

时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

周要闻

4月LPR报价出炉

中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布，2025年4月21日贷款市场报价利率(LPR)为：1年期LPR为3.1%，5年期以上LPR为3.6%，均较上期维持不变。这是LPR连续6个月“按兵不动”。

霸王茶姬正式登陆纳斯达克

4月17日晚，中国现制茶饮品牌霸王茶姬正式在美国纳斯达克上市，股票代码为CHA，即“茶”的拼音。霸王茶姬成为首家登陆美股市场的新式茶饮企业。根据招股书，截至2024年年末，霸王茶姬全球门店数量达6440家，较2022年的1087家实现爆发式增长。2024年度GMV(商品交易总额)达295亿元，海外市场已覆盖马来西亚、新加坡、泰国等国家，海外门店达156家。

云南出口咖啡单价大幅提高

今年以来，云南咖啡出口节节攀升。据海关统计，2025年一季度，云南咖啡及咖啡制品出口货值3.1亿元，同比增长122.1%。相关负责人介绍，出口单价大幅提高，出口全部是中高端产品。随着工艺提升，云南精品豆逐渐打开知名度。在日本，从东京的商场专柜，到大阪的咖啡馆，云南咖啡已经成为当地消费者的新选择。

周数据

现货黄金站上3390美元

4月21日，现货黄金涨势不停，盘中突破3390美元/盎司，再创历史新高，并持续逼近3400美元/盎司大关。上海黄金交易所4月21日发布通知，近期贵金属价格波动剧烈，请各会员提高风险防范意识，继续做好风险应急预案，维护市场平稳运行，同时提示投资者做好风险防范工作，合理控制仓位，理性投资。

现货黄金持续冲高



敦煌网意外走红

详见P17

直击关税战下的广交会

详见P2



大反攻！沪指八连阳

时代周报记者 黄嘉祥 发自深圳

这是A股极不平凡的10个交易日，市场经历了千股跌停到大反攻，上证指数成功收复3200点关口，走出“八连阳”。

作为经历过多轮市场牛熊转换的私募基金掌门人，格雷资产董事长张可兴最近过得可谓“波澜起伏、惊心动魄”，他对时代周报记者说，美国关税政策多变、激进、极端，引发全球资产价格大震荡，A股经历大幅下跌后逐渐企稳。

近日，美国推行“对等关税”引发全球股市巨震，A股在4月7日也遭遇暴跌，上证指数和沪深300跌幅均超过7%，创下2020年2月以来的最大单日跌幅。

在千股跌停、市场陷入恐慌之际，央行、金融监管总局果断出手，多项重磅政策迅速出台，类“平准基金”带头增持，“国家队”与地方国资协同，社保基金与险资齐上阵，上市公司掀起增持回购潮，政府和市场形成合力，堪称A股史上最“稳市组合拳”，推动A股止跌企稳。

4月8—18日，A股企稳回升，上证指数涨幅达5.82%。4月18日，A股三大指数涨跌不一，上证指数报收3276.73点，跌幅0.11%；深证成指报收9781.65点，上涨0.23%；创业板指报收1913.97点，上涨0.27%。

在这次稳市过程中，“中国版平准基金”浮出

水面，中央汇金首次明确其发挥着类“平准基金”作用，央行称必要时向中央汇金提供充足的再贷款支持。中央汇金负责投资，央行承诺给钱，这有助于缓解市场担忧情绪，提振了市场信心。

南开大学金融发展研究院院长田利辉对时代周报记者表示，本轮稳市应对措施体现了国家部委联合行动、中央汇金与地方国资联动、市场与监管协同的特点，形成“政策+资金+市场”三位一体的稳定机制，响应速度和协调性显著提升，体现了中国资本市场政策工具的升级和机制的成熟，但类“平准基金”仍需向制度化、透明化方向完善。

“国家队”带头护盘，从千股跌停到大反攻

过去这10个交易日，A股经历了一场惊心动魄、足以载入史册的稳市之战。

当地时间4月2日，美国宣布对所有贸易伙伴实施“对等关税”政策，其中对中国实施34%的对等关税；4月8日，美国将中国输美商品关税税率提高至84%；此后又相继宣布将中国输美商品关税税率提高至104%、125%、145%。

在“关税风暴”下，市场恐慌情绪蔓延，引发全球资本市场震荡。4月7日，A股三大股指大跌，上证指数下跌7.34%，失守3100点关口，报收3096.58点；深证成指下跌9.66%，创业板指跌幅更高，达12.5%，全市场近3000个股跌停。

下转P9

山姆放量 飞天茅台

山姆会员店则是平价飞天茅台投放的大户，今年山姆的茅台投放频次及数量明显增多。

时代财经 林心林

山姆想要在中国持续狂奔。

4月8—12日，山姆会员店针对广州、深圳、珠海三地会员投放2.4万瓶1499元的飞天茅台酒，活动设置1.2万个名额(每人限购2瓶)。

而距离山姆上一次投放大量平价茅台，仅仅过去不到一个月。据时代财经统计，今年以来，山姆会员店已累计投放原飞天茅台酒数量达12万瓶，相较过去两年同期的投放频次和规模均有所提高。“今年的卓越会员值回票价了。”有抽中购买资格的山姆会员称。据悉，山姆针对飞天茅台的抽签资格门槛较为严苛，包括规定抽奖会员须为卓越主卡会员等，而一张卓越会员卡的年费为680元。

成为山姆卓越会员、抽原茅台购买名额，山姆正加速对中国中产的争夺。

茅台扩大“茅粉”，今年商超投放增多

狂奔的山姆遇上了调整期的贵州茅台。近几年，为渠道管控与维护价格体系，贵州茅台会在一些特殊节点投放飞天茅台，涉及淘宝天猫、盒马、山姆、华润万家等商超平台。

今年2月，盒马就推出近1.5万瓶飞天茅台的“限量抢购”活动，要求用户连续三周有消费记录方可参与；3月，华润万家开展全国联动的“踏青特供”活动，投放5000瓶飞天53%vol带杯装，单价1499元，会员需在3月14—23日完成线下+线上各1次消费记录，覆盖全国23个城市。

山姆会员店则是平价飞天茅台投放的大户。而对比2023—2024年，今年山姆的茅台投放频次及数量则明显增多。

今年以来，山姆会员店已开展三次飞天茅台的大规模放量，其中1月份放量6.6万瓶(中签人数3.3万，每人限购2瓶)、3月份放量3万瓶(中签人数1.5万，每人限购2瓶)、4月份放量2.4万瓶(中签人数1.2万，每人限购2瓶)，购买价格为1499元/瓶。综合上述活动的认购上限，截至目前，今年山姆已放量12万瓶原飞天茅台酒。

有消费者就在社交平台上表示，其在山姆会员店提货中签茅台时，山姆工作人员表示，今年茅台规模放量较多，过往大多时候一次放量不超过2万瓶。

增加对上述渠道投放的贵州茅台，自身也在进行产品、渠道、消费者培育等一系列调整改革。

2024年度，贵州茅台实现营业收入总收入1741.44亿元，同比增长15.66%；归属于上市公司股东的净利润862.28亿元，同比增长15.38%；而贵州茅台今年的目标是实现营业收入较2024年度增长9%左右，相较以往增长幅度更为保守。

下转P21

政经·TOP NEWS

- 3 “开门红” 一季度GDP增速5.4%
- 5 谁为金子疯狂：有人贷款10万元博2000元
- 6 广东企业京杭两城“求贤” 清华博士：想念广东早茶
- 8 特朗普的120亿美元冻结令：威胁七所大学 哈佛带头“硬刚”

财经·FORTUNE

- 10 禁止手工补息满一年 银行“花式”拉存款
- 13 专访御风未来CEO谢陵：载人eVTOL不能闭门造车好几年
- 15 金价狂飙 8家黄金企业去年赚了408亿元
- 16 华熙生物去年净利大跌七成 “玻尿酸女王”掀起改革风暴

产经·INDUSTRY

- 18 智谱启动上市辅导备案
- 21 关税“大棒”下 奢侈品巨头财富缩水
- 22 3个理工生创立的遇见小面 冲刺港股IPO
- 24 8000万购房补贴“日光” 义乌楼市持续火热

编辑/温斯婷 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 1200015 >
零售价/RMB 3.00 HKD 10.00



扫一扫关注 时代周报官方微信

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

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

地址/广东省广州市珠江新城华利路
19号远明明珠大厦4楼

中国外贸逆势突围 底气从此而来

第137届广交会一期展览于4月19日落下帷幕。首期以“先进制造”为主题，集中展出了一批高技术含量、高附加值产品，智能家电、机器人、消费电子、新能源汽车等产品更是备受境外采购商瞩目，成为展会焦点。其中，广州交易团共有923家企业参展，第一期参展企业成绩亮眼，累计意向成交额突破10亿美元。

4月23日，广交会第二期“品质家居”主题展即将开幕，更多体现中国消费升级趋势的智能家居、绿色建材、健康产品将亮相。

广交会，素有中国外贸“晴雨表”与“风向标”之称，在国际贸易格局风云变幻的当下，其重要性愈发凸显。

据广交会承办方中国对外贸易中心发布，截至4月19日，已有来自全球216个国

家和地区的148585名境外采购商到会，较去年同期增长20.2%。

中国对外贸易中心副主任张思洪说，全球采购商奔赴广交会，充分体现了全球工商界对广交会的信任、对中国制造的信赖，也表明世界各国人民对美好生活的向往和对产品物美价廉的追求不会改变，经济全球化的大势不会改变。

事实证明，尽管个别国家推行贸易保护主义，但开放互惠仍是全球共识，绝大多数国家仍希望与中国保持经贸合作。

本届广交会亮点纷呈，其中两个特色尤为显著。

首先，展会的创新活力更足，高端、智能、绿色正在成为中国制造的新标签。

展会聚焦新兴产业，首次设立服务机器人专区和集成房屋专区。服务机器人专

区内的前沿产品，如具备自主导航功能的机器人、搭载触觉反馈的仿生机器人、人形机器人等，吸引了大量采购商的关注。这些产品展示了中国在人工智能和智能制造领域的最新成果，彰显了中国在新兴产业的领先地位。

其次，新兴市场采购商占比明显提升。

官方数据披露，在境外采购商中，共建“一带一路”国家占72%，金砖国家占27.4%，中东国家占14.3%。数据显示，中国外贸“去单一化”的趋势初露端倪，非美市场已成为全球采购的核心增长极。

广交天下客，开放惠全球。在美国发起关税战，全球贸易环境不确定性陡增的背景下，广交会的成功举办说明了什么？

一方面，代表中国制造在全球市场上仍具备显著优势，意味着中国企业在全球

产业链中的地位还在不断攀升。而这种强大竞争力绝不会因个别国家的恶意打压而削弱。

另一方面，也表明世界各国对全球经济复苏十分渴望，期待我们通过更多像广交会这样的互惠互利平台，做大国际贸易的蛋糕。

广交会的成功并非偶然，而是中国制造业持续转型升级的结果，是中国外贸韧性和底气的体现。

面对新的全球贸易变局，积极应对早作规划是唯一出路。接下来，中国外贸需要在多个方向发力。

首先是强化科技创新，提升产品附加值。未来，中国企业需进一步加大研发投入，在人工智能、新能源、高端装备等领域突破关键技术，减少对低端制造的依

赖。只有掌握核心技术，才能在国际竞争中占据主动。

其次要继续拓展新兴市场，降低单一市场依赖。欧美市场需求波动较大，中国企业应加大对“一带一路”共建国家、东盟、拉美等新兴市场的开拓力度，通过市场多元化降低风险。

另外，还需要优化供应链布局，增强抗风险能力。在全球供应链重构的背景下，中国企业需灵活调整产能布局，通过海外布局、本地化合作等方式规避贸易壁垒，同时保持国内产业链的完整性和竞争力。

还要利用数字贸易，拓展新增长点。跨境电商、直播带货等新型贸易方式正在改变全球消费习惯。中国企业应积极拥抱数字化，通过线上渠道直接触达海外消费者，降低中间成本，提高贸易效率。■

直击关税战下的广交会：“没有什么可以阻挡合作”

时代周报记者 王晨婷 发自广州

来自全球210多个国家和地区的参展商、采购商齐聚，4月15日，第137届广交会如期开幕。

素有“中国第一展”之称，广交会是中国历史最长、规模最大的综合性国际贸易盛会，因此也被视作中国外贸的风向标和晴雨表。在全球贸易秩序面临挑战的当下，本届广交会参展企业逆势增长，首次突破3万家，比上届增加近900家。

时代周报记者在广交会现场看到，海量的采购商和参展商来自五湖四海，商业洽谈的气氛盎然。四足机器人表演吸引客商高举手机，配件清洁这样小众的赛道也能找到“双向奔赴”的生意伙伴。会场之外，没申请上展位的外贸人们举着企业资料，与外国客商的一个眼神交汇，也能迸发出商机的可能。

“有一些影响，但相信总能克服。”对于美国关税政策的影响，大多数参展商都这样告诉记者。受近期美国宣布所谓“对等关税”政策影响，参展企业在关税施压下，从寻找新的合作伙伴，到提升自身产品附加值，中国外贸企业奋力突围，显示出强大的韧性。

广交会开展前一日，中国海关总署发布的外贸首季报显示，2025年一季度中国货物贸易进出口总值10.3万亿元，实现平稳开局，同比增长1.3%。

“朋友圈”扩容：来自210多个国家和地区

“大”是广交会带来最直观的感受。本届广交会展览总面积155万平方米，

展位总数约7.4万个，参展企业约3.1万家。即使在每个企业展位前只停留1秒，也得整整8小时才能逛完。

分门别类因此更加关键。据介绍，本届广交会于4月15日至5月5日在广州分三期举办，三期分别以“先进制造”“品质家居”“美好生活”为主题，共设55个展区、172个产品专区。第一期首次增设服务机器人专区，集中展示我国人工智能发展最新成果。

“去年第一次参加广交会，搞错了分区，今年到了汽车相关专区，来对接咨询的采购商一下子就多了。”一家来自深圳专研车载导航的企业告诉时代周报记者，原本的合作伙伴主要在欧洲和俄罗斯，在本次广交会上对接了许多来自拉美、中东的客商，他对后续合作的落地也充满期待。

寻找更广阔的合作机会，这是外贸企业参与广交会最直接的目的。

“广交会上结识的合作伙伴，共建‘一带一路’国家占到60%以上。”创维汽车海外业务中心区域总监程爱武告诉时代周报记者。从电视转做汽车，创维汽车是首批获得欧盟认证的中国新能源车企，但由于去年欧洲关税壁垒等影响，企业在欧洲销量有所下滑，但在拉美、中东、中亚的市场份额均有提高，填补了欧洲市场的下滑，整体销量保持增长。

贸易多元格局也正是我国出口韧性所在。今年一季度，我国对共建“一带一路”国家的出口同比增长7.2%，货物进出口额占全部进出口额比重超过50%。

不过，不同国家对于产品需求存在差异。“我们的产品主销欧美，广交会上从拉美、中东过来的采购商比较

多，但合作也需要看对方报价，如果报价实在太低也没办法。”一名轴承行业的参展商直言。

程爱武在这次广交会上遇到了一个美国采购商。“目前我们新能源车和美国是没有任何业务往来的，因此关税影响其实是0。但美国客商也想来看一下我们的产品，一方面是了解中国新能源车处于什么状态；另一方面也是提前布局，为下一个四年的来临做准备。我们相信，没有什么可以阻挡未来的合作的。”程爱武告诉记者。

附加值更高：首设服务机器人专区

要实现外贸的突围，除了开拓更多合作伙伴，提升产品附加值，实现企业转型升级也尤其关键。

上海白象天鹅电池有限公司从第一届广交会就开始参展。公司品牌经理马沪毓介绍，这家百年企业以一次性电池起家，在近年积极探索储能市场，针对欧美市场以及非洲地区推出了一系列创新产品和“小而美”的解决方案。通过不断升级产品，如今外贸出口占公司销售份额的80%。

“广交会参展企业数量占全国有进出口实绩主体约5%，一般贸易出口量占全国比重约15%。可以说，广交会的企业是我国外贸的骨干力量。”商务部对外贸易司副司长肖露介绍。

本届广交会进一步加大对国家级高新技术、专精特新小巨人、制造业单项冠军等企业的招引力度，并取消了对初创型优质企业参展的出口额要求，相关优质企业参展数量超过9700家，较上届增长20%。新三样、数字技术、智能制造等相关企业约3700家，自主品牌企业突破1.7万家。

创立于2015年的强脑科技，是全球非侵入式脑机接口技术领军企业，也是备受关注的“杭州六小龙”之一。在本届广交会上，强脑科技展示了用于工业机器人领域的“智能仿生灵巧手”，这是其最新研发出的可用于人形机器人领域的工业灵巧手产品。

“前几年我们公司主要还是以内销为主，从去年开始更加积极地开拓海外市场，仿生手和仿生腿两款产品都通过了美国FDA的认证，今年的主要目标就是突破美国市场，希望海外市场能够达到全部业绩的1/3~1/2。”强脑科技公关负责人潘思瑜告诉记者，由于企业在美国也设有公司，针对海外市场的产品版本，因此受到关税政策的影响不大。

此外，本届广交会首设服务机器人专区，吸引了46家行业翘楚，展示从具身机器人到教育娱乐机器人等多样化产品。

在宇树科技的展位前，里外三层的客商高举手机，拍摄表演中的机器人和具身机器人。除了“表演”功能，许多工业机器人在电网、消防、警用等领域都已实现落地。

从一季度数据也能看出，中国制造高端化、智能化、绿色化转型动能强劲。一季度，民营企业进出口高技术产品创历史同期新高。其中，出口工业机器人增长了67.4%；我国的船舶和海洋工程装备出口连续4年保持增长势头，一季度继续增长10.8%。

肖露表示，“创新”已经成为中国外贸的鲜明底色，通过智能化、数字化、绿色化的持续转型升级，中国产品的创新力已经得到了全球消费者的青睐。■

以走在前列的担当进一步全面深化改革
扎实推进中国式现代化的广东实践

“开门红” 一季度GDP增速5.4%

时代周报记者 王晨婷 发自广州

一季度国民经济成绩单公布，中国经济实现“开门红”。

4月16日，国家统计局公布一季度GDP、工业增加值等经济数据。一季度国内生产总值(GDP) 318758亿元，同比增长5.4%，超出不少人的预期。此前，时代周报记者综合多家机构预测值，市场对一季度增速的预计在5.2%左右。

多项指标较去年实现快速回升。一季度，全部工业增加值增长6.3%，服务业增加值增长5.3%，固定资产投资增长4.2%，社会消费品零售总额增长4.6%，比去年全年分别回升0.6个、0.3个、1个、1.1个百分点。

“今年以来政策措施加力扩围，存量政策和增量政策共同显效，推动今年一季度经济开局良好。”国家统计局副局长盛来运表示，各地抓早抓实，抢抓开局，抢抓出口，抢抓机遇，有力有效带动了生产需求回升。

3月社零增速创去年以来新高

3月，全国社会消费品零售总额40940亿元，同比增长5.9%。

其中，除汽车以外的消费品零售额36610亿元，增长6.0%。

值得一提的是，自去年11月以来，社零增速已经连续5个月加快，3月社零增速也创造了14个月以来的新高。

1—3月份，社会消费品零售总额124671亿元，同比增长4.6%。商品零售和餐饮收入的增速差距不大，分别是4.6%、4.7%。

具体来看，各种限额以上单位商品中，通信器材类、体育、娱乐用品类和文化办公用品类在一季度增速最快，分别是26.9%、25.4%、21.7%，家用电器和音像器材类增长19.3%。汽车类、饮料类和石油及制品类同比小幅减少。

这和今年以来“以旧换新”政策加力扩围不无关系。

商务部数据显示，截至4月8日0时，消费者累计购买12大类家电“以旧换新”产品3571万台，发起汽车“以旧换新”补贴申请208.5万份，有力促进了消费的回升。

大力提振消费是今年经济工作的头等大事。

今年3月印发的《提振消费专项行动方案》，再次提出加大消费品“以旧换新”支持力度。

不少经济学家在采访中告诉时代周报记者，后续可能出台的增量政策中，消费拥有较大的潜在空间。

不过，一季度全国居民消费价格(CPI) 仍同比下降0.1%。其中，3月份CPI同比下降0.1%，降幅比上月收窄0.6个百分点。

但扣除食品和能源价格后的核心CPI已经转涨，同比上涨0.3%。一季度全国工业生产者出厂价格(PPI) 则同比下降2.3%。其中，3月份同比下降2.5%。

“这两年，无论是居民消费价格CPI还是工业生产者出厂价格PPI都在低位运行，分析其原因，既有国内外宏观经济形势复杂变化的因素，也有中国经济处于转型发展阶段、新旧动能转换带来的影响。”

盛来运分析称，目前，新动能所带动的价格上涨还难以对冲传统动能衰减带来的下行压力。

例如，2016—2019年，以钢铁为代表的黑色金属冶炼及压延加工业价格平均涨幅是9%左右，2000—2024年平均涨幅只有0.9%。

因此，相关产业的调整会对相关产品价格带来一系列影响，中国价格的波动运行具有明显的阶段性和结构性特点。

出口一季度增长6.9%显韧性

出口也是一季度中国经济的一大亮点。

一季度，货物进出口总额103013亿元，同比增长1.3%。其中，出口61314亿元，增长6.9%；进口41700亿元，下降6.0%。

3月份，进出口总额37663亿元，同比增长6.0%。其中，出口22515亿元，增长13.5%；进口15148亿元，下降3.5%。

“3月出口同比大幅回升，外需回暖并非主因，更多是受春节错位的影响。”申万宏源证券首席经济学家赵伟告诉时代周报记者。

赵伟表示，据测算，春节因素推

升今年3月出口约6.7个百分点。对美国直接“抢出口”和对新兴经济体的协同供给类“抢出口”现象也为出口提供了支撑。

这与2018—2019年美国加征关税期间我国加速境外供应链重组、对新兴经济体出口走强现象类似。

港口货运量数据也显示，越接近“对等关税”公布节点，货运量脉冲式上升越明显。

今年春季广交会于4月15日开幕，首期展会分别聚焦“先进制造”“品质家居”“美好生活”，参展企业首次突破3万家。

被称为外贸晴雨表的“中国第一展”数十年热度不减，内外客商洽谈热火朝天。

现场不少外贸从业者告诉时代周报记者，国际政策会对企业造成一定影响，但企业出海并非只有单一市场，今年来自拉美、非洲等新兴市场的采购商数量也有明显增加。

外贸的韧性得益于贸易多元格局。盛来运介绍，目前，我国已与世界上150多个国家和地区成为贸易伙伴。另外，我国正积极推进与共建“一带一路”国家贸易。

今年一季度，对共建“一带一路”国家的出口同比增长7.2%，货物进出口额占全部进出口额比重超过50%。

多元化市场格局正在形成，这也意味着我国对某一个国家单一出口市场的依存度在下降。

比如，在2018年，我国对美国的出口额占出口总额的比重是19.2%，去年已经下降到14.7%。

在中国民生银行研究院宏观研究中心主任王静文看来，应对外部冲击，我国政策此前已有充分预案。如将赤字率上调至4.0%左右，专项债规模扩大至4.4万亿元等。

此外，王静文还指出，二季度注资特别国债和超长期特别国债将开始发行，加之专项债“自审自发”加速推进，新增专项债发行也会加快，预计政府债净融资额将比一季度继续加大。目前，抢转口的窗口尚未关闭，预计出口短期内不会明显下滑。

信息服务业投资涨超三成

值得关注的是，在中国经济转型

升级和高质量发展的背景下，原本依靠投资和出口带动的发展模式已经发生了根本改变。“依靠内需和创新驱动共同推动经济增长的新格局正在形成。”盛来运说。

从数据来看，过去5年，三大需求中内需对经济增长的平均贡献率超过80%。

2024年，以新产业、新业态、新商业模式为代表的“三新”经济增加值占GDP比重达到18%左右。我国数字经济核心产业增加值占GDP的比重已经达到10%左右。

一季度，高技术产业快速增长也是经济的一大亮点。规模以上高技术制造业增加值同比增长9.7%。

分产品看，新能源汽车、3D打印设备、工业机器人产品产量同比分别增长45.4%、44.9%、26.0%。

规模以上装备制造业、高技术制造业增加值占规模以上工业的比重继续提升。

一季度，装备制造业的比重达到33.7%，同比提高1.9个百分点，高技术制造业的比重是15.7%，提高0.5个百分点，工业向高端化、智能化、绿色化转型的趋势明显。

在投资方面，一季度高技术产业投资同比增长6.5%，其中信息服务业、航空航天器及设备制造业、计算机及办公设备制造业、专业技术服务业投资分别增长34.4%、30.3%、28.5%、26.1%。

“科技创新、高端制造等正逐步成为经济增长的核心引擎。”信政资产研报指出，当前经济呈现“U型”复苏特征，预计全年GDP增速维持在5%左右，主要得益于政策发力与企业盈利周期触底回升。

尽管二、三季度可能受美国加征关税拖累，但国内需求温和修复与库存周期改善将支撑经济韧性。

4月底将是观察增量政策是否出台的关键节点。财信金控首席经济学家伍超明预计，货币政策重心将由一季度防风险转向稳增长，降准先行、降息随后，促消费结构性工具将较快出台；财政政策“力度加力、进度加快”双轮驱动模式值得期待。

基准情境下，二季度GDP增速在5%左右。■

80%



楼市一季报出炉：上海、杭州新房价格涨幅领先

时代周报记者 李杭 发自北京

随着稳楼市各项政策显效，我国房地产市场持续回稳。

4月16日，国家统计局公布2025年3月份70个大中城市商品住宅销售价格变动情况。

国家统计局城市司首席统计师王中华解读称，2025年3月份，房地产市场成交活跃度提升，一线城市商品住宅价格环比上涨，二、三线城市环比总体降幅收窄，各线城市同比降幅均继续收窄。

具体来看，3月份一线城市新房价格环比上涨0.1%，涨幅与上月相同，其中，上海以0.7%的涨幅继续领跑；二线城市新房价格环比持平，与上月相同；三线城市的新房价格环比下降0.2%，降幅收窄0.1个百分点。

值得关注的是，3月份，70个大中城市中，新房价格环比上涨城市有24个，比上月增加6个；二手房环比上涨城市有10个，比上月增加7个。

多名专家分析称，该数据表明，楼市止跌回稳的基础在不断夯实。

上海易居房地产研究院副院长严跃进对时代周报记者表示，房价上涨城市数量增加，得益于销售端数据的向好发展，同时也说明市场信心明显增加，在众多房价上涨的城市中，部分热点城市涨幅居前。

新房方面，上海涨幅继续领先，杭州、成都、宁波紧随其后。二手房方面，包括北京、上海、深圳、杭州在内的10个城市环比上涨。

对此，广东省住房政策研究中心

首席研究员李宇嘉表示，近年来政策积极降低门槛、降低成本，对刚需和改善的释放效应比较明显。

同时，去年四季度住房消费释放充分，二手房低价房源大量消耗，近期成交的房源多为次低价房源，或业主继续降价的意愿降低，比如价格逐步企稳，由此导致了新房、二手房价格率先止跌回稳。

二手房价格上涨城市数量增加7个

今年3月，房地产市场继续延续止跌回稳走势，市场交易继续改善。

根据国家统计局数据，3月份，70城新房价格指数环比涨幅为-0.1%，与上月持平，同比降幅也由-5.2%收窄至-5.0%，连续5个月收窄。总体来看，环比和同比都呈现收窄态势。

房价企稳的背后，是成交量的持续回升。

今年一季度，全国新建商品房和二手房成交总量同比正增长，其中二手房交易网签面积同比增速超过两位数。

3月份，一线城市中，深圳二手房网签成交套数同比增长58%，北京、上海同比增幅均超30%；二线城市中，杭州同比增长68%，成都、厦门成交同比增幅均超30%。

严跃进表示，全国重点城市3月份交易指标保持环、同比正增长，说明认购新房的积极性增加。

“并且结合一季度数据，当前房屋交易止跌回稳态势已经持续了6个月，量的向好表现会逐渐在价格方面得以传导。”

从3月份房价指数来看，一、二、三线城市环比涨幅数据分别为0.1%、0.0%和-0.2%，同比涨幅分别为-2.8%、-4.4%和-5.7%。三类城市环、同比指标均有持续改善的表现，尤其是同比跌幅指标在继续收窄。

对此，严跃进表示，一季度是环比指标由跌转涨的关键期，而二季度将是同比指标由跌转涨的关键期。这也意味着房价拐点正到来。

二手房的价格也出现了积极变化。数据显示，3月份，一线城市二手住宅销售价格环比由上月下降0.1%转为上涨0.2%。

同比方面，一线城市二手住宅销售价格同比下降4.1%，降幅收窄0.8个百分点。

对此，严跃进表示，近期一些重点城市二手房表现不错，交易甚至创新高，这都为价格指标的向好发展提供了较好的基础。

一线城市之外，二、三线城市二手房的价格也迎来了积极的变化。3月份，二、三线城市环比跌幅收窄，二线城市从-0.4%收窄到-0.2%；三线城市从-0.4%收窄到-0.3%。

此外，3月份二手房价格上涨的城市数量从此前的3个变为10个。

严跃进认为，这说明二手房和新房一样，也呈现了价格上涨城市数量增加的积极态势。

基于这一情况，严跃进也提示，二手房认购方面不能过多地观望，尤其是好学区的房子，也会上涨。

反过来对于购房者来说，要意识到此类价格的走势和动向，积极入市和购房。

一季度多项数据跌幅明显收窄

一季度我国房地产市场形势明显好转，意味着促进房地产止跌回稳的政策效果在持续显现。

受一系列楼市调整优化政策影响，今年以来房地产市场回暖态势显著，从一季度多项数据来看，无论是上游开工端还是下游销售端，房地产跌幅均明显收窄。

销售数据方面，1—3月份，新建商品房销售面积21869万平方米，同比下降3.0%，降幅比1—2月份收窄2.1个百分点；其中住宅销售面积下降2.0%。新建商品房销售额20798亿元，下降2.1%，降幅收窄0.5个百分点；其中住宅销售额下降0.4%。

李宇嘉分析指出，今年一季度的销售数据，不管是和去年全年相比，还是和去年同期相比，跌幅都明显收窄。尤其值得注意的是，销售金额跌幅明显比销售面积小，这与过去的情况完全不同。

“去年1—3月份，销售金额跌幅比销售面积跌幅大了8.2个百分点，意味着开发商在降价促销，以价换量。但现在，金额跌幅较小，主要在于中心城区销售占比增加，改善型房源销售占比增加，表现在简单均价连续上升，1—3月份简单均价同比上涨1.6%，连续两个月上涨，这已经成为稳定市场的力量。”李宇嘉说。

新开工的意愿也呈现明显提升态势。数据显示，今年1—3月份，房地产新开工面积下跌24.4%，但与2024年同期相比，降幅收窄3.4个百分点，较今年1—2月大幅收窄了5.2个百分点，这意味着一季度开发商增加开工

的积极性有所提升。

市场回暖的积极信号在土地市场得到印证。李宇嘉指出，新开工意愿的明显提升是与土地端的好转密切相关。

根据中指院的统计数据，一季度，300城住宅用地成交规划建面同比下降约5%，但出让金同比增长超两成，达到26.5%。

分城市层级看，一线城市、二线城市、三线城市同比分别增长47.1%、33.5%、5.4%。

在平均成交楼面价方面，300城整体以及一线、二线、三线分别增长32.6%、56.0%、14.9%、18.4%。

李宇嘉分析称，土地市场的好转，以及好房子项目去库存化加速，带动开发商补库存，从而带动新开工意愿提升。

展望后市，李宇嘉认为，去年重点300城土地供应跌幅收窄，一季度土地供应同比增长两成，这会带动后续新开工、开发投资止跌反弹，缓解当前“开发端止跌较慢、销售端止跌明显”的局面。其次，目前商品房止跌回稳主要在热点区域，后续随住宅项目规范落地，各地优化营商环境、提升产品，改善型需求将扩大，进一步稳固市场。

此外，李宇嘉还预计，未来二手房市场可能会好于新房。

李宇嘉认为，近期各地都在积极推进老旧小区改造，进一步打通二手房以旧换新的堵点，而新房供给侧改革，将进一步激发卖旧买新的置换动力，也将进一步促进市场可持续发展和夯实止跌的基础。■

七大外贸省份靠什么撑起一季度的出口？

时代周报记者 李杭 发自北京

近日，我国今年一季度外贸数据正式公布。据海关统计，一季度，我国货物贸易进出口总额10.3万亿元，同比增长1.3%。其中，出口6.13万亿元，增长6.9%；进口4.17万亿元，下降6%。

按省份来看，广东、江苏、浙江、上海、北京、山东、福建表现格外亮眼，合计进出口7.78万亿元，占我国进出口总值的四分之三，且呈持续增长态势。

在已公布数据的7个省份中，广东以2.14万亿元的进出口总额居首位，持续发挥外贸大省引领作用；浙江实现7.3%的同比增速，对全国增长贡献率达66.4%，居全国首位；江苏的一季度出口额高达9049.9亿元，增长9.6%，为全国货物贸易进出口累计增速由负转正提供了支撑。

但不容忽视的是，近期美国政府持续挥舞“关税大棒”，给全球贸易蒙上阴影，我国七大省市的外贸发展也不可避免地迎来挑战。

广东、浙江等省份作为我国外贸发展的“主力军”，外向型经济特征鲜明，尤其对美外贸依存度在全国位居前列。以浙江为例，其对美出口规模占全省出口总额的16.2%。

在外部环境复杂多变的情况下，这些外贸大省该如何突破困境，稳固外贸基本盘？

广东进出口额达2.14万亿元

一季度的外贸大考，广东交了一份不错的答卷。

海关总署广东分署4月17日发布的数据显示，今年一季度，广东外贸进出口2.14万亿元，较去年同期增长4.2%，增速高于全国2.9个百分点。其中，出口1.34万亿元，增长1.4%；进口7981.5亿元，增长9.3%。

该署评价称：“总的来看，一季度广东外贸克服基期规模大、外部不确定因素增多等困难，继续保持增长态

势，实现良好开局。”

广东外语外贸大学广东国际战略研究院副院长韩永辉对时代周报记者指出，基础稳、政策实、市场活，是广东外贸保持韧性并实现增长的关键支撑。

“广东外贸产业基础雄厚、企业韧性强，机电、新能源等领域出口强劲，民营企业表现活跃，彰显高附加值产品竞争优势。政策上，通关便利化、跨境电商发展等举措不断落地，为企业减负增效提供了有力保障。此外，新兴市场的积极开拓，也增强了外贸抗风险能力。”韩永辉说。

从企业层面看，广东一季度民营企业进出口1.36万亿元，增长4.8%，占进出口总值的63.4%，撑起外贸“半壁江山”。同时，外商投资企业发展向好，进出口额6770.3亿元，增长5.3%。

进出口产品结构亮点突出。出口上，机电产品是主力军之一。数据显示，一季度，广东出口机电产品总额9042.7亿元，增长6.6%，占广东出口总值的67.5%。具体品类上，电动汽车、摩托车、船舶等出口实现了较快增长，其中电动汽车出口增速高达107.9%。

此外，广东与主要贸易伙伴往来密切且进出口增长显著。

东盟继续保持第一大贸易伙伴地位，广东对其进出口3494.3亿元，增长6.9%。同期，对中国香港、欧盟、美国、中国台湾等其他前五大贸易伙伴进出口分别增长6.8%、6.9%、3%、36.3%。此外，对共建“一带一路”国家增长3.3%。

然而，全球贸易形势复杂多变，贸易保护主义、地缘政治冲突等不稳定因素，给广东外贸持续增长带来挑战。如何在现有良好合作基础上，进一步挖掘潜力，成为广东外贸发展的关键课题。

对此，韩永辉表示，在深化与新兴市场合作方面，广东需要着力加强基础设施互联互通，进一步优化港口设施，增加与东盟及其他共建“一带

一路”国家主要城市的直航航班、货运班列频次，以此降低物流成本，提升贸易便利化水平。

同时，积极推动产业合作升级，鼓励企业在东盟等地区建设产业园区，引导电子、家电等优势产业以集群形式“走出去”，并吸引相关国家或地区的优势产业来粤投资，促进产业深度融合。

此外，韩永辉还指出，广东还要强化政策支持与服务保障，设立专项扶持资金助力企业开拓新兴市场，在东盟等重点市场设立经贸代表处，为企业提供政策咨询、市场信息服务，帮助企业有效规避风险。

浙江外贸增长贡献率居首

在七个主要外贸省市中，浙江一季度进出口额的增速脱颖而出。

据海关统计，一季度，浙江外贸进出口1.29万亿元，同比增长7.3%，对全国增长的贡献率达66.4%，居全国首位。其中，出口9707.5亿元，增长11.1%，其进出口增速在东部沿海主要外贸省市中分居第一、第二位。

韩永辉分析，浙江一季度外贸成绩亮眼，背后的核心支撑因素，主要是市场多元化战略布局成效突出以及产业结构持续优化升级。

在市场多元化战略布局方面，近年来，浙江积极开拓新兴市场，在巩固与欧盟等传统市场合作的同时，大力拓展东盟、中东、拉美、非洲等新兴市场，有效降低了对单一市场的依赖，在贸易形势复杂多变的情况下，多条腿走路，为外贸增长提供了多元动力。

从最新数据中能清晰看到成效。一季度，浙江对共建“一带一路”国家进出口7241.8亿元，增长7.8%，占全省进出口总值的56.0%；对欧盟、东盟分别进出口1943.4亿元、1904.8亿元，分别增长12.6%、13.2%。同期，浙江对中东、拉美、非洲分别进出口1521.5亿元、1339.1亿元、981.7亿元，分别增长5.8%、2.2%、6.7%。

产业结构持续优化升级，是浙江一季度外贸表现亮眼的另一个核心原因。

“浙江一直致力于推动制造业技术改造与创新，在机电等领域成果显著，高附加值产品出口竞争力大幅提升，不仅使出口产品结构得到优化，还增强了浙江外贸在全球产业链中的地位。”韩永辉说。

浙江外贸出口数据，成为产业结构升级“含金量”最直观的体现。

数据显示，一季度，浙江出口机电产品4607.5亿元，增长13.5%，占全省出口总值的47.5%。其中，家用电器出口303.0亿元，增长17.3%；汽车零配件出口285.2亿元，增长15.6%；船舶出口66.1亿元，增长45.1%。

劳动密集型产品出口2848.7亿元，增长7.5%，占全国同类商品出口总值的30.0%，提升2.7个百分点。

进口方面，能源产品、高技术产品进口保持增长。

一季度，浙江进口高技术产品244.7亿元，增长39.3%。其中，高端装备、新材料分别进口112.8亿元、13.3亿元，分别增长77.4%、34.6%。

“浙江当前的进出口产业结构呈现出‘双轮驱动、结构优化’的态势。”韩永辉指出，机电产品出口比重提升，体现出浙江在中高端制造领域的竞争力不断增强，是制造业向高质量发展的积极信号。

其次，劳动密集型产品依然占据全国出口约三成的份额，显示出浙江传统外贸优势依旧稳固，有效支撑整体出口基本盘。

同时，高技术产品和能源类产品进口保持增长，说明浙江企业在加快设备更新和产业升级的过程中，对新技术和关键资源的需求在持续扩大。

应对关税战，外贸大省动起来了

自重回白宫以来，特朗普持续挥舞关税大棒，对全球贸易秩序造成严重冲击。在此背景下，我国七大外贸省

市纷纷行动起来，积极应对关税增加带来的成本压力。

4月8—9日，浙江主政领导在本省企业调研中强调，要大力开拓多元化市场，进一步打开广阔的外贸空间。

同期，江苏省政府召开常务会议。会议强调，要高度重视对美贸易新形势新变化，进一步强化产业创新、拓展多元出口、降低企业成本，“一行一案”“一企一策”帮扶受冲击较大的行业和企业，全力渡过难关。

广东则提出要全力促进内外贸一体化发展，积极拓展多元化国际市场，更大力度支持出口转内销等。

以东莞市为例，近日该市正式出台《关于促进外贸稳定增长的工作方案》，全方位规划外贸发展路径，并明确到2027年，力争使“一带一路”市场出口占比超30%。

在此形势下，韩永辉指出，作为我国外贸主力军的沿海经济强省市，可通过“三个优化”策略，缓解成本压力、稳定出口规模。

具体来看，韩永辉认为，首先要优化市场布局，积极开拓多元出口市场。加快对东盟、共建“一带一路”国家、拉美等新兴市场的布局，降低对美国市场的依赖，提高外贸抗风险能力。其次，可以优化产品结构，提升出口附加值。利用高品质、高技术含量产品减轻价格敏感度，增强应对关税波动的能力。

此外，还可以优化贸易方式，降低整体运营成本。引导企业利用保税物流、跨境电商、外贸综合服务平台等新型贸易方式提升效率，降低通关和中间环节成本，部分对美订单还可通过“转口贸易”进行灵活调整。

而从长期来看，韩永辉表示，各省市应加快布局高附加值产业出口，提升自主品牌技术含量；加强区域协同，推动产业链一体化；积极拓展“一带一路”等新兴市场，完善跨境电商等新业态，打造韧性外贸体系，应对复杂外部环境。■

利好外资 服务业扩大开放试点再添9城

时代周报记者 阿力米热 发自北京

服务业扩大开放综合试点，再度扩围。

4月11日，国务院发布关于《加快推进服务业扩大开放综合试点工作方案》的批复。原则同意在已有试点地区基础上，将大连、宁波、厦门、青岛、深圳、合肥、福州、西安、苏州9个城市纳入试点范围。

值得注意的是，此次新增的试点城市不仅包括沿海开放型经济城市，还涵盖内陆重要节点城市，形成了“沿海引领、内陆联动”的开放格局，将更好地发挥试点城市的辐射带动作用。

而就在同一天，商务部等9部门也发布通知，表示已总结了金融、医疗健康等重点领域的试点示范经验，将在全国或相关地区复制推广。

实际上，服务业扩大开放综合试点，并非新鲜事。

从2015年开始，我国分三批设立了北京、天津、上海、海南、重庆、沈阳、南京、杭州、武汉、广州、成都11个试点省市。随着此次9个城市的加入，服务业扩大开放综合试点已增至20个。

那么，在密集部署服务业扩大开放背后，有何深意？这些被国家赋予开放重任的城市，又有何特别之处？

填补供给缺口、提升国际竞争力

多年来，服务业一直是我国最大的外资流入领域。

商务部数据显示，2024年，全国实际使用外资金额为8262.5亿元。从行业看，服务业吸收外资5845.6亿元，占比约七成。

若拉长时间线，2014—2024年

10年间，随着产业结构升级、实体经济与数字经济深度融合发展，服务业吸收外资能力不断提高，服务业吸收外资占比由55.4%提升至70.7%。

过去10年，随着数字经济规模不断扩大，人工智能、云计算等新业态重塑产业格局，中国经济经历了结构转型升级、创新驱动增强等重大变化，在此背景下，服务业逐步取代工业成为经济增长的第一动力。

统计数据显示，2014—2024年，服务业占GDP比重从48.2%跃升至56.7%。“再加上如钢铁、家电等行业制造业产能溢出，加快了制造业服务化、部署服务业扩大开放，所以提振服务业是突破瓶颈的必然选择。”广东外语外贸大学广东国际战略研究院副院长韩永辉告诉时代周报记者。

值得注意的是，韩永辉表示，当前全球服务贸易占贸易总额比重超23%，而中国服务贸易逆差长期存在，需通过开放提升竞争力。

多重因素影响下，自2015年开始，国家聚焦于金融服务业、医疗健康产业、数字贸易与专业服务三个重点领域，启动了服务业扩大开放综合试点。

金融服务业方面，根据中国人民银行《2025年金融业开放评估报告》，试点地区外资持股证券公司、基金管理公司比例限制已全面取消，外资机构参与中国债券市场交易规模同比增长67%。

“金融业开放通过引入国际资本和先进管理经验，助力人民币国际化进程，同时倒逼国内金融机构提升风险管理能力。”韩永辉说道。

与此同时，商务部《数字服务出口基地建设指南》指出，杭州、苏州等试点城市数字服务出口年均增速达

24%，其中云服务、工业软件等细分领域已具备全球交付能力。数字贸易领域的开放既能抢占全球数字治理规则制定话语权，又为制造业数字化转型提供支撑。

医疗健康方面，数据显示，到2035年，60岁以上人口预计将达4亿，为了满足民生与老龄化催生银发经济，医疗养老等服务供给缺口需社会资本与外资填补。

开放政策为跨境服务贸易创造了制度空间。

据了解，海南博鳌乐城试点国际医疗旅游后，不仅吸引28家跨国药企设立创新中心，更带动国内高端医疗设备研发投入增长200%。

“除此之外，通过引入国际先进经验与竞争压力，有效打破行业垄断格局，加速本土服务业提质增效。财政部2023白皮书显示，上海自贸区取消外资会计师事务所限制后，倒逼本土机构审计效率提升40%，服务费率下降15%。”韩永辉说道。

试点增至20省市

从首批试点至今，服务业扩大开放综合试点，已开展逾十年之久。

早在2015年5月，北京成为全国首个服务业扩大开放综合试点城市；2021年4月试点首次扩围，增加天津、上海、海南、重庆等4个省市；2024年7月，试点又扩围了沈阳、南京、杭州、武汉、广州、成都6个城市。

而根据此次国务院的批复意见，大连、宁波、厦门、青岛、深圳、合肥、福州、西安、苏州9个城市，也纳入试点的范围。至此，服务业扩大开放综合试点已增至20个。

中国国际经济交流中心宏观经

济研究部副部长刘向东向时代周报记者表示，总体来看，扩大服务业开放试点，一方面解决国内市场高端供给不充分的问题，也能推动中资企业走出去，并在国际新业态新领域规则谈判中占据先机。

为何会选这些省市作为试点呢？

共性上来看，试点城市均为国家中心城市或区域核心城市，具有完善的国际交通枢纽和成熟的开放型经济体系。与此同时，除海南、沈阳、厦门外，其余地区均为万亿GDP城市，拥有具备承接国际服务业转移的能力。

公开数据显示，此前确定的11个试点省市，外贸依存度平均达到45%以上，远高于全国平均水平。并且，试点省市的服务业增加值占GDP比重平均为65%，比全国平均水平高出10个百分点。

与此同时，在区域结构层面，试点省市已经涵盖京津冀、长三角、珠三角、东北和中西部地区的主要地区，并与“一带一路”、长三角一体化、成渝双城经济圈、自由贸易试验区等发展协同部署。

上海城市发展协同创新中心副主任、华东师范大学城市发展研究院教授曹贤忠在接受时代周报记者采访时表示，这种系统化的空间布局，实现了对主要城市群和开放通道的全覆盖，有利于依托自身产业优势，形成服务业产业集群。

“此外，为了避免开放红利过度集中，平衡开放梯度，新增的9个试点城市覆盖东、中、西部，是区域经济协同发展、补强国家战略点的需要。”曹贤忠说道。

例如，宁波舟山港货物吞吐量连续多年位居全球第一，具备良好的港

口条件和物流基础，利于开展国际服务贸易，加强与“一带一路”共建国家和地区的服务贸易往来。西安作为关中原城市群核心城市，通过服务业开放，能够带动周边地区产业升级和经济发展。

除上述考量之外，试点省市在服务业内发展上也各有特点，形成了差异化优势。

长三角地区，杭州、南京在数字贸易、电子商务等领域具有领先优势，推出数据跨境“白名单”等制度；沈阳、武汉侧重生产性服务业与供应链创新，允许外资参与工业互联网平台建设；广州、成都则优先开放生活性服务业，如外资独资养老机构、国际文旅项目。

目前，试点示范已经取得显著成效。数据显示，2024年，11个省市服务业吸收外资412.6亿美元，约占全国服务业吸收外资的50.2%，超过了半数，覆盖金融、教育、医疗健康、数字服务等多个关键领域。

然而，在推进更高水平开放的同时，外资企业在试点城市落地仍面临着市场准入隐性壁垒、本土化适应与人才短缺等现实挑战。

韩永辉认为，为了使服务业面向外资企业开放，可以在试点省市全面推行“准入前国民待遇+负面清单”管理模式，建立统一的外商投资服务平台，实现审批事项“一网通办”。

“在人才引进方面，可以采取扩大外国人才签证适用范围，对急需紧缺人才实行‘绿色通道’。并支持试点城市与国际知名高校合作办学，定向培养复合型人才，并建立外资企业与本地高校的产学研合作机制。”韩永辉说道。■

谁为金子疯狂： 有人贷款10万元博2000元

时代周报记者 阿力米热 发自北京

凌晨两点，小悦睡意被闪亮的手机屏吞噬着。

国际金价创下历史新高的消息像一针兴奋剂，小悦的精神和肉体既紧张又兴奋。“好！还在涨，赚了，满足！”她喃喃自语，手指不断地滑着屏幕，交易软件里的收益曲线让她暂且放下焦虑。

两周前，小悦通过网贷平台借了10万元投资黄金，从那时开始，她的生活就彻底被这些跳动的数字绑架。交易软件成了她每天打开次数最多的应用，甚至超过了社交软件。

“772元/克时全仓买入，792元/克时果断清仓，778元/克时又试探性建仓……”这些数字，变成黄金在她记忆和生活中刻下的烙印。

今年以来，暴涨的黄金，让无数消费者陷入躁动。街头巷尾，茶余饭后，人们都在热议着这个被视为避险资产的金属，如今成了财富的“赌场”。

像小悦这样贷款炒金的人并不在少数。越来越多的投资者坚信黄金长期只涨不跌，于是通过贷款、信用卡等方式加杠杆，试图在黄金市场中分一杯羹。然而，在市场的另一头，黄金卖家却不敢贸然存货。

谁也不知道，在这场黄金盛宴的尽头，究竟是会赚得盆满钵满，还是血本无归。

黄金“赌局”

2025年的黄金市场，正在演绎一场足以载入金融史册的“疯狂”。

今年3月份，国际金价突破3000美元大关之后，金价就开始越涨越疯，持续刷新投资者的认知。截至发稿（4月21日12:15），COMEX黄金期货价格上涨至3390.8美元/盎司，较年初上涨约27%。

这样的高位价格，在黄金市场中并不寻常。然而，市场的热度似乎还在持续升温。

连日来，高盛、瑞银等国际投行进一步上调了对黄金的价格预期。瑞银将金价预测上调至3500美元/盎司，而摩根大通则预测2025年中国央行黄金购买量将达到约850吨，金价达4000美元将“比预期来得更快”。

受此影响，以人民币计价的现货黄金价格也涨到801.40克（截至发稿4月21日12:15），年内累计涨幅达到约28.09%，与2024年全年涨幅基本持平。在零售端，周大福、周六福、潮宏基、六福珠宝的首饰金价涨至1039元/克。

“这行情，到底是福还是祸？”

在社交媒体上，这个直击灵魂的拷问已掀起一场热议，把消费者的情



绪撕裂成两个极端：“现在不买黄金就等着后悔吧，以后只会越涨越贵，突破4000美元指日可待。”“当菜市场大妈都在讨论黄金的时候，就该跑了！”

这样的市场氛围中，一个令人担忧的趋势正悄然蔓延。有投资者借助消费信贷工具，试图在这场看似稳赚不赔的游戏分一杯羹。他们刷爆信用卡、申请网贷、动用各种消费分期额度，将借来的资金押注在黄金上。

刚毕业没多久的00后小悦就是这场“杠杆炒金”热潮中的一员。

小悦坦言，自己通过网络借贷平台，以日计息的方式贷款10万元，以此作为本金去购买黄金投资类产品。在短短一周内完成了数次短线操作：772元/克买入，792元/克抛售；778元/克再次入场，785元/克抛售全部迅速离场。

“扣除200多元的贷款利息后，净赚2100元，我已经很知足了。”小悦的语气中透露着谨慎，“虽然市场都在喊黄金要冲800元/克，但现在的涨势实在让人心惊，打算继续买了。”

时代周报记者了解到，某平台白条日利率通常为0.03%~0.1%（具体以借款页面显示为准）。若按0.03%的日利率计算，10万元贷款一周（7天）的利息成本为210元（1万元×0.03%×7）。

表面上看，小悦用这笔资金在黄金市场净赚2100元，收益率达2.1%，似乎是一笔划算的交易。

然而，黄金市场本身就具有高度波动性，市场一旦回调，她的收益就可能被完全抵消，甚至开始亏损。

与此同时，这种借贷投资背后隐藏着巨大的风险，逾期违约金利息和信用风险等成本是不能被忽视的。

小悦苦笑：“自从贷款买了黄金，这日子过得心惊胆战的。”

小悦想起白天在理财群里看到的那些讨论，那些消息就像一颗颗重磅炸弹，“美联储可能推迟降息”“地缘政治升温”……每一个消息都可能

让金价翻天覆地。

在这场黄金暴涨的狂欢中，并非所有投资者都能满载而归。一些抱着“赌一把”心态入场的投资者，正深陷亏损的泥潭难以自拔。

有媒体报道称，今年清明节前后，有投资者贷款了110万元资金买黄金。申请贷款的时候金价在700元/克左右，等贷款到手时金价已经涨到了736元/克，在网友的劝说下，他决定将全部贷款投入黄金市场，入手了1500克黄金。

随后几日，金价上扬到740元/克，该投资者又追买了200克，却没想到金价快速下跌。截至4月7日，他贷款买的1700克黄金已经亏损超过4万元。他自嘲，“进场才5天时间，赔了个底朝天”。

为风险焦虑

“贷款炒金”之外，另一种更为隐蔽的“买金套现”模式成为许多消费者眼中的生财之道。

有消费者通过互联网平台的分期付款、银行信用卡等方式，在网络等平台上购买黄金饰品。待金价上涨后，再转手出售，利用差价偿还账单并获取一定盈利。

通常情况下，金条、金豆属于投资品，不可使用借贷方式购买。然而，金戒指、金项链等饰品属于消费品，可以用分期付款的方式购买。这使得消费者在贷款购买黄金饰品后，将首饰熔化成金条或金豆，再将其转手出售或卖给贵金属回收平台，从而还上利息并赚取差价。

时代周报记者算了一笔账发现，这种贷款套现的方式其实并不划算，而本质上是在对黄金涨幅“赌博”。

时代周报记者以消费者身份向某银行了解到，银行面向客户群体发放的最便宜的消费贷，额度最高50万元，最长期限为5年，月息0.14%。

若向银行贷款10万元，5年还款，每月还款本金约为1667元，加上每个

月还利息140元，每月需还款1807元。

假如用贷款的10万元购买黄金，按当前现货黄金801.40元/克来计算，可以购买124.78克。若黄金涨到820元/克时卖出，那么可获差价2320.908元，这笔赚取的差价能还上银行账单。如果金价持续上涨，还可以赚取额外的利润。

然而，实际情况远比这复杂。

以水贝市场里回收金价与销售价为例，两者差值约为25元，这一差距较之前明显扩大。在此之前，黄金的回收价格通常比售价低10~15元。

这就意味着，随着回收价和销售价的价差进一步拉大，“买金套现”的话，实际收益会减少，甚至可能无法覆盖银行的还款金额。

在此背景下，时代周报记者发现，在近期金价高涨的背景下，直接回收套现的情况更为火热。

时代周报记者走访私营黄金回收店时发现，部分商家的回收规模从往年的月均10多克，激增到当前单月超百克。前来变现的消费者大多以应急资金需求为主，希望通过出售手中的黄金来快速获取现金，以应对眼前的经济压力。

而置换的热情或不及回收套现。

时代周报记者走访发现，各大品牌商推出“以旧换新”黄金置换活动。例如，中国黄金推出的“以旧换新”业务，规定本品牌的旧黄金可以“克换克”，零损耗；而非本品牌的旧黄金则会有5%的损耗。如要换购更大克重的黄金饰品，还需要补足差价和支付一定的工费。

走访期间，时代周报记者观察到，选择前来置换的客户寥寥无几，销售人员的推销热情远大于消费者的参与热情。

在另一面，黄金价格在高位波动下，黄金回收店铺的老板们如履薄冰，不敢贸然存货，大多选择随买随卖。一位老板向时代周报记者感慨：“金店倒闭容易，开店难。现在金价涨得这么高，就像在走钢丝，稍有不慎就会摔得粉身碎骨。”

不仅仅是金店老板心存忌惮，在社交媒体上，也有不少人发帖询问：“投资黄金真的是一门好生意吗？”或许只有去掉“炒作”的标签后，人们才会真正认清黄金投资的本质。

如今，黄金还在上涨，截至发稿（4月21日12:15），国内金价已上升至802.18元/克。在这场黄金的盛宴中，有人为财富狂欢，有人为风险焦虑，众生百态，尽显其中。

而在这背后，谁也说不清楚，金价涨跌的终点在哪里。■

（应采访对象要求，文内小悦为化名）

买金套现



时代传媒集团

记录时代 创造价值



广东企业京杭两城“求贤” 清华博士：想念广东早茶

时代周报记者 谢斯临 徐超
发自北京 杭州

4月19日，刚刚下过雨的北京气温微凉，但这依旧未能阻挡求职者的热情。一大早，包括清华大学、北京大学、北京理工大学在内的多所高校学子，纷纷来到中关村国际创新中心，参加一场别开生面的招聘活动。

“百万英才汇南粤”N城联动春季招聘活动（北京站）在这里掀起帷幕。时代周报记者获悉，活动现场合计有招聘单位793家，其中既包括中山大学、中山大学眼科医院、广州实验室这样的高校科研院所，也包括南方电网、广汽集团、广州工控等大型国企，以及腾讯、小鹏汽车等头部民营企业，合计提供岗位4.2万个。

充足的岗位需求吸引了京津冀地区上万名高校毕业生和社会人才报名参与。人山人海、摩肩接踵，这两个词在招聘会现场得到了具象化的体现。不少用人单位前，甚至出现排队投递简历等待面试的场面。

同一天的浙江杭州，也正在举行广东省“百万英才汇南粤”N城联动春季招聘活动（杭州站），广东官方相关人士就欣喜地向时代周报记者表示：“招聘还没有开始，我们就已经‘收获’了两名博士。”

在杭州站，有广东全省683家行业领军企业、科研平台及高校院所参加，现场共提供21945个（包括省直和各地市招聘单位102家、岗位7155个，东莞现场招聘单位130家、岗位6781个，代招服务企业451家、岗位8009个）岗位，覆盖包括人工智能、电子信息、新能源、生物医药等在内的多个前沿领域。线上招聘单位1363家，发布岗位24750个，形成人才供需对接的立体化服务矩阵。

北京现场：提供百万年薪以上岗位达240个

高校密布、科研院所群集的北京聚集了一大批研发型的高精尖人才，而这部分人才自然也成此次招聘会的主要目标。

上述4.2万个招聘岗位中，超过70%的岗位深度嵌入智能网联与新能源汽车、生物医药、人工智能、低空经济等战略性支柱产业。其中大量岗位均需要硕士研究生及以上学历，不少岗位更是只对博士开放。与之相应的，这些岗位的薪酬也颇为丰厚。数据显示，现场招聘年薪100万元以上岗位达240个，50万~100万元年薪岗位为2456个。

广州鹿山新材料股份有限公司（以下简称“鹿山新材料”）人力资源总监李庆阳向时代周报记者透露，此次招聘，公司更多的还是针对博士和博士后的岗位，为此开出了50万~100万元年薪的待遇。

一个上午刚过，李庆阳就签约了三名博士，其中两人被聘为研究员，还

有一人是作为项目经理储备人才。

据李庆阳介绍，鹿山新材料主营绿色环保高性能功能高分子材料的研发生产销售，客户覆盖家居建材、能源管道、太阳能光伏、汽车电池等多个领域。

“我国在新材料领域面临‘卡脖子’问题，要实现自主技术突破，对相关人才的要求相应提高，但同时国内相关人才的数量也在明显增加。只有人才密度足够了，企业才有可能向价值高端领域去投入。”李庆阳说。

不过，除了高精尖人才，更多普通大学的毕业生也希望在现场找到理想职位。

互联网巨头腾讯就带来了1万个实习生招聘岗位，类型覆盖技术类、产品类、设计类、市场类和职能类，薪资待遇为4000~1万元不等。

广药集团党委副书记陈杰辉亦向时代周报记者介绍，今年广药集团提供了30多类岗位，100多个职数，其中既有面向硕士博士的研发类岗位，也有不少向本科生开放的资本运营、国际贸易、纪检监察类的岗位。多元的招聘需求吸引了大量北京及周边高校毕业生前来接洽，广药集团仅半天时间就收取了200多份简历。

“我们采取了一个比较好的做法，就是把集团下属企业人力资源部部长带过来作为一面，集团组织部长和有关企业领导作为二面，最后由我来进行三面，现场就可以敲定用人。”陈杰辉说。据其透露，截至下午1点，广药集团已同六七名求职者进行了签约，其中最多的还是资源运营、法务、管理类的岗位，这部分岗位薪资待遇在15万~30万元不等。

浙大博士举家南迁

时代周报记者在杭州的招聘现场看到，来自广东、东莞的一批高校、科研机构和科技企业“扎堆”揽才，高层次人才供需两旺。

全球消费电子代工龙头立讯精密、高端PCB领军者生益电子、自动化设备巨头怡合达等30余家上市公司，提供研发、工艺、质量管理等核心岗位；个护小家电领域的技术驱动型制造专家罗曼智能科技、全球顶尖光学模组供应商高伟光学、陶瓷行业龙头企业马可波罗、全球手机充电器龙头奥海科技等大批专精特新“小巨人”、智能装备与AI先锋、新兴产业企业，带来了研发、设计、算法工程师等高技术岗位。

智能制造企业代表、东莞市凯格精机股份有限公司行政人事总监黎丹表示，公司正大力招聘智能制造和半导体封装设备领域的高端人才，包括博士、硕士及专业工程师超50个岗位，应届生年收入超10万元，有经验的硕士博士起薪50万元。“我们是国家级单项冠军示范企业，希望招到符合区域产业需求的人才，服务大湾区电子信息产业集群发展。本次招聘收到杭州和苏州不少求职者的意向简

历，后续还将继续对接，我们对招聘信心十足。”黎丹说。

收获最满的要算是广东人和机器人科技有限公司。这是一家2024年5月刚在东莞注册成立，定位于做全球应急救援领域的机器人集群的人工智能企业。招聘会开始前，有两名浙大博士已经和企业“双向奔赴”，将举家南迁。

人和机器人董事长赵媛向时代周报记者表示，公司此次要招聘算法工程师和决策感受工程师，年薪在50万~80万元。恰好这两名浙大博士的家属看到企业的视频号在招聘岗位，就主动自荐过来，双方交流后企业给出了80万元的最高年薪，聚焦机器人“智能大脑”研发。

赵媛说，除了企业提供的高薪，东莞市政府还为引进的博士人才、海外人才提供住房补贴、创业补贴、入户补贴等优惠政策。

此外，公司和政府特别关注并解决孩子的就学问题。东莞有一个倍增计划，企业成为广东省、包括国家级的专业特级小巨人，都有相应的人才补贴。

高层次人才供需两旺，应届生招聘各取所需

据时代周报记者在杭州的招聘现场了解，广东企业在杭州提供的招聘岗位有高达百万年薪面向高层次人才，也有万元上下面向应届生的大众岗位，可谓各取所需，照顾到应聘者的各个层面。

比如东莞教育系统携945个优质岗位面向全国招贤纳士，特别推出30个百万年薪岗位，其中东莞理工学院领军人才岗年薪最高可达130万元。

大湾区大学（筹）就和“海归”博士王巍意向签约。“我在美国俄克拉何马大学获得博士学位，曾在德国马克斯·普朗克研究所工作，目前任职于上海交通大学李政道研究所，研究方向融合了量子信息和量子物理的交叉领域，目前国内研究者较少，但大湾区有潜力成为这一领域的新兴中心。”王巍认为，东莞正处在转型期，提供了大量机遇，大湾区大学的开放性平台能整合不同学科资源，能为量子计算、基础研究等学科提供发展土壤，还可以和港澳高校合作，环境非常适合科研。

广东中山市人民医院此次招聘10名博士后，年薪为36万~100万元，均要求博士学位。招聘人员向时代周报记者表示，博士学位是硬杠杠，因为医院招聘的目的是希望入职者带团队做项目，因此只要能力够硬，就给到100万元的顶薪，而且最好是获博士学位不超过3年，这样可以心无旁骛做项目，不会因为社会职务或者其他工作而导致分心。

央企旗下的中智（东莞）经济技术合作有限公司则是为人才储备而来。招聘者表示，年薪在20万元以上乃至高达100万元的，在企业是管理

岗甚至是高管，需要有工作经验，而10万元左右年薪的岗位是面向应届生。

招聘现场，从穿着打扮粗略来看，有些应聘者已经是有一定的工作经历，更多的是学生，就有浙江传媒学院的两名学生，一名刚大一，一名大三，也来到现场“灵世面”，两人表示面对现在的就业形势，想早点做准备。

广东的这场招聘显然也预估到了学生的这种心情，现场提供了大量的实习见习岗位，为人才引进做储备。

据当天招聘会结束后的最新统计显示，“百万英才汇南粤”2025年N城联动春季招聘活动（杭州站）入场求职人数超过1万人，收到简历超两万份，达成就业意向2400多份。

待遇不是唯一吸引要素

优渥的薪酬待遇不是吸引求职者前往广东的唯一要素。当被问及为何看好广东工作机会的时候，北京多名高校毕业生给出了一致的反馈，未来发展前景和生活的舒适性都是他们考量的重要因素。

如清华大学环境学院毕业生曾宇飞就向时代周报记者表示，身为广东云浮人的他之所以选择回到广东工作，一方面是因为广东机会多、平台大，产学研结合得好，很适合博士生在这里工作或创业；另一方面，广东有非常浓厚的生活气息。“在北京这么多年，一直很想念早茶、很想念粤菜，所以就觉得能够回广东生活是一件很幸福的事情。”

2024年，广东GDP迈上14万亿元新台阶，连续36年居全国首位。其中，产业规模不断壮大。2024年广东全省规模以上工业企业实现营业收入19.4万亿元，增长3.3%；规模以上工业增加值同比增长4.2%。全省拥有全部31个制造业大类，电子信息制造、汽车、电气机械等15个行业规模位居全国第一。

活动的开场仪式上，广东芯粤能半导体有限公司董事长肖国伟同样提及了两次选择在广州发展的原因，正是看中广东大湾区的“产业雨林”。

在肖国伟看来，广东不仅有澎湃的产业浪潮，具有国内最大的电子消费、新兴产业集群；同时还有广阔的应用场景，全国每4辆新能源车就有1辆产自广东，车规级芯片需求巨大；以及适合创新创业的政策土壤。

北京交通大学计算机专业的本科毕业生李倩（化名）向时代周报记者指出，自己比较看重城市的宜居性，感觉广东在气候、饮食方面都很宜居，因此想要前往广东工作。招聘会首日，她已经成功投递出8封简历，目标待遇在月薪2万元上下，其中不少已经达成了初步意向，准备后续去正式面试。

无独有偶，香港科技大学（广州）创校校长倪明选也在北京开场仪式上，用“港湾”一词形容广东。在倪明选看来，广东不仅是产业聚集高地、能成就事业的创业热土，更是一座懂得生活的港湾。■

4.2
万个



FOCUS · 焦点

租房市场争夺战： “房东主动降200元留我”

新周刊 梁健豪 邓铃焱

望穿秋水之后，老白终于接到了房屋中介的电话。

半年前，老白拜托中介放租一套四室两厅的房子，位置在广东顺德容桂。2021年刚买时，这套房子的租金是2000元，后来降到了1800元租出去大半年，再后来又降到了1500元，却一直没再找到合适的租客。

和丈夫商量过后，老白让中介带着租客先去参观，同时在电话里再三嘱咐，倘若租客觉得满意，“就尽可能留住对方”。

老白的经历并非个案。在全国主要大城市，几乎所有的房东都能够直观感受到，最近两年房租价格像坐上了滑滑梯，不仅持续下滑，而且降幅越来越大。

按照中指研究院50城住宅租赁价格指数，2024年，全国重点50城住宅平均租金累计下跌3.25%，跌幅比2023年扩大了2.95个百分点。

时间迈入2025年，国内多座主要城市的新建住宅销售价格和面积，都有不同程度回暖，但房租下滑的趋势仍在持续。

中指研究院最新一份重点城市住房租赁报告显示，3月50个城市住宅平均月租金为35.3元/米²，环比下跌0.05%，同比下跌3.4%——如果将时间线拉长，今天的租金几乎回到了2019年的整体水平。

随着房租价格下行，租客和房东的关系也在发生微妙逆转。

社交媒体上，不少租客分享自己“成功降租”的经历，更有人分享如何劝说房东降租，“哪怕只是100元”；而在另一边，手握多套房的房东，面对市场环境大多五味杂陈，为了留住房客，再强势的房东也只能咬牙降价，接受市场泼出的冷水。

“房东妥协了”

“房租少了200元，我可以增加一点买零食的钱了。”

租住四年后，小何的房东主动提出减租，让她又惊又喜。尽管她并没有追问降租的原因，但这份难得的主动，已经让她觉得相当有诚意。

小何是湖南人，2021年大学毕业后和同乡的学妹一起来到省会长沙打拼。两人合租了一套两室一厅的房子，费用分摊后，小何每个月只需支付800元租金。

对于从事服务行业的小何来说，这个房租价格比较友好，哪怕是因为公司业绩不好只能拿到底薪的月份，负担也不算大。

房子是学妹通过线下中介选的。尽管装修风格“一眼看上去就是（20世纪）八九十年代的审美”，但胜在租金便宜、交通便利、居住环境安全，且房东“基本不会来干预”，两人便在这里安顿下来。

去年11月，小何的公司搬了地方，彼时她动了换工作的念头，便在交租金时告知房东“明年可能要退租”。今年1月，在小何转了租金之后，少言寡语的房东突然提出降租100元，令她很是惊喜。

房租少了100元，意味着小何每个月能多出50元用于生活。小何觉得每月750元不好记账，本着能省一点就省一点的想法，向房东提出希望再降一点：“能不能每个月减少200元？”

起初房东并不情愿，两人为此不断拉扯。那段时间，小何开始四处了解房源，“想住得更好一点”。也是在这时她才发现，长沙的房租相比两年前已经下降了许多，按照她俩的租房预算，完全可以换一间装修更加精致的房子。

“可能是因为我们俩交租都很准时，房东后来同意了降租200元的请求。想到搬家非常麻烦，我们俩最后还是继续住在这套老房子里。”小何说，两人住在这里将近四年，已经把这里当成自己的家，哪怕这套房子并不是自己买的，“只要熟悉了环境，我就会对这里产生归属感。”



同样是租房，江西人九九更看重房子的装修。于是当房东主动提出降租之后，省下一笔钱的她，当即决定改造自己的小家。

改造的念头并非一时兴起。一年半前，即将生产的九九和丈夫从南昌市区的一套小公寓，搬到市郊130平方米的大平层。尽管这套三室两厅的大房子风格非常朴素，却胜在没有花里胡哨的家具和背景墙，完全符合九九的期待。更不用说，房东不介意她坐月子——对新手妈妈来说，这一点难能可贵。

但租住一年半后，因为缺少家具，家里的凌乱程度出乎九九意料。考虑还会继续租房住几年，今年年初九九便和房东商量退租，计划换一套收纳更好的房子。

“房东一听立马不干了，主动提出从2000元降到1800元，希望我能继续租下去。”收到消息的九九欣然答应续租。

改造的决定做得很快。一个月后，原本放置在客厅的旧沙发、旧茶几全部被换掉，取而代之的是一套轻奢沙发和一个胡桃色储物柜，加上一张驼黄色的地毯。九九还给客厅加装了窗帘，“更有家的氛围了”。

九九把自己的改造经历放在社交媒体上，很快收获了网友们的羡慕。“想不到改造出租房也能得到这么多网友围观，还是有点开心的。”九九说。

“房子越来越难出租了”

人类的悲欢并不相通。租客们的快乐并不是皆大欢喜的合家欢，房东们的妥协只是因为——房子越来越难租出去了。

租房市场的低迷，让手握几本房产证的广州人老白，率先感受到了焦虑。在房地产的黄金年代，广州市区的新楼盘价格非常诱人，靠炒股赚了一大笔钱的老白夫妇受亲戚推荐，在新城区买入了一套三室一厅的大平层。此后数年，她又在广州市郊和邻市佛山分别购置了一套二手房，做起了兼职大房东。

房子最开始出租时顺风顺水。但从2023年开始，老白发现房子“不容易租出去了”。

“广州的房子还好说，主要是个别租客比较挑剔，但最终还是能租出去，降一点也无所谓。那套在佛山的房子，反而闲置了大半年。”老白喃喃地说。

事实上，老白那套佛山的房子和顺德核心区隔江相望，地段说不上特别偏远，周边也有不少大型工业区。

在老白看来，“正常来讲不可能租不出去”。

老白为此想了很多办法。但从广州市区频繁往返佛山并不划算，于是她找了物业委托放盘，希望尽快找到合适的租客，却仍然无人问津；后来将房源挂到线上中介平台，很快就接到了租客的咨询，她的电话那段时间常常响个不停。但没过几个月，随着小

区附近的一家大型工厂搬到外地，她就很难再接到求租电话了。

惠州人君子的遭遇和老白基本相似。2024年6月，君子的一名租客所在的工厂搬迁，随之而来的便是退租。租客搬离之后，她的房子一空就是大半年，迟迟租不出去。

和老白不同的是，君子的房子建在距离市中心更偏远的乡镇，房源之间的竞争更为激烈。

房子空置的时间越长，君子的心态也就越焦虑，“流动务工人员越来越少，但周围的房子越来越多，大家的配套设施基本上差不多，假如因为计较100元钱的租金，导致一年半载租不出去，损失其实更大”。

为了让房子能够快点“有着落”，君子也选择了主动后退，把房租下调50元。今年春节过后，有镇上的务工人员拨通了君子的电话，她的房子才终于久违地等来了新租客。

君子并不觉得降点房租会有失颜面，毕竟房租并不是她唯一的收入来源。

但对靠收租为生的房东而言，下决心降租最难过的是自己的心理关。

燕子对此深有体会。自从接到二房东的降租要求后，她仔细算了一笔账，倘若同意降租，自己每个月就得“降薪”1800元，而这只是一栋房子的价格——算上其他费用，实际收入可能下降更多。

“二房东一直跟我说，如果不降租就没人愿意租，大家都赚不到钱。”燕子最开始并不想让步，但想到倘若和二房东因为房租问题谈崩，容易令她得不偿失，更何况她自己的另一栋房子也在亏钱——那栋2021年建成出租的电梯房，前段时间被别家“抢”走了不少的租客。

当房租下跌成为生活日常

租金持续下行，显然不是因为租房的人变少了。前段时间发布的《2025中国城市长租市场发展蓝皮书》显示，全国租房人口已近2.6亿，其中四大一线城市中有近50%的人口在租房居住，主流置业人群正在回归租房市场。

另一个真实的情况是，租赁房和二手房、保租房、长租公寓等房型一起挤进市场，市场上的出租房源变得越来越多。尤其是，不少城市的保租房项目大规模入市，在供应、配置、价格等方面都给租房市场带来巨大冲击。

老白手里的那几套房子，她和家人住过其中最先购买的两套，后来买的房子则纯粹是为了出租。

最近几年，和她同期买房的亲戚朋友中，有人把房子收回来自住，有人决定把所有闲置房卖掉，只有她仍然坚持当“包租婆”。

丈夫曾经劝说老白卖掉其中几套不好租的房子，但她还是没能下定决心，“万一之后房子又好租了呢？能租出去起码总比晾着要好，更何况保租房未必比我的房子要好”。

这显然也是另一个事实。当下不

少保租房项目，尽管都是配置不错的新房子，但整体位置相对偏远，有的大城市保租房项目距离地铁站有较长的步行距离，这对“打工人”堪称致命打击。社交媒体上，有曾经租住保租房的租客就曾抱怨，自己租住过的保租房小区离地铁站太远了，“更适合有车一族”。

今年年初，老白的期待也多了些底气。佛山那套房子所在的小区对面的河道上方，一条崭新的公路大桥已经合龙，去往河对岸的地铁站、商业中心会变得更方便。

老白依然看好这套房子的租赁价值，她告诉《新周刊》记者，借着眼下的利好，她最希望能尽快找到合适的租客，“便宜一点就便宜一点”。

燕子的租客目前也还没找到。她略感无奈地向《新周刊》记者透露，最近半年有租客看房时希望房子能配齐家电家具，她最开始并不同意——房子还没租出去就增加投资，这不是亏了吗？

但后来燕子妥协了，“总不能让（房子）一直空着”。家电家具配齐之后，她还是维持原有的租金水平，更不会考虑把房子卖掉，“卖了得到的只有短期利益”。

房源变多、租金下跌，房东们卖房不再划算，买房似乎也不是人生必选项。《新周刊》记者接触的多位年轻租客均表示，目前的市场环境会增加自己“一辈子租房居住”的可能性。

小何的生活并没有因为降租发生太大的改变。对她而言，她不在意自己的房子究竟是买来的还是租来的。“唯一担心的是万一哪天失业了，我应该如何继续在城市立足。”

但并非所有人都会希望靠租房过一辈子。对于普通人来说，人生可能有太多的无法预料——当房价和租金一起变便宜，买房也会被部分租房者纳入人生规划。

生完孩子后，九九一直计划着买新房。不久之前，一直在跟进九九看房进度的中介告诉她，南昌市区有一套靠近九年制学校的新学区房，月供和她如今的房租持平。考虑到孩子的未来升学需求，以及担心房子未来会涨价，九九和丈夫纠结过后便拍板签约，不到一周便支付了新房首付。

“现在想起来做这个决定有点冲动，我还有一套小公寓在还贷，这家里瞬间变穷了，但拼一拼总是能还完的。”

九九告诉《新周刊》记者，买房之后一家三口暂时搬到了另一套面积更小的房子，租金只有原来那套大平层的四分之一，基本上只能凑合居住。

但九九并不后悔买房的决定。“我一直想要一张属于自己的梳妆台，之前的小公寓和租来的大房子都不是我心目中的家。等到新房子装修好了，我的装扮梦便能更圆满了。”九九笑着说。□

（应受访者要求，文中采访对象均为化名）

租赁价值

35.3
元/米²



特朗普的120亿美元冻结令：威胁七所大学 哈佛带头“硬刚”

时代周报记者 马欢

美国总统特朗普和美国名校之间的冲突，正在持续升级。

最新消息是，特朗普威胁，将再次削减哈佛大学10亿美元的经费。

知情人士称，由于特朗普政府此前发给哈佛大学的整改邮件“发错了”“未经授权”，但哈佛大学未经商议，就将这封信公之于众，让他们大感意外，因此一怒之下，决定再撤回10亿美元研究经费。

这段时间，特朗普政府对哈佛大学的施压，可以说是没完没了。

先是宣布，冻结其超过22亿美元的资助和6000多万美元的项目；特朗普本人甚至亲自下场，威胁要取消哈佛的免税资格；后来又威胁，将禁止其招收国际学生；直到现在，又冻结其一笔资金。

而这已经是第七所遭到特朗普威胁的顶级高校了。在哈佛大学之前，还有哥伦比亚大学、宾夕法尼亚大学、布朗大学、普林斯顿大学、康奈尔大学和西北大学，他们均遭到了资金冻结的威胁，涉及总额超过120亿美元。

除了西北大学，其他6所高校均属私立名校组成的常春藤联盟，宾夕法尼亚大学甚至还是特朗普的母校。

截至目前，哈佛大学已经明确拒绝了特朗普政府提出的多项要求。就在哈佛公开表态后，其他常春藤名校也表达了声援。

那么，这场斗争，究竟谁会胜出。

特朗普：哈佛大学是一个笑话

这场斗争的导火索可追溯至3月底。彼时，特朗普政府把冻结90亿美元拨款作为要挟，要求哈佛大学实施改革，内容包括取消多元化项目、监控国际学生抗议记录、解雇参与巴勒斯坦声援活动的学生，甚至要求辞退“教师中的激进分子”。

4月11日，特朗普又正式向哈佛大学下达了一份“整改”清单。“整改”要求包括：管理和领导层改革，制定“择优录取”的招生和聘用政策，终止多元化、公平性和包容性（DEI）项目，对各层级的“观点多元化”进行审查。不仅如此，在整个过程中，哈佛大学需要与特朗普政府共享所有招聘数据和录取数据。

对此，哈佛大学校长艾伦·加伯于4月14日发表公开信，拒绝整改。在这封公开信中，加伯直斥这些要求“超出联邦权限”，是“对美国宪法《第一修正案》的侵犯”。

这封公开信发表几个小时后，美国政府就宣布要冻结给哈佛的22.6亿美元拨款和6000多万美元项目合同款项。不仅如此，假如哈佛继续拒



绝整改，可能还将影响正接受审查的60多亿美元联邦经费的拨付。

4月15日清晨，特朗普还在自己的社交平台真实社交上发帖，威胁剥夺哈佛大学的“免税地位”。“哈佛大学如今甚至称不上一所像样的学府，也不该再被列入世界一流大学或学院名单……哈佛就是一个笑话。教授仇恨和愚蠢。”

在美国，免税资格适用于慈善、宗教、教育以及社会福利类组织。作为美国最富有的大学之一，哈佛大学享有的免税地位不仅让它无须缴纳所得税和财产税，也让其捐款可抵税。这一机制让哈佛吸引了富豪们的大量捐赠。

当然，根据美国法律，调查和改变免税资格的权力仅属于国税局，总统无权直接行使这一权力。

对此，白宫新闻秘书卡罗琳·莱维特在4月15日还表示，特朗普希望看到哈佛大学道歉，哈佛大学必须为校园内发生的公然反犹行径道歉。

这还没有完。4月16日，美国国土安全部声称，若哈佛大学不满足特朗普政府的要求，将取消其招收国际学生的资质。

面对特朗普政府不断升级的攻击，哈佛大学至今不愿妥协，该校发言人莎拉·奥莱利回应道：“这些都是赤裸裸的恐吓。我们不会用宪法权利做交易！”

哥大被逼妥协

在此之前，哈佛一直保持低调并采取合作姿态，以至于不少师生担心，学校将走上类似哥伦比亚大学的“认怂”路线。

3月21日，哥伦比亚大学正式向特朗普政府屈服，同意了一系列要求，希望可以借此恢复约4亿美元的联邦资金。这些让步具体包括：雇用有权进行逮捕的内部安保力量，以及将大学的中东、南亚和非洲研究系置于高级副教务长的严格监督之下等。

宣布这一决议的，是该校当时的临时校长卡特里娜·阿姆斯特朗。3月28日，卡特里娜宣布辞职，克莱尔·希普曼被任命为下一任临时校长。

哥伦比亚大学的让步在美国高校界引发强烈反响。美国大学教授协会主席托德·沃尔夫森称，这是自20世纪50年代麦卡锡主义后，政治对学术自由和言论自由的最大侵犯。

而且，即便妥协了，特朗普政府可能仍未满足，司法部高级律师里奥表示，哥伦比亚大学此举“离解冻资金还差得远呢”。

还有媒体爆料称，特朗普与哥大的梁子可能在20年前就结下了。据悉，20世纪90年代末，哥伦比亚大学正寻求校园扩建。当时，还是地产开发商的特朗普提供了他在上西区拥有的一处地产。

特朗普要求哥大支付高达4亿美元的价格，并将商学院改名为“唐纳德·J·特朗普商学院”。但高盛为哥大进行评估后，认为该地产估值在6500万~9000万美元之间。据悉，当特朗普得知这一评估结果时，愤怒地离开了会议。

2002年，时任哥大校长李·布林格最终决定不购买特朗普的地产，而是向北扩展到哈莱姆区。特朗普对此非常愤怒，此后多年来持续抨击布林格和哥伦比亚大学。2010年，他甚至给哥伦比亚大学董事会发信，称哥伦比亚大学新校区“很糟糕”，并称布林格是“一个笨蛋”。

巧的是，特朗普政府威胁取消哥大的拨款，与当年想卖给哥大的地产价格是一样的，均为4亿美元左右。

一些哥大的曾担任领导职位的人士私下怀疑，这次未能成功的房地产交易，埋下了特朗普仇恨的种子。正如特朗普本人在书上写的那样——“有时你必须记仇”。

威胁冻结资助金额超过120亿美元

对美国顶尖大学的威胁和资助

中断，成为特朗普2.0时代的公开手段之一。

到目前为止，特朗普政府威胁要冻结或取消至少七所大学总计超过120亿美元的资助。

在这当中，除了西北大学，剩余的六所高校均为常春藤盟校，包括哈佛大学、哥伦比亚大学、康奈尔大学、布朗大学、普林斯顿大学和宾夕法尼亚大学。

在这超120亿美元中，西北大学可能被削减7.9亿美元；布朗大学可能面临被削减5.1亿美元；康奈尔大学可能被削减至少10亿美元；宾夕法尼亚大学可能被削减1.75亿美元；普林斯顿大学可能有2.1亿美元被削减；哥伦比亚大学被取消了4亿美元拨款和合同；哈佛大学损失可能最大，被削减金额或将高达90多亿美元。

此外，还有超过26所大学遭到不同程度的审查。

普林斯顿大学校长克里斯托弗·艾斯格鲁伯在媒体发表文章，反对特朗普政府对美国高校的打击，他称这些行动是“几十年来美国高校最大的威胁”。

实际上，除了哥伦比亚大学，屈服在特朗普压力下的高校其实不少。

比如加州大学董事会最近决定从招聘要求中删除多元化声明；达特茅斯学院宣布聘用共和党全国委员会前首席法律顾问，担任学院的首席律师；著名名校密歇根大学关闭了备受争议的DEI办公室；耶鲁大学则在近期解聘了部分可能给巴勒斯坦筹款的教职员。

截至目前，哈佛的回应，是美国高校对特朗普作出的最大的一次公开反抗。

尽管还未能出结果，但其他顶级名校也纷纷效仿。

耶鲁大学的876名教职员联名致信校方，表达了支持对抗特朗普政府的立场，并呼吁耶鲁校方“与其他高校积极主动地合作，共同捍卫教育自由”。

麻省理工学院校长萨莉·科恩布鲁斯则表示，近期已有9名麻省理工的学生被撤销签证。

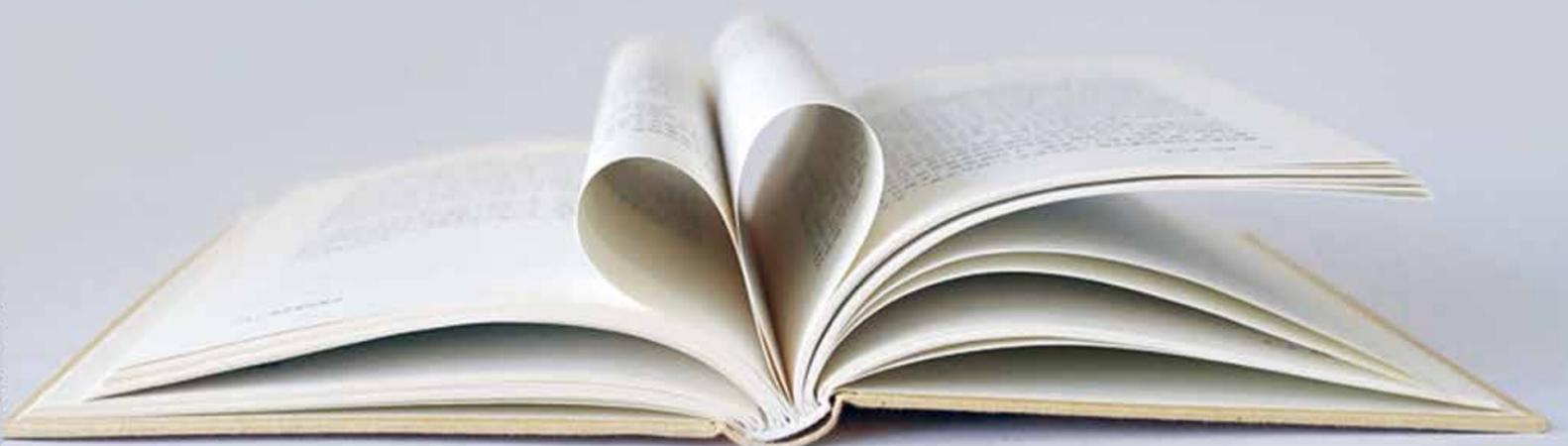
萨莉指出，这样的行为会对全球顶尖人才造成寒蝉效应，并会在未来数年内损害美国的竞争力和科技领导地位。

据相关机构统计，特朗普当选后，已有600多名国际学生被取消签证。

在哈佛公开拒绝特朗普政府要求后，哥伦比亚大学代理校长克莱尔·希普曼也发表了新的声明。她表示，尽管她同意政府的一些请求，但学校不会接受“强行干预”，这种干预将“要求我们放弃作为教育机构的独立性与自治权”。■

全民·爱·阅读

阅读收获正能量
激发活力新思维



中宣部宣教局 中国文明网

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

10 | 禁止手工补息满一年

◀ 上接P1

千股跌停下，“国家队”果断出手。4月7日下午，中央汇金罕见破例在盘中公告称，充分认可当前A股配置价值，已再次增持了交易型开放式指数基金(ETF)，未来将继续增持，坚决维护资本市场平稳运行。

4月7日晚间，中国诚通公告称，旗下诚通金控和诚通投资当天增持ETF和央企股票，坚决维护资本市场平稳运行。中国诚通作为国务院国资委资本运营平台，坚定看好中国资本市场发展前景，后续将持续大额增持央企股票和科技创新类股票。

当晚，中国国新也公告表示，其旗下国新投资有限公司将以股票回购增持专项再贷款方式增持中央企业股票、科技创新类股票及ETF等，首批金额为800亿元。

4月8日开盘前，中央汇金有关负责人首次公开表示，该公司发挥着类“平准基金”作用，将继续发挥好资本市场“稳定器”作用，有效平抑市场异常波动，该出手时将果断出手。下一步将坚定增持各类市场风格的ETF，加大增持力度，均衡增持结构。

几乎同时，央行公告表示，坚定支持中央汇金加大力度增持股票市场指数基金，并在必要时向中央汇金提供充足的再贷款支持，坚决维护资本市场平稳运行。

当日，中国诚通再度公告，拟使用股票回购增持再贷款资金1000亿元，用于增持上市公司股票。

中金公司认为，汇金等资金作为政府和公共部门，购买二级市场股票ETF不仅直接为市场提供资金支持，化解资金面负反馈，更重要的是起到信号意义，对于稳市场和稳预期都有一定的积极影响。

张可兴对时代周报记者说，这次国家出手比较及时和迅速，稳市政策工具箱储备充足，这对整个市场的信心恢复起到了很大的作用。

从市场表现来看，尽管后续美国一再提高对华关税税率，但在“超级稳市组合拳”下，A股逐渐企稳回升，沪指于4月10日重回3200点关口，走出“八连阳”走势，直至4月18日微跌0.11%，报收3276.73点。

田利辉对时代周报记者表示，中央汇金发挥了“类平准基金”核心角色，实现了稳定市场信心、修复估值的双重作用，其动作被市场解读为“政策底”信号，有效遏制了恐慌性抛售。中央汇金的增持为社保基金、险资等中长期资金提供了入场信号，带动市场资金跟进。

中长期资金持续入市，1.7万亿元资金蓄势待发

这次股市震荡，也让市场再次感受到，中长期资金是维护市场平稳健康运行的“压舱石”和“稳定器”，也是本周A股企稳回升的重要助力。

4月8日，金融监管总局发布通知，上调权益类资产配置比例上限，将部分档位偿付能力充足率对应的权益类资产比例上调5%，为实体经济提供更多股权性资本。随后，中国人保、中国平安、中国人寿、中国太保、阳光保险等多家险企纷纷表态，坚定看好中国资本市场，加大权益类底仓资产配置。

中国太保表示，已于4月7日增持了宽基交易型开放式指数基金(ETF)等产品，未来将继续增持代表中国未来经济发展方向的优质资产。中再资产表示，已于近期加仓ETF和优质资产。阳光保险表示，已于4月7日和8日连续增持了权益类资产。

中国太保和阳光保险均对时代周报记者表示，公司未来将加大战略性新兴产业、先进制造业、新型基础设施等领域投资力度，继续增持代表



大反攻！沪指八连阳

中国未来经济发展方向的优质资产。

4月8日，全国社会保障基金理事会的表示，近日已主动增持国内股票，近期将继续增持；在积极开展股票投资的同时实现基金安全和保值增值。

公募基金也跟随“国家队”，博时基金、招商基金等基金公司出手自购。

私募基金也持续加仓，进化论资产CEO、首席投资官王一平在社交平台发文称，4月8日加到了满仓。此外，淡水泉投资、星石投资、神农投资等表示，地缘政治噪音过后，更应该关注的是企业基本面的确定性。

张可兴对时代周报记者说，格雷资产在A股仓位接近满仓的状态，以消费医药为主，当前A股市场估值水平不高，持续看好A股韧性，未来将持股不动，以不变应万变。

理财公司也出手力挺，这周以来，中银理财、交银理财、中邮理财、浦银理财等多家万亿元级理财公司宣布增持ETF等权益类资产，并将进一步加大资本市场投资力度。

监管也持续优化推动中长期资金入市工作。4月11日，深交所召开中长期资金投资策略会，深交所副总经理唐瑞表示，深交所正在制定相关工作方案，围绕产品供给、优化环境、对接服务等关键领域，助力打通中长期资金入市的卡点堵点。持续优化中长期资金投资监管机制，落地便利银行理财、保险资管参与新股发行、股票定增的政策。

第一创业证券宏观分析师李怀军对时代周报记者表示，在中央汇金宣布增持后，多家央企出手增持中国股票资产。金融监管总局近日也印发通知，为保险资金提高投资股市的比例创造了条件。类“平准基金”的带头作用，有助于吸引养老金、保险资金等长期资金进入A股，为市场提供持续资金支持，促进资本市场的健康发展。

“市场的稳定需要大规模资金净流入的支持。”瑞银证券中国股票策略分析师孟磊向时代周报记者分析，从2025年全年的角度来看，除了中央汇金等机构，其他长线资金将在监管部门的引导下持续稳定地进入A股市场。瑞银估算，保险公司、公募基金与社保基金在2025年有望分别为中国股票市场带来1万亿元、5900亿元与1200亿元的净流入，合计超过1.7万亿元。

“我们认为，长线资金作为市场的压舱石，其管理风格稳健、投资期限长的特点能在一定程度上平抑股权风险溢价。在极端的市場情況下，中央汇金等机构持股规模已有进一步提升的能力以稳定市场。”孟磊说。

央地协同，掀起上市公司回购潮

在这次稳市过程中，央地协同掀起了上市公司回购潮，成为A股市场一股重要力量。

4月8日，国务院国资委称，会全力推动央企及控股公司主动作为，不断加大回购力度。此后，中国电子科技集团、中国电子信息产业集团、中国华能集团、中国石油集团、中国石化集团、中国海油集团、中国中煤集团、中国能源建设集团、中国航空工业集团、国投集团等大型国有企业集团接连宣布，将增持、回购旗下上市公司股票。

各地国资委也密集发声，这一周以来，北京、天津、上海、山东、四川、浙江、安徽等地国资委表示，鼓励用好足股票回购增持再贷款等政策工具，有效维护上市公司市值，坚决维护资本市场平稳运行。

股票回购增持专项再贷款是支持资本市场稳定发展的一项增量政策工具。时代周报记者了解到，近期各家商业银行正加快落地回购增持贷款，初步测算，授信总额已超过3000亿元。

央企带头掀起上市公司回购潮，民营龙头企业亦大手笔“护盘”。宁德时代宣布，拟使用40亿~80亿元自有或自筹资金，以集中竞价交易方式回购部分股份；美的集团则打算回购金额15亿~30亿元；荣盛石化宣布公司控股股东计划增持公司股份10亿~20亿元之间。

据时代周报记者不完全统计，自4月7日以来，A股超300家上市公司发布回购、增持相关公告。申万宏源统计，仅4月7—8日，共计108家A股公司发布回购、增持预案，总金额为620.6亿元，日均金额较前一环比大增2432.9%。

“地方国资主动参与增持，表明地方财政与中央政策的联动性增强。”田利辉对时代周报记者表示，上市公司积极出手增持回购，是对市场非理性下跌的主动纠偏。上市公司尤其是央企主动回购股票，既减少市场抛压，又通过“真金白银”行动传递信心，避免政策干预的“一刀切”嫌疑。

田利辉表示，中国资本市场稳定机制变得更加成熟了，此次稳市不再局限于“暂停IPO”“窗口指导”等传统手段，而是通过市场化工具(如回购、增持)、法治化手段(如强化分红监管)和资本工具创新(如汇金类平准基金)形成组合拳，向市场传递“政策托底+企业自律”的双重信号，降低对“行政干预”的依赖，增强市场自主调节能力。

田利辉说，面对国际环境的高度

不确定性，还需要优化和强化资本市场稳定机制，提升政策工具透明度，高度警惕外部风险对冲不足的问题。

“平准基金”制度仍有优化空间

本次稳市的过程中，中央汇金“功不可没”，发挥类“平准基金”职能，“平准基金”的设立与运作机制也再度引起市场关注。

中央汇金是国有独资公司，目前是20多家金融机构的控参股东。中央汇金公司一直是维护资本市场稳定的重要战略力量，是资本市场上的“国家队”，自2008年以来，中央汇金公司多次参与维护资本市场稳定工作，积极提升资本市场的内在稳定性。这次首度明确了其类“平准基金”的定位。

“本轮稳市举措通过快速、协同、市场化干预，展现了危机应对机制的显著进步，但‘中国版平准基金’仍需从临时性安排向制度化框架升级。”田利辉对时代周报记者表示，我国需要立法明确平准基金法律地位、建立多元化资金来源、协同市场化工具、实现透明化运作和强化长期机制，实现资本市场“内生稳定性”的质变。

粤开证券首席经济学家、研究院院长罗志恒对时代周报记者表示，中央汇金仍然与一般意义上的股市平准基金有所区别，所以称为类“平准基金”。股市平准基金的唯一职能就是托底救市，而中央汇金还有对国有重点金融企业进行股权投资等其他职能；股市平准基金往往有一套成机制的制度安排，如明确的资金来源、透明的退出机制等，而中央汇金灵活性更高；此外股市平准基金往往规模更大。因此“平准基金”的制度仍有优化空间。

在罗志恒看来，从理论和国际实践经验看，设立股市平准基金都非常有必要，基本能在短期发挥稳定市场的效果；且制度规则越清晰、越完善，越能避免寻租、道德风险等问题。

粤开证券认为，平准基金一般由政府主导，其主管机构为政府部门，运行主体往往会成立一个专门的基金管理委员会来负责。平准基金规模一般为股市总市值的2%~6%，或由政府协调金融机构出资，或由政府直接出资；出资顺序一般是先金融机构，然后危机加深时央行、财政入场。

“平准基金入场干预的时点至关重要，入场过早，会阻碍市场自我调节机制，造成不必要的恐慌，且可能出现较大亏损；入场过晚，可能会错过救市黄金窗口，危害已然发生并扩大。”罗志恒说，平准基金的买入标的主要是权重股或跟踪指数的ETF，操作应做到事前保密、事后公开。

当然，救市基金不能一直留在市场中，待市场稳定回归正常轨道后，就需要考虑并设计合理的退出机制，让市场自身运作调节。

罗志恒认为，平准基金应设立明确的退出机制，并允许平准基金救市期间出现亏损，一方面，平准基金不同于社保、养老金等长期资金，其入市目的不在于保值增值，而是出于稳定市场的考虑，是以公共效益为先。提高对“亏损”的容忍度，可以减轻平准基金救市期间的“顾虑”，使得出手更果断，效果更明显。

另一方面，平准基金一般在股市企稳上涨时期退出，境外经验显示，即使平准基金救市期间有“浮亏”，退出时基本能收回成本，并取得不错收益。

上交所此前一份公开研究报告显示，借鉴各国的退出机制可以发现，救市基金退市通常持续2年以上，在确定市场出现长期景气信号后，才开始逐步退出市场。由于救市基金头寸庞大，可参考境外市场经验，在信息公开透明的情况下，选择发行ETF或将持有的股份逐步释放回售到市场中，以减少对市场的冲击。■

禁止手工补息满一年 银行“花式”拉存款

时代周报记者 刘子琪 发自北京

自禁止手工补息政策实施满一年之际，金融市场又迎来一波银行降息潮。

4月以来，多地中小银行纷纷下调存款利率，调整幅度在10BP至80BP不等，且中长期利率降幅更为明显。例如，平安银行3年期定期存款利率从2.05%下调至1.65%。

一年前（2024年4月），全国市场利率定价自律机制发布《关于禁止通过手工补息高息揽储维护存款市场竞争秩序的倡议》（下称《倡议》），要求银行业金融机构禁止通过手工补息的方式高息揽储，立即开展自查，并于2024年4月底前完成整改。

如今，银行存款利率持续下调，时代周报记者走访工商银行、北京银行、北京农商行等多家银行网点发现，手工补息情况已经消失，很多银行都是靠送话费、大米等招揽储户。

多家银行网点工作人员向时代周报记者表示，目前没有手工补息这么一说，但存的钱多的话，利率会有一个上浮的空间。一名银行经理称：“手工补息不行，但是可以给一些其他的礼品，比如大米等。”

存20万元送80元话费

在《倡议》发布之前，为了完成揽储任务，有些银行工作人员会把手工补息作为利率补贴的一种方式，针对一些个人、公司类客户，部分银行可能出现事先承诺高于标价的存款利率，先按照标价的承诺给出存款利息，再通过手工补息的方式补足承诺的更高利息，以此绕开内部定价授权。

所谓“手工补息”，原本是银行对业务操作失误进行的勘误环节，即银行在存款计付利息过程中因特殊性、差异性计息需求，且在系统无法自动完成结息的前提下，可以采用专用补充计息交易进行手工计息处理。

“高息揽储有点恶性竞争了，不符合银行的规定。”在交通银行工作6年的李方（化名，下同）告诉时代周报记者，尤其是对个人，银行一直都是严令禁止的。



为了防止出现高息揽储恶性竞争，规范存款市场竞争秩序，去年4月，全国市场利率定价自律机制发布《倡议》，指出部分银行通过手工补息等方式，变相突破存款利率授权上限，承诺并支付高息，大幅削弱存款利率市场化调整机制效果，严重扰乱市场竞争秩序，影响金融支持实体经济的可持续性。

《倡议》明确规定，手工补息是对业务操作失误的勘误环节，不应异化为绕开内部定价授权、实施变相利率补贴的违规行为。严禁通过事前承诺、到期手工补付息等方式，变相突破存款利率授权要求或自律上限。

面临银行利率持续下调，时代周报记者通过走访多家银行得知，一些银行依然在合理的范围内提高存款利率。

“贴息是在央行的政策范围内，各家银行拿出自己的利润，能拿多少得自己核定，然后贴到利率里。”李方告诉时代周报记者。

工商银行官网显示，该行整存整取1年期、3年期存款利率分别为1.1%、1.5%。而该行客户经理告诉时代周报记者，存款1万元以上1年期、3年期利率可分别达到1.35%、1.9%。

另外几家银行情况与之类似。民生银行某客户经理向时代周报记者表示，1万元起存，存3年可以申请2.15%的利率。“只要卡里的钱存够20万元，就可以送80元话费，另外送一袋10斤的米或面。”该客户经理表示。

不过，李方告诉时代周报记者，国有银行对这些考核很严，存款不能附带其他的利益输送。“一些客户反映，很多股份制银行以及中小银行可能会送米面油。”

存款利率普遍降至“1”字头

去年以来，国有大行率先下调存款利率，股份行、城商行陆续跟进。4月，多地城商行、村镇银行跟进，下调中长期定期存款利率。

当前，国有大行存款利率已普遍降至“1”字头，银行降息潮持续进行下，“2”字头存款利率也随之减少。

在本轮存款利率调整后，部分银行出现存款利率短期“倒挂”现象。北京农商行工作人员告诉时代周报记者，5万元以上2年期定期最高利率是1.7%，3年期定期最高利率则是1.55%。不过，该工作人员表示，如果存20万元以上，能申请到3年期1.9%的利率。

招联首席研究员、上海金融与发

展实验室副主任董希淼向时代周报记者表示，不同银行资产负债情况、资金期限结构存在差异，对不同期限的存款产品定价策略往往不同。但存款利率倒挂的原因是多方面的。一方面，这反映出银行对利率走势的研判，即银行预期存款利率将继续下行，主动减少吸收利率较高的中长期存款，所以中长期存款利率反而更低。董希淼表示。

另一方面，部分中小银行短期内面临流动性压力，通过提高短期存款利率来吸收存款，缓解短期资金紧张局面。这是银行强化资产负债管理、优化利率风险管理的措施之一。此外，存款利率倒挂也与一段时间以来短期存款市场竞争加剧等因素有关。

随着存款利率下行，很多银行同步下调大额存单的利率。4月初，武汉众邦银行发布公告表示，该行于4月1日起分别调整大额存单3年期、5年期存款利率，调整后分别为2.4%和2.5%。与此前对比，两期限品种分别下降20个基点和40个基点。

目前，一些银行定期存款利率低于大额存单利率，例如交通银行，1年期大额存单的利率是1.65%，普通定期1年期为1.6%，差0.5个百分点；也有一些银行定期存款利率高于大额存单利率，例如北京银行，1年期大额存单的利率为1.7%，普通定期1年期为1.85%。对此，北京银行某客户经理表示：“都是定期，肯定是哪个高存哪个。”

李方告诉时代周报记者，现在选择存款的人不是很多，大多是一些不愿意承担风险的老年人，很多消费者还是更偏好理财。另一名在交通银行工作的员工则持有相反观点，“买理财的人还是少，反而存定期的多，不过人家都存到利息高一点的银行去了。”

展望后市，董希淼称，未来一段时间，市场利率仍然处于下行趋势，存款利率有可能继续下降。居民可从自身风险偏好、投资需求、投资能力等出发，做好适合个人和家庭的资产配置。如果追求稳健收益，可以在存款之外，配置一部分现金管理类理财产品、货币基金以及国债等产品。如果有较强的风险承受能力，可以适当增配股票、偏股型基金以及黄金等产品。■

40

个基点

民生银行、厦门银行接连起诉东方集团 追讨超14亿贷款

时代周报记者 黄宇昆 发自上海

又有上市银行将“东方系”公司告上法庭。

4月10日，厦门银行（601187.SH）发布的一则关于诉讼事项的公告显示，该行因与厦门银祥油脂有限公司（下称“银祥油脂”）、东方集团股份有限公司（下称“东方集团”）、厦门银祥集团有限公司（下称“银祥集团”）金融借款合同纠纷，向厦门市中级人民法院递交起诉状，涉及借款本金4.19亿元。

厦门银行表示，该行已对上述借款计提了相应的减值准备，预计本次诉讼事项不会对行内的本期利润或期后利润产生重大影响。时代周报记者就本次诉讼情况致电厦门银行，未获置评。

时代周报记者注意到，近年来，厦门银行涉及的诉讼案件较多，截至2024年6月末，该行（含控股子公司）作为原告未执结的诉讼标的本金金额超过1000万元的诉讼、仲裁案件共92件，涉案金额32.05亿元。

据厦门银行业绩快报，截至2024年年末，该行资产总额为4078.28亿元。去年上半年，由于信用减值损失大幅增长，导致厦门银行归母净利润下滑超过两位数，但从全年来看，该行归母净利润降幅正在逐渐收窄。

4月1日，厦门银行新任董事长洪枇杷任职资格获监管核准，这名来自兴业银行的“70后”老将将正式掌舵

厦门银行。

踩雷“东方系”，涉及贷款超4亿

“东方系”危机引发的连锁反应仍在波及上市银行。

根据厦门银行公告，该行于2023年5月与银祥油脂签订《授信额度协议》，约定向其提供授信额度（本金）为4.19亿元，包括流动资金贷款、固定资产贷款、银行承兑汇票等。银祥集团、东方集团提供连带责任担保。2024年5月，银祥油脂提供名下不动产抵押担保并完成登记，厦门银行向其发放贷款4.19亿元。

因银祥油脂在其他金融机构已发生逾期，且涉及重大经济纠纷、诉讼，构成违约，厦门银行依约宣布贷款提前到期，并启动法律程序追偿。厦门银行在诉讼中提出五项请求，包括要求银祥油脂偿还本息及实现债权的费用、行使抵押物优先受偿权，以及要求银祥集团、东方集团承担连带清偿责任等。目前该案件处于已立案未开庭阶段。

据厦门银行招股书，银祥油脂此前曾连续多年是厦门银行制造业贷款的重要客户。截至2017年年末、2019年年末和2020年6月末，银祥油脂在该行前十大制造业贷款客户中均排名首位。

企查查显示，银祥油脂成立于2010年，注册资本2.3亿元，实际控制人张宏伟，目前该公司已被限制高消费。

事实上，今年以来银祥油脂已被多家银行起诉。2月，银祥油脂成为

被执行人，执行标的为9038.82万元，申请人为工商银行厦门同安支行；3月，星展银行上海分行也将银祥油脂、银祥集团、东方集团告上法庭，案由为金融借款合同纠纷。

今年2月，证监会发布公告，东方集团披露的2020—2023年财务信息严重不实，涉嫌重大财务造假，可能触及重大违法强制退市情形。后续证监会发布的行政处罚事先告知书显示，东方集团在4年时间内累计虚增营收161.29亿元、营业成本160.74亿元。

“东方系”流动性危机的背后，多家银行正在启动追偿。

据东方集团4月9日公告，截至公告日，公司及子公司累计新增诉讼涉及金额合计19.52亿元，涉及多家国有大行、股份行、城商行，包括工商银行、中国银行、华夏银行、民生银行。其中，民生银行合计涉及金额10.3亿元，当前案件处于一审阶段。

值得一提的是，“东方系”掌门人张宏伟，此前担任民生银行副董事长、董事，今年3月15日刚辞任。张宏伟是黑龙江人，有着“东北首富”称号，2025年其以160亿元人民币财富名列胡润全球富豪榜第1707位，财富值较2024年缩水近半。

日前，民生银行副行长黄红日在该行2024年业绩发布会上回应称，“东方系”在民生银行的贷款余额是76.94亿元，比上年末减少了约19亿元。他还表示，目前民生银行已经向北京金融法院就东方集团相关对该

行的欠款提起了诉讼，并且收到了受理案件通知书。

董事长正式上任，去年业绩承压

厦门银行是国内首家具有国资背景的城商行，也是福建首家上市城商行。4月1日，厦门金融监管局核准了洪枇杷厦门银行董事长的任职资格，也意味着他将正式掌舵这家4000亿城商行。

洪枇杷生于1971年，曾长期供职于兴业银行，加入厦门银行前担任兴业银行福建管理部总裁，其本人在福建当地的银行业内享有较好的口碑。

对于这名兴业银行“老将”来说，掌舵厦门银行面临一定的挑战。

据厦门银行1月24日披露的2024年度业绩快报，去年该行面临“增收不增利”的情况。2024年，厦门银行实现营业收入57.61亿元，同比增长2.82%；实现归母净利润25.94亿元，同比下降2.61%。Wind数据显示，这是厦门银行自2009年以来，归母净利润再次出现负增长。

分季度来看，厦门银行去年上半年利润下降较为严重，但从第三季度开始业绩有所回暖。厦门银行在其2024年半年报中表示，该行因信用减值损失计提金额同比增加较大，上半年归母净利润12.14亿元，同比下降15.03%。去年上半年该行信用减值损失为4.64亿元，较上年同期增加2.74亿元，同比增长144.18%。

资产质量的变化同样值得关注，截至2024年6月末，厦门银行关注类

贷款和次级类贷款余额分别为48.30亿元、7.82亿元，较2024年初分别上升60.77%、124.70%。

不过，整体来看，厦门银行不良率仍维持在较低的水平。业绩快报显示，截至2024年年末，该行不良贷款余额、不良贷款率较上年年末实现双降。报告期末，该行不良贷款率为0.74%，较上年末下降0.02个百分点；拨备覆盖率391.94%，风险抵补能力保持充足。

联合资信出具的最新评级报告显示，得益于审慎的授信政策以及不断加大的不良贷款处置力度，厦门银行信贷资产质量保持在同业中较好水平，拨备保持充足水平。

上述评级报告还称，受外部经济环境变化影响，厦门银行出于审慎原则将出现风险信号的客户下调为关注，使得关注类贷款规模和占比有所上升；由于个别民营企业集团授信客户贷款、个人经营性贷款逾期增加，逾期贷款规模和占比也有所上升。

值得一提的是，厦门银行当前面对的诉讼案件较多。财报显示，截至2024年6月末，该行（含控股子公司）作为原告未执结的诉讼标的本金金额超过1000万元的诉讼、仲裁案件共92件，涉案金额32.05亿元；该行作为被告或第三人未执结的诉讼标的本金金额超过1000万元的诉讼、仲裁案件共4件，涉案金额10.41亿元。

厦门银行同时强调，前述诉讼不会对行内财务或经营结果产生重大不利影响。■

BANK&INSURANCE · 银保

银行股增持潮再起！ 苏州银行国资大股东3个月砸下超5亿

时代财经 张昕迎

又有上市银行获股东大手笔增持。4月14日晚间，苏州银行(002966.SZ)公告称，该行大股东苏州国际发展集团有限公司(以下简称“国发集团”)在2025年1月14日至4月14日期间，以自有资金通过集中竞价交易和可转债转股的方式，累计增持了8572.46万股该行股份，占该行最新总股本的1.9175%，增持资金合计5.67亿元。

作为该行第一大股东，国发集团是苏州市以金融投资为主业的国有控股公司，由苏州市财政局100%控股。近半年来，国发集团不断加码苏州银行，自去年9月至今已数度实施增持。据该行今年1月披露的公告，2024年9月19日至2025年1月8日，国发集团以自有资金通过集中竞价方式增持了约1.04亿股苏州银行股份。

若再加上此次增持，2024年9月至今国发集团已累计增持苏州银行近2亿股。截至4月14日，国发集团及其一致行动人(东吴证券)对苏州银行的最新持股比例达到14.01%。

进入2025年，投资者对银行股的热情依旧不减，在近期资本市场出现波动的大背景之下，更有多家银行采取“护盘”行动，银行股上演“增持潮”。

据时代财经不完全统计，4月以来，已有8家上市银行获股东、董监高人员增持或计划未来增持，涉及浙商银行(601916.SH)、光大银行(601818.SH)、邮储银行(601658.SH)、成都银行(601838.SH)、华夏银行(600015.SH)、江苏银行(600919.SH)、南京银行(601009.SH)。

4月15日，银行板块再度走强，截至当日收盘，常熟银行(601128.SH)涨超4%，渝农商行(601077.SH)涨超

3%，浦发银行(600000.SH)、重庆银行(601963.SH)、成都银行等均涨超2%。

国资大股东3个月增持超5亿元

苏州银行相关公告显示，国发集团此次增持计划始于今年1月。

根据该行此前披露，基于对苏州银行未来发展前景的信心和长期投资价值认可，国发集团计划自2025年1月14日起6个月内，通过深圳证券交易所交易系统以集中竞价交易或购买可转债转股的方式，合计增持金额将不少于3亿元。

截至今年4月14日，上述增持计划实施期限已经过半。具体来看，1月14日至4月14日，国发集团以自有资金通过集中竞价交易和可转债转股的方式，累计增持了8572.46万股苏州银行股份，占该行最新总股本的1.9175%，增持资金合计5.67亿元；在此期间，国发集团的一致行动人东吴证券(601555.SH)同样以自有资金通过集中竞价交易方式增持了375万股苏州银行股份，占该行最新总股本的0.0839%。

公告显示，截至4月14日，国发集团及其一致行动人东吴证券合计持有6.26亿股苏州银行股份，对该行的持股比例达到14.01%。不过，从二级市场反应来看，Wind数据显示，在上述增持区间内(1月14日至4月14日)，苏州银行股价区间跌幅为2%；但拉长时间来看，2024年9月14日至2025年4月14日，苏州银行区间涨幅达15.99%。关于国发集团后续增持进程，4月15日，时代财经以投资者身份致电苏州银行，其相关工作人员表示：“现在增持的下限已经超过了，但是告知函里也提到(增持)暂时还没有完成，可能还要继续增持。”

据最新的业绩快报数据，2024



年，苏州银行实现营业收入122.23亿元，同比增长3.01%；实现归母净利润50.68亿元，同比增长10.15%。

多家银行采取“护盘”行动

除了苏州银行，近日还有多家银行陆续发布股东增持公告，部分银行董监高齐出手，密集打响“护盘战”。

4月12日，南京银行公告称，基于对公司未来发展的信心和价值成长的认可，该行第二大股东南京紫金集团的控股子公司紫金信托于2024年10月8日至2025年4月10日期间，以自有资金通过集中竞价交易方式增持了7713.05万股该行股份。

南京银行同时披露，在同一时段内，东部机场集团投资有限公司以竞

价交易方式累计增持了1.73亿股该行股份，占总股本的1.56%。

据时代财经梳理，4月以来，光大银行、邮储银行、成都银行的重要股东均抛出增持计划，浙商银行、华夏银行、江苏银行的董监高人员以个人资金进行增持。

如江苏银行4月10日公告，自2025年4月10日起6个月内，该行高级管理人员、部分董事、监事及全行中层以上干部计划通过集中竞价交易方式，以自有资金自愿增持共计不少于2000万元的该行股份。

此外，亦有多家银行在近期推出《估值提升计划》，涉及提升公司投资价值、稳定现金分红、加强投资者关系管理等市场关心的问题。

4月15日，北京银行(601169.SH)发布《估值提升计划》，其中提到，该行自2017年以来现金分红比例均保持在30%以上，未来该行将在综合考虑盈利情况、资本情况、监管要求和未来可持续发展等多方因素的基础上，进一步增强分红稳定性、持续性和可预期性。

上海银行也在《估值提升计划》中提到，公司计划未来三年(2025—2027年)每一年度现金分红比例不低于30%，并将适时实施一年多次分红。此外，多家银行亦在规划中提及了争取股东支持、吸引中长期资金的相关事宜。如兴业银行提到，该行将充分把握中长期资金入市的契机，密切跟踪ETF指数基金、保险资金、社保资金、企业年金等中长期资金动态，做好主动沟通、争取配置。

上海银行也称，该行将密切关注商业保险资金、社保基金、基本养老保险基金、企业年金、公募基金等中长期资金动态，加强主动路演推介，争取配置。■



国发集团以自有资金通过集中竞价方式增持了约1.04亿股苏州银行股份。

3.3亿股股权转让获批 新华保险43.17亿“重仓”杭州银行

时代周报记者 王苗苗 发自北京

3.30

亿股

4月15日，浙江金融监管局发布关于杭州银行(600926.SH)变更股权的批复，同意新华保险(601336.SH/01336.HK)受让澳洲联邦银行持有的杭州银行约3.30亿股股份。

受让后，新华保险合计持有杭州银行约3.57亿股，占总股本的5.63%，位列第四大股东。

此前在1月24日，杭州银行公告称，新华保险拟以协议转让方式收购澳洲联邦银行持有的该行约3.30亿股股份，交易价格13.095元/股，转让总价约43.17亿元，资金来源为自有资金。

关于此事，杭州银行投资者关系热线相关工作人员对时代周报记者表示：“目前公司在银保合作方面与新华保险正在开展一些业务的推进，主要是银行代销保险产品。股权转让完成后，新华保险有权向公司董事会提名1位董事。”

晋升杭州银行第四大股东

本次权益变动前，新华保险及其一致行动人持有公司A股普通股股票10.58万股，可转换公司债券对应转股数6406.53万股，合计持股比例为0.89%。本次权益变动后，新华保险及其一致行动人将持有杭州银行3.57亿股股份，将成为杭州银行第四大股东。杭州银行在公告中表示，本次权益变动情况不会导致公司控股股东、实际控制人变化，公司仍无控股股东和实际控制人。同时，根据国家金融监督管理部门相关规定，新华保险通过本次交易取得的公司股份，自完成过户登记之日起5年内不得转让。

对于举牌杭州银行并成为第四

大股东，新华保险对时代周报记者表示，投资杭州银行，公司可以通过配置红利资产优化资产配置，增加长期股权投资底仓资产，促进银保业务协同，增强公司在金融服务领域的竞争力和抗风险能力，进一步提升金融机构服务实体经济的能力，全面助力长三角区域一体化发展。

年报显示，2024年，杭州银行实现营业收入383.81亿元，同比增长9.61%；归母净利润169.83亿元，同比增长18.07%；加权平均净资产收益率16.00%，同比提升0.43个百分点；基本每股收益达2.74元，同比增长18.61%。得益于良好的资本内生动力，该公司2024年年末核心一级资本充足率8.85%，较上年年末提升0.69个百分点。Wind数据显示，截至4月16日，杭州银行的股息率(近12个月)为5.74%。

在4月16日召开的2024年度业绩发布会上，杭州银行董事长宋剑斌表示，在实施2024年度中期分红的基础上，董事会建议2024年末实施每10股派发现金红利人民币2.80元的分红政策，2024年度现金分红达每10股人民币6.50元，实现每股分红金额同比增长25%，分红总额同比增长29%。据宋剑斌介绍，自上市以来，杭州银行普通股累计现金分红规模将超过188亿元。

此外，值得注意的是，年报发布前，该银行行长突然离职，此前曾被传“失联”。

4月2日，有市场消息称，杭州银行副董事长、行长虞利明疑似失联。当日晚间，杭州银行发布公告称，董事会收到虞利明的书面辞职报告，虞利明因个人原因辞去公司副董事长、行长等职务，其辞职自辞职报告送达公司董事会时生效，董事长宋剑斌代为

履行行长职责。

时代周报记者就此致电杭州银行投资者关系热线，对方表示：“相关信息以公告内容为准。”当记者询问该行短期内是否有遴选行长的计划时，该工作人员表示：“会按照公司制定的正常程序开展，但不会那么快。”

新华保险频频举牌上市公司

除杭州银行外，新华保险还于4月2日发布举牌信息披露公告，公司通过控股公司新华资产参与举牌北京控股(00392.HK)，于3月26日通过二级市场集中竞价交易方式增持北京控股无限售条件流通股15万股，约占该公司总股本的0.01%。本次权益变动后，新华保险持有北京控股港股普通股6293.85万股，约占该公司总股本的5.00%，触发举牌。

北京控股成立于1997年，是一家综合性公用事业公司，主营业务涵盖燃气、水务及环境等公用事业板块。

2024年，该公司实现营业收入840.64亿元，同比增长2.1%；股东应占溢利51.23亿元，若撇除去年一次性事件影响，同比增长5.0%；每股基本及摊薄盈利4.07元；建议派付2024年度末期股息每股0.77港元，连同中期股息每股0.85港元，全年股息每股1.62港元，同比上升1.25%。

时代周报记者注意到，2024年，新华保险还先后举牌了上海医药(601607.SH/02607.HK)、国药股份(600511.SH)等上市公司。

上海医药2024年实现营业收入2752.51亿元，同比增长5.75%；归母净利润45.53亿元，同比增长20.82%；基本每股收益1.23元/股；拟每10股派发现金红利2.90元，总计约10.75亿元。国药股份2024年实现营业收入

505.97亿元，同比增长1.81%；归母净利润20.00亿元，同比下滑6.8%；基本每股收益2.6509元/股；拟每10股派发现金股利8.00元，共计约6.04亿元。

新华保险对时代周报记者表示，“近年来市场利率持续下行，保险公司面临的利差损风险凸显。在此背景下，保险公司更关注在权益市场寻找高分红、盈利稳健、股息率较高的上市公司，并依托负债端资金来源稳定、长期限的优势，长期持有具有高分红、低波动特征的优质上市公司，获得稳定的收益以缓解利差损风险。”

同时，新华保险称，目前国内及港股市场确实有一批经营稳健、盈利稳定、股息率较高的上市公司，其投资收益叠加现金分红收益能较好地覆盖全部或者大部分保险公司负债成本，契合保险公司的投资收益要求，相信未来还会有更多高股息投资、长期股权投资的案例出现在资本市场。

2024年，新华保险实现营业收入1325.55亿元，同比大增85.3%；原保险保费收入1705亿元，同比增长2.8%；归母净利润262亿元，同比增长201.1%。对于业绩大涨的原因，新华保险表示：“受资本市场上涨的影响，2024年投资业绩同比增长。”

财报显示，2024年新华保险实现总投资收益796.87亿元，同比增长251.6%；实现综合投资收益1149.61亿元，同比增长252.5%。实现总投资收益率5.8%，同比增长4个百分点；综合投资收益率为8.5%，同比增长5.9个百分点。

4月15日晚间，新华保险还公布了2025年第一季度未经审计保费数据，该公司于2025年1月1日至3月31日期间累计原保险保费收入为732.18亿元，同比增长28%。■

1325.55

亿元

规模冲破5200亿 永赢基金股票资产仅占不到4%

时代周报记者 时浩 发自上海

4月9日晚，宁波银行披露年报，永赢基金2024年经营数据一同公布。

在公募行业竞争不断加剧背景下，永赢基金2024年增收又增利，营收和净利润分别达到13.63亿元、2.55亿元，同比增长33.89%、46.55%。

作为银行系公募，永赢基金成立初始，以收益较为稳健的固收类产品为主。过去几年中，永赢基金尝试扩展业务类型，发行了众多类型基金，但除固收产品外，募资规模多数较小。

目前，永赢基金资管规模已突破5000亿元，站在新的起点，这家昔日的“固收专家”，想要实现进一步扩张，要做的功课仍有不少。

营收、净利均增长两位数

相比于2023年10.18亿元营业收入、1.74亿元净利润，2024年永赢基金营业收入、净利润分别达到13.63亿元、2.55亿元，均增长了两位数。

截至2024年年末，永赢基金公募总规模5296亿元，较上年末增加1697亿元，其中非货规模3516亿元，较上年末增加1033亿元。

永赢基金对时代周报记者表示，在发挥固收业务优势的同时，近年来，公司持续在主动权益、绝对收益、被动指数等重要业务板块发力，2024年四大业务板块规模首次实现同步增长。

2013年11月成立的永赢基金，在国内公募发展进程中并不算早。作为银行系公募，永赢基金成立初始，以收益较为稳健的固收类产品为主。过去几年，得益于债券市场收益回报较好，公司资管规模增长迅速。从2020年年初的1775亿元，仅用五年时间资管规模已达到5296亿元。其中，仅在2024年永赢基金年度规模就增长了1697亿元。



在经过10多年发展后，目前永赢基金已拥有基金经理44人，产品数量274只（不同类别分别计算）。

“偏科”的银行系公募

规模快速增长的另一面，是永赢基金长期以来面临的“偏科”问题。2024年以前，永赢基金共发行了202只基金，但其中偏向权益部分基金仅有55只（股票+混合+灵活配置），较多成立于2022年和2023年。

过去一年多，永赢基金调整了产品发行结构，在2024年发行的56款产品中，其中权益类产品11只，债券类方面细化了不同产品类型，全年发行中长债、混合债、短债发行数量分别为21只、12只、4只，此外永赢基金还布局了少量指增产品和被动指数类基金。

2025年，永赢基金加速产品转型步伐。截至4月9日，永赢基金共发行16款产品，主要为行业类ETF和宽基

指数产品。

在2024年年初至今发行的产品中，仅有沪深300ETF永赢、永赢腾利A、永赢璟利A三只基金当前规模超过10亿元，其中规模较大的永赢腾利A、永赢璟利A规模分别为91.18亿元、73.47亿元，仍为固收产品。尽管发行了多只权益基金，但其募资额并不理想，多只基金规模仅在千万元级别。

从其目前的资产配置构成上，永赢基金当前近5300亿元的资管规模中，股票类资产净值占比仅为3.98%（约210亿元），债券类资产占比仍高达91.33%。对比来看，此前新成立的永赢璟利A单只规模达73.47亿元，相当于公司全部股票资产的35%。这一结构性矛盾折射出银行系公募转型的深层困境：既要维系固收基本盘，又需培育权益新动能。

基金经理蒋卫华收益表现不佳

永赢基金向时代周报记者表示，

未来永赢基金将继续大力发展权益基金，力争为投资者创造中长期稳健收益；加大中低波动型产品创新力度，加快推进指数化投资发展。

永赢基金部分基金经理业绩表现不佳，其中包括在支付宝晒出实盘的蒋卫华。

蒋卫华持有的自身操盘的永赢新兴消费智选混合发起A、C，当前实盘金额25.45万元。该基金当前前十大重仓股分别为嘉益股份、匠心家居、康方生物、诺泰生物、东瑞股份、丸美生物、信达生物、神农集团、安克创新、锦泓集团，主要投向农业、医药、家具家居等行业，不同类别配置较为分散，但其持股集中度较高，前十大重仓股占基金资产净值比例达77%。

过往一年多来，蒋卫华每个报告期均以超过4倍的频率进行调仓换股，自2023年8月任职以来，相关产品任期内累计回报0.42%。

不过，蒋卫华目前持有的永赢新兴消费智选混合发起A、C目前尚未实现盈利，截至4月9日，其个人持有期累计亏损5492.71元。

目前蒋卫华共管理6只基金产品，合计规模达13.02亿元。除了2025年3月刚接手的永赢港股通品质生活慧选混合外，年度收益表现上，永赢新兴消费智选混合发起的2023年股票亏损为458.38万元，2024年股票亏损则为248.15万元。

蒋卫华管理的另一款产品永赢消费主题，自2024年6月接手以来，同样未能盈利。从该基金经营数据来看，2024年下半年永赢消费主题股票亏损1259.06万元，扣除债券、股利后仍有超过700万元亏损。

站在资产管理规模突破5000亿元的起点，永赢基金的挑战愈发清晰：如何平衡规模增长与持有体验的关系。当理财净值化进入深水区，这位昔日的“固收专家”，想要实现进一步扩张，要做的功课仍有很多。■

券商炒股大赚百亿！ 抛售近10亿股银行股 3家抢筹藏格矿业

时代财经 金子莘

受2024年“9·24”行情助推，券商上年自营业务收入大幅增长，成为业绩最强支柱。据中证协披露数据，2024年，全行业实现自营业务收入1740.7亿元，同比增长43%。

从目前已公布的2024年上市公司年报可窥见前十大流通股股东的变化，券商调仓路径也逐渐显露，据Wind数据统计，银行、医药生物及有色金属是券商2024年减持最多的三大行业（按申万一级行业2021口径统计），通信行业则获券商增持。剔除中信建投外，牧原股份、藏格矿业、卫星化学是券商持仓市值较高的企业，陕西投A、ST天邦、宏创控股成为券商减持数量最多的3家公司。

中信建投主要由“巨头”中信证券持有，从持仓市值来看，中信证券持有3.83亿股中信建投股份，持仓市值约98.58亿元。

多家券商自营业务翻倍式增长

2024年，由于行情逐步回暖，自营业务打了翻身仗，成为券商业务中“挑大梁”的存在，多家券商自营业务大赚超百亿元。

回顾2024年市场环境，A股市场及港股市场主要指数均收涨，市场成交量也较前几年放量。上证综指上涨12.67%，深证成指上涨9.34%，创业板指上涨9.63%，A股市场股票基金交易量日均规模为1.21万亿元，同比提升22.03%。

恒生指数则上涨17.67%，恒生

国企指数上涨26.37%、恒生科技指数上涨18.70%，香港证券市场交易量日均成交额为1318亿港元，同比提升25.53%。

从2024年券商年报数据可知，多家券商利润增厚多归因于证券投资业务增长，以中信证券为例，其2024年全年证券投资业务实现收入高达240.40亿元，同比增长23.95%，位居行业第一，投资收益更是高达324.86亿元，较上年增长71.76%，主要增长系金融工具持有期间及处置取得的投资收益增加所致。

刚完成整合的国泰海通投资收入也有不小的增幅，较上年增长20.15%达130.42亿元。

从目前已经披露的年报来看，2024年共有6家券商自营业务净收入超过100亿元，除中信证券和国泰海通外，还包括华泰证券、中国银河、申万宏源、中金公司。而中小券商由于业务体量不大，增速则更为迅猛。

据Wind数据统计，2024年自营业务净收入实现增长翻倍的券商较多，有红塔证券、国投证券、南京证券、东兴证券、广发证券、东方证券等，以及华林证券、国元证券等中小券商也都在年报中提及自营业务增长情况较为乐观。

国元证券表示，2024年公司自营投资、财富信用等主营业务实现收入同比显著增长，超额完成全年经营任务。

但也有券商并未抓住本轮市场上涨的机遇，中原证券、国联民生证券2024年自营业务净收入均同比下滑。

华林证券相关人士向时代财经

分析道，“在自营业务方面，2024年度公司秉持稳健投资理念，坚持‘精品’投资路线，适当借助量化数据分析工具，精准把握择时与做市交易机会，进一步提升配置资产能力，实现了投资收益大幅提升。”

券商减持银行医药有色，增持通信

从2024年上市公司年报披露的前十大流通股股东情况来看，券商布局路径逐渐清晰。

其中，有3家上市公司的前十大流通股中，同时有3家券商现身，分别是宏创控股、藏格矿业和川恒股份；5家上市公司同时被2家券商重仓持有，分别是人民同泰、振芯科技、佳都科技、ST盛屯和古越龙山。

2024年被券商减持股份数量靠前的的是陕西投A、ST天邦和宏创控股，减持数量高达7784.32万股、2634.88万股、1350.36万股，被增持股份靠前的个股是佳都科技、川恒股份、藏格矿业和振芯科技，以上4家公司股份均被券商增持超过1000万股。其中，川恒股份在目前券商持股占流通股比例已经超过4%，而上年同期仅占流通股的1.09%。

从持股数量来说，中信证券位居第一，合计进入34家上市公司的前十大流通股股东，其次是中金公司和中信建投，分别重仓22只和13只股票。

具体来看，除了中信证券重仓持有中信建投外，中信建投则最为青睐牧原股份，持仓市场高达14.21亿元，广发证券则新进入卫星化学和杰瑞股份，位列卫星化学第五大流通股股东，持股市值8.73亿元。同时，广发证券位

列杰瑞股份第五大流通股股东，持股市值为7.20亿元。

藏格矿业同时被招商证券、广发证券及申万宏源证券重仓，分列其第六、第七、第八大流通股股东。国信证券则青睐海螺水泥，东方证券重仓江中药业、平煤股份，国泰海通新进江淮汽车前十大流通股股东。

从申万一级行业来看，银行被券商减持股份数量最多，合计减持9.97亿股；其次是医药生物，减持4.74亿股；有色金属和非银金融分别被减持2.86亿股和2.49亿股。通信则被券商增持2356.92万股，增长明显。

与此同时，券商持有银行股的市值也急剧下滑，减少80.75亿元，仅余2.67亿元。交通运输行业持仓市值增长，券商持有该行业市值达7.28亿元。

整体来看，券商持股数量及市值均有增长，合计持有15.91亿股上市公司股份数，上年同期为12.99亿股，持股市值也从上年的190.44亿元增长至2024年的238.30亿元。

也有部分个股退出券商持股名单，从2024年年报中可知，券商已减持并退出华映科技、博士眼镜在内的超过50只个股十大流通股股东。

一名资深券商投资人士向时代财经表示：“自‘9·24行情’开启后，2024年第四季度自营业务增速迅猛，对券商投资业务提振全年业绩起到明显推进作用，可以说配置风格上也有部分调整，此前在市场行情相对低迷的时期，整体券商自营以布局红利资产为主，DeepSeek带动科技产业链爆发之后，对成长标的的布局比例也在提升。”■

NEW ENERGY · 新能源



专访御风未来CEO谢陵： 载人eVTOL不能闭门造车好几年

时代财经 何铭亮

载人电动垂直起降飞行器(eVTOL)要在什么节点考虑商业化?

对眼下的载人eVTOL厂商而言,商业化依旧是“只听楼梯响,不见人下来”。一方面,绝大部分新型eVTOL都未能领取“适航三证”及交付;另一方面则是因为基础设施、监管手段、法律法规尚未完善,但这并不妨碍载人eVTOL厂商真切地向商业化靠近的努力。

有载人eVTOL创始人就曾对时代财经表示,若无其他收入来源,未取得TC(型号合格证)开始商业化,每一轮融资到位前,载人eVTOL厂商都在破产倒计时。

与其他厂商不同的是,御风未来早在大湾区城市——中山率先有了工业级无人机带来的稳定营收和利润,也成为中国载人eVTOL厂商中罕见的已有成熟商业化路径的公司。

也正因此,御风未来创始人兼CEO谢陵对eVTOL商业化的理解更显独树一帜——在必要且长时间的适航审查中,载人eVTOL不能闭门造车,而需要更早地接触用户、接触市场,这也是他选择让御风未来载人eVTOL先行申请适航证的原因之一。

但有了成熟商业化路径,并不意味着创业是轻松的。

“CEO最艰难的时候,也没有人能分担,比如创业刚起步的时候很担心下个月就发不出工资了,跟员工讲,员工可能立刻准备辞职;跟客户讲,客户会怕你交不出货、卷款跑路;跟供应商不能讲,不然他后续可能就不供货了;跟家里人讲则会让他们担心……你只能自己把事情搞定,创业公司CEO都必须要有像石头一样很硬的心态,不然没法持续下去。”谢陵动情地说。

3月,在气候宜人的深圳,谢陵随手拿起桌上的纸杯,一边比划、解释着不同eVTOL的技术路线,一边接受时代财经的专访,描绘关于他的创业决策、御风未来的商业化路径与国产化实践。

莽撞的创业

在很多场合中,谢陵都曾讲过他的创业经历,2016年他与御风未来创始人兼CTO刘十一一起从民航客机C919项目组出来,在上海浦东张江租了一间20平方米的办公室,自己画图、写代码、网上采购原材料,力求发明一款性能代价最小的垂直起降固定翼飞行器。

但谢陵鲜少提及的是,这个创业决定是莽撞的。

2016年,谢陵33岁,刘十一30岁,他们在国产大飞机C919项目组内均有光明的发展前景——此前的2015年11月,C919大型客机首架机在中国商飞公司总装制造中心浦东基地厂房内正式下线,两个年轻人迎来了大展拳脚的机会。谢陵和刘十一参与的

是C919飞控系统的核心研发工作,也曾在商飞内部得到过珍贵的民机系统工程培训机会。

那时谢陵参加工作不算太久,国企稳定的工作尚未让他存下足够的创业资金,甚至离职前他未曾接触过投资人、了解投资意向,“就是本着‘即刻’思维,有五六成把握这事能成,想干就去干了,家庭也比较支持我。”谢陵向时代财经回忆道。

但这个把握,事后回想也仍充满风险。谢陵与刘十一当时并未考虑过飞行器的商业化,甚至连飞行器要载物还是载人,尺寸是大还是小都没有考虑,这两名飞机设计师、系统工程师能依靠的仅有多年在飞机设计、空气动力学上的学习和实践经历,以及在C919项目期间积累下来的客机研制经验。

“我们有信心的只有对技术方向的判断,但外部环境、市场、资本、政策这些都不是个人能把握的,而只能由个人去抓住机遇。2016—2018年,如果你想做载人小飞机,没有人看好这个方向,但对物流、巡检类场景的小飞机大家可能感兴趣一点。而且小飞机投资量级更少,数百万元就可以启动,有产品后卖出去就能实现商业闭环。”谢陵表示。

创业公司的第一、二轮融资往往分外艰难。谢陵回忆,起步阶段时全公司仅有3个合伙人与1个员工,公司只给这一个员工发工资,“最危险的时候,如果下个月没有资金到账,他的工资就发不出来了。”

但所幸,那时谢陵在机缘巧合下得人引荐,接触到了中山市主管科技人才引进的相关领导,在当时支持创新创业的政策背景下,谢陵与御风未来旗下工业无人机品牌福昆航空通过申报、答辩等环节,拿下了中山市政府的创新创业科研人才引进资金,同时也得到了市场化投资机构容亿资本的300多万元的股权投资,在多个资金渠道的支持下,谢陵以不到1000万元的资金起步,于2018年来到中山继续他的创业征程。

值得一提的是,当时的中山市尚欠缺相关航空人才,早期福昆航空也仅需要两三个核心的、多面手型的飞机设计师就够了,剩下的则是招聘员工“跟着干”,有的如质量管理、适航等岗位在中山招不到人,则在上海公司招聘,再从上海派遣到中山工作。

从近年历程来看,福昆航空已研发了4款中小型垂直起降固定翼无人机,广泛应用于公安、应急、消防、能源设施巡检等多个领域。

至于载人eVTOL的征程,则一直等到2020年谢陵认识了投资人陈大年——中国曾经最年轻的首富陈天桥的弟弟,并获得了真金白银几千万元的支持,才正式开启。

从工业无人机到载人eVTOL,从中小型飞行器到大型载人飞行器,有何不同?

谢陵认为,最近20年来科技应用领域的发展,是将机械结构简单化、电动化、智能化的过程,比如从吸尘

器发展到扫地机、扫地机器人,就是增加了摄像头、雷达等感受周边环境的各类传感器,使用MCU(微控制单元),结合各类智能控制算法,再结合物联网、大数据、AI大模型,令新一代产品能实现路联网控制、自主化、智能化地完成各项任务。

“比如说原来吸尘器是人看到哪里有垃圾,把吸尘器拉过去,按一下按钮才能完成任务,现在则是扫地机器人可以自己识别到房间不干净了,该打扫了,然后对房间建模、规划路径、自主地进行清扫,人也可以在上班的时候通过远程下指令让它扫地。”谢陵说。

而这个趋势也发生在飞行器领域。无人机产业的兴起,便是以珠三角的航模代工产业为基础,再结合消费电子、智能化、网联化等趋势,发展到消费级无人机、工业级无人机,而眼下载物、载人类型的eVTOL的发展,也在经历智能化、网络化。

谢陵指出,传统航空器中,无论是直升机还是民航B787、A350,均是在有人驾驶下以飞行员为飞行安全托底的,整个飞行器的设计、运营,甚至监管体系、法律法规都围绕“人”来开展的,对人的要求非常高。

“但新型智能化的航空器,哪怕是大规模的消费级无人机,它都是智能化的,它的飞行对人的要求非常低,自我决策能力非常强,这也一定会是未来载人eVTOL的一种趋势。如果硬要说工业级无人机与载人eVTOL的差别,一定体现在更高的安全性上。”谢陵说。

从技术路线来看,御风未来目前采用的是复合翼方向。对谢陵来说,多旋翼路线技术门槛比较低,能做好公司的非常多,而剩下的倾转旋翼与复合翼之间,他认为复合翼要更优,源于两点。

“第一,在同样条件下,比如起飞重量一致、电动力系统功率密度相同、电池重量占比相同,复合翼在航程、航时的性能方面优于倾转旋翼,尽管倾转旋翼的最大速度更大,但经济巡航速度下它没有复合翼飞得远,而且倾转旋翼结构比较复杂,可能存在更多的安全性风险;第二,在目前已经得到市场验证的工业级垂直起降固定翼无人机行业里,基本已经没有倾转旋翼飞机,之前有过几个倾转旋翼厂商,但也已经被淘汰了。”谢陵表示。

载人eVTOL商业化:“不能闭门造车好几年”

受限于空域开放、监管措施、法律法规不完善,载人eVTOL大规模应用尚需等待好几年时间,就曾有初创eVTOL厂商创始人对时代财经表示,对多数没有其他收入的eVTOL来说,这也意味着“在拿到下一轮融资前都在破产倒计时”。

谢陵坦言没有类似的紧迫感。御风未来凭借福昆航空,率先在无人机领域有商业化突破,令其有了稳定现金流,也让其载人eVTOL研发有了更长期、充足的弹药补充。“我们有持续

的现金流入,并不靠融资输血。”

福昆航空的营收已在2023年、2024年连续两年实现三倍增长,产品已持续批量化生产和交付,去年既中标广东省航空应急等全国多个重大应急项目,又开拓了海外市场,为中东某顶级石油公司进行常态化石油管道巡检。

“但焦虑感也会有,比如福昆航空的业务和订单压力,有营收之后压力就转换成营收能否持续高速增长;引入外部股东后就对股东负责。如果创业均用的是自有资金,那还可以随心所欲地今天多做一点,明天少做一点,但投资人希望你能够快速成长时,你就必须要努力快速增长。需要对股东负责后要考的东西更多了。”谢陵说。

而在载人eVTOL方面,御风未来并没有像目前数家初创企业一样,直接提交载人eVTOL的适航证申请,而是选择先以载物版、货运型的M1递交适航申请。M1为御风未来研发的大型载人垂直起降飞行器,定位为短期内先实现货物运输,长期目标是解决城市空中出行问题。

2024年1月,御风未来自主研发的M1B型(即M1货运型)电动垂直起降无人驾驶航空器的型号合格证申请正式获得中国民航华东地区管理局受理。公司预计,今年可完成M1B型适航取证工作,同时载人适航申请也在推进中,有望在2027—2028年获得载人适航证。

这个与业内不同的取证顺序也引发关注。

谢陵解释称,目前载人eVTOL大规模的应用在全世界都没有先例,也意味着还有大量要解决的问题,包括地面停机坪、起降点、充电设施、通信、导航监视、气象监测等基础设施,还有空域管理、运营管理等都需要完善。

而且,对新型航空器高标准的适航审查,因需对公众安全性负责往往持续数年,这也意味着航空器从制造端到真正商用也需要数年时间。

“我认为任何一个新科技创业的过程不应该是这样子的,你不能不面向市场就闭门造车好几年,一款载人飞机必须花好几年来验证安全性,如果最后这个‘车’造出来并不能满足市场需求,那会导致很多前期投入白白浪费。”谢陵说。

而且商业化后,客户的需求往往超出制造端的认知,这是谢陵在福昆航空身上学到的教训。

福昆无人机曾向一家物流公司提供产品,原本谢陵对该产品非常满意,认为其零部件互换性强、拆装方便,同时不设货仓可让客户随意吊挂货品,有很好的便利性,“但交付之后,我们发现客户根本没有拆架需求,每天把飞机机翼叠起来就可以放进仓库了;客户货物比较零散,因为我们产品没有货仓,客户每次都要将货物打包好才能开始运输……我们原本设想的优势,最后客户并不在意,甚至给他们带来不便。”

► 下转P14

专访御风未来CEO谢陵： 载人eVTOL不能闭门造车好几年

上接P13

“产品还必须持续迭代，比如客户在使用后还提出要求，希望实现一个人控制多架飞机的功能，这功能我们之前完全没想过，只有真正面对客户才能知道客户真正需要的是什么。”谢陵指出，如果仅停留在埋头研制一款飞机过了适航就能卖出去的观念，会在后续商业化进程中吃很多苦头。

而鉴于对商业化的认知，谢陵认为在载人eVTOL上，先有一款能快速商业化的飞机投入到市场中，可以迅速验证技术、探索商业场景、培养运营人才、建立运营规则，这是一个更为务实的过程。“有了一架飞机作为抓手，可以帮助政府、低空运营企业逐步完善管理、运营体系。”谢陵表示。

但这条路径也面临另一层隐忧，(载人型eVTOL)慢一步取证也意味着慢一步商业化，御风未来又该如何应对同行的先发优势？

即使不提进展最快的多旋翼路线的亿航智能，目前同为复合翼路线的峰飞航空，其载人eVTOL V2000EM(盛世龙)的型号合格证申请已获中国民航华东地区管理局受理，这也意味着其或能更早一步取证、开启商业化。

谢陵则对此感到开心，“我认为所有开创性的工作都是有价值的探索，能与适航方做好交流，让监管方对该路线的eVTOL有一个了解，其后续在对我们的(载人型eVTOL)审查时就有了经验，从而提醒我们避免一些坑。先行者为后来者探索和积累宝贵的经验，大家都在为推动行业发

展做出贡献。”

谢陵承认很多友商在宣传、订单上的先发优势，但他并不感到焦虑，“首先是低空出行市场非常大，可以容得下很多厂商，就像我们可以在路上看到各种品牌的新能源汽车一样。最后大家比拼的依旧是产品，比如福昆航空的产品也不是同类型无人机中第一个投放到市场的，但是产品好依然可以拿到订单，先发优势并不代表绝对优势。”

谢陵还提到，卖出飞机只是商业化的第一步，后续能否为客户带来经济效益、社会效益才是关键，厂商还要做好全方位的服务，包括人员培训、操作手册的完善、客户基础设施建设的方案，甚至包括选址、运营方向等。

载人eVTOL能够100%国产化

值得注意的是，御风未来也是业内罕见的以100%国产化为宣传点的载人eVTOL厂商。

从成熟大飞机产业来看，一架大型飞机因产业链长且复杂，无论是波音、空客抑或新崛起的商飞，都难以保证自身零件100%的国产比例。业内也有观点指出，目前国内航空产业链尚未完全成熟，若过度追求国产化，制造成本及工艺精度恐怕难以达到适航要求。

但谢陵对此有不同的看法。他参与了C919的研发，在岗期间接触、走访了大量国内外的供应链，也天天与国外供应商打交道，他反而认为现在正是有条件在eVTOL上实现全国产化的时机，“我了解的这个事情的本质，并不是国内航空零部件供应商做不出满足适航要求的产品，只是因为



们以前没有大型民机项目，没有项目牵引需求。现在只要有需求，告诉别人怎么做，国内供应链就能做出来。”

谢陵举例称，中航工业集团旗下的AG600应急救援大型运输机马上就能完成TC取证，早在2017年AG600就已宣称全机国产化率达到90%以上，也足以证明国内航空供应链有足够的潜力。

“C919作为有人驾驶的国家重点项目，是举世瞩目的大飞机项目，它在安全性的要求上非常严苛，会优先选用经波音、空客验证过的零件设备。但今天我去研发一款无人驾驶的小的垂直起降飞机，我能够冒一点风险，也愿意带着供应商一起朝适航方向努力，在这个发展过程中培育国产供应链。”谢陵表示。

谢陵进一步解释，以C919选取

➡

“产品还必须持续迭代，比如客户在使用后还提出要求，希望实现一个人控制多架飞机的功能，这功能我们之前完全没想过，只有真正面对客户才能知道客户真正需要的是什么。”

霍尼韦尔作为供应商为例，当时霍尼韦尔刚好做完B787项目，有很多从B787上积累下来的飞控软件经验，可以帮助C919研发飞控软件，“但无论是C919还是B787，他们应用的软件都与eVTOL的软件有本质区别。对于国内外供应商来说，在这个全新的领域，大家都要去重新探索，大飞机上的经验无法复用，这也给国产航空供应链带来全新的机会。”

与过去客机燃油发动机不同，未来eVTOL采用的将会是电动机(电机)，而中国过去新能源电动车已经形成规模化产业，2024年已卖出千万辆新能源车，数年累计下来已有数千万个国产电机驱动新能源车平稳行驶，而且经历国内激烈竞争后，更高效的电机一直在被研发。

“相比之下，国外航空发动机供应商的电机，能够安上飞机、积累飞行时长的也少，在eVTOL领域国内外其实处于同一起跑线，我们由于国产做汽车电动系统已经有所积累，反而更有优势。”谢陵表示。

“我也希望大家能够相信，在中国现有的工业基础、产业基础上，一定能够做成全国产化、高安全性的飞行器；我们从业者也要抓住这样一个弯道超车的机遇，就跟新能源汽车一样，在这轮智能化、电动化的浪潮中，西方同行也没有了传统燃油车几十年的历史积累优势。在新型航空器浪潮中，我们应该相信，中国有最多的场景、最大的市场、最完备的工业产业链、聪明又勤奋的工程师，有可能创造出一个人类历史上从没有过的全新市场。”谢陵称。□

可灵AI基础模型“双子星”重磅更新！ 快手盖坤：让每个人都能用AI讲出好故事

4月15日，可灵AI在北京中关村国际创新中心举行“灵感成真”2.0模型发布会，宣布基座模型再次升级，面向全球正式发布可灵2.0视频生成模型及可图2.0图像生成模型。

数据显示，自去年6月发布以来，可灵AI已累计完成超20次迭代，截至目前，全球用户规模突破2200万。来自世界各地的超1.5万开发者和企业客户，将可灵的API应用于不同的行业场景中。

一直以来，可灵AI致力于提升模型基础质量，增强画质清晰度，并引入更多创新功能，以满足用户多样化需求。快手高级副总裁、社区科学线负责人盖坤表示，可灵希望让每个人都能用AI讲出好故事，实现更加精准的复杂创意表达。

可灵AI全系模型进入2.0时代，定义人和AI交互的全新方式

4月15日，可灵大模型2.0版本及可图大模型2.0版本正式面向全球发布。据悉，可灵2.0模型在动态质量、语义响应、画面美学等维度，保持全球领先；可图2.0模型在指令遵循、电影质感及艺术风格表现等方面显著提升。

盖坤介绍，两款模型在团队内部的多项胜率评测中，均稳居业内第一。例如在文生视频领域，可灵2.0对比谷歌Veo2的胜率为205%，对比Sora的胜率高达367%，在文字相关性、画面质量、动态质量等维度上显著超越对手。

自去年6月发布以来，可灵AI已累计完成超20次迭代。3月27日，全球知名AI基准测试机构Artificial Analysis发布了最新的全球视频生成大模型榜单，快手可灵1.6pro(高品质模式)以1000分的Arena ELO基准测试得分登陆图生视频(Image to Video)赛



道榜首。

作为全球首个用户可用的DiT视频生成模型，截至目前，可灵AI全球用户规模已突破2200万，累计生成1.68亿个视频及3.44亿张图片素材。自去年6月上线至今的10个月时间里，可灵AI的月活用户数量增长25倍。

盖坤认为，AI在辅助创意表达上拥有巨大潜力，但当前的行业发展现状还远远无法满足用户需求，在AI生成内容的稳定性，以及用户复杂创意的精确传达上仍有“很多挑战”。也因此，要真正实现“用AI讲好每一个故事”的愿景，必须对基础模型能力进行全方位提升，定义人和AI交互的“全新语言”。

一直以来，可灵AI致力于提升模型基础质量和模型效果，并引入更多创新功能，以满足用户的多样化需求。在本次2.0模型的迭代中，可灵AI正式发布AI视频生成的全新交互理念Multi-modal Visual Language (MVL)，让用户能够结合图像参考、视频片段等多模

态信息，将脑海中包含身份、外观、风格、场景、动作、表情、滤镜在内的多维度复杂创意，直接高效地传达给AI。

“大家应该很自然地会感受到文字在表达影像信息时，是不完备的。我们需要有新的方式，能让人真正精准地表达出心中所想。”盖坤指出，MVL由TXT(Pure Text,语义骨架)和MMW(Multi-modal-document as a Word,多模态描述子)组成，能从视频生成设定的基础方向以及精细控制这两个层面，精准实现AI创作者们的创意表达。

基于MVL理念，可灵AI正式推出多模态编辑功能。“从今天起，大家可以在可灵AI的平台上体验我们的多模态编辑能力。用户可以非常直接地把自己的想法用图像等方式作为输入，生成符合自己想法的创意视频。”盖坤介绍，MMW将不只局限于图片和视频，也可以引入其他模态的信息，例如声音、运动轨迹等，让用户实现更加丰富的表达。

可灵2.0大师版正式发布，全新上线多模态视频编辑功能

基于MVL这一全新交互方式，发布会现场，快手副总裁、可灵AI负责人张迪发布了全新的可灵2.0大师版，在语义响应、动态质量、画面美学等方面显著提升生成效果。

“可灵2.0大师版不仅仅是一次简单的技术升级，更是一次全方位的体验跃升。”张迪介绍，可灵2.0大师版实现了技术、体验、美学的三重突破。

值得一提的是，可灵2.0大师版全面升级视频及图像创作可控生成与编辑能力，上线全新的多模态视频编辑功能，能灵活理解用户意图。支持在一段视频的基础之上，通过输入图片或文字，对生成的视频内容实现元素的增加、删减、替换，帮助创作者们实现更加灵活的二次编辑和处理。

张迪披露，当前，图生视频约占到可灵AI视频创作量的85%，图片质量也对视频的生成效果产生重要作用。

在图像生成大模型领域，快手的可图2.0处于行业领先水平，拥有多项核心优势，诸如强大的复杂语义理解能力、电影级的画面质感、多条件的可控风格化生成等。在团队内部的多项胜率评测中，相较于Midjourney V7、FLUX1.1 Pro以及Reve等行业领先的图像模型，均保持明显优势。

张迪介绍，可图2.0文生图能力迎来全面升级。包括大幅提升指令遵循能力、显著增强电影美学表现力以及更多元的艺术风格。在风格化响应上，可图2.0可支持60多种风格化的效果转绘，模型出图创意和想象力实现大幅跃升。

同时，可图2.0也上线了实用的图像可控编辑功能——局部重绘和扩图，支持图片的增加、修改和修复。在图像的多模态可控生成中，可图2.0还上线了全新的风格转绘功能，只需要

上传一张图片加上风格描述，就能一键切换图片的艺术风格，同时精准保留原图的语义内容。

AIGC技术迅猛发展，为全行业发展注入全新活力

除了C端订阅用户，可灵AI也面向B端商家提供API接入等服务。目前，可灵AI已与包括小米、亚马逊科技、阿里云、Freepik、蓝色光标等在内的数千家国内外企业客户建立了合作关系。

盖坤披露，来自世界各地的超1.5万开发者，已将可灵的API应用于不同的行业场景中，累计生成的图像数量约1200万个，生成的视频素材超过4000万个。

如今，可灵正在成为AI时代视频创作的新基础设施。AIGC技术的迅猛发展，也正在重构包括广告营销、专业创作、影视、娱乐创意等在内的多个行业。

为了进一步激发AI爱好者的创作热情，快手副总裁、可灵AI负责人张迪还在发布会现场正式发起“可灵AI NextGen 新影像创投计划”。该计划将加大对于AIGC创作者的扶持力度，通过千万资金投入、全球宣发、IP打造和保障，以全出品、联合出品和技术支持等灵活多样的合作方式，让AI好故事走向世界。同时，可灵AI面向全球创作者发出征集邀约，邀请用户共同打造全球首支用户共创AI创意短片，让创作者的灵感和创意登陆上海、香港、东京、巴黎、多伦多等世界多地广告大屏。

面向未来，盖坤表示，可灵AI将持续大力推动技术创新，用人与AI交互的全新语言，帮助用户实现复杂创意的精确表达，“我们的初心，是让每个人都能用AI讲出好的故事，我们也真切地希望这一天更快到来。”

(文/唐洛)

LISTED COMPANY · 上市公司

金价狂飙 8家黄金企业去年赚了408亿元

时代财经 周立

今年以来，黄金价格屡创新高，尤其进入到3月份，国内和国际金价更是一路高歌。

4月14日，伦敦金早盘持续拉升，突破前高并将历史高位刷新至3245.73美元/盎司；国内金饰价格近期再创历史新高，周生生足金饰品价格报1002元/克。

当日，黄金概念股持续走强，湖南黄金(002155.SZ)股价涨停，报25.20元/股。湖南黄金最新公布的2025年一季度预告显示，其预计归母净利润同比增长100%~130%至3.25亿~3.74亿元。

而据时代财经不完全统计，截至4月14日，共有8家黄金类上市公司公布2024年年报。整体来看，上述8家黄金企业在去年收获颇丰，归母净利润合计约408亿元，均实现营收、归母净利润双增。

在金价和业绩的共同加持下，黄金上市公司股价也在“狂飙”。大部分有金矿的上市公司自2024年以来股价飙升，涨幅区间多在20%~50%，其中涨幅最大的是湖南黄金，截至4月14日午间收盘，其涨幅高达127.93%。

金价“狂飙”屡创新高，西部黄金扭亏为盈

2024年以来，国际金价总体处于强势上涨周期中。

现货方面，伦敦金在经历了2024年年初的震荡微跌后，价格从1992.82美元/盎司一路攀升至2025年4月14日最高3245.73美元/盎司，区间涨幅超60%；上海金也“不甘示弱”，从2024年1月3日的482.40元/克飙升至2025年4月14日最高764.85元/克，区间涨幅高达58.55%。

黄金期货也同样在“狂飙”。COMEX黄金从2024年2月14日的年内低点(2006.30美元/盎司)一路飙升至2025年4月14日最高3263美元/盎司，区间涨幅超60%，创下历史新高。

为何去年以来黄金价格一路上涨，屡屡创下历史新高？

五矿期货研究中心贵金属研究员钟俊轩对时代财经表示，本轮国际金价上涨周期的主要驱动在于美联储货币政策的逐步转松以及美国财政赤字扩张的预期加大。

其中，美联储货币政策预期是推动黄金价格在2024年上半年出现大幅上涨的主要原因。2024年下半年至今，降息预期逐步兑现，黄金价格的上涨驱动转变为美国财政赤字扩张的预期。4月10日，美国众议院通过一项预算计划，这一预算计划包含在



未来十个财年内减少5.3万亿美元税收，同时将债务上限提升至5万亿美元，美国对内多项减税政策在2025年内推出的可能性加大，预算计划通过后国际金价再度创下历史新高水平。

据时代财经不完全统计，截至4月14日，共有8家黄金上市公司公布2024年年报。整体来看，上述8家黄金企业在2024年合计营收超5000亿元，归母净利润超400亿元，均实现营收、归母净利润双增。

从营业收入来看，紫金矿业(601899.SH)以3036.40亿元暂居榜首，紧随其后的是山东黄金(600547.SH)、恒邦股份(002237.SZ)、湖南黄金、山金国际(000975.SZ)四位“百亿营收大户”，分别实现营收825.18亿元、758.01亿元、278.39亿元、135.85亿元。这也是山金国际首次营收超百亿元。

而从营收同比增长率来看，多数企业同比增速超10%，其中增速超50%的是山金国际、西部黄金(601069.SH)，分别同比增长67.60%、56.68%，而作为行业龙头的紫金矿业，同比增长仅有3.49%。

从归母净利润来看，上述黄金上市公司均实现盈利，其中紫金矿业归母净利润高达320.51亿元，同比增长51.76%；而同比增长超100%的企业为赤峰黄金(600988.SH)、西部黄金，其中后者还扭亏为盈。

对于扭亏为盈的主要原因，西部黄金提到，一是自有矿山生产的黄金销量较2023年同期增加、销售价格同比上升；二是子公司哈图公司2023年同期缴纳采矿权出让收益，对以前年度已动用资源量缴纳的采矿权出让收益全部计入2023年同期成本费用，2024年以当年采出量为基数摊销

采矿权出让收益。

全球“掘金”步伐加快

事实上，在黄金飙涨的2024年，不少企业化身超级“黄金矿工”，掘金步伐加快。

公告显示，山东黄金6家矿山黄金产量增幅超过10%，其中，境内、境外矿山分别产金38.32吨、7.85吨，同比分别增长8.43%、21.89%；西部黄金的标准金、恒邦股份和山金国际的黄金、紫金矿业的矿产金产量均同比增多，涨幅区间为7.70%~24.69%。

根据中国黄金协会统计数据，2024年，我国大型黄金集团境外矿山实现矿产金产量71.937吨，同比增长19.14%。四川黄金年报显示，全国共生产黄金534.106吨，同比增长2.85%。

在2024年多数黄金上市公司扩产的同时，湖南黄金、四川黄金的黄金产量却同比下滑。不过，他们仍有“雄心壮志”。

如，湖南黄金2025年经营计划显示其将产出黄金72.48吨，较2024年生产量(46.33吨)增长56.44%。

如何达成2025年黄金生产量同比大幅增长？4月14日，湖南黄金相关工作人员对时代财经表示，该部分增量主要来源于外购非标金业务，对利润影响不大，而面对未来金价波动风险，公司通过套期保值抵御市场价格波动风险。

湖南黄金公告显示，甘肃加鑫矿业有限公司(以下简称“甘肃加鑫”)在2023年11月已获得以地南铜金矿和下山木仓金矿采矿许可证，生产规模分别为50万吨/年、9万吨/年，但目前仍处于建设阶段，未实现营业收入。

上述工作人员表示，甘肃加鑫的金矿项目大概在2027年进行投产。

四川黄金则在年报中提到2025年经营计划，重点项目建设为稳步推进梭罗沟金矿2000吨/日技改工程及智慧化矿山、绿色矿山等项目建设工作。

与此同时，不少“黄金矿工”加速全球资源布局，以快速上产能。

山金国际表示，2024年成功收购加拿大矿业公司Osino，标志着公司在国际资源布局上的重要进展。而在2025年，其将继续加快实施国际化步伐，并探索国际资本市场融资和运营，助力海外收购。

紫金矿业则提到，其2025年一季度矿产金产量为19.07吨，同比增长13%、环比增长2%。

“2025年，由于价格上涨，全球矿产金产能将强劲增长。”根据惠誉解决方案旗下研究机构BMI预计，全球黄金产量将从2025年的1.05亿盎司增加到2034年的1.34亿盎司。这将比2016—2020年期间仅0.8%的平均增长率有所加快。

然而在黄金价格飙升之际，*ST中润(000506.SZ)和济高发展(600807.SH)的业绩却被其他拖累，而没跟上金价暴涨的行情。

根据业绩预告，*ST中润归母净利润由盈转亏的主要原因系有息负债形成的财务费用较高，以及由于借款诉讼、证券纠纷等计提预计负债导致营业外支出较高；济高发展亏损的原因主要系存量房产及部分股权形成商誉的减值，以及因缔约过失责任纠纷案件在2024年计提预计负债约6.6亿元。

展望黄金后市，惠誉解决方案旗下研究公司BMI大宗商品分析主管萨布丽·乔杜里表示，其仍然看好2025年剩余时间里黄金的前景，因为美联储今年的降息以及美国经济衰退可能性增加，可能会影响主要市场的增长，从而在未来几个月继续推动黄金价格上涨。

广发期货贵金属研究员叶倩宁对时代财经表示，黄金中长期上涨的驱动在于美国关税和债务压力带来的经济衰退风险提振避险需求和去美元化背景下的多元化配置需求，全球央行和金融机构持续购金的步伐持续使在黄金实物流动性偏紧的基本面逻辑未有变化。

“在未来一段时间美国宏观政策和金融市场风险难以消退的情况下，美联储维稳措施相对滞后，多头在降低风险资产头寸的同时对配置黄金的需求亦增加，短期金价突破3200美元/盎司关口(760元/克)后涨幅或进一步扩大，关注美国GDP等数据发布等时间节点，建议短线多单继续持有，同时逢高卖出浅虚值黄金看跌期权进行盈利保护。”叶倩宁分析道。■

3000亿元现金在手 宁德时代一季度研发投入超48亿元

时代财经 何明俊

4月14日晚，A股动力电池龙头宁德时代(300750.SZ)披露2025年一季度报。

财报显示，宁德时代2025年一季度实现营业收入847.05亿元，同比增长6.18%；实现归母净利润139.63亿元，同比增长32.85%；实现扣非归母净利润118.29亿元，同比增长27.92%。

时代财经从宁德时代处获悉，公司一季度综合毛利率为24.4%，实现同、环比增长；研发投入超过48亿元人民币，同比增长10.92%。自2018年A股上市以来，宁德时代累计分红(含2024年度分红方案)和回购金额近600亿元。4月7日，宁德时代宣布计划回购40亿~80亿元，回购价格上限为392.32元/股。

宁德时代交出的这份一季报表现并不差。

尽管一季报没有详细的业务收入细节，但从高达328.7亿元的经营性现金流和超3000亿元的货币资金来看，宁德时代的整体业务发展和财务情况依旧不错。

据中国汽车工业协会消息，2025年一季度，中国新能源汽车产销量分别为318.2万辆和307.5万辆，分别同比增长50.4%和47.1%。

而根据SNE Research统计数据，2025年1—2月，宁德时代以49.6GWh的装车量继续稳居榜首，同期市占率同比下降了0.1个百分点。不过，时代财经从宁德时代处了解到，具体到各洲市场，宁德时代在欧洲市占率为43%，同比提升8个百分点，较第二名高出13个百分点。

除了传统的动力电池业务，宁德

时代正在寻找更多的可能性。

储能业务上，宁德时代在海外市场有所斩获，如阿联酋RTC 19GWh 8小时数据中心项目；与Quinbrook合作开发的全球首款8小时电池储能系统EnerQB正式落地，并在澳大利亚部署24GWh。

值得一提的是，宁德时代的合同负债从期初的278.34亿元增长至一季度末的370.89亿元，可见业务增长势头迅猛。而在换电业务上，宁德时代的动作越加频繁。

4月2日，宁德时代与中国石化在北京签署合作框架协议。根据协议，双方将全面深化长期战略合作关系，共同建设覆盖全国的换电生态网络，今年将建设不少于500座换电站，长期目标是扩展至1万座。

宁德时代换电业务总经理杨峻曾表示：“汽车行业全面电动化的趋

势越发明朗，市场正在呼吁更完善的能源补给网络。本次和中国石化合作，我们希望实现‘换电如加油’。这就是换电行业共同的使命和愿景。”

在更早的3月17日晚，宁德时代官宣与蔚来签署战略合作协议。宁德时代将支持蔚来换电网络的发展，蔚来公司旗下firefly萤火虫品牌后续开发的新车型将适时导入宁德时代巧克力换电标准和网络。双方换电网络将采用“双网并行”模式，共同为换电车主提供更加便捷高效的换电体验，进一步提升纯电出行的便利性。

中国石化拥有遍布全国的加油站产地资源和能源基建能力，蔚来则是换电网络的先行者。宁德时代先后与两家企业签订战略合作协议，其实不难看出宁德时代在换电业务上的期待。

时代财经注意到，宁德时代通过

子公司时代电服，基于巧克力换电解决方案与多家主流车企合作推出车型；而另一家子公司时代骐骥则基于骐骥换电解决方案，与主流卡车制造商合作，推出底盘换电车型，将乘用车、商用车一网打尽。

此外，宁德时代在4月11日披露公告称，香港联交所上市委员会于2025年4月10日举行上市聆讯，审议公司本次发行并上市的申请。公司本次发行并上市的联席保荐人已于2025年4月11日收到香港联交所向其发出的信函，其中指出香港联交所上市委员会已审阅公司的上市申请。

根据时代财经此前报道，宁德时代赴港上市至少筹资50亿美元。但考虑到宁德时代当前股价与披露赴港上市时的250元/股~260元/股有较大差异，是否会大幅度影响港股定价仍属未知数。■

华熙生物去年净利大跌七成 “玻尿酸女王”掀起改革风暴

时代财经 文若楠

改革元年，华熙生物（688363.SH）正在经历转型阵痛期。

根据4月10日发布的2024年年报，报告期内，华熙生物录得营业收入53.71亿元，同比下降11.61%；录得归母净利润为1.74亿元，同比下降70.59%；录得扣非净利润为1.073亿元，同比下降78.13%；2024年基本每股收益为0.36元，上年为1.23元，同比下滑70.73%。

这是华熙生物自上市之后交出的最差“成绩单”。对比往年数据，无论是归母净利润还是扣非净利润，均创下华熙生物上市以来最低水平。

针对2024年的业绩变化，华熙生物方面对时代财经回应称：“报告期内，公司业绩短期承压，主要受管理变革成本、长期战略投入、前瞻性研发费用增加以及创新性业务投入、消费品业务调整等多重因素影响，该经营结果是公司长期持续增长后战略性做出的主动调整，是高速增长向高质量增长转型升级的必经之路，是结构性的、暂时性和阶段性的。”

从时间线来看，2023年，华熙生物业绩开始下滑，2024年公司启动变革。据华熙生物方面对时代财经解释，2024年，公司正式进入变革元年，启动了包括业务流程重塑、组织与人才变革、指标与绩效体系变革、推动企业数智化等多个变革项目，并着力推进变革项目的落地。

只是，内忧外患下，市场关心的是，这一场“刮骨疗毒”式的变革能否奏效，业绩上的阵痛期要持续多久，最终又能否扭转业绩颓势，在逆境中实现翻身。

“管理变革和战略升级虽然带来了短期的业绩压力，但从长期来看，这些举措将为公司带来更大的发展空间。”华熙生物方面告诉时代财经。

主营业务营收持续下滑

华熙生物成立于2000年，2019年登陆A股。早年间，华熙生物以玻尿酸原料业务起家，创始人赵燕一度被誉为“玻尿酸女王”，后随着业务体系的发展，公司逐渐拓展了功能性护肤品、医疗终端业务等，且功能性护肤品逐步取代了原料业务，成为支撑营收的主力板块，助力华熙生物迈入业绩巅峰。

只是，这种助力并未持续太久。在2024年年报中，华熙生物在解释业绩下滑原因时，再次提到了功能性护肤品业务业绩同比下降所产生的负面

影响。

财报数据显示，2024年，功能性护肤品业务录得收入25.69亿元，同比下降31.62%，占华熙生物主营业务收入的47.92%。这是功能性护肤品业务连续第二年出现较大幅度下滑。

根据历年财报数据，2020年，功能性护肤品业务以13.46亿元力压原料业务的7.03亿元，成为华熙生物收入最多的板块，并持续录得高速增长，2022年攀至高峰，达到46.07亿元。

毛利率方面，2019—2024年，华熙生物功能性护肤品业务的毛利率最高时达到81.89%，这是在2020年，此后毛利率逐年下滑，2024年为72.80%。

作为支撑业绩的重要板块，功能性护肤品业务到底为何发生极速变化，在2024年年报中，华熙生物对此解释称，消费品相关业务受市场竞争加剧、产业周期波动和战略调整等多种因素影响。

时代财经关注到，2024年6月前，华熙生物旗下子品牌夸迪的前主理人枝繁繁（程菲）在抖音、小红书上发布视频称遭遇职场霸凌和网暴，已经以“名誉权侵权”起诉华熙生物。此事持续发酵数日，华熙生物在同年6月26日晚发表声明表示，相关人士炒作个人IP，并且已完全掌握相关个人侵犯知识产权、违反竞业禁止约定、违法违规套取经济利益的全部事实，必将维护投资者权益与市场正常秩序。

根据年报，夸迪是华熙生物功能性护肤品业务中的重要品牌。财报数据显示，2022年巅峰时期，夸迪品牌贡献了13.68亿元。

2023年，华熙生物提出主动对功能性护肤品旗下各大品牌进行阶段性调整，时代财经关注到，亦是从此一年开始，华熙生物不再披露功能性护肤品业务具体品牌的营收数据。

在2024年年报中，华熙生物将功能性护肤品业务正式更名为皮肤科学创新转化业务，并提到已将“个人健康消费品事业线”更名为“皮肤科学创新转化事业线”。

对于上述调整，华熙生物方面告诉时代财经：“（这）意味着华熙生物将业务重心更加精准地聚焦于皮肤科学领域，致力于将前沿的生物科技研究成果转化为切实有效的护肤产品。公司总经理赵燕深入业务一线，对部分品牌重新梳理品牌定位和科研基础，明确品牌发展方向。”

据华熙生物方面透露，具体的调整包括品牌升级产品体系，深化以大单品为核心的品类体系；持续发展和迭代团队能力，培养符合公司价值观



和科技信仰的创业型团队等。

从收入端来看，除了功能性护肤品，截至2024年年报披露时，华熙生物还有原料产品、医疗终端产品以及其他业务，其他业务占营收比例较小。

功能性护肤品是唯一出现下滑的板块，这与2023年年报中的变化趋势一致。财报数据显示，2024年，原料产品、医疗终端产品分别录得收入12.36亿元、14.40亿元，同比分别增长9.47%、32.03%，分别占公司主营业务收入收入的23.06%、26.85%，期间毛利率分别为65.57%、84.37%，同比分别增长0.86%、2.27%。

根据年报，原料业务主要依托玻尿酸以及其他新成分原料的销售。在业绩构成中，华熙生物将其分为国内和国外市场收入。年报显示，2024年，国内和国际市场原料销售收入均有增长，其中国际市场原料实现收入6.08亿元，同比增长17.65%，占公司原料业务销售收入的49.19%，其中美洲、欧洲、东南亚等地销售收入实现持续增长，同比增长均超过20%。

医疗终端产品方面，华熙生物在年报中提到，2024年，公司医美业务的变革效果显著凸显，报告期内，皮肤类医疗产品实现收入10.73亿元，同比增长43.57%。其中公司差异化优势品类微交联润致娃娃针收入同比增长超过100%，润致填充剂收入同比增长超过30%。

存货规模逾12亿元

净利润下滑幅度超过70%，背后的原因是什么，仍然是市场对华熙生

物关注的焦点所在。

在2024年年报中，华熙生物明确提到了一些影响净利润数据的具体原因。在投入上，公司加大对长期性、战略性、前置性的投入，包括推进供应链改造，提升生产效率和智能化水平，落地包括海口、天津、东营、湘潭等产能布局，相关费用增加超过1亿元；战略性创新业务投入超过1亿元；另外，2024年华熙生物的研发投入为4.66亿元，同比增长4.46%，研发投入占营收约8.68%。

除了上述投入外，在影响损益的其他方面则包括：2024年，华熙生物对应收账款、存货、商誉等资产进行了减值测试，对存在减值迹象的相关资产计提了大额减值准备约1.89亿元；因管理变革的组织架构升级、薪酬体系变革、咨询公司费用和股权激励费用等超过7000万元，影响了短期损益；计入当期损益的政府补助则从2023年的1.26亿元减至2024年的0.66亿元。

华熙生物存货的可变现净值受到下游市场情况变动的影响，截至2024年年末，华熙生物存货的账面价值为12.48亿元，未来，如果公司下游客户需求、市场竞争格局发生变化，或者公司不能有效拓宽销售渠道、优化库存管理，可能导致存货无法销售，公司或将面临存货减值的风险。

时代财经关注到，2024年，华熙生物的透明质酸原料（不含衍生品）、医疗终端产品一针剂类产品以及皮肤科学创新转化业务一次抛原液均出现产大于销的情况，这三类产品的库存量分别为349.76（吨）、287.97（万

支）、24513.58（万支），分别同比增长8.53%、34.18%、2.08%。

对此，华熙生物方面告诉时代财经：“管理变革针对产销协同正在做优化，并且已经初步产生成效，公司的库存水平逐步在下降。”

而在上述提及的超7000万元变革相关费用，时代财经关注到，2024年董监高及核心技术人员总薪酬从2543.43万元增至4355.02万元，个别高管涨薪超500万元。

就薪酬变动事宜，华熙生物方面回应时代财经称，公司致力于打造合理的薪酬体系，这有助于提升团队的稳定性和积极性，推动公司长期战略目标的实现，公司在不断优化管理架构和激励机制，旨在推动长期发展，激发人员潜能，最终实现股东价值最大化。

2024年年报显示，2024年，华熙生物在职工的数量合计4444人，2023年这一数字为4655人，同比减少211人。在今年3月华熙生物发布的赵燕内部讲话全文中，赵燕明确提到要从严建设团队、治理组织，重返创业型组织，所有贪腐人员无论职务高低，限时交代问题、提交辞呈。

这场变革仍在继续，华熙生物会如何发展，仍然牵动着市场的心。

回望过去数年发展，玻尿酸支撑华熙生物书写了高增长神话，赵燕亦一度被誉为玻尿酸女王，然而时代在向前，无论玻尿酸领域还是如胶原蛋白新成分赛道，均在不断崛起新的竞争者，能否通过改革实现自救，仍然是个问号。

在上述讲话全文中，赵燕提到，目前华熙生物依然没有走出危机，这种危机并不单单是因为业绩的下滑，而是在于现有组织的熵增远远超过了这个时代允许的速度，已经到了必须出重手整顿的时候；鉴于企业管理之前的宽松风气，内部滋生了非常多的问题。

2024年第四季度，华熙生物遭公司第二大股东国寿成达（上海）健康产业股权投资中心（有限合伙）（下称“国寿成达”）减持。根据公告，国寿成达拟在2024年10月31日至2025年1月28日期间，减持华熙生物不超过2.5%股份。截至2025年1月28日，本次减持时间区间已届满，国寿成达在其间共减持549.68万股，占华熙生物总股本1.14%，套现3.41亿元。

对此，华熙生物方面对时代财经解释道：“自华熙生物上市以来，国寿成达未减持股份，持股期限接近6年。国寿成达此次减持是基于其自身资金需求及市场情况的综合考虑。”

血液制品价格下降 天坛生物一季度净利缩水逾20%

时代财经 李傲华

2025年第一季度，天坛生物（600161.SH）实现营业收入13.18亿元，同比增长7.84%；实现归母净利润2.44亿元，同比减少22.90%。4月15日晚间，天坛生物发布业绩快报，披露上述数据。

这是自2018年第四季度以来，天坛生物归母净利润下降幅度最大的一次季度业绩。

天坛生物在公告中解释称，2025年第一季度销量增长，但产品价格下降，使得归母净利润同比下降。

财报数据显示，2024年，天坛生物实现营业收入60.32亿元，同比增长16.44%；实现归母净利润15.49亿元，同比增长39.58%。天坛生物解释称，这是因为产品销量增加及价格上涨等因素所致。

关于产品价格的波动，天坛生物

证券部相关人士对时代财经表示：“血液制品市场环境是动态变化的，2025年第一季度产品价格确实出现了下降的情况。”

天坛生物是国药集团旗下企业，也是国内血液制品龙头，主要产品包括人血白蛋白、静注人免疫球蛋白（pH4）、破伤风人免疫球蛋白、人凝血因子Ⅷ、人纤维蛋白原、注射用重组人凝血因子Ⅷ等。

目前临床使用的血液制品，主要系健康人血浆或经特异免疫的人血浆，经分离、提纯或由重组DNA技术制备的血浆蛋白组分，以及血液细胞有形成分的统称。最常见的血液制品主要包括人血白蛋白、人免疫球蛋白类制品、人凝血因子类产品等三大类产品。

血液制品行业门槛相对较高，截至目前，国内正常经营的血液制品生产企业不足30家，且已经形成较为集中的行业格局。万联证券研报指出，2024年，我国新获批浆站3个，新增在

营浆站17个，持续推动浆量稳步增长。根据数据统计，2024年行业采浆量1.34万吨，同比增长10.9%，其中天坛生物、泰邦生物、上海莱士（002252.SZ）、华兰生物（002007.SZ）、派林生物（000403.SZ）、远大蜀阳的采浆量合计占据国内血浆采集量80%左右，行业规模效应凸显。

根据天坛生物2024年年报，血液制品价格随市场供需变化而产生波动，以人血白蛋白为例，近年进口人血白蛋白批发数量持续增加，在国内市场占有率有较大比重，对国产人血白蛋白形成了一定的竞争压力。同时，药品集中带量采购等情况也使血液制品价格存在波动风险。

2022年1月，广东省药品交易中心发布了《广东联盟双氯芬酸等药品集中带量采购文件》，其中出现了涉及静注人免疫球蛋白（pH4）、人免疫球蛋白、人凝血因子Ⅷ、人纤维蛋白原、人血白蛋白等血液制品，这也是血液

制品首次出现在集采范围。

太平洋证券研报指出，截至2024年12月，血液制品进行了3次集采，白蛋白、静丙等主流品种降价幅度温和，价格中枢稳定。基于血液制品临床需求刚性、国内血液制品行业处于供需紧平衡状态等因素，认为集采下血液制品价格波动风险较小。

在进口竞争对产品价格的影响方面，近期关税事件也引发了对血液制品未来价格波动的讨论。

派林生物在回复投资者提问时表示，我国血液制品销售占比最高的产品为人血白蛋白，人血白蛋白超60%依赖进口，对美国生产产品加征关税后有利于我国血液制品企业发展和国产化进程。

天坛生物2025年第一季度产品价格波动是否受到了关税的影响？对此疑问，上述天坛生物证券部相关人士对时代财经表示：“关税的问题我们也在持续关注。”

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

21 | 山姆放量飞天茅台



敦煌网意外走红

时代财经 周嘉宝 林心林

美国总统特朗普的多轮关税重锤,意外捧红了一个中国APP。

名不见经传的敦煌网火了。应用研究机构APPfigures显示,在美国和加拿大地区的iOS APP Store热门应用榜单中,一个创立于中国的B2B跨境电商应用敦煌网(DHgate)以不寻常的日下载量闯入大众视野。

4月13日,敦煌网APP下载量较30天平均值暴增732%,其中美国市场下载量达6.51万次,增长幅度高达940%。4月16日,敦煌网APP在iOS APP Store的热度排名稳居第二位,仅次于ChatGPT。而在4天前(4月11日),该应用在同一榜单的排名还在300名开外。

意外爆火让敦煌网成为舞台的焦点。这个已经成立了21年、由原卓越网CEO一手打造的老牌跨境平台,如今再次出圈。

除了美国消费者们的青睐,中国的跨境卖家也闻风而来。在SHEIN、Temu瓜分海外电商C端市场份额的同时,定位于B端市场的敦煌网,让正处于迷茫期的电商人也嗅到了新商机。

4月15日,敦煌网发言人表示:“对于流量的这种惊人增长,我们心怀感激,但也保持谦逊。”

“机不可失”,多名电商卖家火速入驻敦煌网火了。

几天前,电商卖家吴诗(化名)在公众号上看到了这个消息。经营百货与服饰商品的他,去年因为盈利问题关闭了自己在淘宝平台的业务,把重心转向跨境电商Shopee(虾皮)。正愁Shopee生意惨淡的他,觉得敦煌网是个机会。

4月16日,吴诗对时代财经直言:“国内主流电商平台都太卷了,虾皮则主要针对东南亚和中国台湾市场。我觉得北美区域有市场潜力,想多做些平台尝试。”他决定就在近期火速入局敦煌网,“机不可失,万一几个月之后又没有流量了呢?”

作为资深跨境电商玩家,服装厂老板刘菲菲也敏锐捕捉到这波流量红利。近年来,面对传统外贸渠道订单逐年下滑,刘菲菲开始尝试布局跨境电商渠道。2022年,刘菲菲成为第一波入驻Temu的商家,也吃到了螃蟹,“通过Temu渠道,一个单品销售额能达到1000万(元)”。

如今敦煌网的意外爆火,再次让刘菲菲蠢蠢欲动。“看到这个APP在美区下载量排第二,很心动!对于纺织品类目卖家而言,美国市场一直是香饽饽。”

刘菲菲认为:“短期内,美国关税新政冲击了许多to B的传统跨境电商。但是,敦煌网通过减少中间环节来压缩成本,将生产端产品直接输送给C端消费市场的模式,体现出更多优势;从长远来看,由于敦煌网的to B属性,出货量有机会比其他跨境电商平台更大。”

刘菲菲告诉时代财经,目前决定投放约50%的精力在敦煌网的入驻、运营等事项,“后续根据实际情况再做调整”。

闻风而来的电商卖家越来越多。

4月16日,时代财经加入了一个敦煌网微信交流群。从早上8点截至发稿,交流群人数从仅50人左右激增至近200人。一名敦煌网招商经理告诉时代财经,“近日入驻咨询量多了不少”。其称,目前所有品类都在招募,针对新商家有降佣金、流量扶持等方面的入驻权益政策。

敦煌网爆火背后,美国消费者被圈粉

敦煌网为什么爆火?4月16日,某跨境B2B平台创始人对时代财经分析称,敦煌网的爆火,与美国加征关税下,当地消费者对未来生活成本上升的焦虑有关。刘菲菲亦认为,美国关税政策的高压导致销售单价的增加,美国的消费者在经济下行的情况下,不愿为此买单,因此寻求更具有性价比的商品。

这类消费情绪,迅速被投射在TikTok等海外社交平台上。

4月以来,一些揭露全球品牌鞋服供应链的视频内容成为海外社交平台上最为火爆的内容之一。有许多中国供应链商家通过视频指出,产自欧洲的服装、手提包和其他配饰,实际上都来自中国工厂代工,涉及品牌包括lululemon、Adidas、Salomon,还有部分奢侈品牌。

这些揭示“中国工厂的秘密”的视频大多浏览量高涨,有的多达千万。众多海外消费者被“打掉中间商,低价买大牌”所吸引,叠加因害怕涨价带来的囤货情绪,许多海外网友开始在这些视频下留言:“怎么能直接从中国的工厂买到商品?”

很快,以敦煌网为首的中国跨境电商平台,成为这波“平替潮”的受益者。

4月16日,有敦煌网招商运营人士向媒体透露,最近3天大盘曝光出现暴涨,部分商家访客量和GMV增长超过300%。另据敦煌网官方社交账号数据,每天有超3000家美国批发商在平台在线抢单。

时代财经在敦煌网上看到,如果叠加新用户优惠,甚至可以买到1.9美元的手袋和20美元一双的运动鞋,低价或成为敦煌网斩获美国消费者的“利器”。

广东进出口商会副会长张炯则对时代财经指出,敦煌网的爆火还有另外一个原因,即4月初以来,几个中国跨境电商平台在美的流量推广、营销投入有所放缓,导致APP排名下降,这也顺势推动了敦煌网的排名上升。

曾上市失利,创始人与雷军是“战友”

敦煌网的爆火,也让创始人王树彤重回公众视野。

曾被称为“中国电商活化石”的王树彤,深度参与了中国电商行业的崛起和发展。在2004年创立敦煌网之前,王树彤曾是与雷军一同创立卓越网的“战友”。

1998年,时任金山CEO的雷军在内部成立了卓越网。2000年,雷军拉来有微软和思科工作经历,还曾在清华大学任教的王树彤,担任卓越网的首任CEO。

但彼时,8848、当当等本土电商企业亦在迅速崛起,中国电商行业陷入围剿激战。2004年8月,力争成为“中国的亚马逊”的卓越网被亚马逊以7500万美元收购。

同年,王树彤转身创立了敦煌网。“敦煌”意在打造一条网络丝绸之路,帮助中国中小企业通过互联网将产品销往全球。

为了避免与亚马逊、eBay等的正面竞争,敦煌网聚焦跨境B2B赛道,且专攻海外规模及采购量较小的小B买家,如小型批发商、初创品牌等,这种差异化策略一度让敦煌网风光无限。

2010年,在一次采访中,王树彤宣布敦煌网2009年交易额已突破20亿元,预计2010年将进入爆发增长期,交易额将增长数倍。“未来5年,敦煌网将是一个在线交易额超过百亿美元的网上市场。”

2021年,敦煌网向资本市场发起冲刺。当年7月,敦煌网向港交所主板递交上市申请。招股书显示,2018—2020年,敦煌网分别实现营业收入1.18

亿美元、1.79亿美元、2.31亿美元,对应净利润分别为-4312.5万美元、-472.9万美元、58.9万美元,于2020年扭亏为盈。截至2020年,敦煌网年GMV达18.65亿美元,拥有230万以上累计注册供应商,累计注册买家超过3640万。

但近年来,在头部平台挤压、商业模式瓶颈、商家收费策略陷争议的情况下,敦煌网也碰到一些发展难题。在招股书中显示,2018—2020年,敦煌网活跃卖家数量分别是7.98万人、9.2万人和7.77万人,卖家数量明显下降;GMV增速亦从2018年的58%降至2020年的19%。

市场份额方面,招股书显示,2020年敦煌网在同行业的市场份额为1.4%,排名第二;而排第一的竞争对手阿里国际站,市场份额为26.2%,差距并不小。

此外,根据天眼查数据,敦煌网在创立前10年曾接连获得华创资本、华平投资等领投的数轮融资。但自2014年D轮融资以后,公司多年未获得过新的融资行为。截至2021年发布招股书前,王树彤作为实际控制人,通过家族信托等合计持股57.53%。

2021年12月,在招股书失效后,敦煌网似乎短暂放下了对资本市场的追逐,在外界眼中也低调了不少。此次爆火后,社交平台上有网友感慨:“十几年了,没想到这个平台还存在。”

不过近两年,敦煌网也在通过转型“供应链服务商”、布局新兴市场、大力发展社交电商业务MyShop等寻找增长点。但随着当前美国对关税政策的加码,尤其是对于小包裹关税豁免政策的摇摆,主打小额B2B模式的敦煌网仍面临短期压力。

时代财经发现,敦煌网的交易体量和与其他跨境电商平台差距不小。

据敦煌网给出的最新热门商品榜单(根据浏览、收藏及成交数据综合排名),鞋履配饰类目排名第一的商品是售价为14.05美元的时装拖鞋。但该页面信息显示,该商品总交易量为466次,在4月16日该商品仅售出7双。可以对比的是,跨境电商平台Shein的波西米亚女士拖鞋销售榜单中,一双售价7.3美元的白色时装拖鞋,销量超过1万双。

这场由流量红利引发的短期爆发,能否真正让老牌跨境电商平台敦煌“逆袭”,仍未可知。■

(以上受访者吴诗、刘菲菲为化名)

智谱启动上市辅导备案

时代周报记者 朱成呈 发自上海

在人工智能大模型领域竞争日趋白热化之际，“大模型六小虎”之一的北京智谱华章科技股份有限公司（以下简称“智谱”）率先启动首次公开募股辅导，成为首家正式迈入IPO流程的大模型创业公司。

根据证监会网站披露的辅导备案报告，智谱的辅导期分为三个阶段。2025年4月为辅导前期准备期，重点进行摸底调查和方案制定；5月至7月为正式辅导第一阶段，将开展集中培训、持续尽调及规范整改；8月至10月为第二阶段，完成辅导计划并为申报做最后冲刺。

智谱的上市辅导机构由中国国际金融股份有限公司担任，签署辅导协议日期为2025年3月31日。

今年3月，智谱完成从有限责任公司到股份有限公司的转型，市场主体类型变更为“股份有限公司（外商投资、未上市）”。这一动作被视为IPO的前奏，智谱CEO张鹏在3月底接受采访时坦言，完成股改是“朝着IPO目标去的”，但具体进程不仅取决于企业自身规划，也与外部市场环境密切相关。

华芯通半导体研究首席专家吴全在接受时代周报记者采访时表示，完成股改是企业启动IPO上市的必要步骤。同时，启动IPO上市辅导安排具有较强的可预期性，这一动作不仅为企业进入二级市场铺平道路，还能有效反哺一级市场融资，增强投资者对企业未来发展和挂牌上市的信心。

实控人清华基因深厚

智谱成立于2019年6月，是基于清华大学计算机系知识工程实验室（KEG）科研成果设立的成果转化企业，该实验室在知识工程、知识图谱、图神经网络和认知智能等领域有25年的研究成果积累。

从2020年至今，智谱历经一系列技术迭代。

2020年年底，智谱开始研发GLM 预训练架构。2021年训练完成百亿参数模型GLM-10B，同年利用MoE 架构成功训练出收敛的万亿稀疏模型，2022年智谱训练完成国内第一个千亿开源模型GLM-130B。2023年，智谱又推出基于千亿基座的



2024年12月，智谱首次公开其商业化成绩：2024年商业化收入增长超过100%，平台日均Tokens消耗量增长150倍。其中，MaaS平台的API年收入同比增长超过30倍。

对话模型ChatGLM，并开源单卡版模型ChatGLM-6B。

2024年1月，智谱发布基座模型GLM-4，并于同年7月发布视频生成模型CogVideoX。今年3月，智谱发布首个具备深度研究和操作能力的AI Agent产品AutoGLM 沉思，可以一边进行复杂思考，一边执行操作。

据辅导备案报告，智谱的实际控制人唐杰和刘德兵，两人合计控制公司36.96%的表决权。其中，唐杰直接持有7.41%的股权；刘德兵直接持有0.26%的股权，并通过持股平台控

制17.40%的表决权。

此外，两人通过一致行动人李涓子、许斌、张鹏及宁波慧惠企业管理合伙企业，合计控制12.16%的表决权。

唐杰作为智谱创始人兼首席科学家，曾任清华大学计算机系教授、副主任。其在社会网络分析、数据挖掘、机器学习与知识图谱领域发表论文200余篇，总引用超万次。值得注意的是，月之暗面创始人杨植麟是唐杰的学生。

而刘德兵目前为智谱董事长，拥有中国科学院计算技术研究所博士学位，师从高文院士，曾任清华大学数据科学研究所科技大数据研究中心副主任，在科技大数据分析领域有丰富的经验。

或引发大模型企业资本运作热潮

天眼查数据显示，智谱已完成约10轮融资，累计融资超百亿元，估值达200亿元。

这套豪华投资者阵营中，包括华发集团、杭州城投、中科创星、达晨智、启明创投、红杉中国、中关村科学城、北京市人工智能产业投资基金等机构，以及蚂蚁集团、阿里巴巴、腾讯等互联网企业。

今年3月，智谱还先后获得来自

杭州、珠海、成都等地方国资投资，一个月内获融资共18亿元。

智谱IPO的启动，不仅是企业自身战略的延伸，也被业内视为大模型行业发展的重要风向标。

资深产业经济分析师、钉科技创始人丁少将在接受时代周报记者采访时指出，作为“大模型六小虎”中首家迈向IPO的企业，智谱的上市表现将对行业融资模式产生深远影响。

“若上市顺利且市场反响积极，可能吸引更多大模型企业通过IPO融资，进而改变资本对行业的投资导向。反之，若表现不佳，则可能引发投资者担忧，直接或间接导致行业估值回调。”丁少将表示。

创道硬科技创始人步日欣则认为，智谱的IPO进程可能引发新一轮大模型企业的资本运作热潮。“资本市场存在‘FOMO’（害怕错过）效应，赶早不赶晚才能凸显稀缺性。”

步日欣在接受时代周报记者采访时预测，若智谱IPO进展顺利，其市场表现大概率会超出预期，这与其行业地位和基本面无关，主要体现在稀缺性上。

去年商业化收入增长超100%

近年来，国内大模型行业已步入

白热化竞争阶段。

智谱与月之暗面、百川智能、零一万物、MiniMax等初创公司并称“大模型六小虎”，在技术研发、商业落地和融资能力上展开激烈角逐。与此同时，阿里巴巴、百度、字节跳动等互联网巨头也在加速布局大模型生态，而成立于2023年的杭州初创公司深度求索，凭借独特的技术策略和成本优势迅速崛起，成为行业黑马。

目前来看，智谱的优势在于其技术开源策略和快速推进商业化水平。

2024年12月，智谱首次公开其商业化成绩：2024年商业化收入增长超过100%，平台日均Tokens消耗量增长150倍。其中，MaaS平台的API年收入同比增长超过30倍，MaaS平台已经吸引了70万企业和开发者用户。

4月15日，智谱在其微信公众号发文表示，公司将开源32B/9B系列GLM 模型，涵盖基座、推理、沉思模型，均遵循MIT许可协议。该系列模型现已通过全新平台Z.ai免费开放体验，并已同步上线智谱MaaS平台。

该文章称，推理模型GLM-Z1-32B-0414性能媲美DeepSeek-R1等顶尖模型，实测推理速度可达200 Tokens/秒，“目前国内商业模式中速度最快”。此外，其价格仅为DeepSeek-R1的三分之一。

时代周报记者注意到，本次开源的所有模型均采用宽松的MIT许可协议，这意味着可以免费用于商业用途、自由分发，为开发者提供了较大的使用和开发自由度。

开源策略为智谱赢得了许多开发者支持。然而，面对高昂的算力成本，智谱需要在技术迭代与市场拓展之间找到平衡。

对此，步日欣认为，大模型企业普遍面临经营可持续性的难题。其核心挑战不在于研发投入，而在于应用场景的拓展和商业模式的成熟。在竞争激烈的市场环境中，如何确保经营可持续、避免现金流断裂，成为各家亟须解决的问题。

步日欣分析称，这也是为什么大模型企业需要持续不断在一级市场融资，以及尽可能早地通过IPO来募集资金的原因。经营现金流受限，融资现金流来补充，能够率先触达资本市场并获得充足现金保障，也是现阶段的重要竞争力之一。■

美团闪购独立出道

时代财经 庞宇

4月15日，美团正式面向消费者推出即时零售品牌“美团闪购”。

这是“闪购”首次作为一个单独的入口出现在美团App首页，与其并列的一级入口有“外卖”“团购”“酒店民宿”“小象超市”“美团优选”等。

而此前，美团闪购业务以“外卖”入口下的超市便利、品质百货等非餐品类呈现。

时代财经从美团了解到，此次入口的调整并不涉及业务层面的整合，而是通过对App界面层级的重构，强化以美团闪购为核心的非餐品类即时零售业务在美团生态中的战略地位。

就在几日前，美团核心本地商业CEO王莆中在社交平台发文称：“即时零售这几年发展得如火如荼，大家有目共睹；尤其是在生鲜、酒饮、3C数码、药品等品类的进展速度远超预期。”他还指出，“即时零售的发展大势是挡不住的”，“30分钟送万物”创造的新体验一定会满足更多用户需要”。

4月15日，“罗永浩力挺闪购”词条登上微博热搜。网络流传的截图显示，罗永浩在朋友圈发文称赞“闪购”是下一代的购物方式，当传统电商还在标榜次日达，美团闪购已经用30分钟到手重构了零售规则。他表示，现在闪购服务的全品类增速已非常惊

人，并预言传统网购模式可能逐渐被淘汰。

“闪购”独立出道

美团对于“闪购”这一独立品牌的定位为“24小时陪伴消费者的新一代购物平台”，为消费者创造“闪购一下，30分钟好货到手”的购物体验。

目前，消费者从美团App首页的“闪购”入口点进去可以看到，该频道下有蔬菜水果、超市便利、手机家电、商场专卖、美妆个护、潮流运动、鲜花绿植等诸多类目。

各大类目下还有更为细致的划分。例如，超市便利栏目包括了大型超市、便利店、酒水专卖店等；手机家电栏目则包括了小米、华为、荣耀等品牌。

相较于之前较深的入口，升级后消费者可以通过“闪购”这一个直观的入口，直接触达美团各项非餐品类的即时零售服务。可以看出，美团已通过App首页改版，将核心资源（如置顶入口、流量）向即时零售业务倾斜。

实际上，让“闪购”独立出道，美团筹备已久。

美团闪购业务最早于2018年在美团内部上线，最初是作为外卖业务之外的“非餐饮业务延伸”，随后其品类逐步拓展至生活万物。

一名接近美团的人士认为，选择此时发布“美团闪购”独立品牌

最直接的原因是，美团内部观测到用户对闪购的消费黏性、依赖度等有明显提升。

从用户需求侧看，去年美团闪购用户的下单频次提升幅度显著，特别是一些日用快消品的下单用户数和频次增速超出大盘。2024年美团交易用户数突破7.7亿，创下历史新高。其中，闪购年度交易用户数量接近3亿，占比约39%。

从供给侧来看，去年以来，美团加大了与家电、日用百货等各大品牌商的合作，美团闪电仓数量有所增长。截至2024年年末，美团闪购已与5600多家大型连锁零售商、41万家本地小商户以及超570家品牌商达成合作。

闪电仓是美团闪购推出的一种即时零售供给模式，自2022年开始在全国普及，主要是帮助商家以开仓方式线上经营。据美团方面公布的数据，目前美团闪电仓数量已超过3万个，预计2027年将达到10万个。

“美团闪购的品牌化是美团在即时零售领域的战略升级，其核心在于通过品牌整合提升消费者认知，形成与其他平台即时零售业务的差异化竞争。”网经社电子商务中心数字生活分析师陈礼腾向时代财经分析。

陈礼腾认为：“品牌化不仅增强了商户合作意愿，优化了供应链协同，还推动了本地零售生态的数字化升级。对美团而言，即时零售是其‘零

售+科技’战略的核心，与外卖业务形成生态闭环，提升了用户黏性。”

即时零售战略地位升级

在去年第三季度财报电话会议上，美团创始人王兴曾表示，从长远来看，即时零售或将占据电商市场10%以上的份额，美团闪购发展超出了此前的预期且极具潜力。

王兴提出，美团在提供配送服务的所有城市县城和小镇都看到了美团闪购有巨大的增长机会，后续会考虑如何进一步提升即时零售的渗透率。到2027年，闪电仓GTV（总交易额）规模有望达到2000亿元。

从财报来看，2024年，美团全年业绩增长主要得益于即时零售（外卖和闪购）的规模化渗透、到店酒旅的协同效应释放，以及成本的优化。公司全年实现营收3375.92亿元，同比增长22.0%；经营溢利368.45亿元，同比增长174.6%。

其中，核心本地商业是美团业绩增长的主力引擎，2024年，该分部业务收入同比增长20.9%至2502.47亿元，经营溢利同比增长35.4%至524.15亿元，核心本地商业业绩的增长弥补了新业务带来的亏损。

据王莆中透露，当前，以美团闪购为主的美团非餐品类即时零售日单量已突破1800万单。去年第三季度，美团闪购的日订单峰值突破1600万单。

拆解美团财报不难看出，在核心本地商业中，餐饮外卖仍是其重要收

入来源，但非餐品类的增长迅速，或为美团带来新的业绩增长点。

从行业趋势来看，弗若斯特沙利文发布的《2024年中国即时配送行业趋势白皮书》数据显示，2024年中国即配行业订单规模达482.8亿单，同比增长17.6%。按照当前发展曲线，行业有望在2030年突破千亿订单规模，未来6年保持年均13.1%的两位数增长。

围绕即时零售，近年来，巨头们之间的博弈肉眼可见地变得激烈。这既包括传统的零售商也包括互联网巨头。

例如，山姆已成为现阶段前置仓赛道的“头号玩家”；沃尔玛中国与美团达成战略合作后，即时零售业务贡献了25%的全年营收增量；永辉在接受胖东来“爆改”之外，加强对即时零售的重视；2024年，盒马鲜生重启前置仓业务，致力于为消费者提供3公里内30分钟快速送达服务。

作为即时零售的领跑者，美团很早就意识到，其从外卖建立起来的高效的即时配送网络，是其护城河所在。“外卖配送所建立的30分钟即时配送网络使美团能够扩展到更多品类。这是我们建立美团闪购以及即时配送市场模式的方式。”美团高管在2024年第四季度业绩财报电话会上表示。

在用户需求响应效率的无限趋近中，即时零售这场战役，没有终局，只有持续迭代进化。■

高阶智驾量产前夜：技术路线之争

时代周报记者 赵昱 发自北京

小鹏汽车(09869.HK)日前宣布,其将于2025年年底在中国内地率先实现L3级智能驾驶落地。企业方此前曾颇具前瞻性地提出,基于其推出的AI鹰眼视觉方案,努力实现“激光雷达在L3级别中从必选变为可选”。

激光雷达头部企业速腾聚创(02498.HK)也在近期宣布,与滴滴自动驾驶达成合作,为滴滴和广汽埃安联合开发的首款L4 Robotaxi车型提供技术支持。该车型搭载滴滴新一代硬件平台,配备6个速腾聚创E1补盲激光雷达等33个传感器。

今年以来,多家车企披露L3、L4级高阶智驾量产或落地时间表。行业掀起一股“全民智驾”热潮,“降低高阶智驾上车门槛”成为热门话题。

不过,3月底的“小米SU7碰撞爆燃事故”给这一轮智驾热潮泼了一盆冷水。在一些车企和自动驾驶企业内部人士看来,部分车企过度宣传或选择性宣传“智能驾驶”功能,或是不少车辆发生智驾事故的重要原因之一。

在上述事故中,车主驾驶的小米SU7标准版——并未搭载Pro、Max版本车型配备的激光雷达,且辅助驾驶功能也较两个更高版本的车型减少数项。

随着事件讨论度持续升温,SU7基础版搭载的“纯视觉”智驾方案在极端场景中的技术能力也受到质疑。

当前,高阶智能驾驶领域主要存在两种技术路线:一种是“纯视觉派”,主张依靠高精度摄像头和先进的图像识别算法,提升车辆对路况的感知能力和处理问题的能力。这一技术路线的代表是特斯拉。另一种则是“视觉+激光雷达”融合方案,业内人士普遍认为这一技术路线具有更全面的感知能力和更高的安全冗余,但车端成本较纯视觉方案更高。

多家智驾企业负责人在中国电动汽车百人会(2025)期间接受采访时表示,未来,智驾技术的发展路径或许并非简单地二选一,而是如何取长补短,通过不断的技术创新与优化,让智能驾驶技术既安全可靠,又能以更实惠的价格惠及广大消费者。

纯视觉VS激光雷达:前者更易触及,后者负责“兜底”

“全民智驾”与“技术平权”的探索背后,是对成本控制、技术适配与使用场景的平衡。



一部分车企选择依据车型价格配置智驾技术,力求贴合不同消费者的需求;另一部分车企则坚持单一技术路线,专注深耕,希望凭借技术的极致突破来赢得市场。

以比亚迪为例,它推出高阶智驾系统“天神之眼”分为ABC三套方案。其中,天神之眼A、天神之眼B配备3颗及1颗激光雷达,前者应用于百万级高端品牌仰望,后者则搭载于腾势Z9GT、汉L等中高端车型。天神之眼C不配备激光雷达,而是靠前置三目摄像头(800万像素双广角+长焦)模拟激光雷达效果,售价10万元以下的海鸥车型就搭载此套方案。

而特斯拉则是纯视觉智驾方案的坚决拥护者。去年12月2日,特斯拉CEO埃隆·马斯克曾发文力挺纯视觉智驾技术,称“模拟生物神经网络和人眼的视觉系统才是复杂道路自动驾驶的最优解”,矛头直指激光雷达。

今年2月下旬,特斯拉宣布将为中国车主分批次更新软件,优化现有NOA自动辅助驾驶功能,推出FSD(Full-SelfDriving)重要功能“城市道路Autopilot自动辅助驾驶”,吸引众多专业人士测评。

有人因开启Autopilot功能而多次违章,遂得出FSD在华“水土不服”的结论;也有人认为FSD使用体验丝滑,宛如驾龄多年的老司机,可见FSD尚未完全实现对国内复杂道路场景的高效适配。

此前有自动驾驶公司内部人士对时代周报记者表示,对消费者而言,车企选择何种智驾技术路线并非关键,重要的是正确了解智驾功能,以及认识到人不能完全依赖智驾。“在这种情况下,车企更有义务理性、克制宣传,不得刻意夸大辅助驾驶功

能的水平。”

按照工信部发布的《汽车驾驶自动化分级》,当下车企宣传的“高阶智能驾驶”均属于L2级别的辅助驾驶功能,驾驶员需全程控制车辆;而真正可称为“高阶”的L3级及以上智驾能力并未实现大规模落地。

速腾聚创CEO邱纯潮在百人会现场接受采访时表示,“激光雷达是保障高阶智驾安全性的底线”几乎是行业共识。从功能实现角度分析,若车企计划落地L3级及以上需承担主体责任的自动驾驶系统,激光雷达的硬件预埋具有必要性;L2级辅助驾驶更多影响用户体验,消费者可根据需求自主选择。

卓驭科技AI首席技术官陈晓智也提及,激光雷达的核心技术价值在于为智能驾驶系统提供冗余安全性,而不是决定基础能力(如FSD),是否搭载激光雷达的区别只应该在部分极端场景能否使用上。车企是否为旗下产品配备激光雷达,还需综合考虑成本、定位和市场宣传等维度的需求。

而针对行业内外关注的热点问题,4月16日,工信部装备工业一司组织召开智能网联汽车产品准入及软件在线升级管理工作推进会。会议强调,汽车生产企业要积极开展组合驾驶辅助测试验证,明确系统功能边界和安全响应措施,不得进行夸大和虚假宣传,严格履行告知义务,切实担负起生产一致性和质量安全主体责任,切实提升智能网联汽车产品安全水平。

“纯视觉”时代来临? 供应商:激光雷达有更多应用场景

作为行业早期纯视觉智驾方案的代表,特斯拉的技术路径选择对行

业生态存在长期影响。

近年来,小鹏汽车、蔚来第二品牌乐道也相继布局纯视觉技术路线。深蓝S07、广汽本田P7、纯电版奔驰CLA等已问世或即将上市的新车同样采用纯视觉智驾方案。

目前,特斯拉FSD在国内虽已更新部分功能,但适应程度仍存争议。正如用户反馈的:一方面,FSD凭借先进的算法,在部分场景下展现出了流畅的驾驶辅助表现;但另一方面,面对国内复杂多变的道路条件,诸如复杂路口通行、特殊交通标识识别等情况,FSD也暴露出诸多问题。

若后续FSD功能升级并在国内市场得到广泛验证,终端消费者是否会因此降低对高成本激光雷达智驾方案的热情,进而使激光雷达应用场景缩减?

头部供应商率先给出了否定的答案。

邱纯潮在百人会论坛上表示,车企和供应链企业投入机器人研发是大势所趋。

根据速腾聚创此前发布的2024年财报,年内其实现激光雷达总销量54.42万台,同比增长109.6%;获得营收16.49亿元,同比增长47.2%。其中,应用于ADAS(高级驾驶辅助系统)的激光雷达销量为51.98万台,同比增长113.9%,应用于机器人及其他产品的销量为2.44万台,同比增长47%。

另一家激光雷达头部企业禾赛科技也在向机器人领域进发。

官方数据显示,禾赛科技去年12月在10万台的激光雷达出货量中,超过2万台是机器人激光雷达,单月占比超五分之一,广泛覆盖移动机器人、配送机器人、清扫机器人、割草机器人等多个领域。根据该公司的计划,2025年全年,机器人领域激光雷达出货量预计将达到20万台。

得益于激光雷达在自动驾驶领域与机器人领域实现的高效环境感知、精准定位及智能决策,相关技术理念与应用模式不断外溢,促使农业领域也成为激光雷达的重要应用场景。

东吴证券分析指出,随着机器人应用向复杂、开放环境拓展,其对高精度、零盲区和高可靠性感知的需求提升,单台机器人配备的激光雷达数量有望提升。智能割草机具具备使用便捷、产生噪声低和维护便利的优势。目前,随着国内厂商技术突破,智能割草机前期布线痛点得到解决,渗透率有望快速提升,带动机器人领域激光雷达销量增长。■

54.42
万台



《电动汽车用动力蓄电池安全要求》发布

时代财经 贺晴

根据新华社4月15日报道,工业和信息化部组织制定的强制性国家标准《电动汽车用动力蓄电池安全要求》(GB38031-2025)(以下简称“新国标”)日前发布,将于2026年7月1日起开始实施。

此次新国标是对2020版的修订版,对电动汽车用动力蓄电池的安全性提出了更高要求,目的是更好发挥标准对于产业的规范和引导作用。

新国标起草单位包括多家动力电池企业、车企以及检测、测试机构。如宁德时代、国轩高科、比亚迪、中创新航、亿纬锂能、瑞浦兰钧、欣旺达、蜂巢能源、极氪、小米、中国一汽、小鹏、宝马、上汽通用五菱、特斯拉等。

工信部表示,本次新国标修订(或新增)的重点包括三个项目:热扩散测试、底部撞击测试和快充循环后安全测试。

其中,热扩散测试考察电池单体因短路导致热失控后的安全防护能

力。修订版本进一步明确待测电池温度要求、上下电状态、观察时间、整车测试条件。触发方法在原来的“外部加热、针刺”的基础上,增加“内部加热”。技术要求从2020版的爆炸前5分钟提供热事件报警信号等,改为不起火、不爆炸(仍需报警),烟气不对乘员造成伤害。

本次修订新增底部撞击测试,考查电池底部受到撞击后的防护能力,要求无泄漏、外壳破裂、起火或爆炸现象,且满足绝缘电阻要求。

新国标还新增快充循环后安全测试,考察动力电池在长期快充循环后的安全性,测试对象为20% SOC充电至80%时,总充电时间不超过15分钟的电池单体,300次快充循环后进行外部短路测试,要求不起火、不爆炸。

此外,修订版本明确本标准适用于电动汽车用动力电池,即非驱动类电池不适用;完善绝缘电阻要求,增加包含交流电路电池系统绝缘电阻要求;提升挤压测试要求,增加绝缘电阻相关判定条件。

此次动力电池新国标首次提出

因内短路发生热失控后,不起火、不爆炸的要求,被称为“史上最严电池安全令”。

什么是热失控?根据央视网报道,除了交通事故、底部碰撞等情况,与电池相关性最大的起火诱因,为电池热失控。央视网援引汽车火灾安全研究联合实验室副主任鲍欢欢介绍,动力电池的热失控是在使用过程中温度上升的不可控现象,因为一些不当的充电行为,例如底部托底、剐蹭、长时间泡水等,都可能会触发电池热失控的现象。

此次动力电池新国标在全球首次提出因内短路发生热失控后,不起火、不爆炸的要求,这一标准相较于2020年版标准所提出的起火、爆炸前5分钟进行报警有了较大提升。宁德时代告诉时代财经,“这一标准实施的前提是整个动力电池行业的技术提升”。

据介绍,早在2020年,宁德时代就率先提出并量产搭载第一代无热扩散(NP)技术的电池,实现不起火不爆炸,提前6年满足新国标的要求提升。目前,宁德时代还在持续迭

代NP技术,包括可实现高压与烟气主动分离的NP2.0,和能做到“热失控不冒烟”的NP3.0。

另外,根据全国汽车标准化技术委员会电动车辆分技术委员会在今年2月,对36家主流整车及电池企业的调研中,78%的受访企业表示已具备相应的技术储备,即能够做到单个电芯热失控后,不发生热扩散导致的整个电池系统的起火和爆炸。

值得注意的是,新国标中强调的是动力电池内部的热失控后,不起火、不爆炸,这并不意味着未来新能源汽车不会失火爆炸。

宁德时代表示,目前,新国标中热扩散试验考核的是动力电池内部诱因引发热失控后,不起火、不爆炸,动力电池的无热扩散技术将为人员和车辆安全打下坚实基础。动力电池新国标实施后将有效降低新能源汽车动力电池自然风险,可以更好地保护消费者生命安全,同时也对所有整车和电池企业提出新要求,以高标准促进新车与新电池产品的优胜劣汰,实现行业的高质量发展。■

新款小鹏X9登陆香港

时代财经 贺晴

4月15日晚，小鹏汽车（09868.HK）在中国香港举办面向全球消费者的第一场品牌发布会。与此同时，小鹏汽车上市了2025首款全球旗舰车型小鹏X9，新车在中国内地的售价为35.98万~41.98万元，全系标配图灵AI智驾，搭载AI底盘技术等。

作为改款车型，新款小鹏X9“加量不加价”，针对外观内饰细节、舒适性配置、智能座舱、智能驾驶、三电系统及底盘等方面进行了优化升级。小鹏X9于去年元旦在内地上市，售价35.98万~41.98万元；并于2025年3月以59.99万港元的价格进入香港市场。

此次改款的小鹏X9还未公布在香港地区的价格。谈到为何在香港举办发布会，小鹏汽车董事长、CEO何小鹏表示：“香港是小鹏汽车连接全球市场的重要窗口。”他在发布会上介绍了小鹏汽车近年来的出海成绩。2024年，小鹏已进驻30多个国家和地区，稳居欧洲4万欧元以上高端纯电车型销量冠军，也是中国新势力品牌出口量第一。

2024年财报电话会上，何小鹏曾给出小鹏汽车今年的三条“增长曲线”，最先提到的两条就分别为AI+汽车和从中国走向全球市场。

小鹏汽车认为，以香港这个中西连接的窗口为起点，到今年下半年，小鹏X9还将登陆欧洲，助力小鹏汽车开拓全球市场，加速驶向全球60个国家和地区，成为面向全球的AI汽车公司。

面向全球市场输出“爆款”

小鹏X9是小鹏汽车旗下最贵的车型。何小鹏介绍，小鹏X9是2024年中国高端纯电MPV的销量冠军，其去年销量为21141辆。极氪009以20683

根据小鹏汽车官方信息，今年3月，小鹏汽车亚洲首家科技品牌体验店落地港岛核心区，该店选址湾仔核心地段，计划通过动态演示与交互体验，打造香港科技地标。

销量位列第二。

尽管丰田埃尔法并非纯电车型，但其作为老牌MPV占据了一定的市场地位。小鹏汽车也将其列入了销量对比之中。2024年，埃尔法在中国市场的销量为16701辆。

“小鹏X9在香港市场的主要竞争对手就有埃尔法。”小鹏汽车内部人士李谦（化名）向时代财经表示。根据懂车帝，埃尔法在内地市场指导价为89.9万~92.9万元。根据丰田香港官网，埃尔法在香港市场的购买价格为79.986万~115.072万港元，该价格包含车辆售价及首次登记税。

小鹏汽车方面还未公布新款小鹏X9在香港地区的售价。新车在内地售价为35.98万~41.98万元。“在香港的售价肯定会比内地更贵。”另一名小鹏汽车内部人士表示。

据李谦介绍，从去年开始，小鹏汽车就进入香港市场，香港地区的气候很适宜新能源汽车发展。“目前，小鹏已经在香港地区开设门店。今年，小鹏还在香港湾仔开了新的门店。此外，小鹏在香港地区的充电网络建设也在布局之中。”

根据小鹏汽车官方信息，今年3

月，小鹏汽车亚洲首家科技品牌体验店落地港岛核心区，该店选址湾仔核心地段，计划通过动态演示与交互体验，打造香港科技地标。此外，右舵版小鹏X9以59.99万港元同步上市，上市价格比内地版售价贵了20万元。

小鹏也在香港布局超充网络，2025年，小鹏超充网络的内地以外全球首站将率先在香港落地。在此基础上，小鹏汽车提出了充电设施建设“两步走”战略：第一步，携手香港本地优质运营商，在九龙丽新商业中心与港岛会展广场打造品牌充电站，形成“港九双核心”充电布局；第二步，加速落地品牌超快充设备，以解决香港车主的充电难题，并计划在2025年下半年落地充电速度最高可达360kW的小鹏超快充设备。

香港不仅是亚洲的重要经济腹地，也是小鹏出海的关键一环，在小鹏看来，香港这个中西连接的窗口是起点。今年下半年，小鹏X9还将登陆欧洲，助力小鹏汽车开拓全球市场，加速驶向全球60个国家和地区。

“我们坚信全球化是一个非常漫长、持续且需要很稳健的过程。”何小鹏现场表示。他介绍，从2020年下半年开始的过去三年，小鹏仅进入了北欧的挪威等5个国家。但是从2024年开始，小鹏加速了全球化布局。“2024年，小鹏已进驻30多个国家和地区，稳居欧洲4万欧元以上高端纯电车型销量冠军，也是中国新势力品牌出口量第一。”

2025年，小鹏更是将开拓全球市场视为增长曲线之一，计划实现海外市场同比翻倍以上的销量增长。

自研AI芯片将在第二季度量产上车

新款小鹏X9在香港的这场发布会，不仅要助力小鹏开拓全球市场，新款X9还要推动小鹏成为面向全球

的AI汽车公司。

据悉，2025款小鹏X9定义为全球旗舰、超舒适AI大七座车型。新车应用了小鹏自研的AI底盘技术，支持每秒1000次的路况扫描和200次的悬架调节，结合云端大模型的智能标记能力，主动记忆路面坑洼。此外，新车全系标配图灵AI智驾，全面应用端到端大模型，并且还具备划线生成车位框交互能力。2025款小鹏X9全系标配全域800V高压SiC碳化硅平台，续航升级5C超充AI电池，全系可实现充电13分钟，续航400km以上。

发布会上，小鹏首次展示了科技树概念，分享自身的底层研发技术以及在此基础上衍生的各种具体应用的关系，小鹏所有的产品形态底层都基于率先布局的AI和能源技术，其基因就是AI汽车公司。

何小鹏现场表示：“点亮科技树的关键，在于掌握根节点的基础技术。我们最重视并且布局最早的就是AI和能源技术，未来小鹏的AI和能源技术会驱动整个体系同步进化，这也是我们和其他企业的最大差异。”

基于全栈自研体系，小鹏汽车成为国内率先实现端到端大模型量产上车的车企。目前，小鹏汽车开始训练72B（720亿）参数量的基座模型。

为匹配高阶AI智驾的算力需求，小鹏汽车全栈自研体系的核心技术成果——小鹏图灵AI芯片，专为大模型定制，自研神经网络处理大脑、单颗最高可跑30B（300亿）参数量的本地模型，算力是现有芯片的三倍，将于2025年第二季度在内地量产上车。

“没有人能打败趋势，AI正在改变世界。”何小鹏在发布会现场表示。他介绍，基于全栈自研AI体系，小鹏汽车将持续加码以智驾为核心的AI技术研发投入，2025年年底将实现L3级智驾能力量产落地。■

21141

辆

>

华为系新车上演门店“争夺战”

时代周报记者 武凯 发自北京

临近车展，上海的气温已逼近30℃，汽车行业的热度也在迅速升温。

4月16—17日，华为在上海举行鸿蒙智行发布会。除了多款新车上市，华为还首次公布了传闻已久的“尚界”品牌。这是鸿蒙智行体系下第五个合作品牌，由上汽集团与华为联合打造。

“上汽与华为从去年开始洽商（新品牌的合作），上汽首期投入60亿元、超5000名员工来支持新品牌的发展。”上汽集团总裁贾健旭说，“上汽躬身入局，一定会拿出最好的资源支持尚界成功。”

至此，年后鸿蒙智行体系内五个品牌均迎来更新，包括问界、享界、智界、尊界多款新车，以及尚界这一全新品牌。在各个品牌新的规划下，鸿蒙智行产品线将扩充至八款车型、十余个版本，覆盖轿车、SUV，技术路线则有纯电和增程两种，售价区间覆盖22.98万到百万元级别。

鸿蒙智行车型选择繁多，但内部不少车型也存在定位接近、售价相近的情况，如智界R7与问界M7售价接近、动力方案相似、车型定位趋同等。享界S9增程版起售价降至30.98万元，与智界S7的高配版本形成价格重叠。

如何同时容纳五个品牌、十余版本车型，是华为必须解决的难题。鸿蒙智行经销体系目前包括鸿蒙智行门店、华为终端门店以及部分车企门店。长远来看，越来越多华为赋能的车企产品同台销售，如何平衡各方利益、避免内耗、提升整体表现，将持续挑战华为的经销能力。

三年扩张至五个品牌

自2022年2月问界M5上市至今，鸿蒙智行已走过三个年头。

这三年里，鸿蒙智行体系下的产品由一到八，合作品牌由一到五，累计销量也达到约70万辆。从一个零部

件供应商，华为逐渐成为汽车行业的一个重要玩家。

问界是鸿蒙智行的首个品牌，由赛力斯与华为联合推出。2022年2月，华为首次以“深度赋能”的供应商身份，参与汽车产业的设计、生产和销售等环节，推出了问界M5。此后，华为线下门店开始出现汽车的身影，“卖车”成了华为经销网络的另一大任务。

在近两年时间里，问界是鸿蒙智行下唯一的汽车品牌，获得了华为的大力支持。在2023年9月华为发布新款问界M7后，问界品牌单月销量达到4万辆级别，达到了鸿蒙智行及问界品牌的巅峰水准。到2023年年底，问界品牌就推出了三款SUV车型，包括M5、M7、M9。

也是在2023年年底，第二个品牌智界登上鸿蒙智行舞台。智界背靠奇瑞汽车，先是发布了中大型轿车智界S7，但这款车未能复制问界成功，多月销量仅在1000辆之内。智界品牌第二款SUV车型R7市场表现则较好，2024年11月上市后月均销量约1万辆。

鸿蒙智行还在2024年9月推出了与北汽新能源合作的享界S9。这款轿车初始版本为纯电车型，售价39.98万~44.98万元，月销量仅有数百到1000辆。在4月16日，鸿蒙智行加推增程版S9，价格下探至30.98万元。

鸿蒙智行还计划在5月推出第四个品牌的首款车型——尊界S800。这款车对标奔驰迈巴赫等超豪华品牌，预计售价达百万元级别。不过，由于制造方是以商用车为主的江淮汽车，尊界S800的定位和售价受到了部分消费者质疑。

4月16日，华为与上汽集团宣布将推出第五个合作品牌“尚界”。这一品牌产品或定位中端市场，售价在15万~20万元。上汽集团总裁贾健旭说，该品牌首款车型计划于今秋发布。至此，鸿蒙智行体系下的品牌达

到5个，已知车型达到8个，覆盖轿车、SUV两大产品类别，纯电版、增程版两大动力类别以及中型到大型汽车等多个尺寸产品。

新车挤爆华为门店

鸿蒙智行合作车企的增多体现了车企对华为的认可，但也客观加剧了终端销售压力。

鸿蒙智行销售体系包含部分华为终端门店、鸿蒙智行用户中心，以及赛力斯主导的AITO问界门店。前两者可进行多品牌车型的销售，但在线下实际销售及服务环节存在挑战。其中最直观的挑战就是车型快速增加，但不少门店展位有限，不得不选择性摆放部分车辆。

该体系下现有7款、共11个车型（增程版、纯电版）车型在售。传统的华为消费类及电子产品（即手机、平板电脑等）门店展厅面积较为有限，大多仅可摆放1~4辆汽车。如在北京市朝阳区某商场一楼华为门店中，仅展出了享界S9增程版、智界R7增程版两款车型。

店内工作人员对记者表示，店内面积有限，只能摆放两辆汽车，所以摆出了两款新车型。

同样的现象也出现在上海等地的华为终端门店中。在上海市浦东新区某华为授权门店中，约70平方米的展厅中挤满了4辆车，但问界M5、问界M9、问界M8等近期推出新款的车型不在其中。

这些门店并非仅能销售部分汽车，而是可以进行全品牌车型的销售。只是由于条件限制，大多车型存放在地库或临近停车场位置。但也这也影响了相关车型的曝光度。

鸿蒙智行用户中心是华为在2024年大力建设的经销网络。这些门店占地面积更大、配备人员更多且多为汽车销售出身，能够应对更多产品的销售和服务工作。如在深圳市南山区某鸿蒙智行用户中心里，就摆出了

超过6款车型。

鸿蒙智行门店有效补充了华为终端门店的不足。但提高展出面积和曝光只是第一步。随着鸿蒙智行体系下车型的增多，不同品牌车型之间的竞争情况已经开始显现。

如在上述北京市朝阳区门店中，店内工作人员在解释为何摆放智界R7而非问界M7时表示：“智界R7比问界M7在配置上多一个空气悬挂，性价比更高。”

智界R7与问界M7均有纯电版本和增程版本，智界R7售价24.98万~33.98万元，问界M7售价24.98万~32.98万元。同样是中大型新能源SUV，两者的价格区间接近一致。

上述上海市浦东新区某门店工作人员也对记者表示，智界R7推出后，其销量已经超过往日明星车型问界M7。

同样的现象也可能发生在享界S9和智界S7上。这两款车型均为中大型轿车，智界S7售价22.98万~32.98万元，享界S9在推出新车型后价格为30.98万~44.98万元，两者售价已出现重叠。

如何看待部分门店资源有限、如何分配销售资源以及如何平衡体系内车型的销售情况？时代周报记者向华为方面了解上述信息，截至发稿未获答复。但可以肯定的是，作为合作方，各家车企都希望自己的产品能获得更多华为销售资源的支持。

“五界”同台会加剧资源争夺吗？

第四个品牌尊界马上登场、第五个品牌尚界也在路上，鸿蒙智行的销售体系能够用吗？

以赛力斯为代表的合作车企已在为自家品牌搭建另外的销售网络，即AITO问界门店。今年1月，AITO问界北京赛力斯直营店于长安街开业。作为北京地区最大的直营门店之一，这家店足以容下目前问界品牌所有车型，并有专职销售人员负责。

这也使得问界是当下几个合作品牌中线下门店最多的品牌，超过800家。相较之下，享界进入了约700家门店，智界进入了600多家门店。享界、智界尚无车企自营销售渠道。

业内人士称，问界正是凭着先发优势以及其带来的更广的销售渠道，长期在鸿蒙智行体系内占据销量大头——赛力斯汽车总裁何利扬在今年3月表示，彼时问界品牌已销售约60万辆汽车。而鸿蒙智行同期累计汽车销量约为68万辆，智界、享界等品牌仍与问界有显著差距。

但改善市场表现是车企与华为合作的核心诉求。在尊界、尚界即将到来的2025年，合作车企能得到华为更多的支持，还是资源会被稀释呢？

好消息是，定位超豪华、定价百万元级别的尊界品牌，或许将有独立的销售资源支持。

此前据媒体报道，鸿蒙智行门店将划定尊界单独展位，销售和交付也为尊界专属人员，类似奔驰对旗下高端品牌迈巴赫豪华感的营造。尊界授权门店的要求也高于鸿蒙智行的其他品牌，包括门店面积、资金能力等。

上述上海华为门店工作人员也对记者表示，其店内不会承担尊界的销售工作。“尊界会有专门的销售门店。”

不过尚界在官方定位中更聚焦大众市场，定价或聚焦在15万~20万元级。尚界品牌的加入，或将进一步加剧合作品牌对华为销售资源的争夺。

华为方面也早早意识到了销售网络的局限。有消息称华为自2024年开始加速鸿蒙智行门店的扩张，计划在2025年开设1000家门店。不过华为官方未确认这一数字。

在业内人士看来，为了保障更多品牌、车型的销售和服务工作，华为需要对其经销体系进行持续升级和扩张，并针对不同品牌作出更加适配的销售体系。■

山姆放量飞天茅台

◀ 上接P1

面对白酒行业动销困难以及飞天茅台、茅台1935等核心单品的价格波动，茅台正在对产品及渠道投放进行把控。

据中银证券研报，2025年茅台酒国内市场投放将有所增长；其中珍品茅台投放量将减少、公斤茅台适度增加，以此来确保普茅批价稳定。有不愿具名的业内人士分析认为，贵州茅台通过对山姆等平台大量投放飞天茅台，适当减少经销商渠道出货量，可缓解渠道价格倒挂压力。

酒类分析师肖竹青则对时代财经指出，山姆会员店投放茅台，对于扩大茅台消费群体、有效触达圈层起到了积极的作用。“过去贵州茅台的消费主力是房地产上下游、大基建的老板和金融行业的高管，但是目前这三大行业都面临深度调整，所以贵州茅台希望能够扩大更多高净值人群成为茅台的增量。”

“参与茅台抽签门槛增高”

山姆同样在加速对中国市场的征战。

肖竹青指出，据其了解，加量投放茅台更多是山姆会员店自身的主动行为。“整个茅台体系中有一批商超超能获得授权额度，一般是由商超企业根据促销需要，自主决定投放的方式和促销套餐。”其进一步指出，山姆会员店多次投放平价飞天茅台有吸引人气、促进会员活跃度以及带动店内其他关联商品销售的作用。

作为长年处于溢价中的千亿元大单品，中签购买1499元平价飞天茅台酒，对消费者而言无疑具有极大吸引力。

4月14日，“今日酒价”公众号显示，2025年飞天茅台原箱报2130元/瓶。这也意味着，若中签后转手，买家每瓶飞天茅台可净赚超600元；行情好时甚至可以赚上千。即便不转手，消



据时代财经统计，今年以来，山姆会员店已累计投放原价飞天茅台数量达12万瓶，相较过去两年同期的放量频次和规模均有所提高。

费者也可花费比市面价格更低的钱购入飞天茅台。

社交平台上，有山姆会员就表示，其在近日将中签购买的茅台自提后，转手卖给黄牛，两瓶转手价为4200元。即该名山姆会员通过此次转

手获益1202元，单瓶净赚约600元。一名山姆卓越卡会员张琦（化名）告诉时代财经，其去年中签去提货时，店里及店外都会有黄牛围上来询问是否转售。

但近两年来，想要获得抽签名额并不容易。

根据山姆4月的飞天茅台酒销售活动细则，需要满足会员卡等级、消费频次等多个维度才能获得参与活动资格。具体包括在2024年3月31日及之前成为山姆主卡会员，且在2025年4月1日仍为有效激活的标准17位同卡号卓越主卡会员；2025年1月1日至2025年3月31日，该主卡会员每个自然月在山姆会员商店官方平台有购买记录，且累计有购买记录的天数大于等于12天等等。

简单而言，想要进入抽签池，须同时满足持卡一年以上会员、卓越主卡会员、今年每月均在山姆有购买记录、今年第一季度累计购买天数大于12天。

平价购买飞天茅台的促销活动，一定程度上刺激了会员办卡及消费频次。

张琦称，尽管其办理卓越卡的初衷并不是为了购买平价飞天茅台，但自从2023年注意到山姆的茅台放量

活动后，就会每周至少进行一次购买行为，“达不到要求连抽奖池都进不去。”此外，社交平台上也有消费者表示，自己就是为了返利以及平价购买茅台才办理的卓越会员卡。

不过也有山姆会员表示，近几年山姆会员平价购买飞天茅台的条件变得“越来越多”，据其回忆，过去符合一定条件的会员一年有两次平价购买资格，之后慢慢就转变为需抽签购买。

通过平价飞天茅台引流背后，山姆无疑已是商超巨头沃尔玛的重要增长动力。

沃尔玛CEO道格·麦克米伦曾公开表示，2024年沃尔玛中国市场表现相当强劲、保持两位数增长，尤其是山姆超市和其电商业务表现出色。其中，会员费亦是山姆业务重要的构成，山姆此前就曾披露，截至2023年山姆会员店中国会员数已突破500万；而今年中国春节销售旺季期间，山姆会员费收入增长35%。

过去两年，山姆在中国快速扩店，包括进入泉州晋江、张家港等县级市下沉市场。近期沃尔玛中国区总裁朱晓静称，预计今年将有8家山姆店年销破5亿美元，而2023年这一数据为两家。■

关税“大棒”下 奢侈品巨头财富缩水

时代财经 周嘉宝

奢侈品的日子恐怕要难过了。

4月14日晚间，法国奢侈品巨头LVMH集团发布2025年一季度财报。截至2025年3月的第一季度，LVMH集团整体营收按照恒定的合并范围和货币基准，同比下滑3%至203.11亿欧元（约合人民币1681亿元）。

这份未达市场预期的业绩，给奢侈品行业敲响了警钟。

加拿大皇家银行的分析师表示：“这些数据可能会加剧投资者对潜在需求复苏的担忧。”他们还补充说，由于关税相关风险，LVMH集团的盈利可能会进一步下降。

4月1日，2025福布斯全球亿万富豪榜正式发布。LVMH掌门人Bernard Arnault家族以1780亿美元财富值排名第五，而Bernard Arnault家族曾在2023年和2024年两年蝉联福布斯全球亿万富豪榜榜首，财富一度高达2330亿美元。

而第一季度财报发布后，LVMH集团（LVMUY）股价一度跌超7%。截至美东时间4月14日收盘，日跌幅6.22%，报113.71美元/股。今年年初至今，该股股价下跌12.99%，集团掌门人家族的财富或进一步缩水。

消费者不再爱包包了，但LV可能还要提价

第一季度，LVMH集团的核心时装与皮具部门收入同比下滑5%至101.08亿欧元，跌幅超过分析师预期。

另外，葡萄酒与烈酒部门收入同比下滑9%至13.05亿欧元；香水与化妆品部门同比下滑1%至21.78亿欧元；丝芙兰所在的精选零售部门收入则同比下滑1%至41.89亿欧元；仅腕表与珠宝部门收入与去年同期持平。

LVMH集团首席财务官Cécile Cabanis在业绩交流会上回应汇丰银行分析师时透露，LV品牌的（收入）表现略高于平均水平，而Dior的表现则略低于平均水平。旗下意大利奢侈品牌Loro Piana表现非常强劲，该集团旗下还有多个品牌在创新转型。

高增长成为LVMH集团的过去式。Cécile Cabanis在业绩会上表示：“外部因素和宏观环境缺乏可视性，在经历了多年的异常增长之后，经济周期正在正常化。”

据贝恩公司与意大利奢侈品制造商协会发布的《2024年全球奢侈品研究》，全球奢侈品消费者从2022年的4亿人，减少至2024年的3.5亿人，流失约5000万名客户。

过去多年，LV等品牌则多次通过涨价来抵御通货膨胀的影响。也正因如此，LV品牌通常被消费者视为最为保值的品牌之一，同时大幅刺激了终端消费，推动业绩增长。然而，这一策略可能正在失效。

《2024年全球奢侈品研究》还指出，全球局势动荡导致消费者信心减弱，尤其是前两年奢侈品牌们争抢的“Z世代”开始不再买单。

尽管全球奢侈品市场需求挑战尚存，但在美国关税新政的影响下，LVMH旗下品牌未来的定价仍有进一步上调的可能。

Cécile Cabanis在交流中表示，会考虑以价格提升来应对关税上涨。其中，LV等核心品牌的定价权比美妆、酒水类产品更有优势。不过其也强调，价格不应该成为业绩增长的动力，产品组合的调整更为重要。

同时，集团也会考虑其他举措应对环境的不确定。Cécile Cabanis透露，LVMH集团也正考虑扩大美国本地生产，但这并非朝夕，具体节奏和产能尚未确定。目前，LVMH是

唯一在美国设厂的欧洲奢侈品集团。拥有3个LV工厂和部分Tiffany工坊。

中国生意难做，奢侈品牌业绩大缩水

全球市场充满挑战，LVMH集团在中国市场也延续了去年的疲软态势。

2024年，LVMH集团中国所在的亚洲市场（除日本外）收入在第四季度同比下降了10%，全年则下降了11%。

到了2025年第一季度，中国所在的亚洲市场（除日本外）收入同比去年同期下跌11%。美国市场主要受丝芙兰表现拖累，包括亚马逊等对手祭出了激进的价格策略，美国市场整体收入同比下降3%；日本市场收入下降1%；仅欧洲市场收入同比增长2%。

奢侈品牌对品牌和渠道高投入的商业模式也正面临挑战。

无时尚中文网创始人唐小唐对时代财经表示，奢侈企业高估了中国消费者的奢侈品消费能力，不断在中国市场扩张，如今它们遭到了反噬。其预计奢侈品牌在中国市场会大幅关店。

在第一季度的电话交流会上，Cécile Cabanis也透露，持续投资对于集团品牌和渠道来说至关重要，但也导致营销成本和运营成本在短时间内难以降低，她也预计2025年上半年利润率不会同比提升。

市场环境变化以及居高不下的成本，都让奢侈品牌市场策略的容错率变低。从去年第四季度开始，LVMH集团在全球范围内历经一系列高层变动，中国市场也不例外。

在今年4月，LVMH集团宣布，核心品牌LV中国区总裁兼首席执行官Ramon Ros将升任Fendi首席执行官。而LV中国区首席执行官一

职将由来自苹果公司的零售副总裁Daniel DiCicco接任。高增长的Loro Piana品牌CEO换成了LVMH集团掌门人之子Frédéric Arnault，这个品牌正在大幅加码对中国市场的投入。

值得一提的是，在中国市场遇到挑战的也不只是LVMH集团。近期，另一奢侈品牌集团开云已经率先做出渠道调整，以达到降本增效的目的。

据《南方都市报》报道，开云集团旗下核心品牌Gucci古驰在今年3月初，关闭了上海芮欧百货和新世界大丸两家门店。另一品牌Bottega Veneta葆蝶家则为提升直营渠道，在同月关闭了成都太古里店、北京大兴机场店、太原王府井店以及成都天府机场店4家门店。

法国奢侈品牌香奈儿中国区在今年4月亦涉裁员传闻，不过遭到否认。

奢侈品零售在中国市场的寒意也传导至市场相关从业人员。4月15日，一名与多个奢侈品牌有业务往来的人士对时代财经表示，在上海，有奢侈品牌部分销售人员已经出现多个季度业绩较此前大幅下滑的情况。奢侈品牌公司开始鼓励门店销售向小红书等线上内容平台KOS转型，以促成更多交易。

另外，上述人士还透露，其服务的两个高客单价海外品牌，在两年前通过线上天猫平台进入中国市场，但在2025年决定退出。

唐小唐和要客研究院院长、奢侈品行业专家周婷均认为，奢侈品牌在中国市场的业绩难以快速修复。曾被寄予厚望的美国高净值消费人群，也在不确定的经济环境中，压抑了对于奢侈品牌的需求。

但周婷进一步表示，奢侈品牌在中国市场重回增长也是必然，通过提升品牌形象、创新产品与商业模式的升级，但是绝不能通过降价和打折等手段促进销售。■

203.11

亿欧元



3个理工生创立的遇见小面 冲刺港股IPO

时代财经 李馨婷

向来低调的遇见小面，正式向“中式面馆第一股”发起冲击。

4月15日，总部位于广州的中式面馆品牌遇见小面递交港交所，招银国际为独家保荐人。

在中式连锁面馆赛道内，遇见小面的市场份额与门店规模都不算拔尖。根据弗若斯特沙利文的资料，就2024年总商品交易额而言，遇见小面为中国第四大中式面馆品牌，排在其前面的，分别是和府捞面、李先生牛肉面大王与老碗会。

截至2024年，品牌成立第十年时，遇见小面的门店数量才360家。2025年4月8日，遇见小面的第400家店刚刚在香港开业。

但从经营情况上看，遇见小面的发展算得上是厚积薄发。

近几年，遇见小面明显加快开店速度。数据显示，截至2022年、2023年与2024年年末，遇见小面的门店数量分别为170家、252家与360家。也就是说，遇见小面用8年时间开了170家门店，之后的190家门店，则只用了2年。根据弗若斯特沙利文资料，在2024年中国前十大中式面馆经营者中，遇见小面2022—2024年的总商品交易额年复合增长率最高。

而遇见小面的背后，是一个由理工生组成的创始团队，以及一众明星资本的托举。

华工毕业生创业，明星资本加持

根据弗若斯特沙利文的资料，就2024年总商品交易额而言，遇见小面为中国第一大川渝风味面馆经营者。然而，以重庆小面为主打产品的遇见小面，却是三个理工科专业的80后在广州创立的。

2014年，宋奇、苏旭翔与罗燕灵在广州体育东横街开设了遇见小面的首店。三人均毕业于华南理工大学，本科专业分别为材料科学与工

程、信息工程与高分子材料与工程。其中，宋奇与罗燕灵本科毕业后前往香港科技大学深造，分别获得了机械工程硕士学位与电讯硕士学位。创立遇见小面以前，宋奇曾在百胜中国与麦当劳工作，负责餐厅的开发拓展与运营管理。

目前，宋奇为遇见小面创始人、董事长兼首席执行官，主要负责监督业务发展及方向、规划及执行集团的整体战略。苏旭翔与罗燕灵均为遇见小面执行董事兼副总裁，苏旭翔负责营销、品牌推广及信息技术，罗燕灵则负责供应链、食品安全、菜品研发和制定运营标准。

除了高学历创始团队，遇见小面还有诸多明星资本与高管的加持。

2015—2021年，遇见小面共计完成7轮融资，投资方包括个人投资者顾东生、高德福，以及青骢资本、九毛九、弘毅投资与碧桂园创投等平台。在2021年6月收获B+轮融资前，遇见小面的估值达约20亿元。而在投资方中，九毛九为上市餐饮企业、高德福为水饺连锁品牌喜家德创始人，弘毅投资旗下的百福控股则投资了美奈小馆、大弗兰、福客麻辣烫等多个餐饮品牌。

截至2025年4月5日，由宋奇与苏旭翔联合持股的淮安市创韬企业管理合伙企业（以下简称“淮安创韬”）共计持有遇见小面49.04%的股份。遇见小面的员工激励平台淮安市遇见好人企业管理合伙企业（以下简称“淮安遇见好人”）持有4.24%的股份，宋奇担任淮安遇见好人的普通合伙人。宋奇、苏旭翔、淮安创韬与淮安遇见好人共同组成了遇见小面的控股股东。

弘毅投资、碧桂园创投、顾东生、九毛九、青骢资本与高德福，分别持有遇见小面17.16%、9.06%、7.73%、6.50%、3.26%和3.01%的股份。

值得注意的是，2025年4月起，百福控股执行董事王小龙开始担任遇见小面的非执行董事。同一时期，京东集团前CEO徐雷以及香港麦当

劳前首席财务和技术官陈国彬，则加入遇见小面担任独立非执行董事。

开在一线及新一线城市的平价面馆

较传统面馆实现了消费升级，且较为平价，是遇见小面的特点。

截至2024年年末，遇见小面的360家门店中，有253家位于一线及新一线城市，且门店主要位于当地的中央商务区、住宅区和交通枢纽。2022—2024年间，根据市场变化，遇见小面还降低了菜品价格。2024年，遇见小面中国内地门店堂食顾客的人均消费已降至28元。

由于创始人曾在国际连锁快餐巨头工作，遇见小面以“高度标准化、高效体系化及先进数字化”的方式推进业务。招股书显示，遇见小面将所有餐厅、营运人员以及菜品都链接在管理体系里。通过利用先进且自主研发为主的数字化系统，为这套管理体系建立了强大的技术支持，减少运营过程中对个人经验及判断的依赖。

这造就了遇见小面较高的运营效率。

2022—2024年，遇见小面收入分别为4.18亿元、8亿元与11.54亿元，年复合增长率为66.2%；翻台率分别为3.1、3.8及3.7，高于2024年中式快餐餐厅市场2.0~2.4的行业平均水平。同一时期，遇见小面净利润分别为-3597万元、4591.4万元与6070万元。

截至2024年，遇见小面直营店共有279家。招股书显示，在中国内地第一家遇见小面直营店的前期开支一般在70万~90万元之间。一家直营店的平均投资回收期约为15.2个月，一家新店通常能在开业两个月内首次实现收支平衡。

2019年开放特许经营模式以来，2022年、2023年与2024年，遇见小面特许经营门店总数分别为59家、69家与81家。除了在2023年上半年关闭了部分以合营模式经营的门店，2022年、2023年与2024年，遇见小面特许经营门店的闭店数量分别为0



2022年至2024年，遇见小面收入分别为4.18亿元、8亿元与11.54亿元，年复合增长率为66.2%；翻台率分别为3.1、3.8及3.7，高于2024年中式快餐餐厅市场2.0至2.4的行业平均水平。

家、0家与3家。

计划未来三年门店规模翻倍

成立11年，低调的遇见小面在门店规模方面与同行仍存在一定差距。

当前，市场份额在遇见小面之前的和府捞面与李先生牛肉面大王，门店数量分别超过500家与1000家。而自2023年年底以来，和府捞面与新式牛肉面品牌陈香贵还接连开放加盟，加速拓店抢占市场份额。

或许是嗅到了危机感，高速拓店成为遇见小面下一阶段的发展目标。招股书显示，2022年、2023年及2024年，遇见小面分别开设了43家、92家和120家门店。而在2025年、2026年与2027年，遇见小面则计划开设120家至150家、150家至180家与170家至200家门店。也就是说，未来三年遇见小面计划至少新开设440家店。即到2027年，遇见小面的门店规模将是目前的两倍。

到低线城市开店、探索境外市场、加大特许经营模式力度，成为遇见小面高速拓店的三大方向。

当前，遇见小面在中国香港门店数量达到6家，并以开设100家门店为目标扩大在香港的市场份额。同时，遇见小面计划今年内在新加坡开设一至两家新直营店。而在2024年3月时，继传统“单店特许经营”模式后，遇见小面开始拓展“区域特许经营”和“渠道特许经营”的模式，以招徕更有实力的特许经营商加速开店。

持续加速的开店动作需要大量资金，也让遇见小面的流动负债净额持续上升。2022年，遇见小面流动负债净额为1.49亿元；2023年，该指标同比增长25.7%至1.87亿元，到了2024年，同比增长29.7%至2.42亿元。2025年、2026年与2027年，遇见小面开新店的成本预计达到3.88亿元。

在此节点，倘若能成功上市并获得资本加持，对遇见小面渗透市场将是很大的助力。□

越涨价越卖不动？日系美妆走下神坛

时代财经 叶曼至

日系美妆正在掀起新一波“涨价潮”。

进入4月，资生堂、CPB、SHIRO、黛珂、佳丽宝等美妆品牌先后宣布在日本本土市场实行涨价，涉及护肤、彩妆、防晒等核心品类，最高涨幅高达48.1%，部分品牌的调价甚至已蔓延至国内市场。这意味着，美妆企业们一年一度的“以价换利”战略再次打响。

当下，美妆行业尚未完全复苏，欧美、国货美妆群雄逐鹿，增量难寻的日化企业们还面临着原材料日益高企带来的成本压力，不得不以涨价应对。

然而，涨价带来的提振显然有限，国内消费市场大吹“性价比”之风，“涨价即高端”的叙事逐渐失灵，日系美妆赖以生存的溢价能力正面临考验。

有品牌最高涨幅达48.1%

和往年一样，美妆品牌们的涨价大多集中在4月份。

据各家品牌官网信息，日系美妆品牌SHIRO、雅莉格丝、佳丽宝皆在4月1日正式涨价；SENSAI则宣布在4月7日进行产品涨价。

具体到产品来看，SHIRO对旗下28款产品采取涨价举措，其中一款化妆水喷雾涨幅高达48.1%；雅莉格丝蜜粉饼产品涨价2200日元（约合人民币111元）；佳丽宝则对洗面奶、卸妆膏等7款产品实施6%~12%的涨价幅度；SENSAI品牌涨价产品的数量高达60款，最高涨幅为14%。

作为日本最大的美妆集团，资生堂集团亦参与了这波涨价潮。其中，SHISEIDO资生堂品牌38款产品将实行涨价，覆盖护肤、彩妆、美妆工具等品类，涨价幅度多在2%~10%，其一款护手霜的价格更是上涨了40.2%至3080日元（约合人民币156元）；CPB方面，其“长管隔离”零售价从7700日元（约合人民币391元）涨至8250日元（约合人民币419元），涨幅7.6%。

高丝集团旗下高端品牌黛珂也跟进涨价。

据黛珂官网公告，6月1日，该品牌旗下172款产品价格上调550~1100日元（约合人民币27~55元），涵盖护肤、彩妆、防晒等品类，产品涨幅集中在3.3%~5%区间。

目前，日系美妆品牌的涨价主要集中在本土市场，但有品牌已经开始延伸到中国市场。

据美妆媒体青眼报道，SHIRO与SHISEIDO资生堂品牌于4月1日在中国市场同步涨价动作。其中，SHISEIDO资生堂中国调价涉及约18款产品，如此前售价380元/50毫升的蓝胖子防晒，目前价格已涨至400元/50毫升；SHIRO则涉及26款产品，原价339元的海棠油定妆散粉已涨至351元。

4月15日，时代财经在淘宝平台搜索发现，在SHIRO海外旗舰店与SHISEIDO资生堂官方旗舰店中，上述提及的两款产品均已完成调价。

日系美妆代购生意难做

选择“扎堆”在4月进行调价，美妆企业们有着自己的考量。



有从事美妆品牌产品运营工作的业内人士向时代财经表示，日本企业的财年通常从4月1日开始，按照惯例，企业会在新财年开始进行价格调整，制定新的运营策略。

“选择在这个时间点涨价，可以更好地与日妆品牌的财务预算、成本核算以及市场策略相匹配。资生堂等企业也能够以新的价格体系为基础，进行全年的生产、销售和利润规划，便于企业内部管理和市场推广。”上述人士分析道。

近年来，日妆品牌们皆有通过涨价换利润的举措。

2024年3月，日妆品牌SK-II便在其日本官网表示，将会提高产品出货价格；而其中免渠道售卖的“大红瓶面霜80g（两瓶装）”，产品价格也从2021年的1000元逐渐涨至

2024年的1800元。2024年4月，资生堂旗下产品也有过一轮涨价，其中，资生堂悦薇系列部分产品的涨幅在4%~8%。

受涨价影响，市场需求亦随之波动，销售终端的生意亦受到冲击。

多名日妆代购、商家向时代财经表示，早在“核污水”事件后，他们的接单量一直不温不火，进入4月，接到的代购订单数量更是有所下滑。“会有顾客来问是不是涨价了，涨价幅度是多少，他们会和国内专柜、旗舰店的产品价格进行对比，觉得没什么价格优势就不了了之了。”

涨价并非“万能公式”

原材料价格压力、维持高端调性，往往是品牌们决定涨价的重要因素。

一般来说，原材料成本占据了美

妆产品总成本的较大比重。以护肤品为例，核心的活性成分、基础的油脂和溶剂等原材料成本，通常会占据总成本的30%~50%不等。

今年1月，有头部美妆代工厂在接受采访时表示，棕榈油相关产品，甘油、酸类等美妆生产原料近半年涨价15%。究其原因，是上游原料石油涨价和国际汇率波动等因素影响。

另一方面，在美妆行业增量难寻的背景下，涨价不仅能提升日妆品牌们的产品利润率，还能维护且强化消费者对品牌的高端认知，同时为日后品牌在折扣促销活动中留有空间。

不过，涨价策略并非“万能公式”，从财报数据来看，其对业绩提振力度有限。

以SK-II为例，其在2018—2024年累计涨价6次，而据其母公司宝洁集团发布的2024财年第二季度（2024年10—12月），SK-II在大中华区的销售额下降了34%。彼时，宝洁高管在电话会中表示，超高端品牌SK-II及大中华区销售额的下降拖累了业绩增长。

此外，日系美妆品牌们涨价后，不少消费者可能会寻找“平替”。有代购直言，从长远来看，新一轮涨价无疑会让生意更难做。“现在很多客户都去买同价位的欧美大牌了，或者直接买平替国货，日韩美妆品牌没有以前吃香了。”

“像珀莱雅、韩束等美妆品牌的部分精华产品价格，仅为同功效日系产品的一半左右，对价格敏感的消费会更倾向选择国货美妆。”美妆行业人士柴琦直言道。□

（应受访者要求，柴琦为化名）

CONSUMPTION · 消费

招募运营商入驻美团 茅台酱香酒也开始做“外卖”

时代周报记者 幸雯雯 发自上海

在即时零售风吹向酒水行业的当下，茅台酱香酒又放“大招”，亲自下场打通“最后一公里”。

4月15日，贵州茅台酱香酒营销有限公司（下称“酱香酒公司”）发布通知称，面向社会招募主题终端店（5000~7000家）在美团、饿了么和抖音平台的运营商，为茅台酱香酒公司产品提供平台运营服务。

此举意味着，在不久的将来，至少有5000家主题终端店将入驻上述平台，销售渠道大大拓宽。

主题终端店是酱香酒公司和经销商合作的线下实体店，以醒目的蓝色底色及“茅台酱香万家共享”八字作为统一门头，担负起茅台酱香酒布局终端“毛细血管”的重要使命。

时针拨回至2021年4月，第一家“茅台酱香 万家共享”主题终端店（下称“万家共享店”）在河南焦作开业，而后迅速成长，2021年年底便建成2388家。不到三年时间，万家共享店已突破5000家。

在电商冲击、库存高企、消费分化之下，白酒行业“躺着赚钱”的时代看似已经终结，但2024年茅台酱香系列酒以近20%的增速狂飙，同年营收达246.84亿元。

尽管背靠茅台高歌猛进，但据时代周报记者了解，不少万家共享店与其他烟酒终端店一样面临着经营困境。某万家共享店加盟商林晓（化名）告诉时代周报记者，店铺现在每个月

亏着房租跟人工费，“因为相信茅台集团，所以还在坚持着”。

深度调整期下，酒类营销模式变革已成为酒厂必选项。泸州老窖比茅台酱香酒先行一步，3月底在抖音平台上线泸州老窖“小时达”。酱香系列酒将如何对陈布局，对万家共享店的赋能几何？

有酱香酒加盟商开鱼塘“回血”，靠卖飞天维持铺租

在不少酒商心中，有茅台做背书、加盟门槛比茅台专卖店低的万家共享店是白酒“王炸”投资项目。

2023年9月，林晓投资约70万元加盟了万家共享店，不到一个月出了一百多件货，用“生意火爆”来形容并不为过。许多酒商和意向投资人也向林晓了解加盟细则。

而去年下半年开始，名酒价格全线下跌，林晓店铺生意也每况愈下。为了“回血”，今年3月，他开了个鱼塘，“卖酒基本没利润，现在每个月都亏着房租跟人工费，得做点其他赚钱的事”。

“以前行情好拿货价比较高，但一瓶茅台1935也能赚好几百。现在拿货价低一点，大概为900元/瓶，但市场（审货）价才不到700元/瓶。”在林晓仓库里还有几百万元的货，为了减少资金压力和亏损面，他已经不再向经销商拿货，不得不转向其他低价拿货渠道。

另一名在多地加盟万家共享店的酒商罗伊告诉时代周报记者，今年酒价不稳定，年后进入淡季，店铺在收支平衡线上徘徊。

“好多酒都是贴钱卖，我们卖的茅台1935，在2023年年底进货价为1200元/瓶，现在卖960~980元/瓶。”但比林晓幸运的是，罗伊能以1499元/瓶拿到飞天茅台的货，利润比其他酱香系列酒多一些。

林晓和罗伊所经历的是不少万家共享店小加盟商的真实情况。据林晓了解，他所在城市的万家共享店大部分为亏损状态，当地经销商也不开放开店名额了，“现在我心态也放平了，以前囤的酒存着，逢年过节涨价再拿出来卖”。

相较之下，入局较早、有资金实力的大商家经营更为顺利。与酱香酒公司合作十年的广西某经销商表示，2024年公司酱香酒板块销售额突破2亿元，其中增长比较快的就是茅台1935。

2024年12月23日，2025年茅台酱香酒经销商联谊会上，酱香酒公司方面表示，2023年酱香酒销量为3.12万吨，是2015年7880吨的近4倍，渠道上已全面覆盖内地31个省级行政区，签约经销商扩展到1100多家。

巨头下场即时零售，赋能线下渠道

2025年，即时零售的东风比疫情期间更猛烈，已然从单一外品类向全品类延伸，酒水在此赛道表现尤其亮眼。

去年11月，美团闪购酒饮业务负责人王炜曾公开表示，近年美团闪购业务持续增长，啤酒是核心优势品类，但白酒占比越来越高，增速达整体酒类的两倍以上。同年10月，茅台、五粮

液等十余家白酒品牌齐聚京东总部，探讨与京东七鲜超市的“酒厂直供”模式。酒企与电商的合作愈发紧密。

在此背景下，酱香酒公司在积极探索新营销模式转型。从去年8月抖音旗舰店开播、12月招募京东和天猫平台旗舰店运营商，到现今招募美团、饿了么和抖音平台运营商，可以看出，对茅台酱香酒而言，电商平台不仅作为品牌形象的展示窗口，还要为数千条线下实体店形成有效转化。

根据公告，本次招募要求运营商提供从平台入驻、店铺装修、广告投放到直播带货、售后服务等全流程运营支持，服务对象为5000~7000家主题终端店，合作时间为一年。运营商需满足注册资本100万元以上、团队规模不少于5人、1年以上平台运营经验等硬性条件。通过资质审核后，运营商需要提供近1年运营案例及方案参与比选。

值得注意的是，本项目无运营服务费，在保证主题终端店合理利润的基础上，合作运营商可以收取一定比例的佣金。

据酒类营销专家肖竹青从酱香酒公司方面获悉，此次招募约三家运营商，分别覆盖三大平台。

肖竹青解读表示，合作运营商并不直接从茅台酱香酒公司进货，只是为万家共享店做引流、服务和赋能。在价格方面，由于要承担流量投放成本等费用，线上平台上所销售的酱香系列酒产品会比线下门店贵一点，预计每单会贵几元钱。在他看来，消费者能够接受该部分溢价。

而在半个多月前，泸州老窖先行一步，在抖音平台上线运营泸州老窖“小时达”新店。两大白酒龙头不约而同奔赴即时零售的同时，美团、京东等巨头也在即时零售赛道加码。

就在酱香酒公司发布通知的同一天上午，美团正式发布即时零售品牌“美团闪购”，京东也在当天中午发文上线即时零售服务“自营秒送”。今年3月，美团在春季糖酒会上明确酒饮闪电电布局，表示将投入10亿元专项资源为实体经济赋能，2025年计划新增的3000家门店中，60%将布局三、四线城市。美团还将同步推出“城市合伙人计划”，重点扶持区域酒商转型。

肖竹青认为，酱香酒公司此举是贵州茅台正在推动消费人群、消费场景和服务转型的战略部署，通过线上为线下引流，包括辅导线下的茅台酱香酒主题终端店开展直播，开展流量的价值开发，目的是扩大“茅粉”的增量。通过即时零售平台下单，“茅粉”能快速便捷地获得茅台酱香酒产品。

对于招募美团等平台运营商一事，林晓和罗伊表示支持，但暂时没有加入平台的想法。林晓表示，他的销售场景主要是宴席，一次出货10多件，很少有零售生意。罗伊则表示，以前京东“小时达”相关人士有联系他，但不清楚平台规则，不敢贸然合作，而他正在准备做直播引流。

即时零售赛道上，华致酒行、1919等资深选手已布局多年，如今泸州老窖和茅台作为浓酱两大龙头酒厂也亲自下场较量，或将重塑酒水线上生意版图。■

年入174亿元的三七互娱 卡位下一代互联网入口新机遇

4月18日晚间，三七互娱发布2024年度财报。

在《寻道大千》《Puzzles & Survival》《叫我大掌柜》《时光杂货店》等爆款游戏的助力下，三七互娱交出一份亮眼财报。数据显示，2024年，三七互娱实现营业收入174.41亿元，同比增长5.4%；归母净利润为26.73亿元。

业务稳健增长的同时，三七互娱开始全力拥抱AI浪潮。在不久前召开的三七互娱16周年庆典上，三七互娱董事长李卫伟直接提出，AI不是未来的趋势，而是决胜当下的核心。

近年来，三七互娱一直在内部探索AI在游戏工业化中的应用。据透露，三七互娱自主研发了游戏领域行业大模型“小七”，并基于“小七”和引入行业外部大模型集群，构建了超40种AI能力，以“工具—助手—智能体—数字员工”为路径持续进化。

但这还不够，瞄准更长远未来的三七互娱还借由投资的方式探寻AI领域的新机遇，AI相关项目如今已经上升到了公司战略层面的高度。近期开启上市辅导备案，正式启动IPO流程的大模型独角兽企业智谱华章，背后就有三七互娱的身影。

事实上，作为全球领先的文娱企业，三七互娱投资业务布局早已从游戏拓展至全产业链生态圈，覆盖影视、音乐、动漫、泛文娱及都市消费等领域的同时，进一步向基座大模型、AI Infra、AI应用、AI算力、XR、智能座舱和交互传感等前沿方向延伸。

在这背后，作为优质的内容研发商，三七互娱正以科技投资“另辟蹊径”，探寻下一代互联网入口机遇，以投资赋能业务的创新可持续发展，构筑产业竞争新优势。

上亿元资金投入AI大模型独角兽

AI相关生态的投资，已经上升至

三七互娱公司战略层面的高度。

财报数据显示，2024年三七互娱对外进行了超过3亿元的股权投资，其中有超1亿元投向了月之暗面和百川智能等行业内知名的大模型独角兽。

在这背后，是三七互娱紧跟技术变革趋势的决心。2022年年末ChatGPT横空出世以来，全球人工智能技术与产业迎来新一轮发展浪潮。

应对机会，三七互娱迅速作出反应。这家自2018年起就开始AI技术探索的老牌游戏大厂，在自主探索与内部孵化的同时，还以投资介入大模型以及应用层，并持续探索投资标的大模型和AI技术在企业研发管线的适配应用。

截至目前，三七互娱已直接或间接投资了智谱华章、百川智能、月之暗面、硅心科技、深言科技、Yahaha、星河视效以及宸境科技等优质公司。其中不少被投资企业，已实现与三七互娱自身业务形成协同与打通，助力三七互娱把握科技创新带来的产业机遇。

但三七互娱的野心不止于此，除了最受关注的大模型企业，三七互娱还将投资的触手伸向了产业链的深处。自2021年制定“元宇宙”投资大方向后，三七互娱一直在关注“AI+XR”以及其核心上下游，包括算力、光学显示、半导体及材料、空间计算引擎等。

截至目前，三七互娱已经投资了半导体设备商星空科技、专注开发通用智能CPU芯片的芯芯科技、边缘GPU云计算厂商庭宇科技、自动驾驶大算力芯片研发商辉羲智能、量子计算机整机厂商华翎量子，以及端侧视觉AI SoC芯片厂亿智电子等一大批优质企业。

而这还只是一个开始，展望未



来，三七互娱投资副总裁刘雨曾在接受媒体采访时透露，三七互娱的投资策略也进行了新的升级，在延续此前基础上，还将投得“更加精准”，在侧重早期投资的同时，也兼顾成长期及后期投资，投资金额略有提升。项目上，会更加考虑第一梯队的算力企业、AI Infra及应用层的企业，以及XR、智能座舱、具身智能、传感交互等方向的优秀公司。

卡位下一代互联网入口新机遇

对以游戏为主营业务的三七互娱来说，加码投资AI大模型企业很好理解。

以ChatGPT为代表的生成式人工智能出现之后，重塑了游戏工业化生产管线，AI因此成为游戏企业的必答题。为更好地应对新时代的挑战，

三七互娱不仅推出了自研的行业大模型“小七”，还进一步引入了外部大模型集群，共计构建了超40种AI能力。

2024年，三七互娱将原有的“图灵”“量子”“天机”“易览”“丘比特”等数智化产品矩阵进行了全面升级，进化为自动化、智能化程度更高的AI智能体，更好地覆盖各个细分职能部门的专业工作需求，生产效率得到极大提升。

如在发行环节，三七互娱使用AI技术辅助生成的2D美术资产占比已超过80%、AI-3D辅助资产生产占比超过30%；游戏广告素材投放视频中由AI参与生成的视频占比已超过70%。

通过对智谱华章等大模型企业的投资，三七互娱可以与这类企业产生更深入的协同，持续迭代优化自研

的数智化产品，开发契合游戏业务流程的AI工具，覆盖更多的业务场景，带来更高效、更优质的产出，并不断探索AI在优化游戏内容及体验方面的更多可能性。

但问题是，三七互娱为何会投资硬科技企业？

三七互娱在财报中解释称，公司可以此打通“算力基础设施—大模型算法—AI应用”的产业链布局，以投资赋能业务的创新可持续发展，构筑产业竞争新优势。

在这背后，是一条卡位下一代互联网入口新机遇的投资主线。

过去的30年里，互联网经历了从只读的PC互联网到可交互的移动互联网的演变，世界正稳步进入共创、共享的沉浸式互联网世界，也就是“下一代互联网”。而在三七互娱看来，XR、智能座舱和具身智能有望成为下一代信息交互的硬件入口，而虚实融合和空间计算则是未来值得期待的交互形式。

借由对上述领域产业上下游企业的投资，三七互娱不仅能够以此把握住下一代互联网硬件入口的新机遇，更能以此探索主业与“算力基础设施—大模型算法—AI应用”投资产业链的协同创新，将投资生态优势转化为发展优势，构筑起产业竞争新优势和护城河。而这些前瞻性的布局，最终也将反映在公司整体的市场估值之上，带动三七互娱再上一个台阶。

值得注意的是，三七互娱还发布了2024年度利润分配预案及2025年中期现金分红规划，2024年全年现金分红金额将达到22亿元，同比增长22%；在年度分红金额再创新高的同时，其2025年也将再度延续季度分红计划，持续为股东带来高额回报。

（文/谢斯临）

8000万元购房补贴“日光” 义乌楼市持续火热

时代财经 梁争誉

8000万元购房补贴被抢光，义乌楼市“折叠”了。

近日，义乌发布新一轮房地产优化政策，进一步支持刚性和改善性置业需求。最受市场关注的是，义乌拿出8000万元，补贴首次置业者和多孩家庭。

具体政策包括：个人及配偶名下在义乌行政区域内无商品住房的，购买建筑面积小于150平方米且总价不超过350万元的一手新建商品住房，给予1000元/米²补贴；对符合国家全面两孩、三孩政策的多孩家庭给予新建商品住房购房补贴，两孩家庭每套补贴10万元，三孩家庭每套补贴20万元。两项补贴可叠加使用，每套补贴额度不超过25万元，补贴额度共计8000万元，先购先得。

2024年，义乌曾推出2000万元多孩家庭购房补贴，在30个小时内被预约完毕，今年的8000万元同样在短时间内被抢完。

“购房补贴推出第二天，8000万元额度就用完了。”义乌资深经纪人王文泽（化名）表示，政府实打实给了优惠，再加上“先购先得，用完即止”，客户还是比较积极的。

从政策细则来看，义乌此次政策瞄准350万元以下房源，而当地刚需楼盘也正面临销售困境。

根据中指研究院统计，今年3月，义乌总价300万元以下的新房成交套数占比37.4%，而2月的成交占比更是低至14.6%；个别乡镇去化周期长，其中苏溪镇、义亭镇均超过50个月，有楼盘开盘三四年都没卖完。

与此同时，义乌城区千万元级豪宅则频频呈现售罄的火热场景。在绿城·凤起潮鸣、义承·御境双江等豪宅项目助攻下，中国房价行情网数据显示，2024年，作为金华代管县级市的义乌挂牌年度房价达到2.93万元/米²，向省会城市杭州甚至一线城市广州看齐。



2024年，义乌曾推出2000万元多孩家庭购房补贴，在30个小时内被预约完毕，今年的8000万元同样在短时间内被抢完。“购房补贴推出第二天，8000万元额度就用完了。”义乌资深经纪人王文泽（化名）表示。

市场折叠，游戏玩家们几家欢喜几家愁。

8000万元补贴“日光”，有开发商自掏腰包加码

经纪人张黛（化名）的一名“两孩家庭”客户申请到22万元补贴，叠加开发商提供的装修礼包，以单价不到2万元/米²的价格入手主城区一套小高层单位。

“市场调整了这么些年，房价下来了，各种补贴加起来，客户首付不到30万元，在她的预算范围内，加上房子使用率较高、整体环境不错，就出手了。”

8000万元补贴“日光”后，有开发商主动加码跟进。“美的置业、滨江等开发商自己掏钱补贴，希望趁着这股东风再去一下库存。”王文泽说。

其中一个自掏腰包补贴购房者的楼盘是位于义乌主城区北苑街道的君兰天玺。

该项目由美的置业、龙湖联合开发，2021年8月拿地，建筑面积约为17.7万平方米，2022年5月首次开盘。截至2024年12月末，君兰天玺累计成交面积约5.1万平方米，去化率不足三成。

目前，君兰天玺所在的北苑街道整体面临较大的库存压力。根据中指研究院监测，截至今年3月末，北苑街道新建商品住宅可售面积约为43.3万平方米，库存量排名义乌第一，去化周期约为31.2个月，仅次于佛堂镇、苏溪镇和义亭镇。

4月2日，君兰天玺针对新推房源34号洋房特批600万元额度，用于补贴首次置业者及多孩家庭。根据开发商要求，享受补贴的房源，购房者需在2025年4月30日前办理按揭贷款完成回款，否则补贴无效，由客户补齐差额。目前，君兰天玺销售参考价约为25000元/米²，四年前的拿地楼面价为19556元/米²。

就自掏腰包加码补贴的原因以及后续是否考虑推出更多激励政策等问题，时代财经联系美的置业方面人士，其对此不予置评。

不仅投入真金白银刺激购房需求释放，义乌市住建局还在公积金贷款、入学等方面给予购房者支持。

具体政策包括公积金缴存职工家庭购买二手房的，允许提取本人、配偶及直系亲属账户内的住房公积金用于支付首付款；2025年12月31日前在佛堂镇、苏溪镇、上溪镇、义亭镇、大陈镇、赤岸镇购买一手新建商品住房且暂未取得不动产权证的购房人，凭商品房网签备案合同其义务教育阶段适龄子女可在该商品住房所在镇学校排序入学。

小老板撑起义乌豪宅市场

下沉市场进入调整期，高端豪宅还在创造“日光”神话。

在经纪人王文泽看来，豪宅热销的支点在于义乌发达的产业基础，小老板们撑起义乌顶豪市场。

义乌市人民政府官网2024年7月发布的一篇文章称，义乌外来人口约为143.3万人，外国人达30多万人，常住外商有2.1万人，“含外量”不亚于北上广深等一线城市。王文泽说，义乌发达的小商品经济吸引了大量年轻人来此创业、就业，也因此培育了旺盛的购房需求和强劲支付能力，构成义乌房价的支撑力量。

义乌市统计局数据显示，截至2024年年末，义乌常住人口为191.8万人，在册经营主体数量达115.5万户。2024年，义乌居民人均可支配收入约为8.8万元，仅次于上海，领先北京、广州、深圳。

投资渠道有限，小老板们赚的钱流向市中心的豪宅。2024年，义乌主城区多个千万元级豪宅项目接连热销。

5月，绿城·凤起潮鸣首开，推出88套合院，套均总价超过2000万元，吸引逾300组购房者登记。据《钱江晚报》报道，绿城·凤起潮鸣6个月揽金超60亿元。本地开发商八都房地产开发建设的万境观云，联排别墅总价区间为1000万~3000万元，6月开盘，推出78套联排别墅，18秒售罄，收金16亿元。义承·御境双江

8月推出的54套联排别墅，中签率为13.5%，开盘6秒即售罄。

根据义乌市住建局统计，2024年义乌新建商品住房成交金额排名靠前的项目分别为孝子祠法庭、凤起潮鸣、秦塘名邸、御境双江等，这些楼盘多为低密度住区或第四代住宅，面积较大、总价较高。

豪宅集中入市，合力推高区域新房价格。

中指研究院统计数据显示，2024年，义乌主城区的稠城街道、江东街道、北苑街道、福田街道、稠江街道新建商品住宅成交均价均超过3万元/米²。其中，房价最贵的稠城街道均价约为4.2万元/米²，同比上涨15.4%；江东街道次之，均价约为3.6万元/米²，同比上涨22.2%。

豪宅大卖只是义乌楼市的光鲜一面。硬币的另一面，仍有许多开发商、经纪人乃至二手业主深陷卖房困境，市场上已经出现“面包价”低过“面粉价”的房子。

例如万达CBD板块的一楼盘，已于2024年年中交付，目前仍在销售中。一名经纪人透露，该项目最近推出的特价房源，单价约为2.8万元/米²，而拿地楼面价超过3万元/米²，“原价560万元的大平层现在卖420万元，不少老业主都说买早了”。

“我们拿到的很多楼盘底价，都不敢发朋友圈，怕被老业主看到。”张黛说。作为卖房子的人，她的小红书高频词是“等等”，“去年买房的业主以为抄到底了，结果今年四代住宅使用率高达100%，原来300万元买平层现在可以买别墅。价格、产品还在‘卷’，如果不是特别‘刚’的刚需，可以再观望一下。”

深耕浙江的一名品牌房企市场研究人士也表示，据其公司内部测算数据，在长三角城市中，金华的新房去化周期明显高于台州、嘉兴等同类别城市，需求端表现一般，但供应端问题显著，“对这类城市，我们更加偏向把握市场里的点状机会”。

刚需产品的止跌回稳，或许是义乌市场全面回暖的关键。■

深圳楼市卖爆了 二手房3月成交量大涨58%

时代周报记者 刘婷 发自上海

多重利好政策叠加之下，深圳楼市走出独立行情。

4月12日，深圳楼市迎来“小阳春”行情下首个“日光盘”。位于龙华红山板块的恒壹·红山华府项目开盘仅90分钟，184套房源即全部售罄，平均每分钟成交约2.04套房，成为2025年龙华片区首个开盘即清盘的住宅项目。

在法拍市场，同样出现了引人关注的成交。近期，南山蛇口片区的豪宅项目半岛城邦三期共有11套住宅进行拍卖，总起拍价约为1.7亿元，却吸引多达184人报名参与竞拍。最终，9套成功成交，总成交金额超过2.6亿元，整体溢价率达到120%，成交套均总价突破2800万元。

成交量上涨，也带动了价格企稳上涨。

4月16日，国家统计局发布3月70城商品住宅销售价格数据，一线城市新建商品住宅销售价格环比上涨0.1%，其中，上海和深圳分别上涨0.7%和0.1%，北京和广州分别下降0.2%和0.1%。二手住宅销售价格环比上涨0.2%，北京、上海、深圳分别上涨0.5%、0.4%和0.3%，广州下降0.2%。

对于即将到来的“五一”黄金周，多名业内人士持乐观态度。从目前新房热销、法拍高溢价、二手房成交回暖等信号来看，市场活跃度已出现阶段性恢复。

新房库存走低

此前备受市场关注的恒壹·红山华府，开盘前就被寄予“准日光盘”的期望。

时代周报记者获悉，恒壹·红山华府此次推出63平方米、66平方米、69平方米、78平方米四种户型，备案均价约为8.05万元/米²。项目开盘期间推出认购优惠折扣约九八折，叠加优惠后总价最低约465万元起。

深圳淘房前线创始人谢林锋告诉时代周报记者，恒壹·红山华府之所以在开盘当日实现“日光”，核心原因在于其学区、价格、配套与稀缺性的多重叠加。项目对口深圳“四大名校”之一的深高北校区，本身就具备强烈的教育吸引力。相比周边动辄12万元/米²的二手学区房，红山华府以7.8万元/米²左右的备案均价和475万元起的入门总价，成功撬动大量换房家庭和刚需购房者情绪预期。

谢林锋表示，该项目主打63~78平方米的小户型，得房率高、赠送面积多，总价普遍控制在500万~630万元之间，匹配主流刚需预算，降低了决策门槛。更重要的是，红山华府作为红山片区最后一块住宅用地，商品房仅有184套，市场认知中的“绝版属性”进一步激发了置业情绪，稀缺性转化为热度，为其开盘“日光”埋下了情绪基础。

除了集中开盘项目表现亮眼，一些顺销项目近期销售成绩也较为稳健。时代周报记者从多名房企营销

人士处获悉，当下开发商的焦虑情绪有所缓解，不再一味地“以价换量”，多个项目出现价格上调的现象。

“今年以来，深圳整体市场仍处于供应紧张的状态。”一名房企人士对时代周报记者表示，目前市场上真正可选的项目不多，核心区尤其缺货。“现在剩下的基本是坪山、大鹏这类外围板块，市场热度有限，去化难度相对较大。”

上述人士介绍，其所在企业近期有多个项目拿证，未采用集中开盘的方式，而是选择直接顺销。“其中一个项目相较于一期、二期整体售价上调了约10%，但户型有所优化，使用率提升，产品力更强。”

新房走量速度加快的背景下，深圳新房市场的去化周期明显缩短。

深圳乐有家研究中心的数据则显示，自去年10月以来，随着市场成交量上涨，去化周期快速缩短。截至3月底，深圳一手预售住宅库存量为26655套，接近12个月一手预售住宅月均去化速度（月均3474套）计算，去化周期为7.7个月。

企业端积极推盘的同时，官方也在加大供给端的力度，供应节奏有所加快。

根据深圳市住房和建设局数据，今年第二季度，深圳计划入市的商品房项目25个，预计供应房源面积和数量分别为1082312.53平方米、11427套。

二手房成交量逼近“繁荣线”

在新房市场升温的同时，深圳

的二手房市场也出现企稳信号。

近日，半岛城邦三期共有11套住宅房源登上拍卖平台，总起拍价高达1.7亿元，吸引了多达184名竞拍者参与，平均每套房竞争人数接近17人，竞争激烈程度可见一斑。

其中，最受关注的一套为2号楼建筑面积约259.19平方米的大户型住宅，起拍单价仅约7.7万元/米²，但最终单价约20万元/米²、总价高达5172万元成交，溢价率逼近160%。而溢价率相对较低的则是5号楼一套建筑面积约87平方米的小户型住宅，起拍总价约687.1万元，最终以1115万元成交，折算单价约为12.8万元/米²，溢价率也达到了约62.3%。

从整体表现来看，深圳二手房市场在多个关键指标上表现出不俗的增长。深圳中原研究院数据显示，4月6—13日，深圳市二手住宅共成交1533套，环比上涨39.4%；面积共计152975平方米，环比上涨41.7%。

从成交趋势来看，这一轮回暖已从3月开始显现，并在4月进一步放大。

根据乐有家研究中心监测数据，今年3月深圳一、二手住宅网签总量为10239套，环比、同比分别增长53.6%、66.2%。其中，一手住宅预售网签量2926套，现房网签量1235套，合计网签4161套，同比增长47.2%；二手住宅网签6078套，同比增长58.3%。此外，3月深圳二手房录得量为7703套，接近8000套的“繁荣线”。

随着3月数据大幅回升，4月市

场热度延续并逐步放大，业界普遍预期，这一轮楼市热度有望延伸至“五一”假期前后。对于5月能否延续升温态势，成为当前市场各方关注的焦点。

广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉对时代周报记者表示，深圳“红五月”行情预计将持续，目前市场热度仍处于相对高位。

李宇嘉指出，从目前多家中介平台反馈的带看量及成交节奏来看，按照约40天的成交周期测算，4月和5月的有效购买力仍将保持高位运行，深圳二手住宅月成交量维持在5000套以上“没有任何问题”。

李宇嘉认为，从交易结构来看，当前深圳二手房市场以低总价段为主。300万元以下房源占比约为30%，500万元以下的占比超过60%。这一结构与深圳近年来积压的首置需求相契合，形成了刚需带动置换的良性循环。深圳的购房链条在一线城市中相对更畅通，改善型买家的换房行为被持续激活。

李宇嘉分析称，这一轮市场回暖，核心在于购房门槛和成本的明显下降。

过去十几年深圳积累了大量的刚性需求，但由于高房价、高首付和高利率长期难以释放。如今，不少区域二手房价格出现大幅下调；而在金融政策层面，首付比例降低至15%，利率降至3%左右，已是非常友好的购房环境。

此外，改善性需求也在逐步释放，带动更多业主进入置换通道。■