

时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

周要闻

■ 上海浦东打造
全球创新药械首发地

中国生物医药产业基地上海市浦东新区近期发布《浦东新区生物医药产业园区功能提升方案(2025—2027年)》，首次提出打造全球创新药械首发地、科学家创新创业首选地、制度改革首创地。该方案还提出，到2027年，浦东新区生物医药产业规模将突破5000亿元。

■ 今年上半年访港旅客
约2400万人次

香港特区行政长官李家超7月26日表示，今年上半年共录得访港旅客约2400万人次，按年增加12%；其中，内地旅客约1780万人次，按年增加一成；非内地旅客较去年同期显著增加17%，录得584万人次。李家超说，这反映了香港“中西荟萃”的旅游元素魅力，在国际旅游市场的吸引力不断增强。

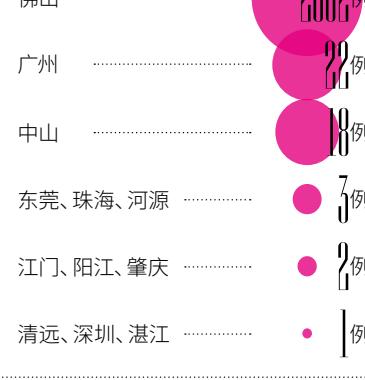
■ 7月18家A股上市公司
筹划赴港上市

近期，A股公司赴港上市热潮延续。据不完全统计，截至7月27日，包括首创证券、利欧股份、中微半导、胜宏科技、协创数据、双林股份、星环科技、山推股份、鑫磊股份、星宸科技、可孚医疗、云天励飞、锐明技术、天赐材料、大洋电机、立讯精密、欣旺达和长春高新在内的18家A股上市公司披露筹划赴港上市。

周数据

■ 广东累计报告
4824例基孔肯雅热

7月20日0时至7月26日24时，广东全省新增报告2940例基孔肯雅热本地病例，未报告重症和死亡病例。病例分布在佛山2882例，广州22例，中山18例，东莞、珠海、河源各3例，江门、阳江、肇庆各2例，清远、深圳、湛江各1例。截至7月26日24时，今年全省累计报告4824例基孔肯雅热本地病例，均为轻症，无重症和死亡病例报告。目前，已治愈出院和解除医学观察3224例。

一个基层科员的
AI烦恼

详见P7

直击WAIC 2025

详见P18-19



中国创新药十年狂飙

时代财经 张羽岐

今年5月29日，国家药监局单日批准11款国产创新药上市，其中7款为1类新药，覆盖肿瘤、内分泌等重大疾病领域，创下单日批准数量新纪录。

这是十年前中国医药行业无法想象的情形。彼时，新药从研发至上市周期冗长，审批流程复杂、进展缓慢等问题严重制约行业发展。申万宏源的报告显示，2014年，我国1.1类新药、3.1类新药及6类新药的平均审评时间为42个月、42个月和25个月，申报临床的平均审评时间为14个月、28个月和28个月。

蜕变始于制度性改革。2015年启动的药品审评审批制度改革激活了一池春水，成为中国创新药行业的起点。随着改革的持续推进，创新药审批时间大幅缩短。2025年《关于优化创新药临床试验审评审批有关事项的公告(征求意见稿)》(下称《征求意见稿》)发布，创新药临床试验审批迈入“30日”时代。

回溯过去十年历程，药审改革如同一股强劲东风，彻底重塑了中国医药行业的格局。在政策、技术、资本的同频共振下，中国医药产业经历了从仿制药到me-too(派生药)式创新，再到First-in-class(全球首创)和Best-in-class(同类最优)的跨越式发展。

从2015年至今，中国企业自主研发创新药数

量爆发，不少管线及上市产品实现“中国新”乃至“全球新”。

据未来智库《创新药产业进展及研发趋势如何？》研报显示，截至2024年12月31日，中国企业研发的活跃状态创新药数量累计已达3575个，超越美国成为全球首位。

眼下，中国创新药出海势不可挡。根据中邮证券研报，今年上半年，中国创新药License-out(许可授权)总金额已接近660亿美元，赶超2024年全年BD(商务拓展)交易总额。

随着中国创新药在全球医药供应链中的话语权的不断提升，下一个十年，中国创新药又将开启怎样的新篇章？

政策、技术和资本同频共振

2015年7月22日，原国家食品药品监督管理总局一纸《关于开展药物临床试验数据自查核查工作的公告》，开启了中国医药行业“史上最严数据核查”的序幕。“7·22核查风暴”也被视为中国医药产业由仿制向创新转型的分水岭。此后十年，以药品审评审批制度改革为起点，中央和地方支持政策密集出台、层层加码，即以监管改革开路、医保支付铺路、资本活水养路，形成覆盖创新药全生命周期的政策生态。

在监管端，政策不断迭代升级，支持创新药发展。

» 下转P14

» 下转P3

政经 · TOP NEWS

- 超100万毕业生选择广东：经济第一大省再发力
- 为贸易便利 海南即将全岛封关
- 从“酒都”到“动力电池之都” 挖掘下一个千亿产业群
- 石破茂拒绝辞职 这位日本首相在坚持什么？

财经 · FORTUNE

- 半年已揽下660亿美元 中国创新药出海“爆单”
- 亚泰集团拟出售吉林银行3亿股 套现或超12亿元
- 东方财富股东折价转让1.59亿股 17家机构拟“接盘”
- 硅片报价飙涨60% 光伏“反内卷”显效

产经 · INDUSTRY

- 特斯拉遇逆风局 六座版Model Y能否成销量救星
- 娃哈哈的白酒往事：曾控股茅台镇酒企 华领国酒业1.08亿元“卖身”河南国企
- 好利来南下
- 中海119亿元豪赌上海 与绿城火拼单价超15万元豪宅市场

编辑／温斯婷 版式／陈溪清

图编／陈溪清 校对／宋正大

国内统一刊号／CN44 - 0139

邮发代号／45 - 28

广东时代传媒集团有限公司主办

零售价／RMB 3.00 HKD 10.00

6 9 4 6 9 5 7 2 0 0 0 1 5 >

零售价／RMB 3.00 HKD 10.00



时代周报官方微信

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

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

地址／广东省广州市珠江新城华利路
19号远洋明珠大厦4楼

时代周报官方微信

揽下百万高校毕业生 广东彰显大省担当

这个夏天，岭南大地迎来了一场青春与梦想的“双向奔赴”。

今年以来，广东启动实施“百万英才汇南粤”行动计划，围绕“粤聚英才、粤见未来”主题，广泛募集岗位、强化精准对接、提升优质服务、持续扩大声势。

捷报频传：截至7月中旬，已吸纳超过100万应届高校毕业生留粤来粤就业创业，进一步夯实广东现代化产业体系的人才基座、人才底座。

从留粤就业的省内应届高校毕业生情况看，制造业吸纳毕业生最多，超10万人，人数占比从2020年的14.72%提升到2025年的19.21%。

人工智能、机器人、半导体与集成电

路、高端装备制造、新能源汽车、低空经济相关专业毕业生超4万人。

广东能够吸引百万高校毕业生，关键在于政策能精准出台、产业需求旺盛和服务双向优化。

作为经济第一大省，广东深知人才是高质量发展之源。

从新春开工首日发出“史上最强求贤令”，到建立专门工作机制举全省之力推进，到出台“五有三好”政策包打造全链条服务生态，广东始终以最大诚意和最强力度呼应百万学子的职业憧憬。

广东的产业升级创造了大量高质量岗位。近年来，广东持续推进制造业当家，大力发展人工智能、半导体、新能源汽

车、低空经济等新兴产业，这些领域对高素质人才的需求激增。各地市还结合自身产业特点，推出差异化引才政策，进而形成了多层次、广覆盖的就业生态。

在人才服务方面，广东全力贯通供需匹配桥梁。

一方面，广东精心组织各类招聘活动，全力打造“永不落幕”的引才平台，规模大、效率高、对接准，吸引了全国各地高校毕业生踊跃参与。

另一方面，广东“投资于人”，在服务优化上狠下功夫，针对高校毕业生需求推出包括住房保障、就业补贴等政策包，解决其后顾之忧，让他们充分感受到了广东的诚意与温度，不但愿意来，也愿意在岭

南大地上扎根，去实现自己的价值。

当前，新一轮科技革命和产业变革正在重塑全球产业版图，能否建成具有21世纪时代特征的现代化产业体系，决定了广东能否在未来发展和激烈国际竞争中赢得战略主动。

现在，百万高校毕业生挟技能与激情来粤就业创业，对广东意义深远。

从流入人才结构分析，可以清晰看出广东产业发展的新趋势。

一个特点是，制造业吸纳毕业生人数最多且占比提升，表明广东坚持制造业当家的战略初获成功，制造业对人才的吸引力不断增强。

人工智能、机器人、半导体与集成电

路等新兴产业和未来产业相关专业毕业生人数可观，凸显了广东在新质生产力领域的布局与发展成效。

这些新兴产业正成为吸引人才的新热土，人才的汇聚又将进一步推动新质生产力发展，助力广东在全球产业竞争中抢占先机。

实施“百万英才汇南粤”行动计划是广东求贤若渴的生动体现。而今，大量高素质人才的汇入有望为广东高质量发展带来全新机遇。

当青春活力融入这片改革热土，当创新智慧碰撞出产业火花，青年与城市相互成就的佳话可期，广东经济新动能也必将迸发出更强劲的力量。■

超100万毕业生选择广东：经济第一大省再发力

时代周报记者 傅一波 发自广州

作为经济第一大省，广东持续押注人才。

今年年初，广东启动实施“百万英才汇南粤”行动计划，目标是拿出一批具有竞争力的薪酬和岗位，吸纳100万高校毕业生来粤就业创业。

半年时间，全年目标已完成。

据了解，截至7月，已有超过100万应届高校毕业生留粤来粤就业创业，进一步夯实了广东现代化产业体系的人才基座、人才底座，充分彰显了广东稳就业、稳企业、稳市场、稳预期的大省担当。

有多重视？

自“百万英才汇南粤”行动计划实施以来，广东省委、省政府联合人力资源和社会保障部、教育部，已举办多次高规格高质量大型综合招聘会以及N城联动招聘活动。

同时，广东组织多个团队，赴全国8个重点城市招才引才，开展系列专题招聘活动，引领推动各地各单位组织各类常态化招聘活动4000多场，深入实施广东省高校毕业生就业创业十大行动方案、贯彻落实《促进高校毕业生就业增量政策举措》工

作方案，开展“百日冲刺”行动和百日千万招聘专项行动等，以空前的规模、优质的岗位、送岗上门的诚意精准招引优秀人才。

如3月，广东举办的春季大型综合招聘会，就吸引了1000多所高校近12万名学生参加，清华、北大、武大、西安交大等全国多所重点高校“组团”应聘。

4月，8个重点城市包括北京、上海、杭州、武汉、西安、长沙、南京、成都，以此为支点发动京津冀、长三角和成渝地区、关中地区1500多家高校，N城联动的成果是，超14万名高校毕业生参加相关招聘活动。

此后，广东省级职能部门牵头组织新兴产业未来产业、制造业、教育、医疗卫生、青年服务“百县千镇万村高质量发展工程”等专题招聘活动，精准吸纳专业人才。

共同成长的前景

百万毕业生选择广东，是因为毕业生在这里，不只是看到一份工作，更是看到与广东这片热土共同成长的广阔前景。

目前，广东作为全国GDP第一大省，经济总量和产业体量十分庞大。

拥有全部31个制造业大类、9个万亿元级产业集群、1900多万户经

营主体、830多万家企业，对各类人才无比渴求，为人才发展提供了无限可能。

此外，“百万英才汇南粤”行动

“百万英才汇南粤”行动计划针对高校毕业生需求，推出“五有三好”

就业有补贴、创业有扶持、创新有资助、求职有住所、落户有补助，博士后福利好、急需紧缺人才待遇好、高层次人才服务好

计划围绕广东现代化产业体系建设需要，聚焦20个战略性产业集群。

在这一背景下，广东有突出的人工智能、机器人等新兴产业未来产业，发动企业参与，包括华为、比亚迪、腾讯、美的、大疆等500强榜单头部企业，央国企、科技领军企业、链主企业、专精特新企业、一流高校科研院所等，动态募集120多万优质岗位，以具有竞争力的薪酬和岗位吸纳优秀高校毕业生，强化新质生产力和高质量发展人才支撑。

而政策则是百万高校毕业生选择广东的理由。

“百万英才汇南粤”行动计划针对高校毕业生需求，推出“五有三好”（就业有补贴、创业有扶持、创新有资助、求职有住所、落户有补助，博士后福利好、急需紧缺人才待遇好、高层次人才服务好）政策包。

而在当今的风口，广东紧抓AI应用，探索引入AI电话主动联系服务对象，引导公共就业服务机构提供AI诊断简历、模拟面试、岗位推荐等服务，提升人岗匹配效率。

据了解，广东不仅加强毕业生求职就业住房保障，还通过歌舞、岭南狮、双皮奶、功夫茶、荔枝等文化展示，让全国的人才能主动走进广东、爱上广东、扎根广东。■

行动方案

粤港澳大湾区

打造粤港澳大湾区 建设世界级城市群

中共广东省委宣传部

31省份半年报出炉

◆上接P1

随着GDP的稳步增长,西藏居民的收入水平也同步提升。

今年上半年,西藏全体居民人均可支配收入同比增长7.6%,其中农村居民收入增速达7.6%,城乡居民收入差距进一步缩小。

在西藏之后,甘肃和湖北的GDP增速表现同样亮眼。

数据显示,上半年甘肃全省地区生产总值6468.8亿元,按不变价格计算,同比增长6.3%,在一季度6.2%的基础上进一步加快,增速连续14个季度高于全国。

增速位列全国第三的湖北,今年上半年GDP达到29642.61亿元,按不变价格计算,同比增长6.2%,比去年同期加快0.4个百分点,高于全国0.9个百分点。

湖北省统计局副局长叶福生称,这一成绩“大省领先、中部领跑,较好发挥经济大省挑大梁作用”。

具体来看,湖北第一、第二、第三产业增速分别为3.3%、6.4%、6.4%。工业方面,上半年,湖北全省规模以上工业增加值同比增长7.9%,高技术制造业增长较快,增加值增长14.4%,对规模以上工业增长贡献率达27.5%。

投资、消费和外贸是拉动经济增长的“三驾马车”。

上半年,湖北固定资产投资增长6.5%,高于全国平均水平3.7个百分点;社零总额增长6.9%,高于全国平均水平1.9个百分点;进出口总额增长28.4%,高于全国平均水平25.5个百分点。

这些成绩,离不开湖北在投资和消费上的持续发力。

上半年,湖北举办了超2200场消费活动。

特别是今年“以旧换新”政策实施以来,截至6月20日,湖北全省汽车“以旧换新”补贴申请近16万份,带动新车销售额近240亿元,换新车辆中新能源乘用车占比达56%。此外,京东MALL、山姆、美的等巨头持续重仓湖北,也带动了湖北消费场景持续升级。

今年年初,湖北省政府工作报告提出了经济增长6%的目标,从上半年的表现来看,若能延续这样的良好发



展态势,有望实现既定目标。

经济大省新兴业态动能增强

今年上半年,多个经济大省表现可圈可点,多项核心指标稳健增长。

经济第一大省广东上半年的经济增长,主要依托工业的坚实支撑与内外需求的协同发力。

制造业强则实体经济强。今年上半年,广东制造业增长4.5%,增速比提高0.1个百分点。

新动能产业增势良好,先进制造业、高技术制造业增加值分别增长5.9%、6.0%,占规模以上工业增加值比重分别为55.4%、33.0%。

需求端增长稳健,上半年广东社零总额同比增长3.5%,增速比一季度加快1.0个百分点。

外贸进出口总额4.55万亿元,同比增长4%,增速高于全国1.1个百分点。其中,出口额2.89万亿元,增长1.1%;进口总额1.66万亿元,增长9.5%。广东外贸进出口总额、出口额、进口规模创下了历史新高。

在经济大省的竞跑中,浙江与江苏的表现同样值得关注。

今年上半年,江苏GDP达到66967.8亿元,三大产业中第三产业增速最快,达到5.9%,增加值达到36799.1亿元,其中文体行业展现出巨大活力。

数据显示,江苏1—5月体育服务

业、文化艺术业、娱乐业营业收入同比分别增长10.2%、12.8%、13.8%。足以看出“苏超”对其经济的强劲带动作用。

此外,江苏新兴动能发展持续加快。上半年,江苏高新技术产业产值占规模以上工业总产值比重达51.8%,比一季度提高0.4个百分点;规模以上高技术制造业增加值同比增长11.8%,拉动全部规模以上工业提高2.7个百分点。

服务业领域同样势头向好。1—5月,江苏规上互联网和相关服务、软件和信息技术服务业营业收入同比分别增长16.8%、14.3%,合计拉动规模以上服务业提高2.4个百分点。

能够看出,进入新发展阶段,高新技术产业、现代服务业正日益成为江苏实现高质量发展的核心引擎。

同样作为经济大省的浙江,其经济表现也呈现了这样的趋势。上半年浙江GDP达到45004亿元,同比增长5.8%,与去年上半年相比, GDP增量达到2450亿元。

在生产端,工业是浙江经济增长的重要支撑。上半年,浙江工业增加值达到15073亿元,同比增长6.4%,对GDP增长贡献2.2个百分点。

这背后是浙江现代化产业体系加快构建。今年上半年,浙江规模以上工业中,高技术制造业、数字经济核心产业制造业、装备制造业和战

略性新兴产业增加值同比分别增长12.7%、12.0%、11.1%和9.8%,分别拉动规模以上工业增加值增长2.2个、2.1个、5.5个和3.5个百分点。

与此同时,浙江的新兴服务业也在快速壮大。1—5月,规模以上数字经济核心产业服务业、科技服务业和高技术服务业营业收入分别增长12.4%、11.9%和10.5%,增速均明显高于规模以上服务业平均水平。

山东服务业上半年同样呈现稳健发展态势。1—5月,规模以上服务业营业收入增长6.3%。分行业看,32个行业大类中,有26个行业营业收入实现增长,增长面为81.3%。其中,商务服务业、生态保护和环境治理业、娱乐业等保持较快增长,营业收入增速分别为17.1%、16.6%、16.4%。

华东师范大学城市研究院院长曾刚对时代周报记者指出,浙江和山东的服务业增长均呈现“传统行业稳基础、新兴业态增动能”的特点,两省均较好地利用了国家“以旧换新”等刺激消费政策。

不过,两省服务业增长基础和领域也有一些差异,浙江更依赖数字经济、文化消费、民营企业等驱动,服务业高端化、智能化转型态势明显。而山东则依托工业配套服务、外贸拓展及大宗消费政策,形成“制造业+服务业”联动增长。

具体来看,今年上半年浙江数字经济服务业营收增长12.4%,科技服务业增长11.9%,推动产业向高端化发展。信息传输、软件和信息技术服务业增长9.3%,算力服务、数据服务等人工智能相关产业增长迅速,高技术服务业投资增长27.7%,信息服务业投资增速达63.3%,带动制造业智能化转型升级。

山东服务业则整体仍以物流、商贸等传统服务业为主,服务业对制造业的赋能作用不如浙江明显,工业增长主要依赖装备制造业,其增速高达13.9%,对整个工业稳增长作出了重要贡献。

曾刚表示,从总体上看,浙江、山东两省均通过服务业优化产业结构。未来,浙江需要进一步强化自主能力建设,为产业转型升级提供可靠基座,而山东则应加大对产学研一体化发展的支持力度,力争在新质生产力发展方面取得更大成绩。■

联动增长

◀

外贸十强市大洗牌: 深圳重回第一 东莞夺回第五

时代周报记者 王晨婷发自广州

曾两度易主,此后9年上海一直稳居第一。去年,深圳进出口总额大涨16.4%,跃居首位。

来到今年,前5个月上海外贸总额一度反超了深圳,不过6月深圳进口、出口两项数据均回正,重回“外贸第一城”。目前看来,2025年度的“外贸第一城”尚有悬念。

具体来看,深圳在出口总额上长期遥遥领先,但上半年整体出口额同比缩减7%,而上海出口增长11.1%;进口方面,上海总额超过深圳,但增速却不及深圳,沪深两地上半年进口的同比增速分别为-3.6%、9.5%。

类似现象在东莞和宁波两地的竞争中也存在。

上半年,东莞进出口总额超过宁波,夺回“外贸第五城”席位。

1—6月,东莞进出口总额7492.8亿元,大增16.5%,拉高同期广东省外贸整体增速2.4个百分点。

宁波虽然也实现了6.1%的快速增长,但7218亿元的总额略低于东莞。

从月度增速看,东莞进出口值已连续15个月保持同比增长。

出口增速方面,东莞和宁波两地分别为10.6%、10.1%,差距尚且不大;但进口增速却大相径庭。

东莞上半年进口增速为27%,而宁波则为负增长1.6%。

从东莞进口产品来看,农产品、纸浆、肥料等进口增长尤其明显。上

半年,东莞进口农产品95亿元,增长58.7%;纸浆、纸及其制品47.2亿元,增长11.6%。此外,矿物肥料及化肥进口大增3677.9倍。

总体来说,长三角和粤港澳大湾区两大城市群在上半年的外贸表现均呈稳中向好,但大湾区大部分城市上半年的进口表现好于出口,长三角则整体在出口上表现更好。

数据表现也很明显:上半年,长三角地区进出口规模超8万亿元,同比增长5.4%。其中,出口额达5.22万亿元,增长9.9%,占同期全国出口总值的40.1%;进口额2.94万亿元,比去年同期下滑了0.05万亿元,占同期全国进口总值的33.5%。

大湾区内地9市在上半年进出口总额达4.38万亿元,增长4.3%,占全国的20.1%。其中出口额2.79万亿元,增长1.2%;进口额1.59万亿元,增长10.2%。

广州出口增速位居十强市之首

大湾区城市普遍进口强劲,但也存在一些例外。

广州作为大湾区核心引擎,上半年出口表现尤其亮眼,大涨25.2%,增速在十强市中居首。进口则略微平淡,微涨0.7%。

这与广州的外贸结构有关。以深圳为例,作为典型的“出口导向型”城市,电子信息产品是出口的主力,而广州虽然出口占比也显著大过进口,但电器、

服装等传统产业出口占比依旧较大。同时,由于传统制造业占比较高,广州进口的大宗商品、资源性产品更多,用以服务本地产业链配套。

今年上半年,全国进口下降2.7%,国际大宗商品降价是一大因素。不仅是广州,包括上海、宁波在内的许多城市都受此波及。比如,根据Wind数据,中国天然气进口价格指数(SITC3)在1—6月间整体呈下降趋势,从103.30降至91.40。而广州1—6月进口天然气总额同比下降了15%。

广州在出口方面的增速较快,去年基数较低也是一大原因。

分类别来看,数据显示,广州上半年机电产品出口增长14%,计算机集成制造技术等出口增长51%,服装及衣着附件出口增长19%,汽车同比增长21.1%。同时,广州充分发挥南沙自贸区、4个综合保税区、2个进口贸易促进创新示范区及13个外贸转型升级基地的平台作用,积极开展分拨集拼、飞机融资租赁等业务,拓展多元化国际市场。

长三角城市中的例外——金华,是出口、进口双强。上半年,金华货物贸易进出口总额5086.8亿元,同比增长20.1%。其中出口同比增长20.6%,进口增长16.1%。其进出口上半年增速在外贸十强市中位居首位,进口和出口单独的增速在十强市中都位居第二。

如此快速的增长,也使得金华外

贸总额的排位迅速提升。

2023年,金华在全国尚居第12位;2024年超越成都和杭州跻身十强榜;今年上半年再次超越青岛和厦门,位居外贸强市第8位。

其中,世界小商品之都义乌占到金华外贸的“半壁江山”。

上半年,义乌进出口总值达3247.7亿元,同比增长20.8%;其中出口额2880.3亿元,同比增长21.4%;进口额367.4亿元,同比增长16.6%。

“抢出口”效应带动义乌上半年加速出货。在增长较快的主要出口产品中,家用电器出口同比增长51.9%,汽车零配件同比增长33.3%,体育用品及设备出口同比增长42.3%。

不过,区别于长三角其他城市,金华上半年进口增速也较快。但这离不开金华的进口基数较小,导致变化幅度大。今年上半年,金华的进口额大约只占进出口总额的10.9%。

今年,义乌在进口方面也有所发力,其进口贸易创新发展试点监管平台入选浙江省进口高质量发展项目计划。2024年12月25日,义乌进口贸易创新发展试点启动并落地首单业务。义乌商城集团探索优化事前证照管理方式,搭建全流程一站式数字化监管平台。首批日用百货、家电、玩具3类试点商品运行数据显示,该平台商品检測认证效率提升75%,费用成本下降15%~30%。■

为贸易便利 海南即将全岛封关

时代周报记者 曾思怡 发自广州

海南自贸港封关时间定下来了。

国家发展改革委副主任王昌林7月23日在国新办新闻发布会上表示,关于海南自贸港封关的具体时间,经批准,定于2025年12月18日正式启动。“封关不是封岛,而是要进一步扩大开放,促进海南自贸港高质量发展。封关后,海南与国际的往来将更加顺畅自由,与内地的联系将保持便捷高效。”

为什么选择12月18日?王昌林表示,1978年12月18日,党的十一届三中全会开启了改革开放和社会主义现代化的伟大征程。在12月18日这一天启动封关运作,具有重要象征意义,也是向世界展示我国坚定不移扩大高水平开放的决心和信心。

回顾海南自贸港建设脉络:2018年海南自由贸易试验区成立,定位是太平洋和印度洋的“对外开放门户”。2020年《海南自由贸易港建设总体方案》(以下简称《总体方案》)正式公布,明确海南自由贸易港的实施范围为海南岛全岛,对标全球最高水平开放形态,《海南自由贸易港法》等政策文件、法律条文也陆续发布。

而伴随着自贸港建设陆续推进,贸易投资自由化、便利化,当地经济产业获得显著赋能。

2024年,海南旅游业、现代服务业、高新技术产业和热带特色高效农业四大主导产业占海南地区生产总值比重达67%,较2019年提升约12个百分点,在这个过程中逐步缓解对房地产行业的依赖。

怎么封?

海南之前,上一个实行封关运行的是位于广东的横琴。

2024年3月1日,横琴正式封关,实行“一线”放开、“二线”管住(横

琴与澳门特别行政区之间设为“一线”,横琴与中华人民共和国关境内其他地区(以下简称“内地”)之间设为“二线”),以此实现和澳门经济产业的加速融合,并成为内地与葡萄牙语国家和地区的经济、文化沟通桥梁。

与之类似,时代周报记者梳理发现,此番海南封关同样是“一线”放开、“二线”管住。

具体来看,“一线”放开,就是将海南自贸港与我国关境外其他国家和地区之间作为“一线”,实施一系列自由便利进出举措;“二线”管住,就是将海南自贸港与内地之间作为“二线”,针对“一线”放开的内容实施精准管理。

此外,海南下辖4个地级市和5个县级市,海南全岛封关还有一个特征是强调“岛内自由”,即在海南自贸港内,各类要素可以相对自由流通。

从全岛封关的具体安排来看,据王昌林介绍,按照《总体方案》关于“分步骤、分阶段建立自贸港政策制度体系”的要求,结合海南发展实际,制定了现阶段的封关政策措施,具体可以概括为“四个更加”:

一是实施更加优惠的货物“零关税”政策。“一线”进口的“零关税”商品税目比例将由21%提高至74%,在岛内享惠主体之间可以免进口税收流通,加工增值达到30%的可免关税销往内地。

二是实施更加宽松的贸易管理措施。在“一线”进口方面,对全国现有的部分禁止、限制类进口货物作出开放性安排。

三是实施更加便利的通行措施。以岛内现有8个对外开放口岸作为“一线”口岸,对符合条件的进口货物径予放行。

四是实施更加高效精准的监管模式。对“零关税”货物、放宽贸易管理措施货物等实行低干预、高效率的

精准监管,保障各项政策平稳落地。

简单来说,上述“四个更加”也可以理解为:

12月18日海南全岛封关落地后,海南与境外国家和地区贸易往来过程中,享受“零关税”的进口商品目录大幅扩大,可进口货物类型更多,口岸通行方式更加便捷;海南与内地贸易往来过程中,对进入内地货物创新采取多种便捷通行举措。

与此同时,海南常年是我国最热门的滨海旅游目的地之一。在“二线”管住的趋势下,有网友担心去海南度假是否会变得麻烦。

对此,王昌林指出,按照现阶段的封关制度设计,除部分货物从海南自贸港进入内地需要接受查验外,大多数货物以及所有的人员、物品、交通工具等进出海南岛,仍按现行规定管理,封关前后没有变化。

对谁有影响?

2020年,《总体方案》正式发布,提出海南自贸港建设两个阶段的重要任务。

第一个阶段是在2025年前,围绕贸易投资自由化、便利化,适时启动全岛封关运作;第二个阶段在2035年前,进一步优化完善开放政策和相关制度安排,全面实现贸易自由便利、投资自由便利、跨境资金流动自由便利、人员进出自由便利、运输来往自由便利和数据安全有序流动等6方面的自由便利制度。

商务部研究院学术委员会委员、研究员白明告诉时代周报记者,过去数年,海南积极推动贸易投资自由化、便利化,为自贸港封关做准备,推动制定征税商品目录、禁止清单、对外开放口岸建设等一系列软硬件配套。尤其是“一负三正”“两个15%”等税收减免政策颇为超前,有效吸引外来企业落地,推动产业集聚。

海南经济总量和结构也由此迈

上新台阶。当地逐步减轻对房地产业的依赖,形成了旅游业、现代服务业、高新技术产业和热带特色高效农业四大主导产业。

据新华社报道,2024年,海南上述四大主导产业占海南地区生产总值比重达67%,较2019年提升约12个百分点。同时,2018年以来,海南货物贸易、服务贸易年均增速都超过25%;累计吸引外资174亿美元,超过此前30年总和。

白明指出,过去数年,海南在贸易投资便利化自由化方面先行一步,伴随着今年年底海南全岛封关的落地,不仅贸易投资便利化、自由化还要进一步推进,而且人员、货物、资金、数据流动等还会愈加高效。

中国南海研究院公共外交与海南开放研究所负责人兼自贸港研究中心主任于涛也曾指出,海南自贸港强调的是制度型开放、自主开放与单边开放,对标的是CPTPP(全面与进步跨太平洋伙伴关系协定)、DEPA(数字经济伙伴关系协定)等国际高标准的经贸规则,将来会是中国对外开放的最高形态。

从这方面讲,海南自贸港要比内地的21个自贸试验区开放的力度更大、更强,水平更高。

从全岛封关后海南重点面向的合作区域来看,中国企业资本联盟副理事长柏文喜对时代周报记者指出,海南自贸港封关运作后,将充分发挥国内国际双循环重要优势,重点之一是促进与阿拉伯国家在经贸、旅游、文化、教育、清洁能源等领域的合作与开放,未来还将拓展与东南亚等区域的新型贸易服务半径。

在“文旅”方面,柏文喜认为,全岛封关后内地游客仍可买房,但购房逻辑从“短期投机”转向“长期价值”,以及海南全岛封关后的零关税政策将吸引大量企业入驻,随之而来的人口流入将带来新增住房需求。■

改革开放



世界最快高铁 要开在成渝

时代周报记者 曾思怡 发自广州

时速400公里高铁,就要来了。

日前,国新办举行“高质量完成‘十四五’规划”系列主题新闻发布会。国家铁路局副局长安路生在会上介绍,目前正在建设的成渝中线高铁,将于2027年开通,开通之后将实现以时速400公里运营,届时,成渝之间将实现50分钟通达。

这也是如今世界范围内的“最快高铁”,被视为我国高铁技术再一次走入“无人区”的标志。成渝为何被选中?落地后将给当地带来哪些变化?

伴随着这一消息传播,坊间也在讨论和期待:时速400公里高铁是否将陆续推行到我国其他地区?什么样的地区将率先落地类似项目?

同济大学长聘教授、智能交通系统(ITS)研究中心主任杨晓光对时代周报记者分析指出,从当前高铁技术成熟度和今后发展而言,时速400公里,甚至时速600公里、时速1000公里的高铁,在未来一段时间也是可以实现的,但高铁如何布局和提速,是一个系统性的问题,要综合考量工程技术水平、客运需求、成本、效益,以及更长时间维度的可持续性等。

为什么是成渝?

当前重庆、成都之间有两条在运营的高铁线路。

一条是2009年开通的成遂渝铁路,运营时速为200~250公里;另一条是2015年开通的成渝高铁,运营时速为200~350公里,这也是当前两地之间速度最快的主通道。

安路生在发布会上介绍,重庆和成都两地之间每9分钟开行1列高铁,现在每天来往的人员已经超过100万人次。

时代周报记者登录12306平台搜索发现,当前重庆、成都两地高铁通

行时间在1个多小时至2个多小时不等,其中最快的一趟列车,可以实现成都东和重庆西之间1小时7分钟通达。两地通行的高铁价格在90多元至200多元不等。

伴随着成渝中线高铁2027年建成通车,成渝之间通行将再度提速,最快实现50分钟通达,正式进入“1小时经济圈”。

公开资料显示,成渝中线高铁是我国“八纵八横”高铁网沿江通道的重要组成部分。线路自重庆枢纽重庆北站起,向西经重庆市渝北区、沙坪坝区、璧山区、铜梁区、大足区,四川省资阳市、成都市,引入成都枢纽成都站,正线全长292公里。

当前来看,全世界范围内,商业化运营的高铁最高时速为350公里,计划以时速400公里运行的成渝中线高铁,将是全国乃至全球范围内最快高铁。那么,最快高铁为何率先落地成渝?

其实在2021年,国铁集团印发的《“十四五”铁路科技创新规划》就明确提出,将依托沪渝蓉沿江高速铁路等工程项目开展CR450(即试验速度为450公里每小时、商业运营速度为400公里每小时的高速列车)科技创新工程基础设施工程化技术验证,其中新建沪渝蓉高铁重庆至成都段正是成渝中线高铁。

其后,2022年开工的成渝中线高铁,成为我国首条预留400公里时速条件的高速铁路。

杨晓光分析,时速400公里高铁的落地,不仅需要成熟的技术支撑,其落地环境和条件也需要满足以下要求:

一是停靠站点之间距离要适中,站与站之间距离太短,则动车跑起来没多久又要停下,这种频繁的起降速度会导致提速效果不明显;且能耗颇高,成都与重庆之间约300公里,距离相对合适。

二是时速400公里的动车,相对更需要平直的高铁线路,相对京津冀、

长三角、大湾区等,成渝之间建成区相对较少,有利于平直高铁线路的规划布局,另外,成渝之间虽然高山峡谷较多,但可以通过修隧道、架桥等实现平直的高铁线路。

杨晓光还指出,往来成渝的客流量较大,也在一定程度保证了成渝中线高铁建成通车后的运行效益。

成渝融合再加速

从区域发展角度而言,率先布局时速400公里高铁,也意在推动成渝两地乃至成渝经济圈的融合再加速。

近年来,我国加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。

在此背景下,成渝作为我国中西部经济高地,同时位于“一带一路”和长江经济带交汇处,是西部陆海新通道的起点,其战略地位和经济地位进一步提升。

2020年,成渝地区双城经济圈的概念被首次提出,并上升为国家战略;2021年,《成渝地区双城经济圈建设规划纲要》(以下简称《纲要》)发布,意味着双城经济圈建设即将进入全面加速阶段。

同年,《国家综合立体交通网规划纲要》发布,成渝地区双城经济圈和京津冀、长三角、粤港澳大湾区并列我国四大国际性综合交通枢纽集群。

时代周报记者梳理《纲要》对于成渝经济圈轨道交通方面的布局,大致归纳为三个主要方向:一是强化“双核”即重庆、成都之间的联通;二是强化核心城市与周边中小城市的联通;三是建设出川出渝的高铁通道,强化与其他重要城市群、都市圈的往来。

“双核”联通方面,《纲要》提到要实现“重庆、成都1小时可达”。当前来看,成渝两地已经实现高铁通行1个多小时可达,伴随着成渝中线高铁2027年通车,成渝间高铁通行还可以缩短至1小时内,即50分钟。

另外,对我国高铁产业而言,未来时速400公里高铁的商业化落地,也将成为我国高铁出海的“金字招牌”。

中国交通运输协会新技术促进分会专家委员解筱文对时代周报记者指出,从经济角度讲,高铁在旅客运输客票收益、城市经济带动的效果之外,未来产生效益的方式,应该是高铁的商业模式创新,即打开全球高铁建设的市场蓝海。

“而手握领先全球的高铁运行速度,在一定程度上代表拥有领先全球的高铁技术水平,让世界高铁标准由本国定,这可以说是中国高铁出海的最好营销。”解筱文说。

川渝高铁里程提升显著

再把目光放至川渝地区。

率先布局最快高铁之外,当地高铁总里程也于近年实现“逆袭”。

解筱文指出,过去很长一段时间,四川高铁建设较慢,因为山高山多,地质条件复杂,增加了高铁建设的难度和成本,“加之彼时四川经济基础相对薄弱以及规划滞后,当地经济发展相较于东部沿海地区仍有差距,资金和技术支持相对不足”。

也有观点认为,根据公共交通出行领域的“1000公里理论”,1000公里以内高铁竞争力更大,1000公里之外航空占优。

而川渝地处西南腹地,距离我国京津冀、长三角、粤港澳大湾区等重点城市群颇远,正是1000公里开外的位置,前往这些地方,坐飞机是性价比更高的选择,这也让当地早年高铁建设相对乏力,民航建设更为发达。

不过得益于近年战略地位提高和经济产业发展成效赋能,近年川渝高铁里程提升显著。

从数据层面来看,2024年年底,重庆高铁在运营里程1170公里,排在全国第19位。可对比的是,5年前,即2020年年底,重庆在运营高铁里程

896公里,排在全国第21位。

四川更为明显。2024年年底,四川高铁在运营里程为2497公里,位居全国第5位,运营里程和排名均牢据全国第一梯队。要知道在2020年年底,四川高铁在运营里程仅为1577公里,排在全国第13位。

另一方面,“市市通高铁”常被用于评价一个省份高铁覆盖率的指标。截至目前,全国已有11个省份实现“市市通高铁”。

四川虽然高铁里程居于全国第一梯队,但省内还有多个州市未通高铁。

具体来看,时代周报记者梳理发现,四川下辖21个市州,还有7个市州未通高铁,且未通高铁的城市主要位于川西地区。这是因为川西地区山高路险,且城市体量较小、人口密度较低,很长一段时间,对于这种类型城市而言,高铁建设成本颇大,机场是更具性价比的选择。

不过考虑到相关地区地形复杂、高铁落地难度大,若将时速160~200公里的动车组也纳入“高铁”统计范畴,则四川仅有阿坝州和甘孜州未通高铁;若将在建高铁线路纳入统计,则到2027年,四川可实现20州市皆通高铁或动车。

解筱文认为,“市市通高铁”是评价铁路建设的重要指标,但并不是唯一的标准。“高铁之外,川西地区也可以考虑采用更加适宜的交通规划,如发展高速公路、航空等,以满足当地居民的出行需求;同时,也可以加强区域间的交通连接和协作,提高整体交通网络的覆盖率和通达性。”

杨晓光也指出,是否通高铁,以及高铁通达后采取怎样的运行速度、发车频率,关键取决于相关地区的出行需求。

在全国高铁网络布局基本成形的基础上,新的高铁线路规划要综合考量运输效益和运营成本,保证高铁运行的效能、质量和可持续性。■

重庆进入人均收入十强 重回“消费第一城”

时代周报记者 王晨婷 发自广州

随着上海经济数据的发布,上半年“消费第一城”的争夺战结果出炉:重庆凭借约40亿元的微弱优势超过上海,再度荣登宝座。

上半年两地的拉锯可谓激烈。第一季度,重庆抢过上海连续守了七年的“消费第一城”称号,以西部黑马之势惊艳众人。5月,凭借消费市场的爆发,上海“王者归来”,夺回首位。但这个情况并未持续太久,1个月后,重庆再次迎头赶上,以上半年8300.37亿元的社零总额,超越了上海的8260.41亿元。

这座位于西部的“消费第一城”,长期被视为“能花钱”的城市。值得一提的是,重庆如今也开始展现“会赚钱”的能力,在人均收入的排名上也有了亮眼表现。

根据国家统计局日前公布的31个省份上半年人均可支配收入,重庆上半年人均可支配收入达到22117元,较去年同期增加1081元。对比去年全年,重庆的人均收入排位从第11位跃升至第9位。

这一跃升背后,释放出怎样的信号?重庆的人均收入为何实现突破?接下来,重庆又将如何借由收入增长撬动更强的内需动能,守住“消费第一城”的宝座?

能挣:十年收入翻番

今年上半年,重庆居民人均可支配收入为22117元。其中城镇居民人均可支配收入是28051元,农村居民人均可支配收入是11845元,较去年

同期分别增加了1216元、693元。

如果把时间线拉长,在十年前的2015年上半年,重庆居民人均可支配收入为10407元,城镇和农村则分别为14307元、5194元。

也就是说,在十年内,重庆居民收入翻了一番。如果放到31个省份中来看,重庆的人均收入排位在十年内并无太大变化,长期稳定地居于第11位左右。而到了今年上半年,重庆实现跳跃,超过内蒙古和辽宁,升至第9位。

“这主要得益于重庆在产业结构优化、财政政策投入和消费场景创新方面的持续发力。”西南大学经济管理学院副院长、教授黄庆华分析认为,近年来重庆大力发展智能网联新能源汽车、新一代电子信息制造业、高端装备制造等新兴产业,带动高质量就业岗位增加,提升了整体工资性收入水平;同时财政政策持续发力,今年上半年重庆财政继续发力支撑增长,一般公共预算支出保持提升,重点投向社会保障、教育、就业等民生领域,为中低收入群体增收提供有力保障。

另外,重庆市统计局在6月底也公布了2024年重庆市城镇单位就业人员平均工资统计数据:城镇非私营单位就业人员年平均工资为117546元,同比增长3.4%;城镇私营单位就业人员年平均工资为65098元,同比增长1.8%。

重庆市统计局相关负责人介绍,私营单位年平均工资水平前3位的行业是金融业、信息传输及软件信息技术服务业、卫生和社会工作;规上企业中,中层及以上管理人员年平均工资为171304元,专业技术人员为

120295元。

不难发现,城乡居民收入差距大、非私营和私营单位就业人员工资差距大,依旧是重庆面临的问题。

黄庆华建议,可以扩大农业农村有效投资,推进乡村全面振兴,增加农村居民就地就近就业,逐步缩小城乡收入差距;同时完善劳动力市场制度,完善民营企业的工资指导机制,逐步提高员工工资水平。

根据重庆市统计局近日公布的《2024年重庆市高质量发展统计监测报告》,2024年以来,重庆以更大力度稳定和扩大就业,全年累计向1.56万户企业发放就业补贴17.3亿元,为33万户企业降低失业保险费31亿元;促进34.5万高校毕业生等青年留渝来渝就业创业。

更能花:守住“消费第一城”

收入与消费相辅相成。在今年以来发布的多份提振消费的文件中,提升居民收入都被视作关键方式。

从人均消费支出来看,上半年,重庆居民人均消费支出为14001元,与人均收入排位一样,在31个省份中同样位居第9。但重庆的另一个消费数据长期表现突出。上半年,重庆全市实现社会消费品零售总额8300.37亿元,同比增长4.5%,比去年同期提高0.7个百分点。

而根据上海市统计局数据,上半年,上海市社会消费品零售总额8260.41亿元,同比增长1.7%。虽然上海在5月曾短暂夺回“消费第一城”,但在半年的节点中,重庆更胜一筹。

重回“消费第一城”的宝座,重庆靠的是什么?

根据重庆市统计局分析,在政策支撑方面,今年3C数码类产品首次纳入补贴范围,有效带动相关商品销售快速增长。截至6月底,全市家电、手机数码累计涉补交易326.82万单,共涉及补贴资金17.01亿元。上半年,全市限额以上通信器材类零售额同比增长31.9%,比去年同期分别提高10.4个百分点;汽车类零售额增长1.0%,比第一季度回升4.2个百分点。

时代周报记者注意到,今年以来,重庆促消费举措频频。第二季度以来,一场贯穿全域、全季的消费盛宴,通过文旅融合、场景创新与政策联动,推动消费市场回暖向好。数据显示,仅在4—6月,重庆市累计举办各类消费促进活动700多场,拉动直接销售额70亿元。

“第三季度还将开展40场市级重点活动和787场区县活动。作为年度消费盛宴的重头戏,2025不夜重庆生活节于7月11日启幕,将持续至9月底。”重庆市商务委消费促进处副处长刘朝斌介绍,涵盖200余场活动的夏日消费季,整合超亿元消费福利,成为“全域全季消费潮”的核心引擎。

作为中西部地区唯一的国际消费中心城市,重庆在消费方面仍有巨大潜力。7月15日,重庆发布《提振消费若干措施》,以26条具体举措提升消费能力。

其中提到,对2025年购置居家适老化改造产品的,给予不高于实际成交价格20%的补贴,最高补贴3000元;推动离境退税地域和规模双扩围,三年内全市离境退税商店达到200家;发展演唱会经济,对引进演艺赛事活动的主办单位给予奖励等。

消费盛宴



湖南岳阳的“赶烤”计划

时代周报记者 阿力米热 发自北京

夜里11点,夜市里热气蒸腾,空气都带着焦香。

香气从街边的烧烤摊而来。铁网被烤得通红,师傅左手翻着牛油,右手撒把现磨的辣椒面,火星子“噼啪”溅在围裙上。

每一个操作步骤,都有师傅自己的想法。但是,这即将被岳阳烤成了一门专业。

据岳阳发布消息,岳阳开放大学与岳阳市烧烤协会联合成立“岳阳烧烤研究院”,开展专业的人才培养。

按照人力资源和社会保障部消息,“烧烤料理师”已被明确纳入“中式烹调师”职业之内的新工种。换言之,这是一份基于现实需求、具备成长空间的职业,拓宽的不仅是个体职业发展路径。

实际上,岳阳想要的不止如此。

近期,岳阳发布了提振消费的若干措施,当中提到要培育“岳阳烧烤”地理标志产品,支持、指导申请和注册“岳阳烧烤”国家地理标志商标。

按理来说,岳阳不缺标签:坐拥岳阳楼、洞庭湖这样的顶级IP,此举为何需要想打“烧烤牌”?除了扩大就业面、扩容消费,岳阳还想要什么?

为什么是烧烤?

岳阳烧烤,起源于20世纪80年代的庙前街区。当时,几盏炭炉、几把孜然,就能让这条老巷夜夜飘香。

岳阳市烧烤行业协会会长孟引帅告诉时代周报记者,这里最早的是烧烤摊是新疆老板开的,后经湘菜风味的融合与改良,形成了独有岳阳味道的烧烤。此后,小摊变门店、门店成连锁,逐渐普及至全国。

烧烤与生俱来的烟火气,让它迅速成为亲友围炉夜话的天然社交场。再加上湖南豪放火辣的夜宵文化,烧烤便自然而然地融入了岳阳的日常。

据岳阳市烧烤行业协会统计,目

前岳阳的烧烤门店超2000家,从业人员5万余人,年产值超20亿元。

对一座城市而言,这无疑为其注入了活力,但烧烤与城市联结所催生出来的,远不止于此。

最近的例子是淄博烧烤。

2023年3月,淄博烧烤因“大学生组团到淄博撸串”的话题火爆出圈,吸引了大量游客前来打卡。数据显示,仅3月份,淄博接待外地游客数量达到480多万人次,超过淄博常住人口总和,同比增长134%。

从最直接的消费数据看,2023年第一季度,淄博实现社会消费品零售总额313.6亿元,同比增长8.3%,增速高于全省、全国。对比同年1—2月数据,3月份的消费直接拉高了第一季度的消费增速。

激增的游客直接拉高了旅游收入。数据显示,2023年淄博旅游收入达630亿元,约占淄博当年GDP总量的14%。

中国劳动关系学院文化和旅游政策研究中心副主任翟向坤接受时代周报记者采访时说,烧烤自带的烟火气和社交属性,极易在社交媒体上形成话题传播。这能为城市带来巨大的、低成本的线上曝光,吸引游客打卡,迅速提升城市知名度。

“其次能带动即时消费与夜经济。烧烤是夜间消费的主力军,能显著拉动餐饮、酒水、食材供应链、交通、住宿等相关消费。”翟向坤说。

这为岳阳激活城市的消费潜能、提高城市吸引力等方面提供了可借鉴的经验。

7月初,岳阳印发《岳阳市提振消费若干措施》提到,要培育“岳阳烧烤”地理标志产品,支持、指导申请和注册“岳阳烧烤”国家地理标志商标。此外,近年岳阳还举办了岳阳美食周·啤酒烧烤节、岳阳烧烤技能大赛等活动推广岳阳烧烤、提升文旅活力。

“美食是旅游体验的核心要素之一。特色烧烤可以成为吸引游客的理由,并与其它旅游资源(景点、文化体

验)结合,形成‘美食+文旅’的深度游线路,延长游客停留时间,提升旅游综合收入。”翟向坤说。

对于岳阳成立“烧烤研究院”、推动“烧烤料理师”职业化评职称的举措,翟向坤认为这不仅可以培养人才,更能向市场传递“专业、正宗、高品质”的信号,塑造岳阳烧烤的品牌形象,从而提升城市的吸引力。

据了解,岳阳烧烤研究院首批计划三年内培养1000名兼具理论素养与实践技能的“岳阳烧烤新匠人”。同时,还将联合岳阳烧烤行业协会制定《岳阳烧烤行业标准》《岳阳烧烤行业人才等级评定标准》,编制《岳阳烧烤产业发展规划》,共建面向全国的“岳阳烧烤产业园”。

“烧烤职业化与标准化的背书,在美食IP中是具有开创性的。通过研究院推动标准化的工艺和核心配方,确保品质底线和基本风味统一,同时鼓励在统一框架下的特色创新,挖掘文化内涵,保持品牌的活力和新鲜感。”翟向坤说。

不止烧烤,不止文旅

论文旅资源,岳阳坐拥洞庭湖、岳阳楼标志性景观,曾因“衔远山,吞长江”的《岳阳楼记》一文名动天下。论美食,小龙虾更是一张“城市名片”。湖南小龙虾产量居全国第三,岳阳贡献了近三分之一的产量。

已经拥有众多名片的岳阳,为什么还要打“烧烤牌”?这样的布局下,岳阳实际想要什么?不妨从其经济发展寻找答案。

从经济实力看,岳阳连续26年稳居湖南省经济第二城。2024年岳阳GDP首次突破5000亿元大关,达5127.66亿元。放在全国范围看,这一成绩居于全国城市60强。

从产业看,石化产业和临港产业是岳阳的优势所在。数据显示,石化产业是岳阳首个千亿元产业,产值和税收分别占全省60%和70%,在经济中有着举足轻重的地位。

与此同时,依托洞庭与长江水道这一地理优势,岳阳的临港产业也极具竞争力,城陵矶港便是其中的突出代表。该港不仅是湖南唯一通江达海的港口,还是全球港口50强、长江八大深良港之一。

这些产业虽为岳阳打下厚实家底,但不容忽视的是,传统产业升级步伐相对缓慢,再加上省会长沙的“虹吸效应”,岳阳面临着人口流失的现实挑战。

时代周报记者梳理发现,岳阳常住人口从2010年的574.61万人逐年下跌到2024年的498.75万人。若不考虑人口出生率、死亡率因素,岳阳的常住人口下跌幅度在全省仅次于邵阳,流失幅度居全省第二。

要吸引人口回流与集聚,培育新兴产业、扩大就业面、提升城市吸引力就是重要路径。

在翟向坤看来,岳阳以烧烤为切入点正是可行方向。烧烤本身产业链条绵长,从食材供应(农业、畜牧业)、调料生产、餐饮设备制造,到物流运输、餐饮服务、文旅导览等,每个环节都能为岳阳创造大量灵活就业和创业机会。

以此为基础的文旅驱动,能显著提升本地就业韧性。尤其在服务业领域,还能有效激活本地与外来的消费内循环,在一定程度上优化本地生活环境。这些作用叠加起来,有助于缓解人口外流压力,特别是能为本地中青年提供更多元的就业和创业选择。

“但我们也应清醒认识到,文旅驱动无法替代实体产业的根本性作用。尤其是先进制造业和现代服务业,在创造高质量就业岗位、提升城市综合竞争力和居民收入水平方面,有着不可替代的价值。”翟向坤说。

这意味着,文旅相关产业是岳阳经济拼图中的重要一块,它需要与其他产业发展、城市功能提升、营商环境优化、公共服务改善等战略协同推进,这样才能更有效地解决人口与就业问题,为城市发展注入持久动力。



从“酒都”到“动力电池之都” 挖掘下一个千亿产业群

时代周报记者 周松清 发自宜宾

经济总量站上4000亿元台阶后，宜宾正在挖掘下一个千亿产业群。

7月24日，2025（第二届）产融合作大会在四川宜宾举行，围绕“健全多层次金融服务体系，支持加快推进新型工业化”的核心主线，来自国家部委、金融机构、产业龙头等千余名代表齐聚长江首城，共探共商金融赋能实体经济的有效路径。

从2020年首次入选，再到2024年持续入选，持续入选国家产融合作试点城市的宜宾，其产业升级变迁之路和其探索实践的“科技—产业—金融”良性循环方案，成为各方关注的焦点。

宜宾市委书记方存好在开幕式上表示，宜宾市持续聚焦做优金融服务，赋能实体经济，助力优质白酒、动力电池、晶硅光伏、数字经济四大千亿产业聚集，推动新型储能、数字能源、智能网联新能源汽车、人工智能等未来产业破局起步。

近年来，宜宾抢抓新能源产业发展风口，大力拓展数字经济新蓝海、绿色新能源“一蓝一绿”产业带，已经初步构建起多元化的现代产业体系，2024年宜宾市经济总量超过4000亿元，位于四川省第三。

“科技—产业—金融”加速融合

2025（第二届）产融合作大会由中国信息通信研究院主办，以“产融联动创新 合作共创价值”为主题，聚焦实现新型工业化关键任务，进一步凝聚深化产融合作共识，激发产融合作新动能，切实服务地方经济，加强对重大战略、重点领域和薄弱环节的金融支持。

时代周报记者获悉，本次产融合作大会上，发布了“支持新型工业化创新金融产品矩阵”“中试保融通”综合金融服务方案“创新积分制2025”等系列金融“工具包”。

在本次大会上，深交所还联合四川省经信厅发布了“四川省专精特新企业上市培育信息系统”，这也是四川省首个专注于专精特新企业上市服务的综合培育平台。

该系统创新性整合交易所的专业培育服务与省市工信部门的政务服务，首次实现“专精特新企业—地方工信部门—交易所”三位一体的数字化协同培育，可为专精特新企业提供高效、智能的培育服务平台。

除此之外，本次大会上，一系列战略合作、试点基金、合作项目在现场签约，将助力推动制造业转型升级、



推动AIC股权投向产融联动的创新领域，尤其是四川省18个重点产融合作项目现场签约，为天原集团、丝丽雅集团、新能源汽车创新中心、和光同程、三江绿城等企业注入金融“活水”，将更有力地推动四川制造业高质量发展。

四川省科技创新投资集团是现场签约的代表企业之一，该公司副总经理张志强透露，将围绕四川省重点产业链，关注全国范围内的“链主”和“链属”企业，助力四川省重点产业链强链，同时，围绕战略性新兴产业、未来产业，坚持投早、投小、投硬科技，积极抢占前沿赛道，从技术源头参与项目孵化，补齐增强重点产业链关键环节和基础能力。

GDP跨入4000亿元大关

大会所发布的金融支持举措，是宜宾市探索实践“科技—产业—金融”良性循环创新方案的一个缩影。

近年来，宜宾市坚持以金融“活水”精准浇灌产业，陆续出台《产融合作试点实施方案》《金融服务实体经济若干措施》等文件，出台金融支持实体经济13条支持政策，创新推出宜创贷、园保贷、制惠贷等金融产品。

数据显示，截至6月末，全宜宾市存贷款规模超1.2万亿元，居全四川省第3位，贷款余额增速连续38个月保持全四川省第1位。

不仅如此，宜宾还持续探索“以产兴城、以融促产、科技赋能”的新路

径，产业蓝图不断跃迁。最为人津津乐道的是，宜宾从无到有的动力电池产业集群。

在2020年时，宜宾动力电池产值尚不足20亿元，2023年、2024年，宜宾连续两年动力电池产值超过千亿元，产量占全国的16%以上，全球的10%。正因如此，在“酒都”之外，宜宾也被誉为“动力电池之都”。

这得益于宜宾抢抓国家“双碳”政策机遇，抢占绿色新能源、数字经济新蓝海等产业风口，推动产业结构向“一蓝一绿”转型。

以绿色能源占比高、水运优势、川内锂矿资源等，抓住动力电池龙头企业宁德时代落户，并且宜宾对其提供强力助推。在宁德时代投产初期，宜宾仅用81天时间，在最短时间内完成1000亩土地平整交付，协助其快速落地建设。

宁德时代官方信息介绍，四川宜宾基地是宁德时代全球最大动力电池生产基地之一，是全球首家电池零碳工厂，也是全球第二座锂电灯塔工厂。该基地广泛应用人工智能、工业物联网与柔性自动化技术。

在宁德时代的带动下，宜宾快速集聚了电池的正负极材料、电解液、隔膜、结构件等产业链配套项目120个，形成了完备的动力电池全产业链生态。

同样的逻辑，宜宾也将其复制在晶硅光伏产业上。

宜宾迎来英发德耀，这是首个落户宜宾的投资超百亿元、产值超百亿元的“双百亿”光伏企业。

依托龙头企业，宜宾快速集聚了硅料、硅棒、硅片、电池片、组件项目37个，率先在全四川省完成了全产业链布局。

通过构建产业生态圈，宜宾的动力电池、晶硅光伏、优质白酒三个产业入选了四川省先进制造集群首批培育名单。

宜宾的GDP也得到快速增长。在2021年首次突破3000亿元大关后，2024年又突破4000亿元大关，三年的时间实现千亿元增长。

在2019年以前，全国GDP百强城市从未见宜宾的身影，2020年以来，宜宾年年进入百强名单，且排名总体持续上升。

区域经济聚集度也更加凸显，宜

宾经济总量占全四川省的比例也在逐年提高，从2017年的4.91%提高至2024年的6.19%。

挖掘下一个千亿产业群

宜宾的城市定位也在发生变化。

从2016年的“川南区域中心城市”，到2018年定位为“长江上游区域中心城市”，再到2021年的“现代化区域中心城市”，涵盖和辐射范围持续扩大。

目前，宜宾是成渝地区双城经济圈南翼中心城市、长江经济带重要节点城市，是四川工业大市，工业总量稳居全四川省第2位，连续三年入选全国先进制造业百强市，也是第二批和第三批国家产融合作试点城市。

宜宾并不满足于此，在白酒、动力电池之外，还在挖掘更多的千亿产业群。

在宜宾四大主导产业中，优质白酒产值早已突破千亿元，正迈向世界级优质白酒产业集群，动力电池连续两年产值超千亿元，全球每十块电池就有一块“宜宾造”。

晶硅光伏则实现弯道超车、建成全省最完备的光伏产业链，数字经济引进字节跳动、腾讯等150家头部企业，智能终端年产量占全省超50%，两大产业预计3~5年将迈上千亿元新台阶。

在未来产业中，宜宾快速拓展的储能、智能网联新能源汽车产业新赛道，今年均有望突破百亿元；同时，宜宾还在积极拓展通用人工智能辅助、低空经济、具身智能等新赛道。

今年7月，宜宾走进北京开展推介活动，现场发布涵盖五大领域14类场景的人工智能城市深度应用场景机会清单，签约数字经济、新型储能等项目122个，投资额超400亿元。

7月21日公布的2025年上半年GDP数据显示，上半年宜宾GDP为1779.84亿元，同比增长5.0%。规模以上工业增加值同比增长6.7%，“4+4+4”产业增加值上半年同比增长6.9%，其中智能网联新能源汽车增长55.7%、动力电池增长25.1%、晶硅光伏增长23.8%。

宜宾市市长廖文彬在发布会上表示，将顺应科技革命和产业变革发展带来的机遇，推动新型储能、数字能源、人工智能、智能网联新能源汽车等未来产业破局起步。

宜宾市表示，以此次大会为契机，将全力建设现代化区域中心城市和制造强市，让产业与资本在这片热土上持续“共舞”，为探索“科技—产业—金融”良性循环贡献更多宜宾智慧和方案。■

破局
起步



中国式现代化是在改革开放中不断推进的 也必将在改革开放中开辟广阔前景

一个基层科员的AI烦恼

时代周报记者 傅一波 发自广州

34岁的孙通纳,是长三角某二线城市政府部门的基层科员。AI加入工作系统后,他的生活变了。

“效率不一定加倍,但工作量肯定翻番。”孙通纳说。

孙通纳的工作大多和文字打交道。过去,他的办公桌上时常堆满各种纸质材料,用以应对不同场合的发言需求。一份讲话稿,初稿、修改稿、分管领导审阅稿、定稿、整理稿、印发稿——前后得花上两天。

现在,纸质材料被收进了角柜,取而代之的是两个常驻电脑桌面的AI写作软件。发言材料、总结汇报,常规的文件先交给AI起草,他再进行润色提交。上级提出修改意见,他复制进对话框,让AI执行。

“工作变成了‘传声筒’,领导不方便直接对AI说的,就通过我转达。”孙通纳苦笑。

几个月下来,他算是适应了。

办公楼的吸烟点,是孙通纳和同事适应之后的集中吐槽点。

比如,看起来两天的工作,AI几分钟就完成。但是否真能用、是否合适,用过才知道。

它(AI)是出了“活”,但对于培育AI的人,新麻烦也来了——这是孙通纳和部分同事对于AI的共同感受。

AI在宏观的叙事中被称为“解放双手的工具”。可在现实里,它更像是一个单面的透视玻璃,映出现实里最琐碎、最真实的一面:效率与秩序、技术与情绪、指令与人性,混在其中,彼此纠缠。

成为“AI公务员”之前

事实上,孙通纳说, AI走进他和同事的生活比外界想的早很多。

2024年夏天,孙通纳所在部门开了一场名为AI赋能的会议,畅谈人工智能在日常办公中的应用与实践。他所在的部门不到20人,普遍在35岁以下,多数是文科出身。会后,大家一度不以为意。

直到数个月后, AI正式进入了工作视野。

去年10月,孙通纳和同事被要求“先熟悉AI工具”,“认识软件,知道哪个好用”。

这是他们工作变化的前奏。

孙通纳说,首先而来的是加班。原本的工作就让他感到吃力。如今,他和同事们都得用业余时间来完成试用的任务。同样的问题,写进不同的AI软件里,答案全然不同。他得在这些庞杂的回应里面,找到领导认为靠谱的最优解。

这只是理论层面。落在实践层面的工作,孙通纳得花更多时间。

孙通纳和同事被要求梳理在政务大厅窗口遇见的问题,把听到的、看到的和能想到的全写下来,塞进试用的一款AI软件,试图让它给出一个有效的回应。

“都是模板化的答复。”孙通纳觉得这不实用,“很多问题不是设定好模板就能回答。”他遇过的真实情况是,一位老人带着一摞务工简历,希望工作人员能帮忙背调。“这怎么用AI来回答?”但AI的出现,就是能让人觉得无所不能。

软件好不好用不是重点,孙通纳要做的是写出逻辑清晰的使用体会,提出让软件能真正赋能到实际工作的建议。

孙通纳花了一晚上,写了大约600字的试用汇报。文末,他特意写道:“在政务大厅内遇到的问题涵盖市民生活方方面面,此汇报不能一一罗列清晰,仅供参考。”

“其实想说的是,部门人手不足,同事们已经竭尽全力在加班做了。”孙通纳说,考虑到保密要求,很多工作都没办法交给实习生或者外包来解决,只能靠内部工作人员来摸索,“这其实占据了不少原本的工作时间。”

如果说这些还只是预热,那么2025年春节前后的系列动作,则宣告AI全面介入了孙通纳的工作。

先是春节期间,工作群里领导陆续发出DeepSeek等AI模型的新闻和试用视频。领导连发信息:“趁着过



节,快点熟悉。这是年后重点。”

节后第一天,开年大会照常召开,主题围绕“人工智能将深度改变办公方式”。

孙通纳把这个问题丢给了AI:写一篇AI动员会的讲话稿。他连续输入指令,界面频繁报错:“服务器繁忙,请稍后再试。”

断断续续的试验,他终于整理出了一段话:“以积极主动的姿态拥抱、学习新技术,掌握DeepSeek等大模型使用方法,运用人工智能辅助决策、分析问题,以‘人脑+AI’增强能力、提升工作效率。”

孙通纳的理解是,先提升效率。完成上级交办的任务是主要的, AI能帮助他在快速响应的过程中提升速度。

其次是质量。“AI快速响应的成果肯定不能直接取用,我得挨个看过、改过,才算完成。”他以写讲话稿为例,AI没法完全吃透人的想法,到最后还是得不断花时间,甚至是加班来培训AI,这跟提升效率可能是矛盾的。

尽管如此, AI与政务的连接已经进入多个应用场景。

譬如2月,全国多地都在政务系统接入DeepSeek,并在本地部署和应用,从公文处理到民生服务,从应急管理到招商引资,几乎涵盖了政务服务的全链条。

AI话题登上微博热搜,“AI公务员”一度成为网民热议的关键词。

“我们真的会被AI取代吗?”面对人们的猜想,孙通纳和同事们有过这样的想法。

AI上岗=减负?

得到上述答案之前,孙通纳已经感受到AI带来了一些便利。

“确实减负了。大量的非常基础的工作是可以用的,有时候还能用来进行文本错误的筛查”。

孙通纳所在的部门是文稿密集型部门,每天主要工作是写与改。讲话稿、会议纪要、政策通告、调研报告——一份完整文件通常要经历五六轮修改,甚至十多轮。

刚接入AI的时候,孙通纳和同事是高兴的。

孙通纳说,写讲话稿有了“第一稿”;写报告能“起个头”;写总结报告能一键梳理关键词、生成逻辑大纲。更重要的是,有些繁杂但必须做的文字工作,用AI确实节省时间,比如把十份材料合成一份,从文字材料里提炼主旨观点,“AI挺靠谱”。

那段时间,孙通纳加班都变少了。但那是短暂的“黄金期”。

不久之后, AI的能力开始在政务系统中逐渐铺开。

在孙通纳如今使用的最新AI系统内,整合了三类功能:政务问答、行政写作、公文草拟。他可以通过“模板窗口”输入标题关键词,让AI自动生成不少常规的公文。

从表面上看,至少这样的工具能够大大地减少人工的工作压力。有报道称,深圳AI政务助手上线首日,就回答了超过8000个问题,平均每天帮助超2000名市民办理业务。

但落至更具体的工作,孙通纳说还得靠人。政务大厅里的AI替代了前台的第一道问询,但复杂问题依然需要人来兜底,“市民的问题五花八门,不是所有东西都能归档回答”。

AI进入政务工作的速度越来越快。今年4月,孙通纳工作的地方发布《高质量发展三年行动计划》,其中就点出要深入实施“人工智能+”行动。

换言之,与AI有关的话题进入更多工作场景。

上级要的反馈时间越来越短,孙通纳和同事被迫要更快、更好地完成工作。有同事私下里提过意见,结果被告知,让尽快学会善用AI工具,“花了大力气部署的AI,就是要让大家开始用,总不能只当个摆设”。

于是,孙通纳使用AI工具的频率越来越高,培训AI的时间也越来越多,加班的时间也越来越多。

像在给AI打工

要说AI与政务的融合,孙通纳感觉还是差点意思。

一个例子是,孙通纳需要写一篇“AI助力基层治理”为主题的讲话稿。在输入指令后, AI在20秒内生成了1200字,通篇充满了常见的公文词句,比如赋能基层、重塑治理模式、打造智慧城市……

上级领导看完之后反问了一句,“你理解我在讲什么吗?”

孙通纳不敢接话。他当然知道这意味着什么:AI不懂“讲什么”和“怎么讲”的区别,更不懂在不同场合下的用词分量,“话”要讲到什么份上”。

比如发言稿,上级领导会在批注里改了几个词:“推动——换成深化”,“成效显著——换成阶段性成果”,“大力落实——换成有序推进”。

虽然全篇改动不大,但语义完全不同。他说,“某些特定的词汇得规范使用”。

材料里要传达的,不只是字面内容,更是上级与下级之间的距离感与含蓄规则。这样的修改, AI看不懂、也学不会——它不太懂“留白”,也不懂“拿捏分寸”。

最后,孙通纳只好推倒重来。后来干脆改了策略——先让AI写初稿,再拆写、重组,有时干脆拿它当个素材库,从中抠出几句能用的形容词。

“我越来越像在给AI打工。”孙通纳说。

这种折返式的工作方式,没能提升效率,反而变成额外的负担。

在体制内,还需要考虑信息安全问题。一名曾在搜索引擎公司任职的技术工程师向时代周报记者表示,在许多政府部门,数据安全一直是重点任务。

这意味着,正在办公室使用的电脑可能不太适应现在的AI运行速度。

孙通纳那台用了六年的老机器,加载了两个AI软件之后,风扇发出的噪声越来越响。只要打开Word文档、网页和AI平台,系统就会跳出提示条:“内存占用过高,建议关闭窗口。”

有一天下午,孙通纳同时处理三个文件,一次性喂给AI几十条指令,结果系统直接崩溃。几个小时的工作内容没有保存,只能坐在椅子上,对着黑屏发呆。

“我们和AI,可能是一种彼此拖累的关系, AI强,电脑硬件差……”

更大的麻烦还在于:AI的数据池,是个半真半假的“混合体”,它会一本正经地制造错误。

有一次,孙通纳要写“本市过去三年AI相关应用概况”,结果AI列出五条“重点成果”,其中两条纯属捏造,

甚至还配了数据指标。回查来源时,他才发现系统引用的是“类似地区”的旧材料——样式对了,数据却错了。

问题的根本在于, AI仍在学习阶段。许多本地政务信息无法联网、无法入库,也无法喂给它做基础。系统后台的数据更新滞后,模型输出的答案自然也错漏百出。它能熟练地套用模板,却难以判断真假。

于是孙通纳学会了一件事:先怀疑AI,再查证AI,最后“重写AI”。

某种程度上,这像极了孙通纳小时候抄书的方式:写下来,背一遍,再划掉重抄一遍——一直到像是自己的话为止。

继续与AI为伴

李开复曾说:2033年前,40%的工作岗位会被AI替代。人们的梦想与专业可能在不知不觉中被AI蚕食殆尽。更深层的危机,不是失业,而是“失去了作为人的价值”。

李开复在《AI未来进行时》里写了一个场景:一群被AI取代的工人,被安排在一间房子里,通过VR操作不存在的建筑工地,体验“像工作一样的游戏”。他们不知道,那不过是一场安慰人心的幻象。

如今,孙通纳似乎身处其中。

AI写稿、AI制表、AI汇报……从使用AI,到配合AI,到服务AI,“人”的角色逐渐变成了中介者和协调者。

6月底,市里下发了一份《AI应用效果调查问卷》,其中三个问题是:

1.您认为人工智能在哪些方面改善了您的工作?

2.您对人工智能的未来发展持何种态度?

3.您主要在哪些场景使用人工智能产品?

领导在会上提醒:“认真填一下,看看AI到底有没有帮到大家。”

孙通纳认真思考了一下,给出了几个正向的答案。在他的概念里,经过长时间磨合的AI,应该会越来越好。

几周后,结果出炉:91.67%的调查者表示满意,83.33%的人认为“AI提高了工作效率”。

其实,无论结果如何,孙通纳还是要继续和AI为伴。

6月中旬,孙通纳又接到了新任务,当地要全面铺开AI,需要抽调各部门的人去夜校讲课,要连着开50场的AI培训。

孙通纳依然先把这个问题丢给了AI——帮着写培训的教案。尽管他知道生成的结果还是需要花上更多时间去调整。但时间紧,至少得先有个初稿给出去。

回到最初的问题, AI会取代公务员吗?

孙通纳的感受是,有些工作确实是被分担了——材料起草更快、办事流程整理得更顺。也正因为此,对于公务员的要求也在水涨船高:用得不够快、不够准,可能变成了能力问题。

孙通纳说, AI带来的,不只是效率革命,也对自己提出了新的考验。

“我们既要教会它,还要保证不被它取代。”

孙通纳不怀疑AI的价值,他说“毕竟这是大势”。

只是,在AI大势之下,孙通纳和他的同事们仍旧需要时间来磨合。

(应采访对象要求,文中的孙通纳为化名)

服务
AI



石破茂拒绝辞职 这位日本首相在坚持什么？

时代周报记者 马欢

7月21日，日本第27届参议院选举完成计票。据新华社报道，由自民党和公明党组成的执政联盟丧失参议院过半数议席。

加上去年已经在众议院选举中失去过半数席位，自民党自1955年成立以来，首次在日本国会众参两院都未能取得过半数席位。

即便如此，日本首相石破茂表示，希望继续执政。据环球网援引彭博社7月27日报道，尽管自民党内部要求石破茂辞职的呼声日益高涨，石破茂仍表示，他打算继续担任首相一职。石破茂在接受日本广播协会(NHK)采访时表示，自己必须对刚刚公布的美日贸易协议的落实负责。

但石破茂的政治地位已岌岌可危。自民党内最高顾问麻生太郎此前明确表示，会采取措施，“不会允许石破茂继续执政”。

内外交困之下，石破茂的内阁民调支持率已降至20.8%，创上任以来新低，跌入日本政坛的“危险水域”。

选举三连败

在本次125个改选议席中，自民党获得39席，公明党获得8席，加上未改选的75席，执政联盟在日本参议院共有122席，低于选前的141席。



继去年10月众议院选举后，石破茂再一次在大型选举中失利，若加上今年6月的东京都议会选举，已经是三连败。

本次选战焦点之一是物价上涨对策，自民党与公明党没有提出要降低消费税，而是承诺每人发放2万日元（约合人民币968元）的现金补贴，但选民们对此并不买单，称之为“大撒钱政策”。

加上米荒问题反应迟缓、内阁成员失言，以及对政治献金问题缺乏积极处理态度等，接连出现失误，执政联盟败局已定。

与此同时，主张限制移民并承诺

“日本人优先”的新兴右翼政党参政党一举跃升为第四大党，不少媒体将这一变化视为日本政治进一步右倾化的“危险信号”。

有媒体还担心，日本政坛的这场震动，可能会影响日美贸易谈判，尤其是在农业和企业等关键领域。

谁将掌舵日本

面对选举惨败，自民党内要求石破茂下台负责的呼声越来越高。特别是由麻生太郎带领的麻生派，已经对外透露，绝不允许石破茂继续留任。

石破茂和麻生太郎其实早有过节。早在2009年，麻生太郎担任日本

首相时在众议院选举中失利。彼时，石破茂身为麻生太郎内阁成员，却要求麻生太郎立即辞职。时隔16年，这次轮到麻生太郎出手了。

围绕石破茂去留与否，日本各界高度关注。据媒体报道，一场“倒石破风暴”正在自民党内部酝酿，而在东京的日本民众则高举“石破，不要辞职”的标语牌，希望石破茂能坚持下去，社交媒体上，附带“石破不要辞职”标签的帖文也广泛传播。

目前，日本政坛面临多种可能。

第一种可能是石破茂辞职。据新华社报道，在日本历史上，桥本龙太郎和安倍晋三都曾因自民党在参议院选举中失利而辞职。

如果石破茂辞职，自民党将在一个月内举行总裁选举。届时，如果在野党未能形成统一战线，自民党新总裁将出任首相。

至于石破茂的党内接任者，有媒

体指出，呼声最高的是日本前经济安全保障担当大臣高市早苗。紧随其后，还有日本前首相小泉纯一郎之子小泉进次郎，以及前经济安全保障担当大臣小林鹰之。

媒体还透露，前首相岸田文雄也试图接替石破茂，谋求重新上台。自今年3月以来，他一直定期与麻生太郎等人会面，表达重新担任首相的意愿。

而目前最野心勃勃的，是64岁的高市早苗。她被视为已故日本前首相

安倍晋三路线的继承者，在自民党党内属于最右翼的保守派。

在去年的自民党总裁选举中，高市早苗就曾与石破茂激烈厮杀，不过最终在第二轮的国会议员决选投票中惜败。

此次选举投票前，高市早苗就明确表示，她将挑战下一次的自民党总裁选举。“我已经下定了决心。我将为此而战！”

不过，有媒体指出，与众议院选举不同，参议院选举后并不进行首相指名选举，因此即便执政联盟在众参两院都未占多数，首相仍有可能继续执政。这也是为何石破茂至今坚持留任的原因之一。

尽管日美关税谈判已经告一段落，但考虑到后续相关政策的连贯性，日本方面也有可能选择由石破茂继续执政。当然，他的执政基础必然会被削弱。

而对于自民党来说，还有一件更糟糕的事，那就是由于在野党已掌握众议院多数，若他们在首相指名选举中成功整合，将有望推举新的日本首相，让自民党与公明党的执政联盟双双下野。

根据6月的民调数据，在野党方面，立宪民主党的党首野田佳彦是最受欢迎的人选，其次是国民民主党党首玉木雄一郎。

石破茂能坚持到最后吗？

李在明执政50天： 对内撒钱促消费 对外关税谈判压力大

时代周报记者 马欢

7月24日，是韩国总统李在明执政满50天的日子。

他上台面临的是一个经济表现不佳的韩国：内需不振叠加关税冲击，大财阀利润暴降，小企业陷停业潮。

在7月已公布的第二季度财报中，韩国经济的两大支柱集团，三星和LG，利润纷纷暴跌。有媒体预测，在接下来要公布的财报中，现代汽车和起亚汽车的业绩也将下滑。

大财阀业绩不好，小企业则更难了。仅去年一年，韩国全国申报停业的商户数量已破百万，创下自1995年以来的最高纪录，且超过四成的商户考虑在未来三年内终止经营。

企业经营情况堪忧，经济增速预期也受到了影响。亚洲开发银行在7月23日发布的报告中，下调韩国今年经济增长预期至0.8%。这一预期较该行4月发布的预期值低0.7个百分点。

不仅仅是亚洲开发银行，韩国央行和韩国开发研究院(KDI)也已将韩国今年经济增速预期大幅下调至0.8%。这是韩国首次预测今年经济增速不及1%，引发了国内对经济衰退的担忧。

随着美国总统特朗普宣布，将在8月1日起对韩国在内的多个国家加征关税，韩国经济接下来或将面临更大的不确定性。

撒钱发消费券

6月初，韩国新一任总统李在明上台首日，韩国经济便交出了一份“负增长”的成绩单——今年第一季度韩国实际GDP环比萎缩0.2%。

不少媒体用内外交困来形容韩国经济。对内，消费支出急剧下滑，家庭债务飙升，前总统尹锡悦去年12月3日宣布的戒严令带来了一波政治混乱，也影响了韩国国内投资；对外，特朗普政府的关税政策引发全球贸易紧张局势不断升级，对依赖出口的韩国经济构成了严重威胁。

多个主要机构已将今年韩国经济增长预期从先前的1.5%大幅下调

至0.8%。有媒体称，这种停滞水平只发生在1997年亚洲金融危机、2008年全球金融市场崩溃以及2020年新冠疫情时等。

为解决经济难题，李在明上任后签署的第一道行政命令，就是要求组建“紧急经济检查工作组”，强调必须以最快速度出台补充预算，缓解内需困境，重振出口引擎。

6月19日，上台刚满两周的李在明政府正式通过总额高达30.5万亿韩元（约合人民币1586亿元）的“第二次追加更正预算案”。这是在5月1日通过的第一轮补充预算案追加支出的基础上，进一步追加了约20.2万亿韩元（约合人民币1050.4亿元）。

韩国总统李在明在追加的预算中，约75.2%即15.2万亿韩元（约合人民币788.9亿元）将用于刺激消费与投资。具体将分两轮，向全体国民发放15万~50万韩元（约合人民币780~2600元）不等的消费券。以四口之家为例，平均将获得约100万韩元（约合人民币5190元）的消费券支持。

此外，预算方案还包括多项经济刺激项目，如提振建筑业景气、促进新兴产业投资、强化就业、支援弱势群体等。

6月26日，李在明在国会首次发表施政演说时再度强调，韩国经济正处于“绝望”境地，拯救经济迫在眉睫。

百万商户倒闭潮

为了提振经济，李在明还亲自下场促消费。

7月11日，李在明现身韩国的一家饭馆。在公众的镜头下，这位韩国总统穿着衬衫，大口吃肉，还为旁边的食客倒酒。此举除了想营造自己亲民的形象，更多的是想呼吁韩国民众“多出去吃饭、多出去消费”。

李在明表示，他听取了大家对物价和经济状况的真实感受，强调将以此为基础，制定更细致的民生政策。“只有街道、小巷活了，经济才能活。”李在明说。

但对于当下的韩国政府来说，刺激消费并非易事。

据《环球时报》援引韩联社报道，

韩国国税厅7月6日发布的数据显示，2024年全国申报停业的商户数量首次突破100万家，达到100.82万家，创下自1995年以来的最高纪录。韩国商户停业率自2023年起已连续两年上升，2024年达到9.04%，即平均每10家营业体中就有近1家当年停业。

至于倒闭的主要原因，主要为经营状况持续恶化、对经济复苏缺乏信心、资金紧张及高额贷款利息负担、原材料价格上涨以及租金、人力、水电费等经营成本增加。

在高利率、高物价环境下，这些个体工商户不得不靠借债维持经营，随即陷入恶性循环。

据韩国央行数据，截至今年第一季度末，弱势个体户的贷款逾期率达12.24%，创下自2013年第二季度（13.54%）以来的最高水平。

对此，一名在首尔市经营小吃店的商户表示：“每个月光偿还贷款利息就要近90万韩元（约合人民币4671元），物价持续上涨但顾客却在不断减少，今年靠刷卡才坚持下去。”

即便是没倒闭的商户，日子也不一定好过。另一项调查显示，有超过四成韩国个体工商户在调查中表示，考虑在未来3年内终止经营。

为了解决商户的困难，除了向民众发放消费券，鼓励走出去消费，李在明政府还拿出6000亿韩元（约合人民币31.2亿元）用于扩大发行地方商品券，提升地方商圈活力。

此外，政府还将启动“特别债务清算机制”，计划减免113.4万名小商户和个人的历史债务，最高减免额度为5000万韩元（约合人民币26万元）。

然而，李在明的一系列措施属于常规性的短期刺激手段，不仅难以触及深层结构性矛盾，还给他带来了质疑声音。

前总统尹锡悦此前所在的国民力量党，就对李在明政府的撒钱政策提出了批评。该党党鞭宋彦锡说：“这是一次以总统当选为由举办的撒钱式庆功宴。如此巨额的现金支出，不仅效果存疑，还可能带来房价飙升、通胀上行、财政恶化等连锁反应。”

韩国国会表示，由于李在明政府

再次追加预算，由此国家债务占GDP的比重明年将首次突破50%。这一数字引发了市场对韩国财政可持续性的担忧。

韩国企划财政部预计，即便退出预算案，韩国经济全年增速仍可能低于1%。韩国企划和财政部第二次官林岐根表示：“此次补充预算案虽无法彻底解决所有困难，但它是振兴经济的第一步。”

特朗普狮子大开口

6月13日，李在明邀请韩国五大集团总裁及六大经济团体负责人到总统室举行座谈会。三星电子会长李在镕、SK集团会长兼大韩商工会议所会长崔泰源、现代汽车集团会长郑义宣、LG集团会长具光谟、乐天集团会长辛东彬等主要韩国财阀掌门悉数到场。

为了拉拢这些财阀掌门，李在明说：“韩国经济的核心就是企业。政府最重要的是予以积极支援和协助。”

受特朗普政府关税政策的影响，韩国财阀们今年的日子普遍不好过。

7月7日，LG电子发布了业绩报告，第二季度营业利润为6391亿韩元，同比减少46.6%，环比减少49.2%。第二天，也就是7月8日，三星电子也公布了2025年第二季度初步财报，营业利润为4.6万亿韩元，同比下降55.94%，环比下降31.24%。这是三星电子近6个季度以来，最低的利润水平。

对于利润暴降的原因，三星电子并未公布各部门收益明细，但有内幕的消息称，三星芯片部门的营业利润下滑最厉害，较去年同期下降逾90%。LG方面则表示，受主要市场消费信心恢复势头缓慢的影响，尤其是美国从今年第二季度起的贸易政策，导致关税成本上升，市场竞争激烈，经营环境逐渐恶化。

除了三星和LG，受关税影响，现代汽车和起亚汽车第二季度的利润也面临下滑压力。韩国国内预测，这两家集团第二季度营业利润比去年同期减少15%以上。

钢铁等韩国主要工业领域，也受到了美国政府的关税冲击。韩国产业

通商资源部数据显示，受美国对全球钢铝产品征收25%关税影响，今年上半年韩国钢铁出口额为156.3亿美元，同比下降5.9%，其中5月和6月分别下滑12.4%和8%。

韩国最大的钢铁制造商——浦项制铁今年第二季度营业利润预计为6468亿韩元，同比下滑14%。而韩国第二大钢铁制造商——现代制铁也同样面临利润下滑的局面，预计第二季度营业利润为831亿韩元，同比下降15.2%。

6月，特朗普政府又宣布，对钢铁和铝产品的加征关税从25%上调至50%。这一消息对本就业绩下滑的韩国钢铁出口来说，无异于雪上加霜。

对于李在明来说，如何与特朗普政府谈成贸易协议，至关重要。

但这并非易事。7月15日，据媒体报道，特朗普政府在谈判中，向韩国“狮子大开口”：要求放宽牛肉、水果进口限制，并设立4000亿美元投资基金支持美国制造业复兴，否则8月1日起对韩国加征25%的“对等关税”。

对于李在明来说，这两个条件均难以承受。

有媒体直言，4000亿美元相当于韩国年度国家预算的80%以上，远超韩国财政承受能力；要求韩国开放农牧市场，则直接冲击本土农业。

韩国政府内部人士对媒体表示：“尽管（韩国）政府为了尽量降低‘对等关税’和汽车关税，曾针对农产品进口和松绑各种非关税壁垒，准备了许多方法，但是美国商务部长卢特尼克却聚焦在4000亿美元投资基金的设立。”

目前，韩国政府派出的团队已经抵达美国与特朗普政府进行谈判。在这场韩美高级别经贸磋商中，韩国政府已决定不将大米和牛肉市场开放作为谈判筹码，考虑将扩大能源作物进口当作新的筹码。此外，韩方还向美方提出名为“让美国造船业再次伟大”(MASGA)的造船合作项目，项目金额达到数百亿美元。

距离8月1日“对等关税”生效的日子越来越近，留给李在明政府的时间不多了。

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 | 基金第二季度增持股份行、区域行

半年已揽下660亿美元 中国创新药出海“爆单”

时代财经 张羽岐

以2015年药品审评审批制度改革为起点,过去十年堪称是中国医药史上变革最为迅速的十年。这十年间,中国创新药开始从本土走向世界,在创新动能与政策红利的双重驱动下,全球医药产业正加速迎来“中国时刻”。

根据中邮证券研报,2025年上半年,中国创新药License-out(许可授权)总金额已接近660亿美元,赶超2024全年BD(商务拓展)交易总额。

巨额交易频现是眼下中国创新药“出海”的一大亮点,其中最引人注目的是一笔来自三生制药(01530.HK)的交易。

今年5月,沈阳三生制药宣布向辉瑞(PFE.US)授予公司自主研发的突破性PD-1/VEGF双特异性抗体SSGJ-707在全球(不包括中国内地)的开发、生产、商业化权利,其高达12.5亿美元(约合人民币89.6亿元)的首付款刷新历史纪录,引发市场强烈反响。

这笔交易无疑是中国深度融入全球医药创新网络的生动注脚。自2019年百济神州(ONC.US;06160.HK;688235.SH)的泽布替尼在美国成功获批,实现中国创新药出海“零的突破”起,时至今日,以传统的许可授权、并购模式和新兴的NewCo模式为代表的BD策略,已成为中国创新药企打通全球市场的黄金路径。从过去的技术引进,到现在的反向输出,中国创新药“出海”正从量变走向质变。

多名药企与医药投资界受访者告诉时代财经:“一个好的产品、一项好的技术,要想真正得到市场认可,肯定不能局限于本土化。过往,出海不是想不想,而是能不能的问题。当下,中国创新药企的实力不断提升,大部分药企具备了出海的能力,也获得了跨国药企(MNC)的认可。出海,即走向国际舞台,是必然的步骤。”

近年来,与MNC合作成为中国创新药企业的战略重心,而MNC对中国创新药资产的关注度也同步攀升。

动脉网今年6月发布的《中国创新药企:迈向全球市场的创新药BD主题报告》显示,MNC对中国创新药资产的青睐主要体现在数量多、金额高及全球领先三个方面。近十年来,头部MNC加速与中国药企的合作,且当前,超过90%的头部MNC已BD中国创新药管线;过去五年,中国成为全球BD出海增长最快的国家。而自2015年伊始,尤其是在2021年及以后,MNC在华BD交易总额、首付款与单笔交易金额出现快速拉升,MNC与中国创新药企的合作模式也进一步升级,开始加码早期创新。

据上述主题报告不完全统计,在MNC与中国创新药企的交易中,默沙东、阿斯利康、礼来制药排名前三,其中默沙东自2015年以来,与中国药企的重磅交易总计近20件。

中国创新药在全球产业链中的地位急剧攀升绝非偶然。这种能级跃迁的背后,既是药审改革十年来制度红利持续释放的必然结果,也是中国医药企业从技术跟跑到全球竞合的实力印证。

在全球医药创新的浪潮中,中国正展现出前所未有的活力与影响力。随着技术的持续迭代,以及与国际合作的深化,中国创新药出海将进入“质

量与规模双升”的新阶段。从模仿、跟随着源头创新,中国创新药的新航海时代已经到来。

不出海,就出局

进入2025年,“出海”二字密集出现在医药行业各类场合,成了各方言谈间绕不开的核心。“不出海,就出局”的行业共识,在这一年愈发根深蒂固。

5月20日,三生制药以首付款12.5亿美元、总交易额60亿美元与辉瑞达成全球授权协议,震惊整个医药圈。7月24日,该笔协议正式生效。双方同意,在5月20日公司公告将获得12.5亿美元首付款的基础上,三生制药将额外获得1.5亿美元款项,以进一步授予辉瑞在中国内地独家开发和商业化SSGJ-707的权利。同时,辉瑞将认购三生制药价值1亿美元的普通股股份。

实际上,国产创新药出海交易井喷的盛况远不止于此。

今年上半年,包括联邦制药(03933.HK)、恒瑞医药(600276.SH、01276.HK)、和铂医药(02142.HK)、石药集团(01093.HK)、信达生物(01801.HK)、映恩生物(09606.HK)、康诺亚(02162.HK)、迈威生物(688062.SH)等在内的多家国内药企纷纷将自己的管线进行对外授权,交易项目不乏单抗、双抗、GLP、ADC等热门靶点,覆盖疾病包括肿瘤、自免、减重等多种常见疾病类型。

据时代财经不完全统计,今年上半年,中国药企对MNC的海外授权交易就超过70笔,据部分已披露的数据,其首付款总额达近30亿美元,交易总额达531.36亿美元。

从首付款金额来看,今年3月,诺和诺德(NVO.US)与联邦制药达成合作后的交易预付款排名第二,为2亿美元,仅次于三生制药与辉瑞的交易。此次独家许可协议所涉及的标的是联邦制药的GLP-1/GIP/GCG三靶点受体激动剂UBT251。在这场交易中,诺和诺德将获得该产品在中国大陆及港澳台以外的全球范围内开发、生产及商业化独家权利,而联邦制药则获得丰厚的收入,包括有资格收取2亿美元预付款和最高18亿美元的潜在里程碑付款,以及可收取基于该地区的年度净销售额计算的分层销售提成。

UBT251仍处于早期临床开发阶段,截至目前,该管线已在在中国获批开展针对成人2型糖尿病、超重或肥胖、代谢相关脂肪性肝病(MAFLD)和慢性肾脏病(CKD)的临床试验,并在美国获批开展针对成人2型糖尿病、超重或肥胖以及慢性肾脏病(CKD)的临床试验。

就双方的交易细节、估值以及契机等,联邦生物总经理曹春来并未给予时代财经正面回复,仅表示,“未来对外宣传需要与合作伙伴沟通。”王劲松称。

参与本次交易的律师团队汉坤律师事务所合伙人顾洪告诉时代财经:“交易的促成是双方商业利益契合和市场趋势推动的结果,也是交易标的产品UBT251的价值优势。联邦制药一直致力于实现创新转型,积极深化布局及持续拓展全球市场。而近年来,中国创新药也受到了更多来自跨国制药巨头的关注,这些跨国公司愿意通过许可交易的形式,在中国市场挖掘并投资潜在的具有全球竞争力的产品。”

“交易完成后,我们将尽快将



UBT251推进到肥胖适应证的全球1/2期试验中。”诺和诺德方面告诉时代财经。今年6月20日,联邦制药对外表示已收到来自诺和诺德的预付款1.8亿美元(扣除丹麦预缴税后)。

被业内称为“中国BD数量之王”的和铂医药在今年6月下旬又宣布一笔海外授权交易,其与日本制药巨头大冢制药达成全球战略合作,将其自主研发的BCMA/CD3双特异性T细胞衔接器(TCE) HBM7020的全球开发权益(除大中华区外)授权给大冢制药,交易总金额高达6.7亿美元。

和铂医药公司创始人、董事长兼首席执行官王劲松博士在接受时代财经采访时表示,此次合作是双方基于对自身免疫疾病治疗领域技术突破的共同追求而达成的。近年来,全球范围内自身免疫性疾病的发病率持续攀升,传统疗法在疗效与安全性上存在显著局限,而T细胞衔接器(TCE)技术为这一领域提供了革命性解决方案。

“大冢制药借助子公司Visterra的抗体药物平台,正逐步拓展在自身免疫性疾病领域的研发管线。而其在药物开发方面的深厚经验以及在亚太及欧美市场的强大渠道网络也正是和铂所看重的。和铂医药则依托Harbour Mice全人源抗体平台与HBICE双抗技术平台,在TCE分子设计上实现了差异化创新。双方的合作不仅契合全球医药市场对新型免疫疗法的迫切需求,更体现了技术互补与资源协同的战略价值。”王劲松称。

截至目前,和铂医药已完成17次BD出海交易,成为中国BD出海交易最多的药企。

联邦制药和和铂医药是近年来中国创新药出海实践的缩影。这些案例印证了一个行业共识,即无论是对老牌药企还是本土Biotech来说,出海已成为其生存与发展的必要环节。

“出海,意味着市场更为广阔,在广阔天地里寻找更多的合作伙伴,企业才能获得更有价值的商业回报。”司南智药CEO李逸石对时代财经直言道。

MNC“淘宝”:筛选与博弈

中国创新药资产引发全球关注,在频频产生的巨额交易中,都有MNC的身影。据时代财经不完全统计,2015—2025年间,默沙东、礼来制药、罗氏、辉瑞、阿斯利康、诺和诺德等多家跨国药企的对外扩张动作愈发频繁,通过高金额的战略合作、并购和授权协议等多种方式积极补充管线。与中国药企交易,成为其最重要的选择之一。DealForma数据显示,2024年跨国药企引进的创新药中,有31%的产品来自中国。

在BD交易中,尽管选择是双向的,但往往在卖方(本土药企)与买方,尤其当买方为MNC时的博弈之间,资金实力雄厚的买方更占据主导优势,卖方则更多处于待价而沽的状态,需在耐心与博弈中推进合作。

宜联生物创始人、董事长兼执行总裁薛彤彤曾在接受时代财经专访时表示,在2024年年初与罗氏就靶向间质表皮转化因子(c-MET)的下一代ADC药物候选产品YL211达成合作之前,公司与罗氏经历了长达一年的博弈与等待,最终才达成好的结果。

“在与大公司合作的过程中,力求每个人都认可是不容易的,因此谈的过程也比较漫长。”薛彤彤告诉时代财经,“只有伴随着我们产品、技术平台数据深厚的积累,以及在临床端进一步得到验证,我们才能证明我们是有创新的、有优势的,并有能力落地产品和差异化创新的,他们也才能逐步理解我们的技术理念。”

多名药企与投资界受访者对时代财经表示,在买管线、项目方面,MNC自有一套标准和判断准则。

某跨国药企亚太区域相关负责人刘玲(化名)在今年某论坛期间透露,在BD选择方面,BD团队关注与公司管线相关的疾病谱系。从PCC(Preclinical candidate compounds, 临床前候选化合物)到上市阶段的产品,团队均会关注,关注与选择的重点则是这个产品是否具有创新性,以及区分度。

» 下转P16



在全球医药创新的浪潮中,中国正展现出前所未有的活力与影响力。随着技术的持续迭代,以及与国际合作的深化,中国创新药出海将进入“质量与规模双升”的新阶段。从模仿、跟随着源头创新,中国创新药的新航海时代已经到来。

又有银行半年净利增超10% 基金第二季度增持股份行、区域行

时代周报记者 黄宇昆 发自上海

距离上市银行半年报集中披露不足一个月，已有两家银行提前“预热”。

7月21日，常熟银行发布2025年半年度业绩快报。数据显示，截至今年6月末，常熟银行资产规模已突破4000亿元，同时，该行营收利润继续保持双位数增长。此前不久，杭州银行也公布了其上半年业绩快报，归母净利润增速同样突破两位数。

在受访人士看来，今年上半年，上市银行业绩有望呈现边际改善态势。在此背景下，公募基金第二季度持续布局银行股，前十重仓股中股份行和区域行占比进一步提升。

值得一提的是，为进一步强化投资者回报，提升投资者的获得感和满意度，上述两家银行在不久前举行的股东大会上均已通过了制定中期利润分配方案的相关议案。其中，杭州银行去年已经进行过中期分红，而常熟银行为首次将中期分红提上日程。

对于未来是否会适当提高分红率，常熟银行相关人士向时代周报记者表示，该行重视提升投资者回报，目前正在积极沟通。

利润增速亮眼，拨备略有下降

截至7月21日，A股上市城商行、农商行已各有1家率先“剧透”上半年经营情况。整体来看，两家位于江浙地区的上市银行，今年上半年均取得了亮眼的业绩表现，但增速与去年同期相比略有放缓。

据常熟银行最新披露的业绩快报，截至2025年6月末，该行总资产达到4012.51亿元，较年初增长9.46%。上半年该行实现营业收入60.62亿元，同比增长10.10%；归母净利润19.69亿元，同比增长13.55%。

常熟银行在业绩快报中表示，

2025年上半年，该行坚持聚焦主责主业，资产负债双向发力，负债成本持续下降，客户生态不断扩容，创新业务多点开花，省内版图再启新篇，营收利润继续保持“两位数”增长。

杭州银行作为万亿级别的上市城商行，同样保持了业绩的快速增长。截至6月末，杭州银行资产规模达到2.24万亿元，较年初增长5.83%。上半年实现营业收入200.93亿元，较去年同期增长3.89%；实现归母净利润116.62亿元，较去年同期增长16.67%。

资产质量方面，两家银行均保持较低的不良贷款率。截至6月末，杭州银行不良贷款率为0.76%，与年初持平；常熟银行不良贷款率为0.76%，较年初下降0.01个百分点。

不过，相比于今年年初，两家银行的拨备水平都略有下降，但整体上仍处于较高水平。截至6月末，杭州银行、常熟银行拨备覆盖率分别为520.89%、489.53%，较年初分别下降20.56个百分点、10.98个百分点。

中泰证券发布的最新研报认为，当前银行板块的拨备覆盖仍较为充足，为其基本面韧性提供了坚实基础。2025年即使有货币政策超预期宽松，银行板块仍有较强的能力维持利润正增长。

苏商银行特约研究员薛洪言向时代周报记者表示，2025年上半年，上市银行业绩有望呈现边际改善态势。营收方面，虽然净息差仍会收窄，但受益于社融增长和政府债发行，贷款规模扩张有望减缓利息收入降幅，叠加非息收入的逐步修复，营收降幅较去年同期有望收窄。在营收小幅负增的情况下，依托资产质量总体稳健和拨备释放能力，预计上半年净利润仍能维持正增长，且呈现逐季改善趋势。

基金第二季度增持股份行、区域行

进入7月中旬后，公募基金第二季



度报告也开始进入密集披露期，前十大重仓股的调仓思路备受市场关注。

Wind数据显示，第二季度公募基金前十大重仓股中涵盖了40家A股上市银行，其中有32家银行仓位环比上升。从基金重仓个股来看，民生银行、兴业银行、中信银行等全国性股份行持仓数量环比增长均超过2亿股，民生银行位列首位，持仓环比增加5.82亿股。此外，江苏银行、渝农商行、杭州银行、南京银行等城商行、农商行持仓环比增长也在1亿股以上。

据中金公司研报测算，2025年第二季度银行股基金仓位为4.33%，是2021年第二季度以来的最高水平，环比上升0.86%，主要源于银行板块表现较好，基金持仓偏好提升。分银行类型来看，第二季度国有大行、股份

中泰证券发布的最新研报认为，当前银行板块的拨备覆盖仍较为充足，为其基本面韧性提供了坚实基础。2025年即使有货币政策超预期宽松，银行板块仍有较强的能力维持利润正增长。

行、区域行仓位分别为0.92%、1.32%、1.99%，环比分别下降0.01%、上升0.36%、上升0.52%，国有大行仓位延续第一季度的下降趋势，股份行和区域行占比进一步提升。

近期，上市银行股价迎来持续调整。

7月22日，42家上市银行中仅有5家收涨，常熟银行当日涨幅为0.96%，位列第一，民生银行、渝农商行等跌幅均在2%以上。Wind数据显示，截至7月22日收盘，申万银行指数较7月10日创下的历史高点已跌去5.37%。

有市场分析认为，近期A股市场主要指数向上突破，银行板块在全A指数突破过程中有所波动，另外部分银行股东减持对板块情绪也产生了影响。

对于后续上市银行基本面的展望，多家机构保持乐观。

申万宏源研报分析认为，市场可以对今年第二季度乃至全年利息净收入改善抱有正向预期，这将稳步支撑中报营收表现，背后是负债成本更大幅度的下行有力对冲早已处于历史低位的资产定价水平。其中，处在优质区域、坐享区域β的地方性银行更能以量补价；能沉淀更多低成本结算负债的银行，其利息净收入边际表现也会明显好于同业。

针对下半年银行业的息差走势，薛洪言认为，受益于5月存款利率降幅大于资产端，叠加前期LPR调降的滞后效应消退，行业净息差有望结束下行态势，进入企稳回升通道。

薛洪言还表示，当前仍需关注行业的一些潜在风险，例如零售贷款风险的暴露，尽管零售贷款因小额分散特点整体风险可控，但部分领域的风险冒头仍需警惕；此外，非息收入的分化压力，在利率震荡环境下，银行的投资能力差异可能导致中收表现出现明显分化，对部分银行的盈利稳定性构成挑战。

中国太平李可东“履新” 兼任两家子公司董事长 年内多家头部财险换帅

时代周报记者 谢怡雯 发自上海

中国太平总经理李可东“履新”，兼任旗下两家子公司董事长。

7月21日，太平财险公告称，经中国金融监管总局核准，李可东自7月21日开始正式履职公司董事长。此前4月28日，太平财险董事会审议通过，由李可东担任公司董事长。

7月15日，太平养老也公告称，经中国金融监管总局核准，李可东正式履职公司董事长。

有业内人士向时代周报记者表示，李可东作为集团领导，兼任子公司董事长是比较惯常的操作。

今年以来，同为中国太平体系内的太平人寿也经历了高管变动。3月，太平人寿原党委书记、总经理程永红到龄退休，由赵峰接替出任公司党委书记以及临时负责人；5月，赵峰履新海南省人民政府副省长；6月，王旭泽出任太平人寿临时负责人，临时负责公司党委和经营班子工作。

此外，年内还有太保产险、国寿财险、建信财险在内的多家头部财险换帅，其中既包括集团领导兼任，也有从其他大型险企、银行业“空降”履新等。

长期任职于中国太平集团

今年2月，李可东出任中国太平副董事长、总经理。除本次兼任太平财险和太平养老董事长外，据中国太平官网，目前李可东还担任中国太平保险集团有限责任公司、中国太平保险集团（香港）和中国太平保险控股

公司副董事长、总经理，以及兼任太平资本保险资产管理公司董事长。

公开信息显示，李可东拥有北京航空航天大学动力系航空发动机专业研究生学历，是工学硕士并拥有工程师资质。其曾任职于中国出口信用保险公司，历任业务总监、客户管理和市场开发部总经理、产品管理部总经理、项目风险管理部/国家项目事业部总经理、人力资源部总经理、上海分公司总经理、广东分公司总经理，民航总局办公厅主任等。

同为中国太平体系内的太平人寿，年内也出现了高管变动。

今年3月14日，中国太平召开干部会议，太平人寿原党委书记、总经理程永红到龄退休，由赵峰接替程永红出任党委书记。

太平人寿官网显示，赵峰自2025年3月起出任公司党委书记以及临时负责人，主持公司党委和经营管理全面工作。不过，赵峰已赴海南省政府任职。

5月28日，海南省第七届人民代表大会常务委员会第十八次会议决定，任命赵峰为海南省人民政府副省长。

6月23日，据中国太平官网，王旭泽出任太平人寿临时负责人，临时负责公司党委和经营班子工作。王旭泽自2022年4月起出任太平人寿副总经理，曾任太平人寿市场总监、辽宁分公司总经理、大连分公司总经理、副总经理（主持工作）、天津分公司副总经理、助理总经理等职务。

年内多家头部财险迎新帅

除太平财险外，今年以来还有多家头部财险换帅。

6月7日，太保产险董事长俞斌任职资格获批。此前3月20日，太保产险原董事长顾越由于年龄原因卸任，公司董事会审议通过俞斌担任董事职务。

与李可东相似，俞斌同样是作为集团领导，同时兼任子公司董事长，并且已在集团内部任职多年。

据中国太保官网，俞斌目前为集团党委委员、副总裁，同时担任太保科技董事长。在此之前，俞斌长期任职于太保产险，历任公司非水险部副总经理、核保核赔部副总经理、市场研发中心总经理、市场部总经理、市场总监、副总经理，太保在线执行董事、副总经理，太保集团助理总裁等职务。

今年4月，李祝用的国寿财险董事长任职资格获得监管核准。李祝用于2月调任中国人寿集团党委副书记，后出任公司副董事长、总裁。此前，他在中国人保工作了26年。李祝用拥有法学博士学位，自1998年加入中国人保集团，从分管法律条线逐步升至管理层，历任中国人保集团党委委员、执行董事、副总裁、合规负责人、首席风险官、董事会秘书、法律总监等职务。

除集团领导兼任子公司董事长外，也有从银行业“空降”至保险公司履新的情况。

2月7日，建信财险董事长梁海燕任职资格获批，其同时担任建信财险执行董事、董事会战略发展委员会主任。梁海燕是一名建行“老将”，其在建行任职时间约25年，历任建行广东省分行副行长、总行住房金融与个人信贷部总经理等职务。

对于银行系高管进入险企履新，中国金融智库特邀研究员余丰慧向时代周报记者表示，首先，银行与保险公司之间存在显著的业务协同效应，尤其是在产品交叉销售和服务整合方面。银行拥有庞大的客户基础和销售渠道，这对于保险公司的业务拓展非常有利；其次，银行系高管通常具备较强的风控能力和管理经验，能帮助保险公司提升自身的风控水平。随着金融监管环境的日益严格，监管部门对金融机构的合规要求也在不断提高。

时代周报记者注意到，也有财险董事长拥有地方监管局经验。

今年4月，长江财险原董事长赵红兵履新湖北银行党委书记，并担任董事长，长江财险宣布张龙任党委书记、董事长，提名人选，目前其任职资格尚待监管部门批复。

公开信息显示，张龙曾长期任职于湖北省财政厅，于2018年5月出任湖北省再担保集团党委书记、董事长；2022年11月担任湖北宏泰集团副总经理。在加入长江财险之前，张龙为湖北省委金融委员会办公室副主任、湖北省地方金融管理局副局长。

年内获批开业的东吴财险，其党委书记、董事长宋继峰来自公司第一大股东苏州国际发展集团有限公司（下称“苏州国发集团”），苏州国发集团由苏州市财政局全资控股，宋继峰自2023年起担任苏州国发集团总经理。进入苏州国发集团之前，宋继峰先后任职于苏州市政府办公室、苏州市政府金融办、苏州市地方金融监管局、苏州市财政局等。

亚泰集团拟出售吉林银行3亿股套现或超12亿元

时代周报记者 刘子琪 发自北京

继2024年宣布拟出售东北证券后，亚泰集团（600881.SH）再次转让对外投资的金融资产。

7月21日晚，亚泰集团发布公告，公司拟在长春产权交易中心分别公开挂牌转让直接持有的吉林银行1亿股、2亿股股份，挂牌底价不低于4.19亿元、8.38亿元。

目前，亚泰集团合计持有吉林银行股份9.04亿股，合计持股比例6.88%。其中，公司直接持股7.04亿股，持股比例5.36%；通过全资子公司亚泰医药集团有限公司间接持股2亿股，持股比例1.52%。

本次交易完成后，亚泰集团合计持有吉林银行股份6.04亿股，合计持股比例4.60%。其中，直接持股4.04亿股，持股比例3.08%；间接持股2亿股，持股比例1.52%。

亚泰集团向时代周报记者表示，此次转让股权对于公司所持股权来说占比较小，目前没有出售剩余股份的计划。

亚泰集团表示，本次交易有利于公司优化资产负债结构，补充流动资金，本次交易不会对公司主营业务和持续经营能力产生不利影响。

亚泰集团出售金融资产

亚泰集团始创于1986年，正式组建于1993年，1995年在上交所挂牌上市，现已形成以建材集团、地产集团、医药集团和金融投资、电子商务、商业运营为核心的经营发展格局。

据亚泰集团年报，其对外投资的金融资产仅有东北证券和吉林银行。去年3月，亚泰集团宣布，拟将其持有东北证券不超过30%的股份转让出去。其中，拟将所持20.81%的股份出售给长发集团，拟将所持9%的股份出售给长春市金控或其指定的下属子公司。

公告显示，转让方亚泰集团与受让方之一长发集团同受长春市国资



委控制，且长发集团直接持有亚泰集团3.38%的股份，本次亚泰集团与长发集团的交易构成关联交易。

彼时，亚泰集团表示，本次资产出售将有利于公司优化资产负债结构，补充流动资金，降低财务费用，提升盈利能力；有助于公司产业转型升级，聚焦主业，进一步做优做强，增强核心竞争力。

不过，时代周报记者注意到，转让公告已过去一年多，仍没有后续进展。今年6月28日，亚泰集团再次发布公告表示，公司就上述重大资产出售事项同各相关方持续沟通协商，并积极推进尽职调查等相关工作。本次交易尚处于筹划阶段，具体交易方案仍需进一步论证和协商，尚需按照相关法律、法规及《公司章程》的规定履行必要的决策和审批程序。

对此，亚泰集团向时代周报记者表示，该事项还是正常在推进，没有终止。

近年，亚泰集团的业绩并不理想。2021—2024年，亚泰集团分别亏损12.54亿元、34.54亿元、39.47亿元、29.18亿元，近4年累计亏损超过115亿元。

7月14日，亚泰集团披露业绩预告，预计2025年上半年实现归母净亏损8亿~8.9亿元。业绩预亏主要因东北水泥市场需求下降、房地产行业调整及参股公司投资收益增加等因素所致。

另一方面，二级市场上，亚泰集团股价一度低迷。去年6月20日，亚泰集团发布《关于公司股票可能存在因股价低于1元而终止上市的风险提示性公告》，最低跌至去年6月25日的0.77元/股。

而后，亚泰集团控股股东长春市国资委出手救场，指定长发集团为主体，拟增持公司股份金额1.5亿~3亿元，增持价格不超过1.62元。同时，亚泰集团还推出一份回购方案，拟以3000万~5000万元回购公司股份。

亚泰集团股价也随之上涨，于2024年12月16日达到高点2.89元/股。今年7月22日，亚泰集团收报1.91元/股，涨1.06%，总市值为61.73亿元。

吉林银行半年内完成两轮增资

相对于东北证券来说，亚泰集团持有吉林银行股份较少，但仍占据该行第四大股东的位置。

截至今年第一季度末，吉林银行第一大股东为吉林省金控集团，持股比例达15.58%；第二大股东为韩亚银行（韩国），持股比例9.13%；持股5%以上股权股东还包括长春市融兴经济发展公司、亚泰集团和龙翔投资控股集团，持股比例分别为6.38%、5.36%、5.22%。若亚泰集团此次股权转让成功，则将退出持股5%以上股权股东行列。

近年，吉林银行业绩较为稳健。2022—2024年，该行实现营业收入分别为99.26亿元、124.63亿元、136.45亿元；实现净利润分别为15.40亿元、18.89亿元、14.15亿元。

2022年年末，吉林银行资本充足率为11.63%，2023年降至10.89%，为了补充资本，吉林银行启动增资扩股计划，面向合格投资者以非公开协议方式定向增发不超过25亿股。

2024年12月，吉林银行完成首轮增资，收到力旺集团等6家股东货币出资30.14亿元，其中计入股本7.40亿股，注册资本增至120.87亿元。今年3月，第二轮增资完成，长春润德实业等8家股东出资42.78亿元，其中10.50亿股计入股本，注册资本进一步增至131.38亿元。

增资后，吉林银行资本水平有所补充。2024年年底该行资本充足率上升至11.33%。

根据亚泰集团公告，此次交易以吉林银行净资产评估值为依据确定挂牌底价，据评估报告，吉林银行净资产账面价值为506.02亿元，吉林银行采用市场法评估的股东全部权益价值为506.44亿元，增值额为4248万元，增值率为0.08%，折合每股4.19元。■

险资抢滩IPO“黄金赛道”：泰康举牌峰屹科技 国寿、平安押注华电新能

时代周报记者 王苗苗 发自北京

“长钱长投”，险资提前“埋线”布局IPO。

据中国保险行业协会官网，近日，泰康人寿保险有限责任公司（下称“泰康人寿”）以H股基石投资者身份参与峰屹科技（01304.HK、688279.SH）IPO，投资账面余额为1.79亿元，占其H股发行股份的8.69%，触发举牌。

峰屹科技是一家专业电机驱动芯片半导体公司，2022年4月在A股上市。7月9日，峰屹科技在港交所上市，首日涨幅16.02%；7月21日，收报157.20港元/股，较发行价累计涨幅达30.46%。

此前，中国人寿、平安人寿也以原始股东的身份参与华电新能（600930.SH）IPO，发行前，两者持股比例分别为2.21%、0.61%。7月16日，华电新能登陆A股，首日大涨125.79%；7月21日，收报7.56元/股，较发行价累计涨幅达137.74%。

盘古智库高级研究员江瀚对时代周报记者表示，近年来国家大力推动科技创新与绿色发展，为半导体和新能源等战略性新兴产业提供了广阔的发展空间。对于泰康人寿投资峰屹科技，以及中国人寿、平安人寿参与华电新能IPO，可以看作是保险资本积极响应国家战略布局，通过参与高增长潜力企业的融资活动来优化其资产配置。

泰康人寿1.79亿举牌峰屹科技H股

近日，泰康人寿发布举牌公告称，其以H股基石投资者身份参与投资峰屹科技IPO，投资峰屹科技H股的账面余额为1.79亿元，占峰屹科技上市发行H股股份类别的8.69%，占泰康人寿上季度末总资产的比例为0.01%。

截至2025年3月31日，泰康人寿未经审计的扣除债券回购融入资金余额和独立账户资产余额的总资产余额为16565.96亿元，净资产余额为1552.46亿元，综合偿付能力充足率为321.42%。泰康人寿权益类资产账面余额为2644.53亿元，占上季度末总资产的比例为16.36%。

该笔认购通过受托人泰康资产管理（香港）有限公司管理的账户出资，以泰康人寿名义与峰屹科技签署H股基石投资者协议。

峰屹科技成立于2010年，是一家专业电机驱动芯片半导体公司，2022年4月在A股上市。2024年，峰屹科技实现营收6.00亿元，同比增长45.94%；净利润2.22亿元，同比增长27.18%。2025年第一季度，该公司实现营收1.71亿元，同比增长47.34%；净利润0.50亿元，同比下滑0.29%。

7月9日，峰屹科技在香港联交所主板挂牌上市，共发行1874.44万股，发行价120.5港元，募资总额为22.59亿港元，基石投资者包括泰康人寿、保银、3WFund、华夏基金（香港）、三花智能等，合计认购1.12亿美元。上

市首日，峰屹科技H股大涨16.02%。

作为国内首家实现“A股科创板+H股”双重上市的半导体企业，峰屹科技表示，香港上市是公司全球化战略的关键一步，公司将依托资本市场的力量，持续加大研发投入，深化与国际客户的合作，推动中国智造的高端芯片技术走向世界舞台。

7月21日，峰屹科技H股收报157.20港元/股，当日跌幅3.56%，总市值230亿港元，较发行价累计涨幅30.46%；峰屹科技A股收报197.88元/股，当日跌幅2.65%，总市值210亿元。

时代周报记者就举牌峰屹科技H股联系泰康人寿采访，截至发稿未获回复。

险资“提前埋线”布局IPO

除泰康人寿外，时代周报记者注意到，近日，中国人寿、平安人寿也以原始股东的身份参与了华电新能A股IPO。

7月16日，华电新能登陆A股，募资超180亿元，成为今年以来A股规模最大的IPO，也是电力行业企业战略配售规模最大的A股IPO。华电新能上市首日股价暴涨125.79%，7月21日，收报7.56元/股，当日涨幅13.68%，较发行价累计涨幅137.74%，总市值达3097亿元。

招股书显示，本次发行前，中国人寿持有华电新能7.96亿股，占比2.21%，为第三大股东；平安人寿持

有2.19亿股，占比0.61%，在15家股东中排第14位。此外，中国人寿还通过IPO战略配售进一步增持华电新能3.01亿股，获配金额9.59亿元，上市后持股达10.97亿股，占比2.68%，仍为第三大股东。

据了解，2021年12月，华电新能的前身——华电福新通过增资引战150亿元，引入15家战略投资者。彼时，中国人寿以20亿元战略投资华电福新，成为其最大的战略投资方和第三大股东，平安人寿则战略投资5.5亿元。2022年华电福新更名为华电新能，同年向证监会提交沪市主板上市申请，2025年7月16日在上交所主板完成上市。

中国人寿表示，该项目既是持续推进ESG/绿色投资的重要举措，也是秉承“长期投资、价值投资、稳健投资”的头雁范例。下一步，中国人寿将持续发挥行业头雁作用，围绕金融“五篇大文章”深度挖掘优质项目并提供耐心资本支持，以金融“活水”助力实体经济高质量发展。

平安资管也表示，此次被投企业的成功上市实现了保险资金与实体经济的合作共赢。未来，平安资管将继续提升保险资金服务实体经济质效，进一步发挥好大规模长线资金的优势，以实际行动体现“耐心资本”的应有担当。

除中国人寿外，由中保投资公司发起设立的中国保险投资基金专项基金（下称“中国保险投资基金”），也

以10.07亿元参与华电新能IPO战略配售，获配3.17亿股，成为该项目战略配售投资规模最大的投资者。

盘古智库高级研究员余丰慧对时代周报记者表示，作为“耐心资本”，险资在参与企业IPO时更注重长期价值投资而非短期收益。当前市场环境下，险资“提前埋线”的布局能够以较低成本获取优质资产，但需要应对市场波动带来的风险。

日前，财政部印发《关于引导保险资金长期稳健投资 进一步加强国有商业保险公司的通知》，明确国有商业保险公司的绩效考核优化，将经营效益类指标的净资产收益率和（国有）资本保值增值率的考核方式，调整为“当年度指标+三年周期指标+五年周期指标”，权重分别设定为30%、50%、20%，并要求自2025年度绩效评价起正式实施。

余丰慧称，财政部新规调整国有商业保险公司的考核方式，通过引入3年和5年周期指标，将促使险资更加重视长期稳健的投资策略。新规落地后，险资的长期投资行为预计会呈现出更为审慎和持续的特点，更加注重投资项目的长远价值。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜在接受时代周报记者采访时表示，预计2025—2027年，国有大险企在“硬科技+新能源”的合计持仓占比将由目前的8%~10%提升到15%~20%，对应每年净增资金2000亿~3000亿元。■

东方财富股东折价转让1.59亿股 17家机构拟“接盘”

时代周报记者 蓝丽琦 发自上海

发布股东拟转让股份公告3天后，东方财富公布了本次询价转让定价情况。

7月21日晚，东方财富公告显示，股东沈友根询价转让初步确定的转让价格为21.66元/股，参与本次询价转让报价的机构投资者最终确定为17家。截至7月23日午盘，东方财富报24.12元/股，涨2.46%，总市值3812亿元。本次转让价格低于当前市场价。

东方财富的交易额多次领衔整个A股市场，其市场号召力不言而喻。基于此，市场对于“接盘”东方财富的股权也十分热情。

根据公司此前的公告，沈友根拟转让的股份总数为1.59亿股，以当前初步确定的21.66元/股进行测算，本次转让的总价约34.44亿元。

时代周报记者注意到，沈友根此前有实施过一轮减持，2020年9月至2021年1月期间，其通过集中竞价交易方式累计减持1.07亿股，占当时公司总股本的1.24%。

27家机构参与询价，17家机构拟接盘

公告显示，根据7月21日的询价申购情况，本次询价转让初步确定价格为21.66元/股。

东方财富表示，参与本次询价转让报价的机构投资者家数为27家，涵盖了合格境外机构投资者、基金管理公司、证券公司、保险公司、私募基金管理人等专业机构投资者。上述27家机构投资者合计认购股份数量为3.11亿股，认购倍数达到1.96倍。

接近2倍的认购倍数彰显了机构对持有东方财富股权的热情。东方财富表示，本次询价转让拟转让股份获“全额认购”，初步确定受让方为17家机构投资者，拟受让股份总数为1.59亿股。受让方通过询价转让受让的股份，在受让后6个月内不得转让。

有业内人士向时代周报记者表示，东方财富作为互联网券商的标杆，其特殊性和标杆性在一众国有券商中都很难比拟，具备长期投资的价值。该人士还称，对当下的机构来说，短期投资风险更大，长期持有反而更



具有吸引力。

实际上，自7月18日晚公司发布《股东询价转让计划书》，到初步确定价格及受让方仅有三天，转让进程可谓飞速。

当时公告显示，股东沈友根因“个人资金需求”计划通过询价转让方式转让股份1.59亿股，占公司总股本的1%，占所持股份比例的83.75%。

沈友根为东方财富控股股东、实际控制人，创始人其实的父亲，两者在股东架构中属于一致行动人。不过东方财富表示，沈友根不是公司的董事、监事及高级管理人员。

截至本次股权转让前，沈友根持有东方财富1.90亿股，占公司总股本的1.2%；其实，沈友根及其他一致行动人合计持有东方财富股份比例为22.90%。

时代周报记者从相关渠道获悉，本次转让股份所获资金，股东主要用于投资科技创业类企业。另有业内人士表示，东方财富此次通过引入优质境内外长期机构投资者，形成一、二级股东有序接力的格局，进而优化上市公司股权结构，助力资本市场实现良性循环。

截至目前，东方财富尚未披露具

体的受让方名单。时代周报记者以投资者身份致电东方财富，相关人士表示，最终结果还需等待后续的公告，目前仍在委托券商推进。

中金公司已对东方财富及其股东进行资格核查

公告显示，中金公司受东方财富股东沈友根委托，组织实施本次询价转让。

值得一提的是，中金公司除了需要筛选“具备相应定价能力和风险承受能力”的机构投资者，协调东方财富股东与机构投资者之间的定价以外，还需对本次股权转让方（沈友根）的相关资格进行核查。

从中金公司出具的核查意见来看，本次核查的要点主要聚焦在股东过往的持股期限承诺，股权转让是否受限，以及作为实际控制人的一致行动人其减持是否符合相关要求。

核查公告显示，沈友根拟转让的股份属于首发前股份，不存在被质押、司法冻结等权利受限情形。

根据东方财富2010年3月披露的招股书，彼时沈军（即东方财富董事长其实）、沈友根、陆丽丽（其实配偶）承诺，自公司股票上市之日起36个月

内，不转让或者委托他人管理其现持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

东方财富登陆深交所以来，沈友根已完成其持股期限承诺。

值得一提的是，由于沈友根与东方财富实控人构成一致行动人关系，其股权转让资格核查不仅涉及本人的持股情况，还需核查上市公司的报表情况。

中金公司表示，本次询价转让出让方需遵守《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第16号——创业板上市公司股东询价和配售方式转让股份(2025年修订)》(简称《指引第16号》)中的相关规定，其中还涉及《上市公司自律监管指引第18号——股东及董事、高级管理人员减持股份》(简称《减持指引》)的相关规定。

经中金公司核查，东方财富最近3个已披露经审计的年度报告的会计年度累计现金分红金额，高于同期年均归属于上市公司股东净利润的30%。其次，东方财富最近20个交易日中，任一日股票收盘价(向后复权)高于首次公开发行时的股票发行价格，也高于最近1个会计年度以及最近一期财务报告期末每股归属于上市公司股东的净资产。

综上，中金公司认为，沈友根符合参与本次东方财富股份询价转让的条件。

需要注意的是，《指引第16号》中还提到，出让股东询价转让首发前股份的，单独或者合计拟转让的股份数量不得低于上市公司股份总数的1%。本次沈友根的股权转让比例与该规定相符。

回望东方财富的资本市场之路，其股价在2020年、2021年迎来集中爆发，往后经历2022年、2023年的低迷后，又在2024年的“9·24”行情中一枝独秀，涨幅翻倍。

7月18日，在东方财富公告本次股份转让的当日，公司在互动平台上回应投资者“是否申请国际货币牌照”以及“稳定币业务规划”的情况，东方财富表示，旗下子公司哈富证券已于2024年6月获香港证监会批准，可透过综合账户安排提供虚拟资产交易服务，公司将密切关注相关行业动态。■

“国家队”扫货动向曝光 二季度千亿元投向ETF

时代财经 金子莘

二季度中央汇金豪买沪深300ETF超1300亿元

中央汇金是不少A股宽基ETF的最大份额持有人。从全市场规模最大的ETF基金华泰柏瑞沪深300ETF来看，中央汇金旗下机构的持仓占比二季度末已经高达78.17%，占比接近80%。此外，在多只沪深300ETF中，中央汇金旗下机构持仓占比已突破80%。

据华泰柏瑞沪深300ETF基金2024年的年报，中央汇金投资有限责任公司（以下简称“中央汇金”）和中央汇金资产管理有限责任公司（以下简称“中央汇金资管”）是其第一、第二大持有人，分别持有上市总份额的比例为39.89%、29.78%。

另据中央汇金官网资料显示，中央汇金资管成立于2015年11月，是中央汇金全资控股的资产管理机构。

华泰柏瑞沪深300ETF二季报显示，中央汇金的持有份额并无变动，但中央汇金资管二季度增持了该基金108.74亿份。时代财经从Wind数据资金净流入该基金的数据来看，流通份额变化最大的是4月7日及4月8日，该基金分别迎来连续两日的大额净流入。

如果以收盘净值（数据）估算，以上两日中央汇金资管买入的规模

大致为340.88亿元，如果以该区间净值估算二季度中央汇金资管买入该基金的规模，净流入也超过400亿元。

类似的情况还出现在另外3只规模较大的沪深300ETF基金中，分别是易方达、华夏、嘉实基金旗下的沪深300ETF基金，中央汇金系机构对上述3只ETF基金的增持份额分别为84.29亿份、92.88亿份和55.4亿份。

以上述方法测算，中央汇金及旗下机构累计购买份额合计超过340亿份，以4月7—8日区间净值估算，二季度增持以上沪深300ETF基金的金额累计超过1300亿元。

至于为何中央汇金首选增持沪深300相关ETF，易方达沪深300ETF的第二季度报告中提到，“沪深300指数作为A股市场最具有代表性的大盘蓝筹指数，聚集A股最核心的权益资产，涵盖了各行业龙头，指数表现跟中国宏观经济周期以及各行业龙头上市公司整体盈利状况息息相关，与A股大盘走势基本保持一致。”

上述观点也得到基金业内人士的赞同，该从业人士告诉时代财经，“增持沪深300相关宽基ETF一方面为投资者增强信心；另一方面，沪深300所代表的蓝筹公司对市场的承托能力也更强。”

尽管如此，体量巨大的中央汇金及旗下机构也有布局其他的宽基指数。例如，其二季度也一并买入南方中证500ETF和华夏上证50ETF。不仅如此，中央汇金也已出手增持中小盘股，例如，其同样“现身”华夏基金旗下的华夏中证1000ETF股东名单。

后续资金将向何处去？

穿过二季度的低谷，近期A股市场已迎来一波“小高峰”。

7月21日收盘，三大指数均收涨，沪指更是四连阳创年内新高，盘中一度突破3560.63点，牢牢站稳3500点。不仅如此，沪指、创业板指年内均已创新高，深证成指也是3个月后再度突破11000点大关。

截至7月21日收盘，上证指数涨0.72%，报3559.79点；深证成指涨0.86%，报11074.49点；创业板指涨0.87%，报2296.88点。

时代财经也注意到，历次A股市场回暖一个关键的指征数据是A股开户数。根据上交所的数据，2025年上半年，A股新开户数达1260万户，相较2024年上半年同期的A股新开户数（949万户），同比增长33%。

在悄然开启的这段上行行情中，后市将如何前行，资金可能青睐哪些资产？

博时基金认为，A股近期表现强势，上证指数突破3500点，做多情绪较好。贸易战风险仍未完全落地，但不确定性持续收敛，市场定价逐步转变为对利好敏感而对利空钝化，流动性和风险偏好推动下，指数或有望继续上行，考虑做多思维。结构上，看好具备进攻性、弹性较高的科技成长和处于低位、有望受益于稳增长政策的顺周期方向。行业上，推荐传媒、计算机、机械设备、非银、房地产、食品饮料、医药生物。

摩根士丹利基金则认为，随着新一轮供给侧改革持续推进，PPI有望提前见到拐点，上市公司盈利能力也将持续提升，这对A股将是更为实质的利好。

其进一步分析，“A股市场仍将沿着中国制造的主线演绎，继续看好几个方向：一是科技成长，出口管制的缓和对于具有海外产业链的公司更为有利；二是中国制造，包括高端机械、汽车、军工甚至医药等，其中优质的公司需要重视；三是新消费，部分公司不但牢牢占据国内市场主导地位，海外市场拓展也极为顺利，成为上市公司业绩的新增长点；四是反内卷，尽管当前处于政策的初期阶段，但我们认为部分细分领域的龙头已经具备投资价值。”■

吴礼顺卸任第一创业董事长 掌舵北京市国资委

时代周报记者 蓝丽琦 发自上海

7月21日晚间,第一创业发布公告,吴礼顺因工作调动申请辞去董事长、董事等职务。离任后,吴礼顺将不在公司或子公司担任任何职务。

公告显示,选举产生公司新任董事长之前,由副董事长青美平措代为履行董事长职务。公司将按照法定程序尽快完成董事长的选举工作。

此前7月18日,北京市国资委官网显示,吴礼顺已出任该部门党委书记、主任。

在2023年6月上任第一创业董事长之前,吴礼顺就已经担任第一创业第一大股东北京国有资本运营管理有限公司(简称“北京国管”)的党委副书记、总经理。北京市国资委为北京国管的实际控制人。

三年时间内,吴礼顺从北京国管的党委副书记、总经理升任北京市国资委的党委书记、主任。

这意味着,第一创业将迎来新帅。与此同时,北京市国资委旗下实控另一家券商首创证券,吴礼顺履新后,能否使“首创+一创”的合并成为可能?

第一创业董事长迎调整

时代周报记者从接近第一创业的相关人士处获悉,吴礼顺担任第一创业董事长后,曾在内部提出,公司需重点提升资管业务水平。

公开简历显示,吴礼顺生于1975年4月,于1997年7月开始参加工作,先后在毕马威华振会计师事务所、北京大岳咨询有限责任公司任职。积累超过十年的社会工作经验后,2008年,吴礼顺首次在北京国资体系内担任管理层职务。

2008年6月至2013年2月,吴礼顺就职于北京市基础设施投资有限公司(简称“京投公司”),先后担任计划财务部副经理、融资计划部经理。据公司官网介绍,京投公司是由北京市国资委出资成立的国有独资公司,承担以轨道交通为主的基础设施投融资与管理职能。



2013年2月,吴礼顺进入北京首都创业集团有限公司(简称“首创集团”)担任副总经理,任职时间八年。在此期间,他还挂职央行的调查统计司副司长、河北省住房和城乡建设厅的副厅长等。

2021年2月,吴礼顺首次进入北京市国资委,担任副主任,任职一年时间后,2022年4月调任至北京国管,担任党委副书记、总经理。

吴礼顺进入北京国管的第二年,2023年5月,北京国管成为第一创业的第一大股东。2023年6月,第一创业前任董事长刘学民到龄退休,时任北京国管总经理的吴礼顺进行兼任。

这也是第一创业历史上,董事长人选首次出自第一大股东,对双方都有重要意义。

据第一创业2024年年报,吴礼顺担任公司董事长的同时,还兼任北京股权投资发展管理有限公司董事长、首都文化科技集团有限公司董事长。

如今,吴礼顺回归北京市国资委,一举升任至党委书记、主任,第一创业将迎来新董事长。针对公司是否会换董事长等问题,时代周报记者以投资者身份致电第一创业,相关人士表示,目前不掌握相关信息,一切以公告

为准。该人士还表示,公司下一次董事会会议预计在半年报披露后举行。

截至一季度末,第一创业的第一大股东为北京国管,持股比例为11.06%;第二大股东为北京首农食品集团有限公司(简称“首农食品”),持股比例为4.99%。穿透股权后,首农食品为北京国管的全资子公司。也即意味着,北京国管直接和间接持有第一创业股权比例为16.05%。公司无控股股东、无实际控制人。

“首创+一创”是否有可能?

值得一提的是,北京市国资委旗下实控了另一家券商——首创证券。

券商并购潮起,曾在同一集团旗下的“首创+一创”不断传出合并消息,两家券商规模相当,在地域分布、客户资源上也形成了南、北互补。

吴礼顺在北京国资体系内的升迁,是否会对两家券商的合并产生影响?多名业内人士向时代周报记者表示,实际上,无论是首创证券抑或第一创业,在北京国资版图中占据的体量都比较小,实控人、股东层面的任职,反馈到下属子公司也需要时间。

也有业内人士表示,若“首创+

一创”合并顺利推动,吴礼顺在第一创业的任职就会成为合并方案中的前期历程。不过问题在于,第一创业股权架构极度分散,北京国管合计持股仅有16.05%,前十大股东持股比例仅有33.58%,合并难度不小。

在业内看来,“首创+一创”的合并预期会长期存在,但距离真正执行还充满未知数。

公开资料显示,首创证券的控股股东为首创集团,持股比例为56.77%,为绝对控股地位;公司实际控制人为北京市国资委。

与首创证券诞生于北京不同,第一创业起步于南方,其前身为佛山证券,2017年公司总部整体搬迁至深圳。数十年来,第一创业的核心腹地一直在华南地区,首创集团一度是公司的第一大股东。因此,第一创业与首创证券曾属于同一集团的下属子公司,构筑了集团版图中一南一北的券业格局。

直到2023年,首创集团以非公开协议转让方式,向北京国管转让其持有的第一创业4.64亿股股份,占公司总股本的11.06%。至此,首创集团便消失在前十大股东行列,第一创业的主要股东也更变为北京国管。

随后,吴礼顺以股东管理层身份兼任第一创业董事长的职位,直至此次卸任。在此之前,无论是首创集团还是北京国管,都未向第一创业的核心管理层输送人才。

第一创业的创始人刘学民自1997年起便开始担任董事长,历经前身佛山证券的发展、公司整体搬迁及A股上市等多个时期,直至退休时已任职超过26年,成为券业的美谈。

同时,第一创业总裁也长期由另一名“元老”钱龙海担任,任职时间约12年。2018年7月,第一创业进行内部提拔,聘任王芳为新任总裁,至今在职已满7年。王芳同样为第一创业“老将”,自2004年10月起就进入公司,历任法律合规部总经理、合规总监、副总裁等多个职位,目前担任总裁的同时,还兼任一创投行执行董事、创新资本董事、银华基金董事等多个职位。

新易盛成二季度“最意外”牛股 明星基金扎堆抄底

时代周报记者 时浩 发自上海

随着二季报披露告一段落,公募基金调仓动向同步浮出水面,新易盛成为二季度最令人“意外”的股票。

今年一季度,DeepSeek的横空出世,使得市场对其算力的后续成长出现担忧。当时,新易盛被大量机构抛售。然而,进入二季度,无论是机构持有家数还是持股总数,均较第一季度实现快速增长。

按前复权价格计算,从4月9日46.56元/股最低点,到7月18日触及191元/股峰值,短短三个月时间公司股价涨幅约为310%。7月22日,新易盛股价收报176.71元/股,4月9日至今累计涨幅超过2.5倍。

一季度遭集体减持

作为算力行业代表性公司,新易盛在2025年年初曾被大量机构减持。根据Wind数据,截至2024年年末,共有482只基金重仓持有1.8亿股新易盛;截至今年一季度末,只剩下289只基金持有约1.23亿股。

新易盛遭遇的抛售潮并非个例,而是算力板块阶段性调整的缩影。一方面,在经历2024年全球光模块抢装潮后,今年以来行业进入消化库存周期。

另一方面,尽管新易盛2024年

全年实现营收86.47亿元,同比增长179.15%;归母净利润28.38亿元,同比增长312.26%。但DeepSeek的横空出世,使得市场对其算力的后续成长出现担忧。

在此基础上,包括广发基金冯骋、万家基金莫海波、景顺长城张仲维、中欧基金彭炜等一众基金经理,均选择减仓以新易盛为代表的算力股。

关于减仓原因,中欧基金彭炜向时代周报记者表示,在DeepSeek的产业催化下,2025年年初投资机会从以海外且偏上游的产业链转向了国内及偏下游的产业链,即AI端侧硬件、AI应用相关、人形机器人与智能驾驶等领域;此外,由于国际经贸关系存在的不确定性,进一步降低了在出口端风险敞口较高的部分细分行业个股。

4月初,新易盛发布的一份减持公告,似乎同样印证了新易盛发展的不可持续。当时,新易盛发布减持计划公告,副总经理陈巍,副总经理、董秘王诚,监事张智强均拟减持公司股份。截至6月18日,三人减持完成,其中陈巍减持5.78万股,王诚减持2.26万股,张智强减持1.9万股。按减持均价计算,三人分别套现约618万元、250万元、191万元。

二季度明星基金扎堆抄底

资本市场分歧并未阻挡新易盛快速增长脚步。在此前发布的2025年上半年

的业绩预告中,新易盛业绩大超预期,预计上半年实现归母净利润37亿元~42亿元,同比增长327.68%~385.47%;扣非净利润36.91亿元~41.91亿元,同比增长326.84%~384.66%。

在这种情况下,机构持仓格局发生逆转。Wind数据统计显示,截至7月21日,共有629只基金重仓新易盛,合计持股数达到2.46亿股,两项数据相比一季度末的289家、1.23亿股均实现翻倍。

时代周报记者发现,在傅鹏博、农冰立、周蔚文、杨瑨、杜猛等众多明星基金经理所管产品的二季度前十大重仓股中,均出现了新易盛。

新进前十大重仓名单方面,傅鹏博管理的睿远成长价值,二季度新进持仓股数达到730.86万股,在主动类型基金中持仓数最多;农冰立管理的景顺长城品质成长紧随其后,持股达到465.10万股;周蔚文、冯炉丹管理的中欧新蓝筹新进买入299.39万股;杜猛管理的摩根新兴动力、郑希管理的易方达信息产业,当前持股分别达到263.86万股、252.38万股。

以睿远成长价值为参考,截至2025年二季度末,730.86万股新易盛对应当期市值约为9.28亿元。截至7月22日收盘,上市公司7月以来股价涨幅达到39.12%。这意味着,即使在月末最后一天买入,其月内浮盈已超过3.6亿元。

这场抄底行动并非盲目跟风,而是建立在宏观环境改善、行业拐点显现与公司基本面突破的三重共振之上。华鑫证券研报指出,2025年上半年全球人工智能算力基础设施建设持续加码,在AI算力与数据中心基础设施建设方面形成支出高峰,拉动高性能光模块产品需求。

目前新易盛在光模块技术前沿持续突破,已成功推出业界领先的基于单波200G光器件的800G/1.6T光模块产品,覆盖VCSEL/EMI、硅光及薄膜铌酸锂全技术路线。随着800G产品不断在客户端取得进展,预计将成为公司2025年销售收入中重要的组成部分;1.6T产品则有望在2025年下半年逐渐起量。

景顺长城农冰立向时代周报记者表示,从基本面角度,海外的互联网和云公司二季度陆续更新了2026年以后的资本开支指引,AI大模型的进步在企业端和流量端已经带来了相对明确的正反馈,海外头部公司对于AI在下一轮企业竞争中的重要性的认知趋于一致,因此加仓了前期估值大幅压缩的海外算力公司。下半年伴随海外大模型在多模态和Agents层面的迭代,预计国内大模型的新版本也将进入密集的更新阶段,会根据实际应用落地情况选择更多公司纳入持仓。

硅片报价飙涨60% 光伏“反内卷”显效

时代财经 何明俊

光伏行业正在经历一场由政策驱动的“涨价潮”。

截至7月23日当周，多晶硅N型复投料、N型致密料成交均价分别报4.68万元/吨、4.38万元/吨，两者在上周均环比涨超12%，本周又迎来大涨。多晶硅N型颗粒硅上周则环比涨15.17%，本周继续上涨7.32%，截至7月23日当周报4.40万元/吨。

与7月初相比，多晶硅N型复投料、N型致密料、N型颗粒硅成交均价分别涨34.87%、36.45%、31.34%。硅料价格的上涨，直接带动了硅片价格的同步上升。

根据硅业分会数据，截至7月17日当周，N型G10L单晶硅片(182×183.75mm/130μm)成交均价在1.05元/片，周环比上涨22.09%；N型G12R单晶硅片(182×210mm/130μm)成交均价在1.15元/片，周环比上涨15.00%；N型G12单晶硅片(210×210mm/130μm)成交均价在1.35元/片，周环比上涨13.45%。

InfoLink Consulting数据显示，截至7月23日当周，N型单晶硅片(182×183.75mm/130μm)成交均价为1.10元/片，N型单晶硅片(182×210mm/130μm)成交均价为1.25元/片，N型单晶硅片(210×210mm/130μm)成交均价为1.45元/片，上述硅片价格周环比涨幅在7.4%～10%，较7月初的涨幅均超20%。

此前InfoLink Consulting曾表示，市场传出头部企业已有新一轮报价：183N每片1.45元、210RN每片1.65元、210N每片1.93元，上述报价较7月初硅片成交均价飙涨超60%，尽管尚未落地，但市场已出现预期回暖迹象。

“硅片报价确实在已经比较高了，这也意味着这次价格回升，整个行业都有开展实际行动。”一位头部硅料大厂人士告诉时代财经。

时代财经也从多家光伏企业相关人士处确认，硅片涨价确有其事，但目前价格尚未开始传导。

光伏产业链的“反内卷”行动正在以最直观的方式——涨价，宣告其存在感。这场由成本与供给收缩推动

的涨价，能否顺利传导至下游组件乃至终端电站？对解决行业产能过剩的核心矛盾，究竟是助力还是阻碍？市场正在等待一个答案。

硅料价格下限稳定，上限博弈

2024年下半年以来，硅料价格长期在多数企业的现金成本线下运作，低迷的行情重创了每一家硅料企业。

据时代财经不完全统计，四大硅料龙头通威股份(600438.SH)、协鑫科技(03800.HK)、新特能源(01799.HK)、大全能源(688303.SH)都面临着不同程度的业绩亏损压力。以“扣非归母净利润”作为核心指标，同花顺iFinD显示，2024年通威股份、协鑫科技、新特能源、大全能源实现扣非归母净利润分别为-70.57亿元、-75.00亿元、-39.58亿元和-26.32亿元。

硅料低迷的价格也导致企业开工率下调。此前，已有媒体报道称，国内光伏多晶硅企业在市场价格低迷情况下减产降负荷，平均开工率降至历史最低水平，达到40%以下。而根据硅业分会数据，2025年上半年多晶硅国内产量累计约59.7万吨，同比大幅减少44.1%。多晶硅均价于2024年5月中旬降至3.8万元/吨，持续低于行业平均成本运行已超过一年，2025年上半年陆续停产的企业达到4家，2024年以来停产企业数量累计达9家。

产能，依然是光伏行业破除价格困局的关键要素。

针对硅料环节的产能整合，协鑫科技联席CEO兰天石曾向时代财经表示：“以大收小”中的大企业和小企业没有明确标准，其实就是希望用相对先进的产能或者相对更大的品牌去整合光伏产业的上游端。”

据媒体此前报道，通威股份、协鑫科技、大全能源、新特能源、亚洲硅业、东方希望等6家多晶硅行业的头部企业酝酿组团成立基金，用以并购、整合其余硅料产能，并以这种方式完成硅料产能出清。这一基金规模将高达700亿元。若顺利实施，6家企业将与光伏行业协会针对硅料采取“限产限价”举措，助力硅料价格尽快回归到合理水平。

据时代财经了解，上述6家企业都由公司老板或关键人物出席相关会议，方案的具体细节在磋商中，最

终形成方案后上报相关部门。

而今年下半年，光伏行业的产能问题也得到了来自国家层面的关注。

7月3日，工信部重磅会议召开，14家知名光伏企业参会。会后，光伏产业链价格率先做出积极反应。7月9日当周，硅料价格上涨，报价区间提升至4.5万元/吨～5.0万元/吨。与此同时，在多晶硅报价大幅上涨25%～35%的背景下，硅片价格同步止跌走稳。

“受涨价预期驱动，前期已签订单执行力度有所增强，下游催单意愿强烈，与前期频繁毁单形成鲜明对比。”硅业分会指出。

时代财经从多位硅料企业人士处了解到，硅料价格正处于高度博弈阶段，特别是相对较高价位的硅料。但下方的价格支撑已经稳定，这意味着硅料价格下限有所保障。硅料成本的快速攀升直接传导至硅片环节。

7月16日当周，硅料价格延续涨势，硅片价格则集体上涨。同时，硅片企业本月陆续执行减产降负荷计划，行业供应缩减。数据显示，当周行业整体开工率小幅降低，其中两家一线企业开工率在50%和40%，一体化企业与其他企业开工率在50%～80%之间。

在硅料供应趋紧和成本推动下，硅片企业顺势提价。随着上游硅料供应收缩，硅片环节自身的库存也处于持续去化状态。当前企业新订单的接受情况以及对涨价的执行力度，成为观察本轮涨价可持续性的关键窗口。

一位光伏业内人士向时代财经透露，涨价预期对硅料、硅片等上游端业绩修复有一定缓解。“但涨价后的市场接受度还有待观察。”他说，“其

实这就是7月3日部委会议后的变化。”

价格传导下游遇阻

硅片价格的跳涨，会对下游电池片、组件环节形成成本压力，这是产业链环节中不可避免的价格传导。

根据硅业分会数据，上周下游电池片出现小幅度试探上涨，组件价格则维持稳定。但对比硅料与硅片的强势提价，电池片的涨幅极为温和。

时代财经注意到，在7月23日InfoLink Consulting公布的光伏供应链价格中，TOPCon电池片周涨幅为3.8%～8%，组件价格仅分布式项目TOPCon组件上涨1.5%，其余组件成交价格未有波动。价格向下游的传导仍然面临巨大压力。

组件端对成本提升具有高敏感性。除此之外，组件环节作为直面终端客户的最后一环，当前仍面临较高库存压力。当上游成本上升和去库需求同时叠加下，组件企业不得不去慎重考虑新订单的定价，加上激烈的市场竞争以及终端电站的接受度，“涨价潮”的价格传导存在较大不确定性。

一位头部光伏电站企业人士告诉时代财经，从硅料到下游电站，产业链跨越了多个环节，单一环节的价格波动，传导效应尚不明显，后续仍需经历深度调整与落后产能出清的关键阶段。虽然目前国内光伏市场终端需求无大规模回暖迹象，但市场行情较前期的消极已转向较为积极态势。

“对于公司而言，不会(对成本提升)有担忧。无论是基于成本波动或是新能源全面入市，收益模型一直是动态变化的，公司会根据实际情况适

时调整。通过市场磨合和博弈，也一定会形成新的均衡。”该人士说，“无论在哪个阶段，高品质电站一直是受市场青睐的。此外，公司亦可以通过精细化管理，提高资产运营包括电力交易能力，形成更高的竞争壁垒。”

涨价“双刃剑”效应隐现

“目前是收到产业链各环节已涨价的消息，短期内价格可能会上升一点，但最终价格还是由市场做主。光伏是投资需求，不是刚需，涨价能否去库存、清产能，难度非常大。”作为光伏行业资深人士，泓达光伏创始人刘继茂对本轮“涨价潮”能否解决光伏行业核心矛盾仍有疑问。

事实上，自去年10月以来，行业“反内卷”表态频繁，从“强化行业自律、防止内卷式竞争”到工信部重磅会议等众多信号，均指向光伏行业的产能问题。

然而，现实情况是光伏行业的产能问题并非由“落后产能过多”导致，而是由“多余产能”造成的。

“光伏行业情况比较特殊，那就是落后产能非常少。”刘继茂说，“目前在出货的组件90%以上都是先进的N型组件，单纯靠推动落后产能退出并不能让多余的产能出清。”不过，在他看来，光伏行业不会形成一个类似OPEC一样性质的组织来控制产业链价格波动。“因为(行业)没有一个市场份额超过40%的龙头企业。”

时代财经注意到，“涨价求生”的短期诉求与“产能出清”存在一定的矛盾。当价格回暖时，拥有较大产能的企业自然可以赚取更多的利润，从而缩减减产的意愿。

刘继茂表示：“组件价格提升，短期内会让各产业链(环节)表面财务上减少亏损。但会让产能出清之路变得更漫长和复杂，同时，下游装机量也会因此大幅下降，反过来又会让上游企业的亏损持续时间加长。”

前述光伏业内人士亦表示，目前各家组件环节开始盈利，但垂直一体化企业均受到上游硅料、硅片端的价格拖累，业绩预告仍表现不佳。

据时代财经不完全统计，近期披露半年报业绩预告的19家光伏企业中，如隆基绿能(601012.SH)、晶澳科技(002459.SZ)、TCL中环(002129.SZ)等知名光伏企业依然处于亏损状态。■



中国创新药十年狂飙

上接P1

最近一次，今年6月16日，国家药监局发布上述《征求意见稿》，向社会公开征求意见。《征求意见稿》提出，为进一步支持以临床价值为导向的创新药研发，提高临床研发质效，对符合要求的创新药临床试验申请在30个工作日内完成审评审批。药物临床试验申请审评审批30日通道支持国家重点研发品种，鼓励全球早期同步研发和国际多中心临床试验，服务临床急需和国家医药产业发展。

在此之前，诸如《全链条支持创新药发展实施方案》、药品上市许可持有人(MAH)制度等多项政策实施，亦在推动创新药的向前发展。

在支付端，无论是2018年国家医保局成立之后国家医保谈判的常态化推进，还是最近一年频繁提到的“商保创新药目录”，均逐渐向创新药倾斜。

《国家基本医疗保险、生育保险和工伤保险药品目录及商业健康保险创新药品目录调整常用问答》(2025年版)显示，商保创新药目录作为2025年的新工作，主要围绕遴选范围、使用范围、制定程序，支持商保创新药患者可及各个方面考虑。其中遴选范围聚焦创新程度高、临床价值大、患者获益显著，但因超出“保基本”定位暂时无法纳入基本目录的药品。

政策端为创新药通关，打通“第一公里”和“最后一公里”，但要想进一步驱动创新药发展，仍需资本大力支持。

随着2018年港股18A和2019年

科创板的开放，市场化资金加速流入，为国内新药研发、尤其是未盈利创新药企提供了前所未有的发展动能。

UmabsDB药物数据库显示，过去十年，中国生物制药行业吸引了超过4184亿元的一级市场融资，并在2021年达到峰值。

不过，在经历过资本狂欢之后，2021年，生物医药行业投融资热度急转直下，步入资本寒冬。本土创新药企苦熬周期，BD的兴起带动行业创新活力释放，资本市场反应积极。

据时代财经不完全统计，2025年上半年，共有10家生物医药企业登陆港交所，月均近2家，超过2024年全年12家的水平。整个6月，有15家医疗健康企业在港股递表，另有41家该领域企业排队待上市。

资本交易数据显示，2025年第一季度，香港主板活跃上市申请达118宗，同比大幅增加，其中医疗及医药行业占比26%。据媒体报道，截至今年6月30日，全年港股医药健康板块募资总额174.89亿港元，仅恒瑞医药(600276.SH；01276.HK)一家就募资了113亿港元，创下2020年以来该板块最高融资规模，港股流动性逐步回升。

在政策与资本的赋能下，国产创新药进入前所未有的高速发展期，创新药获批数量激增。UmabsDB药物数据库显示，2024年，中国首次批准93种创新药，创十年新高，其中42%为国产创新药。全球范围内，中国在2021年超越日本和欧洲，成为全球首次获批创新药数量第二大的地区，2024年

占比达到39%，紧随美国之后。

BD热潮袭来，下一个十年怎么走？

在这场深刻变革中，创新成为驱动产业发展的核心动力，药企纷纷踏上转型与突破之路。与此同时，中国创新药在全球舞台上崭露头角，逐渐掌握更多话语权，积极塑造全新的产业秩序与生态。

BD浪潮的掀起便是主要印证之一。据医药魔方今年7月最新统计，2025年上半年，全球医药交易数量增加，仅中国医药相关交易就贡献总交易额近半数，数量也超过三成。具体来看，2025年上半年，全球医药交易数量、首付款和总金额分别为456笔、118亿美元首付款和1304亿美元，均有所上涨，同比分别增长32%、136%和58%。

在中国，这一数据更为醒目。今年上半年，中国医药相关交易(包括License-in(许可引进)、境内交易、License-out(对外授权，即授予其他企业，尤其是国际制药巨头)三种类型)总金额为608亿美元，已经超越2024年全年医药相关交易总金额571亿美元；交易数量高涨，为144笔，同比增长67%。以License-out模式为主的交易尤为火爆。

中邮证券研报援引医药魔方的一组数据显示，中国在全球创新药BD交易中的项目数占比从2019年的3%跃升至2024年的13%，金额占比从1%提升至28%。“2024年中国创新药License-out总金额突破500亿美元，达519亿美元，同比增长27.4%，占全球同类交

易总额的30%。全年完成授权交易94笔，其中首付款超2亿美元或总金额超10亿美元的‘重磅交易’达21笔。”上述研报称。

进入2025年，国产创新药更掀起出海热潮，对外授权交易额屡创新高。

其中最浓墨重彩的一笔来自三生制药(01530.HK)，其与辉瑞就PD-1/VEGF双特异性抗体SSGJ-707达成高达12.5亿美元首付款的重磅授权交易，一举刷新国产创新药出海首付款纪录。

这一笔巨额交易将中国创新药BD带上了全新高度，这背后的逻辑即是跨国药企(MNC)用真金白银投未来，中国创新药企则通过核心资产实现价值变现，加速国际化。

多位企业受访者对时代财经指出，管线交易背后可能是公司与公司之间短则2个月的顺利交易或者长达1～2年的博弈。从MNC角度来看，一方面，选择意味着看好这条管线；另一方面，选择也意味着，从同质化层面直接减少竞争，从而减少管线间的竞争压力。从Biotech的角度，中国创新药的发展不断在变化，技术授权、管线授权、NewCo等模式的加入，是企业从“烧钱求生”到“盈利增长”的关键一跃。中国创新药正经历新的变化，“全球化、差异化、可持续”将与中国创新药下半场共生，进一步从跟随创新(Me-too、Fast-follow)走向源头创新(First-in-class/Best-in-class)。

眼下，中国创新药正迈向新的旅程。面对已知与未知，它将如何重塑中国医药乃至全球医药格局？

和铂医药公司创始人、董事长兼首席执行官王劲松博士告诉时代财经，未来十年，中国创新药企将在全球舞台上扮演越来越重要的角色。创新药的下一个十年，将是“全球化、差异化、可持续”的十年，而双抗/多抗、ADC、mRNA、CAR-T疗法等新兴领域将成为创新药研发的热点。在此过程中，和铂医药也将以技术平台为核心，推动中国创新药从“跟随创新”向“源头创新”转型。

从盈利角度，王劲松对时代财经指出，“和铂医药作为尚未拥有商业化产品的创新药企业，已通过技术授权、管线授权、NewCo等多元化的商业模式，连续两年实现盈利，这在18A上市企业中也是非常少见的。可以说，公司已经开辟了一条适合自身发展的、多元化兑现价值的路径。”

在合作模式层面，高赢律师事务所生命科学业务亚太地区主席潘文森对时代财经指出，在未来合作模式上，一定要有更多的思考。诸如在新的NewCo交易层面，持股的比例到底是怎么算，如何有创新地设计这些结构。

多位投资人、律师以及企业人士告诉时代财经，过往大家总会质疑，过去2～3年的交易，到底是昙花一现还是具有可持续性。实际上，事实已经给出证明，它具备可持续性。近几年是将过去十年积累的成果集中、快速地变现和促成资本化的过程。目前，中国创新药进入了一个交易相对稳定的状态，中国创新药资产已然以不可逆的趋势融入了全球交易、商业合作的一环中。■



爱美客子公司发解约函 “童颜针”艾塑菲代理权起纷争

时代周报记者 闫晓寒 发自北京

获批上市不到两年，国内首款获批进口“童颜针”面临市场代理权之争。

7月21日，医美巨头爱美客(300896.SZ)发布公告称，其控股子公司韩国REGEN公司已于今年7月18日向达透医疗送达《解约函》，解除独家经销协议，并撤销达透医疗作为AestheFill(下称“艾塑菲”)产品在中国大陆地区独家经销商所有相关授权。

公告显示，独家经销协议解除后，达透医疗不得再以艾塑菲产品独家经销商的身份进行任何经营活动，韩国REGEN公司不再接收达透医疗发送的任何订单，如存在已确认但未交货且达透医疗已经付款的订单，韩国REGEN公司将及时向其退款。

达透医疗是上市公司*ST苏吴(600200.SH，下称“江苏吴中”)的控股孙公司，于2022年8月取得艾塑菲相关产品在中国大陆的独家经销权。截至2024年年底，江苏吴中持有达透医疗51%股份。

根据江苏吴中方面在7月21日披露的公告，韩国REGEN公司给出的解约理由主要有两个，一是其认为达透医疗将独家经销业务实际转让给其控股股东江苏吴中美学(江苏吴中全资子公司)，违反协议约定；二是江苏吴中上半年有多项违规、调查及处罚事项等，其认为该情况严重影响艾塑菲产品在中国大陆地区的声誉。

但江苏吴中认为达透医疗不存在任何转让独家代理权的行为，其签署的《独家代理权协议》也从未约定达透医疗关联方受行政处罚可触发解约权。

对于两者的不同说法，时代周报记者以投资者身份致电爱美客董秘办，相关人士表示，公司认为对方确实违约，目前已经触发解约条件。对于未来艾塑菲在中国市场的销售，爱美客上述相关人士表示，韩国REGEN公司未来会寻找新的代理商，在这期间，公司会保持供货体系运转正常，包括艾塑菲渠道的稳定性，“公司不会因为此次争议中断艾塑菲产品的供应。”但具体将采取哪些措施以保证艾塑菲稳定供应，相关人士并未给出回复。

时代周报记者数次致电以及以邮件方式联系江苏吴中，但电话始终无人接听，截至发稿邮件也未获回复。

7月23日晚，江苏吴中发布公告称，截至目前，控股股东苏州吴中投资控股有限公司所持公司1.23亿股已全部处于质押、司法标记、司法冻结、轮候冻结状态。

“童颜针”代理权之争

近期发生的两件事催化了艾塑菲代理权争夺战的爆发。

其一是艾塑菲的生产商韩国

REGEN公司易主。今年3月10日，爱美客宣布通过控股子公司爱美客国际，收购韩国REGEN公司85%股权。而爱美客宣布这场收购时，正值江苏吴中遇到麻烦。今年2月26日，江苏吴中披露公告称，因公司涉嫌信息披露违法违规，中国证监会决定对其立案。

爱美客的这场收购推进颇为迅速，6月30日，韩国REGEN公司已经完成董事会改选，爱美客国际作为控股股东在其董事会中拥有多数席位，已经实际控制其日常运营。作为爱美客国际的控股股东，爱美客已将韩国REGEN公司纳入公司合并报表范围。

另一方面，江苏吴中近期也面临不小的压力。该公司近日公告称，因连续多年信息披露违法违规，公司被证监会处以1000万元罚款，同时面临退市危机。

早在2021年年底，江苏吴中就通过其全资子公司吴中美学以增资+股权转让的方式，取得达透医疗51%的股权，共计投入1.66亿元。在当时的收购公告中，江苏吴中表示，通过本次交易，公司获得产品艾塑菲在中国境内的一定期限内销售代理权。

2022年8月，达透医疗拿下艾塑菲在中国大陆的独家经销权。时隔近三年，近日，江苏吴中发现艾塑菲注册证代理人名称由达透医疗变更为由韩国REGEN公司100%持股的一家公司。

7月17日，江苏吴中发布公告称，上述注册证代理人名称变更不影响艾塑菲在中国境内的独家代理权，按照相关协议约定，达透医疗拥有上述代理权的有效期至2032年8月28日。韩国REGEN公司承诺达透医疗享有上述代理权不存在任何法律及事实上的障碍，且独家代理权在有效期内不存在被取消、终止的风险。

不过7月21日晚，江苏吴中公告称，韩国REGEN公司认为，达透医疗将独家经销业务实际转让给吴中美学违反了独家经销协议中关于“业务不得转让及其他约定”，因此决定与达透医疗解约。

7月21日晚间，江苏吴中在官方公众号中发布一篇严正声明称，针对爱美客与REGEN公司的恶意违约行为，达透医疗已采取全面法律行动，要求对方立即撤回《解约函》，并纠正其违约行为。江苏吴中表示，这是韩国REGEN公司单方面毁约行为，背后是“爱美客利用其控制地位指使REGEN公司迟延对达透公司供货”。

北京市京师律师事务所律师许浩对时代周报记者表示，爱美客虽获得韩国REGEN公司控股权，在法律上韩国REGEN公司仍是独立法人机构，其对外签订的合同有效，须达到合同中约定解约的条件或有合同目的无法履行的情况出现才能解除合同。代理权具有相对性，未经许可不得转让。此次代理权争议关键在于达透医疗是否转让了代理权，但双方各执一词，需要由司法机关裁决是否构成违约，是否达到解约条件。

北京卓浩律师事务所律师王明向时代周报记者指出，爱美客主张的核心法律依据在于达透医疗存在“未经同意的代理权转让”行为。根据《民法典》第555条，当事人一方经对方同意，可以将自己在合同中的权利和义务一并转让给第三人。如本案达透医疗未经爱美客同意，或代理协议中有明确的“禁止转让条款”，爱美客即可享有法定或约定的合同解除权。

艾塑菲一年销售收入超3亿元

艾塑菲是一款医美可再生注射剂，主要用于面部。据江苏吴中介绍，该产品可刺激人体自身胶原蛋白的再生，从而起到重塑紧致、美容抗衰作用。

艾塑菲对江苏吴中意义重大。根据江苏吴中公告，2024年度，艾塑菲销售收入为3.26亿元，占江苏吴中营收的20.42%；毛利为2.69亿元，占上市公司毛利的34.80%。今年一季度，艾塑菲销售收入为1.13亿元，占上市公司营收的35.55%；毛利为0.92亿元，占上市公司毛利的45.77%。

江苏吴中自成立以来，曾布局过化工、地产和医药多个行业。在化工板块停产后，公司于2020年左右转型聚焦医药大健康产业；2021年，江苏吴中成立全资子公司吴中美学，进军医美市场，并形成“医药+医美”的产业格局。

过去几年，江苏吴中业绩表现低迷，2022年和2023年均出现亏损。直到拿下艾塑菲代理权并在2024年开始代理销售艾塑菲，江苏吴中业绩才出现明显好转。

2024年1月，艾塑菲在中国获批，同年4月上市销售。在颜值经济盛行的当下，艾塑菲上市后迅速放量，并大幅拉动江苏吴中的收入增长。

根据财报，2024年，江苏吴中的“医美生科行业”营收同比增长达到4225.65%，毛利率高达82.26%，比上年增长32.38个百分点。江苏吴中在2024年实现扭亏为盈，归属于母公司净利润为7048.35万元。

在业绩向好之时，江苏吴中却突遭变故。

7月14日，江苏吴中发布公告称，公司收到中国证监会《行政处罚事先告知书》，因江苏吴中未如实披露实际控制人，虚增营业收入、营业成本和利润，以及未按规定披露关联方非经营性占用资金情况，中国证监会决定对江苏吴中责令改正，给予警告，并处以1000万元罚款，公司董事长钱群山等相关当事人也被警告并罚款。此外，证监会拟决定对钱群山采取10年证券市场禁入措施。

据公告，江苏吴中曾在2020—2023年度报告中连续4年造假，共虚增营收超过17亿元，虚增利润总额超过7599万元。

江苏吴中在7月23日晚的公告中表示，截至公告披露日，控股股东所持上市公司股份已全部处于质押、司法标记、司法冻结、轮候冻结状态。目

前控股股东高度重视并将积极稳妥化解上市公司股票质押、冻结风险。上市公司将进一步向控股股东核实上述事项相关情况，并将持续关注控股股东持有的公司股票被司法冻结、标记以及债务风险化解情况，及时履行信息披露义务。

在江苏吴中的相关公告中，未披露相关股份被司法冻结及司法标记的具体原因。

有资本市场人士向时代周报记者表示，大股东的股权全部被司法冻结以及司法标记，可能会引发外界对公司股权结构是否稳定的担忧：比如控股股东能否顺利化解债务风险，相关股份是否存在拍卖或者强制执行进而导致股权转移的可能。如果股权产生变动，则可能会影响企业的采购、销售、生产、经营等。

寻找新增长点？

目前看来，参与争夺大热产品艾塑菲的另一方爱美客，也需新的业绩增长点。

在医美市场中，玻尿酸曾在相当长一段时间内独占鳌头。

爱美客旗下的明星产品“嗨体”于2016年上市，该产品是一款透明质酸钠(玻尿酸)填充剂，在颈纹修复领域具有显著优势。过去几年，该产品营收实现快速增长，以玻尿酸火爆的2021年为例，当年爱美客以“嗨体”为核心的溶液类注射产品营收同比增长133.84%，营收占比达到63.07%。

近两年，重组胶原蛋白热度高涨，分食医美市场。2024年，积极布局玻尿酸的“医美三剑客”华熙生物、爱美客和昊海生科营收增速均大幅下滑。

2021年，被视为爱美客“嗨体”接力产品的“童颜针”濡白天使获批上市，不同于此前“嗨体”上市后很长一段时间几无对手，濡白天使上市后即面临群狼环伺的竞争环境。与濡白天使同年获批的还有长春圣博玛旗下的“童颜针”艾维岚、华东医药从国外进口的“少女针”伊妍仕。

2024年，包括艾塑菲在内又有3款“童颜针”在国内获批上市，当年爱美客“濡白天使”所属的凝胶类注射产品营收增速为5%左右，而2023年该类产品营收增速超过81%。

在此背景下，爱美客过去几年也在通过收购、增资等方式扩充产品线。2022年，爱美客通过收购哈尔滨沛奇隆，进军动物胶原领域；去年，增资医美设备生产商艾美创等。

今年3月爱美客对韩国REGEN公司的出手，或许也是希望通过拓展国际业务，寻找新的业务增长点。

根据爱美客公告，2023年，韩国REGEN公司营收为8198.55万元，净利润5015.14万元，净利率61.17%。

韩国REGEN公司已获批上市的产品主要有艾塑菲和PowerFill，已分别在34国、24国注册，建立了广泛分销体系。■

半年已揽下660亿美元，中国创新药出海“爆单”

◀上接P9

据时代财经梳理，一般来说，在BD交易中，身为买方的MNC通常基于全球高关注度的疾病领域筛选管线，并设置中国或亚太地区合作负责人对接有意向的企业。其复杂性在于，交易流程需经过多环节筛选、匹配，任何一个环节不匹配均可能导致交易终止。

“前期阶段，我们不同疾病均会有一个固定负责人，如果符合我们的意向，BD相关人员就会进行初步评估，若符合公司的战略就会推进，交给固定负责人进行多轮次的沟通和交流，评判是否符合公司战略，包括与疾病谱系和在研管线的匹配程度。若符合条件则在签署保密协议（CDA）后，进行深度的交流与QA问答。”刘玲对时代财经表示，在交易初期，双方需要共享未公开的研发数据、临床试验结果、专利信息、商业计划等敏感内容，CDA则确保这些信息不被泄露或用于非合作目的。

刘玲进一步解释道，这些情况均匹配后，将进行到后续的BD流程中。“很多时候BD是一个持续更新的过程，如果没有立即交易并不意味着关闭，也许只是想持续关注更新的数据，选择合适的阶段正式进入BD谈判阶段。”她认为，如果在合适的时机，产品有足够的差异化，应该尽早地去交流。

多名跨国药企BD中国区相关负责人对时代财经指出，每家MNC均有自己的架构和思考，不同地区的资源与调控模式各有差异。BD的交易流程大同小异，只是推进流程的时间长短视双方在数据、产品管线以及价格等方面匹配度而定。

一名跨国药企相关负责人许云（化名）在今年某论坛期间谈到：“在签署CDA之前我们会做更详细的尽调，一旦签署了CDA就意味着我们对这一项目非常感兴趣。一般来讲，如果我们手上有我们所需的数据，这一项目的推进就会非常快，预计2个月左右完成；但绝大部分项目都会缺数据，因此我们需要得到验证和补充，尤其是有些时候需要临床的验证，这非常花费时间，长则可达1~2年。只要最后数据到位，产品格局没有改变，就会继续签约。”

这一过程对卖方，即中国药企的耐心和定力极具考验。“做跨境交易要有耐心，很多时候它们需要更进一步地看到管线的价值，有进一步的临床数据佐证，才能进行推进。交易实际上是基于临床数据、市场的前瞻性以及与公司内部战略的吻合程度等多方面来决定的。BD双方需要有良好的互动，才能知道想要什么、不想要什么，卡点在哪里，又如何去解决。”天超资本管理合伙人王玥月对时代财经指出。

创新药如何估值？

MNC对中国创新药资产的筛选与布局，本质上是基于“价值判断”的全球资源配置，核心是寻找“性价比最优”的创新资产。而创新药估值正是这场“淘宝”的关键标尺。交易双方对管线价值的共识，直接决定了MNC的出资规模，以及中国药企能通过BD交易获得的回报。

因此，当双方坐到谈判桌前，“钱该怎么算”便成了最核心的命题。MNC需评估管线潜在价值以确定合理报价，本土创新药企则需通过估值测算判断交易能否覆盖研发成本、支撑后续发展。这背后，是一套从临床价值到商业潜力的完整估值逻辑。

国盛医药在今年6月发布的研报显示，假设某一国产药物国内销售峰值10亿元，国内估值=40亿元估值（4XPS），顺利出海后，考虑到海外商业保险支付能力及销售环境，海外有望销售20亿美元，按照10%计算利润分成，2亿美元=14亿元利润，20XPE，估值为280亿元。在BD成功阶段风险折价20%，为56亿元估值。

“在第一个三期开启后打入50%，



140亿元估值。后续50%估值伴随产品上市以及商业化申报。目前，国内很多创新药企BD后市值基本是第一个40亿~96亿元估值阶段，后续仍有较大空间。如果BD成功，则约为96亿元估值；第一个三期开始则为180亿元；当产品上市以后则可能达到320亿元的估值。”上述研报称。

这些数据直指的是，这款产品好不好，能不能满足BD交易双方的需求，又能否为创新药企带来利益，实现最终的商业价值。

医药行业投资人萧俊（化名）在一场论坛中指出，“我们参与了成都一家ADC企业上市前的最后一轮融资，当时估值90亿元左右，当下已经涨至超600亿元，这是两年之内发生的事情。这家公司既融资数亿美元，还做了二次增发，我们大部分股票都已经完成了几倍回报的减持工作，这是很好的出海合作样本，也体现了其背后估值因产品管线进展的变化。”

换而言之，好产品才是根本。康诺亚首席财务官张延荣对时代财经表示，对一家企业而言，都希望产品能够帮助患者受益，也为企业带来回报。在他看来，一款产品想要在海外市场实现其商业价值，就要从立项阶段理清自身是如何定义“好产品”的，怎么能让这一款产品走到最后。

好产品就意味着临床数据要亮眼。“在我看来，中国巨大的患者存量，高效、低成本的早期临床推进，以及对已知靶点产品分子的快速工程优化能力已经获得海外买家认可。越来越多的海外玩家也希望可以通过不同形式的合作把蛋糕做大。我们期待未来更多原创的产品进入国际舞台，通过底层创新和差异化的临床数据据获得更高的定价权。”纽福斯生物首席技术官肖溯对时代财经表示。

“好产品”的价值通过一纸License-out兑现，在这背后，是估值模型中每一个百分点的折现率与谈判桌上每一项条款的反复拉扯。当40亿元与320亿元之间的巨大价差被拆解为“风险折扣”“里程碑分成”“供应义务”时，数字便不再只是CFO模型里的假设，而是双方律师、投资人和协助企业博弈时逐字推敲、权衡利弊的焦点。

于是，在经过“产品是否足够好”的科学判断之后，交易进入第二战场——如何把“好”转化成“可执行、可退出、可分账”的法律语言和投资技巧，最终精准锁定符合各方利益诉求的BD并推动落地。

顾泱以他参与的诺和诺德与联邦制药的交易为例指出，一个跨境的License-out项目涉及多个法域和多个专业领域的法律问题。在这次交易中，他们从生命科学与医疗健康交易和谈判、合规、税务、反垄断、知识产权、数据合规等多个领域提供了全方位、多层次的法律支持，充分保障客户的利益。

“一个海外授权项目有很多事项

需要达成一致，包括许可范围、财务条款、知识产权的安排、数据分享的安排、供应的要求等，每一项都需要进行深入的探讨和博弈。”顾泱告诉时代财经，“我们作为法律顾问，在License-out的项目中需要提示客户其可能得到的利益、可能承担的工作义务和目前双方的安排，提出可行的方案，并协助客户进行谈判和博弈，既要力求推动双方达成合作，也要使双方利益得到满足和平衡。”

出海下一步

随着国产创新药的国际竞争力不断提升，中国药企的出海征程也必然从完成交易向争夺更高话语权演进。这种演进不仅体现在持续攀升的交易金额上，更反映在出海模式的迭代与全球布局的深度上。

CIC灼识咨询总监卢李康告诉时代财经，中国创新药出海经历了2个阶段，2010年起开始出海历程，第一阶段在2010—2019年，中国药企出海项目数量不到20个，多数产品集中于肿瘤领域，国际化趋势尚未形成；第二阶段则过渡至2020年，这一年中国市场出海项目数量大幅增长，创新药出海项目增至12个，并连续三年快速增长，于2022年达到25个。

中国药企的出海模式亦在不断迭代升级，呈现多样化发展态势，从最早期的出口演变为借船出海、NewCo、分离子公司、并购出海、自主出海和平台出海等。

伴随出海模式的多元演进，行业竞争也进入更深层次的较量。

从投资人的角度来看，江远投资合伙人李佳安在接受时代财经专访时表示：“出海的趋势已经很明显，重要的是，我们如何精准地选出我们想参与的BD、NewCo项目。而对于被投公司而言，我们也会建议，怎么样精准且有效率地找到海外的合作方。以供给端和需求端为原点，供给端可以看到，项目是源源不断的，中国创新药企在内卷，亦在‘出海’外卷，我们能看到大量的项目在推进，但就我们投资角度而言，精力与资源亦是有限的，我们需要用有限的精力，寻找最精准的好项目。”

那么，精准筛选的标准是什么？

李佳安对时代财经解释道：“需求端，大方向仍然是要了解MNC到底需要什么，无论BD或是NewCo，其实本质上还是建立在MNC需求的基础上，因为很多庞大的MNC不太可能从零开始研发，它们有需求；其次，有没有匹配的管理团队，他们是否有BD的经验，将管线或者NewCo项目持续推进；最后就是观察到底哪些赛道，赛道比较火热，除了肿瘤这一主赛道，自免、代谢领域也是当下大热的方向，包括围绕新机制、双靶点/多靶点的减重方向也会特别关注。此外，例如眼科、肾病等领域，也是一些MNC存在明确需求但全球优质资产供给比较有限的，我们都会关注。”

以诺和诺德和联邦制药的交易为例，诺和诺德方面对时代财经表示，诺和诺德致力于为肥胖症、2型糖尿病和其他心血管代谢疾病的患者提供改进的治疗选择，通过内部和外部创新来实现这一目标。与联邦制药达成的这项许可协议与其业务发展战略以及肥胖和糖尿病战略密切相关。“我们希望在心血管代谢疾病领域开发一系列差异化的治疗选择，增加一个靶向胰高血糖素、GLP-1和GIP的候选药物将为我们的临床管线增加重要的选择性。”诺和诺德方面称。

许云对时代财经表示：“每天我们会有大量新项目进来，我们只会挑选我们重点要看的领域、重点的项目，其他都是不要看的。但随着中国创新药生态系统越来越强大，我们对中国的关注度亦越来越高，我们也准备在我们所覆盖的每个疾病领域都放一个人选，去跟进、交流。”

本土药企在出海征程中也愈发积极地寻求并争夺更多话语权。在此背景下，当法律框架与资本逻辑均已就位，交易能否最终落地，关键便回到企业自身，即筛选标准能否转化为可验证的执行方案。其中，清晰的适应证推进路径、可量化的阶段性里程碑，以及能与MNC高效对接的落地团队，三者缺一不可。

王劲松对时代财经表示，从企业的角度出发，他更在意将来出海是否能够覆盖更多疾病领域、持续迭代技术与分子，以及如何与全球MNC实现深度绑定。他指出，一方面，他们将持续深耕免疫性疾病和肿瘤两大核心疾病领域。另一方面，还将探索更多新领域，如神经退行性疾病、代谢性疾病等。

“出海是和铂医药的战略核心方向之一。未来，我们的出海计划将围绕‘更全、更新、更深’三大维度展开。”王劲松称。

与阿斯利康的全球战略合作便是和铂医药对与MNC深度绑定的一次探索。这项合作不仅包括基于Harbour Mice全人源抗体技术平台在多治疗领域的多项目授权许可协议（最长达10年），而且阿斯利康对和铂医药进行了1.05亿美元的股权投资。另外，双方还将在北京共建创新中心。

“在未来，随着和铂全球生态圈越来越壮大、成熟，全球越来越多的顶尖机构将会陆续与我们达成合作，相信会诞生更多类似的深度绑定模式。”王劲松对时代财经称。

多名企业受访者对时代财经表示，从Biotech的角度，中国创新药的发展不断在变化，技术授权、管线授权、NewCo等模式的加入，是企业从“烧钱求生”到“盈利增长”的关键一跃。“中国创新药正经历新的变化，‘全球化、差异化、可持续’将与中国创新药下半场共生，进一步从跟随创新（Me-too、Fast-follow）走向源头创新（First-in-class/Best-in-class）。”

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

专业 视角 洞悉 产业 变革

产经



18-19 | 直击WAIC 2025



连签海外大单 中国eVTOL迎“iPhone时刻”？

时代周报记者 朱成星 发自上海

短短一周，两笔海外采购意向大单相继签署，为本就处于市场风口的eVTOL（电动垂直起降飞行器）再添一把热火。

7月16日，时的科技与阿联酋企业Autocraft达成协议，Autocraft拟采购350架E20 eVTOL，金额高达10亿美元。

一周后的7月23日，在首届国际低空经济博览会期间，沃兰特航空宣布与泰国泛太平洋公司（Pan Pacific）、中航国际工程三方签约。Pan Pacific向沃兰特采购500架VE25-100天行eVTOL，用于泰国和马尔代夫等地的短途岛际、岛内运输服务以及应急救援等场景，订单总金额达17.5亿美元。

eVTOL尚处商业化早期阶段，这两笔订单的金额和体量远超此前全球同类交易的常规水平。这既反映出国际市场对中国eVTOL产品性能与交付能力的认可，也折射出中国eVTOL企业在新一轮低空出行竞赛中的主动态势。

然而，eVTOL要真正从工程样机走向常态化运行，从“能飞”到“可用”，还需整个低空生态的系统性配合。产业变革往往起于技术跃迁，但能否迎来真正的“iPhone时刻”，考验的远不止飞行器本身。

离“iPhone时刻”还有多远？

当前，中国eVTOL企业正围绕整机制造、核心部件自研和产业链整合等方面积极布局，以支撑海外订单的交付潜力。

沃兰特合伙人、高级副总裁黄小飞在接受时代周记者采访时表示，公司当前在航电、飞控等核心系统上坚持自主研发路径，目前已在四川自贡建立年产能达300架的试飞制造基地，后续会为企业稳定放量提供保障。

另一家eVTOL头部厂商时的科技，则在安徽芜湖完成其首座总装制造工厂布局。时的科技副总裁兼品牌总监徐安向时代周报记者介绍，公司安徽芜湖工厂年产能200架，具备量产生产能力。

值得注意的是，产线投产并不意味着eVTOL能够立即实现交付。

沙利文大中华区高级咨询顾问

刘栩枫向时代周报记者表示，时的科技和沃兰特分别签署了金额高达10亿美元和17.5亿美元的海外采购意向协议，反映出全球市场对中国eVTOL的高度关注。但必须指出，这两份协议目前仍为意向协议，交付前提是完成中国民航局的型号合格证（TC）认证，并进一步满足生产许可、适航许可、运营许可，同时还需取得目的国监管批准，整个流程远不止一个TC那么简单。

根据《中华人民共和国民用航空法》和《中华人民共和国适航管理条例》，任何单位或者个人设计民用航空器，应当向民航局申请并获得型号合格证（Type Certificate, TC）。民用航空器通过型号合格审定、取得型号合格证后，将进入下一阶段的生产和使用认证流程，以获得生产许可证（Production Certificate, PC）和单机适航证（Standard Airworthiness Certificate, AC），最后在取得中国民航局民用无人驾驶载人航空器运营合格证（OC）后才能进入正式商业化运营。

eVTOL的“iPhone时刻”尚未真正到来，但正在快速逼近。刘栩枫指出行业已出现标准化路径。亿航EH216-S目前是全球首个取得“四证”的eVTOL企业，并已在国内部分城市开展“A点往返A点”的低空观光运营。从提交TC申请到拿到OC，历时约四年，为行业建立了可复制的合规模板。

黄小飞也表示，沃兰特目前正在推进TC认证工作，预计在2026年年底前取得。“真正的大规模商业化，还要等到TC认证以后。”

徐安同样认为，eVTOL行业还未到爆发点，“这个时点应该在2027年左右，届时主机厂能拿到载人的标准适航证，开始进行交付”。

尽管挑战犹存，eVTOL所承载的市场想象力依然可观。根据摩根士丹利预测，2040年城市空中交通的全球市场空间将达1万亿美元，2050年有望达到9万亿美元，预计未来中国eVTOL市场规模占全球的比例为25%~30%。2035年，中国eVTOL的市场规模将会达到5000亿元左右，且eVTOL市场规模的增速明显高于低空经济产业整体增速。

飞证≠可运营，配套生态仍是短板

尽管部分中国eVTOL企业在适

航审定路径上已取得初步进展，但商业化落地的障碍远不止“飞得起来”。

刘栩枫指出核心问题不只在飞行器本身，而在于配套的基础设施、空域管理、调度系统、运行生态尚未成熟。他强调，飞证不等于可运营。即便完成认证，真正落地仍需完善的基础设施体系，包括空域审批、起降点建设、充电设施、维修保障及调度系统等。目前多数国家相关配套尚不成熟，跨部门协同也仍处在起步阶段。

3月28日，合肥合翼航空有限公司收到由中国民航局颁发的全球第一张民用无人驾驶航空器运营合格证（OC），计划使用亿航EH216-S，在合肥市的骆岗公园等地开展低空旅游、交通接驳等场景化运营。此前，亿航智能的EH216-S无人驾驶载人航空器已获得全球首个载人eVTOL产品型号合格证（TC）、标准适航证（AC）、生产许可证（PC）。

然而，接近合翼航空的相关人士7月25日向时代周报记者表示，目前合翼航空还没有开始开放运营。

由此可见，即使完成监管认证，现实运营仍受到多重因素的掣肘。

“飞行风险容错率极低，eVTOL必须经过长期运行测试与冗余保障来建立安全信任。”刘栩枫指出，公众对低空载人的心理门槛依然存在，商业化落地还需通过舆论引导、示范运营与安全教育来逐步推进。

除配套基础薄弱外，产业链分工也存在挑战。刘栩枫认为，eVTOL核心部件如飞控与电驱系统需满足航空级安全认证。多电机冗余虽提升安全性，但也显著推高认证与迭代成本，整个产业链尚未形成高效分工体系。

综合来看，刘栩枫判断，距离eVTOL真正迎来类似“iPhone 4”的拐点，即产品成熟、运行常态化、用户愿意为通勤付费，还需要5年多的时间，这个过程更多是生态建设，而不是单点技术突破。

共建“一带一路”国家提供出海通道

值得注意的是，近期中国eVTOL企业签下的两笔海外大单，均落地于共建“一带一路”国家。这一趋势背后，既有市场端的主动选择，也有中国出海策略的有意倾斜。

一方面，相关国家企业主动牵手中国eVTOL厂商。7月16日，

Autocraft方面表示：“我们始终在寻找具备技术前瞻性和系统化交付能力的国际合作伙伴。时的科技在eVTOL领域的技术成熟度、安全体系构建能力以及对行业趋势的深刻理解，使我们坚定选择共同开发适应中东及北非市场的E20。”

7月23日，Pan Pacific董事长Vorachart Petrunthawong在签约仪式上也指出，泰国、马尔代夫等地多岛的地理环境非常适用eVTOL来提升民众的高效出行。“沃兰特的‘天行’机型具备高安全等级、舱内空间大、商载能力强、运营成本低等突出优势，因此决定与其建立战略合作，共同推进中国eVTOL在海外市场的商业化落地。”

另一方面，共建“一带一路”国家也为eVTOL提供了现实可行的出海通道。

徐安表示，欧美市场涉及数据安全、空域管理等敏感问题，难以进入，因此，共建“一带一路”国家是出海的机会窗口。

黄小飞也指出，共建“一带一路”国家政策环境比较开明，在很多领域已有出海的合作案例，eVTOL的商业化落地会比较快。比如本次与泰方的合作，中泰建交已长达50年，处于非常稳定时期，也会有利于低空领域的后续发展。

在刘栩枫看来，共建“一带一路”国家成为中国eVTOL首选出海地，是市场需求、政策环境与合作模式三方面共同驱动的结果。

一方面，这些地区城市密度较低、垂直空间充裕，气象条件稳定，适飞日多。同时地面交通基础薄弱，eVTOL可直接提供高效、低空、点对点的出行解决方案。

在监管上，这些国家对新兴交通模式接受度更高，政策环境相对开放。阿联酋已将eVTOL纳入适航体系，并提出垂直飞行基础设施（VFI）标准；亚太地区也出台了先进空中交通（AAM）运行参考资料，为项目落地提供了可依赖的制度路径。

更重要的是，中国在这些国家已有深厚的工程与政府合作基础。eVTOL出海不是孤立行为，而是整套低空交通系统的延伸。如沃兰特与泰国企业、时的科技与阿联酋企业的合作，通常由中方提供整机与系统，当地合作方负责政策沟通与运营落地，实现风险共担、协同推进。■

直击WAIC 2025

史上最热闹WAIC： 黄牛票炒至千元 人形机器人“炸场”

时代财经 郭美婷 冯恋阁

“今年人多了不少。”参展商黄林（化名）向时代财经感慨。

7月26日，AI界“春晚”WAIC（世界人工智能大会）拉开序幕。黄林回忆，去年WAIC时，在门口晃悠几圈，还有买到黄牛票的机会，今年的票提前几天就售罄了。“闲鱼上甚至有人开价2000元以上。”他表示。

据官方披露数据，WAIC 2025的规模创下了历届纪录，共有3000余项前沿展品集中亮相。其中，有40余款大模型、50余款AI终端产品、60余款智能机器人以及100余款“全球首发”“中国首秀”的重磅新品，场馆内有超过150台人形机器人同台亮相，是国内人形机器人最大规模的一次集中展示。而在2024年的一场活动上，有近百个大模型集中展现，18台人形机器人矩阵亮相。

在展会上，人形机器人几乎随处可见。“我们今年重点关注的就是机器人、灵巧手产品，WAIC上基本就代表了国内行业发展的最新趋势，很适合寻找采购机会。”LG集团旗下IT服务公司LGCNS探展团的工作人员向时代财经表示。

虽然从数据上看，大模型厂商变少了，但展商张迪（化名）感觉，规模似乎没差太多。这或许是因为，AI更多是以落地应用的形式出现在展台。“AI应用和机器人相关的参展方明显都有增多。”他表示。

热闹之下，产品的进退或许也暗藏了AI的新方向。

人形机器人更“现实”了

如果说人形机器人在2024年WAIC上已崭露头角，那么今年则接近“神仙打架”。

时代财经在7万平米的展场上，不时看到人形机器人在穿梭和作业，吸引不少观众前来围观，有的更是直接“炸场”。一边，智平方的通用智能机器人AlphaBot（爱宝）伴随着摇滚乐打架子鼓，节奏带感；另一边，宇树科技的机器人则摆起了擂台，两台UnitreeG1正在戴着头套和拳套激烈格斗，拳拳到肉，脚脚生风。

据宇树科技现场工作人员介绍，UnitreeG1配备了23~43个关节电



机，自由度较高，动作灵活性较强，能完成踢腿、打拳等动作，且整体稳定性表现出色。其中涉及多方面技术的综合，如硬件上的强度、硬度，电机的实时响应速度，以及格斗时的稳定性和平衡性维持等。

“去年，（人形机器人）还不能动，今年能够走、主动讲解、全自主完成基础的任务，这是巨大的进步了。近几年（人形机器人）带给你们的变化可能会更震惊。”智元机器人通用业务部总裁王闯在接受时代财经等采访时谈道。

在今年WAIC上，人形机器人在现实场景中的应用被更多地展示。

“我们被询问得最多的是，（人形机器人）有没有商业化落地。”银河通用产品合伙人傅强表示，因为人形机器人在今年WAIC上展示的场景已经非常真实了，“所见即所得”，所以落地情况成为关注重点。

在傅强身后，银河通用Galbot机器人正在从琳琅满目的货架上精准地取下一瓶饮料，转身递到参观者面前的桌子上，然后再回到货架上夹取薯片……

据傅强介绍，银河通用展台的最大亮点是自研的端到端具身大模型VLA，在其驱动下，人形机器人已能识别货架上密集摆放的真实商品，精准判断每件商品的姿态并完成抓取。从年初至今，该技术已在多个前置仓大规模应用，且已实现商业化。

“今天下午有很多人来咨询订单

相关事宜。”傅强说道，这些咨询者来自多个不同的领域，各自的关注点也有所不同。如工业领域的车厂关注零件抓取功能；零售领域的企业则关注无人售卖场景中，机器人替代人工分拣的可行性等。

“我们被询问较多的应用场景是零件上下料、装配、检测等。”里工机器人相关负责人告诉时代财经，传统厂房的许多工位之间间隙非常狭窄，在这类场景下，其人形机器人的上半身可以实现360度旋转，因此在需要面对面作业的工位之间，能够快速无缝切换，但普通机器人则需要掉头才能转换作业方向。

“人形机器人的核心优势在于柔化程度更高。”上述负责人认为，单臂机器人作业时如果需要切换操作（比如从“抓取零件”换成“搬运盒子”），必须先停下当前工作，完成手部工具的整体更换，效率较低；而人形机器人有两只“手臂”，类似人类双手分工配合，一只手用“吸附工具”拿住盒子时，另一只手可以单独更换成“抓取工具”去拿其他物品，无需停下当前动作。

智元机器人今年设置了300平方米的展台，展出了灵犀X2、远征A2、精灵G1、远征A2-W和四足机器人D1Ultra。其中，精灵G1在现场打工进行包裹分拣，远征A2-W则忙着拆垛周转箱，两者均是在工业场景上的演示。

“我们的具身智能技术最大优势在于，能像人类一样实现‘思考一行

动’的闭环。”王闯举例，如直播料箱转运场景时，机器人并非依赖预设程序。当机器人挪动料箱后，它能自主感知到位置变化并主动调整移动方向。而部分厂商的机器人需要依赖料箱上粘贴的二维码才能工作，一旦二维码缺失，操作就会中断，这种模式在实际应用中是难以被接受的。

除打架子鼓外，智平方也展示了机器人在工业场景下的落地。在工业演示区，AlphaBot（爱宝）展示了其“全域全身”的码垛搬箱技能，在展区里准确抓起箱子，将它们稳稳码放到托盘上。

“在今年下半年，谁能让机器人在多个场景、多项任务中持续提供服务，谁就能在核心赛道中占据领先地位。这类通用型机器人（Generalrobots）需要大量多场景、多样化的数据，同时也需要通过多样的场景来牵引硬件的迭代与研发。”智平方创始人兼CEO郭彦东表示。

“百模大战”结束？

和人形机器人相反，今年参展的大模型企业少了。根据官方数据，去年有近百个大模型集中展出，今年则有40余款大模型亮相。甚至，“AI六小虎”中，零一万物、百川智能两家缺席。不过，7月22日，零一万物刚刚在北京举行了一场发布会，发布万智企业大模型一站式平台；百川智能也豪赌B端，持续押注AI医疗。

时代财经注意到，在今年WAIC展出的AI模型厂商中，有不少选择与终端合作，寻求落地的应用场景。

例如，MiniMax今年展出了多个AI+硬件，包括智慧家居、穿戴设备、智能座舱、智能音箱、智能耳机及交互设备，以及文旅、电商、办公、教育、游戏、医疗、金融等领域应用。“今年我们展出的AI+硬件比去年更多。”公司相关负责人向时代财经表示。

阶跃星辰也聚焦智能终端Agent的方向，重点布局汽车、手机、IoT设备等关键应用场景。“我们在汽车、手机领域都与相关品牌的旗舰产品展开了合作。”以汽车为例，阶跃星辰展台的工作人员向时代财经表示，搭载了阶跃星辰多模态大模型的吉利银河M9，是行业内端到端语音大模型首次实现量产上车。

据阶跃星辰透露，超过50%的

头部国产手机品牌已经在智能终端Agent方面和公司开展深度合作。

前述工作人员告诉时代财经，“终端应用”是公司本次展示的核心。“以往无论是大模型研发，还是B端、C端合作，行业更倾向于关注模型发布、榜单排名或开源情况；而现在，大家更在意‘模型是否好用’。”他表示。

“模型是否好用”也是月之暗面所坚持的，其展台并没有太多关于AI大模型应用产品的介绍，相关负责人称，“除了提升大模型能力本身，我们不受其他外部噪音的影响”。

就在不久前的7月11日，月之暗面时隔半年推出新一代基座模型KimiK2，这是一款具备更强代码能力、更擅长通用Agent任务的MoE架构基础模型，模型本身就集成了自主决策和执行任务的能力，能够作为智能体解决复杂任务。

智谱则在今年WAIC上推出了多模态AI陪伴产品动动物圈，据智谱相关负责人介绍，在这个应用中，用户可以根据自己的意愿，通过图片或文字创建生成AI伙伴。“这个产品可以视作是一个‘AI生命’。”他表示，形象创建之后，用户可以与AI角色触摸互动、实时对话、视频陪伴。

今年，WAIC上缩减模型厂商，是否意味着“百模大战”已告一段落？

“AI领域一定会有很多玩家持续存在。”MiniMax创始人、CEO闫俊杰在WAIC的主论坛上表示。他提到，目前用到的所有模型都依赖对齐（ModelAlignment），对齐目标不一样使得不同的模型拥有各自的特点，并且长期存在；同时，近半年AI系统已从单模型转换为多Agent系统，单一模型的优势在这样一个多Agent系统里逐渐变弱；此外，过去半年许多非常智能的系统都不是大公司所拥有，而随着开源模型如雨后春笋般涌现，也在不断逼近最好的闭源模型。

“如果有一天AGI实现了，其过程一定是由做AI的公司和他们的用户一起来实现的，并且这个AGI应该属于多家AI公司和它的广泛用户，而不是只属于单个组织或某家公司。”闫俊杰说。

WAIC刚刚开始，或许几年的“百模大战”打出了一个初步的结果，来与不来WAIC或许不意味着是否退场，可能只是入局者不一样的选择。■

阿里扔出一张大牌 夸克AI眼镜曝光

时代财经 庞宇

整合阿里巴巴生态内的地图、支付、购物等功能。

在硬件层面，夸克AI眼镜采用高通ar1旗舰设计芯片加低功耗的协处理器双芯设计，搭配安卓加RTOS双系统实现动态资源调度。

与市面上现有的产品相比，这款AI眼镜的最大卖点在于高度融合了阿里巴巴生态系统。“夸克AI眼镜将融合阿里及支付宝生态：具备通义千问大模型和夸克最新AI能力，还支持高德导航、支付宝看一下支付、淘宝比价、飞猪商旅提醒等。”宋刚在大会现场透露。

“以导航场景为例，研发团队联合高德地图开发了适配AI眼镜的近眼显示导航系统，可实现在骑行、步行等移动场景下的精准指引。”宋刚举例称。

此外，夸克也将自身多重功能移植到夸克AI眼镜上。例如，在AI图像问答方面，利用夸克多模态大模型结合百亿级的图片检索能力，能够快速识别对话环境，支持快问快答和专业讲解。

除了生态构建，据宋刚介绍，夸克AI眼镜还实现了传统眼镜行业的技术、渠道、服务以及C2M定制能力的整合，“未来我们还将持续探索AI眼镜在教育、健康、办公等更多场景的深度应用。”

这之后，阿里在组织架构上也做了调整，“85后少壮派”高管吴嘉被委以重任，其通过统管两大事业群：智能信息事业群（包括夸克、UC、书旗小说、通义APP）和智能互联事业群（天猫精灵、AIoT等），成

实际上，阿里进入AI硬件研发已酝酿多时。

过去几年，阿里云在AI大模型、云计算基础设施等B端领域建立了深厚积累。同时基于这些技术积淀，阿里在C端不断拓展业务边界。

在去年的云栖大会上，阿里巴巴集团CEO吴泳铭就曾表示：“AI最大的想象力，绝不是在手机屏幕上做一两个新的超级APP，而是接管数字世界，改变物理世界。”

去年年底，阿里对AI to C业务进行统筹调整。原属于阿里云的AI应用“通义”被拆分并入到夸克所在的阿里智能信息事业群。同时，天猫精灵硬件团队与夸克产品团队开始融合工作，共同探索如AI眼镜等新硬件方向。

今年年初以来，夸克获得了集团内部更多的目光和资源倾斜。今年2月，阿里巴巴创始人马云现身夸克办公区，引发业界热议。就在同月，阿里AI to C业务开启数百个岗位的大规模招聘，90%集中在AI技术与产品研发方向。

这之后，阿里在组织架构上也做了调整，“85后少壮派”高管吴嘉被委以重任，其通过统管两大事业群：智能信息事业群（包括夸克、UC、书旗小说、通义APP）和智能互联事业群（天猫精灵、AIoT等），成

为阿里AI to C战略的实际操盘手。

如今，夸克AI眼镜的亮相，意味着阿里AI to C战略正从软件领域延伸至多形态硬件。

不过，国内AI眼镜牌桌上已挤满各路玩家，竞争形势复杂，消费电子巨头、互联网大厂、垂直AR厂商与跨界新势力同台竞技。今年第二季度，小米、华为、联想与XREAL等纷纷上新AI眼镜。

阿里为何此时入局AI眼镜？宋刚认为，AI眼镜会是智能穿戴方向最重要的产品形态，它将成为人类另一双“眼睛”和“耳朵”，具备极强的场景穿透能力。“从战略价值来看，眼镜处于人类头部的生态位：头部设备可以捕获80%以上的人体感知输入；其次，AI眼镜具有极强的场景穿透能力：能同时覆盖办公、生活以及移动场景。作为下一代人机交互的‘感官中枢’，将会催生个人数据量的急剧爆发，有望成为继智能手机之后最重要的个人移动入口。”

天使投资人、资深人工智能专家郭涛向时代财经表示，目前AI眼镜市场虽整体规模较小，但增长迅猛，是入局的好时机。巨头入场可带动产业发展，吸引上下游资源投入，加速技术迭代与成本降低，推动行业走向成熟。

郭涛认为：“从市场层面看，消费者对智能穿戴产品接受度提升，AI眼镜需求被激发，行业上升趋势明显。从技术角度看，AI技术进步解决了AI眼镜过往体验不佳的问题，让阿里自身技术实力也能得以施展。并且，阿里生态优势显著，通过整合高德、支付宝、淘宝等高频应用场景，形成‘硬件+服务’生态闭环，像近眼导航、扫码支付、商品比价等，赋予产品差异化竞争力。”

国际数据公司（IDC）最新报告显示，2025年第一季度全球智能眼镜市场出货量148.7万台，同比增长82.3%，其预测2025年中国智能眼镜出货量预计达到290.7万台，同比增长121.1%。

尽管行业前景广阔，但也有业内人士认为，由于行业仍处于初期阶段，产品体验也仍存在诸多不足。比如，不够智能、续航短、不够舒适美观等。

而阿里巴巴能否将AI眼镜真正带入大众消费市场？在郭涛看来，“夸克AI眼镜能否脱颖而出，关键在于能否将生态融合与用户体验优化做到极致，通过提供‘一站式’服务，让用户在使用中感受到阿里生态带来的便捷，形成独特优势。此外，价格策略也是其能否打开市场的关键因素。”■

直击WAIC 2025

专访游族网络傅焜： AI助力游戏研运 目前无法取代创意工作

时代周报记者 谢斯临 发自深圳

近日，2025世界人工智能大会暨人工智能全球治理高级别会议（简称“WAIC 2025”）在上海举行。游族网络（002174.SZ）首席战略官傅焜出席“语料筑基，智生时代”WAIC 2025语料主题论坛并发表演讲，探讨互动娱乐领域语料的经济和社会价值，并分享了游族网络在AI领域的全新战略布局与实践。

傅焜认为，在游戏实时交互的过程中，从文本、图像、视频、真人仿生数据、环境状态到用户行为产生的数据，都是优质的多模态实时语料。这些语料至少在四个方面有着独到优势：其一，在于海量、真实、完整。实时语料数据来源于全球数十亿玩家每次进入游戏的完整行为链条。其二，毫秒级、实时。玩家按下技能键的瞬间，数据马上就被同步记录下来。其三，直接、精准。玩家的操作、状态，直接反映了其当下的目标。其四，高质量、高价值。数据生产的源头可控，没有太多其他噪音，使用价值高，非常适合给AI大模型当“燃料”。

比如，游戏多模态的实时语料数据，不仅能为具身智能提供最佳的训练场，还能为全球化精准营销建立动态“基因库”，从而加速中国企业开拓海外市场；基于实时多模态语料数据强交互、高趣味的特性，其还能帮助各行各业创新提质。

演讲前，傅焜接受了时代周报记者的专访，就AI如何赋能游戏研运、如何让游戏变得更好玩等话题进行了讨论。在傅焜看来，目前AI已经大规模应用于游戏研发过程。特别是进入2023年，随着OpenAI等基础模型的进步，行业细分领域的应用模型发展非常迅速。只不过由于技术迭代快、产品更新频繁，很难进行精确的



AI目前能做到的主要还是“学习模仿”，研发过程中的核心创意亮点和情感共鸣部分仍然需要人类来完成，如全新的玩法机制、独树一帜的艺术风格、深刻的故事内涵等。

传统量化评估。

不过，傅焜强调，AI目前能做到的主要还是“学习模仿”，研发过程中的核心创意亮点和情感共鸣部分仍然需要人类来完成，如全新的玩法机制、独树一帜的艺术风格、深刻的故事内涵等。“这种创意类的工作，AI目前还无法替代。”

AI让游戏变得更好玩

随着底层模型能力的不断提升，AI正越来越广泛地被使用在游戏当中。

根据Totally Human Media统计，今年Steam平台上公开表明使用了生成式AI的游戏产品数量已经有7818款，比去年的约1000款增长近8倍。这个数字在Steam整体游戏大盘占比约为7%，同时在所有2025年Steam发布游戏中的占比接近20%。

但这些AI工具具体应用在游戏研发运营的哪些环节，又如何提升玩家的游戏体验，市场还未有清晰的认知。傅焜根据游族网络AI的应用情况，提出：“AI落地游戏，见效最快的毫无疑问是游戏研发和运营的提质增效方面。”

比如在研发层面，游族网络搭建了集成式AI平台，赋能游戏生产管线，有效提升了美术资产、代码、TTS语音、本地化翻译、游戏测试等环节的质量和效率，提高游戏研发体系工业化水平。发行层面，游族网络推出了发行全环节的AI工具产品，覆盖从版本发布、平台接入、市场推广等全流程，有效提升了“一个版本、全球发行”的经营效率。

但降本增效、提升产能只是AI赋能游戏行业的一个侧面。市场关注的另一重点是，AI能否服务于玩家的游戏乐趣，让游戏变得更丰富好玩。只不过，关于如何达成这一目标，各家厂商仍在持续探索，游族网络也不例外。

2024年，游族网络曾推出首款AI玩伴“小游酱”，并将其集成在不同的游戏之中，以此为用户提供个性化定制服务，实现包括智能交互、专属助理、情感陪伴等功能，提升了玩家在游玩过程中的沉浸感与交互感。

此外，傅焜还以研发中的《我的三体：2277》为例，分享了游族网络在AI改造用户体验方面做出的探索。在该游戏中，游族网络开放了玩家UGC功能，哪怕不会编程和美术的玩家，通过内置的AI编辑器，也可以轻松地完成场景编辑、剧情关卡设计、可交互物编辑等工作，以此让更多有创意的用户来参与游戏环境的打造，丰富游戏体验。

“以武器创作为例，在AI工具的辅助下，玩家可以将原著中的经典‘罗非鱼’元素，与沿途中搜集到的任何物件进行混搭，点化出专属的、充满个性与故事的创意武器。这就是AI赋能下的想象力迸发。”傅焜表示。

游戏也是AI最理想的测试场

游戏与AI的结合，并不会止步于游戏。市场普遍认为，游戏复杂的交互环境、海量的内容需求以及对沉浸体验的极致追求，天然构成了AI技术最理想的测试场。从这个角度来看，游戏过程中产生的大量数据，甚至有机会反哺AI的发展，推动技术的进步。

傅焜以游戏语料库建设举例。游戏过程会不断产生真实有效、持续更新的数据样本，通过合适的处理，游族网络可以将这些碎片化的信息转化为可计算、可复用的知识资源，从而满足包括AI技术应用在内的多领域需求。

而在游戏业务之外，游戏语料库的数据也有不少的应用空间。比如，游戏研发过程中需要大量真人动捕生成的仿生数据。在傅焜看来，这些语料就可以应用在具身智能领域，帮

助具身智能学习怎么在动态环境中反应，加速具身智能的发展与落地；在文化领域，游族网络已经推动了包括《少年三国志》系列在内的数十款以中国传统文化为背景的游戏出海，其间积累的语料和经验，同样可以复用至其他行业，为中华优秀传统文化的创新性传承与发展注入活力。

基于这一判断，游族网络在近年来，开始不断向AI技术的上游延伸，在AI软硬件基础建设、文化娱乐产业AI应用以及AI人才培养等多维度进行了布局。

比如，游族网络就曾与火山引擎达成战略合作，共同探索文娱产业AI大模型技术的应用前景；并与人民创投、中科曙光联合发起“新质生产力数字化创新联盟”，致力于推进数字技术创新与融合，为相关政策与行业标准的制定贡献力量。

在WAIC开幕前夕，游族网络更是官宣与国产GPU企业曙光Sunrise签署战略合作协议，双方计划围绕AIGC内容生产、实时推理引擎优化及私有化算力集群构建等展开深度联动。曙光Sunrise前身为商汤科技的大芯片部门，于2024年年中分拆独立。

傅焜强调，此次合作不仅是游族网络布局国产芯片算力基础设施的关键一步，更是将游戏产业实际需求与尖端算力技术深度绑定的创新实践。“我们期望通过双方的努力，打造‘需求牵引—技术赋能’的闭环创新体系，共同推动‘AI+游戏’智能化创新，重塑产业链条，共筑AI驱动的新一代游戏研发生态。”

展望未来，傅焜表示，游族网络将持续深化AI赋能互动娱乐产业相关布局，不断强化AI技术在游戏产业中的融合应用，在推动业务高质量创新发展的同时，助力人工智能产业生态发展。■

机器人非要“长得像人”？ 优艾智合副总裁关健：要适配实际任务

时代周报记者 朱成呈 发自上海

人形机器人概念持续升温，工业机器人赛道也迎来新一轮“形态重估”。相比之下，一批面向工业场景的玩家正从更具可行性的路径切入具身智能浪潮，优艾智合就是其中之一。

这家成立于2017年的机器人公司，聚焦于高复杂度、高洁净等级的工厂环境，围绕“移动+操作”双重能力，打造适配半导体晶圆厂、新能源基地、3C制造车间等场景的移动操作型机器人，其产品已落地台积电、中芯国际、华星光电、中国中车、立讯精密、延锋国际等客户。

“移动操作机器人指的是在具备自主移动能力的基础上，进一步集成机械臂和环境感知系统，从而实现‘可移动+可操作’的双重能力。”2025世界人工智能大会期间，优艾智合副总裁关健在接受时代周报记者专访时表示，传统AGV几乎没有感知能力，只能沿着预设路径运行；服务型机器人则多部署在商用或办公场景，安全性、精度等方面的要求远低于工业级标准。

相比之下，移动操作机器人配备了“嗅觉”“温度感知”，以及多模态信号识别系统，能对周围环境做出智能感知与分析判断，再结合自主决策能力，完成复杂操作任务。

时代周报：人形机器人如今热度颇高，也被寄望于进入工业场景。你怎么看它们未来在工业物流领域的应用潜力？

关健：目前，业内存在两种不同

的声音：一种认为人形是未来机器人的终极形态，主要目标是C端家用场景。在此过程中，工业作为训练与数据采集的“过渡场”，承担着为其走进家庭奠定技术路径的角色。

另一种声音则认为，应当有专门面向工业场景的人形机器人设计。这两种观点存在一定矛盾。

我想强调两个核心判断：第一，机器人是否“长得像人”，不是工业应用的关键问题；第二，工业领域对机器人形态并无明确边界，关键在于是否适配实际任务。

从优艾智合的实践来看，我们更倾向于使用“移动操作型机器人”这一更为精确的概念。在晶圆厂这样的复杂工业场景中，我们的机器人已经可以实现24小时连续工作，长期稳定运行。这类机器人需要根据不同细分场景不断演化和适配，而不是拘泥于某种形态。

时代周报：当前业界热议“具身智能”，你如何理解它在工业机器人中的实现路径和现实边界？

关健：我们去年年底与西安交通大学联合成立具身智能研究院，核心研究对象大多为人形或类人形机器人。

传统的移动操作型机器人，控制逻辑基本源自控制论架构，即人类为机器人预设每一道指令。而具身智能更强调通过大规模仿真与环境交互训练，让机器人具备自主理解任务、生成控制策略的能力，从而不再仅依赖人类的逐条编程。

在我们看来，具身智能是极具潜力的前沿技术，尤其对移动操作型机器人而言，其关键能力片段可以大

幅增强机器人自适应性。但这并不意味着完整照搬人形形态或全栈架构就能适配工业场景。

工业对一致性与稳定性的要求远高于消费场景，不同行业对机器人能力也有极为细致的差异。我们主张从工业实际出发，吸收具身智能中的“关键基因”，融入到现有机器人体系中，形成一个更智能的生产力集合体，而不是盲目追逐人形概念。

时代周报：工业门类众多，为何优艾智合最终选择聚焦于半导体、能源等领域？

关健：优艾智合在早期创业阶段曾响应超过20个行业的非标定制化需求，并没有一开始就聚焦某一垂直赛道。今天所专注的半导体晶圆厂等场景，是在长期的项目迭代与现场验证中逐步沉淀出来的。

一些场景在过程中被自然淘汰，而另一些则在持续验证中不断固化为我们专长的行业解决方案。这更像是一个演化过程，而非战略预设。

时代周报：移动操作机器人是否会对晶圆厂带来深层次的改变？

关健：确实会。我们认为，所谓“机器换人”，本质上不是替代关系，而是生产力结构的再升级。

机器人可以实现微米级的精准操作，而人类即便达到毫米级，已属极限。人类在长时间重复劳动中难以保持动作稳定性，出错难免。但机器人基于数据驱动的控制系统，可以长时间稳定地一地完成精细操作。

在晶圆厂中，最常见的误操作（miss operation）就来自人工失误，影响产能和良率。这一层面，机器人的价值早已超越单一的成本考量。

我们服务的晶圆厂通常涉及数百至上千个盒子，每个都要经历三四百道工艺流程。如果依赖上百名工人进行系统性调度，管理成本与错误风险极高。而机器人集群可基于统一系统互联互通，高效协作。

此外，人类本身也是污染源，唾液、皮屑都会对晶圆造成污染，而机器人天然规避了这些风险。

时代周报：优艾智合提出的“一脑多态”控制架构，与此前行业中的“云端机器人”概念有何关键差异？

关健：“一脑多态”并不等同于传统的云端模式，我们清晰区分了端侧与边侧。

例如，急停、安全避障、精度控制等关键任务必须在机器人本地完成，若完全依赖网络将带来巨大风险。因此，我们认为决策的优先位置在端，协同的调度任务则部署在边缘。

边缘服务器通常承载多台机器人之间的协调任务，具备较高的算力冗余。这种结构下，端控制单一机器人，边侧调度机器人集群，实现灵活协同。

时代周报：华为云盘古大模型在优艾智合的“一脑多态”架构中发挥怎样的作用？

关健：我们希望借助大模型实现“机器人自主生成代码”的关键技术突破，将其能力嵌入现有控制框架中，逐步提升机器人系统的自主决策与任务适配能力。

当前“一脑多态”系统类似一名刚毕业的大学生。具备基础理解能力、硬件操作技能和环境感知能力，但在每个垂直行业的专业知识还相

对欠缺。

这时我们就可以引入行业小模型或行业软件作为“经验补丁”，协助其完成具体任务。华为云的盘古大模型作为底座平台，能够与“一脑多态”架构无缝衔接，构建跨行业、跨场景的智能执行能力。

未来，我们希望有更多平台伙伴接入，围绕各自熟悉的行业构建配套软件，只需告诉机器人“做什么”，系统便可自动调配动作链条。这将构成一个更具生态能力的智能平台体系。

时代周报：你如何看待当前四足机器人被引入厂区巡检场景的趋势？轮式与足式机器人是功能互补还是竞争替代？

关健：从我们的观察来看，轮式与足式机器人在工业巡检中的关系，并非此消彼长，而是各有其独特适配区间。

四足机器人的优势非常直观：具备显著的越障能力，能适应崎岖、非结构化地形，尤其适用于存在台阶、碎石或植被的户外环境。它的短板也同样明显，比如续航时间有限，稳定性和负载能力相对较弱。

轮式底盘的优势在于能耗低、负载大、路径重复性高，在铺装良好的厂区地面，尤其是标准化工业车间和管廊中，表现非常稳定可靠。因此，在我们看来，一个基本的判断逻辑是：在人工铺装良好的厂区，轮式机器人依然是主力；而在厂区之外，比如大型变电站外围、风电场、油气站等自然环境中，四足机器人更能发挥优势。■

（实习生金萱对本文亦有贡献）

特斯拉遇逆风局 六座版Model Y能否成销量救星

时代周报记者 武凯 发自北京

北京时间7月24日早间，特斯拉公布第二季度财报。在汽车销量持续下滑的情况下，特斯拉第二季度营收、净利润均呈双位数下滑：当季营收224.96亿美元，同比下降12%，净利润为11.72亿美元，同比下降16%，市场预期为11.36亿美元。

特斯拉第二季度业绩下滑，主要由于汽车销量下降及均价降低。在今年第二季度，特斯拉全球范围内售出384122辆汽车，同比下滑13%。即便是在中国等市场推出5年免息、8000元保险补贴等促销活动，特斯拉的汽车销量也未能回暖。

在此背景下，特斯拉中国宣布将在今年秋季推出新车Model YL，即此前媒体提及的加长版“六座Model Y”，意欲争夺家庭用户。此外特斯拉方面表示，计划在第四季度推出更经济实惠的车型。

特斯拉CEO埃隆·马斯克还在财报后的电话会议上表示，今年年底，特斯拉会在美国部分城市向终端用户推送完全无人监管的FSD服务。“到今年年底，我们能实现在（美国）湾区的产品全自动工厂发货。未来在欧洲，我们也能实现产品的全自动发货、送货。”马斯克表示。

7月23日，特斯拉（TSLA）收报于317.87美元/股，下跌4.42%。

特斯拉上半年销量下滑

特斯拉第二季度营收和调整后每股收益均未达到华尔街分析师此

前预期。

今年第二季度，特斯拉营收为224.96亿美元，与去年同期的255.00亿美元相比下降12%；归属于普通股股东的净利润为11.72亿美元，与去年同期的14.00亿美元相比下降16%；归属于普通股股东的每股摊薄收益为0.33美元，与去年同期的0.40美元相比下降18%。

而据雅虎财经频道报道，25名分析师此前平均预期特斯拉第二季度营收达245.7亿美元，调整后每股摊薄收益将达0.49美元。

在汽车业务、发电和储能业务，以及服务与其他业务这3项业务中，特斯拉汽车业务下滑最为严重。第二季度特斯拉汽车业务营收166.61亿美元，与去年同期的198.78亿美元相比，下降32.17亿美元，超过了当期公司营收整体下滑值。

此外，特斯拉第二季度汽车总产量为410244辆，但总交付量仅有384122辆，与去年同期的443956辆的交付量相比下降13%，产销量差距进一步扩大。

不只是第二季度，今年上半年特斯拉表现都不乐观。

上半年，特斯拉营收418.31亿美元，同比下滑10.62%，去年上半年为468.01亿美元；净利润15.81亿美元，同比下滑43.33%，去年上半年为27.90亿美元；上半年汽车交付量720803辆，同比下滑13.24%，去年上半年为830766辆。

概括而言，特斯拉今年上半年少赚了12.09亿美元（约合人民币86.47亿元），少卖了近11万辆汽车。

12.09
亿美元

概括而言，特斯拉今年上半年少赚了12.09亿美元（约合人民币86.47亿元），少卖了近11万辆汽车。

继续画自动驾驶和机器人的“饼”

在业内人士看来，特斯拉产品单一、多年无重大更新，越来越难满足细分市场的需求。

特斯拉也意识到了这一点，在7月16日宣布即将推出新款车型Model YL，目标抢占日益壮大的家庭用户市场。

不过Model YL仍是基于现有Model Y加长改造而来。无论是从命名、还是造型来看，都是一辆加长、加座的特斯拉Model Y。

因此在业内人士和部分Model Y车主看来，Model YL并不算是一款全新车型。

特斯拉真正的全新车型或许要

等到今年第四季度。

特斯拉汽车工程副总裁拉斯·莫拉维在今日的电话会议上透露称，更经济实惠的新车型已经在今年6月正式投产。“我们会率先在北美投产，并尽可能地实现产量最大化。今年第四季度，我们计划推出这款更经济实惠的新车型。”

特斯拉官方并未透露这款车型的更多具体信息，只是称推出这款产品的目的并不是出于对收入或毛利影响的考量，而是希望能够以更实惠、更经济的价格为用户打造一款人人都喜欢、人人都想要的新车型。

马斯克或许更加关注自动驾驶、人形机器人等前沿业务。在7月24日的电话会议上，他先是称面向个人用户的无人监管FSD服务（自动驾驶）大概会在今年年底在美国部分推出。而后针对人形机器人，马斯克表示，Optimus机器人预计将于2026年量产。

“我相信目前Optimus V3的设计是我们有史以来最正确、最优秀的设计……现在的Optimus机器人自由度、灵活度非常高，几乎能完成我们所需的任何指令。”马斯克称，“相信在5年后，我们单月会生产约10万台Optimus人形机器人。”

但分析人士指出，一是FSD能否在全球范围内获得政策性准入还存在变数，二是人形机器人业务短期内难以带来效益。特斯拉公司的主要产品仍是电动汽车，但在中国、德国等汽车大国电动汽车产品层出不穷的当下，特斯拉仅靠Model 3、Model Y这两款车型，很难实现增长。■

极氪否认卖“零公里二手车”背后： 回归吉利后独立性几何？

时代周报记者 武凯 发自北京

2024年5月，吉利控股旗下高端新能源汽车品牌极氪登陆美国纽交所，成为继“蔚小理”之后又一家登陆美股的中国新能源汽车品牌。但仅仅过了1年，今年5月7日，吉利控股集团就宣布将收购极氪已发行的全部股份，并私有化后者，回归“一个吉利”。

回归“一个吉利”的背景是：国内新能源汽车市场竞争加剧，吉利控股集团旗下原有吉利汽车、几何、领克、极氪、银河等多个品牌，内部协同成本高且资源内耗，官方称之为“小而散、散而乱”。因此自去年9月开始，吉利控股集团旗下多个品牌开始整合。

极氪方面，今年2月极氪收购领克股权，合并为一家公司——极氪科技集团。

近期，有媒体报道称极氪在部分直营门店中销售已投保过户的“零公里二手车”。对此极氪称，相关产品为投交强险的展车，并未上牌登记。“这种新能源展车折扣销售模式，属于正常商业行为，与‘二手车’交易存在本质区别。”

“展车”与“零公里二手车”有本质区别

据《中国证券报》报道，今年5月以来，极氪被指通过直营门店体系，将部分已投保过户的库存车辆当作新车，以“限时优惠”等话术兜售给不知情的消费者，引发大量投诉。

“零公里二手车”是汽车市场竞争下的产物：部分车企或经销商将新车登记变为“二手车”，一方面可以增加车型销量数据、另一方面也可以变相降价提高销量。“主要是为了销量数据好看，通过展现品牌竞争力来吸引更多消费者。”一名业内人士对时代周报记者说。

这种做法并非新鲜事。

通常在每年6月末或者年底，部分车企和经销商会采取这一手段来粉饰销量数据，以便完成年初摊派的任务和目标。“尤其是在12月，不少经销商会把新车登记在员工等人名下，做成数据上报给主机厂，以此拿到厂家的达标奖励。”山东远通汽车贸易集团的一名工作人员对记者说。

7月20日，极氪方面否认了媒体关于“零公里二手车”的说法，称“报道中涉及的车辆均为可正常销售的展车。为确保展示期间的安全，展车虽已投保交强险，但从未开具零售发票，也未在任何车管所进行新车注册登记或上牌，其法律属性始终属于未注册的新商品车。”

极氪还补充道：“展车通常存在3~5个月的库龄，因此会根据商品车的展示历史或库龄时间进行折扣明示销售。”

极氪不再追求完全直营

中国汽车流通协会汽车市场研究分会秘书长崔东树对记者表示，对新势力品牌而言，库存超过2个月就会面临不小压力。“一般1个月（库存周期）就很高了。”

极氪“展车”的库龄达到3~5个月。对于以销定产（根据订单量确定产量的模式）的新势力品牌而言，这一周期具有一定的库存压力。

2024年6月，极氪品牌销量达到20106辆，在新势力品牌中处于中上游；但在今年6月，极氪品牌销量降至15254辆。在多家新能源品牌月销量超过3万辆的情况下，极氪比去年同期少卖了4852辆。

与此同时，极氪品牌的车型增加至6款，分别是极氪001、极氪009、极氪007、极氪MIX、极氪X和极氪7X。其中，曾经的热销车型极氪001也从单月的近万辆跌至今年6月的2437辆。

时代周报记者从极氪方面了解到，今年第二季度，在渠道上采用直

营模式的极氪开始引入了合伙人（代理制）模式，即：一线、二线、三线城市原直营门店原则上仍直营；空白市场和四线及以下市场引入合伙人模式。合伙人模式并非传统经销商模式，原则上不承担库存，主要负责建店、销售等工作。

在业内人士看来，尽管或不承担库存压力，但引入代理制的合伙人模式有利于降低极氪的下沉成本，填补极氪在下沉市场的渠道布局空白。

对于未来是否会引入经销商模式来降低库存压力，尚不可知。

至此，原采用直营模式的蔚来、阿维塔、极氪等均转为混合销售模式。

回归吉利，机遇与挑战并存

极氪品牌是吉利控股冲击高端新能源汽车市场的利刃。在汽车市场不进则退的当下，这把利刃逐渐显得迟钝。在2024年年底，吉利控股开始收回这把利刃。

极氪回归吉利体系分为两步走：第一步是今年2月14日，极氪完成对领克收购及注资事项，领克51%的权益归属极氪，49%的权益归属吉利汽车，领克成为极氪非全资附属公司。两个汽车品牌开始在新成立的极氪科技集团下运营。

第二步是在7月15日，吉利控股旗下两大主要汽车上市公司——港股吉利汽车控股有限公司（下称“吉利汽车”，00175.HK）与美股极氪智能科技有限公司（NYSE:ZK）正式签署合并协议，吉利汽车将收购其尚未持有的全部极氪股份，极氪完全回归吉利体系。

在分析人士看来，极氪回归吉利体系要从两个方面看待：一是极氪自身发展角度，二是集团融合角度。

“极氪面临着理想汽车、小米汽车等自主高端新能源汽车品牌的竞争压力。”北方工业大学汽车产业创新研究中心主任、教授纪雪洪对时代

周报记者表示，“回归吉利体系后，极氪有望获得更多内部支持、优化成本控制，不过独立性也会降低，所以是机遇与挑战并存。”

在集团层面，纪雪洪认为吉利控股集团能够更加理顺旗下各品牌定位、加强协同、减少内耗，集中力量办大事。“极氪回归对于吉利方面来说是重大战略和转折点，吉利方面后续需要考虑如何有效利用极氪的品牌资源，同时保持这一品牌的调性。”

吉利汽车行政总裁及执行董事桂生悦在5月的合并说明会上称：要进一步提高整合效率，解决利益不一致的问题，把公司资源深度整合成“一个拳头”，才能真正提高企业竞争力。“面对激烈竞争，市场不给容错空间，吉利要快速整合提高企业竞争力。”

在合并后，吉利汽车集团将下设吉利银河事业群和极氪科技事业群，以及原有中国星燃油车系列。极氪科技事业群拥有极氪、领克两个品牌，极氪定位豪华、极致、科技；领克定位潮流、运动、个性。吉利银河事业群主要定位主流新能源品牌。中国星燃油车系列将会聚焦节能化的燃油车、智能化的燃油车等产品。

“这四个品牌将会非常清晰地有着自己的定位，将会为市场和客户提供不同的全方位需求。”吉利汽车集团CEO淦家阅说。

对于极氪而言，极氪科技集团计划在今年推出5款全新车型。其中，领克将推出2款全新车型，全年销量目标为39万辆；极氪将推出3款全新车型，全年销量目标为32万辆。

今年前6个月，极氪科技集团共销售24.5万辆汽车，为全年目标的34.5%。极氪品牌前6个月销售90740辆汽车，为全年目标的28.4%。

不过，吉利方面对销量目标的达成极为乐观。“我们非常有信心完成或是超额完成今年的年度目标。”桂生悦说。■

娃哈哈的白酒往事：曾控股茅台镇酒企 华领国酒业1.08亿元“卖身”河南国企

时代财经 林心林

阿里资产拍卖网站显示，7月19日，“贵州省仁怀市茅台镇上坪村房产（共计10处房产）和地上建筑物及房产内扣押物品（厂区房产内机器设备等动产）”以1.08亿元底价拍出，评估价为1.32亿元，拍卖共吸引1235人次围观。

这已经是该资产二次上架拍卖，一拍在7月1日进行，起拍价为1.2亿元，显示因录入信息有误，撤回重新上架。

根据阿里资产网站披露的资产评估报告，该物业为贵州省仁怀市茅台镇华领国酒业有限公司（下称“华领国酒业”）所属的工业房地产及配套机器设备设施，包括生产车间、磨曲房、办公楼等厂房土地及生产储罐、陶瓷酒缸等酿酒设备。

华领国酒业所处的茅台镇，有着酱酒“行业风向标”之称，曾走出了贵州茅台、国台酒业、钓鱼台、小糊涂仙等知名酒企，此外还有大大小小近千家酒厂。

而此次走上拍卖台的华领国酒业，曾与娃哈哈有着千丝万缕关系。

娃哈哈的白酒往事，曾控股茅台镇酒企

“没听过（华领国），茅台镇的酒厂太多了。”7月21日，多名茅台镇本地白酒从业人员均表示未听闻华领国酒业。

不过，当提及华领国酒业曾经的资方之一“金酱酒业”，这些从业者大多耳熟能详。金酱酒业是茅台镇历史悠久的白酒酿造企业，前身是始建于1909年的汪家烧坊。

时代财经查询工商信息显示，华领国酒业并非茅台镇本土老牌酒厂，其于2013年11月成立，前身为贵州省仁怀市茅台镇领酱国酒业有限公司（下称“领酱国酒业”）。

2013年11月也是娃哈哈涉足白酒行业的节点。时任娃哈哈董事长的宗庆后在一场发布会上宣布，进军军白酒业跟贵州省政府达成了150亿元的合作协议，自己将亲自主抓白酒板

块业务。

其中，娃哈哈与金酱酒业联合推出一款酱香型白酒“领酱国酒”，并共同成立领酱国酒业公司、领酱国酒业销售有限公司，其中娃哈哈旗下杭州娃哈哈宏振投资有限公司均控股80%。

娃哈哈进军白酒业声势浩大。据彼时的公开报道，连茅台名誉董事长季克良也出席了现场，为宗庆后助威，并担任娃哈哈白酒业务的顾问。在渠道资源方面，当时宗庆后还亲自上阵，动员娃哈哈体系中的饮料经销商卖酒、招募经销商入股领酱国酒业公司等。

受多重外界因素影响，2013年前后正值白酒业低迷时期。尽管宗庆后在发布会上表示，中国酒文化非常深厚，白酒行业仍有发展的希望，“5年以后看白酒又兴旺起来了，所以现在这个时候进入还是比较好的”。

但娃哈哈“饮酒”时间没有持续太久。

时代财经查询工商信息显示，2017年9月，持股80%的杭州娃哈哈宏振投资有限公司退出领酱国酒业，该部分股份由一家河北公司——顺平县华江商贸有限公司收购，法定代表人也从宗庆后变更为华江商贸方的刘福辉；同时，企业名由领酱国酒业更名为华领国酒业。

2018年5月，持股20%的茅台镇金酱酒业也退出股东系列，华领国酒业最终由顺平县华江商贸全资持股100%。

不过，娃哈哈并没有完全放弃白酒业务。2022年，娃哈哈“卷土重来”，推出两款白酒产品宗帅家酱酒、领酱国酒。当时，金酱酒业在官网发文称，宗帅家酱酒是金酱酒业与娃哈哈继领酱国之后再度合作推出。不过这两款酒当时并未进行大规模的销售宣传，因此未掀起过多的水花。

华领国酒业资产“卖身”河南国企，茅台镇整治进行时

娃哈哈与金酱酒业接连退出后，华领国酒业的命运也颇为坎坷。



随着拍卖落槌，华领国酒业名下的工业地产及配套机器设施以1.08亿元成交，接盘方开封经开聚创建设有限公司为一家河南国企。

2018年，在遵义市白酒产业链专题招商会投资项目现场签约仪式上，领酱国酒业（即华领国酒业）被当地政府列入投资签约项目中，而收购项目的投资方明确标注为华林集团。时代财经了解到，顺平县华江商贸的注册地址即是在华林集团旗下的顺平县林江商厦5楼。

彼时酱酒热升温，不少业外资本蜂拥入局。

华林集团便是其中之一。根据华林集团官方网站显示，华林集团国内总部在河北黄骅，是一家汇集机械设备、LNG压力容器、健康食品、生物科技等多领域业务的大型综合性企业集团；集团总部坐落在美国洛杉矶。

按照华林集团收购初期的规划，华领国酒业将投资1.2亿元建设酱酒技改项目，项目建设完成后将年产1500吨酱香型白酒，主要生产“华领国”优质酱香型白酒；未来则要达到4000吨酱香型白酒的年产能。

2019年，华林集团因涉嫌传销和虚假宣传被查，华领国酒业生产经营也受到波及。同年，在处理华林传销事件时，华领国酒业有限公司不动

产、股权作为涉案资产被河南开封警方查封，并扣押7000余吨基酒。

工商信息亦显示，自2020年起，华领国酒业陷入各种诉讼纠纷，并在2021年被列入失信被执行人、法定代表人刘福辉被限制高消费；公司也因未披露年度报告被列入经营异常。

7月21日，一名熟悉上坪村（华领国酒业所在地）的茅台镇白酒从业者向时代财经透露，该酒厂的前身应是金酱酒业的老厂房，转卖后因官司不断，近年来一直处于停产状态。

随着拍卖落槌，华领国酒业名下的工业地产及配套机器设施以1.08亿元成交，接盘方开封经开聚创建设有限公司为一家河南国企。

因酱酒市场降温及白酒行业整体调整，茅台镇当下也正陷入发展阵痛期。今年5月，时代财经曾走访茅台镇发现，不少白酒店铺大门紧闭。彼时，有茅台镇中型酒厂人员告诉时代财经，一些产量规划少、资金稍紧的酒厂，会选择向外出租窖池或抵押老酒融资，以度过资金链紧张的困境。

无独有偶，今年3月，阿里拍卖信息显示，贵州省仁怀市茅台镇台郎酒旗下171.1吨白酒以96万元拍卖，成交单价低至2.8元/斤。

有业内人士直言，茅台镇正处于挤泡沫的时刻。早在2021年，仁怀市开展大型整治行动，通过关停部分小散弱酒企，以及要求酒企投资升级环保设施等措施，推动辖区白酒企业清理退出，强化白酒行业监管。截至2024年10月，仁怀白酒生产企业（作坊）总量从1925家减少至868家。

今年7月初，仁怀市开始为期半年的专项治理行动，以打击治理“年份酒”虚标、以次充好、虚假宣传、假冒侵权等问题。

上述酒厂人员称，近几年酱酒市场热度较高时，部分小作坊式酒厂以及一些在外设立的销售公司，由于追求短期利益，不当的经营行为导致茅台镇整体形象受损。该人员称，如今在抖音等平台上，“茅台镇买酒需谨慎”的提醒频繁出现，令其十分无奈，“茅台镇的好名声需要重新建立”。■

10年股权拉锯战将落幕？ 西藏发展要“赎身”拉萨啤酒

时代周报记者 幸雯雯 发自上海

ST西发（000752.SZ，下称“西藏发展”）与嘉士伯国际有限公司（下称“嘉士伯”）之间近10年的股权拉锯战或将画上句号。

近日，西藏发展公告表示，拟筹划以支付现金的方式收购嘉士伯持有西藏拉萨啤酒有限公司（下称“拉萨啤酒”）的另50%股权。

1988年建厂的拉萨啤酒厂，是早年西藏自治区唯一的啤酒生产企业，于1997年上市，后来置入其他资产，更名为如今的“西藏发展”。拉萨啤酒是西藏发展的核心资产，同时是嘉士伯进军中国西部市场的重要棋子。

2004年7月，重仓中国市场的嘉士伯砸重金，出资1.9亿元与西藏发展合资成立拉萨啤酒，共同壮大啤酒业务，双方各持股50%。尽管股权相当，但拉萨啤酒一直以来由西藏发展控制，嘉士伯主要扮演投资人的角色。

自2016年起，嘉士伯开始萌生退意，多次试图“弃子”，不承想，一场旷日持久的股权拉锯战由此拉开，还卷入了一连串诉讼纠纷。

“甩”不掉拉萨啤酒

合作12年后，与西藏发展坐在同一条船上的嘉士伯想下船了。

自2016年开始，嘉士伯先后与

（下称“金脉青枫”）、西藏道合实业有限公司（下称“西藏道合”）签署协议，拟转让其持有的拉萨啤酒股权转让。不过，最初成立拉萨啤酒时，嘉士伯与西藏发展协议规定，后者享有拉萨啤酒另50%股权的优先购买权和同意权，这一道坎横在嘉士伯面前。

时代周报记者梳理西藏发展历史公告发现，2016年12月15日，西藏发展披露临时董事会决议公告时，首次提到嘉士伯拟将其持有的拉萨啤酒50%的股权以人民币4.2亿元转让给金脉青枫。该信息被包裹在《关于公司放弃控股子公司西藏拉萨啤酒有限公司股权转让优先购买权的议案》中。当时，西藏啤酒没有解释放弃股权优先购买权的原因。

四年多过去，嘉士伯与金脉青枫的交易迟迟未落实。

后来，西藏发展在2023年9月5日披露的一则涉诉公告中，将嘉士伯与金脉青枫交易的更多细节浮出水面。原来，双方签订《股权转让协议》的时间系2016年12月2日，金脉青枫为当时西藏发展实控人指定买家，因金脉青枫始终未能全额支付股权转让款，嘉士伯提起仲裁，但深圳国际仲裁院于2023年3月27日裁定确认该协议早已在2021年7月2日解除。

协议解除后数天，2021年7月8日，西藏发展控股股东西藏盛邦控股有限公司（下称“盛邦控股”）出手了。

当时，西藏发展称，鉴于公司财

务状况不具备行使股权优先购买权的客观条件拟放弃该权利，西藏盛邦则表示拟以5亿元向金脉青枫购买取得拉萨啤酒50%的股权，由金脉青枫完成与嘉士伯的交易，取得拉萨啤酒50%的股权后，将其转让给西藏盛邦。

但该交易也不了了之，西藏发展及盛邦控股均未解释。让人疑惑的是，在拉萨啤酒登记股东尚未变更的2018年，西藏发展向金脉青枫分红0.95亿元。此举引发了监管层的注意，西藏发展也因此收到了《行政监管措施决定书》。

金脉青枫“不靠谱”，嘉士伯遂转向另一个接盘者西藏道合，双方于2023年3月23日签订了《股权转让协议》。嘉士伯不承想，这一次，“甩掉”拉萨啤酒的希望再度落空，一连串诉讼纠纷随即扑来。

一方面，嘉士伯起诉西藏发展、金脉青枫向拉萨啤酒返还分红款0.95亿元；另一方面，西藏发展以享有同意权以及优先购买权受到侵犯为由，起诉嘉士伯和西藏道合。纠纷拉锯长达两年多时间，至今仍未结束。据西藏发展于今年4月25日最新披露，西藏自治区高级人民法院受理了相关案件，目前尚未开庭。

从目前看来，嘉士伯暂时处于弱势地位，其核心诉求均未得到拉萨市中级人民法院的支持，从而上诉至西藏自治区高级人民法院。其中，关于股权转让纠纷一案，拉萨中院于2024年

7月作出的判决包括，撤销嘉士伯与西藏道合签订的相关股权转让协议；西藏发展对嘉士伯持有的拉萨啤酒50%股权，享有同等条件下优先购买权。

对于拉萨啤酒，西藏发展由于早年财务状况等原因无法行使优先购买权却又不愿放手。而由于拉萨啤酒迟迟未向西藏道合签发出资证明书及办理股东信息变更登记，2023年6月，西藏道合把拉萨啤酒告上法庭，最终西藏自治区高级人民法院于2024年5月29日驳回西藏道合和嘉士伯上诉，维持原判。拉萨啤酒这块“烫手山芋”，嘉士伯想甩甩不掉，应得的分红也遥遥无期。

“投而不控”埋下的雷

作为最早在中国投资的丹麦啤酒巨头，嘉士伯在中国内地的历程起步于广东。20世纪90年代初，中国啤酒行业进入扩张期，各大巨头开始大规模并购，嘉士伯也加速并购步伐。

1995年，嘉士伯开启本土化策略，先收购广东惠州啤酒厂，三年后在上海建厂，试图开发华东市场。但由于水土不服，嘉士伯转向当时未有巨头踏足的西部市场。

通过收购、合资等方式，自2003年起，嘉士伯先后将云南华狮啤酒厂、大理啤酒厂、拉萨啤酒、黄河啤酒、乌苏啤酒、西夏啤酒、重庆啤酒等纳入麾下。

➤ 下转P22

50
%

➤

叮咚买菜走进“窄门”

时代财经 钟葵

在一片红海的生鲜电商领域，梁昌霖和叮咚买菜选择了一道“窄门”。

7月21日，叮咚买菜在上海举办以“共生、共创、共鲜”为主题的供应链生态峰会。叮咚买菜创始人兼CEO梁昌霖分享了公司最新调整，同时对外发布“4G”战略，即“好用户、好商品、好服务、好心智”，并将此作为公司当下发展的核心方略。

为配合4G战略，叮咚买菜解构了商品开发中心，组建10个独立的商品开发事业部，由不同的核心高管带队各个商品开发事业部。“我们的CTO，现在是蔬菜专家，CFO开始管水果业务，他刚从新疆回来。”梁昌霖介绍道。

与此同时，叮咚买菜也在全面拥抱AI、对APP进行调整，并将供应链上的能力，包括订单预测、补货系统、前置仓管理等开放出来，供更多合作伙伴使用。

“一寸窄，一公里深。”梁昌霖用这七个字来概括叮咚买菜当下在做的事。

窄，指的是叮咚买菜更加专注生鲜食品，只做少数人的120分。“当大部分平台还在信仰低价、信仰规模，我们看到的是消费者的觉醒，因此放弃用低价策略、低价商品去抢最大的用户。叮咚不参与内卷，而是坚持做美好的食材，做美好的食品。”

深，则是叮咚买菜根据自身参与的领域、环节，进行了从“种子到筷子”的全链条梳理，并躬身参与其中。

差异化的战略指引下，叮咚买菜CFO兼叮咚雨董事长王松介绍，2024年，叮咚买菜GMV回到256亿元规模，Non-GAAP口径下的利润率为1.8%，同时实现连续10个季度Non-GAAP口径的盈利。另据2025财年一季报，期内，叮咚买菜实现GMV 59.6亿元，同比增长7.9%。实现营收54.8亿元，同比增长9.1%，连续5个季度保持了正增长。

从2017年创业到2021年开始意识到形势变化，并迅速调整战略，叮咚买菜用了大约一年时间走出了巨亏局面。2022年第四季度，叮咚买菜首次实现季度Non-GAAP标准和GAAP（美国通用会计准则）标准下的盈利。

尽管“轻舟已过万重山”，但在生鲜电商这个不断有新玩家和头部平台入局的战场，叮咚买菜仍有硬仗要打，背后考验的则是管理层的战略定力和初心。

在“窄”门里做“深”

做零售，很难不面对竞争，这或许是所有零售从业者的共识。

这个夏天，国内三大互联网巨头投入超过1000亿元补贴，掀起了中国即时零售市场一场史无前例的竞争

风暴。

叮咚买菜同样积极拥抱即时零售平台。据王松介绍，公司今年（在即时零售平台上）和去年的投入力度一样，“这波我们没有（额外）砸钱，但增长要比大家认知的高得多。4—6月，以及截至目前为止，我们第三方即时零售平台都取得了100%以上的增长。”

不过，叮咚买菜更在意的是，如何在喧嚣的补贴战中保持定力，在自己选择的窄门里做深、做透。

以叮咚买菜坚持的前置仓战略为例。自2022年起，叮咚买菜关闭低效城市站点，将运营重心聚焦到华东、广深和北京核心区域，前置仓数量出现缩减。

尽管放弃部分市场，短暂影响了公司的GMV，但深耕优势区域，让叮咚买菜的GMV和营收逐渐回到了正增长的轨道。

王松透露，目前公司全国的AOV（平均订单价值）在70元左右，大本营上海则是72元左右，而4年前只有50多元。仓均单量方面，上海高峰期约有1700单，全年平均在1500单左右。可以对比的是，在叮咚买菜刚创业时，上海的仓均单量只有600单。与此同时，叮咚买菜也缩短了核心区域的配送半径，其中上海的配送半径是1.2~1.5公里，江苏和浙江的平均配送半径是2公里左右。

“目前我们渗透了超30%的上海家庭户数，苏州、杭州可以做到25%左右。这些长期的深耕，也带来了这两年业绩的向好。”王松指出，叮咚买菜在江浙沪一共完成了18个城市的布局，2024年，最核心、最成熟的上海获得了双位数以上的正增长，另外5个城市获得了50%以上的增长。

另外，梁昌霖强调，叮咚买菜过去10个季度可以盈利，是因为做到了将损耗降低。“全球生鲜、食品，包括包装食品在内，‘从种子到筷子’损耗率是30%~50%，如果中间可以解决掉10%，价值非常大。”

走到供应链上游，死磕好商品

除了前置仓，最新确立的“4G”战略，是叮咚买菜在当下行业环境中独立思考的结果。

而在梁昌霖看来，目前，大部分零售企业的逻辑都是零和博弈，包括通过补贴获得最多的用户，最终实现垄断，从而拥有话语权和定价权。但这样导致的结果将是“一将功成万骨枯”，除了同行枯，上游企业也可能枯掉。

基于商品思维、生态思维，叮咚买菜提出要创造增量，开发新的价值，“全公司都要为商品服务，要建立好的生态、开发好的商品。”梁昌霖表示。

去年以来，国内商超领域掀起的向拼多多学习的超市爆改潮，也印证了传统零售渠道开始关注做商品开

“一寸窄，一公里深。”
梁昌霖用这七个字来概括叮咚买菜当下在做的事。

窄，指的是叮咚买菜更加专注生鲜食品，只做少数人的120分，坚持做美好的食材，做美好的食品；深，则是叮咚买菜根据自身参与的领域、环节，进行了从“种子到筷子”的全链条梳理，并躬身参与其中。

发、提升商品力，回到商业的本质。

在叮咚买菜的“4G”战略中，“好商品”亦是前提。围绕“叫好又叫座，人有我优、人无我有，高黏性、高好评”三个维度，叮咚买菜向商品开发部门提出了更高的要求。

首先，针对常规的品类或大单品，深入商品开发的关键环节，做到更好吃、更健康、更安全、更方便、更具品性价比等特点，实现“人有我优”；其次，增强对前沿趋势的洞察，针对消费者需求还未被充分满足的细分场景空白，开发出“人无我有”的结构性差异商品。

梁昌霖透露，在过去半年内，叮咚买菜内部已经汰换掉了超4000个平庸的商品，目前好商品的SKU占比达到40%。

为了开发出真正的好商品，叮咚买菜还下定决心走到供应链上游，并且持续深入。

从育种、饲料肥料到种植、养殖，再到产地端的集采、仓储，叮咚买菜都参与其中。据梁昌霖介绍，公司计划去产地建“产地仓”，做分级，到食品的初加工、深加工，甚至涉及物流、贸易、分销，以及合规认证、全球物流等诸多环节。

具体而言，王松提到，今年上半年，叮咚买菜在规模化直采和订单养殖的基础上，又陆续联合上游合作方成立黑猪养殖基地、数字渔仓，通过亲自入局，既实现生鲜食材全链路的管控，提高生鲜商品的品质确定性，让其更安全、更好吃，还能进一步地发掘中国各地甚至海外具有地域特

色、有销售潜力的差异化商品。

在非生鲜食品品类上，叮咚买菜要做的则是通过对前沿趋势的捕捉，以形成独特的价值主张与心智。目前，公司锚定的是以低GI（低升糖指数）为代表的，还处在发展早期的健康化饮食市场。

据叮咚买菜副总裁张奕介绍，目前，公司已经率先于业内打造了低GI食品专区，并且计划开发全品类、全场景的低GI商品，用更科学的逻辑、更适合的原料和更权威的准入标准，推动低GI食品供应链生态圈的形成。今年上半年，叮咚买菜平台上带有“配料干净”标签的商品，销售额突破了5亿元。

“全球化仍是星辰大海”

随着供应链和商品力的持续提升，在生鲜电商平台这一定位之外，叮咚买菜也给自己贴上了“食品公司”的标签，并将自有品牌卖到了其他渠道。

目前，叮咚买菜旗下的自有品牌包括主打黑猪产品的“黑钻世家”、专注于米面制品的“良芯匠人”、豆制品类的“有豆志”等。2025年第一季度，叮咚买菜的营收增长超过GMV（To B业务不计入GMV），也意味着非叮咚To C视角上的销售收入份额和增长趋势逐渐向好。

今年上半年，叮咚买菜与香港DFI零售集团（以下简称DFI）达成战略合作，双方将整合各自供应链与零售终端的核心优势，构建数字化跨境供应链体系，通过DFI旗下惠康超市，为香港消费者提供多元化的优质商品。

首批6款叮咚买菜精选蔬菜于4月9日正式上架香港全线近280家惠康超市门店，并同步登陆惠康网店及foodpanda外卖平台。后续，合作商品还将陆续拓展至DFI旗下的Market Place、3hreesixty等零售渠道。

事实上，输出供应链也是叮咚买菜出海战略的方向之一。

梁昌霖指出，从全球来看，不同国家、不同政策，导致供需极不平衡，产地和销地的差距很大，如果我们可以将这个事情做得更好，价值非常大。因此，我们看到未来全球化依然是星辰大海。

叮咚买菜副总裁杨劭铭也介绍道，公司的整体输出分为两大类：一类是供应链能力；二是技术赋能，“很多合作伙伴都是当地大型的企业，比如商超或品牌方，中国这些创新的商业模式、IT技术、AI等等，都是当地所没有的、所欠缺的。”

在梁昌霖的畅想中，随着公司规模的增长、成长边界的不断打破，叮咚买菜也会和生态合作伙伴一起走向全球，通过中国生鲜食品供应链的出海，去参与解决更大市场的供需平衡问题。而这正是其创业的初心。■

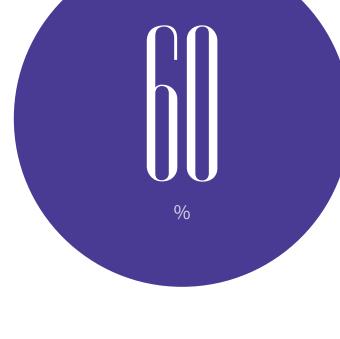
10年股权拉锯战将落幕？ 西藏发展要“赎身”拉萨啤酒

上接P21

花了十多年时间，嘉士伯完成在西部地区的啤酒资产收购。国盛证券2019年发布的研报指出，当时嘉士伯在中国西部地区建立起强大的本地品牌组合以及收获了当地的工厂及销售渠道，市占率高达60%，成为“西部啤酒之王”。

值得注意的是，嘉士伯早年在中国“投而不控”的投资策略，也为后一系列问题埋下伏笔。

嘉士伯投资*ST兰黄（000929.SZ，下称“兰州黄河”）的背景和方式，与西藏发展极为相似。2004年下半年，嘉士伯与兰州黄河合资组建了兰州黄河嘉酿啤酒有限公司等4家啤酒企业，双方股权各占50%，均未掌握公司控制权。



当时嘉士伯在中国西部地区建立起强大的本地品牌组合以及收获了当地的工厂及销售渠道，市占率高达60%，成为“西部啤酒之王”。

兰州黄河与西藏发展的窘况也极为相似，前者两大股东内斗多年、无心主业，后者受前掌舵人王承波背信损害上市公司利益罪拖累，深陷债务纠纷，预重整马拉松跑了整整两年时间依旧尚未明朗。

吸取教训的嘉士伯将希望寄托于重庆啤酒（600132.SH）身上。

2013年以后，嘉士伯对其中资产进行优化整合，不断提高对重庆啤酒的持股比例，成为重庆啤酒绝对控股股东，并以重庆啤酒作为在中国经营啤酒资产的唯一平台，加速高端化。

随着近几年逐渐恢复元气的西藏发展业绩提升和财务状况的改善，嘉士伯拟转让拉萨啤酒股权一事终于迎来了转机。

财报显示，2021—2024年，西

藏发展货币资金为0.3亿元、0.89亿元、5.44亿元和6.19亿元。值得注意的是，今年1月，盛邦控股向西藏发展无偿赠与现金资产1.82亿元。截至今年第一季度，西藏发展货币资金达8.35亿元。

对于股权收购一事，西藏发展表示正处于筹划阶段，存在不确定性，交易双方除就《西藏拉萨啤酒有限公司50%股权转让及其他事项的条款清单》初步达成共识并签署外，未签署其他任何具有法律效力的协议或文件，交易方案和交易条款仍需进一步论证和沟通协商。

若本次交易成功，对正处于预重整阶段的西藏发展来说，既有利于提高公司资产的完整性，也是公司正向发展的一大筹码。

对于交易金额及更多细节，7月

24日，时代周报记者致电西藏发展，相关人士表示无法透露，“这是重大资产重组事项，属于还在筹划阶段”。

尽管如此，资本市场早已闻风而动。西藏发展连续收获三个涨停板，截至7月24日收盘，股价报收9.71元/股，近5日涨幅达15.32%。

酒类分析师蔡学飞分析认为，拉萨啤酒在西藏市场份额持续下降，对嘉士伯而言，出售拉萨啤酒股权是其中国市场战略收缩的延续，有助于回笼资金及聚焦重庆啤酒等核心资产。

蔡学飞进一步分析指出，与西藏发展的长期纠纷增加了嘉士伯的管理成本，剥离非优势资产符合嘉士伯优化资源配置的目标。交易若完成也将加速嘉士伯退出低效合资项目，从而强化其高端战略。■

好利来南下

时代财经 李馨婷

北方网红烘焙品牌好利来，终于把门店开到了广州。

7月25日，总部位于北京的人气烘焙品牌好利来广州首店正式开业。初涉广州市场，好利来采取了双首店模式，门店分别位于广州塔广场和百信广场，两家门店均为好利来与高人气乙女游戏《光与夜之恋》的联名限定主题店，顾客络绎不绝。

7月25日上午10时，记者来到好利来广州塔广场店。身着粉色制服的好利来店员在门店20米外便端着试吃托盘引流；每位顾客进店后均能享受好利来店员从产品介绍到买单结账的1对1全流程贴心服务；在《光与夜之恋》装置区，还有店员专门为顾客拍照。

好利来被许多网友称为“蛋糕界的海底捞”。一位好利来店员告诉时代财经，公司总部对于两家广州首店非常重视，从全国其他门店抽调了店员前来支援。“店员加起来估计有100多人吧，未来我们还会在广州再开6家门店。”

针对《光与夜之恋》游戏联名，好利来推出了5款主题生日蛋糕与周边，售价为299元/个。00后小蓝（化名）是《光与夜之恋》的粉丝，这次专门从广东中山赶来好利来广州店买联名蛋糕。社交媒体上，与小蓝一样，为了299元的联名蛋糕打卡好利来的消费者不在少数。

除了《光与夜之恋》，好利来广州首店还有Hello Kitty和Chiikawa等多个联名产品热销。

生活在广州的蔡蔡（化名）慕名到店，消费近300元，“Hello Kitty和Chiikawa的联名产品一看就走不动道了。更何况店员都是俊男美女，热情得都让我社恐了，和海底捞有得一拼”。

东北人捧出来的蛋糕店，二代接班后变网红

靠标志性的全粉门店装潢、超“E”的高颜值店员，以及一系列人气IP联名烘焙产品，好利来与许多新兴网红品牌一样，圈粉众多年轻消费者。但事实上，好利来品牌成立已经超过了30年了。

1989年，25岁的摄影爱好者罗红在成都开了家照相馆。1991年，结束了照相馆的生意后，罗红开了一家蛋糕店名为“喜利来”的蛋糕店，即好利来的前身。1992年，罗红在兰州创立了好利来。

会做精美的蛋糕，会拍漂亮的照片，好利来在兰州本地迅速打响了名气，后进军东北市场，深受当地消费者的欢迎。在1999年，好利来的门店数就已有约200家，主要分布在东北三省及北京、天津，以及苏州、昆明、贵阳等部分南方城市。

2003年，好利来总部迁至北京，罗红找来拥有肯德基连锁管理经验的谢立伟担任好利来执行副总裁，自己则醉心于摄影事业，据悉，其曾斥资5亿元在北京建立了罗红摄影艺术馆。据媒体报道，到2007年，好利来在全国60多个城市拥有近800家店，年收入约16亿元。

好利来的激进扩张没有持续多久。2007年，好利来门店一度达到巅峰，但是在人员培训、服务品质、产品标准等方面面临挑战。也是在这一年，罗红回归烘焙业务，开始对公司进行战略调整，好利来在当年一举关掉了300多家门店。此后，好利来回归经营正轨，但也难回巅峰，对品牌南下更是谨慎。

二代管理者的入局，成为好利来品牌“回春”的重要契机。2014年，罗红的两个90后儿子罗昊与罗成进入好利来，罗红也再次淡出经营一线。次年，好利来引入了日本半熟芝士蛋糕的配方和工艺，半熟芝士系列

推出市场便一炮而红，此后多年都是好利来的招牌产品。

近年，好利来通过与喜茶、泡泡玛特、哈利·波特、Hello Kitty等知名IP联名推出联名产品，进一步在年轻人群体中打响了知名度。此外，以粉色为基调的门店装潢、高颜值的店员，以及堪称“蛋糕界海底捞”的热情服务，也成为好利来的品牌标志。

目前，罗昊担任执行总裁，罗成则担任品牌总监。罗成还在社交媒体上开设了个人账号“老板罗成”，打出“社恐富二代”人设为好利来带货。目前，罗成在抖音平台的粉丝已超过300万。

一系列动作下，老品牌好利来成功“回春”。2018年，好利来门店数量最多的北京市，销售额翻了3倍。2019年，上海好利来首店的落地，标志着好利来重启南下拓店。2024年12月24日，好利来深圳首店开业，当日营业额达到120万元。

挤进南方市场，还卖起了9.9元的奶茶

好利来在广州开设双首店，是品牌华南拓展战略的延续。

目前，好利来在全国已拥有近千家直营店。尽管品牌知名度颇高，但长期以来，好利来的开店区域集中在东北、华北与中西部的四川，整体“北重南轻”。

窄门餐眼数据显示，当前，好利来门店数量最多的城市（区域）分别为北京（149家）、辽宁（128家）、四川（117家）与天津（111家）。相比之下，好利来直到2024年年底在深圳开设首店后，才开始正式进军华南市场。目前，好利来在广东省的门店仅8家。

而好利来姗姗来迟的华南市场，是全国烘焙业的竞争红海。

红餐产业研究院与蒙牛专业乳品联合发布的《烘焙品类发展报告2025》显示，截至2025年5月，全国烘焙门店数达到33.8万家。其中，华东



二代管理者的入局，成为好利来品牌“回春”的重要契机。2014年，罗红的两个90后儿子罗昊与罗成进入好利来，罗红也再次淡出经营一线。

区域门店数占比最高，达到35%。具体到省级行政区，广东省的烘焙门店数则占比最高，达11.7%。

在饮食文化深厚的华南市场，不仅有美心西饼、露丝·卡文、卡玛王子、象山酥院等本土连锁品牌，鲍师傅、泸溪河、KUMO KUMO等新式烘焙连锁品牌的门店也分布密集。根据窄门餐眼的数据，当前，露丝·卡文、象山酥院、泸溪河在广东省的门店数量均在40家上下。此外，还有众多独立烘焙店。

与此同时，全国烘焙市场的整体竞争态势也愈发激烈，这将为好利来的进一步增长带来挑战。

人均超40元，定位中高端的好利来，主要面向高线城市拓店。窄门餐眼数据显示，目前好利来的近千家门店中，在一线、新一线与二线城市的门店占比超过九成。近年来，在好利来的市场腹地，主打现制烘焙的品牌越来越多，贝果、瑞士卷、司康、黄油年糕等细分品类接连成为烘焙行业的爆品。

相比之下，除了一系列品牌营销动作与经典爆品“半熟芝士”系列，好利来的产品吸引力整体并不突出。所以，开拓更多空白市场，或是好利来为增长迈出的重要一步。

除了加码渠道开拓，好利来也在多元化业务发力。

2024年5月，好利来宣布推出全新中式茶饮品牌“好茶（Holiland TeA）”，开始进军奶茶市场。“好茶”主打鲜奶茶产品，首批上线的三款产品售价13元/杯，促销价9.9元。目前，“好茶”已在好利来南京、杭州等20余座城市的全部门店上线。值得注意的是，“好茶”的宣传页面，还打出了好利来执行总裁罗昊的名字，似乎表明了好利来对奶茶业务的重视。

90后二代掌舵11年后，33岁的好利来完成了一次成功的品牌年轻化转型，但在市场环境多变的挑战下，好利来能否平稳走至下一个周期，仍然充满未知数。■

铂爵旅拍自曝亏损 多地门店已撤场 总部员工反馈：已欠薪三个月

时代财经特约记者 吴嘉敏

曾以“想去哪拍就去哪拍”的广告语洗脑全国消费者的铂爵旅拍，如今因为欠薪、主业关停等问题前路不明。

7月17日，网传一份铂爵旅拍向员工发布的《婚纱旅拍业务放假的告知书》（后称“告知书”）引发外界关注。告知书称，公司已连续亏损多年，为降低经营成本，安排旅拍业务线放淡季假。

此前，已有部分消费者在社交媒体上表示，在铂爵旅拍购买服务后遭遇商品未交付、定金难退还，且对接的工作人员“失联”等问题。另外，有铂爵旅拍工作人员也发帖透露该公司拖欠工资、管理团队离职等情况。

7月19日晚间，铂爵旅拍微博账号正式回应市场传闻。公司表示，由于消费环境变化、行业内卷，公司旅拍业务成本居高不下且一直处于亏损状态，持续拖累公司跟拍、写真、肖像等其他业务板块。为优化经营模式，故公司决定缩减旅拍业务、关停部分亏损门店，并进行组织优化。

同日晚间，铂爵旅拍小红书账号发布的《近期运营情况的说明与承诺》称，对已预约未拍摄的客户承诺100%履行，已完成拍摄的客户照片精修等后期环节已设立专项保障团队，优先处理已拍未交付订单。

总部位于福建厦门的铂爵旅拍，前身是1997年创立的钟爱一生婚纱摄影，创始人为许春盛。2011年正式从传统婚纱摄影向旅拍业务转型，2013年开启“线上销售、线下服务”的O2O模式。依靠婚纱旅拍概念、病毒式的广告营销，铂爵旅拍一度成为婚纱摄影行业的标杆。

郎朗和吉娜、向佐与郭碧婷等娱乐圈夫妻，以及脱口秀演员李诞都曾为铂爵旅拍代言站台。如今，铂爵旅拍又为何陷入大幅缩减招牌主业的困境？

总部员工：“已欠薪三个月”

多名铂爵旅拍厦门总部员工向时代财经证实了上述告知书的真实性。

7月16日，铂爵旅拍厦门店销售陈月就已从公司内部会议中得到了“放假消息”。次日，她又在公司企业微信收到相关公告。7月19日，陈月对时代财经表示：“旅拍业务线条员工已强制放假，许多人都在做离职交接工作。如果想回公司上班，就要接受无底薪、不缴纳社保，只有业务提成，相当于兼职。”

早在收到放假通知前，陈月就已经感受到公司业务经营异常，具体表现包括拖欠员工工资、旅拍产品供应链中断等问题，“我们已经三个月没发工资了，旅拍客户要的产品公司也拿不出来。在服务过程中，本来应该由公司来安排酒店，现在费用都是客户自己承担”。

另一名铂爵旅拍厦门集团总部在职员工刘胜对时代财经表示，公司拖欠员工工资的情况，在今年年前就发生过，“公司当时承诺会先发20%~30%给员工应急。打打感情牌。这样子扛过了两三个月。到了今年年初，刚结清了前几个月的欠薪，又开始不发工资了。”

据陈月另外透露，公司在告知书中曾提出计划于今年12月31日支付员工历史欠薪，同时公司正试图引入外部投资者。但她自己对此表示怀疑。由于遭遇强制放假、欠薪等问题，她与多名同事欲通过法律手段进行维权。

上述两名员工还称，近期已有多名高管从公司离职。此外，时代财经还了解到，铂爵旅拍现已大批量关停线下门店。然而，相关业务休整时，公司却并未及时处理大量积压的订单问题。

目前，消费者遇到的问题包括预定金未拍摄、完成拍摄未获成品、附加服务未兑现等。一些已定拍摄计划的消费者反馈，近期与铂爵旅拍客服工作人员沟通消息均无回复。

7月19日，时代财经走访位于广州海珠区的铂爵旅拍门店发现，该门店已经变更为一间火锅店。时代财经从周边商家处了解到，今年年初，铂爵旅拍就已关门撤店。

不过，广州铂爵旅拍旗下写真品牌铂爵照相馆仍在正常营业。门店工作人员表示，该门店与铂爵旅拍公司是加盟关系，写真业务与集团的旅拍业务为独立经营。近日，由于铂爵旅拍相关订单未得到妥善处置，也有消费者找到铂爵照相馆，试图讨要说法。

刘胜告诉时代财经，铂爵旅拍主要是三个业务板块：旅拍、写真和跟拍。“铂爵照相馆都是加盟商，跟旅拍业务不一样。旅拍以前基本是直营，但由于旅拍业务一直亏损，很多门店已经外包出去（自负盈亏）。丽江、大理等为数不多的直营门店，都已经出现罢工的情况。”另据陈月指出，社交平台上，铂爵旅拍川西店、新疆店均表示正常运作，这些门店也均为外包模式。

曾是旅拍“天花板”玩家

铂爵旅拍曾是行业的“天花板”。铂爵旅拍创始人许春盛是一名专业摄影师。2011年，他敏锐地捕捉到年轻人对婚纱摄影的个性化需求，创新性地将“度蜜月”与“拍婚纱”合二为一，提出“旅拍”概念。据《21世纪商业评论》报道，2012年，铂爵旅拍斥资8000万元在厦门鼓浪屿建立首个摄影基地。2013年，率先开启“线上销售，线下服务”的O2O电商模式。

铂爵旅拍的营销攻势在2018年达到顶峰。其“想去哪拍，就去哪拍”的广告语通过全国楼宇、电影院及20余档热播综艺实现全方位覆盖。这种饱和式投放使品牌知名度飙升至行业首位。艾瑞数据显示，2019年铂爵整体投放及品牌知名度均进入前十。

铂爵旅拍的品牌影响力还体现在线上知名度。铂爵旅拍微博粉丝超500万、微信粉丝超200万、抖音粉丝超500万。

在直播带货风口期，铂爵旅拍曾频繁登陆李佳琦直播间，商品曾上架18分钟即售出超1万套，创下行业纪录。巅峰时期的铂爵旅拍员工有近3000人，其中核心的摄像和数码团队就超过2000人。厦门总部占20层办公楼，被行业公认为“独角兽”企业。“现在没有20层了，这几年在慢慢缩减。”刘胜说。

天眼查显示，铂爵旅拍母公司铂爵旅拍文化集团有限公司创始人许春盛、股东厦门铂金鼎盛投资合伙企业（有限合伙）等6名股东股权已被冻结。据铂爵旅拍最新公告，公司经营受困，与旅拍业务持续亏损有关。

刘胜认为，旅拍业务之所以持续亏损，原因之一在于公司大手笔品牌营销策略，“广告方面投入太大了。之前公交车、地铁、电梯都能听到铂爵旅拍的广告。但这些广告成本非常高。其实吸引过来的客流量却不如预

期，疫情也影响了旅拍业务。同时，受到消费趋势变化的影响，年轻人对于婚礼的投入预算在降低。”

行业环境变化和低价竞争态势，让铂爵旅拍的主业压力倍增。有业内人士指出，当旅拍需求转向轻量化、碎片化，消费者更倾向于选择灵活独立的摄影师而非品牌机构。头部企业引以为傲的标准化服务、全球基地和广告投放，在价格敏感时期反而成为了竞争劣势。

除了上述问题，陈月还观察到，公司近两年开始把大量资源投入到AI写真等新开发的业务中。“旅拍业务的收入，都拿去开发新项目了。旅拍门店进账的钱很快就会被划走。”

旅拍业务难挽颓势，铂爵旅拍寄希望于多元化业务，找到更多增长曲线。尤其是旗下写真品牌铂爵照相馆。据36氪报道，铂爵照相馆品牌于2022年年初开放加盟，曾计划5年内在全国开设1500家加盟店，并拓展下沉市场。此后，铂爵旅拍的公众号曾多次发文招募铂爵照相馆加盟商，称3人创业20万元投资，预计6个月回本。其中，品牌使用费用2.5万元。

时代财经注意到，7月14日，铂爵旅拍集团子公司铂爵影像文化科技（厦门）有限公司新增一则对外投资信息，被投资企业为厦门爱爵文化有限公司，投资金额仅1万元。后者亦成立于7月14日，法定代表人为张烈堂，注册资本为1万元。而张烈堂在2022年就曾是铂爵照相馆的招商经理。

7月21日，时代财经记者多次拨打铂爵旅拍的官方热线，均提示“话务忙”。其总经理投诉热线已停机。■

（应受访者要求，陈月、刘胜为化名。实习记者张阿敏对本文亦有贡献。）

中海119亿元豪赌上海 与绿城火拼单价超15万元豪宅市场

时代财经 梁争誉

百亿连取沪上两子，中海继续豪赌上海。

7月24—25日，上海迎来今年第六批次集中土拍，首日5宗地块揽金185.3亿元。其中，中海斩获静安C050202单元053-b-1地块(以下简称“静安东斯文里地块”)、普陀W060401单元A03D-01和A03D-03地块(以下简称“普陀真如多用途组团用地”)，成交价合计118.88亿元，成为本场土拍最大买家。

“此次中海一次性在上海投入逾百亿元，足见其对这座城市的高度重视。”上海中原地产市场分析师卢文曦表示，在土地市场竞争日益激烈的背景下，中海此举更像是一场主动补仓，意在稳固其在一线城市的市场份额与品牌地位。

根据中海披露的经营数据，今年上半年，其在全国11个城市累计获取17个项目，权益土地出让金逾400亿元，但在上海公开市场并无投资动作。因此，本场土拍集中出手，被视为一种“追赶进度”。

卢文曦分析称，上海是一线城市竞争最激烈的市场之一，第一梯队房企之间的博弈极为激烈，一旦错失拿地时机，极易在份额与影响力上被边缘化，未来再想重返主流阵营将难上加难。

这种迫切补仓的背后，也反映了业绩压力的现实。

今年上半年，中海在包含上海在内的整个东部大区实现销售额212.24亿元，明显低于去年上海单城704亿元的全年销售表现。卢文曦表示，如果节奏掌握得当，7月摘地，最快在年底前就能实现产品上市，不仅能赶上年内销售窗口期，还将对全年业绩达成起到关键支撑。

值得一提的是，在7月25日的土拍中，中海继续参与了虹口区北外滩HK315-11地块的竞拍，但地块最



终被绿城以总价64.72亿元拿下，溢价率46.33%，折算成楼面价12.66万元/米²。预计未来入市价格或将超15万元/米²。

百亿补仓

中海此次竞得的两宗地块，均位于上海核心板块，区位价值显著。

东斯文里是上海现存规模最完整的成片广式石库门建筑群，毗邻苏州河、静安雕塑公园、太古汇网红LV大船等城市地标，地段稀缺性不言而喻。

中海此次拿下的静安东斯文里地块，是片区首宗住宅用地，出让面积约1.68万平方米，计容建筑面积约5.93万平方米，容积率3.53。经过34轮竞价，中海以53.63亿元成功竞得静安东斯文里地块，溢价率10.10%，成交楼面价90390元/米²。此外，这宗地还设置了7000元/米²的装修标准。

另一宗地块所在的普陀真如板块，是中海深耕多年的重要战场。

早在2018年10月，中海联合体以93.99亿元拿下真如红旗村地块，总开发体量接近100万平方米。在中海内部，这片土地一度被称作“伟大的一平方公里”。

此次出让的普陀真如多用途组团用地，属于真如翠谷的一部分。据中指研究院上海数据总经理张文静介绍，真如翠谷以TOD和生态共享为导向，东侧邻近7号线岚皋路地铁站，北侧邻近在建的20号线，将打造成集高品质居住、商业、公共服务等于一体的综合社区。

为延续此前布局，此次中海击败上海城建再度落子真如，以65.25亿元竞得普陀真如多用途组团用地，溢价率14.17%，成交楼面价58823元/米²。

尽管两宗地块的溢价率均未超过15%，但业内人士指出，其背后仍藏着不小的开发挑战。

卢文曦表示，静安东斯文里地块、普陀真如多用途组团用地均非纯住宅用地，包含部分商业配套，需要开发商投入更多的精力进行运营与策划。“商业不像住宅可以快速回笼资金，因此开发难度和运营成本都会更高。”

其中，静安东斯文里地块还涉及风貌保护，对建筑设计和施工有更高要求，整体开发成本也相应抬升。

卢文曦认为，虽然溢价率看起来不高，但从楼面价角度看，静安东斯文里地块楼面价超过9万元/米²，未来售价将在15万元/米²以上，“从绝对

成本看，这并不便宜”。

必要一战

此次中海在上海重金拿地，既是对上半年拿地空窗期的集中弥补，也折射出其对上海市场的长期看好，以及在高位竞争格局下的主动加压。

2024年，中海在上海销售表现亮眼，累计实现销售金额704亿元，刷新其在单一城市的年销售纪录。

其中，中海·顺昌玖在开盘当天斩获197亿元销售额，创下国内单盘开盘销售纪录，年内累计销售高达387.3亿元，成为全国单盘年度销售冠军；“玖系”另一代表项目——上海领邸·玖序/玖章，实现5次开盘、5次售罄，年内合约销售额达282.1亿元。

强势去化之下，中海在上海的可售住宅货量趋紧。

根据克而瑞监测，今年上半年，中海在上海实现全口径销售金额约137.78亿元，排名第七。而超过中海的，既有保利发展、华润置地、招商蛇口等行业头部，也有上海地产、浦开集团等本地龙头。

今年10月即将交付的杨浦区中海·海上和集，处于尾盘销售阶段；

松江区中海阅麓山与奉贤区中海戈雅园仅有少量现房在售，前者售价区间为253万~800万元/套，后者为268万~398万元/套；待售项目有杨浦区中海·云邸玖章，产品总价在千万元以上。

在销售快速去化、库存相对有限的背景下，中海此番重金补仓，显示出对上海市场的持续押注与对优质地段的战略看重。

冲刺行业老大

成功补仓并不意味着高枕无忧。面对激烈的市场博弈，中海的产品力与去化节奏仍将接受新一轮的考验。

根据克而瑞监测，2025年以来，上海单价超15万元/米²的部分项目，去化率基本在八成以上，大面积、高总价户型持续热销，这些豪宅产品大多位于黄浦·豫园、浦东新区·碧云等核心板块。

克而瑞同时指出，受监测项目单批次推售量基本在100套左右，“小步快跑”的推盘策略使得顶豪市场热度得以延续。

“上海市场虽然整体销售表现坚挺，但竞争也极其激烈。”卢文曦表示，一方面，保利发展、招商蛇口、中国金茂等实力房企均在本地深耕多年，不少企业都具备开发高品质项目的能力。另一方面，上海买家普遍阅历丰富、眼光挑剔。很多购房者已经拥有多套房产，对产品细节、社区配套、区位价值都非常熟悉。项目的溢价空间，往往取决于能否真正提供有差异性、具品质的产品。

“中海必须持续提升产品力，才能在新一轮竞争中脱颖而出。”卢文曦强调。

今年上半年，中海实现全口径销售金额1201.3亿元，排名行业第二，与行业老大的差距仅250.7亿元。

中海对其在行业中的位置是在意的。

成功摘地之后，这场百亿级的落子，注定是一场硬仗。■

降价卖房 李嘉诚家族内地楼盘赴港揽客 40万元可入场大湾区

时代财经 陈泽旋

当内地买家在香港楼市变得活跃，来自香港的买家也在流向内地。

据市场消息，7月21日，李嘉诚家族旗下企业长江实业集团成员公司和记地产在香港推出“大湾区双居生活”计划，即将面向香港购房者推出旗下位于粤港澳大湾区(下称“大湾区”)的4个楼盘，合计400套住宅及别墅，“入场费”(即房源总价)最低为40万元。

4个楼盘分别为惠州的珑珀花园、中山的珑珀花园、广州的逸翠庄园及东莞的海逸豪庭。其中，惠州珑珀花园的推售规模最大，一共300套房源，总价最低的是一套一房户型，仅约40万元；最高的是东莞海逸豪庭的别墅房源，介于700万~800万元。

和记地产市场及企业业务发展董事谭健旭表示，大约从去年年中起，在惠州、东莞及广州市增城区等多个楼盘销售期间，和记地产发现香港人对大湾区楼盘需求较大，尤其惠州珑珀花园，该楼盘已卖出将近600套房源，大部分由香港人购买。

谭健旭透露，惠州珑珀花园“一直稳步上扬”，项目单价从去年的6000元/米²，逐步升至如今约6700元/米²。然而，相比高峰期，惠州珑珀花园如今的房价已是大打折扣，长江实业内地楼盘此次赴港揽客多为降价卖房。

不可否认的是，在房地产市场回

稳时期，香港买家正在成为内地楼市的重要贡献力量之一。

根据中国人民银行广东省分行的信息，2024年2月28日至2025年6月末，该行辖区共办理港澳居民内地购房业务3341笔，产生跨境收入约合人民币30.8亿元。

降价卖房，李嘉诚家族内地楼盘赴港揽客

即便是李嘉诚家族，也不敢小觑香港买家的购买力。

据市场消息，此次长江实业面向香港买家推售的惠州珑珀花园，包括建面550方呎(即51平方米)的一房户型，总价将近40万元，折合单价7843元/米²；建面约878方呎(即82平方米)的两房户型，总价将近70万元，折合单价8536元/米²。

相比高峰期，当前售价明显处于低位。惠州珑珀花园在2020年8月开盘，根据惠州市房地产交易市场综合监管平台，惠州珑珀花园8栋住宅楼在这一年取得预售证，整体备案单价介于9149~1.81万元/米²之间。

其中，建面约51平方米的房源，备案单价介于1.04万~1.40万元/米²，如今房价降幅至少达到25%；而建面约82平方米的房源，备案单价介于9783~1.30万元/米²，如今房价降幅超10%。

东莞的楼盘也不例外。东莞海逸豪庭计划推出71套住宅和别墅，其中，住宅均价预估1.5万元/米²，别墅房源在7月5日开盘时售价为2.76万元/米²。

东莞市住房和城乡建设局显示，在2021年11月和2023年5月两批次的备案中，东莞海逸豪庭的住宅价格基本介于2.4万~4.4万元/米²之间；在2023年5月的备案中，别墅房源介于4.4万~6.8万元/米²之间，而2025年6月的备案价格则下调到了1.8万~3.6万元/米²。

为了吸引港人北上购房，谭健旭透露，4个楼盘会推出港人专属的“双居优惠限时激赏”，比如中山珑珀花园曾推出黄金礼券，惠州珑珀花园则推出装修优惠，购房者支付6万~8万元便可获得装修电器套餐。

如今，香港人拥抱内地已成为一大趋势，从房地产的角度来看，两地融合带来了源源不断的购买力。

第七次全国人口普查结果显示，2020年11月1日零时，居住在内地31个省份并接受普查登记的香港居民为37.14万人，相比第六次全国人口普查结果，十年间增长58.15%。

广东拥有最多的港澳台居民和外籍人员，达到41.85万人。多家研究机构和香港特别行政区政府有关部门过往的统计亦显示，香港人在内地活动的主要省份亦是广东，尤其是大湾区城市。

房企盯上香港买家，企业高管“爆买”广州三套房

近两年，香港买家也成为房企关注的支撑力量之一。

去年7月，惠州市房地产业协会启动“港人惠州置业直通车”活动，

组织香港看房团乘坐直通巴士，前往惠州、深圳、东莞等地的多个楼盘。

据《惠州日报》去年10月12日报道，2024年1—9月，将近2000个香港家庭在惠州实现置业安家。此外，楼盘反映称参加“港人惠州置业直通车”活动以来，港客成交占比明显提升，其中个别楼盘港客成交占比达六七成。

2024年11月29日，广州市房地产行业协会(下称“广州市房协”)也在香港举行了楼盘推介会，参与楼盘一共56个，涉及房企数量超过30家。

广州市房协向时代财经透露，根据协会对参与赴港推介楼盘进行的回访了解到，截至2024年12月，相关楼盘合计收到了几百组电话查询，接待了多个看楼团并有数十套成交，由于港人对此次推介会反响热烈，广州房企希望后续再次“组团”前往香港。

早在2023年，港资房企新世界中国就在香港设置了大湾区物业展厅，同时开通大湾区置业直通车，并根据最新的政策动向及时调整针对香港买家的营销策略和推广方案，以期抓住政策红利将潜在客户转换为成交。去年，新世界中国还与香港房产中介展开合作，将客户导入内地项目。

新世界中国官网显示，公司在广州一共有7个在售物业。其中，位于广州东部中心板块的新世界广汇尊府于近期迎来一波成交热，亦有香港客户“一单三连”成交。据了解，该买家

是一名就职于广州东部中心的香港高管；自2020年开盘以来，该楼盘一直都有香港买家“下单”，同时也是新世界香港员工购买大湾区物业比较多的一个项目。

为了给港人购房提供便利，去年2月28日，人民银行广东省分行、国家外汇管理局广东省分局联合印发《港澳居民购买粤港澳大湾区内地城市房产结算支付便利化业务指引》。根据人民银行广东省分行，从政策发布起至今年6月末，人民银行广东省分行辖区共办理港澳居民内地购房业务3341笔，产生跨境收入约合人民币30.8亿元。

不过，多名广州的业内人士均向时代财经指出，自房地产行业进入深度调整期，港人购房的现象也出现了变化，如今购房目的以自住为主，兼顾长期的持有价值。而过往香港买家中的投资客占有一定的比例，重点是看大湾区发展潜力。

时代财经了解到，新世界广汇尊府的香港买家大多数活跃于大湾区，并供职于广州东部中心与香港两地的企业高管，综合考虑项目连接新塘TOD高铁站，可直达香港西九龙站，再加上商业配套新世界广汇天地开业，以及其他各方面配套逐渐成熟而决定在此安居。

相关人士称，近期也有买家受到香港市场回暖的激发而买房，“他们认为目前是一个比较好的机会点，而且也是自己住，觉得(时机)差不多就买了”。■