为了见证 | 为了建设

THE TIME WEEKLY

2023年1月17日－1月23日 农历十二月廿六－正月初二
第724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

新房价格环比下降城市55个

1月16日，国家统计局发布数据显示，2022年12月份，70个大中城市中，新建商品住宅销售价格环比下降城市有55个，比上月增加4个；二手住宅销售价格环比下降城市有63个，比上月增加1个。

31省份公布GDP增速目标

31省（自治区、直辖市，不含港澳台）2023年GDP增长目标全部出炉。从2023年GDP增速目标看，31省份的数值范围在4%～9.5%，其中，最高的是海南省（9.5%左右），最低的是4%左右，其他省份该数值多集中在5%～6.5%，以“6%”居多，有12个省份设置在6%或以上、左右。

滴滴出行恢复新用户注册

滴滴出行在1月16日在官方微博发布，经报网络安全审查办公室同意，即日起恢复“滴滴出行”的新用户注册。

周数据

国内有效发明专利的企业达35.5万家

国家知识产权局数据显示，截至2022年年底，我国国内拥有有效发明专利的企业达35.5万家，较上年增加5.7万家，拥有有效发明专利232.4万件，同比增长21.8%。其中高新技术企业、专精特新“小巨人”企业拥有有效发明专利151.2万件，占国内企业拥有总量的65.1%，较上年同期提高0.5个百分点。

我国国内拥有有效发明专利的企业总数
35.5 万家

较上年增加
5.7 万家

拥有有效发明专利
232.4 万件

同比增长
21.8% 万家

辉瑞本土化生产加速

详见P16

春节休刊通知

因春节放假，本报决定于1月24日、1月31日休刊两期，2月7日恢复出报，敬请留意。

时代周报编辑部
2023年1月16日

谁撑起“4万亿”城市

时代周报记者 **阿力米热** 发自广州

每年年初，都是各地提交“经济答卷”的时刻。

总体来看，在2022年城市经济版图上，GDP总量超过两万亿元的城市已增至7个，分别为上海、北京、广州、深圳、重庆、苏州和成都。

其中，北京和上海作为两大经济中心城市，在2021年双双踏上4万亿元新台阶后，能否在2022年继续保持这一佳绩也备受关注。

2023年1月11日，上海市长龚正在作政府工作报告时提出，预计2022年上海全市GDP达到4.45万亿元。

4日后，北京公布了“成绩单”。1月15日上午，北京市代市长殷勇作政府工作报告，谈到2022年工作时指出，全市地区生产总值预计实现正增长。这意味着，北京2022年GDP总量在4万亿元以上。

上海GDP增速锚定5.5%以上

随着去年四季度经济持续恢复，上海经济回升向好，全市GDP预计达到4.45万亿元，人均GDP达到17.8万元左右。同时，这也是上海市生产总值连续两年突破4万亿元大关。

这背后，高新产业起到了重要的托底作用。

政府工作报告显示，工业战略性新兴产业总产值占规模以上工业总产值的比重，从2017年的30.8%提高到42%左右，集成电路、生物医药、人工智能三大先导产业规模达到1.4万亿元。

值得一提的是，经过了5年的发展，上海经济除了在高新产业表现亮眼以外，外贸亦保持着充足韧性，同样起到了重要的托底作用。

统计数据显示，自2021年起上海进出口总额连续两年超过4万亿元；口岸贸易总额突破10万亿元，占全球比重提高到3.6%左右，保持世界城市首位。其中，2022年上海港集装箱吞吐量达4730.3万标准箱，已连续13年排名世界第一。

新的一年，为继续推动经济发展，上海将如何发力？政府工作报告中给出了明确的计划。

2023年，上海将深入实施“三大任务”，包括推动实施自贸试验区及临港新片区建设行动方案，深化跨境贸易投资高水平开放外汇管理改革试点；支持更多优质科创企业做大做强；全面完成长三角一体化发展第二轮三年行动计划，推动重点合作事项和重大项目落实落地。

综合各方面因素，政府工作报告中建议今年上海全市经济社会发展的主要预算目标是：全市生产总值增长5.5%以上，居民人均可支配收入增长与经济增长基本同步。

GDP增长预期为何定在5.5%以上？华东师范大学城市发展研究院院长曾刚在接受时代周报记者采访时表示，这一经济增长目标既考虑到了国内大环境三重压力的现实，也考虑到了2022年上海市GDP基数。

➜ 下转P3

视频号商业化两年

在张小龙此前的表述里，视频号的诞生是微信公众号在短视频内容方面存在缺失，因而想推出一个人人可以创作的载体。视频号真正在腾讯地位大幅提升是在2021年，此后2022年迅猛商业化。

时代周报记者 **郑栩彤** 发自广州

“微信之父”张小龙第二年没有到微信公开课现场，核心人物似乎有意在舆论中淡去，转而让产品视频号站至台前。

近两年视频号的发展势头无须多言，一个标志性事件是视频号近日成为腾讯董事会主席兼首席执行官马化腾口中“全场的希望”。

回望近两年发展，视频号在腾讯并非一直如此集光芒于一身。

在张小龙此前的表述里，视频号的诞生是微信公众号在短视频内容方面存在缺失，因而想推出一个人人可创作的载体。视频号真正在腾讯地位大幅提升是在2021年，此后2022年迅猛商业化。

回望过去，与其说视频号是自然成长为腾讯重磅产品，不如说是被逼成“全场希望”。腾讯近两年业务变动颇大，所在的游戏赛道经历监管加严和竞争对手崛起，数个电商和视频产品折戟，TO B业务也经历调整，视频号成为腾讯为数不多具有较大想象空间的现象级产品。

基于对营收数据增长的渴望，商业化成为近两年视频号发展的关键词。微信公开课公布的数据显示，2022年视频号总用户使用时长已超过朋友圈的80%，日活跃创作者数和日均视频上传视频量同比涨幅均超100%，视频号直播带货销售额增长超8倍，平台公域购买转化率提升超100%，客单价超200元，主播总收入增长447%。

眼下，视频号已被马化腾称之为“全场希望”，其2023年在“赚钱”这件事上，自然要投入更多精力与期望。

承载腾讯收入增长希望

视频号的崛起，是“踩”在微视等腾讯系视频产品的失败先例上。视频类产品中，微视曾得到腾讯大量资源倾斜，但最终仍关停。腾讯视频付费会员数则在2021年基本陷入停滞，所在的长视频赛道存在亏损问题。

相比之下，依托微信流量池的视频号，在增加用户量和保有活跃度方面有天然的优势，达成商业化似乎更容易。

外部形势也倒逼腾讯押宝视频号。马化腾近日的内部讲话指出，短视频三年来在全球范围内对整个互联网的冲击相当大，它会侵蚀掉很多长视频、游戏等产品的时间，这已倒逼腾讯其他业务进行调整。换言之，腾讯若不重押短视频，其旗下多项业务可能被动地被短视频产品侵蚀。

➜ 下转P20

政经 · TOP NEWS
2 外贸规模突破40万亿 还有多股潜力待挖
3 2023经济怎么走？二季度出口有望反弹
4 广东这场“南北互动”能带来什么启示？
8 GDP增长全球第一梦碎 印度怎么了？

财经 · FORTUNE
9 中国前首富被警方带走 曾遭做空身家暴跌千亿
10 吉林银行四年内换三任董事长 上市遥遥无期？
11 四川信托食言出售资产 曾违规“输血”大股东
12 网信证券更名麦高证券 靠29亿营业外收入扭亏

产经 · INDUSTRY
18 排队买房热潮再起 上海楼市迎“开门红”
19 科技公司年会比拼降温 互联网大厂变低调
21 问界降价 硬刚特斯拉
24 万柳书院走红背后 开发商成“老赖”被执行5亿元

编辑／潘展虹 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

外贸规模突破40万亿 还有多股潜力待挖

2022年，我国进出口规模再创历史新高，连续6年保持世界第一货物贸易国地位。2023年1月13日，海关总署发布数据显示，2022年我国货物贸易进出口总值首次突破40万亿元关口，达42.07万亿元，比2021年增长7.7%。

外贸向来被视为经济社会发展的晴雨表，一个国家的经济活力，可以从一个国家的外贸进出口成绩单中窥见。

在国际地缘政治竞争激烈、疫情冲击全球经济等各种因素影响下，我国外贸规模突破40万亿元，充分证明过去一年外贸顶住了压力，显示了强劲的实力和韧性。

外贸总量之外，品类的扩展尤为可喜。

从品类来看，机电产品、劳动密集型产品依然是外贸出口的主力军。其中，劳动密集型产品出口同比增长8.9%，机电产品进出口同比增长2.5%。这是我国外贸的传统优势领域。

2022年还出现了新的现象，即绿色低碳产品日益成为出口新动能，太阳能电池、锂电池和汽车的全年出口分别同比增长67.8%、86.7%和82.2%，增速格外亮眼。表明外贸的质量也在提升。

但我国外贸也并非高枕无忧。数据显示，中国单月进出口同比增速已连续4个月下滑，四季度这一传统外贸旺季似乎也没有“旺起来”。

2023年，对中国外贸人来说，全球经济疲软以及全球范围内产业链供应链加速调整所带来的外需走弱无疑是最大的考验。

前不久，世贸组织(WTO)报告，2023年全球商品贸易量或将只增长1%，远低于此前预测的3.4%，这将加剧全球经济衰退的风险。

未来全球市场，蛋糕没有显著变大，但分蛋糕的人可能会增加不少。在这种情况下，中国外贸如何挖潜？

一是稳外贸的政策需要继续发力，要特别注意发挥好民企的作用。

近年来，着眼于外贸企业的各种困难，从中央到地方出台了一系列有针对性的稳外贸措施。2022年我国民企进出口规模所占比重达到50.9%，年度占比首次超过一半，提升2.3个百分点，对我国外贸增长贡献率达到80.8%，可见稳外贸政策的效果明显。

给企业稳定的预期，相关政策需要有连续性。

二是努力拓展朋友圈。众所周知，欧美向来是中国外贸的重点区域。但随着国际形势的变化，中国外贸需要加速拓展朋友圈。

2022年1月1日，《区域全面经济伙伴关系协定》正式生效。据海关统计，2022年我国对RCEP其他14个成员国进出口增长7.5%，占我国外贸进出口总值的30.8%。这是一个可喜的趋势。

接下来，还要继续发掘RCEP生效带来的红利，积极拓展东盟、非洲、拉丁美洲等新兴市场。

三是寻找新的增长点。

电动汽车、光伏、电池出口增长已经是2022年的外贸亮点。2023年，在全球碳中和大潮下，能否通过我国企业的技术迭代更新带动新能源产品出口大幅增长，值得关注。

在RCEP框架下，未来一个时期，自动数据处理设备、集成电路、汽车零件、存储设备等产品可以享受较大力度的关税优惠。因此专业人士预判，由于国内相关产业链自身具备较强的竞争优势，所以2023年我国此类产品对东盟出口有望持续增长。这是相关企业在2023年的一大机遇。

而对外贸企业来说，不论国企民企、规模大小，提升自己的核心竞争力仍然是恒久的主题。也只有这样，才能应对各种风险，立于不败之地。

2022年CPI涨2% 专家称重点稳定煤炭价格

时代财经 **余思毅**

2023年1月12日，国家统计局发布2022年12月份全国居民消费价格（CPI）同比上涨1.8%，环比持平。2022年12月PPI同比下降0.7%，环比下降0.5%，弱于预期。

与此同时，国家发改委召开专题新闻发布会，介绍2022年稳物价有关工作情况，预判2023年的物价情况。

国家发改委价格司司长万劲松称，2022年，全国居民消费价格指数（CPI）比上年上涨2%，低于全年3%左右的预期目标。其中，食品价格指数上涨2.8%，明显低于美欧等主要经济体10%左右的涨幅，国内外粮价涨幅对比更加明显。

展望2023年，万劲松表示，尽管国际大宗商品价格可能高位波动，输入性通胀压力仍然存在，不过在大宗商品特别是能源方面，国家有相关举措保障物价平稳。

就2023年的输入性通胀压力，民生银行研究院宏观高级研究员应习文1月12日对时代财经表示，预计2023年我国PPI可能以通缩开局，但随后缓步回升，“走出通缩的时间取决于内需复苏的速度，以及全球商品价格受各类不确定因素影响的结果，预计全年涨幅在0.5%左右”。

国家发改委还提到，2020年以来，各地累计发放物价补贴约375亿元，惠及困难群众7.3亿人次。2023年进一步将领取失业补助金人员和低保边缘的人口阶段性纳入价格补贴联动机制范围。特别提到，将启动补贴的条件持续优化，将启动条件中的CPI单月同比涨幅由3.5%，阶段性降低为3%。

对此，光大银行金融市场部宏观研究员周茂华1月12日对时代财经称，国家发改委将启动条件中CPI当月同比涨幅调低，并结合区域实际情况扩大保障范围，意味着国内对低收入困难群体帮扶保障力度是增大的。

应对输入性通胀 重点保供煤炭能源

据国家统计局数据，2022年12月PPI同比、环比均出现下降。12月国际大宗商品价格涨跌互现，其中，原油价格低位企稳后小幅反弹，天然气供需形势好于预期导致价格回落。

就国家发改委判断2023年输入性通胀压力仍然存在，应习文表示认同，他对时代财经指出，虽然现在全球大宗商品价格较前期有所回落，特别是原油价格，但造成其价格剧烈波动的因素还是存在的，最主要的是地缘政治格局的不稳定，“除了俄乌冲突以外，比如说伊核危机，还有巴尔干地区、塞尔维亚的地缘政治隐患和冲突，都有可能会影响全球原油价格”。

此外，应习文还注意到，天气也是影响能源的重要因素，现在欧洲天然气价格下降比较显著，主要是2022年北半球是暖冬，但冬天还没有过去，未来会不会出现气温的骤降导致天然气价格上升，也是不确定因素。

应习文进一步指出，今年中国经济预期是会复苏的，目前大家认为经济复苏主要动力来自于消费，“那么地产会不会出现超预期复苏？如果出现超预期复苏，再加上中国的氢能源汽车方面的复苏，可能会引起大宗商品需求的上升，这也是支撑大宗商品的因素”。

在周茂华看来，如果2023年能源价格高位运行，会导致国内生产生活成本有所上升。能源影响领域广泛，上下游价格传导，随着国内需求稳步回暖，部分具有一定市场影响力的企业商家将部分成本压力向终端消费者转嫁，或引发潜在通胀预期。

回顾2022年，能源价格上涨对全球的影响巨大。据2023年1月11日国家发改委在官网发布的2022年稳物价盘点文章，2022年1—11月，美国、欧元区CPI中能源价格同比分别上涨约27%和38%，而我国CPI中居民水电燃料价格仅上涨约3%，汽、柴油价格涨幅也明显低于美欧。

国家发改委在上述盘点中指出，能源是国民经济的命脉，稳能源价格对经济平稳运行至关重要。万劲松在记者会上也提出，以煤炭为“锚”，千方百计稳定能源等大宗商品价格。

为此，国家发改委价格司副司长牛育斌在记者会上介绍，国家发改委在大宗商品特别是能源方面的举措包括：一是创新机制，立足以煤为主的基本国情，煤价改革和电价改革双管齐下，以机制创新支撑能源保供稳价改革完善；二是稳定预期，持续加强宣传解读和预期引导，积极应对价格异常波动风险；三是加强监管，建立煤炭价格监测和成本调查制度。

“国家发改委的思路与措施是正确的，维持煤炭价格稳定，也就是维持能源价格的稳定，防止通货膨胀。”厦门大学中国能源政策研究院院长林伯强1月12日对时代财经分析，通货膨胀是指所有的大宗商品上涨，不单单是指能源，但是能源板块占比是比较大的，特别是油气价格。

“中国的能源问题，其实都是煤炭问题。煤电占到电力的63%，如果煤炭价格稳定，能源价格也会比较稳定。”林伯强进一步指出，今年欧盟、美国面临着油气价格高企，通货膨胀就很高，而中国能源价格没有太大动静，因为煤炭保供和煤电价格在逐渐理顺。

兜底民生 重视价格补贴联动机制

据国家发改委价格司万劲松介绍，2022年CPI单月涨幅始终运行在3%以下，全年上涨2%，大幅低于美国8%左右，欧元区8%以上，英国9%左右等发达经济体的涨幅，也明显低于印度、巴西、南非等新兴经济体7%~10%的涨幅，国际、国内在通胀方面对比十分鲜明。

尽管如此，国家对疫情带来的民生问题十分关注。去年12月15日举行的中央经济工作会议就提到“社会政策要兜牢民生底线”，强调“更好统筹疫情防控和经济社会发展，更好统筹发展和安全”。

国家发改委价格司副司长周伴学介绍，今年在城市低保对象、特困人员领取失业保险金人员等7类群体基础上，进一步将领取失业补助金人员和低保边缘的人口阶段性纳入价格补贴联动机制范围。

据悉，目前共覆盖困难群众约6700万人，部分地区结合当地实际情况进一步扩大了保障范围。2020年以来，各地累计发放物价补贴约375亿元，惠及困难群众7.3亿人次，其中，2022年发放物价补贴约65亿元，惠及困难群众约2亿人次。

周伴学进一步介绍，目前满足CPI单月同比涨幅达到3%，或者CPI中食品价格同比涨幅达到6%的任意条件即启动价格补贴联动机制。部分地区结合当地实际情况，进一步降低了启动条件。今年将启动条件中的CPI单月同比涨幅由3.5%，阶段性降低为3%。

“随着启动条件的放宽，惠及人群更多。”周茂华分析称，国内物价补贴保障范围广，切实惠及困难群体。同时2022年，发放物价补贴约65亿元和惠及困难群众约2亿人次均低于近三年均值，也从一个侧面反映国内物价表现温和。

事实上，针对消费数据的疲软，从2020年以来就有多名经济学家建议给困难群众发消费券，甚至直接发钱刺激消费。

去年2月，中国社科院世界经济与政治研究所副所长、博士生导师张斌在接受时代财经采访时就表示，建议“对弱势群体家庭采取为期1年的暂时性收入补贴”。张斌指出，补贴金额不能太低，否则起不到帮助中低收入群体的作用，起不到提振消费的作用。

2023经济怎么走？二季度出口有望反弹

时代周报记者 **王晨婷** 发自上海

2022年全年国内生产总值（GDP）数据2023年1月17日发布。

根据目前已公布的2022年前三季度数据，中国GDP同比增长3%，但四季度受外需下行等影响，经济数据或将回落。

近期，多家机构公布了对2022年全年GDP的预测值。据时代周报记者梳理，综合来看，机构对2022年GDP增速预测值在2.5%~3%之间，平均值在2.7%。

日前，经国家统计局对2021年GDP数据的最终核实，2021年，GDP现价总量为114.9万亿元。按照2.5%以上增速的预期值和2%左右的通货膨胀，2022年全年GDP突破120万亿元已基本无悬念。

机构普遍预测2.5%以上

受到去年年底疫情影响，四季度经济数据或较难达到预期。2022年12月制造业与服务业PMI分别下降至47%和41.6%，为2020年以来的最低点。

需求端方面，2022年11月份社会消费品零售总额同比下降-5.9%，较上期回落5.4个百分点；1—11月的固定资产投资累计增速也较1—10月下降0.5个百分点；出口和进口增速均出现回落，其中，出口方面已连续3个月负增长，面临较大的下行压力。

“去年四季度我国经济面对复杂多变的内外部环境，外需下行和疫情反复对经济造成了较大负面冲击。分产业看，预计餐饮住宿、交通运输、批发零售、房地产、商务租赁等第三产业均可能出现负增长；工业和农业生产有望保持温和增长，保持一定韧性；金融业、信息软件服务业、建筑业则能在一定程度上支撑GDP增速。”民生银行首席经济学家温彬告诉时代周报记者。

温彬团队预计，2022年四季度GDP同比增长2.0%，全年同比增长2.7%。

2.7%的增长也是大多数机构的预测值。北大国民经济研究中心预测，2022年第四季度GDP同比增长1.8%，较上个季度下降2.1个百分点，2022年全年GDP同比增长2.7%。

该中心的报告指出，第四季度国内疫情对宏观经济的扰动加剧，国内需求仍旧偏弱，供需两端压力犹在，但各项稳经济政策举措逐步落实，后续随着疫情形势逐渐好转，疫情防控新政策助力社会复工复产，经济基本面仍将呈现缓慢复苏趋势。

西部证券在近期将2022年全年GDP增速预测从3%下调至2.8%。浙商证券宏观团队的预测值则较低，预计四季度GDP实际同比增速为1.3%，全年实现2.3%左右的GDP增速。

浙商证券宏观团队认为，短期内的疫情反弹会对经济修复造成一定压制，但随着疫情高峰顺利度过以及地产政策的渐次放松，需求收缩和预期转弱的问题将逐步得到改善。

综合各机构预测值来看，结合2021年全国GDP总量114.9万亿元的最终核实数据和通货膨胀率，2022年全国GDP突破120万亿元已基本没有悬念。

中央财经委员会办公室分管日常工作副主任韩文秀在2022—2023中国经济年会上亦表示，2022年经济增长与年初的预期目标存在差距，但其他多项指标都较好完成。一些面向未来的结构性指标有突出的表现，预计全年经济总量超过120万亿元。

二季度出口有望反弹

2021年，最终消费支出对经济贡献率达到65.4%，消费是当年稳经济的利器。2022年全年，消费市场持续承压，但必需类商品及汽车销售的情况依旧良好。

2022年前11个月，社会消费品零售总额399190亿元，同比下降0.1%。其中，受本土疫情波及全国多数省份，线下餐饮、购物、出行等消费需求减少影响，11月社会消费品零售总额同比增速为-5.9%。预计12月社零总额增速会小幅回升，但依旧保持负增长。

信达证券认为，2022年四个季度中，社零当季增速呈现出“高低高低”的特征，一季度和三季度恢复势头较好，二季度和四季度受疫情影响形成两个低谷，2022年全年社零可能接近零增长。

值得一提的是，汽车销售大幅回升是去年下半年以来消费领域的一抹亮色，持续贡献正增长。2022年9月份，汽车类零售额同比增长14.2%，增速高于同期全国社零总额11.7个百分点。1—11月，汽车类零售额同比增长0.3%，占社零总额的10.2%。

扩大内需将是今年经济工作的主旋律之一，恢复和扩大消费将被摆在优先位置，预计汽车仍将是2023年促消费的重要抓手之一。

同为拉动经济的“三驾马车”，投资是去年稳增长的主角。华创研究所宏观首席分析师张瑜预测，2022年全年固投增速为5.1%。其中，基建增速为11.8%，制造业投资增速为9.0%。

去年以来，在各类稳增长政策工具发力显效下，基建增速持续回升并成为提振内需的主要动力。但年底受天气及疫情原因影响，预计基建投资增速会有所放缓，温彬团队预计12月基建投资增速持平于8.9%，制造业投资预计由9.3%回落至9.0%左右。

房地产开发投资方面，去年前三季度同比下降8.0%，四季度依旧处于低位。居民预期尚未明显改善，叠加疫情影响加剧，房地产交易量仍然偏弱。

展望今年，扩大有效投资依然是稳增长的重点。

近期，已有多地集中开工重大项目，并公布了2023年一季度地方债发行计划。“今年一季度基建投资将延续高增长态势。前期大量新开工项目的持续推进将为基建投资提供项目保障。一季度基建投资资金来源也较为充足，除了2023年新增专项债资金，去年已投放的政策性、开发性金融工具还将继续发挥对信贷等配套资金的撬动作用。”财信研究院副院长伍超明告诉时代周报记者。

贸易方面，对比2021年中国外贸进出口保持了两位数的增长，规模创下历史新高，2022年出口对整体经济的拉动较为有限。

根据海关总署数据，2022年我国货物贸易进出口总值42.07万亿元人民币，首次突破40万亿元人民币关口，比2021年增长7.7%。其中，出口23.97万亿元，增长10.5%；进口18.1万亿元，增长4.3%。

虽然从全年整体数据来看增长尚平稳，但具体到各个月份，从8月开始，出口增速持续下降。2022年8—12月出口同比增速分别为7.1%、5.7%、-0.3%、-8.7%、-0.5%。其中，8月开始出口的超预期大降，主要受全球经济衰退风险增强、外部需求显著下滑、去年同期高基数、年底国内供应链受阻等多重因素导致。

“预计2023年，全球经济面临衰退风险，外需也会继续回落，出口还将呈现整体回落的态势。但鉴于2023年全球货币政策前紧后缓的可能性，外需在中后期或将有所回弹。结合2022年前高后低的基数效应，预计2023年出口增速可能前低后高，年初数据会较低，二季度有望反弹。”商务部研究院国际市场研究所副所长白明告诉时代周报记者。

42.07
万亿

谁撑起“4万亿”城市

上接P1

5.5
%

“2023年上海将GDP的目标定在5.5%，我认为总体上面是比较谨慎的。在新兴产业、消费、科技服务、长三角区域协同发展等因素的驱动下，会助推上海的经济发展，2023年上海GDP的增速或将会达到6%以上。”曾刚说道。

时代周报记者梳理发现，上海除了深入实施“三大任务”之外，还更进一步锚定了国际数字之都。

在高质量发展方面，今后5年上海的数字经济核心产业增加值占全市生产总值的比重提高到18%，数据要素全域赋能、生产生活全面转变初步实现，国际数字之都建设形成基本框架。

回顾2022年印发的《上海市数字经济发展“十四五”规划》，其中提出目标到2025年年底，上海数字经济发展水平稳居全国前列，增加值力争达到3万亿元，占全市生产总值比重大于60%。其中，数字经济核心产业增加值占全市生产总值比重达到15%左右。

可以看到，在上海未来发展中，数字经济所占比重将进一步提升，重要性愈发凸显。

事实上，上海在数据研究方面有一定的先发优势，且有着不少前瞻性的部署。曾刚透露，早在10年以前，上海市科委就批准了复旦大学数字科学重点实验室的建设计划，率先重视数字科学的技术研究，包括重大技术的开发，以及在上海临港新片区建设国际数据港等。

“目前，数字技术主要嵌入到钢铁、石化、汽车等现有产业当中，推动现有产业技术进步。与此同时，在软件操作系统、电子竞技、电商、网络服务等新兴产业快速发展的背景下，未来5年内，上海数字经济核心产业占GDP比重提高到15%，我认为是一个令人振奋的指标。”曾刚说。

北京预计实现正增长

另一座4万亿元之城——北京也交出了自己2022年的“经济答卷”。

2023年1月15日，北京市代市长殷勇作政府工作报告时，不仅总结了过去北京经济建设的成就，还提出了今后的工作目标。

报告指出，2022年全市GDP实现正增长，一般公共预算收入扣除留抵退税后，同口径增长2.6%，居民消费价格上涨1.8%，城镇调查失业率预计保持在5%以内，全市居民人均可支配收入稳定增长。

作为全国政治中心、文化中心、国际交往中心和科技创新中心，2022年北京经济稳定发展的背景下，各城区的发展具有举足轻重的作用。

虽然各城区之间的定位和发展职能不同，主要经济指标各区之间略有差异，但是从已公布经济数据的城区来看，GDP预计增速普遍在1%~3%之间，整体表现良好。其中，海淀区和东城区的表现较为抢眼。

经初步预计，东城区地区生产总值同比增长5.5%左右，增速居城六区第一，居民人均可支配收入增长2.5%左右。

而海淀区GDP则在2022年首次突破万亿元大关。2023年1月4日，海淀区委副书记、区长李俊杰在作政府工作报告时提到，海淀地区生产总值突破万亿元，预计增长4%，占北京市四分之一，经济总量和增长贡献继续保持北京第一。

GDP突破万亿元体现了怎样的经济发展水平？

2021年，在全国600多个城市中，仅有24个城市的GDP总量能进入“万亿俱乐部”，共有29个省份GDP突破万亿元。而从区级行政单位对比来看，海淀区目前是全国经济第二强区，成为继上海市浦东新区之后，全国第二个GDP突破万亿元的区。

综合此前已公布的数据，从三次产业结构来看，海淀区主要以第三产业为主。其中，第三产业中又以高新技术企业为主力军。

统计数据显示，2022年海淀区高新技术企业收入预计3.8万亿元，增长7.5%。信息传输、软件和信息技术服务业收入预计1.6万亿元，增长12%。推动高精尖产业项目落地，动态跟踪重点项目721个，新增签约项目54个。

按照《北京市“十四五”时期高精尖产业发展规划》，到2025年，海淀区高精尖产业占地区生产总值的比重将超过60%，高新技术企业总收入将突破4万亿元。这也表明，海淀区未来发展的重点，仍将聚焦于高新技术产业。

除了晒出经济发展“成绩单”之外，北京也亮出了2023年经济发展“路线图”：2023年，北京经济社会发展主要预期目标是地区生产总值增长4.5%以上。

那么，北京制定这一经济目标的动能来自哪里？城市规划专家孙不熟在接受时代周报记者采访时表示，首都经济韧性强、潜力大、活力足，制定4.5%以上的经济目标动能来自于高质量发展。

“在双循环新发展格局，以及绿色、共享、创新、协调、开放的新发展理念下，支撑高质量发展的生产要素条件没有改变，长期向好的基本面没有改变。北京制定4.5%经济增长目标的依据，应该也是全国的增速目标。”孙不熟说道。

与此同时，北京市代市长殷勇在作政府工作报告时还提出了未来的奋斗目标：今后5年，北京将进一步强化“四个中心”城市战略定位，国际一流的和谐宜居之都建设取得新的重大进展，京津冀协同发展不断向纵深推进，城市综合实力和竞争力持续增强，人居环境品质全面改善，共同富裕迈出新步伐，为率先基本实现社会主义现代化奠定坚实基础。

广东这场“南北互动”能带来什么启示？

时代周报记者 **陈熊海** 发自广州

2022年的最后一天，扎根东莞30年的方皓金属在韶关开设的新厂投产，这离工厂动工建设仅过去不到半年。

“这一速度，创造了华南先进装备产业园（工厂所在园区）的历史纪录。”该公司财务负责人王万发对时代周报记者说。

像方皓金属这样扎根东莞几十年的公司，在韶关建设新厂的有不少。这一系列动作源于2016年11月，东莞、韶关两市签订协议，共建华南先进装备产业园，作为莞韶对口帮扶的重要主战场。

韶关，是一座老工业城市，这座位于粤北地区的城市，也是广东“北大门”。在广东的整体谋划下，近几年其与东莞结成CP，合莞韶之力，坚持“湾区所需、韶关所长、东莞所能”，以“市场为主、政府引导”承接广东省内产业有序转移，推动韶关产业发展积厚成势，积极融入“双循环”新发展格局。

这些年过去，与大湾区共舞，成为韶关经济发展的路径。

深度绑定产业

从京广高铁韶关站出来，是韶关的新城区，驱车20余分钟，便是华南先进装备产业园，这是韶关装备制造业集中的园区，也是方皓金属的新厂位置。

“公司20世纪90年代在东莞塘厦拿地建厂，经过几次扩建，现在厂房占地面积约4万平方米，建筑面积约5.8万平方米。公司想进一步扩大生产规模，但部分厂房用地涉及当地规划调整，需要拆迁。”王万发告诉时代周报记者，但由于公司市场扩大，厂房需要进一步扩建扩产，因此面临着用地难题。

于是，公司就有了在异地建设新厂扩大生产规模的念头。公司负责人先后去邻近的城市考察项目选址，甚至还到安徽考察，但新厂最终落户韶关。

王万发说，主要是考虑到邻市土地成本高，外省模式不太适合企业发展。后来在联合招商引资中了解到华南装备园这个地方，不仅工业用地可以满足需求，而且成本还相对较低。

综合运输成本、供应时间等各方面因素来看，韶关更具优势，最终选择把新厂落在韶关。“韶关新厂投产后，生产成本可以下降10%以上。”王万发说。

对东莞基业电气设备公司来说，当地缺乏产能扩张空间也是落户韶关的理由。

“东莞的地价差不多相当于韶关的10倍，对企业税收、产值的要求很高。企业20世纪80年代就在东莞建厂，面积仅有3万平方米，目前计划投入的产品需要上自动生产线，土地需求较多。”该公司负责人告诉时代周报记者，公司在不同城市也考察过新项目选址，最终选择落户韶关。“在韶关新建厂房后，面积比东莞厂房扩大了一倍。”

落户华南装备园的项目中，南兴装备、明阳智能、方皓金属、鸿谷产业园等26个项目都来自东莞。自2017年以来，华南装备园累计引进项目共计80个，涉及成套装备制造、汽车零部件、装备制造基础件、精密铸造等行业，计划总投资184亿元，项目达产后预计年总产值281.41亿元，预计年创税14.84亿元。

为何众多东莞企业选择韶关？华南装备园相关负责人介绍，当地主要有成本、效率、政策以及人力这四大优势。

在韶关，工业用地22.67万元/亩、工业用电约0.55元/度，生产成本要素远低于珠三角地区。

此外，华南装备园是莞韶对口帮扶的主要阵地，依托莞韶合作机制优势，由东莞方面主导开发，双方成立合资公司，借助东莞园区管理、人才队伍、运营机制等方面优势，打造园区。

入园企业不仅可享受省市多种奖补政策，还可享受莞韶两市共建的建厂补助、租金补助、贷款贴息、公共服务平台建设补助等方面“四个1000万”专项奖补政策。

从人力来看，韶关用工成本远低于珠三角，技能劳动者总量20万人，有20多所职业技术院校，每年毕业的职业技术人员约3万人。

在招商方面，华南装备园也充分依托莞韶合作机制，实现联合招商。

如联合莞韶对口帮扶指挥部、华南装备园、东韶公司的招商力量，加大宣传力度，让装备园成为东莞外溢企业考察的首选地；“以商引商”，由入园企业推荐及装备园良好的口碑，引进优质企业；通过园区+组团实行“统筹招商”，加强与东莞、韶关帮扶结对“十组团”的联系与沟通，共享招商信息，对符合各自园区的企业进行引荐，合力招引优质项目。

而今，华南装备园成为珠江西岸先进装备制造产业带的韶关配套区，让东莞与韶关在产业上牢牢绑定在一起。

老工业城的新优势

韶关，这座粤北城市地处山区，但工业基础不弱，曾为广东第二大工业城市。

资料显示，在“二五”计划，韶关因矿产资源丰富、地理位置适宜，被国务院确定为“华南重工业基地”，工业企业迅速聚集，来自广州、上海、北京、沈阳等地工程技术人员不断涌入，仅1958年11月，就有两万多人赴韶关。当时，韶关城区人口也不过10万。

1964年“小三线”建设，是韶关工业发展的新高峰。大量重要工厂从沿海向韶关迁移。在政策、资金的强力推动下，广州、佛山等地大批企业入驻韶关，韶关工业因此开始了新一轮快速扩展。

韶关的工业优势一直延续到改革开放后。1987年，韶关工业总产值达33.58亿元，位列广东第七，有色金属开采业、煤炭采选业等均居全省首位。

然而，200公里之外的珠三角，靠着发展加工贸易、“三来一补”，通过外资驱动形成一批民营企业，后不断向产业链上下游延伸，逐步形成工业布局。

具体至东莞，这座位于广东南部的城市，从劳动密集型走向数字化、智能化，历经“腾笼换鸟”“机器换人”，聚焦于科技创新和先进制造，在近10年实现从“世界工厂”到“工业雨林”的转变。

现如今，粤北城市和珠三角城市将各自发挥优势，形成合力发展。

企业的感受更为直接。

捆绑器、弹性绳与安全网是方皓金属的主要产品，而这些产品最重要的原材料就是优质钢。

对于方皓金属而言，韶关是最合适的落户地——广东乃至整个华南地区最大的、唯一的高端优特钢生产基地，可配套各种先进装备制造业用钢；此外，还是五金原材料（钢线、钢板）原产地，还有表面处理中心进行电镀加工，企业免去将产品运往别处进行二次加工，可以节省运输成本。

韶关市工信局相关负责人介绍，韶关的工业优势在于原材料，让原材料工业为珠三角产业做配套，是韶关承接珠三角产业转移的主要方向。例如有色金属可以作为建材、电子工业等多领域的原材料，形成配套后，可以逐步吸引珠三角生产终端产品的产业转移至韶关。

目前，韶关正在抢抓广东省委省政府促进产业有序转移、建设老工业城市和资源型城市产业转型升级示范区的政策红利，充分依托特钢、装备基础件领域优势，对接粤港澳大湾区装备制造业配套需求，做大做强装备材料及基础件/零部件产业。

韶关还将产业转移拓展至新兴产业，发挥莞韶对口帮扶优势，依托电子信息产业“模块化分工”的特点，以组装加工为重点，承接珠三角电子制造环节的转移。

探索飞地发展路径

韶关就是广东的“北大门”，也是湖南、江西两省进入广东的第一站，处于三省的交通节点。这成为其独特的区位优势。

“产业转移到韶关后，不仅可以利用珠三角的配套和市场优势，也可与湖南、江西的产业及市场形成联动。”韶关市工信局相关负责人说。

产业转移需要平台承载。目前，韶关大力推动产业入园集聚发展，构建“1+6”产业承接平台体系，完善承接产业转移市级主平台和6个特色产业园配套基础设施，争取大数据、先进装备制造、电子信息制造等9个产业有序转移至韶关。

“共建产业园发展飞地经济，是广东发挥珠三角优势对口扶贫粤东西北的重要探索。东莞是国际产业链的重要一环，产业配套好、国际化水平高；韶关是老工业基地，在装备制造、钢铁产业等方面底蕴深厚，东莞与韶关的合作，可以实现优势互补。”中山大学区域开放与合作研究院院长、港澳珠江三角洲研究中心教授毛艳华告诉时代周报记者，广东省打造20个战略性产业集群，也必然包括跨城市的产业协作，两地合作也是广东建设现代化产业体系、做强优势产业培优产业集群的重要方向。

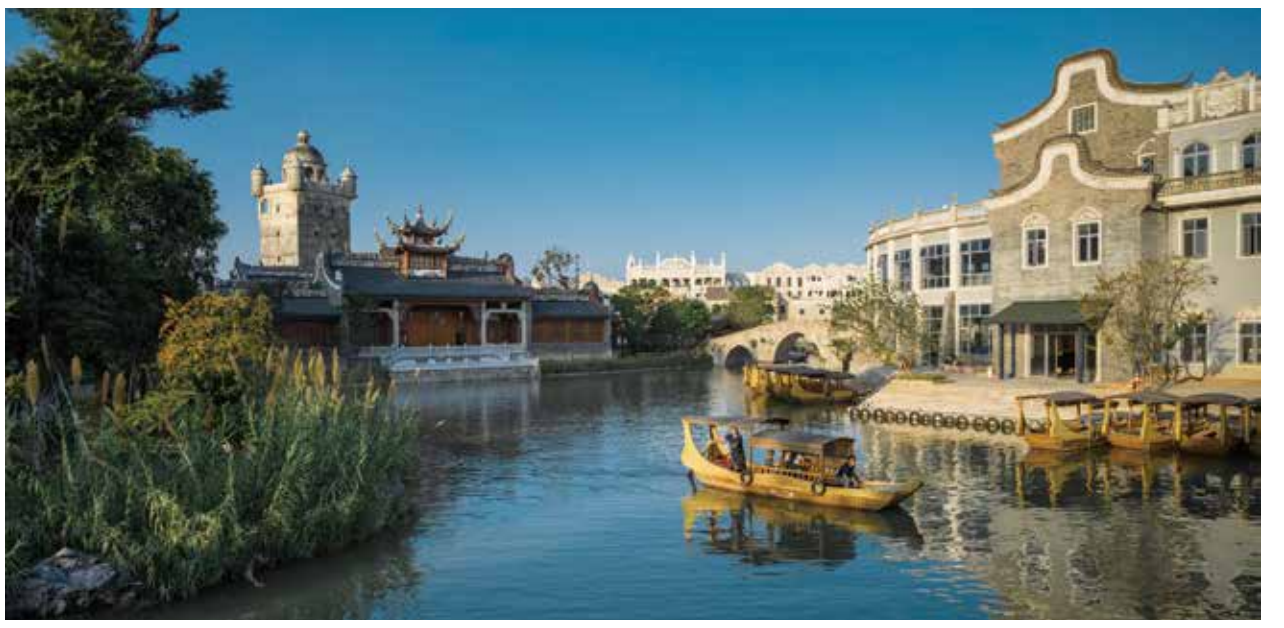
毛艳华认为，实施区域协调发展战略，不能只停留在市场机制，依靠企业自身进行产业布局，而要更加重视地方政府间合作机制的建设，调动双方积极性。“比如珠三角城市在异地建设产业园区，可以让园区同样享受本地优惠政策，在GDP核算、税收等方面实现两地共享，充分借鉴省内外的成功经验。要明确责权利，合作双方面临利益冲突时，更多从园区发展的角度来考虑问题。”

目前，华南装备园已在广东省发改委的指导下启动飞地经济调研，力争在两地共享共赢方面取得更多突破。

更多城市，也将从此找到新的发展出路。

这个古镇 100年前已经“触电”3D

时代周报记者 **陈熊海** 发自江门



从广州出发，开车1.5小时，就可以来到这座大湾区最“洋气”的古镇，密密麻麻充满异域风情的骑楼建筑群，如星点散布在四处的碉楼，是这里留给人们的第一印象。

这里，就是开平赤坎古镇，脱胎于明清时期开平沿潭江的20多个自然村，发展至今约有360年历史。

赤坎古镇曾是珠江三角洲西部的商业中心与商贸名镇，在晚清民国时期随着海外华侨华人“西风东渐”，迎来最辉煌的时刻。

目前，赤坎镇海外华侨及港、澳、台同胞约15万人，超过当地总人口，是著名的侨乡。

赤坎古镇分布着大量保存完好的历史文化遗产，特别是其中以骑楼为主的近代建筑群，是西方建筑文化与传统岭南建筑文化相融合创造出的宝贵财富和文化遗产。

360 年

一条大河波浪宽

赤坎，原名“赤墈”，因地多红土，地势较高得名，得名赤坎之前，那儿是潭江北侧多个村落，村落与潭江共存共生。

作为开平县内历史悠久的八墟之一，从宋代开始，赤坎就有人居活动，到明清时期，位于珠江口西端的潭江流域全面开发，潭江中游成为平原农业区的天然聚处。农业生产和人口消费增长，为赤坎带来了商贸机遇。

从地理位置来看，赤坎位于潭江流域中部的重要水运节点。往上游，可达恩平、阳江，往下游，可达江门、广州，货物一旦抵达广州，便等同与世界相连。

但要解释赤坎在历史上为何繁华，首先要像理解公路运输对城市商贸发展的作用一样，理解在没有公路的时代，水运在珠江三角洲的作用。

比如利玛窦在1598年（万历二十六年）进入苏州的时候，说“它位于一条平静的清水河上。这里的人们在陆地上和水上来来往往，像威尼斯人一样”。

这一年，万历年间的旅游达人王士性在《广志绎》里说，在太湖以南的中国南方地区，极少使用马匹，水运才是交流、交通被广泛运用的手段。

而在广东的珠三角地区，依托密布的水道资源，在明清时期便开始逐渐形成类似“华南经济圈”，参与中国和全球各地的商贸活动。

根据学者的研究，赤坎在1662年开墟。时值清朝初期，由于清军在尚可喜的带领下，一路南下征战，因此北方不少商人为躲避战乱，一路南下。其中一部分汇聚到开平，推动了赤坎成为这一区域的重要商贸圩镇。

而在群体大量南迁之前，两大家族的迁入已经锚定了赤坎经济的发展底色。

首先来到赤坎的关氏族群原籍福建，宋朝时从新会迁入，自明朝中期开始在附近迅速扩张，而司徒氏族群也自元明时期迁入赤坎，赤坎的平原地区逐渐被他们占据，形成两大家族并立的局面。

五邑大学教授张国雄，也是“开平碉楼与村落”申遗的首席专家，他曾表示，司徒氏家族最早在赤坎设墟经商，清初在潭江边设立了一些临时摊位互通有无，到康熙年间，关氏也将他们开设的墟集迁入了赤坎镇西端。

两家族开设的墟市保持距离，均以同一地段为据点，举族支持，形成“人无我有，人有我优”的竞争意识。良性竞争合作的双子结构，是赤坎成为开平西南部商业中心的核心基础。

康熙十二年（1673）《开平县志》记载，赤坎镇逢三八日开市。这表明，在清朝早期，赤坎墟就已经是一个稳定的乡村贸易集市了，进入墟集交易的多是周边乡村的民众，交易以农副产品为主，固定摊档少，流动小贩多。

因此，张国雄认为，从设墟集算起，赤坎古镇距今已有360多年的历史了。

而潭江流域的水系可以抵达广州，货品可以从广州辐射到全国，亦可以漂洋过海远赴国外，在《清代内河水运史研究》中，可以发现广东珠江三角洲地区的水系中，已经有各种各样的航船，其中包括官方的盐船与横水头（渡船），还有运送日常货物的鸭拉尾船、恩平船、虾狗艇、茶船，这些船只的载货量从600～6000担（每担=120市斤）不等。

但也有载重在20～50吨之间的戎克船，这些运送货物的商贸行为出现，正是因为清代农村自给自足经济模式式微，使农民必须外出购买日用品和生产工具，让市集得以出现。

市集又衍生出商行和商人，他们将农作物开始在全国范围内贩卖，从而产生了许多至今仍然流传的地方特产。

“所以经济运作的驱动不断突破家族意识的限制，商业财富积累所带动的交易量上升，经营规模的扩大，辐射范围的扩展，客流量的增加，使赤坎由康熙年间开平县九墟中的一员上升到‘埠墟’，取得与长沙埠墟、水口埠墟同等的地位，形成了三足鼎立的局面。”张国雄说。

不过，赤坎古镇的辉煌，要等到晚清民国时期才得到充分展示。

古镇里的西洋气

民国时期，赤坎人已经过上了洋气的生活。

20世纪20年代，赤坎人就已开始玩3D效果的西洋镜，电影投影早在1928年进入赤坎，从遗存的酒箱来看，赤坎人已经喝上了白兰地与威士忌。

自来水、抽水马桶这样的现代生活细节，也在当时的赤坎开始普及。

民国时期，赤坎古镇成为西方文明进入中国的桥头堡，这一切，都与赤坎走出的华侨密不可分。

鸦片战争后，美国、加拿大等国在中国沿海地区招募华工开发金矿和修筑铁路，咸丰同治年间，红巾军起义和土客械斗席卷潭江地区，赤坎大量破产农民和其他人为了生计而背井离乡、远赴国外。

他们带着一人吃苦全家富裕的梦想横渡太平洋，在美国、加拿大的金矿和铁路工地淘金；在南美洲的种植园割橡胶、种甘蔗。

赤坎于是形成了村村有华侨，绝大部分家庭为侨眷的局面，也让民间有了“内外两个赤坎”之说。

相当一批华侨积极学习、勤俭经营，寄钱回来养家，变成了如今看到的碉楼、市集和商行，进而也改变着赤坎的面貌。

张国雄认为，富于冒险的性格和勤俭持家的传统在异国他乡发酵，两大家族的华侨成长起来的实业家、艺术家、工程师、华侨领袖，都影响着赤坎古镇的发展，他们的行为举止和往来信函，给古镇吹进了西洋之风，又反哺赤坎的家族壮大。

例如曾参加开国大典的美洲侨领司徒美堂，就属于赤坎司徒氏家族。

华侨的参与，让赤坎在全球贸易体系中占据先机和主动，成为土洋货物经销枢纽。另外，华侨的汇款极大提高了侨乡的投资和消费能力，造就了赤坎金融业、服务业的繁荣。

据记载，1898年，赤坎镇一家油糖商行，开风气之先，兼营外汇汇兑。1902年3月，大清邮政局挂牌营业（周边数乡，相继开设邮政代办所）。1929年电话公司成立，稍后电报收发处开张。

有观点认为，衡量一座镇子悠久与否，就看建镇之初，有无“鸿雁传书”这样的邮政设施。这也让当时的中国赤坎与国外的发达城市，几乎处于同一条起跑线。

小镇居民的生活也越来越新奇：男人流行戴礼帽、穿西装、打领带、穿进口牛皮鞋。最时尚的是抽雪茄、喝咖啡、饮洋酒、吃牛排、看电影，出门骑自行车、摩托车。

女人则喜欢穿“玻璃丝袜”，喷法国香水，抹“旁氏”面霜，涂英国口红。人们开始使用暖水瓶、座钟、留声机、收音机、柯达相机、三支枪牌单车、风扇、打印机、浴缸、抽水马桶、抽水机等。

华侨，也对赤坎的建筑造成了重要影响。在赤坎的街道上行走，也能被骑楼上的西洋风围栏或是街头巷尾的斑驳砖墙吸引。

所以赤坎古镇依旧有保存完好、有历史价值的骑楼建筑680多座。这些中西合璧、风情万种的骑楼，是中国保存最好，界面最连续的骑楼建筑群之一。

张国雄表示，民国时期赤坎古镇大规模改建，很多主要街道两边低矮的店铺，全部换成了有两三层高的骑楼建筑，提升了古镇的市政建筑水平，高大的骑楼和外国建筑艺术的引入，使古镇建筑风貌脱胎换骨，尤其沿河的长堤路更是成为古镇的一道靓丽风景，个人强烈的视觉冲击，也让赤坎居民直观感触到了外部世界的多元生活和审美。

文化延续与传承

在赤坎古镇，最特别的建筑便是关族和司徒氏两大家族建设的图书馆。

三平方公里的小镇，有两座民办的家族公共图书馆，也是世所罕见。

1925年和1931年落成的司徒氏图书馆和关族图书馆，至今仍是古镇的标志性建筑。张国雄提到，这也象征着赤坎古镇的形成与发展过程中，家族竞争、共存的历史事实。

司徒氏通俗图书馆是依托海外华侨捐款设立的，为家族的青年人提供学习场地和文化资讯。该建筑楼高三层，具有比较鲜明的葡萄牙建筑的风格，匾额由民国政要谭延闿题写，这是开平首座家族图书馆。

司徒氏兴建图书馆的行为，对关氏也是一种压力，关氏华侨也不甘落后，纷纷筹款建设家族图书馆，于1931年落成关族图书馆。

图书馆代表了家族的延续与传承，张国雄说，两大家族图书馆的建立，也意味着古镇存在两个中心的现实，也寄予了两大家族在古镇的发展蒸蒸日上，延绵万年的愿望。

图书馆落成的20世纪三四十年代，也是赤坎古镇最为繁华的时期。在当时，只有五六千人口的赤坎镇区，就有着845户商户和3300余名经营者。绵延近三公里的骑楼街，有着30多家金银铺，17家茶楼酒馆，25间私人诊所。书店、电影院、照相馆、电话公司、电灯公司、汽车公司等文明符号早在几十年间就已遍布全镇。赤坎成为珠三角地区最为繁荣的中心集镇，商贸兴盛。

845 户

从交通来看，1823年，赤坎就开通了商运水上航线，每日定点发船至江门、佛山、东莞等地。1914年，浅水汽轮、电轮通航赤坎。由于华侨众多，需求量大，赤坎营运的航线数量较附近的长沙、水口两镇更多。

1924年，百赤茅公路建成通车，进口的第一辆福特牌敞篷汽车投入营运。这是开平的第一条公路、第一家营运公司、第一辆汽车。直到1949年，赤坎每天公路的营运旅客数量也达到了9000多人，相当可观。

但随着陆路交通格局和时代的变化，依托水运繁华的赤坎古镇开始没落。根据张国雄研究，325国道的兴建取代了广湛公路，让赤坎在开平交通格局中的地位下降，但也让赤坎古镇避开了20世纪80年代以来的大规模城镇建设，古镇的建筑风貌和基本格局完整保存下来，成为重要的历史文化遗产和旅游资源。

“赤坎古镇由两大家族聚居、相互竞争发展而来，在中国的古镇中是很特殊的，也展示了中国底层社会的历史转型。更有意思的是，古镇的家族文化变化在中外文化撞击、交流过程中进行，打上了一个时代的烙印。这也是赤坎古镇在中国众多古镇中的特殊历史文化价值。”张国雄说。

如今，赤坎古镇的部分改造已经完成并且对外开放。

接下来的问题是：我们如何理解古镇在现代化生活中所展现的历史价值。

FOCUS · 焦点

这一届年轻人 沉迷“捡垃圾”

时代周报记者 **阿力米热** 发自广州

每年临近春节，家家户户都会进行年前大扫除，也会趁机整理自己的生活，把一些用不着或者闲置的物品扔弃。

而这个时候，不少年轻人会兴致勃勃地在各个犄角旮旯里，参加这场上街“捡垃圾”的都市“寻宝游戏”。

据生态环境部的统计，2019年，196个大、中城市的生活垃圾产生量达至23560.2万吨，处理率达99.7%。由此折算，在这些城市中生活的居民，每天会产生超64万吨生活垃圾。

64 万吨

如今，在环保理念、理性消费等概念的逐渐普及下，这些垃圾被丢弃之后，除了等待焚烧或填埋以外，也有很多垃圾被回收进行二次利用，让回收旧物渐入人们视野。

一些不再被主人喜欢的木盒、玩偶、沙发椅凳等废弃物，正被越来越多的年轻人看见了利用价值，满怀欣喜地把这些废弃物捡回了家。

他们这种把废弃物品捡回来再利用的行为，叫做“Stooping”（含义可引申为“弯腰拾废品”），最开始由一名纽约博主兴起，是一种“寻找被丢弃在路边、有二次利用价值的物品”，提倡“用拾荒代替购买、让旧物发光”的生活方式。

通过物品传递的善意和价值观，让这些“上街捡垃圾”的年轻人在大都市中有了新的连接点。

在广州生活的武楷斯，就是其中一员。

旧物里的经济循环

武楷斯是个95后，2012年，他考上了一所位于广州的双一流大学，就读法律专业。大学期间，因为喜欢旅行，去过很多地方，见过许多有趣的事物，也在旅途中与旧物结缘。

“之前对于旧货市场没有一点概念，大概2014年在桂林旅行的时候，当时青旅里有另一个同住的人，很喜欢收集旧物，听说桂林有一个旧货市场，我们就相约一起去找，然后找到了桂林六合路的旧货市场。他买了一本书送给我，我买了一个2010年的酒瓶，花了5毛钱。那是我第一次接触旧货市场，从此在心里面埋下了一颗种子。”武楷斯说道。

大四去美国旅游时，武楷斯看到了国外旧货市场体系庞杂，触角延伸至城市的许多角落：有最常见的跳蚤市场、二手店、古董店，也有面向经济困难人士的慈善店，还有提供给职业从事旧货捡漏人群交易的仓库售卖、后院售卖。

由此，武楷斯渐渐发现了捡拾旧物其中的乐趣，每次路上需要买补给便会去跳蚤市场，买50美分的广告衫和吃的、用的。他还记得第一次进入美国跳蚤市场的情形，摊位鳞次栉比，一眼望不到边际，丰富的旧货品类更是让他眼花缭乱。

回到广州后，他开始好奇国内旧货流通的情况，便开始对周边地区旧货市场进行探索，寻找类似的集市，通过网上搜寻、问当地的保安、清洁工、出租车司机等人，找到了“天光墟”。

武楷斯向时代周报记者介绍，“天光墟”是广州的民间旧货集市，天黑开张，天亮即散，相当于北方的“鬼市”，通常分为杂物市场、古玩市场和专项市场（比如旧书市场和电子市场），贩卖的物品从古玩器皿到旧衣旧家具，丰富程度惊人。

回想起第一次亲眼看到天光墟时，武楷斯透露，他当时心里好像有一团火燃起来，觉得自己再也离不开那个地方了，愿意一直做下去。在大学毕业后的七年时间里，他把“捡垃圾”当作了职业，每天沉迷于这些旧货市场、拆迁楼，甚至垃圾堆，寻找、收购各类旧物。

这份职业在大多数父母眼里，是有些无法接受的。“他们觉得，你是因为收破烂被关注的，而不是因为发明了某项专利、发表了某篇论文。”但在武楷斯眼里，回收旧物、让旧物永续就是他想要一直做下去的事情，不在乎别人怎么看。

作为一个职业“垃圾猎人”，95后的武楷斯回收旧物、卖二手已有7年，一般来说，武楷斯淘东西有三成是出于商业目的，得考虑怎么卖钱，但另外七成单纯是出于个人喜欢，赚不到钱也没关系。

武楷斯认为，即使在商品世界里被丢弃、被忽略的物品，也一样具有被人洞察和喜爱的价值。

凭借着自己对旧物回收积累的经验，2022年9月，武楷斯开始将捡拾旧物做成一个公益性的平台，发布一些普适性的物件，比如床、桌子、椅子等，开始为有需要的人群提供“捡垃圾”的资讯。

“领养”代替购买

这股捡拾旧物、延续物品价值的热潮，其实最初是从上海吹起，随后延至北京、杭州。

在紧密的格子间完成了一天的工作之后，来自温州的波妞开始了她在上海例行的夜间捡垃圾，范围是她家所在的市中心梧桐区。

波妞告诉时代周报记者，在上海街头，经常会出现像衣柜、沙发垫、桌椅、浴缸、床垫等一些被遗弃在街头的物品，自己也曾经在路边捡到过置物篮、整箱的餐盘。

由于被遗弃在街头的东西很多，大部分都还可以使用，再加上自己和身边的朋友们也不可能完全消化这些旧物。于是，波妞决定将这些信息分享给其他有需要的人，开设了国内首个Stooping专用社交账号。

说起捡拾旧物，或许很多人第一时间想到的是“拾荒人”或者“收破烂的”，这种行为似乎与都市白领的工作生活沾不上边。而在波妞眼中，这种行为有资源循环利用的理念在，但对她来说，这种绝对公益的、非盈利的捡拾旧物行为，最大的吸引力还在于省钱。

波妞介绍，在上海这样的大城市，由于房租高、价格波动也大，年轻人换工作频繁，搬家也很频繁。因此，每一次搬家，可能都会产生闲置。但在二手平台上，常见闲置物品的流转周期并不快，一件物品挂上去，即便免费赠送，也可能很久都不会被有需要的人看到。

因此，波妞做Stooping专用社交账号的初衷，也是想着可以更高效地帮助年轻人节省一定的生活成本，让旧物得到循环利用。

波妞所创立的账号，除了发布自己挖掘到的旧物线报外，还接受大家在街头发现或自己的闲置物品投稿，帮忙传递免费认领信息，如果有人正好需要，可以根据地址等信息尽快认领回家。波妞也因此调侃自己是个“捡垃圾博主”。

在波妞发布的众多信息中，最常见的闲置，是搬家带不走的床、沙发和柜子，也有猫爬架、猫砂盆和漂亮的碗碟。而令她印象最深刻的，是一个很有年代感的衣柜。

投稿人告诉波妞，这个衣柜经过了自家三代人的使用，保存得很好，但因要搬去北京生活无法带走，希望能找到一个有缘人接纳它，善待这个对他们一家人来说很宝贵的物品。在信息发布后，这个柜子很快被认领。

随着捡拾旧物被越来越多人关注，但慢慢地，这种纯公益、非盈利的捡拾旧物行为开始出现问题。

波妞告诉时代周报记者，曾经有人来向她投诉，称买了一个人“付邮送”的化妆品，但收到后发现，产品在很多年前就过期了，完全无法使用。面对类似纠纷，她感觉棘手，也很心累。

为此，波妞制定了一些信息发布的标准，比如，个人闲置转赠请优先考虑二手平台和小区群、不接受未经消毒处理的宠物用品投稿；路边捡拾的旧物请帮忙确认物品是否完好、是否有再利用价值等。

但在波妞看来，出现问题后制定的标准，效果也微乎其微。然而，从另一方面来看，提倡和践行零浪费、物品循环使用的年轻人逐渐多了起来，与Stooping有着类似背景的二手集市、闲置交换等活动信息，开始越来越频繁地出现。

混迹于弄堂两年，波妞见证了大城市的另一面，市井、温情、仗义。每逢周日，她还会拿上自己收集到的塑料瓶、纸壳等，和大爷们一起去弄堂里卖。虽然卖的钱不多，每次能卖1~2元，但波妞觉得，城市之间的连接，似乎因为“捡垃圾”变得更加紧密。

二手市场现状如何？

事实上，Stooping并不是舶来品，国内二手旧货市场的发展由来已久。

早在唐朝，郑熊撰写的《番禺杂记·鬼市》中就有记载：“海边有鬼市，半夜而合，鸡鸣而散。”如今国内一线城市内留存的旧货市场，大多是那个时候的流变。

据武楷斯介绍，每个城市基本上都有旧货市场，比如成都的送仙桥书摊鬼市，在这个广场里凝聚了西南近代史；在武汉的泰宁街鬼市，江城老大爷们一周一聚，九省通衢，满地遗珠；北京，在东四环外的南楼梓庄有大柳树鬼市，所有喜欢旧物的人都能来这里进行交易。

除此之外，对旧物文化颇有研究的武楷斯还表示，中国的二手旧货市场发展由来已久，算是全世界范围内历史最悠久的，“相较于其他国家而言，书市是中国非常有特色的一个市场，很多地方都专门设置书市，比如成都的送仙桥、广州的光塔路、上海的文庙书市等。但是，由于这类市场的受众年纪普遍偏大，因此不太为互联网所知”。

与中国不同，在武楷斯看来，西方跳蚤市场能发展得如此繁华的一个原因是，当地垃圾处理费用成本非常高，所以他们宁愿便宜点卖出去或者赠送。据他所查阅的一些资料，在20世纪80年代，一些国家就已经出台了相应的法律法规，比如每户人家每年有多少免税的额度，可以出售自己的二手物品。

而在国内，随着绿色低碳理念的深入人心，越来越多人正在转变消费方式，交易二手物品的人群呈现明显增多的趋势。

时代周报记者查阅发现，《2021中国闲置二手交易碳减排报告》显示，中国二手闲置物品交易规模从2015年约3000亿元快速提升至2020年破万亿元的市场规模，闲置物品交易范围覆盖了几乎所有消费品品类，预计2025年将达到近3万亿元的市场规模。

3 万亿

而在进行二手闲置物品交易的人群中，《二手经济下的用户行为观察报告》显示，超过八成在18~34岁年龄段，90后以及更年轻的人群成为了二手交易市场的主力军。

从消费能力来看，大部分年轻人仍处于在学校学习，或者刚毕业工作不久的状态，其收入水平无法或难以支撑自身的高消费，选择二手成为了实现他们目标最直接的途径之一。对于卖家而言，选择二手交易将闲置产品转卖出去，物品之间也形成了一种良好的循环。

随着更多年轻群体成为消费主力，未来或许会有更多的人认同二手商品交易的市场价值，并参与到二手交易当中，国内二手市场发展潜力也将更大。

国家在政策方面也给予了一定的支持。2021年7月，国家发改委发布的《“十四五”循环经济发展规划》（以下简称为《规划》）已将“规范发展二手商品市场”作为推进循环经济发展的重点任务之一。

《规划》明确提出，要规范发展二手商品市场，完善二手商品流通法规，建立完善车辆、家电、手机等二手商品鉴定、评估、分级等标准，规范二手商品流通秩序和交易行为。

此外，《规划》还提出要鼓励“互联网+二手”模式发展，强化互联网交易平台管理责任，加强交易行为监管，为二手商品交易提供标准化、规范化服务，鼓励平台企业引入第三方二手商品专业经营商户，提高二手商品交易效率，推动线下实体二手市场规范建设和运营。

由此看来，二手商品交易让物品得到了高效循环利用，“闲置经济”“共享经济”正逐渐成为时尚主流的生活方式。

闲置物品的循环再利用，使旧物成资源，将浪费变消费，这无疑也在为节能减排、绿色低碳、建设资源节约型社会贡献力量。

日本旅游业这三年有多难熬?

时代周报记者 **刘沐轩**

由于人口老龄化和经济增长停滞，日本政府在2003年提出“观光立国”，有意将旅游业打造成经济的支柱产业之一。

但这个计划被打乱了。

根据日本旅游局（JNTO）的统计，在疫情暴发前的2019年，旅游业贡献了日本GDP的7.3%。其中，外国游客消费贡献的旅游收入达到4.8万亿日元，超过了当时的日本电子元器件出口收入（4万亿日元）和钢铁出口收入（3.1万亿日元）。

2019年赴日外国游客达到3188万人次，连续七年增长并创下历史新高纪录。其中，来自中国（含港、澳、台）的游客就达到1677万人次，占比高达52.6%。

不仅如此，据经合组织（OECD）估计，日本旅游业还吸纳了9.6%的人口就业，支持了580万个工作岗位。但由于疫情导致景点长期缺乏游客，部分以旅游为依托的日本景点和购物场所出现了经营困难甚至濒临倒闭，整个行业面临崩溃。

旅游业大崩溃

根据日本的“观光立国”计划，日本政府本来定下目标，在2020年实现赴日外国游客数量4000万人、外国游客消费额达到8万亿日元的目标。但疫情的到来，给日本旅游业带来了毁灭性打击。

JNTO的统计数据显示，2020年旅游业对日本GDP贡献锐减至3.5%，跌幅高达54.8%。外国游客数量在2020年下降87.1%至411.6万人次。到了2021年，外国游客数量更是仅剩24.6万人次，较疫情前锐减了99%，是自1964年开始记录以来的最低水平。

外国游客数量的锐减打乱了许多旅游城市的规划，其中就包括日本京都。

作为仅次于东京和大阪的日本第三大旅游目的地，京都55%的收入都来自游客消费。京都本打算靠着这些收入，在2020年修建一条新的地铁线路，翻新市政厅，并修复一部分古建筑。然而2020年到访该市的外国游客只有45万人次，同比下降了88%。

2020年旅游业对日本GDP贡献锐减至3.5%，跌幅高达54.8%。外国游客数量在2020年下降87.1%至411.6万人次。到了2021年，外国游客数量更是仅剩24.6万人次，较疫情前锐减了99%，是自1964年开始记录以来的最低水平。

京都市长门川大作在2021年直言不讳地表示：“京都可能在10年内破产。”他指出，如果不大幅削减公共服务，预计该市将在短短5年内背负20亿美元的债务，所有储备金都将耗尽。

最终，京都市政府不得不削减了对老年人的交通补贴、公务员的工资，并提高了托儿费，甚至连动物园都没能逃过一劫。由于食品预算被削减，京都动物园向社会寻求捐赠，接受食品加工企业的边角料，以及园艺公司修剪掉的树枝。

虽然京都本身就长期存在地方债务危机，但旅游业的崩溃几乎成了压垮京都的“最后一根稻草”。

复苏不能少了外国游客

长期以来，日本旅游业的收入主要依赖其本国内，2019年日本国内游客消费占比高达81%，其他国家游客的占比仅为19%。

但日本国内游客的旅游需求却没有足够的成长空间。

在疫情期间，日本政府也一度采取措施刺激旅游需求。该国在2020年7月曾启动一轮“Go To Travel”活动，调用了至少5400亿日元，为日本国内旅行住宿和一日游提供每人每天2万日元的补贴。但游客的出行赶上了日本疫情反复，旅游需求在补贴结束后就迅速降温。

2022年以来，随着日本国内的通货膨胀，以及日元的大幅贬值，日本人的旅游意愿也迅速降低。市场调研机构Morning Consult在2022年对全球15个国家和地区的1.6万人进行了一项调查，结果显示，亚洲国家民众的出行意愿普遍低迷，日本有35%的受访者表示他们这辈子都“不会再去旅行”，是亚洲最抗拒旅游的国家。

日本要想复苏旅游业，还得看外国游客。

根据JNTO2019年的统计，中国内地游客在日本的消费额达到1.77万亿日元，名列第一，占外国游客整体消费额的36.8%。此外，在游客入境限制上，日本也吃过亏。比如在2019年，受到外交关系恶化的影响，前往日本的韩国游客同比下降了26%。

日本最大的国际机场——东京成田机场负责人田村在2022年10月日本放宽入境要求时曾表示，在中国游客能够正常入境旅游之前，日本旅游业的全面复苏仍将遥遥无期。他透露，在成田机场的260家商店和餐馆中，有近一半仍然是关门的。

田村坦言：“过去两到三年的破坏性非常大，相当多的人离开了机场和航空业，以及全国的旅游业，所以他们回来需要一段时间。”

36.8%

土耳其的“全球第一大牛市”传说

时代周报记者 **马欢**

2022年全球股市普遍经历了艰难的一年，但有一个国家却是很特别，它就是土耳其。

在这一年，伊斯坦布尔100指数暴涨195%，冠绝全球，也是该国股市1999年以来的最佳表现。

但进入2023年，土耳其股市却是另外一番景象：

先是在当地时间1月5日，伊斯坦布尔100指数大幅下跌，40分钟内触发两次熔断；在当地时间1月11日，该股指尾盘收盘跌5.2%，报4728.88点，为2022年11月21日以来最低，再度触发市场熔断机制（根据土耳其证券交易所规则，当股市跌幅达到5%和7%时，会触发熔断机制）。

从开年的表现看，土耳其股市要再现2022年的成绩，并不容易。

逆势大降息

土耳其2022年的大牛市，是建立在通货膨胀大幅上升、里拉急速贬值的背景之下的，甚至可以说是“货币贬值牛市”。

根据土耳其政府部门公布的数据，土耳其2022年12月CPI同比上涨64.27%，同时，土耳其里拉兑美元在2022年贬值幅度超过40%。

数据为何如此夸张？这与其奇葩的货币政策有关。

主流经济学的观点普遍认为，应对高通胀，央行应该提高基准利率。2022年，由于全球通胀整体走高，以美联储为代表的全球主要央行，几乎都在同步大幅加息，全球股市也因此整体低迷。

然而，土耳其却偏偏不愿意随大流，在总统埃尔多安的强力干预下，土耳其央行把基准利率硬是一路降至9%。

埃尔多安还多次表示：“我们不会放弃新经济计划，不会通过加息来抑制通胀。”

这样做的后果，是土耳其通胀率在2022年10月时便已经高达85%。同时，土耳其里拉兑美元跌至记录低位，2022年前三季度美元兑土耳其里拉贬值28%，最低时1美元可兑换18.7952土耳其里拉。

在通胀高企、里拉贬值的情况下，钱放进银行已经毫无意义，股市成为了土耳其少数还能增值的避风港，大量散户涌入。

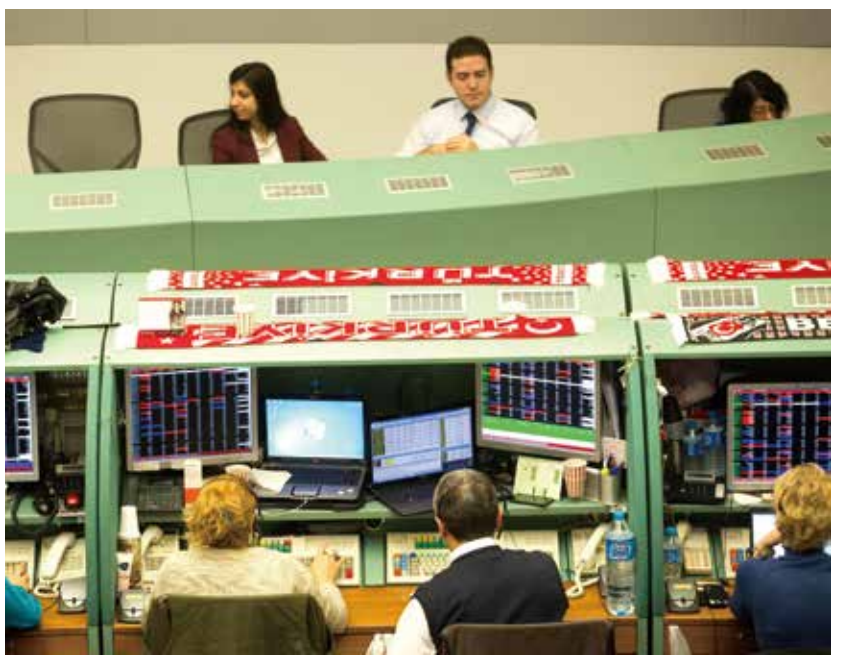
根据土耳其中央证券登记处的数据，截至2022年11月18日，土耳其国内散户投资者开设的股票交易账户数量新增了32%，达到310万个。

“回报率高达200%，伊斯坦布尔股市成为投资者的最爱。”土耳其当地媒体一度这么表示。

继续追涨?

到了2023年，土耳其股市还能如此高涨吗？

进入新年后的3次股市熔断，伊斯坦布尔的资深交易员Can Oksun对此表示：“现在土耳其股市里有太多欠缺经验的追高者了，他们当中不少人都加了杠杆，所以市场一旦有跌势，而且没能迅速反弹，就会造成恐慌性抛售。”



不过，这改变不了土耳其投资者对于股市的追捧。

土耳其投资公司Seker Investment表示，即便股市短暂大跌，但该国股市的中期趋势仍然是“上升”，因为在高通胀的环境下，股票是里拉资产中最受青睐的投资工具。

市场分析认为，2023年，除非土耳其的货币政策发生重大变化，否则其国内散户投资者对股市的兴趣依旧会高涨。

当地研究机构的负责人Evren Kirikoglu指出：“至少在2023年上半年，即使通胀开始放缓，土耳其股票仍然会继续受到青睐。在今年6月左右的选举之前，政府可能会维持低利率并干预里拉汇率。”

土耳其主要反对党却对此嗤之以鼻，他们表示，“股价虚高”对土耳其股市上的散户投资者构成风险。

展望新的一年，土耳其总统埃尔多安仍旧信奉他的“非正统”经济学。

在近期一段视频致辞中，埃尔多安说：“过去3年来全球经历了疫情，然后发生激烈冲突，且地区紧张局势变得更加复杂……鉴于我们采取的措施，希望土耳其能在2023年年初之前摆脱通货膨胀的束缚。”

土耳其央行预测，2023年土耳其通胀率将进一步下降至22%左右。但大多数西方经济学家对此不以为然，他们预计，这个国家的实际通胀率将远超过这一数字。

5.2%

GDP增长全球第一梦碎 印度怎么了？

时代周报记者 马欢

6.8%

印度引以为傲的GDP增速不再世界第一。

印度统计局预计，截至今年3月的2022—2023财年，印度经济增速为7%左右，印度储备银行（央行）则预计增速仅有6.8%，这两个数字，都不及沙特阿拉伯的7.6%。

此前，国际货币基金组织（IMF）也将印度2022年增长预期从7.4%下调至6.8%。分析认为，由于世界主要经济体采取了紧缩货币政策，削弱了商品和服务的需求，进而影响印度的增长。

相比之下，在上一个财年，印度GDP增速达到了8.3%，是全球增长最快的主要经济体。

印度经济学家Aditi Nayar认为，这份数据喜忧参半，但基本符合预期。

展望2023年，印度还能继续保持其增长力吗？

从开局良好到出口疲软

实际上，印度在2022—2023财年开局良好。彼时，市场预计，被压抑的全球需求将大大推动印度的经济复苏。

印度也不负众望，在2022年第二季度，GDP同比增长高达13.5%，这也让其上半年的增速达到了8.4%，在世界主要经济体中名列前茅。

增长的亮点主要在于服务业快速复苏，同比增长25.7%，对经济增长贡献超过三分之二。服务业作为印度经济增长的主要推动力，不仅吸引了大量外国投资和出口增长，也为就业贡献良多。

但2022年上半年的乐观情绪在下半年逐渐消退，包括美联储在内的多个央行，为抑制高通胀而采取加息政策，让印度深受影响。加上本国通胀持续走高，印度央行被迫多次加息，借贷成本推高至疫情前的水平。

为遏制通胀，印度储备银行自2022年4月份紧缩周期开始以来，已连续5次加息，将政策利率上调225个基点至6.25%，接近四年高点。对此，该行利率制定小组的一名成员表示，这一水平已对这个亚洲第三大经济体的增长构成了风险。

同时，俄乌冲突导致原油和天然气价格上涨，打破了全球贸易平衡。

去年12月公布的数据显示，由于利率上升和全球增长放缓抑制了消费需求，印度去年10月工业产值同比收缩4%，是26个月来的最糟糕数值。

印度评级和研究公司首席经济学家德文德拉说：“国内需求疲软加上出口需求减少，影响了工业产值的增长。”

这种困难很可能将持续到2023年。

此前，高盛集团就下调了对印度2023年经济增长的预期，从6.9%下调至5.9%，理由是借贷成本上升打击了消费需求，以及经济从疫情中重新开放带来的红利开始减弱。

法国外贸银行亚太地区首席经济学家埃雷罗表示，印度在新一年面临的挑战包括流动性收紧、出口疲软和增长势头放缓。他预计，2023年印度GDP增速将放缓至6.3%。

相比之下，标普全球财智亚太区首席经济学家比斯瓦斯的看法则更不乐观。“对于2023—2024财年，印度经济预计将继续保持5.3%的同比增长，紧缩的货币政策以及疲软的外部需求将减缓经济增长。”他说。

货币表现亚洲倒数第二

GDP表现不如预期，货币的表现也不尽如人意。

事实上，美联储的激进加息政策影响到了印度的货币。印度卢比在2022年跌超10%，跌幅仅次于日元，排名亚洲倒数第二，创下了自2013年以来的最差表现，同时也是表现最差的亚洲新兴市场货币。

印度央行行长达斯此前曾在货币政策会议上表示，美联储加息，美元指数上涨，包括印度在内的多个新兴市场主体海外资金外流加速，本国货币对美元汇率的压力很大。

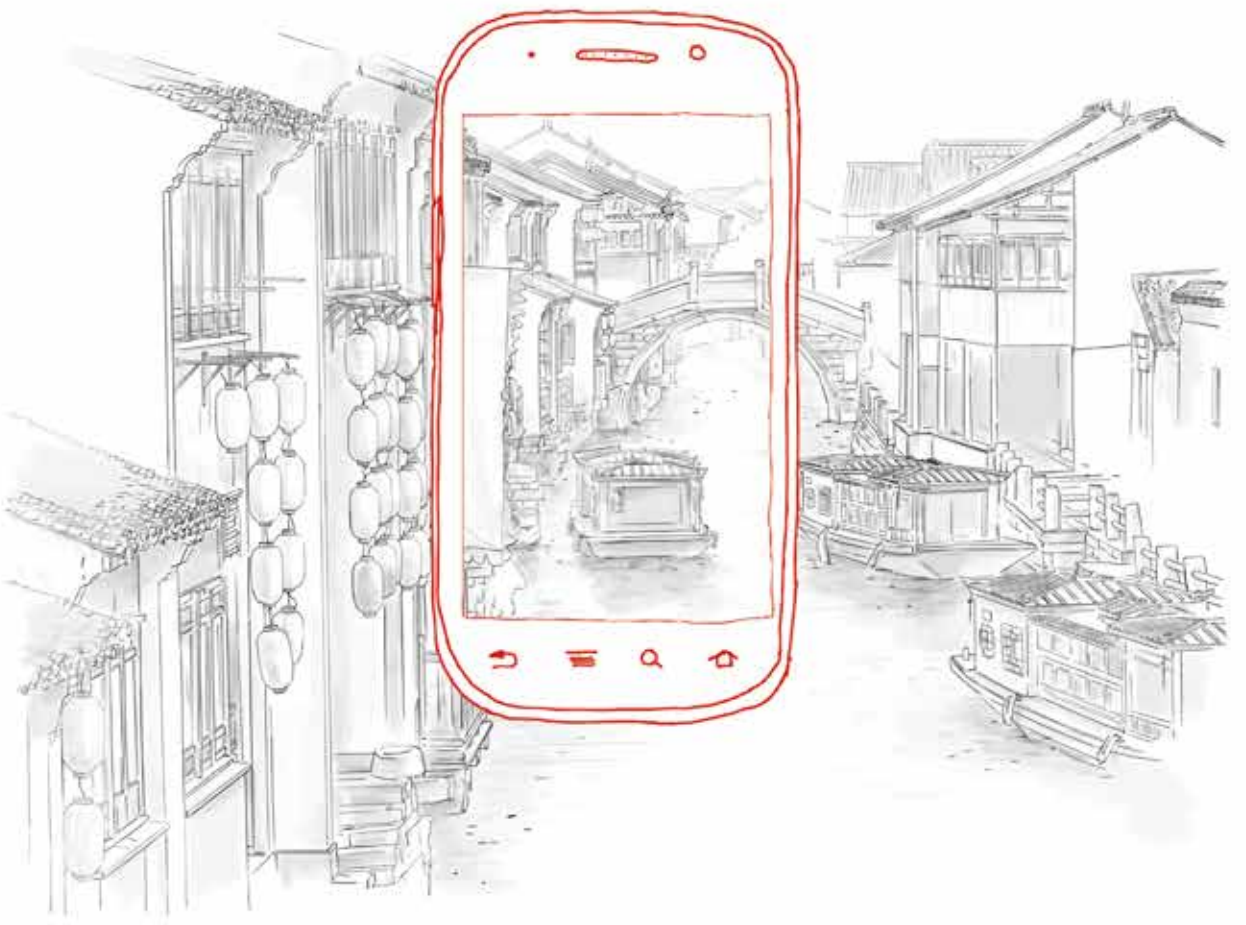
面对强势美元带来的汇率压力，印度央行在刚过去的这一年，不得不动用其外汇储备，以限制卢比贬值的规模。后果是，印度2022年的外汇储备减少了830亿美元，外汇储备降至两年来最低水平。

830亿美元

除此之外，俄乌冲突造成的油价上涨也对卢比造成了巨大的压力。印度是世界第三大原油进口国，约80%的石油需求依赖进口，油价上涨将推高印度贸易赤字和经常账户赤字，所以卢比对油价的波动极度敏感。

ICICI证券公司的研究主管辛格警告称，如果2023年美联储继续维持加息的脚步，加上全球经济放缓，这恐怕会对印度出口带来更大打击，卢比将有进一步贬值的风险。

尽管已失去增速第一的位置，且印度卢比在2023年很可能继续承压，但不少预测对印度发展仍持乐观态度。IMF副总裁安托瓦妮特·萨耶赫就表示，印度仍然是“世界经济的亮点，增速远高于同类国家”。



美景不止于方寸之間

回归自然生活·拥有健康人生

中宣部宣教局 中国文明网

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 网信证券更名麦高证券

中国前首富被警方带走 曾遭做空身家暴跌千亿

时代周报记者 **何明俊** 发自广州

销声匿迹2年多的汉能系创始人、前首富李河君被带走。

据财新消息，李河君在2022年12月17日被辽宁锦州警方带走协助调查，截至2023年1月10日仍未放回，目前尚不清楚李河君因何原因被带走。由于是锦州警方带走李河君，因此有市场消息猜测，或与锦州银行有关。

2015年，锦州银行（00416.HK）曾在招股书中披露，与汉能的资金关系规模为94.61亿元，分别是与汉能直接挂钩的受益权转让计划、非保本型理财产品以及保本型理财产品，其中附有信贷风险敞口净额27.7亿元。有报道指出，锦州银行给汉能的融资实际更多，不少已转成了表外。

2023年1月11日，时代周报记者致电锦州银行董秘办核实相关情况，截至发稿，电话仍未能接通。锦州银行股票自2022年12月19日以来，已连续多日无成交。2023年1月11日收盘，锦州银行报1.40港元/股。

5万元起家挣下千亿身家

登陆资本市场后又退出，李河君与他的汉能系一同从巅峰到低谷而后又销声匿迹。

李河君曾经和媒体说过自己的构想，“我希望汉能有一天能成为中国的名片，就像是苹果是美国的骄傲”。这个构想最终未能实现。

1984年，李河君考入北京交通大学工程系。大三时，他雇用了20多名同学在学校卖胶卷，3天赚了12元。毕业后，李河君拒绝分配，投身商业，从电子元器件开始，他陆续涉足国内贸易、矿业开采、矿泉水、房地产等行业。

1989年，李河君向大学老师借款5万元，汉能集团由此诞生。短短5年，李河君用5万元的创业资金赚到了“第一桶金”——8000万元。这一笔资金的由来颇为神秘，当初的汉能官网也只有简单的描述：“铁路运输”“开矿”。有了第一桶金后，李河君也曾迷惘过，有人建议他炒股、有人建议他收购上市公司、也有人建议他收购小水电站。最终，李河君选择了水电站投资。

1994年，李河君成立华睿集团，切入水电站投资领域，在老家广东河源用200万元购买了一座350千瓦小水电站。此后，他又在广东、广西、浙江、宁夏等地购入多个小水电站。只不过，几百千瓦的小水电站终究只是小打小闹，真正让李河君一举成名的是300万千瓦的金安桥水电站。

2002年，云南政府招商引资，民营企业组团赴云南考察。已投身水电行业多年的李河君，察觉到云南省水电资源项目的商机。很快，汉能与云南省签署了金安桥水电站项目开发协议，该项目投资近200亿元，一期240万千瓦，两期总装机约300万千瓦。彼时，这是国内唯一由民营企业建设的百万千瓦级别特大型水电项目。

特大型水电项目需要海量资金支持。李河君曾表示，从筹划到建设运营的8年里，资金像磨盘一样，压得他喘不过气来。为此，李河君将原来的小水电站出手，将公司所有资金投进去，但项目进展依然一波三折。

2008年年底，金安桥水电站被曝未批先建，多家银行紧急停贷，李河君资金链面临断裂。艰难时刻，李河君出让大股东地位，引入恒基伟业董事长张征宇，金安桥水电站项目得以延续。2009年，金安桥水电站建成发电，每天收益高达千万元，而为李河君“续命”的张征宇，一直到2011年金安桥水电站正式并网发电后才退出大部分股份。

看见了新能源背后的巨大商机，李河君将“风光水”全部涉足了一遍。

2009年，李河君在江苏和宁夏投资汉能风电场，但风电投资只是昙花一现，李河君没有在风电行业继续深耕。随后，李河君带着汉能转战光伏产业，选择了投资巨大、成本不占优势的薄膜太阳能电池技术。在当时，太阳能电池技术分为多晶硅和薄膜。若能顺利做出更高转化率的薄膜产品，那李河君的汉能有望成为中国光伏产业的龙头。

李河君对汉能投资的薄膜技术非常有信心。自2009年起，汉能在全国各地投资了8个光伏基地。2010年，李河君不仅购买了数十亿元设备，还以11亿元拿下设备供应商铂阳太阳能29.4%股权，介入薄膜电池上游产业。风光之际，李河君还购买了两架二手湾流G550，以一年700万元的托管价格停在海口机场，机身上清晰可见“汉能号”字样。

要做到技术突破，必然需要更多的资金支持。比起向银行借钱，上市无疑是更快的融资方法。2013年2月，李河君控股了在港上市的铂阳太阳能，后更名为汉能薄膜发电（00566.HK）。站上风口，汉能薄膜股价自2014年11月1.8港元/股飙涨至2015年3月高点的9.07港元/股。伴随上市公司股价攀升，李河君以1600亿元身家入选《2015胡润全球富豪榜》，荣登中国首富之位。

赌徒式投资

成名于水电，崩盘于太阳能。

薄膜技术曾被视为光伏未来发展方向之一，但这一技术在商业化上却存在着致命缺点。由于薄膜光电转化效率低于晶硅电池，往往转化效率的差距会抵消组件价格对度电成本的影响，具备更高转化效率的晶硅电池有着更强的竞争力。要推动薄膜技术成为主流，只靠李河君的汉能根本不可能。

拉拢地方政府入股，是李河君2000亿元太阳能投资计划重要一环。

自2009年高调宣布进入光伏产业后，李河君一直向多地地方官员宣传其庞大的太阳能薄膜计划。在李河君的设想中，太阳能薄膜将因成本低、生产过程无污染，取代多晶硅路线。按照计划，2012年将实现薄膜产能300万千瓦，终结目标是1000万千瓦，超过全球薄膜光伏组件年产能。

乘着2009年光伏政策东风，李河君先后游说了海口、双流、河源、长兴等多个地方的政府和银行，加入其2000亿元的投资计划中。

有媒体披露，汉能内部有着投资“三三制”的说法：汉能、地方政府和银行各出资三分之一。但在实际操作中，汉能通过控股公司，中低价购买设备，对地方政府报高价，加大政府和银行的实际投资比例。与此同时，天量投资总额又能为汉能得到低价的配套土地和税收返还、补贴等政策。政府和银行入局，令李河君信心倍增。如同赌徒般的李河君不改激进的风格，将汉能的未来押注在薄膜技术上。汉能官网曾将“全球规模最大的硅基薄膜太阳能电池生产企业”的头衔挂在官网上。

只不过，2009年晶硅组件价格开始下滑，不具备价格优势的汉能薄膜产品未能打破10%的转化效率瓶颈，汉能大部分项目无法如期投产，而李河君的2000亿元“大饼”也没有资金方愿意吞下去。据IRENA报告，2009年薄膜电池组件的全球市场份额为14%，2010年已降至11%。

从金水桥到薄膜，赌徒李河君的每一步都在计算着风口，但出错一次便无法翻身。李河君拒绝了主流的晶硅技术，押注了非主流的薄膜电池，没有了银行的资金和政府的支持，汉能最终走到了悬崖边上。

市场一直流传汉能大搞“左手倒右手”的关联交易、操纵股价上涨的消息。有外媒质疑，汉能总是能在收盘前10分钟上涨，一年内暴涨1048%。

2015年5月20日，汉能召开股东大会。在股东大会开始15分钟后，汉能股价出现暴跌，30分钟下跌47%，几近腰斩。1小时后，汉能股票临停，市值蒸发1442亿港元，李河君身家暴跌千亿元。

同年5月28日，香港证监会宣布就汉能薄膜发电的有关事务进行调查。7月24日，中国投资信息公司在上海证券交易所发布公告称，鉴于汉能薄膜发电将被剔除等原因，自7月27日起，该股将被调出“港股通”股票。

2019年，一直支持李河君的锦州银行危机爆发，汉能系崩盘。有汉能员工称，汉能发展如同“击鼓传花”，没有新资金的注入，资金链便会断裂。这也是李河君为何需要游说地方政府和银行的原因所在。

2020年，汉能在原有基础上重组成立石农控股集团，但该公司已在2022年12月22日停止运营。

“我们往往高估一到两年的变化，低估五到十年的变化。”将这句话挂在口边的李河君，最终也没能看清汉能的结局。

歼-20将飞进A股 中航工业集团资产证券化加速

时代周报记者 **梁春富** 发自北京

继将旗下直升机业务“打包”上市后，中国航空工业集团又计划让战斗机龙头企业成飞集团借壳上市。

2023年1月11日晚间，中航电测（300114.SZ）发布公告称，正在筹划发行股份向实控人中国航空工业集团收购成都飞机工业（集团）有限责任公司（以下简称“成飞集团”）100%股权，股票自1月12日开市时起开始停牌。

成飞集团是我国航空武器装备研制生产和出口主要基地、民机零部件重要制造商。歼-20正是成飞集团研制的第五代战斗机，据航空工业成飞微信公众号消息，2023年1月11日是歼-20首飞12周年纪念日。

1月12日下午，时代周报记者以投资者身份致电中航电测了解收购方案等相关问题，公司工作人员表示，上述收购事项尚处于筹划阶段，具体的收购方案预计在10个交易日内披露，具体情况有待后续公告披露，目前仍存在不确定性。

不过，在股吧内，不少持有中航电测的股民乐观预测，“现在市值才60亿元，起码得上300亿元”“估计12～18涨停板”。截至2022年12月末，中航电测有股东3万名。

而时代周报记者亦注意到，军工板块1月12日盘中发力走高，飞机产业链股表现活跃。截至当日收盘，通达股份（002560.SZ）、利君股份（002651.SZ）等涨停，光韵达（300227.SZ）、盛邦股份（301233.SZ）、洪都航空（600316.SH）等跟涨。然而，曾被市场看做成飞集团资产注入方的成飞集成（002190.SZ）、贵航股份（600523.SH）却跌停。

1500亿成飞集团借壳上市

中国航空工业集团是国有特大型企业，于2008年由原中国航空工业第一、第二集团公司重组整合而成立。

根据官网介绍，集团公司设有航空武器装备、军用运输类飞机、直升机、机载系统、通用航空、航空研究、飞行试验、航空供应链与军贸、专用装备、汽车零部件、资产管理、金融、工程建设等产业，下辖100余家成员单位、25家上市公司，其中包括20家A股上市公司、3家港股上市公司、2家境外上市公司。另外还有一家北交所上市公司。

成飞集团则被视为中国航空工业集团旗下极其优质的资产。据成飞集团官网介绍，公司创建于1958年，是我国航空武器装备研制生产和出口主要基地、民机零部件重要制造商，国家重点优势企业。

从业务上看，在军机方面，成飞集团研制生产了歼-5、歼-7、枭龙、歼-10等系列飞机数千架，歼-10飞机荣获国家科技进步奖特等奖；国外军机用户达10多个国家。在民机方面，其与成飞民机公司一道承担了大型客机C919、新支线客机ARJ21、大型水陆两栖飞机AG600机头的研制生产；是国际一流的民机大部件供应商，累计生产交付民机转包产品一万多架份。数据显示，截至2021年年末，成飞集团总资产为1511.8亿元，营收567.33亿元，净利润为9889.77万元，归属于母公司股东的净利润为355.74万元。

中航电测亦是“中航系”旗下上市公司，业务涵盖航空军品、传感控制、智能交通、工业软件四大板块，2021年实现收入19.43亿元，实现归母净利润3.07亿元，截至2023年1月11日收盘总市值63亿元。

从产业链上看，中航电测是成飞集团的上游企业，因而这次重组可以实现军用飞机的上下游整合。

作为我国战斗机龙头，成飞集团上市一直备受市场关注。早在2014年，同为“中航系”的成飞集成（002190.SZ）曾计划向中国航天工业集团等发行新股，以全资收购沈飞集团、成飞集团以及洪都科技100%股份。但当年年底，国防科技工业主管部门批复意见认为，该方案实行后，将消除特定领域竞争，形成行业垄断，建议中止重组。

而沈飞集团与成飞集团同为“中航系”，是我国主要的歼击机生产企业，2017年被注入中航黑豹，也就是现在的“中国战机第一股”中航沈飞（600760.SH）。

天风证券预测，成飞集团预计市值将达2000亿元，军工将迎来权重龙头，行业级beta或将出现。

军工集团资产证券化加速

近年来，中国航空工业集团旗下上市公司开启整合潮。

2022年6月，中航电子和中航机电发布重组预案。中航电子将以发行A股方式换股吸收合并中航机电，即中航电子向中航机电的换股股东发行A股股票，交换该等股东所持有的中航机电股票。中航电子介绍，通过换股吸收合并的方式对中航电子和中航机电进行重组整合，是贯彻落实党中央、国务院深化国企改革指导思想的重要举措，聚焦专业化整合，发挥协同效应，做强做精主责主业。

2023年1月9日，中直股份（600038.SH）发布重组预案，公司拟向中航科工和航空工业集团发行股份购买昌飞集团100%股权及哈飞集团100%股权，实现中国航空工业集团直升机业务A股整体上市。截至2022年7月31日，两家标的公司的总资产合计为247.31亿元。

一名不愿具名的券商人士向时代周报记者表示，多数军工集团资产证券化率较低，非上市的核心资产体量较大，呈现“小资产大集团”的特点。在国央企改革深入推进的大背景下，军工集团下属上市公司资本运作事件显著增多是大势所趋。

2023年1月5日，国务院国资委在京召开中央企业负责人会议上提出，全面加快建设世界一流企业，乘势而上组织开展新一轮国企改革深化提升行动，切实加大科技创新工作力度，着力打造一批创新型国有企业，推动中央企业经济增长强劲向上，为续写经济快速发展和社会长期稳定两大奇迹新篇章贡献更大力量。

中信证券研报指出，预计2023年国企改革将继续加速推进提振板块情绪。从基本面角度看，军工行业有计划属性，免疫宏观经济波动，且行业正处于“十四五”黄金发展期，具备长期配置价值。

浙商证券也表示，央企有望迎来盈利和估值双提升。央企上市公司具有市值大、估值低等特点，行业分布主要集中于国防军工、公用事业等关系国家安全、国计民生等重要领域。新一轮央企行动方案聚焦“提质”，央企盈利能力有望趋势改善，带来盈利增速和估值的双提升。

2022年11月7日，在珠海举办的2022年中国航空展览会上，中国航空工业集团有限公司党委书记、董事长谭瑞松在接受记者采访时表示：“航空工业使命光荣、责任重大，毫无疑问，我们是国家队。我们希望我们的航空工业坚决不能成为国家足球队，争取成为国家乒乓球队，现在我们是国家举重队，正在负重前行。”

吉林银行四年内换三任董事长 上市遥遥无期？

时代周报记者 **夏子轩** 发自广州

不到4年，吉林银行已更换3任董事长。

2023年1月9日，吉林省政府官网发布免职通知，免去王立生的吉林银行董事长职务。同时，建议王立生为吉林省农村信用社联合社理事长人选，免去高壮的吉林省农村信用社联合社理事长职务。

王立生出生于1969年，在赴任吉林省农村信用社联合社理事长之前，担任吉林银行董事长。2022年2月，时任吉林银行董事长陈宇龙卸任，履新长春市委常委、副市长，王立生随即被提名为董事长人选。两个月后，吉林银保监局核准王立生董事长任职资格。时代周报记者注意到，陈宇龙担任吉林银行董事长也不过才两年多。陈宇龙2018年年初被任命为吉林银行行长，2019年11月升任董事长。

吉林银行行长一职也在2022年发生变更。2022年12月5日，吉林银保监局公告，批准秦季章的吉林银行行长任职资格。在正式上任之前，秦季章曾挂职出任吉林银行副行长，还曾在招行工作多年。

吉林银行2022年业绩下滑严重。2022年前三季度，吉林银行实现归母净利润8.61亿元，同比下降37.29%。

吉林银行2022年多次遭监管处罚。据时代周报记者不完全统计，该行2022年累计收到罚单21张。仅2022年12月，吉林银行就收到12张罚单，罚款合计440万元。

440 万元

吉林银行成立于2007年，是吉林省唯一的省级城商行。该行前身为长春市商业银行，在吸收合并吉林市商业银行、辽源市城市信用社基础上而设立。2008年11月，吉林银行进一步壮大规模，完成吸收吉林省白山、通化、四平、松原等四个地区城市信用社的合并工作。

吉林银行在2014年年报提出，力争3年左右时间实现上市目标。随后，吉林银行又在2015年年报透露，将上市时间延长至未来5年。目前，吉林银行上市仍未见实质性进展。人事更替之后，吉林银行何时实现上市成为市场关注的重点。近日，时代周报记者致电、致函吉林银行，截至发稿未获回复。

盈利能力不佳

吉林银行曾定下打造“吉林版招行”的目标。

秦季章在《一家城商行的零售转型》一书中回忆，2019年10月，在一个小型研讨会上，他与时任吉林银行行长陈宇龙相识。陈宇龙提到了打造“吉林版招行”的想法，并邀请他来吉林银行讲课指导。2019年11月中旬，陈宇龙升任吉林银行董事长，再次向秦季章发出邀请。

不过，吉林银行的转型之路道阻且长。数据显示，2017年，吉林银行归母净利润为30.51亿元，达到历史高点。2018年，该行归母净利润降至11.57亿元。此后几年，吉林银行的盈利能力虽呈现逐年回升趋势，但距离巅峰仍有不少差距。数据显示，2019—2021年，该行归母净利润分别为12.11亿元、12.57亿元、19.81亿元。

2022年，吉林银行的盈利再迎滑坡。2022年前三季度，该行营收由2021年同期的82.58亿元降至79.27亿元；归母净利润由2021年同期的13.73亿元降至8.61亿元。

对于业绩下降，该行曾在2022年半年报解释称，营收同比减少主要受疫情影响，部分贷款户偿还利息出现困难，逾期超90天冲减表内利息收入转表外核算导致；净利润同比减少，一是受经济环境影响，不良贷款略有上升，为增强该行抵御风险能力，信用减值损失计提金额同比增加；二是薪点值优化和引进人才导致人力费用增加。

作为吉林银行重要收入来源的利息收入也难掩颓势。数据显示，2022年上半年，吉林银行利息净收入为40.14亿元，同比下降13.66%。其中，利息收入为100.19亿元，同比增长4.42%；利息支出60.05亿元，同比增长21.42%。吉林银行的不良贷款率也处偏高水平。数据显示，截至2022年6月末，该行不良贷款率达到2.23%，较2022年年初上升0.44个百分点；拨备覆盖率为140.79%，较2022年年初下降10.88个百分点。联合资信认为，吉林银行信贷资产质量面临较大下行压力，贷款拨备亦面临较大压力。

吉林银行的股东接连出质该行股权。2022年半年报显示，该行第二大股东吉林省金融控股集团股权质押比例为31.30%，第八大股东吉林省投资集团有限公司股权质押比例为63.50%，第十大股东吉林市金泰投资（控股）有限责任公司股权质押比例为75.15%。

内控顽疾何解？

近年，吉林银行屡因内控问题被罚。2019年11月，吉林银行被曝卷入一起巨额骗贷案件。吉林银行大连分行被大连长波物流有限公司通过虚假的财务报表及审计报告骗贷5.8亿元。裁判文书网显示，截至2018年12月18日，该贷款本息损失至少6.54亿元。而吉林银行2018年全年净利润仅为11.57亿元，这意味着，骗贷损失金额超过了该年一半的净利润。

到了2022年，吉林银行及相关主体又因信贷业务，主要有贷款资金未按约定用途使用、信贷资产风险分类不准确、隐瞒不良贷款真实水平、股东入股资金审查不尽职等违规事项，累计收到监管部门21张罚单。

此外，吉林银行有多名高管因违规遭监管处罚。2022年12月，吉林银行原董事长王立生因“监管意见整改落实不力”“对股东入股资金审查不尽职，股东以非自有资金入股”以及“非信贷资产风险分类不准确”等三宗罪被吉林银保监局罚款140万元。

2019年11月，吉林银行原党委书记、董事长张宝祥涉嫌严重违纪违法被查。2020年11月，张宝祥因以虚假整改欺骗组织、违规收受礼品礼金、在职工录用、职务晋升等工作中为他人谋取利益等严重违纪违法问题被“双开”。2019年以来，吉林银行有4位副行长被“双开”。时代周报记者梳理发现，吉林银行4位原副行长王安华、杨盛忠、邰戈及王俊翔，先后于2019年7月、2020年12月、2021年4月及2021年11月因严重违纪违法问题被“双开”。2022年2月18日，该行信贷与投资评审部原总经理陈洪波与个人金融部原副总经理王志刚双双被通报接受纪律审查和监察调查。

对于自身内控情况，吉林银行在2022年半年报表示，该行内控合规管理持续加强，已建立检查与定责、问责与通报、整改与考评、治理与完善的闭环管理体系，实施认责问责全流程管理，常态化开展内部审计、监督检查。

新行长能否完成上市重任？

随着王立生上任吉林省农村信用社联合社理事长，吉林银行董事长一职也出现了空缺。

新行长秦季章，现年55岁。他曾在招商银行工作多年，早在2001年就已加入招行，历任招行办公室副主任、办公室主任、总行业务总监等职。秦季章拥有丰富的银行零售业务发展经验，经历过招行多次业务转型的重大战略节点。2020年3月，秦季章加入吉林银行，担任执行董事，同时挂职副行长。同年6月，吉林银行启动零售变革，提出打造“吉林第一零售银行”的战略目标。

“吉林银行要成为优秀的城商行，零售变革是必由之路。”在秦季章看来，吉林银行具备零售变革的天然土壤，比如个人客户的数量超过1000万、网点近400个、员工近万人、储蓄存款超过2000亿元，有利于零售变革取得成功。

秦季章以“招行经验，吉行实际”为指导思想，经过两年时间，重构吉林银行零售经营管理体系，推动零售变革取得一定成效。截至2022年9月末，该行储蓄存款时点、日均分别较年初增长415.39亿元、334.82亿元，创历史同期新高，增幅均超17%；个人客户达到1113.2万户，较年初增加94.62万户；收单商户较年初增加6.92万户，增幅508%；手机银行客户282.98万户，较年初增加61.34万户；信用卡发卡达101.38万张，新增25.54万张。秦季章掌舵吉林银行，上市重任也压在他的肩上。

吉林银行曾在2014年年报称，将着手制定上市工作方案，对满足上市条件、上市程序步骤、具体工作安排等做好系统筹划，力争利用三年左右时间实现上市目标。在2015年年报中，吉林银行的上市计划却略有变动。该行表示，将加快集团化发展步伐，力争未来五年成为在全国具有一定影响力的综合性上市金融集团。

2021年12月，吉林省地方金融监管局发布《吉林省金融业发展“十四五”规划》，吉林省将支持吉林银行多渠道补充资本，加快上市发展步伐。在新任行长带领之下，吉林银行能否积极改善经营、完善内控机制、推动零售变革、实现上市，仍备受市场关注。

蓉城再添一只熊猫！成都银行IP形象“蓉嘟嘟”发布

憨态可掬的容颜，萌化了冬日的寒冷，熊猫作为动物界“活化石”，深受世界人民喜爱。2023年1月，在熊猫之乡成都又有一只“熊猫”在西御街成都银行大厦呱呱坠地，这个胖乎乎、萌嘟嘟的小家伙名叫“蓉嘟嘟”，是成都银行成立26年来厚植企业文化诞生的IP形象。

同频共振美美与共

蓉嘟嘟的“蓉”取自成都，还代表成都市花“木芙蓉”，象征着一切美好事物；“嘟嘟”谐音成都的“都”，也契合熊猫俏皮讨喜的可爱形象。“蓉芽”能感知美好，“能量星”能发射幸福光波。“蓉嘟嘟”是成都银行与市民、企业和区域经济携手谱写美好发展的企业文化血脉凝聚。

26年间，成都银行扎根本土，立足成渝地区，致力于区域经济价值、社会价值、环境价值的和谐统一发展，已成长为西部规模最大、发展速度最快的城商行。截至2022年9月末，成都银行总资产达9075.43亿元，朝着“规模迈入万亿级”的新一轮战略目标迈出关键一步。据英国《银行家》杂志发布“2022年度全球银行1000强”榜单，成都银行较上一年度跃升17位，位列第200位，首次进入全球前200强。

心怀热爱拥抱美好

26年间，成都银行厚植出讲政治、有特色、有温度的企业文化：坚守“诚于心、信于行”的价值观，“与客户共发展、与员工共成长、与城市共繁荣”的企业使命，向着“做有特色的百年银行、做有担当的一流银行”企业愿景茁壮成长。

作为成都银行企业文化重要载体的IP形象，“蓉嘟嘟”也凝聚着成都银行企业文化的责任内涵和灵魂血脉。“蓉嘟嘟”头顶有一颗能感知、收集“美好”信号的“蓉芽”，能敏锐感知到市民、企业和区域经济对美好生活的各种向往；心口有一颗“能量星”，能把美好信号转化为金融服务的幸福光波，为市民、企业和区域经济提供精细化、有力度、有温度的金融服务，助力区域经济高质量发展。

四大助力擘画美好

在新一轮战略规划行动之年，成都银行将目标瞄准一流标杆银行。应运而生的“蓉嘟嘟”也将肩负起美好生活助力大使的使命，为市民、企业和区域经济提供全方面的优质金融服务。

美好，是更为优质、优惠和高效的金融产品与服务。“蓉嘟嘟”不断推进智能化网点布局和微笑优质服务，以超大力度开展消费信贷优惠活动，助力人们的消费“暖起来”。

美好，是日新月异技术变革与人文精神递进。“蓉嘟嘟”持续推动金融科技发展与创新，推动手机APP更新迭代，弥合老年客户“数字鸿沟”。成都银行打造丰富线上应用场景，推动智能语音助手和多项智慧云平台建设，让各项金融服务更贴心、更“懂你”。

美好，是幸福人生一点一滴积累的财富城堡。“蓉嘟嘟”不断丰富财富管理产品类型，优化财富管理服务能力，用严格的风控能力，努力给人们带来“稳稳的幸福”。同时，该行开展金融教育线上线下活动，普及金融消费知识，助力投资者携手稳步迈上共同富裕的新征程。

美好，是聚焦中小微企业发展痛点难点，做好企业的坚实后盾。“蓉嘟嘟”提供差异化、专业化、精细化的普惠金融服务，优化小微特色信贷产品，为企业提供更加优惠的贷款利率、更加便捷的金融服务，助力中小微企业实现发展梦想。

跨界发布见证源长

交子作为世界上第一张纸币诞生在成都，这是中国乃至全球金融业最重要的创新。

千年之后，成都银行IP形象“蓉嘟嘟”在成都博物馆联合发布，谱写“美美与共”新篇章。近年来，成都银行深刻认识和把握中华民族伟大复兴带来的文化崛起机遇，努力成为文化传播、交流的使者。

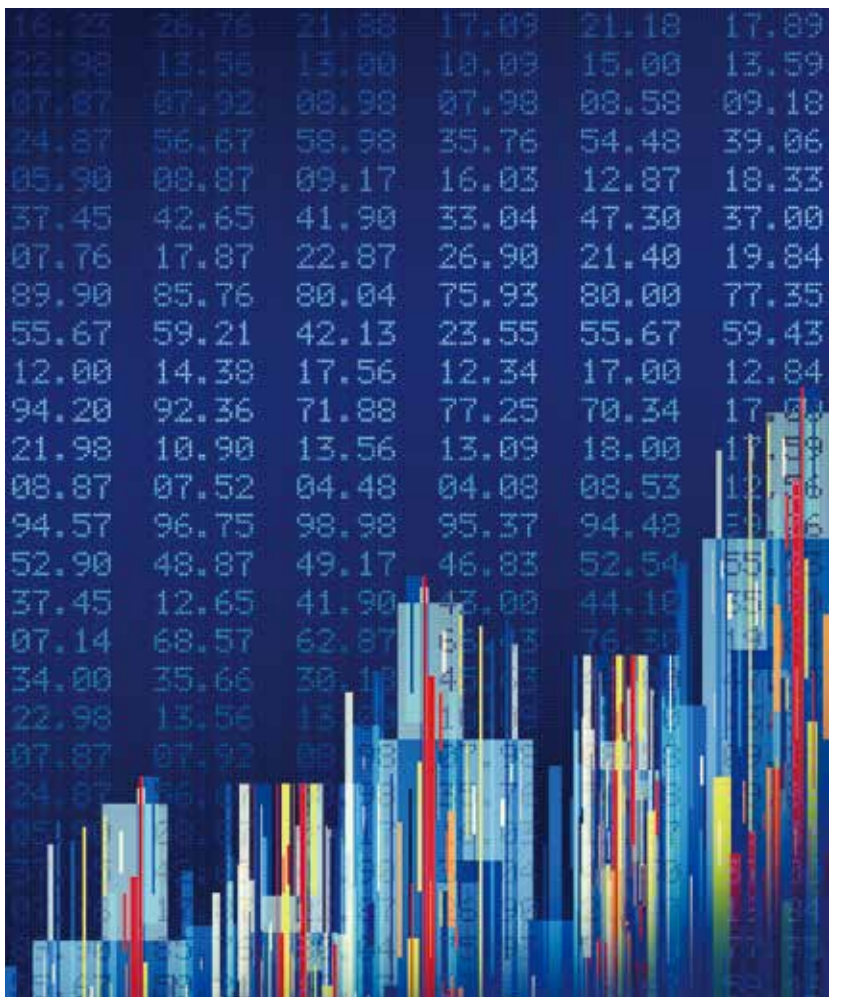
2022年，成都银行联合成都市非遗保护中心、新闻媒体，走近国家级、省级和市级非遗传承人，以短视频形式让传统艺术与现代元素实现创新融合，在银行、媒体渠道广泛宣传，探寻非遗蕴含的民俗、文化和历史美好，助力非遗项目源远流长。

“蓉嘟嘟”在成都博物馆首次亮相，不仅是对根植千年的金融历史的传承，同时也是双方共同关注与守护历史文化的见证。“蓉嘟嘟”将继承创新进取精神和文化传承态度，通过金融全方位助力巴蜀儿女奔赴美好生活。

（文/晨星）

四川信托食言出售资产 曾违规“输血”大股东

时代周报记者 **郭子硕** 发自广州



四川信托风险处置仍在继续。

1月9日,四川信托有限公司（下称“四川信托”）公布两则信托计划清算报告，其中一则是“国金量子3号股权投资集合资金信托计划”（下称“量子3号信托计划”），属于TOT（Trust Of Trust）产品,规模为4130万元，到期支付委托人资金合计3722.61万元，亏损10%。

据清算报告显示，对于该信托计划待投资、待分配及费用备付的现金资产，四川信托有权自行投资于银行存款（含银行定期存款）、国债、货币市场基金、四川信托有限公司发行的信托计划等高安全性产品来提高投资收益。此外，该信托计划的资金流向还包括券商资管计划或基金资管计划。

TOT是指Trust of Trust（信托中的信托），是一种专门投资信托产品的信托。投资人购买的TOT信托产品会继续投向其他信托产品，从而再投向“底层资产”。一家华南地区信托公司的从业人员告诉时代周报记者，早期不少信托公司将TOT产品资金投向自家信托公司发行的信托产品，突破了监管“红线”，演变成具有滚动发行、集合运作、分离定价特征的资金池业务。

四川信托正是利用TOT项目“打掩护”，隐藏资金流向股东和关联方等违规使用事实。2022年，四川银保监局相关负责人曾公开表示，TOT产品本身是不违规的，设计的初衷是信托公司运用组合投资能力为客户做好资产配置。个别信托公司利用TOT产品逃避监管要求、变相期限错配、隐蔽风险资产且不向投资者披露真实信息，四川信托存在这样的违规产品。

此次TOT项目是四川信托逾期未兑付产品的冰山一角。针对四川信托存量TOT产品规模和清收进展，时代周报记者致电和致函四川信托，截至发稿未获回复。

252亿信托逾期，出售资产承诺食言

2020年6月杭锅股份(002534.SZ)发布公告，四川信托“聚鑫3号”产品逾期，5000万元本息仅按期兑付了20%。随后包括“申鑫74号”“芙蓉43号”“申富129号”在内的多只四川信托TOT产品接连逾期，产品无法正常兑付。不少投资人聚集至川信大厦向四川信托讨说法。

随后，时任四川信托总裁的刘景峰在协商沟通会上表示，四川信托出现兑付危机的TOT产品总规模为252.57亿元。

2020年6月底，四川信托紧急发布《致投资者公开信》解释，受全球经济下行、疫情及停发TOT信托产品的影响，部分融资企业到期不能按时归还信托资金，导致部分信托产品未能按期分配。

彼时，四川信托承诺，对于部分到期不能按时兑付的信托产品，按照信托合同约定进行延期。公司力争在一年内通过处置底层资产回收资金，并根据资金回收进度及时进行兑付。同时，公司还将通过处置变现自有资产宏信证券有限责任公司股权和川信大厦、引进战略投资者等多种方式增强公司资本实力，补充流动性。

然而，四川信托项目逾期的原因，并不像公示结果那么简单。

巅峰时期资产管理规模超过3000亿元的四川信托，后被曝光违规“输血”大股东、内部管理混乱，投资标的烂尾。

2020年12月，四川银保监局发布公告，四川信托存在将部分固有贷款或信托资金违规用于相关股东及其关联方的行为，且在监管部门责令整改后，相关股东拒不归还违规占用的资金。

在此背景下，四川银保监局点名第一大股东四川宏达（集团）有限公司（下称“宏达集团”）、第三大股东四川宏达股份有限公司（下称“宏达股份”;600331.SH）、第四大股东四川濠吉食品（集团）有限责任公司（下称“四川濠吉”）、第五大股东汇源集团有限公司（下称“汇源集团”）4家公司，同时对其采取监管强制措施，限制上述股东行使包括股东（大）会召开请求权、表决权、提名权、提案权、处分权等股东权利。

据四川银保监局2021年3月披露的四川信托13宗“罪”,除违规“输血”股东及其关联方外，四川信托还存在违规开展固有贷款业务，贷款资金被挪用于偿还本公司其他固有贷款；违规开展信托业务，将信托财产挪用于非信托目的用途；违规开展非标资金池等具有影子银行特征的业务；违规发放信托贷款用于购买金融机构股权；变相为房地产企业缴纳土地出让金融资；违规开展结构化证券信托业；违规开展通道类融资业务；违规推介TOT集合资金信托计划；将本公司管理的不同信托计划投资于同一项目等。

数罪并罚，监管给四川信托开出了高达3490万元的罚款，罚款额度远超平安信托2016年的1650万元，创下信托业罚金新高。

为进一步推进四川信托风险处置，四川银保监局从2020年年末起联合地方政府派出工作组，加强对四川信托的管控,督促其尽快改组董事会，委托专业机构提供经营管理服务，防止风险敞口扩大，积极采取风险处置措施，切实保护信托当事人和公司债权人合法权益，维护金融秩序和社会稳定。

历时两年多，四川信托的兑付危机尚未解除。时至2023年1月，四川信托风险处置仍有“较大挑战”。四川信托表示，公司风险项目分布全国各地，清收处置跨省协调难度大，经济下行叠加疫情冲击，给风险资产处置带来较大挑战。目前，四川信托正全力推进涉宏达系、国之杰系、成都国际商城、金安桥水电站、白鹤滩水泥厂等关键重点项目风险处置进程。

四川信托出售川信大厦房产、转让宏信证券有限公司股权的议案已通过两年半，至今未有进展。两年半前原计划用以处置变现的川信大厦，据川信大厦官网，目前大厦超过80%产权仍掌握在四川信托手中。

天眼查显示，宏信证券的股权早在2019年3月就被四川信托出质给中国信托业保障基金有限责任公司，出质股权数额6.04亿元。目前仍是有效状态。

隐秘“输血”大股东

四川信托前五大股东，四个需要四川信托“输血”，剩下的忙着和“队友”打官司。

2021年5月，银保监会公开第三批重大违法违规股东名单，前述宏达集团等四大股东赫然在列。违规事由包括“股东及其关联方违规占用信托公司固有资金或信托资金”。宏达股份在次月7日发布公告，于当日收到控股股东四川宏达实业有限公司函告，实际控制人刘沧龙近日因涉嫌背信运用受托财产罪被成都市公安局采取刑事拘留措施。

四川信托被开天价罚单一年后，2022年3月17日，四川银保监局公布17张关于四川信托的罚单，其中包括四川信托实控人刘沧龙、时任董事长牟跃、时任总裁刘景峰在内的17名相关责任人被罚，合计被处罚金额达785万元。

其中，四川信托实控人刘沧龙因公司治理不健全，违规开展固有贷款及信托业务，资金流向股东及其关联方；违规开展信托业务，将信托财产挪用于非信托目的用途；变相为房地产企业缴纳土地出让金融资被罚禁止从事银行业工作10年。

刘沧龙是宏达系宏达集团和宏达股份的实控人，上述两家公司对四川信托的持股比例合计达到54.2%。中国执行信息网显示，目前刘沧龙有7条执行案件记录，最新一条在2023年1月6日，刘沧龙被上海市杨浦区人民法院列为执行人，执行标的为1449.2316万元。

针对违规输血股东，但目前尚未回款的规模和所涉项目，以及追回资金计划，时代周报记者致电和致函四川信托，截至发稿未获回复。

多次违规“输血”，而宏达集团却曾否认“资金违规挪用”。

资料显示，2022年3月17日，宏达集团上诉至二审法院的行政复议行政二审案件尘埃落定。彼时，宏达集团主张“不存在挪用四川信托项目资金的事实”，并主张宏达集团因业务发展需要，与其他法人主体之间发生正常商业往来借贷行为，且已全部归还所借款项，不存在挪用四川信托项目资金的事实。

“四川银保监局认定宏达集团挪用信托项目资金的证据中存在明显事实认定错误，即账户资金混同，无法辨认信托资金。”宏达集团补充道。

针对宏达集团主张其并未占用信托资金一事，法院认为，该案中涉及的信托计划均约定了信托计划的用途，应该按照信托计划约定用途使用信托资金，四川银保监局提供的证据可以证明涉案信托计划中部分信托资金流向了上诉人及其关联方。

“上诉人主张相关款项已经归还关联方，但其提供的材料亦不足以证明相关资金已经归还于信托计划中。”二审法院认为，在此情况下，四川信托已经违反了规定，宏达集团挪用信托财产，造成了四川信托违反审慎经营规则，在四川信托未按照监管部门的要求开展风险处置的情况下，四川银保监局对宏达集团作出被诉决定并无不当。

实际上，仅违规“输血”宏达系，四川信托就多次被监管关注。

早在2014年12月12日，原四川银监局曾向四川信托作出《现场检查意见书》，点出四川信托存在“不按信托目的使用资金、将资金运用于其他项目或关联方”的问题。

2019年12月31日、2020年7月8日，四川银保监局连续两年向四川信托下发金融监管意见书，指出四川信托存在信托项目资金被股东宏达集团及其关联方挪用的情形，并要求限期改正。

四川银保监局曾在2019年年末指出，成都国际商城项目、聚信5号集合资金信托计划的部分资金、鑫怡凯盛集合资金信托计划的部分资金被挪用至宏达集团。其中，聚信5号集合资金信托计划的部分资金被挪用至宏达集团，其中部分转回至该信托计划专户。

此外，金沙国际商城项目、锦宜3号集合资金信托计划的部分资金被挪用至宏达股份；白鹤滩大型水电站配套项目贷款集合资金信托计划的部分资金转至宏达集团关联企业。

四川信托的第二大股东中海信托也“没闲着”。企查查显示，中海信托和四川濠吉存在两条案由为股东出资纠纷的案件记录，原告均为中海信托。股东出资纠纷正是因为2016年的四川信托股权争夺战。

2016年9月，中海信托将所持四川信托30.25%的股份在北京产权交易所挂牌转让，挂牌价格为37.5亿元。经过23次报价后，中融新大集团以溢价33.33%、总成交价50亿元拍下这部分股权。

然而，四川濠吉不放弃优先受让权，并向北交所缴纳相应款项。

但是，上述交易迟迟未能通过监管部门批准，最终交易失败。中海信托依约解除股权转让协议，并于2018年向违约方四川濠吉收取违约金。据中海信托2021年年报，2022年1月，四川公安机关在办理涉四川信托刑事案件过程中，发现四川濠吉涉嫌利用违法所得支付上述违约金，故冻结中海信托5亿元金融资产。

中海信托认为，该股权转让项目中收取的违约金为善意获得资金，不属应冻结资金范围，并已依法向案件审理公安机关的上级机构提起申请解除冻结申诉，同时对违约方四川濠吉也提起了相应的民事诉讼。

四川信托重组路漫漫。早在2021年12月，四川银保监局就指出，要加大重组推进力度，进一步与省内外有意愿、有实力的战略投资者沟通接洽，为适格的战略投资者进入创造条件；加大向上沟通汇报力度，为重组工作争取政策支持。

同时，四川银保监局表示，要抽调专人、组建专班，结合毕马威会计师事务所、金杜律师事务所、中联资产评估公司三家中介机构（下称“三所”）清产核资工作摸底风险项目，测算重组成本，研究重组方案。三所于2021年12月2日前已向四川信托提交资产负债表审计、法律尽职调查和资产评估结论报告。

然而时隔一年时间，重组方案仍未出炉。

“地方政府组织中介机构详细测算重组成本，研究形成重组总体方案，正进一步修改完善，并全力推动尽快形成风险处置最终方案。”四川信托今年1月3日指出，目前，正加强与有关意向重组方的沟通协商，细化属地配套优惠政策，全力为其重组四川信托创造有利条件，并通过各方渠道进一步汇聚风险化解资源，力争最大限度保障委托人的合法权益。

50
亿元

网信证券更名麦高证券 靠29亿营业外收入扭亏

时代周报记者 **黄嘉祥** 发自深圳

“券商一哥”中信证券的江湖外号要被抢走了。

1月12日晚间，指南针（300803.SZ）公告称，全资子公司网信证券有限责任公司（简称“网信证券”）因经营发展需要，对公司名称进行了变更，并取得了沈阳市沈河区市场监督管理局核发的《营业执照》。网信证券将按照相关规定就前述变更事项向中国证券监督管理委员会辽宁监管局备案。网信证券变更后的名称为“麦高证券有限责任公司”（下称“麦高证券”）。

更名公告甫一发出，便遭到股民们调侃，“这是抢了中信证券的江湖外号”。因为中信证券作为国内券商一哥，历来以成为“中国版高盛”为目标，而中信证券总部位于北京麦子店街，因此被业内戏称为“麦子店高盛”，简称“麦高”。

如今，网信证券改名为麦高证券，颇为耐人寻味。这距离指南针入主网信证券仅半年。作为网信证券重整投资人，指南针于2022年7月获得网信证券100%的股权，成为继东方财富之后的第二家互联网券商。

入主以来，网信证券进行了改革，高管团队进行了大调整，多项经营指标已有所好转，扭亏为盈。指南针同日披露网信证券未经审计的财务报表，2022年凭借28.9亿元的营业外收入，实现净利润28.99亿元。

28.99 亿元

1月13日，指南针在回复投资者时表示，2022年网信证券的净利润金额较大，主要是由于网信证券经历了破产重整这一特殊的过程，根据最终的重整方案，网信证券2022年7月份计入“破产重整收益”近29亿元。

“破产重整相关事项发生在网信证券纳入上市公司财务报表合并范围之前，根据会计准则，上述‘破产重整收益’不会计入上市公司2022年合并利润表。”指南针说。

入主半年大变革

网信证券曾有过一段极为不光彩的过往，在资本市场造成了恶劣影响。在2012—2017年间，网信证券合计利润造假总额高达逾63亿元。因经营不善，网信证券自2018年以来连续亏损，严重资不抵债。2019年5月，网信证券被辽宁省证监局接管，其曾被证监会点名“存在重大风险隐患”。

2021年7月，网信证券走上了破产重整的道路。经重整投资人竞争性遴选、市场化谈判等环节，2022年2月，指南针成为网信证券破产重整人，投入15亿元用于清偿网信证券债务。同年7月，指南针获得网信证券100%股权，成为继东方财富之后的第二家互联网券商。

入主半年来，指南针对网信证券进行了大刀阔斧的改革。2022年三季度，指南针已向网信证券委派董事、监事，网信证券完成了新任高级管理人员的聘任工作。

2022年7月，网信证券高管人事大调整，网信证券原10人的董监高团队全部退出。新的管理团队共7人，一部分来自指南针的高管成员，另一部分是外聘有证券公司管理经验专业的管理人才。网信证券新任董事长兼总经理是宋成，拥有在中信证券各条业务线14年的工作履历，2014年4月进入宏信证券担任总裁，于2021年8月加入指南针，2022年6月正式加入网信证券。多位高管来自指南针，网信证券董事冷晓翔现任指南针总经理；董事孙鸣是指南针发起人之一，现任指南针董秘；监事朱曦则担任指南针监事。此外，指南针原分管大数据业务的副总经理屈在宏，出任网信证券的副总经理、首席数据官。

指南针在接受机构调研时曾表示，这反映出公司未来“互联网+金融”的背景属性，即网信证券将通过母公司IT赋能，高度依赖数据驱动的模式，走互联网证券的特色发展道路。

指南针在2022年10月接受机构投资者调研时表示，网信证券自2019年监管部门进驻以来，风险监控现场工作组对网信证券开展了严格的监督管理工作，与此同时，其在过去三年自身存在风险情况下也持续出清。

“2022年三季度监管部门派出的风险监控现场工作组退出了网信证券，公司正式接收网信证券。未来，公司将逐步完善网信证券的治理，协助网信证券发展成为治理健全、管理规范、业务突出、合规专业、风控良好的证券公司。”指南针说。

值得一提的是，中信证券也是指南针的保荐机构，其在指南针2022年度持续督导定期现场检查报告中称，2022年三季度，指南针通过参与破产重整投资方式完成对网信证券100%的股权收购工作。截至2022年9月30日，指南针因前述重组事项形成12.87亿元商誉，提请指南针密切关注网信证券经营状况以及商誉减值风险。

靠29亿元营业外收入扭亏

作为国内起家最早的证券分析软件开发商和证券信息服务商之一，指南针已掉队多年。入主网信证券后，被称为“小东财”的指南针野心勃勃，提出经纪业务冲进行业前20位的目标。指南针此前表示，在目前国内证券行业竞争日趋激烈的大背景下，网信证券如果在本次破产重整后依然按照传统证券公司的经营模式进行发展，将很难在未来取得成功。采取轻型营业部建设、业务全面线上化转型以及利用大数据进行客户精准获取等措施应成为网信证券未来发展的必由之路。

“指南针收购网信证券后的发展目标是互联网券商，因此网信证券的线下投资者关系活动营业部不会走传统证券公司营业部的发展思路，将会是集中式管理下触达客户主要内容介绍的一个服务平台，便于客户完成一些临柜业务的办理。”指南针在2022年12月底接受调研时说。

关于经纪业务的考核，指南针表示，公司于2022年7月29日正式并表网信证券后，其经纪业务的重点工作是尽快恢复业务正常运行和人员团队组建，以及更新迭代网信证券的软件和硬件，由此保证明年公司经纪业务规模化的转化和导流。

根据指南针的规划，网信证券在2022年年底前，规范公司运作和全面恢复网信证券的经纪业务，实现扭亏为盈；2024年年底前，丰富和完善网信证券现有业务版图，经纪业务达到中游水平；2026年年底前，成为财富管理特色鲜明、盈利能力强的证券公司，经纪业务排名进入前20。

目前来看，网信证券实现了2022年扭亏为盈的目标。根据指南针披露的财务数据显示，网信证券2022年的净资产期初余额为41.49亿元，期末余额变为7.52亿元；营业收入也从2021年的4625万元增长到2022年的6309万元，但营业利润仍然出现亏损，并扩大到8782万元。但网信证券2022年营业外收入高达28.9亿元，得以扭亏为盈，净利润达到28.99亿元，2021年同期为亏损5.08亿元。即便多项指标有了一定改善，但网信证券的资本实力在券商排名中依旧靠后。

为顺利实现上述目标，指南针在《重整计划》提出，将在重整完成后12个月内累计向网信证券增资不少于20亿元，还将持续根据网信证券未来经营情况和需要为其补充必要资金。

2022年5月16日，指南针披露向特定对象发行股票预案，拟向不超过35名特定对象发行不超过1.21亿股（不超过发行前总股本的30%），募集资金总额不超过30亿元，扣除相关发行费用后，将全部用于增资公司全资子公司网信证券。

指南针在募集说明书中表示，完成重整只是网信证券重回正轨的第一步。网信证券发展停滞多年，各项业务亟待夯实基础，而重整后的网信证券资本实力依然薄弱，由资本实力直接决定的风险抵御能力仍需加强。证券行业为资本密集型行业，巩固传统业务优势、开拓创新业务版图都离不开雄厚的资本规模支持。本次募集资金有助于网信证券彻底摆脱历史经营困境。

国元证券2022年营收与利润均下降 权益投资亏损较大是下滑主因

时代周报记者 **崔鹏志** 发自上海

年报季来临前，两家上市券商率先披露了2022年业绩快报。

1月12日晚，中信证券（600030.SH）、国元证券（000728.SZ）分别发布了2022年业绩快报。相比2021年，两家券商的各项主要盈利指标均有所下降。其中，中信证券的归母净利润为211.21亿元，同比下降8.57%；国元证券的归母净利润为17.18亿元，同比下降10%。

不过，有业内人士向时代周报记者指出，去年券商整体业务发展稳定，但受到疫情因素及整体经济下行影响较多，2023年预计券商会拿出更好的成绩。

1月13日，券商板块涨势不错，这其中，中信证券以上涨1.42%，报收20.75元；国元证券以上涨2.87%，报收6.8元。

营收与利润均下降

从业绩快报来看，两家券商2022年营收与利润均出现下降，但是总资产均有所提高。

据公告，中信证券去年营业收入为655.33亿元，同比下降14.36%；归母净利润为211.21亿元，同比下降8.57%。此外，中信证券总资产为13101.49亿元，同比增长2.46%。

在公告中，中信证券称，2022年，公司努力克服疫情及市场波动等因素的影响，坚持服务实体经济的经营宗旨，各项业务稳健发展，业绩继续保持行业领先。

在中国证券业协会统计的2021年证券公司经营业绩指标排名中，中信证券在净资本、营收、净利润上均稳居第1位。而据Choice数据，截至2022年中报，国元证券净资本规模位列券商第24位，处中游位置。在一定程度上，两家券商的2022年业绩反映了券商行业整体的走向。

业绩快报显示，国元证券去年营业收入为53.58亿元，同比下滑12.31%；归母净利润为17.18亿元，同比下滑10%。在总资产规模上，国元证券有较大提高，总资产为1307.65亿元，同比增长14.09%。

对于经营业绩指标的变化，国元证券表示，2022年内公司投融资规模进一步扩大，证券承销、资本中介和固定收益投资等业务稳步发展，国元创新和国元期货等子公司经营业绩持续提升，但权益投资受市场和投资管理能力的影响，发生较大金额的亏损。

此外，国元证券提到，总资产规模增长主要为公司财务杠杆率有所提高，以及客户证券交易结算资金增加等所致。

“两份券商2022年财报各项经营业绩指标都有双位数的下滑，应该说下降幅度还是比较明显的。”IPG首席经济学家柏文喜表示，中信证券作为头部券商尚且如此，说明去年以来的经济不景气对于券商的负面影响还是较大的，预计其他券商表现大概率会逊于中信证券。

1月13日，时代周报记者拨打中信证券董秘电话，针对业绩相关问题未获有效回复。

随后，记者拨通了国元证券证券部电话，相关人士回复，正如公告所说，公司权益投资亏损较大是营收、净利下滑的主因，此外业务“都还可以”。该人士还表示，公司权益投资策略不方便透露，倘若今年股市大盘走势良好，预计公司整体业绩也将拉升。

如何应对今年的市场环境

新年伊始，多家券商研报皆看好券商板块上涨趋势。

国信证券指出，短期来看，随着美联储加息预期放缓，地产融资环境改善，压制市场的风险因素得以缓释，市场情绪改善，券商板块有望迎来反转效应。从长期来看，作为我国经济转型的重要抓手，券商会长期受益于资本市场制度改革以及财富管理大时代的红利。

光大证券研报称，证券行业有可能在年初迎来一波上涨行情。从经济修复的角度，2023年年初稳经济增长的各项政策有望快速推出，从而利好证券等大金融板块表现。

“在大盘整体上涨行情中，券商板块往往都会先起来。”知名财经博主“王大力如山”向时代周报记者表示，作为通道之一，券商会在经济重启的时刻受益。他认为，券商近年来加快转型动作，如今已经到初有成效的阶段。2022年，大多数券商受环境影响，转型进展稍显缓慢，今年或将迎来提速。

Choice数据显示，截至13日发稿，2023年开年以来，中证全指证券公司（39975）上涨6.27%，超越沪深300指数同期涨幅5.64%，沪深300涨幅1.41%，上述券商指数上涨2%，领先0.59个百分点。

对于券商而言，如何应对今年的市场环境呢？

柏文喜告诉时代周报记者，2023年逆周期调节政策效应会逐步显现，作为与宏观经济、资本市场运行态势关系密切的券商板块，预计业绩会在整体性改善的情况下，板块内的分化将呈现扩大趋势，马太效应会更加明显。

柏文喜进一步指出，各个证券公司应立足自身资源禀赋，发掘自身比较优势，在细分领域内塑造自身的相对竞争力以应对当下“马太效应”，在行业转型趋向重资本业务及财富管理模式等现象笼罩下，找寻适合自身的生存与发展之道。

员工匿名捐款1.38亿 幻方量化有多壕?

时代周报记者 **谢敏** 发自上海

2023年伊始，私募幻方量化因捐赠意外“出圈”。

1月9日，量化私募幻方量化在官微发文称，2022年，幻方量化共计向慈善机构捐赠2.21亿元。除此以外，公司员工“一只平凡的小猪”个人捐赠1.38亿元。

根据公告，“一只平凡的小猪”捐赠项目覆盖面广泛，包含老兵、孤儿、助学等14个项目。其中白血病救助小天使基金为最高捐赠项目，金额达2400万元。公告一出，立即引起广泛讨论，不少网友发出该名员工是公司合伙人还是高层的疑问。

当日，时代周报记者致电幻方量化，工作人员表示：“不清楚（身份）。”

在量化私募圈，素有“北九坤，南幻方”“四大天王”的说法。2021年，幻方量化管理规模一度达到千亿级别。目前，我国的私募量化处于快速发展阶段。2010年股指期货的上市迎来量化的第一轮爆发式增长；至2021年，量化私募大放异彩，9家量化私募成功晋级百亿；截至2022年12月底，百亿私募数量为112家。

萨摩耶云科技集团首席经济学家告诉时代周报记者，量化投资提高了市场流动性，也有助于提高市场定价的效率，但量化投资策略如果趋同，则容易助涨助跌，使得市场行情向极端方向发展。

累计捐赠金额超5.8亿元

幻方量化表示，过去几年，公司累计捐赠超过5.8亿元。时代周报记者梳理幻方量化官微信息发现，这是公司第一次提及个人捐赠。

同花顺iFinD数据显示，2022年上半年，A股4901家上市公司中，有2892家公司对外捐赠。其中，长江电力、宝丰能源、伊利股份捐赠金额位列前三，分别为2.71亿元、2.5亿元、2.17亿元。

聚焦到量化私募，明汯投资、灵均投资、九坤投资均公布参与过公益项目，但多数未披露具体捐赠金额。例如，2022年年底，灵均投资在全国7个省（自治区）启动建设“梦想中心”；2022年，九坤投资联合中华慈善总会，发起慈善信托基金。

据中国红十字基金会2021年度工作报告显示，中国红十字基金会年度公益支出13.91亿元。幻方和该员工捐赠总额合计约3.59亿元。将该数据与2021年红十字基金会会捐赠金额相比，超出红十字基金会捐赠总额的25%。这意味着，幻方量化在公益项目中起着重要支持作用。

上海证券基金评价业务负责人刘亦千告诉时代周报记者，公私募行业履行社会责任，慈善或社会公益捐赠，属于非常普遍的行为。

部分岗位月薪最高达8万元

此次幻方量化“破圈”原因主要与个人捐赠金额有关。

近年来，量化私募发展迅速，学历高、智商高是量化私募人才的普遍现象。为抢夺顶尖人才，不少量化私募开出优厚待遇。

据业内人士透露，硕士学历是入行的基本门槛。以幻方量化为例，其创始合伙人之一徐进是浙江大学信号与信息处理博士。一猎头告诉时代周报记者，幻方的C++开发要求，第一学历C9，且要专业对口加上互联网大厂的经验，其他的头部和百亿规模企业要求也很高。

九坤投资总经理万琛曾对外表示，国内量化团队很早就从清华、北大等顶级高校，持续招募最优秀的毕业生；同时，有不少技术人才来自于中国顶尖的互联网公司和AI团队。

在2016年九坤投资的招聘启事上，高频交易岗能力、经验最高者可给予百万元年薪。在鸣石基金2021年9月的一份招聘海报上，鸣石基金表示，将提供行业顶尖薪资待遇，最高200万元年薪。同时有一群竞赛获奖者、学术大咖的优秀同事。

河南泽槿律师事务所主任付建告诉时代周报记者，在专业方面，量化私募更青睐金融和财会兼具理工科复合背景的综合人才。

翻阅BOSS直聘发现，目前幻方量化在招岗位有11个，其中资深开发师、深度学习科学家和研究员月薪最高达8万元，14薪。

有媒体报道，私募的收入主要来自两方面，即管理费和业绩提成。一般情况下，公司会拿走业绩的20%，而其中的1/5属于投研团队。

除高薪外，量化私募也会通过建立股权激励平台，让公司核心人物持股。2022年共五家百亿量化私募前三大股东持股比例发生变更。

同年，宁波幻方量化的股东信息发生变更。经此变更后，徐进在宁波幻方量化、九章资产均持有股权。

刘亦千表示，量化是一个强竞争但高利润的行业，成功的量化策略在合适平台，可以很轻易地创造巨额财富，当然也就能获得更高的市场价格。

幻方量化连续两年实现正收益

据幻方量化官网信息显示，幻方为“AI量化交易的引领者”“使用AI进行投资的对冲基金”。从2008年开始，公司使用机器学习等技术探索全自动量化交易，在AI量化交易上积累了丰厚的实战经验。

目前，幻方量化的规模已下降至600亿元左右。截至2022年12月底，百亿私募数量为112家。

私募排排网数据显示，2022年百亿私募前三名分别是迎水投资、玖瀛资产、明毅基金。幻方量化以0.38%的正收益位列第24位。代表产品九章幻方中证500量化多策略1号2022年收益率为-4%，超额收益率为20.47%。据私募排排网数据，在2021年、2022年震荡市中，连续两年取得正收益的百亿私募共25家，其中就包括幻方量化。2021年，幻方量化实现收益率10.11%。

幻方量化的发展并不是一帆风顺的。在过去两年，幻方量化因业绩大幅回撤受到市场关注。2021年11月，幻方量化曾公告封盘，当年12月对业绩回撤达到历史最大值致歉。2021年12月，幻方量化在官微发布说明，说明表示，“最近幻方量化业绩的回撤达到了历史最大值，我们对此深感愧疚。”

幻方量化客服告诉时代周报记者，目前产品还是封盘状态，后续开放时间暂没确定。

112 家

澳门赌台重新洗牌 “赌王”之女成最大赢家

时代周报记者 **黄嘉祥** 发自深圳

澳门博彩业风云再起。2023年第一天，澳门特区政府与六家博彩企业（下称“博企”）签署的博彩经营批给合同正式生效，为期10年。

金钱永不眠。自1847年宣布澳门博彩业合法化以来，在这片面积只有约32平方公里的土地上，赌桌上的金钱游戏已延续了170多年。博彩经营牌照（俗称“赌牌”），历来是各大财团家族眼中的香饽饽，“澳门赌王”何鸿燊家族掌控的澳门娱乐，自1962年取得澳门博彩专营权起，曾垄断长达40年。

直至2001年，澳门特区政府制定《娱乐场幸运博彩经营法律制度》，开放博彩业牌照竞标，将赌牌一分为三，打破了何鸿燊家族一家独大的局面。此后赌牌由三变为六，形成“三主三副”的格局，澳门博彩业进入中外资本六雄争霸的时代。2022年，澳门赌牌迎来新一轮竞投，原本的六大博彩企业击败马来西亚云顶集团，保住了各自手中的赌牌。

步入2023年，澳门博彩业进入一个新阶段，困扰博彩业的不明朗因素逐一消除。六大博彩股也将进入新的里程碑，今年有望迎来一波反弹。

多元产业发展已成澳门下一个10年的风向标，这也关乎澳门的产业结构转型升级。

澳门特区经济财政司司长李伟农表示，赌牌竞投是锐意发展非博彩元素，目的是形成新产业板块，博彩、非博彩两大产业板块合力以提升澳门的竞争力，改变澳门赌城形象，形成综合旅游休闲中心。长远来看，澳门客源单一症结难解，亦难与国际市场竞争。

1188
亿澳门元

日前，六大博企公布未来十年投资计划，承诺投资总额为1188亿澳门元，当中1087亿澳门元用于非博彩项目和开拓外国客源市场。新变局下，澳门博彩业何去何从？

赌台重新洗牌，赌王家族有输有赢

时隔20余年，澳门博彩业再次生变局。

2002年，澳门特区政府开放赌权，将赌牌一分为三，之后又通过“转批给”的形式衍生出三张副牌，形成了六雄争霸格局。

六家博企背后的主要话事人为四个财团家族。其中，何鸿燊家族占据半壁江山，何鸿燊创办的澳博控股（00880.HK ）持有一张主牌，其二房长女何超琼持股的美高梅中国（00282.HK）及独子何猷龙控制的新濠博亚（MLSO.US）各持有一张副牌；香港富豪吕志和旗下的银河娱乐（00027.HK ）和美国博企永利集团旗下的永利澳门（01128.HK ）各持一张主牌，美国博企金沙集团旗下的金沙中国（01928.HK ）持有一张副牌。

2022年6月，澳门博彩业大变革，立法会修订通过新博彩法，新一轮赌牌批给上限为6个，禁止转批给，赌牌批给期限由原有的20年缩短至不得多于10年，延长期限也由此前的5年缩短至3年。

同年7月29日开始，澳门特区政府启动了新一轮博彩经营批给的公开竞投程序。竞投委员会在9月16日进行了开标程序，七间公司获接纳参与后续的程序，其中新增一位入局者GMM股份有限公司。

GMM代表的是马来西亚云顶集团，这是一家全球顶级的娱乐公司，创始人林梧桐祖籍福建泉州市，旗下博彩业务已覆盖马来西亚、新加坡等多个地区。云顶集团对澳门赌牌垂涎已久，早在20年前便参与过竞标，但两次竞投均出局，无缘澳门赌牌。

时代周报记者了解到，经过与竞投委员会的多轮磋商，原来持牌的六大博企所提交的投标条件和承诺，在确保本地员工就业、开拓外国客源市场、发展非博彩项目等各方面达到了澳门特区政府的要求。2022年12月16日，澳门特区政府与六间获判给的公司签署了批给合同，博彩批给之年期由2023年1月1日起开始，至2032年12月31日届满。

根据澳门特区政府发布的第161/2022号行政长官批示，自2023年1月1日起，所有博彩承批公司可经营的博彩桌（俗称“赌台”）总数量上限为6000张，所有承批公司可经营的博彩机总数量上限为12000台。

赌台作为稀缺的生财工具，是博企最重要的资产。赌台数目被限制在6000张，这将限制了博彩收入的扩张速度。本次赌牌竞投，赌台也迎来重新分配，澳门赌王何氏家族旗下博企获批的赌台总数目有所减少，由原来的3230张变为2750张，但何超琼也是本轮赌台分配中的最大赢家。

具体来看，标书得分最高的美高梅中国获批赌台达750张，比目前经营的赌台数目增长35.9%；而澳博控股旗下澳娱综合的标书分数最低，获批的赌台较目前大减29.2%至1250张，是最大输家；新濠国际发展旗下新濠博亚获批的赌台减少17.8%至750张。

金沙中国与银河娱乐最新获分配的赌台与此前变动不大；永利澳门获批的赌台减少10.7%至570张，未来面临挑战更大。

“未来10年赌台数量的重要性将远比疫情前重要。”长期跟踪澳门博彩股的中泰国际研究部分析师颜招骏对时代周报记者说。

颜招骏表示，这主要是因为市场结构性转于大众市场，这将取决于赌台数量的上限。中介贵宾厅萎缩及内地经济疲弱均会影响高额投注的需求，未来博彩业的客人将由超高端向中至低端转移，每张赌台的平均博彩收入会有所下降。若博企要加快整体博彩收入的恢复速度，必然需要有更多的赌台；而发展非博彩元素是澳门特区政府的大方向，未来很难再发放更多的新赌台。

“美高梅中国或成为博彩股的黑马，公司的非博彩投资金额在中游位置，但获批最多增量赌台，更多的赌台易于调配及提升效率，母公司美高梅国际（MGM US）在非博彩的优势能够帮助公司脱颖而出，预计未来数年公司的业绩有较大增长动力。”颜招骏说。

瑞信认为，当行业结构向中端和休闲玩家倾斜时，考虑到赌桌（台）上调的幅度，美高梅中国将最为获利，银河娱乐和金沙中国为中性，对澳博控股和新濠国际发展略有负面影响，但对运营的影响或有限，而永利澳门最具挑战性。

押注非博彩元素，香港富豪最豪气

本次赌牌竞投，折射了澳门博企未来十年投资非博彩元素的新风向。

过去，博彩在澳门一业独大。2019年，澳门特区博彩毛收入高达2924.55亿澳门元，占澳门GDP的65.8%，博彩税收更是达到澳门特区政府总收入的80.1%。为此，澳门亦在改变“赌城”形象，发展多元化产业。

澳门特别行政区行政长官贺一诚发布《2023年财政年度施政报告》（下称《报告》）指出，目前澳门经济领域两项重要而紧迫的任务是加快经济复苏和推动适度多元发展，加快经济复苏是改善民生的物质基础，推动适度多元发展是破解澳门经济社会发展中深层次矛盾和问题的必由之路。

《报告》显示，澳门将采取“1+4”适度多元发展策略，“1”是建设世界旅游休闲中心；“4”是持续推动大健康、现代金融、高新技术、会展商贸和文化体育等四大重点产业发展，并提出争取未来非博彩业占本地生产总值约六成比重的目标。

“未来10年将是澳门转折点，只有做好非博彩元素才能巩固澳门‘一中心’的定位。”李伟农指出，拉斯维加斯发展某程度令旧区出现凋零，但澳门特区政府未来希望采取“以大带小”“互相促进”方向促进产业和社会健康发展。

六大博企也各自公布了未来10年的投资规划，投资总额共约1188亿澳门元，101亿澳门元投放于博彩项目，1087亿澳门元用于拓展外国客源及非博彩项目，投资重点包括娱乐表演、体育盛事、文化艺术、健康养生、主题游乐、美食之都、海上旅游等。

“澳门赌王”何氏家族虽然手握三张赌牌，但旗下三家博企投资金额不及总投资额的一半，未来10年将投资425.33亿澳门元，其中用于开拓国际客源及非博彩项目的金额为370亿澳门元。

澳博控股附属公司澳娱综合承诺，未来10年将投资140.33亿澳门元，其中120亿澳门元用于开拓国际客源及非博彩项目。

公司常务董事何超凤称，首阶段将主力开拓北亚和东南亚市场，并计划在多个具有潜力的市场设立办事处，推广非博彩业务，娱乐场内亦将设立国际旅客博彩专区等。

美高梅中国表示，未来10年投资额为167亿澳门元，其中在非博彩领域投资金额150亿澳门元。新濠博亚未来10年将投资118亿澳门元，当中逾100亿澳门元投放在非博彩元素方面。

金沙中国附属公司威尼斯人投资金额最大，未来10年将在资本及营运项目上投资300亿澳门元（约合37.5亿美元），包括将278亿澳门元（约合35亿美元）投资在非博彩项目，亦可从中吸引国际客源。

银河娱乐是投资非博彩项目金额占比最多的企业，未来10年将投入近284亿澳门元提升旗下度假城的设施及服务，当中投放于非博彩项目及开拓国际客源的金额接近275亿澳门元，占比达96.8%。永利澳门将投资合共177.3亿澳门元，其中165亿澳门元将用以开拓国际客源及进一步拓展多元化的非博彩项目。

颜招骏对时代周报记者表示，这次续牌主要投资在非博彩元素上，有关方面的投资回本期或会较长，投资回报率必然会下降，但相信未必会影响赌企的盈利能力，由于相关的非博彩设施能带动中场客访澳，变相对博彩收入带来协同效应，加上中场业务的利润率较贵宾厅业务高，估计2024—2025年博企的EBITDA（除利息、税项、折旧及摊销前利润）或有机会回复至疫情前的水平。

天风证券认为，本轮赌桌份额的重新分配使得行业未来发展更趋明晰，相关投资承诺有望进一步加速澳门博彩行业的多元化转型，利好积极开拓海外市场、非博彩业务多元化布局良好的博彩行业龙头。

马斯克财富蒸发1820亿美元 遭印尼富豪炮轰套现

时代周报记者 **何明俊** 发自广州

马斯克又打破世界纪录了，只不过这一次并不是好消息。

日前，吉尼斯世界纪录官网发布消息称，美国特斯拉公司首席执行官马斯克打破历史上最大的个人财产损失世界纪录。

《福布斯》数据显示，自2021年11月以来，马斯克已损失约1820亿美元；截至2023年1月，马斯克净资产从2021年的3200亿美元峰值降至1380亿美元，远超日本软银孙正义在2000年创下的586亿美元损失纪录。马斯克不再是世界首富。

马斯克的财富来源主要是特斯拉股票。为支付收购推特的440亿美元账单，马斯克去年通过抛售特斯拉股票筹集资金。特斯拉股价也出现大幅下滑。

时代周报记者注意到，2022年全年，特斯拉市值缩水约65%，一年内市值蒸发超过6000亿美元。目前，特斯拉总市值约为3570亿美元，远低于2022年年初的逾1万亿美元。

2023年1月，特斯拉中国官网宣布，在售Model 3和Model Y全系国产车型调整售价。Model 3起售价下降3.6万元，Model Y起售价下降2.9万元，其余版本降价幅度2万～4.8万元不等。

这距离特斯拉上一次大幅度降价不过两个多月。2022年10月，特斯拉将中国市场在售的Model 3和Model Y全系车型进行调价，降价幅度超1万元。

对比上次，这次的降价力度更强。降价前购买特斯拉的车主对此深感不满，全国多地出现车主齐聚特斯拉门店“维权”的情况。

特斯拉官方回应称，本次调价背后实质是独一无二的成本控制之极佳定律，涵盖了工程创新，在整车集成设计、产线设计、供应链管理、毫秒级优化机械臂协同路线等环节中从“第一性原理出发”，坚持以成本定价。

马斯克去年就已公开表示，倾向于在不让公司面临风险的情况下尽可能快地增长，通过降价增加销量。业内人士认为，特斯拉降价或与其上海工厂产能有关，当订单无法匹配产能，降价是刺激订单量增长的有效手段。

“特斯拉在去年8月二期生产线扩容后，产能大幅度增加。”2023年1月9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，“2021年特斯拉产能是每年45万辆，去年8月产能增至75万辆。尽管产能增加，但订单量并没有相应增长。”

海通国际研报数据显示，特斯拉中国2022年12月预计交付55796辆汽车，是5个月来的最低水平，较前一月下降44%，同比下降21%。

2022年国内新能源车呈销售集中度提升的态势，全年销售增量298万辆中，比亚迪和特斯拉两家龙头增量即占150万辆左右，占比超50%；而比亚迪通过低价和“纯电+插混”双轮驱动策略，2022年市场份额实现大幅提升，而特斯拉市场份额却下滑了4%。

“现在车型较少的特斯拉竞争力在下降，别的车企车型很多，中国消费者的要求也在逐年升级，特斯拉不得不通过降价手段来维持市场地位。”张翔表示，“但特斯拉降价会对中国二三线车企造成竞争压力，加速技术落后车企、小车企的退出。”

前述机构认为，与2023年比亚迪、埃安、奇瑞、长安等国内车企集体涨价形成鲜明对比，特斯拉选择集合其技术、成本、供应链端的优势，以大幅降价来提升市场销量，也宣告2023年电动汽车产业正式进入红海激烈竞争，全球车企到了面对巨大压力正面竞相角逐之时。

降价风波之外，马斯克还遭受散户投资者的指责。

Leo KoGuan（廖凯原）是特斯拉最大的个人股东之一。廖凯原出生于印度尼西亚，是IT供应商SHI International的创始人、董事长。在新冠疫情暴发之初，廖凯原抛售了所持的大部分股票，买入特斯拉长期看涨期权。目前，廖凯原是特斯拉第三大个人投资者，仅次于马斯克和甲骨文联合创始人拉里·埃里森。他之前是马斯克的狂热推崇者之一，近期却频频在社交媒体平台向马斯克发难。

“我百分之百支持特斯拉，因为我信任马斯克和特斯拉。然而，他现在正扼杀特斯拉。如果我知道事情会这样，我不会投资特斯拉。”廖凯原还在社交平台发文称，马斯克向特斯拉投资了约2亿美元，但却套现了400亿美元。

他希望，马斯克重新将注意力转回特斯拉。据福布斯数据，2019—2022年，廖凯原个人财富分别为10亿美元、14亿美元、22亿美元和60亿美元。特斯拉股价暴跌，他的财富也在萎缩。截至2023年1月9日，廖凯原个人财富已缩水至36亿美元。

2023年妖股来了！兔宝宝股价创出7年新高

时代周报记者 **谢敏** 发自上海

新年伊始，兔宝宝（002043.SZ）股价“平地起高楼”，走出7天4板的暴涨行情。

2023年1月13日，兔宝宝盘中也曾涨停，但随着卖盘增加，该股最终以下跌1.78%报收16.60元，最高曾涨至18.59元，这一价格是自2015年10月以来的历史新高。

但是，就在二级市场一片欢呼之际，兔宝宝的公司董事、总经理却表示要减持。

1月13日晚，兔宝宝发布公告称，董事、总经理陆利华直接持有公司股份756.1356万股，计划自本公告之日起15个交易日后的6个月内以集中竞价或大宗交易方式减持公司股份不超过189.0339万股（含本数）。

套现约为3100万元

自进入2023年，兔宝宝一改去年年末震荡走势，股价飞升。

自1月4日起，兔宝宝股价连续7个交易日上涨。1月10—12日，连续三个交易日，兔宝宝股票交易价格涨幅偏离值累计超过20%。

针对股票交易波动异常，兔宝宝在公告中回应称，公司不存在应披露而未披露的事项；公司前期披露的信息不存在需要更正和补充之处；近期公司经营情况及内外部经营环境未发生重大改变。

或是由于基本面难以支撑股价持续上涨，截至1月13日收盘，兔宝宝股价下滑至16.60元，跌幅达1.78%。

1月13日，为了解股价和经营情况等问题，时代周报记者拨打了兔宝宝董秘办公室电话，但始终无法接通。

1月13日晚间，兔宝宝发布公告称，公司董事、总经理陆利华将减持公司股份189.0339万股（含本数），拟减持数量占公司总股本比例不超过0.2446%，不超过其所持公司股份总数的25%。天眼查显示，陆利华为兔宝宝股东之一，持股比例为0.98%。

按照当日股价计算，陆利华此次拟减持套现金额约为3100万元。

资料显示，陆利华出生于1966年6月，初中文化，曾任义乌通达合板、德清双马木业有限公司常务副总经理、杭州海通木业有限公司总经理，浙江德华装饰材料有限公司副总经理，现任兔宝宝第六届董事会副董事长、总经理。

公告中，兔宝宝解释称，陆利华的减持原因为个人资金需求。

IPG中国首席经济学家柏文喜告诉时代周报记者，合乎监管的趁高减持可以获得更好的收益，现在减持，不过是趁股价高涨，有利于将投资收益落袋为安罢了。

香颂资本执行董事沈萌告诉时代周报记者，在当前需求转弱的经济下行周期，高管的股东与外部投资者相比，更加了解企业未来前景。但在涨停、特别是持续涨停的异常波动期，内部人士若减持，非常容易引起监管机构关注甚至是调查。

股价飞升的背后

1月13日，据东方财富个股人气榜显示，兔宝宝稳居人气第一。

官网资料显示，兔宝宝创建于1992年，是我国具有较大影响力的室内装饰材料综合服务商。于2005年5月10日在深圳证券交易所上市交易。

经过三十年的发展，兔宝宝已形成从林木资源的种植抚育、全球采购到生产、销售各类板材、地板、木门、衣柜、橱柜等多元化产品的产业链。公司以浙江为主要产业基地，持续对外扩张，已在江苏、江西等地形成一定规模的产业集群，并布局海外生产基地。

针对近日股价飞升，有网友在兔宝宝股吧中表示，兔年来临之际，买个兔宝宝；也有网友认为，兔宝宝不就是买个名字嘛。

纵览A股市场，兔宝宝是唯一名字中带“兔”的上市公司。有观点认为，兔宝宝股价的飞升或与“生肖行情”存在关联。

回顾以往A股市场，出现“生肖行情”的案例不少，出现时间主要是在农历年末。

例如，2022年1月，湖北广电出现8个交易日6次涨停，有网友猜测是因为公司名字中带有“虎”的谐音字。2021年2月，金牛化工连续7个涨停，有观点认为或与牛年将至有关。

中国家居、设计互联网战略专家王建国告诉时代周报记者，中国人炒股“技术”复杂，传统文化“生肖兔”令部分投资者认为是好意头，进而产生特别的投资偏好。

金融系统业内人士武忠言对时代周报记者称，投机炒作的本质无非是击鼓传花的游戏，以题材为噱头、炒概念、蹭热点等股市乱象由来已久，抛弃了基本面、技术面的考量，股价疯狂拉升再急剧下跌。

另一方面，兔宝宝作为房地产下游产业链的企业代表，对房地产行业的动向极为敏感。

政策面上，1月10日，人民银行、银保监会联合召开主要银行信贷工作座谈会。上海两会期间，委员建议调整楼市政策，试点放松限购。1月13日，武汉放松限购，

房地产政策不断放松，受行业利好提振，多只家居企业股价出现大幅上涨。

1月13日，除人气股兔宝宝涨停外，大亚圣象（000910.SZ）同样涨停。截至收盘，匠心家居（301061.SZ）涨幅达6.4%，梦百合（603313.SH）涨幅达6.26%。

王建国表示，防疫政策优化等信息，是相关产业的阶段性利好的来临，资本市场当然也会因此而走强。

沈萌表示，家居、家装行业的板块表现是受传统春节前后的消费高峰预期带动，而个股领先板块的表现就可能掺杂了游资炒作的可能。

业绩修复仍需时日

股价飞升得不到强有力的业绩支撑，终究只是昙花一现。

财报显示，截至2022年9月30日，兔宝宝营收58.73亿元，同比下降7.00%；归母净利润3.89亿元，下降25.63%。2021年，兔宝宝归母净利润增速高达171.24%。

兔宝宝的业绩如过山车般起伏，或与早先战略强化房企业务有关。2019年，兔宝宝斥资7亿元收购裕丰汉唐70%股权，试图加强与房企合作。

裕丰汉唐是以全屋木作类家具定制为核心业务，其主要优势在于，同国内各大房开公司建立了合作关系，为地产开发商提供集研发、生产、安装、售后为一体的一站式木作类精装工程配套服务。

收购后，双方签下三年对赌协议。按照双方约定业绩承诺目标，截至2021年年末，裕丰汉唐都超额完成目标。三年间，裕丰汉唐累计为兔宝宝带来并表利润3.55亿元。

加码裕丰汉唐，为兔宝宝业绩带来显著提升。硬币另一面，兔宝宝资金压力也在不断增加。

2019—2021年，兔宝宝应收账款增速分别为20.94%、666.98%、48.05%，远高于营收增速。截至2022年9月，兔宝宝应收账款仍然有11.85亿元，同比增加47.84%。

沈萌表示，应收增速高于营收增速，说明为了追求营收的成长，企业在现金流方面承担了更多压力。

截至2022年三季度末，兔宝宝货币资金4.96亿元，短期借款、一年内到期的非流动负债分别为6.7亿元，0.19亿元，现金无法完全覆盖短债。

中邮证券在研报中表示，当前来看，房地产政策、资金支持加码、市场信心修复，“保交楼”落地或将加快。地产链消费建材需求端边际回暖、应收账款回款压力减轻，消费建材企业将有望获得业绩改善。

政策利好落实到市场，往往需要一个较长的周期。地产回暖会带动板材市场，则需要更长的周期。兔宝宝业绩修复终将是一个慢过程。

“非理性投资背后容易导致一地鸡毛。”武忠言提醒道，投资者要以投资代替“投机”，摒弃侥幸心理、短期行为、机会主义，坚持价值投资、长期主义，多研究分析公司所处行业发展趋势、公司在行业中所占地位、拥有的核心技术、经营模式等。

11.85
亿元

千亿紫金矿业豪掷223亿竞标！2022年并购花超300亿元

时代周报记者 **何明俊** 发自广州

千亿市值“大矿主”紫金矿业（601899.SH；02899.HK）又有新的动作。

1月13日晚，紫金矿业发布公告称，全资子公司紫金国际控股有限公司拟参与竞拍新疆和田县火烧云铅锌矿（下称“火烧云铅锌矿”）探矿权。

公告显示，火烧云铅锌矿探矿权核心区估算锌铅资源金属总量1880.89万吨，锌+铅平均品位27.97%（锌23.37%，铅4.6%），是全球著名的高品位超大型锌（铅）矿，平均海拔在5600米左右，大部分可露天开采。

据时代周报记者了解，火烧云铅锌矿是中国迄今为止发现的最大铅锌矿床。

其中，3个探矿权范围内总矿石量超8000万吨，估算铅锌金属资源量1922.71万吨，其中，二区为主矿区，估算铅锌资源量1880.89万吨，平均品位锌+铅27.97%（锌23.37%、铅4.60%），已发现矿体13个。

紫金矿业在全球范围内从事铜、金、锌、锂等金属矿产资源勘查、开发及工程设计、技术应用研究，适度延伸冶炼加工及贸易金融等业务，拥有较完整的产业链。

1月14日，时代周报记者就探矿权相关问题致电紫金矿业，截至发稿前暂无人接听。

斥资223亿元以上参与竞标

据紫金矿业公告披露的探矿权相关拍卖信息，火烧云铅锌矿探矿权竞拍保证金为4亿元，底价（起始价）223亿元；中标人投标函中的报价即为应当缴纳的探矿权出让收益，首次缴纳比例为出让收益总额的30%（不低于人民币66.9亿元），剩余部分在转采后10年内分年度平均缴纳。

时代周报记者注意到，该探矿权拍卖对中标人的开发进度及建设均有要求。

公告显示，中标人须在取得探矿权后1年内依法转采；2年内完成全部区域的勘探工作；3年内按照绿色矿山建成达产达效，开采规模不低于200万吨/年、冶炼规模60万吨/年以上；5年内在和田地区建成下游铅蓄电池、锌合金、铅合金、铅材、PVC稳定剂、锌粉、氧化锌等深加工产业链，年产值不低于150亿元；吸纳当地群众就业不低于企业全员的50%。

中标人不仅要完成勘探、开采等工作，同时还需要在和田地区建设起产业链并且为当地群众提供就业岗位。这部分条件足以筛选掉大部分不具备资金和产业链布局实力的企业。

紫金矿业公告表示，若成功中标、开发，将极大提升公司锌（铅）资源储量和产量，公司有望成为全球第二大锌（铅）企业，增强公司在全球锌（铅）行业的地位和话语权。

尽管这次竞拍对紫金矿业而言，是一次重要的机遇，但由于火烧云铅锌矿的权益金及后续投资金额较大，且当地基础设施差，对紫金矿业的资金链和开发建设同样也是一次挑战。

2022年前三季度，紫金矿业归母净利润为166.67亿元，同比增长47.47%，但这一同比增速大幅下滑；2021年，得益于铜价大幅上涨，公司归母净利润为156.73亿元，同比增长140.08%。

时代周报记者注意到，紫金矿业的有息负债在飞速增加。财报显示，2020年、2021年、2022年前三季公司有息负债分别为659.12亿元、686.03亿元和1096.74亿元，分别占总资产比例为36.15%、32.88%和38.24%。

一年花超300亿“买矿”

有息负债大幅增加，或与紫金矿业2022年多次并购有关。

2022年1月26日，紫金矿业宣布出资约51.17亿元收购加拿大新锂公司100%股权。

4月29日，紫金矿业斥资76.82亿元收购盾安控股旗下资产，包括西藏阿里拉果错盐湖锂矿70%权益、江南化工9.82%股权、盾安环境8907万股股份等。

同年5月，紫金矿业又以17.34亿元收购龙净环保（600388.SH），成为第一大股东；6月30日，出资18亿元收购湖南厚道矿业有限公司71.1391%股权，拿下湘源锂多金属矿。

7—9月，紫金矿业又相继将新疆乌恰县萨瓦亚尔顿金矿、新疆伟福矿业、同源矿业、山东海域金矿30%权益收入囊中。

2022年10月，紫金矿业再次大手笔并购，花25亿元买下南美洲苏里南最大金矿——Rosebel金矿。截至2021年底，该金矿产量约占苏里南全国黄金产量的三分之一。11月，紫金矿业以40.63亿元买下招金矿业20%股权。12月，公司签署蒙古哈马戈泰铜金矿项目收购第二、第三阶段投资协议，预计总投资4380万美元。

据时代周报记者不完全统计，2022年紫金矿业用于收购各类矿产资源的资金已超300亿元。

紫金矿业大手笔“买买买”，引发市场关注。截至2022年12月末，被誉为“聪明钱”的北向资金前二十大持仓个股总市值为8339亿元，环比增长7.5%。其中，紫金矿业成为新进的前二十大个股，同时也成为12月北向资金持仓市值环比增长最大的个股之一，增持约176亿元。上一次北向资金增持紫金矿业还要追溯至2021年9月至2022年4月。

同花顺iFind显示，2022年紫金矿业股价区间涨幅为3.09%。1月13日，紫金矿业A股报收11.55元/股，涨1.14%，总市值2995亿元；港股报收12.48港元/股，涨0.161%。

新冠药物医保谈判结果出炉 辉瑞Paxlovid报价高未纳入

时代周报记者 **杜苏敏** 发自广州

2022年国家医保药品目录谈判工作于1月8日正式结束。备受瞩目的辉瑞新冠药Paxlovid并没能像业内流传等那样将价格下调至700元/盒，最终因报价高，未能进入医保。

此前有媒体报道，辉瑞实际的报价是600多元。不过，该说法并未获得官方确认。据财新援引渠道人士说法，“600多元绝对是假消息，没有这回事，辉瑞报价实际是要比600元高很多，1890元这个价格基本没降。”而在2022年12月28日，Paxlovid在国内的医保支付价格刚刚从2300元/盒下调至1890元/盒。

1890
元/盒

据多家蹲守在医保谈判现场的媒体报道称，1月7日，辉瑞公司参加谈判的代表、负责市场准入的中国区副总裁钱云于早上8:30进场谈判，直到下午1:20才出场，整个谈判持续了近5个小时，外界普遍猜测钱云负责谈判的产品是Paxlovid。

“Paxlovid未能通过国谈，结果在意料之外。”1月9日，医保领域研究者仲崇明在接受时代周报记者采访时表示，这对辉瑞的影响主要体现在两方面，一方面是立即丧失了医保对其全国临床放量，医保得以继续对辉瑞治疗新冠药物Paxlovid（下称“P药”）及其他新冠口服药“附条件使用”；另一方面，P药在真实世界的用药可及性可能变高，药企感受到“时不我待”之后，会重视自主合理定价、市场竞争，以及重视临床渗透和商业销售，特别是将扩大对社区医院、院前院、院前店的销售。

短期内仍可享受医保报销

2021年11月5日，Paxlovid正式诞生，该药由奈玛特韦和利托那韦组成，其中，奈玛特韦作为当中的中药成分，可以抑制3CL蛋白酶的作用，从而阻断新冠病毒在人体内的复制传播。彼时，《科学》杂志将其称之为“人类抗击新冠病毒的转折点”。

2022年2月，国家药监局附条件批准Paxlovid进口，售价为2300元/盒，允许患者在医院内凭处方购买。价格不菲且供应量不足，Paxlovid无法满足国内民众的需求。

降价符合大家内心的期盼，辉瑞因报价高未能进入医保，但短期内仍可享受医保报销。据国家医疗保障局医药管理司负责人透露，根据《关于实施“乙类乙管”后优化新型冠状病毒感染患者治疗费用医疗保障相关政策的通知》要求，《新型冠状病毒感染诊疗方案（试行第十版）》中的所有治疗性药物，包括Paxlovid、阿兹夫定片、莫诺拉韦胶囊、散寒化湿颗粒等，医保都将临时性支付到2023年3月31日。在此期间，新冠病毒感染的参保患者使用这些药品均可享受医保报销政策。

对于Paxlovid未能纳入医保，有企业人士向媒体分析称，一是该药供不应求，药企不愁卖；二是辉瑞不愿意破坏自身全球价格体系；三是该药在疗效上显示出一定的优势，也成为当下新冠治疗首选药物，就算不降价，预计该药在细分人群使用上，仍有很大需求空间。

有消息称，国家药监局于1月7日牵头与辉瑞就新冠口服药 Paxlovid仿制药深度合作进行相关谈判，获取在中国境内生产和销售辉瑞新冠特效药 Paxlovid 的仿制药许可，许可交易条款最快可能在1月22日敲定。

媒体报道，Paxlovid的本地化生产由辉瑞负责，需要通过CDE的批准。对于目前本地化生产进展如何，辉瑞方面回应称，公司仍将一如既往地配合政府和其他相关合作方，确保Paxlovid在中国市场的充足供应，以持续满足中国患者的新冠治疗需求，但目前尚无披露更多详细信息。

国产新冠药成功进入医保

作为首款国产新冠口服药，阿兹夫定此次国谈顺利进入医保。时代周报记者注意到，由于阿兹夫定治疗新冠的适应症在去年7月才获批，本次国谈只涉及治疗艾滋病适应症。

1月8日，真实生物副总裁刘勇在接受媒体采访时表示：“虽然我们这次是来谈艾滋病适应症的，但是因为药物涉及新冠治疗的特殊性，所以这一定价也会影响到新冠治疗的定价。”

据刘勇介绍，整个谈判过程很快，第一轮报价后，专家说价格和底价还是有很大差距，第二轮报价他们就直接把价格降下来了，所以谈判很顺利。在请示第二轮报价的具体数额时，真实生物创始人王朝阳给的答复是，“该降就降，这个时候不要考虑太多利益问题。”

“总体来说，我们整个过程都是心甘情愿的，已经做好了充分的降价准备，参与医保谈判的目的也是为了让更多的中国老百姓能用得起这一药物。”刘勇表示。

资料显示，阿兹夫定由复星医药（600196.SH，02196.HK）与河南真实生物战略合作开发。2021年7月，阿兹夫定被国家药监局附条件批准用于治疗高病毒载量的成年HIV-1感染者；2022年7月，阿兹夫定再获国家药监局批准，新增新冠感染治疗适应症，用于治疗普通型新冠肺炎成年患者。

随后，复星医药宣布，公司控股子公司复星医药产业与真实生物订立协议，阿兹夫定由复星医药产业独家商业化，合作领域包括新冠病毒、艾滋病治疗及预防领域。

截至2022年12月，阿兹夫定已在31个省、自治区、直辖市完成医保挂网，医保挂网价格为270元/瓶(每瓶35片,每片1mg)，并正加快在全国医院终端铺货，现已覆盖全国各地主要医疗机构，包括二级以上医院和基层医疗卫生机构等。

为解决目前阿兹夫定片供货量，真实生物联合各委托生产企业及原料药企业启动24小时满负荷生产，节假日不停工。1月9日，据河南省在新闻发布会上介绍，预计2023年1月下旬，阿兹夫定可以日产接近150万人份，可基本满足重症救治需要。

医保谈判桌上的新冠药品：Paxlovid已布局本土化生产

时代周报记者 **韩利明** 发自上海

2022年国家医保药品目录谈判工作于1月8日正式结束。

谈判结束当晚，医保局消息称，此次共有阿兹夫定片、Paxlovid、清肺排毒颗粒3种新冠治疗药品参与谈判。最终，阿兹夫定片、清肺排毒颗粒谈判成功，Paxlovid因生产企业辉瑞投资报价高未能成功。

医保局相关负责人同时表示，《新型冠状病毒感染诊疗方案（试行第十版）》中的所有治疗性药物，包括Paxlovid、阿兹夫定片、莫诺拉韦胶囊、散寒化湿颗粒等，医保都将临时性支付到2023年3月31日。

这也意味着，在此期间，新冠病毒感染的参保患者使用上述药品均可享受医保报销政策。

现阶段，国内新冠口服药供不应求。日前有消息称，国内一些药企有望得到授权生产和销售Paxlovid，许可交易条款最快可能在1月22日敲定。围绕该消息真实性，1月9日，时代周报记者联系辉瑞投资相关负责人，截至发稿未获回复。

此次参与医保谈判的辉瑞（PFE.NYSE）Paxlovid为2022年2月11日附条件获批进口国内；真实生物的阿兹夫定于同年7月25日获批增加治疗新冠适应症的申请。相比处于风口浪尖的新冠口服药物，清肺排毒颗粒相关市场信息较为有限。

Paxlovid布局本土化生产

随着我国疫情防控进入新阶段，消费者对新冠口服药的关注度和购买需求持续上涨，新冠口服药面临供需失衡局面。Paxlovid虽于2022年2月获批进口注册，但进口或难满足本土需求。

事实上，辉瑞已布局Paxlovid的本土化生产。2022年8月18日，华海药业（600521.SH）公告与辉瑞投资签订协议，华海药业将在协议期内（5年）为辉瑞在中国大陆市场销售的Paxlovid提供制剂委托生产服务。此次协议约定的制剂委托生产业务不具有排他性。

根据合作内容，辉瑞提供奈玛特韦原料药与利托那韦制剂，华海药业负责奈玛特韦制剂生产，并完成组合包装。对于双方合作进展，1月9日，华海药业相关负责人向时代周报记者表示，“我们现在是配合辉瑞加速推进Paxlovid本土化的各项工作，以保证在中国的充足供应。”

Paxlovid是奈玛特韦片和利托那韦片合用的治疗方法。对于利托那韦片，歌礼制药（01672.HK）曾在2022年10月28日宣布，与辉瑞投资就利托那韦100毫克薄膜衣片签订授权与供应协议。

根据协议，歌礼制药将非排他性地授权辉瑞在中国大陆使用歌礼的利托那韦片部分注册资料用于新冠药物Paxlovid，并为辉瑞在中国大陆生产和供应利托那韦片。协议自签订之日起生效，有效期为5年。该产品实际供应量取决于协议期内辉瑞中国的实际采购订单。

国家药监局显示，歌礼制药拥有目前中国唯一通过生物等效性研究获批上市的利托那韦口服片，其利托那韦片于2021年9月获批上市，生产单位为江苏宣泰药业。

目前，国内已有三款新冠口服药物获批上市，分别为辉瑞Paxlovid、默沙东莫诺拉韦、真实生物阿兹夫定。据时代周报记者初步统计，另有6款国产新冠口服药物进入3期临床阶段，包括君实生物（01877.HK）VV116、先声药业（02096.HK）SIM0417、众生药业（002317.SZ）RAY1216、前沿生物（688221.SH）FB2001等。

其中，君实生物日前在全球权威期刊公开发表了VV116“头对头”辉瑞Paxlovid临床试验结果。先声药业和众生药业新冠口服药3期临床试验入组近日已经完成。

据江苏省药品监督管理局消息，先声药业的新冠口服药最快可于2月上市。

“神秘”的清肺排毒颗粒

此次与Paxlovid、阿兹夫定一同参与医保谈判的，还有新冠治疗药品清肺排毒颗粒。

国家药监局官网显示，片仔癀（600436.SH）是目前唯一获批生产清肺排毒颗粒的企业，剂型为颗粒型。但在片仔癀官网的产品栏中并未展示“清肺排毒颗粒”。

1月9日，时代周报记者致电片仔癀，相关负责人表示：“片仔癀是清肺排毒颗粒的生产厂家，但该产品批文属于中国中医科学院中医临床基础医学研究所（下称“临基所”），我们根据对方订单生产。”

2021年3月2日，临基所的清肺排毒颗粒获国家药监局通过特别审批程序应急批准上市。

一同获批上市的还有中国中药（00570.HK）旗下广东一方制药的化湿败毒颗粒、步长制药（603858.SH）的宣肺败毒颗粒。上述药品皆为独家产品。

时代周报记者发现，清肺排毒颗粒目前在电商平台尚无售卖。

对于该产品的销售渠道，上述片仔癀相关负责人表示并不清楚，需要咨询临基所。

随后，时代周报记者致电临基所官网电话，未获接通。

清肺排毒颗粒踪迹难寻，但在电商平台上，有商家以“清肺排毒汤”的名义售卖相关产品。该产品售价差异较大，单剂价格在2～30元不等。

2020年2月6日，国家卫健委和国家中医药管理局下发《关于推荐在中西医结合救治新型冠状病毒感染的肺炎中使用“清肺排毒汤”的通知》，将“清肺排毒汤”推荐各地使用。19日，清肺排毒汤被列入《新型冠状病毒肺炎诊疗方案（试行第六版）》，为临床治疗期中医治疗首选用药。

2022年12月28日，根据《新型冠状病毒肺炎诊疗方案(试行第十版)》，针对非重点人群的早期新冠病毒感染者，可参照《新冠病毒感染者居家中医药干预指引》中推荐的中成药或中药协定方，进行居家治疗。

其中治疗第一条推荐的便是清肺排毒汤和中成药清肺排毒颗粒，适用范围为轻型、中型、重型、危重型病例，结合患者情况规范使用。

此外，《新型冠状病毒肺炎诊疗方案（试行第十版）》推荐的中成药还包括金花清感颗粒、连花清瘟胶囊（颗粒）、化湿败毒颗粒、宣肺败毒颗粒、散寒化湿颗粒等。

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 出境游复苏进行时

楼市复苏：一线城市“开门红”

时代周报记者 **刘婷 梁争誉 忻奇琪**
发自广州 深圳 上海

一年出台近600次楼市调控政策后，购房者观望情绪渐渐退去，房地产市场复苏回暖。进入2023年，北上广深等一线城市率先抢跑，楼市迎来“开门红”行情。

改善型购房者吴茗，开年便感受到了楼市回暖。1月11日，吴茗按照预约时间来到位于上海顾村的建发熙和府，门口排长龙、过道挤满了人、售楼处水泄不通的场景，着实将她吓了一跳。

“2022年年底，这个楼盘认筹时连房都选不完，那时买还能选房，现在认小筹也只有小户型可选了。”吴茗告诉时代周报记者，她从楼盘销售人员处获悉，近期该楼盘大户型热销，自己心仪的120平方米户型极有可能都抢不到。

从“客挑房”到“房挑客”，上海楼市加速从买方市场向卖方市场切换。

上海中原地产数据显示，1月2—8日，上海新建商品住宅成交面积35.21万平方米，环比增长38.38%。期内，上海首个高分盘诞生，绿城外滩兰庭入围分为97分，刷新2022年以来的最高入围分纪录。

楼市补涨，热盘先行。上海新房市场高开高走，深圳多个“网红盘”亦表现不俗。

时代周报记者从开发商处了解到，福田CBD豪宅公寓项目天元今年已成交4套，成交金额超2亿元。万丰海岸城瀚府在诚意登记期间，吸引意向登记超1200组，最终有552组购房者入围并完成保证金冻结，房客比接近1:1。

今年以来，一线城市楼市成交量走出低迷空间，逐渐回归正轨。中达证券研究团队数据显示，1月8—13日，42个主要城市新房成交面积环比上升17%。其中，一线城市环比上升较多城市为北京和深圳，分别环比上升63%和49%；一线城市累计成交面积上升约8%。

楼市转向已传导至营销端，不少开发商闻风而动，迅速调整布局战略。

1月16日，一名全国十强房企城市营销负责人对时代周报记者表示，今年集团的资源和资金将向一线城市倾斜，在整体费用收缩的情况下，砍掉低能级城市的人员和渠道成本，增加一线城市的经费预算。集团的主要节奏是上半年抢收、下半年加大供应，打好这场营销硬战。

新房市场回暖

楼市宽松政策的接力棒传递至一线城市和新一线城市，有力地推动了意向购房者的入市步伐。

2022年12月底，东莞33个镇区全面放开限购。2023年1月5日，深圳推广二手房“带押过户”模式，降低二手房交易成本。

广州购房者杜颖将换房计划提上日程，而能否换房的关键在于政策是否调整。1月15日，杜颖告诉时代周报记者，如果限售政策调整，她将出售现有的房源，购置一套新房。如果买第二套房不认贷，杜颖计划在广州周边买一套大户型房源，为日后生二孩做好空间规划。

“现在房价已经跌了，再继续跌概率不大。趁着我和老公发年终奖，加上平时的积蓄，凑一凑还是能买得起。”杜颖表示，近期她密切关注购房政策，如有利率下调、限售期缩短或降低二套房首付等政策，她将启动换房计划。

在广州，与杜颖一样将购房计划落地的购房者不在少数。贝壳研究院广州分院院长李茂喆透露，2022年12月以来，客户情绪逐渐化解，对房地产市场的信心越来越强。具体而言，2022年12月，广州新房案场单盘平均来访量/认购量的比值为8.5，即每8.5个来访客能带来1套成交。2022年1月，该比值为20.1，购房者买房行动力正在加强。

购房需求底部回升，开发商加大供应，借势抢收。刚需小跑入市后，楼市看房量、咨询量和认购量都有明显提升。

2023年开年，深圳刚需盘率先抢跑。海岸集团万丰海岸城瀚府和华润置地润晖府先后获批入市，合计推出729套住宅。

截至目前，润晖府已完成认购。华润置地披露的数据显示，润晖府开盘当天销售超过六成。可供对比的是，2022年全年，超七成楼盘开盘去化低于50%，华润置地抢收效果明显。

海岸城瀚府已经结束选房，从诚意登记数据来看，市场关注度颇高。根据开发商公开数据，在诚意登记期间，海岸城瀚府吸引意向登记超1200组，最终有552组购房者入围并完成保证金冻结，房客比接近1:1。

据一名深圳房地产中介观察，近期市场活跃度明显回升，“购房者恢复健康后，走出家门回到正常状态，有中介门店上周末（1月14—15日）带看了20多批客户。看新房、二手的都有，之前有五六批都不错了，买家也想趁着开发商还有折扣尽快入手”。

从结果看，开发商抢收行动收获颇丰。开年以来，一线城市新房市场回暖，开发商库存压力减弱。

时代周报记者获悉，1月2—8日，上海新房成交前十榜单中，上榜新房项目的签约都超过了百套，此现象在上海楼市成交史上极为罕见。其间，上海苏河玺270套房源全部售罄，销售金额超过35亿元。

进入1月中旬，上海多个新盘认购率走高，掀起买房热潮。1月9日开始认购的浦东浦江壹号项目，认购率达209%，触发计分制。1月12日结束认购的杨浦城投悦尚海，认购率高达136%。此外，招商虹桥璀璨时代、象屿招商公园、华发建发缦玥等新盘，多数触发计分制。

另一座一线城市北京，楼市也出现修复迹象。中指研究院数据显示，2023年1月以来，北京新房及二手房成交量有所回升。1月1—7日，北京二手房共成交1715套，较2022年12月同期成交套数增长16.1%。1月1—13日，北京新房周均成交18.9万平方米，较2022年12月周均成交规模增长76.9%。

房企调策略

于开发商而言，今年1月极为特殊，是难得一遇的销售旺季。元旦假期加上农历新年，一个月内两大营销节点，重要性不言而喻。

梁量是一名前五房企的营销人员，负责广州黄埔刚需项目的销售工作。农历新年将至，梁量和团队的主要工作是蓄客和接待。

“从目前我们跟客户沟通的情况看，今年很多客户都回老家，我们的判断是来销售中心看房的人会减少。但是精准率会提高，现在来看房的下定很快，买房意向也比之前明确多了。”梁量对时代周报记者表示，广州新房市场回暖从2022年第四季度开始已有迹象，最明显的表现是周末看房的人明显多了，成交周期也缩短了。

在梁量看来，1月的销售情况对集团全年的战略至关重要。他透露，在2020年以前，他所在的集团基本是提前半年制定销售计划，但近两年政策变化快，制定周期缩短至季度。集团实施以销定产，上一季度的销售情况，直接影响下一季度的投拓计划。“一季度的销售情况是全年的基础，而一季度最重要的是1月，这个月的销量直接决定第二季度拿不拿地，进而影响全年的投产计划。”

为此，梁量所在的房地产公司制定了线上蓄客、线下留客的策略。春节期间，所有营销岗人员全员在岗，每日向离穗客户更新楼盘信息，有问必答；对于线下客户，需要做到全程跟进，在岗人员以小组为单位，看房接送、现场接待、“逼单”等都有专门人员跟进，提高首次到访客户转化率和二次到访客户签约率。

多名房企营销人士对时代周报记者表示，今年其所在的集团调整策略，将营销重点往一线城市集中，三四线城市则采取降价卖房，清空库存后不再加仓的策略。

近日，中海管理层人士在年度总结会议上提出，2023年的重点是集中精力干大事，把钱花在大城市里面。资源更倾斜，继续投资重点城市、重点地段。

58安居客房产研究院分院院长张波对时代周报记者表示，核心城市核心区域将成房企布局和营销的重点。在房价走稳的前提下，市场将出现分化，不同城市的房价会有K形分化，部分城市房价可能会出现上涨。在同一个城市不同区域的房价，也会出现分化。

购房需求底部回升

从政策端看，2023年房地产政策维持2022年的宽松基调，助力房企改善流动性资金，鼓励和支持刚需购房者入市。

1月初，央行、银保监会明确从“资产激活”“负债接续”“权益补充”“预期提升”四个方面改善企业现金流。其次，银保监会会议提及民企融资“第二支箭”，融资渠道边际改善有望进一步加强。随着行业信心逐步回升，住房市场逐步企稳。

房地产环境得到改善，购房需求呈现底部回升态势。

近日，中指研究院针对全国城市居民的购房意愿进行了调查。调查显示，2022年四季度以来，购房需求呈现底部回升，占比约为63%，环比提升8个百分点。

其中，一线购房需求较为强烈，2023年购房需求占比达到56%。而二线、三四线购房需求随着能级逐步下滑，购房需求分别为44%、39%。

在房地产调整周期，一线城市房价跌幅是研究机构判断调控力度的重要指标。

而在复苏行情里，一线城市扮演着“领头羊”角色，带动低能级城市楼市回暖。

进入2023年，一线城市“看多”情绪高涨，多名研究机构人士认为一线楼市将实现领涨，进而传导至二三线城市，带动房地产市场整体回暖。

上海中原地产资深分析师卢文曦对时代周报记者表示，以上海为代表的一线城市，预计2023年上半年对购房者稍微会友好一些，尤其是对改善人群而言，这段时间是很好的窗口。面对即将到来农历新年的淡季，市场重心逐渐不在交易层面上，部分首改类产品还能做最后一波抢收。

仲量联行中国区研究部住宅市场负责人盛秀秀在接受时代周报记者采访时分析指出，随着社会生活逐渐步入正轨，加上支持性政策持续发力，住宅市场有望在2023年二季度和三季度稳步复苏。

（应受访者要求，吴茗为化名）

2 亿元

56 %

聚焦楼市复苏

2023年开年，楼市调控政策延续宽松基调，鼓励和支持刚需购房者入市成为发力点。在此背景下，一线城市率先回暖，多地楼市迎来“开门红”行情。

排队买房热潮再起 上海楼市迎“开门红”

时代周报记者 **忻奇琪** 发自上海

“上周末，我去顾村看了建发熙和府，到了以后发现大门口在排队，进去后人行过道上排满了人，售楼处大厅沙盘边上围满人，洽谈处也都坐满了人，现场起码有上百人。”1月11日，想要购置一套120平方米户型的购房者吴茗（化名）告诉时代周报记者。

据时代周报记者了解，吴茗所看的新盘并非处于认筹期。该楼盘已于2022年12月开盘，400多套新房仅获得300多组购房者认筹，并未触发积分制。2023年开年，建发熙和府迎来“开门红”。

1月10日，仲量联行中国区研究部住宅市场负责人盛秀秀在接受时代周报记者采访时分析指出，随着社会生活逐渐步入正轨，加上支持性政策持续发力，住宅市场有望在2023年二季度和三季度稳步复苏。

同日，上海中原地产市场分析师卢文曦也在接受时代周报记者采访时指出，尽管1月不是传统的政策窗口期，但近期楼市暖风不断，住建部、央行接连对房地产行业表态，意味着后续政策利好将迅速落地兑现。

“政策出台越早，市场扭转低迷状态时间越快。”卢文曦表示。

首改类产品加速抢收

2023年首周，上海第8批新房陆续入市，在充足的市场供应下，上海新房市场持续向好。不仅是外环的刚需刚改项目，中心区的新房项目也迎来看房热潮。

近期，一位上海内环新房项目的案场销售告诉时代周报记者：“从12月份上旬开始就能感受到市场回温了，双休前来看房的购房者数量有所增加，基本上都要接待到晚上才能结束。大部分购房者更加关注大户型，改善需求走高明显。”

上海中原地产数据显示，上周（1月2—8日）上海新建商品住宅成交面积35.21万平方米，环比增长38.38%。从区域分布来看，个别区域的“超常发挥”带动全市成交走高。

从成交产品结构看，中高端产品为主的大格局未变。成交前十榜单中，有4个单价10万元/米^{2}以上的产品，其余均为3万～6万元/米^{2}的首次改善项目，排名前三的项目分别为越秀保利嘉悦云上、招商苏河玺和万科掌心原舍。

时代周报记者发现，在当期上榜新房项目的签约都超过了百套，此现象在上海楼市成交史上极为罕见。

以新世界中国与招商蛇口联合发展的上海苏河玺为例，该楼盘270套房源全部售罄，销售金额超过35亿元。第七批次新房入市名单显示，招商苏河玺推出270套84～149平方米公寓，备案均价105200元/米^2，入围比例是2.5。

居榜单第三位的万科掌心原舍上周（1月2—8日）网签累计146套，共29568平方米。该项目位于嘉定安亭板块，是万科安亭新镇最新一期的别墅项目，容积率地址0.36，主力户型为180～190平方米的叠拼产品，套均总价在870万～920万元，而合院产品套均总价为950万～2200万元。

随着第八批新房陆续完成网签，新年首周，上海新房市场的热度有望持续。

1月9日开始认购的浦东浦江壹号项目，均价为12.98万元/米^2。该楼盘在第八批次新房中，共推出163套房源。据时代周报记者不完全统计，该楼盘认购时间于1月13日正式结束，但截至1月12日上午，其认购率已达209%，直接触发计分制。

1月12日结束认购的杨浦城投悦尚海，均价为10.8万元/米^2，221套房源累计获得300组购房者认购。虽然没有触发计分制，但其认购率已高达136%。此外，第八批次新房中，均价5万～6万元/米^{2}范围之内的招商虹桥璀璨时代、象屿招商公园、华发建发缦玥等新盘，多数触发计分制。

住宅市场有望年中复苏

“短期面临农历新年的淡季，市场重心逐渐不在交易层面上，部分首改类产品还能做最后一波抢收。供应回落在意料之中，后续也会逐步传导至交易层面。随着利好不断提振市场信心，市场正好利用淡季盘整的窗口期理解和消化政策，蓄势未来行情。”卢文曦进一步指出。

盛秀秀表示，上海一手房限价有望小幅松动，短期内高端一手价格将继续迎来小幅增长。但高端二手价格在2023年上半年可能进一步下跌，并于2023年下半年在上海全面恢复生产生活秩序、置业信心回暖后止跌和企稳。

由于2022年上海住宅用地高位供应，保持着“零流拍”的纪录，受土地市场传导，2022年上海新房市场新增供应保持充足，全年新增供应量达1154万平方米，同比增长41.6%。

仲量联行统计，在高端住宅市场，2022年四季度共有5个新项目合计1067套住宅入市，环比增长35.9%，新项目平均售价在12.5万～14.5万元区间内。一手住宅限价松动之下，四季度高端一手价格环比小幅上涨1.4%至12.97万元/米^2。

据媒体报道，从2022年开始，上海新房供应明显走高，全年入市超9万套房源，创2016年以来最高水平。预计2023年上海新房供应量或创新高，全年预计有近300个楼盘入市。

新房海量供应，也将一定程度上挤压了二手房市场。盛秀秀预计，在高端二手市场方面，由于一二手价格倒挂现象仍然明显，大部分购房者首选新房，加上新房市场供应充足，或将使得二手市场整体需求转淡。

东莞连发楼市利好 二手房业主捂盘惜售

时代周报记者 **梁争誉** 发自深圳

东莞的房产经纪人又开始忙碌起来。

1月11日，协助一名客户办理房产过户手续；1月8日，周日，门店收到3位别墅客户咨询，带看1位——这是樟木头经纪人陈光洁最近的日程。“放在以前，一个月都很少能接到别墅客户。”从业9年的他说。

虎门的王丹也有同感，最近的电话咨询明显增加。她已经闲了一年，“这么说吧，虎门大概有1000名经纪人，去年就网签了300来套二手房，平均一个人一年卖不到半套房，很多人都转行业了”。

经纪人的忙碌，源于新年旧岁之交接力落地的利好政策助攻。

2022年12月26日，东莞全域暂停限购；12月30日，东莞推行存量商品房“带押过户”模式；2023年1月9日，东莞正式执行差别化住房信贷政策。

利好频出，楼市回温。诸葛找房研究中心数据显示，限购放开首周（2022年12月27日—2023年1月2日），东莞新建商品房周成交量环比上升950%。

不过，一线从业者并没有如此剧烈的“体感”。

陈光洁透露，近期客户咨询量的确有所上升，但因为临近过年更多人延后了置业计划，部分卖房业主产生惜售的苗头，“很多业主看好年后的市场，最近我们有几单因为业主反价没谈成，涨价幅度在2%～5%之间”。

东莞中原地产研究院执行院长车德锐获得的数据显示，限购放开首周（2022年12月26日—2023年1月1日），东莞新建商品住宅周成交量549套，环比仅上升1%。“政策支持力度大，但市场表现跟不上节奏，再加上马上过年了，市场热度昙花一现。”

市场回暖不及预期

过去半个月，东莞密集发布三项楼市宽松政策。

2022年12月26日，东莞市住房和城乡建设局、东莞市不动产登记中心联合发布《关于进一步优化房地产调控政策的通知》，莞城、东城、南城、万江、松山湖暂停实行商品住房限购政策。至此，东莞33个镇区全面放开限购政策。

针对二手房市场的优化政策接力发布。2022年12月30日，东莞市住建局等7部门发布《关于推行存量商品房“带押过户”模式的通知》。这一模式，有利于降低房屋交易风险和成本，缩短房屋交易周期，激发存量商品房市场交易活力。

今年开年，市场流传多时的差别化住房信贷政策正式落地。1月9日，东莞市住建局官方购房意向登记系统“莞e认购”更新了关于执行差别化住房信贷政策相关信息——自2023年1月6日起，首套房最低首付降至20%，房贷已结清或有1套房在供的最低首付30%，不再区分普通住宅和非普通住宅。此前，144平方米以上的大平层及别墅等非普通住宅，首付需六成。

利好接连落地，市场表现不一。

部分新盘开启休假模式。虎门新盘销售张波进入勿扰状态，朋友圈已停更一周。此前，他一天至少要发五六条朋友圈，更新项目动态以及政策的变化。

也有新盘积极拓客。招商蛇口一项目推出45天无理由退房、赠送物管费等手段吸引客户。

结束年底冲刺任务的项目又“挺直腰杆”。保利发展一新盘因为年底让利幅度较大，已经回收5%的购房优惠折扣。

整体来看，新房市场表现平淡。据车德锐观察，开发商要么已经放假，要么在放假的路上，“去年的销售情况让他们没办法一下子乐观起来，营销工作都推到年后再说”。

相较之下，二手房略显活跃。

“反应最快的是二手房业主。”车德锐透露，上周末（1月7—8日）的带看量和成交量都有所上升，投资客率先进场，小部分业主暂缓放盘或上调报价。

贝壳找房官网显示，东莞放开限购当日午间，二手房挂牌量为56753套，1月13日午间，这个数字为54496套，减少超2000套。

价格方面，据诸葛找房数据，各项宽松政策落地以来，东莞平均每天的涨价房源在50～80套之间，大部分二手房业主涨价幅度在3万～10万元之间。部分涨幅惊人的房源，则是从参考价调整为市场价。譬如长安中心区信义怡翠豪园一套在贝壳找房挂牌出售的3房单位，报价从参考价的371万元变更为挂牌价510万元。

“最近，贝壳找房官网显示的价格陆续从官方参考价恢复成实际挂牌价，导致部分平台抓取的数据显示业主大幅涨价，是个误会。”一名知情人士表示。

卖家信心修复，买家依旧踌躇。多名意向购房者表示，首付下降后，月供压力增加，“总价300万元的房子，月供前后相差1000元左右，利息多了10多万元”。

多重因素作用下，东莞楼市依然在低位徘徊。

根据中原地产研究院监测，限购放开首周，在售新盘来访量上涨58%，主要是因为前一周东莞进入疫情高发期，来访量基数较小，加上元旦暖场活动拉升，实际并没有出现明显高热现象。

成交方面，限购放开首周，东莞新建商品房成交1272套，环比上升53%。需要指出的是，其中车位成交557套，大幅拉高整体成交量。新建商品住宅实际成交549套，环比上升1%，成交量仍处于较低水平，不及2022年全年周均成交量，市场仍待逐步修复。

一、二手房分化加剧

过去一年，东莞多次出台楼市宽松政策。

据中原地产研究院统计，2022年，东莞先后6次发布楼市政策——5月14日，增值税免增年限5年改2年，多孩家庭可新增购买一套住房；7月4日，28个镇街暂停限购，非限购区域首付降至两三成；11月9日，放开限价，新旧项目可自主定价等。

多重利好刺激下，市场表现不及预期，一、二手房分化加剧。

2022年，东莞新建商品住宅供需创2008年以来新低。供应方面，新增供应约334万平方米，同比下跌近四成；成交方面，由于疫情反复、经济低迷，购房者购买力和购买意愿大幅下降，全年新建商品住宅成交约286万平方米，成交金额约813亿元，同比均下跌超四成。

供需萎缩，库存走高。

截至2022年年末，东莞新建商品住宅库存面积约432万平方米。按过去6个月的销售速度计算，去化周期上升至14个月，同比拉长2.6个月。“销售周期拉长，导致部分楼盘从期房卖成准现房或现房。”车德锐说。

二手市场因为限售3年改2年、增值税免增年限5年改2年等利好提振，量价齐升。2022年，东莞二手住宅过户20891套，同比上升19%；过户均价21409元/米^2，同比上升14%。

二手房交易活跃，主要受业主降价抛售影响。中原地产研究院数据显示，南城、塘厦、虎门等多个二手标杆盘，房价降幅在30%左右。过户均价上升，则是因为主城区和环松山湖片区等高价区域二手房成交明显放量，拉高均价。

陈光洁最近促成一单改善性交易，“价格低、首付低，买家就入手了。”他介绍，这位买家购入的是樟木头一标杆大盘，单价约1.7万元/米^2，“（这个价格）和高峰相比跌去近30%，2020年涨上去的都跌回来了，房价回到2019年。”

对于2023年东莞楼市走势，业内普遍持谨慎但乐观的态度。

诸葛找房数据研究中心高级分析师关荣雪认为，东莞限购等政策的放松，是地方楼市发展推动下的产物。在此前强化政策调控下，东莞房地产市场运行逐渐回归理性，限制性住房消费政策迎来宽松局面是大势所趋。“由于2023年东莞商品房供应较为充足，因此适度放开限购限售政策也是为明年市场供需两端稳健发挥打下坚实基础。”

科技公司年会比拼降温 互联网大厂变低调

时代周报记者 **冯潇慧** 发自广州

临近春节，一年一度的年会抽奖成为科技圈热议话题。

从目前公开的年会奖品看，游戏公司今年出手依旧“阔绰”，年会奖品十分丰厚，包括电脑、手机、黄金等。

与去年相比，不少游戏公司提升了奖品配置。

例如，莉莉丝游戏公司年会特等奖总价值提高超2万元，前四个奖项获奖数量扩大两倍不止。

相比之下，此前一向豪气的互联网大厂则变得低调许多，再难见往年热闹景象，奖品也出现缩水情况。

“抽奖红包变少了。公司降本增效深入到了方方面面，也包括年会奖品。”1月12日，国内某互联网上市公司员工向时代周报记者吐槽。

对于今年的年终福利，不少互联网大厂打工人表示“心里很凉”，但却更害怕被裁员。

游戏公司奖品多在万元以上

尽管过去一年科技行业整体下行压力不小，不少公司都喊出降本增效，但游戏公司的年会奖品却仍然“豪横”，其中又以上海游戏公司奖品福利最受关注。

不久前，沐瞳科技、叠纸游戏两家上海游戏公司2023年年会奖品清单率先曝光，其奖励力度之大，着实令不少普通打工人羡慕。

沐瞳科技官方在脉脉平台披露，其年会特等奖包括LV(PASSY链条包)、LV(棋盘格登机箱20英寸)、MacBook Pro+iPhone 14 Pro Max组合、外星人m15 R7、索尼Alpha 7各一个，中奖率为0.35%。

莉莉丝年会一、二、三等奖的奖品价值也有所提升，获奖人员总数从去年的35名变为今年的90名。

一等奖为8台13英寸MacBook Pro和13台iPhone 14 Pro Max，价值都在万元以上。

相比去年全员普发的奖品，今年沐瞳科技的礼品价值上线提升不少。

同样位于上海的叠纸游戏，今年也提升了年会奖品配置。从曝光的礼品清单来看，其特等奖奖品为Chanel 19链条晚宴包，以及Chanel 2023春夏款手柄方胖子，中奖名额1名。据京东平台显示的价格，其奖品价值上限比去年提升几万元。

叠纸游戏年会一等奖奖品包括LV RANDONEE邮差包、DIOR迷你Book Tote手袋、外星人 m15 R7笔记本电脑等。

中奖名额20名，不仅价值上限有所提升，中奖名额也比去年多了5名。

此外，叠纸游戏年会的二、三、四等奖奖品也十分可观，包括Apple iPhone 14 Pro Max 256G、华为Mate Book X Pro 2022、Apple iPad Air 256G、Apple Watch Series8等产品。

1月13日，叠纸游戏相关负责人向时代周报记者表示，上述曝光礼品清单是真的，目前礼品已经发完。

要数今年对年会奖品价值的提升幅度，莉莉丝绝对称得上一号。

一份网传的莉莉丝2023年年会抽奖奖品清单显示，特等奖奖品包括MacBook Air、iPhone 14 Pro Max、Apple Watch Series 8、iPad Pro、AirPods Pro 第二代，总价值5万元，数量为5名；去年同期仅有3名特等奖，奖品也仅有MacBook Pro 14英寸一种。

与此同时，莉莉丝年会一、二、三等奖的奖品价值也有所提升，获奖人员总数从去年的35名变为今年的90名，翻了两倍不止。

在阳光普照奖励方面，奖品包括AirPods Pro 第二代、Bose QC45头戴式蓝牙耳机、Marshall UXBRIDGE VOICE无线蓝牙音箱、FILCO 104键双模圣手二代机械键盘，中奖率100%，价值和去年相差不大。

1月13日，莉莉丝相关负责人向时代周报记者证实了上述所曝年会奖品的真实性。

除上述游戏公司外，FUNPLUS、蛮啾、库洛等游戏公司的年会奖品也十分豪气。

其中，FUNPLUS的年会特等奖奖品为“苹果全家桶”、“游戏全家桶”和“中国黄金”三选一，总价值均在2万元以上；库洛的天选之人奖包括LV手提包、MacBook Pro、iPhone 13 Pro Max等产品，最高价值奖品市面价格也是在万元以上。

互联网大厂年会变低调

与游戏公司晒出高价值年会奖品相比，包括阿里、字节跳动、百度等在内的互联网大厂，今年则显得有些平静。

在公开的社交平台上，鲜少有大厂员工晒出自家公司的年会奖品，各互联网大厂官方社交账号对此也缄口不提。

1月12日，一名腾讯公司员工告诉时代周报记者，部门的年会奖品包括iPhone、AirPods、京东卡3000元、按摩仪等，以及答题红包28.8元。

“跟去年相比，答题红包金额变少了。感觉公司也变穷了，一直在降本增效。”该名员工向时代周报记者如此感慨道。

针对年会奖品，国内某互联网大厂官方微博近日发布一则“老板定的办公室年会抽奖奖品，就这”的内容，内容显示该公司年会奖品包括“迟到券一次”“1420元大额补贴券”“和老板共进午餐一次”等内容，还加上了“年会抽奖抽到了脏东西”的标签。该消息一经发布迅速登上了微博热搜榜，引发网友吐槽。

在许多人印象中，互联网大厂福利好，年会奖品向来价值不菲。事实上，把时间拨回到几年前，曾经互联网大厂年会，确实热闹非凡，不仅请明星助阵还有发现金、发股票等各种福利。

2019年，阿里在杭州奥体中心举办20周年年会，现场人数多达6万人。

节目开始前将近两个小时的花车巡游嘉年华，整场年会累计20个节目，每个节目都显示着这场年会的热闹和盛大。

2020年，有阿里员工爆料，当年职级P6的他年终奖就拿到34万多元，以及当时市值大约75万元的股票。

同年，腾讯的年会被网友戏称为“土豪年会”，直接邀请了当年大热团体火箭少女101和RIE，加上黄晓明、胡夏、孙燕姿等娱乐圈明星，阵容堪比演唱会。

情况在2021年开始改变，当年百度、美团、快手等互联网公司关于年会的消息明显变少，既不见诸媒体报道，也鲜有员工晒出奖品，腾讯、高途等公司直接转办“云年会”。

而刚刚过去的2022年，“降本增效”“开源节流”更是成为各互联网大厂发展的关键词。

在脉脉平台上，有认证为小米员工的网友发文表示：“因为造车，没有年会，没有奖品，甚至年终奖还不知道有没有。”

行业降温，深处其中的互联网人自然有所感知，不少员工对福利待遇降低也已有心理准备。

“不裁员就很好了，对年会奖品没什么期待了。”成为部分互联网人当下的心声。

时代财经

从此刻，向未来

时代财经
企业第一财经读本

2017年

财经APP排行榜榜首

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

2017年

中国鼎媒奖—最佳新闻客户端

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

2020年

金鸣奖2020年度最具突破创新APP

时代财经用户量已突破2500万。在第六届移动互联网营销峰会颁奖盛典中，荣膺–金鸣奖2020年度最具突破创新APP。

扫码下载时代财经APP
阅读最新资讯

视频号商业化两年

上接P1

内外部因素共同作用下，视频号发展提速，在构建内容生态的同时，还承载了腾讯收入增长的希望。于是，2022年视频号在商业化上露出了更大野心。

据时代周报记者观察，2022年4月崔健演唱会开始，视频号便推出礼物打赏功能并搭载商业广告；5月的周杰伦演唱会已开启周边售卖。

1月11日，DCCI互联网研究院院长刘兴亮告诉时代周报记者，据其所知，视频号演唱会来自赞助等方面的收益不错。

更多商业化动作发生在2022年下半年，视频号不仅推出了视频号小店，近期还开始向商家收取技术服务费。

据媒体报道，7月上线的视频号小店一改此前微信小商店与视频号分属两个团队的局面，将视频号小店和视频号直播电商业务纳入一个团队，增强电商及直播带货功能。同月，视频号接入信息流广告。2022年年底，视频号宣布2023年1月起面向商家收取技术服务费。

视频号多项商业化举措带来的营收可见或可预估。

2022年第三季度财报电话会上，腾讯高管称视频号第四季度单季度广告收入有望达到10亿元。若按每季度10亿元计算，每年视频号带来的广告收入将占腾讯收入的0.7%左右。考虑到广告业务刚起步，中信证券对未来收入的预估更高，认为开启信息流广告变现后，视频号2023年的广告收入有望达370亿元，即有可能占腾讯年营收的6%左右。

有报道称，视频号向商家收取的技术服务费率在1% ～ 5%，绝大多数品类费率为2%，以直播电商日交易额1亿元计算，视频号每天此项收入将达200万～ 500万元。

信息流广告加上技术服务费等商业化项目，视频号未来成为腾讯坚挺的业务增长点似乎不成问题，但这仍需时日。

1月11日，钉科技创始人丁少将向时代周报记者指出，很多互联网产品只有行业第一，没有行业第二，或者有第一、第二但没有第三，视频号虽不至于被快手、抖音全面压制，但从平台发展看，不论是创作者迁移还是用户习惯迁移都不易。

视频号能为腾讯带来多大利润增量也是一个问题。

2022年第三季度，视频号直播服务相关的收入分成成本、服务器与频宽成本已增加。这意味着，视频号如果对演唱会等持续高投入，而缺少有效的变现机制，对腾讯的利润贡献可能缩水。

构建商业生态

短视频商业化模式已然成熟，微信将直播打赏、技术服务费等商业化模式移植至视频号并不难。要实现流量变现，更难和更关键之处在于构建商业生态。

对视频号而言，依托微信生态，培育出一套不同于快手、抖音的商业生态是可能的，但独特的商业模式要跑通，也并不容易。

经过两年快跑，视频号的独特之处已十分明显。

内容生态上，其有薄弱之处，既因缺少顶级创作者而备受市场分析人士诟病；又因内容运营和创作生态不完善，让市场分析人士质疑视频号难以承接“抖音2022卡塔尔世界杯”这类大型策划。一定程度上，这些薄弱之处，会成为视频号商业化的阻碍。

但视频号的长处也十分明显。与快手、抖音娱乐化内容占比较高不同，视频号此前时政新闻类、泛知识类、生活类等视频类型已有一定占比。2022年，视频号泛娱乐、泛生活、泛咨询相关内容播放量又分别同比增长185%、291%、237%，呈现出较强的生命力。

在刘兴亮看来，视频号内容上的战略与快手、抖音不同，后者主动将资源向头部倾斜，前者的打法更注重培育腰部。视频号的内容更加多元，从中培育更多腰部创作者、进而激发商业化有不小潜能。

视频号显然想发挥优势、补齐短板。视频号此次宣布，扶持创作者的“北极星计划”升级，优质创作者最高可获百万流量扶持，针对音乐、搞笑、游戏等垂类启动专项激励计划。

视频号另一独特之处在于熟人社交。近日有用户告诉时代周报记者，由于视频号会推荐好友点赞的视频，基于隐私考虑，其观看视频时慎于点赞分享。“好友点赞”一栏会推荐与好友工作相关的宣传视频，这一定程度上也影响观感。

这可能给视频号内容广泛传播造成障碍，但这对商家运营私域流量有一定帮助。有商家向媒体表示，视频号效率高，可直接在直播间请用户加微信，将私域用户导入公域后，借视频号算法，还可为品牌商家带来更精准的公域流量。

基于商业化考虑，视频号欲发扬公私域结合的优势，视频号团队表示，视频号要成为微信体系内最原子化的内容组件，完善“视频号+直播”功能，直播带货将打通商家及供应商链条，视频号还将于近期发布品牌商家激励计划。

由最新动作看，视频号正在扬长补短、打造不同于快手、抖音的内容和商业生态，在此背景下，其商业化进程在2023年有望进一步加快。

6%

寻找新隐形冠军

手机代工巨头三度闯关A股

时代周报记者 **杨玲玲** 发自广州

站在手机企业背后的ODM厂商，似乎不想再闷声发财，逐渐从幕后走向台前。

近日，上海龙旗科技股份有限公司（下称“龙旗科技”）递交招股书，拟冲刺沪市主板。

龙旗科技被称为手机ODM三巨头之一，是小米、荣耀、OPPO、vivo等手机厂商的代工大户，曾交付Redmi 9A/9C、Redmi Note 10等累计出货量超千万台的“爆款”产品。

Counterpoint 数据显示，龙旗科技2021年智能手机出货量达1.08亿台，占全球智能手机ODM/IDH出货量的21%，位居全球第二位。

2019—2021年及2022年上半年，龙旗科技分别实现营收99.74亿元、164.21亿 元、245.96亿 元 和152.83亿元；但同期归属净利润分别仅为9761.67万元、2.98亿元、5.47亿元和2.47亿元。

对ODM厂商来说，绑定手机品牌，稳定供货渠道是发展的关键。早在8年前，龙旗科技便引入小米董事长兼CEO雷军作为公司的间接股东，也是公司第二大股东，仅次于实控人杜军红。

近年来，小米深入企业发展的方方面面，小米集团执行董事兼高级副总裁刘德，在龙旗科技担任董事，同时，小米还是龙旗科技的供应商和大客户。招股书显示，2021年和2022年上半年，龙旗科技向小米的关联销售金额，已经占到整个营收的半壁江山。

“企业过度依赖单一大客户，而且该客户还是企业关联方，这个情况是监管部门关注的重点，此前曾有多个IPO企业因此撤回申请书。”1月12日，深度科技研究院院长张孝荣对时代周报记者分析称。

针对公司高企的应收账款、与小米的关联交易，以及未来的可持续发展等问题，时代周报记者发送采访提纲至龙骑科技电子邮箱，截至发稿未获回应。

负债率明显高于同行

龙旗科技和华勤技术、闻泰科技（600745.SH）一起被称为“手机ODM三巨头”，共同占据全球手机ODM超过70%的市场份额。

龙旗科技由中兴老将杜军红创办，此前两次冲击深交所，均以失败告终。近日，龙旗科技转战上交所申请主板上市。

本次龙旗科技拟募资18亿元，其中“惠州智能硬件制造项目”和“南昌智能硬件制造中心改扩建项目”分别拟投入8亿元和4亿元，另外2亿元投入上海研发中心升级建设以及4亿元用于补充营运资金。

值得关注的是，招股书显示，龙旗科技在2021年与2022年先后进行过3次分红，金额分别为1亿元、1.62亿元与2.93亿元，合计5.55亿元。

从股权结构来看，截至招股书签署日，公司前十大股东占总股本比例超过75.09%，其中杜军红通过控制昆山龙旗和昆山龙飞控制龙旗科技34.97%的股份。换言之，分红中获利最多的就是大股东。

分红背后，龙旗科技的资金压力其实并不小。

有市场观察人士提出，手机供应链特有的付款周期，使得其体量越大，资金压力越重，高存货、高应收账款的风险也越大，如果没有强大的资金做支撑，如同“大象在钢丝绳上跳舞”。

根据招股书，2019—2021年以及2022年上半年，龙旗科技资产负债率分别为87.17%、88.45%、80.20%和81.20%，负债率情况明显高于同行业中华勤技术、闻泰科技、工业富联、立讯精密、歌尔股份5家公司。

同时，报告期各期末，龙旗科技的应收账款账面价值分别为25.57亿元、66.67亿元、67.44亿元和70.75亿元，占各期末流动资产总额的比例分别为38.70%、59.64%、53.52%和51.62%。

“如果公司货款未能及时收回，或供应商对公司的信用政策发生不利变化，公司短期支付能力将面临较大压力，存在一定的偿债及流动性风险。”龙旗科技在招股书中说道。

与小米紧密绑定

负债率较高的同时，龙旗科技对大客户的依赖症也日益凸显。

报告期内，其向前五大客户的销售金额占营收的比重分别为88.20%、93.65%、89.40%和 91.35%。其中，龙旗科技向小米的关联销售合计占营收的比例分别为12.52%、41.96%、57.66%和 49.20%，占比偏高。

龙旗科技向小米的关联销售金额中，Redmi 9A/9C、Redmi Note10两款机型涉及收入占比较高。同时，2022年以来，龙旗科技与小米新增合作的量产产品包括 Redmi Note 11、Redmi 10A/10C、Redmi 11C等。时代周报记者查询发现，这几款机型均为千元机。

深度绑定小米的龙旗科技，眼下也患上了严重的“小米依赖症”。

到本次发行前，天津金米、苏州顺为分别持股3697.18万股、3314.45万股，持股比例为9.13%、8.18%，是公司的第三大股东和第四大股东。天眼查显示，天津金米、苏州顺为的实际控制人均为雷军。

雷军掌舵的小米还是龙旗科技的供应商和第一大客户，双方有着错综复杂的关联交易。

招股书显示，报告期内，龙旗科技分别向小米采购屏幕、电池、功能IC、存储器、主芯片等，并融资租赁设备，采购金额分别为6411.66万元、8650.41万元、3.45亿元、520.66亿元。

同期，龙旗科技向小米的销售金额分别为12.49亿元、68.91亿元、141.83元和 75.20元，占当年营业收入的比重分别为12.52%、41.96%、57.66%和 49.20%。

“2019年以前，公司与小米的业务合作主要为IDH模式；2020年以来，随着小米针对中低端机型逐渐转为ODM模式，公司负责从研发设计到生产制造的全过程，向小米交付整机或半成品，因此收入规模大幅增加。”龙旗科技在招股书中解释称。

绑定大客户，也可能遭其反噬。例如，2018年华米科技（ZEPP.NYSE)）作为首家在美上市的小米生态链企业，雷军亲自为其发文祝贺，一时风光无两。5年过去，11美元发行价的华米科技，如今股价只剩下2美元，市值缩水超八成。

营收高度依赖小米、科技创新能力不足、同业竞争压力大等，成为掣肘华米科技发展的重要因素。

米科技CEO黄汪曾提出：“如果你觉得什么都靠小米的话，你反而靠不上。一个创业公司，最后还是得靠自己的各方面能力的齐全，才具备着未来发展的基础。”

但是去小米化绝非易事，尤其是近两年消费电子行业整体陷入低迷。市场研究机构IDC公布的数据显示，2022年第三季度，中国市场出货量前三位分别是vivo（1420万台）、荣耀（1270万台）、OPPO（1160万台）。相较于去年，只有苹果在出货量上有所增长，但增幅2.5%，基本可以忽略不计。

身处行业洪流之中，小米也难以独善其身。财报显示，2022年第三季度小米全球智能手机市场出货量4020万台，同比下降8.4%。这直接导致小米智能手机在第三季度的营收同比下降11.1%至425.14亿元。

“小米兴，龙旗兴；小米衰，龙旗衰。消费低迷，手机市场进入产业低谷，无论国外还是国内市场，手机企业的业绩均不如预期。小米手机出货量正在减少，龙旗科技作为ODM商，业绩定然会受到波及，订单量也会随之下滑，未来的业绩将会承受不小的压力。”张孝荣说道。

88.20%

问界降价 硬刚特斯拉

时代周报记者 **齐鑫 冯潇慧**
发自上海 广州

特斯拉降价后狂收订单，华为问界紧随其后。

1月13日，华为与赛力斯（601127.SH）联合推出的AITO问界宣布调整旗下车型价格，针对除顶配外的车型进行不同程度降价，降价幅度为2.88万～3万元。

此外，问界还对老车主以福利形式进行一定程度补贴，包括基础保养、延长质保等。

一周前，特斯拉刚因降价引发轰动，在售车型价格下降2万～4.8万元不等。凭借大幅降价，特斯拉吸引了不少消费者。网传消息称，“特斯拉中国3天获得3万辆订单”。1月13日，时代周报记者就此事求证特斯拉相关负责人，截至发稿对方暂未回复。

相比特斯拉简单粗暴式降价引发老车主不满，问界此番降价收到不少好评。“华为这次操作太吸引人了。”“比特斯拉一毛不拔，硬刚老车主好多了。”有网友表示。

值得注意的是，问界此次降价能否切实提升销量还需时间验证，其单车利润能否支撑起如此大幅度的降价亦是一大问题。

1月13日，时代周报记者以投资者的身份致电赛力斯董秘办，了解相关情况。

“其实我们整体是一个新春感恩回馈活动，所以公司肯定也会综合考虑的。现在我们并不想从单一的角度来考虑这个问题。我们相信通过这一次活动，也会有更多的消费者能够看到我们产品。”工作人员表示，对于利润和成本，公司会根据信息规则进行披露。

获网友好评

问界的降价策略一经发布，不少网友直呼“真香”。

3
万元

调整后，问界M5EV纯电后驱标准版起售价从28.86万元下调至25.98万元，下调2.88万元；问界M5EV纯电四驱性能版起售价从31.98万元下调至28.98万元，下降3万元。

问界M7舒适版、豪华版起售价均下调3万元，调整后的价格分别为28.98万元、30.98万元，旗舰版依旧为37.98万元。不过，此次降价车型中，并不包括增程式混合动力车型M5。

与问界此次降价相比，此前特斯拉Model 3和Model Y的降价幅度在2万～4.8万元。

因大幅度降价，特斯拉惹恼一众老车主，多地引发维权事件，目前该事件仍在发酵中。或许是为避免此类事件，在发布降价政策的同时，华为给老车主安排了多项补贴。

问界M5 EV纯电全系将为首任车主提供总价值3.3万元的权益，包括延长整车质保至8年/16万公里，价值2.1万元；12万AITO积分，价值1.2万元。

问界M7舒适版、豪华版将为首任车主提供总价值3.5万元的权益，包括延长整车质保至8年/16万公里，价值2.3万元；12万AITO积分，价值1.2万元。

问界M7旗舰版将为首任车主提供价值2.3万元的延长整车质保至8年/16万公里。

积分可在AITO商城内选购丰富的华为产品和周边产品，问界M5全系可享2年的基础保养。

此外，问界全系车型将于近期进行OTA升级，新增超级桌面、智能寻车、HUD高度自动调节等功能，进一步优化AITO问界的智慧出行体验。

问界此番兼顾老车主的行为收效明显，不仅未出现维权事件，还收获了不少网友点赞。

1月13日，广州某华为授权体验店店员告诉时代周报记者，自问界宣布降价后，当天即有不少消费者通过电话和微信等各种方式前来咨询购车相关事宜，门店比原来热闹许多。

时代周报记者注意到，在华为常务董事、终端BG CEO、智能汽车解决方案BU CEO余承东发布的相关降价微博评论区，有网友认为问界的降价政策赢得了客户，也有网友表示有意选购问界。

“问界对老车主确实更厚道啊。”在某特斯拉车主交流群，有车主如此感慨。

盈利压力加大

尽管特斯拉的降价引发众多老车主不满，但特斯拉却因此收获了更多订单。此番问界突然降价，让人不禁怀疑是否受到特斯拉降价的影响。

“我们主要是希望能够通过这次新年感恩回馈活动，让更多的消费者享受到我们智慧高端新能源汽车带来的这种出行乐趣。”对于降价原因，前述工作人员表示，虽然和特斯拉属于同一行业，特斯拉率先打响了降价的第一枪，但赛力斯有着自己的规划和销售传播策略。

“每个汽车整车厂都希望自己的销量能够扩大，扩大市占率，这当然是一个整体的战略考虑。”该名工作人员解释称。

前述华为体验店店员也表示：“降价就是为了年底冲销量和业绩，消费者可以抓紧这次机会，因为说不定过完年会涨价。”

在全国乘用车信息联席会秘书长崔东树看来，问界降价主要还是因为节后市场氛围不佳，销售情况较差，所以想采取措施促进消费，提升销量。

降价促销，对企业盈利是一大考验。有问界汽车销售人员接受媒体采访时称，问界车型在内饰、配置上有很多地方是特斯拉不能比的，这些丰富的配置决定了问界的单车利润不高。

而对华为而言，尽管问界交付首年便快速起量，但华为汽车依然面临严峻盈利挑战。

易观分析汽车出行行业咨询顾问王珂对时代周报记者表示，华为汽车业务，仅2022年研发投入就高达15亿元，直接人员投入7000人，间接人员投入超过1万人。

事实上，当下不少新能源车企均处卖一辆亏一辆的发展困境，尤其在新能源汽车国补退出后，盈利大考更是成为各大新能源车企都需要直面的问题。

在特斯拉、问界相继宣布降价之后，业界有观点认为，其他新能源车品牌不久也将降价。但在崔东树看来，其他企业跟进的可能性不大，当下消费者购车需求不高，同时存在碳酸锂价格下跌，国际资源价格下跌，美联储加息等诸多不确定因素。

“现在这个时间点还是不太适合去做降价行为。”崔东树表示。

蔚来投资超高端电动车 市场僧多粥少差异化是关键

时代周报记者 **王贺** 发自北京

蔚来（NIO.US）新年的第一把“火”，烧向了超高端电动车市场。

2023年1月9日，据晚点Auto报道，蔚来资本将投资电动车初创公司至星数千万美元（种子轮）。至星聚焦探险、越野市场，其第一款车将是售价达到百万元人民币级别的超高端SUV，预计在2025年发布，同步海外上市。对此，蔚来资本相关负责人对时代周报记者表示，不方便评价。

大手笔投资超高端电动车初创公司，源于受疫情影响后，李斌对于高端车型销量的担忧。

就在几天前，1月5日，据36氪报道，蔚来董事长兼CEO李斌在新年第一天发出了全员信。

对于蔚来在2023年面临的挑战，李斌在全员信中预警：疫情后经济恢复增长、消费者恢复信心的过程会比较长，高端车型尤其会受影响。

李斌的担心不无道理，毕竟蔚来旗下的7款车型均为售价30万元以上的高端电动汽车，比如售价38.6万～55.4万元的ES6，售价45.8万～53.6万元的ET7。更重要的是，蔚来并未完成2022年的预期销量目标。

“疫情对于中低收入人群的影响较大，但对于中上、高端人士则影响不大，而且中上、高端人士等为理智型消费，其会主动尝试新技术、新体验等，所以高端车型销量是相对有保障的。”武汉理工大学汽车工程学院副教授杨胜兵告诉时代周报记者。

高端市场空间有限

事实上，高端车型的市场空间十分有限。据乘联会数据，2022年1—11月，新能源市场30万元以下车型的市场份额高达81.6%，30万元以上车型的市场份额仅为18.4%。

值得注意的是，豪华品牌的销量增速没有跑赢乘用车整体的销量增速。据乘联会数据，2022年前11个月豪华品牌累计销量244.7万辆，同比增速为1.4%，不及乘用车整体销量1.8%的增长幅度。而且，豪华品牌的销量增速还在放缓。2022年前三季度，在乘用车整体销量同比增长2.5%的背景下，豪华品牌出现了1.3%的负增长。

然而，在本就不大的高端市场里已涌入了众多竞争者。

比亚迪高端品牌仰望首款量产车型仰望U8，定位百万级新能源硬派越野；预售价格为35万～50万元的中大型纯电动SUV智己LS7；腾势大5座跨界SUV的起售价也将在30万元以上；还有预售价格为30万～40万元的魏牌80。

更糟糕的是，由于新能源汽车补贴退出，更多车企将在2023年决战高端纯电车市场。

在2022中国汽车论坛上，中信建投证券首席汽车分析师程似骐表示，纯电补贴退坡将卡死一批车企，促使车企被迫高端化，高端纯电车市场2023年拥挤度会增加，行业集中度被迫提升。

目前，广汽埃安、比亚迪、阿维塔、岚图等多家新能源车企均已对高端赛道进行战略布局，有计划地推出相应的高端产品。

“蔚来坚持走高端化路线，其实也是看到了中低端市场竞争很激烈，而且同质化的情况更严重。”黄河科技学院客座教授张翔对时代周报记者表示。

而对于上述同质化严重的情况，在零跑、哪吒、欧拉、威马、上汽飞凡等多个新能源车品牌的车型中，宁德时代三元锂电池、L2+级别辅助驾驶、智能语音交互等技术早已成为了标配，续航里程、百公里加速等参数也较为接近。

“差异化”成当务之急

虽然众多新能源车品牌已开始在高端市场摩拳擦掌，但顺利打造出自身“差异化”并非易事。

李斌也在上述全员信中提到：“市场竞争越来越激烈，产品和技术越来越同质化，差异化的竞争优势也越来越难获得。”

在高端新能源汽车市场，蔚来的差异化优势就是换电技术。在张翔看来，这是别的品牌没有的。

目前，国内市场上的换电模式主要分为四种，即蔚来的车电分离、北汽新能源的底盘换电、时空电动的侧方换电和力帆的分箱换电。

与其他换电模式比，蔚来主打的车电分离模式换电时间比充电快，一般需3～10分钟即可完成电池更换。换电站对换下来的电池进行集中慢充，可以避免电池电量的衰减。用户可选择只购买车身+租电池，也在一定程度上缓解了电动汽车残值低的问题。

张翔指出，除了换电以外，蔚来在其他方面并不突出，甚至有很多方面做得不如其他车企。“比如蔚来的充电网络没有特斯拉多。”

在充电网络方面，蔚来联合创始人、总裁秦力洪曾表示，公司在中国布局了2185座充电站，12773根充电桩。而根据特斯拉统计，经过9年努力，公司已在中国建设开放超过1500座超级充电站，10000个超级充电桩，搭配超过700多座目的地充电站、1900多个目的地充电桩。

“同时，蔚来的自动驾驶可能也没有小鹏好。”张翔补充道。

小鹏的打法与蔚来类似，旗下以30万元以上的高端车型为主，持续向高端市场发起冲击。如果换电是蔚来的看家本领，那么，自动驾驶就是小鹏的“杀手锏”。

杨胜兵认为，“小鹏(XPEV.US)和蔚来对比来看，前者技术架构更超前一些，后者的技术架构则更稳定一些，且后者的用户体验、用户需求也在逐步形成网络。同时，技术储备与技术在产品中实现量产是不同的概念，从目前蔚来、小鹏各自的产量来看，搭载辅助驾驶系统的量产车型品质稳定，说明技术可以支撑产品，并不存在技术代沟。”

目前坚持软硬件全栈自研技术路线的车企并不多，小鹏汽车便是其中之一。按计划，小鹏将在2024年推出第四代智能座舱；在2025年推出XPILOT 5.0，其智能驾驶功能将达到完全级智能阶段。

蔚来也是全栈自研技术路线的拥趸，但2015年蔚来自动驾驶项目立项时，曾在自研路线和博世等Tier1（一级汽车供应商）合作路线上产生分歧。2016年前后，蔚来确立自研路线，并于2017年在中美两地建立研发团队。2017年12月，在蔚来日“NIO Day”首次发布了驾驶辅助系统NIO Pilot。经过近4年的演进，2021年1月，在蔚来日“NIO Day”发布了自动驾驶系统NAD。

“对比目前两家自动驾驶在技术方案、线路上，小鹏对汽车软硬件比蔚来稍微弱一点、互联网思路理念领先一点，但是蔚来对汽车软硬件理解更深刻些，技术方案、路线更务实一点。”杨胜兵表示，两者的自动驾驶技术目前还不好判断谁高出多少。

此外，在杨胜兵看来，蔚来的高端定位、用户体验、用户增值贴心服务做得不错，但是其存在产品线太少、用户群较小的问题。同时从用户体验反馈到产品设计端改进的闭环通道也没有完全打通，难以用用户大数据驱动产品迭代，从而形成设计、制造、用户的全闭环。

“这个闭环华为已经在布局，蔚来可以参考。”杨胜兵说。此前，华为EMUI11系统的面世，堪称华为终端在创新技术、生态打造与用户之间形成的一个完整闭环，推动华为终端业务不断上升。

追光者 2023

过去的2022年，消费行业经历了跌宕起伏的一年。从年初的消费融资热潮退去，再到年末的烟火气回归。这一年，消费企业参与了这个世界的变化，见证了离开，也迎来了相聚。2023年新春佳节之际，时代周报关注行业热门公司过去一年的探索及成绩，也关注接下来2023年的企业新动态，通过企业核心人物访谈，呈现行业趋势风口。

珍味小梅园浦文明：预制菜拼的是爆品研发效率

浦文明

珍味小梅园
创始人、CEO

时代周报记者 **李馨婷** 发自深圳

随着餐饮企业标准化和工业化水平的提高，以及当代年轻人“厨房改造”的需求愈发强烈，2022年，C端预制菜一炮而红。

赛道火热，具有不同行业背景的玩家先后入局，这其中，珍味小梅园表现瞩目。

成立于2019年的珍味小梅园，由原本就职于阿里集团旗下饿了么团队的浦文明与朋友共同创立。不同于大部分面向B端客户的预制菜企业，珍味小梅园自创立起，面向的就是C端市场。

成立至今，珍味小梅园已收获5轮融资，投资方中不乏创新工场、星陀资本、清科资本等知名机构。截至目前，品牌已推出超100款预制菜品。2022年，珍味小梅园总营收同比翻了一倍。

近日，时代周报记者独家专访了珍味小梅园创始人、CEO浦文明。在他看来，随着消费者对C端预制菜认知度的加深，经营者的产品研发力也需进一步加强。在未来，降低产品的试错成本、提高爆品的孵化率，将成为决定入局玩家成败的关键。

时代周报：目前，珍味小梅园的哪一类预制菜产品最受欢迎？

浦文明：最热销的产品就是酸菜鱼、猪肚鸡和小龙虾。天冷猪肚鸡旺、天热时小龙虾畅销，酸菜鱼则是一年四季都好卖。总体而言，热销菜品以中式预制菜为主，这和中国人的饮食习惯有关，也和消费群体有关系，目前预制菜的核心客群是35～50岁的女性用户，主要是宝妈和银发人群这类要做饭的人士。

时代周报：酸菜鱼是几乎所有C端预制菜企业都在卖的产品，这似乎造成了产品同质化？

浦文明：这个情况，在每个行业都有，你会发现，当一个爆款出来以后，所有人都会跟进，接下来，就是看谁能先抢占用户的心智，能快速通过品牌力的提升、渠道的铺设，让更多的消费者知道自己的产品。我认为要达到这个目标，关键在于菜品的口味调制，要让你的核心人群喜欢上你菜品的口味。

时代周报：口味是个很主观的东西，要怎样才能保证自己的产品尽可能地让更多人喜欢？

浦文明：众口难调，我们只能保证产品满足90%用户的口味。

因为存在地域口味的区别，所以C端预制菜比较难做出全国性品牌。不过，现在全国各地人民口味都已经有些融合了，所以也不是说北方的人就一定吃不了甜口味。我觉得还是可以聚焦全国性的口味，比如说大家都能接受的酸辣口，这样就不会有太大的问题。同时，还原一些各地的特色口味小吃，消费者也是能接受的。

时代周报：珍味小梅园的产品口味开发过程是怎么样的？

浦文明：我们的产品开发过程，分为口味初步还原、产品经理选品与工厂工业化生产三个环节。产品经理日常会通过各种方式调研试吃当前市面上流行的菜品，如果觉得哪一款适合做成预制菜，就会请我们的大厨进行口味初步还原，再通过工厂进行工业化还原，到觉得和餐厅做出来没太大区别时，我们就生产一批小样出来，给一部分粉丝试吃、提意见、再调整，最后再做大货进行销售。整个流程走下来，产品开发的周期在2～3个月。

时代周报：从小范围试吃到批量生产销售，产品的实际销售，似乎还需要一个试验的过程。

浦文明：我们的优势，在于有自营线下渠道。目前，我们在上海已经有将近80家门店，产品刚入市时，我们会在自己的门店里先卖，并收集顾客的反馈信息进行调整。经过几轮自有渠道的测试，才会把产品推向全国市场。

C端预制菜企业拥有自有渠道，我觉得还是很有必要，要不然，经营者得不到真实的市场反馈。长此以往，企业的产品研发就变成了无效开发。

C端预制菜企业，未来拼的是效率。成功的关键，在于上新速度快、推出的新品能够快速得到市场验证。比别人犯更少的错，更精准地推出爆款，才能比别人做得更好。

时代周报：2022年，C端预制菜市场风起云涌，你对2022年的C端预制菜行业，有什么样的感受？

浦文明：因为疫情影响，2022年，整个C端预制菜行业的增长都非常快速。真正扎根于行业、并不是只想着赚快钱的企业，过去一年营收都是有明显增长的。

同时，入局者也在增加，或主动或被动地，不少企业都在进入这个领域。现在属于群雄逐鹿的阶段，没有全国性的龙头企业，甚至区域龙头也还不明显。从业者都还在用自己的方式进行探索，有人在铺渠道，有人看重抖音，也有人侧重天猫，我们主要把精力放在了线下自建的门店渠道。我觉得2022年算是C端预制菜元年，目前市场格局还远远没有确定。

水獭吨吨王致祥：新茶饮尚未冲出迷雾

王致祥

水獭吨吨
品牌创始人
兼首席执行官

时代周报记者 **涂梦莹** 发自深圳

新式茶饮行业走向新的十字路口。

一边是头部品牌带头降价，放低姿态不断向“下沉市场”妥协；另一边则是不断传出冲刺资本市场的明星品牌，看似“赢家”般弯道超车。但现实是，即便硝烟与战火不断，行业早已走过资本助推的疯狂期，新式茶饮品牌境况难以与高光时刻相比拟。

作为来势汹汹的后浪，同样竞逐新式茶饮市场的水獭吨吨，与行业明星品牌所显现的疲态不同，走出了另一条截然不同的发展道路。

2021年成立，一年时间便突破千万销量，成为天猫等多个平台果茶细分品类第一。主打即溶水果茶的水獭吨吨，自行研发的冻干果茶一经上线，便获得了亮眼的成绩，不仅首创了超即溶水果茶茶饮品类，还成功将这一品类植入消费者心智。

近日，时代周报记者独家专访了水獭吨吨品牌创始人兼首席执行官王致祥。在他看来，更加健康和口味丰富的水果茶饮品，是新式茶饮全新的代表性产品。而方便化的即溶水果茶，能够让消费者在任何场景都能体验有口感品质的果茶。

未来，如何从内部迭代寻找新动能？如何保持长线生命力？如何在整个茶饮赛道增强自身韧性？无疑同样是水獭吨吨需要思考的问题。

时代周报：目前，水獭吨吨产品复购的情况如何？品牌实现盈利了吗？有没有一些数据可以简单讲讲？

王致祥：我们现在月销售规模是达到千万元以上的，已成为正向盈利的品牌，虽然很不容易，但还是要努力保持盈利和增长。水獭吨吨相信，消费品品牌要在市场上形成竞争力，必须有三个核心关键的能力：正向现金流的能力、正向盈利的能力以及正向增长的能力。

目前我们产品的客单价在100元，年复购数据达到40%以上，算是不错的数据，仍然有提升的空间。

时代周报：茶饮行业门槛不高，但做好不易。在你看来，难点体现在哪些方面？一家好的茶饮品牌该如何破解这些难题？

王致祥：茶饮行业准入门槛很低，非常多的企业、品牌、资本都在参与，整个市场的竞争变得更加激烈。在这样的环境中，很多品牌更关注的是生存的问题：怎么活下来？怎么赚钱？怎么把规模翻倍并持续增长？

然而，当品牌的关注点只聚焦在这些层面，本质上忽略了消费者想要的到底是什么。一年推20个新品、做20次联名的活动，或者是多开20倍的门店，到底哪个方向才真实解决消费需求？

水獭吨吨在消费者需求的挖掘，以及想要解决的场景很清晰，就是聚焦和针对特定人群，在一个相对特定的场景中，先去满足和服务好这部分消费需求。

时代周报：作为新兴的本土品牌，面对日新月异的新消费品牌及“卷出天际”的茶饮赛道，水獭吨吨是否存在危机感？

王致祥：水獭吨吨不太会有危机感，反而有持续兴奋的状态。因为行业出现“卷出天际”的现象，从市场这个角度说明消费需求是旺盛的，如果新茶饮市场没有人愿意喝的，市场也卷不起来对不对？

同时，因为我们的优势在于方便化需求的解决，而其他的茶饮品牌更多是当下的场景满足，或者是制售化需求的解决，水獭吨吨并不在这个维度里面。

我们专注于消费者坐在办公室里面，能够极其便利地解决当下的喝水问题，所以不会与线下的新式茶饮品牌去竞争，今年要出什么口味才能打动消费者？还要再开多少家门店？这些根本不是我们需要焦虑和担心的问题。

时代周报：回望2022年，你认为有哪些关键词可以形容茶饮行业？展望2023年又会有怎样的趋势？

王致祥：最大的关键词还是“卷”，这也代表一个信号，就是大家都没有卷出来，稍微有一点迷失，很多品牌没有清晰地找准自己的方向，这样反而也给了新兴品牌机会。

2023年的变化趋势，我认为反而是在混战结束后，行业有一个清晰或者更加简单的方向去发展，存活下来的品牌变少，或者会更加集中于头部。

与此同时，整个新茶饮的市场还会更加的细分和成熟，更多垂类的品牌和产品的细分品类继续涌现。

另一方面，是行业品牌在口味周期化的建设，会逐渐形成类似瑞幸所代表的产品体系，通过像生椰拿铁这类拳头产品的延伸，围绕产品口味打造周期系列化的下一个爆点。

事实上，新茶饮品牌们也不会只停留在偶尔的昙花一现上，通过自己品牌的拳头产品、爆款产品反复推敲，巩固形成一个更好的产品力，持续满足和服务好消费者。

这是水獭吨吨会持续去发展和迭代的方向，我们会继续在细分领域深耕，希望有一天也拥有属于我们的“生椰拿铁”，努力先成为细分，再成为大众。

理象国胡日查：供应链与用户体验缺一不可

胡日查

理象国副总裁

时代周报记者 **涂梦莹** 发自深圳

过去的2022年，作为“舌尖新宠”的预制菜赛道持续火爆。

艾媒咨询数据显示，中国预制菜市场规模预计保持20%以上的增速，并有望在2023年突破5100亿元。

但迅速增长的预制菜行业，目前处于起步、探索阶段，行业有所同质化，企业仍需进一步打造竞争壁垒。

在此背景下，赛道还会发生怎样的变化？又将面临怎样的风险和机会？企业如何巩固自身市场地位？

近日，理象国副总裁胡日查接受了时代周报记者的独家专访。在胡日查看来，“克制”两字是理象国做预制菜的经营思路之一。一款好产品的诞生，需要从原料、营养成分及风味上进行钻研，因此刻意把推新速度放慢；一个食品品牌的发展，也需要不断优化从供应链到用户体验的各个端口，缺一不可。

理象国是成立于2020年的简餐品牌，致力于为消费者呈现“一顿理想的简餐”。发展至今，从速冻水饺切入市场，到不断扩充至速食、预制菜等品类，打造了集研发、生产、物流为一体的现代化供应链体系。

“理象国想走得更远，需要用更努力的态度，从产品开发、打造柔性供应链、品牌建设上持续做积累、做铺垫、做优化，向行业大品牌学习。”胡日查说道。

时代周报：理象国专注于地域美食这一细分品类，所以，细分品类是品牌的出路吗？

胡日查：我们发现，地方美食不仅在风味上更契合消费者的细分需求，背后往往也有着深厚的文化背书与人文底蕴。理象国研发团队在走访地道风味时，关注到传统老手艺人的手艺传承，他们的匠心和坚持也显得更弥足珍贵。

例如，弄堂口那张酥脆的葱油饼里就藏着上海人民的早餐记忆。作为沪上知名的街头小吃，理象国希望将葱油饼小店的味道用标准化、现代化的方式传承下去。其制作工艺也传承于老上海葱油饼的经典做法，尽可能还原葱油饼小店“葱多是灵魂”的美味要诀。

理象国葱油饼面世以来，获得了很多消费者的认可与喜爱。2021年12月10日上线，截至上线半年后的6月底，多次登上电商平台饼类及面点销售榜第一。

时代周报：在细分的赛道中，扩充产品线是消费品牌发展趋势之一。理象国拓展的新产品是基于哪些考量？

胡日查：如今的消费者更关注品类的丰富和口感的体验，在提供高品质产品的同时，理象国从产品创新与新一代消费者的需求出发，去年推出了多款预制菜新品，可以涵盖正餐、宵夜等多场景。

我们在近期还针对“一人食”场景开发了新品；再比如到了年节时，我们会推出应季预制菜。

时代周报：在布局线上渠道的同时，理象国同步发力线下渠道，如家乐福、沃尔玛等商超渠道，后续是否会进一步扩展线下的其他渠道？

胡日查：除传统商超渠道外，理象国日前已进驻江浙沪2500家罗森。不管是线上渠道还是线下渠道，都是我们与消费者沟通的平台。

线下开拓更多终端，不仅方便消费者购买，也扩大线下的触点，产品受到了更多消费者的喜欢后，也会反哺线上。

时代周报：现有的速食赛道消费环境下，对于理象国而言，还有怎样的发展机遇？如何实现后来者居上？

胡日查：中国地大物博，美食文化博大精深，有一句话叫：十里不同风，百里不同味，如何征服消费者的味蕾，对品牌来说难度不小。

理象国从产品创新与新一代消费者的需求出发，努力寻找消费者喜爱的味道，抓住地域美食这一细分品类，到当地寻访学习，通过不断地配方调整，将这些传统地道风味用标准化、现代化方式传承下去。

理象国先后推出的葱油饼、川渝本味抄手、小酥肉、鸡汤云吞、褡裢火烧等地方美食，将地域文化与产品升级结合，为消费者带来全新的产品和情感体验。

时代周报：这两年，预制食品赛道比较火热，理象国怎么看这波极具特点的消费风潮？

胡日查：预制食品的火热跟时代发展有着紧密的关联。现代生活节奏快，因此人们对方便操作的食品需求很大，因此才有了预制菜在C端的热销。

这对行业发展而言是好事，因为这意味着越来越高的行业标准与投入。目前预制菜在理象国的整体产品品类里，比重在逐步提高，今后预计占比也会越来越大。

出境游复苏进行时

时代周报记者 **李馨婷 徐美娟**
发自深圳 北京

出境游的进度条已开始加载。1月8日起，我国取消入境核酸检测和集中隔离、优化内地与港澳人员往来等政策正式生效。

距离政策正式生效已超一周，中国游客的出游意愿在持续回升。最先承接住这波热情的，是入境政策友好的中国香港、中国澳门以及东南亚国家。

“按照指引，准备好了签证、护照和疫苗接种证明，也就处理了10分钟手续，就入境了，相当顺利。”1月12日，前往新加坡探亲旅游的Amy（化名）对时代周报记者说道。

根据携程数据，2022年12月27日以来，中国内地用户预订热度攀升最高的跨境航班目的地，主要是中国澳门、中国香港、曼谷、新加坡、吉隆坡、金边等。2023年1月1—10日，内地游客出境机票热门目的地中，新加坡、马来西亚等东南亚国家位居其中。

尽管局部地区的出境游热度已在恢复，但当前受航班航期、签注办理与入境政策等因素影响，真正顺利出境游玩的中国游客，还在少数。出境游的恢复期，也同时成为考验旅游从业者硬实力的关键时期。

“这三年，跨境游行业经历了大洗牌。一些以前的头部玩家，业务也几乎归零。这对当前一部分从业者来说，是挑战也是机遇。”1月11日，从事旅游咨询业务长达10年的Kevin对时代周报记者说道。

游客涌向东南亚

1月以来，Amy都流连在新加坡，打卡各路美食。她或许可以算是“乙类乙管”方案发布后最早一批出国旅游的游客。12月31日，持有旅游签注的她便从深圳飞到了新加坡；1月12日，Amy又顺利入境了马来西亚，开启度假的下一程。

前有1月9日泰国副总理兼卫生部长专程到机场迎接中国旅客，后有1月12日印度尼西亚旅游和创意经济部长“喊话”印尼已为中国游客准备好红毯，率先对中国游客张开怀抱的东南亚，近期人气颇旺。

携程签证数据显示，2022年12月27日以来，新加坡签证业务订单量同比增长超30倍；马来西亚等国签证预订环比也均增长近100%。2023年1月1—10日，内地游客前往新加坡的出境机票预订量同比去年增长398%，酒店预订量同比增长324%。1月以来，目的地为泰国的酒店预订量同比增长480%，其中来自中国内地游客的预订占比超过三成。

此外，港、澳地区也承接了内地游客在政策调整后首个春节“旅行串门”的期待。携程数据显示，春节期间，港、澳地区的套房类产品备受热捧。截至1月9日，澳门包括澳门巴黎人、澳门威尼斯人等酒店春节假期期间的部分套房类产品已经售罄。携程口碑榜香港奢华豪华酒店榜排名第一的“K11 ARTUS寓馆”部分房型也已满房。携程APP显示，春节期间，该酒店的价格约6000元/晚。

不过，综合各方面因素，当前出境游仍处于恢复初期。

由于航班航期还没完全恢复，当前，中国内地飞往东南亚的机票价格仍居高不下。查询携程APP可以发现，春节期间（1月20日），从深圳飞往泰国的往返机票，价格超过8000元，其中直飞航班仅有两班，剩余航班的中转时间则达到5小时以上。

过去，机票价格低、旅游性价比高是东南亚的重要获客点，当下高昂的机票价格劝退了不少游客，不少网友在社交媒体发出了“现在的机票只能梦回泰国”“等廉航回归”等感慨。

签注申请层面，则出现了“堰塞”情况。据媒体报道，当前，在京办理法国签证的预约已经排到了春节之后，上海、广州的多家领事馆在重启业务后，签证排队时间更久，个别国家签证已经排到了2023年5月。

此外，部分国家在旅游签注类型或入境政策方面也有明显限制。目前，赴日旅游签证的门槛较高，日本使领馆只受理五年多次往返签证，申请人需提供税前年收入50万元以上证明，更大众化的个人单次旅游签证和三年多次往返签证则尚未放开；韩国方面，中国旅客当前入境需要接受自费核酸与自费7天隔离。截至2023年1月1日，英国、法国、西班牙、印度等多国都收紧了从中国入境旅客的防疫措施。

黎明前的发力期

囿于多方面因素，眼下，跨境游仍处于恢复期，这也是对从业者硬实力和准备能力的考验。

在这方面，当前国内各大旅游企业布局进度不一。在线旅游平台显然回血能力更快，业务布局动作也更为活跃。

疫情后，通过发力国内下沉市场，同程旅行（00780.HK）业绩恢复显著。2019—2021年，同程旅行营收分别为74.01亿元、59.33亿元与75.38亿元。

在此前提下，同程旅行一年以来投资收购动作频频。2022年12月29日晚间，同程旅行发布公告，称将收购同程国际旅行社，总代价为2亿元；收购完成后，目标公司将成为同程旅行全资子公司。此外，一年多以来，同程旅行已斥资近10亿元投资或者收购了包括广州旅金科技、湖南航空股份有限公司、北京同程国青国际旅行社与广东同程创游国际旅行社在内的多家旅游产业链公司。

就公司的上述操作，1月12日，同程旅行相关负责人对时代周报记者表示，同程国旅多年深耕旅游度假产业，业务覆盖境内游、出境游、邮轮游、签证等产品品类，采用集中采购、动态打包的模式，在线上线下及同业渠道进行旅游产品售卖。本次整合完成后，同程旅行将加强在休闲度假旅游板块的平台能力，同时也将在旅游度假板块掌握更多产业上游核心资源，获得更强的供应链及服务能力。

业务体量更大的携程集团（09961.HK），业绩恢复略为缓慢。2019—2021年，携程集团营收分别为356.66亿元、183.16亿元与200.23亿元。但同一时期，携程在疫情前开启的全球化布局，已有一定成果。

2016年，携程收购国外知名在线旅游网站Skyscanner；2019年4月，携程收购了印度最大OTA MakeMyTrip 42.5%的股权；2020年4月，携程又传出了收购荷兰OTA集团Travix的消息。

携程的海外业务，目前则呈增长趋势。2022年三季度，携程国际平台整体机票预订量同比增长超过100%。二季度，携程国际平台上机票和酒店的预订量同比增长则超过100%。

相比OTA平台，此前以出境游为核心业务的众信旅游（002707.SZ），则失血严重。

作为国内出境游市场的龙头之一，众信旅游主业包括旅游批发、旅游零售、整合营销服务等，曾在欧洲、大洋洲等长线出境游及亚洲短线出境游上具有较强的竞争优势。疫情前，众信旅游的营收从2014年上市时的42.17亿元持续增长至2019年的126.77亿元。

2020年，受疫情冲击，众信旅游营收同比下降87.44%至15.92亿元，归母净利润同比下降2257.47%为-14.80亿元，上市以来首亏。

为自救，2021年6月，众信旅游曾打算“抱团”同为出境游头部企业的凯撒旅业（000796.SZ），根据原计划，凯撒旅业将以发行A股股票的方式，换股吸收合并众信旅游。然而，在出境游尚未恢复的大背景下，当年12月，众信旅游与凯撒旅业双双宣布合并事宜终止。

此后，众信旅游在国内陆续进行了免税购物、电商直播、周边游等业务布局，1月12日，众信旅游相关负责人对时代周报记者表示，目前公司已经布局了定制游、房车游、露营旅游、研学亲子游等多样细分化产品。“由于大规模出境游团队业务暂未恢复，目前众信旅游春节预订主要以国内旅游目的地产品为主。”该名负责人对时代周报记者说道。

不过，目前众信旅游也已在出境游业务方面有所准备。相关负责人透露，在出境游方面，众信旅游已筹备了丰富的境外游产品，首批上线了以MINI TOUR为代表的定制类产品，目的地覆盖法国、瑞士、英国、日本、马尔代夫等。在长线方面，2023年的南北极、2024年环球地球121天邮轮产品等也已筹备就绪。

“旅游市场的复苏将会是渐进的，境外游开放初期，短期内主要以商务拜访、出国探亲、出国留学等长期出境需求为主。海外健康医疗也呈现出新的需求量。从公司目前的产品咨询情况看，预计2023年‘五一’黄金周或暑期能够更加明显地感受到出入境游市场的变化。”众信旅游相关负责人对时代周报记者说道。

100%

万柳书院走红背后 开发商成“老赖”被执行5亿元

时代周报记者 **赵佳琪** 发自北京

万柳书院又出圈了。近日，抖音上一名高中生发布的一则运球视频，迅速走红，几天时间吸粉百万。

这则视频走红的原因，在于其“万柳书院”的IP定位。因常年居于高位的房价和附加的学区价值，万柳书院毫无疑问是北京豪宅的顶流。

坊间有一句关于北京豪宅市场的顺口溜——万柳的墙，西宸的缸，霄8的顶，融创的湖，紫辰院的树，北平府的院。其中“万柳的墙”，指的就是万柳书院的那面灰墙。

房天下2023年1月数据显示，截至1月10日，万柳书院在售房源60套，销售均价约178033元/米^2，是海淀区房屋均价98367元/米^{2}的2倍。

同时，万柳书院因地处北京四环，紧邻中关村，交通便捷，周边商圈资源丰富，且同时拥有中关村三小、人大附中等稀缺教育资源，亦是北京顶级学区之一。

就在万柳书院火出圈的同时，其开发商中赫置地投资控股有限公司也受到了不少关注。天眼查显示，中赫置地投资控股有限公司成立于2006年，由中赫置地有限公司（以下简称“中赫置地”）持股90%，中赫集团有限公司（以下简称“中赫集团”）持股10%。而中赫集团对外投资的公司有24家，其中全资控股11家公司，5家公司已注销。这些公司覆盖地产、文旅、体育、矿业、健康管理、建筑装饰、石油等领域。

但值得注意的是，中赫置地成老赖的消息广为流传。天眼查显示，2023年1月4日，中赫置地、中赫置地投资控股有限公司、中赫集团新增两则失信被执行人信息，被执行总金额达5亿元。

顶级豪宅神话

万柳书院造就的顶级豪宅神话，从拿地阶段，就已硝烟四起。

2012年，在华侨城、龙湖、融创等实力强劲对手的围追堵截下，中赫置地经过46轮竞价，以26.3亿元总价+配建回购房面积16400平方米的代价，拿下北京海淀万柳地块。

拿地不到3年，2015年1月，万柳书院4栋楼共计132套房源正式入市，主力户型在205～558平方米之间。

据视界观察报道，彼时，周边二手房均价普遍在5万～8万元/米^2，万柳书院均价却达14.5万元/米^2，最贵一栋楼均价达15.8万元/米^2。由于市场认知度高，入市两年，这个京城最贵的学区房成交126套，成交金额达52.15亿元。

通过法拍渠道，万柳书院更是拍出了“天价”。阿里法拍显示，万柳书院曾于2022年5月14日先后拍出两套房产，合计成交价约1.85亿元。

其中一套房产在5503万元起拍价的基础上，翻了近两倍，被葛珂通过竞买号U4240竞得，成交价1.09亿元，单价达36.47万元/米^2，刷新北京法拍房成交纪录。有消息传，葛珂极有可能是金山办公前董事长。

在自媒体博主羊毛月于2022年12月31日发布的探访万柳书院的视频里，停车场里都是豪车，如大G、迈巴赫、劳斯莱斯魅影、法拉利812、保时捷Taycan、宝马M4等等。

开发商被执行5亿元

与万柳书院热度愈演愈烈形成鲜明对比的是，其背后的开发商在地产圈近几年却颇为低调，在土地市场也鲜少出现。

与其他规模化房企不同，中赫置地开发项目并不多，多为豪宅项目，如北京豪宅标杆项目钓鱼台七号院，在2011年时曾取得30万元/米^{2}的最高预售均价，刷新了北京最贵住宅纪录。

对于中赫置地的风格，合硕机构首席分析师郭毅向时代周报记者表示，中赫置地是一个不走寻常路的豪宅开发商，“目前北京主流开发商以国央企为主，虽然在做单价超10万元的豪宅，但也在追求销售速度，以高周转率来提高利润空间。但中赫置地不同，其在销售方面的做法为拉长时间周期，通过拉长时间来提高产品溢价，故中赫置地项目的位置通常都是优质区位，同时打造市场顶尖作品，配备包括精装园林、高端物业服务、会所等。”

> 房天下2023年1月数据显示，截至1月10日，万柳书院在售房源60套，销售均价约178033元/米^2，是海淀区房屋均价98367元/米^{2}的2倍。

与中赫置地在地产行业“一出手就干大事儿”的风格一脉相承，其母公司中赫集团在体育圈的几次出手也称得上是“豪掷千金”。

比如足球，2016年12月，中赫集团出资35.5亿元收购国安足球俱乐部64%的股权，代替中信集团成为国安的新东家。俱乐部的名字曾一度变更为“北京中赫国安足球俱乐部”，后再度改名为“北京国安足球俱乐部”。2021年，中赫集团再度出手，收购了中信集团持有的剩余股份。

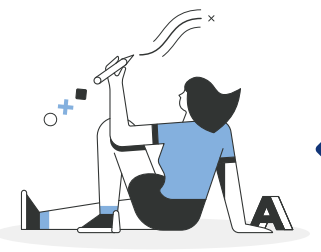
再如冬奥会，2018年5月18日，中赫集团签约了北京2022年冬奥会张家口赛区核心区重点服务项目崇礼太子城小镇。

不过，时代周报记者注意到，天眼查显示，2023年1月4日，因有履行能力但并没有履行生效法律文书确定义务，北京国安足球俱乐部有限责任公司、中赫集团、中赫置地、中赫置地投资控股有限公司等新增两则失信被执行人信息，执行法院为北京市海淀区人民法院，执行标的共计5亿元。

上述问题或许与北京国安足球俱乐部的经营情况紧密相关。据北京产权交易所官网信息显示，2020年，北京国安足球俱乐部实现营业收入1.03亿元，净利润-12.09亿元。截至2020年年末，该俱乐部资产总计5.38亿元，总负债18.51亿元。

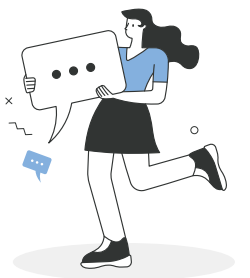
针对上述案件，时代周报向中赫集团就案件原由、最新进展等问题进行询问，截至发稿前未收到回复。

这里有
WHAT YOU CAN GET



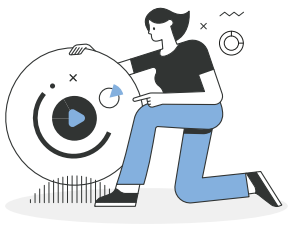
新周刊全平台内容首发

积极理性的话题与讨论



10年《新周刊》免费阅读

音视频栏目一网打尽



新周刊APP

扫码下载新周刊APP