为了见证 | 为了建设

THE TIME WEEKLY

2022年10月25日–10月31日 农历十月初一–十月初七
第712期 共24版 | 南方出版传媒股份有限公司主管

时代周报

政经 TOP NEWS | 财经 FORTUNE | 产经 INDUSTRY

周要闻

海关总署：前9月进出口增速9.9%

据海关统计，今年前三季度，我国进出口总值31.11万亿元人民币，比去年同期增长9.9%。其中，出口17.67万亿元，增长13.8%；进口13.44万亿元，增长5.2%；贸易顺差4.23万亿元，扩大53.7%。其中，9月份进出口总值3.81万亿元，增长8.3%。

9月一线城市新房价格环比转降

国家统计局数据显示，9月份，70个大中城市中商品住宅销售价格下降城市个数增加，各线城市商品住宅销售价格环比下降或持平，一线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格同比涨幅一落一升、二三线城市降幅扩大。

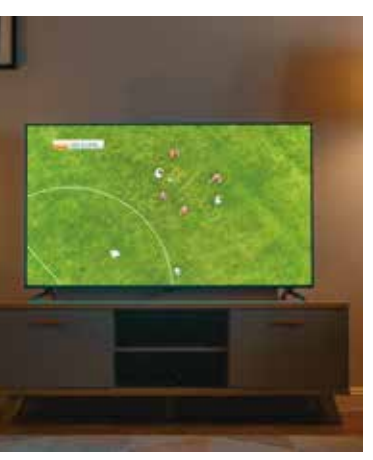
国内成品油价再上调 加满一箱油多花7.5元

据国家发改委消息，自2022年10月24日24时起，国内汽、柴油价格（标准品，下同）每吨分别上调185元和175元。折合升价，92号汽油、95号汽油、0号柴油每升分别上调0.15元、0.15元、0.15元。本轮调价后，消费者加满一箱50升容量的油箱将比之前多花7.5元。

周数据

前三季度居民收入增速“跑赢”GDP

国家统计局10月24日数据显示，按不变价格计算，前三季度GDP同比增长3.0%；而同期全国居民人均可支配收入扣除价格因素，同比实际增长3.2%。具体来看，前三季度，全国居民人均可支配收入27650元，比去年同期名义增长5.3%；扣除价格因素，同比实际增长3.2%。



电视卖出“白菜价”

详见P19

14城冲刺千万人口

详见P5

三季度GDP增3.9%

时代周报记者 **王晨婷** 发自上海

10月24日，中国三季度经济数据出炉。

据国家统计局初步核算，三季度国内生产总值增长3.9%，略高于市场预期。前三季度，国内生产总值870269亿元，按不变价格计算，同比增长3.0%，比上半年加快0.5个百分点。

随着稳经济一揽子政策持续落地，中国经济正恢复向好。据国家统计局分析，三季度经济明显好于二季度，生产需求持续改善，就业、物价总体稳定，民生保障有力有效，总体运行在合理区间。

国家统计局国民经济核算司司长赵同录分析称：“三大需求持续回升，恢复发展后劲增强。”时代周报记者注意到，前三季度，消费、投资、出口对经济增长的贡献率分别为41.3%、26.7%、32%。对比去年65.4%、13.7%、20.9%的经济增长贡献率有明显区别。

“净出口对GDP的贡献提升，体现了我国外贸较强的发展韧性。值得关注的是，进口的增长也对经济增长有促进作用，如更多消费品的进口，对于促进消费、改善人民生活也很有意义，同时也将推动要素市场的全球资源配置。”商务部国际贸易经济合作研究院国际市场研究所副所长白明告诉时代周报记者。

白明表示，今年投资对于经济增长的拉动值有所增长，投资结构也有进一步优化，避免了过度的无效投资，而是明确投资最终目的在于满足人民的消费需求。

基础设施投资持续发力

进入“金九银十”传统旺季，基础设施建设加快推进，一批重大项目正抓紧形成实物工作量。

前三季度，全国固定资产投资（不含农户）同比增长5.9%，增速比1—8月份加快0.1个百分点，连续两个月小幅回升。

其中，制造业投资稳中有升，同比增长10.1%，增速比1—8月份加快0.1个百分点。电气机械和器材制造业投资增长最快，达39.5%，酒、饮料和精制茶制造业投资增长34.5%。

基础设施投资则持续发力。前三季度，基础设施投资同比增长8.6%，增速比1—8月份加快0.3个百分点，已实现连续5个月回升。其中，水利管理业投资增长15.5%，公共设施管理业投资增长12.8%，信息传输业投资增长12.2%。

基建投资是当前稳定经济大盘的重要抓手。中原银行首席经济学家王军告诉时代周报记者：“今年稳增长的主要拉动力量，是在稳经济一揽子政策及接续政策支持下的基础设施建设投资，后续依然会如此。投资结构的变化也印证了这一点：制造业投资基本稳定，房地产投资成为拖累因素。因此，依靠基建投资来进行对冲，稳定宏观经济大盘。”

下转P3

港交所酝酿上市新制度

截至2022年9月底，港交所证券市场市价总值为30.8万亿港元。制度改革之下，意味着这个超30万亿港元市场将迎来新变化。

时代周报记者 **黄嘉祥** 发自深圳

时隔四年，港交所(00388.HK)酝酿新一轮重大的上市制度改革。

10月19日，香港特区行政长官李家超在其上任后首份施政报告中表示，为维护香港国际金融中心地位，港交所拟修改主板上市规则，吸引无盈利、无收入科技公司上市，预计明年可施行。

同一天，港交所刊发咨询文件，建议扩大香港现有的上市制度，允许特专科技公司来港上市，并就此征询公众意见。根据咨询文件，新规则将适用于新一代信息技术、先进硬件、先进材料、新能源及节能环保、新食品及农业技术五大特专科技行业的公司。

截至2022年9月底，港交所证券市场市价总值为30.8万亿港元。制度改革之下，意味着这个超30万亿港元市场将迎来新变化。

自2018年港交所推行25年最大变革以来，掀起了一轮生物科技公司赴港IPO热潮，中概股亦纷纷回流香港二次上市，香港市场公司愈趋多元化，港交所IPO集资额也连续两年登顶全球。但自2020年以来，港交所IPO募资额排名逐渐落后，今年上半年已跌出全球前五，业绩也出现下滑，今年首三季股东应占溢利较去年同期下跌28%；再加上港股特专科技行业公司数目较少，港交所改革势在必行。

“连接资本与机遇是港交所的核心战略，为此我们致力进一步提升香港作为全球创新产业公司首选上市地点的地位。新建议将增加香港上市公司种类，让更多不同类型的公司可进入这个具备深度和流动性的国际市场，同时也为投资者带来更多选择。”港交所行政总裁欧冠升表示。

欧冠升说，正如《上市规则》增设生物科技章节后造就了香港的医疗保健融资生态圈，港交所预期这次增设特专科技的新规定后，将有助于推动区内以至其他地方在这五个前沿行业的人才和投资金额增长。

上市制度改革平衡术

市场翘首以盼的特专科技公司上市新规终于要来了。

港交所在咨询文件中称，特专科技公司目前在香港上市会面对不少困难，因为这些公司大多未能达到主板资格测试的盈利、收益或现金流量要求。特专科技公司因其性质使然，往往会造成某些监管上的问题，包括估值难有共识、缺乏主管部门制度、未能成功商业化、依靠外来资金维持营运等。

下转P9

政经 · TOP NEWS

3 高铁月票“上新”：覆盖线路近40条
4 上海都市圈：推动新能源转型
5 一根纱线 织出滨州千亿产业
7 苏纳克成为英国最年轻首相 “专业对口”的他能否挽回败局？

财经 · FORTUNE

10 2家万亿金融巨头牵手 第五家中外合资理财公司面市
12 ETF赛道持续扩容 年内发行117只新品
13 冬虫夏草价格超黄金 有商家销售“仿野生”
14 车企逃离欧洲 宝马电动MINI要国产了？

产经 · INDUSTRY

17 投出新消费半壁江山 “VC第一股”如何炼成？
20 靠6500名骑手送外卖 达美乐中国IPO再冲刺
22 前三季度净赚81亿 长城汽车豪掷千万下场造芯片
23 首套房贷利率下行 银行平均26天放款

编辑／梁励 版式／陈溪清
图编／黄亮 校对／宋正大

国内统一刊号／CN44 - 0139
邮发代号／45 - 28
广东时代传媒集团有限公司 主办

6 946957 200015 >
零售价／RMB 3.00 HKD 10.00

扫一扫关注
时代周报官方微信

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

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

地址／广东省广州市珠江新城华利路19号远洋明珠大厦4楼

新征程 再出发

为全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴而团结奋斗

广大干部群众认真学习贯彻党的二十大精神

人民日报（10月24日04版） 走过百年奋斗历程，又踏上新的赶考之路。10月22日上午，中国共产党第二十次全国代表大会胜利闭幕。大会提出，从现在起，中国共产党的中心任务就是团结带领全国各族人民全面建成社会主义现代化强国、实现第二个百年奋斗目标，以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。

认真学习贯彻党的二十大精神，广大干部群众纷纷表示，坚决维护习近平同志党中央的核心、全党的核心地位，全面贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，弘扬伟大建党精神，自信自强、守正创新，踔厉奋发、勇毅前行，为全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴而团结奋斗，在新的赶考之路上向历史和人民交出新的优异答卷。

坚定历史自信，增强历史主动

习近平总书记在党的二十大闭幕会上的重要讲话中指出，全党要紧密团结在党中央周围，高举中国特色社会主义伟大旗帜，坚定历史自信，增强历史主动，敢于斗争、敢于胜利，埋头苦干、锐意进取，团结带领全国各族人民为实现党的二十大确定的目标任务而奋斗。

“拥有马克思主义科学理论指导是我们党坚定信仰信念、把握历史主动的根本所在。”湖南省花垣县十八洞村驻村第一书记、乡村振兴工作队队长田晓说，“在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，完成脱贫攻坚、全面建成小康社会的历史任务，实现第一个百年奋斗目标，这是中国共产党和中国人民团结奋斗赢得的历史性胜利。新征程上，我们将埋头苦干、锐意进取，全面推进乡村振兴，加快实现农业农村现代化。”

“前进道路上，坚持中国特色社会主义道路是必须牢牢把握的一项重大原则。我们比以往任何时候都深感责任重大。”这些天，全国优秀共产党员、“奋斗者”号载人潜水器总设计师叶聪在外出差，稍有空闲就跟技术团队连线，探讨新一代潜水器研制工作。“作为一名科技工作者，我们要树立创新自信，紧抓创新机遇，加快实现高水平科技自立自强。”

在吉林省长春市，中国一汽红旗繁荣工厂目前已投产红旗E—QM5和全新红旗H5两款车型，预计今年底前还将有3款新产品实现量产。“过去4年间，红旗品牌销量增长63倍，靠的就是技术自立自强。”中国一汽红旗繁荣工厂党委副书记、副厂长孙飞说，“我们将深入学习贯彻党的二十大精神，不断加强技术攻关，为我国汽车制造业高质量发展作出更大贡献。”

在甘肃省古浪县八步沙林场，第三代治沙人郭玺扛起水管、拧开阀门，汩汩水流浇灌沙生林木。“党的二十大报告提出，推动绿色发展，促进人与自然和谐共生。”郭玺说，“我们将深入学习贯彻习近平生态文明思想，传承祖辈父辈们困难面前不低头、敢把沙漠变绿洲的进取精神，继续苦干实干，开发造林技术，守好绿色长城。”

华中科技大学常务副校长、附属同济医院党委书记王伟一早便召集同事，讨论优化国家重大公共卫生事件医学中心的业务流程。“我们要努力把国家重大公共卫生事件医学中心打造成中国特色、世界一流的医学中心，在疾病预防控制和重大疫情防控救治等领域作出新的贡献。”王伟表示。

团结就是力量，团结才能胜利

习近平总书记在党的二十大报告中强调，团结就是力量，团结才能胜利。全面建设社会主义现代化国家，必须充分发挥亿万人民的创造伟力。

“团结就是力量。这力量是铁，这力量是钢，比铁还硬，比钢还强……”一大早，河北省平山县西柏坡镇北庄村村委会大院传出熟悉的旋律。这些天，北庄村党支部组织党员和群众代表集中学习党的二十大报告，集思广益谋划乡村振兴。“前几年，干部群众拧成一股绳，村里重点发展红色旅游、精品民宿等，村子面貌发生很大变化。”村党支部书记封红卷说，“我们要在党的二十大精神指引下，把乡亲们更好团结起来、凝聚起来，心往一处想、劲往一处使，让日子过得越来越红火。”

“我们小院居民有汉族、维吾尔族、哈萨克族、回族、塔塔尔族等，大家相亲相爱，就像一家人。”在新疆维吾尔自治区乌鲁木齐市天山区固原巷社区，居民阿布来提·吐尔逊连连夸赞社区邻里间的融洽氛围。“多年来，社区把民族团结作为最大的群众工作，积极营造各民族共居共学共事共乐的良好氛围。”固原巷社区党总支书记阿孜古丽·克里木说，“我们将认真学习贯彻党的二十大精神，结合社区工作实际，坚持以铸牢中华民族共同体意识为主线，不断巩固各民族大团结。”

成排的楼房宽敞明亮，一路上鸟语花香。福建省漳州市龙海区双第华侨农场里，印尼归侨钟来安的家就在路旁，电视里正播放着党的二十大胜利闭幕的新闻。“听了二十大报告，我第一时间给还在印尼的侄儿拨通视频电话，让他看看家乡的新变化。”钟来安说，在中国共产党的领导下，双第华侨农场从偏远落后的农村发展成了远近闻名的旅游景点。“报告里说‘动员全体中华儿女围绕实现中华民族伟大复兴中国梦一起来想、一起来干’，我愿用自己的亲身经历、亲眼所见讲好中国故事。”

窗明几净，饭香扑鼻，山东省沂水县委书记陈士贤正在解家官庄村调研党支部领办暖心食堂建设情况。“党的二十大报告提出，中国共产党领导人民打江山、守江山，守的是人民的心。”陈士贤说，“水乳交融、生死与共的沂蒙精神，对我们如今开展党的建设仍然具有十分重要的启示作用。我们要认真学习贯彻党的二十大精神，发扬光大沂蒙精神，采取更多惠民生、暖民心举措，用心用情用力服务群众。”

“中国式现代化是全体人民共同富裕的现代化。”江苏省江阴市华西村党委书记吴协恩说，“我们将在党的二十大精神指引下，携起手来扎实推进共同富裕，让更多群众过上更加幸福的日子。”

确保党永远不变质、不变色、不变味

习近平总书记在参加党的二十大广西代表团讨论时的重要讲话中指出，全面从严治党永远在路上，党的自我革命永远在路上，我们要持之以恒推进党的自我革命，确保党永远不变质、不变色、不变味，使党始终成为中国特色社会主义事业的坚强领导核心。

在中国延安干部学院，新成立的4个课题组成员正在认真研读党的二十大报告。“报告提出，全面加强党的思想建设，加强理想信念教育，引导全党牢记党的宗旨，自觉做共产主义远大理想和中国特色社会主义共同理想的坚定信仰者和忠实实践者。”学院教学科研部副主任王东仓说，持之以恒推进全面从严治党，必须始终拧紧理想信念的“总开关”，教育引导党员干部保持共产党人政治本色、挺起共产党人精神脊梁。

“新的赶考路上，全面从严治党永远在路上。纪检监察工作要牢记民心是最大的政治，让群众感受到正风肃纪反腐就在身边。”安徽省合肥市庐阳区纪委常委、第二纪检监察协作区主任方守林说，“针对与群众生活密切相关的物业管理问题，我们正在开展物业监管规范化专项监督，严肃查处不作为、慢作为、乱作为等问题。”

广东省佛山市禅城区张槎街道古灶村里，即将竣工的华创亿锋数智产业园正在进行内部装修。这是古灶村由基层党组织软弱涣散的“问题村”蝶变为乡村治理示范村的一项标志性工程。“党的二十大报告提出，坚持大抓基层的鲜明导向，把基层党组织建设成为有效实现党的领导的坚强战斗堡垒。”古灶村党委书记、村委会主任陆秀兴说，这几年，古灶村建强基层党组织战斗堡垒，解决了旧村改造中的一批难题，群众获得感、幸福感、安全感不断增强。

在广西壮族自治区巴马瑶族自治县西山乡，县委书记黄炳峰这些天正在走村入户开展调研。“党的二十大报告提出，坚决打赢反腐败斗争攻坚战持久战。”黄炳峰说，巴马瑶族自治县坚持把整治群众身边腐败和不正之风摆在突出位置，紧盯工程建设领域、民生领域、侵吞公共资产等腐败问题，近两年来共立案查处群众身边腐败问题案件100起。“我们将保持全面从严治党永远在路上的清醒坚定，坚持不敢腐、不能腐、不想腐一体推进，以零容忍态度反腐惩恶。”

不断塑造发展新动能 支撑广东经济高质量发展

党的二十大报告指出，高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。

高质量发展表现为经济增长的第一动力是创新，表现为经济增长具有区域、产业、社会等各方面的内在协调性。从国内看，突破经济发展瓶颈、解决深层次矛盾与问题要依靠创新；从国际看，抓住新工业革命带来的赶超机遇需要依靠创新。

“报告多次强调高质量发展，为我们继续坚定不移走好高质量发展之路指明了方向。”“报告对建设现代化产业体系作了具体部署，我们对未来充满动力和信心！”……连日来，党的二十大报告在广东代表、干部群众中持续引发强烈反响。

毫无疑问，作为经济大省，落实新发展理念、推动高质量发展是广东的根本出路。

在我国经济面临需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力背景下，广东要在更高起点上谋划培育更多城市发展新动能，扎实推动实体经济发展，在促进实现高质量供给和高层次需求两端同步发力，推动完成经济社会发展预期目标，实现“高位赋能”，成为带动全国高质量发展的重要增长极与动力源。

广东的新发展动能在哪里？如何走出高质量发展的“广东路径”？

必须推动制造业高质量发展，全力构建现代化产业体系。

目前广东省产业转型升级加快，新产业新动能保持较快增长。上半年数据显示，高技术制造业投资增长38.8%，先进制造业投资增长30.3%，投资均保持较高增速；广东高技术制造业增加值同比增长6.4%，先进制造业增长4.1%，增速均高于规上工业增加值。

在战略性支柱产业集群方面，广东省新一代电子信息、绿色石化、智能家电等7个战略性支柱产业集群产值迈过万亿元大关，发挥支撑广东制造业发展的“压舱石”作用。

从制造大省到智造大省转变，广东正迎来前所未有的机遇。

首先，以数字化、网络化、智能化为本质特征的第四次工业革命方兴未艾，广东的“数实融合”布局早、起点高、规模大，数字经济总量多年蝉联全国第一，已经打开了跨越式发展的“机会窗口”。对广东经济而言，数字化不仅意味着技术的变化，还带来了组织、管理等全方位的变革，有着巨大的潜力。

其次，要更加重视科技和人才的作用，努力构建全过程创新生态链。

关键核心技术要实现重大突破，关键是把我国量的优势转变成质的飞跃，以体系化的思路推进全过程创新生态链建设，提升创新整体效能。

对创新秉持体系化思路，一要持续深化基础与应用基础研究，努力将广东打造成为重要的原始创新策源地，实现更多“从0到1”的原始创新；二是加大关键核心技术攻关力度，打造关键核心技术发源地。年初广东省政府工作报告提出将深入实施新一轮省重点领域研发计划，建立“需求方出题、科技界答题”新机制，探索关键核心技术攻关新型举国体制“广东路径”，值得期待；三是要持续推进成果产业化，打造科技成果产业化最佳地。

科技进步，归根结底要为经济发展服务。构建技术育成孵化体系，促进科学家与经营者高效对接，是推动产业链创新链深度融合，打通成果转化“最后一公里”的要义。

产业兴、创新劲、动能足的广东必将挑起经济大省的大梁，为我国的高质量发展发挥应有的贡献。

（本报特约评论员 迟雨）

高铁月票“上新”：覆盖线路近40条

时代周报记者 **丁远泓** 发自广州

10月11日起，中国铁路南昌局集团有限公司正式开通南昌至武汉区间30日定期票、20次计次票新型票制产品，该产品途经昌九城际、武九客专两条线路，沿途经过南昌西、九江、黄石北、鄂州、汉口等19个车站。

这不是高铁月票的第一次开通，早在2020年12月，成都局集团公司就在成渝高铁上开启了高铁“公交化”运营新模式。

随着“四纵四横”高铁网建成，“八纵八横”高铁网加密成形，至今全国有39条线路开通计次/定期票。

这些可以通过席位预约或者直接刷有效身份证件原件两种方式进站乘车的售票方式无疑给跨城通行带来实惠和便捷。

与此同时，高铁月票已经不再局限于都市圈，而悄然覆盖了城市群甚至是四大地理区域。

事实上，除去本次推出的南昌至武汉区间，9月6日铁路方面还推出了沪昆高铁的南昌至长沙段定期票、计次票，长江中游城市群内部的联系由此更加紧密连接。

有线路实现六八折购票

公交、地铁有月票，飞机有“随心飞”，高铁作为另外一种出行方式，以“公交化”形式运营的月票也在加速普及。

目前铁路部门推出的高铁月票主要有两种形式：一种是90天有效期内可乘坐20次的计次票；一种是30天有效期内最多乘坐60次的定期票。

与各大航空公司推出的“随心飞”不同，高铁月票限制于指定的出发、到达站，也就是说，假设在最初购买时确定出发、到达站为南昌至武汉，那么之后兑换的车票也只能往返于南昌至武汉区间。

当然，铁路方面推出的南昌至武汉的高铁月票并不是只能购买这两点一线，其中沿途经过19个车站的固定组合也均可以按月票制进行购买。

这两种高铁月票的发行实质上是“以量换价”，可以让双城通勤的乘客享受更多优惠。

以最早开通的成渝高铁为例，其30天的二等座定期票价格为5852元，也就是说，如果能够达到60次的乘坐次数，平均每次乘坐只需97.5元，而普通单次购买成都东至沙坪坝复兴号列车的二等座最低价格为144元，算下来每次最多能便宜46.5元，相当于打了六八折。

另一种在90天内可以乘坐20次的高铁月票平均每次二等座的价格为136元，相比单次购买仍便宜了8元。

如果说高铁月票更适用于“双城通勤”的规定，和“随心飞”相比少了些许灵活，那么可以和普通乘客一起无差别选座但无需分次购票的出行则更有保障。

在购买高铁月票产品后，乘客可以直接在网站上提前预约席位，再通过有效身份证件进站检票乘车，列车有乘余席位时，乘客甚至可以直接进站刷证检票，自动获取席位乘车。

行程变更时，乘客还可以在开车前免费取消所预约的席位，这与普通购买退票时24小时内需收取20%的手续费相比，又省下一笔开支。

湖北省原统计局副局长、中南财经政法大学教授叶青在接受时代周报记者采访时表示，购买高铁月票可以让大家降低通勤成本，简化购票步骤，“不仅是本身票价的降低，还能省去一些订票过程中不小心添加的手续费，这种高铁‘公交化’运营的模式是能带来很多便利的”。

带动都市圈加速融合

本次新发行的南昌至武汉区间定期票、计次票新型票制产品，将途经昌九城际和武九客专，沿途经过19个车站。

其中，昌九城际穿过环鄱阳湖城市群中的主要城市南昌市、九江市。该铁路建成时使南昌到九江旅客列车运行时间由过去的90分钟缩短至40分钟左右，缓解了昌九交通走廊运输紧张状况。

武九客专则经过武汉都市圈中的主要城市武汉市、黄石市、鄂州市。该专线横向位于沪汉蓉线和沪昆线之间，纵向位于京九线和京广线间，是国家规划的“五纵五横”综合运输走廊的重要组成部分。

昌九城际在环鄱阳湖城市群中构建了一个现代化的快速客运网，武九客专为武汉都市圈早日实现9城“一小时生活圈”的目标贡献力量。这两条对于两个省份内的都市圈发展具有重要作用的铁路在九江的相连，意味着环鄱阳湖城市群和武汉都市圈在轨道上的连接更加紧密。

在叶青看来，比起机票费用的高昂和高速公路耗时的偏长，高铁是大部分双城通勤中最合适的选择，因此，高铁月票出现的根本原因是有一定的需求，同时铁路部门也能通过高铁月票巩固客源，拉动客流量增长。

而满足了南昌至武汉商务需求的同时，更加便宜的出行无疑能反过来带动武汉都市圈与环鄱阳湖都市圈的交流与来往，拉近人与人、城与城之间的距离。

叶青表示：“这种带动不仅是在两个省会城市之间点对点地出现更多人流、物流、资金流和信息流，同时还将带动沿线的中小城市发展，让这些城市更好地融入都市圈甚至是城市群之中。”

“野心”不止在都市圈

高铁月票最初从客流量巨大的成渝高铁开始，发展至今其覆盖范围已经不再是单纯的都市圈内或者连接两个都市圈，而是扩大到城市群甚至是西北地区、北方地区、南方地区以及青藏地区这四大地理区域。

除去10月份即将发行的南昌至武汉区间高铁月票，今年9月，铁路部门已经推出了沪昆高铁的南昌至长沙段高铁月票，长江中游城市群中的三个省会城市更加互联互通，从而加速推动鄂湘赣省会城市间形成2小时互达经济圈，筑牢三省合作“铁三角”。

叶青认为，高铁月票在长江中游城市群的出现是三个都市圈交通对接的需要，也是促进城市群一体化发展的必然性趋势。

在交通条件已经成熟的当下，叶青预测武汉到长沙区间的高铁月票很快会出现，届时，长江中游城市群的三个省会城市将紧密联系，周边城市也将更加融入。

事实上，目前开通的高铁月票在长江三角洲城市群、珠江三角洲城市群、京津冀城市群、关中城市群等国家级城市群中都普遍运行。

经过初步统计，在这些城市群中发行高铁月票的就有珠江三角洲的广深城际、广珠及珠玑城际，京津冀的京津城际、京张高铁、京雄高铁，关中地区的包西铁路榆西段、大西高铁大西段、西成高铁西宁段、西兰高铁、西康铁路。

不止如此，连接着京津冀、长三角两大城市群的京沪高铁推出了20次计次票；在华北、华中平原“驰骋”的京广高铁京武段一次性发行计次票和定期票两种月票；昌赣高铁的高铁月票则在今年7月延伸至深圳，实现南昌至深圳区间的高速通勤。

按照预期，后续铁路部门还将推出5日、10日定期票或者10次、30次的记次票，给乘客提供更多的选择。

在叶青看来，高铁月票的发展趋势在满足本身逐渐变高的通勤需求外，还有助于将全国的9个国家中心城市、6个国家级都市圈、19个国家级城市群都紧密联系起来，从而推动整个区域协调发展，加快国内统一大市场的建设。

“经过这些年的探索，高铁月票是一个比较好的出行方式，所以后续省会城市和各大都市圈、城市群之间可能都会采用这种方式来促进交流。”叶青说。T

19个

三季度GDP增3.9%

上接P1

5000多亿元

时代周报记者注意到，近期，政策性开发性金融工具持续落地。在3000亿元政策性开发性金融工具已落到项目的基础上，国务院要求再追加3000亿元以上额度，并可以根据实际需要扩大规模。

作为基建资金的重要来源，专项债方面，今年已新增专项债规模3.65万亿元。此外，还有5000多亿元结存专项债额度将在10月底前发行完毕。

据财政部介绍，5000多亿元专项债结存限额将重点支持交通基础设施、能源、农林水利、生态环保、社会事业、城乡冷链等物流基础设施、市政和产业园区基础设施、国家重大战略项目、保障性安居工程，以及新能源项目和新型基础设施项目建设。

这意味着，政策加码持续，基建增速还将进一步攀升。财信研究院副院长伍超明亦认为，基建投资受益于资金和项目支持继续加码，四季度增速有望保持在10%以上。

消费需求延续恢复态势

随着稳经济政策效能的不断释放，投资对于经济恢复的关键作用增强。前三季度，资本形成总额对经济增长贡献率为26.7%，拉动GDP增长0.8个百分点。

拉动经济的另外两驾马车中，外贸韧性十足，净出口也实现较快增长。前三季度，货物和服务净出口对经济增长贡献率为32.0%，拉动GDP增长1.0个百分点。消费需求也总体延续恢复态势，对经济发展的基础性作用逐步巩固。前三季度，最终消费支出对经济增长贡献率为41.3%，拉动GDP增长1.2个百分点。

“从三驾马车对于GDP的贡献率来说，还是以消费作为核心。今年前三季度，消费的总贡献率较往年有所降低，也确实反映了今年消费活动在一定程度上受到影响。”北京社科院研究员王鹏告诉时代周报记者，不过，单从三季度数据来看，消费需求恢复明显。三季度最终消费支出对经济增长贡献率为52.4%，拉动GDP增长2.1个百分点。

不过，王军也提到，“三驾马车”在支持中国经济增长的韧性的同时，也显示了一定的隐忧，如消费和房地产投资明显拖累增长，基建投资可持续性会逐渐减弱，制造业投资高增长难度亦较大，外需受全球经济衰退预期影响，未来也会有较大向下波动的风险等。“因此，高质量发展需要逐步提高消费占比，从脆弱性较强的投资拉动、外需拉动，向消费驱动、创新驱动转变。”

具体从消费数据来看，前三季度，社会消费品零售总额为320305亿元，同比增长0.7%，增速比1—8月份加快0.2个百分点。其中，三季度增长3.5%，但9月2.5%的增速较8月份又有2.9个百分点的回落。

国家统计局贸易外经司司长董礼华分析指出，前三季度，疫情对消费市场产生一定影响，餐饮企业和小微商贸企业恢复程度较低，消费市场恢复基础仍需巩固。

从居民人均消费支出中，也可见消费市场的基本情况。前三季度，全国居民人均消费支出17878元，扣除价格因素，实际增长1.5%，实际增速比上半年提高0.7个百分点。其中，城镇居民人均消费支出比去年实际下降0.2%，农村居民人均消费支出实际增长4.3%。

此外，时代周报记者还注意到，农村居民收入和支出增长均快于城镇居民，而且这两年的增速差有加大迹象。

值得一提的是，绿色升级类商品销售增势良好。前三季度，新能源汽车销售呈快速上升态势。据汽车流通协会统计，前三季度新能源乘用车零售387万辆，同比增长113.2%。

今年以来，购置税减半等中央和地方促消费政策效果立竿见影，汽车月产销快速增长。9月，新能源汽车产销再创历史新高，预计四季度将继续保持较快增长。

对于四季度消费整体的走势，伍超明认为，消费增速有望延续回升势头，但私企盈利困难、居民收入改善有限犹存，消费回升高度有限，全年消费增速在1% ～ 2%。从GDP来看，内需接力，弱势企稳，预计全年GDP增长3.5%左右。

王军则对四季度乃至明年中国经济保持谨慎乐观，在他看来，弱复苏大概率仍会延续。“第三季度已经开始出现经济回升，并大概率延续至四季度，未来向好依旧可期。预计全年有望实现3% ～ 3.5%的增长。”王军告诉时代周报记者。T

上海大都市圈：推动新能源转型

时代周报记者 **王晨婷** 发自上海

酝酿数年，国内唯一以“大”命名的上海大都市圈正式落地。

9月28日，沪苏浙三地联合印发的《上海大都市圈空间协同规划》（以下简称《规划》）公开发布。这是全国首个跨区域、协商性的国土空间规划，规划范围包括上海、无锡、常州、苏州、南通、宁波、湖州、嘉兴、舟山在内的“1+8”市域行政区域。

时代周报记者注意到，相较于2016年8月发布的“上海大都市圈”最早版本，正式规划新增了湖州和常州两城。在不少都市圈选择“瘦身”的当下，以“大”命名的上海大都市圈进一步扩容，更显特别。

同处太湖沿岸，被万亿级城市包围，湖常二州为何最新加入“大家庭”？大都市圈建设背景下，“长三角新势力城市”湖州和“长三角中轴枢纽城市”常州，又将如何乘上东风？

环太湖地理优势为重点

2018年，《上海大都市圈空间协同规划编制工作方案(征求意见稿)》（以下简称《工作方案》）发布，彼时的大都市圈尚为“1+6”。在针对《工作方案》的专家及省市意见征询座谈会上，与会专家普遍认为，上海大都市圈规划的范围既要突出通勤圈等学术概念，也应当考虑区域重大的资源要素协同，同时还要兼顾当下行政管理及政策投放的确定性，以及面向未来动态调整的可能性。

《规划》中提到，基于此，经过定性定量分析，综合考虑太湖等重要生态系统协同的需求，并结合规划实施的可操作性及苏浙两省的意见，最终明确本轮上海大都市圈范围为包括上海、无锡、常州、苏州、南通、宁波、湖州、嘉兴、舟山在内的“1+8”市域行政范围。

实际上，湖州的加入在2018年就有迹可循。

当年的中国城市规划年会上透露，《上海大都市圈空间协同规划》初步拟定将覆盖“1+7”市，较最初版本新增了湖州。当时规划陆域面积为4.9万平方公里，常住人口约6500万。

2021年，湖州市GDP总值为3644.9亿元，常住人口为340.70万。在万亿级城市林立的长三角，湖州的经济总量并无明显优势。但从地理位置来看，湖州却扼守江浙之要，可谓得天独厚。

湖州，位于浙江北部，与江苏、安徽两省接壤。北濒太湖，与无锡、苏州相望。虽未与上海直接接壤，但湖州几乎处于上海、杭州、南京三市的中心位置。对于上海来说，纳湖州而入，更利于三省一市乃至长三角地区一体化发展。

再从自然地理来看，从上海一路向西，直到湖州方有山。1999年，上海长三角人类生态科技发展中心理事长陶康华教授领衔的上海地理学会专家组论证，确认湖州安吉龙王山为黄浦江源。湖州的苕溪与上海黄浦江是上下游的关系，两地共饮一江水，早有千丝万缕的联系。

历史上，丝绸故乡湖州曾为缫丝业重镇。而黄浦水系直通上海，湖州丝商将所产生丝由上海港输出，大大降低了运输成本。

沪苏湖铁路已经于2020年开工建设，预计2024年具备开通条件。届时，沪苏杭铁路将分担沪宁、沪杭通道的交通压力，湖州也有望进入上海的“半小时通勤圈”。

常州则是最后“上车”的城市。

与湖州同样处于环太湖经济区，常州经济总量却是湖州两倍以上。2021年，常州市实现地区生产总值8807.6亿元，有望冲击万亿级，是苏南经济强市，常住人口达534.96万。在上海大都市圈，可称得上是一员“猛将”。

位于上海、南京之间，常州的地理位置也十分重要。古称常州“北扼大江，东达海滨，称三江雄地，五湖腴表”。不过，近代交通方面，常州曾是江苏沿江唯一没有过江通道的地市，相比周边城市，交通区位优势不明显。

近年来，常泰长江大桥、南沿江城际铁路、苏锡常南部高速等重大交通基础设施陆续开工建设，境内也有沪宁高速、宁杭高速、沪宁铁路、京沪高铁等线路通过。根据常州市的“十四五”规划，常州将打造“长三角中轴枢纽”，与上海的联系也将更加紧密。

推动都市圈新能源转型

正式纳入上海大都市圈后，湖州和常州又将在圈内发挥怎样的独特优势？

在介绍“1+8”的范围如何确定时，《规划》中特别强调了“太湖等重要生态系统协同的需求”。湖州、常州两地也正处太湖沿岸。

时代周报记者注意到，在空间格局上，《规划》划分了环太湖区域、淀山湖战略协同区、杭州湾区域、长江口地区，以及沿海地区五大战略协同区，湖州、常州两者都处于环太湖战略协同区内。

按照规划，环太湖战略协同区的目标，在于共建人与自然和谐共处的世界级魅力湖区。生态方面，共守生态底线，以水质重回20世纪80年代为目标，共建绿色湖区。此外，还要推进环太湖科创圈建设，打造多级环湖快速通道，并保护历史文化遗产，彰显差异化文脉与空间特色，塑造多姿多彩的活力湖区。

不仅如此，常州还涉及长江口战略协同区建设，其目标为共保世界级绿色江滩。具体包括联通地区生态廊道，加快跨江通道建设，巩固绿色化工、重型装备等优势产业，加速集聚生物医药、智能装备、新能源产业等。

在具体的产业发展方向上，《规划》也给湖常两市更好融入大都市圈提供了指引。

10余年前，常州在决定产业升级时，将目光瞄准动力电池领域。如今，常州已经成为动力电池出货量全国第一的城市，产销量占全国五分之一。今年1—8月，常州动力电池行业产值增长108.9%、新能源整车制造业产值增长191.9%，对全市规模以上工业产值增长贡献率分别达48%、23.2%。

常州装备制造业的多项指标也领跑全国地级市，占常州工业经济的比重达52.6%。

《规划》中提到，上海大都市圈将共建世界级高端制造集群体系。其中，常州具体围绕高端数控机床、工业机器人智能传感的核心技术及生产环节重点发力，同时突出轨道交通制造业技术和生产的全面自主，形成出口优势产品。

对于湖州来说，2021年，湖州工业增加值六成以上依旧来自传统产业。但作为国家绿色金融改革创新试验区、全国首个地市级生态文明先行示范区，湖州势必聚焦绿色智造，开启产业高质量发展。

目前，除了金属新材、绿色家居、现代纺织等三大传统优势产业，湖州正全力构建信息经济、高端装备、健康产业、休闲旅游等四大主导产业，目标是打造“长三角新势力城市”。

在大都市圈内，湖州被委以推进新能源产业的重任。《规划》提出，逐步推进都市圈能源转型，形成以上海、南通、湖州为核心的三大基地，重点发展风电氢能装备、储能产业集群，实现绿色循环产业的全面提升。

上海大都市圈是一项长期规划，远期至2050年。机遇当前，湖州和常州在“上车”后如何起飞，值得人们更多期待。

从五金之乡到口杯之都 永康制造如何“保温”

时代周报记者 **阿力米热** 发自广州

10月以来，一股中强度冷空气突袭，不少地方出现降温，这让无数还沉浸于十一长假中户外阳光、露营和周边游的人意识到，几乎一夜之间，秋天已经来了。

于是，怎么抵御这浸润在空气里的寒意，成了大部分人讨论的话题。在各大商城内，保暖又御寒的保温杯行情开始逐渐升温。

电商平台唯品会数据显示，10月以来，保温杯的销量同比上涨30%以上。从地域上看，遭遇大幅降温的长江流域省份，是最青睐保温杯的地域。其中，江西、浙江、湖南、湖北保温杯销量涨幅位居全国前四，销量普遍上涨50%以上。

据时代周报记者了解，近年来，我国的保温杯产业发展迅速，在浙江永康、武义和广东潮安、新会、揭阳等地形成了产业集群。其中，永康作为目前全国最大的保温杯生产基地，年总产量和出口量均占全国70%以上。

永康杯壶行业起步于20世纪90年代，经过多年发展与积淀，逐渐成为了五金产业中的重要支柱产业。

永康市统计局数据显示，2020年永康市规模以上工业保温杯（壶）产值达至112亿元，其中出口交货值68亿元，出口占销售比重60.7%，远高于全市规上工业32%的出口占比。

那么，这座以五金产业闻名的城市，为何能成为“中国口杯之都”？

立足长三角

永康的保温杯壶行业能发展起来，离不开区位优势。

打开地图不难发现，永康地处浙江省中部，金衢盆地东南边缘，区域面积为1049平方公里。从地理上看，永康虽不沿海，但近海，是沟通浙中腹地与东南沿海的要冲，并且属于江浙制造聚集圈。

众所周知，制造业是实体经济的主体，而以江浙沪为中心的长三角地区，正是国内制造业的聚集地之一，其经济总量和工业增加值约占全国1/4，产业基础十分雄厚。

具体来看，江苏省以纺织、服装等行业为主，已经形成了50多个纺织服装集群，拥有常熟服装、江阴毛纺、吴江丝绸、张家港毛纺毛衫等板块；上海由于跨国企业云集，研发力量强大，产业集群主要集中在全国具有竞争优势的支柱产业，如汽车、钢铁、石化、电子信息等。

而浙江的产业集群发展以中小民营企业为主，产业布局主要是纺织、五金、服装等具有一定历史的传统产业。永康作为浙江省的县级市，借助于得天独厚的地理位置，以及长三角产业的区域化集群，推动了自身制造业高质量发展。

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、研究员盘和林在接受时代周报记者采访时表示，当前制造业围绕全球化展开，海洋带来了大量的贸易机遇，永康虽不靠海，但距离长三角主要港口距离并不远，这样的地理区位，意味着永康具备发达的交通网络，杯壶产品无论是出口和内销，运输成本、供应链等方面都具有优势。

除此之外，华南城市研究会会长胡刚认为，在浙江，一个县城就是一个产业集群，永康立足长三角的区位优势，不断加强向上海、杭州“靠拢”，完善了工业相关配套产业。

统计数据显示，2021年永康全市规上工业总产值迈上千亿元台阶，达至1009.8亿元，同比增长21.9%，创近5年新高，工业经济持续健康平稳发展，为永康五金产业发展提供了有力支撑。

从家庭作坊到产业集群

五金，已经成为永康产业地标，早在25年前的首届中国（永康）五金博览会上，永康就提出“让永康五金走向世界、让世界五金汇聚永康”。

25年来，这一目标逐渐变为现实：以门业、电动工具、杯业、餐厨用品为代表的五金产品，占据了全国70%以上的市场。

目前，全国最大的五金专业市场中国科技五金城就坐落于永康市，市场内汇集了日用五金、建筑五金、工具五金及机电产品、金属材料、机械设备、装饰材料等上万种五金产品及相关产品，辐射国内及俄罗斯、美国、加拿大、巴西、澳大利亚、日本等50多个国家和地区。

而杯壶产业作为五金产业中的一部分，经过多年发展积淀，逐渐成为了永康五金产业中的重要支柱产业。

根据永康市统计局公布的数据，2022年1—8月，在永康八大五金产业中，杯壶产业居于榜首，其产值达到105.26亿元，约占五金产业总产值的16.8%。

永康保温杯产业不仅是当地五金产业集群的核心和龙头，在全球市场上也有了一席之地。数据显示，2020年，永康市规模以上工业保温杯出口交货值达到68亿元，出口占销售比重60.7%，远高于全市规上工业32%的出口占比。

据时代周报记者了解，除永康以外，其他保温杯产业主要分布在浙江武义，广东的潮安、揭阳、新会等地。

与这些区域相比，永康的保温杯为何能脱颖而出？在胡刚看来，永康保温杯优势在于“规模化”。

胡刚向时代周报记者介绍，改革开放以来，借助时代的潮头，发展乡镇工业的战略机遇乘势而上，从而激发了五金、服装等多元的劳动密集型产业的发展。

永康的乡镇工业，则从锅碗瓢盆、机械零配件等小五金家庭作坊式开始，在那时，一个镇里面家家户户都在加工。随着时间的推移，永康五金制造专业化程度、产量逐步提高，开始自建厂房，购置新的设备，聘请员工，家庭作坊转变为工业区模式。

“在1992年年底，中国科技五金城在永康建成，经过多年的开发建设，现已成为全国最大的五金专业市场。有了先前加工机械配件的基础和专业技术，再延伸到保温杯生产时，相较于其他地区，永康的保温杯产量能迅速达到一定规模，在全国甚至在全球占有一定的比例。”胡刚说道。

永康杯壶将何去何从？

依托五金产业集群的巨大规模，如今永康已经成为有较大影响力的县级市。

实际上，除了永康还有不少地方有相当规模的产业集群，不仅在国内，在全球都很能“打”，比如“中国鞋都”福建晋江，其运动鞋服产业链优势很大，全球第三大运动鞋服品牌安踏就是从这里走出来的。

又如广东顺德家电产业集群，有美的这家全球500强企业，美的不仅是国内第一梯队的家电品牌，在全球范围内也享有一定的知名度。晋江、顺德的发展大抵都是从小作坊发展到代工厂，再发展为品牌商。

然而，纵观永康保温杯产业，目前已经走到代工厂阶段。2021年发布的《浙江省全球先进制造业基地建设“十四五”规划》提出，将推进制造业数字化、高端化、绿色化发展，提升产业基础能力，打响“浙江制造”品牌，激发市场主体活力。

由此可以看出，结合产业发展实际与特色优势，永康五金产业集群的路径很明晰——瞄准加快培育形成若干区域品牌，提升浙江制造业全球竞争力，而不是简单的代工厂。

对此，盘和林表示，在行业普遍贴牌代工的情况下，要想迅速形成品牌，实现差异化，可以将代工作为永康保温杯的切入点，通过代工积累保温技术和工艺，并且通过代工向上游延伸到材料领域。等到技术和产业链足够成熟，能够独立支撑一个高性价比的保温杯品牌的时候，再向下游去创设品牌，以产品口碑来占领市场。

在胡刚看来，永康保温杯产业进一步发展，可通过长三角地区在科技创新层面的协作，促进产业链创新链深度融合，强化科技赋能产业发展。

时代周报记者查阅发现，今年9月，由长三角三省一市科技厅（委）共同制订的《三省一市共建长三角科技创新共同体行动方案（2022—2025年）》正式出台，将聚焦长三角重点产业，强化科技赋能产业发展，培育创新集群高地，促进产业链创新链深度融合，实现区域高质量发展。

上述行动方案提出，到2025年，长三角科技创新共同体创新策源能力全面提升，区域一体化协同创新体制机制基本形成，初步建成具有全球影响力的科技创新高地。

14城冲刺千万人口 谁能破围而出?

时代周报记者 **王晨婷** 发自上海

近日，我国百座大城市名单首次公布。根据国务院第七次全国人口普查领导小组办公室编制的《2020中国人口普查分县资料》，目前我国共有105个大城市。

一个城市的常住人口是衡量城市规模的重要指标之一。若以市域常住总人口论，截至2021年年底，中国共有17个千万人口城市。时代周报记者梳理发现，目前还有哈尔滨、温州、佛山、宁波等14座城市常住人口在900万～1000万之间，目标直指“千万级人口城市”。

一边是佛山、宁波等地出台引人政策猛追直赶，一边是哈尔滨、保定等努力扭转人口减少之势，谁会率先达到千万人口的城市？

宁波、南京增长最快

据时代周报记者梳理，截至2021年，常住人口在900万以上、1000万以下的城市分别为哈尔滨、温州、南阳、佛山、宁波、合肥、南京、潍坊、邯郸、济南、保定、沈阳、长春、徐州，共计14个城市。

9月27日，济南召开的“山东这十年·济南”新闻发布会上透露，济南年均净增户籍人口约10万，实有人口突破1000万。

值得注意的是，“实有人口”是当地实际拥有和管理的人口，与“常住人口”的统计口径有所区别。常住人口一般要求在当地居住满6个月以上。2021年年底，济南常住人口为933.6万人，较2020年年底增长9.4万人，虽增长迅速，但距离千万常住人口尚有一定距离。

从济南人口的增长曲线来看，2018年有一次陡然上升，一年内增长了近150万人口。这主要得益于2018年年末国务院批复同意山东省调整行政区划，莱芜市被撤销，其所辖区域划归至济南市管辖。而这也是济南强省会战略的关键一步。

不仅如此，济南还成为全国副省级以上城市中最早全面放开落户限制的一个城市。2020年6月，济南市出台零门槛落户政策，放开农业转移人口及其他常住人口落户城镇条件准入限制，对在济南从业、居住生活意愿的居民，提供多渠道落户选择。因此，济南也吸引了更多人口落户安家。

但济南的增长并不是最快的。

2021年常住人口增长在10万以上的，有宁波、南京两市。

其中，宁波夺得魁首，在一年内增长14.17万，截至2021年年底常住人口为954.4万，且宁波在近20年内持续保持每年10万人以上的增长。

当前，宁波正花更大力气吸引人口。近日，宁波市政府官网发布了《宁波市区户口迁移实施细则》，在已有落户政策基础上，进一步放宽市区的落户条件。其中明确，70年产权房即可落户，取消了原先“缴纳社保”的要求。

同样位处浙江的温州市，也离千万人口只有一步之遥。2021年年底，温州常住人口达到964.5万，仅次于刚跌破“千万大关”的哈尔滨。不过，温州一年内的常住人口增长为5.8万，与宁波的增速有较大差距。

按照《温州市人口发展中长期规划》，温州提出到2025年，该市常住人口力争达到1000万。

然而，温州地处长三角、粤闽浙两大城市群边缘，也并未挤入最新的上海大都市圈规划，城市能级有限，对外来人口吸引逐渐降低。

在2021年失去“浙江第一人口大市”的头衔后，温州“人口第二大市”的名号或也难保。

南京在2021年的人口增量也突破10万，占到江苏全省的1/3，超过苏州和常州。在强省会战略下，南京的经济、人居环境长足提升，但也持续面临上海、苏州、杭州等市对于人才虹吸的压力。

佛山的增长势头同样不容小觑。2021年年底，佛山市常住人口达961.3万人，在1000万以下的城市中排名第4，一年内增长9.4万常住人口。

得益于与深圳、广州两地的人才频繁流动，佛山对于人才的吸引力也持续增长，在2021年中国最具人才吸引力城市榜中排名第14位。与人口增长交相辉映的是，作为全国唯一的制造业转型升级试点城市，佛山近年GDP也实现快速增长，在2021年完成地区生产总值12156.54亿元，同比增长8.3%。

“大城市病”何解?

对于经济强市而言，千万人口几乎成了标配。

时代周报记者注意到，有不少城市明确提出了成为千万人口城市的时间表。如南京计划到“十四五”时期，成为常住人口突破千万、经济总量突破两万亿元的超大城市；长春、昆明、温州等也都将2025年作为目标节点。

为何大城市会对千万人口如此执着?

2020年4月，中共中央、国务院《关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》中指出，建立城镇教育、就业创业、医疗卫生等基本公共服务与常住人口挂钩机制，推动公共资源按常住人口规模配置；同年5月，《中共中央 国务院关于新时代加快完善社会主义市场经济体制的意见》中也提出，推动公共资源由按城市行政等级配置向按实际服务管理人口规模配置转变。

官方接连两次表态，意味着人口规模越大的城市将能获得更多公共服务资源配置的主导权，这也有利于城市间人口流动自主有序、城市资源配置高效公平，而不单单是以城市的行政等级来划分。

不过，加快增长的城市人口也让部分居民产生对所谓“大城市病”的担心。各地开启千万人口冲刺赛，“大城市病”可有解法?

在上海交通大学安泰经济学院特聘教授陆铭看来，城市的污染、拥堵等问题与城市人口有一定的关系，但关系并不强。

“根据我们获得的研究数据，城市的污染和拥堵，主要与早期城市的公共政策和规划有关。以污染为例，经济发展的早期，人们对环境不够重视，因此在环境治理方面的公共投入比较有限。但随着经济发展水平不断提高，城市产业机构调整加上治理的提升，以及人们生活方式的转变，如从汽车到地铁，城市因早期建设而产生的污染，就会随着建设的日益完善而减少，城市宜居水平也将提高。”陆铭告诉时代周报记者。

再以交通拥堵为例，陆铭认为，大城市拥堵指数其实与小城市并无明显区别。“人们在大城市感受到的拥堵，不能简单归因成人多，而是与城市特定的管理和规划有关。如部分城市当前出现了一定程度的职住分离，大量的就业和消费场景集中在城市的中心城区，而居住则疏散到外围。这与国内长期对于‘人口在中心城市是导致拥堵的原因’这一片面理解相关，但结果却造成了职住分离问题。”

千万人口

150 万人

一根纱线 织出滨州千亿产业

时代周报记者 **丁远泓** 发自广州

提起纺织，大多数人的第一反应都绕不开温柔氤氲的江南水乡。

有150年历史的上海纺织集团是纺织产业中的龙头，江苏GDP第一大市苏州自古有“丝帛之饶”之称，美不胜收的杭州也被称为“丝绸之府”。

事实上，中国纺织业中基础纱线和布的产能产量最大的城市并不在江浙，也不是上海，而是位于华北平原的山东。

山东滨州，2021年纱线的产能为590.49万锭，产量为40.96万吨；布的产能为15237台，产量为76643万米，均位列全球第一。

不过，发展强劲的纺织业给滨州带来机遇，同时也带来挑战。

超千亿级纺织产业集群

地处渤海之滨的滨州市面积为9600平方公里，人口392.86万，辖一个县级市、两区四县和三个开发区。

和很多城市相比，滨州的规模不算大，但它享有“中国棉纺织之都”的美誉，先后被中纺联授予“全国超千亿产值纺织产业集群地区”“共建世界级家用纺织产业集群先行区”等称号，是“中国纺织产业基地市”。

纺织服装产业作为滨州市国民经济与社会发展的支柱产业，是全市五大产业集群之一，涵盖了纺纱、织造、化纤、印染、家纺、服装服饰、产业用纺织品等整个产业链条的各个细分领域。

2021年，滨州市纺织服装产业集群实现营业收入1710亿元。其中，产值约为210亿元的纱线和150亿元的布的产能、产量均位列世界第一，威尔顿地毯和挂毯、绳网、手工地毯的产品市场占有率也均位列全国第一。

据滨州市政府新闻办今年8月介绍，滨州市纺织服装产业集群作为山东省唯一超千亿级纺织产业集群，共有规上纺织服装企业186家，高新技术企业21家，纱锭1100万锭、从业人员30余万人。主要纺织产品生产能力持续增长，年可加工原棉150万吨、生产布30亿米、服装2500万件。

滨州还拥有国家级企业技术中心2个，国家级工业设计中心4个，国家级质检中心1个，国家家用纺织品检测中心1个。

现有的纺织企业中，魏桥创业集团连续11年入选世界500强，是世界上最大的棉纺织企业；华纺股份被中国印染行业协会评为“十佳企业”；愉悦家纺位居中国家纺行业十强；滨州亚光是中国重要的毛巾产品生产基地之一。

魏桥胚布、亚光毛巾、东方地毯……都是滨州“打出去”的品牌。

拥有56年的现代纺织史

滨州在纺织产业大放光彩，不是一朝一夕的事情。

从区域上划分，中国主要有三大产棉区域：新疆棉区、黄河流域棉区和长江流域棉区。滨州，就处于黄河三角洲的腹地，北临渤海，南临淄博，东与东营市接壤，西同德州、济南搭界，是山东的“北大门”。

得天独厚的地理优势带来充足的日照、较多的盐碱地、适中的降水、恰好的热量，滨州成为最适合种植棉花的区域之一，当地种植的棉花有较好的纤维品质，是高品质纱线产品生产的重要资源，滨州也成为山东省棉花生产的支柱。

从2005年开始，国家棉花良种补贴、高产创建项目等强农惠农政策出台实施，滨州市棉花生产步入稳定发展轨道，作为滨州市的大宗经济作物，植棉面积基本稳定在13万公顷左右。虽然总体而言全市种植面积持续减少，但整体上突出了规模化、集约化的特点，并有效提高了棉花品质。

凭借高质量棉花的优势，滨州在床品、毛巾、地毯等纺织产业闻名全球之前，就拥有惠民绳网、博兴老粗布、无棣渔网等历史悠久的特色产品和产业。

其中，惠民县是全国最大的化纤绳网生产基地、有“中国绳网名城”之称；博兴县是全国重要的老粗布生产销售基地；无棣县的渔网产品则能占全国销售份额的30%。

以作为2022年北京冬奥会雪上项目赛事指定品牌的惠民绳网为例，作为全国绳网产业的发源地，从最初生产车马挽具到村大队一起生产绳子，又到1984年个人家庭式小作坊普遍出现，再到如今闻名全国的绳网产业基地，至今已拥有300多年的产业历史。

当地的纺织业不仅有历史，还在不断朝前发展。惠民县目前的产品主要涵盖建筑安全绳网、体育用绳网、劳保用绳网等8个系列的200多种产品，并进一步向深海养殖网、防雾霾网等新兴领域延伸。

几十年的风风雨雨，滨州现代纺织产业从1966年建设青岛国棉四厂北镇分厂，到如今已经有56年历史了，逐渐形成具有自身特色的多种类、门类齐全的纺织工业体系，是一代又一代滨州人的努力与智慧。

创新能力有待提高

2021年，包括滨州在内的山东省全省年产棉花达到14.03万吨，在全国排名第三，但与滨州市年可加工原棉150万吨的生产能力相比，本土棉花资源显著短缺。

滨州市纺织工业协会前会长周红曾表示，滨州虽然有新疆棉等外采棉和进口棉的补充，基本能够保证正常生产需求，但棉花等原料成本占纺织业总成本的70%左右，普通纺织加工、生产的平均利润率仅为5%～6%，所以，棉价稍微波动，对纺织企业的冲击都是很大的。

不过，滨州纺织龙头企业并没有大受影响。以魏桥纺织为例，凭借规模优势和研发优势，业绩大幅增长，净利润同比增加近2倍，摆脱了原材料价格上涨的限制。

虽然普通纺织的利润率不高，但终端产品品牌运营的利润率可达25%以上。譬如，苏州的纱线和布产能产量虽然不敌滨州，但培育了全国领先的高端纺织集群，2021年全市纺织服装产业实现营业收入2791亿元，比滨州市的营业收入整整多出1000多亿元。

因此，“如何创新终端产品”“如何调整产业结构”成为滨州破解纺织困境必须思考的课题。

今年8月的滨州新闻发布会指出，有龙头带动、有技术支撑、有特色品牌是滨州纺织业的优势，但想要推动滨州纺织产业走向全球产业链、价值链中高端，滨州需要打造世界纺织家纺服装产业基地，并建设成为世界级高效生态纺织产业集群。

“世界纺织家纺服装产业基地”，是滨州的目标。

滨州市工业和信息化局工作人员曾撰文指出，滨州市纺织行业中比重相对大的是棉纺织粗、初加工产品，后续纺织环节较弱，作为中间环节的印染部分、后面的整理部分的发展进度较慢，加上产品的创新力度不足，一段时间内产品都是以中低档为主，而全市知名纺织服装品牌较少，产品核心竞争力不强。

对此，2020年4月，总投资超20亿元的项目华盛纺织科技产业园正式开工，这也是近年来滨州市打造“研发—织造—染整—成衣”一体化的现代工业园的一个缩影。

2020年6月，滨州市宣布每两年举办一次世界高效生态纺织产业峰会，使之成为世界纺织家纺服装产业的时尚风向标。

2021年滨州市政府工作报告则提出，要围绕纺织新材料、品牌服装、创意设计等领域，加快4个纺织产业园智能化改造，打造世界纺织家纺服装产业基地。

比“打造世界纺织家纺服装产业基地”更具体的目标，是《滨州市家纺纺织产业中长期发展规划（2017—2025）》，规划指出，2025年滨州市家纺纺织产业实现主营业务收入达到1800亿元，纺纱1100万纱锭，生产棉布30亿米，服装突破5000万件，不断向绿色化、品牌化、集群化、规模化方向发展。

影响力·中国

推 动 时 代 进 程

MOTIVITATE THE TIME AND PEOPLE

第五届(中国)广州商务航空展暨

2022影响力·中国 时代峰会

擎动未来

寻找中国经济新韧性

2022年11月30日-12月1日　中国·广州

中国不同以往，世界不同以往。

金融、科技、航空等各行各业持续再平衡，持续再重塑，迭代进程加快。
从广东到中国，再至全球，产品创新、绿色发展等理念深入人心，已成公众议题。

新格局有新的共同使命。各行各业以变革促改革，以创新促发展，推陈出新，优化业务流程，以期探索持续发展新韧性，推动形成新竞争优势。

本届“影响力·中国 时代峰会”围绕中国宏观经济新特点、金融变革新趋势、上市公司高质量发展新路径、商务航空发展新变化等热点议题展开讨论，深入研判前沿，加强行业交流与合作。

届时，我们邀请知名经济学家，以及来自银行、基金、保险、上市公司、航空企业的高管出席盛会,共同展望中国经济新未来。

时代传媒集团 × 广东翼通商务航空发展股份有限公司 Yitong Business Aviation Management Co., Ltd.

合作媒体：

苏纳克成为英国最年轻首相 “专业对口”的他能否挽回败局？

时代周报记者 **刘沐轩**

当地时间10月24日，苏纳克这个年仅42岁的印度裔政坛新星，迎来了他政治生涯的高光时刻——当选英国保守党新党首，出任英国首相。

根据目前英国首相竞选的规则，候选人需要在当地时间10月24日14时（北京时间10月24日21时）前，争取到至少100名保守党议员的提名，如果仅有一人获得超过100名保守党议员支持，则该候选人直接胜选。

由于直到截止时间仍没有获得足够的票数以成为首相候选人，英国下议院领袖莫当特于24日宣布退出竞选，并表示全力支持苏纳克。

随后，负责监督选举和罢免党派领导人的保守党“1922委员会”主席格雷厄姆·布雷迪宣布，苏纳克成为英国保守党下一任领袖。

就在一个多月前，苏纳克以42.6%的保守党内支持率，低于特拉斯的57.4%而惜败。

但特拉斯上任仅45天所引发的英国社会、市场动荡，使得她在舆论风暴中被迫辞职，英国保守党不得不立即选出下一任首相。

截至10月23日上午，首相候选人苏纳克最大对手似乎就仅剩他的前上司、英国前首相约翰逊。巧合的是，约翰逊在当天晚些时候宣布退出竞选，直接为苏纳克的当选铺平了道路。

比肩大多数政治精英的印度裔新星

梳好发型，打紧领带，年轻干练的英国前财政大臣苏纳克走出家门，向英国人宣布，自己已经时刻准备好接替即将卸任的特拉斯，成为英国的下一任首相。

如果闭上眼睛，仔细听他那口地道的英国牛津腔，很少有人能够将这口音和一张印度裔的面孔关联起来。

尽管许多观念保守的英国白人仅从外表，就不愿让一个肤色不同的印度裔人士成为他们的首相，但苏纳克的人生经历，也许比这些反对者更像个纯粹的“白人”精英。

1980年12月，苏纳克出生在英国南部港口城市南安普顿的一个中产阶级家庭中。他的父母分别出生于肯尼亚和坦桑尼亚，祖父母则是在20世纪60年代移民至东非英联邦国家的印度移民。

尽管苏纳克在自己的传记中，总是爱讲自己儿时在餐厅当服务员打工，和父母如何攒钱供他接受私立教育的经历，但在当时，苏纳克的家境绝对算不上贫穷。

11岁的苏纳克曾在私立学校Stroud读预科，该学校目前的学费为每年18500英镑（约合人民币15.2万元）。后来他又转学去了爱德华国王六世学校（目前学费为每年17000英镑，约合人民币14万元），最后才进入号称英国最著名、最昂贵的贵族寄宿制学校之一——温彻斯特公学（目前学费为每年43335英镑，约合人民币35.7万元）。

高中毕业后，苏纳克又进入牛津大学学习哲学、政治和经济学，并在2001年以第一名的成绩毕业，直接进入著名投行高盛工作。三年后，苏纳克又前往美国斯坦福大学攻读工商管理学硕士（MBA）学位。

在此期间，苏纳克结识了妻子穆尔蒂。而穆尔蒂的父亲则是印度“IT行业之父”、信息巨头公司印孚瑟斯（Infosys）的创始人纳拉亚纳·穆尔蒂。根据福布斯2022年的数据，苏纳克岳父的身家达到了36亿美元。

印度富豪们素有“投资”女婿的传统，而苏纳克，也许将是最成功的一个。就这样，带着傲视整个英国政治精英圈的经历和资本，苏纳克在2015年返回英国进入政坛后，自然也是平步青云。35岁的苏纳克当选了英国议员，5年后，他就出任英国财政大臣，成为英国史上最年轻的财相。

苏纳克是英国历史上第一个印度裔、也是最年轻的财政大臣。

在约翰逊执政期间，苏纳克推出的经济支持措施广受欢迎。其中，有一项给予因疫情无法返工且未被解雇的工人们每月原工资80%的补偿金，深得英国民心，使他成为约翰逊内阁中最受欢迎的成员。

除了打理国家财政获得好评，苏纳克也深谙财富管理。根据福布斯的估计，苏纳克夫妇目前在英国1000位最富有的人中排名第222位，预计两人共有7.3亿英镑（约合人民币60亿元）的财富。

英国保守党内的最佳人选

苏纳克被党内众多议员寄予厚望不是没有原因的。英国保守党自从选出特拉斯上台后，就陷入了前所未有的信任危机。

根据民调机构Opinium在10月5—7日对2023人进行的一项调查，目前英国最大在野党工党的支持率为47%，领先保守党26%的支持率，这是Opinium有记录以来工党领先保守党支持率最多的一次。

已经连续执政超过7年的英国保守党，换了5任首相，如果新任首相再不能让英国民众满意，那么很可能在下一次大选中就会将政权拱手让给老对手工党。

因此，在特拉斯辞职后，保守党必须又快又好地选出最合适的人选，而苏纳克在各方面都符合条件。

不仅仅是保守党，市场也相信，苏纳克一定会试图弥补特拉斯在经济政策上所犯下的错误，重新给市场带来信心。

> **尽管苏纳克目前已经是胜券在握，但也不代表所有人都喜欢他。许多人质疑，苏纳克一旦上台，这届英国政府可能会更偏向维护富人的利益。**

此前，特拉斯的减税政策已引发严重的市场动荡，该政策草案发布当日，英国国债就出现历史上最大规模的抛售，英镑暴跌到与美元持平，市场出现股债汇“三杀”，作为英国经济支柱的金融业彻底陷入恐慌。最终，英国央行不得不紧急购债救市，但一购债，英国通胀问题反而更加无解。

有行事逻辑混乱的特拉斯在前，苏纳克只需按部就班便能获得不少支持。

而作为前财政大臣的苏纳克正好“专业对口”，他在两个月前与特拉斯进行竞选辩论时，就指出了后者减税政策的不合理性，称其为“童话般的妄想”。

约翰逊在10月23日的最终让步，也让苏纳克成为团结保守党内分歧的最大希望。

据英国媒体报道，约翰逊和苏纳克曾在10月22日晚会面，外界猜测，两人可能已经达成阶段性共识，支持苏纳克上任。会面后的第二天，约翰逊公开宣布退出竞选，而多名此前支持约翰逊的盟友，包括前内阁成员贾伟德和威廉森也转而加入苏纳克阵营。

受此消息影响，英镑汇率涨幅扩大，在亚洲早盘中上涨1%至1.1401。

尽管苏纳克目前已经是胜券在握，但也不代表所有人都喜欢他。许多人质疑，苏纳克一旦上台，这届英国政府可能会更偏向维护富人的利益。

苏纳克的妻子穆尔蒂此前被曝出常年持有英国旅居身份，利用“非英国税务居籍”的身份避免向英国缴税，逃税数额可能高达2000万英镑（约合人民币1.64亿元）。对此，英国工党领袖斯塔默曾指责苏纳克，称其“一边放任妻子利用法律避税，一边要求数百万工人多缴税”。

此外，苏纳克也身陷“派对门丑闻”，在英国民众都隔离在家时，英国内阁带头违反规定私自召开派对。该事件成为压倒约翰逊下台的“最后一根稻草”，而苏纳克不仅没有因此受到罚款以外的政治惩罚，还带头辞职“逼宫”他的前上司约翰逊，让反对者们批评他“不忠”。

而苏纳克本人也被曝出在担任财政大臣期间持有美国绿卡，这意味着，作为美国纳税人的苏纳克却代表英国参与了修改税率、与美国政府就互联网巨头的缴税进行了谈判。直到2021年10月，苏纳克担任财政大臣后的第18个月，他才交还了绿卡。T

挪威“怒赚”5倍 或成欧洲能源寒冬最大赢家

时代周报记者 **马欢**

在俄乌冲突加剧、“北溪”管道泄漏后，挪威已然成为欧洲天然气最后的希望。

其实，在俄乌冲突爆发前，挪威就已经是欧盟第二大天然气来源，供应了欧盟约20%的天然气，仅次于俄罗斯。现在，挪威进一步提高天然气产量，预计今年将向欧盟输送近900亿立方米天然气，占欧盟需求的近25%，高于俄罗斯的20%。

10月，通过丹麦连接挪威和波兰的波罗的海天然气管道将投入使用。根据设计，该管道每年将运输100亿立方米天然气，未来可占波兰天然气需求的近一半。

挪威政府表示：“能源危机后，挪威的天然气销售对欧洲来说比以前更加重要。”在两条“北溪”天然气管道疑似遭遇蓄意破坏后，挪威首相斯特勒也表示，将部署军队和警力，保护其石油和天然气设施免遭可能的破坏。

挪威政府预计，2022年将从油气行业获取约1130亿美元（约合人民币8138亿元）的收入，是2021年的近5倍，2023年油气产量将增长15%，油气收入则将创历史新高，达到1320亿美元（约合人民币9506亿元）。

看起来挪威赚得相当不错，但欧盟各国就非常不满了。

“现在，挪威既被视为救星，同时也是恶棍。”媒体表示，眼下欧盟各国对挪威是又爱又恨，既指望挪威的天然气能够帮助他们安然度过冬季，也痛恨挪威趁机涨价，牟取暴利。

北欧的油罐

挪威因濒临大西洋和北冰洋而得到了自然的馈赠——丰富的海底石油和天然气资源。

自1969年在挪威北部北海发现石油后，该国的石油业发展迅速。

1972年，挪威成立了挪威国家石油公司，它很快成为挪威及北欧最大的石油公司，主要业务是经营石油产品的勘探、生产、冶炼、运输和销售。目前，挪威拥有超过90个海上油气田，大部分与其总长达9000公里的天然气管道网络相连。

挪威现有原油储量69亿桶，天然气储量2.1万亿立方米，在原油出口国排名中能占据第14位，同时是世界第四大天然气出口国。

能源的开采，也带动挪威国家经济模式发生转变。

时至今日，挪威约50%的出口收入都来自油气，石油和天然气产值约占该国GDP总值的20%。不仅如此，挪威有超过33万人从事与石油工业相关的工作，国家30%的商业资本投资都与能源相关。对于挪威人来说，油价暴跌的冲击，远甚于金融危机。

能源寒冬，挪威的油气资源，使其在众多欧洲国家中显得如此与众不同。

友谊的“小船”翻了

然而，天下没有免费的午餐。

今年以来，欧洲天然气价格屡屡刷新纪录，价格一度比一年前高出近90%。挪威当然赚得不少，其统计局表示，仅7月天然气收入就是去年同期的4倍。

但欧洲诸国就不满意了。

日前，法国总统马克龙在巴黎的一场企业家大会上公开呼吁，要求美国和挪威以更低的价格出售天然气。“让我们支付4倍价格这个事不能再继续下去了。（你们这么做）可不是友谊的真谛。”

德国经济和气候保护部长哈贝克在接受德国媒体采访时称：“一些友好国家，在某些情况下（对天然气）收取了天价，这带来了一些必须讨论的问题。”

波兰总理莫拉维茨基更指责挪威间接发财，称其应该把利润分给乌克兰。对此，挪威的官员们反击称，天然气涨价符合市场规律，现在就是物以稀为贵。“天然气之所以天价，是因为欧洲大陆的高需求和低供应不平衡所致，供需关系影响着价格，这是自然现象。”

“在很短的时间里，我们从无名之辈变成了（欧洲）的英雄。他们不再重视我们为能源安全所做的贡献，只知道向我们索取。”挪威能源官员表示，欧洲应该将挪威视为很好的合作伙伴。

挪威能源行业的专家指出，如果欧洲没摒弃长期供应机制，价格就没这么高了。

目前，除了保证今年冬季的能源供应外，欧盟还希望挪威可以助其一臂之力，协助他们对天然气实施价格管控。

但挪威政府对此显然没有什么热情。10月12日，挪威能源部长泰耶·奥斯兰在欧盟能源部长非正式会议上明确表示，挪威不建议为天然气价格设置上限，“我认为解决方案是建立一个商业的价格框架”。

在挪威看来，他们支持欧盟对俄罗斯的制裁，为乌克兰提供军事援助，而且还为欧洲国家提供他们现在极度需要的天然气。一些挪威人甚至质疑，为什么他们应该救助德国这种靠廉价的俄罗斯油气发展起来的国家。

不少挪威人还记得，欧盟还一度要求挪威不要过度开发油气，避免导致更严重的气候变化。如今，他们却只能要求挪威降低天然气价格，帮助欧洲度过严冬。

挪威天然气行业资深人士比约恩·勒罗恩回忆道，2014年国际油价大跌，挪威国内遭受冲击，失业率高涨，但欧盟当年也没有什么实质性的援助。

“那时布鲁塞尔可曾有人愿意帮助挪威？没有。现在欧盟抱怨价格，但这是市场价格。”勒罗恩说，“这就是你（欧盟）今天要付出的代价。”T

华尔街迎暗淡财报季：六大行利润齐跌 高盛利润下跌43%

时代周报记者 **马欢**

华尔街大行第三季度财报季已拉开帷幕。

受通货膨胀、经济放缓等因素的影响，包括摩根士丹利、摩根大通、富国银行、花旗银行、美国银行、高盛在内的华尔街六大投行在第三季度均出现净利润下滑。

其中，摩根大通净利润同比下降17%；花旗净利润同比下降25%；富国银行净利润同比下降31%；摩根士丹利净利润同比下降29%；美国银行净利润同比下降8%；高盛情况最为严峻，净利润同比下降了43%。

整个华尔街今年都过得不太好。

在此之前，美国媒体的数据显示，截至9月14日，华尔街排名前十的投行在2022年录得564亿美元的收入，较2021年同期的920亿美元减少近39%，较2020年的613亿美元减少约8%。

北京时间10月18日晚，就在高盛发布第三季财报后，其CEO大卫·所罗门表示：“是时候谨慎了，要认真思考风险偏好，预计未来会有更多的波动性。经济衰退的可能性很大。”

大卫·所罗门还指出，在一个通货膨胀根深蒂固、增长缓慢的大环境中，资产升值将更加艰难。

美国股市仍深陷熊市，华尔街财报显示出来的，是不乐观的经济前景。

净利润下滑

根据美国证券业与金融市场协会（SIFMA）统计，截至2022年8月，美国IPO发行量仅51亿美元，较2021年同期暴减95.1%；股票发行总额也锐减76.7%至699亿美元。

经济不景气，市场交易气氛不佳，企业纷纷延迟并购交易或上市计划，华尔街六大行的投行业务都在第三季度大幅下滑，而这也是造成这些投行净利润下滑的主要原因。

首家公布第三季度财报的华尔街大行是摩根大通。

摩根大通的财报显示，第三季度净利润较去年下降16.7%，为97.4亿美元。第三季度总营收为327.2亿美元，高于去年同期的296.5亿美元；调整后的营收为334.9亿美元，较去年同期的304.4亿美元增长10%，好于分析师预估的323.5亿美元。

投行业务是摩根大通最大业务板块之一，但这部分的收入在第三季度却大幅下滑43%至17亿美元。

此外，今年的经济前景，使得华尔街各大投行预留数亿美元坏账拨备，以应对可能的信用受损。摩根大通预留了8.08亿美元的净坏账拨备，这也影响了该行最新一季的净利润。

花旗银行方面，第三季度总营收为185.1亿美元，同比增长6%，超出市场预期的183亿美元；净利润为34.79亿美元，同比降低25%。值得一提的是，花旗银行的投行业务较去年锐减了64%，至6.3亿美元，是六大行中跌幅最大的。

富国银行第三季度总营收195.1亿美元，同比增长4%，高于预期的187.51亿美元；净利润为35.3亿美元，同比下降31%。

美国银行发布的财报显示，第三季度总营收增长8%，达到245亿美元，但净利润降至65.8亿美元，去年同期净利润为72.6亿美元，不过好于预期的62.8亿美元。

和其他银行一样，美国银行净利润下降的主要原因同样是投行业务的营收下降，但该行指出，财报整体情况还是好于此前预期，这表明美国消费者仍有韧性和实力，尽管增长正在放缓。

高盛的第三季度总营收为119.8亿美元，同比下跌12%，但超出市场预期的114.3亿美元；净利润30.69亿美元，同比下跌43%。其中，投行业务营收15.4亿美元，同比下降57%。

值得注意的是，华尔街六大行公布的财报数据，只有摩根士丹利不及预期。

摩根士丹利营收及利润均较去年缩减，而且低于市场预期：第三季总营收减少12%至129.9亿美元，不及预期的132.5亿美元；净利润26.3亿美元，较2021年同期减少近30%。

分析认为，摩根士丹利第三季业绩表现欠佳，主要是因为投资银行业务收入从2021年同期的28.5亿美元骤降至12.77亿美元，年减幅高达55%。

受美联储加息、美股进入熊市等影响，摩根士丹利第三季的股票交易业务同样表现疲软，收入下降14%至24.6亿美元。

裁员进行时

在各大投行今年业务和收入萎缩的同时，华尔街也被迫加入裁员的行列。

打响了华尔街大行裁员第一枪的是高盛。高盛在9月份已经表示，将恢复末尾淘汰制，裁员高达数百人，而这也是高盛近年来最大规模的一次裁员。

不止裁员，高盛还将面临该行历史上规模最大的业务重组。

知情人士对媒体透露，高盛要进行的业务重组和洗牌，会将其投资银行和交易业务合并为一个部门；将资产管理和财富管理业务合并为第二个部门；交易银行业务和银行的金融技术平台将组合成为第三个部门。

在业绩稍逊的摩根士丹利，其CEO高闻（James Gorman）也透露，高管们正在评估员工人数。“我们正在研究员工数量。你必须考虑到过去几年的增长速度，而且我们在疫情期间，学到了一些关于如何能够更有效地运营的经验。”

高闻表示，摩根士丹利在年底前，应该会制定出裁员计划。

相比之下，业绩尚可的美国银行则表示暂不行动。

当被问及会不会进行裁员，美国银行的首席财务官博思威克（Alastair Borthwick）称，“在这个阶段，还不会”，并表示，美国银行已经非常有意识地在美国和海外建立自己的投资银行业务，为进一步夺取市场份额，将继续人力方面的投资。

博思威克还表示，美国银行对当前的员工人数感到满意，虽然有受到通胀的影响，但预计公司全年的支出将保持不变。

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

12 ETF赛道持续扩容

港交所酝酿上市新制度

上接P1

具体来看，特专科技公司通常于仍在发展初期的新市场经营业务。因此，在对特专科技公司进行估值时，可能难以准确预测该公司产品/服务的潜在市场规模，以及该公司在满足该潜在市场需求方面会有多成功；旗下特专科技产品并未商业化的特专科技公司的估值受投机炒作及操纵影响的风险会较高；特专科技公司产品及服务通常无须经主管部门的评估或批准，缺乏有效的主管部门监管。

港交所根据预期市值、研发、收益、第三方投资等事项，为特专科技企业量身设定上市标准。在建议制度下，特专科技公司将分为已商业化公司及未商业化公司两大类。其中，未商业化公司因为风险较高，规定也较为严格。

已商业化公司的定义为经审计的最近一个会计年度特专科技业务所产生的收益至少达2.5亿港元的公司，上市时的预期最低市值为80亿港元，未商业化公司预期最低市值则为150亿港元；已商业化公司研发投资金额须占总营运开支至少15%，未商业化公司则要达到50%；同时，上市申请人须获得来自资深独立投资者相当数额的投资。

至于首次公开招股的规定方面，拟要求特专科技公司上市后自由流通量至少达到6亿港元，披露的资料包括首次公开招股前资料、商业化现况及前景以及适当的示警声明。

与A股科创板、现时香港主板，以及美国、英国及新加坡的证券交易所相比，港交所对特专科技公司所设定的市值及收入门槛，一般都比其他交易所的其他测试门槛高。

在10月19日下午举行的港交所特专科技公司上市制度咨询传媒简布会上，港交所上市主管陈翊庭回应称，80亿港元估值的要求并不高，目前独角兽公司差不多也是这个水平，A股科创板很多专精特新公司也在这个范围。“在与市场初步沟通时，大家认为这对很多公司都是相当有吸引力的。”

当然，市场也有担忧的声音。咨询文件显示，若干上市公司机构投资者及私募股权公司有所顾虑，特别是对未商业化公司，质疑市场对这些公司可有足够的机构投资需求，又担心这些公司并不适合散户投资者投资。

陈翊庭称，这些特专科技公司有非常特殊的融资要求，所以为它们量身订造了一些规则，这个是冲着竞争力来考虑的。但考虑到对于投资者的风险相对会比较高，因此在制度设计上，就引入了很多保障投资者的设计，如拟引入“资深独立投资者”制度，在定价、锁定期方面与一般的IPO做法也是有区别的。

咨询文件披露，上市申请人须获得来自资深独立投资者相当数额的投资；于上市申请日期前的至少12个月之前已获得来自至少两名“领航”资深独立投资者的大额投资；来自所有资深独立投资者的合计投资金额达到公司于上市时已发行股本的规定最低百分比，即10% ～ 20%（已商业化公司）或15% ～ 25%（未商业化公司）。

此外，首次公开招股后，对控股股东、关键人士、领航资深独立投资者等施行首次公开招股后禁售期的限制。对未商业化公司施加额外持续责任，包括中期报告及年报中额外披露发行人达到商业化收益门槛的进展等。

“在制定有关建议时，我们考虑了特专科技公司的特点，特别是科技在有关公司业务中扮演了独特的角色，以及相对于其他上市申请人，这些公司的发展仍处于初期阶段。我们相信建议中的规定可在各方面之间取得适当的平衡，既能维持市场质素，亦能建立具商业可行性的新上市章节，配合新一代领先企业的集资需要。”陈翊庭说。

陈翊庭还称，“特专科技”本来就很难定义，因为科学技术在不断变化中。选定这五类行业，参考了其他市场同业的标准，但有关行业范畴不会一成不变，保留了一定的灵活性，港交所将会根据科技发展对相应机制作出调整。

港交所改革突围

港交所这次上市制度改革既是一脉相承，又与时俱进。

2018年，港交所改革上市制度，允许未有收入的生物科技公司、同股不同权的创新产业公司和在海外上市的中概股来港上市。改革4年来，吸引更多医疗保健及信息科技行业的公司来港上市。信息科技行业目前是港交所市场上最大的行业，医疗保健与信息科技行业合计占香港市场总市值超过三分之一。

尽管港交所的市场在上市改革后更为多元化，但港交所的研究显示，对于特专科技行业的公司数目及市值而言，香港仍落后于美国及中国内地。美国及中国内地市场目前有大量特专科技发行人，其中为数不少都是过去4年内才上市的。

数据统计显示，截至今年9月9日，美股特专科技发行人数目达738家，总市值达到85.4万亿港元，A股特专科技发行人数目为451家，总市值为15.3万亿港元，港股特专科技发行人数目仅99家，总市值为3万亿港元。

另一方面，这次扩大香港现有上市制度，或与港交所近年来表现欠佳相关。

近年来，港交所IPO集资额在全球排名逐渐落后。港交所2020年首次公开招股集资额位列全球第二，达4002亿港元，全年新上市公司达154家；2021年，港交所全年新上市公司共98家，集资额3314亿港元，位列全球第四。今年上半年，港交所新股募资跌出全球前5名，新上市公司仅27家，募资额197亿港元，较去年同期下跌91%。相比之下，上交所和深交所上半年分别夺得全球IPO融资规模的冠军和亚军。

港交所于10月19日发布2022年三季度财报显示，2022年第三季香港首次公开招股市场回暖，期内共有29只新股上市，总集资额达535亿港元，是2022 年上半年集资额的两倍多；2022年首三季合计新股总数共56只，集资额共 732 亿港元；而2021年前三季度港股市场首次公开招股集资总额为2859亿港元。

港交所业绩也出现下滑。财报显示，港交所2022年首三季收入及其他收益为132.55亿港元，较2021年首三季所录得的新高纪录下跌18%；股东应占溢利为70.99亿港元，较2021年首三季下跌28%。其中，港交所2022年第三季收入及其他收益为43.18亿港元，同比下跌19%；股东应占溢利同比下跌30%达22.63亿港元。

欧冠升表示，第三季财务数据较去年同期整体有所下跌，主要是现货市场持续疲软，每日成交额下跌令交易及结算费用下跌，沪深港通北向交易平均每日成交额减少以及来自电子认购首次公开招股的存管费用减少。

各种不利因素下，修订上市规则，吸引特专科技公司来港上市，成为港交所的当务之急。

陈翊庭表示，港交所跟香港特区政府一直都很关注市场的发展，最近也注意到专精特新企业的发展已经形成了一个非常重要的课题，港交所都会尽力创造有利的条件来促进这一方面的发展。

咨询文件显示，与市场持份者讨论后，港交所相信香港投资者会对特专科技公司于香港上市具有强烈投资意欲，因为此类公司的增长潜力甚高。大多数持份者认为机制所甄选的行业应有助各式各样有高增长潜力的大型新经济公司上市。

陈翊庭也表示，经与市场初步沟通，港交所了解到，特专科技企业对来香港上市有广泛意愿。公众咨询期将于12月18日结束，若一切推进顺利，港交所将尽快敲定最终版本，预计首批企业将以2022年度经审计财报递交IPO申请。

“从全球不同的交易所的竞争态势来讲，香港还是有独特吸引力的，这些特专科技的公司，如果选择来香港上市，通过我们与内地的互联互通例如港股通等方式，有机会接触到国内的广大的投资者群体。”陈翊庭说。

“本次上市规则的更新，将是4年来影响最为深远的一次调整。”天风国际表示，本次上市规则的修改主要目的是鼓励170多家已提交IPO招股计划，但正在等待合适的时机的公司正式启动IPO融资。经历了今年前9个月市场的低迷表现，本次上市规则的修改提议将会吸引更多科技企业来港上市，为市场注入活力。

33只基金三季报披露 新能源板块仍受重配

时代周报记者 **金子莘** 发自广州

基金三季报相继披露，权益产品收益不佳。

截至10月21日上午，已有33只基金（各类份额合并计算）率先披露三季报。从基金收益来看，20只权益产品收益全面告负。尽管受市场波动影响基金收益不理想，但仍有不少基金经理股票仓位有所提升。其中，汇丰晋信明星基金经理陆彬管理的4只产品仓位均小幅上升。

基金调仓轨迹显示，新能源板块仍受重配。多只已披露三季报的基金加仓新能源相关标的，陆彬管理的多只基金均增持比亚迪、华友钴业、赣锋锂业等个股，同样增持比亚迪至前十大重仓股的还有汇安宜创量化精选混合等，也有基金坚定持有新能源，例如国投瑞银先进制造混合，前十大重仓股天齐锂业、融捷股份、华友钴业、盛新锂能等标的均属新能源板块龙头。

但也有部分基金坚持低估值策略，并取得相对优异的回报。

明星基金经理丘栋荣管理的中庚价值灵动灵活配置混合在三季度净值下跌4.04%，在已公布季报的权益基金中跌幅最小。该基金大幅加仓医药股，新华医疗从半年报第79位持仓跃升至第一大重仓股，前十大重仓股还有柳药集团、康华生物等医药板块标的。

“医药板块已调整接近两年，估值于悲观预期的反应已经较为充分。整体看，医药行业具有较高性价比，该板块较多个股具备阿尔法机会。”丘栋荣管理的中庚小盘价值三季报中提及对医药板块将着重配置。

从已披露三季报的20只权益产品来看，其净值均有不同程度回调，低估值策略三季度表现优异。

时代周报记者梳理已公布三季报的基金业绩发现，以低估值策略著称的中庚基金表现亮眼，占据业绩排名前五位的四席，旗下明星基金经理丘栋荣管理的产品更是斩获其中三席。中庚价值灵动灵活配置以-4.04%的收益名列20只权益基金之首。前十大重仓股分别为：新华医疗、神火股份、苏农银行、川仪股份、保利发展、柳药集团、永茂泰、康华生物、常熟汽饰、云铝股份。

低估值板块近期也迎来了修复行情。医药板块在深度回调后现大幅反弹，从重仓持股来看，中庚基金把握住了这波反弹机会。提及医药行业，丘栋荣在三季报中提及：“目前以国内需求为主的行业确定性更高，如医药制造行业。”他还表示，医药集采降价等控费政策已常态化，对行业的边际影响已显著减弱。后续政策支持的方向，如医疗新基建、医药创新升级等领域已涌现出一批优质公司，可以重点关注。

除医药行业外，旅游、机场等也属低估值板块。三季度表现优异的基金还有华富灵活配置，该基金的基金经理姚姣姣、李孝华在三季报中表示：“看好旅游板块以及中小市值公司的投资价值，目前主要的投资方向将集中于挖掘旅游板块中小市值个股的投资机会。”该基金前十大重仓股分别是中国中免、白云机场、锦江酒店、君亭酒店、春秋航空、同庆楼、宋城演艺、众信旅游、吉祥航空、天目湖。

与低估值板块回暖不同，成长赛道则在三季度遭遇较大冲击。三季度业绩排名靠后的基金产品，均重仓新能源板块及上下游产业链。一位基金公司人士告诉时代周报记者：“三季度受市场波动的影响，成长板块调整加剧，重仓新能源的基金产品受到波及，整体表现欠佳，但未来仍旧看好新能源赛道的长期机会。”

汇丰晋信陆彬管理的3只基金产品均遭遇不小回撤，其代表作汇丰晋信低碳先锋三季度前十大重仓股为天齐锂业、亿纬锂能、雅化集团、宁德时代、赣锋锂业、深信服、比亚迪、华友钴业、四维图新、杭可科技，其中，四维图新为新晋前十大重仓股。

但从长期业绩来看，汇丰晋信低碳先锋表现出色。

天天基金数据显示，该基金成立以来回报为294.48%，近五年涨幅为111.63%，同类均值为53.95%；近三年涨幅为246.39%，同类均值为48.40%；近一年涨幅为-20.01%，同类均值为-19.22%。

尽管三季度业绩出现回调，但陆彬管理产品的股票仓位均有小幅提升。其中，汇丰晋信低碳先锋股票从二季度末的90.53%股票仓位升至三季度末的93.46%；汇丰晋信动态策略混合从90.62%升至92.56%；汇丰晋信核心成长混合从90.66%升至93.93%；汇丰晋信智造先锋股票从90.12%升至93.78%。

2家万亿金融巨头牵手 第五家中外合资理财公司面市

时代周报记者 **郭子硕** 发自广州

第五家中外合资理财公司来了。

近日，农业银行全资子公司农银理财有限责任公司(下称“农银理财”)收到银保监会批复，农银理财获准与法国巴黎资产管理控股公司(下称“法巴资管”）合作筹建中外合资理财公司，农银理财和法巴资管出资比例分别是49%和51%。

至此，除邮储银行外，工、农、中、建、交五家国有大行均布局中外合资理财公司。

农业银行表示，此次与法巴资管共同出资设立合资理财公司，能够发挥股东双方各自的优势和特色，更好地满足各类客户日益多样化的投资和财富管理需求。

中央财经大学证券期货研究所研究员、内蒙古银行研究发展部总经理杨海平向时代周报记者分析指出：“设立合资理财公司，可以将外资资管公司的全球化资产配置理念、资管运营管控及风险管理优势，与中国理财公司的客户基础、渠道优势及熟悉本土市场的优势相结合，组成全新能力拼盘。”

中外合资理财阵营扩容

第五家合资理财公司背靠农银理财和法巴资管。

农银理财实力强劲，备受市场关注。该公司在北京、青岛、重庆等10个试点城市推出首期养老理财产品，10天销售规模接近80亿元。

农业银行副行长林立表示：“今年上半年，农银理财管理的产品规模峰值达2.13万亿元，投资者达1080万户，保持在理财同业第一集团。从产品结构看，净值型理财产品占比达到91.2%，已经成为绝对主力，理财产品结构更加优化。”

农银理财成立于2019年8月，注册资本120亿元，主要发行公募理财产品、发行私募理财产品、理财顾问和咨询等资产管理相关业务。截至今年6月末，农银理财的产品加权平均收益率为3.92%，较去年增加19BP，高出10年期国债收益率110BP。

控股股东法巴资管是法国巴黎银行集团（下称“法巴银行”）旗下资产管理业务的控股公司。法巴银行是欧洲第四大银行，也是首批进驻中国的外资银行之一。近年，法巴银行加速布局中国金融业务。

2005年，法巴银行受让国际金融公司(IFC)所持原南京市商业银行(后更名为“南京银行”）10%的股份。今年5月，南京银行收到增持告知函，法巴银行及法国巴黎银行（QFII）增持南京银行股份比例超过1%。除银行和消费金融公司外，法巴银行还抓紧布局券商，该行递交的《证券公司设立审批》材料已被证监会接收。目前，法巴资管的资产管理总值达5000亿欧元。

林立在农业银行2021年业绩发布会上表示：“计划设立的合资理财公司，未来将充分依托销售渠道与客群优势，结合外资股东的全球投资管理能力、一体化解决方案和风控体系，立足中国本土市场，致力于打造能够为各类客户提供优质理财产品和服务、兼具ESG投资特色的资产管理公司，与农银理财优势互补，更好地为客户服务。”

金融对外开放加速

我国金融开放的力度逐渐加大。

早在2018年12月，银保监会发布《商业银行理财子公司管理办法》，明确银行理财子公司可以由商业银行全资设立，也可以与境内外金融机构、境内非金融企业共同出资设立。

银保监会鼓励商业银行吸引境外成熟优秀的金融机构投资入股，引入国际先进的专业经验和管理机制。彼时，银保监会有关部门负责人表示，“鼓励各类股东长期持有理财子公司股权、保持股权结构稳定的同时，为理财子公司下一步引入境内外专业机构、更好落实银行业对外开放举措预留空间。”

2019年7月，国务院金融委发布11条金融业对外开放措施，提出鼓励境外金融机构参与设立、投资入股商业银行理财子公司。

对外开放政策落地，不到半年，首家中外合资理财公司获批筹建。2019年12月，欧洲规模最大的资产管理公司东方汇理资产管理公司（下称“东方汇理资管”）和中银理财获批合资筹建汇华理财有限公司，注册资本为10亿元。其中，东方汇理资管出资比例为55%，中银理财出资比例为45%。在此背景下，多家国有大行竞速布局中外合资理财公司。

2021年12月，国家市场监督管理总局反垄断局公示工银理财与高盛资管新设合营企业案，宣布工银理财与高盛资管拟共同出资设立合营企业。两个月后，国内第三家中外合资理财公司施罗德交银理财有限公司在上海揭牌，该公司由交银理财与施罗德投资集团全资子公司施罗德投资管理有限公司合作筹建。

除合资筹建外，部分商业银行理财公司引入境外战略投资者，扩宽银行理财子公司与外资合作的路径。

2021年3月，招银理财宣布引进战略投资者摩根资产管理。今年5月，招银理财宣布增资扩股及工商登记变更等相关法定变更手续已办理完毕，招银理财成为首家引入境外战略投资者的银行理财公司。

不仅如此，光大银行也发布公告，该行董事会同意光大理财引入境外优秀资产管理机构作为战略投资者。据上述公告，如果光大理财引入一名战略投资者，该战略投资者认购后持股比例不超过15%；如果引入两名战略投资者，战略投资者认购后合计持股比例不超过20%。

中金团队分析指出，对于中国资本市场而言，鼓励具有国际影响力的外资金融机构入股银行理财子公司旨在引入国际上较为先进成熟的投资理念、经营策略、激励机制和合规风控体系，促进我国银行系资管业务健康有序发展。

“保险金+信托服务”成新宠 保险机构纷纷抢滩布局

时代周报记者 **刘威魁** 发自广州

3623.8
亿元

临退休的单亲妈妈梁女士独自经营着一家企业，单独抚育年纪尚小的一儿一女。梁女士考虑到自身年龄和家庭情况，为了保障子女未来能拥有好品质的生活，其在同方全球人寿购买了一份终身寿险，并进行了“保险金+信托服务”的业务对接。同方全球人寿广东分公司总经理叶锦发在接受时代周报记者专访时，讲述了梁女士通过同方全球人寿设立“保险金+信托服务”的案例。

梁女士每年支付约38万元保费，共缴费15年。如果她不幸离世，1500万元的保险理赔金可进入其信托账户作为信托财产，信托机构负责这一财产的管理及分配，在资产保值增值的基础上，按照梁女士的意愿，根据信托架构的设置条件支付孩子们的生活、教育、成家立业等费用，孩子们未来可以通过信托账户的资产分配得到稳定的经济照顾。

案例中提及的“保险金+信托服务”是以财富传承和资金管理为目的，将保险与信托服务相结合的一种跨领域结合的金融产品和传承工具，同时也是一种具有高附加值特征的服务信托。在具体业务流程上，投保人与保险公司签订保险合同，再由保单投保人作为委托人、以保单受益权为信托财产与信托公司订立信托合同。当达到保险合同约定赔偿或给付条件时，保险公司直接将保险金交付于信托公司，信托公司根据与委托人（一般为保险投保人）签订的信托合同管理、运用、分配保险金。

作为信托和保险之间的跨界合作，“保险金+信托服务”业务正受到越来越多人的关注。以同方全球人寿为例，自2017年开始布局这一赛道，截至目前，同方全球人寿已与12家信托机构达成合作关系，成功为数百位中高净值人士提供“保险金+信托服务”，目前业务规模已过亿元。

“在财富传承领域，相比保险产品理赔时保险理赔金的一次性给付，‘保险金+信托服务’的业务模式可以做到保险理赔金转入信托账户后的定制化分配，具有降低道德风险、平衡财富分配不均等优势。”叶锦发分析指出，“保险金+信托服务”计划可以解决两大财富传承操作难题：一是相比保险，它具有资产定向传承作用，可以进一步实现家族信托的私密性与财富传承安排的高灵活性，满足个性化的财富传承诉求，对家族后代起到正向激励作用；二是进一步实现个人财富与家族企业经营风险的隔离，避免家族企业经营不善拖累个人财富大幅缩水。

中高净值人群“新宠”

作为中高净值人群的传承工具，家族信托开始受到越来越多中高净值人群的关注。

据中信登数据显示，截至2022年1月份，国内家族信托总规模已达3623.8亿元，2022年4—6月，分别新增140.46亿元、118.59亿元、182.32亿元。

一些保险公司和信托机构也敏锐地嗅到了这块香饽饽，近几年纷纷开始联手布局“保险金+信托服务”领域。“‘保险金+信托服务’可以根据委托人意愿提供定制化的财富管理方案，按照委托人的意愿对信托财产进行投资、运用和分配。”叶锦发指出，“保险金+信托服务”业务比单纯使用保险产品来进行财富传承更加灵活。

比如，“保险金+信托服务”可以将委托人设立信托时未出生的家族后代子孙作为受益人放入信托架构，类似的设置目前市场上的人寿保险还做不到。此外，保险产品的身故理赔金为一次性给付，无法进行类似分期领取的操作；而“保险金+信托服务”在保险金进入信托账户后的领取设计可弥补这一功能的不足，委托人可以对受益人的保险金领取设定各种条件，以保障财富能按委托人的意愿进行有效传承，从而有效避免“富不过三代”状况发生。

“在家族信托成立过程中，保单受益权作为信托资产更容易进入信托账户。此外，从信托资产的合法性角度考虑，保单也较容易通过信托公司尽职调查。”叶锦发告诉时代周报记者，客户设立“保险金+信托服务”的资金门槛通常要低于家族信托，能充分发挥定额终身寿险的高性价比。

以一位40岁女性为例，如果想为自己建立一份家族信托，有两个选择：一是按照银保监要求最少投入1000万元现金；二是选择一款保额为1000万元的定额终身寿产品，总保费300多万元，如果分成20年缴，每年只需要缴纳17万元左右保费，就可以通过“保险金+信托服务”的业务模式为自己设立家族信托。这样不需要一次性投入大量现金，可以将现金更多用于生产经营和投资，提高资金的使用效率。而且随着市场的发展，现在有部分信托公司可以提供1000万元保额以下的“保险金+信托服务”，进一步降低了对接信托的门槛，使得“保险金+信托服务”具有更广阔的市场。

正是这种财富传承的灵活性和高性价比，吸引越来越多中高净值人士开始青睐“保险金+信托服务”。

据叶锦发介绍，同方全球人寿从2017年开始布局“保险金+信托服务”赛道。2018年时，同方全球人寿全年落地成功的“保险金+信托服务”业务尚且不足10单，但此后几年均呈现逐年递增的趋势。今年一季度，同方全球人寿对接的“保险金+信托服务”业务单子已超越去年全年；同期对接的“保险金+信托服务”业务保费占比，已超过总保费的20%，迎来了爆发式增长。其中，同方全球人寿广东分公司今年上半年，“保险金+信托服务”业务保费占总保费将近30%。

对于今年“保险金+信托服务”业务的快速发展，叶锦发分析指出，一方面，经过市场沉淀，中产家庭及中高净值人群在隔离经营风险、养老、健康和传承方面的需求日趋旺盛，越来越多人开始主动加入了解。另一方面，随着我国经济改革的深入，金融市场的发展得到了国家的大力支持。相关法律和行业规范的出台、监管力度的加强，使保险和信托行业都得到了质的发展，“保险金+信托服务”也走上了更加专业化、标准化的发展道路。

未来仍是蓝海市场

“当前，中高净值客户的资产配置意识日趋成熟理智，对国家政策也越来越敏锐。”叶锦发认为，“保险金+信托服务”赛道仍是蓝海市场，中高净值人士对于财富资产保全及传承方面有着巨大需求，相信“保险金+信托服务”将走上发展的快车道。

“但如何用专业素养获得客户的认可，面临不少挑战。”叶锦发坦言，对于中高净值人群的“市场培育”工作，仍是从业人员当前所面临的一大挑战。

事实上，“保险金+信托服务”业务并不好做。一是对从业人员有较高要求。从业人员需要具备良好的专业能力，除保险专业知识外，还需要较高的金融、法律、税务等知识。二是实际操作流程十分繁琐。具体来看，“保险金+信托服务”展业过程中不仅涉及履行审批、登记、估值分配等诸多环节，还涉及每个账户的资产管理、支付管理等工作。信托公司开展“保险金+信托服务”业务，需要建立相对独立的业务审核体系，涉及同保险公司的系统对接。

“由于‘保险金+信托服务’在中国尚属于新生事物，熟悉整个操作流程的营销员并不多。”叶锦发表示，为了向中高净值客户提供优质的财富传承服务，保险公司应该不断提升财富管理领域的专业化人才团队建设。

以同方全球人寿为例，在培育人才队伍方面有三大举措：一是从外部引进优秀人才，如招聘有保险基础的持牌律师、税务师等专业人员；二是从内部培育，提升销售团队的专业水平，带动后续全体人员的整体专业度提升；三是和律师事务所等外部专业机构合作，开展咨询培训。

“保险公司要做好市场开拓和客户培育工作，加强‘保险金+信托服务’的市场普及力度，让更多消费者了解这种新兴传承工具。”叶锦发认为，针对重点客群，保险公司应该制定专属营销策略和开发专属营销工具，精准传递“保险金+信托服务”的服务内容和优势。在保险产品设计方面，可以开发出更丰富、更匹配客户需求的保险产品，如有更多可选责任，能满足客户个性化需求。除此之外，保险公司可增强与信托公司的合作，增加合作信托公司数量，与信托公司共同开发出业务合作的标准服务流程甚至开发专用服务系统，提升“保险金+信托服务”服务效率，提高客户满意度。最后需要增强从业人员专业度。保险公司可建立“保险金+信托服务”相关培训体系，通过培训提升从业人员素质，可以设立专门部门和岗位发展“保险金+信托服务”业务。

叶锦发认为，“保险金+信托服务”能帮助保险公司更好地服务中高净值人群，提升保险服务的层次，推动保险行业向前发展。

专业 让生活更简单

2012年至今，中国平安积极履行社会责任，十年间累计纳税逾8000亿元，提供产业扶贫资金逾490亿元，服务实体经济投入逾5.9万亿元。中国平安持续以专业为客户带来简单生活，为国计民生贡献力量。

*数据来源：中国平安

中国平安

专业 · 价值

ETF赛道持续扩容 年内发行117只新品

时代周报记者 **夏子轩** 发自广州

ETF赛道再添新成员。

时代周报记者从投资市场上获悉，华夏中证机床ETF（159663.OF）和国泰中证机床ETF（159667.OF）两只深交所首批投资“高精尖”工业母机行业ETF将于10月26日上市。

ETF市场创新产品频繁落地，ETF数量和规模也创近十年来新高。

iFinD数据显示，截至10月21日，年内新成立ETF产品共117只，基金规模达1171.75亿元，全市场已上市ETF共有747只，总体规模达到1.56万亿元。

从收益率来看，年内ETF下跌居多，但不乏业绩优秀的产品。截至10月21日，共有60只ETF产品收益率实现正增长，其中豆粕ETF（159985.OF）年内涨幅最大，累计净值为1.7573，净值增长率达43.41%，其次是能源ETF（159930.OF）和煤炭ETF（515220.OF），净值增长率分别为31.79%和30.26%。

43.41 %

硬科技ETF赛道扩容

华夏中证机床ETF、国泰中证机床ETF两只基金上市，有望加速高端机床发展进程。

据了解，上述两只基金所跟踪的指数为中证机床指数。该指数从沪深市场中选取50只成分股，业务涉及机床整机及数控系统、主轴、切削工具等关键零部件的设计、制造和服务等领域的上市公司。

从分布来看，中证机床指数成分股来自主板、创业板和科创板，主要重仓大族激光（002008.SZ）、华工科技（000988.SZ）、厦门钨业（600549.SH）、上机数控（603185.SH）、创世纪（300083.SZ）、江特电机（002176.SZ）、中航高科（600862.SH）、汇川技术（300124.SZ）、海目星（688559.SH）、埃斯顿（002747.SZ）十家企业。

截至10月19日，华夏中证机床ETF募集规模为5.18亿元，有效认购户数为10109户，个人投资者和机构投资者的持有份额分别占比为89.9%和10.1%。国泰中证机床ETF募集规模为12.18亿元，有效认购户数为10495户，个人投资者和机构投资者持有份额分别占比为58.95%和41.05%，其中，国泰基金自购基金份额4900.1万份，占总份额比例的4.02%。

“两只ETF将对机床产业链带来积极资金支持。”在国金证券分析师满在朋看来，一方面，ETF有望推动主机厂加强研发投入，在技术升级、功能部件自制等持续加码；另一方面，目前投资覆盖了机床产业链上游企业，有望加速核心部件供应链成熟。

对于未来机床ETF的发展，数控化提升等是机构看好的主要原因。

数控机床相较于普通机床，在加工精度、加工效率、加工能力和维护等方面都具有突出优势。

申港证券分析师曹旭特表示，数控机床下游应用广泛，汽车、航空航天是主要的应用领域。中国作为全球最大的机床消费国，具有广泛的市场空间。

此外，国内生产机床以中低端产品为主。普华有策数据显示，中国单台机床价值量较低，以金属切削机床为例，2019年进口数控机床的平均单价为195.89万元/台，而国内生产的机床平均单价仅为21.46万元/台。

天风证券分析师吴先兴认为，中国正在从“制造大国”向“制造强国”转变，对高速度、高精度、高价值的高档数控机床的需求会不断增加。另外，国内中高档数控机床市场出现一批具备一定代表性的民营企业，未来有望进一步扩大高端市场份额。

多只新主题ETF获批

今年以来，ETF创新产品频繁落地，市场持续扩容。

iFinD数据显示，截至10月21日，年内新发行的ETF已达到117只，包括首批碳中和ETF、首批中药ETF、首批政金债ETF等。

碳中和ETF，全称是中证上海环交所碳中和ETF，追踪中证上海环交所碳中和指数。Choice数据显示，首批获批的8只碳中和ETF已于7月4日正式发售，仅用5天时间就全部募集结束，最终有效认购户数33.13万户，总募集规模超164.18亿元。

截至10月21日收盘，8只碳中和ETF表现不及预期，成立以来收益率跌超16%，近一周收益率跌超3.4%。对于业绩下跌，业内普遍认为属于短期正常波动，长期来看碳中和赛道的投资潜力仍十分巨大。民生加银基金经理蔡晓表示，碳中和赛道可能受到时间点需求、板块企业发展等因素影响，出现一些起伏，但总体看未来景气度还是向上的。

中药ETF跟踪的是中证中药指数，反映中药概念类上市公司的整体表现，权重股包括云南白药（000539.SZ）、片仔癀（600439.SH）、同仁堂（600085.SH）等。目前两市共4只中药ETF上市，分别是鹏华中证中药ETF（159647.OF）、华泰柏瑞中证中药ETF（561510.OF）、银华中证中药ETF（562390.OF）和汇添富中证中药ETF（560080.OF）。

由于上市时间不一致，导致4只中药ETF的收益率也不相同。鹏华中证中药ETF和银华中证中药ETF成立于7月20日，目前收益率分别为-0.33%和-0.70%；华泰柏瑞中证中药ETF成立于7月26日，目前收益率为4.3%；汇添富中证中药ETF成立于9月26日，目前收益率为9.85%。

政金债ETF全称是政策性金融债指数基金。

7月11日，8只政金债ETF产品获批，一经推出便受到市场追捧。其中，富国中债7—10年政策性金融债ETF（511520.OF）仅用半月时间募集资金就超过70亿元；华安中债1—5年国开行债券ETF（159649.OF）在认购两天后就宣布80亿份的募集规模，已达上限。

为完善债券ETF配套机制，10月21日，上交所发布《关于部分债券交易型开放式基金开展通用质押式回购交易相关事项的通知》，将政金债ETF纳入质押式回购标的，促进银行间和交易所市场的互联互通。富国中债7—10年政策性金融债ETF将于10月25日上市，后续发展值得期待。

千亿“爆款专业户”总经理辞职 创始人陈光明将专注投研

时代周报记者 **宁鹏** 发自上海

“爆款基金专业户”睿远基金再次引发公募行业热议。

10月18日，睿远基金公告称，因公司经营管理需要，陈光明卸任公司总经理职务，将专注于投资管理，聚焦战略和人才发展；公司副总经理饶刚将接任总经理一职。本次总经理变更，让很多业内人士直呼“意外”。

陈光明证券从业超过20年，曾任东方证券资产管理有限公司的董事长、总经理。2018年10月29日，睿远基金成立，注册资本金1亿元。陈光明持股53%，是睿远基金的创始人、实控人、第一大股东及首任总经理。此次变更也是睿远基金成立近4年时间，首次总经理更迭。

作为资产管理行业为数不多的长期担任资产管理机构总经理及董事长，又始终在投资一线的投资人，陈光明的一举一动都备受资管圈关注。陈光明创立睿远基金后，因多次“一日售罄”在业内引起轰动。此次变更之后，陈光明仍然是睿远基金的法人代表、最大的个人股东。

饶刚任总经理

成立四年来，睿远基金的董事长和总经理均已变更。

2018年10月29日，睿远基金成立，由陈光明任总经理，傅鹏博任董事长，刘桂芳任督察长。

不过，仅仅几个月后，睿远基金董事长职位便发生变更。2019年1月，傅鹏博卸任董事长，转任副总经理，刘桂芳接任董事长。至于傅鹏博卸任董事长的原因，公告解释为“公司业务发展需要”。据知情人士透露，真正的原因是按照监管规定，基金公司董事长不能参与基金管理，所以傅鹏博选择转任副总经理。

陈光明是个人系公募的标志性人物，其在东方证券开启投资生涯，2018年3月在东证资管董事长职位上离任。卸任东证资管董事长仅7个月后，其创办的睿远基金已拿下公募基金牌照，堪称“无缝连接”。

谈及此次变更的原因，陈光明表示：“一方面，我就是一个手艺人，想把更多的时间放在投资上。今后我会专注于投研工作，研究是投资的一部分，会在团队培养上花更多精力，包括关注研究员的成长以及研究成果的转化等。另一方面，公司到现在这个发展阶段，也是水到渠成的。我们是众多专业人士合伙的企业，应该充分授权，发挥每个人的优势，高效运作。饶刚一直带团队，对于经营管理工作更擅长也更合适。”

饶刚为“固收”大佬，与陈光明颇有渊源。2015年，饶刚曾加入陈光明时任总经理的东证资管，负责固定收益团队建设。2021年5月，饶刚加入睿远基金，2021年8月26日起担任睿远基金副总经理。同年12月6日，饶刚出任睿远基金旗下首只偏债混合基金——睿远稳进配置两年持有混合基金经理。

有资深业内人士告诉时代周报记者，在个人系基金公司，股权比职位更能体现“话语权”。

睿远基金成立之初，陈光明出资5500万元，持有55%股权；傅鹏博出资3251万元，持有32.51%股权；刘桂芳出资750万元，持有7.5%股权；林敏出资499万元，持有4.99%股权。

从股权结构来看，陈光明仍是睿远基金的实控人。天眼查信息显示，目前陈光明持有睿远基金股权从5500万元下降至5300万元，仍是睿远基金实控人及第一大股东；副总经理傅鹏博、董事长刘桂芳分别出资1200万元、720万元，分列睿远基金第二、第三大股东；包括林敏、赵枫在内的其余高管及5个员工持股平台合计持有睿远基金27.8%的股权。

值得关注的是，现任总经理饶刚还未持有睿远基金股权。

“爆款专业户”进入下半场

睿远基金在公募行业，几乎是“爆款专业户”的代名词。

2018年12月，睿远旗下“洞见价值一期”专户首募80亿元，成为该年的现象级事件；2019年3月，首只公募睿远成长价值混合单日获得超过720亿元资金抢购，A类份额配售比例低至7.03%；2020年2月18日，第二只公募睿远均衡价值混合单日募集1200亿元，配售比例约为4.9%；2021年12月2日，饶刚挂帅的睿远稳进配置两年持有混合单日大卖1020亿元，配售比例为9.8%，创下偏债混合基金历史发行纪录。

事实上，比公募“爆款”更为惊人的是睿远基金专户规模的膨胀。截至今年二季度末，睿远基金旗下3只公募基金规模合计593.28亿元，主要集中在权益和固定收益类产品，包括公募专户在内的总规模超过1800亿元。

593.28 亿元

不过，与发售时的火爆场景形成鲜明反差的是，睿远基金旗下公募基金的业绩表现并不出色。

截至2022年10月17日，睿远稳进配置两年持有混合成立以来的收益率为-5.6%，在同类产品中排名靠后；睿远成长价值近三年收益为34.16%，未进入同类前1/2；睿远均衡价值近两年收益为-13.37%，并未进入同类前1/2。

睿远基金是最快盈利的公募基金公司之一。在2019年，睿远基金的营业收入已经高达4.03亿元，利润总额为7502.58万元，净利润为5914.51万元。

冬虫夏草价格超黄金 有商家销售“仿野生”

时代周报记者 **杜苏敏** 发自广州

冬虫夏草一直被视作名贵的滋补品，虽药效受争议，却因价格高昂，被赋予“中药软黄金”“养生界爱马仕”等称号。

2016年，原国家食品药品监督管理总局（CFDA）曾发布《关于停止冬虫夏草用于保健食品试点工作的通知》，将冬虫夏草踢出“保健品”之列，但其作为中药材的身份并未受到影响。

冬虫夏草既非虫也非草，而是一种昆虫与真菌的结合体。《中国药典2020年版》显示，冬虫夏草特指麦角菌科冬虫夏草菌寄生在蝙蝠蛾科昆虫幼虫上的子座和幼虫尸体的干燥复合体。

目前，冬虫夏草只在尼泊尔、不丹、印度、中国有分布。中国的冬虫夏草主要集中在四川、青海、西藏、云南等海拔4000 ～ 5000米的高山草甸中。其中，青海冬虫夏草产量占据中国总产量的60%。

被踢出保健品圈六年，冬虫夏草的价格和热度似乎并未受到明显影响，部分区域的价格甚至出现明显上涨。据中国药材天地网数据，截至今年9月，亳州药市今年每2000条冬虫夏草的月均价格为21万元，而在2016年，其月均价格仅为17万元。

野生虫草价格差异大

目前，市面上的冬虫夏草产品多指野生冬虫夏草，除此之外，还有人工培育虫草，即通过人工培育幼虫，受菌感染以后，再将其栽培在产区生长。曾有专家表示，人工培育最大好处是能够减少重金属超标隐患。至于实验室里的虫草药效是否比野外强，需要结合实验环境、培育方式和成分测定而定。

“2016年冬虫夏草被踢出保健品行业后，野生冬虫夏草的价格并没有下降，反而是上升了。”10月19日，从事冬虫夏草行业十余年的张磊（化名）在接受时代周报记者采访时介绍，2016年至今，一斤野生冬虫夏草的价格平均涨了3万元左右，背后原因主要是持续减产和市场热度提升。

今年6月，青海省玉树州冬虫夏草协会副会长朱锦毅在接受媒体采访时提到，今年冬虫夏草鲜草的产量比往年有明显下降，产量下降至少三分之一，价格要比去年相对高20%以上。“冬虫夏草鲜草与去年相比每根价格上涨7元，干草每斤的价格则要比去年上涨1.5万元左右。”他表示。

“野生的冬虫夏草价格一般在10万～ 26万元/公斤之间。”张磊介绍，野生冬虫夏草产区不同，价差可以达到2万～ 6万元/公斤；由于品质不一，每斤野生冬虫夏草差价1万～ 2万元很平常。

张磊告诉时代周报记者，野生冬虫夏草价格主要根据产地、品相等条件判定，产地是主要影响因素。“像一斤西藏那曲的野生虫草，价格就比其他虫草要高1万～ 2万元。品相方面，外观品质特别好，看着舒适、干净，这种的一斤也要贵个2万元左右。”张磊介绍。

而在电商平台上，个头大小、品相是否完整则是冬虫夏草划分等级的主要方式。以某一品牌20克装的虫草干货为例，从4根/克、3根/克到2根/克，价格依次为2699元、3499元和7390元；同等规格下，虫身和真菌分离的断虫草价格则大打折扣，售价最高仅1760元。2根/克的虫草干货价格达到369.5元/克，价格直逼国内金价（10月18日暂报391元/克）。

时代周报记者查询某电商平台，北京同仁堂健康旗舰店一款冬虫夏草30克礼盒折后价为19680元，也就意味着每克虫草价格高达656元；该店铺4根/克规格的冬虫夏草折后价为17020元，50克每盒计，每克售价超340元；另一款冬虫夏草25克礼盒折后价为12480元，折算每克价格为499元。从价格方面看，品相规格好的冬虫夏草价格大幅超过黄金。

人工培育替代野生虫草？

随着全球变暖，雪线抬升，冬虫夏草适宜生长的环境正逐渐缩小。今年1月，中国民主建国会青海省委员会曾在提案中提到，冬虫夏草行业进入了越挖越少、越少越贵的恶性循环。加强和重视冬虫夏草人工培育研究，大力发展现代化冬虫夏草人工发酵产业，可以全面缓解对于野生资源的依赖，是实现冬虫夏草资源可持续利用的必由之路。

时代周报记者注意到，虽然市面上已经有人工培育的虫草销售，但多数商家并不会在宣传页面上透露“人工培育”情况，只有专门询问时才会承认；也有一些商家直接表示，人工培育虫草无营养价值，或药效远不及野生虫草。

价格方面，人工培育虫草与野生虫草相去甚远。据张磊介绍，人工培育虫草一般在5万～ 6万元/公斤，整体价差不大。

时代周报记者从一家经营冬虫夏草的网店中了解到，其店铺中纯野生的那曲冬虫夏草与人工培育的虫草价格相差近一倍，同样的4根/克品质，价格分别是1980元/10克和1000元/10克。该店客服向记者介绍，店内人工培育的虫草是仿野生的，“按照野生的环境，进行人工干预，下单就送检测报告。”

“人工培育虫草的检测成分和野生冬虫夏草的成分相差无几，唯一不同的就是缺乏野生的生存条件。现如今，人工培育的虫草和野生虫草在外观上越来越相似。”张磊向时代周报记者介绍道，单从外观比较，人工培育草两头细小，颈部严重弯曲，中间部分肥大不协调；野生虫草整体比较协调。

张磊表示：“这个是鉴别野生冬虫夏草和培育草的一般鉴别方法，但不能作为绝对的鉴别方法，因为还有体形相似度高的。”据其介绍，因人工培育虫草的体型整体偏大，所以体型最小的培育草，价格比最小的野生冬虫夏草更高；最大的培育草，比最大的野生草价格便宜1/4以上。

在回收市场上，两者的待遇也相差明显。时代周报记者从多名冬虫夏草回收商处了解到，品牌对冬虫夏草的回收价格影响不大，具体价格以实物产地、品相作为依据，人工培育虫草的回收价格普遍不及野生虫草，相同品相的价格相差一半左右。也有商家在听说是人工培育虫草之后拒绝收购。

“今年冬虫夏草的价格处在最高峰，不管是野生的还是人工培育的都在涨价，往后可能会持续降价。”张磊称，以前冬虫夏草价格一直居高不下，主要原因是野生虫草难以量产，甚至不断减产；如今人工培植冬虫夏草日益常见，量产不再是难题。

6 万元 <

癌症疫苗有望8年内上市？ 专家：研发难度大

时代周报记者 **韩利明** 发自广州

癌症疫苗上市在即？

近日，德国生物技术公司BioNTech（BNTX.NASDAQ）联合创始人萨欣（Şahin）和图雷利（Türeci）夫妇在接受媒体采访时称，mRNA癌症疫苗可能会在2030年前上市。

早在2010年4月，第一款治疗性癌症疫苗获美国食品药品监督管理局（FDA）批准上市，但因疗效一般、价格昂贵，常处于“有价无市”的状态而淡出市场。

当前，mRNA癌症疫苗再次引发关注。“有别于预防性疫苗，治疗性癌症疫苗作为一种癌症治疗手段，激活肿瘤患者的免疫系统，获得针对癌细胞的特异性免疫保护力，从而防止肿瘤的复发或恶化。”前宾夕法尼亚大学医学院研究副教授、现杭州赛得康生物科技有限公司创始人张洪涛向时代周报记者解释。

疫苗专家陶黎纳向时代周报记者表示：“mRNA疫苗在疫苗作用机制上并无突破，就是刺激免疫系统的强度大了不少，是否能成就癌症疫苗的招牌，有待实践检验。”

时代周报记者检索智慧芽全球新药情报库Pharmsnap数据平台发现，除BioNTech，在mRNA药物治疗领域，Moderna（MRNA.NASDAQ）、默沙东（MRK.NYSE）、葛兰素史克（GSK.NYSE）、斯微生物、艾博生物等企业均有布局。

研发难度大

mRNA疫苗通过将遗传基因编码输送至人体，让细胞产生抗体，从而激活人体的免疫反应。BioNTech首席医疗官图雷利认为，“可采取同样的方法启动免疫系统，寻找和破坏癌细胞。”

时代周报记者了解到，德国mRNA疫苗厂商BioNTech，拥有多款处于临床试验阶段的mRNA疫苗，在研适应症包括结直肠癌、黑色素瘤、头颈部肿瘤等。

因形成肿瘤的癌细胞中可能含有不同的蛋白质，研发一种针对所有癌细胞的疫苗变得极其困难。

图雷利提及，目前，BioNTech已经更好地了解了人的免疫系统如何对mRNA作出反应，掌握了如何大规模地制造mRNA疫苗，具备与监管机构就疫苗批准相关事宜进行反复沟通的经验，这些都能够加速未来癌症疫苗的上市。

但癌症疫苗研发难度仍然较大。陶黎纳介绍：“癌细胞是人体自己的细胞，本来应该程序性死亡的，如果没有死亡还不断增殖就变成癌细胞。虽然癌细胞是‘坏人’，但从外表看还是‘自己人’，要免疫系统去对付这种‘叛变的自己人’，难度很高。”

陶黎纳解释：“疫苗的免疫机制是利用免疫系统针对异己的免疫反应。免疫系统也有针对叛变的自己——癌细胞的免疫机制，但和针对异己的不一样。所以，以建立在针对异己机制上的疫苗原理，去研发针对自己细胞的癌症疫苗，存在机制上的限制，难度就大在这里。”

陶黎纳表达了自己的担忧，最困难的可能是安全性，“癌细胞毕竟来源于自己，要说在蛋白质层面与自己细胞有很大区别，大到自己的细胞与病原体的区别，这个恐怕是可遇而不可求。如果癌细胞与正常细胞在免疫识别方面差异不大，那么攻击癌细胞的免疫机制时就可能攻击正常细胞。”

“mRNA癌症疫苗研发最大的挑战在于抗原的选用，很多癌症疫苗的抗原没有普遍的适应性，这也增加了研发的成本。”张洪涛解释，“事实上BioNTech利用mRNA技术研发癌症疫苗已有一段时间了，是否能在‘2030年前上市’，取决于后续的临床试验进展情况。”

“作为科学家，我们总是不愿意说我们将有治愈癌症的方法。”图雷利对mRNA癌症疫苗的研发上市持谨慎态度，“我们有一些突破，也将继续努力。”

多家企业布局癌症疫苗

2010年4月，FDA批准第一款治疗性疫苗Provenge，用于治疗前列腺癌。

但Provenge并未带来颠覆性的疗效。临床试验结果显示，比起对照组，Provenge仅将患者的总体生存期延长4.1个月。

Provenge疗效一般，但价格昂贵。Provenge属于自体细胞免疫疗法，需使用患者自身的免疫细胞制造，成本较高，每疗程价格高达9.3万美元。而同样治疗前列腺癌的阿比特龙和恩杂鲁胺分别在2011年和2012年上市，价格仅为Provenge的一半。

Provenge的销量未达预期，其研发公司Dendreon也以破产告终。

据时代周报记者不完全统计，多款癌症疫苗折戟在临床试验中。包括Celldex旗下癌症疫苗Rintega、Argos的肾癌疫苗rocapuldencel–T和Agenus的Prophage G–200。

尽管癌症疫苗研发道阻且长，相关药企及研究人员并未放弃对癌症疫苗的研发。

当前，已有多家mRNA生物技术公司转战癌症治疗领域。

基于mRNA技术的疗法，是将体外合成的mRNA递送到人体中的特定细胞，mRNA在细胞质中被翻译成所需的蛋白质。mRNA作为疫苗或药物，可应用于预防传染病、治疗肿瘤和蛋白替代疗法。

截至2022年3月31日，全球mRNA药物进入临床管线的共有56个，研发主要集中在疫苗领域。智慧芽全球新药情报库Pharmsnap数据平台显示，BioNTech和Moderna是走在前沿的两家企业，结直肠癌、黑色素瘤等在研适应症均处于临床2期。

10月12日，默沙东与Moderna联合宣布，根据两家公司现有的合作与授权协议，默沙东选择与Moderna联合开发与商业化个体化癌症疫苗（PCV）mRNA–4157/V940。

目前，这一款个体化癌症疫苗正在与默沙东的PD–1抗体Keytruda（pembrolizumab）联用，在2期临床试验中作为辅助疗法，用于治疗高风险黑色素瘤患者。

车企逃离欧洲 宝马电动MINI要国产了？

时代周报记者 **何明俊** 发自广州

宝马MINI要国产了吗？

有消息称，宝马将停止在英国牛津工厂生产MINI电动车型，并将在明年年底前把该生产线转移到中国。

对此，宝马中国方面回应称，牛津工厂暂停电动车生产但不会停止MINI车型，与长城汽车合作的光束汽车将生产纯电动MINI。

不过，对于MINI纯电动车型是否只在中国生产，宝马方面并未披露信息。

据时代周报记者了解，宝马和长城汽车于2018年7月签署协议成立合资公司光束汽车有限公司（下称“光束汽车”），2019年11月光束汽车项目在江苏省张家港市正式启动，2020年6月光束汽车工厂在张家港市打桩施工，计划2022年完工。

宝马MINI品牌新任负责人Stefanie Wurst公开表示，MINI的这项决定，主要是牛津工厂同时生产燃油车和电动车会造成运行效率低下问题，转移至中国后，牛津工厂将专注于生产MINI燃油车型，长城汽车与宝马合资的光束汽车张家港工厂将负责未来电动MINI和电动MINI Aceman车型的生产。

“英国新能源汽车产业链现阶段还不够成熟。”10月17日，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接受时代周报记者采访时表示。

张翔分析：“将车型放在中国生产，产业链稳定、零部件价格成本也低，中国还有很多新能源汽车的工程师。无论是采购还是招聘，中国都有优势。”

MINI品牌是英国汽车公司在1959年推出的小型两厢车。

2000年，宝马收购MINI品牌后，为维持纯正的英伦“血统”，MINI新车的总装车间一直安排在牛津工厂。

英国脱欧后，受贸易关系变化影响，在英国的汽车制造商无法自由地运送零件至当地组装。

在宝马之前，日本本田已关闭了在英国的斯文登工厂，日产汽车也将自家X-Trail SUV的生产从英国桑德兰地区更改至日本九州。

紧跟日本车企的宝马，将MINI电动车的生产线转移到中国，不难看出背后意图。

对纯电动汽车而言，最重要的核心零部件是动力电池，而全球有名的动力电池企业基本集中在亚洲。

据SNE Research数据显示，2022年上半年，全球动力电池装机量前10名中，中国动力电池企业有6家上榜，剩余4家分别是LG新能源、松下、SK On和三星SDI。

中国企业和日韩企业基本占据了动力电池产业链的头排，而宝马MINI在中国市场的销量也占全球销量的近10%。

数据显示，今年前9个月，宝马共向中国客户交付592873辆BMW和MINI汽车。其中，纯电动车型前三季度销量同比增长65%。

动力电池龙头宁德时代是宝马的长期合作伙伴。

今年9月，双方刚宣布达成一项长期协议，从2025年开始，宁德时代将为宝马“新世代”车型架构的纯电车型供应圆柱电池。客观而言，宝马将MINI电动车型生产线搬至中国，既可完成光束汽车的合资生产，同时又能借助中国完善的汽车产业链进一步加强品牌价值。

宝马并非第一家转移生产线至中国的欧洲车企。

今年3月，德国大众表示，将把欧洲的部分产量转移至美洲和中国，转移规模为5万～10万辆。

对比宝马MINI电动车转移至中国生产的4万辆规模，大众的转移规模显然更大。

华创证券数据显示，今年2月以来，奥迪、宝马、保时捷、奔驰、大众、福特、现代等众多车企品牌均有不同程度的停产，原因包括零部件断供、缺芯、缺少线束、物流瓶颈等，停产时长多为6天起步。

供应链不稳定波及下游车企。欧洲眼下正面临能源短缺，制造业生产有向中国加速转移的趋势。

有机化学、电气设备、机械设备以及汽车及其零部件等，成为欧洲企业向中国生产转移幅度最大的类别。

天风证券研报认为，中国不仅具备完备的产业链体系、庞大的内需市场、逐渐积累的技术能力，还具有能源成本、稳定性优势，过去3年出口增速的持续超预期不是偶然。当前供给不足才是主要矛盾，中国制造业的全球比较优势将得到凸显。

“中国已连续7年成为全球最大的新能源汽车市场，中国的新能源汽车产业链，也是全世界最安全、最完善的，欧洲车企搬到中国生产新能源汽车的话，成本、市场等方面都有优势。”张翔说。

2022 年

好上好“一体两翼”战略稳步推进 内生增长动力强劲

2022年10月17日，深圳市好上好信息科技股份有限公司（简称“好上好”）披露发行公告，确定深交所主板上市发行价35.32元/股，发行市盈率18.26倍。公司将于10月18日进行网上和网下申购，这意味着，好上好即将登陆A股市场。

资料显示，好上好是国内领先的电子元器件分销商，主要向消费电子、物联网、照明等应用领域的电子产品制造商销售电子元器件，并提供相关产品设计方案和技术支持等服务。目前，好上好已与小米集团、四川长虹、歌尔股份、安克创新、移远通信等知名企业达成稳定的合作关系。

值得一提的是，依托产业链的发展优势，好上好持续推进现有业务的深化整合，战略布局包括工业（水电气热表、工业仪器仪表、工业设备等）、通信（5G基站、Wi-Fi6、光模块等）、汽车（新能源汽车、轨道交通等）等消费电子细分市场，大力向工业或车规级MCU、ADC/DAC、传感器、碳化硅器件、模拟器件、射频器件、光模块、电源管理芯片等细分领域拓展产品线，增加公司的盈利能力，扩增新的业务增长点。

夯实主业发展，助力中国品牌出海

随着电子信息技术的不断发展，信息技术产业成为关系国民经济安全和发展的战略性、基础性、先导性产业，也是世界主要国家高度重视、全力布局的竞争高地。电子元器件处于信息技术产业链上游，是支撑信息技术产业发展的基石，对电子信息产业的发展起着至关重要的作用。

尤其是近年来，电子信息产业分工精细化、复杂化程度日益提升，电子元器件分销行业作为上游设计及制造厂商和下游电子产品制造商的重要桥梁，在产业链条中扮演着愈发重要的角色。

5G、物联网、大数据、人工智能以及汽车电子等新技术的应用发展，带来庞大的半导体市场需求，电子元器件分销行业直接受益，进入了新一轮的上升周期。

自成立以来，好上好一直专注电子元器件分销领域，代理的产品包括SoC芯片、无线芯片及模块、电源及功率器件、模拟/数字器件、存储器、LED器件、传感器、处理器、光电器件、结构件及被动器件等各类电子元器件，产品主要应用于消费电子、物联网、照明等领域。

在电子元器件分销行业中，授权分销商所代理的产品线是其开展电子元器件分销业务的基础，代理产品线的数量、质量是衡量分销商综合竞争力的重要体现。而且，随着我国制造业由“中国制造”向“中国创造”转变，国内制造业转型升级，本土电子产品制造商对技术支持服务的需求不断提升，会更加倾向与具有技术支持服务能力的本土分销商进行紧密合作。

依托在分销领域积累的国内客户资源、市场敏感度和强大的技术开发能力，目前好上好的技术服务能力在不同的销售阶段有着差异化的竞争优势。

如今，好上好已获取联发科（MTK）、PI（帕沃英蒂格盛）、星宸科技（Sigmastar）、Nordic（北欧半导体）、恒玄科技（BES）、CirrusLogic（凌云半导体）、格科（GALAXYCORE）、晶晨半导体（Amlogic）、CreeLED（恪立）、圣邦股份（SGMC）、晶豪（ESMT）等国内外知名原厂的授权，代理应用于电视、机顶盒、蓝牙耳机、网络摄像头、手机、照明等市场的产品线。

基于客户的产品需求精细化管理和多年来的技术积累，好上好在消费电子、物联网、照明领域具备较强优势，得到小米集团、四川长虹、康冠、兆驰股份、华曦达、安克创新、移远通信、奥海科技、赛尔康、上海创米、歌尔股份、爱都科技、视源股份等知名客户的认可。

2020年和2021年，中国信息产业商会（CIITA）电子元器件应用与供应链分会（ECAS）授予好上好“副理事长单位”称号。此外，好上好还获得Nordic（北欧半导体）“最佳成长代理商”、江波龙（Longsys）“最佳潜力奖”、Semtech（升特半导体）“2022财务年度最佳成长代理商”、石头科技“最佳交付奖”等系列荣誉。

此外，随着中国半导体制造业的迅速崛起，好上好合作的国产芯片原厂数量也迅速增加。在优化公司产品结构的同时，好上好不断助力国产电子元器件在国内及海外的推广。

好上好在招股书中称，公司将牢牢把握时代发展的机遇，立足中国，布局亚洲，放眼全球，助力国产芯片在国内及海外的推广，帮助国产芯片快速落地，力争成为国产芯片出海的前哨。

“一体两翼”，切入物联网和芯片定制业务

近年来，在人工智能和物联网技术成熟商用的助力下，各种智能家居产品层出不穷，从智能扫地机器人到智能音箱、智能陪伴机器人，再到智能门锁、智能马桶盖等，越来越多的智能家居产品逐渐普及，智能家居产品已成为消费市场的热点，销售规模呈逐年增长态势。

根据Statista数据，2019年，消费者在智能家居相关硬件、服务和安装费用上的支出达到1030亿美元，并将以11.11%的年复合增长率增长到2023年的1570亿美元。另外，IDC预计，2024年全球智能家居设备出货量将超过14亿台。

基于对消费电子、物联网产业需求的深入了解及技术积累，好上好紧抓行业机遇，于2018年、2020年分别切入物联网产品设计与制造业务、芯片定制业务，目前业务发展态势喜人。

在物联网业务方面，好上好自主开发的物联网产品主要包括智能家居产品、物联网无线模组、公网通信设备，具体包括以智能控制产品为代表的智能家居产品、以蓝牙模块为代表的物联网无线模组和以4G DTU模组为代表的公网通信设备等类别。

好上好在现有的蓝牙智能电源、蓝牙开关、传感器、智能网关的基础上，将为市场提供更多的智能产品和系统，包括远程窗帘控制、远程空调控制、远程红外控制等。此外，该公司还将完善大豆云服务器，用于终端用户组网及系统配置数据的存储及同步，方便用户在不同终端登录，进行设备和数据的管理，同时大豆云服务器可以和小米、阿里、亚马逊的智能音箱等控制入口对接，实现语音控制灯光、窗帘、空调及其他家电，实现全屋智能。

在芯片定制业务方面，好上好的产品主要包括TWS蓝牙耳机用智能复位MCU、智能复位和高速通信芯片。该公司基于芯片定制经验积累，以及对市场敏锐的认知，逐步建立自己的芯片设计团队，设计出贴合市场需求的芯片，提供更适合客户需求的产品。

得益于公司业务稳健发展，近年好上好的业绩持续向好。2019—2021年，好上好分别实现营业收入41.19亿元、52.61亿元和68.41亿元，净利润分别为0.53亿元、1.18亿元和1.86亿元。

好上好表示，未来公司将不断巩固电子元器件分销业务在消费电子领域取得的优势地位，并加大在物联网、工业、通信、汽车等领域的投入，实现分销业务领域的延伸。同时，公司面向客户开展物联网产品设计及制造业务和芯片定制业务，将不断提升技术水平和研发能力，以提供更加贴合客户需求的产品，并致力打造以电子元器件分销业务为主体，以物联网产品设计及制造业务和芯片定制及芯片设计为增长点的“一体两翼”的业务模式，成长为行业领先的电子元器件分销商。

（文/华秋）

第七届 The 7th Golden Tangerine Awards of Time Finance
时代金融金桔奖

新格局 新发展 新机遇

人类经济每次转型升级都有金融的推动，在新的挑战面前，我们需要通过不断创新升级金融产品和服务，提高资源配置效率，助力中国经济实现技术、产业、资金三者之间的良性循环，加快构建新发展格局。

扫描了解更多信息

主办单位：时代传媒集团

承办单位：时代周报 THE TIME WEEKLY、时代财经、时代商学院 TIMES THINKTANK、时代数据 FIND A GOOD COMPANY

合作媒体：财联社、东方财富网 eastmoney.com、界面新闻、南方财经、一点资讯、证券之星 www.STOCKSTAR.com、中国经营报 CHINA BUSINESS JOURNAL、中新经纬 ECONOMIC VIEW、和讯网 hexun.com、FX168 财经集团、华夏时报、经济观察报、商界传媒集团 BIZMEDIA GROUP、投资界 PEdaily.cn、赢商网 winshang.com、理财周刊、CNFOL.COM 中金在线、蓝鲸财经、英才 talents、36Kr、金融界 JRJ.com、全景、中指研究院 China Index Academy、云掌财经 www.123.com.cn、格隆汇、TMTPOST 钛媒体、资本邦 ChinaIPO.COM、消费界 Consumer Sector、OFweek 维科网、新财富 NEW FORTUNE、财华社 FINET、融资中国、红餐网、新周刊

丰巢上线洗衣服务 近期出海动作频频

时代周报记者 **邓宇晨** 发自广州

“快递柜之王”丰巢进一步拓展多元经营。

丰巢网络智能柜近日宣布，将洗衣业务从深圳试点推向全国，在丰巢智能柜小程序中的“生活服务”专区即可下单。目前，丰巢洗护服务包括衣物、鞋靴的通用洗护，以及干洗、水洗等专业分类洗护。用户可在线下单，选择通过“投丰巢柜”和“顺丰上门取件”等方式完成配送，之后等待衣物返还即可。主推业务为“衣物任洗3件”，价格89元。

洗衣业务并非丰巢首次尝试触及庞大的社区服务市场。此前，丰巢曾大力推广旗下电商和生鲜业务，但反响较为一般。如今，除了洗衣业务外，丰巢还在深圳地区试点上线家电维修、到家保洁等业务。

据顺丰控股（002352.SZ）财报，截至2021年年底，丰巢智能柜已增长至30多万台，覆盖超过18万个社区。

“纵观行业，丰巢进入到家生活服务市场有着先天优势。未来，丰巢将逐步涉及家庭维修等更多到家服务，并以深圳试点为锚，逐步向北京、武汉等一二线城市扩散落地。”丰巢方面表示。

消费者：有点贵，但挺方便

3月，丰巢在深圳试点上线洗衣业务。如今，已试点半年的洗衣业务已覆盖全国多个城市。丰巢洗衣界面显示，丰巢洗衣的优势在于价格透明、标准化报价、顺丰取送包裹、工序标准等。

深圳消费者杨雪（化名）时常要清洗商务套装等衣物，她也是多家洗衣平台的常客。她于6月开始使用丰巢洗衣业务，在她看来，丰巢的最大优势在于可上门取衣，“虽然有点贵，但我觉得确实挺方便，所以近期使用得也比较多。”杨雪说。

目前在丰巢的“到家服务”页面中，深圳地区用户还可以选择家政保洁、家电维修等上门服务。

对此，丰巢宣称，自培手艺人、酒店式服务、标准化工具、百万保险是丰巢到家生活服务的四大亮点。除了常规的平台合作模式之外，丰巢到家生活服务还建立了专业高效的自营平台，所有自营服务人员都由公司统一培养，最大程度上把控员工的专业水平和服务质量。

此举也可以看出丰巢在布局社区服务方面的野心。丰巢方面表示：“可以预见到，丰巢到家生活服务将和现有的末端物流服务以及存包、电商、洗衣、广告传媒等生活服务相结合，构建极具丰巢特色的智慧生活全场景。”

据时代周报记者了解，丰巢并非是第一个进军社区服务行业的物流企业。2020年，阿里旗下的菜鸟驿站便已宣布加入了洗衣、回收等业务。据媒体报道，成都数百家的菜鸟驿站已经开通洗衣业务，平均下来一家驿站每月能因此增收500元。

实际上，丰巢早已布局“跨界”。快递柜主业之外，丰巢很早便开始在广告传媒、电商业务等领域进行布局。

借助快递柜体及柜机屏幕，广告传媒业务营收一直较为稳定。

但曾被寄予厚望的电商业务却始终反响平平。在丰巢小程序里的丰巢特惠商城页面里，主页力推的198元大闸蟹礼盒月销量仅为2914单，另一款爱媛橙的月销量仅为1858单。大量水果生鲜的销量普遍在1000单以下。这样的销量与丰巢庞大的智能柜数量并不匹配。

丰巢近期出海动作频频

2015年6月，顺丰控股、申通快递、中通快递、韵达股份、普洛斯等5家物流公司联合发布公告称，共同投资创建丰巢科技有限公司（下称“丰巢科技”）。但此后，除顺丰外的其他物流公司相继转让了丰巢科技的参股权。

2020年5月，丰巢宣布与快递柜企业中邮智递进行股权重组。两家快递柜企业的市占率合计达69%，是快递柜行业不折不扣的“巨无霸”。

如今，丰巢已是一家不折不扣的“顺丰系”企业。天眼查显示，明德控股持有丰巢科技61.21%的股份，而顺丰控股董事长王卫持有明德控股99.9%的股份。除此之外，由顺丰控股100%控股的子公司还持有丰巢科技31.27%的股份。按此计算，“顺丰系”持有丰巢科技九成以上的股权。

不过，快递柜行业的盈利模式始终不够明朗。

2020年4月底，丰巢宣布推行会员制服务。据公告，非会员包裹免费保存12小时，超时则需收取0.5元/12小时的费用。随后，多个小区因此宣布拔掉电源，停用丰巢。这一事件引发广泛讨论。有网友认为：“快递柜企业既收快递企业的钱，又收消费者的钱。两头通吃，太不合理。”最终，该事件以丰巢延长免费保存时间至18个小时收尾。

市占率近70%的巨无霸，也有亏损之忧。据顺丰控股此前公布数据，2016—2020年，丰巢亏损额分别为2.5亿元、3.85亿元、2.49亿元、7.81亿元、8.4亿元，五年累计亏损约25亿元；收购而来的中邮智递仅2019年亏损额度就超过5亿元。

有业内人士向时代周报记者表示，快递柜的成本开支包括采购、租金和运维等。单个快递柜成本在3万～5万元，租金则根据场地属性有高有低，“北上广的话，小区内的租金一般是每年5000元至1万元不等”。而单个柜机的每年平均广告收入不超过1000元。

与快递柜的重投入不匹配的则是盈利来源的单一化。目前快递柜企业的主要盈利来源是收取快递员的投递费用、会员费用和超时费。安信证券的研报显示，单套快递柜的年收入约为1.78万元，成本约1.68万元，毛利率仅约6%。

因此不难理解丰巢急于推行洗衣及到家服务的目的。如何利用好深入18万个社区的30万个智能快递柜进行营收，将会是未来很长一段时间丰巢的重点工作。

与此同时，时代周报记者注意到，丰巢近期出海动作频频。2022年8月，丰巢与爱沙尼亚邮政合作开发第二代爱邮柜。迄今，爱沙尼亚、拉脱维亚、立陶宛投入使用的丰巢出品智能柜网点数过千，单柜6000余个。

招聘网站显示，丰巢正在泰国招聘运维管理人员，负责智能柜在泰国本地的清关、到仓及日常管理等，月薪为8000～15000元。

“丰巢积极拓展泰国等东南亚极具商业潜力的市场，作为快递业务链条中的重要一环，丰巢能快速契合当地上下游产业环境，为泰国用户提供更加便捷、安全的快递服务。”丰巢方面表示。

30
万台

好未来转型：能否也打造一个董宇辉？

时代周报记者 **邓宇晨** 发自广州

作为昔日的教培业巨头，好未来（TAL.NYSE）仍在探寻转型方向。

近日，好未来旗下直播带货品牌“学家优品”被指“像素级抄袭东方甄选”。对此，学家优品在社交平台上回应：向班上成绩最好的小朋友学习，不是一件丢人的事情。同时，我们也在调整奔跑的姿势和方向，一点点在进步。

相比已跻身头部阵营的东方甄选，学家优品虽直播风格较为类似，但仍存在不小差距。

第三方监测平台灰豚数据显示，近7天内，学家优品新增粉丝3200余人，粉丝量5.8万，直播13场，直播销售额超10万元。而东方甄选在近7天内新增粉丝数量18.7万，总粉丝数2711万，直播7场，直播销售额超1亿元。两者并不在同一个量级上竞争。

这样的情况正如2003年张邦鑫创立好未来时，新东方（EDU.NYSE；09901.HK）已是业内巨头，当时的人们不会想到，到了2020年，好未来的市值超越新东方，成为中国K12教培第一股。

“从教学风格和管理风格上，好未来和新东方都差别蛮大的。学而思的优势不在于名师，而是强大的教研能力，能够向各个分校输出教材和教学体系。”10月16日，学而思前员工向时代周报记者表示。

“双减”政策落地后，好未来也走上了转型之路。今年3月，好未来相关负责人在开年大会上宣布，好未来进入二次创业阶段，开始全面转型。科技服务等非教育培训业务将是其未来重点业务。

如今，同样探索转型的好未来和新东方，虽然在直播带货上正面相撞，但各自仍有着不同的转型方向。“直播带货会是好未来的一次有益尝试，但不会是重点方向。好未来在O2O以及2B方向的积累，会是好未来最大的优势。”有业内人士分析。

截至10月19日美股收盘，好未来报收3.83美元/股，跌4.25%，总市值24.85亿美元。

转型“教育+科技”公司

“早年间好未来一直是两条腿走路，一条叫学而思，一条叫家长帮。”前述学而思员工告诉时代周报记者。

2014年，张邦鑫宣布将旗下的e度网更名为“家长帮”。旗下产品包含家长帮、家长帮APP、育儿网、幼教网、奥数网等十余个独立站点。e度网诞生于2003年，是好未来孵化出的首批产品，好未来也因此被认为是中国最具互联网基因的教育企业。

在学而思崛起的2015年前后，好未来依靠“家长帮”这一社群入口，在移动互联网里获得了巨额流量。原“家长帮”总经理李正堂曾表示，“家长帮”是精准的家长端流量入口，“这其实解决了很大的市场投放问题。别人可能要花几千万上亿元，我们可能就只需要也投入几千万元。”

如今，独立运营的“家长帮”正往“AI+教育”方向发展。今年5月，“家长帮”的运营主体亿度慧达教育科技(北京)有限公司（下称“亿度慧达”）被认定为北京市第三批“专精特新”中小企业。据报道，亿度慧达是好未来重要的高新技术主体之一，一直承担着好未来旗下多个重要品牌技术研发的支撑工作。

除了O2O方向的“家长帮”，智能硬件和智能科技也是好未来重要的转型方向。

2022年3月，好未来宣布推出“小猴智能学习灯”。

据官网资料，该款学习灯主要针对小学1～6年级学生，提供语文、数学、英语三门学科的主流版本教材内容，支持学习内容、学习工具、视频通话等功能，是“凝结学而思19年教育智慧，更懂学习的护眼灯”。

但市场目前对学习灯这一品类的接受度并不高。加之字节跳动、网易有道等互联网厂商均推出了自家的学习灯产品，竞争激烈。目前，小猴智能学习灯售价为1398元。在“学而思教育旗舰店”内，该产品的月销量仅有9件。除此之外，好未来还推出了类似手机的搜题讲题硬件产品“学拍拍”和智能点读笔。

发力海外业务 启动人才招募

海外业务也被好未来视为重点发力方向。

今年10月，好未来2023年校招启动，在招岗位主要为海外小学教师、海外小学教研员、新媒体运营专员和安卓/ios客户端开发工程师。报名页面上，报名者可选择外派意向国家，包括马来西亚、加拿大和澳大利亚。

由于华人家庭较多，这三个国家被视为教培机构出海“第一站”。2022年5月，学而思澳大利亚分校和加拿大分校成立。目前主要提供数学课程，也可以为澳大利亚AMC、美国AMC等比赛培训奥赛能力。在这两所分校，学而思也延续了曾经颇具特色的家长旁听以及随时退费制度。

在好未来9月公布的校招岗位中，还包括直播运营和知识博主（对外汉语方向）。好未来称，未来5～10年乃至更长时间，好未来将持续建立起海外的商业模式、品牌认知和运营能力。这或许意味着，好未来在国内的直播也是在为海外直播“试水”。

根据好未来最新公布的财报，截至2022年5月31日，好未来2023财年Q1净收入从上一财年同期的13.85亿美元减少83.8%，为2.24亿美元。2023财年Q1的归属于好未来的净亏损为4380万美元，而上一财年同期的净亏损为1.02亿美元。

财报会上，好未来透露，海外学习业务增长迅猛，在Q1季度实现了同比三位数的增长。2022年，好未来将大力发展海外业务，目前已在新加坡、美国、英国建立了学习中心，并开始在加拿大等地开展新的海外学习业务。

据媒体报道，好未来已开办的硅谷分校的中文课将进行调整升级，好未来还将在集团层面重新整合面向海外的中文业务。另外，好未来海外团队开始与当地高校合作，邀请认可中国文化、喜爱中国文化的应届毕业外国留学生加入学而思。

83.8
%

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

23 首套房贷利率下行

投出新消费半壁江山 “VC第一股”如何炼成？

时代周报记者 **涂梦莹** 发自深圳

2022年已过去四分之三，新消费品牌不同程度地遭遇考验。

这一年，泡泡玛特被戏称为“泡沫玛特”、网红品牌茶颜悦色被曝降薪，到头部茶饮先后降低调价、百果园陷入“变质水果”舆论等，曾经屡屡创造投资神话的新消费光环似乎正在淡去。

“很少投资机构愿意投了。”国内某FA机构合伙人李成文（化名）向时代周报记者透露，“投融业内最早感受到这股新消费的退潮，要追溯到前年。最初表现在早期项目融不到钱，初创企业一点机会也没有。”

一度推动新消费品牌估值大涨的背后金主，也在寻找突围之路。近日，证监会网站发布关于核准深圳市天图投资管理股份有限公司（下称“天图投资”）发行境外上市外资股的批复。

据公告，中国证监会核准天图投资发行不超过1.99亿股境外上市外资股，每股面值人民币1元，全部为普通股。完成发行后，天图投资香港联交所主板上市，天图投资或成为首家在新三板+港股两地挂牌的创投机构。

在投融行业多年，李成文与天图投资有过不少“照面”。据李成文回忆，2016年前后，在一次某二手房互联网平台融资过程中，曾与作为资方的天图投资初步接洽。“但天图投资比较谨慎，处于观望状态，最终的合作没有谈成。”李成文说。

事实上，成立于2002年，专注于押注消费领域的天图投资，曾一手投出奈雪的茶、钟薛高、百果园等众多知名消费品牌。2015年，天图投资在新三板挂牌上市，曾掀起PE/VC新三板挂牌潮。

发展的20年期间，天图投资通过在管基金和直接投资累计投资了205家投资组合公司，其中有80%以上是消费领域公司，一度被誉为消费赛道的“高光猎手”。

押注新消费投资

作为国内最早从事股权投资的专业机构之一，天图投资一手捧红过许多国内新消费IPO的领头羊。

“天图用自己的消费品投资理论来判断企业价值。企业是否值得投资，首先品类的潜力足够大、天花板足够高、成长的速度足够快，在一个高速成长的大品类里，很容易实现高速成长，这就是所谓的风口。”在此前媒体采访中，天图投资CEO冯卫东曾透露自身对新消费品牌的投资逻辑。

天图投资无疑是最早抓住了新消费风口的机构之一，陆续投出飞鹤、周黑鸭、百果园、奈雪的茶、江小白、三顿半等明星项目。其中，飞鹤乳业、周黑鸭、奈雪的茶等企业均在天图投资的助力下登陆资本市场。

不过，更早之前，天图投资并非专注于消费品领域，发展轨迹也与大多国内创投相似。

2002年，原南方基金管理公司副总经理兼首席投资官王永华，和毕业于清华大学经济管理学院MBA的冯卫东在深圳一同创立天图投资。彼时，天图投资更多是传统的PE业务，利用Pre-IPO阶段的投资获取“差价”。

早期的天图投资曾涉猎高端制造行业，诸如厦门敏讯信息技术、荣信电力电子、成都三泰电子等在内的科技企业都曾在项目初创或上市前，接受过天图投资抛出的“橄榄枝”。

2012年，追投完周黑鸭B轮融资的天图投资，逐渐明确聚焦消费品领域投资战略；2017年，天图投资进行内部改革，相继成立VC/PE和并购及控股投资事业部，形成全产业链投资布局。

“整体来看，天图投资本身投资的逻辑趋于细分的范畴。”李成文透露，发展多年，天图投资的投资路径没有太大改变，更多是互联网和消费结合的打法。

如今，天图投资所投项目涵盖创新消费、新型零售、消费金融三大消费升级方向。截至2021年年底，在管产品包括8只人民币基金及3只美元基金，管理规模总计超200亿元，资本构成包括外部投资者及公司自有资本。

值得注意的是，天图投资的股东阵容十分庞大。

截至2021年年末，天图投资拥有多达369名股东。其中，最大股东为创始人、董事长王永利，持股40.35%；碧桂园参股的深圳市帕拉丁九号资产管理合伙企业（有限合伙）则为第二大股东，持有15.06%股份。此外，CEO冯卫东同样位列股东名单，持有1.35%的股份。

“时间的朋友”不好当

在业内人士看来，冯卫东的投资理念十分谨慎。

“在一次与天图投资共同接洽的融资中，项目准备融资3亿～5亿元，如果接洽成功，天图投资可以拿出2亿～3亿元。”据李成文透露，天图投资整体募资能力比较强，可以投出大资金项目，“但出手依旧谨慎。”

冯卫东曾公开表示，天图投资想对标的是巴菲特的伯克希尔公司。

“我们最希望学习的是巴菲特。巴菲特的伯克希尔公司是70多家企业的第一大股东。”冯卫东时常向外界表达自身的投资理念，在中国环境下，天图投资更喜欢和企业家达成战略共识后长期持有，即便上市也不一定退出。

“做时间的朋友。”冯卫东不止一次这样表达。

这也和巴菲特的投资理念类似，巴菲特曾说：“如果你没有持有一家公司股票十年以上的预期，就不要持有它十分钟，根本不要买它。”

因此，不管是周黑鸭、奈雪的茶还是八马茶业、百果园，天图投资大多选择在拐点时期进入，然后重金投入且长期持续投资，直到成为企业的二股东或接近重要持股的角色。

比如，从2009年接触百果园到2015年完成领投，天图投资不断加大持股比例至11%；2017年，从天使轮融资开始，天图投资连续独家投资奈雪的茶三轮融资，直至上市仍是其最大机构股东。

不过，“时间的朋友”并不好当，从事价值投资和追求长期受益的天图投资，显然无法避免要经受短期波动损失。

从招股书数据看，天图投资正面临营收、利润双下滑的态势。

数据显示，2022年上半年，天图投资实现营业收入9.59亿元，同比下降17.01%，净利润4.20亿元，同比下降17.95%。此前，天图投资在2021年营业收入达20.3亿元，同比下滑18.63%；净利润为7.28亿元，同比下降29.77%。

发展至今，天图投资的主营业务分资产管理业务和非资产管理业务。其中，资产管理业务主要以自有资金股权投资与管理私募股权基金两种方式进行；非资产管理业务则以并购控股消费品项目的方式开展。

2021年，天图投资全年总收入为20.27亿元，自有资金股权投资的总收入为16.02亿元，占比总收入近八成；管理私募股权基金的收入为4.23亿元，其中，仅基金管理费一项收入为3482万元。

非资产管理业务作为天图投资的实业运营投资，并未带来明显效益。2018—2019年，天图投资先后通过旗下基金收购蒙天乳业、“优诺”在华工厂，随后开始独立运作并投资并表。但受疫情影响，上述并购业务带来的商品销售收入有所减少。

值得注意的是，上述乳业业务在2021年年底及2022年6月不再并表。

“创投机构本身是一个投资与资产管理机构。”在IPG中国首席经济学家柏文喜看来，天图投资开展的非资产管理业务和进行实业运营背后，可能表明它的一些投资项目出了问题，这将会对自身流动性和声誉带来负面影响。

“由于运营人才与经验的缺乏，以及投入资源的分散，投入实业运营投资，对创投机构自身聚焦投资主业不利，可能会反而加大自身的运作风险。”柏文喜说道。

寻找更多可能

天图投资似乎正处于拐点时期。

2021年，天图投资经营活动产生的现金流量净额为-7.91亿元，同比下降203.79%；投资活动产生的现金流量净额分别为-3.11亿元，同比下降6922%。对此，天图投资分别解释为上年度有较多项目退出及本年度投资支付的现金增加所致。

事实上，除现金流承压，天图投资负债情况也不容乐观。

2021年，天图投资总负债107.3亿元，资产负债率高达61.87%。此前2019—2020年，天图投资资产负债率均超过60%。天图投资在财报中解释称，负债的增加主要是交易性金融负债的增加。

61.87%

2021年，天图投资通过在管基金以及自有资金共投资了56个项目，较2020年增长51%；但全年合计完成投资金额16.29亿元，同比下降近10%。

在这背后，新消费赛道今年显得有点冷清。

有媒体不完全统计，2022年上半年，新消费投融资事件485起，环比减少31.7%。整体来看，新消费投融资似乎延续了2021年下半年的趋势，投融资事件总量和月度数据，均出现大幅减少。

2022年第三季度，新消费赛道共计发生173起融资事件，融资总金额达94.97亿元。其中，多数融资主要以天使轮和A轮为主。

在李成文看来，外部的人可能没什么感觉，但今年开始，消费大品类都比较冷淡，现在能看到的都是细分市场品牌。

事实上，新消费行业赛道投资早已有所降温。易观分析数据显示，2021年上半年，新消费投融资一路高歌猛进，到7月投融资事件数量为76笔，达到最高峰。但此后，融资数量、金额开始下降，行业明显回归理性。

长期押注新消费赛道的天图投资，也未必能维持曾经的“高光猎手”姿态。在柏文喜看来，天图投资面临较大的投资压力。未来，天图投资应该转变原有的投资趋势判断，寻求必要的“破圈”。

如今，天图投资正在将投资触手转向其他领域。IT桔子显示，进入2022年，天图投资已投资了15个项目，涵盖医疗、文娱、零售和企服、元宇宙等不同赛道。其中，天图投资继续维持前期投资倾斜，追投膜蛋白公司晶蛋生物的Pre-A轮投资以及新能源车“轻改装”品牌黑洛科技的天使轮投资等。

值得注意的是，天图投资新三板挂牌股票已停牌，停牌前总股本5.2亿股，每股5元，市值仅25.99亿元。

不难看出，在股权投资市场发展低迷的情况下，随着募集增速放缓，创投行业竞争日趋激烈，奔赴二级市场正成为天图投资的另一条曲线。

针对上市及相关发展问题，时代周报记者联系天图投资方面，截至发稿尚未获得回复。

湾区商业访谈录

佳都科技集团刘伟：锚定AI赛道 做难而正确的事

时代周报记者 **杨玲玲** 发自广州

从一家IT分销公司转型成为人工智能企业，佳都科技在广州这片热土已深耕30年。

回望来时路，10月8日，佳都科技集团董事长刘伟在接受时代周报记者专访时总结称，企业发展要与国家同频，企业发展规划也应该与国家对行业的发展政策高度契合。

“锚定人工智能科技赛道，保持战略定力，坚持做难而正确的事。技术进步是一个长期的过程，需要靠时间和经验的积累，没有捷径可走。”刘伟表示。

展望未来，刘伟提出，佳都科技将继续脚踏实地进行技术研发和积累，时刻准备好拥抱新技术时代的到来，并时刻准备好应对市场的爆发式需求。

200 亿元 >

将创新融入基因

时代周报：30年前下定决心创业时，有想过会走得这么远吗？当时的目标是什么？现在回过头去看，做到了吗？

刘伟：佳都科技诞生于1992年，中国对外开放向纵深发展，民营企业如雨后春笋，广州这片热土风起云涌。我与6名来自中山大学、华南理工大学的同学一起下海创业，创立了佳都科技集团的前身——广州希望电脑技术公司。

当时，我们没有领先的技术，没有雄厚的资金，也没有任何可以依靠的背景与资源，更多靠的是激情与梦想碰撞出的为理想而奋斗的坚持。

从IT分销起步，佳都科技赶上了国内计算机行业重构的大潮，在国内最早提出了电子分销的概念和业务模式。

这些布局和创新为佳都科技带来了第一阶段的高速成长，开始陆续与苹果、IBM、HP、微软等国际IT巨头签订了代理协议，公司步上正轨。2004年，佳都营业额首次超过100亿元，业务覆盖亚洲7个国家，成为亚洲地区第二大分销商。

时代周报：佳都是在作为电子分销商发展最辉煌时期提出要转型智能科技企业的，为什么会有居安思危的想法？你是怎么判断一个产业的发展趋势的？

刘伟：到了2005年，佳都已是亚洲数一数二的分销企业。

但我发现尽管这10年公司的发展规模很大，利润却不高，200多亿元的年营收，只有一两亿元利润。背后原因是当时佳都仅依靠渠道建设优势，在货物一进一出之间赚取贸易利润，处于价值链的底端，缺少主动定价权。

至此，我觉得靠模式的创新已不能带领佳都进行可持续发展，佳都是时候要向科技型企业转变了，于是我们壮士断腕，果断寻求转型，向科技创新型企业转变。

企业家对于产业的发展趋势判断和战略规划，应该和国家经济发展脉络相契合。

中国经历了改革开放全面发展，朝着城市现代化迈进，而人工智能在城市精细化和智慧化建设和治理中正发挥前所未有的作用。

时代周报：转型初期应该也遇到了不少困难，当时是怎么克服的？

刘伟：我们的答案是：埋头苦干，坚持创新，坚定信奉长期主义。

在经历四年少有问津的寂寞面壁后，佳都科技终于收到了第一张地铁订单——广州地铁4号线自动票检系统。

2009年开始，各地地铁智能化系统的订单也纷至沓来。

佳都科技掌握的综合监控系统、自动售检票系统、通信系统、站台门系统技术有了施展的舞台，成为当时乃至现在国内唯一同时掌握智慧地铁四大核心系统并具备集成交付实施建设能力的企业。

近年来，佳都科技开展了面向人工智能、大数据、数字孪生等的智能轨道交通产品关键技术研究，创新推出“智慧车站”“华佳Mos地铁智慧大脑”等新一代智慧轨交产品及解决方案。

截至2022年5月，全国近50个城市开通了地铁，佳都科技的智能轨道交通技术产品成功覆盖了全国30多个城市。

与时代同频发展

时代周报：佳都在人才方面是怎么做的？公司每年的研发投入大概有多少，主要集中用在哪些方面？

刘伟：人才和技术是科技型企业核心竞争力的一体两面，是一家企业真正的“护城河”。

人力资源是最宝贵的财富，佳都的核心竞争力正是来源于其对人才的重视和投入。

佳都科技70%的员工为科技研发人员，近年来，不断加大关键领域的研发和产业化投入，研发支出保持每年近50%的增长。

除此之外，佳都还与有想法的生态伙伴联手，做大做强人工智能产业。2015年，佳都科技作为天使投资与周曦博士共同创办计算机视觉独角兽云从科技，与其联合开展计算机视觉的深度应用，取得巨大突破。今年5月，云从科技正式登陆科创板。

此外，佳都还先后投资方纬科技、千视通科技、睿帆科技、思必驰、奥比中光等掌握人工智能技术的AI公司，通过资本和技术平台的融合，打造科技含量高、示范带动力强的人工智能产业生态圈，构建开放协同的创新平台。

时代周报：近年来，除了AI四小龙之一的云从科技，佳都科技投资收购的佳都还包括方纬科技、千视通等，公司在投资布局方面的核心逻辑是什么？

刘伟：佳都一直以来通过内生增长、外延扩张的方式不断完善公司的人工智能产业生态圈，培育了多家“独角兽”和“准独角兽”企业，这些公司强在技术、人才，弱在市场、落地，这恰好是佳都的强项，通过投资实现优势互补，是很好的发展方式。

目前，佳都已聚集近150家产业链企业，供应链伙伴超2500家。

时代周报：目前，佳都重点布局的是智慧轨道交通、智慧城市交通主赛道，以及公共安全、应急管理两大主要应用场景，公司选择进入一个行业的标准是什么？目前还在开拓哪些领域？

刘伟：企业发展要与国家同频，企业发展规划也应该与国家对行业的发展政策高度契合。佳都换道智能科技领域，就是基于信息产业向智能产业的变迁已经到来这一判断，中国城市轨道交通智能化、产业化的浪潮已经到来，佳都不能错过这波浪潮和机遇。

目前，佳都科技已形成各类数字平台和智慧终端产品，重点布局智慧轨道交通、智慧城市交通主赛道，以及公共安全、应急管理两大主要应用场景，持续夯实企业数字化升级基础业务。

其中，数字孪生是公司大力发展的关键技术领域，通过建设虚实交融的三维数字空间和人工智能算法模型训练，精确还原城市各场景的真实运行状态，实现“元宇宙”下的城市空间“智”治，打造自主决策、自动运行的数字化系统，全面提高生产和协作效率。

湾区智造力量

洲明科技袁道仁：LED产品用户体验将更多元

时代周报记者 **冯潇慧** 发自广州

2022年男篮欧洲杯、2021年女篮欧洲杯……如今，LED屏已成为体育赛事标配。顶级体育赛事更是在双边防护性、摄像曝光度、画面流畅度等方面，对显示屏技术性、专业性、精细化提出更高的要求。

作为国内LED领域代表企业，洲明科技频频在各大国际体育赛事现身，提供重要硬件LED显示屏及显控解决方案。

不仅在屏显产品方面，在LED照明赛道，洲明科技也有所布局，推进光显融合发展。

“因为LED是一种发光技术，它主要应用于灯和屏这种产品，结合系统和内容，共同构筑一个新型的空间、一种新型的展示。”10月15日，洲明科技集团副总裁袁道仁在接受时代周报记者专访时表示。

成立18年，洲明科技不断向智能制造方向转型升级。

在袁道仁看来，得益于智能化升级，洲明科技产品质量、生产效率等不断提升，进而提升企业在全球市场中的竞争力。

目前，洲明科技旗下产品已遍布全球，成为LED行业的领头羊。未来，其将继续推动LED应用向光显领域升级迭代，构建光显示产业链。

与时代同频共振

创建于2004年，洲明科技的前身为深圳市洲磊电子有限公司。彼时，LED屏显产品鱼龙混杂，但洲明科技的创始人林洺锋坚信LED是光源的革命，其创新应用才刚刚开始。

在行业不断壮大中，洲明科技快速成长，2008年成为LED行业首批国家级高新技术企业，LED产品出货量实现国内领先。

2011年，洲明科技登陆A股。“10多年间，洲明科技的变化很大。”袁道仁向时代周报记者感慨道。其间，公司市值成倍增长，从2011年的6亿元增长到现在逾60亿元；团队不断壮大，从2011年不到300人到现在5000多人。

从原来在深圳福永租用一间简单厂房，到现在建立深圳福永、深圳坪山、中山和惠州大亚湾四大生产基地，建成了目前全球最大的LED显示屏智造基地。

2020年，洲明科技开始对平稳发展了16年的组织架构作出调整。

由于此前企业在发展过程中不断对外收并购，导致集团内部组织架构过于庞杂，子公司各自独立运营，品牌分散。

为此，洲明科技进行管理变革，砍掉冗余资源，合并重叠部门，集中统一规划“大洲明”战略发展。

“过程中的阵痛必然会有，但公司痛下决心进行改制，结果是朝着有利的方向发展的。”袁道仁表示，得益于这种变化，公司迅速调整步伐，凝聚适应市场的业务能力。

据财报数据，受疫情影响，2020年洲明科技营收下滑到50亿元以下，2021年实现同比超45%的正增长。“其中不无组织架构重组、资源更集中的功劳。”袁道仁说。

业绩提升背后，洲明科技对技术研发持续投入。

据袁道仁透露，2021年，公司研发费用达到3.08亿元，主要应用于部门全球顶尖技术的研发，如获DCI认证的电影屏、通过XR技术和LED屏搭建的虚拟摄影棚等。

截至2022年6月30日，洲明科技已获得产品技术专利2339件。其中，洲明科技参与研发的“高光效长寿命半导体照明关键技术与产业化”科研成果，获得2019年度国家科技进步奖一等奖。

“创新是洲明科技刻在骨子里的基因，也是经过阵痛和变革后仍然坚持的价值内核。10多年的发展历程创造了很多意义，创新使我们与时代同频共振，不断进取。”袁道仁表示。

背靠深圳面向全球

在LED领域，目前中国已是全球最大供给地，全球80%的LED产品都来自中国。

从20年前的来料组装，到如今实现从“中国制造”向“中国智造”的华丽蜕变。

庞大市场促进LED产业向高端新产品、新技术不断细化，实现产业智能化升级。

惠州大亚湾基地的建设是洲明科技生产制造数字化转型的一个典型。据悉，2020年年底，洲明科技募资8.8亿元，其中5.7亿元投入大亚湾LED显示屏智能化产线建设项目。

该项目采用先进的自动化生产线、自动化物流线及智能仓储，是全球规模最大的LED智能制造基地。

“在以前，产线没有那么先进、自动化程度不高的时候，有很多人为因素，比如少拧一颗螺丝，或螺丝没有拧紧，都会导致一系列问题。但现在不会出现这种状况了。”袁道仁表示。

生产制造端的快速转型升级，得益于深圳产业集群的优势。

袁道仁指出，深圳作为全国规模最大的LED产业集群之一，从上游衬底材料、外延芯片、装备制造到中游封装产业，再到下游应用，其产业链发展完善，具备良好的产业基础、供应链人才和卓越的硬软件整合能力。基于此，洲明科技的营销和研发中心始终放在深圳。

针对LED产业发展，深圳制定了一系列政策措施，给予大量资金支持LED产业发展；人才方面，作为“创业者的天堂”，深圳有着人才优势，特别是高技术研发人才优势，有利于企业人才储备。

背靠深圳产业集群，面向全球，如今洲明科技已经取得不俗的成绩，其产品营销网络覆盖160多个国家和地区，LED显示屏出货面积连续多年位居世界第一，蝉联国家单项冠军。

接下来，洲明科技将仍专注科技与设计，瞄准全球市场发力，不仅做产品，更希望成为能够引领行业发展的LED应用产品及解决方案供应商。

拥抱光显引领行业

袁道仁指出，未来像元宇宙的沉浸式体验是行业发展方向之一，而显示屏作为接触元宇宙的重要载体，具有良好发展前景。

“在全球显示技术正处于升级与变革的重要时期，LED半导体产品的群众体验朝着个性化、多元化、集成化方向升级。”袁道仁介绍，在与用户面对面接触的过程中，洲明科技发现，除了基本的功能性需求，用户对于显示屏和照明装置的需求更多地融入了艺术设计、文化创意的内容价值。

于是，洲明科技率先提出光显（Metasight）这一概念，将“光”和“显”融合，并赋予此更丰富的内涵，即光显是以LED半导体产品为基础，融合智能控制、物联互通、超高清视频、XR制作、裸眼3D等前沿技术手段，搭载艺术设计、内容创意，满足商业、体育、文旅及城市规划等场景需求的生态科技产业。

“用户需求多元化升级的背景下，LED应用行业向LED光显行业的升级迭代，是行业与社会发展的必然结果。”袁道仁表示。

在这一方面，未来洲明科技将持续加大研发投入，结合元宇宙等前沿交互科技，将光显科技与艺术文化内容名进行深度交融，推动行业高质量发展。

“成为全球光显行业的引领者，这是我们的愿景。”袁道仁说。

电视价格持续下滑至谷底 面板供货调整率先迎反弹

时代周报记者 **郑栩彤 冯潇慧**
发自广州

受面板降价等影响，电视机价格近期行至谷底。

“我今年买了一个55英寸华为高清电视机，花了1600元，显示效果比同价位的投影仪好太多。”10月21日，在深圳租房的张小俊（化名）告诉时代周报记者。

900元

电商平台上，同样是55英寸电视，小米、海信、TCL等品牌旗下有4K高清产品仅售价约1300元。多款主流品牌50英寸4K高清电视售价约1100元，43英寸以下液晶高清电视售价普遍低于900元。

不仅消费者，零售商对降价同样感受深刻。10月20日，苏宁易购集团南区管理总部执行总裁戴冯军在接受时代周报等媒体采访时表示，很多电视产品量产后价格下降明显。以往一台100英寸等离子电视售价5万～6万元，现在98英寸电视有很便宜的产品，只卖1万～3万元，价格下降已带动下沉市场消费。

“目前来看，电视行业的竞争还是比较激烈，2018—2022年平均尺寸增长近10英寸，但均价一直维持在3000元左右。”10月21日，奥维云网（AVC）消费电子事业部研究总监刘飞告诉时代周报记者。

值得注意的是，作为电视核心部件供应商，面板厂近期已调低设备稼动率，改变面板供过于求状况。与此同时，电视终端销售端也出现回暖迹象，有望促使后续电视价格走出谷底。

价格跌至谷底

曾作为“四大件”之一的电视，数年前还是家装开支的大头。随着近年核心部件面板的技术成熟、市场充分竞争，电视产品持续降价。

消费者李昂（化名）告诉时代周报记者，10年前家里购买了一台松下55英寸电视，价格近万元，两年前购置一台松下75英寸电视，价格跌至5000元左右。近期，他发现电视价格还在持续下降。

时代周报记者梳理发现，近期这轮电视降价比往年更猛烈，眼下不少电视都处上市以来的最低价，相比2021年发售时降价几百元、上千元，部分产品价格近乎腰斩。

有市场调研机构数据显示，年内LCD（液晶）电视面板价格一度跌破现金成本。刘飞告诉时代周报记者，复杂国际局势及疫情导致全球电视等产品需求急剧下降，电视整机厂砍单造成面板供过于求。

需求下降叠加成本下行，电视价格近期跌至谷底。时代周报记者发现，主流电商平台甚至出现不少“白菜价”电视。

在某电商平台，长虹一款32英寸高清护眼电视售价418元，TCL、海信Vidda、小米等品牌有同尺寸高清全面屏智能电视售价在550元以内，43英寸高清电视价格多在750～900元。

更大尺寸的电视产品也在降价。海信Vidda一款55英寸全面屏电视现售1289元，相比去年年初发售时降价近千元，小米一款同尺寸电视现售1299元，比去年发售时降价一半。华为定位偏高端的Vision智慧屏75英寸电视发售一周，已降价500元。

等待市场回暖

相比电视产品，电视面板近期已呈现触底反弹态势。

TCL华星COO赵军近日接受时代周报等媒体采访时表示，面板厂于今年第三季度下修稼动率，缓解面板供需失衡状况，TCL华星站在上游供应商的角度，近期已探到消费电子产业底部。其中，由于世界杯等体育赛事刺激、传统消费旺季来临，TV面板需求已看到一些增长和复苏迹象。

“7月起面板调低稼动率，降低供给，同时厂商为体育赛事备货，电视面板需求回暖。”刘飞对电视面板近期价格企稳作出总结。

据集邦咨询数据，10月下旬部分面板价格降势渐止，电视面板集体迎来涨价。

刘飞告诉时代周报记者，面板与整机之间存在2～3个月的生产滞后，面板价格变动使彩电企业采购和备货难度加大。

为降价周期过后能尽快“回血”，近期电视厂商和销售商均铆足了劲。

多家电视厂商以更高科技含量、更大屏幕抬高高端产品价格，以此抵御普通液晶电视价格下行带来的影响。

线下商场是高端电视产品销售主战场。戴冯军告诉时代周报记者，今年电视销售呈现出新特点，包括屏幕更大、技术含量更高，如创维推壁纸电视；海信推激光电视；TCL、三星做QLED量子点电视。

“今年国庆期间，苏宁广东大区的彩电销售已呈现正增长。接下来的双十一消费旺季，我们会联合头部电视品牌推有科技含量的产品，采用‘砍价团’等促销玩法，并借助‘以旧换新’政策撬动消费。”戴冯军表示。

10月20日，时代周报记者在广州一家国美电器内也看到，各大品牌均在主推科技含量高、有新卖点的产品，如三星宣传QLED电视的AI芯片，TCL宣传QD–MiniLED电视，海信宣传ULED和激光显示技术。

销售人员介绍，这些电视的卖点包括哑光护眼、色彩更好、厚度不超3厘米、省电等。摆上展台电视价格普遍在7000～11万元，尺寸普遍不小于55英寸。

为应对接下来双十一、世界杯销售旺季，部分电视厂商近日还推出具有新卖点的产品。如创维A系列近日推出首款MiniLED电视，聚焦年轻群体的观影、游戏需求，海信面向年轻群体的Vidda系列推出音乐K歌电视。

刘飞告诉时代周报记者，后续随着电视行业结构升级、竞争方向调整，行业均价有望止跌。预计双十一电视线上零售量规模同比增长5.4%，全渠道增长1.9%，后续电视厂商的主要机会在大屏领域和游戏细分市场。

微信上线刷掌支付小程序 角逐移动支付下半场

时代周报记者 **郑栩彤** 发自广州

日前，由财付通支付科技有限公司开发的“微信刷掌支付”小程序上线，随后，“微信上线刷掌支付”登上微博热搜。

“下次呼吸就能支付了”“难道密码支付、指纹支付、人脸支付还不够用吗？”有网友评论称。

据天眼查，今年3月，腾讯公司申请了“刷掌设备”专利，随后获得专利授权。该刷掌设备通过摄像头拍摄手掌图像并进行识别。

“支付行业的发展，由技术驱动支付方式迭代升级，之前无论是密码支付、指纹支付还是刷脸支付，均导致了支付行业分工模式变化，引发支付行业重新洗牌。”10月18日，易观分析金融行业高级咨询顾问胡精华告诉时代周报记者。

胡精华同时指出，生物特征识别商用过程中面临用户隐私泄露等风险，法律层面也暂无针对包括指纹、人脸、掌纹、虹膜等生物特征在内的相关法案。

据媒体报道，目前微信支付已在深圳部分商家接入刷掌支付设备测试，用户可用刷掌纹支付订单。

就刷掌支付的后续计划，10月18日，腾讯相关负责人回复时代周报记者称，目前刷掌支付还在测试，未正式上线，后续是否推广应会考虑市场情况。

能否大规模推广？

指纹支付、人脸识别、静脉识别、刷虹膜过门禁……眼下，越来越多人体生物特征被应用至商业领域。在密码支付、指纹支付、刷脸支付后，刷掌支付又成为新的微信支付方式。

申请了“刷掌设备”专利后，今年8月，腾讯公司又申请了“微信刷掌支付”“微信刷掌服务”等相关商标，涉及广告销售、网站服务、科学仪器等多个国际类别，为微信刷掌支付广泛应用做准备。

有分析认为，刷掌支付方式便捷，相比指纹支付，无需身体接触设备就能完成；相比刷脸支付，则无需摘下口罩。但猜测与质疑声也不少，有网友担心隐私泄露与安全问题，“以后不能随便抬手打招呼了”。

从相关专利介绍看，“抬手打招呼”导致手掌信息泄露或许无需担心。介绍称，如何提高拍摄手掌图像质量是一个关键技术问题。该刷掌设备通过控制器确定手掌位置，以控制第一和第二补光灯亮度，使拍摄的手掌图像质量较高。换言之，刷掌支付需较近距离打光辅助，以拍摄清晰图像进行识别。

但不少网友认为，手掌信息被商业公司搜集后依然有安全隐患，在目前常见的生物识别方案外，再增加刷掌识别，信息泄露风险增大。

10月18日，盘古智库高级研究员江瀚告诉时代周报记者，与目前的刷掌支付类似，2015年前后，国内便有不少银行和机构在推广掌纹支付，但当时条件不成熟，没大规模应用。这种支付方式的优势在于，手掌比指纹数据更多，理论上安全性更高。但考虑到新增这一支付方式的成本及必要性等问题，该支付方式可能只会留在小众市场。

胡精华告诉时代周报记者，目前支付行业主要的生物识别方案是以生物识别为核心的前沿安全科技，通过扫描人脸、声纹、掌纹、指纹、笔迹和击键识别等特征识别用户身份，相互印证用户身份后进行支付。

“一类生物特征能否成为支付识别方案，主要影响因素是商用成本是否可控、用户迁移成本是否足够低、用户体验是否良好，其中，良好的用户体验便包括使用便捷性和安全性。”胡精华说。

由于目前刷掌支付方式尚未普及、相关数据库未完善、商家购置刷掌设备需成本、刷掌支付或存在安全性问题，该支付方式未来能否大规模推广有待观察。

移动支付市场竞争加剧

上线刷掌支付功能，或是微信为应对第三方支付市场竞争所作调整。

据中国支付清算协会发布的《中国支付产业年报2022》，2021年，国内银行处理的移动支付业务笔数和金额分别是2012年的282.67倍和228.13倍。虽然支付宝和微信占据90%以上国内移动支付市场份额，但近年来，不少其他厂商入局抢食。

用户使用微信和支付宝支付时，往往需使用手机打开相关应用，再扫码、输入密码或刷脸、刷指纹，流程较长。在便捷的微信刷掌支付推出前，众多手机厂商已针对微信、支付宝的弊病推出便捷支付方案。

凭借手机硬件优势，小米旗下Mi Pay支持“银联碰一碰”支付功能，OPPO、vivo从交通卡领域入手移动支付，上线“碰一碰乘车功能”。

华为支付则在车机场景探索便捷支付方案。目前，部分问界M7汽车车机已通过华为支付率先实现车内人脸支付。

此前，华为还申请了一项名为“一种基于V2X的车辆支付方法及其设备”专利。据相关介绍，基于V2X的车辆出厂自带支付功能，支付方式类似ETC装置，车辆账号与银行卡绑定后可实现无感支付。

对微信、支付宝两大移动支付巨头而言，来自手机厂商的挑战已不容忽视。华为终端云服务支付BU总裁马传勇今年7月对外披露，华为钱包月活用户量已超过1亿；小米在线上、线下商城逐渐构建起“小米系”支付场景；OPPO、vivo的交通卡功能则已覆盖300多座城市。

在此情况下，微信支付寻找新支付方案以应对挑战或不难理解。无论刷掌支付未来是否规模推广，微信、支付宝都需在既有支付模式外持续探索新方案。

1亿用户

靠6500名骑手送外卖 达美乐中国IPO再冲刺

时代周报记者 **穆瑀宸** 发自北京

作为比萨外卖“一哥”达美乐比萨中国特许经营商——达势股份有限公司（以下称为“达势股份”），此时正在进行着又一轮IPO的冲刺。

在2022年3月达势股份首次递交招股书失效后，港交所官方于近日披露了其上市申请材料。招股书显示，达势股份立下宏愿，“目标成为中国首屈一指的比萨公司”。但达势股份在业绩方面表现却不尽如人意，目前达势股份仍未实现盈利，不过其亏损却正在收窄。今年上半年，达势股份净亏损9547.5万元，亏损较去年同期的2.05亿元大幅收窄53.48%。

2022年10月20日周四晚6时30分，正值工作日晚餐高峰时段，时代周报记者来到北京达美乐比萨东直门店，该门店位于北京银座Mall的地下一层，紧邻东直门交通枢纽。在记者观察的一小时内，来该门店就餐的消费者由两位增加至包括记者在内的四位，而主营的外卖业务也只有四单。

对于达势股份未来是否能成功上市，餐饮行业分析师、凌雁管理咨询首席分析师林岳向时代周报记者表示：“达美乐在全球算得上‘一哥’，但在中国市场却是一个相对尴尬的存在，比如其标榜的500多家门店成绩远不如必胜客和尊宝。达美乐之所以现在冲刺IPO，是因为其在近几年尝到了外卖的红利，目前整体来看上市的成功率还是较大的。”

1997年入驻中国市场

谈到达美乐历史，其创始人汤姆·莫纳根于1960年回到故乡美国密歇根州安娜堡，以900美元的价格和兄弟詹姆斯一起盘下一家名为DomiNick's的待售比萨店。

数月后，詹姆斯离开，汤姆·莫纳根开始经营起这家比萨店。由于DomiNick's的店面不大，所容纳的顾客也有限，汤姆·莫纳根精简了菜单，专做比萨，并把业务重心放在了快速送达上。

5年后，汤姆·莫纳根决定用单词“Domino's”命名小店，Domino意为“骨牌”，他希望小店可以像骨牌一样，产生连锁效应。如其所愿，经过62年的发展，达美乐已在全球90多个市场拥有超过19200家门店。

针对海外业务，达美乐主要采取“特许经营主模式”，即允许每个市场拥有自己独立的运营公司，且对其门店拥有绝对管理权和经营权。

1997年，达美乐正式入驻中国市场，在北京开出第一家门店。随后，达美乐又在深圳、上海等地开设门店。不过，达美乐在中国的归属权曾遭遇多次易主。

最初，达美乐中国由PizzaVest快餐集团所有。2006年，达美乐在北京和台湾的经营权曾被台湾晶华酒店收入囊中。2010年年底，达势股份收购了Pizzavest China Ltd（为达美乐比萨当时在北京、天津、上海、江苏及浙江的总特许经营商）。彼时，达美乐中国发展相对缓慢，虽然进入中国已20多年，却只开了100多家门店。

2017年是达美乐在中国的转折点。前麦当劳中国高管王怡加入达美乐，成为首席执行官，并调整了达美乐经营战略。上任仅一个月，达势股份就与Domino’s Pizza，Inc.的附属公司Domino’s International续签总特许经营协议，将港澳台地区也纳入经营范围。

准备就绪后，达美乐开始加快在中国的布局节奏。招股书显示，达美乐中国在2019年1月1日拥有188家门店，截至2021年12月31日，这个数字增至468家，三年复合年增长率为35.53%。截至2022年6月30日，进一步增加至508家。

值得注意的是，2017年，达势股份与Domino's International续签总特许经营协议时，双方确定的初步期限为10年，至今已过去5年有余，这也意味着，达势股份能稳定使用该品牌的年限已不足5年。

“经营权期限主要看达美乐在中国市场的表现，如果运营得好，那么就有机会继续下去，更换授权其实会发生比较大的变化，这对市场策略、战术的把握不利。”林岳表示。

餐饮分析师、餐宝典创始人汪洪栋亦告诉时代周报记者：“达美乐很希望能造就海外其他区域的实力，正如百胜中国拥有肯德基50年的特许经营权一样。从目前达美乐中国业务的情况来看，续约的可能性比较大。”

谋求扩张

与众多连锁餐饮品牌一样，达势股份也选择利用规模换取效率与盈利的做法。

“我们预期随着自身规模的不断扩大，将可利用更大的规模经济来提高运营效率。”达势股份在招股书中表示，随着业务持续增长，其预期实现规模经济，并降低公司层级的成本及开支占收益的百分比，以实现集团层级的基本盈利能力。

为此，达美乐也设定了相应的扩张计划，称将于2022年及2023年开设120家及180家新店，并预期将于2024年及2025年继续快速开设新店。

针对未来拓店模式，达美乐比萨中国相关负责人在接受时代周报记者采访时表示：“达美乐比萨在中国目前全部都是直营门店，为了保证产品的品质和优质的服务，所以未开放加盟。为了满足消费者需求，我们未来会努力开出更多的门店。”

“对于达美乐而言并没有太多选择，必须要扩张。”汪洪栋表示，递交上市申请后，意味着各方面都要呈现出增长趋势，以获取投资人的关注。另外，从体量上来讲，达美乐在中国并非是体量最大的比萨品牌，其也要借势扩张，迅速占领市场份额。

弗若斯特沙利文的调查数据显示，2021年，按收益计算，达美乐是中国比萨市场第三大比萨餐厅公司，市场份额为4.4%。

对于中国比萨市场而言，必胜客依然是其中的巨无霸。据必胜客母公司百胜中国财报，截至今年第二季度末，必胜客餐厅数量达到2711家；此前尊宝比萨也对外披露的数据显示，截至2020年，公司直营和加盟店数量分别为1100+和500+。显然，当前在中国拥有508门店的达美乐在体量上并不具备优势。

汪洪栋还坦言：“即便未来特许经营权发生变化，足够多的门店也是支撑达势股份继续经营下去的底气。”

值得注意的是，达势股份还透露出了对于新布局的考虑。招股书中表示，“我们将专注于在中国的一线、新一线及二线城市开设门店，我们预期，于2022年及2023年已开设及计划开设的300家门店的46%、39%及14%将分别位于中国一线、新一线及二线城市。”

林岳告诉记者：“达美乐此前一直在一线城市深耕，门店也大多在一线城市，所以其未来的重点是向二三线城市布局，但门店运营涉及中央厨房、物流配送等成本，是重资产模式，这需要品牌力、产品力同步才能协同增效。”

成于外卖，困于外卖

诚然，达美乐在中国的门店数量虽然不占优势，但凭借外卖优势，其仍在中国消费者心中占有一席之地。

招股书显示，2019—2021年，达美乐中国的营收能力不断提升，其营收从8.37亿元增至16.11亿元。今年上半年，达美乐中国也延续了这一趋势，截至2022年6月30日，6个月间，其收入达到9.09亿元，较同期增长18.6%。

从消费者的用餐选择来看，达美乐并没有辜负“比萨外送专家”的称号。2019年至今年上半年，达美乐在中国源自外卖渠道的营收占比均超过七成，分别为5.86亿元、8.22亿元、11.80亿元和6.50亿元。

另外，弗若斯特沙利文报告也表示，达美乐在2021年及2022年上半年约有95%的外送、外带及堂食订单来自在线下单，高于行业平均水平（低于70%）。

不过，为实现“30分钟必达”，达势股份也承受了不小的压力，仔细翻看招股书不难发现，员工薪酬开支的成本一直居高不下。

截至6月30日，达美乐中国的门店平均面积为125平方米，店内平均座位数为28个。单个门店通常会配置20～30位团队成员。截至2022年6月底，达美乐中国全职员工3199人，兼职员工9705人，后者多为骑手及店员。2019—2022年上半年，达美乐的骑手从3500位上升至6500位。

6500
位骑手

招股书显示，2019—2021年员工薪酬开支分别为3.36亿元、4.69亿元、7.04亿元，分别占同期总收益的40.1%、42.5%、43.7%。

值得注意的是，彼时达美乐在中国凭借“外卖30分钟必达，超时免费送比萨券”的特色服务乘风而起。而今，国内的外卖业务格局已经基本稳定。前瞻产业研究院数据显示，线上外卖的市场集中度高，主流外卖平台美团外卖、饿了么、饿了么星选三大平台占据了92%的市场份额。其中，美团外卖的市场份额最大，占比达67.3%。

这也意味着，消费者选购外卖会以主流外卖平台为主。如此一来，达势股份陷入了一个较为尴尬的经营怪圈中。

另外，时代周报记者在黑猫投诉平台和社交平台上发现，有不少消费者吐槽“只能配送到边缘地址”“达美乐配送范围缩小”等问题。

对此，前述达美乐比萨中国相关负责人表示：“我们没有调整配送范围。作为‘比萨外送专家’，为确保比萨送达时的温度和品质，所以我们会确定门店的配送范围，承诺外送30分钟必达，若超时我们会送出免费比萨券以表心意。我们的配送范围也是根据这个原则划定的。同时，我们还使用专业的保温包和保温箱，由专业的外送团队进行配送。”

在中国当前市场环境下，达美乐“30分钟必达”服务的优势是否还在？

“‘30分钟必达’是达美乐在欧美成功的基础。中国对于外卖的时效性没有那么高，但对于大多数用户而言，‘30分钟必达’仍契合中国市场需要，能建立起良好的口碑。”盘古智库高级研究员江瀚指出。

汪洪栋则表示：“品牌没有特色就会归于平庸，‘30分钟必达’仍是达美乐应该坚持下去的。并且，自有配送员进行服务，可以更好地把控效率、产品品质等因素，以此获得更多消费者认可。”

GZBAE Guangzhou Business Aviation Exhibition 广州商务航空展

寰宇共逐梦 翼融创未来

第五届(中国)广州商务航空展暨2022影响力·中国时代峰会

2022.11.30-12.01 中国·广州

重磅内容 敬请期待

携手中国商飞
共同倡议成立中国公务机产业联盟

汇聚企业精英
共商产业经济发展大势

联袂东风日产
打造空地一体化美好生活服务链

荟萃多元媒体
构建全时空多维度宣传高地

1场国际前沿大型商务航空飞机展 | 1系列行业高峰论坛 | N个精准圈层跨界活动

广东翼通商务航空发展股份有限公司 Yitong Business Aviation Management Co., Ltd. × 时代传媒集团

合作媒体：

前三季度净赚81亿 长城汽车豪掷千万下场造芯片

81.6
亿元

时代周报记者 **廖维** 发自广州

日前，长城汽车三季报出炉。

财报数据显示，长城汽车实现营收373.46亿元，同比增长29.36%，归属上市公司股东净利润为25.59亿元，同比增长80.74%；今年前三个季度，其累计营收994.8亿元，同比增长了9.56%，净利润为81.6亿元，同比增长65%。

作为参考，在已发布三季报业绩或预告的上市车企中，比亚迪预计今年第三季度归属上市公司股东净利润区间为55亿～59亿元，同比增长333.6%～356.11%；今年前三季度净利润区间为91亿～95亿元，同比增长272.48%～288.8%。

对于业绩的增长，长城汽车在财报中称，主要系报告期内公司提升产品力，车型盈利能力增加所致。

根据开源证券测算，长城汽车2022年前三季度实现毛利率19.9%（同比提升3.3个百分点），其中，2022年第一至第三季度，该公司单季度毛利率分别为17.2%、19.8%、22.5%。

乘联会秘书长崔东树接受采访时表示：“长城汽车今年表现总体不错，走向了追求效益的阶段——克制住对销量的追求，以产品品质和经营效益为先。”

哈弗全面转型新能源

据悉，长城汽车的毛利率提升，除了欧拉汽车产品调整，黑白猫等车型替换为欧拉好猫、芭蕾猫之外，坦克品牌功不可没。

此前，时代周报记者从长城汽车内部人士方面了解到，坦克品牌毛利率非常可观，高居长城汽车产品矩阵第一。

长城汽车公告显示，9月份，长城汽车销量为9.36万辆，同比下滑6.38%。今年前9个月，累计销量80.23万辆，同比下滑9.25%。在其五大品牌矩阵中，哈弗、WEY品牌、长城皮卡年内累计销量同比下滑均超过13%，但欧拉品牌与去年同期持平，坦克品牌较去年同期增长69.65%，年内累计销量达8.9万辆。

在中高端车型的放量下，长城汽车的平均售价也在不断提升。数据显示，今年前三季度，长城汽车平均单车售价达到12.40万元，同比增长20.72%；20万元以上车型销量占比14.56%，同比提升5个百分点。

尽管坦克品牌及欧拉汽车表现相对喜人，但目前长城汽车的基本盘仍是哈弗品牌及长城皮卡，两者分别占长城汽车总销量56.6%、17.87%。

值得关注的是，随着新能源汽车浪潮的不断推进，长城汽车目前也正积极推动哈弗品牌的转型。

8月22日，哈弗品牌正式官宣向新能源赛道的全面转型；9月，哈弗H6推出了插电式混合动力版和增程式混合动力版本。

根据规划，至2025年，哈弗新能源车型销量占比将提升至80%，并于2030年正式停售燃油车。未来，哈弗品牌还将建立新能源公司，从组织架构上支撑和保障哈弗新能源事业的发展。

哈弗品牌CEO李晓锐在接受媒体采访时表示：“对于哈弗品牌来说，我们有很好的市场积累，有最高的SUV用户基盘，我们希望一旦转型，就要在新能源赛道重新夺回我们的王者地位。”

时代周报记者从接近长城汽车人士了解到，目前哈弗新能源产品终端市场反响不错，有望使哈弗重回巅峰，并推动长城汽车的进一步转型。

出资千万自研芯片

在发布财报当天，长城汽车还发布公告称，拟使用自有资金与魏建军（长城汽车董事长）、稳晟科技（天津）有限公司共同出资设立芯动半导体科技有限公司。

根据公告，该公司注册资本为5000万元，其中魏建军认缴出资额500万元，占比10%；长城汽车认缴出资额1000万元，占比20%；稳晟科技认缴出资额3500万元，占比70%。

天眼查数据显示，稳晟科技成立于2021年4月9日，注册资本5000万元，魏建军持有股份比例为99%。

对于芯动半导体公司更具体的消息、进展，时代周报记者10月24日向长城汽车方面发去采访，相关人士称，目前没有更多消息可披露。

公开信息显示，汽车芯片仍然出现结构性短缺，MCU、电源芯片、接口芯片依然供不应求。据汽车行业数据预测公司AutoForecast Solutions统计，截至10月9日，芯片短缺已导致今年全球汽车减产约353.71万辆，预计全年累计减产汽车约436.35万辆。

值得一提的是，车企进军半导体行业并不稀奇，但从具体入局方式看，可大致分为两种，分别是自研与投资合作。

公开信息显示，比亚迪、长城、吉利以及造车新势力更加偏向于自研路线。

据晚点 LatePost近期报道，蔚来已组建近300人芯片团队，同时研发自动驾驶芯片和激光雷达芯片。小鹏芯片团队目前接近200人，正在开发对标特斯拉FSD的大算力自动驾驶芯片。理想也在今年年初扩招芯片团队，目前已有数十人，尚处于早期调研阶段。

比亚迪早在2004年便成立比亚迪半导体，后者已经发展成国内顶尖的功率半导体生产商之一。

而吉利则在2019年便布局芯片领域，吉利控股董事长李书福去年年初表示，“自主研发的中控芯片将会在2023年实现装配上车”。

除芯动半导体外，今年8月份，长城汽车旗下蜂巢易创第三代半导体模组封测制造基地项目落地锡山经济技术开发区，计划投资38亿元。

除了自研外，上汽、广汽、北汽等还会进行投资合作。今年6月份，广汽、上汽、北汽等车企共同参与了粤芯半导体的最新一轮融资，在此之前，广汽、上汽还投资了地平线。

对此，有业内人士向时代周报记者表示，造芯是资金技术密集型项目，门槛极高，回报周期较长，不确定也比较强。在入局半导体方式方面，自研、投资合作各有优劣，车企之所以有着不同的选择，这或主要与他们各自的发展战略有关。

邦基科技正式登陆沪主板：营收净利双增 募资扩产布局全国

10月19日，山东邦基科技股份有限公司（下称“邦基科技”，股票代码：603151.SH）正式登陆上交所主板。本次公开发行新股数量为4200万股，占本次发行后总股本比例为25%。

资料显示，邦基科技是一家为现代化养殖场提供专业化产品的饲料生产企业。2019—2021年，邦基科技主要产品销量不断上升，业绩持续增长。本次IPO，该公司拟募集资金在山西、云南、河北、辽宁等地新设数个生产基地，进一步开拓全国市场。

专注优质饲料，量价齐升助力业绩增长

自2007年成立以来，邦基科技一直从事猪饲料的研发、生产和销售业务。

经过十余年的行业深耕，邦基科技的营业收入和净利润双双大幅增长。2019—2021年，邦基科技营业收入分别为10.05亿元、17.24亿元、20.35亿元，年复合增长率达42.32%；归母净利润分别为5342.91万元、11195.95万元、14582.3万元，年复合增长率达65.21%。

邦基科技能取得如此成绩，与其对饲料产品品质、客户服务质量的重视密不可分的。

猪饲料听上去简单，但实际掌握饲料技术并不容易。饲料技术主要体现在饲料配方上。饲料配方并非标准化，需根据不同国家、品种、养殖区域等因素进行研制，而这需要长时间的数据积累及技术研发。

根据营养成分和使用比例的不同，猪饲料产品可划分为猪预混料、猪浓缩料和猪配合料。据招股书，2019—2021年，邦基科技的收入便主要来源于以上三种产品。其中，猪配合料占邦基科技主营业务收入近六成。

近年来，邦基科技的主要产品猪配合料销量不断上升，从2019年的18.27万吨上涨至2021年的32.81万吨，产销率均保持在99%以上。

与此同时，据招股书，2019年和2020年，邦基科技的饲料平均售价分别为3395.26元/吨和3753.85元/吨，大幅上升且均高于同行业可比公司均值。

在饲料产品价格相对偏高的背后，是邦基科技对产品营养、产品安全的高要求。

邦基科技秉持产品的未来理念和长期主义，遵循猪的生命规律，从猪的生理生长特点和潜能入手，科学研判不同生长阶段猪的营养需求，最大限度地开发出猪的繁殖性能和生长潜能，并依此设计各阶段饲料配方。经过对饲料配方的深入研究，邦基科技在2020年推出了特色产品——邦基9号预混料产品。

邦基9号预混料产品在“2020年度饲料行业新产品新技术新模式”评选活动中荣获“2020年度饲料行业防非抗疫新产品”称号。也是由于邦基9号这一高端产品的推出，2020年邦基科技饲料产品销售均价售价大幅上涨。

而且，邦基科技对饲料原料的质量要求也毫不放松。如玉米，邦基科技要求必须使用大型农场种植并经过高温烘干的玉米，逐步减少、禁止使用散户玉米；如营养型添加剂，邦基科技采购众多昂贵的进口营养型添加剂，帮助猪提高应激能力、抗病毒能力等。

除此之外，邦基科技还十分注重与客户的共同成长。在与客户的合作过程中，邦基科技时常面向下游客户开展培训和讲座，帮助客户培育养猪理念、提高养猪的经营管理水平，让用户能够对饲料精确营养、饲料安全具备长期、合格、稳定的认知。

在高品质产品、高质量服务的双倍加持下，邦基科技与下游客户黏性较高。2021年邦基科技存续客户贡献的收入占比达84.13%。

目前，邦基科技已获得国家知识产权局授权的42项国家专利，已全面通过ISO9001国际质量管理体系和ISO22000食品安全管理体系认证，是第七批农业产业化国家重点龙头企业，同时是山东畜牧兽医学会养猪专业委员会副理事长单位和中国饲料工业协会常务理事单位。

地处饲料生产大省，募资扩产布局全国

随着业务规模不断扩大，注册地位于山东淄博的邦基科技形成了“立足华东，辐射全国”的区域战略。

山东省是全国饲料生产第一大省。据山东饲料行业信息网数据，2020年，山东省饲料产量达4335.8万吨，同比增长14.7%。其中猪饲料1029.5万吨，同比增长42.4%，占全国猪饲料生产总量的11.54%。

那么，邦基科技在山东省这样的饲料大省中处于何种地位呢？

根据山东省饲料行业协会，2021年，山东省全省生猪饲料产量10万吨以上的企业/集团数量仅有25家。而邦基科技的猪饲料产量达到45.27万吨，其中在山东省的产量为31.20万吨，远超10万吨，在山东省生猪饲料市场中占比2.53%，是山东省内规模相对较大的饲料企业。

招股书显示，2019—2021年，邦基科技在华东地区的销售收入占主营业务收入的比例分别为57.10%、56.34%和56.19%。其中，山东省是邦基科技销售额最大的省份，在山东省实现的销售收入占主营业务收入的比例分别为50.58%、51.09%和50.93%。

主要产能及客户地处山东这一区域因素也成为邦基科技的重要优势之一。

一方面，华东沿海地区港口较多，在玉米、大豆等国际大宗商品及国外进口饲料必备添加剂等方面具备原料优势。这有利于邦基科技降低主要饲料原材料的采购成本，提高饲料添加剂的采购品质。

另一方面，华东地区饲料工业生产水平较高，饲料企业经营观念较为先进，技术创新能力较强。受益于此，邦基科技进一步加强行业内技术交流，提高生产水平。

除此之外，山东省未来需求预计保持稳中有升的态势，这也为邦基科技未来订单的持续获取奠定了坚实的基础。

对于猪饲料来说，生猪存栏量越高，猪饲料的市场需求越大。据国家统计局数据，2021年，山东省生猪存栏数为3151万头，同比增长7.4%，占当年年末全国生猪总存栏数的7.01%，猪饲料需求巨大。

且根据《“十四五”全国畜牧兽医行业发展规划》，山东省的发展目标为“稳步扩大现有产能，加快产业转型升级，提升规模化、标准化、产业化水平，实现稳产增产”。

稳步增长的市场需求对企业提出了更高的产能要求。2021年，邦基科技已出现部分工厂猪配合料产能不足的情况。

因此，基于日益增长的市场需求及公司未来发展目标，邦基科技计划有序在山西、云南、河北、辽宁等地新设数个生产基地，新增数条浓缩料和配合料生产线，扩大猪饲料的产能。

具体来看，本次IPO，邦基科技拟募资6.83亿元，其中6.29亿元将用于公司及辽宁、长春、云南、张家口、山西等地子公司的高档配合猪饲料、浓缩饲料智能生产车间项目。

上述建设项目全部完成后，邦基科技每年可新增浓缩料产能24万吨、配合料产能66万吨。这将有效支撑邦基科技抢占国内市场份额的战略，进一步提升品牌影响力，提升市场占有率，助力公司业绩稳步增长。

（文/徐墨）

首套房贷利率下行 银行平均26天放款

时代周报记者 **梁争誉** 发自深圳

5年期LPR最新报价保持稳定。

中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布，2022年10月20日贷款市场报价利率（LPR）为：1年期LPR为3.65%，5年期以上LPR为4.3%，均与上月持平。

多名业内人士认为，5年期LPR报价未下调，与9月末央行、银保监会、财政部等主管部门连续发布楼市利好政策，当前处于政策效果观察期有关系。

贝壳研究院市场分析师刘丽杰表示，经过前几个月的降息后，9月金融数据体现出实体经济融资需求改善，表明宽松货币政策的效果逐步显现。“当前流动性保持合理充裕，加之货币政策需要兼顾到内外均衡，因此短期LPR保持平稳”。

10城降至“3字头”

从执行层面来看，已有多城的首套房贷利率在政策许可范围内下调。

9月29日，央行、银保监会发布通知，决定阶段性调整差别化住房信贷政策。对于2022年6—8月份新建商品住宅销售价格环比、同比均连续下降的城市，在2022年年底前，阶段性放宽首套住房商业性个人住房贷款利率下限。

易居研究院智库中心梳理国家统计局发布的70个大中城市房价指数数据发现，至少有23个城市符合要求，包括8个二线城市、15个三线城市。

据贝壳研究院监测，截至10月19日，已有10个城市首套房贷利率降至“3字头”，包括石家庄、贵阳、天津、武汉、宜昌等城市。二线城市中，昆明首套房贷利率降至3.95%，武汉、天津、贵阳降至3.9%，石家庄降至3.8%；三四线城市中，清远最低，现在已经降至3.7%。

刘丽杰认为，当前符合阶段性定向降息政策的城市中，大连、哈尔滨、温州、泉州等城市首套房贷利率在4.1%的水平上，后期仍有回调空间。

贝壳研究院统计数据显示，2022年10月首套、二套房贷主流利率指数环比继续下行。10月首套房贷主流利率平均为4.12%，二套平均为4.91%，首套环比下行3BP，二套与上月持平，较去年最高点分别回落162BP和109BP。

分城市线来看：一线城市房贷利率最高，首套平均为4.60%，二套平均为5.13%，与上月持平；二线城市首套利率最低，平均为4.08%；三四线城市首套房贷利率平均为4.11%。

值得注意的是，三四线城市房贷利率同比降幅最大，首套、二套利率同比降幅分别为169BP和116BP。以首套房100万元商业贷款本金，30年期等额本息还款计算，平均每月可减少月供约1036元，需偿还的利息总额减少约37万元。

此外，10月，贝壳研究院监测的百城银行平均放款周期为26天，与上月基本持平。其中，一线城市平均放款周期为30天，二线城市24天，三线城市26天，较去年同期大幅回落。

市场缓慢修复

“阶段性首套房贷降息结合放松限购、限贷，将明显减轻首次购房群体的购房成本，加速购房者决策，有助于增加市场成交。”刘丽杰表示。

克而瑞研究中心针对置业需求的调研显示，主管部门放松限购、开发商以价换量等积极信号正在唤起买房人的置业热情，消费者的买房信心较二季度有明显上升，计划一年内购房的人群比例上升27个百分点至61%，购房迫切度有所上升。

分城市线来看：一线城市房贷利率最高，首套平均为4.60%，二套平均为5.13%，与上月持平；二线城市首套利率最低，平均为4.08%；三四线城市首套房贷利率平均为4.11%。

一位深圳品牌房企置业顾问告诉时代周报记者，其所在新盘近期入市，开盘当天推出限时折扣，最终去化近七成，打折效果显著。

“降息都是小钱，一个月省下几百元，客户没什么感觉。打折才是实打实的利好，上千万元的房子，打完折分分钟就省几十万元。”该置业顾问表示。

从多家机构的监测数据来看，受政策利好带动、地方积极跟进的影响，重点城市新房及二手房销售逐渐缓慢修复。

据克而瑞研究中心统计数据，2022年第42周（10月10—16日），一线城市新房成交面积环比皆倍增。上海、广州主要是因为上周基数低（国庆假期），北京、深圳成交明显放量，较周均成交量也接近翻番。

二线城市中，除重庆外，11个重点城市成交量均明显回升，成都成交量增至42万平方米，环比增长261%。受低基数等因素影响，三四线城市成交涨多跌少，江门、汕头等环比翻番，肇庆、温州等持续高位运行。

二手房方面，克而瑞研究中心重点监测的15城，第42周累计成交127万平方米，环比大增126.7%，但较第40周仍下降15%，同比涨幅为38%。同比保持正增长的城市有北京、深圳、佛山、青岛、杭州、东莞等。

“从市场表现来看，单纯降低利率对需求的刺激作用有所减弱。”广东省规划院住房政策研究中心首席研究员李宇嘉认为，下一步，政策应在疏通交易环节，降低交易成本，开发商继续大力度促销，推动保交楼以提振市场预期等供给侧方面继续发力，并与需求端政策（降低LPR）合力，才能让降息效应显现。

刘丽杰则建议，在改善性需求对市场的主导作用日益增强的背景下，政策上也要关注降低“卖一买一”“卖旧买新”的贷款利率，“这是符合多数城市住房消费实际的必要举措，未来不排除会进一步结构性放宽二套房贷款利率政策的可能”。

3.95 亿元

年内拿地585亿元 地铁公司成土拍市场“常客”

时代周报记者 **忻奇琪** 发自上海

地铁公司在土拍市场上愈发活跃。卖着5元的票，买上百亿元的地，成了近两年各家地铁公司的真实写照。

近日，中国指数研究院的数据显示，今年前9月权益拿地金额Top 100企业中，有8家地铁公司上榜，包括广州地铁、厦门轨道交通、深圳地铁集团、杭铁集团、沈阳地铁集团、合肥轨道交通集团、苏州轨交集团、南京地铁集团，拿地总金额为585亿元。

其中，广州地铁、厦门轨道交通拿地金额均超过100亿元，分别以165亿元、125亿元排名第15、20位，深圳地铁集团权益拿地金额为98亿元，排名第26位。

地铁公司的房地产生意

地铁公司进军房地产并非行业新鲜事。

去年11月，深圳第三批集中供地共推出11宗地块，深圳地铁以总价178.51亿元拿下5宗。今年5月，在广州首轮集中供地中，广州地铁斥资165亿元拿下4宗地块。

而在环沪圈，杭州地铁可谓是当之无愧的“拿地大户”。2018年开始，杭州地铁开始陆续成立多家房地产开发公司。

据有数Data数据，仅2021年，杭州地铁新设合并的房地产开发企业数量高达11家。时代周报记者查询天眼查获悉，2022年，杭州地铁开发有限公司新设立杭州北煦置业有限公司，投资金额为1000万元，持股比例为100%。

此外，在9月结束的杭州第三批集中供地中，杭州地铁以底价拿下2宗地块，耗资40多亿元。据中国指数研究院统计数据，杭州地铁今年已经累计权益拿地金额达51亿元。

如果仅从财报表现来看，房地产业务收入占比已成为各城市地铁公司的“大头”。

2021年，深圳地铁实现营业收入163.97亿元，利润总额29.66亿元；站城一体化开发（TOD）收入达95.71亿元，占全年营业收入的58.67%。

此外，南宁轨道交通去年商品销售收入达22.58亿元，占其总营收比例近七成。宁波轨道交通商品房销售额为22.65亿元，占其总营收的69.74%。青岛地铁房地产开发收入16.25亿元，占总营收的45.53%。

不过，完全依靠房地产业务支持经营需求的地产公司不多。国家发改委原新闻发言人赵辰昕曾公开表示，城市轨道交通建设资金主要来源是政府财政资金和间接融资，运营则主要靠财政补贴。

“地铁的开发和运营对资金需求较大，即便是房地产业务收入能够反哺利润，但从大多数地铁公司的盈利构成上看，更多的还是靠着政府补贴。”长期研究国内TOD开发模式的业内人士张旭（化名）指出。

10月18日，易居研究院智库中心研究总监严跃进在接受时代周报记者采访时表示，对地铁公司来说，开发房地产项目具备天然优势，起码地铁公司掌握了地铁开发时间进程和线路，可以说是“稳赚不赔”的业务，而地方政府也愿意地铁公司去布局其他业务。另一方面，如果地铁企业光靠乘客车资和政府补贴，并非长久有效的方式。

多元副业开拓利润增长点

除了房地产业务之外，地铁公司的投资版图还涉及金融业、制造业、物业服务等，甚至覆盖传媒业。

由于体量大、资金充足，北京地铁在多家地铁中率先尝试金融业务。此前，北京地铁下属基石国际融资租赁有限公司，便曾向长春市轨道交通集团提供了融资租赁服务。

青岛地铁集团旗下的青铁产投公司则实施“上市公司+”战略，成立一年来，迅速布局4家拟上市公司，围绕轨道交通产业链，规划搭建由产业链股权投资基金群、地铁建设基金群、城市更新基金群构成的百亿元产业基金集群。

截至目前，青岛地铁旗下的产投公司累计在管基金共6只，合计137.32亿元，百亿基金集群已初具规模。

时代周报记者获悉，青岛地铁旗下的产投公司尚有一期科创基金、并购基金、创投基金、天使基金等多只平行基金在组建，初步具备多只基金协同效应。

成都地铁下属的成都轨交绿色建材有限公司则回归建筑制造业的老本行，为地铁制造提供相关的水泥、钢材等基础材料，以供应商身份参与相关招投标项目。

当然，还有一种长期运营盈利方式，即在地铁中投放广告，或通过在地铁内引入商户收租。

今年7月，上海申通地铁集团与德高集团合资成立上海德高申通地铁广告有限公司，广州地铁旗下的广州地铁传媒有限公司去年净利润达到1989万元。

随着多家地铁企业的“副业”收入超过票务收入，未来轨道企业也将以更市场化的面貌出现，为城市能级跃升贡献一份力量。

137.32 亿元

时代营销盛典

TIME WEEKLY MARKETING AWARDING CEREMONY

Z世代 · 新营销

看见年轻的力量

2022年11月18日　中国 · 广州

数字化时代，移动终端不断普及，一块小小的屏幕连接起了消费的两端，它也带来商业逻辑的跌代，催生了新品牌、新故事、新消费。作为这个时代的消费主力，Z世代正在挑战固有的消费规则，“得Z世代者，得天下”成为普遍共识。

消费主体、渠道和场景的变迁，势必带来营销方式的变革，这亟需企业完成营销模式的自我更新。如何把握住这股年轻的力量，让我们在今年的时代营销盛典中寻找答案。

主办单位：时代传媒集团　　承办单位：时代周报

合作媒体：

财联社　东方财富网 eastmoney.com　界面新闻　南方周末　一点资讯　证券之星 www.STOCKSTAR.com　中国经营报　中新经纬 ECONOMIC VIEW　和讯 hexun.com　FX168 财经集团　華夏時報

经济观察报　商界传媒集团　投资界 PEdaily.cn　赢商网 winshang.com　理财周刊　CNFOL.COM 中金在线　蓝鲸财经　英才 talents　36Kr　金融界 JRJ.com　全景

中指研究院 China Index Academy　云掌财经 www.122.com.cn　TMTPOST 钛媒体　华铁传媒 HUATIE MEDIA　资本邦 ChinaIPO.COM　消费界 Consumer Sector　格隆汇 www.gelonghui.com　OFweek 维科网 OFweek.com　新财富 NEW FORTUNE　财华社 FINET　融资中国

红餐网　新周刊　消费者报道　时代数据 TIME & DATA REPORT　时代商学院 TIMES THINKTANK