活力和健康火爆的刘畊宏已经热度消减，当下全网最火的男人，是靠文化和感性出位的英语老师董宇辉，他的身份是新东方旗下“东方甄选”直播间带货主播。

“12 pieces of steak, 12片牛排, 24 bags of seasonings, 24包调料, 配料表是ingredient……”东方甄选直播间里，董宇辉一边用英语卖牛排，一边挑出关键词、重点短语，贴心地写在小白板上，带货教学两不误。其间，董宇辉还时不时调侃自己，“当我拿出这个方形锅时，肯定有网友要说和我撞脸了”。

从那天起，社交平台开始传遍了“兵马俑老师”“方老师”的梗，董宇辉的微信也收到了许多人发来的“出圈”信息，“自己8000多（联系）人的微信‘炸’了。”他在接受媒体采访时这样形容当时的情形。至此，热搜于



“董宇辉”这个名字而言，也成了家常便饭。“董宇辉想念前同事哭了”“董宇辉 谷贱伤农”“董宇辉说半年前直播间都是骂他的”……如今，无论董宇辉做什么，都能迅速引发广大网友关注和讨论。

董宇辉的爆红，引得东方甄选直播间的粉丝和销售额飞涨。

最近一周，东方甄选直播间每场直播平均观看人次超2900万，每场直播平均销售总额超3500万元。而在一周前，直播间场均观看人次不到80万，场均销售总额不到90万元。与此同时，其粉丝数也在短短一周内从100万增至1000万。

被热度顶起来的，还有其背后的公司——新东方在线(01797.HK)的股价。6月16日，新东方在线大涨72%，收报28.6港元/股，总市值286.21亿港元。而在董宇辉出圈前的6月8日，其总市值为44亿港元，这就意味着，新东方在线的总市值在这一周翻了7倍。

董宇辉，原新东方学校名师，曾当选新东方最年轻的教研主管，后成为新东方在线高中英语项目经理，头顶“状元导师”的光环，在新东方任职8年来他教过50万名学生。

然而，2021年7月“双减”政策落地，教培行业一夜入冬，教培行业头部品牌新东方也一度陷入困境。而董

宇辉的职业生涯也危在旦夕，彼时的董宇辉也曾动过离职念头。直到四个月后的11月，备受行业关注的新东方创始人俞洪敏宣布转型直播带货，进入助农直播赛道。董宇辉选择留了下来，经过几轮筛选后，董宇辉成为了东方甄选的主播之一。

在直播初期，董宇辉也有许多“水土不服”的地方。“说什么鸟语”“找个帅点的”“你都不改进，新东方没进步”，半年前，东方甄选刚起步时，许多网友这样评价董宇辉的直播。

如今，忽然成为顶流主播之一，董宇辉自己也不曾预料到。“我也不明白，自己为什么忽然火了，从去年年底直播带货开始，我就是双语直播的，也会跟大家讲天文、地理，只能说比较幸运，通过东方甄选平台遇到了一帮志同道合的人”，董宇辉在接受媒体采访时感叹道。

## “董宇辉”能复制吗？

东方甄选的成功让直播圈为之注目，然而这样自带壁垒的直播形式能否被广泛复制？

“其实很多新东方老师上课都像董宇辉一样自带段子，上课时时不时来个幽默。”前新东方一对一教师Lisa告诉时代周报记者，“想成为‘董宇辉’的难点在于语言上的磨练，如何把内容简单、清晰地讲述出来，再

把知识串联到直播中推荐的商品上，最后以一个欢乐的形式呈现，这才是最难的。”

以董宇辉在直播间销售图书《DK博物大百科》为例，他在介绍该书时，涉及了生物学、化学、天体物理学等多个交叉学科，“这本书最开始是讲岩石，在这些岩石中，有跟我们人体一样的元素。比如我们身体里有铁元素，取出来可以做一根7厘米的钉子……”

在新东方的直播中，没有“宝宝”“亲亲”等烂大街的称谓，也没有“3, 2, 1, 上链接！”等假装激动的口号，只有新东方名师丰富的教学经验、大量的知识储备、时不时穿插的段子，这让许多观看直播的人如沐春风。

“没看过直播的我，昨晚看了两个多小时，没有对货品的大肆吹捧，有的只是那份坚定、自信、诗书气，算是带货直播中的一股清流了。”一位微博网友这样说道。

前英孚销售何静告诉时代周报记者，每位培训机构的教师都很擅长打造个人IP，拥有个人魅力的教师原本在培训机构中就很容易脱颖而出。她表示，“新东方的名师转型做直播并不难，他们本身就具备推销自己的能力，曾经能让学生们喜爱，在直播中同样能让网友们喜爱。”

诚然，董宇辉火了，但这背后离不开新东方前期对直播的探索和积累，而后成功转型。一家教育公司通过直播“东山再起”的故事本就充满了励志，董宇辉则是新东方在探索直播模式中突破自我、勇于“自救”的典型。

“董宇辉的出圈跟背后公司、团队也有很大关系。”做过近5年教培老师的杨雨表示，2021年，受“双减”政策影响，杨雨失去了工作，转型期的她也开始尝试线上教学，“一个人‘单枪匹马’是不行的，半年多了，我的抖音账号粉丝只有3000。”

在著名顶层设计专家、清华大学品牌营销顾问孙巍看来，“讲课+带货”的直播带货的新模式并不是那么容易被复制的。“个人想要复制新东方模式比较难，未来可能会有一些教育公司学习这个模式。”

另外，孙巍还表示，新东方直播带货的方式并不是原创，而是直播带货与新东方培训文化的有效结合，目前来看取得了一定进展，是绝处逢生中很有意义的探索。

网经社电子商务研究中心生活服务电商分析师陈礼腾亦告诉时代周报记者，用户最终关注的其实还是产品本身的竞争力。在产品品质过关的前提下，新东方直播团队长期输出多样性内容，让用户保持新鲜感，才能让此种直播带货模式可持续。不过这类直播对于主播的要求过高，并不易复制。■

# 全球95%电子烟来自中国 其中七成产自深圳

时代周报记者 黄嘉祥 发自深圳

中国电子烟行业迈入合规时代，企业出海步伐加快。

2021年，全球电子烟市场规模达800亿美元，国内电子烟出口规模达1383亿元人民币，同比增长180%。6月15日，2022电子烟行业第六届规范发展宣贯会暨首届出口服务发展大会举办，中国电子烟专业委员会公布了这组数据。

电子烟行业诞生之初，也曾经历一段野蛮生长期。

近年，监管不断强化，已将电子烟纳入烟草体系进行统一监管。《电子烟管理办法》自今年5月1日起施行，明确禁止销售除烟草口味外的调味电子烟。电子烟强制性国家标准将于今年10月1日起实施。电子烟行业面临至关重要的达标大考。

中国电子烟专业委员会理事长姚继德表示，国内雾化行业正处关键机遇期，市场环境逐渐规范，行业标准逐渐明确，底层技术不

断创新，雾化产业在出口领域将继续保持过往良好势头，并可能迎来新一轮增长。

国内电子烟一诞生就以出口为导向，海外历来是各大电子烟企业的主战场。

总部位于深圳的全球雾化科技巨头思摩尔国际(06969.HK)，2021年出口收入（直接和间接出口）达90.82亿元，占总收入66%。

深圳是电子烟产业中心。宝安区投资推广署副署长卢基贤在大会上表示，当前，全球95%以上的电子烟生产及产品来自中国，中国70%来自深圳，深圳95%以上来自宝安。宝安是电子烟产业重镇，2021年全区电子烟产值311亿元，较2020年增长1倍，规模以上企业41家。当前，宝安致力于打造千亿级的电子烟产业集群。

宝安区政府执行专员凌小禄说，希望电子烟各企业能不断拓展海外市场。

电子烟出海加速。当天大会发布的《2022年电子烟产业出口白皮书》（下称《蓝皮书》）显示，国内电子烟

制造及品牌企业超过1500家，超过七成企业以产品出口海外为主；预计中国今年电子烟出口规模将达到1867亿元人民币，预计增长率达35%。

《蓝皮书》预计，今年电子烟全球市场规模达1080亿美元，其中一季度就达到250亿美元；预计出口市场中，美国占比58%，达到733亿美元，是全球最大市场，欧盟及英国为24%。电子烟的渗透率接近30%。

多家深圳电子烟企业负责人认为，海外市场增长迅速，对企业也提出更高要求。电子烟出海，夯实技术优势、赢得国际市场话语权是关键。企业应直面挑战，加快技术革新，实现品牌转型升级。

深圳云普嘉航科技股份有限公司（下称“云普嘉航”）是探索出海的电子烟企业之一。云普嘉航由劲嘉股份(002191.SZ)全资子公司深圳劲嘉新产业科技有限公司控股。

云普嘉航董事长李敏表示，在全球电子烟合规化发展的趋势下，以及国家对电子烟行业的监管检测逐步规范，合规性成为行业刚需。目前，国

内雾化电子产品出口仍存在部分难题，包括运力短缺等。时代周报记者了解到，深圳正在着力解决电子烟航空运输链条存在的瓶颈。

今年，深圳机场与中国电子烟专业委员会等相关方，在摸清电子烟产品涉及的航空运输危险特性及运输标准的基础上，共同研究出台电子烟产品白名单企业认定标准和空运出口差异化安检操作指引。

深圳机场集团副总经理王穗初表示，白名单标准对推动全球电子烟行业运输规范也具有重要促进意义。未来将从航线、运力上更好地匹配、满足电子烟企业出口需求，助力本地企业更好地参与国际竞争。

李敏也提出三项解决电子烟出海难题的建议，一是深圳机场作为白名单的发起单位，联动电子烟协会、机场、航司、鉴定机构，推进合规合理的快速安检规则；二是配合电子烟协会、整合行业资源协同航司，确保运力充沛；三是在尾程服务方面，协同国内外大型企业量身定做，解决海外仓配送到门的最后一步服务。■

1307.6  
万人



1080  
亿美元



# 超40家银行暗战6·18 争夺蔓延至理财业务

时代周报记者 郭子硕 发自广州

往年6·18电商大促期间，银行通常和各大电商平台合作，推出信用卡支付优惠活动。今年，银行除了继续在信用卡领域发力，也打响了理财营销战。

银行提高对理财业务的重视，也反映出银行理财竞争进入新阶段。易观分析金融行业高级分析师苏筱芮告诉时代周报记者，从信用卡业务，到“信用卡+理财”业务，这反映出当下银行业机构的重点发展领域是理财业务。

“银行希望为客户提供更多的理财选择，丰富收入来源。”苏筱芮分析。

## 信用卡业务争夺战

信用卡业务仍是银行必争之地。

今年“6·18”期间，仅京东一家电商平台，就有包括中国银行、建设银行、工商银行等超过40家银行参与信用卡支付优惠活动。消费者在京东支付订单时，选择不同信用卡，可享受不同的满减优惠。

以建设银行为例，6月21日前，信用卡持卡人在淘宝、天猫平台购买指定0分期手续费商品，选择符合该行条件的信用卡分期支付，享受满300元减20元，还可享最高24期0分期手续费。6月13日至6月末，南海农商行推出限时分期费率优惠活动，最低费率每期仅为0.19%，折算年利率最低可达3.42%。

部分银行的信用卡活动则打破线上和线下壁垒。招商银行推出“手机支付，笔笔返现”活动。信用卡持卡人使用手机支付交易，单笔消费满18元就可参与刮取消费金优惠券活动，最高返6180元。民生银行携手京东联合打造“6·18”专属会场，推出支付有礼、开户有礼、到店有礼等活动。

为开拓新用户，中国银行、邮储银行、徽商银行、东莞农商行等均推



出信用卡首次绑定优惠活动，引导消费者在微信和支付宝等第三方支付平台，以及京东、淘宝等互联网电商平台绑定信用卡。持卡人使用信用卡首次绑定支付，可享受“返现”“立减”等优惠。

不过，“首绑”认定标准繁琐。以光大银行的信用卡为例，同一客户号、同一身份证号、同一手机号等符合任意条件，均视为同一客户，主副卡持卡人视为同一客户。该行活动细则显示，如同一客户名下有多张光大信用卡，必须在2022年1月14日前所有卡均未绑定过微信支付才可参与活动。持卡人若绑定过腾讯系产品，例如QQ、财付通等，均视为不符合要求。

此外，部分银行还宣传助力小微企业备战购物节，拉拢B端用户。

为助力农产品销售，网商银行于“6·18”期间为100个农产品产业地区的电商用户提供免息贷款，支持农产品商家备战“6·18”，促进农产品线上销售。此外，南粤银行推出粤易押，年化利率为单利4.35%起，授信金额高达1000万元，经营一年（及以上）的小微企业主和个体工商户均可办理；三年免息后本，到期续贷不还本，资金

无缝衔接担保费用为每年0.75%。

## 争夺蔓延至理财业务

银行“6·18”争夺蔓延至理财业务。

时代周报记者注意到，今年，多家银行理财搭上“6·18”营销快车，但多数银行的理财宣传还只停留在推荐理财产品层面，营销效果有限。

南京银行推出“南银理财6·16理财节”，贵阳银行推出爽盈门财富节。具体来看，投资人在活动期间购买理财产品，可享积分兑礼物；银行开设理财直播活动，邀请投资人士分享行业资讯；银行推出理财产品的费率限时优惠等。

微众银行称，6月8—22日，浏览活动页面的用户用新资金购买持有期28天，以及上稳健理财产品，每新增一万元购买金额，将奖励500积分，最高奖励5万积分。按积分兑换规则，5000积分可兑换50元话费，“499积分+0.1元”可兑换5元京东卡。贵州银行、南京银行等邀请金融专业人士直播科普理财知识，分享他们对权益市场投资的观点。

银行营销策略转变，反映出理财业务的战略地位升级。

《中国银行业理财市场年度报告(2021年)》(下称“报告”)显示，截至2021年年末，持有理财产品的投资者达8130万，创历史新高，同比增长95.31%。个人投资者仍是绝对主力，占比高达99.23%。

中国财富管理50人论坛近日发布专题报告称，理财市场竞争激烈，理财机构抢夺销售渠道动作频频，渠道拓展空间加速打开。“近年，银行理财产品同质化较为严重，理财销售竞争已从线下网点转移到线上。线上理财产品的销售成本更低，收效也更为明显。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任盘和林告诉时代周报记者。

在苏筱芮看来，银行推出理财活动，旨在通过营销拓展多元化理财产品渠道销售资源，以特色化、差异化的活动设计增强核心竞争力。“6·18”电商大促期间，居民消费需求旺盛，是各大银行信用卡业务争夺的主阵地之一。目前，银行理财销售竞争激烈。购物节流量密集，把握流量入口，就把握住了产品曝光率。”盘和林分析，银行理财宣传策略，正是从产品思维转向流量思维的体现。□

99.23%



# 首富被指操控狗狗币 投资者已损失约860亿美元

时代周报记者 周梦梅 发自广州

马斯克是非不断，热搜体质依旧。6月16日，狗狗币投资者基思·约翰逊对马斯克、特斯拉、Space X提起诉讼，索赔2580亿美元(约合人民币1.7万亿元)。“他们通过兜售狗狗币并推高其价格，随后又让价格暴跌。”该投资者向法院提交起诉书，指控马斯克、特斯拉和Space X涉嫌敲诈勒索。

狗狗币是一种加密货币。2013年，软件工程师马库斯和帕尔默共同推出根据柴犬模型创建的狗狗币，随后注册Dogecoin.com的域名，并设计出一张印有Doge表情的金币图片作为Logo，用来讽刺比特币。最初，狗狗币主要用作美国社交资讯论坛Reddit的打赏货币，后来逐渐成为加密货币圈热门品种。

约翰逊称狗狗币是金字塔骗局，既没有内在价值，也不是一种产品。马斯克多次在社交媒体发表狗狗币相关言论，影响价格走势。在大多数时候，马斯克发言后，狗狗币价格都会出现波动，两者呈现较为明显的联动效应。

据行情软件Tradingview数据显示，2021年全年，狗狗币的涨幅高达3533%。截至目前，狗狗币报0.0555美元/枚，较2021年5月的高点价格跌超90%。

“马斯克曾公开表态，可用狗狗币购买特斯拉产品，这一表态会对狗狗币的价格造成影响。”上海瀛泰律师事务所合伙人翁冠星律师对时代

周报记者指出，起诉人如能提供确凿证据，马斯克可能会面临巨额赔偿。尽管遭到起诉，马斯克依然我行我素。6月19日，马斯克在推特发文称将继续支持狗狗币，称“正在买入”。

此外，马斯克还面临其他困扰。近日，多名Space X员工联名呼吁，公司要与马斯克的超级网红形象划清界限。据媒体报道，Space X随即解雇了多名事件参与者。

## 狗狗币之父

马斯克自称“狗狗币之父”。

2019年愚人节，马斯克与狗狗币首次发生交集。当时，狗狗币官方账户在社交媒体发起评选狗狗币CEO投票。马斯克以绝对优势当选。“狗狗币大概是我最喜欢的数字货币，它超酷。”马斯克表示。

在大多数时候，马斯克在社交媒体发表与狗狗币有关言论后，就会出现奇妙的“价格联动效应”。

去年1月，马斯克在推特发布一张虚构的《Dogue》杂志图片，狗狗币价格随之大涨，一天内上涨9倍。同年2月4日，马斯克连发多条推文，宣称“不需要成为富翁就能拥有，狗狗币是人民的加密货币。”

当天，狗狗币价格大涨60%，市值达100亿美元，成为全球市值排名第八的加密货币。4月16日，马斯克发布“狗狗对月狂吠图”，狗狗币单日涨幅超200%。

马斯克的言论也曾引发狗狗币暴跌。

2021年5月8日，马斯克参加一档

知名娱乐综艺节目，并自称狗狗币教父。“他还预测，狗狗币是货币的未来，是一种不可阻挡的金融工具，并将接管世界。”

不过，马斯克也表态称，狗狗币是一场“骗局”。狗狗币应声暴跌，价格一度下跌近40%。

众多业内人士和机构先后发声，警示狗狗币风险。

2021年11月20日，澳大利亚央行发布投机性加密货币警告，告知投资者要警惕狗狗币等虚拟货币的风险。相关发言人表示，狗狗币、SHIB等加密货币的投资热潮由网红和名人推特引发，虽然市值不断增长，但没有任何有用功能。

今年4月末，火币集团联合创始人杜均提醒称，狗狗币几乎没有技术理念突破。持有人高度集中，前10名持有地址拥有全部流通代币的41.35%，少数用户容易操控价格，投资者要谨慎入场。

## 投资者损失约860亿美元?

约翰逊指责马斯克等操纵狗狗币价格，涉嫌敲诈勒索。

“被告自2019年以来就知道，狗狗币没有任何价值，但他们还在推广狗狗币，从中获利。”约翰逊在起诉书中称，马斯克利用世界首富地位运营和操纵狗狗币“金字塔骗局”，以获取利润。

据福布斯富豪榜，马斯克仍稳居全球首富，身价超过2130亿美元。

约翰逊估计，自马斯克开始推广狗狗币以来，投资者已损失约860亿

美元。他要求马斯克偿还这笔款项，并将赔偿额提高两倍至2580亿美元。

时代周报记者注意到，在特斯拉美国官网，特斯拉美国在线商店部分商品依旧接受狗狗币作为付款选项。

翁冠星分析指出，虚拟货币的市场价格波动幅度大，没有涨跌停制度，风险高企。投资虚拟货币应当具备足够金融科技知识，投资者要为基于真实意思而作出的投资行为负责，这是普通法系最重要的原则之一。

“马斯克曾在社交媒体公开表示可用狗狗币购买特斯拉产品。考虑到特斯拉的市场占有率，马斯克的这一态度很大程度上能影响狗狗币价格。”翁冠星表示，如马斯克趁机出售所持的狗狗币，就有可能构成市场操纵。

“投资者能否胜诉取决于证据和提出何种请求。”翁冠星表示，如果只是普通的市场波动导致投资者损失，尽管马斯克大量购买狗狗币且曾公开为狗狗币造势，法庭也很难支持如此高昂的赔偿请求。

“美国集体诉讼一般不是受害者发起，而是律师发起。律师主动联系受害者，通过任何可能的公开方式征集受害者的授权，代表他们进行集体诉讼。”翁冠星表示，在证券集体诉讼中，因涉案金额巨大，往往能为律师带来巨大收益。因此律师寻找各种机会提起大规模诉讼，以获取高额的律师费。

值得关注的是，马斯克此前曾多次涉嫌操纵股价而被起诉。今年4月中旬，马斯克因涉嫌操控推特股价，被投资者发起集体诉讼。□

# 广期所开市在即 按品种实行市场管理

时代周报记者 夏子轩 发自广州

广州期货交易所迎来开市倒计时。6月6日晚间,广州期货交易所(下称“广期所”)发布《广州期货交易所交易管理办法》等12项业务规则,明确了交易、结算、风险、期货交易者适当性、做市商、境外特殊参与者等相关办法,规则自发布之日起实施。

具体来看,12项业务规则分别是《广州期货交易所交易管理办法》《广州期货交易所结算管理办法》《广州期货交易所风险管理办法》《广州期货交易所期货交易者适当性管理办法》《广州期货交易所做市商管理办法》《广州期货交易所境外特殊参与者管理办法》《广州期货交易所期货公司会员接受境外中介机构委托开展特定品种期货交易业务管理办法》《广州期货交易所指定存管银行管理办法》《广州期货交易所异常交易行为管理办法》《广州期货交易所实际控制关系账户管理办法》《广州期货交易所套期保值管理办法》《广州期货交易所套利交易管理办法》。

6月7日,物产中大期货副总经理、首席经济学家景川向时代周报记者表示,广期所交易者适当性、境外特殊参与者方面是关注点。

《广州期货交易所期货交易者适当性管理办法》明确,个人开户门槛为10万元;《广州期货交易所做市商管理办法》明确,按品种实行做市商资格管理,净资产要求不低于人民币5000万元;《广州期货交易所境外特殊参与者管理办法》明确,若要申请

成为境外特殊参与者,需要净资本不低于3000万元人民币或者等值外币,持续经营2年以上。

“相对于基础商品而言,广期所更侧重于宏观因子以及中观行业领域的品种。”景川表示,由于碳排放、航运、天气等领域都涉及全球一体化,广期所国际化程度会更高,在投资者适当性的基础上无差别地吸引全球投资者应该是广期所品种交易的特征之一。

## 个人开户门槛10万元

12项业务规则发布,意味着广期所已从筹备、成立阶段到全面运行阶段,各项管理、服务工作已在有条不紊地进行中。

《广州期货交易所期货交易者适当性管理办法》规定,开户机构为单位或个人的客户,均应满足开通交易权限前连续5个交易日保证金账户可用资金余额均不低于人民币10万元或等值外币。

此外,需具有累计不少于10个交易日且20笔及以上的境内交易场所的期货合约或者期权合约仿真交易成交记录;或者近三年内具有10笔及以上的境内交易场所的期货合约、期权合约或者集中清算的其他衍生品交易成交记录;或者近三年内具有10笔及以上的境外成交记录。

《广州期货交易所做市商管理办法》显示,广期所按品种实行做市商资格管理,净资产要求不低于人民币5000万元或等值外币,广期所根据申请品种数量和市场情况,可以相应提高最低净资产数额。

景川认为,与传统商品交易所不同,广期所上市品种设计相对超前,包括碳排放、航运指数以及天气指数等,其标的品现货市场正处于培育期,其交易的交割基本以现金交割为主,市场风险将显著大于普通商品市场,对投资者适当性的要求也将明显提高。个人投资者参与广期所交易的门槛都可能高于其他交易所,这是对个人投资者的一种保护。

《广州期货交易所交易管理办法》明确期货及期权交易每周设5个交易日,每一个交易日分为夜盘和日盘交易时段。

具体来看,日盘交易分三个交易小节,分别为第一节9:00—10:15、第二节10:30—11:30以及第三节13:30—15:00,与其他期货交易所基本保持一致,夜盘交易品种由广期所另行公布。

对于异常交易行为处理,广期所可以据情节轻重采取自律管理措施。而被采取限制开仓自律管理措施的客户、非期货公司会员、境外特殊非经纪参与者,广期所将向市场公布。

出现异常交易行为并涉嫌违规的,广期所同时按《广州期货交易所违规违约处理办法》处理;涉嫌违反法律、法规或者规章的,广期所提请证监会立案调查。

## 开市在即

广期所一直备受资本市场关注。2021年4月19日,广期所顺利举办揭牌仪式,成为中国内地第5家期货交易所。

今年4月19日,广期所在揭牌成

立一周年之际官网正式上线,首次对外完整披露了证监会所批准上市的16个期货品种。

具体包括碳排放权、电力等事关国民经济基础领域和能源价格改革的重大战略品种,中证商品指数、能源化工、饲料养殖、钢厂利润等商品指数类创新型品种,工业硅、多晶硅、锂、稀土、铂、钯等与绿色低碳发展密切相关的产业特色品种,咖啡、高粱、籼米等具有粤港澳大湾区与“一带一路”特点的区域特色品种,以及国际市场产品互挂类品种。

广期所总经理朱丽红此前表示,碳排放期货等绿色发展类产品是核心战略板块。我国有世界上规模最大的碳市场,2021年生态环境部发放的免费碳配额约为43亿吨。碳期货上市后,中国有潜力成为全球最大的碳衍生品市场。

从股东构成上看,广期所是我国首家混合所有制交易所,股东包括证监会管理的4家期货交易所,2家广东国资企业、1家民营企业及1家境外企业。

“实现碳达峰碳中和,是推动高质量发展的内在要求。”朱丽红表示,广期所立足服务低碳转型发展的初心使命,坚持稳字当头、稳中求进的工作总基调,充分发挥市场枢纽功能,积极稳妥推进碳排放权、电力、新能源金属等绿色发展类期货产品研究上市工作。

随着业务规则的发布,预计接下来将进一步明确首批上市的新品种,广期所或将很快迎来与市场的正式会面。□

10

万元



## 积极助力稳住经济大盘 光大银行：发力绿色金融“贷”动低碳发展

“光大银行给了我们很多支持,特别是这次及时发放1亿元流动资金贷款,不仅效率高,而且利率合适,缓解了我们的燃眉之急。”浙江申联环保集团有限公司相关负责人表示。

光大银行作为金融央企“国家队”的一员,认真贯彻落实党中央、国务院关于碳达峰碳中和决策部署,聚焦“双碳”目标,优化资源配置、推动定价优惠、创新绿色产品,提高绿色金融业务覆盖面,促进经济社会发展绿色转型。

近期,为支持稳住经济大盘、助力经济增长,光大银行出台了六个方面22条具体举措,其中,针对“绿色发展”等重点领域加大金融支持力度,积极拓展风电、光伏、生物质能等碳减排优质项目,进一步提升碳减排贷款投放。截至2022年5月末,光大银行绿色贷款余额较年初增速超20%。

### “红星计划”支持绿色制造业民企健康成长

为引导资金更多流向实体经济重点领域和薄弱环节,降低实体经济融资成本,光大银行推出“红星计划”,对制造业、绿色贷款、“专精特新”等信贷项目赋予“红星”标识,每符合一项要素标记一颗“红星”,“红星”越多,利率优惠越大。

绿色制造业民企浙江申联环保集团有限公司,就是光大银行支持的“红星”企业之一。

该企业主要从事含铜金属废料回收再利用和危险废物处置,每年危废处置利用能力达52.7万吨,是国内处置工业废物品种最全、提炼金属品种最多、技术最先进的环境治理企业之一。光大银行与申联环保长期保持了良好合作关系。

5月下旬,受原材料价格上涨的影响,申联环保流动性资金紧张。了解这

一情况后,光大银行杭州分行充分运用“红星计划”专项优惠,仅用了一天时间,就为企业发放了低利率流动资金贷款1亿元,帮助企业实现废金属资源高效利用。

### “碳易通场景金融”服务电力企业保障能源安全

记者了解到,光大银行首创了“碳易通场景金融”模式,以全国碳交易所为平台,为参与碳配额交易的电力企业提供碳排放权质押融资、绿色债券、支付结算、账户管理等一揽子金融服务。

福州和特新能源有限公司是一家主营热电联产的高新技术企业,每年节约标煤2万多吨,减少二氧化硫排放1700多吨、氮氧化物排放500多吨。5月末,光大银行福州分行在了解到和特新能源的资金需求后,运用“碳易通场景金融”业务模式,为其制定专项金融服务方案,通过在人民银行征信中心动产融资统一登记公示系统,向企业发放流动资金贷款1000万元,帮助企业盘活了碳资产,保障了福州

市福清元洪投资区内20多家企业的能源供应。

### “碳减排支持工具”支持清洁能源高质量发展

光大银行主动响应人民银行部署,积极运用碳减排支持工具,为碳减排贷款项目提供低成本资金支持。据悉,光大银行近期获批的碳减排支持工具,涉及太阳能、生物质能源的利用设施建设和运营、能量系统优化3个领域的绿色项目,具备良好的碳减排效应。

近日,光大银行南京分行向阜宁县阜能能源有限公司发放碳减排项目贷款2.5亿元,用于阜宁县郭墅、羊寨、芦浦、板湖片区100MW屋面分布式光伏发电项目建设。该项目充分利用党政机关、学校、医院、村委会等公共建筑屋顶及工业厂房屋顶建设分布式光伏发电设施,采用“自发自用,余电上网”模式,实现绿色电力替代传统燃煤发电。项目建成后,预计每年可发电约1.24亿度,节省标准煤37882吨,减排二氧化碳122760吨,减排二氧化硫3720吨。

### “林权抵押贷款”为推进乡村振兴建设贡献力量

光大银行通过遴选优质林业资源,探索绿色权益担保模式,推进林权抵押贷款,将“绿水青山”真正变为老百姓的“金山银山”。

云南云景林业开发有限公司以“生态有利、林农有利、企业有利”为理念,采用“公司+农户+基地”合作种植等模式,将经营原料林基地建设和推动乡村振兴相结合。光大银行昆明分行在了解云景林业的经营模式和资金需求后,立即成立专项小组,制定“一企一策”服务方案,以云景林业5000亩林权为抵押,为其发放了流动资金贷款2亿元,用于采购林木及原材料、支付租地费和劳务成本,帮助企业扩大生产,助力普洱市山区百姓增收致富。

生态环境是人类生存和发展的根基。“绿水青山”离不开绿色金融的支持与守护。光大银行将继续深入落实碳达峰碳中和决策部署,有序推进绿色金融工作,积极对接各类结构性货币政策工具,持续提升全行绿色贷款投放规模,为助力稳住经济大盘、实现“双碳”目标贡献光大力量。(文/夏子轩)



# 近半年因违规被罚1578万元 外贸信托消费金融业务落寞

时代周报记者 郭子硕 发自广州

近日，央行营业管理部对中国对外经济贸易信托有限公司（下称“外贸信托”）的违法行为作出罚款407.1万元的行政处罚，并对时任消费金融事业部运营部总经理处以5.5万元罚金。处罚缘由为外贸信托存在提供个人不良信息，未事先告知信息主体本人，异议处理超期等违规事项。

此次处罚使外贸信托半年被罚金额上升至1578万元。今年4月末，外贸信托因应收账款真实性审查严重失职、未履行谨慎勤勉的义务，内控制度建设存在不足，被北京银保监局责令改正并予以100万元罚款。2021年12月，外贸信托因个人借款合同及费率管理不到位等11项事由被罚1080万元。

消费金融信托业务，是指信托公司为满足社会不同客户群消费需求而提供的，以消费信贷为主的金融产品和金融服务，包括信托公司与商业银行、消费金融公司、汽车金融公司等机构合作提供的消费贷款或分期服务，以及相关资产证券化产品等。

外贸信托股东实力雄厚，控股股东为中化资本有限公司（持股97.26%），实控人为央企中国中化控股有限责任公司（下称“中国中化”）。外贸信托的主营业务覆盖投资信托、服务信托、产业金融、小微金融、财富管理等领域。

外贸信托的消费金融业务隶属小微金融，始于2007年。2009年，外贸信托发行国内信托市场上首只个人消费信贷产品。据外贸信托官网介绍，该产品已向千万借款人发放贷款超千亿元。

“我们在行业内最早探索消费金融业务，持续推进产品迭代、加强自主风控。”外贸信托董事长李强曾公开表示，公司的消费金融业务正向资产服务、资产投资等方向加速拓展。

## 从惊艳到落寞

外贸信托的消费金融业务曾一度走在行业前列。

外贸信托是老牌信托机构，1987年成立，是中国信托业协会副会长单位之一，屡开行业之先。维信金科官网显示，2007年，外贸信托与维信金科达成合作，首创“担保+信托”模式，开展个人消费金融服务。2012年，维信金科与外贸信托再度合作汇金三号集合信托。

中国中化官网显示，2008年4月，外贸信托与捷信中国合作，开发国



内第一只消费信贷类信托产品，截至2009年12月，累计发放贷款已超过5亿元。

背靠实力雄厚的大股东，外贸信托的业务升级加速。2009年，外贸信托、捷信中国和国家开发银行联手推出合作项目。按约定，外贸信托发放个人消费贷款，并向国家开发银行转让信贷资产，转让所得资金进行循环放贷。三方合作，进一步扩大外贸信托消费金融业务规模，也让公司从被动型信托业务逐步向主动管理型信托业务转变。

此前，信托多是担当资金方角色，与资产服务机构或助贷机构合作放款。外贸信托更是捷信消费金融、马上消费金融和赫美小贷等多家消费金融公司和小贷公司的核心资金渠道。而外贸信托打破“资金渠道”单一角色，试图开创信托To C自营模式的先例。

2019年，外贸信托上线个人短期消费贷款APP先先呗，并推出先先分期、先先阳光等产品，直接向C端客户放款。该平台通过人脸识别等对用户身份进行认证，并通过联合建模、数据风控等对C端个人的信用资质进行评估，并可实现线上审批及支付等。

“在先先呗前，信托同业普遍按照To B通道模式布局消费金融业务。”信托业内人士认为，先先呗上线后，信托业将诞生首家从To B通道模式向To C自营模式转型的信托公司。

但外贸信托转型最终还是以失败告终。目前，“先先呗”APP已从安卓应用商城下架，虽然苹果应用商店仍保留“先先呗”APP，但版本更新

时间已停留在一年前。

与此同时，近年消费金融信托入局者众，竞争激烈。中国信托业协会调研发现，截至2020年年末，44家信托公司开展消费金融业务，并将其作为信托公司业务转型的重点方向之一。2020年，五矿信托、华能贵诚信托和中航信托三家公司累计规模为9825.77亿元，占合计累计规模的80.84%。曾经的消金信托龙头竞争力有限。

据中国信托业协会2021年11月发布的《中国信托业发展报告（2020—2021）》（下称《报告》），总体消费金融信托业务规模稳步上升。截至2020年年末，消费金融信托业务累计规模近1.22万亿元，较2019年上升28.45%；业务余额3196.41亿元，较2019年下滑37.34%。

目前，外贸信托的事业部包括消费金融事业部、中小企业金融事业部、产业金融事业部、证券信托事业部、投资管理事业部以及财富管理中心。虽然并列六大事业部，不过消费金融的重要性似乎有限。

外贸信托的消费金融业务落寞，或可从年报中窥知一二。

时代周报记者查阅外贸信托2021年年报发现，“消费金融”一词仅出现过两次，且未披露消费金融业务规模。

## 合规难题待解

外贸信托曾屡次在消费金融业务上栽跟头。

2020年，外贸信托曾陷入争议。据广东省中山市中院发布的一则执

行裁定书，2018年至今，外贸信托在该院有142件针对不同对象的民间借贷合同纠纷案件。该院于2020年5月28日书面通知申请执行人外贸信托，要求其在收到通知后五日内向该院提交公司向不特定对象发放贷款的相关金融许可手续。

对此，外贸信托紧急回应称：“外贸信托已于1987年经原中国银监会批准获得金融许可证，获得包括‘贷款’等在内的经营权限。各类贷款活动均是在监管部门的直接监管及指导下依法合规开展，不存在未经许可、非法放贷的情况。”

2021年12月31日，北京银保监局通报外贸信托存在贷款用途管理不到位，部分贷款资金流入股市、房市；个人借款合同及费率管理不到位；借道合作机构变相进行不同集合资金信托计划之间信托财产的相互交易等11项违规问题。

北京银保监局责令外贸信托改正，给予其1080万元罚款的行政处罚，并对四位相关人员作出警告，分别罚款5万~10万元不等。

4个月后，北京银保监局再次指出，外贸信托因应收账款真实性审查严重失职、未履行谨慎勤勉的义务，内控制度建设存在不足，被责令改正并予以100万元罚款；主要负责人则被终身禁止从事银行业工作。

据时代周报记者不完全统计，在黑猫投诉平台上，涉及外贸信托的相关投诉已超400条，投诉问题集中在外贸信托作为资金方，但公司合作平台存在捆绑收费、高利息、砍头息等问题。

“在消费金融信托业务中，信托公司一般是与消费金融公司、小额贷款公司等开展合作，如果合作对手违法违规，信托公司同样要承担业务风险。”《报告》指出，消费金融信托业务存在法律风险、金融科技风险、合作机构违法导致的风险以及消费贷个人不能还款的风险。

《报告》分析，受竞争激烈影响，从消费金融信托业务的专业管理能力角度来看，信托公司对待消费金融业务的态度较为谨慎，如何在头部集聚效应明显的信托行业中，吸引新的客户并挖掘客户需求，提升主动管理能力，成为发展消费金融信托业务的难点和重点。

2021年，外贸信托实现营业收入33.48亿元，同比增长8.2%，近三年保持稳步增长；净利润16.45亿元，同比增长15.79%。截至2021年年末，外贸信托注册资本80亿元，信托资产管理规模1.11万亿元。■

400

条

◀

# 光大证券6天5涨停 一把手空缺两月终于落定

时代周报记者 夏子轩 发自广州

光大证券迎来赵陵时代。

6月14日晚间，光大证券（601788.SH；06178.HK）公告称，董事会选举赵陵为新任董事长，监事会选举梁毅为新任监事长。

光大证券成立于1996年，总部位于上海，是证监会批准的首批三家创新试点证券公司之一。它先后于2009年8月和2016年8月分别在上交所及港交所上市。

截至今年一季度，光大证券共设有分公司14家、证券营业部244家，分布在全国30个省、自治区、直辖市的122个城市（含县级市）。

4月20日，因工作调整原因，闫峻辞去董事长一职。同日，光大证券监事会收到监事长刘济平辞职报告。据媒体报道，闫峻被撤销党内职务，职级降为光大集团部门副职；刘济平被处留党察看一年，职级降为光大证券部门副职。

历时两个月后，光大证券高层人

事调整尘埃落定。赵陵和梁毅两位老将主持光大证券工作。

公告显示，赵陵1972年出生，入职光大证券前为光大银行党委委员、副行长、董事会秘书，历任光大银行总行资金部职员、交易室副处长、投资交易处处长、总经理助理、副总经理、副总经理（主持工作）、总经理，金融市场部总经理，首席业务总监；光大永明资产董事、光银国际投资有限公司董事、光大银行（欧洲）董事。

梁毅出生于1966年，毕业于中国人民大学，法律硕士。此前，他是光大集团风险管理与内控部/法律部资深专家，光大金瓯资产管理有限公司董事。梁毅2000年加入光大集团，历任法律部法律处副处长、处长，法律部主任助理、副主任，风险管理与内控合规部/法律部副总经理。

今年一季度，光大证券营收、净利双降。

一季度，光大证券实现营收21.81亿元，同比下降34.45%；归属于上市公司股东的净利润6.66亿元，同比下降4.39%；基本每股收益为0.13

元/股，同比下降13.33%。光大证券表示，营收减少主要是本期手续费及佣金净收入、投资收益及其他业务收入同比减少所致。

具体来看，光大证券今年第一季度实现手续费及佣金净收入15.52亿元，同比下降22.50%。其中，经纪业务手续费收入8.79亿元，投资银行业务手续费净收入3.17亿元，这两项手续费业务收入在去年同期分别为10.70亿元和5.83亿元。

从投资方面来看，光大证券今年一季度实现投资收益4.99亿元，较2021年一季度的8.95亿元，同比下降44.22%。光大证券表示，投资收益下滑是因为处置及持有的金融资产取得的收益减少。

值得注意的是，在各项收入业务中，光大证券的其他业务收入板块下滑幅度最大。

一季度报显示，光大证券其他业务收入6155万元，同比减少92.08%。光大证券对此解释道，主要是大宗商品交易收入减少。

自6月2日以来，光大证券连续9

个交易日大涨。6月8—15日，6个交易日出现5次涨停。6月15日，光大证券报收于19.93元，上涨9.99%，月内已累计上涨超70%。数据显示，持有光大证券的股东户数超过20万。

不少投资者猜测，光大证券正在重演2020年6月行情。彼时，光大证券股价在3连板后，短暂调整两天，随后连续4个交易日涨停，股价触及阶段高点30.91元/股。光大证券估计从10元左右涨到30元以上，涨幅近200%。

6月15日早间，光大证券公告称，6月10日、6月13日及6月14日连续3个交易日日内收盘价格涨幅偏离度累计超过20%，属于股票交易异常波动情况。公司自查并向控股股东书面发函查证，截至公告披露日，不存在应披露而未披露的重大事项或重要信息。

展望未来，光大证券表示，将进一步锚定“建设中国一流投资银行”的战略目标，以“价值领先、特色鲜明”为两大战略愿景，坚持“稳字当头、稳中求进、进中求优”的发展基调，坚定不移地推进“市场化、专业化、集约化”改革，努力实现高质量发展。■

244

家

▶

# 中植系意图收缩金融业务？ 中融信托出清中融基金51%股权

时代周报记者 周梦梅 发自广州

中融信托计划将所持中融基金51%股权脱手。

6月13日，经纬纺机(000666.SZ)公告，公司子公司中融信托拟以不低于15.04亿元的评估价，公开挂牌转让所持中融基金管理有限公司(下称“中融基金”)全部51%股权。

“《公开募集证券投资基金管理人监督管理办法》出台之后，监管机构对公募基金的股东背景做出了更高的要求。”中融基金相关负责人对时代周报表示，此次股权转让将为中融基金引入专业性和实力更强的新股东。

中融信托相关负责人则向时代周报表示，本次转让是为了落实回归本源、突出主业的监管要求。该人士还补充指出，转让中融基金股权主要是为了促进业务回归信托本源，削减非信托主业投资，进一步凸显信托主业定位，符合战略发展规划和长远利益。

中融信托是老牌信托机构，早在1987年就已成立，前身是哈尔滨国际信托投资公司。它是中植企业集团有限公司(下称“中植集团”)的核心金融平台之一。

**2002年，中植集团出资1.2亿元参与哈尔滨国际信托投资公司的重组，这是为“中植系”进军金融的开局之作。2010年，经纬纺机受让中植集团一部分股权，成为中融信托第一大股东。年报数据显示，截至2021年年末，中融信托自有资产 327.16 亿元(合并)，公司及各子公司受托管理资产总规模8123.08亿元。**

2021年12月18日，“中植系”创始人解直锟去世后，中融信托董事长刘洋上位，成为“中植系”新一代掌门人。如今，解直锟离世已经半年，中融信托脱手中融基金，是否意味着“中植系”开始收缩金融业务？

## 质押51%股权换取6亿元流动资金

股权转让前，中融信托已将上述所持中融基金51%股权质押出去。

2021年8月，经纬纺机公告称，中



融信托通过质押中融基金51%股权，获取中国信托业保障基金有限责任公司(下称“信保基金”)流动性支持资金6亿元，这部分资金将于2022年9月16日到期。公告还称，中融信托与信保基金开展的流动性支持业务融资，是行业内通常的合作模式，有利于增强资产流动性，提高资产使用价值，拓宽融资渠道，为信托业务转型发展提供支持。

目前，这部分股权仍存在质押情况。经纬纺机6月13日公告明确，本次股权转让之前，中融信托将偿还以上拆入资金，以解除股权质押。

经纬纺机和中植集团是中融信托的前两大股东，持股比例分别为37.47%、32.99%。中融信托和中植集团旗下上海融晟投资有限公司(下称“上海融晟”)持有中融基金全部股权，持股比例分别为51%、49%。

截至今年一季度末，中融基金的总资产、总负债和净资产分别为11.46亿元、5263.44万元和10.93亿元。2021年，中融基金的营业收入和利润总额分别是4.69亿元和9644.62万元。今年一季度，中融基金实现营收9898.83万元，但亏损额已超过800万元。

公告显示，本次交易定价依据的审计报告、评估报告基准日均为2021年12月31日。中融基金股东全部权益价值评估结果约为29.48亿元，较账面价值增值18.48亿元，增值率为

168.03%。据此，中融基金51%股权对应权益评估值为15.04亿元。

尤为值得一提的是，公告明确：上海融晟放弃优先受让权。截至今年3月末，中融信托及下属子公司(不含中融基金)认购中融基金所管理的货币市场基金合计33.73亿元。中融信托与中融基金不存在经营性往来。目前，中融基金也不存在担保、诉讼与仲裁等或有事项。

## 多款信托产品违约

中融信托旗下多个信托项目出现兑付困难的情况。

5月27日，中融信托发布临时管理报告称，中融承安96号集合资金信托计划(下称“中融承安96号”)A1类信托单位自动进入延长期。B类股权收购价款面临延迟支付的风险，如届时信托财产尚未变现完毕的，B1类信托单位将面临延期风险。

无独有偶，4月20日，塔牌集团(002233.SZ)、微光股份(002801.SZ)等接连发布公告，购买的中融信托产品(“中融—融沛231号”产品)出现展期情况。塔牌集团公告称，全资子公司以自有资金2000万元认购的中融信托产品，因项目方未能支付本息，信托计划项下存续的全部信托单位展期25个月，预计收回全部投资本金和收益日期是2024年4月30日。

时代周报梳理发现，中融信托多个延期兑付项目里的信托资金，

投向了房地产行业。具体来看，中融—融沛231号产品的投资项目资金投向为世茂中山新光天地；中融承安96号的信托资金最终用于融创武汉1890项目033地块的开发建设。

房地产业市场行将下降，多家信托公司踩雷。

用益信托网研报指出，据公开资料不完全统计，2021年共计披露违约风险的280款项目中，涉及金融约1500亿元。其中，房地产信托项目涉及金融约为917亿元，占全部违约金额的61%，成为违约重灾区。

2020年以来，房地产信托规模持续承压。中国信托业协会数据显示，截至2021年年底，全行业资金信托规模为15.01万亿元，投向房地产行业的规模为1.76万亿元，占比11.74%，同比下降2.33个百分点。

不过，中融信托目前仍持有巨量房地产信托，投向房地产行业的资金占比高于行业平均水平。

中融信托2021年年报显示，截至2021年年末，中融信托存续信托计划1187个，受托管理资产6387亿元。从投向领域来看，实业、金融机构、房地产占比靠前，分别为40.61%、32.52%、14.02%。以此计算，其投向房地产业务的信托资产金额为895.45亿元。

中融信托也尝到苦果，踩雷多家房地产公司。

今年，中融信托多只产品卷入华夏幸福爆雷事件。1月中旬，中融信托旗下涉及华夏幸福的集合信托计划—华夏幸福的“融昱100号”和“骥达11号”宣告违约，这两笔信托计划本息共计11.2亿元。由于与华夏幸福债务重组谈判不顺畅，2月，中融信托表示无法接受华夏幸福的债务重组方案后，对媒体公开称“正在准备起诉”。

中融信托大股东并未视而不见。

经纬纺机在年报中坦言，当前实体经济尤其是房地产行业走势低迷，因融资环境整体紧张导致流动性问题频发，中融信托部分相关项目也被迫出现延期情况，信用风险、流动性风险呈现阶段性放大的情况，业务经营与投资者关系进一步承压。■

1.2  
亿元



# 年内226只基金提前结束募集 同业存单基金成“新宠”

时代周报特约记者 桥伊 发自广州

受市场行情大幅波动影响，部分小基金公司权益基金发行依旧举步维艰。

Wind数据显示，截至6月13日，上证指数收3255.55，年内最大回撤达-21.58%。大幅震荡行情让基金发行遇冷，今年内已有13只公募基金发行失败。当中大部分新基金发行失败的基金公司都规模较小，如同泰基金截至今年一季度末，规模仅为26.52亿元，金顺元安基金规模仅为246.45亿元。

股债发行均遇冷，部分产品提前结束募集。时代周报梳理发现，今年以来，已有226只新发基金产品提前结束募集，当中又以同业存单基金份额最高，多只规模破百亿元。

业内人士分析预测，未来同业存单指数基金的前景广阔，万亿市场值得期待。

## 基金发行遇冷

对于普通发行的新基金，基金发行成功需要满足的条件是：自募集日开始的3个月内，基金募集金额不少于2亿元人民币且基金认购人数不少于200人。而基金发行失败，绝大部分的原因都是在发行期内，也就是3个月的

时间没有募集到2亿元金额。

时代周报梳理发现，13只基金产品发行失败之中，6只为股票型及偏股混合型基金，7只为债券型及偏债混合型基金。

其中，规模最大的为国富基金。5月9日，富国基金发布公告称，富国稳健恒远三年持有期混合型证券投资基金(013454.OF)基金合同不能生效。该产品的认购时间为2022年2月9日至5月6日，是三年定开的权益类产品。数据显示，富国基金是市场规模排名前十的基金，管理基金数量高达422只，资产规模达8483.56亿元。

“基金发行失败，与当下基金市场整体情绪较差有关。”一位第三方代销机构从业人士告诉时代周报，富国基金发行时间恰逢市场急跌的区间，市场情绪低迷导致投资者信心不足，投资行为更加慎重，选择也偏好避险资产；另一方面，上海疫情期间，居家办公也对发行工作有影响。

头部基金公司发行遇冷，中小基金公司更是寸步难行。

以同泰基金为例，截至目前，已有同泰同享A(013924.OF)及同泰自主创新A(014940.OF)两只新发基金发行失败。Wind数据显示，同泰基金是一家位于深圳的个人系公募基金基金管理公司，截至6月13日，同泰基

金管理规模仅为28.83亿元，旗下共有39只存续产品，规模最大的一只有6.25亿元。

“中小基金公司自身渠道布局能力较头部薄弱，优质基金经理、投研人员储备也相对稀缺。”上述第三方代销机构从业人士表示，市场行情不佳，中小基金公司的产品发行也愈加困难。

据Wind数据统计，2021年5月末，市场新发行基金总量为14440.36亿份，而今年同期，新发行基金总量为4851.93亿份，降幅明显。

## 同业存单基金成“新宠”

尽管市场较为冷淡，但今年仍有不少产品提前结束募集。

Wind数据显示，今年以来，已有226只新发基金产品提前结束募集，认购份额最高的是近期百亿爆款频发的同业存单基金。截至目前，已有15只同业存单基金成功发行，其中6只规模达百亿上限，分别归属招商基金、平安基金、汇添富基金、广发基金、国泰基金及嘉实基金，大机构的“吸金”能力依旧领先。

实际上，同业存单基金作为短期流动性管理的新品种被追捧也早有预期。

时代周报梳理发现，目前，市场上已上报相关同业存单产品备案

的基金公司达116家，加上部分结束募集但未正式成立的基金，同业存单指数基金总规模已逼近千亿元大关。

“年后市场的大幅下跌，无论权益类产品还是债券基金表现均不稳定，资金倾向于短期投资也推动了同业存单基金的火热行情。”创金合信基金有关人士告诉记者，同业存单基金期限短、申赎费用为0，给有现金管理需求的投资者提供了新的选择。

“资管新规后，银行理财产品也可能亏损，使得其他类别的现金管理产品备受关注。”业内人士预测，未来同业存单指数基金的前景广阔，万亿市场值得期待。

值得关注的是，随着5月后市场行情转好，市场赚钱效应开始显现，不少产品开始反弹，一些新能源、光伏等主题基金反弹幅度达30%，从业人员对于后半年的基金发行也逐步转为乐观，部分基金公司也选择延长募集期限。

数据显示，今年5月以来，已有22只基金延长募集期限(以募集结束时期计算)，其中15只为权益类基金。“延长募集期能够增加产品发行的成功率。”一名基金从业人员向时代周报分析指出，今年权益类产品发行困难，基金公司选择延长产品募集期限或是为了抓住行情回暖的窗口期，争取新产品顺利发行。■

226  
只



## HEALTH · 大健康

# 药企争相布局新能源 真转型还是蹭热点？

时代周报记者 杜苏敏 发自广州

“当下不投新能源，就像20年前没买房。”在转型情感博主2个月，知名经济学家任泽平再因惊人言论引发舆论关注。

中汽协数据显示，过去十年，国内新能源汽车销量从2012年的不到1.3万辆，攀升到2021年的352.1万辆，市场规模以惊人的速度扩张。与此同时，诸多房企、药企也没能逃过“新能源大蛋糕”的诱惑，纷纷跨界入行。

时代周报记者梳理发现，包括海辰药业(300584.SZ)、富祥药业(300497.SZ)、延安必康(002411.SZ)在内的医药企业，都在近几年入局或加码新能源赛道。

新能源赛道前景火爆是一方面，企业能否抓住时机获得更好发展却是另说。以海辰药业为例，宣布布局新能源业务后，股价并未趁势飞起，甚至被投资者吐槽“不务正业”；富祥药业则因入局新能源“挪用”医药项目资金遭到质疑。

“医药企业进入新能源电池原材料行业是可行的，在战略上也是正确的。”6月16日，汽车分析师张翔在接受时代周报记者采访时表示，“最近两年，新能源汽车行业发展迅速。新能源汽车销量增长加上电池容量增加，电池原材料正处于井喷发展阶段。而传统的医药行业属于较饱和状态，产能过剩、资金过剩，资本进入到新能源相关领域是顺理成章的事。”

## 真转型还是蹭热点？

与恒大、宝能等房企亲身下场造车不同，医药企业多数选择布局新能源的锂电产业链。

6月10日晚间，海辰药业公告，拟定增募资不超4亿元，用于抗新冠原料药关键中间体建设(年产150吨)和年产5000吨锂电池电解液添加剂等项目。

在此之前，海辰药业的主营业务是化学制剂、原料药及中间体的研发、生产、销售。据海辰药业介绍，上述锂电池电解液添加剂及150吨抗新冠原料药关键中间体建设项目的实施主体为公司的子公司安庆汇辰药业有

限公司，实施地点为安徽省安庆市高新区。

该公司称，该项目的实施旨在抓住当下新能源电池领域及抗新冠口服药领域的发展机遇，完善产品战略布局，稳固公司竞争优势，保持长期可持续发展。

电解液是锂电池四大核心材料之一，被称为锂电池的血液。电解液添加剂是锂电池电解液的重要组成部分，占电解液质量的5%~8%，占电解液总成本的15%~30%。目前常用的电解液添加剂主要有碳酸亚乙烯酯(VC)、氟代碳酸亚乙烯酯(FEC)和亚硫酸丙烯酯(PS)和DTD等。

根据QY Research数据，2019年中国锂电池电解液添加剂产量达到了1.15万吨，预计2026年将达4.90万吨，2020—2026年复合增长率达到27.14%。

海辰药业方面认为，公司锂电池电解液添加剂项目建设满足了日益增长的市场需求，有利于增强公司的经济效益，提高市场竞争力。

但业内人士却提出质疑，在海辰药业的项目可行性研究报告中，并没有看到相关技术、人员和生产能力储备的论证。此外，锂电池电解液添加剂项目与公司现有业务的市场环境、销售模式、销售客户均不相同，如何控制风险，公司也没有给出具体论证。

对此，时代周报记者以投资者身份联系海辰药业证券部，相关人士回应称，锂电池电解液添加剂项目现在还在建设阶段，目前正在建设厂房和筹备中。“锂电池电解液添加剂属于化工产品，我们药企也一直有化工方面的人才积累，所以说，从技术方面看，我们是有这一方面的积累的。”

对于产品研发出之后要面临的风险，该工作人员表示，公司在这方面也有研判。对于具体如何操作、团队搭建，以及市场调研方面，公司也在同步进行当中。“未来的事情，我也只能做好准备，具体能不能做好，这个还是后话，现在也不好多说。”

## 是否“耽误”正业？

富祥药业则在去年宣布入局新能源。

2021年10月13日，富祥药业公告披露，取得年产6000吨锂电池添加剂、400吨医药中间体项目备案证明。

今年1月7日，富祥药业再度加码。公告称，公司拟向特定对象发行股票募投项目“富祥生物医药项目”的部分募集资金2.39亿元，及使用向特定对象发行股票募投项目“年产616吨那韦中间体、900吨巴坦中间体项目”的节余募集资金0.53亿元，合计2.92亿元用于建设“年产10000吨VC和2000吨FEC项目”，以保障公司中

长期持续稳定地发展。

对于富祥药业“挪用”医药项目资金加码新能源，有投资者认为其“不务正业”。

同样受到关注的还有延安必康，一家成立于2002年的化学制药企业。公司主营业务为医药中间体、农药中间体、新能源新材料产品的研发、生产和销售。

九九久科技是延安必康发展新能源新材料产业的重要子公司，主营业务包括了新能源、新材料和药物中间体三大板块，主要产品包括六氟磷酸锂。

2020年，六氟磷酸锂从年初的10.7万元/吨暴涨至年底的56.5万元/吨，涨幅超4倍。受此影响，2021年上半年，延安必康的新能源类业务(六氟磷酸锂)实现收入6.7亿元，占总营收的19.41%，同比增长480.58%。

尝到新能源的甜头后，延安必康一度想要剥离医药业，将业务转向新能源。2021年12月，延安必康发布公告称，与南华生物(000504.SZ)签订了资产收购意向协议书，就延安必康持有的部分医药类资产进行出售，同时收到了江苏省有关新能源项目扩产预审的函。

然而，还没等延安必康将医药业务剥离，公司业绩就爆雷。2021年10月，延安必康发布业绩预告，称公司2021年归母净利润为9.50亿~10亿元。原以为业绩终于扭亏为盈，半年后延安必康却将原先业绩预告修正为亏损7.80亿~8.80亿元。

对于修正原因，延安必康解释称，“受疫情影响，公司在审计过程中的函证问询工作无法正常开展，基于谨慎性原则，公司对应收账款根据预计可回收金额单项计提坏账准备。对于资产减值测试方面，基于谨慎性原则，公司对各资产组计提减值。”

此后，延安必康多次延期披露2021年度报告及2022年第一季度报告，截至目前仍未披露，并于今年5月5日被实施停牌，至今仍未复牌。

受此影响，延安必康的股价一路走低，从2021年9月最高时17.99元/股，跌至停牌前的6.55元/股，市值为100.36亿元。■



# 医保目录调整前夜 创新药迎降价潮

时代周报记者 韩利明 发自上海

国家医保目录调整前夕，急性髓系白血病(AML)靶向治疗药物唯可来(维奈克拉片)再降价。

6月15日，上海好信药房工作人员向时代周报记者表示，该店在售的唯可来(100mg×14片)单盒价格从4860元降至3835元，降幅超过1000元。此外，唯可来(50mg×7片)售价从超1400元降至1129元，降幅超19%。目前仍不能使用医保卡购买唯可来。

唯可来是艾伯维(ABBV.US)旗下独家重磅产品，在华获批上市仅18个月，已连续2次主动降价。

2021年7月，唯可来(100mg×14片)从5950元/盒降至4860元/盒，降价18.3%。

唯可来是我国首个获批的B细胞淋巴瘤因子-2(Bcl-2)抑制剂。

目前，国内尚未有同靶点品种获批。在没有同类竞品上市的情况下，唯可来连续两年在国家医保目录调整之际主动降价，业界认为，这是艾伯维意欲推动唯可来进入中国医保目录。

6月13日，国家医保局发布《2022年国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录调整工作方案》及相关文件公开征求意见稿。在此节点，多家药企主动调价以示进入医保目录的决心。

以罗氏制药治疗脊髓性肌萎缩症(SMA)新药利司扑兰口服溶液为例，该药此前售价一度超过6万元/瓶。6月9日，山东药械招标采购平台公告显示，该药挂网价格下调为1.45万元/瓶。

## 打破创新疗法僵局

急性髓系白血病是成年人最常见的白血病类型，特征为髓系细胞异常增生和分化，伴随严重的并发症和高死亡率。

中国医学科学院血液学研究所、血液病医院魏辉教授曾表示：“急性髓系白血病一般起病较急，病程短，从起病到确诊一般不超过几个月。AML的治疗主要有三个方式，即化疗、造血干细胞移植以及靶向治疗。”

多种治疗方式加持下，60岁以下的大部分患者能够治愈。但并非所有患者都能耐受标准的强化疗，达到完全缓解。不耐受强化疗的患者可选择的治疗手段有限，中位生存期可能只有6~10个月。

“唯可来打破了急性髓系白血病治疗领域近几十年无突破性创新疗法的僵局。”中国医学科学院血液学研究所、血液病医院副院长王建祥教授曾表示，“临床研究中，唯可来显著延长了患者的总生存期(OS)。”

2016年4月，唯可来获美国食品药品监督管理局(FDA)批准，用于治疗慢性淋巴细胞白血病(CLL)、小淋巴细胞淋巴瘤(SLL)，成

为全球首个获批上市的B细胞淋巴瘤因子(Bcl-2)抑制剂。2018年11月，唯可来获批AML适应症。

2020年12月，唯可来获药监局附条件批准，与阿扎胞苷联合用于治疗因合并症不适合接受强诱导化疗，或者年龄75岁及以上的新诊断的成人AML患者。

目前，唯可来已在全球20多个市场获批。据艾伯维财报，唯可来2021年全球净收入18.2亿美元，截至2022年第一季度，唯可来全球净收入4.73亿美元，报告层面增长16.9%，营运层面增长21.1%。

## 市场潜力巨大

唯可来是一款Bcl-2口服小分子靶向药，通过结合并抑制BCL-2，释放促凋亡蛋白，从而杀灭癌细胞。Bcl-2是调控细胞凋亡的关键蛋白之一，在人类的多种肿瘤组织和细胞中过表达，与肿瘤的发生、发展及耐药密切相关。

据弗若斯特沙利文报告，2018年细胞凋亡靶向治疗全球市场规模为3亿美元，预计至2023年将增长至49亿美元，其间复合增长率为70.1%。唯可来是目前全球唯一获批上市的针对细胞凋亡机制药物，市场潜力巨大。

国内已有包括百济神州(06160.HK; 688235.SH; BGNE.US)、复星医药(02196.HK; 600196.SH)、亚盛

医药(06855.HK)和广州麓鹏制药等四家企业布局Bcl-2靶点。

据中泰证券研报，百济神州自主研发的BGB-11417是潜在同类最优的Bcl-2抑制剂。百济神州2021年年报显示，报告期内已完成BGB-11417的临床前及新药临床试验申报前研究，预计在今年启动对BGB-11417的关键性临床试验。

复星医药的FCN-338在中国境内和美国均已获批开展临床试验。FCN-338是复星医药旗下子公司复创医药研发的Bcl-2选择性小分子抑制剂。2020年10月29日，复创医药以4.4亿美元，将FCN-338在除中国大陆及港澳地区外的全球其他区域的独家权益授予礼来(LLY.US)。

亚盛药业是国内Bcl-2抑制剂进展最快、临床开展最多的企业，拥有3款BCL-2小分子靶向药。

其中，APG-2575是国内首个进入关键注册临床阶段且具有明确疗效的Bcl-2选择性抑制剂，正在全球范围内开展涉及多个血液肿瘤和实体瘤适应症的临床试验。

继LP-108后，广州麓鹏制药推出第二款Bcl-2抑制剂LP-118。2021年9月，LP-118完成首例患者给药。据公司官网介绍，LP-118是目前全球领先的新一代Bcl-2抑制剂，能克服第一代Bcl-2抑制剂维奈克拉(Venetoclax)耐药突变，在血液肿瘤和实体瘤中具有广泛的应用潜力。■

6.7  
亿元



# 女子搏击热度攀升 俱乐部仍看天吃饭

时代周报记者 何明俊 发自广州

唐山烧烤店打人案引发社会热议，一名女子被拽到店外街道上遭遇多名男子持续踢打。尽管9名涉案人员已被全部抓获，但女性安全保障的讨论并未中断。

2017年综合格斗MMA世锦赛52kg冠军林荷琴在微博上发文表示，“我作为职业运动员建议，练习格斗类的对抗运动，有助于提升身体素质及心理素质，在遇到危机时可能会让人更冷静、沉着，为逃脱和呼救创造机会。”

曾拿下多个世界冠军的中国自由搏击运动员、“KO女王”汪柯茵接受时代周报记者采访时也表示，“练习搏击可以给自己创造更多时间，不一定把对方制服，但至少有时间让自己逃脱。”

“练过和没练过是有区别的。搏击训练可以刺激我们在面对攻击时身体形成条件反射。”从事女子搏击运动推广、某搏击俱乐部合伙人韦如嫣告诉时代周报记者，“面对攻击，我会产生条件反射。面对歹徒，我也不会斗狠，会先示弱然后瞄准对方最弱的部位攻击，然后赶紧逃跑。”

前有唐山烧烤店打人案“女子学搏击自保防身”的呼声，后有张伟丽在新加坡举行的UFC 275比赛中KO对手，女子搏击运动的热度持续攀升。

当前，搏击运动仍是小众市场，搏击俱乐部盈亏尚处“看天吃饭”状态。值得注意的是，近年女性消费者对搏击运动的关注，正逐渐改变搏击市场的不景气。

## “高手”出场费3万~10万元

女子搏击不仅可以健身塑形，还可训练女性面对危机的反应。这项运动在国内仍处起步阶段。

2000年中国武术散打王争霸赛在北京开赛，拉开中国搏击项目职业化序幕。2004年，河南卫视《武林风》结合搏击运动与大众娱乐，使搏击运动进入公众视野。

此后10年国内搏击市场未出精品，直到2014年《昆仑决》出现，将这项运动推至新热度。

汪柯茵介绍，“女子搏击运动员



的数量比男子搏击运动员要少得多，总体在四六开或三七开的状态。”

当前，国内搏击运动分为体制内运动员和商业性质俱乐部选手，他们的生存状况完全不同。体制内运动员主要参加世锦赛、奥运会在内的比赛，而商业性俱乐部选手则参与各类职业赛事。

汪柯茵告诉时代周报记者：“每个省给运动员的支持标准存在一定差异，经费每年百万元左右；商业性质俱乐部中，水平高的选手各方面待遇较好，刚起步的较差，部分零基础的还需自费。”

2010年接触搏击后，韦如嫣便辗转在不同搏击俱乐部一边上学一边训练，2013年后从泰拳手转型至自由搏击，开始参加各种职业和业余搏击比赛。

据其介绍：“训练一两年后，就可以一边比赛一边训练来赚钱。没有疫情的时候，C级比赛运动员出场费1000元至1万元，A级比赛3万~10万元不等。”

**据时代周报记者了解，零基础选手通常需要先经过3~5年的训练，才能参加比赛。在此之前，需向俱乐部缴纳包含吃、住、训练在内的费用，每年1万~5万元不等。**

参加比赛后，搏击俱乐部与运动员的奖金分成大多为三七或四六开，部分高水平运动员则可以分成比例谈至二八。

强如张伟丽的格斗选手，可以通

过自身强大吸金能力打造团队为自己服务。而顶层以下选手仍须依靠俱乐部，否则可能面临无比赛可打的尴尬局面。搏击俱乐部之间的赛事资源差别极大，这也直接影响运动员收入。

“大部分俱乐部的赛事资源没有那么多，一些运动员几乎2~3年没有一场比赛打。俱乐部平台好，赛事资源多的，运动员一年可以打8~10场比赛，几乎每个月稳定打一场。如果能够打上国际赛事、ONE冠军赛、UFC之类的，那运动员的生活完全就不成问题。”韦如嫣说，“但到达顶端的人非常少，在中国也就那么几位。”

## 搏击俱乐部运营难度不低

2014—2018年，是搏击运动高速发展期，大批职业搏击俱乐部成立。搏击俱乐部数量迅速增多，囊括职业、业余、少儿等方向。

据时代周报记者了解，这些年来，退役搏击运动员大多选择做搏击教练；部分人脉关系好的运动员可从事赛事经纪；也有水平较高者选择与人合伙或独立开设俱乐部。

搏击俱乐部收入来自学员交费、运动员奖金以及外部投资。

传统搏击俱乐部与健身房运作模式相似，可通过团体课程和私教课程进行盈利。一节搏击私教课价格在300~500元不等，二三线城市起始价在200~250元之间，学员买课越多，单节课程价格越低。

近年，亦有俱乐部以学院的模式

运作，通过与学校合作，学员学习后可拿到高中或大专毕业证。学院模式超出单纯的健身房模式，既可以向行业输出运动员，还可输出教练、赛事等。

时代周报记者从业内人士处了解到，投资一家搏击俱乐部要看所在地区和面对的群体，比如面向儿童的俱乐部不需要高端的地段，房租、前期装修、水电和人工合计约10万元的投入；而开设高端、成人的需要50万~100万元不等的投入。

职业搏击俱乐部则相对特殊，对资本的投入要求不高，但对赛事资源、比赛胜率以及教练团队则有着较高要求。

搏击俱乐部投入门槛看似不高，但实际运营难度不低。

2018年退役后，韦如嫣从选手转至幕后运营管理，深度参与搏击俱乐部运作。她所在的搏击俱乐部同时面向职业和业余两大群体。

“50~100名学员是搏击俱乐部的盈利标准线。”低于标准线则意味着俱乐部陷入亏损，但这是针对以选手为根基的俱乐部。韦如嫣表示，另外一种俱乐部的模式就是借助赛事资源做背书，从而吸引有水平的职业搏击运动员加盟。“要么培养几个牛人，要么靠赛事资源吸引牛人。”

韦如嫣认为，搏击行业依然没有形成体系化运作的商业模式：“近两年受疫情影响，大部分俱乐部都处于亏损状态。我认识的很多老板，一部分是有另外的本职工作，投资搏击俱乐部只是情怀；一部分是由专业团队来运作，有专门对口的店长、销售、教练等。”

现如今，对于从业者而言，面向女性消费群体更容易让俱乐部在寒冬中“活下去”。

京东消费及产业发展研究院报告指出，京东销售情况显示，女性消费者对于力量型运动器材更加青睐，2021年购买商品件数同比增长65%，女性消费者在武术搏击运动上的成交金额增速也显著高于男性。

韦如嫣打算未来开设针对女性和少儿的搏击运动国际品牌。“现在行情确实不好，行业内有很多东西还比较缺少，我可能会选择出去学习后再考虑开设一家新拳馆。”她说。□

# 最后一届巴菲特午餐 拍出1.28亿元天价

时代周报记者 何明俊 发自上海

股神沃伦·巴菲特“最后的午餐”拍出了1900.01万美元的天价，约合人民币1.28亿元。

受新冠肺炎疫情影响而中断两年时间的巴菲特慈善午餐，于北美时间6月12日19时30分在eBay上开拍，6月17日结束拍卖，起拍价2.5万美元。中标者最多可携带7人与巴菲特在纽约知名的Smith&Wollensky牛排餐厅共进午餐，这家餐厅自2004年开始便承接巴菲特午餐，是巴菲特最喜欢的餐厅之一。

巴菲特午餐拍卖结束后，拍卖所得善款将全部捐给美国非营利组织格莱德基金会，具体的午餐时间由巴菲特方与中标方共同协定。

目前，巴菲特已是91岁高龄。2022年将会是最后一届巴菲特慈善午餐拍卖活动，格莱德基金会没有说明具体原因。巴菲特最近一次接受媒体采访时表示，自身健康状况非常好，且没有计划退休。

## 中国人曾拍下最贵一餐

巴菲特的慈善午餐拍卖活动源自2000年。

第一届巴菲特慈善午餐由美国商人Peter Budlong获得，价格为2.5万美元。此后，美国拍卖业商人Jim Halperin and Scott Tilson连续拍

下了2001年和2002年的巴菲特慈善午餐，价格分别是2万美元和2.5万美元。在格莱德举行现场拍卖的三年，赢家支付的价格并不高。而当拍卖活动被搬至线上平台后，来自全球的买家纷纷出价，拍卖中标价越来越高。

2003年，巴菲特慈善午餐首次在eBay上公开拍卖，成交价格瞬间跳涨10倍。对冲基金绿光资本创始人David Einhorn以25.01万美元的价格获得与巴菲特一同用餐的资格。

2004年，巴菲特慈善午餐的价格依然维持在25万美元。

2005年，一位匿名者以35.11万美元拍下午餐资格，次年中国商人首次现身于巴菲特慈善午餐拍卖活动。

2006年，步步高董事长、投资人段永平以62.01万美元拍下巴菲特慈善午餐，成为首位与巴菲特共进午餐的中国商人。2008年，私募教父、赤子之心中国成长投资基金创始人赵丹阳以211.01万美元的价格拍下午餐，这一价格也刷新了巴菲特慈善午餐的拍卖价。

自此之后，巴菲特慈善午餐的中标价稳定维持在100万美元以上。

在段永平、赵丹阳之后，时任天神娱乐董事长的朱晔、波场币创始人孙宇晨都曾拍下巴菲特慈善午餐。其中，尤以孙宇晨2019年的456.8万美元中标价最出风头，孙宇晨支付的价格也成为至今为止，巴菲特慈善午餐中标的最高价格。

## 有人“封神”，有人深陷

巴菲特慈善午餐的美食并不能让买家心甘情愿地掏出百万美元。

巴菲特在Smith&Wollensky吃的49美元五分熟牛排配15美元薯饼，再加上一杯樱桃可乐，远远不及亿万富豪们一顿奢华大餐的价格。

巴菲特慈善午餐的神话，来自于股神的声誉和几无禁忌的讨论。能够亲耳聆听股神的见解，或许会给人以启发。

尽管四位中国中标者曾拍下巴菲特慈善午餐，但并非每一位中标者都有所受益，段永平是目前所知唯一的连续两次与巴菲特共进午餐的中国商人。

2006年，作为巴菲特中国信徒的段永平，在拍下午餐后带上当时声名未显的黄峥一同赴宴。

两人与巴菲特共进午餐后，段永平践行价值投资，更加坚定地持有拼多多、网易、腾讯等股票，黄峥则在离开谷歌投身互联网创业，段永平后来也成为了黄峥拼多多的股东之一。

2008年，赵丹阳带着段永平赴宴。作为知名基金的创始人，赵丹阳向巴菲特推荐自己持有的“物美商业”股票，使得该股票在4个交易日内大涨24%。赵丹阳获得上亿元的收入，直接覆盖211.01万美元的中标成本。

正是赵丹阳的一手荐股操作，巴菲特慈善午餐新增了“不谈论个股”的规则。

2015年，天神娱乐董事长朱晔以234.6万美元拍下巴菲特午餐，并在饭后向外界释放股神青睐的信号。随后半年内，天神娱乐股价从66元上涨至最高价125元。

然而，2018年天神娱乐巨额亏损，朱晔深陷债务泥潭并被列为失信被执行人。

目前，天神娱乐已更名为“天娱数科”(002354.SZ)，朱晔所持有的股份也被冻结和轮候冻结。

要数最充满争议的中国中标者，非孙宇晨莫属。

孙宇晨的波场币属于加密货币，而巴菲特一向毫不掩饰对加密货币的厌恶。2019年，孙宇晨以456.8万美元的天价拍下午餐后“突发肾结石”，将饭局延期至2020年1月。

与此同时，孙宇晨通过送加密货币、送手机等方式，拉近与巴菲特距离并向其推荐加密货币。

从赵丹阳、朱晔的经历中可以看出，巴菲特的名字在投资领域确实好用。与巴菲特共进一次午餐，一定程度上相当于获得了股神的背书。

由于无人清楚历届中标者在饭局中与巴菲特具体的讨论内容，因此更让巴菲特慈善午餐显得尤为神秘。

**如今，巴菲特慈善午餐已落槌定音，今年的中标者又会是谁呢？eBay显示，最后的角逐在3号买家和10号买家之间展开，最后结果显示，3号买家以1900.01万美元拍得。**□

CULTURAL TOURISM  
文旅ESTATE  
地产CONSUMPTION  
消费AUTOMOBILE  
汽车TECHNOLOGY  
科技THE TIME WEEKLY  
时代周报TIME INDUSTRY  
产经  
专业视角洞悉产业变革

18-19 | 暗战6·18

## 隐秘的超级主播徐国豪

时代周报记者 李馨婷 发自广州

徐国豪是谁？老牌社交应用上曾经的王牌主播。

很多人并不知道他，直到一则与他有关的官方公告发布，徐国豪这个名字才一夜爆红。

6月16日晚，江西省抚州市税务局网站发布消息称，网络主播徐国豪涉嫌偷逃税款，经查证后，决定对其追缴税款、加收滞纳金并处罚款共计1.08亿元。

按被迫缴金额看，此前，徐国豪的年收入可能是天文数字，已完全可以跻身超级主播行列。

但不同于薇娅、雪梨等具有破圈知名度的带货主播，网络上，关于徐国豪“辉煌”往事的讨论，大多只停留在社交应用直播圈内部。

徐国豪陌陌名为“徐泽”，曾在2019—2020年间，拥有“陌陌一哥”的称号。“2019—2020年，徐国豪当红时，整个陌陌都是他的新闻，直播圈里，他就是‘走路带风’一样的存在。”6月17日，陌陌主播张显（化名）对时代周报记者回忆道。

张显与徐国豪在2018年就认识，见证了徐国豪的爆红与跌落：靠着“大哥”摩尔（疑似币圈知名人物林庆星）的巨额打赏，徐国豪在2019年一夜爆火，并曾在2019年11月获得高达1157万元的单月收入。同年，靠着摩尔单次数百万的打赏，徐国豪还两次获得MOMO现场巡乐会冠军，分别与罗大佑、林志炫同台演唱。

但到了2021年，林庆星因涉嫌犯罪被警方控制，同一时期，徐国豪也离开陌陌直播圈，踪影难觅。

“徐国豪的事，在圈内是一个时期的缩影。”张显对时代周报记者评价道。在张显看来，徐国豪的经历，是无数靠着“榜一大哥”红极一时的秀场主播的故事之一。随着相关监管逐渐完善，直播圈的野蛮掘金时代，已逐渐远去。

## 超级主播暴富史

徐国豪曾经只是一名普通主播。根据自媒体“今日网红”发布于2019年的专访报道，徐国豪2013年毕业于西安建筑科技大学舞蹈系，毕业后曾在汽车4S店短暂地做过销售。2016年，徐国豪成为一名陌陌主播。

“最早期的直播形式是唱歌、讲脱口秀，后来就变成了与主播连麦PK的形式。”6月17日，与徐泽关系较近的主播肖伟（化名）对时代周报记者回忆道。

即便曾在直播方式上寻求改变，

但直到2019年，入行3年的徐国豪也只能算是小有名气。在层出不穷的新人面前，并无特别优势。直到2019年3月，一个名为摩尔的用户进入徐国豪的直播间，徐国豪不温不火的主播生涯开始改变。

“大哥”摩尔在陌陌圈内有“神豪”（即：花钱极多的用户）之称，在摩尔的阔绰打赏下，徐国豪在主播圈地位一路飞升。

张显告诉时代周报记者，徐国豪当红时，在陌陌长期处于霸榜状态。“每晚星光值（1元人民币=100星光值）都是第一，有时候甩第二名接近1亿星光值（100万元）。十几个主播一个月的星光值，加起来都不如他一天的收入。他直播间里大哥的消费，高得让你怀疑人生。”张显感慨道。

据今日网红统计，2019年7月—7日，徐国豪以230万元的收入成为全平台收入冠军。其中，摩尔的周打赏金额超194万元；同年8月19—25日，再度拿下全平台主播收入第一的徐国豪，收入高达372万元；同年11月，徐国豪单月收入更是高达1157万元。

从上述3项数据看，徐国豪在2019年一个半月间，直播间收入就已达到1759万元。此外，在2019年的3场MOMO现场巡乐会上，徐国豪的直播间收入更是达至约4500万元。

张显告诉时代周报记者，到淡出直播圈时，徐国豪的账号已经达到80级的满级水平。“按平台规则推算，徐国豪退出时，他直播间的累计打赏金额起码在亿元级别。就算与平台或经纪公司分成，徐国豪的收入也已经是千万元级别。”

随着收入以不可思议的速度猛涨，徐国豪的个人风格及直播间画风也在转变。

在还未走红的2018年，徐国豪曾参加某社交平台推出的音乐计划，6月17日，一位参与过当年音乐计划的工作人员告诉时代周报记者：“徐泽私底下人还不错，挺有礼貌。”

在张显的记忆中，走红之前，徐国豪的直播风格较为含蓄内敛，“但走红之后，他就变得很狂了”。

根据目前网上流传的徐国豪直播录屏片段，走红时期的徐国豪，PK连线主播时，显得十分亢奋。“听到了吗弟弟？你连给我提鞋都不配！”“欺负你怎么了？叫爸爸”等话信手拈来。同一时期，直播间观众对徐国豪的观感，不乏“嚣张跋扈会起节奏”等评价。

外界对走红后作风张扬的徐国豪自然贬大于褒，但张显告诉时代周报记者，许多讨厌徐国豪的人，本质上都是讨厌他的“大哥”摩尔。“随便打一场PK，对面的主播打出10万~20万



徐国豪涉嫌偷逃税款，经查证后，决定对其追缴税款、加收滞纳金并处罚款共计1.08亿元。

（折合人民币1000~2000元）的星光值就已经不错了，但徐国豪这边，动不动就来个10亿~20亿的星光值，摩尔的打赏金额实在高得太夸张。”张显感叹道。

## 主播背后的“神豪”

从2019年3月后爆红，到2020年年底离开直播圈，尽管曾红极一时，徐国豪的“花期”却不算长，梳理公开资料可知，他的直播事业，与摩尔的事业起伏息息相关。

目前，尚无法从官方渠道确认摩尔的身份，但张显与肖伟等人士均将摩尔的现实身份关联为林庆星。

天眼查显示，徐国豪唯一关联的公司，为江西泽木影视有限公司（以下简称“江西泽木”），该公司成立于2020年12月，徐国豪任法定代表人、执行董事、总经理。该公司注册资本2亿元，其中，林庆星出资额高达1.98亿元，疑似该公司实际控制人。

据媒体报道，林庆星是福建人，十分有经商头脑，很早就进入币圈，据行业传言，他曾拥有10万个以上的比特币。

天眼查则显示，除了江西泽木，由林庆星主要投资或担任法定代表人的企业，还包括抚州汤显祖计算机科技有限公司、江西九木科技（集团）有限公司与莆田创世纪科技有限公司（下称“莆田创世纪”）。

莆田创世纪成立于2017年11月，注册资本为10亿元，林庆星占股95%，许志杰占股5%并担任公司执行董事兼总经理。同年12月28日，莆田创世纪以1.18亿元竞得莆田市荔城区黄石商贸物流园地块。

成立莆田创世纪的同一年，林庆星的另一家关联企业抚州市创世纪科技有限公司（以下简称“抚州创世纪”）在江西抚州成立。天眼查显示，抚州创世纪注册资金1000万元，其中许志杰占股95%。

公开资料显示，抚州创世纪成立当日，便进驻森鸿科技产业园。该公司为德国Genesis Mining（GM公司）作为投资方、林庆星作为技术方共同投资设立的中外合资企业，主要投资建设“抚州创世纪超算中心”。

而GM公司是一家2013年创立的挖矿企业，向全球客户提供算力托管服务。2017—2020年间，林庆星可以说出尽风头。

据《湄洲日报》2019年12月的报道，建立在莆田市荔城区黄石商贸物流园地块之上的莆田创世纪超算数据中心项目，占地约171亩，当时计划投放48万台超级计算服务器，总投资200亿~260亿元人民币。

2019年4月29日发布的一篇名为《“劳模风采”江西省五一劳动奖章获得者——林庆星》，则将林庆星表述为“业内公认的分布式超算架构经验布道者。”据公开信息，林庆星还曾担任抚州市人大代表。

对照经历可知，徐国豪的当红时期，也是林庆星事业的巅峰期，只不过，好景不长。

2021年10月13日，抚州市人民代表大会常务委员会第97号公告显示，林庆星因涉嫌严重违法犯罪，请求辞去市四届人大代表职务。如今，抚州创世纪也已处于关停状态。

“大哥”跌倒后，6月16日的偷逃税公告，也正式宣告了徐国豪直播事业的终结。

在通告发布当晚，社交直播平台中，“徐国豪”与“徐泽”都已没有搜索结果。据肖伟透露，离开陌陌直播圈后，徐国豪曾在抖音低调开设一个名为“纯纯粹粹”的账号，但如今，该账号发布的作品均已删除，只剩7段徐国豪此前录制发布的歌曲音乐。

“徐国豪应该还是想直播的，毕竟，按他过去的经历，做什么能有直播来钱快？”肖伟对时代周报记者说道。

只不过，就算没有任何意外出现，徐国豪的直播事业，也无法回到当初。

今年5月，中央文明办、文化和旅游部、国家广播电视总局、国家互联网信息办公室联合发布了《关于规范网络直播打赏 加强未成年人保护的意见》。该意见规定，网络平台应在本意见发布1个月内全部取消打赏榜单，禁止以打赏额度为唯一依据对网络主播排名、引流、推荐，禁止以打赏额度为标准对用户进行排名。

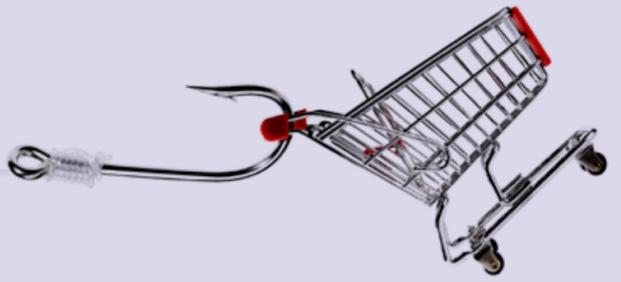
秀场直播的野蛮掘金时代已经过去。□

1157  
万元1.98  
亿元

# 暗战6·18

进入“存量时代”，平台、商家、消费者都在大促中寻找着自己的新位置。商家越来越意识到，持续发展与私域流量的重要性，盈利、赚到钱，想方设法活下去才是关键；消费者的消费观念也在发生改变，盲目消费、冲动消费成为过去式，合理规划、高性价比成为消费主流。

与此前相比，6·18或许不再那般火热，但作为一大刺激大众消费热情的购物节，谁也不愿真正舍弃它。与此同时，新玩家还在不断入场，希望能分羹一杯。新形势下，平台、商家、消费者都在大促中寻找着自己的新位置。



## 商家谨慎、顾客犹豫、销量难料 我们为何仍然需要6·18？

时代周报记者 杨玲玲 发自广州

为6·18狂欢的人正越来越少。“今年只是简单参与。”6月17日，南京某母婴品牌负责人告诉时代周报记者，仓库刚恢复运营，好多进口产品来不及备货，货跟不上，也就没办法参与促销。

“总体来看，今年的电商年中大促有些‘冷淡’，大众在线上线下的消费积极性变得更理性，毕竟是关乎‘钱包’的事情，大家也会合理安排。”6月17日，网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青表示。

大促本是平台创收的一把利器。以2021年双十一为例，天猫和京东的交易总额分别为5403亿元和3491亿元，两大平台在双十一期间累计交易总额达到8894亿元。

“目前，我还没看到一个平台发布6·18的GMV数据。”6月17日，一家中型科技公司的创始人对时代周报记者感慨称，流量红利期过后，平台们开始用供应链、体验、服务等代替GMV成为关键词，相较于往年的火力全开，今年6·18更像是一场暗战。

平台转变，源于商家和消费者的利益诉求正在发生变化。

商家越来越意识到，持续发展与私域流量的重要性，盈利、赚到钱，想方设法活下去才是关键；消费者的消费观念也在发生改变，盲目消费、冲动消费成为过去式，合理规划、高性价比成为消费主流。

进入“存量时代”，平台、商家、消费者都在大促中寻找着自己的新位置。

### 商家要流量也要利润

鸡蛋放在一个篮子里风险太大，今年6·18，商家把多平台运营玩得越来越溜。

“天猫、京东、抖音等都参加了，对于我们来说，不同平台有不同的机会。”6月17日，深圳有哈科技有限公司CEO芦胜波向时代周报记者表示，“所以要研究各平台的特点，做很多针对性的功课。”

芦胜波以其所在的宠物用品赛道举例，抖音的爆发力很强，但对产品的内容属性有一定要求。比如，是否可以用好的视频内容呈现；淘宝和京东等电商平台相对成熟，从宠物这个细分品类的消费人群来看（70%为女性），淘系的用户基础会更好一些，但京东也有快速响应以及物流等优势。

商家根据不同平台的效能，投入不同的资源，最大限度获得收益。

“抖音是今年重点发力渠道，6·18期间，抖音平台单日品牌GMV超2000万元。”6月17日，羽绒服品牌鸭鸭相关负责人告诉时代周报记者，虽然夏季是羽绒服的淡季，鸭鸭还是主打反季概念参与。

“天猫的玩法逻辑和抖音玩法逻辑不一样。在天猫，羽绒服的销售主要集中在下半年。而抖音是兴趣电商‘货找人’的逻辑，看似在冬季消费者才有需求的羽绒服，在最热的夏天也能售卖。”该负责人表示。

按照天猫平台的规则，一般情况下，冬季相关季节性品类无法参与年中预售。鸭鸭在天猫是服饰榜单的TOP5，天猫在6·18给鸭鸭额外开放了部分预售名额，这些预售名额鸭鸭

主要用来上新款进行测试，为下半年99划算节、双十一的发力提前做准备。

6·18原本是京东的店庆日，如今演变成天猫、京东、拼多多等电商巨头同场竞技。今年，继抖音、快手等短视频平台之后，微信视频号也加入进来。

“微信视频号的相关活动我们也有参与，不同品牌的参与程度不一样。”在新宝股份相关负责人看来，目前流量较为分散，虽然抖音、快手、小红书等社交平台以及新兴平台均有参与，但是效果与预期目标有差距，还需要一些时间的沉淀。

相较于往年，今年大促整体表现更为平稳，没有出现此前那种狂飙的态势。对此，新宝股份相关负责人表示，不管外界环境如何改变，对于小家电而言，仍然是以产品为主要抓手，最终回归到消费者手中的是好产品，



如产品功能、产品体验、产品外观颜值等。

### 消费者要折扣也要品质

6·18另一个明显的变化是，相较于对销售数字的追捧，电商平台的重心正在发生转移：由挤压商家利润空间向规范运营、服务商家转变。

“我们一直提倡科学养宠，还有专门的动物行为学家，今年明显感觉到天猫平台对宠物的关注度更高了，按道理来说，5月和6月应该是淘宝天猫最忙的时候，他们还是邀请我们的动物行为学家过去进行培训交流。”芦胜波说，往年平台召集商家开会，更多谈论的是预算、产品、策略等问题。

即使在让利走量情况下，盈利成为悬在头顶的一把利剑，仍有不少商家认为参与大促利大于弊。

“今年的结果比预期还好一点，这跟推出新产品有很大关系。”6月18日，一名小家电商家告诉时代周报记者，“6·18期间，平台给了新锐品牌不少扶持，所以信心很重要，越是困难的时候越要坚持。”

“提振商家信心也是在提振消费者信心，所谓的纾困，在今年更多的表现是并肩作战，例如物流畅通、金融补贴、回复商家经营等措施方面，这和以往对商家大力优惠的策略是完全不一样的。”网经社电子商务研究中心特约研究员陈虎东表示。

对消费者来说，今年6·18，各种杀熟手段、基于价格优惠的明降暗升少了，促销规则也变得更加简单，如天猫满300元减50元，京东满299元减50元，被称为最有诚意的折扣力度。

“买了衣服、电扇、烤箱、垃圾袋、卫生纸。”6月17日，上海白领余晖（化名）告诉时代周报记者，淘宝、京东、拼多多都用了，几个平台比价，谁性价比就高就用谁。

“小区最近网购多，各路快递员把包裹全摆在大门口旁边的地上，每天下班取快递的场面比菜市场还热闹。”余晖告诉时代周报记者。

“平台直接让利消费者，比如跨店满减、保价等，也更注重通过直播和内容种草等方式促进消费，携手商家共同渡过难关。”6月18日，上海财经大学电子商务研究所执行所长、电子商务专业教授崔丽娟告诉时代周报记者。

虽然“狂欢”不再，但6·18大促作为一个刺激大众消费热情的节点，仍有其存在的必要性。■

## 家电6·18大战：苏宁高端家电大卖 国美5天卖破5亿

时代周报记者 陶娅洁 发自北京

今年6·18大促期间，以往被忽略的线下3C实体店频传“捷报”。

时代周报记者从国美方面获悉，自国美全面启动真值6·18大促活动以来，6月1—5日，线下门店总销售额突破5亿元。冰箱、空调、彩电位列销售额前三，3C类产品前十名销售总额达4000万元，同比增长200%。

苏宁易购实体店也迎来销售小高峰。

据苏宁6月1日发布的《6·18家场景消费报告》数据显示，苏宁易购6·18首轮爆发期门店4万元以上家电套购买家数同比提升43%，其中“90后”消费者套购率占比超六成。万元以上高端家电销售同比增长78%，其中，大尺寸8K电视、大容量双开门冰箱热销，销售涨幅分别达64%、87%。

“线下店销售明显上涨，一方面是因为促销活动，另一方面也和人们前几个月被压抑的购物需求集中释放有关。”家电产业观察家梁振鹏对时代周报记者表示。

6月4日上午，时代周报记者实探6·18电商大促期间线下实体店情况。

在位于北京望京的苏宁易购店内，顾客三三两两地挑选着商品，随处可见显眼的宣传招贴吸引着往来的消费者驻足询问。

导购王林告诉记者，近期他的工作变得愈发忙碌，不少客户前来看货询价。

王林表示，此次6·18苏宁线上线下都有活动，但线下的活动会更多一些，操作起来也更加方便。“比如运营商立减这个活动就只有线下有，将您现有的5G套餐升级或办理5G新套餐即可减钱，套餐价格越高减的价格会更多。”

另一边，在大中电器团结湖店，彩电、冰箱、空调等展台前，时不时有人前来体验咨询。

导购陈兰对记者说，目前有厨卫家电满千返百活动，北京市政府发放的绿色节能消费券也能用，买得越多优惠越多。

时代周报记者从国美了解到，国美电器此次6·18大促没有复杂的优惠套路玩法，采取线下门店部分家电7折起的策略。

“面对天猫、京东如火如荼的大促，以线下实体店零售起价的苏宁、国美也要支棱起来，通过大促争抢份额。”北大纵横合伙人陶文盛对时代周报记者表示，经过多年发展，苏宁、国美的线上线下体系趋于打通，但相比线下，两者的线上体系仍显得较为薄弱。

因此线下门店加大力度做活动，一方面是趁6·18加大销售，另一方面也是为线上引流。

### 做深线下的优势

李英是一名“80后”，前段时间新家刚刚装修好，急需添置一批家电。趁着6·18促销，她在京东上买了不少小家电，比如微波炉、烧水壶等。但涉及到冰箱、洗衣机、彩电、空调等大家电时，她还是倾向于去苏宁、国美买。

在李英看来，尽管线上也有客服可以咨询，但在线下“看得见、摸得着”实物，会形成更加感性的认知。“毕竟现在有些洗衣机一台就能卖到两三万元，不去现场看看不放心。”

除此之外，她认为，线下的性价比并不比线上低。

“前两天我在苏宁买了一台格力空调、一台海尔双开门冰箱，外加一台西门子洗衣机，都属于比较高端的产品，原价接近3万元，满减之后2.7万元不到拿下。店员还送了我菜刀、菜板、果汁机等一系列赠品，要在线上很少会有这个待遇。”李英说道。

梁振鹏指出，在电商的冲击之下，实体店最大的价值就在于大家电的售卖方面。尤其是对于空调、燃气灶这些安装较为复杂的产品，实体店相较于线上具有较大优势。

“具体来说，安装家电前不需要打孔、打孔的尺寸是多少，甚至装修前是否需要预留电源、水管、电线插座，都要提前设计。在消费者没有看到实物的情况下，会存在一定困难。”梁振鹏说道。

除此之外，梁振鹏还指出，线上线下在销售同一种产品时，可能在型号上会有细微的差别。看上去产品功能和参数都类似的情况下，电商渠道的产品品质和性能往往会差一些。因为电商渠道的价格相对便宜，所以可能会以牺牲产品品质为代价。

而为了更好地服务用户，本次6·18，线下零售做足了功夫。

针对3C数码和生活电器产品，苏宁相关负责人表示，苏宁易购在6·18期间上线了闪送服务，首批落地北、上、广、深等全国140多个城市，覆盖上千家苏宁易购门店。在门店3~5公里范围内，消费者线上下单手机、电脑等产品，最快1小时就能由门店直接送到家。北京国美也承诺，全场家电24小时送装，部分小家电2小时速达。

### 老牌3C实体店的新出路

尽管苏宁、国美在6·18期间取得了不错的战果，但陶文盛指出，这只是短期促销的结果，并不能持久。

根据《2021年中国家电市场报告》数据显示，2021年，主要家电销售渠道涨跌不均。京东、天猫的份额进一步提升；苏宁易购遭遇了最艰难的时期，市场份额有所下滑；主要收入来自线下的国美电器，份额保持相对稳定。具体来看，京东以32.5%的份额位居第一；苏宁易购位列第二，份额为16.3%；天猫紧随其后，份额为

14.8%；国美电器份额为5.0%。

值得关注的是，家电市场的网购渗透率进一步提升，在全年家电零售额中，线上渠道贡献了52.9%，渗透率比上年增加了2.5个百分点。

尽管苏宁早在2013年开启了“线上线下一体化”战略，国美也在黄光裕归来后进行线上化改革，将国美APP改名“真快乐”APP，在平台上线视频客服导购、线上直播等方式，企图在电商蛋糕中分得一块，但效果甚微。

梁振鹏指出，在销售渠道电商化的过程中，苏宁、国美已经落后了。这种落后主要体现在他们已经跟不上时代，不具备互联网思维了。所以在运作过程中，一些租金昂贵的实体店已成为他们沉重的包袱。

“当越来越多的销售额被电商抢走时，实体店也需要不断找自己的价值。实体店已经从原来单一的销售功能，主动或被动地转变为体验、售前、售中、售后咨询服务、高端产品展示以及消费者自提货物的仓储终端。可以说，实体店现在已经转化为一个多元化、综合性的角色。”梁振鹏说道。

陶文盛指出，此次6·18已经从以电商为主参与的游戏，转变为线上线下联动的行业年中大促。这对于实体店零售来说是机遇，也是挑战。“能否通过6·18促进销售，拉动线上线下一体化，苏宁、国美等还需多下功夫。■

## 暗战 6·18

# 头部主播告别江湖 直播带货行业大洗牌

时代周报记者 李静 发自上海

6·18年中大促已经接近尾声，往年头部主播们在这个节点已屡屡创造“业绩传奇”，但今年的直播带货没有神话，行业正悄然发生变化。

江湖没有了雪梨、林珊珊、薇娅等曾经的头部大主播，就连罗永浩也再次埋头创业去了。

但一些新面孔顺势崛起。比如琦儿、蜜蜂惊喜社、香菇来了等直播间，凭借着此前的头部主播影响力，成功圈到一批粉丝；更有新东方的“东方甄选”直播间，在此流量空当期，也靠着独特的直播风格爆火出圈。

在抖音从事多年直播电商运营的赵艺（化名）也感受到了行业环境的变化。

“现在的直播带货更像是常态化的销售渠道，且商家的话语权越来越强，对主播的依赖越来越少。”6月16日，赵艺告诉时代周报记者。

赵艺表示：“以前行业火热的时候，商家砸大量的坑位费给达人主播，也不在乎销售成绩。现在不一样了，可供选择的主播多了，商家也开始通过自播来建立流量护城河。如今，能带来实在的销售成绩才是硬道理，过去那种拥有绝对话语权的超级主播，未来会比较少出现了。”

## 新面孔显露

6月12日深夜，罗永浩在微博宣布，6月13日正式退出微博和所有的社交平台，再次创业。这也意味着，罗永浩将直播带货从主业变成副业。事实上，近几个月，罗永浩已较少出现在直播间。

其他直播带货“初代网红”们也在今年6·18失去存在感，取而代之的是新鲜面孔。

据蝉妈妈数据显示，6月10日，新东方旗下的东方甄选直播间观看人次、GMV分别达到907万、1457万元。6月12日、13日，东方甄选GMV分别为1606.7万元、2297.7万元，位居达人带货榜单第八、第二位。

到了6月16日，东方甄选抖音账号粉丝数突破1000万大关。伴随着直播间的爆火，新东方股价也一路飙升。新东方在线(01797.HK)今日高收逾72%股价报28.60港元。

东方甄选不是一开播就爆火。2021年12月28日，东方甄选在抖音平台首次开播，首播带货销售额约为80万元。

“东方甄选火爆的时间点，恰好是头部主播们纷纷按下直播暂停键

的时候，是一个大主播空窗期，这是天时地利。”上海财经大学电子商务研究所执行所长、电子商务专业教授崔丽丽向时代周报记者表示。

“此外，新东方的每一位老师都有非常突出的个人风格，其中更有之前的明星老师。此次爆火，是老师们逐渐适应了带货主播的角色转换，把个人特质更好地融合在带货中。”崔丽丽表示。

除了东方甄选，“播二代”们也纷纷借助原本一代头部主播的影响力圈粉。薇娅消失半年后，她直播间曾经的“二把手”琦儿转战抖音，直播首秀当日便迅速成为抖音直播带货榜第一。目前，琦儿的抖音号粉丝数量为231.2万。

薇娅的助理们还有蜜蜂直播间。截至6月15日，蜜蜂直播间在淘宝的粉丝数量超过400万。

## 自播渐成主流

新面孔涌现的背后，直播带货江湖变了。

“从互联网的特征来看，去中心化的、自发的、分布式的状态应该比较健康的生态。”崔丽丽对时代周报记者表示。

赵艺介绍称，直播行业已经走到了另一个阶段，事实上无论是各大平台还是商家，都不希望看到有绝对话语权的主播主导议价。

“比如，头部主播和腰部主播的坑位费就相差甚远，佣金也分为了好几个档次。作为商家肯定会考虑投入产出比，而平台也不希望流量只流到

某一两个主播那里。”赵艺表示。

6月16日，CIC灼识咨询合伙人冯彦娇对时代周报记者表示：“直播行业的一大风险就是对单一IP的依赖，头部主播的踩雷事件也一再发生。头部主播天然的稀缺性，也意味着去IP化的趋势对大多直播机构而言是个必然。”

从扶持政策来看，各个平台也将重点放在中小主播身上。淘宝直播平台在今年6·18大促中针对新主播，降低了流量领取门槛，新主播只要完成学习开播视频30秒即可领取流量券。

商家也不愿意把鸡蛋放在达人主播这一个篮子里，纷纷开始自建直播间，开启自播模式。

“现在很多品牌都拥有好几个自播直播间，我服务的几个品牌在6·18期间成绩都还不错。”赵艺表示，直播带货无非是人货场的搭建，做好精细化运营还是有机会成功的。

6月14日，一名直播代运营公司的负责人向时代周报记者表示，部分品牌的自播甚至可以做到24小时不间断直播，做到只要用户进了店铺，永远有主播在场，这是头部达人直播所做不到的。

天风证券研究所数据显示，经过统计TOP1000主播直播形式的GMV占比构成，可以发现，今年2月，抖音店播及品牌自播比例已超过50%，店播、品牌及达人比例达到相对平稳。

## “卷出新高度”背后

今年6·18，东方甄选的出圈被称为直播带货行业的“卷出新高度”。

“从东方甄选爆火可以看出，未来直播带货行业将呈现内容多元化，以后创新才是法则。”赵艺表示，但创新不代表就能出现超级头部主播。

“现在达人主播太多了，你可以在各平台上找到任何类型的主播，直播行业发展已经趋近饱和，中小主播不容易出圈。”赵艺直言。

崔丽丽表示：“东方甄选的几个主播都非常有特点，但从他们的人设和商品供应链来讲，面向的不是大众客群而是细分市场，这也是超级大主播难以再现的原因之一。”

事实上，伴随着东方甄选的出圈，抖音平台上已经出现了“东方甄选之个护美妆”“东方甄选之3C数码”“东方甄选之文创”等多个东方甄选品牌旗下的不同垂直类官方账号。

“可见东方甄选或有将不同品类分开进行精细化运营的计划，对本身‘文创’氛围较浓的新东方来说，是一条可以尝试的路径。”冯彦娇表示，多矩阵精细化运营的优势是能较为精准地分流，矩阵下的每一个账号受众精确度较高。

但冯彦娇同时表示，这将会是一件较为耗费资源的事情，各细分团队的建立、资源及商务对接等都需要分开做，投入较重。

“新人主播的出圈相比过去难度要高许多，要有独树一帜的风格，也可能需要一个平台、企业的加持，或者是一个恰到好处的爆点。但这个概率很难说，只能说要靠天时地利人和，超级主播的再现恐怕并不容易。”崔丽丽说。



# 6·18赢家竟是大肚杯

## 上接P1

“不过今年这种情况好多了，感谢大肚杯吧。”林森笑道。

部分经销商也看到了大肚杯的热度。

一名在广东经营日用品的经销商向时代周报记者表示，在看到大肚杯火了之后，她向工厂购入6000个大肚杯，现在已全部卖出。

“进货价是7元一个，但我卖出去是8.5元一个，小小赚一笔差价吧。”上述经销商表示。

通过在工厂、经销商购入大肚杯，短视频博主们纷纷开启直播间抢购活动。庞大的数量，低廉的价格，成功触发消费者的“薅羊毛”心理，无数网友加入到这场大肚杯的疯狂抢购当中。

截至6月17日，在小红书上关于“大肚杯怎么抢”已有超过600篇笔记，比如，要提前加入购物车，一看到“去抢购”标志亮了就使劲点等等。

社交平台上，有网友表示已在多个直播间内相继抢到20~30个大肚杯，也催生了大肚杯的二次倒卖。

某二手交易平台上，不少用户抛

售从直播间抢购的大肚杯。其中，有交易链接的想要人数307人，浏览量高达9000。

## 直播间卷到赠品

大肚杯并非是电商平台直播间首次低价抢购的商品。早在之前，1元烤箱、1元可乐、0.8元三包抽纸等促销活动就在直播间盛行，目的也很明确：低价拉新，引流变现。

今年的电商大促，被称为“最难6·18”。一方面，由于疫情，消费者、商家、平台三方受限于物流、供货的不确定性；另一方面，头部主播接连退网，令6·18的抢购热潮一降再降。

不过，少了头部主播的流量压制，也让不少中腰部甚至腰部以下的主播得以崭露头角。

眼下最热，莫过于由教育培训机构英语老师们组成的东方甄选。

飞瓜数据显示，6月10日，新东方直播东方甄选直播间销售额飙升至近1500万元，是前一天的4倍有余。

据公开数据，6月9日，东方甄选直播间粉丝量刚刚达到100万，16日即突破1000万，俨然成为新晋顶流。

不少企业家也在直播间“转型”。6月15日，趣店创始人罗敏在抖音平台开启直播，他表示，和新东方的俞敏洪一样，自己也在做业务转型。

罗敏也掌握了低价引流的密码。比如，直播首日打出“CEO首播，全场送福利100万份”的口号，酸菜鱼只需9.9元。

直播第二日，新粉丝购买香菇滑鸡只要1分钱，当天库存10万单。

或许是福利活动起了作用。灰豚数据显示，“趣店罗老板”直播间在6月15日、16日的直播销售额分别为231.7万元与197万元。仅仅3天时间，截至6月18日，其直播间粉丝数已有24.8万。

虽效果显著，但作为引流产品，上述营销手段基本是“亏钱买卖”。据罗敏介绍，一单1分钱的香菇滑鸡成功出售，公司就会亏30元。

6月14日，一大型仓储负责人向时代周报记者表示，类似这种0.1元、1元包邮的活动，毫无疑问肯定是发一件亏一件。

“像我们一天发货能力能够达到几十万件，和物流公司的议价能力可以说非常强了，但依然做不到低至1元

就能够覆盖物流成本的，更别说这种奖品本身自己的商品价值了。”上述仓储负责人表示。

百联咨询创始人庄帅告诉时代周报记者，低价拉新作为常见的促销手段，其营销逻辑在于，通过1元甚至以下的福利活动，让用户体验直播间完整的购物流程，从而加强用户在该平台购物的信心。

“没有足够大的粉丝量，做直播是吃亏的。”艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅向时代周报记者表示，做促销活动往往会比直接在平台上买流量实惠，只有把粉丝圈起来，才能为主播在日后带货销售打下一个好的基础。

不过，由于促销商品价格低廉，数量庞大，产品质量往往参差不齐。

齐玉向时代周报记者表示，她抢购的大肚杯中有好几个没有合格证，杯子材质较薄，塑料味比较重。在小红书上，也不乏网友对大肚杯的质量吐槽。

“在参与抢购活动时，消费者应该要理性看待，切勿被低价优惠迷惑，牺牲自己对产品质量的要求。”张毅强调道。

600

篇

&gt;

50

%

&lt;

# 苹果吃饱供应商跌倒 代工厂敢对苹果说不了？

时代周报记者 杨玲玲 发自广州

从挤破头往里冲，到主动逃离，苹果产业链企业已经有底气对苹果(AAPL.NASDAQ)说不了？

近日，有媒体报道，仁宝电脑工业股份有限公司(下称“仁宝电脑”，2324.TW)决定不再承接Apple Watch、iPad代工订单，服务苹果的团队开始解散、人员转移至其他产品线或事业部。

6月15日，一名仁宝电脑内部人士告诉时代周报记者，仁宝电脑退出Apple Watch、iPad代工的消息属实，但公司没有完全退出所有苹果业务。

“还做，选择性的。”该人士说道。

此前，仁宝电脑曾回应称，不对单一客户做评论，仅强调与现有客户合作关系不变，并指出，去年以来的运营策略聚焦提升获利能力，利润较好的产品会增加比重，针对利润较差的产品进行调整。

业界普遍认为，仁宝电脑退出Apple Watch、iPad代工，与利润不佳有关。拥有强大供应链管理体系的苹果公司，通过压缩供应商和代工企业的议价空间，将大部分利润留在自家后院。

数据显示，今年第一季度，苹果营收同比增长8.59%至927.78亿美元；净利润同比增长6%至250.1亿美元，毛利率为43.7%。

同期，仁宝电脑的合并营收同比下滑1%至2678.58亿元新台币；归母净利润同比下滑18%至21.57亿元新台币，毛利率仅为3.6%。

把时间线拉长，仁宝电脑不是第一家拒绝苹果订单的代工企业。早在2019年，比仁宝电脑更早代工Apple Watch的广达电脑(2328.TW)，就以订单赚少赔多为由退出了该项代工业务。



## 毛利率长期徘徊在3%~4%

仁宝电脑成立于1984年，是全球最大的笔记本电脑制造商之一，为惠普、戴尔等巨头组装产品，在昆山、南京等城市拥有代工厂。

同时，仁宝电脑也是老牌的苹果供应商，早期负责组装iPhone和iPad，是iPad Air、iPad Pro以及iPad mini的主要代工组装厂商之一。

据媒体报道，iPad 2订单还悬而未决时，广达、仁宝、和硕已经为iPad 3争得头破血流。2015年，仁宝电脑开始为苹果代工iPad。

2018年，仁宝电脑启动多元化改革，扩大非电脑业务，其中，包括汽车电子、服务器、穿戴设备、智能健康解决方案等。

彼时，广达电脑是Apple Watch的主要制造商，2018年下半年，广达在全负荷生产新一代Apple Watch4的情况下仍供不应求。

为此，苹果搬来救兵，仁宝电脑从旧款Apple Watch做起，快速接到新款机型订单。

此后，由于苹果Apple Watch快速增长，立讯精密(002475.SZ)和富士康母公司鸿海(2317.TW)也成为新增代工厂。

网传本次仁宝电脑退出后，原有订单将由立讯精密、鸿海等代工厂分食。对此，6月16日，立讯精密证券部人士告诉时代周报记者“因涉及具体客户和具体产品，不便进行回应”，富士康相关负责人则表示：“不评论市场流言。”

坊间传闻称，仁宝电脑退出Apple Watch、iPad代工是因为“成长性有限”。时代周报记者梳理发现，过去10年，仁宝电脑的毛利率长期徘徊在3%~4%。

财报数据显示，今年一季度，受惠产品组合及营运效率改善，仁宝电脑毛利率较去年同期回升至3.6%，但在营业费用率提高影响下，营业净利率下滑至1.0%。

日前，在仁宝电脑举行的在线采访中，总经理暨执行长翁宗斌表示，毛利率是今年关注的重点。

对于提升毛利率的方法，翁宗斌

称，毛利率较低、竞争性较强的产品，不会以价格竞争方式争取，而是会挑选附加价值较高的产品生产。

## 苹果依赖症副作用显现

“得苹果者得天下。”很长一段时间，进入苹果产业链是实力和品质的象征。苹果也在产业链培养出一批业绩亮眼、市值飞涨的明星公司，如立讯精密、歌尔股份(002241.SZ)、蓝思科技(300433.SZ)等。

长年与苹果高度绑定，不少苹果产业链企业患上严重的“苹果依赖症”。其中，给苹果提供玻璃面板的蓝思科技，2017—2021年，苹果的销售占比分别为49.37%、46.97%、43.07%、57.97%、66.49%。同期，立讯精密的苹果销售占比分别是36.58%、44.85%、55.43%、69.02%、74.09%。

销售占比逐年递增的同时，业绩高度集中带来的不确定性风险也随之增加。增收不增利，是苹果产业链企业面临的普遍现象。

财报数据显示，2021年，蓝思科技实现营收452.68亿元，同比增长22.55%，净利润只有20.70亿元，同比减少57.72%；立讯精密2021年实现营收1539.46亿元，同比增长66.43%；但净利润同比下降2.14%至70.71亿元。

饶是如此，企业想减缓“苹果依赖症”非短期可实现，目前像仁宝电脑这样敢向苹果说不了的企业仍是少数。

“大家都知道鸡蛋不能放在一个篮子里的道理。但未来10年不是公司担心客户是否经营不好，而是应该担心立讯的价值还能否在未来10年保持被客户所欣赏、所选择。”5月18日，在股东大会互动交流中，立讯精密管理层回复投资者称。■

74.09%

%

◀

# 向高端市场要增长 大湾区面板厂商不打价格战

时代周报记者 郑翔彤 发自深圳

LCD(液晶)技术自商用起，经历了几个产能转移周期：2000年前集中在日本，2000年后转移至韩国，2010年后日本和韩国厂商逐渐退出，产能转移至国内。

作为家电、IT企业集中地，粤港澳大湾区踩在时代风口，成为LCD面板厂商最集中的地区之一。

如今，位于粤港澳大湾区的面板企业还在承接全球LCD面板产能。据Omda数据，2020年，全球LCD面板产能超半数来自中国，这一比例至2023年有望增至60%。

承接LCD面板产能同时，深天马A(000050.SZ)、TCL科技(000100.SZ)、惠科股份等粤港澳大湾区面板企业，也需面对LCD面板价格周期性下降和OLED等新型显示技术挑战。新形势下，厂商们必须思考LCD的技术改进和应用空间。

近日，TCL华星MNT开发平台部长王醉告诉时代周报记者，TCL华星自成立时就已在做HVA(一种VA技术，能实现液晶分子配向)技术，应用于LCD面板，至今HVA在材料体系、制程工艺、像素设计方面逐渐完善。

“2019年华星正式进入MNT(显示器)领域，为HVA技术带来需求，TCL华星如今还希望围绕HVA技术打造一个技术品牌。”王醉说道。

HVA技术、Mini LED背光方案作为传统LCD的改良技术，助力LCD面板厂商向高端市场要增长。

应用上，高端MNT、电竞屏等产品则成为面板厂商对冲整体面板价

格下降的利器。

## 大湾区面板产业进化

中国面板企业大多在近10年间崛起，使粤港澳大湾区成为LCD产业重镇。

2006年，深圳天马微电子开始建设第一条4.5代TFT-LCD生产线；2009年，TCL在深圳投资成立华星光电，随后从t1产线建到t10产线；2015年，深圳企业惠科股份开始投入液晶面板生产线。

经过多年沉淀，据群智咨询数据，TCL华星、惠科与京东方去年成为液晶电视面板出货量最大的中国企业TOP3。

LCD产线铺开的过程，也是面板厂商逐渐积累核心技术的过程。

以TCL华星为例，技术上，2010年，TCL华星还在建t1产线，便开始独立研发HVA技术，彼时市面上MPA、PVA技术为日韩厂商拥有，是厂商重要技术竞争力；2019年，TCL华星研发出适用LCD屏的屏下指纹识别产品。

产线上，2017年，TCL华星旗下的国内第一条小屏幕领域第6代LTPS(低温多晶硅)液晶面板产线(t3)量产；2018年，第11代TFT-LCD及AMOLED新型显示器件项目t6投产，11代线超高清新型显示器件项目(t7)开始推进；2021年，TCL华星建设第6代氧化物半导体新型显示器产线(t9)，生产超高清显示面板和Micro-LED产品。

随着大湾区数条LCD产线铺开，LCD领域的显示材料和技术逐步迭代，应用领域也在拓宽。

近期，LCD开始朝Mini LED、

Micro LED背光方案进化，IT产品、车载、电竞等显示屏以及大尺寸高端电视成为LCD面板新增长点。

时代周报记者了解到，去年，TCL华星PCT国际专利申请量1954件，截至今年一季度，其全球专利申请数量计55007件。

10多年的技术积累，使TCL华星等粤港澳大湾区面板企业成为LCD龙头。但面临近期面板价格下跌、OLED等新型显示技术挑战，技术改进依然十分必要。

自2021年下半年起，LCD面板价格开始下行，至今价格还未止跌回升。据集邦数据，今年6月上旬，多个尺寸LCD电视面板价格跌至历史低点，其中32英寸与43英寸下跌5~6美元，部分尺寸价格相比去年高点下跌超50%。

就此，TCL华星MNT产品企划部部长高翔告诉时代周报记者，市场下行恰是产品升级、结构化调整的好机会。在这个时间点，产业上下游都不愿意看到价格战，这时厂商可以推广技术升级，避免价格竞争，让生态更良性。

## 产能持续优化升级

整体面板需求低迷，产品升级成为今年LCD行业一大主题。

TCL华星近期决定力推HVA技术。王醉告诉时代周报记者，VA技术有对比度高、适合曲面显示的特点，而HVA相比其他VA技术，在成本和工艺效率上还有一定优势。

此前，随着TCL华星产线扩张，对技术提出更高要求，HVA技术经历多年发展，2019年进入MNT领域。目前，HVA主要应用于高端电竞显

示器和带鱼屏产品，面向电竞、金融行业及To B业务企业。

“今年MNT市场下行，这个时间节点让HVA技术结合产品应用，有几个结构性调整机会。一是高分辨率，在大尺寸化趋势下，用户对画质要求高，这个细分市场增长速度很快；二是高刷新率，高刷新率同步显卡、主板升级能刺激消费者需求；另外，Mini LED等更高端的产品也有市场需求。”高翔表示。

具体到近两年增长快速的Mini LED背光面板，王醉告诉时代周报记者，Mini LED背光的优势是能显示局部高亮或高暗，画面层次感强，但若LCD本身没有足够细节表现，会出现光晕、雾化现象，HVA技术应用于Mini LED产品可解决这个问题。

同时，面对目前价格仍高企的OLED面板，LCD搭载Mini LED方案目前持续降价，后者能使用HVA等技术提高竞争力。

据王醉介绍，后续HVA技术还有改进空间，优化方向在快速响应、穿透方面，也会探索低功耗产品开发。

就目前来看，厂商改进技术，同时推动产品结构优化，是对冲市场需求下行的一大策略。

例如，在中低端电视面板需求低迷情况下，京东方拥有收购自中电熊猫的两条液晶面板产线，该产线能生产该附加值IT面板。

TCL则于今年年初定增募资，用于建设生产IT显示器、车载显示器、医疗专业显示器的工厂。

随着企业转型升级，粤港澳大湾区面板产业也将迎来新一轮发展，在扩展产能的同时，也不断优化产能，技术升级。■

## 湾区智造力量

全球制造业正经历新一轮产业变革与转型升级。作为全球制造业最发达的地区之一，粤港澳大湾区制造业转型始终走在行业最前沿，扮演先行者与探索者的角色。

2022年，时代周报产经新闻部推出《湾区智造力量》年度专题，深入大湾区制造业产业带，记录新浪潮下的制造产业大变革，为制造业企业提供样本与经验。

# 国际美妆巨头申请破产 入华26年掉队明显

时代周报记者 叶曼至 发自广州

一家成立近百年的国际美妆巨头，正面临破产危机。

据央视财经援引美国福克斯新闻网6月12日报道，知情人士透露，美国化妆品公司露华浓（REV.US，下称“露华浓”）最快于近日申请破产保护。

据悉，露华浓多年来一直背负债务运营，疫情后供应链成本上涨也对其产生压力。

标普全球评级公司4月发布的一份报告显示，露华浓的经营前景仍面临挑战，公司需要为流动性需求筹集资金。

值得一提的是，这不是露华浓的首次破产预警。

2020年11月，露华浓曾申请破产，后因得到了债券持有人的支持，消除了一笔关键债务，暂时免于倾覆。

“我的第一支口红就是露华浓。”“想当年露华浓也是流量网红。”不少用过露华浓的消费者都深表惋惜，有网友表示，如果囤货可以挽救品牌，愿意尽绵薄之力。

1932年，露华浓创立于美国纽约，一度是美国第二大化妆品生产商。1996年，露华浓进入中国市场，其中文品牌名取自诗词“云想衣裳花想容，春风拂槛露华浓”；露华浓也是最早进入中国市场的国际品牌之一，至今已有26年。

“你也许不知道露华浓，但你妈妈一定知道。”6月14日，55岁的王琴（化名）告诉时代周报记者。

20多年前，她曾给当时准备出国的妹妹送了一支露华浓的唇膏，直到现在，这支唇膏仍摆在妹妹的梳妆台面上。

40岁的武丽（化名）也向时代周报记者表示，自己从18岁开始就用露华浓的美妆产品，是人生中的第一款大牌，直到现在都还会购买。

## 曾经风光

露华浓曾辉煌一时。在国货美妆还没兴起的年代里，不少女性都会选择国际品牌的美妆产品，武丽也不例外。

2000年，彼时还是大学生的武丽时常会和几个舍友逛百货商场，露华浓的香水、口红、指甲油，往往是她的首选。“当时很多女同学都会用露华浓的化妆品，我们觉得这很Fashion。”她说道。

入华后的露华浓也曾立下豪言壮志，2000年，时任露华浓集团中国区CEO钱港基在接受采访时表示：“中国是露华浓未来最大的市场，中国区2000年的销售增长目标是40%~50%”。

然而，经过10多年的经营，露华浓在中国市场未能交出让人满意的成绩单。

据财报，2012年，露华浓净营收14.3亿美元，在华业务只占公司整体业务营收的2%；2013年，露华浓在亚太地区的销售额甚至出现了负增长，反观同期的国际美妆品牌雅诗兰黛，在亚洲市场的增长速度达到7%。

迫于经营压力，露华浓在2013年

12月31日宣布，将于2014年2月退出中国市场。

但千亿级别的中国美妆消费市场对其来说吸引力巨大，两年后，露华浓选择以电商形式回归。

2016年6月，露华浓收购美妆品牌伊丽莎白·雅顿；同年9月，上线天猫海外旗舰店，并于2019年升级为露华浓官方旗舰店。

回归后的露华浓通过电商布局，邀请流量明星参与广告代言，销量迅速提升。

据媒体报道，2019年双十一，雅顿位列天猫高端美妆第七位，相较于2018年销售额翻了一倍。

2020年的双十一，露华浓因“申请破产”登上热搜，随即引发一波国内市场的“野性消费”热潮。

2021年6·18电商节，仅在罗永浩的直播间，露华浓口红当天单场便卖出2万支。

## 品牌掉队明显

2020年传出的“破产”消息，让露华浓吃了一波“野性消费”红利。但此次再传破产，似乎没有掀起抢购波澜。

6月14—15日，多名电商平台的商家告诉时代周报记者，目前露华浓产品没有出现被大量抢购的情况。

“我们没有收到露华浓要破产的消息，仓库正常发货，来买的人不少，但没有大额购买的订单。”淘宝上一名经营化妆品的商家向时代周报记者说道。

另一名商家向时代周报记者表



1996年，露华浓进入中国市场，其中文品牌名取自诗词“云想衣裳花想容，春风拂槛露华浓”；露华浓也是最早进入中国市场的国际品牌之一，至今已有26年。

示，在6月，她店内所售的露华浓粉底液不仅没有被抢购，甚至有所回落。目前，该店露华浓粉底液的月销量仅为31件。

与其他入华多年的国际美妆大牌相比，露华浓在国内的销量显然有些力不从心。

截至6月15日，在露华浓天猫官方旗舰店里，店铺销量第一的一款粉底液月销量为2000多件。

而在雅诗兰黛官方旗舰店里，销量第一的“粉水”月销量高达8万多件；在美宝莲旗舰店中，销量第一的一款卸妆水月销量高达10万多件。

露华浓甚至“打不过”后来居上的国货美妆品牌。

比如，在国货美妆品牌花西子的淘宝旗舰店中，销量第一的散粉月销量为10万多件。

此外，露华浓还存在产品单一的问题。以露华浓天猫官方旗舰店为例，店内在售产品仅有25款，其中包括口红、粉底液、眼影产品，都是推出已久的经典品类。

一名从事美妆行业6年的业内人士向时代周报记者表示，露华浓无论是从产品款式，还是营销方式上，都缺乏创新，很难在如今新品牌、新产品辈出的国内美妆市场中脱颖而出。

“可能在不久后的将来，它还会再次宣布退出中国市场。”上述业内人士断言道。

不过，即使风光不再，但在部分消费者心中，购买露华浓更多是一种情怀。“我会一直购买，直到它停产为止。”武丽说道。■



处置非法集资部际联席会议办公室

# 换将如流水 3年卖不到7万辆 奇瑞高端品牌为何不敌长城吉利?

时代周报记者 杨德霖 发自北京

近日,奇瑞旗下高端品牌星途汽车涉及多位高管人事变动的图片从网上流出。

网传图片显示,黄招根将担任奇瑞汽车股份有限公司总经理助理,奇瑞营销公司执行副总经理兼星途营销中心总经理一职,并直接向贾亚权汇报;原星途营销中心总经理叶磊不再担任该职务。

此外,李东春聘任为奇瑞营销公司副总经理,不再担任星途营销中心执行副总经理;钱雄松聘任为制造中心副总工程师,不再担任星途营销中心副总经理;苗刚聘任为产品开发管理中心副总工程师,不再担任星途营销中心副总经理。

6月15日,星途汽车方面向时代周报记者证实了上述消息的真实性,其表示:“我们希望外界更多地关注我们的业务。”

## 营销中心曾一年换4位高管

事实上,星途品牌自成立以来,高层变动就十分频繁,曾经在短短一年时间内,仅营销中心就有4名高管出现更迭情况。

据悉,2019年5月,该品牌首任营销中心总经理曹志刚离职;2019年8月,星途品牌营销中心执行副总经理贾守平离任;同年9月,奇瑞汽车营销公司副总经理李东春接替贾守平;2020年3月,原东风雷诺副总裁陈曦入职并且担任了星途品牌营销中心总经理。

而本次人事调整涉及的原星途

营销中心总经理——叶磊,其履职时间更短。据悉,去年2月,叶磊加入星途,担任其营销中心常务副总经理;今年的3月,叶磊升任至星途营销中心总经理,但仅3个月,叶磊便离开了该岗位。

公开资料显示,叶磊2000年进入汽车行业,此后20年几乎一直从事营销方面的工作。他曾先后就职于东风风神、东风日产、东风启辰、东风裕隆、东风悦达起亚等品牌;2021年,叶磊离开东风系加入星途。

不断调兵遣将、重用营销老将等举措,可以看出星途汽车也欲借此冲出重围。

而早在星途创立之初,其便频频尝试跨界合作:先是与小米牵手,开展线上和线下的整合营销模式;而后又独家冠名了全国首档音乐创旅真人秀节目《知遇之城》。同时,星途还邀请歌手张靓颖担任星途LX的“星推官”等。但在大举发力营销下,星途也不时出现营销“翻车”的情况。

据公开报道,2021年,车手陶鹏飞驾驶着星途TX进行麋鹿测试时,测出了95km/h的成绩,但该成绩随即引发争议。而后其只能解释对国际标准3888-2并不熟悉,用的是CCPC的标准,在重新使用3888-2的测试标准后,该车手驾驶星途TX却只跑出82.3km/h的成绩。

而今年5月,星途旗下的凌云S又被车评人质疑零百加速成绩造假。据报道称,星途在株洲国际赛车场举办的网络直播挑战赛中,凌云S跑出了6.0秒的零百加速成绩。但有车评人却称,自己买的量产凌云S实测零百成绩为

白天7.6秒,晚上7.3秒。

事件发酵后,星途官方发文回应称,在此前零百加速科目中,车手陶鹏飞以6.0秒的成绩夺得第一。而该成绩不光与车辆性能有关,同样和车手操作、车辆调校、天气、赛道等主客观条件有较强关联,测试当天最终公布的6位车手成绩是从6.0秒到6.9秒不等。

紧接着,又有报道援引网友言论指出,前述6.0秒破百加速的实况视频画面存在P图造假现象,从4.7秒一下跳到了4.0秒,最后突然变为6.0秒。目前针对“秒表存在P图”这一事件,星途官方并未作出回应。

值得关注的是,除了营销中心外,该品牌整体发展变动较大。公开资料显示,2020年10月,奇瑞汽车股份有限公司副总经理、汽车工程技术研发总院院长高新华正式担任星途品牌总经理,但仅挂帅星途品牌一年多时间后,2022年3月,技术派出身的高新华便调离星途汽车,回归技术岗。

## 3年总销量不到7万辆

人事频频变动的背后,星途上市以来的市场表现不尽如人意。

公开资料显示,2018年11月,奇瑞汽车正式公布旗下全新高端品牌“EXEED”的中文名称为“星途”;2019年4月,其首款车型星途TX/TXL在上海车展正式上市。官网显示,目前星途共有7款在售车型,包括追风ET-i、追风、凌云、凌云S、揽月、揽月探享版等。

“没有星途汽车的成功,就没有奇瑞的未来。”奇瑞汽车董事长尹同跃曾对星途汽车寄予厚望。但该品牌成立3年多时间以来,并未在市场上激

起太大水花。

据悉,尹同跃曾为该品牌定下“2019年达6万辆,并力争冲击10万辆”的销量目标。但据乘联会数据显示,2019年星途汽车的销量仅为1.43万辆。2020年和2021年,星途汽车全年的销量分别为1.83万辆和3.7万辆。换言之,星途品牌前3年的总销量仅为6.96万辆。而今年1—5月,星途全球销量为16125辆,相当于月均销量3225辆。

作为对比,与星途几乎同批发力高端的自主品牌中,长城旗下的魏牌和吉利旗下的领克,市场表现就亮眼许多。

官方数据显示,魏牌2019年的销量为10万辆,2020年的销量为7.85万辆,2021年坦克品牌从魏牌中独立出去,魏牌销量也有5.8万辆;而领克品牌2019年销量为12.81万辆,2020年销量为17.55万辆,到了2021年,领克品牌销量更是突破20万辆,达到22.05万辆。

有业内人士认为,星途和魏牌、领克走出不同的销量曲线,或与前者产品定位较为模糊、品牌高端化不突出有关。

据了解,领克是由沃尔沃与吉利合资成立的品牌,产品方面有吉利CMA架构和沃尔沃的发动机加持;魏牌虽然采用的仍然是长城的平台和动力总成,但是配置和细节用料都下足功夫,其豪华感和精致程度与长城旗下相对低端的产品,风格明显不同。

但在业界看来,星途品牌在技术及产品本身,与定位相对低端的奇瑞品牌有很多的重合。例如,2021款星途TX就与奇瑞瑞虎8采用了同款1.6T

发动机;而在定价上,星途TXL厂商指导价13.99万~17.59万元,瑞虎8 PLUS厂商指导价12.49万~15.99万元,定价差仅1.5万元,这就导致消费者在两者中难以选择,星途品牌高端的特性难以凸显。

而如今,在新一轮自主品牌集体“冲高”的大环境下,星途汽车想冲出重围更具挑战。

据了解,目前部分新势力品牌的车型售价已突破了30万元,其中蔚来汽车ES8车型最高售价已经达到65.6万元。而长安、长城、比亚迪等自主品牌还掀起了更进一步的品牌冲高之路。据悉,此前比亚迪汽车品牌及公关事业部总经理李云飞曾在其社交平台上表示,比亚迪高端品牌的价格预计在80万~150万元。

另外,长安汽车旗下的高端电动汽车品牌阿维塔,则聚合了长安汽车、华为、宁德时代三位战略合作伙伴。据官方消息,阿维塔11将搭载华为双电机系统,最大功率425kW,官方0~100km/h加速成绩已进入3秒俱乐部。

就目前的情况来看,上述业内人士认为,随着越来越多的自主高端品牌加入,再加上合资品牌的不断下探,星途要突围并非易事。“要进一步明确星途高端品牌的定位,不断提高其产品力和品牌声量,才能不早早被高端市场淘汰。”

对此,6月15日,关于星途汽车未来的发展规划,星途汽车方面向时代周报记者透露称:“我们目前还在规划中,计划于下个月和大家线下具体交流。”



创业圈  
未来科技加速器

CONNECTING CAPITAL AND NEW ECONOMY

《创业圈》致力于打造中国领先的财经人物全媒体,以“连接资本和新经济”为使命,聚焦金融圈、资本圈,关注企业领袖和创业精英,弘扬企业家精神,探索财富之道。



# 温州楼市新政落地：买房前3年只付利息 新房成交火热

时代周报记者 忻奇琪

时代周报特约记者 周雨旋 发自上海

距离降低房贷利率、加大住房公积金贷款的支持力度不足一个月，温州再次出台新政。

6月14日晚间，浙江省温州市住建局公布，温州市住建局与华夏银行温州分行推出创新型房贷产品“安居贷”，向贷款期限在10年（含）以上的首套住房按揭客户提供灵活的按揭还款方式。

具体而言，购房者具体可选择“先息后本”或“少量本金加利息”等灵活还款方式。

根据新规，购房者可以实现前3年可只交利息，第4年开始分期还本付息，减轻购房前期还贷压力。

新政落地24小时内，温州楼市反应迅速。

二手房市场上，1000多名业主上新房源，抓住机会抛售。部分二手房东则选择下调报价，以便快速搭上新政快车，吸引购房者，顺利出手。

## 一日内房东频繁调整报价

6月15日，时代周报记者从诸葛找房官网上获悉，新政落地24小时内（6月14—15日），温州新上1367套二手房源。时代周报记者注意到，6月15日上午，温州共有34套房源选择降价出售，涨价房源数量增加2套。

这意味着，业主也在观察市场对于新政的反应，不断调整报价以试探买方的交易意愿与底价。

二手房市场暗流涌动，新房市场则出现成交异动。

据诸葛找房日报显示，温州市住建局推出“安居贷”当天（6月15日），新房成交数量达到159套，是近一周内的峰值，比6月14日上涨125%。其中，新建商品住宅成交111套，比6月14日上涨122%。

在本次新政之前，温州鹿城发布非温州市区户籍居民购买鹿城安置商品房的补贴政策，对符合要求的人员，在单位与政府的补贴下购房可省10万元。

除了提供优惠政策提振购房者信心之外，温州也通过推出滨江商务

区、横溪、七都岛等热门地块，给予房企拿地信心，在供需两端共同发力，助力楼市平稳发展。

从数据上看，温州楼市仍有下行压力。

作为浙江省的热点城市之一，温州未出台限购限售政策，但在外地人口流入量减少、需求不足等情况下，楼市成交数量与价格皆处于低位。

据诸葛找房数据研究中心最新数据，6月6—12日监测重点15城中，温州新建商品住宅成交量下滑，成交数量为404套，环比下跌59.19%，位居跌幅首位。二手房市场均价为24763元/米<sup>2</sup>，环比下降0.02%，且连续10周低于市场均价。

此外，温州房管数据显示，今年5月，温州市区（鹿城区、瓯海区、龙湾区/经开区/瓯江口）二手房交易备案套数为1550套，环比下降3.72%，是去年同期的一半。

6月15日，温州乐清的新盘置业顾问周丽（化名）在接受时代周报记者采访时表示：“当前温州楼市受各个方面因素影响比较低迷，这个时候

买新房其实还是很划算的。”

对于此次银行方面推出的“安居贷”新政，周丽透露，购房前3年只还利息仍需要和银行方面进行特殊申请，但不管是用哪种方式还款，首套贷款都会以4.25%的贷款利率申请执行。

## 银行：操作细则尚待公布

6月15日，时代周报记者以购房者身份咨询华夏银行温州瓯海支行，一名银行个贷经理对时代周报记者表示，目前同行基本都已收到新政内容，但完整的流程和细节还在进一步等通知，购房者可关注银行发布的公告。

据时代周报记者了解，一手房届时会有统一定价的利率，而如果是二手房，目前华夏银行执行的利率是首套房4.4%。按照“安居贷”产品介绍，银行“认贷不认房”，只要贷款结清，查不到贷款记录，购房者买房就可以按照首套认定。

“如果购房者手中仍有一些经营性贷款或其他消费类贷款，按揭前3个月前最好要结清，建议不要和按揭申请时间相距过近。”该名银行个贷

经理进一步表示。

6月14日，易居研究院智库中心研究总监严跃进分析认为，温州市住建局和银行联合出台“安居贷”政策，对首套置业者的吸引力大。从购房者的按揭贷款偿还规律看，前3年压力最大。“现在前3年如果只需要偿还利息，按照月供的本金和利息的构成，即月供等于2/3的本金+1/3的利息，实际上购房者可以减轻2/3的月供压力。”严跃进指出。

6月15日，诸葛找房数据研究中心分析师关荣雪向时代周报记者指出，此次推出的“安居贷”还款方式具有一定灵活性，通过金融纾困计划支持购房需求，促进房地产市场平稳健康发展。该项政策也较符合当前市场待解困点，对购房者短期资金压力的纾解作用明显。

有业内人士认为，在“安居贷”的刺激下，温州楼市能否回暖有待观察。

“当前温州不少楼盘的优惠力度都很大，但和楼市最火热的阶段仍然有不小的差距。”长期关注温州楼市的渠道销售人员向时代周报记者反映。□

# 全国70城房价跌幅收窄 上市房企目标完成率不及预期

时代周报记者 刘婷 发自广州

即使是房地产市场最坚挺的深圳，开发商和房地产中介仍为去化问题苦恼。

6月14日，位于宝安松岗片区的深铁璟城拿到预售许可证，并以“深圳西部卷王”自诩。项目置业顾问对时代周报记者称，“项目性价比高，有一批单位特别便宜，最低350万元可以买3房”。

2020年12月，距离深铁璟城一个地铁站的新世界松风明月开盘，三房最低总价415万元。深铁璟城拿证前2天，深圳共有1927套住宅拿证，新房市场竞争激烈。

新房过多，购房者不够用，是当下全国楼市的缩影。

6月16日，国家统计局发布2022年1—5月全国房地产开发投资数据。

5月，全国商品房销售面积环比下降25.8%。1—5月，全国商品房销售面积50738万平方米，同比下降

23.6%；商品房销售额48337亿元，同比下降31.5%；全国商品房均价9527元/米<sup>2</sup>，同比涨幅为-10.3%。

“房价数据虽然还在下跌，但跌幅相比前4月已经收窄。这也说明房价在做调整，近期房屋销售市场迎来积极的提振政策，尤其是房贷市场方面给予的支持力度大，都有助于提振交易数据。”易居研究院智库中心研究总监严跃进对时代周报记者表示。

## 百城调控潮

2022年，是房地产市场的调控大年，百城掀起调控潮。

据研究机构不完全统计，今年以来，全国已有100多个城市共计出台各类楼市松绑政策超过300次，涉及调整限购/限贷/限售、多孩家庭住宅支持、调整公积金政策、落户引进人才，以及发放购房补贴等。

时代周报记者注意到，第二季度各地楼市调控频率远高于第一季度。中指研究院数据显示，4月已有超70城出台调控政策111次；5月已有超80

城出台调控143次；截至6月13日，6月以来已有超过60个城市发布稳楼市政策合计70多条。

东方金诚表示，从近期稳增长政策密集出台来看，后期针对房地产的调控政策会进一步向宽，房贷利率还有下调空间，但政策传导到市场还需要一段时间。预计年中前后楼市销量继续同比下滑，房地产行业将进入“磨底”阶段。

百城调控潮中，购房者观望情绪转变，楼市进入新周期。

乐居财经发布的《2022年百城购房意愿调查》显示，过半受访者非常关注楼市新政，最关注降低首付和贷款放松；47%的受访者认为，未来会有更多城市出台楼市政策。

关于“今年是否有购房打算”，该调查结果显示，27%的受访者今年有购房打算，39%的受访者没有购房打算，34%的受访者仍在观望。

其中，有购房打算的受访者中，打算买新房的受访者占比为66%，打算买二手房的受访者占比为26%。

中国指数研究院研究人员认为，购房者观望情绪较浓，主要原因是平均住房面积快速增加，住房满足度实现大幅提升，部分城市楼市持续低迷、房价呈现不同程度下跌，行业发展出现转折。此外，部分购房者对收入持续增加的预期下降，楼市修复动力较弱。

## 房企KPI完成率不及预期

购房者观望情绪未褪，传导至开发商层面，最直观地体现在每月的销售数据上。

克而瑞地产研究数据显示，“红五月”房企推盘及营销积极性提升，在供应放量下市场成交略有复苏。5月，百强房企实现销售操盘金额4546.7亿元，环比增长5.6%。但单月业绩同比降幅仍保持在较高水平，降幅达59.4%。

但在目前中国房地产行业下行压力持续、市场信心不足的背景下，楼市表现仍相对低迷。5月，百强房企单月业绩同比降低59.4%，降幅保持在较

高水平。前5月，百强房企操盘业绩规模同比降低52.3%。

从业绩完成度的角度看，目前企业KPI进度仍不及预期，年内货值供应及销售去化压力放大。

在公开披露业绩目标的规模上市房企中，多数企业截至5月末的目标完成率不足30%，有近半数企业甚至不足25%。

克而瑞研究中心预计，今年下半年，房地产金融政策有望实行逆周期调节，支持企业合理融资需求，保持房地产融资平稳有序，帮扶企业经营尽快回归正轨。

克而瑞研究中心指出，全面放松居民按揭贷款政策，支持刚性和改善性住房需求，引导房地产交易尽快回归正常化。

“在放松政策不断加码后，房地产市场有望逐渐复苏，但城市分化加剧。”克而瑞研究中心指出，半年度节点到来，开发商势必加大供货力度，6月将是验证各城市市场成色的重要节点，并给下半年房地产市场定调。□



“时代生活系”  
Times Media  
Lifestyle Campaign

从一本杂志，  
看更远的世界

WINE 葡萄酒  
TASTE WINE TASTE LIFE

# 中国首家小型宜家撤场 城市小店模式为何行不通？

时代周报记者 忻奇琪 李静  
发自上海

“听说这边7月要闭店了，所以特地趁没课过来逛一逛。以后再想逛宜家，可能就要跑很远了。”6月16日，宜家杨浦店的常客张萌（化名）惋惜地向时代周报记者表示。

过去，每到周末或没课的时候，设计系的张萌总会约上三五个同学一起来到华宁路吃饭。但大多数时候，她却并不会买什么东西。

“只是逛逛”，是大多数来宜家杨浦店顾客的常态。

没有沪太路店大而全的品类，没有静安店的小资环境，开业两年3个月以来，宜家杨浦店在消费者心中的存在感一直不强。

但于宜家而言，杨浦店却是重要的“试金石”。宜家杨浦店是中国第一家小型宜家，是宜家中国区“城市小店”战略中重要的一环。

6月13日，宜家中国宣布将于7月初开始关闭上海杨浦商场，引起市场广泛关注。“宜家中国不断审视、评估和优化其顾客触点，在必要时转型、关闭或新增业务单元和渠道，并探索各类创新的顾客触点模式。这是宜家中国转型计划的一部分，也是零售行业正常且常见的商业行为。”6月17日，宜家中国方面对时代周报记者表示。

## 客流不及预期或成闭店主因

宜家杨浦店撤场在即，不少顾客前来送别“老朋友”。

6月16日，时代周报记者走访宜家杨浦店时发现，尽管当天是工作日，但门店客流量与周末相当。

此外，宜家杨浦店显眼位置张贴着促销海报。据悉，6月13日—7月6日为宜家杨浦店的促销期，全场300余款商品5折起。

此次撤场，意味着全国首家“小型宜家”成为历史。

对于关店的原因，宜家中国对时代周报记者表示，经过对宜家杨浦商场的全面评估，结合该商场服务商圈

内顾客持续变化的消费行为偏好和宜家在上海市场总体布局的考量，宜家中国对杨浦商场的长期可行性进行了综合分析，并考虑从7月初开始，不再保留其作为上海顾客触点矩阵的一部分。

作为中国首家小型宜家，杨浦店曾予以厚望。

宜家中国区副总裁弗朗索瓦·勃朗特(Francois Brenti)曾在一次媒体采访中指出，宜家杨浦店的主要受众是周边的大学生和有装修需求的业主。

“这家店里有一些基于真实生活场景设置的样板间，并会在门口标注说这是一户生活在55平方米公寓，其杨浦店的面积大小和巴黎门店差不多(约5400平方米)，(尽管小)但宜家会确保这类门店品类更齐全。”弗朗索瓦·勃朗特曾表示。

很显然，宜家杨浦店仅两年三个月的寿命不能支撑起宜家转型的使命。

“无法精准导入五角场商圈的庞大客流，或是宜家杨浦店无法如期经营的主要原因。”6月17日，长期关注城市商业的品牌人士崔雯（化名）向时代周报记者表示。

在崔雯看来，宜家杨浦店所在的

国华广场，虽然到五角场核心商圈直线距离不到1.5公里，但能够承接到的客流实际并不大。

“离开核心商圈的影响，即便位于城市副中心，宜家杨浦区真正辐射的人群，仍和普通社区商业体所能辐射的范围无异。”崔雯指出。

## 3个月关闭2家门店

宜家杨浦店是继4月1日宜家贵阳店关闭歇业后，宜家中国第二次进行的门店调整。

3个月关闭2家门店，宜家还能深耕中国市场吗？

作为宜家最重要的战略市场之一。到目前为止，宜家中国已在中国大陆开设了33家商场、1家小型商场(即为即将调整的宜家杨浦商场)、1家城市店、2个体验店。

早在2019年，宜家中国推出“未来+”本土发展战略，宣布投资100亿元，推动面向未来的转型，包括渠道拓展、数字化体验和居家生活专家服务。线上渠道自然成了宜家在中国的重要布局。

2021年3月，宜家测试上线宜家可购物微信小程序；5月，宜家天猫旗舰店扩大覆盖范围，由之前的江浙沪皖地区拓展至301个城市和地区。

不过，中国家居、设计产业互联网战略专家王建国指出，宜家在中国的电商战略一直没有颠覆性动作，这跟宜家的线下成熟运营模式有关，也跟宜家未真正适应中国电商发展模式有关。

“中国电商发展太快，‘宜家们’这些国际家居巨头无法像国内企业那样，做出快速战略性反应。”王建国补充道。

如今看来，宜家在中国市场的探索仍挑战重重。

艾媒咨询报告显示，在2015财年销售额增速达到27.9%的顶峰后，2017财年至2019财年，宜家中国的零售额增速分别为14%、9.6%与8.01%。

在2021财年，宜家全球门店共接待了7.75亿次消费者，低于2020财年8.25亿次人数，门店销售额下降了8%。虽然宜家总销售额为419亿欧元，和2019财年相比基本持平，但净利润却同比下降了17.2%。

关店调整的同时，宜家的性价比优势似乎也在进一步消失。5月25日，宜家中国完成终端涨价。

“疫情在全球范围内持续影响运输和原材料，所以宜家全球层面会定期根据全球采购价格调整情况来微调零售价格。由于原材料和运输情况的不同，价格调整的情况和幅度也会有所不同。在宜家，我们为大众提供物有所值，高性价比的产品目标不会变。”宜家中国方面表示，中国市场总体价格调整比例在全球范围内算比较低的，均值累计大约9%。

6月17日，中国商业联合会专家委员会委员赖阳对时代周报记者表示，如今宜家的产品与国产商品相比并没有特别强的性价比。同时，全屋定制的快速普及也让宜家的设计优势在弱化。

“宜家中国将保持稳健的发展计划，并持续为未来投资。目前，上海临空项目和合肥项目正在按计划推进中。”宜家中国对时代周报记者表示，宜家将持续通过多元的线下门店与线上渠道，为上海及周边消费者提供产品和服务。■

-17.2%



# 数字化成降本增效抓手 万物云能跑通新业态吗？

时代周报记者 梁争誉 发自深圳

淘宝是24小时送达的实物电商，美团是30分钟送达的外卖电商。正在拥抱数字化浪潮的物业企业，希望打造怎样的“人设”呢？

曾任阿里云首席物联网科学家、现任万物云管理合伙人及首席科学家的丁险峰的回答是，基于物联网之上的30分钟送达服务电商。

以街道为场景构建“街道物业”，借助科技手段，将空间科技云服务和街道场景结合起来，实现人、事、地、物的数字化，实现服务范围、能力与效率的提升。

6月15日，丁险峰少有地露面，在深圳坂田蝶城项目，面向媒体解读万物云的数字化布局。

规模制胜成为过去式，如何更高效地满足业主需求，离不开科技赋能。丁险峰认为，物业公司做科技，更多的是为业主服务，输出更优质的服务以提升业主满意度。他同时表示，物业公司要降本增效，只能依靠科技。

现在看来，前者之于万物云，明显游刃有余，而后者，任重道远。

## 穿街过巷

物业行业作为传统服务业，大多局限于单一小区或写字楼，范围小且效率低。如何突破服务瓶颈？万物云的解决方案是“街道战略”——打开

社区围墙，走出来，实现“街道会师”。

简单来说，就是以街道为单位，在半径三公里的城市区域内，通过远程运营与混合服务的方式，构建20~30分钟可触达的高浓度、高效率的服务圈。万物云将其命名为“蝶城”。

蝶城运转，离不开科技加持。

2021年，万物云远程数据中心在武汉落地，可以提供云通行、云客服、云巡检、云调度、云维保等多种能力。为了将这些远程服务能力投放到一线，万物云在蝶城进行大量的基础设施建设，包括边缘计算、Lora组网等数字化基础设施，智慧通行系统、自助服务终端、扫地机等机械设备，通过智慧工单系统对人员、设备进行科学调度。

今年，万物云在深圳、武汉、佛山、中山、南京、苏州、杭州等地，划定14个区域作为首批蝶城试点，深圳坂田就是其中之一。

在坂田街道，万物云签约服务的8个住宅项目和6个产业和商企项目，在管面积占街道总建筑面积的33.5%。这样高浓度的区域，成为万物云建设坂田蝶城的基础。

完成硬件设施搭建后，万物云在坂田蝶城进行“四保”即保安、保洁、保绿、保修的流程升级，通过远程服务替代现场服务、机器服务替代人工服务的方式，降本提效。

以云维保为例。通过传感器和摄像头，能够实现24小时监测水泵房、配

电房、电梯等设备的运转情况。万物云方面介绍，万科城的7个水泵房，靠人工进行检查需要两个多小时，通过云维保检查20秒内即可完成。

在物业服务中心，“凤梨一号”自助服务终端取代人工客服，提供水电缴费、门禁办理、房屋过户等服务，且能够全天候为业主服务。

万物云方面表示，通过蝶城模式实现人力、设备跨项目的共享，此前常年处于亏损状态的坂田街道8个住宅项目首次实现盈利，相关岗位人效比提升达到20%以上。

## 盈利待解

蝶城项目大规模铺开，最底层的支撑是基础设施建设，包括数字化设施、服务者配套设施、机械设备、调度平台等，甚至是背后的研发团队。这都离不开财力支持。

丁险峰介绍，早在2015年，万物云便启动数字化建设，“每年以亿元为单位地往里投钱”。

长期且巨额的资金投入，反映在财务报表上，是稍微逊色于同行的毛利率水平。

万物云招股书显示，2021年，万物云实现营业收入约240.2亿元，在管面积约7.8亿平方米。过去三年，万物云整体毛利率分别约为17.7%、18.5%、17.0%。

可供对比的是，和万物云处于同一规模量级的碧桂园服务(06098.

HK)，2019—2021年的毛利率分别为31.65%、33.97%、30.73%。营收规模在百亿元左右的华润万象生活(01209.HK)，2019—2021年的毛利率分别是16.06%、26.95%、31.08%。

而以住宅为主的物企物业，管理服务的利率水平平均在20%~25%之间。

不过，相比赚钱，万物云更看重的是客户满意度。

“以我对这个行业的认知，物业公司毛利率能超过10%已经非常好了。”万物云CEO朱保全认为，物业赚的钱本质上是酬金，如果管得好，业主给的酬金比例就高一点，这是物业的本手。“客户信任会带来稳定的现金流与合同持续的续签，否则，再高的毛利也仅仅是纸上富贵。”

丁险峰表示，目前，万物云的考核维度包括毛利率水平和客户满意度，后者为主。“万物云品牌力很强，这是我们希望保持住的地方，在降本提效的同时提升满意度。但是，与其省钱，不如提高满意度。”

“通过平台来服务30分钟服务圈，能有助物业公司实现盈利。”丁险峰透露，目前，万物云一些蝶城项目已实现盈利，今年将争取更多蝶城项目实现更多盈利。

“万物云2021年实现营业收入240亿元，提效1%就(节省)2.4亿元，2%就是4.8亿元。”丁险峰给自己定的KPI，远不止于此。■

33.5%

