

时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

周要闻

■ 三部门：提升新能源汽车个人消费比例

近期，工业和信息化部、国家发展改革委、生态环境部发布《工业领域碳达峰实施方案》，提出加大交通运输领域绿色低碳产品供给，提高城市公交、出租汽车、邮政快递、环卫、城市物流配送等领域新能源汽车比例，提升新能源汽车个人消费比例。

■ 7月服务业延续恢复态势

国家统计局发布的数据显示，7月份，受传统生产淡季、市场需求释放不足、高耗能行业景气度走低等因素影响，制造业PMI降至49.0%。服务业延续恢复态势。7月份，服务业商务活动指数为52.8%，比上月回落1.5个百分点，继续保持在扩张区间。

■ 国产大飞机C919完成取证试飞

8月1日，中国商飞官方微信公众号宣布，国产大飞机C919完成取证试飞。C919大型客机是中国自行研制、具有自主知识产权的大型喷气式民用飞机，采用单通道窄体布局，座级158~168座，航程4075~5555公里，与目前国际航空市场上最为常见的空客320、波音737机型同级别。

周数据

■ 7月份全国铁路发送旅客2.24亿人次

中国国家铁路集团有限公司发布的数据显示，7月份，全国铁路运输呈现客运继续回暖向好、货运持续高位运行良好态势，累计发送旅客2.24亿人次，日均722.8万人次，日均环比增加170.4万人次、日均环比增长30.9%，高峰日发送旅客838.3万人次。

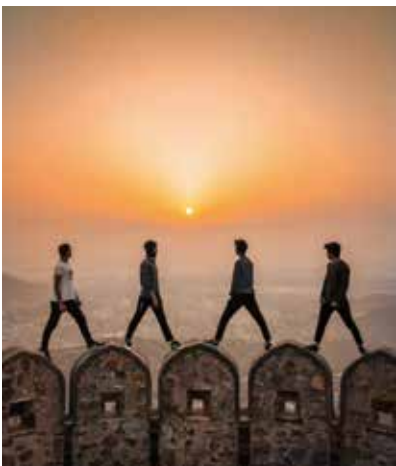
2.24亿人次

累计发送旅客

日均 722.8 万人次

日均环比增加 170.4 万人次

日均环比增长 30.9%



印度程序员梦想去硅谷

详见P8

阿里大调整

详见P10



离岛免税新政两年

时代周报记者 涂梦莹 发自海口

乘着第二届中国国际消费品博览会（下称“消博会”）的东风，海南正掀起一波专属免税板块的狂欢。

“消博会不仅是中国也是海南自贸港的年度消费盛宴，在促进离岛免税行业方面具有重要意义。”近日，海南省商务厅厅长、海南国际经济发展局局长韩圣健在国新办新闻发布会上表示，消博会将提升海南离岛免税购物的国际竞争力。

在本届消博会上，众多免税企业纷纷开设展馆，携国际大牌合作伙伴一同亮相，并宣布新一轮项目合作。

譬如，海南旅控旗下三亚海旅免税城与法国婕珞芙集团、中粮集团签署战略合作协议，引进近10个国际品牌；大型商业零售集团王府井则展示百货、奥莱及免税等五大业态，现场发布重点项目。

“对比上届消博会，GDF免税城经营面积已扩充10倍，在返岛提货和邮寄送达等便民政策的加持下，对比去年二季度，销售额同比增长120%。”7月27日，海南控股GDF免税城相关负责人向时代周报记者表示，今年消博会期间购买力同比去年有较大增长。

从数据上看，离岛免税正在不断激发海南经济发展活力。

“2021年海南离岛免税销售总额超过600亿元，同比增长84%，其中，免税销售额505亿元，免税购物人数968万人次。”7月26日，在第二届全球消费创新暨免税与旅游零售大会上，中国旅游集团有限公司董事、总经理王海民透露，中国旅游集团将持续加大在海南的投资和发展的力度。

海南离岛免税机遇

随着免税政策的持续优化，海南对免税经营商的吸引力正在与日俱增。

2020年7月，海南执行新的离岛免税政策，从购物限额、商品品种到购物对象等方面均有新的提升，并鼓励适度竞争，有免税品经销资格的经营主体可按规定参与海南离岛免税经营。

这成为海南离岛免税政策自2011年实施以来力度最大的调整。

“海南离岛免税新政两年，不仅给国内免税行业带来了行业规模和行业影响力，还在市场关注度、政策重视程度等方面带来积极变化。”7月27日，IPGlobal中国区首席经济学家柏文喜向时代周报记者表示。

在海南发展离岛免税初期，仅有中免、海免两家经营主体。但截至目前，离岛免税经营主体已增加到6家，离岛免税店增至10家。仅过去的2021年全年，海南10家离岛免税店免税销售额同比增长83%。

➡ 下转P21

广州的水什么都知道

西濠涌和广州东濠涌一样，都曾是广州的护城河，但在历史地位上，西濠涌不但具有守护城池的作用，还发挥了更重要的商贸和航道作用，以致几乎和约翰生活在同一时期的美国商人亨特，把广州定义为“水上浮城”。

时代周报记者 黎广 发自广州

上个月，东阳把出生满100天的儿子送回湖南长沙，一天没多待，就赶回广州荔湾的工程项目部，奋战在长寿路、长乐路、华林路、浆栏路那些充满古城味道的街头巷尾，这是工程人日常生活的常态。

东阳的任务是用一年的时间，为西濠涌那些老旧的房屋和巷道分别装上两条水管：污水一条，雨水一条，从而实现雨污分流，这是广州荔湾的民生工程。

154年前，来自英国驻广州领事馆的神职人员约翰·格雷，用了7天，仔细地在广州城里逛了一圈，其主要造访的，就在如今东阳“抛妻舍子”进行旧城改造的“西濠涌”附近。

西濠涌和广州东濠涌一样，都曾是广州的护城河，但在历史地位上，西濠涌不但具有守护城池的作用，还发挥了更重要的商贸和航道作用，以致几乎和约翰生活在同一时期的美国商人亨特，把广州定义为“水上浮城”。

斗转星移，西濠涌的水量逐渐枯竭，曾经的鳙民上岸，道路交通代替了水路交通，但随着老城排水设施的老化和不足，这成了局部地区雨污水横流和内涝的诱因，严重影响老城居民的幸福感。

若解决了这些烦心事儿，老城的生活甚至比新城更为便利。东阳团队的工作，就是解决居民的这些烦心事。

“重塑”荔湾

黄伯倚靠在家门口，对于一米开外的管道施工，他知道何时开始，却不知何时结束。

“估计也快了，现在的施工比以往规范和文明，噪音也很少了，主要是这个水务的工程很好，以后下雨不愁淹水了。”

黄伯家在广州荔湾区大围正街，这条160米长的街道两端牌坊上写着“龙津苑”。

《三秦记》里说，龙津就是龙门，有水险不通的意思。

黄伯50多岁，当他还是个孩子的时候，家门前不是路，而是一条河涌，“河涌里都是船，讨生活、做生意的，有时候涨潮或者发洪水，河水会漫到家门口。”他指了一下邻居家门说道，“以前出门下楼梯，就到涌边了，家门口还留着的两级楼梯就是证据。”

如今这条河涌水流变小，成了一条在地面下流动的暗沟，暗沟是否把生活污水和雨水一块带进了珠江不得而知。

➡ 下转P6

政经 · TOP NEWS

- 2 保交楼、稳民生 要压实地方政府责任
- 3 稳就业稳物价成经济工作重中之重 专家：下半年应不会出现通胀问题
- 4 上半年江西消费增长5.6% 增速连续四个月全国第一
- 5 郑州的“野心”：成为全球航空中转站

财经 · FORTUNE

- 10 招商拓补银行“夭折” 筹备组近200人失业？
- 12 顶流基金经理持续回血 147人跻身百亿俱乐部
- 13 总经理悬空近1年 万亿招商基金再迎保险系高管
- 15 新东方招聘海外主播？ 公司：没有相关计划

产经 · INDUSTRY

- 20 每日优鲜陷经营危机： 消费者退费难 ofo事件再现？
- 21 消费品牌齐聚海南 新老国潮争奇斗艳
- 23 增立商业与代建平台 旭辉控股组织架构大调整
- 24 “深圳客”陆续进场 东莞楼市现回暖信号

编辑/陈泽秀 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 120015 >
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号远洋明珠大厦4楼

保交楼、稳民生 要压实地方政府责任

据新华社报道，中共中央政治局7月28日召开会议，分析研究当前经济形势，部署下半年经济工作。会议指出，要稳定房地产市场，坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，因城施策用足用好政策工具箱，支持刚性和改善性住房需求，压实地方政府责任，保交楼、稳民生。

这是“保交楼”首次写入政治局会议文件。

对不少中国老百姓来说，买房是一生的大事。因此，花了钱却住不进新房，就成了最大的焦虑。最近，多地烂尾楼业主发布声明，要强制停止偿还贷款，直至相关项目完全复工为止。如果任由停贷风波持续，很容易在短期内造成跟风效应，蕴藏金

融风险，冲击市场信心。

最近，国家统计局发布7月制造业采购经理指数、非制造业商务活动指数、综合PMI产出指数。其中，制造业采购经理指数（PMI）为49.0%，比上月下降1.2个百分点，位于临界点以下。

作为经济运行的先行指标，PMI重新回到所谓“荣枯线”之下，显示中国经济恢复的基础仍需稳固，特别是中小企业复苏动能依旧不足，关键“痛点”问题亟须缓解。位于停贷风波中心、复苏蒙上阴影的地产业，无疑是“痛点”之一。

房地产业是社会国民经济体系中的重要组成部分，牵一发而动全身，当下中国经济特别需要一个稳定的房地产市场。

停贷风波中的业主只有一个核心诉求，即保交楼。显然，地方政府、有关部门能否尽快开展沟通、处理工作，是平息停贷风波，消除衍生影响的关键。

保交楼，给楼市注入流动性，银行被寄予厚望。

7月17日，银保监会负责人要求各银行主动参与合理解决资金硬缺口的方案研究，做好具备条件的信贷投放，协助推进项目快复工、早复工、早交付。

保交楼，在政治局会议之后，地方政府有望发挥更大作用。

7月29日，浙江省省长王浩作关于上半年全省经济社会发展情况和下半年政府工作的报告时表示，浙江将严密防范化解

房地产领域风险，开展非正常项目、停工项目专项整治，将风险隐患消灭在萌芽状态。

地方政府之所以能够发挥更大作用，是缘于其地位特殊，既可以和房企、银行对接，推动已停工项目尽快复工，也能与业主沟通。无论是配套提供增量资源，还是采取合作代建、项目转让等多种方式说服消费者，地方政府拥有足够资源。

相较以往，本次政治局会议“用足用好政策工具箱”的表述值得注意。

要做到“保交楼”，金融支持是重要的方面。在本次政治局会议召开之前，7月17日，银保监会有关部门负责人接受记者采访时提出，要积极做好“保交楼”方面的金融服务，千方百计推动“保交楼”诸

项措施的落实。

有经济学家建议，可以参考国外处理的方式，不要求商业银行直接让利免单，而是由财政资金参与给受困群体做适当补贴。

据《经济观察报》报道，有关部门拟成立一个千亿级房地产基金，用于解决一些问题楼盘债务问题，世茂集团、融创中国、绿地控股等民营房企巨头都在首期拟出纾困企业名单。

有关方面目前会使用哪些常规或非常规工具还有待观察，但从目前各方的表态来看，保交楼、稳民生、为民营房企帮扶纾困，已经成为市场、监管部门和金融机构的共识。■

金价连跌四个月回到“4字头” 七夕迎黄金消费小热潮

时代周报记者 阿力米热 发自广州

持续的高温、闷热潮湿的空气，似乎遏制住了人们出行的欲望，平日常里熙熙攘攘的街道，也少了很多逛街的人群。但是与此番“冷清”景象不同，各大卖场的黄金柜台依旧人潮涌动。

“祥云金镯有小朋友的尺寸吗？”“耳环、手链都带上，这是我送给妻子的生日和七夕礼物”“趁金价便宜，我赶紧来多买一些古法工艺的手镯、项链和耳环，现在给结婚的女儿准备嫁妆正是时候。”男女老少汇聚在珠宝店铺内，挑选着心仪的饰品，销售人员应接不暇。

珠宝销售员王小姐告诉时代周报记者，七八月份往往是黄金销售的淡季，但随着黄金价格的下探，再加上七夕情人节和婚庆高峰期的来临，近期买黄金的顾客比平常多两倍，市场迎来一波消费小高峰。

七夕遇到“淘金热”

7月30日，时代周报记者走访了广州周大福、中国黄金、六福珠宝等多家黄金品牌门店，看到不少消费者正在选购手镯、项链等黄金饰品。恰逢七夕情人节前夕，不少珠宝店借机推出优惠活动，计价黄金类饰品的优惠幅度在25~60元/克不等。

中国黄金零售金价屏幕显示，当日首饰、摆件类足金价格为496元/克，金条金章类工艺品价格为442元/克。据了解，近几日的黄金价格基本都在490元/克上下浮动，而在两个月前，黄金价格曾上涨到510元/克。

“现在的黄金价格是今年最低的时候了，比三四月的时候跌了20元/克左右，再加上七夕活动全场减25元，

现在买首饰比较划算，这段时间的生意也很好。”珠宝销售员王小姐说道。

时代周报记者梳理近期黄金价格发现，上海期货交易所黄金期货主力合约在3月份达到420.74元/克的阶段高点后，开始震荡下跌，在396~386元/克区间波动。而零售商老凤祥、中国黄金、周大福等金店的价格亦从520元/克下降了20~25元/克不等。

黄金价格的下跌，黄金市场也随之迎来一波“抢金”热潮。

时代周报记者在走访时发现，虽然消费者的“抢金”热潮依旧，但是主角已经悄悄换人。曾经被年轻消费者认为“土气”、时尚程度比不上钻石和铂金的黄金，已逐渐成为年轻消费者的心头喜好。

正在挑选黄金饰品的林小姐向时代周报记者表示，她就是曾经嫌弃黄金饰品，现在又喜欢上黄金的一员。“以前逛街和送礼的时候喜欢买一些服饰、化妆品和香水等商品，但这些东西不能长时间使用，还不如多添点钱买更加体面、更有价值的黄金。”

珠宝销售员王小姐告诉时代周报记者，因为年轻消费者通常购买力有限，重量在5~10克之间、设计感较强、含有生肖元素的黄金饰品更受欢迎，单价大多在2000元左右。七夕期间，此类小克数的黄金也是畅销款。

王小姐还透露，八九月份是婚庆高峰，因此，近一个月来，消费者对于重工手镯、吊坠的需求度有所提高，“很多消费者看到金价降了就入手了，还有人一次性购买20万元左右的黄金饰品”。

一位正在挑选婚庆饰品的消费者告诉时代周报记者，她在为女儿准备拍婚纱、结婚时穿戴的古法手镯和金猪吊坠，看到最近黄金价格下跌，

再加上七夕活动，现在购买200克黄金饰品，比年初便宜将近1万元左右。

黄金需求前景偏弱

回顾今年上半年，黄金价格可谓是大起大落。

今年3月，由于美国通胀预期不断增强，叠加俄乌冲突加剧避险情绪，黄金作为避险资产，价格一度飙升，创下了2070.42美元/盎司的高点，逼近2020年8月的历史高位2074.71美元/盎司。此后，伦敦金价格持续震荡，连续4个月下跌。7月27日，伦敦金价已较年内高点跌逾16%。

持续下挫的国际金价，也令国内金价开启了“跌跌不休”之路。但在7月28日美联储宣布再次加息75个基点后，国际市场现货黄金价格强劲反弹，冲破了1740美元/盎司的关键关口，最低接近1710美元/盎司，振幅接近30美元。

受到金价反弹的影响，国内市场上的金饰品价格再度小幅上调。

金投网数据显示，截至7月29日，金店黄金价格继续上涨，金价第一高的金店为老凤祥，涨幅为8元/克，报价499元/克，即将来到500元区间。而金价倒数第一的金店为周大生，报价480元/克，黄金价格高低差为19元。

对于近期实物黄金价格及消费市场表现，在业内人士看来，经济增长不确定性和市场对于经济衰退的担忧，导致黄金价格回吐涨幅，但上涨情况会相对短暂，不会持续太久。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华认为，黄金价格出现反弹，一方面是黄金接连下跌后，吸引部分买盘；另一方面，美联储加息幅度不及市场预期，加之美国经济衰退风险升温，美债收益率和美元明显回落，

推动黄金价格走高。在金融环境趋紧，市场波动加剧的情况下，全球经济放缓将拖累实物黄金购买力。

此前，世界黄金协会中国区CEO王立新曾表示，二季度全球金饰消费需求达453吨，与2021年二季度的低基数对比，同比上升4%。上半年金饰需求总量为928吨，比2021年同期低了2%，全球金饰需求仍未恢复至疫情前水平。

在全球通胀、经济和政策前景不确定性较高，黄金需求前景偏弱的背景下，未来黄金价格将持续下行还是重拾坚挺？

IPG首席经济学家柏文喜认为，正是由于美元利率和黄金对货币政策的敏感度极高，如果目前的紧缩预期已经接近极值，并且金价也已经充分计入利空因素，从趋势看，黄金走势仍面临压力，未来易涨难跌。在他看来，金价的波动方向很大程度上取决于美联储的货币紧缩能走多远。

从历史经验看，黄金价格与美元走势存在一定负相关，这是因为目前黄金价格主要以美元计价，美元走强，黄金价格有下行压力。但两者并非在任何时候都严格对应，还需要看当时的黄金面临的市场、政策及金价水平等因素。

世界黄金协会在《2022黄金年中展望》报告中分析称：“历史上，黄金价格在高通胀环境下表现都很好。当通胀率高于3%时，黄金价格平均上涨14%；在美国CPI同比上涨超过5%时，黄金价格平均上涨约25%。”

美国劳工部数据显示，今年6月份的CPI同比上涨9.1%，达1981年来最高水平。这意味着，如果下半年通胀趋势持续，将为黄金市场上行提供支撑。■



稳就业稳物价成经济工作重中之重

专家：下半年应不会出现通胀问题

时代周报记者 王晨婷 发自上海

中共中央政治局7月28日召开会议，分析研究当前经济形势，部署下半年经济工作。会议提出，宏观政策要在扩大需求上积极作为，充分调动各方面积极性。

会议强调，要全面落实疫情要防住、经济要稳住、发展要安全的要求，巩固经济回升向好趋势，着力稳就业稳物价，保持经济运行在合理区间，力争实现最好结果。

北京大学国民经济研究中心主任苏剑在采访中告诉时代周报记者，政治局会议传递的两大信号，一个是对疫情防控的态度，另一个是对增长目标的态度。在目标里着重提到了稳就业、稳物价这两方面，可见下半年应该会把宏观调控重点放在稳就业和稳物价上。

着力稳就业稳物价

保障民生是本次会议的重点。会议提出，要扎实做好民生保障工作。要着力保障困难群众基本生活，做好高校毕业生等重点群体就业工作。

国家统计局数据显示，受多方面因素影响，今年4月份城镇调查失业率升至6.1%，而随着疫情防控形势逐步向好，从5月开始，城镇调查失业率连续两个月下降，5月份城镇调查失业率为5.9%，6月份进一步降至5.5%。

不过，青年人就业压力仍然较大。6月份，16~24岁城镇青年失业率为19.3%，处于今年以来较高水平。

对此，上海财经大学校长刘元春此前在接受时代周报记者专访时建议，可以号召各级部门适度扩招，或前置性地扩大一些用人选人计划。国家也可以在部分能够安置大学生的新项目上进行谋划，开具一批基础设施项目，定向招揽一批大学生。从高校本身来讲，可以考虑适度扩大研究生招生规模，也可以采取开发助理研究员岗位等方式来延迟就业问题。

而在稳物价方面，时代周报记者注意到，今年《政府工作报告》中对居民消费价格指数（CPI）的涨幅目标为3%左右。相比近期全球多个国家和地区面临高通胀的情况，中国上半年物价持续运行在合理区间，CPI平均上涨1.7%。



“上半年稳物价工作成绩来之不易，反映出我国重要民生商品、重点大宗商品产供储销体系建设成效显著，保供稳价工作体系更加健全。”国家发改委价格司司长万劲松在7月14日召开的吹风会上表示，下半年，受国际通胀高企、俄乌冲突、新冠肺炎疫情等因素影响，我国物价运行面临的不确定、不稳定因素仍然较多，但我们有底气、有信心、有能力继续保持物价运行在合理区间，全年3%左右的CPI预期目标是可以实现的。

苏剑也在采访中告诉时代周报记者，下半年国内应该不会出现通胀的问题。

除了就业和物价问题，会议在防范风险方面也提出了具体的指向。对于稳定房地产市场，会议在强调“房住不炒”的同时，提出了要因城施策用足用好政策工具箱，支持刚性和改善性住房需求，压实地方政府责任，保交楼、稳民生。

值得注意的是，这是中央政治局会议中首次提到“保交楼”。

易居研究院智库中心研究总监严跃进告诉时代周报记者：“从实际过程看，当前保交楼的政策比较清晰，包括地方党委和市政府全局统领，商业银行等机构密切配合，房企等积极参与复工。同时，不排除下半年中央和各金融部门如政策性银行等部门，会有新一轮的保交楼政策。此类政策势必使得下半年会有新动作，尤其是在推动房企施工、化解房企债务压

力、维护购房者合法权益等方面会有积极的进展和表现。”

据中新网报道，在此前的一周内，银保监会亦3次表态，另有超过10城发布保交楼相关政策举措。7月25日，银保监会召开全系统2022年年中工作座谈会暨纪检监察工作座谈会指出，支持地方做好“保交楼”工作，促进房地产市场平稳健康发展。

这意味着，保交楼将会是下半年的一项重要工作，同时也是地方政府需要加大重视的工作。

时代周报记者还注意到，浙江日前召开了房地产纾困项目与企业金融机构对接商洽会，会上提出将成立纾困基金，支持房企合理资金需求，并积极搭建信息交流平台，帮助困难企业盘活资产。

不仅是浙江，另据媒体近日报道，郑州针对烂尾楼、停工项目提出四种项目纾困模式，包括调动国企、央企及各类金融机构资源，通过公寓房收购为人才房、统贷统还、兼并收购、破产重组等方式，区分问题项目和问题企业，落实“保交房”，维护房地产市场稳定及维护购房者权益。

除了房地产方面外，中央政治局会议也提到，要保持金融市场总体稳定，妥善化解一些地方村镇银行风险，严厉打击金融犯罪。要压实安全生产责任。

政策落实为重点

对于下半年可能会推出哪些宏



除了就业和物价问题，会议在防范风险方面也提出了具体的指向。对于稳定房地产市场，会议在强调“房住不炒”的同时，提出了要因城施策用足用好政策工具箱，支持刚性和改善性住房需求，压实地方政府责任，保交楼、稳民生。

观调控政策，苏剑认为，重点在于落实此前出台的宏观调控政策，落实增量政策。

民生银行首席经济学家温彬也认为，相比4月29日举行的中央政治局会议的“加大宏观政策调节力度”“要抓紧谋划增量政策工具”“要全力扩大国内需求”等表态，此次会议在政策基调上并未加码。

之所以并未进一步加码，在温彬看来，一方面是由于稳经济一揽子政策等实施时间仅一个多月，还有相当的实施空间，要继续推动政策落地和效果显现；另一方面则显示出决策层“不会为了过高增长目标而出台超大规模刺激措施，超发货币、预支未来”。

在财政政策方面，会议提出，用好地方政府专项债券资金，支持地方政府用足用好专项债务限额。

截至6月底，地方政府专项债累计新增额度已达34062亿元，占全年限额的93.3%。长城证券研报指出，上半年专项债券下达时间早、发行进度快，下一步的重点工作一方面是做好专项债券发行收尾工作，另一方面是推动专项债券尽快形成实物工作量。

对于曾广泛讨论的下半年或发行特别国债，目前业内普遍认为，可能性已大幅降低。但下半年提前下达明年专项债额度或是大概率事件，基建投资增速也或将于下半年继续提高。

对此，苏剑也认为，下半年基建依旧是托举项。“财政方面，由于上半年留抵退税力度较大，导致财政收入较低。下半年如果（财政）收入还是难以提升，且继续面临刚性的财政支出，比如为了稳经济、保民生、保交楼、疫情防控等仍需大幅度增加支出，则只能从基建方面去扩张。”苏剑告诉时代周报记者。

货币政策方面，会议提出要保持流动性合理充裕，加大对企业的信贷支持，用好政策性银行新增信贷和基础设施建设投资基金。

可见，下半年货币政策也将继续保持宽松的态势。长城证券研报认为，下半年银行间7天回购利率水平仍然保持较低水平，逆回购利率有望进一步下调，以弥合市场和政策利率的缺口。同时商品房市场仍然面临诸多问题，销售和投资增速不达预期，货币政策上仍不能排除进一步降息降准的可能性。■



上半年江西消费增长5.6% 增速连续四个月全国第一

时代周报记者 王晨婷 发自上海

江西一国企员工在朋友圈炫炫富、声称自己喝“20万一斤的茶叶”引发关注。随后其对媒体称言论夸大，其所属的江西省国有资本运营控股集团有限公司亦通报称，“20万一斤的茶叶”是该员工虚荣心所致。

“20万一斤的茶叶”虽是吹牛，但近年江西消费增速屡创新高，背后确有“真功夫”。

2021年，消费对江西省经济增长的贡献率达52%，成为经济第一拉动力，而这一形势也延续到了2022年。

“又发消费券了，电影院走起。”江西女孩许许是个电影爱好者。从5月起，江西省电影局每周都会发两张10元电影消费券，她已经多次带着家人朋友前去电影院观影。

不止电影券，江西省商务厅数据显示，今年上半年，江西省市县共开展汽车、家电、餐饮、百货等线上线下促消费活动3000多场，省市县三级政府投入财政资金9亿元，撬动企业、商家、平台让利优惠27亿元。

疫情防控常态化后，加之刺激消费政策“组合拳”下，江西迎来今年消费的强劲开局。上半年，江西社会消费品零售总额达5817.5亿元，同比增长5.6%，比全国平均高出6.3个百分点，增速连续4个月居全国第一。

消费高速增长背后，江西做对了什么？

“摇号抽奖”刺激汽车消费

上半年，江西全省限额以上单位零售额2231亿元，增长14.8%，高出全国14个百分点。

其中，大宗消费支撑有力，全省限额以上汽车、成品油销售分别增长6.6%、20.6%，分别高于全国12.3个和6.4个百分点，新能源汽车零售额同比增长106.7%。

汽车零售增长对社会消费品零售总额（以下简称“社零”）拉动效果显著。今年以来，全国多地纷纷推出促进汽车消费的政策，而江西则创新

地推出了“摇号抽奖”。

时代周报记者了解到，江西车主在购车后，可采用购车摇号抽奖的方式刺激汽车消费，总奖金4600万元，个人最高可中5万元。

燃油汽车新车奖池3600万元，奖项全省共设立一等奖200名，每名奖补5万元；二等奖500名，每名奖补2万元；三等奖2000名，每名奖补5000元；四等奖3000名，每名奖补2000元。新能源新车奖池为1000万元，全省共抽取产生2000名中奖者，每名奖补5000元。

“江西上半年新能源零售增长106.7%，与行业增长基本持平，这个增长是较为稳定的。一方面，与江西政府大力支持，预拨4000多万元预算刺激汽车消费有关；另一方面，也离不开今年江西居民消费意愿高，且与部分城市，如南昌、赣州等经济增长较快有关。”江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔告诉时代周报记者。

从GDP增长情况来看，江西2022

年上半年实现地区生产总值15133.1亿元，同比增长4.9%。其中，省会南昌GDP同比增长4.3%，赣州的增速也达到了4.9%，均远高于全国2.5%的平均水平。

值得一提的是，江西上半年网上购物、直播带货等新业态、新模式也持续红火。全省网络零售额1142.7亿元，增长24.9%。其中，实物商品网络零售额1015.4亿元，增长25.6%；限额以上单位通过公共网络实现的商品零售额256.3亿元，增长21.5%。

旅游消费或促进进一步增长

实际上，近几年来江西消费增速始终位居全国前列。2019年起，江西省启动促进商贸消费提质扩容三年行动。

“过去三年，商贸消费升级成效显著。”江西省商务厅副厅长梁小康在此前的发布会上介绍道，“重生产轻流通、重投资轻消费”的传统观念进一步改变，商贸消费在国民经济中的基础性、先导性地位和作用进一步

突出。

2021年江西省消费对经济增长的贡献率达到52%，成为经济第一拉动力。在消费的拉动下，江西的GDP也已从2018年的全国第19位跃升至第15位，社零总额等主要经济指标的增速也持续保持在全国“第一方阵”。

从具体做法来看，2019年开始，江西各地各部门大力开展“优品”“兴市”“强商”“旺客”“捷运”五大行动。在消费供给方面，全省三年内新引进和培育知名品牌67个，新增品牌便利店门店220家。2021年，汽车类、化妆品类等升级类商品销售额较2018年分别增长38.3%、100%。

虽然消费增长强劲，但从总量来看，江西的社零总额仍与广东、江苏等“4万亿元”量级的消费大省尚有明显差距。

相比山东、浙江、河南、四川、安徽及福建等“万亿”省份，江西5000亿元左右的量级也与之差距不小。从人均消费支出来看，江西上半年居民人均消费支出为9940元，也落后于全国均值，位居全国第17位。

这意味着接下来江西在消费方面仍有不小的努力空间。对于下半年江西消费的发力方向，时代周报记者注意到，近日，江西省主要领导在上饶调研时提到，三季度是旅游消费的“黄金季”，各地各部门要抢抓时机、精准发力，加快消费回补和潜力释放。

不难想见，旅游消费有望支撑下一阶段江西社零的进一步增长。

江西提到，在严格做好常态化疫情防控和安全保障的前提下，积极“引客入赣”，大力倡导“江西人游江西”“本地人游本地”“周边人游周边”，让江西人气更加兴旺，全力推动文旅产业高质量发展，助推江西省经济发展提速提质增效。

7月27日晚，江西“百城百夜”文化和旅游消费季在婺源启动。据了解，本次文旅消费季活动为期三个月，活动期间将举办1.8万余场消费活动，福利优惠将覆盖该省95%以上文化和旅游消费场所，省内文旅消费联盟让利达10.95亿元。▮



旅游消费

山西不再低调 上半年GDP增速全国第二

时代周报记者 阿力米热 发自广州

这个被当地人自嘲“无人问晋”的低调省份，开始备受瞩目。

山西省统计局数据显示，今年上半年，山西的GDP首次突破了万亿元，达至11569亿元，按不变价格计算，同比增长 5.2%，快于全国（2.5%）2.7个百分点，增速排名全国第二。从名义增速来看，山西增速突破20%，领跑全国。

分产业看，上半年，三大产业增加值分别为412.77亿元、6074.34亿元、5081.83亿元。其中，第二产业是全省经济稳增长的主要动力，对经济增长的贡献率高达57.4%。

分行业看，山西工业生产持续向好，其中，汽车制造业增长28.0%，食品工业增长20.1%；工业战略性新兴产业增长20.6%，均快于全省规上工业增速。新能源汽车、光伏电池产量分别增长2.8倍、8.7%，延续了今年以来的快速增长势头。

与此同时，作为典型资源型大省、素有“煤海”之称的山西，在能源增产保供方面也成效明显。数据显示，上半年，山西规上原煤产量64139.3万吨，增长10.1%；非常规天然气产量增长20.3%，发电量增长5.4%。

工业新动能增势强劲

今年上半年，在能源保供和促进工业平稳增长措施持续作用下，山西新兴动能不断壮大，推动了经济较快增长。

统计数据显示，上半年，山西规模以上工业增加值增长11.0%，快于全国（3.4%）7.6个百分点。较一季度的4.5%进一步扩大了3.1个百分点。

在全省规模以上工业中，工业新动能增势强劲。其中，汽车制造业增长28.0%，食品工业增长20.1%；工业战略性新兴产业增长20.6%，均快于全省规上工业增速，新能源汽车、光伏电池产量分别增长2.8倍、8.7%，延续了今年以来的快速增长势头。

为何山西的汽车制造业上半年能脱颖而出？这主要得益于山西储量丰富的煤炭和煤层气资源，具备“煤—焦—气—化”一体化的完整产业链，拉动了汽车制造业及新能源车产业。

汽车行业分析师张翔在接受时代周报记者采访时亦表示，长期以来，山西利用煤电优势，大力发展铸件、锻件、汽车零部件、铝镁合金压铸机和磁性材料等产业集群，为装备制造、汽车制造业提供了动力源泉。

然而，城市规划专家孙不熟认为，虽然山西拥有比亚迪、大运汽车等具备整车开发制造能力的整车企业，但是很多汽车零部件都需要上游产业链的供应，相比其他省份，山西在汽车产业链方面并不够完善，上半年汽车制造业增速高，可能和基数小有关。

除汽车制造业以外，近年来，山西工业战略性新兴产业也取得了较好成绩。统计数据显示，过去5年，山西工业战略性新兴产业增加值年均增长7.8%。

而这一成绩在今年更是有了进

一步的飞跃。今年以来，山西选取特钢材料、新能源汽车、氢能等10条重点产业链，实施全产业链培育工程，进一步推动了战略性新兴产业成为经济转型的重要支撑，让这一产业在上半年的增长幅度达到了20.6%。

这也意味着，目前山西的转型发展呈现强劲态势，是山西质量发展的关键支撑。

对此，孙不熟告诉时代周报记者，高端装备制造、新能源的开采，仍依赖于煤炭、电力等能源产品的刚需拉动，山西经济快速增长及转型强劲的背后，“煤”的功劳不小。

煤炭大省，因煤而兴

丰富的煤炭资源，为山西创造了先天条件，煤炭行业也随之成为了山西经济的“晴雨表”。

改革初期，中国快速的经济对煤炭需求量不断增加。由于山西煤炭资源得天独厚的优势，山西能源工业跃入快速发展轨道，煤炭产业随之成为了支柱产业，使山西全省的社会发展处于全国中上游水平。

2006年，国务院为进一步稳固重工业发展基础，持续性发展煤炭工业，批复了《关于在山西省开展煤炭工业可持续发展政策措施试点的意见》。与之相伴的，是山西煤炭的产量大幅增加。

统计数据显示，2006—2010年，山西原煤产量从4.97亿吨增加至7.29亿吨，占全国原煤产量的22.5%（2010年全国原煤产量为32.4亿吨）。同时，山西原煤所属的第二产业增加值，达

至5161.2亿元，同比增长18.6%，增速远高于全国平均水平。这意味着在当时，煤炭产业牵动着山西经济的发展。

然而，这种高增速的态势并没有一直延续下去。自2012年以来，受经济结构调整加快、经济发展方式转变、能源消费总量实施控制以及环境保护要求的不断提高，国内煤炭消费开始逐步减弱，煤炭市场开始变得不温不火。

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接受时代周报记者采访时表示，由于过度依赖煤炭产业带动经济发展，煤炭产业占主导地位所造成的直接结果是山西经济结构一度失衡，煤炭价格的波动和需求量的收缩等，都会直接阻滞山西发展的后劲。

统计数据显示，2014—2015年，山西省GDP增速呈现较为明显下滑的态势，并在2015年滑落至3.1%，为该省自1982年以来的最低值。在那段时期，“面临巨大下行压力，经济发展仍处于最困难时期”成为了山西经济状况的共识，多次被官方在公开场合提及。

由“疲”转“兴”的转折点发生在2016年。这一年，山西供给侧结构性改革成效明显，“三去一降一补”取得了实质性进展，其产业结构也在接下来的几年内继续优化，并取得了明显的成果。统计数据显示，2020年，煤炭所属的第二产业占GDP的比重为43.4%，较2014年下降了6.3个百分点，第三产业的比重提升至51.2%。

这意味着，山西“一煤独大”的

局面开始逐渐转变。

随着转型逐步推进以及能源、原材料的形势较好，山西迎来了高光时刻。2021年，山西GDP增速达到9.1%，冲到全国第三，经济总量迈上“两万亿”新台阶，达至22590.16亿元，增量达前三年之和的1.4倍。紧接着，今年上半年山西的GDP首次突破万亿元，增速达到5.2%，再次刷新成绩。

转型发展呈强劲态势，成绩可圈可点，但承担着“能源供给”使命的山西仍然依赖煤炭产业。

在林伯强看来，山西经济高速增长，很大程度上还是由于煤炭市场价格飞涨。在2021年，动力煤全年最高位在2500元/吨左右，创立了一个历史价格。“但在‘碳达峰、碳中和’的目标下，煤炭产量将回归合理规模，风、光等可再生能源发电在我国电力结构中的占比将显著上升，未来山西应该更加重视高效、洁净、低耗的能源走可持续发展道路。”

据国务院发展研究中心资源与环境政策研究所测算，到2025年煤炭消费占比将降至50%以下，到2030年，煤炭需求占比将进一步降至40%左右。这意味着，未来5—10年是山西转型发展的窗口期、关键期。

“山西应该趁目前煤炭收益好的时间窗口坚持转型，在能源产能转型方面，可立足于资源优势，开采利用煤中的煤层气以及太阳能等可再生能源；同时大力引进全国的能源人才，积极采用新技术、新工艺改造提升传统能源装备，推动能源产业向智能化、高端化转型发展。”林伯强说。▮

郑州的“野心”：成为全球航空中转站

时代周报记者 丁远泓 发自广州

北京、上海、成都双双建成双机场,其他多个国家中心城市也开始“摩拳擦掌”。

其中,重庆、西安多次在文件中提及规划建设新机场,被视为广州“第二机场”的珠三角枢纽(广州新)机场则被列入国家“十四五”时期运输机场重点建设项目。

武汉虽然没有双机场,但属于武汉都市圈的鄂州花湖机场已于今年7月正式投运,与武汉的天河机场一道,构成了湖北航空货运“双枢纽”格局。

与武汉一样,同为中部城市的郑州也不甘落后。

7月25日,据《河南日报》报道,河南省政府近日印发《河南省综合立体交通网规划(2021—2035年)》,提出打造郑州国际航空枢纽,适时启动郑州第二机场规划研究。

河南省省委咨询组研究员、河南省社科院原院长张占仓在接受时代周报记者采访时认为,近年来,郑州机场的货邮吞吐量一直保持较快的速度增长,启动郑州第二机场规划研究是为了提早做准备。

“一旦第一机场满负荷了,就可以对第二机场进行规划建设,这和郑州国际航空货运枢纽的地位相匹配。”张占仓说道。

为发展预留空间

郑州并不是首次提出启动第二机场的规划研究。

早在2020年11月,郑州市自然资源和规划局回复人大代表建议时指出,结合郑州未来客流需求、区域空间变化等,可提前开展郑州第二机场选址研究。

2021年4月印发的《郑州市都市圈交通一体化发展规划(2020—2035)》再次提出,提升郑州国际航空枢纽能级,实施郑州机场三期工程,适时启动郑州第二机场规划选址,打造“双机场”发展格局。

尽管目前郑州第二机场尚停留在规划阶段,但郑州机场扩建三期工程已启动。

作为中国重要的干线机场,郑州新郑国际机场(下称“郑州机场”)的客流量超过千万级别。

数据显示,2021年,郑州机场旅客吞吐量为1895.0万人次,同比下降了11.5%,在全国民用运输机场中排名第14位。

相比之下,郑州机场的货运量更亮眼。

2021年,郑州机场货邮吞吐量首次突破70万吨,达到70.47万吨,连续两年稳居全国第六,仅次于上海浦东、广州白云、深圳宝安、北京首都、杭州萧山这五大机场。

时代周报记者注意到,2011年郑州航空货邮吞吐量仅为10万吨,排在全国各大机场的第20位。

也就是说,这10年内,郑州机场的货邮吞吐量年平均增长率超20%,排名前进了14位。

不沿海不靠边的郑州,在“靠蓝天”的对外开放中,实现了航空货运方面的突出表现。

2017年9月,河南省政府正式出台《郑州—卢森堡“空中丝绸之路”建设专项规划(2017—2025年)》,依靠这条“空中丝绸之路”,河南省加快对外开放、优化产业结构,在更大范围、更宽领域、更高层次上融入全球经济体系。

此后5年时间内,郑州机场累计完成货邮吞吐量316万吨,其中,国际



地区货邮吞吐量220万吨,全货机航线增加至48条,国际地区通航城市增加至42个,形成横跨欧美亚三大经济区、覆盖全球主要经济体、多点支撑的国际货运航线网络。

今年4月发布的郑州2022年政府工作报告提出,郑州将加快中原龙浩和中原航空等货航企业发展,力争郑州机场客、货吞吐量达2400万人次、75万吨,确定为今年的重点工作之一。

张占仓估计,正常情况下,2025年郑州机场的货运量将突破100万吨,跻身全球货运机场前列。“适时开启第二机场规划研究,也是为了发展预留空间。”

据前述郑州市自然资源和规划局的答复,根据规划,郑州机场规划设施能力可满足郑州2040年前航空客货运需求。

打造国际航空货运枢纽

郑州的“野心”不小,立志要成

为全球航空中转站。

2018年发布的《郑州国际航空货运枢纽战略规划》提出,要将郑州机场打造为全球航空货运枢纽和现代国际综合交通枢纽,预计在2035年建成5条跑道,达到1亿人次旅客吞吐量、500万吨货邮吞吐量能力。

“郑州机场是国内少有的规划了5条跑道的机场,现在第一跑道和第二跑道都启用了,第三跑道正在建设中。”张占仓分析。

目前国内的大部分省会城市机场其实只有2条跑道,唯一拥有5条跑道的机场是上海浦东机场。而2021年,上海浦东机场保障了中国境内机场超四成的出入境货运量,是全球排名第三的货运机场。

对于未来第二机场和郑州机场的分工,张占仓认为,第二机场可能会更偏向于客运,因为现在的郑州机场在国内的大型机场中,是唯一以货运优先的机场。

与郑州相邻的省会城市武汉,

2021年的货邮吞吐量虽然不到郑州的一半,仅为31.6万吨,但位于武汉都市圈的鄂州花湖机场已经在今年7月正式投运,并预计将于2025年达到245万吨的货邮吞吐量,2030年达到330万吨。

同为中部城市,鄂州花湖机场的通航是否会影响郑州的国际航空货运枢纽地位?

在张占仓看来,目前鄂州花湖机场以国内快递运输为主,而郑州机场一直坚持“货运为先、国际优先”,两者定位不同。

张占仓认为,郑州的航空货运能够不断发展,主要是由于郑州处于我国中部地区,一小时的航空圈,就可以覆盖国内很大的市场,国际航空货物落地郑州可以以更低的价格将物品运输至全国各地。

“例如,现在中国进口的红酒大部分都在郑州机场落地,落地之后再分发。”张占仓分析。

此外,郑州航空客货运的发展,还得益于国家政策的支持。

2021年11月23日,国务院印发《关于支持自由贸易试验区深化改革创新若干措施的通知》,提出支持郑州机场利用第五航权,允许外国航空公司承载经郑州至第三国的客货业务。

第五航权,简单地理解,就是国外航空公司可以开通经过中国至第三国航线的权利,是最具经济实质意义的航权。

根据郑州2022年政府工作报告确定的重点工作,今年郑州将用好第五航权,争取第七航权(即完全第三国运输权)。

“郑州机场国际化的发展趋势非常明确,这与河南省是居全国前10强的进出口大省和内陆开放高地密切相关。”张占仓总结道。■

存储器行业龙头江波龙即将上市 市场份额遥遥领先

存储器是我国进口集成电路的大头,在全球半导体市场中都占有举足轻重的地位。随着5G、AI、大数据、物联网、云计算等技术的发展,存储器的市场需求将呈现指数级增长,这一行业也迎来了属于它的“黄金时代”。

7月15日,存储器行业龙头深圳市江波龙电子股份有限公司(以下简称“江波龙”)刊登招股意向书,正式启动在创业板的IPO发行,并有望成为注册制下创业板中国存储器第一股。

据了解,江波龙本次拟发行不超过4200万股,占发行后公司总股本的比例不低于10%,开始询价推介日期为2022年7月19日,申购日期为2022年7月25日。

一、奠定国内半导体存储产业龙头地位

资料显示,江波龙创立于1999年,主要从事Flash及DRAM存储器的研发、设计和销售。公司聚焦存储产品和应用,形成固件算法开发、存储芯片测试、集成封装设计、存储产品定制等核心竞争力,形成嵌入式存储、固态硬盘(SSD)、移动存储及内存条四大产品线。

而现下热门的智能终端、物联网、安防监控、工业控制、汽车电子以及个人移动存储等领域,都是江波龙的辐射范围。

营收是一家企业的“门面”,从营收的增长速度和稳定性来说,江波龙交出了一份令市场满意的答卷。

根据招股书,2019—2021年,江波龙的营业收入分别为人民币57.21亿元、72.76亿元、97.49亿元,复合年均增长率达到30.54%;净利润分别为1.27亿元、2.76亿元以及10.13亿元,复合年均增长率达到182.42%。

而营收高增长的支撑则来源于江波龙丰富的产品线。据悉,江波龙已形成嵌入式存储、固态硬盘(SSD)、移动存储及内存条四大产品线,产品广泛应用于智能手机、智能电视、平板电脑、计算机、通信设备、可穿戴设备、物联网、安防监控、工业控制、汽车电

子等行业以及个人移动存储等领域。

有别于其他行业,在各类设备不断智能化的今天,半导体存储的应用场景极其丰富,从最传统的U盘、SD卡,到智能手机、平板、电脑,再到安防、智能汽车、服务器及数据中心,乃至医疗、电力领域,都离不开存储器产品,而江波龙凭借23年的行业沉淀,四大产品线以及丰富的各类产品型号,充分覆盖了各类应用场景,这也奠定了江波龙在国内半导体存储产业龙头的地位。

随着大数据技术飞速发展以及万物互联时代的来临,云计算、移动互联网、物联网、大数据、人工智能等新一代信息技术在各个领域深化应用,全球数据量呈爆炸式增长态势。根据IDC的研究报告显示,全球数据圈将从2018年的32ZB增至2025年的175ZB,我国产生的数据量将从2018年的7.6ZB增至2025年的48.6ZB,成为全球最大的数据圈,存储市场将成为巨大的增量市场。江波龙立足既有产品线,面向客户需求持续迭代升级,投入资源开发高端存储产品。

在嵌入式存储领域,江波龙已完成UFS3.1产品的开发工作。在固态硬盘领域,江波龙重点布局企业级固态硬盘研发,包括大容量PCIe固态硬盘和SATA固态硬盘。未来随着上述产品持续导入,江波龙将进一步升级产品矩阵,提升在移动通信终端、数据中心等市场的竞争力。

而另一方面,智能汽车渗透率的提升,行业红利持续释放,车规级存储器将迎来长期利好。江波龙作为研发有多款车规级存储器产品、且相关产品性能获得业内多个奖项认可的企业,以及借力在消费级等存储器细分领域所积累的核心技术、优质客户资源、市场品牌价值等既有优势,将有望快速把握不同细分领域的发展机遇,具备较大的发展潜力,并进一步向高端企业级存储市场拓展。

同时,江波龙持续在存储周边芯片架构设计、固件设计、封装基板设

计、测试技术等方面投入研发资源,为客户提供广泛的、高性能、创新性的存储应用产品和解决方案,进一步提升公司产品竞争力。

二、技术与品牌双轮驱动,构建企业“护城河”

半导体行业是全世界科技领域瞩目的焦点,作为其中的热门赛道,存储器行业的“科技战”比我们想象的要残酷,而要取得最终的胜利,核心技术的建设必不可少。

首先存储器由于核心技术门槛高,且不同应用场景对存储器的参数要求复杂多样,对企业的技术研发和更新迭代便提出了更大的挑战。江波龙则依托连年的高研发投入、持续的技术创新,以及华南、上海两大研发中心,形成固件算法开发、存储芯片测试、集成封装设计、存储产品定制等核心竞争力。

截至2021年12月31日,江波龙获得境内外有效专利438项(境外专利105项),其中,发明专利177项,荣获中国专利优秀奖2次,拥有软件著作权67项,集成电路布图设计4项。在研发团队上,公司拥有技术研发人员800人,占总人数的53.94%。

通过突破核心技术、构建技术壁垒,江波龙打造出了包括嵌入式存储、固态硬盘、移动存储和内存条在内的四大产品线,可提供消费级、工规级、车规级存储器以及行业存储软硬件应用解决方案,助力公司产品进入不同的细分存储领域,并形成差异化且多元的竞争优势。

与此同时,江波龙很早就开始意识到,自有品牌是存储器企业的护身铠甲。早在十余年前,江波龙便开始自有品牌的技术积累,目前江波龙拥有了行业类存储品牌FORESEE和国际高端消费类存储品牌Lexar(雷克沙)两大品牌,是为数不多的在TO B市场和TO C市场中同时拥有自主品牌的存储器厂商,因此也在市场竞争中及市占率上达到了领先地位。

值得一提的是,FORESEE的技术含金量也得到了市场的认可。2012年江波龙发布的FORESEE品牌智能Mirco SD卡便荣获“科技部国家重点新产品”;2020年FORESEE品牌荣获2020中国物联网大会暨品牌盛会“十大半导体杰出品牌”。

除了打造自有品牌,江波龙还通过收购扩展国际高端消费类存储品牌。例如,2017年江波龙收购并成功运营Lexar商标。据了解,Lexar是具有25年历史的,在摄影、影音、高端移动存储场景(如户外运动设备)领域具有卓越声誉,拥有良好口碑和忠实用户群。2021年,江波龙Lexar品牌四款产品荣获红点大奖(Red Dot Award: Product Design),这也为江波龙高端产品形象增添了羽翼。

如今,江波龙的行业类存储器进入了传音控股、中兴通讯、字节跳动、萤石网络、清华同方等行业龙头客户的供应链体系;消费类存储器客户则包括京东、亚马逊、沃尔玛、BestBuy、OfficeDepot等知名零售商。客户在行业中拥有较高的市场份额,需求稳定。

三、市场前景广阔,布局存储芯片设计业务

根据世界半导体贸易统计组织(WSTS)数据,2020年全球集成电路产业规模为3612.26亿美元,其中存储芯片规模为1174.82亿美元,约占集成电路产业总体规模的32.52%,与逻辑芯片共同构成集成电路产业的两大支柱。

IC Insights的预测数据显示,2021—2023年全球存储芯片的市场规模将分别达到1552亿美元、1804亿美元及2196亿美元。

在众多存储器芯片中,规模最大的仍是DRAM和NAND Flash,2021年全球DRAM市场规模约占整个存储市场的56%(约869亿美元),NAND Flash市场规模约占整个存储市场的41%(约636亿美元),NOR

Flash市场规模约占整个存储市场的2%(约31亿美元),其他存储芯片(EEPROM、EPROM、ROM、SRAM等)合计占比为1%(约16亿美元)。

庞大的市场规模让行业内的企业也有了“大展宏图”的机会,而作为这一领域的主要玩家,江波龙二十余年精耕Flash及DRAM存储器的研发、设计和销售,不断积聚技术与品牌优势,已成长为一家兼具技术、品牌及规模的综合型半导体存储企业,为中国在世界半导体存储产业的竞争中发挥了重要的作用。

根据闪存市场(CFM)发布的2020年eMMC嵌入式存储市场份额排名,江波龙eMMC产品市场份额位列全球第七名。根据TrendForce发布的2019年全球SSD模组厂自有品牌渠道市场出货量排名,江波龙旗下Lexar品牌SSD出货量位列全球第七名。根据Omdia(IHSMarkit)数据,2021年1—9月,江波龙旗下Lexar存储卡全球市场份额位列第二名、Lexar闪存盘(U盘)全球市场份额位列第三名。市场份额遥遥领先于同行业公司。

根据招股书内容,未来,江波龙将重点发展企业级及工规级存储器研发项目,这将为江波龙更好把握市场机会、抢占行业战略制高点奠定了基础,并进一步提升了公司品牌影响力、加快构建自主存储产业生态圈。

下一阶段,江波龙将积极布局存储芯片设计业务,加深在半导体存储器领域的沉淀,目前已在上海研发中心建设芯片设计研发团队,聚焦SLC NAND Flash等小容量存储芯片设计。

据了解,这一计划已取得了阶段性研发成果。江波龙1Gbit SLC NAND Flash产品已向机顶盒、网通设备、监控设备客户小批量出货。而这也说明,有别于传统的存储器企业,江波龙已突破存储模组厂的范畴,开始进入产业链的更上游,为企业未来的营收规模增添左膀右臂,提供了新的利润增长点。(文/陈丽娜)



奋进新征程 建功新时代

广州的水什么都知道

◀ 上接P1

但改造以后，老城将装上一套新的排水系统，污水的终点是污水处理厂，雨水会顺着暗渠流入珠江，届时内涝的问题也可以得到解决，居民们既能享受到老城生活的便利，也将彻底改变对老城破旧污秽的刻板印象。

改造任务就落在了东阳头上，项目的名字就叫“西濠涌流域排水单元达标创建工程”。

东阳是中铁五局西濠涌改造的项目经理，今年3月13日，他迎来了自己的第一个孩子，陪产3天之后，他就回到了自己的项目上。作为一个基建人，经常会在建设大家和牺牲小家中面临两难。

比如项目部里的小何，一个来自广西桂林的95后，刚刚才稳住女朋友提出的分手要求。

“她在深圳，虽然两座城市很近，但最近这一两年往来却很不方便，所以聚少离多，我求她等我干完这个项目，就找个离她更近的项目。”

实际上，还有更多像东阳这样的城市建设者，有些在地下40米，每天8个小时驾驶轰隆隆的盾构机，孤独地开挖广州地铁；有些顶着烈日，在城市边缘架起数百吨的桥梁。

他们不曾出没在已经完工的中央CBD和广州城里的各大商场和景区，但他们真实存在。正是他们这些没有留下姓名的人，用默默的付出，一点一点改变着这座城市的风貌。

在东阳10多年的基建生涯里，参建过许多大桥、隧道的建设，那种大刀阔斧开天辟地的工程，让他也变得生性豪爽。

忽然一下扎进了广州古城里最为古老的地方之一，他忽然意识到，这项工作一方面是和人打交道，另一方面是和广州的历史打交道。

东阳说，翻开荔湾老区那些青石板，似乎会感受到广州老城区里那些曾经极盛的繁华。

可能他自己都没意识到，对于一个动辄运作数十亿元甚至上百亿元项目的央企，此刻他自己手中这个仅2000多万元的项目，对一个千年古城来说，竟是浓墨重彩的一笔。

中国的伦巴第街

黄伯说家门口的西濠，曾是荔湾区（古称西关）一带主要的水上交通要道，至于规模有多大，在《广州历史地理》中的记载是，在宋元时期，西濠曾宽20余丈，即70多米，大概是如今珠江河道的三分之一宽。

到了晚清，1873年前后，英国神职人员约翰·格雷说西濠是广州最宏伟、最壮观的水上街道。

约翰当时抵达的时候，正好遇见涨潮，水道里挤满了各种船只，他还说旁边就是眼镜街。

如今广州集中的眼镜市场，仍旧在人民路（当时的太平街）一侧。

约翰在描述太平街时，便说起了水道在广州城的作用，他称太平街为中国的伦巴第街（伦敦金融街），盖因街道两旁很多银号，当进行清算和收到大笔钱财时，银号的栅栏门会关上，以防小偷。

但在1872年的11月23日，还是有6个小偷混进民生银号偷走了一大笔钱，银号拉响警报，附近的人开始猛追，但最终小偷们穿过熙攘的街道，成功登上附近码头接应他们的船只。

这也就验证为何东阳如今所在的荔湾，很多地名都有“水字旁”；另一点是，码头在古汉语称为“埗”，后来在广州改称为“甫”，老广州人印象里消失的第一津、第八甫这些地名，极可能指的就是西濠两岸的码头编号，而现存名气最大的上下九，则是上九甫和下九甫的统称。

历史上的西濠，水从兰湖（如今的流花湖）而来，粤西北地区进入广州城，这是一条主要水道，西濠再往南，便汇入了珠江。

这些水道塑造出了华林寺一带热火朝天的商贸景象，比如约翰说长乐路是给往生者购物的天堂，那儿做的鞋子不用皮，他估计是因为阴间里各个人物叫牛头、马面，所以售卖各种纸制衣冠和金银元宝。

那些纸是用四会和怀集两个县的竹子做的，需要在泥巴水里泡六七个月，再放到河里冲洗两三个月，之后剥成碎片捣成竹浆，再加工成纸张，这些工序都需要大量的水。

而整条棠栏路都是卖燕窝的铺子，燕窝来自苏门答腊、爪哇、婆罗洲和锡兰。

虽然100多年过去了，广州新城区的商场以售卖多元商品为噱头，但如今荔湾的很多街道，都还保存着只卖

一类商品的传统，比如海产干货、中药材、眼镜、服装配饰、珠宝玉器等等。

这是广州水文化的产物，尽管如今西濠成了地下“河”，但它似乎仍在滋养和守护着那片土地。让住在西濠流域的传统老居民，也能享受现代化城市的水务理念，实现雨污分流，正是广州水务系统和基建人在不断改善广州人居环境的目标，也是对广州城里水文历史的尊重。

兴水利民

对于大部分人来说，水务是个听上去遥远的事务，可实际关乎我们每个人的生活。

水务是指由原水、供水、节水、排水、污水处理及水资源回收利用等构成的产业链，属于城市最基本的服务行业之一。

东阳在荔湾区的这些小巷子里，无意中发现了广州被水塑造的城市秘密，这是水的力量，也是时间的力量。它们两者的共性是无法被统治的，但可以被规划。

所以广州治水由来已久，除了2008年开始决定改造东濠涌塑造城市景观以来，最近几年的雨污分流改造，则把目的放到了改善居民生活水平的层面上。

截至2021年12月底，广州水务已完成达标认定排水单元1.88万个，面积644平方公里，达标面积占全市总排水单元面积的84.83%。

治水的出发点是改善民生，落脚点也是民生。西濠涌排水单元达标创建项目将施工范围内的所有小区、幢楼、商户，划分成数百个排水单元，通过达标改造，让污水流入污水管送到污水处理厂，雨水流入雨水管排放至周边河涌。

每一个单元都要达标，确保雨水篦子里流淌的是雨水，而不是生活污水和垃圾。

每一个单元也都关系民生，既要把手做好，更要让周边的居民满意，做到效能达标和文明施工的统一，这是城市管理水平的体现。

古时候的水路，如今变成了陆路，古时候响当当的门店街巷，如今成了内街内巷，项目施工在步行都要擦肩的巷子里，常用的施工机器没有开进去的可能，在这个炎热的季节，东阳说所有工作都要靠人工。

在最初的施工设计中，许多不确定性难以被充分考量，“比如在巷子里埋一条管道，途经居民家门，就会请我们把他们家用了几十年的铸铁管道顺便也换了，作为施工单位来说，这会耽误我们的施工进度，会增加成本，但雨污分流本来是个惠民工程，居民家的管道堵住了，工程的意义将大打折扣，作为服务市民的项目，我们都答应了，这也是建设广州的一部分”。

“我们还刚完成了一个额外的工作，帮一栋楼解决了困扰了十几年的化粪池冒水问题，对于老住宅来说，这不是单个物业能解决的，也不是街道能解决的，恰好我们施工队在这里，他们提出来，我们马上答应了。”东阳说城市发展到如今，很多单个问题都伴随着错综复杂的关系，但既然是惠民工程，我们能帮、能做的，干就完了。

尽管这个小插曲耗费了他们几万元的成本，但看那栋楼的住户终于把窗户打开，他多少是有些自豪的。

这些举动得到了项目业主单位荔湾区水务局的认可，也得到了老城区居民的认同，项目涉及的龙津、华林等四个街道，还给项目部送了锦旗。

在以往的项目里，这种情况是非常罕见的，毕竟大部分城市基建，施工过程多少会影响群众的正常生活和工作。

对于广州那方老城来说，水路到陆路的变革，折射出水文变化以及汽车和城市道路交通业的发展，但那儿的人在本质上似乎数百年都没有变过，曾经的沿河从商，如今的商品不过是从陆地上运输。大概变了的，是城市作为载体，会意识到除了服务城市公民，同样也需要减少城市对自然的压力。

雨污分流是对自然的一种善意，荔湾的水务显然意识到这是一种时代精神的变革。

1825年2月21日，写下了《广州番鬼录》的美国人亨特来到广州，他看到珠江上挤满本地船只，还有一些剃头艇出售各种衣服、食物、玩具等，甚至还有算命和耍把戏的艇——总而言之，简直是一座水上浮城，这条江给人一种极好的感觉——毫不停息的活动，低微的噪音，生机勃勃和愉快欢畅。

最后一句话，即便放在197年后的今天也同样成立。■



2000
多万元

➤

印度程序员 梦想去硅谷

时代周报记者 马欢

在印度小镇做题家的心中，谷歌现任CEO桑达尔·皮查伊，是他们最大的榜样和动力。

不富裕的家境，重病的母亲，童年没有电子产品，睡觉的时候没有卧室，只能和弟弟挤在客厅里打地铺。就连考上印度理工后，也只能淘一个便宜的二手书包前去报到。

但凭借优秀的成绩，他获得了导师推荐，拿到美国斯坦福大学的全额奖学金。

随后的人生，就是进入硅谷，加入谷歌，一路做到CEO，成为“打工皇帝”。2019年皮查伊的待遇登顶，获得了高达2.8062亿美元（约合人民币19亿元）的天价薪酬，是全球科技公司CEO工资最高的。

当然，不是印度小镇做题家都能达到皮查伊的高度，但对他们来说，只要考上印度理工，在美国大厂找到一份工作，就算得上印度社会广泛认可的成功人士了。

美国卡内基国际和平基金会的研究发现，印度裔已经成为美国增长最快的移民群体之一。在过去40多年里，人口几乎每10年就增长一倍。截至2019年，大约有270万印度裔拥有美国国籍。

这些移民美国的印度小镇做题家，也被广泛视为移民群体中的“优等生”。数据显示，25岁以上印度移民，近80%拥有本科及以上学历，他们中大多都集中在IT行业，也有部分从事管理和金融行业。

他们的收入也十分可观，从印度来的移民家庭收入中位数达到13.2万美元（约合人民币89万元），相比之下，美国本土居民家庭收入中位数只有6.6万美元（约合人民币45万元）。

美国印第安纳大学教授罗伯特·阿诺夫认为，“印度是一个向西方输送高级人才的净出口国”。

印度网友因此在社交平台上欢呼：“我们印度人一出生就是天才！”

“我的老父亲会为我流泪”

在印度小镇做题家的心中，桑达尔·皮查伊家境和读书经历和他们如此相似，上升路径却如此梦幻。

在许多人看来，皮查伊的人生转折点在于斯坦福大学的全额奖学金，但他的印度小镇做题家“同胞”们却很清楚，转折点在于考上印度理工。



冒着屡创高温纪录的夏天，17岁的苏瑞吉和父亲离开家乡，坐上简陋的火车，准备参加印度理工大学入学考试。他家境一般，念的是家乡的公立学校，但他是老师和同学们眼中的学霸。

苏瑞吉的父亲说，自儿子开始上学起，家里除了书籍，就几乎没有其他娱乐了。读书成了苏瑞吉青春的唯一主题，他的小房间墙上贴着密密麻麻的学习计划，课本堆满了每个角落。

“越是难的物理和化学题，我越感兴趣。”苏瑞吉说，他能一眼看出老师讲课的错误。

因为成绩优异，学校减免了苏瑞吉的学费，还提供了部分奖学金。

最终，苏瑞吉不负众望，考上了印度理工学院。他在家乡成为了英雄，邻居们纷纷伸手摸他，想沾点学霸的运气，当地学校也纷纷邀请他去分享学习经验。

苏瑞吉的父亲已经开始畅享儿子的美好人生了，他甚至打趣地告诉当地媒体，他的儿子要成为谷歌下任CEO，带领全家走向巅峰。

印度理工学院的录取率不到2%，比很多世界名校都难考，但像苏瑞吉这样的小镇做题家知道，只要一脚踏入这所学校，已相当于实现了阶级跃迁的第一步，接下来，他们需要：顺利毕业，赴美国深造，去硅谷找工作，就可以一步一步实现人生飞跃。

苏瑞吉还没正式进入大学校园。

“上岸”的前辈校友索拉博已经开始鼓励后辈了。

身在美国的索拉博在社交媒体上写道，他毕业后经过多年努力，终于成为了一名硅谷码农，如今在亚马逊工作。

“我现在过得很好，我开着奔驰，我还买了股票，我想我远在家乡的老父亲，一定会为我流泪的。”索拉博表示，“所以你们一定要对未来有信心，一定不要放弃。”

“印度最畅销的出口产品”

在一个阶级和性别不平等的印度，这些小镇做题家，只有经过一场场残酷的考试，才有机会看到更广阔的人生。而小镇做题家的成功故事，总是能引起印度社会广泛的关注。

能从印度理工学院毕业又赴美深造的，已经是印度国内万里挑一的精英了。他们英语和文化优势明显，他们熟悉西方人的思维习惯，既有过硬的专业实力，又有学习的毅力。

这些成绩优秀的印度小镇做题家，进入美国职场后并不独来独往，反而是互相关照提携，抱团作战，层层包围整个硅谷。

如今，数据显示，硅谷有三分之一的工程师来自印度，中高层管理者中，印度人的比例则更高。排名前几的科技巨头，除了苹果外，几乎全都被印度裔CEO包围（微软、谷歌、IBM、Adobe）。而在其他世界500强企业

如百事可乐、万事达、联合利华、标准普尔等企业的CEO级别高管位置也都被或曾被印度人收入囊中。

印度本土在自豪其人才优秀的同时，也惋惜人才的流失。媒体把这种人才流失比作成“奶牛现象”——牛的嘴巴在印度，吃的是印度的草，最终挤奶的却是美国人。

因为80%的精英毕业生流向海外，印度理工学院的学生甚至被美国媒体称为“印度生产的最畅销的出口产品”。

印度学者统计，加上其他的职业移民以及签证入境，印度每年流入美国的人才总数达20多万，流向美国的印度人大部分是理工科人才，他们最向往的行业是计算机。

印度人类发展研究所经济学者萨尔提·阿查利亚感叹道：“我们国家培养的最好的人才不留在国内，他们都出国。”

大量的人才流失，让许多印度人痛心疾首。莫迪政府也曾承诺创造一个吸引人才和扭转人才流失的有利环境，但人才外流现象不见好转。印度人并没有什么更好的办法，阻止这场前赴后继的移民大潮。

因为印度根本没有好的工作机会提供给他们。

数据显示，印度的GDP年增速高达8%以上，但就业增长不到1%。2021年12月，印度的失业率甚至有所上升，从11月份的7%升至12月的7.91%。大学毕业生失业尤其严重，失业率为19.3%，是全国平均失业率的2倍多。

以最热门的计算机行业为例，尽管印度程序员举世闻名，但在印度能给他们提供工作机会和待遇的十分有限。在美国硅谷，一名大厂程序员年薪可以达到18万美元（约合人民币122万元），但在印度本土，做一个外包公司的码农，年薪也就是150万卢比（约合人民币13万元），尽管这个收入在印度算很不错，但和美国码农比，差距太大。

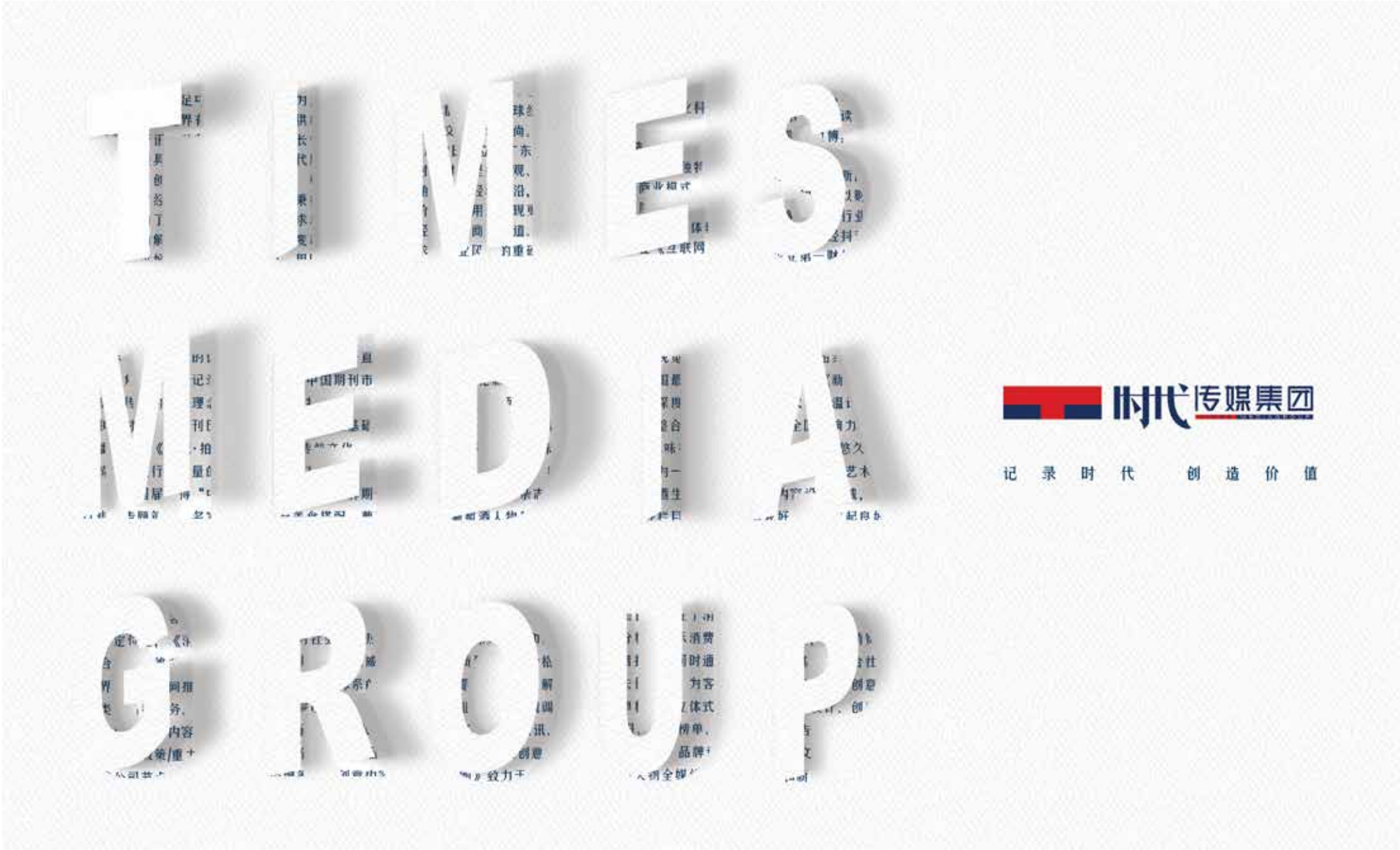
印度总理莫迪访美期间，曾去过硅谷，号召那里的印度人回去发展。“我相信21世纪一定是印度的世纪……我对印度如此有信心是因为我们是一个如此年轻的国家，我们65%的人口都在35岁以下。一个有着8亿年轻人的国家有什么奇迹不能创造？”莫迪在演讲中激情澎湃。

但对于千千万万的印度小镇做题家来说，口号不够，还要机会。■

19
亿元



19.3
%



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 | 凯莱英年内股价跌超 46%

时代周报记者 黄嘉祥 发自深圳

这是一场典型的上市公司内斗，抢夺上市公司公章、成立“双头”董事会、前后两任控股方互诉、公告互怼等剧情轮番上演。今年7月，*ST海伦(300201.SZ)甚至将自家董事长与控股股东告上法庭。

据公告，*ST海伦对董事长金诗玮和控股股东中天泽控股集团有限公司（下称“中天泽”）提起诉讼，因为“损害公司利益”，要求判令2名被告共同向公司赔偿损失暂计1.5亿元。本次起诉已经过立案审查，7月18日进入证据交换阶段。

*ST海伦称，金诗玮在中天泽提名担任海伦哲董事长期间，于2020年7月至2021年5月，恶意裁员、破坏深圳连硕自动化科技有限公司(下称“连硕公司”)生产经营、贱卖公司资产，并最终以1元价格转让连硕公司全部股权，给原告造成巨额经济损失。

这次起诉涉及的连硕公司，正是*ST海伦新老控股股东内斗的症结。

原实控人丁剑平主导*ST海伦收购连硕公司，该公司顺利度过业绩承诺期后不久，2020年5月，金诗玮入主*ST海伦，连硕公司被曝涉嫌财务造假。之后，*ST海伦新老控股股东约定的定增告吹，双方内斗激烈，2021年10月一度上演“抢公章”戏码。

今年4月，因2021年年度财务报告被出具无法表示意见的审计报告，海伦哲被ST。

“丁剑平并购连硕公司后，该公司财务造假，造成上市公司巨额亏损。丁剑平强行抢夺上市公司公章，是希望拖更多人下水。有法律界人士认为，我作为公司实控人和法定代表人，有权利把公司公章抢回来，但我觉得没有必要，应该通过正常司法救济途径解决。”金诗玮对时代周报记者说。

对*ST海伦控制权争夺相关事宜，丁剑平及*ST海伦董事、总经理马超对时代周报记者称，不便受访。

并购暗雷引发内斗

*ST海伦内斗的矛盾焦点点，是多年前的一起并购。

*ST海伦总部位于江苏省徐州市，成立于2005年，2011年在创业板上市，当时控股股东为江苏省机电研究所有限公司（下称“江苏机电”），实际控制人为丁剑平。

2014年以来，*ST海伦开启多项并购：2016年，以2.60亿元价格从杨娅手中收购连硕公司100%股权。当时，连硕公司账面价值为6205.48万元，整体增值率318.98%。

丁剑平自2016年4月起兼任连硕公司董事长，杨娅则任总经理，并于2018年5月出任*ST海伦副董事长。在业绩承诺期的2016—2019年，连硕公司4年共实现净利润约1.4亿元，整体业绩承诺完成率为102.37%。

*ST海伦公告连硕公司完成业绩承诺的第三天，丁剑平便筹划将*ST海伦控股权转让给金诗玮。

2020年4月13日，*ST海伦公告，江苏机电与中天泽签署《股份转让协议》，江苏机电拟将其所持5%股权转让给中天泽，并拟将其所持15.64%股权所对应的表决权委托给中天泽行使。丁剑平也拟将其所持4.34%股权所对应的表决权委托给中天泽行使。同时，中天泽指定的关联机构将参与认购*ST海伦非公开发行的股份，进一步巩固控制权。

2020年5月，*ST海伦股份完成过户登记及表决权委托协议生效。中



海伦哲内斗风云

天泽持有海伦哲5%股份，并通过表决权委托的方式合计享有*ST海伦24.98%的表决权。

由此，*ST海伦的控股股东变更为中天泽，金诗玮成为*ST海伦实际控制人。

金诗玮入主*ST海伦的第一年，连硕公司业绩“变脸”。2020年，连硕公司亏损2.89亿元。

*ST海伦后续公告称，2021年10月9日，马超、邓浩杰从丁剑平处了解到，连硕公司原实控人杨娅在2020年6月12日前向金诗玮坦白了连硕科技财务造假之事，并于2020年10月9日前向徐州经济技术开发区公安分局说明情况；江苏机电及丁剑平在取得相关证据的前提下，于2020年10月9日分别向江苏证监局举报，并向公安机关说明情况。

2021年4月初，*ST海伦公告终止定增，原因是监管政策、资本市场环境发生变化。同年8月，江苏机电、丁剑平以中天泽未履行实施定增约定为由，将中天泽告上法院。诉讼请求是确认原告与中天泽之间签订的《表决权委托协议》已于2021年4月28日解除，并判令被告承担一定金额的损失；确认*ST海 伦 于2021年5月21日作出的2020年度股东大会决议不成立。

*ST海伦董事董小民对时代周报记者说：“在资本市场，定增本身就具有不确定性，且定增也不是中天泽获取海伦哲控制权的前提条件，合约写得很清楚。”

2021年9月17日，*ST海 伦 收到江苏省徐州经济技术开发区法院送达的《民事裁定书》，裁定禁止*ST海伦2020年度股东大会决议中的以下事项予以实施：选举金诗玮、薄晓明、董戴、董小民为第五届董事会非独立董事；选举张伏波、黄华敏为第五届董事会独立董事；选举李雨华、陈悠为第五届监事会非职工代表监事，并要求上市公司协助执行。这意味着，禁止金诗玮等人履行董事、监事职责。

控制权斗争步步升级

2021年10月9日上午，丁剑平等人带领数十名保安进入海伦哲，召开三级干部大会，宣布成立“临时监管小组”，接管海伦哲，并从公司综管部、财务部原定岗负责人手中强行将公司的公章、财务印鉴、证照、财务的U盾等重要财物转移至临时监管小组的控制之下。

“临时监管小组没有经过合法程序成立，没有经过股东大会、董事会审批，没有遵循公司治理制度，完全是违法行为。”董小民说。

*ST海伦总经理马超与副总经理邓浩杰则在公告中表示，“丁剑平等人强抢公章证照”等描述不实。他们认为，*ST海伦党委牵头成立临时监管小组，旨在组织开展经营自救，协调解决经营存在的问题。目前，公司的公章、合同章、证照依然由综合管理部原来保管印章、证照的印章专员韩影保管等，不存在被丁剑平抢走并全面接管公司的情形。

据公告，*ST海伦党委的组成成员有党委书记丁剑平，党委副书记朱邦，党委委员尹亚平、栗沛思等，组长张秀伟（公司原副董事长），主要成员有马超、邓浩杰。

马超与邓浩杰原是中天泽推荐进入*ST海伦董事会的，公章事件发生后，双方却走向对立。

金诗玮对时代周报记者表示：“我已经失去了个人签字章和法定代表人名字章以及公司公章等印章的控制权，决定不了印章怎么使用，却说被人‘妥善保管’，这相当于掩耳盗铃。”

金诗玮开始反击。2021年10月17日，金诗玮以*ST海伦的名义针对“抢公章”一事，向徐州经济开发区法院提起诉讼，要求丁剑平、张秀伟、马超等7人返还公司证照。

今年1月11日，法院作出行为保全裁定，裁定禁止被告丁剑平等人在本案作出生效判决前使用公司公章办理工商变更登记手续。该案于今年6月18日召开第一次庭审，目前仍在审理过程中。

内斗至今，*ST海伦处于“双头董事会”状态：一方是临时监管小组，一方是第五届董事会，双方在信披、发布财报等方面的矛盾持续激化。

今年4月，年审会计师对*ST海伦2021年度财务报告出具无法表示意见，涉及控制权争夺对财务报表的影响等相关事项，深交所也下发了年报问询函。

今年5月底，金诗玮等人在回复年报问询函中称，非法临时监管小组强行控制了公司的日常生产经营，董事会无法有效行使职权，公司内部控制的执行存在突出问题。3名独立董事称，由于公司治理和内控存在的问题，以及履职受限，无法判断公司2021年度财务报告是否存在舞弊、重大错报等问题。

马超与邓浩杰否认金诗玮等人的说法。他们认为，公司在规范运作、公司治理方面并不存在重大违规事项；如果金诗玮等人能够以公司大局为重，不要将年报披露作为其争夺控制权的筹码，勤勉尽责，相信年报应该可以正常披露。

马超与邓浩杰还表示，金诗玮等董监事罔顾事实，虚假陈述，损害公司社会形象，损害公司及全体股东的利益；扰乱公司生产经营活动，损害公司利益；扰乱公司信息披露秩序。

董小民认为：“金诗玮等相关董事、监事被法院禁止履行职责，但披露年报等却要我们签字，能否履职的界限模糊不清。”

董小民说，金诗玮等董监事曾于今年1月15日致函徐州经济技术开发区法院，请求法院释明金诗玮以及其他相关董监事能否就海伦哲年报披露等事项履行董事义务。公司相关董监事亦于今年4月15日致函深交所和江苏证监局，请求监管部门确认是否能够正常履行董事职责。这些函件未获答复。

上海久诚律师事务所律师许峰对时代周报记者说，董事会成员不正常签字，年报等就无法披露，可能会导致公司退市，损害所有人的利益。

“上市公司有正常的公司治理和信息披露、有正常的生产经营管理，各方争斗才有意义。目前来看，*ST海伦公司治理规范性值得怀疑。建议监管方通过调解等方式介入，妥善化解各方争议，避免损害上市公司和股东利益。”许峰说。

被指贱卖资产

一波未平一波又起。

2021年6月，*ST海伦以1元价格转让连硕公司100%股权。据当时公告，截至2020年12月31日，连硕公司股东全部权益价值为-1815.03万元。

今年7月，*ST海伦起诉金诗玮恶意裁员、破坏连硕公司生产经营、贱卖公司资产。

金诗玮对时代周报记者说，连硕公司在剥离前已严重资不抵债，以1元转让连硕公司之事项事先经过严格的审计和评估，并分别通过了董事会、股东大会的审议程序，程序无瑕疵。

金诗玮认为：“把一个严重资不抵债、业绩造假的企业依法依规剥离出去，却说说我损害了公司利益。给海伦哲带来巨额损失的账，究竟应该算在收购连硕公司的人身上，算在业绩对赌期间造假的人身上，还是应该算在后面将之从海伦哲剥离的人身上？”

内斗持续一年多，争论焦点又回到源头。

马超与邓浩杰在公告中称，杨娅2020年6月12日前已向金诗玮坦白连硕公司财务造假之事；同年10月，她与丁剑平已向公安机关说明情况。公告还指出，金诗玮、薄晓明要求江苏机电及丁剑平签署补充协议，给予中

天泽2亿～6亿元的补偿，金诗玮同意将连硕科技剥离出上市公司体系，不对外披露财务造假的事情。

“我2020年6月17日才当选海伦哲董事长。在这之前，一个涉嫌财务造假的人，有没有可能主动向我坦白，而不向已任海伦哲董事长、连硕公司董事长数年的丁剑平坦白？”金诗玮表示。

海 伦 哲2020年7月16日公告称，连硕公司总体完成业绩承诺，公司董事会为杨娅等人办理了限售股解限。

“丁剑平对外宣称，我在知道杨娅造假之后，要求杨娅把股份以1元钱转让给我。”金诗玮对此说法极不认可，“如果这是事实，没有以1元钱拿到杨娅股权之前，又为什么会先签署其股份解禁？”

涉嫌造假事件仍未解

如今，连硕公司涉嫌财务造假事件依旧疑云重重。

2021年10月11日，中天泽将江苏机电、丁剑平告上法庭。中天泽认为，江苏机电、丁剑平未按约定向原告完全、真实披露上市公司经营状况，违反了《合作协议》相关约定，给其造成严重损失，请求判令江苏机电、丁剑平向原告支付违约金暂计6.38亿元。

根据当时公告，2020年9月，江苏证监局对上市公司开展现场检查，并在现场检查过程中发现上市公司在江苏机电、丁剑平实际控制期间存在重大披露不实情况的相关线索。结合审计报告审定的数据，中天泽通过进一步调查认为，截至2020年12月31日，江苏机电、丁剑平的重大披露不实行为造成损失暂计6.38亿元。

2021年10月25日，海伦哲在回复深交所问询函中，也披露连硕公司涉嫌造假一事。深交所表示，近日，我部收到举报称，公司并购标的连硕公司及其全资子公司惠州连硕科技有限公司（下称“惠州连硕”）自2016年起涉嫌虚构收入、利润，以及涉嫌存在套取上市公司募集资金行为等。举报称连硕公司处置前的大部分应收账款属于虚构，据估计从2016—2019年的收入大概有70%都是造假，甚至不排除2016年前的业绩也有虚构。

2020年9月至今，江苏证监局介入调查连硕公司近两年，目前尚未立案。今年5月底，金诗玮等董监事在回复问询函中称，公司未能取得连硕公司前些年的审计底稿，相关财务造假核实工作尚无更多实质性进展。

惠州连硕的问题也在发酵。2021年年报显示，惠州连硕在建工程本期投入2031.37万元，本期对预付工程设备款4150.01万元全额计提减值准备。该项交易是否具备商业实质遭到深交所问询。

金诗玮等董事在回复问询中称，4100万元款项均称系按照海伦哲派驻惠州连硕项目负责人刘明德指示配合走账。根据目前的证据，可以基本认定上述款项不具备商业实质。经核实控股股东中天泽、实际控制人金诗玮未占用上述资金。

金诗玮等董事称：“此等行为涉嫌挪用上市公司募集资金、涉嫌职务侵占、涉嫌财务造假、涉嫌背信上市公司利益，目前无法排除前任控股股东江苏机电、实际控制人丁剑平及杨娅等其他关联方是否存在资金占用的情形，有待监管机关和司法机构最后认定。”

连硕公司涉嫌财务造假真相如何，仍待监管层调查核实，这也关系着*ST海伦内斗的走向，以及上市公司能否回归正常治理轨道。■

阿里巴巴大调整 蚂蚁集团独立性增强

时代周报记者 郭子硕 发自广州

阿里巴巴大调整，加速与蚂蚁集团隔离。

最显著的变化是合伙人由38名缩减至29名，蚂蚁集团管理层悉数退出合伙人名单。7月26日，阿里巴巴(09988.HK；BABA.NYSE)发布的2022财年报告披露了这一变化。市场普遍将这一举措理解为：蚂蚁集团持续完善公司治理，进一步提升公司治理的透明度和有效性，增强独立性，强化与主要股东阿里巴巴的隔离。阿里巴巴是蚂蚁集团的主要股东，持股33%。马云是阿里巴巴的创始人，目前也是蚂蚁集团的实际控制人。

变化远不止于此。

财报披露前一日，阿里巴巴已与蚂蚁集团修订《股权和资产购买协议》及《支付宝商业协议》，该次修订将于今年8月13日生效。阿里巴巴还与蚂蚁集团终止《数据共享协议》。协议签订后，阿里巴巴与蚂蚁集团将按双向各自客户提供服务的必要限度，据个案并依照适用法律及法规协商数据共享安排的条款。

零壹研究院院长于百程告诉时代周报记者，阿里巴巴与蚂蚁集团终止《数据共享协议》，蚂蚁集团管理层退出阿里合伙人等措施，均是旨在完善公司治理，提高运营合规性。

阿里巴巴在年报中坦言，包括蚂蚁集团在内的阿里巴巴生态体系参与者，同样面临处理和保护大量数据所固有的挑战。

阿里巴巴还在7月26日当天披露，已向港交所提交申请，新增香港为双重主要上市地。2014年9月，阿里巴巴在纽交所上市。五年后，阿里巴巴在香港实现二次上市，不过港交所属第二上市地位。此次申请生效后，阿里巴巴将在港交所、纽交所两地实现双重主要上市。

双重主要上市是指将上市的两个资本市场均列为第一上市地，不分主次。双重主要上市具有更强的风险对冲能力，即上市公司在一个市场退市，也不会影响它的上市地位，可通过将所有股票转移到另一个上市地，从而既可以避免退市风险，也可以更好应对外部环境变化。

“阿里此次选择在纽约和香港双重主要上市，应该是对当前国际形势和新经济创新发展整体趋势综合研判后的一个战略性选择。”中央财经大学数字经济融合创新发展中心主



任陈端分析指出，双重主要上市改变阿里投资者结构，让更多中国投资者分享新经济企业成长红利。

增强蚂蚁集团独立性

阿里巴巴和蚂蚁集团修订了双方此前签署的多项协议。

7月25日，双方修订了《股权和资产购买协议》及《支付宝商业协议》。阿里认为，这些修订主要为提升阿里巴巴竞争优势的能力、加强来自阿里巴巴在蚂蚁集团股权的经济利益，以及帮助阿里巴巴更好管理关联方及其他监管及经营环境改变带来的风险及不确定性而定。

修订后，蚂蚁集团在中国内地外提供给阿里巴巴的支付处理和担保交易服务，该等服务的费用比率及付款相关条款将不再适用《支付宝商业协议》，而将由蚂蚁集团与阿里巴巴另行协商。

年报还披露，2011年，马云和蔡崇信分别将所持部分阿里巴巴股份注入二人成立的APN，并在2022年6月2日之前，将APN的股份以及APN持有股份均已质押给阿里巴巴，以担保蚂蚁集团履行《股权和资产购买协议》和《支付宝商业协议》规定的若干义务；以及在变现情形付款到期时，APN须承担最高为500万美元的变现情形付款的直接付款责任。

今年6月2日，阿里巴巴与马云、蔡崇信、APN达成协议，终止质押有关APN股份及APN所持有的阿里巴巴股票，而改为由马云、蔡崇信就蚂蚁集团提供个人担保所取代。

阿里巴巴和蚂蚁集团的管理和业务设置更加独立。

井贤栋、倪行军、曾松柏、赵颖、彭翼捷、邵文澜等蚂蚁集团管理层，不再担任阿里巴巴合伙人。这一改变源自阿里巴巴近期修订《合伙协议》。最新协议规定，合伙人应由阿里巴巴人士担任。从今年5月31日起，阿里巴巴关联方人士退出合伙人名单。

合伙人制度是阿里巴巴的管理架构基石之一。2010年7月，阿里巴巴创建合伙人制度，合伙人团队由阿里巴巴创始人和高管成员组成。阿里巴巴希望这一制度确保延续公司的使命、愿景、价值观。蚂蚁集团前身支付宝也源自阿里巴巴。因历史原因，蚂蚁集团部分高管也是阿里巴巴合伙人。即使蚂蚁集团成为独立集团，他们仍保留阿里巴巴合伙人身份。

蚂蚁集团通过多种举措，提升独立性。今年6月，蚂蚁集团董事会新聘史美伦、杨小蕾两名独立董事，独董在董事会的占比升至50%，而来自阿里巴巴的非执行董事由3名减至2名。7月27日，蚂蚁集团发布的《2022年蚂蚁消费者权益保护半年报》透露，蚂蚁集团进一步加强公司消保治理机制建设，增设董事会风险管理与消费者权益保障委员会，这是持续强化董事会作用的重要一环。

阿里巴巴也在年报中透露，日后无意从事任何新的中小企业贷款业务。2015年2月，阿里巴巴向蚂蚁集团出售涉及阿里巴巴的中小企业贷款业务等。同年，蚂蚁集团就中小企业贷款业务向阿里巴巴支付年费，为期七年，并已于2021年12月终止。

终止数据共享协议

数据安全是监管互联网巨头的

重点。

“阿里巴巴和蚂蚁集团都是互联网巨头，数据庞大。”于百程认为，终止《数据共享协议》，调整共享安排，有利于阿里巴巴和蚂蚁集团增强数据治理的合规性。

共享协议终止后，阿里巴巴和蚂蚁集团将在每一方向各自的客户提供服务所需要的范围内，根据具体情况并在适用法律法规允许的范围内协商数据共享安排的条款。

“包括蚂蚁集团在内的阿里巴巴生态体系的参与者同样面临处理和保护大量数据所固有的挑战。”阿里巴巴在年报中强调。

虽然数据共享协议终止，但蚂蚁集团和阿里巴巴依旧合作紧密。目前，阿里巴巴向蚂蚁集团及其关联方提供云计算服务、交易平台软件技术服务及其他服务。此外，蚂蚁集团同意向阿里巴巴的用户提供贷款、授信和相关金融服务。

上述年报指出，阿里巴巴同意蚂蚁集团要求，关闭或暂停拖欠蚂蚁集团贷款和违反支付宝规则的人员在阿里巴巴平台的线上店铺，限制其营销活动，并在平台上发布通告，并提供有关该等人员信息。

对于违反阿里巴巴规则或协议的用户，蚂蚁集团可冻结并向阿里巴巴划转上述用户账户中的资金，加速上述用户的贷款到期并终止其授信，限制上述用户在蚂蚁集团平台上的营销活动并提供上述用户的有关信息，执行方式由双方不时另行商定。

蚂蚁集团向阿里巴巴支付的服务费稳中有升。

时代周报记者梳理年报发现，2020财年至2022财年，阿里巴巴从蚂蚁集团及其关联方收到的云服务费分别为18.72亿元、39.16亿元、55.36亿元，增速明显；收到的交易平台软件技术服务费及其他则相对稳定，分别是20.75亿元、24.27亿元、23.58亿元。

国家网信办7月7日颁布的《数据出境安全评估办法》（下称《评估办法》）规定，数据处理者向境外提供数据，应当向国家网信部门申报数据出境安全评估。《评估办法》施行前已开展的数据出境活动，不符合该办法规定的，应在2023年3月前完成整改。《评估办法》将于今年9月1日生效。

“由于上述办法尚未生效，该办法在实践中的解释和实施以及该办法对阿里巴巴业务经营的影响如何，存在重大不确定性。”阿里巴巴在年报中坦言。■

招商拓扑银行“夭折” 筹备组近200人失业？

时代周报记者 郭子硕 发自广州

酝酿五年，招商银行（600036.SH；03968.HK）最终还是未能获得独立法人直销银行牌照。

7月22日，招商银行发布《关于撤回招商拓扑银行开业申请事项的议案》，撤回招商拓扑银行股份有限公司（筹）（下称“招商拓扑”）开业申请，终止筹备工作。

直销银行，是指以互联网为主要渠道，通过计算机、手机、电话以及其他电子服务手段为客户提供服务的银行形式。目前，我国商业银行直销银行发展模式可划分为两类，分别是独立法人运作模式和银行内设部门模式。

易观研究院分析师韦玲艳认为，独立法人模式经营能够与母银行进行有效的风险隔离，既能独立核算使产品定位更明晰、价格优势更凸显；又能更灵活地自主创新，将成未来直销银行的发展趋势。

2020年12月，银保监会批准招商银行与京东数科旗下的网商银行（北京）商务服务有限公司共同筹建独

立法人直销银行招商拓扑，双方持股比例分别为70%、30%，注册资本20亿元。

当时，银保监会要求上述两家公司，在批复之日起6个月内完成招商拓扑的筹建工作。

招商银行指出，招商拓扑拟定位为通过互联网方式依法合规开展各类商业银行业务的金融机构。正式成立后，招商拓扑将成为招商银行合营公司。

“招商银行与京东的合作被看作强强联合。”金融监管研究院院长孙海波分析，招商银行为直销银行带来品牌、用户、产品、服务优势，京东用户积累与数据积淀可能助力招商银行拓展小微客户、提高风险定价能力。

此前，招商拓扑已提交开业申请，尚待银保监会批复。如今，招商拓扑筹备工作戛然而止，引发市场关注。对此，招商银行相关负责人表示，拓扑银行终止筹备，不会对该行经营造成影响。

招商银行筹备直销银行追溯至2017年。当时，国内首家直销银行百信银行获批筹建。此后，光大银行、华夏银行、民生银行等多家银行均表示，

将设立独立法人直销银行。

招商银行于2017年2月公告称，拟全资发起设立独立法人直销银行。“在适当时机，根据业务发展的需要并在监管批准的前提下，可转让不超过30%的股权，以引进战略投资者。”招商银行表示。

2018年3月，招商银行通过董事会决议，拟与战略合作方以合资方式发起设立独立法人直销银行。有消息称，原本计划与徽商银行共同设立独立法人直销银行的京东金融，选择与招商银行洽谈合作。

随后，招商银行董事会审议通过《关于以合资方式发起设立独立法人直销银行的议案》，同意该行与战略合作方共同发起设立独立法人直销银行。同年8月，招商银行与京东成立上海招东信息科技有限公司，一度被市场认为是直销银行筹备主体。

不过，2020年年末起，银保监会再无批复新的独立法人直销银行。目前，全市场只有两家独立法人直销银行，分别是首家独立法人直销银行百信银行和6月底正式开业的邮惠万家银行。

独立法人直销银行对母行价值

几何？按照百信银行和邮惠万家银行发展定位来看，独立法人直销银行的数字化程度更高，可突破母行的定位战略，覆盖更广客群。

中信银行在2018年年报中指出，百信银行与中信银行错位经营、差异化互补的协同效应逐步显现。百信银行聚焦传统银行服务相对薄弱的领域，主要通过线上、线下场景批量智能获客，重点开展支付、融资、理财等小额高频业务。

数据显示，2021年全年，百信银行持续加大金融科技投入，科技投入占比超过了50%，科技人才占比超过了60%。

邮惠万家银行的定位是邮储银行数字化转型发展的试验田。今年6月底，邮惠万家银行正式开业并推出首批产品。相较于邮储银行通过线下渠道服务客户，邮惠万家银行更侧重于服务母行的长尾客群，也更侧重于线上化的运营。“这样一方面既可以扩大母行的服务覆盖范围，另一方面也可以提升母行长尾客群的活跃度。”邮惠万家银行董事长梁世栋在该行开业启动会上表示。

在孙海波看来，百信银行、中邮

邮惠万家银行，或基于独立的考核制度风控体系考虑，也可能是希望通过独立子公司吸引第三方互联网公司股东和流量实现共赢。

中信证券研报认为，直销银行借助互联网渠道直接触达零售客群，并通过标准化的普惠产品获客黏客。相较于传统综合性银行，结合金融科技手段，直销银行具备更低的获客成本和运营成本，有助于开发下沉市场。

“独立法人直销银行的机制更具市场化、数字化、开放化基因，被期待成为直销银行探寻突破发展困局的着力点。”易观分析指出，作为母银行下属部门的直销银行，无法实现独立核算，在战略地位、经营重心、创新投入等方面也受限于母银行战略，从而导致其在快速响应、管理创新、业务创新等方面力度不足。

时代周报记者注意到，2021年10月，招商拓扑银行曾启动校园招聘，招聘岗位覆盖风险模型、财务管理、产品运营等。

据报道，招商拓扑银行筹备组人员接近200人。这次招商拓扑银行终止筹备，招商银行也未披露筹备组人员的安置方案。■

金融 APP 适老化改造指南

编者按:移动互联网时代,金融服务智能化转型快速推进,老年群体与数字时代的鸿沟却愈发明显。面对瞬息万变的市场形势,各大金融机构纷纷上线适老化APP版本,但部分金融APP仍旧存在版本切换步骤繁琐、途径隐蔽等问题,老年用户很难发现专属版本,可能导致切换失败。

对此,《时代周报》联合《消费者报道》推出【金融APP适老化改造指南】专题,针对金融服务APP,重点围绕有无该项服务、设置、字体、功能、语音等多个维度进行系统测评,深入剖析金融机构推进互联网应用适老化改造情况,并为金融机构、消费者提供借鉴参考。

8款城商行APP“适老化”测评：长安违规发广告 华融湘江功能受限

消费者报道记者 **黄宏成** 发自广州

今年5月,《消费者报道》与《时代周报》对6款国有银行APP(工商银行、农业银行、建设银行、中国银行、交通银行、邮储银行)进行了“适老化”测试,发现部分国有银行APP的“适老化”版本二级页面字体未适配,依然存在改进空间。

全国有691座城市,坐落其中的城商行数量繁多,根据相关数据,目前全国共有125家城商行。国有银行APP不尽如人意,那么规模较小、下沉各个城市的各地城商行表现又会如何呢?

7月,《消费者报道》再次联合《时代周报》,选择部分新一线城市的8款城商行APP进行分析,一窥城商行APP“适老化服务”的现状和未来。选取的8款城商行为四川银行、杭州银行、长安银行、湖北银行、汉口银行、华融湘江银行、宁波通商银行、宁波东海银行。

8款城商行APP均可切换至“适老化版本”

一方面,人口老龄化程度进一步加深,据2021年第七次全国人口普查结果显示,中国60岁及以上人口占18.70%,其中65岁及以上人口占13.50%。另一方面,社会在飞速发展,各类机构和服务变得越来越智能化,例如纷纷上线了手机APP或小程序。

但老年人直接面对智能手机上的APP,依然有很多不适应,所以各类APP的适老化也就势在必行,尤其是银行APP。

城市商业银行(下文简称“城商行”)是中国银行业的重要组成部分,其前身可追溯到20世纪80年代设立的城市信用社。第一财经在今年发布了《2022城市商业魅力排行榜》,新一线城市共有15个城市入选,依次为

成都、重庆、杭州、西安、武汉、苏州、郑州、南京、天津、长沙、东莞、宁波、佛山、合肥和青岛。

我们选择了6个具有代表性的新一线城市——成都、杭州、西安、武汉、长沙、宁波,分别位于中国不同区域,选择在此的8款城商行APP作为体验测评对象:四川银行、杭州银行、长安银行、湖北银行、汉口银行、华融湘江银行、宁波通商银行、宁波东海银行。

在适老化服务方面,我们重点围绕有无适老化版本、设置、字体、功能、登录页面、二级页面、广告和弹窗、验证码等维度进行测评。

结果显示,8款城商行均有相应的适老化服务版本,在标准版本或经典版本的基础上均可切换到相应的“关怀版”“关爱版”“乐享版”“简洁版”“幸福版”“暖心版”“特别关怀版”等,虽然名字不同,但殊途同归,都是对字体大小、功能设置进行过优化的适老化服务版本。

例如,成都的四川银行APP适老化版本称为“关怀版”,杭州的杭州银行APP适老化版本称为“乐享版”,武汉的湖北银行APP适老化版本称为“幸福版”。

适老化版本的共同特点是字体更大,功能更简单,布局更显眼,且首页呈现的应当是老年人使用频次最高的功能板块。

其“标准版”字体较小,功能较齐全,除了最基本的账户、交易、转账和理财功能,在首页还列上了信用卡、基金、设置、贷款、话费、支付、社保等功能。而它的“关怀版”字体较大,功能简洁,首页只有基本的总资产、转账、交易明细、存款、理财、话费充值功能。

虽然8款城商行APP在首页均对字体进行了优化调整,但适老化设计并未落实到每一页面,二级或多级页面字体仍较小,行间距不足,与标准版无差异,对于老年人来说不够友好。

例如四川银行APP的“关怀版本”,登录页面、隐私政策、存款产品、理财产品等这些页面的字体未进行调整,尤其是隐私政策密密麻麻的一堆字体,让老年人看了头皮发麻。

登录页面、隐私政策成重灾区,湖北银行APP验证码太难。

其实不只是四川银行APP,其他7款银行APP的登录页面、隐私政策页面也均未进行适老化调整,保持与标准版本一致。

例如武汉的湖北银行APP,登录和注册页面的账号、密码输入提醒字体过小,甚至还有难辨认的图形验证码,对于老年人来说,很不友好。

长安银行APP在这方面尽管表现不错,登录页面中几个栏目字体较大,但点进去后依然是很麻烦、很小的字体。

在字体方面,隐私政策页面是重灾区。在注册页面,消费者一般需要点击同意《客户服务协议》《隐私政策》《安全提示》《客户须知》等,这些页面都是大段大段成千上万字的纯文字页面,没有进行适老化调整,对老年人来说着实太不友好。

8款城商行APP四川银行、杭州银行、长安银行、湖北银行、汉口银行、华融湘江银行、宁波通商银行、宁波东海银行的APP在这方面的优化并不尽如人意,有待加强。

城商行APP与国有银行APP存在差距

部分中老年人初次接触智能手机,对其的操作逻辑可能不是很了解,那么能快速、显眼、便捷地设置好“适老化版”便成了消费者关心所在。

“长适老化版”一般有两种途径可以设置,可在“首页”或“我的一设置”中进行设置。

通过测试发现,8款城商行APP中,不少都不能在首页进行“一键切换”,而此前测评的6款国有银行APP,均可在首页进行切换设置。因此,在

适老化版本切换方面,城商行APP与国有银行APP存在差距。

8款城商行APP的首页切换适老化服务可分为三个梯度。

第一档可以直接在首页一键切换,最为方便和显眼,例如长安银行APP、汉口银行APP、宁波通商银行APP、宁波东海银行APP。

第二档,需要点开“+”等进行切换,不太方便和显眼,例如杭州银行APP,但也能在首页进行操作。

第三档是不能在首页进行切换,操作繁琐,设置隐蔽,只能在“我的一设置”中进行切换,例如四川银行APP、湖北银行APP、华融湘江银行APP。

而我们测评过的国有银行APP,例如工商银行APP、中国农业银行APP、建设银行APP均可在首页切换,但城商行APP在这方面的意识存在差距。

建议第二档、第三档的其他城商行APP向第一档城商行APP看齐,在首页能直接进行切换,甚至可以参考短视频APP,如抖音、快手的“青少年模式”设置,每次打开会有相关提醒,

或在首页左上方有明显的“开启青少年模式”的按钮。

杭州银行、长安银行APP有广告

城商行APP除了在注册、隐私介绍字体、验证码、设置方面存在调整空间,弹窗广告更是老年人使用城商行APP深恶痛绝的痛点。

例如杭州银行APP“长辈版”滑动下来,会有大篇幅广告,虽然说的是“咨询精选”,但点进去都是医学类的头条号。

而长安银行APP的适老化版本,在首页中间有一小段头条广告,例如介绍某VIP月卡的内容。

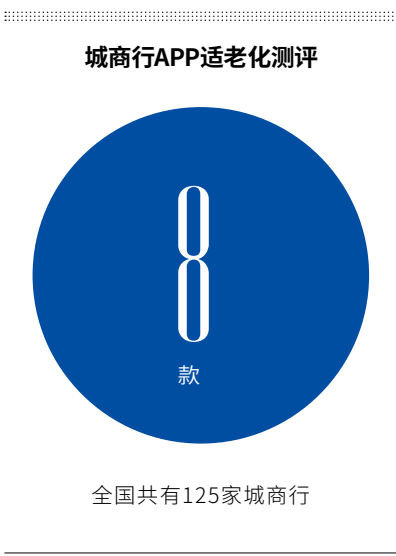
银行APP适老化版本有广告和弹窗,违反了工信部的相关规定。根据工信部2021年4月发布的《互联网网站适老化通用设计规范》,提供适老化服务的网页或独立的适老化网站,网页中严禁出现广告内容及插件,也不能随机出现广告或临时性的广告弹窗。

值得一提的是,华融湘江银行APP适老化服务功能受限,点击搜索框或全部功能,弹出“切换至手机银行标准版”的提醒,即在适老化版本下,只能使用部分功能:账户、转账、存款、理财。

简而言之,8款城商行APP在适老化服务方面任重而道远,二级页面未进行字体优化,在登录页面、隐私政策是重灾区,部分城商行APP还有违规的广告或弹窗,适老化服务功能受限,设置不方便等。

除了在线上APP进行适老化改造,各城商行也应当在线下的服务网点、窗口、大堂、ATM机等硬件设施方面为中老年群体提供相应的优化改造。

“适老化模式”并不仅仅只是名称或样子,应当还是使用体验的延伸,是服务思维的落点,更是人文关怀的注脚。❶



城商行APP适老化调整停留表面 专家：手机银行界面设计要考虑常用功能

时代周报记者 **周梦梅** 发自广州

数字金融服务虽已成日常生活不可或缺的一部分,但却是横亘在老年人面前的一道鸿沟。不会操作手机银行APP、看不清字体、无法快速找到手机银行APP转账支付等核心功能,这些都影响老年人的日常生活。

2021年4月,工业和信息化部发布通知,要求网站和APP在2021年9月底之前进行“适老化”及无障碍改造。银保监会相关负责人更是明确表示,要大力发展适应老年人的金融科技,例如“老年版”手机应用软件,自动将老年人来电接入人工坐席,简化自助服务终端操作步骤等。

各大银行纷纷响应政策,推动手机APP适老化改造。今年7月,《时代周报》联合《消费者报道》,选择部分新一线城市的城商行APP进行分析,推出《8款城商银行APP“长辈版”测评报告》(下称《报告》),一窥城商行APP适老化服务现状。

本次测评共选取四川银行、杭州银行、长安银行、湖北银行、汉口银行、华融湘江银行、宁波通商银行、宁波东海银行等8家城商行的APP,重点围绕有无适老化版本、设置、字体、功能、二级页面、登录页面、有无弹窗和

广告、验证码等维度进行测评。

测评发现,当前银行APP适老化改造集中在放大字体和简化操作等简单应用上,主要还是涉及网点、APP界面等外在形式的更新,但适老化设计并未落实到深处,在满足老年人金融服务需求的产品与服务方面还有提升空间。上述银行APP适老化版本部分还存在违规推送广告的情形。

“账户查询转账功能不突出、缺乏语音提示、操作理解难度大等问题,这些都是银行APP适老化改造出现的常见问题。”零壹智库金融组研究总监李薇对时代周报记者表示。

适老化调整停留“表面”

上述8款银行APP的适老化改造都取得一定成效,但仍有许多“痛点”未解决,改进空间较大。精简页面、放大字体是这些APP最显著的特征。

以四川银行APP为例,左边是“标准版”,右边是“关怀版”。其“标准版”字体较小、功能较齐全,除最基本的账户、交易、转账和理财功能,在首页罗列了信用卡、基金、设置、贷款、话费、支付、社保等功能。“关怀版”字体较大,功能简洁,首页呈现了老年人使用频次最高的功能板块,如转账、交易明细、存款、理财、话费充值等功能。

综合看来,上述八大城商行APP

均可在标准版本或经典版本的基础上,切换到相应的“关怀版”“关爱版”“乐享版”“简洁版”“幸福版”“暖心版”“特别关怀版”等适老化服务版本,这些版本都对字体大小、功能设置进行了优化。

不过,8款城商行APP适老化设计并未落实到每一页面,存在二级或多级页面字体仍较小、行间距不足、部分页面与标准版无差异等问题。

例如长安银行APP在登录页面上,多个栏目字体较大,但进入二级页面后的显示字体依旧偏小,且字间距较小、文字密度较大,老年人的视觉体验并不佳;湖北银行APP登录和注册页面的账号、密码输入提醒则字体过小,还有难辨认的图形验证码。

此外,注册页面的部分内容,适老化调整也并未落到实处。《报告》显示,上述8款银行APP的注册页面,部分内容与标准版本并无二致。在注册页面,老年消费者需要点击同意《客户服务协议》《隐私政策》《安全提示》《客户须知》等,但这些内容都未进行适老化调整。

违规推送广告

《报告》显示,部分银行APP存在入口隐蔽、功能不易查找等问题,老年群体在切换到适老化版本、触达常

用功能上体验不佳。

以切换适老化版本为例,时代周报记者注意到,8款城商行APP中一半都无法在首页进行“一键切换”,这与工商银行、农业银行、建设银行等国有银行APP相比还存在不小差距。

8款城商行APP的首页切换适老化服务可分为三个梯度:第一档可以直接在首页一键切换,最为方便和显眼,例如长安银行APP、汉口银行APP、宁波通商银行APP、宁波东海银行APP;第二档,需要点开“+”等进行切换,例如杭州银行APP,能在首页进行操作,但不太方便和显眼;第三档是不能在首页进行切换,操作繁琐,设置隐蔽,只能在“我的一设置”中进行切换,例如四川银行APP、湖北银行APP、华融湘江银行APP。

还有部分银行APP适老化服务功能受限。如华融湘江银行APP,需点击搜索框或全部功能,才弹出“切换至手机银行标准版”提醒;且在适老化版本下,只能使用部分功能:账户、转账、存款、理财。

此外,部分城商行APP适老化版本存在“广告内容”,违反工信部相关规定。

2021年4月工信部发布的《互联网网站适老化通用设计规范》明确指出,提供适老化服务的网页或独立的

适老化网站,网页中严禁出现广告内容及插件,也不能随机出现广告或临时性的广告弹窗;提供适老化服务的网页或独立的适老化网站中无诱导下载、诱导付款等诱导式按键。

时代周报记者发现,有部分城商行APP适老化版本并未按上述规定禁止“广告内容”。例如杭州银行APP“长辈版”滑动下来,在“咨询精选”这一栏目,不少医学类资讯里存在广告内容;长安银行APP的适老化版本,在首页中间有一小段头条广告滚动,如介绍某VIP月卡的内容。

李薇建议,城商行APP适老化改造应主要从三方面入手:第一,老年版手机银行界面设计要考虑常用功能,比如账户查询、转账、生活缴费等;第二,针对残疾人等特殊客群,APP设计中应当融入语音、远程视频连线等功能,在操作上可一键触达;第三,对于一些广告弹窗与插件,老年版APP可设置为全屏屏蔽的方式,减少操作失误概率,降低手机软件操作的复杂度。

李薇表示,国有大行的老年版手机银行设计已形成标杆范本,值得同业机构借鉴。如工行推出的“幸福生活版”,支持字体放大、全语音操控、绑定亲情账户、交易受阻一键向子女求助等功能。❷

睿远3只基金全部净申购 基金经理持仓反向操作

时代周报记者 金子莘 发自广州

近日，睿远基金披露旗下3只产品二季报。今年二季度，3只基金份额（A/C份额合并）均实现净申购，基金资产净值增幅明显，但主动管理的2只产品在重仓持股上出现了分歧。

其中，傅鹏博、朱璘共同管理的睿远成长价值混合对上季度第一重仓股中国移动（00941.HK）小幅减仓512.55万股；而赵枫管理的睿远均衡价值三年持有则对中国移动进行小幅加仓150万股。在吉利汽车（00175.HK）上，上述2只基金也存在反向操作。今年二季度，傅鹏博大举加仓吉利汽车至7776.8万股，赵枫则小幅减持吉利汽车301.3万股。

从整体持仓来看，今年二季度，赵枫加仓的美团、宁德时代，也新进为睿远均衡价值三年持有前十大重仓股，华润啤酒、兴业银行则退出其前十大重仓股；傅鹏博、朱璘则新进通威股份、吉利汽车、迈为股份为前十大重仓股，先导智能、大族激光、卫宁健康则退出其前十大重仓股。

值得关注的是，睿远基金旗下3只基金产品均加大新能源赛道配置，3只基金均参与宁德时代的定向增发，限售期为6个月。据公告信息计算，上述3只产品合计定增数量达58.54万股，合计总成本1.59亿元。

关于二季度的调仓策略，赵枫认为，在此前市场下跌过程中，增持了新能源、互联网和固定资产投资相关产业链的龙头公司，持股集中度有所上升。傅鹏博则在二季报中表示，配置进行了三方面调整：一是增加了煤炭资源板块个股；二是增加了光伏和新能源个股；三是增加了相关的疫苗和特效药个股。

基金规模创历史新高

今年一季度，受市场行情影响，大部分基金产品净值回撤明显，整体规模缩水，随着二季度行情回暖，基金规模也开始逐步回升。

据天相投顾数据，今年二季度，基金整体规模达26.67万亿元（含估算），同比增长15.56%，环比增长6.27%。同期，睿远基金整体规模较一季度末的520.97亿元增长72.31亿



元，达593.28亿元，创历史新高。

规模上涨的同时，睿远基金旗下产品业绩表现也有所回升。

目前，睿远基金旗下仅发行3只基金产品。其中，有2只偏股混合型产品，分别为2019年成立的睿远成长价值混合，由傅鹏博和朱璘共同管理；2020年成立的睿远均衡价值三年持有，由赵枫管理；另1只偏债混合型产品，为2021年年末成立的睿远稳进配置两年持有混合，由饶刚管理。

其中，睿远成长价值混合A今年二季度净值增长率为12.08%，过去三年回报率为80.54%；睿远均衡价值三年持有A今年二季度净值增长率为13.00%，自成立以来（2020年2月21日至今）的回报率为50.91%；睿远稳进配置两年持有A今年二季度净值增长率为4.84%，但自成立以来（2021年12月6日至今）仍亏损2.02%。

有分析人士指出，基金规模上涨通常是由于净值回升以及净申购份额

增加。二季报数据显示，睿远旗下的3只产品均为净申购，其中，睿远成长价值混合（以下份额均合并A/C类）以5.66亿份净申购领先；睿远均衡价值三年持有紧随其后，净申购份额为2.63亿份；睿远稳进配置两年持有，则增长1.23亿份。

截至今年二季度末，睿远成长价值混合（A/C类合并）规模为324.89亿元，是睿远基金旗下规模最大的产品，睿远均衡价值三年持有（A/C类合并）规模为164.3亿元，睿远稳进配置两年持有（A/C类合并）规模为104.09亿元。

持仓现分歧

此次二季报也披露了上述3只基金前十大重仓股的调整情况，其中，由傅鹏博和朱璘共同管理的睿远成长价值混合与赵枫管理的睿远均衡价值三年持有的2只权益基金产品前十大重仓股，出现了反向操作。

天天基金数据显示，今年二季度，睿远成长价值混合减持中国移动512.55万股，持股数量从一季度末5217.45万股降至4704.9万股，第一大重仓股也由一季末的中国移动变为三安光电（600703.SH）。

目前，中国移动已退居该基金的第二大重仓股，持仓市值为19.71亿元，占基金净值的6.07%。

睿远均衡价值三年持有则小幅加仓中国移动，从一季末的2900万股增持至3050万股。目前，中国移动仍为该基金第一大重仓股，持仓市值12.78亿元，占基金净值的7.78%。

在吉利汽车的配置上，两人也产生分歧。

今年二季度，傅鹏博大举加仓吉利汽车至7776.8万股。今年一季度末，吉利汽车并未进入睿远成长价值混合的前十大重仓股名单中；增持后，吉利汽车已晋升为睿远成长价值混合的第七大重仓股。

事实上，吉利汽车并非首次进入睿远成长价值混合前十大重仓股行列。2021年年末，吉利汽车曾以持股7872.1万股，为睿远成长价值混合第九大重仓股。也就是说，最近半年，吉利汽车被睿远成长价值混合减持后又加仓。对此，有分析人士指出，今年二季度，睿远成长价值混合大手笔加仓可能是因为该股估值出现大幅调整。

同期，赵枫则小幅减持吉利汽车301.3万股。目前，睿远均衡价值三年持有对该股的持仓市值为6.64亿元，较一季度末的4.66亿元增加了1.98亿元，为第八大重仓股，占基金净值的4.04%。“持股减少、市值上升，可推算为获利减持。”上述人士指出。

数据显示，今年二季度，吉利汽车涨幅达42.88%。

不过，在新能源龙头标的的配置上，3只产品较为一致。

7月4日，睿远基金公告，旗下3只基金均参与了宁德时代定向增发。其中，睿远均衡价值三年持有混合认购24.39万股，总成本为10001.21万元；睿远成长价值混合认购21.95万股，总成本为8999.99万元；睿远稳进配置两年持有混合认购12.195万股，总成本为4999.99万元。3只产品定增价格约合410元/股，较宁德时代当日收盘价522元/股，折价21.45%。■

顶流基金经理持续回血 147人跻身百亿俱乐部

时代周报记者 宁鹏 发自上海

尽管公募基金二季度管理业绩和规模整体回升，但主动权益基金整体仍处净赎回状态，头部基金经理的虹吸效应却有所加剧。

同花顺iFind数据显示，公布二季报的普通股票型基金份额合计缩水87.44亿份，近70%普通股票型基金二季度遭遇净赎回；混合型基金二季度份额整体缩水1752.81亿份，75%混合型基金二季度份额缩水。

与此同时，百亿基金经理的人数和管理规模均有所扩容。数据显示，2021年年末，百亿基金经理数量达到了史无前例的169位。今年一季度，市场剧烈调整，“百亿俱乐部”减少至137人。伴随市场回暖，今年二季度“百亿俱乐部”再次反弹，增至147人。

业内资深人士告诉时代周报记者，今年二季度权益基金发行仍然惨淡，申赎也出现缩量，但总体看来仍在“进大步、退小步”的节奏，公募基金在这轮市场调整中，韧性胜过以往。

147人跻身百亿俱乐部

近年，公募基金头部化趋势极为明显，主动权益领域逐渐呈现“得顶

流者得天下”之势。

公募基金周期性较强，市场行情向上时往往会加速头部基金规模扩容。而在公募基金最近一轮大扩容中，“百亿基金”渐成行业现象。最为夸张的是2020年，有83只百亿基金，占全部主动偏股型基金数量的2.8%，合计规模近1.5万亿元，占全部主动偏股型基金规模的29.6%。2019年，百亿基金数量还不足20只，合计规模仅为3145亿元。

海通证券研报指出，公募基金出现头部化现象，少数规模较大的基金占据了较大的份额，可能跟居民在购买基金时往往选择热门产品有关。

2021年，百亿基金数量和规模进一步增长。今年上半年A股市场出现较大幅度的下跌，公募基金整体规模也有所下滑，截至二季度末，百亿基金数量也相应减少至67只。

在百亿基金有所减少的情况下，头部基金经理的管理规模却在二季度末迎来反弹。据天风证券刘晨明团队统计，今年二季度末，管理总规模超过百亿的主动权益基金经理为147人，相比上一季度增加10人，合计管理规模约为3.3万亿元，相比一季末增加0.3万亿元，在全市场主动权益基金中规模占比高达58.93%。

因市场震荡而消失的千亿顶流基金经理正在返场路上。据天风证券统计，截至二季度末，葛兰和张坤管理的主动权益基金规模分别为989.39亿元以及971.37亿元，离回归千亿管理规模仅一步之遥。

截至二季度末，葛兰任职的中欧基金旗下仅百亿基金的规模就高达1518亿元。张坤任职的易方达旗下百亿基金总规模更是高达1724亿元。广发基金和兴证全球基金旗下的百亿基金合计规模也超千亿元。

此外，还有一些以人数取胜的基金公司。以富国基金为例，截至二季度末，旗下百亿基金仅有富国天惠，而管理规模在百亿以上的基金经理却有9位。

顶流的反思与预判

头部基金经理的“小作文”仍是今年二季报关注焦点。

张坤在季报中解构了近因效应，即“投资者往往过于相信通过几次连续观察得到的结果，通过零散的证据就拼凑出一个饱满的形象，并且在头脑中创建出了本来不存在的模式”。张坤指出，对未来进行预判时，网络媒体栩栩如生的报道、生动的画面感、连续的发生以及自身过多的关注，

都更容易引起判断偏差。

葛兰则表示，中国创新产品将在海外逐步进入收获期，国内医疗服务以及消费性医疗的需求未来空间依然巨大，看好医药生物板块的中长期投资机会，但短期市场波动难以避免。

睿远基金的傅鹏博、朱璘则表示，下半年经济能否恢复到合理增长水平，地产和基建是可见的具体抓手。下半年防通胀也可能成为掣肘政策的变量。

兴证全球谢治宇则提出，今年6月以来，地产销售呈现见底回升趋势，国内经济呈现温和复苏态势。然而国际美联储持续加息，各国CPI维持高位，海外需求是否放缓仍需观察。

富国基金朱少醒则认为，市场情绪最恐慌的阶段已经过去，从较长时间维度看，当下权益市场处于较好的风险收益区间。

银华基金李晓星也颇为乐观，看好中国经济的V型反转。结合超额储蓄率的大幅上升，他认为主要是消费意愿的问题，而整体居民的消费能力一直在提升，当对未来的预期平稳后，消费将迎来反弹。

广发刘格菘表示，科技创新、高端制造类资产成为新的时代背景下的“核心资产”将越来越有可能。■

1.59

亿元



1724

亿元



总经理悬空近1年 万亿招商基金再迎保险系高管

时代周报记者 **黄嘉祥** 发自深圳

又一家万亿级银行系公募基金高管变动。

招商基金7月29日晚公告称，长江养老保险股份有限公司（下称“长江养老”）原总经理徐勇出任公司总经理，任职日期为7月30日。

一年前，招商基金换帅。2021年6月，王小青接替刘辉出任招商基金董事长。三个月后，王小青离任招商基金总经理职位，开始代任总经理至今，同时仍担任董事长。这家银行系公募基金总经理位置空悬近一年，如今迎来“保险系”老将徐勇。

“徐勇在保险行业深耕十几年，保险行业和公募基金行业长期秉承着金融服务实体经济的使命，具有相同的精神内核，即信托为本、客户利益至上、注重风险管理。”招商基金对时代周报记者表示，徐勇的加入，将给招商基金带来更多更丰富的管理经验，将进一步加强招商基金管理团队的力量。

未来，招商基金将延续公司既定战略目标和战略方向，合规稳健经营，坚持走高质量发展之路，努力实现公司长远发展目标。

董事长与总经理均出自“保险系”

徐勇是保险老将，复旦大学毕业，在上海市人民政府办公厅工作11年，2009年进入保险业，先后任中国太保寿险党委委员、纪委副书记，上海分公司党委书记、总经理；2014年3月，出任太保安联健康保险股份有限公司筹备组副组长，公司成立后担任副总经理。

2015年7月，徐勇加入中国太保旗下专业养老保险公司长江养老，先后出任党委委员、副总经理、常务副总经理、副总经理（主持工作）、党委副书记；2020年6月30日正式获批担任总经理，与原董事长苏罡组成“苏徐配”；2022年6月1日离开长江养老，转战公募基金，同月就入职招商基金。

长江养老成立于2007年5月，由11

家大型央企和上海国资企业共同发起设立。长江养老总部位于上海，注册资本30亿元。

2020年年底，长江养老管理资产规模已突破10000亿元。2021年年报显示，长江养老实现营收24.26亿元，同比增长13.35%；净利润7.65亿元，同比增长23.26%。

徐勇任职的7年间，长江养老资产管理规模从2015年的1500亿元跃升至万亿元，成为中国养老金和保险资管头部机构之一。

徐勇与王小青有诸多相同点。

两人是复旦大学校友，在加盟招商基金前，都长期在保险机构任职。业内人士认为，董事长和总经理皆有丰富保险业经历，一定程度反映招商基金对稳健经营的重视。

王小青的从业经历更为多元，在“银证保”都有过任职经历，还曾在监管部门任职。

王小青2005年加入中国人保资产管理有限公司，历任人保资产总裁助理、副总裁，党委委员、党委副书记，投委会主任委员等职。他于2020年3月加入招商基金，2021年6月5日出任公司党委书记、董事长，同年9月代任总经理职位。

上任之初，王小青提出投研能力是基金公司的核心竞争力。招商基金

的投研业绩将强化长期维度进行考核，秉持“长期投资、价值投资、责任投资”的投资理念，为持有人创造长期稳健的投资回报，带来更好的投资体验。

时代周报记者从招商基金获悉，近来，招商基金夯实投研团队力量，打造投研一体化机制，持续推动投研能力建设，大力加强外部投研优秀人才的引进和内部投研梯队的培养；持续推进投研一体化机制建设，已形成七大产业链投研小组。

今年2月16—21日，招商局集团董事长、招商银行董事长缪建民集中调研招商银行总行相关部门及子公司、合营公司。缪建民肯定了招商基金近年在主动管理和偏股型产品方面的进步和“简单”的公司文化，并要求招商金融牵头推动、抓好养老金投资能力建设。

依靠股东方资源，发挥更大协同效益

招商基金成立于2002年12月，注册资本为13.1亿元。招商银行持股招商基金55%，招商证券持有剩余45%的股权。

作为银行系公募基金公司，招商基金长期稳居行业第一梯队。截至今年二季度末，招商基金管理资产总规模达1.49万亿（含子公司）。其中，公募

资产规模超7800亿元，非货币管理规模超5800亿元，位居行业第五。

徐勇认为，招商基金近年来发展质量和速度处于行业较前列，在于平台、基础、环境和机遇方面优势明显。招商基金的股东招商银行和招商证券，多年来强有力地支持公司发展战略、支持公司管理团队的经营，为公司的长期稳健发展赋能；在财富管理大背景下，公募基金的发展驶入快车道，招商基金把握时代机遇，融入股东方招商银行“大财富管理价值循环链”体系，发展站上新台阶。

徐勇表示，招商基金股东方招商银行和招商证券实力强大，两者对市场化的贯彻都走在了行业的前列。招商局集团、股东方对招商基金的发展倾注了大量心力，提供了强力支持。招商基金既要依靠股东方的强大资源，又要拥有自身良好的专业价值，只有这样才能实现资源的共享融合，相互促进和协调，发挥更大的协同效应。

截至今年5月，我国公募基金行业有139家公募基金管理公司，合计管理规模超26万亿元。徐勇认为，公募基金行业呈现良好发展态势，行业规模快速增长，产品结构持续优化，规范水平稳步提升，财富效应逐步显现，行业实力显著增强。

“当前我国经济已步入高质量发展阶段，居民财富快速增长，资产配置需求不断释放，需要一个更稳健、更规范、更有韧性的资本市场。”徐勇认为，作为重要的机构投资者，公募基金需要积极融入新发展格局，积极参与资本市场的深化改革。积极采取切实举措推进高质量发展，加大服务实体经济的力度，同时充分发挥自身普惠金融的作用，为投资者创造更多价值。

“过去几年，招商基金立足转型升级，抓住市场难得机遇，在投资业绩、经营成效上实现了非常好的成绩。”徐勇表示，未来，招商基金将按照公司既定的战略方向与发展目标，致力于持续加强投资管理能力、风险控制能力、产品创设能力、客户服务能力等各项专业能力的建设。■

13.1
亿元



万亿建信基金换帅 银行老将刘军出任董事长

时代周报记者 **金子莘** 发自广州

万亿建信基金换帅，银行老将刘军出任董事长。

7月27日晚，建信基金公告称，刘军自7月26日起正式任职董事长一职。今年4月，刘军已担任建信基金党委书记，并主持工作。

刘军在建行系统深耕近30年。1993年，他就加入建设银行，历任建行广州开发区支行行长、东莞市分行行长、广东分行行长助理、广东分行副行长、深圳市分行行长、广东分行行长等职。2021年12月，刘军出任建设银行职工代表监事。

刘军并非首个掌舵银行系公募基金的银行高管。在此之前，永赢基金、工银瑞信基金、鑫元基金等多家银行系公募，都曾迎来银行老将担任掌门人。

一名资深银行从业人士向时代周报记者分析指出，银行业务条线多，考核也更细致，转换公募赛道对不少银行高管来说，业务更为聚焦，业务突围的概率也更大。

发力权益投资业务

建信基金成立于2005年9月，是首批银行系基金公司之一。建设银行、信安金融服务公司、华电集团分别持股建信基金65%、25%、10%。

据官网数据，截至2021年12月末，建信基金资产管理总规模达1.36

万亿元，客户总数超6000万。银河证券基金研究中心数据显示，建信基金今年二季度的利润为85亿元，在182家基金公司排名第23位。

建信基金资产管理规模已超万亿元，但构成仍以货币基金为主，非货币基金中权益类占比较少。

Wind数据显示，截至2022年6月底，建信基金公募基金规模已达7139.60亿元。其中，非货币基金管理规模约为1994亿元，货币基金管理规模约5146亿元，非货币基金在整体公募规模的占比仅27.93%。

从产品结构来看，主动管理偏弱，权益类基金规模约为604.7亿元，债基规模约为1326.26亿元，权益占比仅为非货币基金的30.33%，整体比例偏少。

华南某公募基金人士分析指出，货币基金体量大是银行系公募的特色，银行渠道对公募基金至关重要。

值得关注的是，近来，建信基金的权益基金管理成效显著。

从规模看，2021年，建信基金整体权益基金规模较上年接近翻番。与此同时，建信基金权益类投资的整体业绩也在逐步提升。

据海通证券权益类资产业绩排行榜数据显示，截至2022年6月末，建信基金主动权益类基金业绩近5年排名位于前30%，近3年排名位于前22%，近两年排名则位于前15%，近一年已跻身市场前6%。

不过，对于银行业出身的刘军而

言，如何提高权益投资方面的业务，仍是当前需要面对的挑战。

“刘军是实干派，下一步建信基金可能重点推动权益投资的发展。”上述业内人士告诉时代周报记者，刘军赴任建信基金后表示，未来重点是全力贯彻落实证监会关于高质量发展的指导意见和要求，按总行工作部署，着力推进非货、对公财富管理、数字化经营三大转型。

多家公募基金迎“银行系”掌门

永赢基金、工银瑞信基金、鑫元基金等3家银行系公募，都曾迎来银行系掌门人。

成立于2013年的永赢基金，大股东为宁波银行，持股比例为67.5%；第二大股东为利安资管公司，持股比例为10%；其余为员工持股，共占22.5%。截至2022年6月末，永赢基金公募基金规模达2616.07亿元，已进入前30梯队，堪称是起步晚、发展快的典型。

永赢基金总经理是“80后”芦特尔。2016年年底，芦特尔刚接手时，永赢基金公募产品规模仅为44亿元。芦特尔曾在宁波银行金融市场部、产品与市场部、金融同业部等部门任职，后又担任永赢金融租赁有限公司监事、永盈基金董事。

工银瑞信基金的掌门人也来自银行系统。2021年2月，工银瑞信基金公告称，赵桂才出任董事长。赵桂才在1990年就已加入工商银行，先后

在工总行商业信贷部、营业部和公司业务二部工作。他还曾在工银海外工作多年，也曾任工银租赁任职。

值得关注的是，工银瑞信基金前任总经理王海璐也是“工银系”老将。Wind数据显示，截至今年二季度末，工银瑞信公募基金规模已达8209.9亿元，位列行业前10。

此外，鑫元基金的总经理龙艺也在银行工作多年。龙艺毕业后一直供职于南京银行，历任南京银行债券交易员、研究员、投资经理、金融市场部副总经理、金融同业部总经理，具备20多年金融市场从业经验，在银行间市场具有较大影响力。

2021年4月，鑫元基金公告称，自2021年4月28日起，任用龙艺为鑫元基金总经理。鑫元基金成立于2013年，南京银行、南京高科分别持股80%、20%。鑫元基金素以债券基金见长，任用资深债券人掌舵，走专业化发展的意图明显。

龙艺上任后，鑫元基金规模增幅明显。截至2021年一季度末，鑫元基金公募基金规模尚未达到400亿元；目前，鑫元基金公募基金规模已超900亿元。

一位不愿具名的公募人士分析指出，随着资管新规的深入推进，包括银行理财子公司、保险资管等都对高管人才有迫切需求，尤其是资管产品净值化转型过程中，更要求基金公司高管具备净值化产品管理经验，做好产品合规风控和净值化转型。■

凯莱英实验室爆炸系谣言 股价年内跌超46%

时代周报记者 杜苏敏 发自广州

医药外包龙头凯莱英(002821.SZ;06821.HK)躺枪。7月28日,“凯莱英毒气泄漏,实验室发生爆炸”的传言引发市场关注,随后凯莱英方面辟谣。

凯莱英称,当日上午9—10时组织厂区全体员工有序撤离,是公司厂区受外部传来的不明刺激气体影响。

据报道,不明刺激气体源于附近区域武警部队例行组织实弹投掷训练,彼时气压较低导致扩散条件不利,产生特殊气味,不过对人体没有伤害。

凯莱英于1998年创立,2016年登陆深交所,是国内头部的CDMO(医药合同定制研发生产)供应商,主要为全球医药企业以及生物技术公司提供医药外包服务。公司客户包括默沙东、辉瑞、礼来、艾伯维等全球制药巨头。

近年,得益于全球市场需求高增,国内CDMO行业迎来快速发展。巅峰时期,凯莱英A股股价较发行价涨超11倍,市值一度超千亿元,被市场冠以“凯皇”之称。

2021年11月至2022年2月,得益于三笔总价超93亿元的订单,凯莱英声名鹊起。不过,大订单在手的凯莱英,股价自2022年开年以来却进入下滑通道,已跌超46%。

时代周报记者多次致电凯莱英证券部,截至发稿电话未能接通。7月29日,凯莱英A股报收164.90元/股,跌4.42%,市值610.10亿元;港股报收107.20港元/股,跌5.88%,市值为396.62亿港元。

海归博士创业,身家315亿元

凯莱英创始人、实际控制人洪浩是海归医药博士。他在国外求学、工作多年,最终回国创业。

1998年,42岁的洪浩带着25万美元回国,在天津成立凯莱英。他曾表示,这是一种必然。作为技术型服务公司,只有将化学技术放大生产才能发挥其更大价值,而美国要做规模化生产,投资巨大。当时全球医药外包行业正在兴起,不少美国制药公司开



始在全球范围内寻求更有竞争力的外包服务商。

国内当时创新药产业仍处发展早期,对医药生产研发外包的需求不多,凯莱英接到的订单大多来自海外创新药公司。

凯莱英发展迅速。2016年11月18日,凯莱英登陆深交所,发行价30.53元/股。上市首日,股价大涨44%,此后又连获12个一字涨停板。巅峰时期,凯莱英股价较发行价涨超11倍,市值一度超千亿元。洪浩身家也水涨船高,2021年胡润百富榜显示,洪浩身家高达315亿元,在天津十大富豪榜排名第二,仅次于孙宏斌。

凯莱英的客户大多是国外医药巨头,收入也基本来自海外市场。2016—2019年,凯莱英海外市场的营收占比一直在90%以上。加上CDMO的代工属性,有投资人为此将凯莱英比作“医药界的富士康”。

洪浩对此解释,不要简单地把CDMO企业当作一般的代工企业,高端的原研新药原料药、中间体,尤其是制剂的生产工艺,是技术难度非常大的行业,门槛非常高。“实验室研发出来的新药,与能够工业批量生产是完全不同的两个概念,更不用说减少三废排放量、绿色生产工艺等。”洪浩表示。

业绩稳增,二级市场不买账?

上市六年,凯莱英的业绩一直持续增长。

2021年11月至2022年1月,凯莱英拿下三笔新冠口服药Paxlovid订单,合计超93亿元。

业内人士预计,若三笔订单均能顺利交付,订单收入将约为凯莱英2021年全年营收的两倍。

3月30日,凯莱英发布2021年年报。年报显示,报告期内,该公司全年营收为46.39亿元,同比增长47.28%;归母净利润为10.69亿元,同比增长48.08%。

凯莱英在年报中强调,截至年报披露日,公司在手订单总额达18.98亿美元(约合人民币120.4亿元),较去年同期增长320%。然而,年报发布次日,凯莱英股价未涨反跌,跌幅为2.03%。

类似的场景仍在上演。7月14日,凯莱英发布业绩预告,预计今年上半年实现营收47.91亿~50.58亿元,同比增长172.2%~187.4%;净利润16.44亿~17.43亿元,同比增长283%~306%。二级市场依旧不买账。次日,凯莱英股价收跌0.31%。

时代周报记者注意到,自2022年开年以来,凯莱英股价持续大跌,跌幅达46%。

有私募机构投资总监向时代周

报记者分析,凯莱英三笔订单接到手时,利好消息就已被市场陆续消化,对应的是股价大涨。

“这三笔订单的合同交付时间是2021—2022年,业绩增长在预期内,但明后年的业绩基数也被拉高了。大订单不是年年都有,因此不具备可持续性。”这名投资总监说。

不少投资者也对凯莱英的股价走势不满。7月28日,有投资者直接在互动平台上提出质疑,“自今年5月27日至7月27日以来,公司股价走势不但落后于大盘、医疗ETF、CRO指数,也落后于所有的医药医疗基金的走势。公司总说,股价短期是投票机,长期是称重器。是否公司基本面发生了不可逆的反转?”

甚至有投资者提出质疑,“网络上充斥着公司即将爆雷,公司实控人无法履职,抗病毒大订单被客户砍单,更有甚者讲公司要被制裁脱钩。请问公司是否存在上述事项?公司将如何应对?”

对此,凯莱英回应称,公司不存在应披露而未披露信息;公司实控人、董监高均正常履职、勤勉尽责,公司管理层稳定;公司已签订单在正常履行和交付中,不存在取消订单、砍单的情况;公司各项生产经营活动良好,未受到脱钩、制裁等。**■**

苏菲卫生巾惹争议 母公司原为建材销售商

时代周报记者 韩利明 发自上海

卫生巾质量问题引发关注。

7月28日,“苏菲卫生巾被曝有虫子尸体”话题登上热搜。据报道,一名湖南永州的消费者称,所购买苏菲卫生巾使用仅剩3包后,发现其中一包有被压扁、干掉的虫子。

在视频中,厂家客服人员表示,“如果商品有异物且未使用过,可以回收商品,送到工厂确认。具体要看什么问题,是在生产过程中造成的还是外部原因?若是商品质量问题,会给用户相应的退换或补偿。”

苏菲随即在微博回应,“正在积极寻找这位消费者,也希望消费者及时联络我们。后续取得产品后,将第一时间通过专业机构进行检测,以确认问题的真正原因,并公布结果。”

苏菲是尤妮佳旗下品牌,尤妮佳前身为日本的大成化工,主营建材销售;20世纪60年代跨行至生理用品领域,现已成为仅次于宝洁的全球第二大卫生用品厂商。

时代周报记者多次致电尤妮佳,截至发稿未获回复。苏菲官方旗舰店客服人员向时代周报记者表示,“目前未接到此消费者的反馈,品牌方正在核实。”据其介绍,苏菲产品由全封闭式机器设备生产,生产过程无人工参与,每个环节都安装了检测设备监控,检测出异常产品都会弹出至废弃

箱,一般表层不会出现这种情况。

产品屡次引发争议

此次涉事产品为苏菲口袋魔法系列的森呼吸,苏菲官方旗舰店显示其在售价格为72.9元(9片×8包),平均每片1元。时代周报记者在黑猫投诉平台看到,目前苏菲的商家主页显示累计投诉量104条,初步统计质量问题投诉近20起。

近年,苏菲旗下产品多次引发争议。2021年9月,有媒体报道称,消费者投诉使用苏菲“黑科技发热好暖卫生巾”被烫伤;也有网友质疑产品表述涉嫌虚假宣传。

苏菲回应称,该产品上架前经过测试,温感因个人体质不同产生差异,使用效果具体看个人。

上述产品为苏菲HOT暖℃日用卫生巾,官方旗舰店显示该产品仍在售。据商品详情页,该产品使用日本暖腹技术,缓解生理期寒冷,有轻温感和强温感两种温感可选。

今年年初,苏菲因“美国棉”与“贵族棉”相关联再受争议。据媒体报道,据苏菲天猫旗舰店显示,裸感S贵族棉卫生巾与裸感S卫生巾不同,在于表面棉纤维为美国进口原棉。裸感S贵族棉日用售价约5.8元/片,裸感S日用售价约3元/片。

时代周报记者查询苏菲官方旗舰店发现,目前,该款产品已更换宣传口径,“贵族棉是裸感S旗下的高端系

列,特别采用甄选品质原棉和复杂精细工艺。”售价也有所下调,根据长度不同,售价1~2元/片。

苏菲之外,还有多个品牌卫生巾遭消费者质疑存在质量问题。

2021年1月,金佰利(中国)旗下高洁丝被曝出疑似存在虫卵;同年4月,该品牌再被曝出存在黄色污渍。针对虫卵事件,高洁丝表示通过微博联系消费者确认事实,并承诺可以邀请第三方公证人员全程公证,但消费者未提供样品以举证调查,并自行确认撤销投诉。针对黄色污渍,高洁丝表示,根据视频画面,初步判断该“污染物”不可能在生产过程中造成。

时代周报记者以“卫生巾”为关键词,在黑猫投诉平台共查询到1236条投诉,各种质量问题层出不穷。

从建材销售到生理用品?

国盛证券研报预测,2030年卫生巾(不含湿巾)市场规模将达693.52亿元。2021年,苏菲占中国卫生巾市场份额约20%,排名第二。

苏菲是尤妮佳旗下品牌。据尤妮佳官网,尤妮佳前身为大成化工,主营建材销售,由高原庆一郎于1961年2月在日本爱媛县川之江市(现四国中央市)建立,1974年更名为“Unicharm(尤妮佳)株式会社”。

1963年的日本,生理用品都被摆放在药店最不起眼的地方。高原庆一郎发现,在美国大型超市,生理用品

都是堂堂正正地摆上货架,他决心要在日本生产生理用品。回国后,高原庆一郎从建材行业转型,开始生产女性生理用品。

1995年12月,尤妮佳进入中国大陆市场。尤妮佳在国内关联主体为尤妮佳生活用品(中国)有限公司。国家企业信用信息公示系统显示,该公司2001年11月成立,由尤妮佳(中国)投资有限公司和伊藤忠商事株式会社共同持股。尤妮佳(中国)投资有限公司由尤妮佳株式会社100%持股。天眼查信息显示,尤妮佳生活用品(中国)有限公司曾多次在特种设备检查中被要求整改。

从女性生理用品“苏菲”开始,尤妮佳陆续推出尤妮佳舒蔻化妆棉、妈咪宝贝和moony婴儿纸尿裤、佳乐滋宠物食品、乐互宜成人纸尿裤等一系列产品。

国盛证券研报显示,尤妮佳在日本多个细分市场的占有率均为第一,是全球第二大卫生用品品牌商,仅次于宝洁。2021年,尤妮佳的销售额高达7827亿日元(约合人民币422.7亿元),来自中国的营收为60.3亿元人民币,营收占比为14.3%。

5月9日,尤妮佳发布2022年一季度业绩报告。报告期内,尤妮佳销售额约2043.7亿日元(约合人民币105.3亿元),同比增长12.3%;归母净利润约168亿日元(约合人民币8.7亿元),同比增长16.3%。**■**

断料导致“猪吃猪” 正邦科技深陷资金危机

时代周报记者 杜苏敏
实习记者 唐卓雅 发自广州

“昨晚又饿死了4头猪，管理人员来拍照片了！”7月26日，正邦科技(002157.SZ)广西桂林的生猪代养户陈勇告诉时代周报记者。

7月25日一大早，陈勇刚清理掉5头饿死的猪。等他发现时，饿得不行的猪只正在疯狂啃咬死猪。

7月23日，“断料致猪吃猪”事件曝光，正邦科技被推上舆论风口。7月25日，正邦科技市值一日蒸发13亿元。同日，正邦科技声明：受6月猪价低迷及疫情因素影响，公司资金相对紧张，因物流配送与饲料厂的协调问题导致少部分地区出现了偶发性断料现象，该小范围的断料情况目前已通过资源协调得到解决。

不同于大规模工业化自繁自养，正邦科技通常采用与代养户紧密合作的代养模式：由正邦科技提供猪苗、饲料、药物、疫苗等物料，代养户缴纳押金获得猪苗，提供养殖场地、设施与劳动力饲养生猪。生猪出栏售出后，双方按约定结款和退还押金。

多名正邦代养户质疑正邦科技声明的真实性。5月起，代养户频繁遭遇断料，问题尚未得到解决。不少代养户还反映，他们长期面临结款拖欠、押金难退、不提供猪苗等问题。

陈勇告诉时代周报记者，猪场断料三天后，终于在7月26日收到9吨饲料，“明明是两天的量，当地服务部主任却要求控料，喂一个星期”。

时代周报记者联系正邦科技证券部，相关工作人员表示，断料相关问题以官方公告为准。

对拖欠代养户结款等问题，该工作人员表示，近两年生猪行情低迷，公司为此实行更精细化的管理模式，对代养户养殖绩效和出栏生猪审核较以往更加严格，所以出现代养户结款拖欠、押金难退等情况。他强调：“只要代养猪符合合同约定标准且已正常销售，公司一定会把结算款和押金给代养户。”

饲料供应不稳，猪只频繁饿死

再过两天，陈勇代养的这批猪就满百天了，但它们的体型小得可怜。

“1600多头猪，平均下来每头不到60斤，有些一只手就能拎得起来。”陈勇称，“正常喂养的话，一头猪少说也得有100斤。”

陈勇介绍，代养初期，每周送料一次，每次20吨，“猪长大了，变成三天一次。”5月21日，猪场第一次断料，一断就是9天。至此，正邦不再按时按量送料。每次断料时间5～7天不等，送料数量也降至3～10吨。

算上刚死的4头猪，陈勇代养的猪已经饿死了182头。猪场有100多头猪的尾巴被其他猪生生啃没了，“你啃我的，我啃你的。开始我还买来碘酒给猪擦，现在都不想理了，理了也没用。一断料，又开始了”。

陈勇说，猪满百天后，就会进入生长黄金期。如今，饲料供应不稳，猪只频繁饿死，养猪场的工人也开始离开。“正邦禁止代养户投喂外购饲料，一旦猪食用后出现问题，代养户要承担法律责任。且即便代养户愿意，事后正邦也不会承认垫款。”

广西贺州的代养户徐广也备受断料问题影响，徐广告诉时代周报记者，饲料若正常供应，再过几天，代养的1500多头猪就可以出栏。“再不给饲料，我打算卖猪了。”他称。

陈勇、徐广的遭遇并非个例。时代周报记者所在的正邦代养户群中，超30名代养户反映受断料等问题困扰。这些代养户来自广西各地市，代养的猪从1000多头到8000多头不等。

据多家媒体报道，江西赣州、瑞金，四川江油，湖南湘潭等地的代养户也面临断料。柳州代养户谭秀勤代养的3000多头猪，3个月时间饿死了500多头。她告诉时代周报记者，“正邦声明说只是小范围断料，实际已经是全国范围了”。

就断料问题，正邦科技旗下贺州正邦养殖有限公司的服务部主任李高敏予以否认，“我们这边饲料很充足，从今年开始基本上没有出现过(断料情况)。”至于“猪吃猪”，李高敏告

诉时代周报记者：“猪虽然不是肉食动物，但有的猪野性很大，如果猪栏里有死猪没有及时发现清理，也会被其他猪咬。”

代养户对李高敏的解释并不认可。多名代养户称，“猪吃猪”的现象极少发生，只有在极其饥饿的情况下才会出现。

猪越卖越亏，一季度每公斤亏5.33元

目前，国内生猪养殖企业的经营模式可大致分为三种，分别为传统的公司与农户松散合作的养殖模式、公司与农户紧密合作的养殖模式、大规模工业化的自繁自养模式。

正邦科技与代养户之间属第二种，正邦科技提供猪苗、饲料、药物、疫苗等物料，代养户缴纳押金获得猪苗，并提供养殖场地、设施与劳动力饲养生猪，待生猪出栏售出后，双方按约定结款和退还押金。在这一模式下，猪企养猪成本主要包括猪苗、饲料、药物成本及养户饲养费用等。

时代周报记者了解到，今年1—6月，头部养猪企业的生猪养殖完全成本在15.5～20元/公斤不等。同期，国内22省市猪肉均价在12.12～17.37元/公斤范围波动。售价时常无法覆盖成本，猪企越卖越亏。正邦科技披露，今年一季度生猪养殖完全成本为20元/公斤，每卖一头猪亏损5.33元/公斤。

断料风波未平息，还有代养户反映，他们面临拖欠结款、押金等问题。

代养户张永胜告诉记者，正常情况下，生猪交付销售后的7个工作日内，正邦就会结算费用、退还押金。今年变了。4个月前，他把代养的3100头猪交付给正邦，18万元代养费、25万元押金和1.5万元物资配送费至今没着落，“当地服务部说上面没有钱，没有批复。”

代养户与正邦的后续合作难以继。 “现在不发猪苗就叫我们等。”张永胜回忆，合作之初，正邦员工承诺，上一批代养的生猪结完账，马上就安排下一批猪苗。如今，6000多平方米的猪场已空置4个月，下一批猪苗

还不见踪影。

数据显示，2020年正邦科技“公司+农户”签订协议的7951户养殖户中，有存栏 6409户，但到了2021年年中，协议养户降至5743户，有存栏养户为4607户。曾有正邦科技分公司员工接受媒体采访时表示，公司从去年已经开始取消代养模式，很多地区已取消代养或正缩小代养规模。正邦科技2021年接受投资者调研时表示，“公司+农户”和自繁自养比例，将从2020年6:4调整至2021年年底 4:6左右。

前述正邦科技证券部工作人员表示，“公司关于养殖板块的规划，确实有说要提高自繁自养比例，但是‘公司+农户’这块并没有要完全放弃掉。具体数据需等半年报出来，再向外界公布。”

巨亏191亿，宣布跨界新能源？

张永胜透露，因出现一段时间断料，交付时，猪的平均出栏体重不到100公斤。

时代周报记者注意到，2021年9月至2022年3月，正邦科技的商品猪销售均重一直处于下降趋势，最高不到110公斤。今年4—6月，更是连续三个月低于90公斤，远低于去年同期及同行水平。

上海钢联分析师王凌云在接受时代周报记者采访时表示，正常情况下，生猪出栏体重多维持在110～120公斤之间。全国生猪出栏均重自今年4月止跌回升，头均出栏体重由120.7公斤上升至6月末的124.8公斤，区内涨幅3.4%。

王凌云分析，当生猪行业面临大面积亏损，猪价持续下滑情况下，受资金、成本压力及疫情不确定性影响，养殖端增重情绪日益瓦解，就会选择降重出猪，减少成本损失，降低自身风险。

中国农业科学院北京畜牧兽医研究所研究员朱增勇告诉时代周报记者，一般情况下，企业出栏活重在120公斤上下，规模户或者小型养殖户出栏重量在130公斤以上。如发生较大影响生物安全或资金流动性问题

时，可能导致出栏重量下降。

“除了商品猪销售均重有所下降，我们的仔猪数量和比例也有所提高，以在短期内提高资金回流效率。”正邦科技证券部工作人员向时代周报记者解释，今年6月底，猪肉价格才达到公司的养猪成本线，过去的一年半，猪价都偏低。公司资金方面相对紧张，进而调整出栏结构，以提高资金回流效率，保证资金安全。

2021年正邦科技巨亏191.15亿元，在头部猪企中亏损额居于首位。另据业绩预告，该公司上半年预计亏损38亿～46亿元，比上年同期亏损扩大165.72%～221.66%。2022年一季度报显示，报告期内，正邦科技期末现金及现金等价物余额仅剩7.06亿元，货币资金仅剩30亿元，资产负债率增长至97.03%。

正邦科技的资金危机早已显现。今年3月，正邦科技不得不出售资产，拟作价20亿～25亿元将8家饲料公司出售给大北农(002385.SZ)。6月8日，正邦科技公告称，公司及子公司江西正邦养殖有限公司等逾期主体达11家，逾期金额约5.42亿元。

资金紧缺问题尚未解决，正邦科技又宣布跨界新能源。

6月17日，正邦科技称与国家电投签订合作协议书，力争在三年内建设生态光伏、风电、分布式及集中式综合智慧能源约1000万千瓦，预计投资总额达到400亿元左右。

对其资金状况和能否跨界成功，外界存在诸多疑问。在7月25日的声明中，正邦科技强调，随着国内生猪市场价格回暖，公司将持续通过出售变现能力强的存货，迅速补充经营所需资金，目前公司经营性现金流已为正，生产经营正常。

正邦科技称，为进一步扩大饲养规模，后续将通过控股股东减持、出售闲置资产、多方式引入专项资金支持，包括优质机构或政府平台等给予担保增信，申请成立专项基金用于债务置换，受让子公司部分股权与合作方共建产业生态等融资举措，增厚资金储备，支持公司业务持续发展。■

新东方招聘海外主播？ 公司：没有相关计划

时代周报记者 邓宇晨 发自上海

东方甄选成为直播带货黑马，如今正计划进军海外市场？

市场消息称，新东方(EDU.NYSE；09901.HK)正在招聘TikTok主播。网传截图显示，该职位由新东方HR招聘，工作地为辽宁沈阳，工资为每月7000～1.2万元，职位要求是：要有一定的口语基础，有较好的控场能力和敏捷的应变能力。同时，该职位面向欧美市场，因此要求工作时间为北京时间晚8点到早8点，每天直播约6小时。

这则招聘消息，被广泛解读为——新东方要谋求海外直播市场，在海外带货。

7月27日下午，新东方相关负责人回复时代周报记者称，新东方没有出海直播的计划，“(截图)应该不是我们的，我们不会做出海直播”。

时代周报记者检索多个招聘平台发现，新东方目前并未招聘TikTok主播职位。但新东方正在为抖音账号“新东方比邻好物”招聘直播主播、英文主播等职位，薪资约为每月1.2万～1.5万元，工作地是北京市海淀区中关村。

新东方在抖音的直播账号众多，粉丝量差异极大。

目前，新东方拥有东方甄选系列直播账号、新东方系列直播账号以及俞敏洪、董宇辉等个人账号。其中，东方甄选粉丝已达2330.5万，俞敏洪、董宇辉的粉丝量分别为1087万和744

万，新东方直播间和东方甄选之图书的粉丝约为300万。正在招聘主播的新东方比邻好物，定位为新东方旗下少儿启蒙好物推荐平台，粉丝数仅为16.8万。

与出海直播相比，摆在新东方面前更重要的难题，或许是如何再造下一个东方甄选。

两家上市公司分工再细化

东方甄选异军突起，新东方转型一枝独秀。

新东方集团控股子公司新东方在线(01797.HK)，是新东方试水直播带货和教育硬件的主体。

东方甄选一夜爆红，让俞敏洪也倍感意外。“做东方甄选很难说是一个战略。”俞敏洪6月16日在个人公号发文称，“最多就是在摸索一条出路。”

俞敏洪7月13日发文称，目前也对新东方和新东方在线的定位进行在升级更新。

“原来两家上市公司都是做教育的，一个做线下，一个做线上。随着新政策的实施，在进行战略调整后，两家公司有了更清晰的分工。”俞敏洪在文中表示。

新东方继续以教育为主。在政策许可的范围内，开展青少年的素质素养教育、面向成年人的出国留学教育、面向大学生的学习及考试业务。

同时，成立教育产品研发部门，专门研发面对各类学习人群的学习内容和学习产品，包括但不局限于图书、软件、硬件和整体的智慧教育系统的研发。

据俞敏洪透露，新东方还在建一个教育传播平台——新东方直播间。

俞敏洪表示，希望用一年的时间，把它打造成在教育领域中带来快乐的知识传播的平台。

而新东方在线则依托互联网平台和原有的在线运营经营基础，做东方甄选直播带货的尝试，形成供产销一体的产业链，“目前先组建以农产品为核心的供产销系统，后续会加快农产品之外的生活用品以及教育相关产品的供产销建设，最终建成一个面向家庭的‘生活好、学习好’的综合平台”。

最近，东方甄选的直播画风在改变。7月17日，东方甄选开启首场户外直播，直播间人数最高超20万人，一万单桃子开售10分钟即告售罄。

7月26日，东方甄选走向东北，在黑龙江牡丹江宁安市直播，带货大米、蘑菇和木耳等。

东方甄选透露，计划长期推出外景直播专场活动，已与多个地方政府沟通策划，为地方企业打开全国销售渠道，助力各省市推广文化旅游产业，相关举措或将带动更多地方产业加速发展。

复制一个东方甄选有多难？

复制一个东方甄选并不容易。

学大教育(000526.SZ) CEO金鑫在接受媒体采访时表示，新东方直播带货“不太能复制”，“它是天时地利人和等各种因素的叠加，不是每个企业都具备这样的要素，各企业的DNA也不尽相同”。

另一家教培上市公司豆神教育(300010.SZ)则因突然用“豆神甄选”账号进行直播带货受到关注。

6月17日，深交所发关注函，要求豆神教育核实是否参与直播业务，并说明直播业务开展情况。豆神教育回复称，自开展直播业务后，业务发展迅速。截至回函日，公司抖音粉丝总数达1269.9万，快手平台粉丝达348.6万。2022年，直播业务销售额达1.49亿元。

相比新东方的多元选品策略，豆神教育直播间带货的主要产品包括豆神教育出品的线上美育课程、智能伴学软件和“云课堂”产品。

豆神教育也表示，公司直播电商销售业务高度依赖主播的个人能力，若公司主播团队流失，可能对该项业务发展造成重大影响。公司直播电商销售业务所销售的教育产品有被提高监管要求以及被要求停止售卖的可能性，从而可能导致该项业务发展受到较大影响。

而作为顶流大号的“东方甄选”，则开始了裂变之路。主号之外，东方甄选已建立起了图书、美妆个护、自营三个垂直品类的矩阵直播号。

专注美妆品类的东方甄选美丽生活，目前的粉丝数为65.2万，与头部美妆达人仍有较大差距。7月26日，一家直播MCN机构的工作人员向时代周报记者介绍，美妆品类有特殊性，品牌和产品认知门槛高，消费者要花更长时间建立信赖关系，“(新东方)想要在这个赛道站稳脚跟，要花更多资源和精力”。■

1.5
万元



1.49
亿元



专访九号公司CEO王野：我们不关注竞争

时代周报记者 黄嘉祥 发自深圳

7月22日，科创板迎来开市三周年。设立科创板意义非凡，它是中国资本市场改革的“试验田”，三年来进行了一系列制度创新。

科创板的上市发行条件更为多元包容，允许符合条件的未盈利企业、红筹企业、特殊股权架构企业上市。这为九号公司（689009.SH）架起了通向资本市场的桥梁。

2020年10月29日，九号公司成功登陆科创板，成为A股“CDR第一股”。作为国内首家CDR（中国存托凭证）公司，九号公司创下了中国资本市场多个“第一”：第一家注册地在境外的红筹申报企业、第一家存在协议控制架构（VIE）的上市企业等。

“如果没有科创板的大胆改革，九号公司很难在A股上市。”九号公司CEO王野在接受时代周报记者专访时回忆，当时，九号公司是VIE架构，之前计划上市目的地是美股和港股。科创板设立并试点注册制改革，九号公司赶上了好时机。

王野坦言，科创企业往往经过多轮融资，创始人及核心团队在上市时已不具备多数股权。科创板允许同股不同权企业上市，让创始团队对企业保持了一定的控制权，对经营和战略方向能有掌控权。这是企业能持续经营发展的核心前提之一。科创板一系列制度改革，对科创企业的发展起到了很大帮助。

九号公司成立于2012年，2013年推出电动平衡车，两年后收购了电动平衡车鼻祖Segway公司。它已成为电动平衡车领军者。

上市后，九号公司业绩快速增长。2020年上市首年，该公司便扭亏为盈。2021年，九号公司实现营收91.46亿元，同比增长52.36%；归属于母公司所有者的净利润4.11亿元，同比增幅高达458.84%。

从“儿童期”进入“少年期”
时代周报：在科创板上市后，公

司发生了哪些变化？

王野：上市之后，公司发生了许多变化，如同从“儿童期”进入“少年期”，公司治理、信息披露等更加规范严格，这也是大部分公司上市后可能都会遇到的一个挑战，也是一个非常好的机遇，这是共通的。

科创板引入第二类限制性股票，大幅放宽激励对象、规模和价格的限制，这是一个非常好的工具。上市以来，九号公司做了两次股权激励，对骨干员工的激励价值更加清晰了，比过去给员工期权的激励方式更具有确定性，可以吸引更多职业经理人和高级技术人才加入公司，有效调动科创人才的积极性和创造性。

时代周报：如何看待股价波动？

王野：自公司上市第一天起，我们就明白，要理性看待市场波动，不用刻意关注股价涨跌，专心做好经营才最重要。我们的核心目标是做好企业长期经营，用持续增长的经营业绩回馈股东，让九号的投资者能够获得长期可持续性的回报。

时代周报：从企业角度来看，对科创板未来的改革发展有何期待与建议？

王野：科创企业不是靠创始团队几个人就能发展起来的，而是需要很多优秀人才共同努力，这些科创人才也需要一定的回报。希望红筹企业境内上市后，核心技术骨干和管理员工的期权行权安排等相关制度能进一步完善。让智力资本投入的骨干员工能够得到相应回报。制度改革会有一个过程，相信科创板会越来越好。

只有创新能让我们活下去

时代周报：公司上市至今，不断推出新的产品，业绩也快速增长，内在原因是什么？

王野：作为科创板企业，如果不去做这些创新，企业可能就没有自己的核心竞争力和生存的空间。九号公司始终是围绕用户价值来开展工作；以奋斗者为本，核心骨干人员，核心管理人员和核心技术人员是公司最宝贵的财富，希望通过股权激励回报优



王野

中国（深圳）综合开发研究院常务副院长，同时担任全国港澳研究会副会长、深圳市马洪经济研究发展基金会理事长。

秀人才，形成良性循环；以创新为驱动，用创造、创新，让公司经营得更好。

“信仰创新”是九号公司的基因，有些企业会信仰渠道，有些企业会信仰品牌，九号公司则信仰创新，不仅技术创新，还有管理创新，我们认为是只有创新能让我们活下去，走得更远。

时代周报：科创板企业都重视研发，你如何看待研发投入跟商业化之间的关系？如何平衡？

王野：对科创企业来说，研发投入是生存的必要条件，这也是九号公司能够生存的一个根本。科创公司想要产生收入并保持业绩增长，根源在于创新。这里面有一个提法叫有效创新，即能够带来商业回报，能够显著提升该领域技术进步和用户价值的创新。这是我们关注研发创新的核心判断标准。

时代周报：九号公司在研发投入方面的规划是怎样的？

王野：我们重点的研发投入主要聚焦两个方面：一是2～3年内的新品类；二是在5～8年后有可能产生核心竞争价值的新一代技术。

不关注竞争，要引领品类发展
时代周报：怎么看待智能短交

通行业的发展空间与趋势？

王野：相信未来10年，整个短交通出行会有很大变化。第一个趋势是从内燃机变成电力驱动；第二个是智能化，机器人不是一个品类，而是一门技术，做机器人技术和智能化技术也一样，可能20～30年后，没有人会说是机器人企业，因为机器人技术所代表的自动化、智能化可能会无所不在，机器人技术将会改变过去短途出行的场景，市场前景非常可观。

时代周报：九号公司怎么去抓住市场机遇，有什么规划？

王野：目前，九号公司旗下的智能电动平衡车、智能电动滑板车位列世界第一。我们希望在电动摩托车、电动自行车这些领域也成为世界第一。我们有一句口号：希望自己能够成为像内燃机时代的本田，全球布局，创新层出不穷，品质可靠稳定。

时代周报：目标都是第一，那如何看待行业竞争？

王野：我们不怎么关注竞争，如果从竞争角度制定公司战略，基本上永远只能是排在第二名。九号公司尽可能去寻找能够被颠覆和重做的品类，然后用不同的做法和独特洞见，进行差异化发展。我们希望在进入的每一个品类里面，都能够有机会去引领这个品类的发展，这虽不是容易实现的事情，但这是我们的目标。

有了目标后，我们会想要去学谁，最后发现我们学谁都不行，而是要去看用户到底需要什么，哪些才是跨时代的技术或产品，能够让用户喜欢，大幅度提升用户的满意度和价值。

时代周报：九号公司为何做产业链投资布局？

王野：上市以来，公司积极进行产业链布局。2021年3月，公司设立海南以莱基金。我们的投资几乎全部是战略性投资，布局产业链上下游，目标是跟主营业务和战略规划去做匹配和支持。

我们的投资有两个原则：一是投资标的能不能帮到公司加强竞争力和创新能力；二是公司能不能帮到投资标的，强化其竞争力和创新能力。■

水井坊经营现金流锐减99% 能否再进白酒头部阵营？

时代周报记者 黄嘉祥 发自深圳

今年A股首份白酒上市公司半年报出炉。7月26日晚间，水井坊（600779.SH）披露半年报，今年上半年实现营收20.74亿元，同比增长12.89%；归母净利润3.7亿元，同比下滑2%。

分季度来看，水井坊2022年一季度净利润3.63亿元。以此推算，水井坊二季度实现净利润约700万元，而公司2020年和2021年二季度均出现亏损。

外资酒业巨头帝亚吉欧在2010年入主水井坊。十余年间，水井坊几度换帅。目前，水井坊90%以上营收来自高档白酒。财报显示，水井坊上半年高档酒（水井坊品牌系列）营收19.84亿元，同比增长11.41%，毛利率为85.23%；中档酒（天号陈、系列酒）营收为6116.98万元，同比增长13.94%。

今年以来，水井坊持续推进高端化。继新典藏在2021年上市之后，其核心产品井台于今年4月全新升级上市，52°新一代井台建议零售价808元、38°建议零售价768元，均上涨70元，瞄准500～800元这一市场扩容最为明显的价格带。

水井坊在半年报中表示，新一代井台推出，公司在各区域陆续召开上市发布会，门店生动化、各类品鉴会及消费者培育等活动也迅速展开，目

前新井台的铺货数正稳步提升。

在品牌高端化方面，水井坊称，报告期内公司以品质升级为基础，辅之以有效的圈层营销，继而带动品牌高端化。

在圈层营销方面，启动了与中国冰雪大会、WTT世界乒联、国家宝藏等大IP的深度合作，开展覆盖多重高端圈层的营销活动。另外，水井坊美学馆在全国重点市场开始开业。

推进产品升级及品牌高端化，水井坊的研发费用和销售费用出现不同程度上涨。财报显示，2022年上半年，水井坊研发费用为1696.4万元，同比增长750.08%，主要系产品升级创新以及研发投入增加所致；销售费用为6.96亿元，同比增长19.27%，其中广告费及促销费同比增约13%至5.27亿元。

同时，水井坊上半年的经营活动产生的现金流量净额为144.64万元，较去年同期的2.78亿元同比下滑99.48%，主要系支付的市场广告费等其他经营活动现金流出的增长所致。

5月30日举办的水井坊业绩说明会上，水井坊副董事长、总经理朱镇豪称，品牌力的建立需要公司营销长期、持续的投入，公司会按疫情发展调整未来营销投入的节奏。

水井坊在半年报中表示，报告期内，我国经济持续面对需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力，同时受国内疫情反弹等超预期因素冲击，白

酒消费场景萎缩。白酒行业在经历多年的高速发展后，产业发展积累的矛盾也在进一步显现。

“在下半年，行业预计将持续面对疫情与经济放缓所造成的挑战，渠道动销困难，社会库存增加，现金流紧张。但公司对行业中长期发展依然审慎乐观，消费升级将持续影响行业中长期发展，消费者更为重视品牌、品质和服务，把握住以上趋势的传统白酒企业将在未来行业竞争中占据先机。”水井坊称。

水井坊坦言，疫情反复带来的不确定性风险。在高度依赖聚集型消费的白酒行业，疫情的反复将导致消费场景受限，零售业态将受到负面冲击，而市场对企业供应链、客户服务及资源投放的应变能力和效率要求也会进一步提高。

“针对上述风险，公司将通过拓宽销售渠道、加快数字化变革、提高线上销售水平等方式缓解疫情带来的不良影响；同时，强化团队的执行力，有效快速应对疫情变化。”水井坊表示，龙头企业大力推进高端、次高端产品拓展，市场竞争加剧。公司将通过差异化营销模式，深耕目标消费群体；同时，通过差异化品牌沟通，向消费者提供更高价值感的产品体验；另外，与经销商紧密合作，以高端白酒销售公司为载体持续深耕高端白酒市场，着力提升品牌竞争力。

白酒分析师蔡学飞对时代周报

记者称，水井坊半年报真实反映了目前白酒行业周期性调整的客观现实，水井坊正在进行产品结构高端化及全国化，虽然营收获得了增长，但由于前置性投入过大，市场培育难度增加，以及产品价格提升后带来的动销周期变长，影响了企业的净利润增长。不过，水井坊作为中国名酒代表，其长期市场表现依然是向好的，在未来高端与次高端市场扩容的市场环境中，依然有着不小的竞争优势。

白酒专家肖竹青分析，水井坊已错过了成为白酒头部阵营的时间窗口。茅台、五粮液、洋河、泸州老窖已在头部阵营，未来中高端白酒市场格局有固化之势，后来者追赶成本巨大，各大全国一线品牌渠道下沉和各省级龙头企业依托地方政府支持而固守本土根据地市场，这些将导致白酒市场竞争将更白热化恶性化，如今打造或提升超高端白酒品牌的难度越来越高。

7月26日，水井坊收涨1.63%，报收79.2元，今年以来已累计跌逾33%。
从水井坊前十大股东变动来看，香港中央结算有限公司仍为第三大股东，但在上半年减持1129.63万股，减持比例超30%；明星基金经理侯昊管理的招商中证白酒指数减持34806股，仍为第四大股东。此外，亦新增招商银行股份有限公司—泓德瑞兴三年持有期混合型证券投资基金等进入水井坊前十大股东。■

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



20 | 每日优鲜危局

手机价格战波及安卓产业链

时代周报记者 郑羽彤 发自广州

手机市场持续冷淡，产业链上下游企业被迫找寻新出路。

近日，苹果罕见在新产品发布之前进行大规模降价，苹果iPhone 13全系降价600元。在此之前，OPPO、小米等安卓手机厂商也已开启降价促销。

终端市场压力顺着产业链向上传导，诸多国内安卓手机供应商受到较大影响。

据最新出货数据，6月，舜宇光学科技(02382.HK)手机镜头和手机摄像模组出货量分别同比下降15.7%、21.4%；丘钛科技(01478.HK)手机摄像头模组、指纹识别模组出货量分别同比下降22.3%、38.4%。

7月28日，多名面板、芯片厂商负责人向时代周报记者表达了对手机市场未来的保守估计，并强调拓展车载、医疗等多元产品的重要性。

为应对手机市场走弱影响，不少安卓手机产业链企业，近期不约而同调整思路，往新能源汽车等新兴行业靠拢。

“与此前苹果产业链厂商入局新能源汽车行业相比，这批安卓手机供应链厂商进入新能源汽车行业的落地性更强，且新能源汽车行业有政策支持，汽车厂商和互联网厂商共同推进行业发展，目前进入时机较好。”7月28日，IDC中国研究副总裁王吉平告诉时代周报记者。

压力向产业链上游传导

国内手机市场本已接近饱和，近期用户换机消费意愿下降，市场愈加艰难。

据中国通信院的数据，今年上半年，国内手机出货量同比下降了21.7%，6月，国产品牌手机出货量同比下降0.5%。

王吉平指出，从今年二季度形势看，国内安卓手机中高端市场容量同比大幅下滑。整体来看，厂商更多向低端市场要销量，中间价位段的市场缩窄。

一名主要面向非洲市场的国内手机分销商会深切。

他告诉时代周报记者，疫情对不少国际市场的冲击导致当地市场消费意愿下降。以往非洲消费者就偏爱功能机和低端智能机，如今更不愿意购买中端产品，自己只能调整进货结构，减少中高端机型。

下游变化逐渐向上游传导，一条长且复杂的安卓手机产业链随之开始震动。

目前，国内安卓产业链已覆盖面板、芯片、摄像头、外壳、指纹识别等多个环节。不少上市供应商业绩受到影响。

芯片厂商中，汇顶科技(603160.SH)预计今年上半年净利润将同比减少96.2%～94.29%。

该公司在公告中称利润下滑是因智能手机市场及客户需求下降较大等。

以供应图像传感器解决方案见长的芯片设计商韦尔股份，今年一季度净利润同比下降13.9%，其在公告中称是受手机市场出货量下滑和疫情影响。

受手机市场波及，国内面板企业也出现滞销迹象。

据万得数据，京东方A(000725.SZ)、TCL科技(000100.SZ)、深天马A(000050.SZ)的存货周转天数分别从去年一季度的48.4天、31.4天、39.2天，上升至今年一季度的66天、37.6天和43.9天，存货规模同比上升40%～80%。

TCL科技证券部相关负责人向时代周报记者表示，手机、黑电等消费电子今年需求都很差，6月开始，面板厂商一致性减产，让行业积累库存先行消化，以达新的供需平衡。

部分产业链企业偏高端的产品尤其难销。

6月，丘钛科技3200万像素及以上摄像头模组、屏下指纹识别模组销量分别同比下滑了35.4%、48.7%，下滑幅度高于3200万像素以下摄像头模组的15.5%、电容式指纹识别模组的25.3%。

对手机市场信心不足

手机市场持续低迷，手机厂商除了高端化，似乎暂时也没有其他突围方式。

7月28日，IDC中国高级分析师郭天翔告诉时代周报记者，安卓手机品牌商仍坚持高端化方向，比拼长期研发投入，并与供应链厂商在技术预研阶段开始深度合作，推定制化产品，以期提供差异化体验、带动销售，但这需要长时间积累。

在此背景下，不少供应商对未来市场也缺乏足够信心。

7月28日，时代周报记者针对手机市场低迷情况致电韦尔股份证券部，相关负责人称，全行业订单减少并非产品技术是否先进的问题，也非公司生产问题。未来手机业务业绩表现如何，主要不是看高端化等产品升级进程，而依然是看终端需求。

TCL科技证券部相关负责人称，公司明确手机面板的发展趋势，未来



据中国通信院的数据，今年上半年，国内手机出货量同比下降了21.7%

会提高OLED屏渗透率，往高端化方向走。但业内绝大多数做OLED手机屏的厂商尚未盈利，公司旗下能做手机屏幕的t3、t4产线还是会根据下游需求确定生产手机或中尺寸的其他产品。

深天马A证券部相关负责人坦言，手机功能性已满足消费者现有需求，近两年手机没有拿出有效的新方案以拉动新需求，若未来还是没有突破，销量肯定不会爆发式增长。公司对手机业务未来的判断就是尽量维持经营稳定。

面对市场下行压力，根据市场需求调整产品结构成为不少供应链企业的选择。

7月28日，集邦咨询分析师范博毓告诉时代周报记者，供应手机面板的几家主要厂商或有几个调整方向，一是更重视车用面板等中尺寸应用，寻找非手机产品的发展空间；二是往Mini LED或Micro LED背板这类应用发展；三是降低规格、争取低阶手机订单。国产柔性AMOLED面板还会与韩厂竞争，争夺中高端市场和主流规格话语权。

其中，将产能往潜力更大的新兴行业转移，是包括面板厂商在内，诸多安卓手机供应链企业的共同选择。新能源汽车市场成为供应商们的新“靠山”。

向新能源汽车要增量

手机供应商转向新能源汽车等其他行业，这在苹果供应链早已有所显现。

过去数年，东山精密、长盈精密、蓝思科技、领益智造、富士康等10多家苹果产业链企业为避免依赖单一客户，纷纷拓展客源，尤其偏爱进入

新能源汽车行业。

近期手机市场持续走弱背景下，国内安卓手机供应商也加快切入新能源汽车供应链。

据时代周报记者梳理，多家安卓手机产业链企业均在近期加大新能源汽车相关产品布局，释放出调整产品结构信号。

汇顶科技高管此前在与投资者的交流中曾表示，公司营收仍然依赖少数产品和手机市场，但产品结构已往均衡方向变化，应用市场从手机逐渐拓展到PC、可穿戴、IoT、汽车等新市场。

“未来十年，汽车是一个新增长点，汽车就像一个‘大号手机’。”该高管形容称。

韦尔股份更着力推动汽车CMOS图像传感器等业务发展。

韦尔股份近日回复投资者称，其大量导入国内传统汽车品牌及造车新势力的方案，预期带来新收入及利润增长点。

上述韦尔股份证券部负责人向时代周报记者表示，目前公司已与国内大部分汽车厂商合作。

类似的转向，也发生在摄像头模组、面板等零部件供应商身上。

6月，丘钛科技(01478.HK)车载、物联网智能终端及其他领域摄像头模组总出货量同比增长142%，相比今年2月的出货量增长两倍以上。

7月，手机摄像头模组厂商闻泰科技(600745.SH)宣布，为国内新能源汽车头部厂商供应的产品开发进展顺利，汽车座舱产品进入量产并开始出货。

以小尺寸手机面板见长的维信诺(002387.SZ)、深天马(000050.SZ)，均在推动车载产品量产。

近日，一名Mini LED厂商负责人告诉时代周报记者，基于看好新能源汽车行业前景，其新建产线不考虑传统消费电子产品，而是准备生产车载显示屏，待与客户洽谈并验证完毕便可量产。

“以往一辆汽车所需的芯片在个位数，如今新能源车对芯片需求量更大，一辆车或需要十几个芯片，因此可拉动我们产品销量增加。”上述韦尔股份证券部负责人解释车载业务前景称。

值得注意的是，跨入新能源汽车行业非一朝之功。

多家供应商相关负责人也告诉时代周报记者，由于建设产线、车载产品前期需近一年时间验证等诸多原因，短期汽车相关的业务布局还难以反映至营收数据，产品结构调整还需要更多时间。■

35.4%



苹果下架涉黄APP 大尺度照为何能过审？

时代周报记者 **齐鑫 李馨婷**
发自上海 广州

苹果上热搜早已不是新鲜事，但没想到这次却是因为涉黄APP。

近日有用户发现，苹果应用商店中，不少套着马甲的APP，外表看上去人畜无害，打开后却发现打色情擦边球。

一款APP被伪装成答题小游戏，进入APP后，从名字到UI设计都和B站高度相似，但APP中充满各种黄色视频、美女约会信息等内容。

类似的应用在苹果App Store中还有不少，令不少网友感到震惊，随即引发舆论对苹果应用商店审核机制的讨论。

“应用商店作为经营者，应当要求开发者提供真实身份。同时，应用商店经营者应当审核开发者提交的身份信息是否真实，应对开发者提交的身份信息真实性负责，并承担必要的审核义务。”7月27日，上海正策律师事务所合伙人律师、合规中心主任李翔告诉时代周报记者。

李翔认为，上述情况中，苹果涉嫌违反《中华人民共和国网络安全法》《移动互联网应用程序信息服务管理规定》以及《中华人民共和国电信条例》。依据《网络安全法》第68条的规定，苹果或将面临处罚。

截至发稿，时代周报记者在App Store搜索发现，上述舆论讨论的几款涉黄APP均已下架。

打色情擦边球

上述苹果App Store中的涉黄APP不只模仿B站，还模仿抖音。

一款APP在页面交互上与抖音非常相似，其中的内容多为不良信息，用户只需滑动即可查看，但需要充值。

目前在App Store已无法搜索到该应用。

7月26日晚，时代周报记者在App Store搜索并下载了一款APP。下载安装后，该应用显示的图标未变，名字却变了。

想进入应用页面，用户需完成填写年龄、性别、身高，上传照片等多个步骤。页面中展示的照片均被模糊处理，点击后才可清晰显示。

时代周报记者随机点击了数张照片，发现照片中的女性大多穿着暴露。

点击照片后，用户可进入详情页，了解照片人物的名字、年龄等信息，还可为对方赠送虚拟礼物，与其聊天、视频等，但大部分功能需要充值后才能使用。该产品VIP的价格分为两种，分别为28元/周和348元/3个月，点击相关付费按键可下载付费版产品。

此外，拥有足够的虚拟水晶道具也可与对方进行视频通话，而虚拟水晶道具可以通过充值购买，100个虚拟水晶道具需充值18元。

据媒体报道，这些涉黄APP不仅伪装成短视频、社交类APP，甚至还有部分伪装成幼儿类APP。

宝妈汤女士偶尔会给孩子使用自己的苹果手机，听闻这一消息，她感到非常愤怒。

“如果苹果不加以改正，正确引导，我不会让孩子再接触苹果手机了。”7月27日，汤女士向时代周报记者表示。

同日，时代周报记者以用户身份联系苹果客服，一名工作人员表示，自己也是第一次遇到此类情况，已记录

下问题并会向苹果技术工程部反馈，若调查后确有相关情况，技术部门会提出相关解决方案，可能会在下一次的新版本更新中体现。

截至发稿，时代周报记者发现，在App Store已经搜索不到相关的涉黄APP。

审核机制存漏洞？

充满不良信息的APP竟能出现在App Store供用户下载，App Store的发布流程与审核机制是否存在问题？

苹果官网显示，App Store上发行APP的一般流程主要为五步：选择构建版本、设定价格与销售范围、提交APP以供审核、申请促销代码、查看APP状态并解决审核问题。

针对审核问题，苹果官网显示的《App Store 审核指南》中明确指出“APP不应包含具有攻击性、不顾及他人感受、令人不安、惹人厌恶、低俗不堪或只是让人感到毛骨悚然的内容”。

苹果所列举的“令人反感”的内容中，就含有：公然宣传黄色或色情内容的材料，包括其中含有色情内容或是为卖淫活动提供便利的一夜情约会APP。

苹果有着明确审核规定，上述涉黄APP为何还能进入应用商店？

有媒体援引一名从业者解释称，一款APP正式登陆苹果应用商店前，需通过苹果的官方审核。但很多不良应用开发者，在提交审核的初版APP中，并不会加入违规内容，而是等到应用上架后，再对APP进行更新迭代。

7月27日，深度科技研究院院长张孝荣告诉时代周报记者，他认为苹果可能会首先要求开发人员按照一定要求提交软件，这些软件需开发者自

行审查是否合规，并作出承诺。提交后苹果内部会通过机器进行技术排查，技术关注不到的部分需要人工排查，但人工审查效率较低。

“这可能是苹果审核机制的一个漏洞吧。”7月26日，某互联网大厂技术人员张磊（化名）告诉时代周报记者，苹果可能是通过“机器审核+人工抽检”的方式对APP进行审核。

“全靠人工，肯定效率不够的。”张磊认为，再完善的机制总会有漏洞，只能不断修补和完善。

事实上，这并非苹果应用商店第一次被曝出此类事件。据媒体报道，2011年9月，苹果应用商店因应用下载排行榜出现涉嫌色情的应用程序而被曝光；2013年4月，全国“扫黄打非”工作小组办公室发布消息称，依法查处苹果应用商店等198家登载淫秽色情信息的网站。

讽刺的是，苹果创始人乔布斯曾表示：“我们认为苹果在道德上有责任让iPhone远离色情，那些想要色情内容的人应该去买安卓手机。”

在APP方面，安卓手机比苹果做得更好吗？该问题在网络上也引起了网友们的讨论。

张孝荣告诉时代周报记者，从APP审核方面看，众多手机厂商中，苹果的审核流程和审核要求较为严格，安卓手机同样也会存在类似问题。

“针对此类问题，监管机构应当对应用商店等类似平台进行准入制的审核管理，加强技术手段建设，并且在大数据追踪的基础上，加强监管部门之间的协同配合，对于具体销售的APP进行周期性的核查，避免部分APP出现‘表里不一’的违法情况。”李翔表示。■

易趣网落寞关停 照搬eBay模式水土不服

时代周报记者 **李静** 发自上海

“起了个大早，却赶了个晚集，不是因为对手太强，而是栽在自己的一系列错误操作之上。”7月25日，作为易趣网最早的一批用户，大老客(网名)告诉时代周报记者，易趣网的关停还是令人有些惋惜和感伤。

近日，上海盈实信息技术有限公司发布公告称，由于公司调整运营策略，决定停止易趣网络平台运营，关闭易趣网站。

公告称，到2022年8月12日24：00，易趣网将关闭网站所有商品、商铺的交易功能，关闭易趣网用户注册、登录、充值功能，关闭网站服务器。

作为时代的记忆，易趣网曾经辉煌过。据公开资料显示，易趣网成立于1999年，至今已有23年，是中国第一家C2C网站。根据iResearch的数据，2003年易趣网的市场占率为72.4%，而淘宝仅为7.8%。

不过，随着几次易手和战略失败，易趣网在中国的市场份额大幅下滑，逐步淡出了电商江湖。

“易趣网早期主要是把在美国创立时的模式照搬到中国，结果遭遇了水土不服。”7月25日，上海财经大学电子商务研究所执行所长崔丽丽对时代周报记者表示，不管是面对市场外部环境还是社会文化背景，企业都要作出相应的调整 and 变化来适应，没有哪一种模式是可以一以贯之的。

曾经一家独大

1999年，毕业于哈佛商学院的邵亦波和谭海音回国，创立了易趣网。

“2000年的时候，我还在上大学二年级，在门户网站看到了易趣网的广告，广告语至今历历在目——‘交易的乐趣，尽在易趣’。于是酷爱上网的我立即注册了一个易趣网账号。”回忆起接触易趣网的经历，大老客仍印象深刻。

彼时就有消息称，易趣网成立两个月注册用户就增加到4万人，成立三个月的时候获得美国三家风投公司的650万美元的投资。

“那时候易趣网在网民中很火。”大老客表示，2000年前后，淘宝网还没有出世，易趣一家独大，是中国最早做大的电商平台。

他介绍称，2000年的时候在易趣网上从注册到发布商品都是免费的，交易方式是拍卖手里的二手产品，相当于大型跳蚤市场。

大老客表示：“卖家可以将自己的二手商品如随身听、CD机等挂在易趣网，以1元或几十元的起价进行拍卖，感兴趣的买家就可以参与竞拍，有些热门商品可以经历几十次甚至上百次的竞拍，在交易截止时刻，出价最高的买家可以获得购买资格。”

“在卖了一些诸如随身听、QQ号和电脑硬盘之类的商品后，我就开始卖自己手头上的二手杂志，在易趣网上以5折或者2折的价格卖掉，就这样我在不到一年的时间内居然成为了易趣网西南地区交易量最大的卖家。”大老客说道。

不过，大老客“高光”的日子，随着易趣网商业模式的改变，也不复存在了。

失败的商业模式

从2001年起，易趣网照搬美国电子商务巨头eBay的商业模式，收取上架费和佣金。据东兴证券研报，当时在易趣上架一个商品收取1～8元的费用，交易成功还要收入2%的手续费。

“收手续费大大降低了卖家的热情，因为卖家本来就是卖自己的二手货，很不适应在交易平台付费。”大老客直言，虽然新货卖家更容易接受交易付费这个模式，可是当时市场并没有建立起来，付费与交货困难重重，新货卖家早期在电商网站的存在感不强。

在效仿过程中，2002年3月，易趣网获得eBay公司3000万美元的投资。2003年6月，eBay又斥巨资全资控股易趣网。彼时淘宝网刚刚成立，易趣网还占据着市场绝大部分份额。

但当淘宝网异军突起时，易趣网开始走下坡路了。

“伴随着易趣网被eBay收入囊中，同期淘宝的迅速崛起，易趣网来到分水岭，其向商家的收费模式，造成大量商家转战淘宝，最终导致淘宝的市场份额快速反超易趣网。虽然之后有免收费用，但为时已晚。”7月25日，网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青解释道。

根据CNNIC发布的数据，2006年易趣网市场份额已经下滑至29%，同年淘宝已经拥有了近七成的市场份额。而仅在一年前，易趣网仍占据国内近六成的市场。

也就是说，彼时成立仅三年的淘宝，市场份额已反超易趣。

2006年，eBay与Tom在线合作，成立新的合资公司。到了2012年4月，易趣网成为了Tom集团的全资子公司，易趣所有的业务由eBay剥离，独立运营。

Tom集团是一家跨媒体集团，它拥有出版、Tom在线、Tom户外及娱乐等诸多媒体资源。

但这次易主也没有拯救易趣网。据艾瑞咨询发布的数据显示，在C2C网购市场，淘宝2012年第二季度以95%的份额处于绝对领先，易趣的份额则降至0.01%，几乎消失在市场之中。

而当易趣网进展不顺利时，Tom集团在2010年8月和中国邮政携手推出了新的电商平台“邮乐网”。

7月25日，时代周报记者致电上海盈实信息技术有限公司在天眼查上的电话，却显示是邮乐网的座机，邮乐网工作人员表示：“我们并不负责运营易趣。”

遭遇水土不服

易趣网的失败让人唏嘘，也让人看到一味照搬国外模式，最终将“水土不服”。

“模仿eBay出现的易趣网无疑就成为了市场的尝鲜者，但所有的东西都是在不断变化的，易趣的问题就是其被eBay收购之后，过度相信了自己在美国母公司的成功模式，却忽略了那个被自己根本瞧不上的淘宝网。当淘宝网用免费模式开始大规模抢占市场的时候，易趣还是在坚守其美国式的收费模式。”7月25日，盘古智库高级研究员江瀚表示。

大老客也回忆道：“作为最早的易趣用户，在易趣推出收费之后，没多久就转投淘宝了，那时候大部分卖家都会因为易趣收费以及没有支付宝这种信用功能，从易趣转投淘宝。”

易趣网无论是在商业模式方面，还是在交易方式方面，都已经落后了不少。

2017年，易趣网创始人邵亦波在接受媒体采访时表示，最大的原因还是当时eBay易趣在与淘宝的较量中已经丢失了关键的一局——“付款”，难免显得扳回无望。

2005年，易趣开始与国际支付工具贝宝(PayPal)对接。

易趣试图让用户的网上支付更便捷，并从2006年开始免除所有服务费用。

江瀚坦言：“天下武功唯快不破，彼时阿里巴巴早已抢占了足够的市场份额，易趣可谓是一步走错满盘皆输。归根到底，易趣的失败是因为eBay、Tom集团一次次的错误指挥所导致的。”

“我很舍不得自己辛辛苦苦打造起来的易趣账号，但因为易趣网卖东西确实很难，而且不停地改版，越来越像eBay，浏览页面越来越让中国用户感到不适，我心灰意冷，在2006年彻底放弃了易趣网，再也不登录了。”大老客说。■

芯片业“饿虎”传被调查 曾执掌紫光集团13年

时代周报记者 杨玲玲 发自广州

曾经叱咤芯片行业的赵伟国失联了？

据财新网消息，因个人所控公司和原紫光集团旗下公司之间存在利益输送，比如设备采购、装修工程等未经公开招标等，赵伟国于7月上旬被有关部门从北京家中带走。

对此，7月27日，时代周报记者尝试联系紫光集团及旗下上市公司紫光股份（000938.SZ）、紫光国微（002049.SZ）等。

紫光股份相关负责人告诉时代周报记者：“他（赵伟国）已经不再担任集团董事长，对公司的生产经营活动也不会有任何影响，至于是否存在利益输送，还需要进一步调查，目前不清楚具体细节。”

在此之前，紫光集团历时近一年的破产重整，进入收官阶段。7月11日，紫光集团公告称，已完成工商变更登记手续，原股东全部退出，公司100%股权登记至北京智广芯控股有限公司（下称“智广芯”）名下。

同时，紫光集团董事会选举智路资本实控人李滨为公司董事长，兼任总经理，取代执掌紫光集团13年的赵伟国。

至此，紫光集团的“赵伟国时代”落幕。2009年，赵伟国接掌紫光集团总经理时，集团资产规模仅13亿元，到2020年6月总资产增长至2966亿元，业务覆盖手机芯片、存储芯片、可编程芯片FPGA、集成电路封装测试等各大环节，成为中国芯片产业的一支主力。

紫光集团搭建起的庞大商业帝国，与赵伟国的长袖善舞不无关系。2013年以来，赵伟国带领紫光集团耗费巨资进行并购、入股，先后将展讯通信、锐迪科、华三通信等收入囊中，后因长期的海外收购、短贷长投出现债券违约，引爆债务危机，不得不进入破产重组。

回望赵伟国治下的紫光集团，曾经波澜壮阔，也曾混沌失控。如今，紫光集团进入新篇章，赵伟国却难以全身而退。

7月27日，一名紫光展锐员工对时代周报记者表示：“听过他（赵伟国）的传说，但之前一直没机会接触到他，

他的离开对我们底层员工也没什么影响。”

资本高手

中国半导体领域，清华大学无线电系（后改为电子工程系）85级是一个特殊的存在，他们自称EE85，一度占据了中国A股半导体上市公司的半壁江山。

据时代周报记者不完全统计，EE85成员包括赵伟国、韦尔股份（603501.SH）创始人虞仁荣、兆易创新（603986.SH）创始人舒清明、卓胜微（300782.SZ）联合创始人冯晨晖、格科微（688728.SH）创始人赵立新，以及赵立东、任志军、高峰、刘卫东、吕煌、郁群慧等10多名半导体上市公司的创始人或高管。

其中，55岁的赵伟国一度是紫光集团的灵魂人物。

据报道，2009年，经营困顿的紫光集团实施混合所有制改造，赵伟国开始增持股份。到2013年，赵伟国实际控制的健坤集团持有紫光集团49%股权，并被委任为紫光集团法定代表人和董事长，全权掌控运营。

此后，赵伟国通过收并购拼凑出一个庞大的“芯片王国”。

媒体对赵伟国进入芯片产业有过生动描述：赵伟国一开始并没有思路，他描述自己，“像女人逛街一样”，浏览国内外财经网站，试图在刷刷流过的海量信息中抓住一丝光亮。当2012年看到展讯通信，“那一瞬间，我知道展讯是可以收购的。”赵伟国说。

收购展讯通信进展顺利，赵伟国又盯上展讯的竞争对手锐迪科，以“不

按规矩出牌”的方式将其收至麾下。

按赵伟国的预想，展讯通信与锐迪科被紫光合并整合为紫光展锐，成为全球第三大手机芯片厂商。

在对内管理上，赵伟国也常出惊人之举。据媒体报道，收购展讯通信之后，紫光集团向展讯通信约4000名员工发放了价值40亿元的股权，属于无偿赠予。

最意气风发的那几年，赵伟国一路买买买，因为半导体领域此前从未见过这种横冲直撞的“暴力打法”，媒体纷纷称呼赵伟国为“饿虎”“大鳄”。

而赵伟国自己在一次行业论坛上说，紫光并不想被外界标上资本高手的标签，而是更愿意做好中国科技产业重炮手的角色，做好科技产业革命军的马前卒。

疯狂并购

据媒体报道，从2013年到2018年的5年间，紫光集团斥资千亿元买下20家公司，其中有16家是芯片公司。

产业布局的巅峰时期，赵伟国有过不少宏愿：斥资230亿美元收购美国存储芯片厂商美光；试图以38亿美元买下美国硬盘厂商西部数据15%的股权，成为其第一大股东；还曾扬言要入股芯片代工巨头台积电，买下手机芯片厂商联发科。

遗憾的是，即使收购或入股的公司均是优质资产，但紫光在重组后并未展现出可以与之匹配的管理能力。

熟识赵伟国的芯谋研究首席分析师顾文军曾对媒体表示，赵伟国对自己的定位非常清晰：就是资本运作、产业运作，“他不会亲自去整合收购



回来的公司，也不管具体的业务，而是在每个业务板块确定核心公司，找到合适的领军人，由着下面（的员工）去冲锋陷阵。”

赵伟国自己也说：“我们管战略，管审计，不管业务。”

紫光集团在收购的道路上渐行渐远，投资性现金流大幅流出，2020年，紫光集团出现现金流断裂。

2021年7月，在债权人申请下，紫光集团在北京市第一中级人民法院进入破产重整程序，由管理人对外招募战略投资者，化解债务风险。

黯然退场

在见诸报端的报道中，赵伟国的办公室里，挂着一张“惶者生存”的条幅，可见他清楚举债扩张的风险。

2021年12月，紫光集团召开第二次债权人会议，财产担保债权组和普通债权组以近100%的投票率通过《重整计划（草案）》。

在第二次债权人会议上的出资人权益调整方案中，赵伟国和健坤集团均投下同意票。

此前，赵伟国曾一度反击。最终，他还是放平心态，选择“尽人事，听天命”。在一首发给媒体的打油诗中，赵伟国写道：江湖百战毁誉间，金戈铁马意正酣；了却家国天下事，不求生前身后名。

一场浩浩荡荡的重整落定，赵伟国也黯然出局，紫光集团新任董事长李滨能力挽狂澜吗？

7月13日，紫光集团新任董事长李滨在《致紫光集团全体员工的一封信》中表示，紫光集团将设立三个总部，分别是业务总部、赋能总部和管理总部。

李滨认为，紫光集团控股了10多家高科技企业，规模已经很大，但业务发展和管理水平参差不齐，加上资金问题和债务的重压，面临的竞争和挑战非常大。

7月21日，李滨履新后首次考察旗下产业公司。当日，在紫光股份董事长兼新华三集团首席执行官于英涛的陪同下，他调研考察了新华三集团杭州总部创新体验中心以及位于杭州萧山的紫光股份智能工厂。

李滨能否带领紫光集团再续辉煌仍需时间验证，但属于赵伟国的时代正逐渐远去。■

阿里拟香港纽约双重主要上市 中概股上市地多元化成趋势

时代周报记者 杨玲玲 发自广州

中概股上市地多元化成趋势。

7月26日，阿里巴巴集团（09988.HK；BABA.NYSE）公告称，董事会已授权集团管理层向香港联合交易所提交申请，拟将香港新增为主要上市地。

“这个决定的目的是希望让更广泛多元的投资者，尤其是阿里巴巴数字生态参与者，能共享阿里巴巴的成长和未来。”阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官张勇表示。

同日，数字经济智库首席研究员胡麒牧对时代周报记者分析称：“阿里此时把香港列为主要上市地，一是为优化全球布局，分散政策风险；二是为加大对东南亚市场的投入；三是让更多投资者共享阿里的成长和未来，应该说是非常明智的选择。”

为何申请香港纽约双重上市？

事实上，阿里和香港渊源已久。

早在2007年，阿里的B2B业务就曾在香港联交所上市。

2014年，阿里筹划整体上市时，首先考虑的目的地也是香港联交所，

但由于当时相关规定，阿里最终转赴纽交所上市。

2018年，香港联交所启动上市制度改革，这为包括阿里在内的大量国内互联网公司在港上市创造了更有利的条件。

2019年11月，阿里在香港二次上市，纽约依然是阿里的主要上市地。

自2019年在港上市以来，阿里大部分流通股已转至香港注册。据统计，截至2022年6月30日止6个月，阿里巴巴集团股份于香港市场的日均交易量约7亿美元，于美国市场的日均交易量约32亿美元。

中国和亚太地区作为阿里业务开展的主要市场，阿里始终受到中资和亚太资金的高度关注。

行业分析人士提出，此次阿里新增香港作为主要上市地，在技术层面上水到渠成，也符合市场过去一段时间以来的预期。

根据公告信息，在香港联交所完成审核程序后，阿里将在香港联交所主板及纽约证券交易所两地双重主要上市。

实行双重主要上市，意味着国际投资者或将更多配置阿里港股，给港股市场注入新的流动性。同时，阿里

巴巴港股预计也将符合港股通资质，从而或为内地投资者直接投资阿里创造更多便利。

中概股上市地多元化成趋势

放眼整个市场，双重主要上市正在成为中概股回港上市的主流模式。

时代周报记者统计发现，截至目前，已有知乎（02390.HK；ZH.NYSE）、贝壳（02423.HK；BEKE.NYSE）、小鹏汽车（09868.HK；XPEV.NYSE）、理想汽车（02015.HK；LI.NYSE）等9家中概股公司实现在美国和香港双重主要上市。

阿里作为流通市值超2万亿港元的龙头公司，此次回港双重上市具有极强的标志性意义。

“双重上市和二次上市的区别在于，双重上市是两地独立上市，两个市场的股票不能相互流通；而二次上市是以存托凭证的方式，发行的股票可以在两地之间流通变现。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林解释称。

在盘和林看来，如今阿里等中概股将二次上市转变为双重上市，从而使得港股获得独立的定价权，不再受

到美股波动的影响。

“阿里巴巴选择在港双重上市，有望带来新的资金，激活市场活跃度，毕竟是超级大盘股。”7月26日，第三方研究机构透镜公司研究创始人况玉清告诉时代周报记者，对香港联交所而言，包括阿里在内的更多优质交易标的，也将加强其对全球市场的吸引力。

对此，盘和林也表示，随着中概股到港双重上市，港股流动性和定价权增强，进一步提升对跨国资本的吸引力，“正因为如此，这些中概股在港上市并不是消耗港股存量流动性，而是为港股提供增量”。

据了解，阿里在香港纽约双重主要上市后，在美国挂牌的存托股和在香港上市的普通股依然可以继续互相转换，投资者可选择以其中一种形式持有阿里股份。

同日，阿里巴巴集团还对外发布2022财年年报。在致股东信中，张勇表示，过去一年，阿里在组织和文化上做出的一系列改变，会成为未来发展的新开端。

“尽管这些变革效果需更长时间才能显现，但我们相信，我们正行进在一条正确的道路上。”张勇说道。■

2966
亿元



2
万亿港元



每日优鲜危局

曾经的“生鲜电商第一股”，没能笑到最后。
7月底，每日优鲜传出原地解散员工的消息。对此，每日优鲜仍坚持公开回应，只是公司对业务及组织进行调整。但时代周报记者在多方走访中发现，每日优鲜的办公现场及多项业务等均陷入停摆。
部分供货商货款未结算，消费者的预付款又该如何解决？仍有待每日优鲜给出一个明确的答复。

每日优鲜陷经营危机：消费者退费难 ofo事件再现？

时代周报记者 穆瑀宸 发自北京

随着每日优鲜“解散”消息持续发酵，网上也响起了用户们的退费声讨。

对于“解散”的传言，2022年7月28日，每日优鲜相关人士对时代周报记者回应称，次日达、智慧菜场、零售云等业务不受影响。但记者了解到，“次日达”业务并非未受到影响。

“我账号里还有一张未花完的礼品卡，近1000元。从昨晚11时至今，我一直在查看平台是否能购物，但都显示次日达已无法下单，显示为‘当前地址无货’。”7月30日，一位每日优鲜会员对时代周报记者称，“早知道，还不如之前请客吃饭的时候都花掉。”

事实上，处于上述类似境遇的消费者并不在少数。在黑猫投诉平台上，自7月28日每日优鲜传出“解散”消息至7月30日下午3时，48个小时，已有近80条投诉信息。投诉内容包括，“无法下单，余额退不了”“退还会员费”“活动虚假，无法下单”“平台不显示订单”等。

针对每日优鲜储值用户、礼品卡用户和会员用户的后续如何处理的问题。7月30日，时代周报记者联系每日优鲜相关负责人，对方表示，“目前给不了确切的回复，因为我们也在努力去保障次日达和其他业务的顺利运行”。

“次日优鲜”也有情况

作为每日优鲜的忠实用户，久居北京的白白早就感觉到每日优鲜的变化。

2019年，白白开始在每日优鲜上购买商品，每周一都会在下班的地铁上提前下单购买好一周的零食和水果。即使后来叮咚买菜、美团买菜等兴起，他也一如既往地选择每日优鲜。

随后因疫情外出不便，也为了能享受折扣、优惠券和免费商品，他特意入驻了每日优鲜会员。

“我在每日优鲜上已花了2万多



元，靠会员节省了800元左右。之前一单能省10～20元，因为满139元减20元或者满109元减10元的优惠券很多。”白白向时代周报记者回忆。

但大约在去年中旬，优惠券开始变少了。“起初只是变成了免邮券和限制品类满减，后来免邮券变成一周两张，满减的固定商品数量也变得更少了。”白白说道。

对于近日情况，白白告诉记者：“7月27日还能正常下单收货，7月28日晚11时左右再想购买次日达商品时，已不能正常下单，现在会员期限还剩下半年多，不知道会员费能否退回。”

值得注意的是，每日优鲜传出“解散”的消息是于7月28日14时左右，而在当日19时30分左右，时代周报记者打开每日优鲜APP时发现，首页随即弹出联合会员详情页。

据该详情页显示，每月仅需需要18元即可享受价值37.8元的生活礼包。而7月29日中午记者再次打开每日优鲜APP，该会员的弹窗不再弹出。

截至发稿当日，记者发现每日优鲜APP上已经不能下单，账户也不能正常登录。再通过语音验证码登录，尝试购买云超市的商品后，订单显示“本单购买商品在当前地址下无货”。

对于每日优鲜APP上不能购买商品的问题，上述每日优鲜相关负责

人表示：“这是意外情况，目前也在努力恢复。”

退款成难题

在经历了ofo共享单车“退押金难”的问题后，大众对于“退款”问题尤为敏感。

2014年成立的ofo也曾是资本争相看好的明星企业。但自2018年开始，随着其资金链出现问题后，便引发了ofo用户的退款潮。

而同样成立于2014年的每日优鲜，据招股书显示，在2018—2020年三年间，其有效用户数分别为508万、717万、867万，同比增长率有所下降，分别为41.14%和20.92%。截至2021年3月31日的12个月里，每日优鲜有效用户数下降至789万。

另外，在2021年第二季度财报中还提到，每日优鲜在用户经营方面延续高质量增长的理念：一方面，通过“线上社交+线下社区”的推广方式，Q2新增交易用户数量同比增长近35%；另一方面，推出面向付费会员的专享商品、专享服务和专享权益，使得付费会员贡献的收入同比增长240%。到了2021年第三季度，每日优鲜付费会员贡献收入同比增长了8倍。

上述储值用户、礼品卡用户和会员用户后续退款事项该如何处理，北

京炜衡（上海）律师事务所合伙人、律师鞠秦仪在接受时代周报记者采访时表示：“每日优鲜的会员、储值用户、礼品卡用户，实际上使用人、持有人与每日优鲜运营方都是债权债务关系，按照法律法规，每日优鲜运营方在无法再行提供服务的情况下，应当结算清楚后及时退还相应剩余费用。尤其是储值卡的问题。商务部还出台过《单用途商业预付卡管理办法》，对于储值卡这类预付卡的备案、发行、服务、管理和法律责任作出了详细规定。”

不过，鞠秦仪进一步表示：“虽然法律法规明确的处理方式非常详细和具体，在这种公司全面出现危机时，往往都无法执行到位。而作为‘债权人’的会员、储值用户、礼品卡持有人往往也会面临维权成本高、程序复杂和冗长的情况，而不得不‘自认倒霉’。”

在鞠秦仪看来，“不断出现的平台危机，更多的是提示消费者，在购买会员服务或者储值时，均应当提高风险防范意识，尽量减少提前支出的金额，以避免遭受到较大损失。而相关行政管理部门，日常加强对于平台或者运营方的监督，一旦出现危机，也应当及时跟进和统筹处理，帮助广大消费者减少和挽回损失。”

（应受访者要求，白白为化名）

789万

知名生鲜电商“瘫痪” 行业震荡波及供应商

时代周报记者 李馨婷 叶曼至 发自广州

曾经的生鲜电商模式开创者，一夜之间进入至暗时刻。

7月29日上午，家住上海的每日优鲜用户夏冰(化名)告诉时代周报记者，无论是在小程序或是APP上，每日优鲜的次日达服务都无法正常下单。

尽管此前一日，每日优鲜针对关停传闻回应称，在实现盈利的大目标下，公司对业务及组织进行调整。

回应表示，每日优鲜次日达、智慧菜场、零售云等业务不受影响。由于业务调整，部分员工离职，公司目前正积极寻求一切可能的方案，最大限度保障员工权益，但依然无法解决当前面临的实际困难。

夏冰告诉时代周报记者，自己在每日优鲜账户中的余额眼下已无法取出。

生鲜电商行业先行者的倒下，如巨石入水，泛起层层波澜。

消费者层面，据多地用户反映，目前每日优鲜的次日达服务也已经无法下单，客服渠道也难以沟通。

行业层面看，领跑者的跌倒，也将生鲜电商行业成本高、盈利难等运营问题再次推到聚光灯下。

7月29日，多名生鲜电商从业者向

时代周报记者透露，随着行业热钱退去，近年来企业经营承压，压缩成本提升人效已成为各平台的常态运营策略，而意识到平台运营风险的供应商，也已经调整回款账期，进行风险防控。

消费者投诉无门

夏冰的遭遇并非孤例。7月29日，来自北京、上海、天津三地的每日优鲜用户都向时代周报记者反映，尽管在每日优鲜APP和小程序上能将商品放入购物车，但在下单时，页面上却都显示无货。

此外，每日优鲜的客服渠道似乎也已瘫痪。

据夏冰透露，他在每日优鲜账户里还有399元余额，在得知每日优鲜遭遇经营危机后，夏冰曾尝试拨打客服热线询问余额退款事宜，但始终无人接听。与此同时，小程序客服咨询页面则显示当前咨询人数较多。

截至7月29日下午3时，“每日优鲜回应公司解散”的微博话题阅读量已高达1.8亿。社交平台上，充斥着与夏冰一样拥有充值卡但投诉无门的消费者。

此外，关于每日优鲜近年来价格贵、菜品不新鲜等服务退步的讨论也比比皆是。

供应商加强风险防控

每日优鲜陷入困境，可看作生鲜电商行业长期存在弊病的集中体现。

2015年以来，国内生鲜电商行业崛起，融资、烧钱、抢市场份额，成为各大生鲜电商平台高度依赖的增长方式，恶性竞争成为行业常态。

与此同时，高居不下的履约成本、生鲜品类的低毛利率，都让各家难以盈利。近年来，随着赛道内热钱消散，各平台在运营方面高度承压。

据时代周报记者了解，近年来，各生鲜电商平台在经营策略方面均处于收缩状态。

7月29日，国内一头部生鲜电商平台的员工张晓宇（化名）告诉时代周报记者，他入职一年来，公司内部一直强调精细化管理。

所谓精细化管理，就是严抓以前关注度不够的营运端、物流端的各个环节，例如商品的质量问题、冷链问题、退货处理等。

“这半年来，公司这方面的管理力度更是进一步加强。”张晓宇说道。

同日，同时为国内两大生鲜电商平台提供日化用品的供应商王杰（化名）对时代周报记者表示，他是在2021年年初入驻的平台，目前合作平台的工作人员已处于缩编状态。

“其中一个平台，我对接的采购

部门，现在都是一个人干两个人的活，工作量增加，但薪资是不增加的。我对接的平台，已经撤掉了一些不盈利的区域市场的布局。”王杰说道。

王杰告诉时代周报记者，入驻平台1年多以来，虽然销售额整体处于增长状态，但他已明显感知到平台流量正在下滑。部分产品的销售量，明显不如去年同期。

“去年以来，面对行业变化，我们已经调整了经营战略尽量防范风险，一是不接小平台的订单，只和头部的生鲜电商平台合作；二是把账期调整为T+3，也就是说售后三天平台就需要给我们回款，假如货款没有及时到账，我们马上就停止供货。”王杰说道。

在当前生鲜新零售行业的震荡中，主攻线下市场的生鲜企业受到的影响似乎最轻，但这也给企业敲响了警钟。

“生鲜是个毛利很低的行业，用短期的小额亏损让利，做好品牌口碑和流量，是可以接受的，但是长期的巨大亏损，就不是一家正常企业的经营方式，是不可持续的。每日优鲜的情况，更加提醒了我们，未来不能通过烧钱来做生意，而是要稳扎稳打，深度耕耘既有的社区线下购物客群。”7月29日，一名线下生鲜品牌从业人员对时代周报记者说道。

1.8亿

聚焦第二届消博会

新消费时代引领国货崛起，国货品牌已成为不可忽视的新势力，无数的细分领域正不断涌现出各种势能。乘着第二届中国国际消费品博览会的东风，海南掀起一波消费品牌盛宴。

消费品牌齐聚海南 新老国潮争奇斗艳

时代周报记者 涂梦莹 发自海口

古装造型的人形立架、水墨饰纱的陈列摆设、仿造庭院供游憩的亭台……第二届中国国际消费品博览会现场，现代与复古融合穿越式的展台，营造出满满国风的韵味。

7月25日，商务部国际贸易谈判代表兼副部长王受文在第二届中国国际消费品博览会暨全球消费论坛（开幕式）上表示，办好消博会将为中国产品拓展国际市场提供重要的通道，推动中国优质产品更好地走向世界。

在本届消博会开启的年度消费盛宴中，众多国潮品牌走上展会舞台。

2022年消博会展览总面积由8万平方米增加至10万平方米。其中，国内展区2万平方米，吸引1200个国内品牌参展，增设5000平方米的国货精品馆。作为消博会新增设馆区，国货精品馆主要展示国内消费精品和老字号。

比如，作为参展“老朋友”的豫园股份不仅展示旗下多个中华老字号品牌，相关的创新国货品牌和海外优质品牌一一亮相。“除了精彩纷呈的空间和产品展示，豫园股份还将通过直播、论坛、走秀等丰富多彩的活动形式全方位参与本届消博会。”7月25日，豫园股份方面向时代周报记者表示。

近年来，随着品质不断提升，国产品牌迎来了新的发展窗口。在消博会上，涵盖Z世代新消费、中国智造、老字号焕新的国货品牌，正成为国外消费品牌的有力竞争者。

“作为首个以消费精品为主题的国家级展会，消博会致力于成为全球消费精品展示交易的重要平台，不仅为各国消费精品进入中国市场提供展示、交易机会，也为中国各地的消费精品销往世界创造商机。”7月26日，专注于消费产业的值得买科技相关负责人向时代周报记者表示。

新国货浪潮席卷

新消费时代引领国货崛起，国潮品牌成为消博会上不可忽视的新势

力，无数的细分领域正不断涌现出各种“势”能。

首次参加消博会的良品铺子打造一面荟萃多种风味与文化的“零食墙”，带来“美味全球造”系列产品；在消博会“首秀”的喜茶，设计了专属品牌打卡墙以及产品售卖区，现场展示喜茶精品产品；新锐简餐品牌理象国围绕家庭餐桌带来代表性经典产品，传承中国美食与文化。

“消博会提供了一个展示交易平台，有利于中国新消费代表品牌向世界展示新国货风采。”喜茶相关负责人表示，随着年轻消费者逐渐成为国内外市场的主流消费人群，喜茶将与更多新消费品牌一道，以优质的产品和服务，向全世界消费者展示中国的消费时尚和年轻化的生活方式。

旗下拥有众多中华老字号和国内外优质品牌的豫园股份，携老庙、亚一、金徽以及海鸥表等老字号亮相，并在消博会上带来首发新品。其中，老庙在今年7月推出全新新款有鹊系列，该系列是老庙与Grace Chen、Helen Lee、龙梓嘉三位知名设计师联合推出的国潮婚嫁黄金饰品。

“消博会是面向世界的重要窗口和展示平台，豫园股份通过丰富的产

品以及多样的参展形式，借助消博会传递中国文化，同时将更多好产品、好服务带给全球消费者。”7月25日，豫园股份方面告诉时代周报记者。

还有不少有着“硬实力”的国货品牌，试图向广大消费者深度传递前沿科技，展示从中国制造到中国智造的转变。

值得买科技规划的960平方米的“华夏风物馆”，携手磁州窑、物典、凯迪仕、峰米、一番麦等30多个国内知名消费品牌、上新200多款新品，覆盖生活、出行、3C、美妆、食品、个护等多个品类的优质消费品牌，展现当下消费新趋势。

其中，由小鹏汽车带来的小鹏汇天飞行汽车——旅航者X2是一款既能在地上跑，也能低空飞行的电动飞行汽车。这款飞行汽车拥有自主飞行路径规划能力，可实现对地监控、无死角环境感知、自助返航降落等功能。

个性化触发国货机遇

国产品牌的走俏和新锐国货的崛起，离不开市场需求的蓬勃活力。

Z世代崛起，触发新消费机遇。7月26日，德勤亚太消费品及零售行业主管合伙人张天兵向时代周报记者表示，“随着Z世代年龄的增长，对商

业的影响日益明显，推动了中国消费新趋势的演进，新兴消费品牌可通过定位需求鲜明的此类客群快速打开市场。”

《中国创新经济报告2021》预测，中国Z世代整体消费规模到2035年将增长4倍至16万亿元，成为未来消费市场增长的关键。继而，新消费群体所需的消费升级和个性化成为国货发展的根本驱动力。

新锐国货品牌利用差异化满足用户需求开辟新的细分市场，获得了高速增长。

“对于企业而言，如何敏锐地识别出消费群体的细微变化，把握新兴的消费趋势，抓住行业变革机遇显得尤为重要。”7月26日，安永大中华区零售与消费品行业主管合伙人郑铭驹告诉时代周报记者。

大消费风潮下，消费渠道不断更迭，如何有效洞察用户需求，如何通过新媒体发力，成为众多国货品牌的新命题。

“直播带货已成为触达消费者、拉动销量增长的强有利手段。”7月26日，理象国品牌负责人胡日查告诉时代周报记者，大量的品牌通过直播的方式实现了品牌知名度的提升与销量快速增长。

挖掘真实需求后，下一步便是思考如何匹配和满足需求的问题。这背后，国货品牌的崛起有国内强大的供应链助力。

“作为平台型企业，良品铺子为消费者提供多样化、个性化零食解决方案的同时，也深入食材源头，带动产业链融合发展。”良品铺子相关负责人告诉时代周报记者，公司搭建起全球供应链，能够从30多个国家和地区甄选原料。

除此之外，越来越多的国货品牌对品牌营销有着深刻的认识，更加注重品牌价值建设。

此前，喜茶宣布与热播剧《梦华录》联名，通过剧中“紫苏饮子”“茶百戏”等茶文化展示内容，推出紫苏·粉桃饮、梦华茶喜·点茶两款联名特调产品，并设置“喜·半遮面”主题店和线下快闪等丰富活动，带来沉浸式追剧体验。■



离岛免税新政两年

上接P1

“海南是中国唯一不用出国出境就能享受免税购物待遇的省份，在全国大规模零售行业中占据绝对优势。”7月27日，德勤亚太消费品及零售行业主管合伙人张天兵对时代周报记者表示。

在海南发展离岛免税初期，仅有中免、海免两家经营主体。但截至目前，离岛免税经营主体已增加到6家，离岛免税店增至10家。仅过去的2021年全年，海南10家离岛免税店免税销售额同比增长83%。

一批“先来者”，已经在竞争中抢得先机。在新政推动下，最早于2011年，在海南开出国内首家离岛免税店的中免集团，已成为国内最大的旅游零售运营商。目前，中免集团在海南有包括三亚国际免税城、三亚凤凰机场免税店等6个项目，占据海南离岛免税市场“半壁江山”。

7月27日晚，时代周报记者来到中免集团旗下海口日月广场免税店发现，在迪奥（DIOR）、雅诗兰黛（Estee Lauder）、海蓝之谜（LAMER）等品牌店内人头攒动，众多消费者选购商品后，排起长队付款，收银台店员应接不暇。

“逛了一个多小时，还没有买完。”

一名来自武汉的90后消费者告诉时代周报记者，暑期来海南度假，结束行程之前，特地过来免税店“囤货”。“以前都是拜托国外的朋友代购，现在在海南购买，比普通专柜便宜不少。”

利好与需求之下，更多分羹者仍在涌入，分羹海南离岛免税市场。

今年5月，海汽集团公告透露将收购海旅免税的100%股权，以谋求免税业务注入；7月，王府井宣布完成对海南旅业的收购，旗下万宁首创奥特莱斯正式更名为王府井悦舞小镇，进一步开拓免税市场。

“过去两年，珠海免税集团已在海南进行积极布局，推动了三亚合联中央商务区项目、珠海免税·三亚旅投商场等相关商业项目落地，积极争取离岛免税资质。”7月27日，珠海免税集团相关负责人接受时代周报记者采访时表示，珠海免税旗下三亚合联中央商务区项目也在加快建设。

免税行业寻找线上机遇

相关数据显示，国内现存免税相关企业3.35万家，海南以1.58万家排名第一。穆迪·戴维特报告认为，海南将在未来五年内取代韩国，成为世界上最大的旅游零售市场。

海南免税市场“掘金”热潮背后，各大免税运营商依旧存在经营与竞

争压力。

第二届消博会期间，中国中免（下称“中免”）发布上半年业绩，财报显示，公司营收、净利润均下滑超20%；此前2021年，中免净利润仅11.63亿元，同比大幅下滑60.92%；到今年一季度，业绩颓势不减，营收、净利润均同比下滑，分别仅实现167.82亿元、25.63亿元。

正加大投入海南免税业务的王府井，也在近期发布业绩预减公告，预计2022年半年度实现归属于上市公司股东的净利润2.11亿元，同比减少23%～37%。“业绩预减的主要原因是主营业务影响，受上半年疫情影响，不同程度的闭店或缩短了营业时间。”对此，王府井在公告中解释称。

在免税经济的风口中“跑马圈地”，需要一定的竞争门槛。7月27日，中国商业联合会专家委员会委员赖阳接受时代周报记者采访时表示，随着免税行业竞争逐渐增大，十分考验免税经营商整体能力。“倘若缺乏足够的竞争优势，在市场上将很难生存。”

不过，柏文喜则认为，国内免税行业日益加剧的市场竞争有利于扩大行业规模和推动行业服务水平。“免税行业需要在竞争中才能获得创新与发展。”

面对激烈竞争，多数免税玩家开

始拥抱线上，电商化成为未来发展切入点。

本届消博会期间，海旅免税分别与京东国际、杭州遥望网络科技有限公司（下称“遥望网络”）签署了战略合作协议，推动线上线下全渠道融合；珠海免税则携综合电商平台“珠海免税MALL”亮相，该平台涵盖免税品预约、跨境电商和完税O2O于一体。

“2021年6月，三亚海旅免税城京东小程序上线，这是京东首家线上免税店铺，上线至今累计销售额位列京东小程序第一名，今年二季度成交额环比一季度增长了164%。”7月27日，海旅免税相关负责人向时代周报记者表示。

尽管在线上找到突破口，但免税经营商仍有不小压力。“由于产品采购到境内销售有一定的周期，如果在前期采购出现偏差，会造成一定积压，造成企业资金的沉淀，变成企业运营的包袱。”赖阳表示，供应链本身的采购能力、消费需求的把握能力及综合运营能力，都将影响免税企业的长远发展。

7月27日，科方得投资执行总裁张晓兵告诉时代周报记者，国内免税企业还要避免同质化，多引入不同类型的企业来试水免税产品，多角度全方位了解市场和产品，把握好行业规律。■

164%



豪车市场半年盘点：特斯拉、蔚来理想销量暴涨 BBA失宠？

时代周报记者 张旭 发自广州

传统汽车豪华品牌正面临市场巨变。

今年2月，华为常务董事、终端BG CEO、智能汽车解决方案BU CEO余承东在内部讲话时将矛头直指传统汽车豪华品牌。“我们要在50万元内的价格区间里，彻底将BBA赶出去。”

6月份，理想汽车创始人李想在社交媒体上直言不讳：“最晚到2024年年底，BBA国产后的中大型SUV主力车型价格将会低于50万元。”此前，蔚来还立下“要把市场格局从BBA变成NBA”的Flag。

随着越来越多的品牌渗入到BBA的市场腹地，传统豪华品牌溢价能力正在被一步步遏制。其丢失的市场份额，也正一步步转移到了特斯拉与造车新势力。

销量同比两位数下滑，BBA跌倒？

曾经连续三年逆势上涨的豪华车市场，在2021年出现增速放缓，进入2022年呈现负增长趋势。

乘联会数据显示，从1月开始，受疫情反复和供应链短缺的影响，豪华车市场连续5个月出现销量同比下滑，直到6月供应链恢复才开始止跌。

乘联会秘书长崔东树向时代周报记者表示，豪华车市场下滑主要原因在于供应链危机导致的供给不足。

今年上半年，BBA三家国内销量均有两位数下滑。

宝马依然是BBA销量冠军，上半年销量37.87万辆，同比下滑18.9%；奔驰排名第二，销量35.58万辆，同比下滑19.4%；奥迪上半年累计销量31.7万辆，同比下滑24.2%。

中汽协数据显示，上半年豪华车市场累计销量170.8万辆，同比仅仅下跌1.3%。

BBA三家跌幅远超豪华车市场跌幅，份额被谁夺走了？答案是特斯拉和一众造车新势力。

从国内销量来看，豪华品牌中，特斯拉位列第四，销量与BBA仅有一步之遥。从去年同期相差20万辆，到今年和奥迪只差2万辆。二线豪华品牌难以逾越的鸿沟，正在被特斯拉悄然填补。此外，理想和蔚来两家造车新势力也在蓄力向前。

在高端SUV市场，BBA占据了大部分市场份额，国产后的宝马X5也以4001辆的成绩进入了6月高端SUV销量榜，后续很可能是宝马的一大增长点。然而高居榜首的却是特斯拉Model Y，理想ONE升至第5位，蔚来ES6排名第八。

在高端SUV销量前十名中，特斯拉、理想ONE均实现了翻倍增长，特斯拉Model Y同比增幅更是达到了189.4%，蔚来ES6同比增长30.6%。而传统豪华品牌销量全部下滑，奔驰GLC表现最好，累计销量也同比下滑了6.6%。

SUV市场的变化，昭示着BBA在新能源时代面临的巨大威胁。在燃油车时代叱咤风云的BBA，如今也不得不求变了。

新势力杀入BBA市场腹地

一边是BBA的销量被夺走，另一边，越来越多的造车新势力开始对标豪车。

6月21日，理想L9上市。李想喊出诸多“世界第一”“世界首创”的口号，称理想L9为“500万以内最好的SUV”，即便对标库里南也不怕。

不过，定价45.98万元的理想L9，真正对标的其实是奔驰GLS和奥迪Q8等车型。

说到豪言，当然少不了余承东为问界M7的放话——“在舒适性方面，问界M7将完全超越丰田埃尔法、雷克萨斯LM等百万级豪车。”

从车身尺寸上，问界M7与宝马X5、理想ONE属于同一级别，但从各项指标来看，余承东同样指向了宝马X7、奔驰GLS、奥迪Q8。不过问界M7走的依然是性价比路线，起售价比理想ONE还低3万元。

开启预售三天后，理想汽车官方微博宣布，“72小时内，支付5000元的预订用户超过3万人”。而问界M7则实现2小时订单破万，72小时订单超6万。造车新势力们不仅仅是对标，而是用真金白银的订单、市场数据赶超BBA。

BBA巨轮转向：专注高端？

曾经，BBA纷纷推出年轻化战略，一票入门级车型让囊中羞涩的车主也能感受到豪华品牌的魅力。但随着电动化和智能化浪潮的到来，同级别的造车新势力车型，往往有更好的产品力。

受此影响，今年上半年，BBA三款入门级轿车A级、1系和A3的销量分别为19611辆、10999辆以及28573辆，同比下滑分别48.7%、43.7%、15.4%。而在入门级SUV产品方面，销量下滑同样明显。

面对造车新势力品牌的向上冲击势头，BBA不得不改变策略。今年，大众汽车首席财务官安特利茨就表示，大众将不在乎销量和市场份额，更关注销售质量和利润率。

在业界看来，这句话看似主动求变，实则不得已而为之。换言之，如果没有造车新势力和特斯拉的鲑鱼效应，传统豪华品牌何尝不想销量和利润全都要？

无独有偶，奥迪CEO马库斯·杜斯曼此前在接受采访时也表示，A1和Q2不会有下一代车型，A3将会成为奥迪的入门级车型。

根据奔驰的规划，在未来将会把超过75%的资金投入于高端豪华车型，以从2019年到2026年将盈利能力提高60%，而入门级产品阵容将会大幅缩减。未来，奔驰将其产品梳理成三个等级，分为高端豪华产品、核心豪华产品和入门级豪华产品。

可见，未来BBA都会把更多精力投入到高端产品，避免和造车新势力们在入门级别正面交锋。面对特斯拉和造车新势力的攻城略地，下半年，BBA将有多款电动化产品在中国市场首发。

上半年蝉联冠军的宝马是电动化发力最早的一家。目前，宝马在中国市场已经推出了iX、iX3、i3、i4以

及i7在内的多款新能源车型，上半年纯电动车销量同比增长了74.6%。

下半年，宝马将在中国市场投放宝马X1/iX1、新款宝马3系、全新宝马XM、全新7系家族、全新M240i、X3 M40i，其中最关注的便是全新7系家族。全新宝马i3的产能将会有所提升，若能实现大批量交付，将会帮助宝马抢占更多纯电动汽车市场份额。

奔驰下半年将推出全新EQE和全新EQS SUV两款重磅车型。奥迪在上半年开启了纯电动车型Q4 e-tron的预售，下半年还将推出RS e-tron GT车型。

BBA与特斯拉和造车新势力们的战事，谁能笑到最后？浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林向时代周报记者表示，BBA的品牌溢价里面，很大部分是围绕燃气发动机的技术溢价，而如今电动汽车替代燃油车的趋势十分明显，所以BBA的品牌溢价打折成为必然。

“特斯拉和造车新势力对于BBA的替代，既是品牌上的，也是技术上的，虽然BBA也在开发电动汽车产品，但BBA的技术和品牌在新能源汽车领域并没有太多优势。BBA的销售下滑是正常现象，不过随着BBA新能源汽车的推出，各个新能源车企之间的竞争也会日趋激烈。最终，实现差异化、通过技术形成品牌口碑的企业，将重新成为新能源汽车领域的龙头，特斯拉、造成新势力和BBA如今在同一起跑线，未来谁将真正统治新能源汽车领域，还难言胜负。”盘和林称。👉

推动“中国力量”崛起！信科移动全力打造信通领域的“大国重器”

产业发展，标准先行。日前，在匈牙利布达佩斯召开的3GPP RAN第96次会议上，5G R17标准宣布冻结，标志着5G第二个演进版本标准正式完成，将进一步促进5G能力再上新台阶，也是“中国力量”在全球通信标准制定中迅速崛起的见证。

“如果说R15版本是5G技术标准的‘毛坯’，那么R16版本可以理解为‘精装’，刚刚完成的R17版本就是‘精装’之上的‘软装’，起到了点睛、添花的效果。”3GPP RAN全会副主席胡南博士对3GPP 5G R17标准如此评价。

在本次会议中，中信科移动通信技术股份有限公司（以下简称“信科移动”）全面深入参与R17标准制定工作，在技术贡献和标准影响等方面作出突出贡献。除了此前全会已经成功结项的高精度定位、上行压缩等课题外，本次会议由信科移动牵头开展的NR异频段3DL/1UL CA组合以及Uu和V2X PC5频段组合等R17项目均成功结项。

值得一提的是，今年5月，信科移动已成功过会，即将登陆上交所科创板。资料显示，信科移动是从事移动通信国际标准制定、核心技术研发和产业化的唯一央企控股的高新技术企业。该公司始终专注于移动通信技术的开发、应用、服务，面向5G新生态、面向数字化转型，坚持自主创新驱动价值创造，持续掌握核心技术，打造移动通信领域的“创新高地”和“国之重器”。作为全球屈指可数的具备系统设备及解决方案提供能力的高科技企业，信科移动成功上市将成为科创板具备移动通信系统能力的唯一投资标的，其背后蕴藏着怎样的投资价值呢？我们来一探究竟。

实现“零的突破”，打造信息通信领域的“大国重器”

2G跟随、3G突破、4G并跑、5G

引领，这是中国企业几十年来在移动通信领域发展轨迹的真实写照。

5G网络作为重要的新型数字基础设施，被誉为“新基建”之首，5G是社会信息流动的“主动脉”，产业升级转型的“加速器”，是建设制造强国、网络强国、数字中国的坚强柱石，也是国家综合实力和核心竞争力的重要表现。

作为中国信科下属移动通信企业，信科移动是业内自3G时代就全面投入自主创新移动通信技术和标准研发的厂商之一，是我国拥有自主知识产权的第三代移动通信国际标准TD-SCDMA和第四代移动通信国际标准TD-LTE的主要提出者、核心技术的开发者以及产业化的推动者，同时也是我国在第五代移动通信技术、标准和产业化实现全球引领发展的重要贡献者，为我国掌握基于自主知识产权的移动通信技术标准，打破国外移动通信技术领域垄断地位，实现中国完整通信系统“零的突破”。

技术为根，人才强企。招股书显示，信科移动自3G时代以来，累计研发投入超过140亿元，其中最近三年累计研发投入约42.16亿元，占最近三年累计营业收入的比例为28.71%，远超科创板5%标准。

研发人员方面，报告期内，该公司研发人员占比始终保持在45%以上，40岁以下研发人员占比在75%以上，硕士学历以上占比超28%。

发明专利方面，信科移动自2015年起累计提交的5G标准提案超过1.5万篇，累计参与制定413项国际、国内及行业标准，目前已拥有境内外发明专利合计11767件。根据国际知名专利数据公司IPlytics于2021年11月发布的专利报告，截至2021年9月30日，信科移动声明的5G同族专利数量及5G技术标准贡献度全球排名第七位和第八位，专利技术优势凸显。

此外，报告期内，信科移动及子公司合计承担了44项国家级研发项目，其中包括“5G1-3”“5G1-4”“天地一体化”“天地融合的6G卫星通信”“全息大规模MIMO”“工业互联网”“5G毫米波基站”等25项国家科技重大专项、国家重点研发计划。

其中，其牵头或独立承担了国家863计划中的5G专项课题2项，国家科技重大专项“新一代宽带无线移动通信网”中的9项5G课题；同时，自2019年起开展6G的研究工作，作为国内IMT—2030（6G）推进组的核心力量，已牵头或独立承担了科技部重点研发计划“宽带通信与新型网络”专项中的5项6G课题。

截至2021年年末，信科移动获得国家科学技术进步特等奖、国家科学技术进步一等奖、国家科学技术进步二等奖、中国专利金奖在内的国内外各类重要奖项共计35项。

信科移动表示，公司当前的一个重大历史使命，就是全力打造信息通信领域的“大国重器”，抓紧突破以5G为代表的的核心关键技术，将发展的主动权牢牢掌握在自己手中。

市场地位持续提升，中标份额超越爱立信、诺基亚

10多年来，全球电信设备制造商从10多家经历不断的整合重组，已经形成“3+3”的整体格局，即华为、中兴、信科移动、诺基亚、爱立信、三星。这六家企业总体上都是技术能力强、综合解决方案能力全面的公司。

移动通信（系统设备领域）具有极高的行业壁垒，除了需要百亿级的持续高强度资金投入外，还得经过历代移动通信技术传承积累，不能半路出家。这也导致了目前具备系统设备及解决方案提供能力的高科技企业屈指可数，信科移动就是其中之一，并

与华为、中兴通讯、诺基亚、爱立信等企业同台竞技。

作为移动通信产业界唯一将TDD技术作为主技术发展路径的厂家，信科移动在3/4G时代TDD和多天线技术上有着深厚的积累。尤其是进入5G时代，TDD的技术优势逐渐凸显，成为5G主流技术路线选择，并与FDD技术均归入统一的5G技术标准内。目前，信科移动已经形成“TDD+FDD”一体的高、中、低频融合解决方案，从产品开发、组网和应用技术水平的成熟度都已得到了现网的充分验证。在未来的5G建设中，可以预期公司将提供更加完善、竞争力持续提升的“TDD+FDD”一体化解决方案，市场份额将不断扩大，收入规模将持续提升。

如今，信科移动拥有具备自主知识产权的4/5G产品和服务，是国内能够同时独立研发生产移动通信接入网全系列并提供相关移动通信技术服务的企业之一，为国产移动通信领域的代表性企业，产品性能与华为、中兴通讯处于同一水平，并超越部分外企。

2020年我国5G全面商用以来，信科移动已中标我国四大通信运营商的历次无线主设备招标，且份额持续上升，在最近一期招标中，综合市场份额超越外企爱立信和诺基亚，排名第三，充分反映出公司5G技术已处于国际领先水平。

我国5G无线主设备集中采购数据显示，2021年，信科移动中标的基站数为25049个，中标份额为3.47%，超越诺基亚的2.66%和爱立信的2.39%，位居行业第三。

此外，信科移动在国内天馈和室分市场处于行业前列。其中，天馈产品近三年累计集中采购招标份额保持行业前三，同时该公司还为东欧、泰国、菲律宾等多个国家和地区的电信服

务运营商提供天馈产品及技术方案，产品成功打进海外市场。根据2021年9月中国国际信息通信展（PT展）发布的2021年“5G实力榜”，信科移动在“天线企业十强榜”排名第二。

在室分设备方面，信科移动将直放站技术引入移动通信室内覆盖领域，在业界较早提出了移动通信室内覆盖的概念，在支持频段、增益和功耗水平指标上优于竞争对手。据统计测算，2018—2019年通信运营商共组织四次针对室分设备的“集团集采”，只有信科移动与京信通信均在该等集中采购项目中中标，综合市场份额排名持续处于业内前列。

与4G及以前的通信技术相比，5G移动通信最大的特点在于下游应用场景不再局限于消费类场景，而是与物联网技术深度融合，将应用领域延伸到各个行业，与实体经济深度融合。

依托自主可控技术，信科移动厚积薄发，积极探索5G+行业应用，凝聚产业生态新力量，助力经济社会数字化转型。其中，信科移动在矿山、能源、轨道交通、无线通信测试仪器仪表等行业专网领域具备突出的市场地位。

目前，信科移动参与了行业专网宽带集群BTrunC系统、城市轨道交通车地综合通信LTE-M系统等标准的制定，LTE-M车地无线系统市占率达15%；矿山、能源专网市场位列第一梯队，产品在全国20多家油气企业以及近200家煤矿企业广泛应用，市占率达40%；5G+海上智能平台成功应用企业超20家。

此外，作为业内少数几家国产移动通信仪器仪表厂商，信科移动于2009年成功推出业内领先的TD-SCDMA终端协议一致性测试仪表，实现了国内移动通信高端测试仪表零的突破，并成功进入国际市场。

（文/华秋）

郑州探索房企纾困新路径

时代周报记者 赵佳琪 发自北京

盘活问题楼盘，推进“保交楼”，政府层面开始行动了。

7月28日，中共中央政治局召开会议，分析研究当前经济形势，部署下半年经济工作，审议《关于十九届中央第九轮巡视情况的综合报告》。

关于房地产方面，会议提到，要稳定房地产市场，坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，因城施策用足用好政策工具箱，支持刚性和改善性住房需求，压实地方政府责任，保交楼、稳民生。要保持金融市场总体稳定，妥善化解一些地方村镇银行风险，严厉打击金融犯罪，要压实安全生产责任。

“此次政策明确了压实地方政府责任，保交楼、稳民生。事实上，保交楼是下半年一项重要的工作，而且也是地方政府需要努力抓的工作。”易居研究院智库中心研究总监严跃进向时代周报记者说道。

郑州已率先开始

事实上，在中共中央政治局召开会议前，郑州市已有所行动。

7月26日，一张标注着郑州市住房保障和房地产局7月20日发布的文件截图在网络流传，文件名为《关于我市头部房企自愿退出项目情况的汇报》。文件显示，郑州市房管局召开会议，汇报“头部房企自愿退出项目情况”，针对一些重点企业的项目，给予棚改统贷统还等退出方式。

同时，时代周报记者获取一份名为《郑州市房地产良性循环发展相关模式和建议》的文件（以下简称：《建议》），《建议》显示，为稳住经济大盘，激活有效需求，实现全市房地产良性健康发展，仍需调动国企、央企及各类金融机构资源，通过公寓房收购为人才房、统贷统还、兼并收购，破产重组等方式，区分问题项目和问题企业，落实“保交房”，维护房地产市场稳定及维护购房者权益。

时代周报记者向上述部分参会房企确认该消息的准确性，某房企相关人士告诉记者，事实上，6月下旬，郑州市政府就已经会同房企召开了一次会议，其目的主要摸底在郑房企目前项目停工、交付、资金等情况。而上述文件中提到的会议则是于近期召开，据他所知，并无房企参与，而是仅限于政府层面召开的一次内部会议。

在“保交楼”这一关键问题上，



郑州迈出了重要一步。

在诸葛找房数据研究中心分析师关荣雪看来，郑州存在的一个现象，即郑州主城区的安置房建设普遍是开发商为主体，而房企一旦出现资金流问题，项目开发建设、居民安置等问题受阻，因此为避免库存积压及民生问题进一步发展，郑州迅速发力以化解风险。

据悉，除上述提到的棚改统贷统还这一方式之外，还涉及其他三种方式，分别为收并购、破产重组、保障房租赁。

其中，“棚改统贷统还”模式由政府平台公司接收，后期政府主导；资产大于负债的，可选择“收并购”模式，由政府组织国央企、金融机构对接，解决企业现金流问题；资不抵债的，可采用“破产重组”模式，由政府组织破产重组，以保证项目交付；销售不畅、建设资金困难的，可选择“保障性租赁住房”模式，由政府组织专项建设贷款。

“现在还正在摸底各家房企所面临的困难，提出了几个解决措施，后续还要继续向上汇报和调整，目前还没有形成决策。”某知情人士向时代周报记者透露。

在上述消息流出后，房企从业人员也展现了不一样的态度。

“郑州人口基数较大，房价均价虽然长期处于横盘状态，但市场销售情况还可以，但从去年开始，暴雨、疫情等各种因素叠加，郑州的楼市基本面较差。”上述郑州某房企相关人士认为，如果目前各个房企的困境以市场化的手段去化解，基本上不太现实，“所以政府介入，不失为一个好办法。”

但也有房企从业人员认为，虽然从态度方面来看，政府很积极地提出解决措施，但目前方案尚处在初级阶

段，具体解决措施何时落地、通过何种形式落地、落地之后对企业又会产生怎样的效果，可能还需要通过时间来验证。

与纾困基金相配合

“据我所知，本次内部会议是为了配合纾困基金在进行商讨。”上述某房企相关人士向时代周报记者透露会议信息。

据河南资产管理有限公司官网消息，7月19日，郑州地产集团有限公司和河南资产联合设立郑州市地产纾困基金，通过资产处置、资源整合、重组顾问等方式，参与问题楼盘盘活、困难房企救助等解围纾困工作。

“纾困基金的规模在200亿~300亿元。”某知情人士对时代周报记者表示，纾困基金对于当前郑州房企停工项目，或有着极其重要的意义。尤其是对于棚改统贷统还模式、保障性租赁住房模式的实操性相对更为可行。

《建议》显示，之前在郑州市城市化高速推进时期，主城区普遍采用安开比建设模式，即由开发商作为安置房建设主体，同时给予合理面积的商业开发模式。

“政府会以极低的价格对安置房进行回购，但这个价格覆盖不了拆迁和安置成本，所以政府会给开发商指定几个商业地块，以底价的方式拍给开发商，开发商以这些商业地块的利润来覆盖成本赚取利润。”上述房企相关人士向时代周报记者解释道。

“这样就会出现一个问题：有些开发商的商品房卖完了，但是因资金不足，安置房会出现烂尾情况，而同时安置房会被政府回购，所以安置房会有一部分的残值存在。这种情况下，开发商为了保障交付，就去引入外面的投资基金，但投资基金的年化利率

大概率在10%~15%之间，资金成本较高，同时安置房的收益却不会这么高。而纾困基金的年化利率可能只有3%~5%，这样可以既保证安置，也不会造成国有资产减值甚至流失。”该房企相关人士说道。

但该房企相关人士也提到，有一些项目本身存在重复抵押、交叉担保等情况，这些项目处理起来难度相对较高。

此外，该房企相关人士认为，保障性租赁住房也是当下解决房企难题的可行办法，“有一些烂尾项目的债务、资产情况较为明晰，只要注入少部分资金就可以启动”。

诸葛找房数据研究中心分析师关荣雪向时代周报记者表示，郑州此举充分结合房企的经营情况精准化解风险，对于棚改建设、销售不畅以及资产大于负债情况的，地方政策将积极发挥助力角色，承接项目开发、建设等方面的资金支持，保障项目顺利交付；对于资不抵债情况，可采用“破产重组”模式，由政府组织破产重组，此举中地方政府发挥着指导者的角色。

关荣雪认为，整体来看，该项计划帮助在郑头部优质房企解决当下遇到的困难，对于企业和业主来说，都是解决目前暂时困局保证交付的良好契机，而且率先化解头部企业，也有助于带动整体市场情绪的恢复。

同时，亿翰智库也表示，地方政府将和房企、金融机构紧密合作，推动复产复工的有序进行。从另一个角度来看，这也在一定程度上明确了地方政府在“保交楼”上的主体地位。

亿翰智库认为，考虑到“保交楼”所需资金规模巨大，亦不排除中央政府和金融部门会在后续介入，助力“保交楼”“保民生”目标的顺利实现。■

300
亿元

◀

增立商业与代建平台 旭辉控股组织架构大调整

时代周报记者 忻奇琪 发自上海

一场组织架构大变动显示出旭辉控股（00884.HK）的战略野心。

7月27日，时代周报记者获悉，旭辉控股迎来重要组织架构调整，将设立四大平台：地产开发平台、商业平台、代建平台和职能平台。

与此同时，原东南区域集团总裁、47岁汝海林升任旭辉控股执行总裁，主持地产开发平台的日常经营管理工作。旭辉控股执行董事、CEO林峰则主抓职能平台，兼任旭辉商业总裁；代建平台则将由旭辉控股执行董事陈东彪负责。

“代建平台及商业平台的成立，有利于旭辉更好地发展这两个专业领域的的能力。轻重结合是旭辉‘三五战略’的重要规划，也是符合行业新形势、新周期的发展模式。”7月27日，一位旭辉集团品牌人士在回复时代周报记者采访时表示。

11年老旭辉人晋升

相比于其他房企“空降”经理人的做法，旭辉一直关注人才的内部培养，而此次汝海林的升任是旭辉人才

内部成长又一案例。

汝海林毕业于上海同济大学，自2011年加入旭辉，11年来一直奋斗在经营的第一线，从项目总起步，后于2013年赴任杭州。

2019年，汝海林主管的浙江区域为旭辉销售额贡献超300亿元。次年6月，旭辉集团宣布合并原浙江区域集团和福建公司，成立东南区域集团，汝海林出任东南区域集团总裁。

7月27日，前旭辉员工林明（化名）向时代周报记者透露，在汝海林的带领下，在东南区域集团成立之年（2020年），该区域获得“旭辉集团铁军”的最高荣誉。

财报数据显示，2021年，旭辉实现合同销售金额2472.5亿元，按年增长7%，年度销售回款2403亿元，同比增长20%，签约回款率超95%。其中，旭辉东南区域集团销售、回款双双突破500亿元，成为旭辉体系内最大的区域集团。

据时代周报记者多方了解，目前旭辉高管的内部成长率已超过70%，管理岗位的内部成长率更超过了90%。今年旭辉没有弃招任何一个校招招生，入职近700名管培生，使他们在地产开发、地产营销、物业管理、商业

管理等各个通道上发展。

旭辉表示，“三五战略”期间，旭辉要大力推动干部年轻化，并让老将在合适的岗位上发挥把舵作用。未来，旭辉的集团干部要以“70后”为主，区域的经营主管以“80后”为主，一线的项目总以“90后”为主。

旭辉建管重要性提升

在此次新设立的四大平台中，商业平台与代建平台的地位，在旭辉内部得到了显著提升。

据旭辉方面介绍，林峰未来将在统领地产开发业务的同时，把更多精力分配于旭辉控股的多元化发展。

“一方面，他将亲自主抓职能平台，以职能平台赋能多元化业务发展；另一方面，林峰将兼任旭辉商业总裁，并统管各房地产+业务，促进旭辉多元化业务发展，提升旭辉的城市综合运营服务能力。”旭辉回应称。

不仅如此，此轮行业调整为代建业务的发展营造了空间，旭辉将从战略高度重视代建业务。

此次架构调整后，旭辉控股执行董事陈东彪将出任旭辉建管的专职董事长，充分发挥其地产行业30多年的从业经验，助力代建业务的成长。就

在4个月前2022年旭辉控股业绩会上，陈东彪曾提到：“相信旭辉在未来几年能够成为代建行业的重要一员。”

7月5日，旭辉控股集团执行董事及控股股东林中在朋友圈表示：“旭辉建管蓬勃发展，2022年上半年新获取29个项目，加速拓展代建版图，获得多方认可。”“旭辉在代建这块，其实早在2020年就已经开始布局，只是当时没有正式对外宣布，早期是由西北事业部陈睿麒来负责，后来直接由执行董事陈东彪负责，并相继引入了部分来自绿城管理的职业经理人，以商业代建为主要切入点来发展。”林明透露。

7月28日，亿翰智库研究总监于小雨接受时代周报记者采访时指出，目前代建在增量市场和存量市场都有比较充足的发展空间，且代建这个领域的竞争格局还没有形成。“企业、消费者和政府等各方，对旭辉都比较信任。另外，代建的门槛不高，现在房企都有这个能力做，尤其是现在的市场环境下，房企拿地的意愿低，但相关的团队还在。”于小雨表示。

对于房企代建行业的竞争趋势，于小雨认为，在房企提升资源占比后，预计接下来代建行业的竞争将更加激烈，走向白热化竞争。■

2472.5
亿元

▶

“深圳客”陆续进场 东莞楼市现回暖信号

时代周报记者 梁争誉 发自深圳

“不管虎门长安，还是塘厦凤岗，只要有钱，就能买。没钱，开发商还给你时间让你筹钱。”陈光洁向时代周报记者表示。

陈光洁是樟木头乐有家的一名经纪人，有8年从业经历。7月4日东莞28个镇取消限购以来，他重新开始忙碌起来，“我认识的就有四五个同行，又回来做中介了”。不只是周末连轴转，工作日也有不少客户下班后从深圳赶过来，看房、下定、签约。

郑昊瑞（化名）便是其中一员。郑昊瑞来自深圳观澜，和太太都是普通上班族，IT码农+企业HR的寻常搭配，月收入在4万元左右。

“他们在深圳买房会比较吃力，只能勉强买个小户型，家里三代同堂，所以就考虑来东莞买房。”陈光洁说。

7月19日，一个工作日的晚上，郑昊瑞找到陈光洁，在樟木头保利一开盘，买了一套约115平方米4房。40分钟通勤，足够多的房间，负担得起的首付和月供，促使郑昊瑞最终安家东莞。交房后，他计划把父母、孩子都接过来，有了东莞的房子，既解决了孩子的上学问题，又方便照顾父母。安家东莞，对郑昊瑞来说，意味着更加自在的生活。

当天看房当天买，郑昊瑞是一个省心又果断的客户。陈光洁说：“他事先做了一些功课，我们带着实地对比了两个盘就下定了。”

这是东莞放松限购后，深圳客赴莞买房的一个缩影。

中原地产研究院执行院长车德锐向时代周报记者表示，此番赴莞买房的深圳客有两个明显特征。一是冲着两成首付来“上车”的刚需，在凤岗比较明显，塘厦也有回流的迹象；二是少数投资客，在二级市场淘笋盘，把价格压得特别低才会出手。

来自乐有家研究中心的数据显示，2020年，仅是在莞购买二手房的深圳客比例就高达22.9%。据中原地产研究院统计，东莞限购前，在临深买房的深圳客，占比曾高达九成。

随后，为遏制房价过快上涨势头，东莞主管部门在2020年7月至2021年8月期间，连续出台调控政策，

围堵外地客户在莞炒房。

今年以来，东莞主管部门再次密集发布调控政策，力度最大的莫过于“7·4新政”——28个镇取消限购，首套房首付降至两成。

新房市场回暖

“最旺的一天，一个3人的小团队一天能带着9批客户，从早上看到晚上10点多。”陈光洁告诉时代周报记者，最晚的一天，夜里12点还有客户买房，“客户下班吃完饭，从深圳过来已经八九点了，再谈谈价格，将近12点才签合同。”

首先吸引深圳客的，是两地的房价差距。“在深圳买不起房，来到我们这里就是很高端的客户了。”陈光洁说，手头有四五十万元、能还得起七八千元月供的深圳客，来到东莞都是优质客户。

中原地产研究院表示，虽然东莞临深和深圳临莞两地部分项目价差并不大，但东莞的两成首付大大拉开了两地的首付差，给深圳刚需送去购房机会。据其监测，一线临深的黄江、凤岗、塘厦，“7·4新政”后三周深圳客的来访、认购占比双升，不少项目深圳客来访占比上升超10个百分点。

靠近深圳西部的虎门，受益于广深港高铁、穗莞深城轨，也是深圳客北上的目的地。

从深圳北站出发，乘坐和谐号17分钟即可到达东莞虎门站。虎门站旁的保利·时区，是最快招揽深圳客的新盘之一。“7·4新政”落地的第一个周末，保利·时区即打出“欢迎深圳保利业主团购，首期20万元起”的宣传语，红色的欢迎海报在售楼处随处可见。

保利·时区一名置业顾问告诉时代周报记者，限购放开首周（7月4—10日），项目卖了60多套房，“周一到周五可以卖10套，周末两天差不多卖50套，我手上成交的客户就有五六个人是深圳的。”

7月14日11时许，时代周报记者在展示中心看到，洽谈区有两三批购房者签约，沙盘区也有数批客户参观。

同在虎门的新盘万科卓越珑远·未来之光，深圳客的占比也有提升。该项目一名置业顾问向时代周报记者表示，放松限购前深圳客很少，“现在



东莞主管部门再次密集发布调控政策“7·4新政”——28个镇取消限购，首套房首付降至两成。

整体占比有一两成，我们主推的14栋，深圳客户占比去到30%～40%。”

“出手果断”，是一线营销人员对深圳客的共同看法。据中原地产研究院监测，“7·4新政”后首周，东莞新盘来访转化率为9.8%，环比上升3.6个百分点。

深圳客回归理性

最近十年，深圳客曾两度北上东莞买房。

一次在2015年前后。

这一年，深圳楼市正在经历新一轮黄金周期，二手房平均月成交量在1.1万套左右。8000套，是深圳业内公认的楼市牛熊分界线。1.1万套的月成交量，预示着深圳房价已进入快速上升通道。

在深圳无法被满足的需求，自然而然地外溢到东莞。那一年，东莞临深片区房价在1.1万元/米²左右，只是深圳的1/3。

在深圳做手机批发生意的刘立鸣（化名）就是北上的一员。眼睁睁地看着临深的凤岗、塘厦房价从1月的1.1万元/米²涨到1.3万元/米²，地段稍微好一点的楼盘甚至卖断货，刘立鸣当即在塘厦购入一套新房。这一年，东莞卖掉近1000万平方米新房，同比增长76%。

另一次，在2018年前后。

“别让华为跑了”的论调传播两年，华为还是跑了。2018年7月，约1500辆车把近2700名华为员工，从深

圳坂田送到东莞松山湖溪流背坡村打卡上班；8月，松山湖警队冒雨护航，再次将超5400位年轻人送抵松山湖。

华为搬到松山湖，波澜乍起。搬迁的大巴车刚到松山湖，业主闻声涨价，稍微顺眼的房子，单价就能冲破3万元/米²。距离华为越近，房价越贵。

深圳的地产从业者张俐（化名）看到了机会。当年年底，她在松山湖隔壁的大岭山镇购入一套新房。“怎么说也算挨着华为，楼盘名字好歹也有‘松湖’两个字。”张俐说。

现在，刘立鸣已经以2.5万元/米²的价格抛掉了塘厦的房子，“解脱了。”张俐的房子涨了100万元，但有价无市，“卖不掉，只是纸面富贵。”

和前两轮相比，“7·4新政”后的赴莞买房潮，更显理性。

和虎门一新盘有业务合作的一商业银行房贷经理孙沁（化名）告诉时代周报记者，的确有深圳客来莞买房，但肯定没有销售说的那么多，而且以投资为主，“深莞目前还不具备日常通勤条件，每天坐高铁上下班一个月交通费都得几千元。”

合富研究院指出，新政短期冲高效果明显。据其监测，“7·4新政”发布后首周（7月4—10日），东莞一手住宅成交890套，环比大涨86%，创年内新高；第三周（7月18—24日），一手住宅成交760套，环比下跌12%，连续两周高位回落，售楼处来访量环比下跌20%，案场人气基本回归新政前水平。

相比抱深圳客大腿，东莞不少开发商已经发现，“松山湖”的招牌更管用。

寮步新盘金地保利·领峰，备案名为“松湖领峰花园”，瞄准松山湖的上班族。“我们项目区位很优越，左边是城区CBD，右边是松山湖CBD，能够承接双CBD利好。门口是松山湖大道，开车到松湖北站只要10分钟。”一名置业顾问如是介绍项目区位。

对于下半年的市场走势，车德锐持谨慎乐观态度。

“在东莞楼市利好政策频出的背景下，市场回暖表现趋于明显，有望迎来一个稳步回升的新楼市周期。”车德锐续称。■

22.9

%



消费者报道

CHINA
CONSUMER
REPORTS

