

# 时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

周要闻

政治局会议：中部六省要切实扛起主体责任

中央政治局5月27日召开会议，审议《新时代推动中部地区加快崛起的若干政策措施》。会议指出，要深刻领会党中央战略意图，始终紧扣中部地区作为我国重要粮食生产基地、能源原材料基地、现代装备制造及高技术产业基地和综合交通运输枢纽的战略定位，着力推进各项重点任务，推动中部地区崛起取得新的重大突破。

六部门出台方案推动文化和旅游领域设备更新

国家发展改革委等六部门近日联合对外发布《推动文化和旅游领域设备更新实施方案》。该方案提出，力争到2027年，引导推动全国文化和旅游领域更新一批设施设备，保持相关投资规模持续稳定增长，全面提升服务质量，推动文化和旅游高质量发展。

前4个月广东进口大宗商品同比增长10.9%

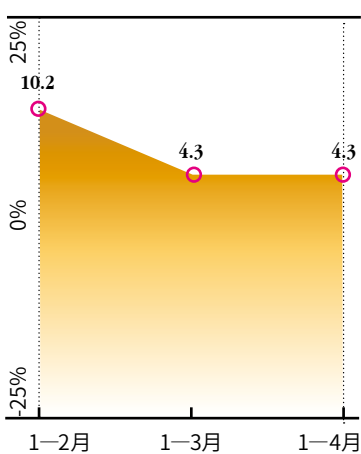
据海关总署广东分署统计，今年前4个月，广东口岸进口大宗商品10845.9万吨，比去年同期增长10.9%。其中，进口能源产品(包括原油、煤炭、天然气)7325.5万吨，增长18.4%；进口铁矿砂2317.9万吨，增长2.9%。

周数据

前4个月规上工业企业利润增长4.3%

国家统计局5月27日发布的数据显示，4月份，全国规模以上工业企业利润由3月份同比下降3.5%转为增长4.0%，增速回升7.5个百分点，企业当月利润明显改善。1-4月份，规上工业企业利润同比增长4.3%，增速与1-3月份持平，继续保持平稳增长。

2024年各月累计营业收入与利润总额同比增速



《庆余年》有多赚钱？

详见P17



## 史诗级利好 点燃广深楼市

详见P24

## 详解超长期特别国债

时代财经 王晨婷

5月22日，今年首期超长期特别国债上市交易。上交所“24特国01”开市几分钟内大涨25%，盘中二次涨停。

上交所公告称，“24特国01”上午交易出现异常波动。将自15时27分起恢复交易。

上市后，普通人能从哪里进行购买呢？

“针对个人客户的在5月20日已经开售了，仅限一天，半个小时就基本抢空。”招商银行的客户经理对时代财经说。

上海银行的工作人员则告诉时代财经，本期特别国债仅限金融机构购买，不开放给个人，目前也已经售空。

市场热度超出预期，没抢到的消费者也还有机会。对于未来几期是否会开放给个人，多家商业银行表示还需要“等通知”。

5月29日，400亿元的2024年超长期特别国债(20年期)即将上市交易。

根据财政部安排，今年计划发行20年、30年和50年三个品种的特别国债，分别发行7次、12次和3次，分散在5—11月。

由于此次特别国债平滑发行、节奏拉长，减弱了对流动性的集中冲击，市场预计，央行当前通过降准配合的必要性也会随之下降，短期内降准、降息或难以兑现。

部分银行提前2天售空

2024年超长期特别国债(一期)票面利率为2.57%。根据发行安排，首发的30年期超长期特别国债，为固定利率付息债，总额400亿元。

实际上，在5月22日上市交易之前，已有部分银行开放了特别国债的购买渠道。招商银行在5月20日对个人客户开放了超长期特别国债的购买，个人投资者可以通过招行柜台或通过电脑登录网银购买，但购买时间仅限5月20日10:00—15:30。

时代财经在当日15时40分致电咨询时，招商银行的客户经理表示本期国债已经全部抢光。

“国债一般上线都是秒空。但这次期限特别长，数量又多，开售之前我们还真不知道会怎么样。”上海银行的一名人士向时代财经透露。

但也并不是所有银行都会对个人投资者开放购买。工商银行一名客户经理表示，目前超长期国债只接受金融机构购买。交通银行的客户经理则称，对于个人投资者是否能购买，目前还没有接到通知。

5月29日，新一期的超长期特别国债(20年期)即将上市。普通人后续在哪里可以购买？一般来说，个人投资者有从银行和证券公司购买两种渠道，但并非所有银行均可购买。根据相关规定，全国有30家商业银行开办了柜台债券业务。个人投资者、企业和金融机构均可通过银行渠道参与柜台债相关业务。但具体还需要咨询相关银行网点。

➔ 下转P3

## 广东城际铁路“上新”

一小时交通圈，通常被视为都市圈趋于成熟的标志。而大湾区，正在将一小时交通圈逐步变成一小时经济圈。当四线贯通运营后，谁将是这一小时经济圈的受益者？

时代周报记者 阿力米热 发自广州

粤港澳大湾区，越来越像一个市了。5月26日，由广州地铁集团运营的广佛南环(佛山西站—番禺站)、佛莞城际铁路(番禺站—东莞西站)开通运营，分别与佛肇城际(佛山西站—肇庆站)、莞惠城际(东莞西站—小金口站)首末相连。

这四条城际铁路，组成一条全长258公里的铁路，连通广州、佛山、东莞、肇庆、惠州。

大湾区城际铁路“上新”后，这几个城市的距离被迅速拉近：从广州出发，至佛山、东莞中心只需30分钟，到肇庆、惠州约需60分钟；其他城市60分钟直达。

一小时交通圈，通常被视为都市圈趋于成熟的标志。而大湾区，正在将一小时交通圈逐步变成一小时经济圈。

当四线贯通运营后，谁将是这一小时经济圈的受益者？

为什么是大湾区

这次，大湾区城际铁路“上新”之所以备受关注，原因在于地铁化运营。

据报道，四条城际线路由广州地铁集团建设和运营。四线贯通运营后，以番禺站为中心，向西为广肇城际，向东为广惠城际。全线设39座车站，最高运行时速达到200公里，速度几乎是地铁的两倍。

城际线路，都是以地铁的乘坐方式——无需提前购票，随到随走。

因此，这也被称为大湾区的“大号地铁”。

这类型的“地铁”在大湾区并不少见。在此之前，广深铁路、广清城际、广州东环城际均已经采用地铁化运营模式。

这与大湾区的需求有关。

大湾区是我国开放程度高、经济活力强的区域之一。数据显示，2023年粤港澳大湾区经济总量突破14万亿元，以不到全国0.6%的国土面积，创造了占全国11%以上的经济总量。与此同时，常住人口超过8600万人，综合实力再上台阶。

如此庞大的经济体量带动了货物、信息、技术、资金等要素的流动，人们出行需求日趋旺盛，每天有数百万人次跨城出行。

《2022年广州市交通发展年度报告》显示，2022年粤港澳大湾区内地九市跨城通勤人口总量118万人，日均出行量542万人次。从出行量来看，粤港澳大湾区内地九市占全省21个地级市间总出行量的70%。

➔ 下转P4

政经 · TOP NEWS

- 3 黄金价格连跌数日 专家：未来或跌至2100美元/盎司
- 4 郭有才和菏泽南站的疯狂240小时
- 5 “中国文化产业第一展”与广东的20年
- 8 波音再陷安全危机 对手空客拿下沙特百亿订单

财经 · FORTUNE

- 9 精功系败落 原绍兴首富出清金融资产
- 10 工行老将王都富接棒 工银安盛新董事长落定
- 13 红海危机叠加集装箱短缺 集运价格淡季狂飙
- 14 静丙缺货涨价背后：滥用现象频现 存资源浪费隐忧

产经 · INDUSTRY

- 18 抢跑6·18 小红书还没抵达安全区
- 20 “南北奥迪”错位竞争
- 22 对手累了 库迪咖啡还在卷
- 23 考研讲师张雪峰“搅局”旅游业 8999元的研学产品抢手

编辑/梁励 版式/陈溪清  
图编/黄亮 校对/宋正大  
国内统一刊号/CN44-0139  
邮发代号/45-28  
广东时代传媒集团有限公司 主办



6 946957 120015 >  
零售价/RMB 3.00 HKD 10.00



扫一扫关注 时代周报官方微信

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

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

地址/广东省广州市珠江新城华利路  
19号远明明珠大厦4楼

# 降本“再加劲” 实体经济轻装上阵

5月23日，国家发展改革委、工业和信息化部等四部门联合发布《关于做好2024年降成本重点工作的通知》（以下简称《通知》），明确2024年降低实体经济企业成本将重点落实好7个方面22项任务。

尤其是在持续降低制度性交易成本，缓解企业人工成本压力，降低企业用地原材料成本，推进物流提质增效降本，以及激励企业内部挖潜等方面，进一步明确降低实体经济企业成本的具体举措，以激发经营主体活力，从而增强其发展内生动力。

成本高低在很大程度上决定了一个实体经济企业的竞争力。作为供给侧结构性改革的重要内容，如何让实体经济降

本，已成为助力企业轻装上阵、促进我国经济高质量发展过程中一个不可回避的问题。

自2016年8月国务院印发《降低实体经济企业成本工作方案》以来，有关部门每年都要印发文件对降成本工作进行部署。近年来，人们也看到了一批有含金量的降成本举措的相继出台。

当下，国际环境复杂严峻，国内需求仍显不足。在激烈的市场竞争下，制造业产品的价格增长空间受限，而原材料、能源价格却不断高涨，实体经济的成本压力不断增加，利润空间不断压缩。给实体经济降成本迫在眉睫。

由于影响企业成本的因素很多，即便

是《通知》中列举的这些举措，也已经覆盖了很多方面。“全面开花”不易，有必要坚持全面推进与突出重点相结合、坚持制度性安排与阶段性措施相结合。

我国宏观调控政策主要的工具是财政政策和货币政策，因此税费优惠和金融服务业位降成本举措的前列。

而就企业来说，其对税费负担和融资成本也常常最为敏感，呼应企业相关诉求顺理成章。

税费优惠政策将得到延续，但《通知》特别提及了“针对性”和“有效性”。这意味着科技型企业将得到更多扶持。围绕制造业领域的关键技术突破问题，通过税前加计扣除等政策措施，有利于鼓励企业

加大技术研发投入，推动科技领域实现一批关键技术突破。

针对物流成本过高，《通知》明确，将研究制定《有效降低全社会物流成本行动方案》。物流成本的形成颇为复杂，实际上既需要降低物流运输成本，也需要降低仓储成本、管理成本，既需要降低物流费用，又要提高物流速度。

如何加快建设广覆盖、高效率、低成本的货运物流体系，通过多种组合方式，减少企业物流成本，考验着治理智慧和能力。

税费、融资、物流等显性成本容易识别，而另外的隐性成本从表面上则难以感知，但影响同样不小。

为此，《通知》提出，制定关于完善市

场准入制度的意见，修订新版市场准入负面清单，推动市场准入效能评估全覆盖；开展政府采购领域“四类”违法违规专项整治，加强常态化行政执法检查，创新手段提升监管效能。只有促进形成公平竞争的市场环境，持续降低制度性交易成本，企业才会更具活力。

当前，实体经济企业的经营面临着复杂的局面，降成本方案的出台是一个利好。当然，作为市场主体，企业也应积极对接相关政策，利用好政府提供的支持，共同推进降本增效。

只有政企合力，让降成本落到实处，才能切实改善企业预期，从而缓解就业压力、提高居民收入。□



## 房贷新政出炉一周：120多城市降首付、降利率

时代周报记者 黄宇昆 发自广州

自央行5月17日发布房地产金融新政以来，全国多省份120多个城市已密集落地，宣布降低房贷首付比例、取消房贷利率下限等。

5月24日，除广州、深圳两个一线城市外，广东省内19个地市的房贷政策进行了调整，实施个人首套房首付比例15%、二套房首付比例25%的新标准，取消个人住房贷款利率政策下限。

此外，河北、甘肃、云南、广西、宁夏、重庆、湖北、山西、陕西等多个省份也已宣布调整当地个人住房贷款政策。

据时代周报记者不完全统计，“5·17房贷新政”落地一周以来，全国已有10余省份120多个城市宣布调整住房信贷政策。仅5月24日，便有100多个城市调整房贷新政。

不过，截至发稿前，北上广深一线城市的房贷利率下限和最低首付比例暂未迎来调整。5月24日，广州、深圳多名银行业人士对时代周报记者表示，目前其所在银行尚未执行新的房贷新政，仍在等待当地下发执行细则。

### 一天超100城调整房贷政策

5月17日，央行、国家金融监管总局联合发布三条重磅地产政策：下调住房公积金贷款利率0.25个百分点，取消全国层面个人住房贷款利率政策下限，全国层面的首套房贷最低首付比例从20%降至15%，二套房贷最低首付比例从30%降至25%。

人民银行副行长陶玲在发布政策时表示，首付比例、房贷利率政策调整后，各地可因地制宜，自主决定辖区内首套房和二套房最低首付比例和房贷利率下限，也可不再设置利率下限。

房贷新政发布以来，武汉打响落地“第一枪”后，合肥、长沙、西安等多个城市也相继执行新政，均是个人

首套、二套房首付比例调整为不低于15%、25%，并取消房贷利率下限。

5月24日，河北、甘肃、云南、广西等省份宣布全域下调个人住房贷款首付比例，并取消个人住房贷款利率政策下限；重庆市也落地房贷新政，调整房贷政策；广东省内（除广州、深圳外）19个地市的房贷政策也进行了上述两项调整，并对于拥有2套及以上住房并已结清相应购房贷款的居民家庭，又申请贷款购买住房，银行业金融机构可根据借款人偿付能力、信用状况等因素审慎把握并具体确定首付比例和贷款利率水平。

据时代周报记者不完全统计，截至发稿前，已有10余省份超120个城市将首套房和二套房最低首付比例分别下调至15%和25%。

值得一提的是，在“5·17房贷新政”发布之前，已有不少城市已调整房贷利率下限。根据人民银行一季度货币政策执行报告公布的数据，截至2024年3月末，全国343个城市（地级及以上）中，75个城市下调了首套房贷款利率下限，64个城市取消了下限。

从房贷利率调整幅度来看，各地的调整幅度各有不同。据公开报道，武汉首套房贷款利率降低30个BP，从3.55%降至3.25%；二套房降低80个BP，从4.15%降至3.35%，降幅历史最高。

另据市场消息称，5月24日起，西安房贷利率商贷政策调整为首套利率在LPR基础上下调40个基点，即3.55%，二套利率下调5个基点，即3.9%；首付比例政策方面，首套首付为15%，二套首付为25%。

中原地产首席分析师张大伟对时代周报记者表示，从全国来看，调整首付比例和房贷利率的城市还在继续增加，调整符合市场预期。“5·17房贷新政”全面落地后，预计大多数城市房贷利率下降0.3~0.4个百分点；按照100万元贷款、30年期限、等额本息还款方式计算，总利息支出可减少7万余元，改善性需求住房的利

息支出会减少更多。

### 一线城市暂未调整首付比例和利率下限

在本次房贷新政落地后，市场颇为关注一线城市的调整情况。

5月24日，时代周报记者以购房者身份致电多家广州、深圳的银行，得到的回复均为“暂未调整”“等待通知”。建设银行广州某支行工作人员表示，目前该行首套房最低首付比例仍为30%。“有政策下来，但还没确定具体的比例如何，以官方披露消息为准。”

某股份行广州分行客户经理向记者介绍，该行目前首套房的贷款利率为3.85%，二套房贷款利率为4.25%，暂时还没有接到调整的通知。

深圳的情况也相似，深圳某股份行个贷经理向时代周报记者介绍，该行个人按揭贷款首套房利率为3.85%，目前也还是三成首付，“深圳还没发文跟进，我们也在等待消息。”该个贷经理称。

在张大伟看来，一线城市的信贷门槛仍然相对较高，其政策动作向来有风向标意义。因此，其最终的落地情况，将在一定程度上影响整体市场的情绪。目前来看，预计一线城市调整幅度不会太大。

业内有观点认为，“5·17房贷新政”实施以后，广州和深圳两地新房市场和二手房市场表现都比较好，需要再观察利好释放后能否在不动首付比例的情况下推动市场。

值得一提的是，四个一线城市目前已下调了个人住房公积金贷款利率。

5月17日，广州住房公积金管理中心发布通知称，自2024年5月18日起，下调个人住房公积金贷款利率0.25个百分点，5年以下（含5年）和5年以上首套个人住房公积金贷款利率分别调整为2.35%和2.85%，5年以下（含5年）和5年以上第二套个人住房公积金贷款利率分别调整为不低于2.775%和3.325%。

此外，5月18日，上海、北京、深圳也宣布下调住房公积金贷款利率。

三地个人住房公积金贷款利率均为下调0.25个百分点，与央行政策保持一致。

不过，在存量公积金贷款利率调整方面四地略有不同，广州、北京、上海在5月18日前已发放的个人住房公积金贷款，自2025年1月1日起执行调整后的利率，深圳则是从2024年7月1日起开始执行调整后的利率。

### 房贷政策调整对银行息差影响可控

个人住房贷款一直被银行视为“优质资产”，此次房贷政策调整对于银行业来说既是机遇也是挑战。

一方面，去年以来，受提前还贷、楼市下行等因素影响，多家银行个人住房贷款规模已经出现缩水。据Wind统计，2023年，42家A股上市银行中仅有14家银行的个人住房贷款余额同比增加。

东兴证券研报认为，从购房者角度来看，目前首付门槛、按揭资金成本均有较大幅度下调，政策力度较强，有助于释放居民刚需、刺激成交量，提振住房按揭贷款需求。

另一方面，业内担忧房贷利率下调对于银行的净息差会造成一定影响。惠誉评级认为，银行盈利能力受影响或更为明显。取消最低房贷利率下限和下调个人住房公积金贷款利率将进一步压缩银行2024年的净息差。此外，贷款需求萎靡、贷款市场报价利率（LPR）下调、房贷重新定价以及金融机构持续支持实体经济的要求也会为银行带来进一步压力。

据中金公司银行业分析师林英奇分析，按照全年新发放按揭贷款利率下调30BP的预期，相关调整对银行息差的负面影响约为0.8BP，对银行利润影响较小。

东兴证券研报认为，在当前信贷供需环境下，新发放住房按揭贷款利率将进一步下行，行业息差仍面临下行压力。考虑到政策对银行负债端成本调降的关注和推动，预计息差压力可控。□

# 详解超长期特别国债

上接P1

20~50年的超长期限内，国债能否流转交易？

与储蓄国债不同，超长期特别国债为记账式国债，在存续期内可在市场进行交易，且交易价格随市场行情波动。

人民银行在4月底曾就国债买卖问题作出表态。

人民银行有关部门负责人表示，央行在二级市场开展国债买卖，可以作为一种流动性管理方式和货币政策工具储备。“未来央行开展国债操作也会是双向的。”

《金融时报》援引市场人士说法称，随着未来人民银行将买卖国债纳入公开市场常规操作工具后，可通过国债买卖调节市场供求，也会促进收益率平稳运行。从近年市场正常运行情况看，2.5%~3%可能是长期国债收益率的合理区间。

## 年内降准降息仍存一定空间

5月22日上市的是2024年首期超长期特别国债。之后还将有21期，分散在5~11月上市。

在此之前，我国曾在1998年、2007年、2020年分别发行过三次特别国债。

今年的政府工作报告还提到，从今年开始拟连续几年发行超长期特别国债，专项用于国家重大战略实施和重点领域安全能力建设，今年先发行1万亿元。

“从首期超长期特别国债的发行



结果来看，超长期国债的加权中标收益率为2.57%，较最近一次（4月29日）30年期国债加权利率下降3.8BP，显示出较低的融资成本。这一利率水平有利于降低政府的付息压力，使得政府能够以更低成本筹集到更多资金。同时，3.9的全场倍数和382.6的边际倍数反映出投资者对超长期国债的认可，认购热情高涨。”粤开证券首席经济学家、研究院院长罗志恒对时代财经分析称。

海外市场上，主要经济体几乎都选择了发行超长期国债作为财政融

资手段，其中日本的超长期国债占比最大，达到了44.8%。相比之下，我国超长期国债占比偏低，仅为16.9%，仍有一定的提升空间。

在罗志恒看来，发行并使用超长期特别国债，对于促进我国经济回升向好、优化供给结构、降低债务风险、丰富金融投资品种以及促进金融与财政协调等方面都具有积极意义。

发行长期特别国债是财政政策发挥更好作用的探索，而货币政策与财政政策之间的协同也颇为关键。根据4月30日中央政治局会议部署，“要

靠前发力有效落实已经确定的宏观政策，实施好积极的财政政策和稳健的货币政策。要及早发行并用好超长期特别国债，加快专项债发行使用进度”。

在超长期特别国债落地之前，市场对降息降准已有预期。

不过，5月20日公布的贷款市场报价利率（LPR）显示，1年期LPR为3.45%，5年期以上LPR为3.95%，均与上月持平。

“5月以来，市场对流动性的最大担忧在于1万亿元超长期特别国债的集中供给冲击，并认为央行或将通过降准来予以对冲。但根据5月13日财政部对于一般国债、超长期特别国债发行的最新安排，此次特别国债平滑发行、节奏拉长，减弱了对流动性的集中冲击，相应地，央行当前通过降准配合的必要性也随之下降。”中国民生银行首席经济学家温彬对时代财经表示。

温彬认为，短期内降准、降息或难以兑现，央行将密切关注国内经济走势和海外政策变化，灵活有效开展公开市场操作，来保持流动性合理充裕。“但伴随内外环境变化，基于总体政策目标，年内降准降息或仍存一定落地空间。”

浙商证券首席经济学家李超则认为，降准概率相对较大，时间点或考虑配合国债、地方政府债发行节奏；在降息方面，从降低实体经济融资成本的角度，LPR有较大概率继续被引导下行，预计今年LPR与存款挂牌利率有望各有两轮下调。■

# 黄金价格连跌数日 专家：未来或跌至2100美元/盎司

时代财经 李益文

表达爱意的5月20日，令黄金价格再创新高，COMEX黄金期货价格更是来到了2454.2美元/盎司（约合人民币570.48元/克），创下有数据以来的最高纪录。

不过，随着“520”渐行渐远，从5月21日开始，黄金便开启了下跌通道，金价连续数日下跌。

5月24日COMEX黄金期货价格盘中一度跌至2338.8美元/盎司，较高点跌近4.7%。上海黄金交易所的“AU99.99”黄金产品也从“5·20”的573.80元/克，跌至552.6元/克，跌幅约为3.6%。

实际上，在黄金价格每次刷新纪录后，常出现价格回调。此前的4月22日，黄金在经历一轮小幅上涨后曾单日下跌2.73%，创近两年最大单日跌幅的纪录。

不过，当前黄金市场似乎不同过往。美国难以消除的通胀风险使得美联储言论越发声越“鹰派”（强势），市场对美联储降息的预期不断推迟，对加息押注不断上升。

这也导致美元走强，黄金承压，市场出现不少“套现离场”“落袋为安”的心态。

如今，黄金市场似乎来到了关键时刻。当前价格下跌，是过往的又一次阶段性回调，还是金价历史性的转折？

## 金价引发市场担忧

对本轮黄金价格冲击最大的，莫过于美联储愈发“鹰派”的言论。尽管当前美联储主席鲍威尔在谈及“降息”期望时，态度温和，措辞谨慎。

但根据美联储近日公布的最新会议纪要显示，美联储一众决策官员普遍对近期通胀数据感到失望，并明确表示，如果通胀继续，利率可能会在更长的时间内保持在较高水平。部分决策官员甚至暗示，如果有需要，会在合适时进一步加息。

而从美联储当前最为注重的通胀数据来看，当前美国的“抗通胀之

役”远谈不上成功。

根据美国劳工统计局数据，美国4月CPI同比上涨3.4%，环比上涨0.3%，剔除波动性较大的食品和能源价格后，4月核心CPI同比上涨3.6%，较前值3.8%下滑0.2个百分点。

尽管相关数据整体符合市场预期，但仍显著高于美联储2%的政策调控目标。“近期美国商品和服务价格均显著上升，在实现美联储设定的2%长期通胀目标方面‘缺乏进一步进展’”，最近的会议纪要明确传达了美联储对当前抗通胀进展的不满。

事实上，若以美联储定下的2%为目标，美国的高通胀已超过3年之久，其间美国CPI数据最高达9.1%，通胀创下美国40年来最高纪录。此后，虽在美联储的激进加息下有所放缓，但代表通胀的CPI数据仍在3.5%附近徘徊超半年之久。

美联储加息预期升温，美元走强，叠加通胀情况波导至黄金市场，投资者开始出现担心未来经济情况下行，黄金价格“一泻千里”，因此出现“套现离场”“落袋为安”的心态，导致黄金价格开始逐渐回调。

尽管自2018年的黄金牛市以来，本轮黄金价格虽多有起伏，但整体仍呈狂飙状态，其各路黄金产品的最高价记录甚至以“日”为单位进行更

新。其中，当前COMEX黄金价格相较2018年的1167.1美元/盎司低点，增长超110%，增幅远超其他投资产品。

高企的金价，增加了市场入场成本，而不断刷新的价格纪录，也导致人们开始思考“不生息资产”黄金价格的边界与支撑所在。

根据美国商品期货交易委员会（CFTC）最新数据显示，截至5月24日，全球最大黄金ETF——SPDR Gold Trust的持有量为832.21吨，较上一个交易日减少1.15吨，较年初878.54吨的高位，减少了46.33吨，降幅达5.27%，市场看跌黄金的情绪升温。

实际上，市场的担忧并非“杞人忧天”。在2010年前后，大幅上涨的黄金曾引起市场强烈追捧，但自2012年第三季度开始，黄金价格一路下跌，让不少高点入场的投资者损失惨重。

## 金价回调已成必然

再度刷新历史纪录后，近期黄金价格的下跌是阶段性回调，还是此轮金价历史性的转折？

对此，中国外汇投资研究院院长谭雅玲认为，当前黄金价格的回调已成必然，且金价的调整虽有波动，但仍未结束，未来黄金价格存在跌至2100美元/盎司的可能。

“黄金上涨已经缺乏动力了。”谭

雅玲告诉时代财经，此前激烈的地缘政治因素已被黄金市场消化，从短期来看，世界主要经济体间的经济得到一定恢复，竞争也保持有理性，暂无较大风险。

“此外，当前美国国债仍被市场视为低风险资产，且保持较高利率。而作为不生息资产的黄金，在美联储降息预期遥远、加息仍存在可能的情况下，投资者将更倾向于减持黄金、增持国债。”谭雅玲补充道。

实际上，当前全球经济总形势虽仍有待恢复，但世界各主要经济体，特别是中美两大超级经济体均有着超市场预期表现。

据世界贸易组织（WTO）最新一期《全球贸易展望与统计》报告预测，2024年全球货物贸易量将增长2.6%，2025年将延续今年的复苏势头，预计增长3.3%。而2023年该数据为4.6%。

从这一数据来看，此轮金价上涨，有黄金避险的属性，但当经济发展进入盘整阶段，其避险价值也将相应下降。

“中短期黄金价格存在回调，但长期金价仍然向好。”广东南方黄金市场研究院高级研究员宋蒋圳向时代财经表示，全球地缘政治在短期内暂未出现加剧风险，但从长期来看，各主要地区间存在较难调和的矛盾。此外，虽然主要经济体经济有着超预期表现，但内部仍有较多问题需要解决。

“特别是亚洲一众小国压力巨大的汇率。”在宋蒋圳看来，美联储长期维持的高利率已经给许多产业薄、金融弱的国家带去了巨大压力，部分国家货币与美元的兑换汇率已接近2008年经济危机时期，一旦有国家出现经济危机，不排除出现连锁反应，造成大量资金避险，推高黄金价格。

从市场数据来看，当前多国货币，特别是地缘政治热点区域的亚洲部分国家货币表现并不乐观。自4月以来，日元、泰铢、印尼盾等货币汇率在强势美元重挫下集体暴跌。日元兑美元汇率甚至一度跌破160关口，创下34年以来新低。截至目前，多国货币仍未得到有效恢复，其中日元兑美元汇率仍保持在157的高位。■



# 郭有才和菏泽南站的疯狂240小时

时代周报记者 李杭 发自广州

“无奈人在风里，人在雨里，人在爱的岁月里漂流，你我不能重头，不能停留，不能抗拒命运左右。”伤感的歌词，配上男子沧桑的嗓音，勾出了无数人埋于心里的共鸣，更唱出了生活的艰辛与人生的无奈。

今年5月，“菏泽树哥”郭有才，凭借一首翻唱歌曲《诺言》走红网络，有网友评价称“他唱出的痛，布洛芬都止不住，太上头了”。

抖音平台上，短短5日，其粉丝就从19万涨至452万。截至5月23日，郭有才的抖音账号粉丝数已经达到1246.4万，代表作品《诺言》的点赞量达到310.6万。

而故事的主角郭有才经界面新闻确认，他在近期已经加入了一家位于山东菏泽本地的MCN（多渠道网络）机构。而坊间有传闻，说根据《娱乐资本论》透露，郭有才的签约费高达5000万元。

除此以外，郭有才经常的直播地点——菏泽南站，也随之火爆。大量的游客和主播从全国各地涌入，他们聚集在站前广场，或直播表演，或打卡拍照，让原本安静的南站变得热闹非凡。

正在热度持续上升的时候，这一切被按下了“暂停键”。

5月20日，菏泽南站发布公告：“鉴于2024年5—7月份春季高考、夏季高考、中考等考试比较集中，且菏泽南站附近学校设有考点。为给广大考生营造良好的学习、生活和考试环境，菏泽南站将不再举办各类文娱活动。”

菏泽南站选择主动“退烧”，但郭有才和菏泽的热度则还在继续。

据《南方都市报》消息，5月21日上午11时许，郭有才直播间在线观看人数90多万，嘉年华接连不断地刷出，现场传来阵阵欢呼。

在本地人拍摄的视频里，晚上9点，郭有才的直播地点——菏泽国花博览园广场依然是人山人海。不少来自全国各地的网红在镜头前卖力地表演，周围聚集着大批的观众，虽然热闹，但在另一些人眼里是“群魔乱舞”。

5月22日上午10点，郭有才准时出现在了菏泽国花博览园广场，周围依旧围着里三层外三层的观众。

直播最后，郭有才宣布自己将停播三天。“向哥哥姐姐们请个假，休息一下嗓子，之后将更好的自己呈现给大家。”

看来被流量选中的郭有才需要时间去思考自己之后的路。而对于菏泽来说，个人流量将菏泽冲向台面，也是一个不小的考验。

## 3天涨粉500万，郭有才真的“励志”？

走红以前，郭有才拍视频已经有将近7年的时间。

2017年，郭有才的账号还叫“郭有才（发扬菏泽步）”，嘴里说着“菏泽大路一排排，唯有男神郭有才”的台词，配合着外八字的步伐。整个视频呈现出的内容跟网络上大量的土味视频没有区别。

2022年，郭有才开始换号直播并拍摄搞笑段子，因翻唱《真的爱你》在与另一网红连麦PK中获得关注，不过后来因带货争议导致账号无法继续经营。

菏泽人小羽回忆说，爆火之前，她在刷一些菏泽本地网红的视频时见过郭有才，不过当时他并不出名，大多数人看的时候也就当个乐子。到了2023年，郭有才注册了新的抖音账号，重新尝试直播唱歌，主攻怀旧。

不过在当时，他只是网络世界里的一个再普通不过的主播。在走红之前的直播里，他梳着大背头，穿着标志性的西装和长裤，手上戴着黑色手套，唱的也是那曲《诺言》。

那时的他周围没人围观，只是一个人对着手机在唱。保安大哥用手戳他示意他挪车，他打了个ok的手势，又继续把整首歌唱完。

随着时间的推移，他的歌声逐渐吸引了越来越多的观众。人们被他沧桑的嗓音所吸引，被他自述的励志故事所感动。就这样，郭有才的名字开始在网络上传开。

流量的突然降临，改变了郭有才



的生活。

时代周报记者查询飞瓜数据发现，5月1日，郭有才的粉丝数达到10万，之后他的粉丝数量呈现出爆发式的增长。5月7日，他的抖音粉丝数突破30万，5月11日涨至100万人，5月16日达到500万人，5月19日突破1000万人。截至发稿，他的抖音粉丝数达到了1246.4万人。也就是说22天内他的粉丝数增长了1236.4万人。

郭有才的出圈也带火了他的直播地点——菏泽南站。

小羽告诉时代周报记者，菏泽南站早在2001年就已停运，目前只有货运列车从此经过。在郭有才爆火之前，车站的广场在晚上漆黑一片，没有路灯，很少有人会在晚上去那里。然而郭有才的一首《诺言》唱火了废弃已久的菏泽南站，让这里成为了“网红打卡地”。

小羽说5月9日她路过南站时，已经看到有警察在广场旁维持秩序，5月11日晚上9点左右去南站遛弯时，她看到大概6名主播在广场直播，周围聚集着不少群众。三四天过后，她早晚坐车路过南站时都会出现堵车的情况，半个小时到一小时不等，堵到“怀疑人生”。

热度也逐渐蔓延到了整座城市。据抖音生活服务数据显示，5月10—12日，菏泽的抖音生活服务订单比去年增长215%。据《杭州日报》报道，在5月17日之前，菏泽南站广场每天都会涌入超过40万人次来听郭有才唱歌。

不过，官方的介入，打断了这一切。

5月17日，郭有才被聘为菏泽市文化旅游推荐官。当天，郭有才宣布接下来三天更换直播场地，以免影响参

加春季高考的学生。

5月20日，菏泽南站再次发布公告：“鉴于2024年5—7月份春季高考、夏季高考、中考等考试比较集中，且菏泽南站附近学校设有考点。为给广大考生营造良好的学习、生活和考试环境，菏泽南站将不再举办各类文娱活动。”

这之后郭有才的直播地点转移到了菏泽国花博览园，至此，在疯狂了240小时后，菏泽南站再次变得安静，仅有少量人会拍照或录个视频打卡。

不过，一场事关流量与审美的争议却开始蔓延。

## 一个人带火一座城，然后呢？

近年来，一个人带火一座城的故事在国内时有发生。

2020年，藏族青年丁真凭借一段只有7秒的短视频迅速走红网络，视频中丁真干净纯真的笑容受到很多网友的疯狂追捧，并且接连被各大官媒点赞，成为现象级的网红。

丁真的走红，也让他的家乡四川甘孜理塘县这座海拔4000米的县城走到聚光灯下。过去的理塘贫穷落后，虽然有着如仙境般的风景，但由于交通不便不被人熟知。而丁真出圈后，理塘不仅一跃成为了网红城市，经济也得到了一定程度的发展。

回顾今年3月，万岁山武侠城景区说媒的王婆凭借一己之力带火了河南开封。王婆出圈之后，开封的旅游热度持续上涨，成为五一期间河南的热门旅游城市。

但稍加分辨，会发现类似甘孜理塘、哈尔滨、淄博等城市的出圈，是有实体的景色、冰雪文化甚至美食承载的，但此后的王婆、郭有才已经脱离了

实体，干涸成了纯粹的流量，几乎可以视作线下的网络狂欢。

艺术家安迪·沃霍尔曾断言：“在未来社会，15分钟内，每一个人都能获得成功。”而在网络时代，这个时间将被压缩到更短。然而如今出圈的城市越来越多，出圈的速度越来越快，但是热度能够持续的时间却越来越短。

实际上，对城市而言，需要的不是15分钟可以获得的出圈机会，而是长远和良性的发展。

品牌营销专家司新颖认为，如今，对于各地文旅而言，IP走红带来的流量井喷，已经从快速反应跟进、公共服务配套、以点带面引导的初级阶段，向如何借势流量聚集效应、如何延续流量留存以及如何创造新质文旅生产力等精细运营阶段发展。

司新颖表示，面对IP各领风骚三五周这样的现象，文旅部门应该摒弃急功近利、守株待兔的惰性思维，在拥抱变化的同时，更应系统地策划设计区域文旅优势，并且也由此重视平台算法等数据要素，才能得以享受文旅新红利。

正是因为如此，菏泽主动叫停菏泽南站的文娱活动。此刻人们开始质疑郭有才所唱的《诺言》是否侵权，到后来，人们开始探讨着魔失控的流量是否会反噬城市。

5月22日，郭有才在直播的最后向所有观众请假，表示想要休息一下嗓子，未来用更好的状态与大家见面。

三天之后，郭有才还能保持什么样的热度目前没人知道。而菏泽能否靠一个郭有才就跻身旅游热门目的地，还要等到即将到来的端午假期，才能见分晓。■

## 广东城际铁路“上新”

◀ 上接P1

旺盛的出行需求，推动轨道交通向更灵活、更便捷发展。城际铁路的通车，也能将相对独立、联系松散的城市连接，给沿线居民提供便利。另外，从区域发展的角度来看，一小时交通圈是培育都市圈的基本路径。城际铁路则是连接都市圈的重要载体，加速城市的互联互通。以即将贯通的四条城际铁路为例，广州、佛山、东莞、肇庆、惠州五座城市将融入“一小时交通圈”。

### 对谁最有益？

从都市圈的角度来看，四条城际铁路贯通后，广州、深圳两个都市圈将是直接受益者。

按照规划，广州都市圈范围包括广州、佛山全域，肇庆市端州区、鼎湖区等；深圳都市圈则包括深圳、东莞、惠州全域及深汕特别合作区。

不论是从经济总量还是产业发展来看，由于有广州、深圳、佛山、东莞这四个万亿级GDP城市的牵领，广州都市圈、深圳都市圈是目前广东较为成熟的两个都市圈，其同城化程度也远高于其他地区。

随着城际铁路贯通，广州、佛山、东莞、肇庆、惠州这五座被串联的城市，不仅会提高都市圈内、两个都市圈之间人流、物流的联通效率，也将在产业共建、民生共享等领域深度融合。具体到这五座城市，肇庆或是“一小时经济圈”的最大受益者。

从地理位置来看，肇庆靠近广州、深圳，但位于广东省中西部、西江中下游，且多数地区属于山地丘陵，尚未形成

完善的道路网络。

河海大学区域经济研究中心主任刘奇洪在接受时代周报记者采访时表示，目前粤港澳大湾区东西两岸经济发展差距大，呈现东强西弱格局。再加上珠江西岸地处交通、产业承接转移的末端，东西两岸要素的流动不畅，就会导致经济失衡、区域一体化受阻。

“因此，广佛南环、佛莞城际、莞肇城际四线贯通，不仅会加速大湾区内产业和技术的扩散，也有助于肇庆吸收来自广州和东莞的产业转移，从而拓展自己的产业链。特别是在新能源汽车及汽车零部件、电子信息领域的流通，为肇庆的产业发展提供了机遇。”刘奇洪说道。

近些年来，肇庆的产业逐渐从矿冶、机械、化工、建材等传统行业，转向智能化、绿色化的先进制造业。当前，肇庆正加快建设粤港澳大湾区西部制造新城，以新能源汽车、新型储能等产业为重点发展实体经济。

举例来看，肇庆高新区已引入小鹏汽车、鼎新新能源汽车、中电新能源汽车等一批整车项目，以及新能源动力小镇、国信通新能源电池、哈尔滨工业大学新能源车轻量化复合材料工程技术研究院等产业链配套和研发项目。

这些产业的布局，也取得了显著成效。

数据显示，2023年肇庆新能源汽车产业已有规上企业92家，实现总产值818.2亿元。此外，今年一季度，肇庆规模以上工业百强企业完成增加值89.51亿元，增长7.4%，拉动全市规模以上工业增加值增长3.8个百分点。

“相信在不久的将来，随着城际铁路的贯通运营，以及都市圈对西南地区的辐射带动作用，肇庆的产业将进一步发展壮大。”刘奇洪说道。■

1246.4

万



7

秒



## REGION · 大湾区

# “中国文化产业第一展”与广东的20年

时代周报记者 李杭 发自深圳

5月23日，第二十届中国（深圳）国际文化产业博览交易会（以下简称“文博会”）在深圳国际会展中心开幕。文博会也在今天迎来了自己的20岁生日。

20年前的2004年，首届文博会在原深圳高交会馆举办，一出世便卓尔不凡。在历时五天的时间里，参观人数超过47.7万人次，700多家企业和机构参展，合同成交额和意向成交额总计达356.9亿元，并入选了2004年“全国十大文化事件”。如今，20年倏忽而去。文博会从无到有，从有到强，发展成为我国唯一的国家级、国际化、综合性的文化产业博览交易会。

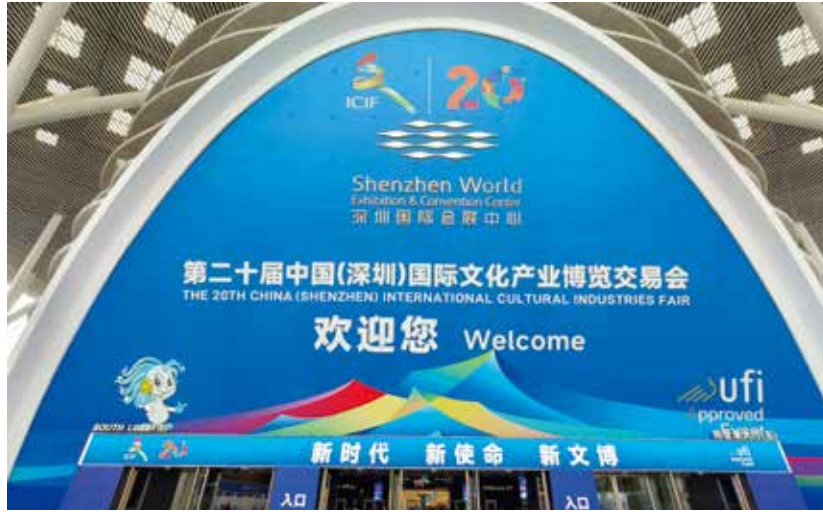
20年间，文博会的展示规模从首届4.5万平方米增至16万平方米；线下展商数量从首届700多家增至3076家；参会国家和地区从首届10个增至108个；每年吸引海内外超10万种文化创意产品、4000多个文化产业投融资项目展示与交易，范围辐射全球百余个国家和地区。

20年间，深圳文化产业增加值从2004年的163亿元增长至2023年的2750亿元，增长近17倍，占比GDP从4%增长到8%。2023年统计快报显示，深圳市规模以上文化企业3369家；营收规模首破万亿元大关，实现营业收入11007.95亿元。

20年间，文博会也见证了广东文化产业的快速崛起。2023年，广东规模以上文化及相关产业企业实现营业收入2.25万亿元，增长6.0%，全国占比超过1/6（17.36%），文化产业规模总量连续20年位居全国首位。这些数字，浓缩成了一部属于文博会的时间简史。让我们顺着时间脉络，探寻文博会的“前世今生”，一起来梳理这场展会与深圳、广东乃至中国文化产业的关系。

## 文博会20年大事记

2004年 | 文博会正式诞生，并



扎根落户深圳，第一次入选“中国文化十件大事”。也就是在这一年，我国开始振兴和大力发展文化产业，联合国教科文组织在那一年开始推广创意城市，而深圳于2003年在全国率先确立了“文化立市”的战略目标。

2006年 | 文博会第一次被列入《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》重点支持的文化会展之一。《纲要》提出：“抓好塑造国家文化形象的重大项目和工程建设，推出一批体现民族特色、反映时代精神、具有国际一流水准的文化艺术精品，创作生产更多更好适应人民群众需求的优秀文化产品。”

2007年 | 形成了“国际化、市场化、专业化、精品化、规范化”的“五化”办展方针，参会人数第一次破百万。2007年深圳文化产业增加值占全市GDP比重上升到6.88%，深圳的动漫游戏产业、数字内容产业、高清媒体产业迅猛发展。

2010年 | 31个省、自治区、直辖市及港澳台地区首次全部参展。这一年，广东正式提出文化强省战略：今后10年，全省文化及相关产业增加值实现年均增长12%以上。到2020年，全省文化及相关产业增加值超过8000

亿元，占全省GDP的比重达8%，广东成为全国乃至亚太地区具有核心竞争力的文化产业中心。

2011年 | 第一次提出“1+N”的办展模式，从文博会平台逐步衍生出艺术深圳、中国（深圳）工艺美术博览会等文化类展会。据了解，2011年广东省文化产业增加值为2529亿元，同比增长30%，约占全国1/4，占全省GDP比重4.8%，拉动GDP增长超过1个百分点，为推动经济增长和转型升级作出了积极贡献。

2013年 | 展示交易规模进一步扩大，参展商数量第一次突破2000家。2013年深圳文化创意产业预计增加值为1357亿元，而2003年的增加值为135.3亿元，增加值恰好是10年前的10倍。

2014年 | 突出交易实效，交易额第一次突破2000亿元。10年的发展，文博会参展商数量从700多家增加至2000多家，交易额从357亿元增加到1665亿元，历届总成交额已超万亿元，被誉为“中国文化产业第一展”。

2016年 | 文博会第一次被列入《深圳文化创新发展2020实施方案》，成为“十三五”时期深圳文化创新的重点项目。2016年1月《深圳文化创新发展2020实施方案》正式印发。该方

案提出构建五大体系，建设与现代化国际化创新型城市和国际科技、产业创新中心相匹配的文化强市。

2017年 | 进一步提高国际化程度，受邀海外采购商第一次突破2万人。2017年我国文化产业继续保持快速发展的良好势头，增速保持两位数增长。国家统计局数据显示，2017年，全国规模以上文化及相关产业5.5万家企业实现营业收入91950亿元，比上年增长10.8%（未扣除价格因素），增速提高3.3个百分点。

2021年 | 正式迁往深圳国际会展中心举办，第一次启动线下与线上互动结合的办展模式，构建线上线下现代化服务体系、运营体系、管理体系，加快推进展会规模、办展模式、品牌质量全面升级，充分展现“新时代、新文博、新会展，新内容，新成效”。

2022年 | 文博会被写入《中国共产党宣传工作简史》；同年，国家版权局第一次列入文博会主办单位，文博会国家级地位进一步深化，品牌影响力不断提升。2022年，深圳文化产业增加值突破2600亿元，位居全国前列，占全市GDP比重超过8%。

2023年 | 文博会与首届文化强国建设高峰论坛第一次同期举办，双星闪耀，影响力空前。2023年6月广东召开的省委十三届三次全会作出“1310”具体部署，提出“要扎实推进文化强省建设，在交出物质文明和精神文明两份好的答卷上取得新突破”，而“坚持用党的创新理论武装头脑、教育人民、指导实践”是取得突破的关键所在。

2024年 | 第二十届文博会，第一个20年，创新设立主宾国机制，新增设立国际文化贸易展，重点提升国际化、促交易功能，全面提升国际化、市场化、专业化、数字化水平。今年一季度，广东规模以上文化及相关产业企业实现营业收入5508亿元，按可比口径计算，比上年增长11.0%。其中，文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入1963亿元，增长8.2%。■

## 文博会遇上高科技：“顶流”与“新势力”双向奔赴

时代周报记者 梁争誉 发自深圳

和李白对诗，与蒙娜丽莎“侃大山”；“使唤”腾讯混元写一篇作文，让中国演员吴京在《流浪地球》里说西班牙语，沉浸式打卡千里之外的敦煌莫高窟第285窟……大模型正在把不可能变成可能。

近日，2024文化强国建设高峰论坛、第二十届中国（深圳）国际文化产业博览交易会（以下简称“文博会”）在深圳举办。在2024文化强国建设高峰论坛文化产业创新发展分论坛上，传媒圈、影视圈、科技圈的行业代表人物热议大模型对文艺创作的协同、共创和冲击。

业界的共识是，大模型是中性的技术，关键在于如何利用它更好地为创造服务。在文博会广东综合展大模型专区，AI明星企业们提供了一个大模型应用落地的观察窗口。

大模型专区内，腾讯、南网人工智能、佳都科技、元象科技、鹏城实验室等9家企业和实验室带来涉及文化创意、医疗健康、交通出行等领域的多种类型大模型。

腾讯混元大模型在广告创意领域大显身手；云天励飞自研大模型“云天书”在智慧政务、城市治理领域落地；佳都知行交通大模型为城市规划者、政策制定者和市民提供科学、准确的决策依据；元象科技的数字人产品，复刻李白形象，变身旅行智能导游。AI时代，大模型浪潮奔涌而来，技能点拉满，宏大叙事与个体体验交相辉映。

### 技术与创作双向奔赴

AI之于文化创作，意味着什么？

“语言是文化的基础，无论是这项技术的研发还是应用，和文化产业的创新都有非常密切的联系。”科大讯飞股份有限公司总裁吴晓如在文化产业创新发展分论坛上表示。

吴晓如认为，AI首先改变信息分发的方式，向精准化和个性化发展；其次，革新内容生产方式，提高创作效率与质量；再次，交互走向自然化，各种机器、设备之间的交互将会非常方便；最后，将出现越来越多的专家助手，比如教师助手、医生助手、作家助手。影视创作人员已经饮到AI“头啖汤”。

“都说影视是‘妥协的艺术’，很多大胆的设计可能因为物理世界的客观性和投资风险的压力，让梦想和现实无法跨界。”优酷总编辑张丽娜表示，今天，虚拟拍摄和AI技术等影视技术的使用就是希望让所有导演实现天马行空的想象力，让制片人从“巧妇难为无米之炊”到可以“点石成金”，让演员能在自己的梦境里、太空里、汪洋大海里身临其境地发挥演技。

张丽娜举例称，电视剧集《异人之下》、网络综艺《盒子里的猫》，让数字人在豆瓣高分作品里一展风采；《长月烬明》用极致特效再现敦煌美学；《大唐狄公案》数字化地展现了盛唐长安，惊艳奈飞；即将上线的《闪耀吧！大运河》，也将用AI技术复原古运河这条流淌千年的中华文化血脉。

中国科幻电影大IP《流浪地球》的创作，也离不开AI的助攻。

《流浪地球》出品方中国电影集团董事长傅若清透露，为了让《流浪地球》更好地走向国际，主创团队利用AI集合了语言库和吴京自身库进行相互匹配，最终达到让吴京去说西班牙语、西班牙语的效果。

“AI在创造中起到助推的作用，这一点中影也非常重视。去年我们成立中影人工智能研究院，就是为了及时地捕捉在应用端、在科技端的成果怎么能在电影创作和生产当中进行有效转换，更好地使用、更好地拥抱新技术，能为观众创造更多好的作品。”傅若清表示。

AI势头凶猛，科技的发展对于传统产业工作者而言，是蜜糖还是砒霜？

“技术是中性的，最重要是如何来运用。”宋城演艺发展股份有限公司总裁商玲霞表示，“目前的很多应用技术都可以创作画面以及基本方案，甚至可以创作一个剧本。这些技术在创作剧本时，能够将骨架描绘得非常完美。一部艺术作品能够真正打动人心很难，如果能运用AI技术将场景和人物设置得更加丰富，为作品赋能，让作品更有灵魂。”

“文化创意产业最核心的是创意和情感，无论是导演、编剧还是演员，个体的生活、情感的体验，文化的积淀，这些都是人类所独有的。”商玲霞认为，技术是加分项，但真正打动人的仍然是情感，仍然是创意。

### 大模型赋能千行百业

自2022年Chat GPT面世，大模型发展势如破竹，不只是助力文化产业，更是赋能千行百业，加速转化为生产力，改变寻常生活。

第二十届文博会广东综合展大模型专区，展示了一批大模型商业化探索样本，“顶流”与“新势力”同台竞技。

腾讯展示了全链路自研的混元大模型。它具备强大的中文创作能力，复杂语境下的逻辑推理能力，以及可

靠的任务执行能力。用户输入“帮我写一篇文博会的文章”，混元大模型便能梳理海量信息快速生成文章；发送一张食物照片，混元大模型即可推算食物提供了多少热量。

基于扎实的基础能力积累，腾讯混元大模型积极推进相关应用落地。

目前，腾讯内部超过400个业务及场景已接入测试，企业微信、腾讯会议及腾讯文档部署了生成式AI功能，腾讯广告基于混元大模型推出AI广告创意平台妙思，有效提高广告主生产及投放效率。腾讯还联合生态伙伴，将大模型技术与20多个行业结合，提供超50个行业大模型解决方案。

南方电网大模型“大瓦特”，是电力行业首个基于自主可控算力研发的跨模态大模型，也是首个在电力行业应用最广泛的大模型。“大瓦特”以通用训练语料和电力行业专业知识数据为基础，覆盖输电、变电、配电、调度、客服等10余个领域，模型参数130亿，项目团队自主从零开始进行训练和微调，实现了跨CV/NLP模态的交互，是电力行业各专业细分领域共同的“超强大脑”。

具体来看，在输变配领域，“大瓦特”智能机巡算法全面覆盖输变配巡检应用，具备图像检测与缺陷对照、故障成因、处理措施的耦合能力，并在南方电网大规模应用；在智能客服领域，基于“大瓦特”构建了智能机器人、智能客服助手、智能质检、智能外呼、智能知识库的“五位一体”智能客服体系，实现自助服务能力和人机协同能力双提升，日均服务用户超30万人次。

在交通出行领域，佳都科技提供了全套的解决方案。

“5月24日13:26，藤业一路与环洲

二路交叉口北进口发生车辆碰撞交通事故。北进口存在严重交通拥堵，且存在车辆溢流至沙凤一路及环洲二路交叉口的情况，预计拥堵将持续30分钟。建议派遣警力协助处置，同时对上游路口进行信控优化，保证行人过街最低时间，减少车辆汇入，提前引导车流分散和绕行。”

这是佳都知行交通大模型对一起模拟交通事故给出的处置方案，经过优化疏导，这起事故造成的拥堵从预计30分钟缩短至15分钟。

佳都科技首席人工智能科学家兼通用大模型研究中心主任王凯介绍，广州交警自2023年11月面向全体市民开放基于佳都知行交通大模型的智能客服“车驾管电子书”以来，浏览量超1000万，平均问答时间30秒，准确率超95%，较传统电子书或语音客服问答时间缩短2分钟以上。

科大讯飞星火语音大模型同样吸睛。2023年，科大讯飞联合华为打造首个支撑万亿参数大模型训练的万卡国产算力平台“飞星一号”。今年1月30日，科大讯飞发布星火V3.5，这是首个基于“飞星一号”训练的全民开放大模型。

星火语音大模型首发多情感虚拟人合成功能，具备情绪表达能力，并推出一句话声音复刻功能。广汽埃安旗下昊铂HT 2024款车型已率先搭载科大讯飞超拟人合成技术，并在4月25日正式上市。

“文化新质生产力具有高科技、高效能、高质量、高创意、高融合特征，而大模型恰恰符合这诸多条件。”广州市社科院党组成员、副院长尹涛表示，广东在劳动资料创新、劳动者素质方面均有优势，接下来文化产业数改智转还会继续加快。■

## REGION · 大湾区

# 广东制造的生态链： 为汽车插上翅膀、探索太空旅行

时代周报记者 郭美婷 发自广州

为汽车插上翅膀、探索太空旅行、制造“变形金刚”……这些在电影中出现过的情节，正在被“广东制造”实现。

今年以来，新质生产力成为一大热词。“新”可以是新技术、新模式，也可以是新产业、新领域或新动能。

而广东在求“新”上，早已出发。广东是全国首个GDP突破13万亿元的省份，区域创新综合能力连续7年居全国第一。《广东新质生产力2023发展调研报告》显示，广东省新质生产力发展布局早、速度快、总量大、体系相对完整。全省新质生产力发展生态链正在形成，相关产业链竞争力明显、重点产业全国领先。

通过打造“基础研究+技术攻关+成果转化+科技金融+人才支撑”的全过程创新生态链，广东正全速奔向新质生产力，“再造一个新广东”。

## 蓄势“起飞”

从神话故事嫦娥奔月开始，人类对于天空宇宙的探索从未停止。

“我是从力箭一号遥二运载火箭开始参与总装总测工作，也参与了2次发射任务，当在发射现场看到星箭分离成功那一刻，悬着的心终于放下来。”中科宇航（广州）装备工业有限公司总装总测岗长沈赞高谈起自己的工作，脸上洋溢着自豪。

中科宇航是国内领先的商业航天企业，总部位于南沙区大岗先进制造业基地，公司广为人知的产品是力箭系列运载火箭。2023年，中科宇航卫星发布数量占全国12%，超过了其他所有商业火箭公司发射卫星数量的总和。

据了解，目前中科宇航拥有两型火箭：固体火箭力箭一号，运载能力1.5吨，主要面向遥感导航及科学试验卫星的批量发射；液体火箭力箭二号，运载能力8吨，主要面向通信卫星的批量发射及空间站货运等。

据沈赞高介绍，中科宇航研制的力箭一号系列运载火箭采用的是脉动式生产模式，这是一种介于固定站位装配与连续移动装配之间的装配生产形式，其典型特点就是按照人员分配、工序分工、产品分类，进行精益化的分析、归类，将整发火箭的总装设置成若干个脉动生产站点，产品移动的时候不进行装配作业，装配作业时产品不移动。

“脉动式生产模式具有创新灵活

的特点，能够提高生产效率，在实现量产的同时实现生产资源成本降低，属于‘新质生产力’的一种表现。”沈赞高说。

除了探太空，入低空也是广东省目前正着力发展的重点。5月22日，广东省发布《广东省推动低空经济高质量发展行动方案（2024—2026年）》提出，到2026年，推动形成低空制造和服务融合、应用和产业互促的发展格局，打造世界领先的低空经济产业高地，低空经济规模超过3000亿元。

走进广州大学城低空经济应用示范岛，广东汇天航空航天科技有限公司（下称“小鹏汇天”）研发产品“旅航者X2”映入眼帘。

据小鹏汇天副总裁仇明全表示，“旅航者X2”是由小鹏汇天自主研发制造的一款双人智能电动垂直起降飞行器。2023年1月，“旅航者X2”正式获得由民航监管机构颁发的特许飞行证。

后续将实现量产的是研发中的“陆地航母”分体式飞行汽车，这是国内首款面向个人用户开发的有人驾驶纯电动垂直起降航空器。据了解，该款飞行汽车按照百万价格区间来推动研发，预计将于2024年第四季度开启预订，并计划于2025年第四季度开始量产交付。

## 智能“大脑”

人工智能技术是推动新质生产力发展的核心。随着生成式AI大模型的加速发展，AI将迎来广泛的应用前景，深刻改变人类的生产生活。

深圳云天励飞技术股份有限公司（下称“云天励飞”）成立于2014年8月，是一家拥有自主可控核心技术能力的人工智能企业。

“到2030年，深圳每个市民可能将拥有3台机器人：家里一台服务机器人，工作一台助理机器人，出行还有无人驾驶汽车或低空载人eVTOL。”这是云天励飞董事长兼CEO陈宁畅想的未来城市。

2020年，云天励飞率先提出了“自进化城市智能体”理念。陈宁认为，这是中国通用人工智能发展的一条路径，也是中国实现社会治理机制和能力现代化的一条基础路径。

通俗来讲，“自进化城市智能体”就是把城市当作一台机器人，它有两项基础设施：一是遍布城市各处的像机器人触角一样的感知网络；二是城市超脑，即驱动大模型训练和推理的、无处不在的智算中心和智算平台。通过基础设施智能化的升级，城市从



而实现真正的智慧化。

据了解，目前，云天励飞已在深圳、成都、青岛、上海、杭州、北京等多个城市实现项目落地。

拥抱AI浪潮的不仅有人工智能企业，还有传统制造业。制造业的智能化升级是新质生产力发展的中坚力量。

成立于2013年的广州致景信息科技有限公司（以下简称“致景科技”），是领先的纺织产业互联网企业，国家高新技术企业。

致景科技的业务板块包括“百布”“全布”“天工”“致景金条”“致景纺织智造园”“致景智慧仓物流园”等。通过大数据、云计算、物联网等新一代信息技术，致景科技能够全面打通纺织服装行业的信息流、物流和资金流，同时帮助行业协同化、柔性化、智能化的升级，构建了纺织服装纵向一体化的数字化综合服务平台。

据时代周报记者了解，“百布”致力解决“找布难”的问题，已入驻商铺达5000多家、采购商数量高达2万多家，月营业额超10亿元。2021年，致景科技建成了全市五大产业集群数字化平台之一的纺织服装数字化特色产业平台。到2023年，致景科技已经连续四年入选“胡润全球独角兽排行榜”“中国独角兽企业榜单”和“广州独角兽企业榜单”。

## 楼上创新，楼下创业

基础科学的研究和创新，是发展

新质生产力的坚实基础。

位于东莞的松山湖实验室所做的科研被誉为“在科技成果转化‘死亡谷’上架起铁索桥”。

作为广东省首批四家省实验室之一，松山湖材料实验室已引进人员超过1100人，承担了省级以上重大科技项目211项，并且分批从国内外知名高校、科研院所及高新技术企业引进了25个团队，直接孵化35家产业化公司，销售合同额7.3亿元。历时五年建设，“材料科学”首次进入ESI前1%，标志着松山湖实验室材料科学科研水平进入国际高水平学科行列。

时代周报记者了解到，松山湖材料实验室有着自己科技成果转化的“松山湖模式”。据松山湖材料实验室常务副主任陈东敏介绍，目前松山湖材料实验室从科技成果向产业化转移主要有两条路径：一是实验室团队进行前瞻性研究，具体成果由产业化公司将产品落地推向市场；二是根据市场重点问题进行攻关，取得突破后将成果产业化推向市场。

据了解，松山湖材料实验室已经与东风汽车、中铝、中建、宝武特冶、中航发、一汽、南方电网、中石化、江苏芯澄等大型氧气、头部企业及地方所属“专精特新”企业深度合作，形成松山湖特色的空企共建联合工程中心发展模式，同时还与粤科母基金设立3亿元规模的新材料投资基金，联合国投集团设立5.55亿元规模的创投基金，支持产业转化。

实际上，中国科学院深圳先进技术研究院（简称“深圳先进院”）的模式与“松山湖模式”有着异曲同工之处。

楼上是研究院，楼下是企业，这是深圳先进院的一大特色。时代周报记者走访得知，深圳先进院构建了以科研为主，集科研、教育、产业、资本为一体的微型协同创新生态系统。这里既是研究所，同时也进行着学生的培养，而科研上的成果和突破，又能得到及时的转化、落地和赋能，实现科研与产业的“双向奔赴”。目前，深圳先进院累计孵化企业1853家，持股365家。

而在南方科技大学（简称“南科大”），你可以见到机器人在爬行动物、节肢动物和哺乳动物之间来回切换。据了解，具身智能全息变胞机器人具备轮式、足式和轮足复合式3种主要运动形式，包括5种仿生构型和120+细分形态，实现机器人结构、感知、决策与环境的高度融合。

目前南科大机器人研发团队牵头者是英国皇家工程院院士、欧洲科学院院士、南方科技大学机器人研究院院长戴建生。戴建生告诉时代周报记者，变胞机器人依托的是生物学原理，而这给机器人的结构带来了彻底的颠覆性变革。

除了已有的科研院所，为了引进更多的高精尖科研人员，广东在新实验室的建设中也下足了“苦工”。

“过去一年我感受到了前所未有的创业的快乐，时时感受着梦想成真的成就感。”在今年的广东省高质量发展大会上，中国科学院院士颜宁曾提到。

2022年11月，深圳医学科学院（简称“深圳医科院”，英文简称“SMART”）开始筹建，颜宁担任创始院长。

半年时间里，深圳医科院就从毛坯房建现代化的实验室。据负责人介绍，颜宁在实验室的建设过程中提出了许多功能性的要求，如能躺能睡，有独立的讨论空间，采光条件好，能随时写写画画等。同时，实验室还考虑到引入的科学家们的习惯和需求，预留了个性化的空间，以便他们自主设计和装修，筑巢引凤和引凤筑巢同步进行。

可以预见，随着科技创新环境的不断优化和科研资源的集中投入，重大科技基础设施集群正加速成型。这将为广东及粤港澳大湾区的高质量发展提供源源不断的动力，推动新质生产力更好地实现。■

# 瞄准工业4万亿元 佛山背后的支撑力是什么？

时代周报记者 阿力米热 发自佛山

佛山在你脑海里会幻化成一幅什么样的画面？

是黄飞鸿的无影脚、舞狮、龙舟、石湾制陶还是美食？不可否认，这些韵味十足的人文特色及美食，都是佛山独特的名片。然而，佛山远远不止这些，它还有着举世闻名的制造业。

从空调、冰箱到各种小家电；从瓷砖、照明到酱油，在日常所需的家居用品中，都有着佛山制造的影子。全国家电出口产值的20%都来自佛山。

久而久之，“有家就有佛山造”成为了佛山的城市名片，而随着这些产业集群成链，佛山也成为了全国知名的工业大市。

统计数据显示，2023年，佛山规模以上工业实现增加值6301.41亿元。与此同时，规模以上工业总产值突破3万亿元，正式晋级中国工业第四城，比肩深圳、苏州及上海。

若将时间线拉长，可以发现，每隔7~8年佛山规上工业总产值就会实现一个万亿元的突破：2008年，突

破万亿元大关；2016年、2023年分别突破2万亿元、3万亿元。

而下一个7年，2030年，佛山定下了规上工业总产值突破4万亿元的目标。然而，佛山的工业晋级之路，似乎还面临着不少压力。

2024年的佛山政府工作报告中也明确提到，佛山存在“科技创新能力滞后于产业发展，新兴产业尚未成长为支柱力量，产业形态亟待优化”等问题。不过，这些压力也给佛山带来了新的机遇。

近年来，佛山的传统产业开始对接信息化技术、智能制造，一些大企业开始出现数字化、智能化系统，逐步实现产业链的转型升级。

在众多转型升级的案例中，从佛山顺德土生土长孵化出来的美的集团，便是其中之一。

走进美的厨热洗碗机工厂，可以看到，在面积达2.4万平方米的总装车间内，自动化设备的数量要远超工人数量。

总装车间内，自动导引运输车装载物料来回穿梭，甚至头顶也建有空中轨道物流系统，将零部件物料依次

投喂到产线上。生产线上，机械手臂一夹一起一落有序忙碌，还有视觉自动识别摄像头时刻记录着100余道工序步骤……

据了解，作为亚洲最大的洗碗机生产基地，美的厨热洗碗机工厂的数字化改造始于7年前。

美的通过建立起一套数字孪生系统，接入所有生产数据，将工厂生产的每个环节和指标都转化为了具体的数据，实现对生产流程的全程掌控，例如将原料供应、产品出厂发运等需要运输车辆的环节精确到了分钟。

工厂数字化负责人熊涛在接受时代周报记者采访时说，工厂从研发端到生产端应用了人工智能、数字孪生和其他第四次工业革命技术。“我们工厂的平均节拍是每26秒下线一台洗碗机，生产线最快18秒就能下线一台洗碗机，从上线到下线生产一台洗碗机最快只需要890秒作业的时间。”

不仅如此，据熊涛介绍，工厂还依靠AI动作识别技术，实现了对工人操作流程的自动实时监测。

具体来看，在零配件的质检环节，

通过装配具备AI识别功能的摄像头，能够有效识别工人是否合规完成了操作。如果其中某项操作遗漏或者不规范，流水线将暂停并报警，提醒工人及时纠正，从而降低不良品质产品的流出风险。

在实施数字化智能化改造之后，2021—2023年，美的厨热洗碗机工厂单位生产成本下降14%、外销交付时间缩短58%、一次装机缺陷不良率降低59%。

实际上，在佛山传统产业智能化升级中，美的厨热洗碗机顺德工厂只是一个缩影。

当前，佛山正加快建设十大创新引领型特色制造业园区、十大现代服务业产业集聚区，重点培育发展机器人、新能源汽车等战略性新兴产业，推进家电、铝型材等优势传统产业链向价值链高端跃升。

佛山市发改局党组成员、副局长李斌在接受时代周报记者采访时表示：“实施数字化智能化改造以来，佛山大量的传统制造企业走上了数字化道路，生产效率实现大幅提升，生产成本明显下降。”■

# 伊朗总统莱希：强硬派的核心

时代周报记者 刘沐轩

经历了一夜的搜救，当地时间5月20日早，伊朗国家通讯社IRNA宣布，发生在伊朗东阿塞拜疆省的直升机事故，没有人员生还的迹象。

消息得到确认后，伊朗政府内阁召开了一次紧急会议，会议上总统莱希平时坐的椅子是空着的，上面挂着一条黑色布带，以纪念总统遇难。

和伊朗最高领袖哈梅内伊一样，莱希平时也戴着黑色头巾，这表明他是“赛义德”——先知穆罕默德的后裔，这一地位在什叶派穆斯林中具有特殊意义。

伊朗内阁在一份声明中评价莱希，称“这位不知疲倦、勤奋工作的总统在为国家服务的道路上，做出了最终的牺牲”。

根据伊朗宪法规定，现任伊朗副总统穆罕默德·莫赫巴尔将担任临时总统，并在50天内举行新的总统选举。

63岁的莱希是伊朗国内强硬派的代表，也是仅次于哈梅内伊的“二号人物”。

与伊朗前任总统、温和派的鲁哈尼不同的是，莱希与哈梅内伊有着不同寻常的师徒关系。许多伊朗人相信，莱希正在被培养为哈梅内伊的接班人。

正值以色列持续进攻加沙、以伊冲突险些突破“影子战争”模式之际，莱希的罹难，对伊朗来说影响不小。

## 哈梅内伊的“爱徒”

莱希所担任的伊朗总统，执掌的是国家的行政权力，在他之上，伊朗最高领袖哈梅内伊才是该国内政外交的最终仲裁者。



但如今，哈梅内伊已经85岁，虽然他曾在10年前成功接受过前列腺癌手术，但外界普遍担忧他的健康状况欠佳，急需寻找接班人。

根据伊朗宪法，伊朗的最高领袖需要从“专家会议”的选举中诞生。但在此之前，必须要经过宪法监护委员会对候选人进行资格审查，而现任的最高领袖能够任命“宪法监护委员会”的成员。

因此，哈梅内伊对下一任伊朗最高领袖的人选，是有极大话语权的。

而莱希堪称哈梅内伊的爱徒，后者曾任命莱希担任伊朗的司法部长、首席大法官、什叶派宗教慈善基金的管理者。

无论从宗教背景还是政治履历上，莱希都是哈梅内伊的有力继任者。

莱希于1960年出生于伊朗东北部的马什哈德，那里是什叶派穆斯林的宗教中心。他在15岁时就在伊朗最

大神学院、什叶派最重要的神学中心——库姆宗教神学院学习。他师从当时的几位地位甚高的宗教学者，在那时，哈梅内伊就是莱希的老师。

23岁那年，莱希迎娶了什叶派宗教望族的千金贾米勒·阿拉莫霍达。紧接着，莱希开始在伊朗司法界崭露头角，他连续担任市检察官，负责监督一系列政治犯的审判。这段经历，让莱希首次面临美国的制裁，也使他在伊朗温和派中遭受争议。

56岁时，在哈梅内伊的任命下，莱希于2016年成为具有政治和经济重要性的阿斯坦圣城拉扎维基金会主席，这巩固了他在伊朗保守派中的地位。

但这仍不足以让身为强硬保守派的莱希胜过领衔改革派的鲁哈尼，他还是在2017年大选中落败，随后被哈梅内伊任命为伊朗首席大法官。

转机发生在2020年左右。

美国总统特朗普在2018年上任后，撕毁了此前的伊核协议，重新对伊朗实施制裁，叠加新冠疫情的影响，使得时任总统鲁哈尼的声望下滑，最终导致改革派在2020年议会选举中失利，并让莱希在2021年的大选中以62%的选票赢下了大选。

## 坚持强硬派路线

莱希坚持的强硬派路线，与伊朗前总统鲁哈尼不同。

鲁哈尼曾在2015年向美欧等西方国家妥协，限制伊朗核计划以换取解除制裁，但莱希坚决不向美国妥协。

莱希上任后，经常宣称伊朗正在推进核计划，并长期支持伊朗伊斯兰革命卫队及其支持的武装组织在叙利亚、黎巴嫩、巴勒斯坦和也门等国骚扰和对抗美军。

近期，在以色列袭击伊朗驻大马士革领事馆后，莱希也二话不说对以色列进行了报复。

虽然伊朗发射的导弹和无人机基本被拦截在以色列国土外，但此次直接回击也一度令国际社会担忧，伊以冲突是否会走出“影子战争”，升级为两国的全面冲突。

莱希的对外强硬，虽然博取了不少伊朗强硬派的好感，但也将伊朗经济再次推入西方制裁下的泥潭。

对此，德黑兰经济学家莫尔特扎·阿富汗警告称，伊朗经济困境的根源，在于当前伊朗政权将意识形态和政治议程置于经济进步之上。

伊朗中央银行(CBI)今年4月的报告称，2023年伊朗通胀率为52.3%。在普遍的经济制裁下，产油大国伊朗甚至面临汽油短缺。哈梅内伊的幕僚长戈帕耶加尼也罕见地承认，“我们的经济因制裁而面临困难，不过政府会找到办法的。”

50  
天



52.3

%



全民·爱·阅读

阅读收获正能量  
激发活力新思维



中宣部宣教局 中国文明网

# 波音再陷安全危机 对手空客拿下沙特百亿订单

时代周报记者 刘沐轩

原定从英国伦敦飞往新加坡的新加坡航空SQ321班机，在北京时间下午4时左右遭遇剧烈的湍流，导致飞机严重颠簸，紧急降落在曼谷素万那普国际机场。经新航确认，这次执飞的机型为波音777-300ER。

另据新华社报道，这起事故导致一名73岁的英国籍男性乘客死亡，死因疑为心脏病发作。参与伤员救治的一家泰国医院说，伤者共有104人，截至5月26日仍有41人在医院接受治疗，其中5人在重症监护室。这5人分别来自澳大利亚、英国和新西兰。

北京时间5月21日晚9时45分，时代周报记者致电新航工作人员证实，涉事航班于北京时间下午4时35分请求迫降在曼谷素万那普机场，机上有211名乘客，18名机组人员。

据央视新闻，当地时间5月21日晚，新加坡航空公司发布了搭乘该公司SQ321航班乘客的国籍情况，其中包括澳大利亚、加拿大、马来西亚、新西兰、新加坡、韩国、英国、美国等国乘客，没有中国乘客搭乘该航班。

## 疑遭剧烈湍流？

根据航班数据追踪网站RadarBoxCom信息，飞机在起飞约11小时后，在短短三分钟内，飞机高度下降了5650英尺（约合1722.12米）。

北京时间下午4时07分20秒，飞机的高度还在36625英尺（约合11163.3米），到下午4时10分21秒，飞机高度下降到30975英尺（约合9441.1米）。这段时间被普遍认为是飞机遭遇剧烈湍流的时刻。

但另一家航班数据追踪网站FlightRadar 24的发言人表示，他们认为飞机遭遇湍流的时间段是在北京时间下午3时49分左右，当时数据显示飞机向上爬升并在一分钟内返回了巡航高度。

流传在社交媒体的视频和照片显示，飞机舱内的餐食散落一地，座椅上方的氧气面罩已经脱落，行李架上有凹痕。

据路透社报道，涉事航班上的28岁学生乘客Dzafran Azmir表示，“飞机开始倾斜、摇晃，我开始准备的时



候，飞机突然急剧下降，所有坐着且没有系安全带的人都立即被抛向天花板。有些人把头撞到了头顶的行李舱，把它撞凹了，他们撞到了灯和面罩所在的地方”。

事发紧急，据泰国媒体“第一频道”报道，飞机遭遇湍流后，机长向曼谷素万那普机场地面控制人员发出了紧急代码7700。这是航空业内代表飞机遭遇紧急情况信号，仅在机械故障、机上人员突发疾病、遭遇湍流等状况时发送。

咨询公司航空倡导部主任安德鲁查尔顿在接受半岛电视台采访时表示，湍流造成的死亡“极其罕见”，但这架飞机穿越的热带地区，的确经常出现湍流。

美国国家运输安全委员会的数据显示，2009—2018年，湍流占已报道航空事故的三分之一以上，大多数事故造成一人或多人严重受伤，但没有记录表示会造成飞机损坏。

此外，新加坡航空长期有着较为优秀的安全记录，其最近一次造成人员伤亡的事故发生在2000年10月31日从新加坡经中国台北飞往美国洛杉矶的航班。该航班从错误的跑道起飞后，撞上了台湾桃园国际机场的建筑设备，造成机上179人中的83人死亡。

## 又是波音？

今年内的航空安全事件，似乎格外频繁，而且涉事机型又大多都是波音飞机。根据飞常准查询，5月21日紧急降落的新航客机为一架波音777-300ER型客机，机龄16.3年，于2008年2月交付给新加坡航空。

波音公司5月21日在社交媒体就“新航迫降”一事发布声明称，正就此事与新加坡航空进行联系，并随时准备提供支持。波音向失去亲人的家属致以最深切的哀悼，波音与乘客和机组人员同在。

从今年1月的飞机舱门掉落事件后，波音就深陷安全管理泥潭。

美国国家运输安全委员会的初步调查发现，1月份的事故原因是用于将面板固定到机身的四个螺栓全部缺失。

而自1月份以来，波音公司在美国、英国和澳大利亚的20多个工厂进行了停工，以提高安全生产质量，其中还包括位于华盛顿的737 Max工厂。

美国联邦航空管理局（FAA）的调查也显示，波音“存在多起案例未能满足制造质量要求”，但尚未对多名波音“吹哨人”的更多指控作出判断。

值得一提的是，今年以来，已经有两名举报波音安全质量问题的“吹哨人”死亡。

5月2日，45岁的波音供应商Spirit AeroSystems前质量审核员约书亚·迪恩去世。据《西雅图时报》报道，迪恩因呼吸困难入院治疗，在接受了插管并出现肺炎感染的两周后死亡。

生前，迪恩曾向FAA提出投诉，指控Spirit的737生产线存在严重的不当行为。

此前，更早举报波音的“吹哨人”约翰·巴尼特在3月9日被发现在南卡罗来纳州查尔斯顿的一辆汽车中死亡。在5月17日发布的一份警方报告中显示，生前曾质疑波音安全和生产标准的巴尼特，被判定为自杀身亡。

但巴尼特的律师在他去世后的的一份声明中表示，“我们没有看到任何迹象表明他会自杀，查尔斯顿警方需要对此进行全面、准确的调查”。

自2019年波音主力机型737 Max 8停飞以来，波音的亏损总额已超过310亿美元。自今年年初以来，波音的股价也已经下跌了近28%。

这也给波音最主要的竞争对手空客，让出了不少市场份额。

当地时间5月20日，沙特航空集团向空客订购了105架飞机，订单总额为190亿美元，成为沙特有史以来最大的一笔民航飞机订单。空客在2024年一季度财报中透露，计划在今年交付800架商用飞机，比2023年多出67架。■

104

人



16.3

年



记录时代 创造价值



BANK&INSURANCE  
银保INTERNET FINANCE  
新金融FINANCIAL INSTITUTION  
机构HEALTH  
大健康LISTED COMPANY  
上市公司THE TIME WEEKLY  
时代周报TIME FORTUNE  
财经  
微观视角 解读资本趋势

14 | 静丙缺货涨价背后



# 精功系败落 原绍兴首富出清金融资产

时代周报记者 张昕迎 发自广州

昔日“绍兴首富”败落，绍兴银行再获当地国资加码。

近日，国家金融监管总局浙江监管局发布批复称，同意浙江柯桥转型升级产业基金有限公司（简称“柯桥转型基金”）受让精功集团有限公司（简称“精功集团”）持有的2.88亿股、绍兴众富控股有限公司（简称“绍兴众富”）持有的3463.2万股绍兴银行股份。

本次股权转让后，柯桥转型基金共持有4.58亿股绍兴银行股份，对其持股比例升至12.94%，位列该行第二大股东。

作为曾经的“民营企业500强”之一，精功集团曾在金良顺的带领下叱咤资本市场。

2019年，“精功系”爆发债务危机，同年9月向法院申请破产重整。

2022年年底，重整计划落地，重整核心资产包括会稽山（601579.SH）、精工科技（002006.SZ，原精工科技）、轻纺城（600790.SH）、浙商银行（601916.SH）、绍兴银行等股权。

根据绍兴银行2023年年报，精功集团、绍兴众富分别位列公司第二、四大股东，所持股份与本次转让数目一致，而柯桥转型基金持股比例为3.82%，为第八大股东。

此次绍兴银行股权转让，可以视作曾经的“绍兴首富”对其金融资产的最后出清，也是柯桥转型基金收购瑞丰银行（601528.SH）股权后的再布局。

关于地方国资在整合地方中小银行股权方面的考量，5月20日，万联证券投资顾问屈放向时代周报记者表示：“地方国资收购中小银行，将有利于区域内实体经济与金融资本更加高效地结合，包括投资联动、资产证券化等，使本地实体经济更加具备活力。”

同日，时代周报记者针对公司业绩及经营情况等致电绍兴银行，截至发稿尚未获得回复。

## 昔日“绍兴首富”出清银行股

绍兴银行的股权结构中，国有控股股份占比较高。

年报数据显示，截至2023年年

末，绍兴银行国有及国有控股股份占比57.47%。

其中绍兴市金融控股有限公司为第一大股东，持股比例为19.94%。前十大股东中还包括绍兴交投、绍兴文旅集团、绍兴城建投资、绍兴产业集团等。

精功集团退出之前，柯桥转型基金对绍兴银行的持股比例为3.82%，位列第八大股东。

本次受让后，其持股比例升至12.94%，位列该行第二大股东。

此次转让前，根据绍兴银行2023年年报，精功集团为其第二大股东，持有股份数2.88亿股，持股比例8.14%，悉数处于质押；绍兴众富持有3463.2万股，持股比例0.98%，质押率99.99%。

关于此次绍兴银行股权转让的价格，目前暂未有相关公告透露。

值得注意的是，精功集团2022年10月的《重整计划书》显示，其采取“核心资产整体重整、非核心资产单独处置”的重整模式。

包括会稽山、精工科技、轻纺城、浙商银行、绍兴银行等核心资产包在内，本次重整资金对价为45.62亿元，而精功集团及其关联方代持的共3.33亿股绍兴银行股份重整对价为5.86亿元。

若以《重整计划书》披露的时间算起，绍兴银行迎来柯桥转型基金接盘，此间历时一年半有余。

公开资料显示，精功集团成立于1968年，总部位于浙江绍兴，业务涉及钢结构建筑、装备制造、绍兴黄酒、金融等诸多产业，曾拥有精工钢构、精工科技、会稽山三家上市公司，还曾参股浙商银行、绍兴银行、恒丰银行等金融机构，创始人金良顺也是富豪榜上常客，曾经连续多年登上胡润百富榜。

2019年，这家昔日民企巨头发生债务违约、陷入流动性危机。

当年9月，精功系九家公司向法院提出重整申请，其旗下金融资产也在持续出清。

据时代周报记者不完全统计，自2022年年底以来，精功集团至少处置了四家参股金融机构股权，处置金额超10亿元。

2023年10月，二度摆上拍卖台后，精功集团持有的332.09万股浙江绍

兴恒信农村商业银行以547.95万元价格成交；2023年2月，精功集团持有的2.8571%浙江产权交易所有限公司产权由浙江省国有资本运营有限公司以1018.92万元的价格竞得。

2022年11月，精功集团持有的4.54亿股浙商银行股票处置完毕，其中通过二级市场减持7.79亿元，通过股权拍卖成交5.11亿元。

值得一提的是，绍兴银行在今年4月还给予精工控股集团及其关联企业5.43亿元的综合授信额度。

根据精功集团今年4月底披露称，目前公司尚处于重整计划执行过程中，企业经营停滞，公司2023年度报告预计无法正常披露。

作为一家地方城商行，绍兴银行规模较小。

**2023年，该行实现营业收入37.99亿元，同比下降3.48%；实现净利润15.61亿元，同比增长10.87%。**

收入端来看，绍兴银行利息收入、中收业务均出现一定程度的下降。财报数据显示，2023年，该行实现利息净收入30.44亿元，同比下降约7.18%；实现手续费及佣金净收入1.10亿元，同比下降约23.89%。

存贷规模方面，根据该行的一季度信息披露报告，截至2024年3月末，绍兴银行资产总额2582.33亿元，其中各项贷款1581亿元；负债总额2419万元，其中各项存款1813亿元。

资产质量方面，截至2024年3月末，绍兴银行不良贷款率为0.84%，拨备覆盖率316.81%，资本充足率12.98%，保持良好水平。

## 地方国资频频增持中小银行

作为此次股权转让的接盘方，柯桥转型基金成立于2015年，注册资本为40亿元，由绍兴市柯桥区金融控股有限公司100%控股，实际控制人为绍兴市柯桥区财政局。

今年2月，柯桥转型基金刚刚晋升为瑞丰银行的第一大股东。

据瑞丰银行2月公告，柯桥转型基金分别受让绍兴市柯桥区天圣投资管理有限公司、绍兴市柯桥区交通投资建设集团有限公司持有的1.32亿股、2707.78万股该行股份，上述股份已完成过户登记。

据柯桥金融官方微信公众号披露，收购上述两家公司所持的瑞丰银

行近1.6亿股股份，转让价款总额约9亿元。

关于地方国资在整合地方中小银行股权方面的规划，5月20日，万联证券投资顾问屈放向时代周报记者表示：“近几年来，伴随着土地财政的逐渐退出，部分地区开始尝试股权财政，收购一些优质的资产项目，来补充土地财政退出的空缺。”

其同时认为，地方国资收购中小银行，也将有利于区域内实体经济与金融资本更加高效地结合，包括投资联动、资产证券化等，使本地实体经济更加具备活力。

“另一方面，地方中小银行之前由于受到地域政策限制，发展空间有限，被国资收购后，可以依托国资背景和资源更好地补充资本和拓展当地业务，双方的合作属于双赢。”屈放表示。

地方国资企业频频增持中小农商银行股权，一定程度上或出于加强地方金融体系风险防范能力的考量，以达到地方金融体系和当地经济提质增效的目的。

据时代周报记者不完全统计，今年已有多家地方国资出手增持中小农商行。

今年3月份，国家金融监督管理总局蚌埠监管分局发布批复称，同意怀远县新型城镇化建设有限公司受让安徽怀远农村商业银行9638.55万股股份。

受让完成后，怀远县新型城镇化建设有限公司持有该行1.41亿股股份，占其总股本的9.66%。

此前1月，国家金融监督管理总局辽宁监管局批复称，同意辽宁金融控股集团有限公司认购本溪银行10亿股股份。

认购完成后，辽宁金控合计持有该行10亿股股份，占该行增发后总股本比例的48.03%。

今年年初，国家金融监督管理总局雅安监管分局批复称，同意雅安发展投资有限责任公司受让四川蜀通运业有限责任公司、雅安市青衣江粮油储备有限责任公司所持的雅安农村商业银行8558.49万股股份，并增持该行5000万股股份。

股权变更后，雅安发展投资有限责任公司对雅安农村商业银行持股比例升至5.53%。■

15.61

亿元



# 工行老将王都富接棒 工银安盛新董事长落定

时代周报记者 何秀兰 发自广州

“宇宙行”工商银行保险子公司董事长悬空近一年半后，王都富于近日出任工银安盛人寿董事长一职。

5月17日，时代周报记者从业内获悉，王都富已获批出任工银安盛人寿董事长。据工银安盛人寿官方微信公号消息，5月17日，公司组织开展中层管理岗位公开招聘面试，党委书记、董事长王都富参与面试出题。

今年年初，王都富出任工银安盛人寿党委书记。如今，王都富以公司党委书记、董事长身份公开亮相，意味着人事任命已落地。截至发稿，工银安盛人寿官网里的公司治理概要暂未披露王都富个人简历。

王都富是一名70后金融老将，拥有丰富的银行业从业经验，此前曾任工商银行北京市分行党委副书记、副行长、总行牡丹卡中心总裁等职务；如今跨界履新进入保险业，掌舵工银安盛人寿。

**据工银安盛人寿2024年第一季度偿付能力报告，公司实现保险业务收入超过196亿元，同比增长近两成，但净利润同比下滑超90%至0.28亿元。未来，如何带领工银安盛人寿加强行司合作，推动银保转型，提升盈利能力，实现高质量发展，这是新帅王都富将要面临的挑战。**

近日，时代周报记者联系工银安盛人寿，截至发稿暂未获得回应。一名熟悉工银安盛人寿的人士对时代周报记者称，王都富的跨界背景，有望为工银安盛人寿带来新的发展机遇。虽然他没有保险业的从业经验，但在银行业积累了丰富的管理经验和业务知识，这些经验和知识将为他在保险领域的工作提供有力支撑和借鉴。

## 70后王都富接棒董事长

履新工银安盛人寿党委书记数月后，王都富出任公司董事长的靴子落地。

与工银安盛人寿前两任董事长孙持平、马健一样，王都富同样来自工商银行。孙持平于2012年7月开始担任工银安盛人寿董事长，于2018年到龄退休；马健在2018年4月接棒，于2022年11月因工作变动卸任。此后，工银安盛人寿董事长职位一直空缺，直至如今迎来新的接任者。

王都富曾在工商银行任职多年，是一名复合型金融人才。他1971年出生，经济学博士，自1993年加入工商

银行，其职业生涯经历了丰富的跨部门和区域变化。

早期，王都富在工商银行浙江分行从事金融理论研究工作、担任行领导秘书，在总行办公室担任处长、办公室副主任。2011年7月起交流到江苏分行营业部任党委副书记、副总经理，曾任江苏分行党委委员、副行长兼营业部党委书记、总经理等职务。

2016年，王都富重回工商银行总行，先后获批出任工商银行牡丹卡中心执行副总裁、总裁。2021年9月，出任工商银行北京市分行副行长。如今，王都富已出任工银安盛人寿党委书记、董事长，实现了从银行到保险的跨界转型。

上述熟悉工银安盛人寿的人士告诉时代周报记者，王都富的跨界身份将有助于推动工银安盛人寿与银行业的深度融合，实现资源共享和优势互补，进一步提升公司综合竞争力。

工银安盛人寿管理层也陆续落定。日前，国家金融监督管理总局发布批复显示，已核准张涛工银安盛人寿董事、副总经理的任职资格。张涛此前在工商银行总行财会部任职。

自加入工银安盛人寿之后，王都富积极推动工银安盛人寿加快融入工银集团一体化生态体系。

王都富担任工银安盛人寿党委书记之后，便前往工银安盛人寿以及工商银行山东、河北、北京等多地分公司进行实地调研，全面了解多地分公司发展情况的同时，就加强行司合作、促进双方高质量发展座谈交流。

5月11日，王都富还拜访了工商银行个人金融业务部和养老金融部，与两部门负责人就加强行司联动、加快融入集团生态体系，以及养老金融行司协同等核心内容进行交流研讨。

## 今年一季度净利润下滑九成

新帅王都富掌舵工银安盛人寿，面临的挑战不小。

工银安盛人寿是一家中外合资银行系保险公司，由中国工商银行、法国安盛集团、中国五矿集团等实力雄厚的股东合资组建。其中，工商银行持有工银安盛人寿60%的股份。目前，工银安盛人寿注册资本125.05亿元。

近年来，工银安盛人寿凭借其股东资源禀赋优势，保费收入稳居银行系险企前列，不过在连续盈利多年之后，2022年亏损超7亿元。2023年，工银安盛人寿谋求业务模式的转型升级，追求规模和价值的平衡，导致其保险业务规模明显缩小。

数据显示，2023年工银安盛人

寿实现保险业务收入404.95亿元，同比减少17.56%。

联合资信评估的信用评级公告指出，2023年，工银安盛人寿加大传统寿险业务拓展力度的同时压降高资本消耗的趸缴产品规模，保险业务结构有所优化；全年公司实现原保险保费收入同比下降，主要系以趸缴为主的分红险保费收入下降所致。

盈利能力方面，2023年，得益于业务结构的优化及投资资产规模的增长，工银安盛人寿扭亏为盈，实现净利润4.45亿元。

2024年一季度，工银安盛人寿保险业务规模再次展现出强劲的增长势头。最新偿付能力报告显示，2024年一季度，工银安盛人寿实现保险业务收入196.22亿元，同比上升近20%；然而，净利润出现较大幅度下滑，仅为0.28亿元，同比减少近2.6亿元，同比下滑超九成。

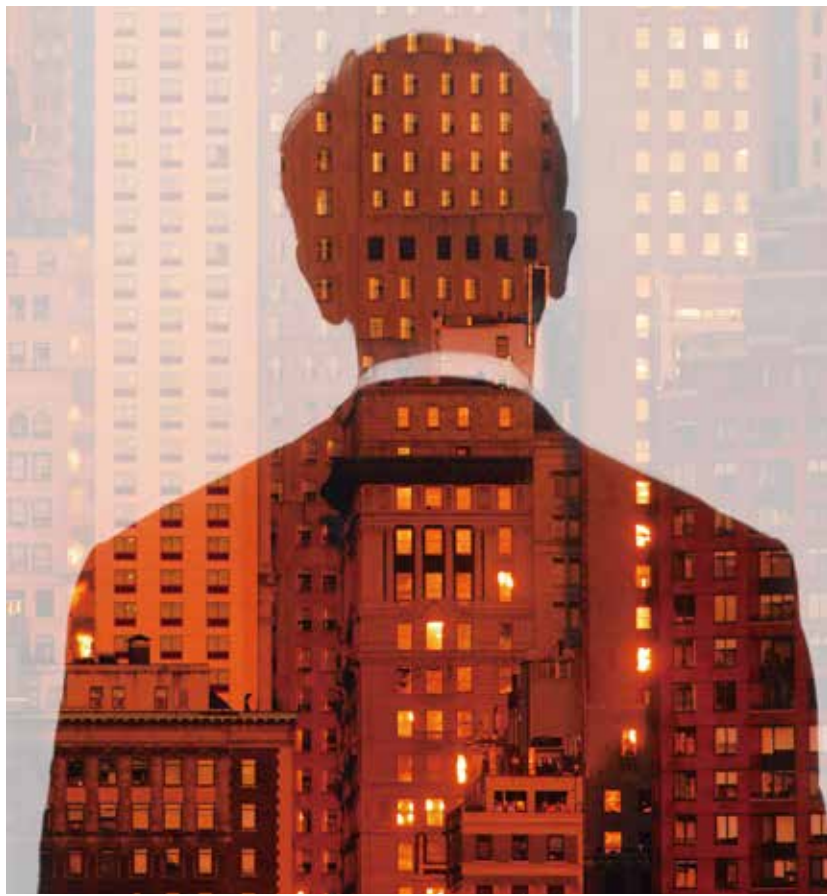
今年4月底，工银安盛人寿召开一季度经营分析会。会议指出，2024年第一季度，工银安盛人寿克服“报行合一”政策落地、资本市场剧烈波动等外部不利因素，取得了亮丽的成绩。一季度公司保费、期交保费同比分别增长20%和13%，新业务价值同比增长22%。

偿付能力充足率方面，2024年一季度末，工银安盛人寿核心偿付能力充足率和综合偿付能力充足率分别为145%和209%，环比均提升近13个百分点。提升的主要原因是实际资本环比增长，一方面，受即期利率下行、权益市场修复等因素影响，公司净资产提升；另一方面，公司持续推动价值转型，保单未来盈余增长。

工银安盛人寿新班子上任后，将会面临着复杂多变的市场环境和日益激烈的竞争态势。

近期，王都富接受媒体采访时表示，当前，寿险行业经营的内外环境发生了重大改变，机遇与挑战并存。在利率下行、市场波动大环境下，带来巨大的利差损风险；同时行业同质化竞争严重，费用管理粗放，造成费差损风险。监管部门先后出台了包括“报行合一”政策在内的一系列严监管政策，不仅引导行业降本增效，防范化解风险，还将重塑行业经营逻辑和发展路径。

作为一家银行系保险公司，面对复杂的外部环境，工银安盛人寿将充分协同好工银集团，通过实施集团融入工程与资负统筹工程，为行业银保的转型探索“工银安盛方案”。■



# 农行、交行迎新行长人选 四大国有行70后二把手一个月内落定

时代财经 黄宇昆

四大国有行新行长或行长人选均落定。继建设银行、工商银行后，又有两家国有大行迎来70后行长人选。

5月22日上午，农业银行公告，受中央组织部领导委托，中央组织部有关干部局负责同志出席中国农业银行干部会议，宣布中央决定：王志恒同志任中国农业银行党委副书记。

按照惯例，在履行完相关程序后，王志恒将出任农业银行行长。王志恒现年51岁，他也将成为国有大行中最年轻的一位行长。在此之前，王志恒为光大银行党委书记、执行董事、行长，同时担任中国光大集团股份公司党委委员、执行董事。

同日下午，交通银行也发布公告，张宝江任交通银行党委副书记。张宝江也是一名70后，此前为农业发展银行党委委员、副行长。至此，在一个月，农行、建行、工行、交行的新行长人选均已落定，且4位均为70后，国有

大行高管正加速年轻化。

5月22日晚，工商银行发布公告，当日该行董事会审议通过了《关于聘任刘珺先生为中国工商银行股份有限公司行长的议案》。根据有关规定，刘珺的行长任职自董事会审议通过后生效。

## 最年轻国有大行行长人选落定

王志恒是一名银行业经验丰富的老将，历任中国银行副行长、光大银行行长。

履历显示，王志恒出生于1973年6月，现年51岁，1999年获南开大学金融学硕士学位，曾长期任职于中国银行，历任中国银行总行人力资源部主管，人力资源部副总经理，广东省分行副行长，青海省分行行长，总行人力资源部总经理，北京市分行行长等职，2021年8月起升任中行副行长。

2022年11月，时任光大银行行长付万军调任农行党委副书记后，王志恒空降至光大集团，担任光大集团党委委员、光大银行党委副书记。2023

年3月起，王志恒正式担任光大银行行长、执行董事，至今已有一年多。

值得一提的是，自2023年12月起，王志恒还同时兼任光大银行党委书记。而此前，该行长期采用书记、董事长“一肩挑”的模式。

作为一名银行业的资深老将，业内对王志恒的评价为“年轻有为、低调务实”。在近期举办的光大银行业绩会上，王志恒强调，银行高质量发展要保持规模速度的合理增长，坚决摒弃规模冲动。

“银行要发展、要成长，一定的规模是必要的，但要保持一个合理的速度，特别是要做能力所能支撑和承受的事情。在新的一轮发展中，光大银行坚持合理的规模、速度，可承受、能力可及的规模速度。”王志恒称。

## 四家国有大行二把手落定

5月22日，王志恒履新农行的同一天下午，交通银行宣布，张宝江出任该行党委副书记。

公开信息显示，张宝江此前长期

就职于农业发展银行，曾任农业发展银行安徽省分行行长。2022年7月，张宝江升任农业发展银行党委委员、副行长，其任职资格于2022年9月获监管核准。

张宝江在普惠金融、乡村振兴等领域见解颇深。他曾公开表示，中国是一个农业大国，中国的现代化、中国的共同富裕离不开农业农村。促进共同富裕，最艰巨最繁重的任务仍然在农村。作为服务乡村振兴的银行，农发行将进一步强化履职担当，主动作为。

“2023年以来，农发行持续引导资源要素回流‘三农’，着力提升金融服务可获得性，助力农业增效、农村增美、农民增收，促进全体人民共同富裕。同时，不断强化ESG理念与发展战略、业务经营深度融合，推动乡村振兴、绿色金融、普惠金融等方面取得积极成效。”张宝江称。

随着农业银行、交通银行新行长人选落定，六家国有大行的行长均已

4月30日，建设银行、工商银行召开会议，宣布了相关党委副书记的人选，其中，刘珺任中国工商银行党委副书记，张毅任中国建设银行党委副书记。此前，刘珺担任交通银行行长，张毅担任中国银行副行长。

截至5月22日，刘珺、张毅已分别获聘为工商银行、建设银行行长，待张宝江、王志恒的相关任命落定后，六家国有大行的行长均将补齐。

从年龄来看，除中国银行行长刘金、邮储银行行长刘建军为“65后”外，即将走马上任的四名大行行长均为“70后”。

当前，国有大行也正在主动放缓规模增速，力求资产质量保持稳定，在“量、价、险”之间寻求新的平衡点。

今年4月，张金良在履新建设银行董事长不久后也公开表示，金融是一场马拉松，要有能力经得起长周期的考验，就必须准确把握我国新发展阶段的历史方位，深化对金融工作本质规律的认识，摒弃“以规模和速度论英雄”的传统思维。■

# 高管频变 东莞证券9年IPO冲击路又添变数

时代周报记者 吕泽强 发自广州

总裁离任不到两周时间，东莞证券再遇高管人事变动。

5月20日，东莞证券发布高级管理人员变更公告，新任罗贻芬为公司财务总监、董事会秘书，新任张亦超为总裁助理；而合规总监、首席法务官郭小筠，以及此前代为履行财务总监、董秘职责的副总裁邵泽民均因工作调整，于5月18日离任，并均转任东莞证券高级顾问。

此前5月8日，东莞证券公告称，总裁潘海标因工作调动离任，由董事长陈照星代为履行总裁职务。

从2015年6月首次递交首发上市申请材料并获受理开始算起，东莞证券IPO的冲击路走了近9年时间。深交所官网显示，因财务资料过期，需补充提交新的资料，东莞证券在深交所主板上市审核状态于今年3月31日变更为“中止”。

关于东莞证券IPO进展和人事变动对IPO的影响，5月22日，东莞证券新任董秘罗贻芬回应时代周报记者称：“深交所那边有相关的规则指引，东莞证券IPO的保荐机构也是专业的，他们会按照专业的逻辑跟交易所做好沟通安排。”

## 高管频变

据东莞证券公告与中证协信息，罗贻芬出生于1978年6月，籍贯湖北公安，研究生学历，硕士学位。

其有较为丰富的审计和投行背景，最初进入证券市场便是在东莞证券任职，2006年离职，2007年加入中投证券（现中金财富），2009年又回到东莞证券。在东莞证券期间，罗贻芬历任受托资管部员工，内审合规部副总经理，稽核审计部副总经理（主持工作），场外市场业务部（原资本市场创新业务部）总经理，投资银行部副总经理兼投行业务九部总经理。

与罗贻芬同时履新的总裁助理张亦超，硕士研究生学历，曾任上海联合资信评估有限公司员工、上海新世纪资信评估投资服务有限公司评级分析师、兴业证券固定收益事业部副总经理、东莞证券债务融资总部总经理；现任东莞证券总裁助理兼债务融资总部总经理。

离任的副总裁邵泽民，具有监管和投行背景，不过其于1964年8月出生，现年已满60周岁。邵泽民曾任职于内蒙古工商行政管理学校、内蒙古经济体制改革委员会、内蒙古证券监督管理委员会；历任国信证券投资银行



总部总经理助理、副总经理、总经理，总裁助理。

同时离任的合规总监，兼首席法务官郭小筠，出生于1969年6月，曾任职于沈阳市第二十一中学，东北微电子研究所，深圳法制报社总编室，深圳市鹏基集团有限公司，深圳市鹏润实业有限公司，健康元药业集团股份有限公司，东莞勤上光电股份有限公司；2014年加入东莞证券，历任总裁助理，合规与风险管理部总经理，合规法务部总经理，首席风控官，首席法务官，法律事务部负责人、总经理，东证宏德董事长；现任中国证券业协会自律处分与内审委员会委员，东莞市金融消费者权益保护协会监事长。

邵泽民与郭小筠均转任为东莞证券高级顾问。

此番高管人事调整，距离东莞证券原总裁离任不到两周时间。5月8日，东莞证券公告称，潘海标因工作调动离任东莞证券总裁职务，由董事长陈照星在董事会聘任新的总裁前代为

履行总裁职务。

## IPO又添变数

东莞证券今年进入了“多事之秋”。除了5月以来的高管变阵，还有此前2月前财务总监、董秘离任，3月底东莞证券IPO中止审核。

2月20日，东莞证券原副总裁、财务总监、董事会秘书李志方离任，由邵泽民代为履行财务总监和董事会秘书职务，公司信息披露事务负责人相应由李志方变更为邵泽民。

3月31日，深交所官网显示，东莞证券主板首发上市申请，因财务资料过期，需补充提交新的资料，审核状态变更为“中止”。

东莞证券的IPO之路波折不断。从首次递交首发上市申请材料并获受理开始算起，至今已近9年时间。

**2015年6月，东莞证券首次递交招股书并获受理；2016年12月完成反馈意见的回复，并于2017年1月披露招股书预披露更新。2017年5月，**

**因大股东锦龙股份（000712.SZ）原董事长杨志茂涉单位行贿案，东莞证券IPO中止审核。2021年2月，证监会恢复了东莞证券的IPO审核。2022年2月，东莞证券首发过会，但始终未拿到上市批文。**

全面实行股票发行注册制启动后，深交所于2023年3月2日受理了东莞证券的IPO申请，当年9月27日，东莞证券更新了最新一版招股书。今年3月31日中止审核后，至今尚未见东莞证券的动作。

招股书财务信息过时效而中止审核是否与当时李志方的离任有关？

罗贻芬回应称，深交所那边有相关的规则指引，东莞证券IPO的保荐机构也是专业的，他们会按照专业的逻辑跟交易所做好沟通安排。

罗贻芬对时代周报记者表示，IPO的具体进展情况有待在公司层面进行沟通，人事变动对IPO若有什么影响，保荐机构将会与东莞证券充分沟通。■

## IPO 审核



# 并购整合进行时 原国联集团总裁助理任民生证券副总裁、董秘

时代周报记者 吕泽强 发自广州

国联证券和民生证券的整合正在路上。

继国联集团总裁顾伟出任民生证券董事长不到三个月时间，民生证券再添一员国联集团出身的大将。

5月21日上午，民生证券发布了总裁及信息披露事务负责人发生变动的公告。其中，民生证券代行总裁职务的熊雷鸣“转正”，正式担任总裁一职；苏鹏不再担任民生证券董秘，继续担任公司执行委员会委员、副总裁；新聘原国联集团总裁助理杨海为民生证券副总裁、董秘。

## 代行总裁“转正”

据民生证券公告及中证协信息，熊雷鸣毕业于中南财经政法大学，硕士研究生学历，高级会计师；2019年1月入职民生证券，历任民生证券副总

裁、代行总裁、代行执行委员会主席、财务总监、首席风险官等职；现任民生证券总裁、公司执行委员会委员，以及民生期货董事、民生证券投资有限公司董事、民生股权投资基金管理有限公司董事。

民生证券财报显示，2019—2023年期间，熊雷鸣一直负责民生证券的财务工作，2022年6月开始代行总裁之职。

加入民生证券前，熊雷鸣在湖北药检专科学校当过教师；2004—2019年在长江证券工作了长达15年时间，历任财务总部总经理、总裁特别助理、财务总监。从其在长江证券的经历可以看出，财务工作一直是熊雷鸣的老本行。

另一名职位有所变动的是人力老将苏鹏，其履历与熊雷鸣有一定重合，两人同样毕业于中南财经政法大学，也同在长江证券工作过。

据民生证券公告及中证协信息，

苏鹏在长江证券历任人力资源部助理总经理、南昌营业部总经理；2016年从长江证券跳槽至天风证券，任人力资源部总经理；2017年11月加入民生证券，历任民生证券人力资源部总经理、董秘等，现任民生证券执行委员会委员、副总裁。

## 国联背景投行老将担任董秘

自去年12月15日，证监会核准国联证券的控股股东无锡市国联发展（集团）有限公司（简称“国联集团”）成为民生证券的主要股东以来，国联证券与民生证券的整合便驶上了“高速道”。

今年3月6日，民生证券召开股东大会和董事会，国联集团总裁顾伟获任民生证券董事长；5月14日，国联证券正式公告，拟发行股份收购民生证券全部股权。

此番民生证券的人事调整，新上任的副总裁、董秘杨海，也是从国联

集团而来。

据公开资料，杨海毕业于南京大学，硕士研究生学历。加入民生证券前，其历任国联集团总裁助理、国联通宝资本投资有限责任公司（国联证券全资子公司）总经理等。

再往前追溯，杨海投行业务经验颇丰，此前历任中信证券投资银行业务执行总经理、中信证券国际有限公司投资银行业务董事总经理、中信里昂证券直接投资业务董事总经理。

这样一个投行老将，在这样一个关键时刻担任民生证券副总裁、董秘，将对“国联+民生”并购案有很大助益。

目前，已有多家公司披露将出售民生证券股权予国联证券。如鲁信创投（600783.SH）、北京利尔（002392.SZ）、索菲亚（002572.SZ）、时代出版（600551.SH）和大众交通（600611.SH）等公司，国联证券并购民生证券的工作正在进行。■

# 金银狂飙 中国白银集团暴涨超50%

时代财经 金子莘

5月以来，地产、养殖及黄金ETF喜提收益排头兵。

5月20日开盘后，黄金、白银、铜业等相关资产一同上涨，带动周期股，尤其是有色板块整体冲高。

其中，Wind贵金属指数上涨4.85%；多只个股涨停，龙头紫金矿业(601899.SH)、洛阳钼业(603993.SH)也双双上涨，紫金矿业盘中市值一度逼近5100亿元，股价再创历史新高，报收19.47元/股。

同日，现货黄金一度站上2440美元/盎司，续创历史新高；现货白银最高突破32美元/盎司关口，创近11年来新高；沪金主力合约收报578.84元/克，盘中最高涨至582.44元/克，继续向4月15日的589.62元/克的历史最高价发动冲击。

与此同时，养殖板块以养猪、养鸡为代表的相关个股表现强势。

此外，受上周末(5月17日)推出的地产政策刺激，地产板块也有多个股大幅上涨，但午盘后涨势有所回落，截至收盘板块整体收跌。

5月20日，某期货公司交易人士告诉时代财经，“各国央行大规模持续购入黄金是推动金价上涨的重要因素之一。”

据中国人民银行数据，截至2024年4月末央行黄金储备7280万盎司，相较于3月末增加了6万盎司。

这意味着，自2022年11月份以来，我国央行黄金储备已经连续18个月增加。

## 金银抢手，养殖回暖

黄金备受追捧，白银也成为“后起之秀”，且涨势逼人。

今年3月至今，伦敦现货白银价格累计涨幅已超过42%。

期货方面，5月20日，沪银合约全系涨停，主力合约上涨8%，再创历史新高。

A股的可有金属板块也同样红红火火。

截至5月20日收盘，Wind有色金属指数61只成分股中有54只股票飘红，涨幅超5%的个股有15只。

其中，北方铜业(000737.SZ)涨



停；白银有色(601212.SH)、兴业银锡(000426.SZ)涨超9%。千亿元市值以上的4只龙头股——紫金矿业、洛阳钼业、山东黄金(600547.SH)和中国铝业(601600.SH)，分别收涨3.67%、2.88%、4.92%、4.76%。

港股方面，截至5月20日收盘，中国白银集团(00815.HK)暴涨54.10%，报0.47港元/股；灵宝黄金(03330.HK)收涨13.41%，报3.72港元/股；中国黄金国际(02099.HK)收涨7.96%，报58.30港元/股。

今年以来，金、银价格波动加剧。上海黄金交易所于5月20日发布公告称，近期影响市场运行的不确定性因素较多，市场风险明显加剧，价格波动显著增大，请各会员单位提高风险防范意识，做细做好风险应急预案，提示投资者做好风险防范工作，合理控制仓位，理性投资。

除贵金属板块之外，养殖板块个股也呈现回暖趋势，5月20日盘面多只个股涨幅居前。

5月来，养殖板块已持续多日上

涨，其中，神农集团(605296.SH)5月以来11个交易日区间涨幅24.18%；龙头股温氏股份(300498.SZ)和牧原股份(002714.SZ)区间涨幅也均超10%，分别为14.39%、13.14%。

而回顾5月17日，受地产政策刺激，地产股纷纷放量大涨。截至5月17日收盘，万科A(000002.SH)放量涨停，收于9.00元/股；中概股也是“一呼百应”，房多多(DUO.O)当日上涨321.26%，报收1.68美元/股。

时代财经据Wind数据统计，5月以来，股票型ETF收益前十均为行业ETF，集中于地产、建材、养殖等几个行业。

其中，收益最高的是华宝中证800地产ETF，截至5月20日净值结算后，5月来已斩获17.86%的正收益。

收益前十的股票型ETF中，收益超10%的有9只，整体业绩差值不大。

## 还能涨多久？

对于猪周期的拐点何时到来，业内探讨已有时日；而对金银及地产板

块上涨的持续性，讨论也不少。

卓创资讯生猪分析师刘博洋曾向时代财经表示，“对于未来的猪价走势，我们认为19.0~19.8元/公斤的猪价可能在今年9月份出现。”

他解释道，根据各项数据信息预测，影响猪价的核心原因还是前期能繁母猪去化兑现出栏收缩以及二次育肥集中入场加重猪源紧张。

“成本线其实就是分水岭，猪企仔猪销售几乎在3月开始实现扭亏为盈，而1—2月，售价基本在成本线附近徘徊，甚至在成本线以下。”刘博洋表示。

与探究生猪价格何时反转不同，业内对黄金、白银等贵金属板块的关注则在“价格何时掉头向下”。

上述期货公司交易人士告诉时代财经，“5—6月欧美基本面和货币政策的观察期数据将对市场带来较大扰动，国际金价短期可能冲击前高，但上涨空间存在不确定性，重点关注美国通胀数据。策略方面，建议多头在2300美元附近逢低买入。”

其同时表示，“广发期货研究数据显示，2023年四季度，全球黄金需求量为1221.4吨，2023年为4899吨，创下历年新纪录，同比增长3.1%，首饰消费和央行购金需求增长为主要驱动。”

他认为，在全球央行走向宽松，信用货币超发趋势下，未来黄金投资需求有望不断上升。”

更加受到市场关注的，还有5月17日地产政策出台对地产板块的提振作用。

申万宏源研究表示，房地产刺激政策集中落地，短期地产销售可能有一定改善；但房地产政策效果持续是当前最难发酵的宏观预期。

市场对已兑现房地产政策的效果有怀疑，但对后续政策持续刺激仍有期待。

地产股的高弹性与低持仓直接相关，未来一段时间政策催化密度下降，股价阻力增加是大概率。

申万宏源研究认为，“总量韧性强于预期，结构持续弱于预期”的市场特征仍将延续。重点关注两个占优策略，埋伏高性价比板块，等待轮动机会；积极寻找个股Alpha，弥补行业和市场Beta的不足。□

# 30年期特别国债上市首日遭热捧 个人投资者购买10万元起步

时代财经 张昕迎

2024年首期30年期特别国债上市，首个交易日备受投资者热捧。

5月22日，“24特01”(019742.SH)正式挂牌交易，不到一小时便触发涨停，后因交易异常波动两度临时停牌。上交所当即发布公告，提示投资者注意交易风险，理性投资。

具体来看，“24特01”发行价格为100元，开盘后不久即涨超13%触发临时停牌，自10时起恢复交易。恢复交易后继续上涨25%，盘中最高达到124.99元，触发二次临停。

下午3时27分交易重启后，“24特01”价格大幅回落，截至收盘涨幅回落至1.32%，报101.316元，成交量达到7.38万手，成交额7586万元。

同日，在深交所上市的“特02401”(102267.SZ)同样遭投资者爆炒。深交所同样对该债券实施两次临停，截至当日收盘，“特02401”涨19.70%，报119.70元，成交量3800手，成交额415.4万元。

整体市场方面，或受上述两只特别国债全天高波动影响，截至5月22日收盘，30年期国债收益率从2.59%小幅回落至2.589%。

## 风险等级R3

根据财政部此前公布的发行安排，首批30年期超长期特别国债于5月17日首发，分12期发行，下期定于6月7日续发。

根据公告，“24特01”首期规模400亿元，期限为30年，票面利率2.57%，每半年支付一次利息，付息日为每年5月20日和11月20日。其他品种来看，20年期、50年期超长期特别国债将分别在5月24日、6月14日首发。

2024年全年，财政部计划发行1万亿元超长期特别国债，发行日期自5月17日开始，一直持续到今年11月15日，合计22次。

5月22日，邮储银行研究员娄飞鹏在接受时代财经采访时表示：“今年以来，随着存款利率下行、银行大额存单停售等，购买国债成为广大投资者的重要选择。超长期特别国债本身安全有保障，收益率较高，每半年计息，对投资者具有较大吸引力。”

不过娄飞鹏同时指出：“需要注意的是，今年发行的超长期特别国债是记账式国债，持有到期可以获得稳定的本息收入。考虑到记账式国债存续期内可在市场交易，交易价格随市场行情波动，以交易为目的投资特别国债，需要有一定的投资经验和风险

承担能力。”

除了机构投资者，已有承销机构对个人投资者开放购买。5月20日，招商银行(600036.SH)、浙商银行(601916.SH)均对个人投资者开放首批30年期特别国债购买渠道，开放购买时间均为5月20日10:00—15:30。

5月22日，招商银行一名理财经理告诉时代财经：“招行后续应该还会有超长期特别国债的额度，但是预计要到6月初了。”

关于个人投资者的购买情况，该理财经理则表示：“因为(超长期特别国债)期限比较长，所以投资的个人投资者并不多，投资的客户基本上计划长期持有，除非紧急情况才会考虑在二级市场上买卖。”

该经理还指出，个人在二级市场上买卖超长期特别国债存在一定风险，且买卖需要手续费。

“这个产品到期虽然是票面利率，但是风险等级是R3，和基金的风险等级是一样的，中间会有波动，交易可能会亏损。”其表示。

## 买一手至少需要10万元

两次临停在国债市场上实属罕见。5月22日，一名不愿具名的券商人士向时代财经分析称，超长期国债遭

爆炒抑或反映当下“优质资产荒”的市场现状。

“考虑到利率下行趋势，目前投资者更青睐安全稳定、全球流通的‘优质资产’，诸如国债、定期存款、大额存单、智能通知存款、外币存款等产品，金银、有色、数字货币等今年都有不错的行情。”

在上述人士看来，超长期国债的爆炒或是暂时现象，后续行情不会长期维持在高波动状态。

“首日行情折射出部分投资者的非理性追捧，导致市场出现短期套利机会，后续走势依然会紧跟央行的货币政策或者利率指导意见。”其表示。

本期超长期国债上市后，个人投资者同样可以在二级市场上通过证券公司等渠道进行交易。

不过，对比从银行等承销商认购，二级市场交易的参与门槛较高。

根据一名理财经理介绍，超长期特别国债的收益来源于两部分：一部分是票面利率，每半年付息一次；还有一部分是通过二级市场交易获取净值波动的差价。

“一张‘24特01’的面值是100元，100手是1000张，相当于起步交易至少需要10万元，可以T+0交易。”该经理说道。□

LISTED COMPANY · 上市公司

# 红海危机叠加集装箱短缺 集运价格淡季狂飙

时代财经 何铭亮

集运价格淡季狂飙。红海危机导致运力紧张、船公司停航以提升运价、集装箱短缺、各大洲的需求恢复等，共同促成了本轮集运价格的上涨。

“一柜难求”“集运、海运价格全都在涨”“甩柜”……在这一轮提前到来的集运涨价潮中，多名货代向时代财经解析了他们当前面临的市场状况。对于中小货代而言，本轮涨价潮并未带来太多的利好，生意反而更难做了，“船公司涨价后，客户比价更厉害了”。

## 南美航线运价狂飙

“集运领域全线上涨”，深圳一家货代公司工作人员王馨对时代财经表示；另一名经营欧美线的货代小曾同样指出，公司通知他们美线本周上涨50%，预计下周欧洲线会涨40%。

从上海航运交易所数据来看，5月17日，上海出口集装箱运价指数综合运价指数较上期(5月10日)上涨9.3%至2520.76点。

具体价格上，上海港出口至欧洲基本港市场运价(海运及海运附加费，下同)较上期上涨6.3%至3050美元/TEU；上海港出口至地中海基本港市场运价则较上期上涨1.1%至3957美元/TEU；出口至美西和美东基本港市场运价分别为5025美元/FEU和6026美元/FEU，分别较上期上涨14.4%、8.3%。

在上海港出口至各大洲的航线中，南美航线涨势最猛，出口至南美基本港市场运价较上期大幅上涨22.4%，达到6686美元/TEU。

值得注意的是，5月10日，上述欧洲、地中海、北美、南美等航线已录得约20%的环比涨幅，本周依旧维持涨势。而上海港出口至南美基本港市场运价已较年初(1月5日)翻倍，涨幅达130.47%。

在货运代理们看来，不同区域涨价原因各异。

北美线货代小花在朋友圈上招揽着客户，“2024亚马逊Prime会员

日定档，6月20日截止入仓，鉴于美西、美中个别仓库有爆仓迹象，各位朋友可提前备货！”

同样有北美业务的小曾则认为，亚马逊会员日时许多大公司急着囤货，会直接到船公司订整柜，加剧了货柜紧张、“甩柜”的现象。

“甩柜”往往出现在旺季，船公司为保证满载航行揽下满载量120%以上的货，而一旦最后舱位不够，船公司会拒绝运载多余的20%以上运费较低的货物，将其安排到下一航次当中。

“生意更难做了，客户看到运费贵了，也会多衡量一下，不着急的时候就会再等等看，不少船公司都出现‘甩柜’的情况，货物都没有船走货了。”小花等做普货的中小货代对时代财经表示，这轮集运涨价于他们而言并未有多大的利好。

同样做北美线上铺货的大壮则对时代财经指出，有稳定客户的同行更能赶上这轮涨价潮，“没有稳定客户，做铺货的会比较难做，运价涨得快时，客户会对各家的报价更敏感”。

而在南美区域，则与当地或将征收进口关税有关。

王馨所在的货代公司覆盖了全球多条航线，其察觉到了船公司在区域间的运力调配变化。

“很多船公司现在都在加大对南美市场的开拓，因为南美要对电动车、太阳能板等增加进口税，所以客户都希望抢先出货到南美(以规避关税)。另外美国大选在即，也传出要对中国电动车征收新关税的消息，很多车企客户即使没有订单，也先将汽车发往南美，到时再从南美出口到美国，也就不算是从中国进口，可以规避制裁。”王馨对时代财经表示。

中国商务部网站显示，南美大国巴西决定对光伏组件产品征收进口税，自今年起巴西进口太阳能电池板将需要缴纳10.8%的南共市对外统一关税，而为了使市场适应新规，相关机构设定了至2027年逐年递减的免税配额。

目前，巴西99%的太阳能电池板进口自中国，换言之，中国光伏公司越早出口至巴西，受到的关税限制就越少。

电动汽车方面，巴西相关媒体也指出，巴西各相关部委已就提高电动汽车进口关税达成共识，计划通过渐进的方式到2026年将税率提高至35%；与此同时，零关税进口配额将逐年下降，直到2026年取消。

近年中国汽车出口量较为蓬勃，南美也是中国车企的重要市场，而在专门用于运输汽车的滚装船运力紧张的情况下，集装箱海运成为了替代方案之一。

“比如说比亚迪，这几个月出货量都比较大，公司4月、5月份的舱位都被比亚迪占用了。”王馨对时代财经指出，从她观察来看，西非的集运运力也被调配到南美，西非航线的运价也在上涨。

上海航运交易所数据也显示，5月17日中国出口集装箱运价指数中，环比上周涨幅最高的为南美航线、东西非航线、南非航线，分别达到15.9%、14.1%、11.7%，分别至1091.17点、797.83点、1074.40点。

“非洲个别点已经达到1万美元一个箱，4月涨幅基本为300~500美元，到了4月底涨幅就飙升到1000美元、2000美元，而非非洲航线以往淡季时运费仅为2000~3000美元，但现在差不多要7000美元。”王馨对时代财经表示。

## 红海危机与集装箱短缺

而除区域市场的需求之外，多名货代均指出，本轮涨价共同的原因在于红海危机以及缺箱问题。

自2023年年末胡塞武装在红海发动袭击后，全球多种海运船型均无法经过苏伊士运河—红海这一航运要道，而须绕道非洲好望角，这也直接导致航行周期变长，更多集运运力需投放于该区域当中。

航运咨询机构BIMCO在5月7日一篇文章中就指出，红海危机致全球需增加约10%的运力来满足全球集装箱贸易。

BIMCO还表示，2023年集运领域交付的运力已较历史最高水平增长37%，而2024年前四个月集运运力交付量已超过100万标准箱，较此前

的纪录增长近80%；从船队规模来看，2024年新船交付量将达到年初运力的11%，“从以往经验来看，该等规模的交付将导致严重的供给过剩，但今年的交付却将有助于全球集装箱贸易的畅通”。

而红海危机也带来了另一个问题——集装箱短缺。

“集运航行周期变长，原本30天到达目的港现在要40天，柜子回到出发地的时间也就从60天变成80天，柜子无法及时返回亚洲、中国，导致目前很多船公司都缺柜子。”

王馨介绍，船公司一般会按照船期调配货柜，但眼下依旧无法保证有集装箱。

“最近我们的客户提柜时经常都没柜子，因此基本上客户在听说可以提柜时就要迅速下单提柜。提前提柜，客户要多承担相关费用，但后面如因没有柜子无法装运货物出海，就只能安排后续船期，到时运价更高，损失更大。”王馨称。

王馨同时指出，国外的大小船东也受困于集装箱短缺的困境，但国内的大型航运公司如“中远系”等，能够调动中国腹地中的多个集装箱，会稍微具备优势。

“我们在给客人服务时，也会说明哪家船公司目前仍有集装箱、运价等。相同运价之下，船公司没柜子就等于客人的货没法运出去，所以选有柜子的船公司会有保障。”王馨对时代财经表示。

而除上述问题外，航运公司在当前的签约季中推动运价上涨的诉求也不容忽视。

航运咨询机构德理最近就指出，2024年5月13日至6月16日这五周内，主要的东西向航线——跨太平洋、跨大西洋以及亚洲—北欧和地中海航线中，已经有32个航次宣布取消，取消航次总数占计划653个航次的5%。其中，约53%将在跨太平洋东向航线上，25%在亚洲—北欧和地中海航线上，22%在跨大西洋西向航线上。

对此，有业内人士对时代财经指出，这意味着船公司可能正通过停航、减少运力而推动运价上涨。■

(文中采访对象均为化名)

80

天

◀

# 龙佰集团实控人许刚病逝 500亿元公司谁接手？

时代财经 张汀雯

5月21日盘后，龙佰集团(002601.SZ)、东方锆业(002167.SZ)先后公告，公司实控人许刚于5月20日因病医治无效不幸离世，享年61岁。

许刚系龙佰集团控股股东、实控人、名誉董事长，直接持有龙佰集团6.27亿股，占公司股份总额的26.25%。龙佰集团持有东方锆业23.51%的股份，许刚亦为东方锆业实控人。

截至5月21日收盘，龙佰集团市值536亿元，东方锆业市值54.32亿元。以上述市值计算，许刚持有的龙佰集团26.25%的股权价值约140亿元。

龙佰集团公告称，许刚持有的公司股份将按法律、法规办理继承手续，公司将根据后续事项进展情况及时履行信息披露义务。

5月21日，时代财经致电龙佰集团询问股权继承事宜，截至发稿未能取得联系。

## 打造全球最大钛白粉生产商

总部位于河南焦作西部产业集聚区的龙佰集团目前主要从事钛白粉、海绵钛、锆制品、锂电正负极材料等产品的生产与销售。

龙佰集团的前身为焦作市化工

总厂(以下简称“化工总厂”)，由1955年成立的焦作市硫磺矿更名而来，后在1998年进行股份制改制。

据龙佰集团招股书，1998年5月，化工总厂全部资产评估值便已达到1.38亿元，所有者权益评估值为2639.50万元。

1998年，化工总厂开始调整产品结构，实现主导产业由锆产品向钛白粉转变。

2001年，化工总厂变更为浩科化工有限责任公司；2002年，又整体变更为河南佰利联化学股份有限公司(以下简称“佰利联”)。

不过，自2005年起，硫酸法钛白粉先后被国家列入产业结构调整限制类目录、进口加工贸易禁止类目录，佰利联当时面临着破解技术瓶颈的难题。

彼时的许刚并未放弃，他斩钉截铁地表示，“要发展，就必须创新”。

2011年，在登陆深交所前夕，佰利联成为国内首家自主研发“硫酸法清洁生产”的公司，彻底改变了传统硫酸法钛白粉生产工艺消耗高、污染重、产品质量差的状况。经业绩专家组鉴定，该工艺达国际先进水平。

彼时，许刚并非佰利联唯一的实控人。自2005年6月3日起，许刚已实际控制公司18.68%的股权，而许刚、谭

瑞清和杜新长三人合计持股67.55%。

2010年3月，许刚、谭瑞清和杜新长签订了《一致行动协议》，该三名自然人成为公司实际控制人。

2014年7月《一致行动协议》到期终止，佰利联变为无控股股东和实际控制人；直到2020年4月，公司的控股股东和实控人才变更为许刚。

作为掌舵人，许刚带领龙佰集团紧抓时代发展机遇，守正创新，一步步成长为全球钛行业颇具影响力的上市公司。

按2022年产能计，龙佰集团为全球最大的钛白粉生产商，是行业为数不多的同时具有硫酸法工艺和氯化法工艺的钛白粉供应商。

多年来，在许刚及管理团队带领之下，截至2023年，龙佰集团钛产业基地布局扩展至河南、四川、湖北、云南、甘肃等五省，产品线由钛白粉延伸至钛金属、新能源，建成“钛、锆、锂”三条产业链和创新耦合发展体系。

凭借着龙佰集团的快速发展，许刚在2022年以178.5亿元的财富值跻身《新财富500富人》榜单，成为河南焦作首富。

2023年3月底，时年60岁的许刚卸任龙佰集团董事长职位，继续以控股股东、实控人的身份支持公司的发展。其女许冉也正是在这一年进入第八届董事会。

许冉生于1990年，自2014年10月起便已进入公司，现已近10年。从业务经理做起，许冉先后出任佰利联(欧洲)公司董事、佰利联(美洲)公司董事、总裁助理、龙佰集团副董事长。2021年4月，许冉任焦作市年轻一代民营企业家协会副会长，2022年7月起任焦作市工商联副主席。

## 一路并购，跨界新能源

在并购的路上，许刚可谓是一把“好手”。

值得一提的是，2015年以90亿元的价格并购了四川龙蟒钛业股份有限公司(以下简称“龙蟒钛业”)100%的股权，因而获得四川省攀枝花红格钒钛磁铁矿北矿区采矿权。

2023年11月，龙佰集团“官宣”参与红格南钒钛磁铁矿(以下简称“红格南矿”)的矿权拍卖，试图将这座我国目前最大的钒钛磁铁矿矿床南、北两个矿区都收入囊中。但可惜，最后落败。

2015年以来，龙佰集团还陆续收购了龙蟒钛业、瑞尔鑫、新立钛业、东方锆业、湖南东航、金川集团海绵钛资产、中炭新材料、振兴矿业、中州炭素等。

在此情况下，公司规模快速扩张，先后实施了氯化法钛白粉、海绵钛、钛合金等项目。

许刚带领下的龙佰集团，在2021年收购了河南中炭新材料科技有限公司100%的股权，进入石墨负极行业，至此正式进军新能源领域。

截至2023年年底，龙佰集团在新能源领域筹划了年产20万吨电池材料级磷酸铁项目、年产20万吨锂离子电池材料产业化项目、年产10万吨锂离子电池用人造石墨负极材料项目、年产20万吨锂离子电池负极材料一体化项目、15万吨/年电子级磷酸铁锂项目。

其中，年产20万吨电池材料级磷酸铁项目(一期、二期合计10万吨磷酸铁)、年产20万吨锂离子电池材料产业化项目(一期5万吨磷酸铁锂)、年产10万吨锂离子电池用人造石墨负极材料项目(一期2.5万吨石墨负极)、年产20万吨锂离子电池负极材料一体化项目(一期5万吨石墨化)已进入量产阶段。

2023年，龙佰集团的新能源材料占公司营收的比重仍较低，为3.91%；同时，这部分毛利率2023年也仅有-3.31%，同比下滑15.66%。

对此，龙佰集团公开表示，公司具备较强的资金实力及技术研发实力，依靠独特的钛锂耦合技术优势，对新能源材料板块的前景有一定的期待，相信该板块可以度过现阶段的困难时期。■

## HEALTH · 大健康

# 静丙缺货涨价背后：滥用现象频现 存资源浪费隐忧

时代周报记者 杜苏敏 发自广州

“免疫球蛋白有必要打吗？”  
以此为关键词在某社交平台上进行检索，相关的笔记已高达127万篇。“反复生病”“增强体质”“提高免疫力”是这些帖子中出现的高频词汇。帖子下方，评论区里的网友关注价格，关注效果，关注去哪家打……但鲜少有人关注风险。

这里的免疫球蛋白多指“静脉注射人免疫球蛋白”（又称“静丙”“丙球”“pH4”“丙球蛋白”，下称“静丙”）。作为血液制品中的一种，静丙是从健康人捐献的血浆中分离得到的浓缩免疫球蛋白制剂，多用于治疗儿童和血液类疾病，少数疾病可以医保报销，包括原发性免疫球蛋白缺乏症、新生儿败血症、重型原发性免疫性血小板减少症、川崎病、全身型重症肌无力、急性格林巴利综合征。

目前，静丙在国内获批的适应症并不多，在医院内的使用也有着严格的限制。但在院外市场，普通人对于静丙、白蛋白一类的血液制品的了解并不全面，不标准使用的例子比比皆是，而社交媒体的传播，则进一步加剧了这种滥用。

与此同时，资源挤兑和浪费也在发生，甚至导致真正有需求的人无药可用。

## 误用、滥用现象频现

时代周报记者注意到，在各大社交平台的帖子和网友的评论中，不少人都提到了自己或身边亲朋好友输注静丙、人血白蛋白的经历：“我今年也是反复生病打了两瓶”“我们这边很多老人把静丙当补品去打”“在××地区，小到两三岁，老到八九十岁，抵抗力差，经常感冒的，好多都会去打，说不听啊”……

其中一名网友告诉时代周报记者，其小孩因为经常感冒生病，也被家里的长辈建议去打静丙，但在咨询医院医生后被阻止，因为小孩并没有相应的适应症，各项指标也正常。

深圳市第三人民医院院长、国家感染性疾病临床研究中心主任卢洪洲在接受时代周报记者采访时表示，身为医务人员，其在日常工作中也常会遇到患者家属或亲友将人血白蛋白、静丙视为“营养补充剂”或“免疫力增强剂”的情况，有些人甚至主动要求输注这些药品。“他们普遍认为这些药品富含营养，能够预防疾病、增强体质。然而，这种认知实际上是基于对病情的担忧和对这些药物功能的误解。”他表示。

事实上，静丙与营养无关，免疫力正常的人群也无需通过输注静丙来提高免疫力。南方医科大学南方医院药理学教授郑萍告诉时代周报记者，静丙与营养没有关系，有些人可能听到“蛋白”两个字就觉得它是补充营养的，实际上输注静丙不是用来补充营养的，营养不良也不可能用它来改善。

郑萍进一步指出，静丙主要发挥免疫调节作用，它针对的是有免疫缺陷的患者，目前并没有证据表明健康人群，免疫力正常的人输入静丙后可以进一步提高自身免疫力。因此，对于免疫力正常的人群来说，并不需要输注静丙来提高自身免疫力。提高自身免疫力最好的方法还是通过合理化的饮食、运动，以及规律的作息。

“对于静丙的使用，国内外都有严格的指南和适应症。”郑萍对时代周报记者强调，“我们一般会提供给罹患低丙种球蛋白血症的患者，这些患者由于自身免疫功能的缺陷，无法产生足够的免疫球蛋白。除此之外，也会用于一部分自身免疫性疾病，以及一些血液系统疾病的患者，这类患者在使用过程中同样需要医生来把控适应症，没有适应症的患者则不会给予。”

受价格高昂、药占比等因素限制，国内并非所有医院都会将静丙纳入采购目录中。



一名中部地区某综合医院的医生告诉时代周报记者，静丙在其所在的医院内属于外配药物，需要医生开处方，患者自行在院外购买药物，如果达到医保报销标准可以报销，达不到则需要患者自费购买。

虽然属于处方药，普通人想要获得静丙却并不困难，至少在医院以外的自费市场来说是如此。5月16—20日，时代周报记者以“家里老人或小孩经常感冒抵抗力差，想打静丙”为由询问了南方地区的多家诊所，相关工作人员均表示可以在其诊所里输注静丙。

其中一名诊所的工作人员透露，来其诊所打静丙的人挺多的，一般都是大人来打，以老人为主。

不过，这些诊所都没有现货，患者需要提前和诊所预约，以便其从厂家拿货，最快当天就能到货，最慢则需要三四天。

在咨询过程中，这些诊所的工作人员通常会问及患者的年龄和过往病史，但均表示输注前无需检查。谈及输注是否存在风险，多数诊所表示没有，仅一家诊所工作人员称，“不管你什么针水，多少都有一点风险，但风险不会大，大了谁敢用”。

价格方面，诊所的报价各不相同，以规格为2.5克/瓶的静丙为例，报价范围从每瓶800多元到1300元不等。同期，时代周报记者从公立医院了解到，同样规格的静丙单瓶价格则在530~565元。

“不同时期价格不一样，人多的时候价格会上浮一些。”前述诊所工作人员表示。

除了诊所以外，时代周报记者在调查过程中发现，虽然多数药房都严格要求首次购买静丙者需提供处方，但仍有个别药房允许无处方购买。

私下转手买卖的情况亦存在。在社交平台上，不乏有网友发帖或在静丙相关内容的评论区下发布“买多了，可转”“×××元，有需要私”等留言，部分价格甚至远高于前述几家诊所的报价。

而以“静丙上门”“上门输液”为关键词在社交平台上检索，就能找到提供上门输注服务的人员。这意味着，从非正规渠道购入静丙后，无专业人士注射的问题也有途径解决。

## 私自输注存风险

值得注意的是，由于静丙的运输，要求整个过程必须保持冷链（2°C~8°C）储存运输，私下交易难以确保其运输过程满足这一要求。温度的变化可能导致药品变质，进而影响使用人士的健康。

此外，健康的普通人出于增强体质、提高自身免疫力的目的，私自购买静丙进行注射或前往私人诊所进行注射同样存在风险。

郑萍告诉时代周报记者，一方面，一部分人在输注静丙过程中，可能出现如头痛、发热、肌肉疼痛等不良反应，甚至出现严重的不良反应，如严重的过敏反应或者引起脑梗、心梗、肺栓塞等血栓栓塞性疾病。

2022年，医学期刊《柳叶刀一呼

吸病学》发表的一篇文章提到，一项用于评估“静脉注射免疫球蛋白”能否改善新冠病毒感染重症患者预后情况的试验结果显示，“静丙”组患者在28天内的死亡率及出现严重不良反应的比例均高于安慰剂组。其中，严重不良反应主要是深静脉血栓和肺栓塞，这可能是因为输注免疫球蛋白提高了患者的血液黏度，从而增加了血栓风险。

另一方面，丙球蛋白作为一种血液制品，一般是从成千上万人捐献的血液中提取制作的。“虽然目前国内对血液制品的制作和检验已经很严格了，大多数时候不可能出现像艾滋病、丙肝等病毒，但是否还存在我们无法事前控制的新病毒风险依然未知。”郑萍对时代周报记者表示，“这也是为什么我们说，打了静丙的患者要保留好药物生产厂家的名称和生产批号。因为如果真的出现问题，我们可以及时溯源。”

国家药监局2019年发布的关于静丙的药品说明书显示，因原料来自人血，虽然对原料血浆进行了相关病原体的筛查，并在生产工艺中加入了去除和灭活病毒的措施，但理论上仍存在传播某些已知和未知病原体的潜在风险，临床使用时应权衡利弊。

“药物都是双刃剑，医生在使用药物的过程中需要权衡利弊，只有在对患者的益处大于风险时才会使用。”郑萍再次强调，目前并没有证据表明额外增加丙球蛋白会对健康人群的抵抗力有明显提高，在获益不清楚的情况下盲目可能存在的风险，是弊大于利的。此外，不同厂家的静丙产品采集的人血血源也存在差异。对于需要注射静丙的患者来说，如果他对某一生产厂家的产品耐受，我们都会建议最好给他用同一厂家的产品，因为在更换厂家的过程中，患者发生不良反应的风险会明显增加。”郑萍对时代周报记者补充道。

卢洪洲也对时代周报记者指出，对于普通人来说，私自输注人血白蛋白、静丙这些药物存在一定的风险。血液制品可能引起过敏反应、溶血反应、休克等不良反应。大剂量用药或快速滴注还可能引起循环负荷增加、水肿等。

“需要明确的是，患者应该到正规的医疗机构，由临床医生根据患者的具体情况进行评估是否需要进行人血白蛋白或静丙治疗，以及具体的剂量和疗程，同时输注过程中密切监测生命体征。”他表示。

## 资源浪费存隐忧

静丙在健康人群中被滥用的同时，今年4月至5月初，多家媒体报道了静丙存在院内缺货、院外涨价的现象。5月5日，据《第一财经》报道，据不完全统计，在陕西商洛、河北张家口、广东清远、湖北孝感、河南开封、安徽合肥等多地的公立医院，均存在短期内静丙缺货或供给不足的问题。

此外，上述报道提到，一名原发性免疫缺陷病（PID）患者在一个聚集了2000多人的病友组织中发现，进入4月以来，反映“免疫球蛋白缺货”

问题的病友也逐渐增多，其中一些人甚至来自北京、杭州、成都、合肥等一二线城市。为此，一些患者不得不选择异地就医或者寻求其他渠道。

卢洪洲所在的医院今年在静丙供应上也遇到了挑战。他告诉时代周报记者，这主要是由于生产成本上升和市场需求增加等因素所导致。“不过，随着生产厂家的积极调整和市场供应状况的逐步改善，缺货情况已经得到了明显的缓解。”他表示。

在供应短缺的情况下，卢洪洲所在的医院按照国家对短缺药品的管理要求，积极将相关情况上报到平台，同时加强与卫健委、供应方、兄弟医院等多方面的沟通联系，以确保静丙的稳定供应。“同时，我们还借助信息化手段，对免疫球蛋白的用量变化进行实时监控，以便在出现突发情况时提前预警、提前备药，特别是保障危重症病人的用药需求。”卢洪洲称。

在郑萍看来，静丙在健康人群中的误用甚至滥用实则是对资源的一种巨大浪费。

“血液制品是一个短缺的来源，目前仍完全依靠从健康人献血后的血液中提取而来，一般是从上万个献血者的血液中提取出来的，这是非常珍贵的资源。不需要的人群去注射的话，真的是一个巨大的资源浪费，也不一定有益，反而会增加风险。”她对时代周报记者表示。

郑萍强调：“合理用药对于缓解药品的缺货现象非常重要，我们还是要把这些药品用好，给到真正需要这类药物的患者。”

实际上，这并非静丙第一次出现缺货现象。早在2023年年初，静丙就曾出现过严重供不应求的状况，规格2.5克/瓶的静丙，单瓶价格甚至被炒至2000元以上。缺货、涨价同样影响了对静丙有常规需求的病患群体。

在一定程度上，新冠疫情提升了大众对静丙的认知，促进了市场对静丙需求的增加，进而加剧了静丙的供应紧张，尽管有些认知是错误的。

不过，也有业内人士在接受媒体采访时指出，当前的整体血液制品市场，静丙并没有明显的“缺货”，真正缺货的是“院内”，更确切地说，是可报销的静丙受限，自费部分较多。

此外，还有分析人士在接受媒体采访时提到，在静丙持续供不应求的情况下，血制品企业或会把更大份额转移到院外市场，提升产品出厂价，为业绩贡献弹性。

## 尚未实现自给自足

目前，国内生产静丙的企业包括天坛生物(600161.SH)、华兰生物(002007.SZ)、博雅生物(300294.SZ)、卫光生物(002880.SZ)、上海莱士(002252.SZ)、派林生物(000403.SZ)、泰邦生物、远大蜀阳等。

在市场需求不断增加的同时，静丙的供应量也在持续增长。据华安证券研报，2011—2020年，中国静丙批签发量增长约227%，复合增速约14.06%。其中，天坛生物、上海莱士、泰邦生物和华兰生物占据市场一半以上的份额，并仍在不断整合资源。

据华安证券披露的更新数据，2023年，国内静丙批签发合计1319批次，较上年增长25.98%。其中，天坛生物的批签发量最高，为330批次，同比增长13.79%。此外，卫光生物、泰邦生物、上海莱士三家企业的批签发量虽不及天坛生物，增速却十分明显，分别是64.86%、37.61%、20%，批签发量分别为61、150、78批次。

而静丙供应持续增长的背后，血制品行业的整体格局也在发生变化。一方面，血制品行业内出现新一轮并购整合趋势。

中信建投证券研报显示，近年来，具有较强实力的央企及地方国资委通过收购整合血制品企业，目前，国内已形成以天坛生物、泰邦生物、华兰生物等行业龙头的竞争格局，头部效益明显。

2021年11月，华润医药以31.37元/股的价格获得博雅生物28.86%的股权，以及总计40.01%的表决权，最终成为博雅生物的控股股东。2022年7月，天坛生物宣布收购西安回天35%的股权，布局陕西血液制品业务。2023年3月，派林生物宣布易主，实控人变更为陕西省国资委；同年6月，卫光生物发布公告称，公司实际控制人由光明国资局变更为国药集团。

2023年年底，上海莱士也宣布即将易主。海尔集团以总价125亿元收购基立福持有的上海莱士20%股份，并合计获得26.58%的表决权。交易完成后，海尔集团将成为上海莱士实际控制人。

另一方面，自2021年开始，各地新建浆站审批放开，具备资质的企业纷纷新建浆站。根据企业年报和券商研报的数据，当前国内血液制品企业总数在30家左右，拥有新增浆站资质的血制品企业有10家。

单采血浆是国内血制品原料血浆的唯一来源，因而单采血浆站的数量也被视为制约血液制品行业发展的核心瓶颈。数据显示，2023年我国新增在营浆站33家，在采单采血浆站数量300多家。

据平安证券发布的研报，近年来新设浆站主要集中在规模较大的企业手中，由于行业具备资源属性，采浆量大的企业将实现强者恒强。

现实的确如此，龙头天坛生物开拓浆站的速度最为迅猛，采浆量在行业中也是一骑绝尘。

年报显示，仅2022年，天坛生物新设浆站就达到22家，筹建中浆站32家。截至2023年年底，天坛生物单采血浆站总数达到102家，其中在营的单采血浆站数量达到80家，实现血浆采集2415吨，约占国内行业总采浆量的20%。

除行业龙头外，其他具备资质的血制品生产企业也在努力拓展新浆站，但速度远不及天坛生物。2022年，华兰生物新批了7家单采血浆站，依据2023年年报透露的信息，其中5家新建浆站已开始采浆，剩下2家浆站预计今年上半年建成并通过验收。

此外，博雅生物在2021年也曾提出，力争“十四五”期间，实现浆站总数量30个以上，采浆规模1000吨以上。彼时，其拥有单采血浆站为14个，2021年原料血浆采集量约为420吨。不过，一直到2023年年底，博雅生物新增单采血浆站不过2家，总计16家，在营浆站仍为14家，同期血浆采集量约为467.3吨。

新浆站的建设虽然有助于缓解血浆的供应缺口，但仍无法满足国内的血浆需求。据山西证券发布的研报数据，国内血浆需求量已超16000吨/年。2023年，国内共采集血浆12079吨，较2022年增长18.6%，但仍存在着近4000吨的供应缺口。

《2023年中国血液制品行业研究报告》也提到，在过去的十年中，我国血浆采集量虽然实现了大幅增长，全球市场份额也提升至16.00%，但国内仍有60%左右的白蛋白依赖于进口，血制品的自给自足尚未实现。■

（时代财经记者张羽岐、实习生刘艳莎对本文亦有贡献）

## 2024 ESG 金羚奖

2024  
ESG  
金羚奖

ESG，即指环境（Environmental）、社会（Social）和治理（Governance）。它能有效地衡量企业的可持续发展能力，帮助投资者预判公司长期价值，ESG被越来越多的投资者视作企业的“第二张财报”。羚羊善于跳跃、长于奔跑，灵动而优雅。它适应性亦极强，栖居在草原、漫滩、沼泽甚至沙漠。硅谷亦有“瞪羚企业”一说，它们具有与“瞪羚”共同的特征——跑得快、跳得高、活力强。广东时代传媒集团秉承长期主义，将ESG奖项命名为“金羚奖”，针对ESG公司、人物和项目，颁发八大奖项，携手各界合作伙伴，致力于成为中国ESG发展实践的推动者、实践者和创新者。



## 九州通

九州通ESG评级赢得较高赞誉，万得予以“A级”评级，华证评级排名位居行业前列（2023年排名第二，2024年跃升为第一），还两度入选中国上市公司ESG百强企业，并获得了“全国红十字模范单位”“中国红十字博爱奖章”“湖北省红十字博爱奖”等荣誉。

## 值得买科技

2023年，值得买科技在ESG方面取得了显著成果。公司持续优化治理结构，提升运作效率，推动消费和公益并重，贡献多维社会价值，倡导绿色可持续的消费和生活，通过AI技术赋能经济社会更高质量发展。

## 中国金茂

- 1.明晟MSCI-ESG评级A级；
- 2.全球房地产可持续评绿色四星级，公开信息披露水平A级；
- 3.获评Sustainalytics低风险，入选恒生中国央企ESG领先指数及ESG 40指数，国务院国资委社会责任局评选“央企ESG·先锋100指数”。

## 中国飞鹤

自2020年以来，飞鹤减排二氧化碳8.8万吨，相当于减少了650万辆小型汽车一天的碳排放量，节水40.78万吨，相当于85万个家庭一天的用水量。目前，飞鹤通过产业合作伙伴，已在中国东、甘南、克山、依安建设4个项目，每年可以减少近40万吨碳排放，相当于种植了2000多万棵树。

## 华致酒行

华致酒行专注于保真名酒销售运营，在绿色包装、绿色物流等方面取得了显著进展，通过定制可循环利用的包材、优化运输配送等方式，有效降低了物流对环境的负面影响。

## 能链智电

能链智电（NASDAQ：NAAS）公司以“连接即服务”为思路，面向充电站提供屋顶分布式光伏建设，解决场站自身的绿色能源消纳问题；面向司机车主开发碳账户，激励用户参与碳减排；同时，通过互联互通的充电网络提升新能源交付效率，进而为推动交通领域碳减排提供抓手。

## 陆金所控股

陆金所控股深度融合ESG理念，利用科技金融、数字金融提升服务效率，注重绿色金融和普惠金融，通过“金融+”模式助力乡村振兴，女性就业、产业发展、文化教育和生态保护，积极履行社会责任，实现长期可持续发展。

## 华住集团

秉持“成就美好生活”的企业使命，华住集团设立明确的可持续发展目标，建立清晰的ESG治理架构，持续在公益、员工关爱、绿色可持续以及高质量发展等方面努力，为创造美好住宿体验贡献华住力量。



## 中国人保寿险

人保寿险深入贯彻落实金融“五篇大文章”，积极服务国家发展大局，更好发挥经济减震器和社会稳定器功能，不断满足人民群众对美好生活保障需要，为中国式现代化建设贡献人保寿险力量，通过消费帮扶、“保险+”帮扶、产业帮扶等更多有益的尝试，推动“造血”更持续、健康、有力。

2023年9月25日，在新华网联合中国企业改革与发展研究会共同发起的“2023企业ESG发展论坛”上，中国人保寿险践行普惠金融及在可持续发展方面的探索实践，入选“2023企业ESG普惠金融优秀案例”。

## 轻松集团

作为一家致力于为社会带来积极影响的企业，轻松集团将社会使命融入企业核心战略，以实际行动积极履行社会责任。不仅涵盖了儿童关怀、救援行动和大健康产业，在多个领域播撒温暖的种子，将ESG理念融入日常运营中。

## 广汇汽车

广汇汽车自上市以来已经连续第9年发布社会责任报告，公司作为可持续发展的长期践行者，不仅关注当期的主要经营指标，更是将可持续发展理念落实在企业日常的经营工作上，努力促进ESG实践与业务发展的正向循环，实现商业价值和社会价值的共振。

广汇汽车在ESG实践上也荣获多项荣誉，如2023中国汽车流通行业社会责任50强榜首、ESG时代先锋上市公司奖、中国上市公司ESG领先100案例等、“金狮”年度可持续发展先锋企业、“美丽中国ESG联盟成员单位”。

## 沪上阿姨

沪上阿姨长期致力于发展ESG事业。在环境层面，坚持绿色低碳发展，践行对环境友好的承诺；在公司治理层面，将食品安全和合规运营作为企业的立身之本；在社会责任层面，在应急救援、弱势群体帮扶等领域取得了亮眼的成绩。

## 韵达股份

韵达以“传爱心、送温暖、更便利”为企业使命，作为快递综合服务提供商，韵达在促进行业高质量发展的同时，也持续在绿色环保、乡村振兴、员工关怀、奖优助学等方面不懈努力，致力成为受人尊敬、值得信赖、服务更好的一流快递公司。

## 紫燕食品

近年来，紫燕食品一直秉持ESG理念，坚定走可持续发展道路。自上市以来，2022—2023年公司共投入环保资金2193万元，减少排放二氧化碳当量4000吨，对外捐赠、公益等项目总投入239.5万元。

2023年，公司荣获“财联社·企业ESG致远奖”。

## little freddie小皮

跨国有机婴童食品品牌little freddie小皮于2022年在中国发布了“为爱负责，为孩子创造更好地球”为主题的ESG战略，成为首个在中国发布ESG全球战略的有机婴童食品品牌。在战略指引下，携手中国妇女发展基金会合作，发起国内首个专门聚焦婴幼儿辅食科学喂养知识推广的公益项目“小皮之家·育见未来”。该项目面向家庭养育者、社区家庭工作者以及社会公众，通过四维科普课堂、家长互助小组等方式，助力“自主进食、合理营养、口味养成、口腔功能”为核心的四维科学喂养理念在中国的快速普及。对于小皮，ESG是小皮品牌基因的一部分，不是锦上添花，而是必做之事。

## 我爱我家

我爱我家在住房和城乡建设部的大力支持下，与革命老区湖北麻城市、红安县达成合作协议，通过认领种植的方式，打造“千亩爱家橙意公益林”，今后结出的橙子将以公益的方式回馈社区，我爱我家通过乡村振兴与社区友好，架起一座跨越山海的桥梁。

在河北阜平，我爱我家与河北阜平展开战略合作，在传统的产业帮扶、产业帮扶的基础上，发挥旗下相寓在长租公寓管理上的丰富经验，赋能当地运营民宿，助力当地经济的发展。

## 恒丰银行

恒丰银行连续4年获评“山东社会责任企业”；荣获中国银行业协会“绿色银行评价先进单位”称号。

## 宁波银行

宁波银行坚持与国家战略相融，与民众需求相伴，积极践行ESG发展理念。宁波银行制定了绿色金融授信政策、绿色贷款统计管理办法等多项政策文件，从战略上、信贷投放端支持清洁能源、节能减排、环境、资源循环利用等领域的授信需求。

此外，2023年宁波银行还牵头承销全国首单绿色碳资产债券，独立主承全国首笔以数字人民币归集募资金额的绿色债券，落地了浙江省首单绿色理财直接融资工具等，不断创新绿色金融产品和服务。



## 东山精密

东山精密获评绿色工厂（省级），主要生产运营单位均通过ISO 14001环境管理体系，部分重要厂区已通过ISO 50001能源管理体系认证、ISO 14064碳认证审核与清洁生产审核认证，其中，苏州维信厂区获得UL2799废弃物零填埋项目的铂金级认证。

## 天齐锂业

天齐锂业发布《净零排放目标下可持续发展白皮书》；2023年，公司水资源循环利用率达到95%；锂渣资源化综合回收利用项目巨大突破，实现中试规模，进一步推动锂渣消纳；2023年CDP气候和水问卷：均为B，成为全球首家在两份问卷中均获B级的锂业公司。

## 2024 ESG 金羚奖

## 三特索道

在生态资源的开发和景区运营中,三特索道始终坚持可持续发展的开发模式,按照国家关于自然保护区、国家风景名胜区、国家旅游度假区、国家地质公园等相关规定,考虑对景区环境影响最小的开发方案,充分尊重地区自然生态、物种生态的保护。

## 中粮大悦城

大悦城控股自2008年起披露ESG相关报告。2023年,公司遵循国资委《央企控股上市公司ESG专项报告参考指标体系》及深交所《上市公司社会责任指引》,参考国内及国际通行指标发布《2023年度可持续发展报告》,内容涵盖环境、社会、治理三大领域中涉及所在行业的近100个细项,科学系统呈现公司在可持续发展方面的理念、管理、行动和成效,以期助力公司发展并为行业提供参考价值。

## 金发科技

金发科技大力推动ESG工作,建立并完善ESG信息披露体系,2023年发布国内塑料行业企业首份ESG报告。

加快集团数字化转型。2023年8月,上海金发二期数字化工厂正式开机投产,不仅标志着公司产能的进一步提升,也是集团数字化转型的里程碑。

加强绿色工厂建设。2023年,金发科技获评A+级国家绿色工厂认证,位列第一梯队(5%)。另武汉金发、天津金发、宁波金发、金发生物等子公司也获评国家级绿色工厂。

可持续发展频获业界认可。金发科技2023年获得多项可持续发展荣誉:①《可持续发展导刊》——金钥匙-SDG领跑企业;②中国物资再生协会——行业领军企业;③《中国环境报》——“塑战速决”优秀案例;④中国上市公司协会——2023年上市公司ESG优秀案例;⑤彭博绿金——ESG50“年度受关注企业”;⑥中国发展改革报社——2023年“塑料污染治理”优秀实践案例一类作品;⑦社会责任大会组委会——奥纳奖—2023年度低碳经营先锋。

## 伊利集团

伊利集团打造了5家“零碳工厂”,推出了5款“零碳产品”,联合发布了2项低碳国家标准和11项低碳团体标准,41家工厂获得了国家级“绿色工厂”称号。公司与88家全球战略合作伙伴共同打造了“零碳联盟”,共创完成71家供应商低碳转型,推动6家供应商完成碳中和核查认证,实现年度减碳3.28万吨。

2023年,伊利集团获得节水型企业称号的工厂累计达到32家,年度总节水量超过177万吨。公司已经完成了5家工厂和3款产品的水足迹认证,51家合作伙伴加入“全球低水足迹倡议联盟”,为价值链企业制定了节水计划,根据绩效对减少水足迹的企业进行奖励,一起用“双足迹”实践开启行业全链减碳的新篇章。

相关案例入选了联合国全球契约组织《企业碳中和路径图》、联合国开发计划署《在华企业可持续发展行动》。



## 中国人寿寿险

中国人寿寿险践行与国际接轨兼具中国特色的“国寿ESG之路”,国内外ESG评级稳中有进,荣获福布斯ESG创新企业等称号,向着世界一流负责任寿险公司的目标迈出坚实步伐。

## 恒丰理财

恒丰理财致力建设绿色低碳资管机构,将ESG投资理念融入产品创设和投资管理中,引导社会资本流向绿色环保、清洁能源和污染防治等领域,在服务经济、社会和环境全面可持续发展进程中迈出坚实步伐,曾获“银行理财子公司绿色发展优秀案例”“优秀银行理财子公司社会责任奖”等荣誉称号。

## 华夏基金

华夏基金是中国内地市场最早开展绿色金融、ESG投资的公募基金管理人。早在2017年,华夏基金就成为了联合国负责任投资原则(UN PRI)的签约方,是境内首家加入该权威国际组织的公募基金公司。作为签约方,华夏基金承诺贯彻PRI的六大原则,系统性地将ESG考量整合到投资流程中,建立完善的ESG风险管理框架体系和ESG投资研究团队,引领中国资产管理行业的可持续发展。

2018年,华夏基金又分别成为气候相关财务信息披露工作组(TCFD)和气候行动100+(CA100+)在境内的首批支持者,促进和支持气候相关的信息披露。

## 济宁银行

通过丰富金融产品,济宁银行加强了矿山地质环境恢复和生态治理,改善了矿山开采对地质地貌造成的破坏和污染,促进了资源开发与生态文明建设协调发展。为化工园区企业发放贷款,用于企业制造环境污染处理药剂,通过药剂对工业用水离子置换处理,改善生产工厂周边的生态环境,实现良性循环,为生态保护创造了有利条件。

## 渤海银行

渤海银行按照党中央国务院决策部署,积极践行国家绿色发展理念和可持续发展战略,围绕国家“双碳”目标,锚定低碳经济、循环经济、生态经济,加大对绿色低碳领域的资源投入,切实防范环境、社会和治理风险,不断提升自身环境、社会和治理表现,积极履行社会责任,实现经济效益与环境效益的新突破。

截至2023年年末,本行绿色贷款余额312.59亿元,较上年年末增加39.54亿元,增长14.48%。

## 马上消费

马上消费近日对外发布了《2023年度社会责任(ESG)报告》,秉持“成为全球最被信赖的金融服务商”的愿景,马上消费从稳健经营、科技创新、金融普惠、绿色低碳、消费者保护与社会责任等角度展现过去一年在ESG领域的实践成果。

## 中金公司

众鑫(广西)融资租赁有限公司2023年度第一期绿色定向资产支持票据,由中金公司作为主承销商。

本项目是银行间债券市场资产支持票据项目,发行规模3.8亿元。入池资产均为哪吒品牌新能源汽车租赁债权。经绿色认证机构联合赤道评估分析,入池新能源汽车相比传统燃油车预计每年可减排二氧化碳2.71万吨,节约标准煤1.28万吨,具有显著的节能减排效应,绿色等级为G1。项目响应了国家“双碳”战略及“促进汽车消费”的号召,有利于推动新能源汽车消费、推广和使用;同时也是新能源汽车民营企业创新融资渠道、盘活存量资产的良好典范。

## 联通支付有限公司

中国联通牵头开展信息通信行业个人碳账户体系搭建及方法学研究,个人碳账户移动端应用“联通碳生活”,为通信运营商率先推出的特色碳普惠应用,已在多个国家级展会亮相,荣获上市公司协会“2023年上市公司ESG最佳实践案例”、第六届中国金融年度品牌案例大赛“绿色金融年度案例奖”、中国企业家协会“2023企业绿色低碳发展优秀实践案例”、通信企业协会“信息通信行业典型履责实践案例”、“科创中国”金融科技创新大赛三等奖等,助力企业开拓碳普惠新领域。



## 海目星

在全球低碳转型背景下,海目星积极将绿色低碳发展理念融入经营管理全流程,建立完善的气候治理机制,对气候风险与机遇进行充分管理。公司总部及下属主要生产基地江门海目星、江苏海目星均已通过ISO14001环境管理体系认证并保持有效运行,江苏海目星于报告期内成功通过ISO50001:2018能源管理体系认证。

公司每年根据实际情况制定环保目标,通过节约资源、能源管理、技术改造、废弃物管理等方式并促成目标达成,努力减少自身发展对环境产生的负面影响。

## 英科医疗

英科医疗充分践行“向爱、向善、求真”的价值观,坚持用实际行动践行ESG理念,不断完善ESG管理机制,履行好生态环境与社会的责任,持续为社会创造可持续价值。

在社会方面不遗余力地推动行业共同发展,为社会创造大量就业岗位的同时积极投身慈善事业,截至目前已累计向社会捐助超7300万元,在扶贫帮困以及社区和谐公益项目方面贡献英科力量。

## 五个女博士

五个女博士掌握胶原吸收关键技术。自研“胶原护盾”技术,从胶原蛋白肽吸收、转运、到达皮肤、合成胶原蛋白和对胶原蛋白的保护等多链路提供技术和专利保障。该项技术已经添加到品牌新发布的胶原蛋白肽维C饮品2.0和胶原蛋白肽EGCG饮2.0产品中。

五个女博士在胶原蛋白肽的基础科学、产品创新、工艺设计等领域取得多项重要成果,截至目前,共获得超30个行业奖项,持有28项专利,今年3月还推动了《胶原蛋白肽饮料团体标准》的顺利落地。

## 同程旅行

同程旅行积极赋能行业伙伴,通过提供数字化解决方案,有效提升了住宿、交通、旅游等行业的效率。此外,同程旅行还引入了新技术,推出了多个场景的服务和产品创新,致力于让旅行变得更加简单、更快乐。在过去的一年里,同程旅行启动了“同程千村计划”,旨在为乡村旅游和乡村振兴贡献力量。同年,同程旅行还发起成立了“同程小站”爱心酒店联盟,该联盟长期致力于推动产业链参与社会公益服务。

2023年,同程旅行的这些努力也得到了认可,成功入选了标普全球《可持续发展年鉴(中国版)2023》,并且连续两年获得了明晟公司(MSCI)ESG“AA”评级。

## 凌雄科技

2023年,凌雄科技通过持续创新设备全生命周期管理业务模式和数字化DaaS解决方案,帮助数万家企业客户实现降本增效的同时,延长了130万台整备设备的使用寿命,为社会贡献的净碳减排量达15720.6吨。

## 九号公司

九号公司秉持可持续发展理念,响应双碳目标,研发绿色产品。其产品畅销全球,减排效果显著。公司注重员工发展与社会责任,推动行业变革,热心公益教育,已帮扶众多学生。2023年12月获WindESGAA评级。

## 格力博

格力博以“绿色科技,引领未来”为使命,致力于实现可持续发展。公司设立了清晰的ESG目标,持续建立、健全ESG治理体系。在社会公益、员工福祉、环保措施以及高效运营等方面不断努力,致力于为全球用户提供更优质、更环保的产品与服务,推动可持续发展的企业愿景。

## 平安健康

平安健康的“人工智能+医疗”现已覆盖约3.6万种疾病、42万疾病术语以及涵盖全球顶尖3000万文献2万临床指南,保持日更新1万条医学知识,并已辅助医生在全服务流程的应用。截至2023年12月底,公司问诊与咨询服务近4.8亿人,累计咨询量已超过14.2亿次,极速问诊30秒内接诊率达92.9%,患者好评率高达99.2%。

未来,在我国大力发展新质生产力的背景下,平安健康特色的“人工智能+医疗”将持续全方位助力服务能效与用户体验改善,护航公司高质量与可持续发展。



## 戈峻

天九共享集团共同主席、天九企服董事长兼CEO

在苹果公司任职期间,戈峻曾主导发起了苹果在中国的第一份社会责任报告。2019年加入天九共享后,首倡“大共享经济”理念,提出十年内能耗减半和工时减半的“十年双减半”的倡议。

著作《大共享时代》和《互动型经济》从理论上阐述了大共享经济对于环境、社会以及公司治理方面的规律和趋势。多次获得“最具责任企业家”、ESG精英奖等殊荣,2023年3月,戈峻当选为企业公民与工会社会工作委员会副主任。

## 李逸飞

三七互娱创始人、董事长

近年来,李逸飞充分发挥领导层作用,对包括应对气候变化在内的可持续发展相关重大事项进行决策。2023年,三七互娱运营范围内温室气体排放较基准年降低69.35%,较2022年亦降低了37.30%。

五年时间,三七互娱MSCI ESG评级连跨四级,在2023年评级提升至AA级,成为国内唯一进入全球传媒娱乐行业MSCI ESG评级AA级的企业。在2023年标普全球企业可持续发展评估中,三七互娱的表现也超全球95%参评的同业。



CULTURAL TOURISM  
文旅ESTATE  
地产CONSUMPTION  
消费AUTOMOBILE  
汽车TECHNOLOGY  
科技THE TIME WEEKLY  
时代周报TIME INDUSTRY  
产经  
专业视角洞悉产业变革

24 | 史诗级利好点燃深圳楼市



## 腾讯“独吞”网播权 《庆余年》有多赚钱？

时代财经 谢斯临

时隔5年，万众期待的《庆余年2》终于揭开了自己的面纱。

5月16日晚上，《庆余年2》如约在央视八套和腾讯视频上线，剧集一开篇，便快速揭晓了上一季结尾留下的“小范大人”范闲假死回京后面临的新局面与新变化。

熟悉的轻喜剧风格，生动的人物塑造，依然是庆余年IP吸引观众的不二法宝。

腾讯方面披露数据显示，上线首日《庆余年2》在腾讯视频站内热度值随即突破32906，创开播首日历史最高热度值，同时也成为历史上首个开播当日便进入腾讯视频爆款俱乐部的影视剧集。与此同时，“庆余年 剧王”相关话题也随即登顶微博热搜。

与极高的热度相称的，是《庆余年2》无比火爆的招商情况。

专注于剧集网播广告数据统计的豆瓣小组“萝卜走开”发布数据显示，《庆余年2》上线首日更新5集，集均广告数高达9个，6个片头广告，2个创意广告，还有一个片尾广告，《庆余年2》广告招商几乎全部铺满，涉及汤臣倍健、纯甄、百雀羚、度小满等9个品牌，集均广告时长高达136秒。

这一广告招商成果远超同年播出的其他爆款剧集。“萝卜走开”小组组长来看月向时代财经分析指出，《繁花》《南来北往》《与凤行》是今年网播硬广数据最好的三部剧集，其中仅有《繁花》在集均广告数上略胜《庆余年2》一筹，达到10个。但如果从集均广告时长来看，《庆余年2》遥遥领先，比时长排名第二《繁花》的96.63秒多出39.37秒。

“广告时长会限制广告数量，像片头广告、片中广告，是不能无限制时长的，会让观众起厌烦心理。比如其他剧中插入三个创意广告，每个8秒，合计才24秒。但《庆余年2》一个创意广告就有43秒，直接把时间都占完了，数量上就必须有所限制。”来看月表示。

此外，来看月进一步指出，广告位置不一样，报价也不一样。一般情况下，中插广告的报价普遍较高。且从创意广告一集换一个品牌来看，这个位置肯定是广告商互相争抢的。以此判断，来看月认为《庆余年2》的招商符合预期，无愧“剧王”之名。

在冠名商层面，《庆余年2》更是

拥有总冠名纯甄、联合赞助百雀羚、领衔特约京东超市，以及特约合作东阿阿胶、TCL、OPPO、麦吉丽等4个层级合计7家公司冠名赞助。在看到这一结果后，网上有声音戏称道：“现在就连广告赞助商都要争番位了。”

爆火的《庆余年2》还有望在未来贡献大量会员增量。以《繁花》为例，腾讯在最新发布的一季度财报中重点指出，《繁花》等热门自制电视剧和动画带动长视频付费会员数同比增长8%至1.16亿。以此推算，一季度腾讯视频新增付费会员数超过928万。

广告招商、冠名合作、会员拉动，一波又一波的收益，仍在持续放大《庆余年》这一爆款IP的商业价值。站在幕后推动这一男频网文改编的腾讯，也已从中赚得盆满钵满。

## 《庆余年》有多赚钱？

《庆余年2》能够拥有现在的业绩并未出乎市场预料。2019年11月，该剧集第一季登陆腾讯视频、爱奇艺等网播平台后，随即成为腾讯投向网文剧集市场的一记重磅炸弹。

官方最新披露数据显示，《庆余年》第一季累计播放量超过160亿，在豆瓣上得到网友7.9分的高分评价，背后打人数超120万人，全网排名TOP3。据灯塔专业版统计，《庆余年》曾37天登顶全网正片播放市占率榜单，最高单日播放市占率高达37.04%。

剧集的爆火推高了《庆余年》的商业价值。不过官方并未对《庆余年》招商及会员拉动数据作出详细披露，但即便如此，市场依旧可以从纷杂的信息中找到判断其IP价值的蛛丝马迹。

在《庆余年》热播之时，爱奇艺和腾讯视频两个联播平台共同推出针对该剧的超前点播服务，上述两个长视频平台的VIP会员可以选择花3元多看一集，或者支付50元始终多看6集。

向已经付费成为会员的用户提供新的收费服务，爱奇艺和腾讯视频此举随即引发诸多争议，相关话题也曾一度冲上微博热搜。但这并未阻止《庆余年》从中获益，据蓝鲸TMT报道，《庆余年》在腾讯视频与爱奇艺两个平台上的超前点播收入高达1.45亿元。

反映在财务数据上，《庆余年》亦对相关公司业绩有明显拉动。腾讯财报数据显示，2019年腾讯视频业

务付费会员增长至1.06亿，视频业务全年运营亏损减少至低于行业的30亿元以下。IP持有方阅文集团也在2019年实现营收83.48亿元，同比增长65.7%，增速为近年来最高。

即便5年之后，《庆余年》的市场影响力仍未消散。剧集第二季在上线之前，在腾讯视频的预约量就已经超过1700万，成为全网首部突破千万预约量级的影视剧集。此外，为帮助观众回顾之前的剧情，腾讯视频在5月7日上线了更为精简紧凑的第一季特别版，并单独做了广告招商。

据来看月统计，《庆余年》第一季特别版合计插入78个网播广告，覆盖纯甄、小米、京东、达喜、TCL、OPPO、同程旅行等15个品牌，集均广告数达3.13个，总时长555秒，集均时长22.2秒。

作为一个已经上线了5年的老剧，《庆余年》第一季特别版的广告数量、时长甚至超越了市面上绝大部分同期播出的影视剧集，近一个月来几乎仅逊于《春色寄情人》及《与凤行》。

在剧集爆火带来的直接收入之外，这一爆款IP的影响力还在其他领域得到体现。阅文方面此前放出的数据显示，在剧集第一季播放期间，《庆余年》原著在起点读书APP上的在线阅读人数、单书在线阅读收入增长50倍。

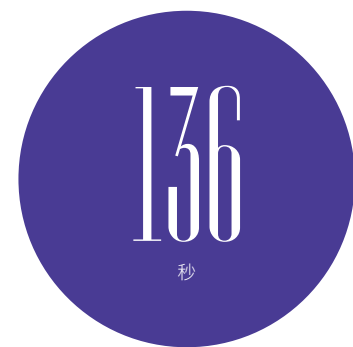
与此同时，阅文亦有意从更多维度探索IP开发的新模式。2022年3月，阅文授权盛趣游戏开发的3D MMORPG游戏《庆余年手游》正式上线，并随即开展影游联动，打出“庆余年1.5季”的概念，将游戏产品塑造为承接两部电视剧的过渡内容，将粉丝对于续作的关注转化为手游的流量。据伽马数据测算，上线两个月时间累计流水近2亿元。

与此同时，时代财经获悉，在阅文内部，《庆余年》不仅是一个影视项目，也是一个公司级项目。目前《庆余年》短剧已经在开发中，阅文通过与腾讯视频合作，达成长短剧联动形成互补；《庆余年》小游戏也将和剧集同步上线。同时，线下消费也成IP扩展的重要板块，相应的盲盒手办、软周边、卡牌等更丰富的衍生品已经开始发售。

## 大文娱布局变阵，腾讯独占《庆余年》

不过，对腾讯来说，最为重要的或许是《庆余年》为其IP商业化的探索提供了范本。

在IP商业化方面，腾讯已经做过



《庆余年2》广告招商几乎全部铺满，涉及汤臣倍健、纯甄、百雀羚、度小满等9个品牌，集均广告时长高达136秒。

多年探索。早在2011年，时任腾讯副总裁程武就曾在互联网行业内率先提出“泛娱乐”概念，即基于移动互联网对IP进行多种形态的孵化与开发。在这一理念的号召下，他推动腾讯在单一游戏业务基础上，先后开启动漫、网文、影视等业务板块，从而构建起腾讯的泛娱乐业务矩阵。

如2013年，程武与脱离盛大文学的吴文辉共同推动了腾讯文学的成立。两年后，在腾讯的主导下，腾讯文学与盛大文学合并成立阅文。

同样是在2015年，程武还成立了腾讯影业，以此开展腾讯在影视内容制作上的尝试。只是缺乏专业制作能力的腾讯影业，最初几年无甚成效。直到2018年，已经上市的阅文以155亿元巨资收购IPO未果的专业影视制作公司新丽传媒，能力缺口才被补上。

至此，棋局终于已经布好，程武尚欠一场成功证明自己的判断。

而作为腾讯影业、阅文集团、新丽传媒三大板块首次深度融合的练兵之作，《庆余年》的成功为腾讯影业联通多方利益，整合复杂产业链打下了样板。自那之后，程武成功扭转内部在影视业务上各自为战、单打独斗的局面，走上复制更多《庆余年》的康庄大道。

2020年10月，腾讯影业、阅文集团、新丽传媒共同召开发布会，合体结成腾讯新文创领域的“三驾马车”，并接连打造出多个爆款。

2021年开年，《赘婿》用1个月

时间拿下50亿播放量，创下彼时爱奇艺热度值攀升最快剧集纪录；2022年开年，《人世间》在央视1套首播观众规模近4亿，大结局收视份额更是高达15.47%，创下近10年的历史新高。

但在这个过程中，整个腾讯体系内部业务整合的问题也随之浮现。这两部由腾讯系企业孵化、制作的爆款剧集，却交由腾讯视频竞争对手爱奇艺独播，并为之带来了不少数据、口碑上的转化，以至于反而挤压了腾讯视频的市场空间。

中国青年剧作家、导演向凯向时代财经分析表示，出现这种情况，已经不能简单地用市场化运作价高者得进行理解，而是不同业务板块的协同出现了问题。“如果腾讯体系内产出的内容最终成了竞争对手的嫁衣，那即便有金钱上的回报，对整个集团来说也不是最高效的做法。从这个角度看，更深度的整合势在必行。”向凯说。

2022年2月，腾讯再次调整内容板块布局，腾讯影业主体部分从PCG（平台与内容事业群）被调整进入CDG（企业发展事业群）。

调整后，腾讯影业将重点聚焦时代旋律作品开发，原有强商业属性的IP影视化开发将交由新丽传媒、阅文影视、腾讯动漫负责。2023年年底，阅文又斥资6亿元收购腾讯动漫，至此，商业属性的IP影视化开发工作已完全交由阅文。

而程武也已功成身退。2022年6月，腾讯集团发布内部邮件宣布，程武不再担任腾讯影业CEO；次年5月，程武又因病宣布辞任阅文CEO等职务。接替他的侯晓楠，是腾讯第一批校招招生，历任移动QQ、QQ空间、腾讯开放平台等多项业务管理岗位。据媒体报道，侯晓楠尤其擅长打破部门间的隔阂，理清利益关系。

这些调整反映在《庆余年2》的开发上，体现为出品阵营的变化。腾讯视频明确出现在了《庆余年2》出品方的第一位，它取代的正是“三驾马车”时期项目官宣时腾讯影业的位置；《庆余年2》也成为腾讯视频独播的剧集。

在向凯看来，经历这一系列调整之后，腾讯在影视文娱板块的布局变得更为清晰。“未来腾讯主体在内容领域的侧重更多的是放在互联网开放平台之上，做内容的载体。而内容IP的孵化、供给则集中剥离到阅文体系之内。”

# 抢跑6·18 小红书还没抵达安全区

时代周报记者 徐晓倩 发自北京

电商比拼，巨头环伺，小红书打响了对大促第一枪。

日前，小红书正式启动6·18，头部主播章小蕙最先点燃了大促氛围，直播间观看人数超过百万，销售额突破1亿元。一众店播和中腰部主播的直播画面也抢占了平台推荐页的信息流。

5月20日，小红书发布官方战报，首日直播订单数为去年同期的8.2倍，首日直播成交GMV为去年同期的6倍，报名商品数为去年同期的2.8倍，直播间购买用户数为去年同期的7.4倍。

今年6·18期间，小红书不设置预售，商家端则明确拿出更大的流量鼓励直播，尤其是店播的发展。

多名用户向时代周报记者反映，从去年开始，小红书首页已经能经常刷到直播页面，很多服饰品牌、日用品的店播账号也开启了全天候直播。

一套组合拳下来，商业化的脉络逐渐清晰起来，小红书暂时摆脱了盈利尴尬期。据《金融时报》报道，2023年小红书实现营收37亿美元，净利润达到5亿美元，与2022年亏损2亿美元相比实现扭亏为盈。

除此之外，小红书也致力于在大众层面破圈。今年上半年，小红书与春晚合作，推出陪伴式直播《大家的春晚》，展现了边逛边买的电商购物场景。

曾经困于社区内容和商业化的小红书，正在走出拧巴的状态。但是，当老牌电商打出低价和用户体验的策略时，小红书还能守住流量的窗口期吗？

## 被浪费的流量金矿

王萍的创业起点是一篇小红书笔记，她展示了自己设计的手作玩偶，没想到吸引了一批玩具收藏家，粉丝数量快速涨到数千人。此后，小红书就成为她产品宣发的第一阵地，平均定价300元的定制产品，每个月能稳定卖出上万元的销售额。

“手作玩偶是一个小而美的赛道，换做其他平台肯定很容易被吞没，但在小红书上可以很快找到感兴趣的圈层，而且发布笔记的过程也能逐渐筛选一批核心粉丝。”王萍说道，在她看来，这部分的订单量虽然不



大，但也足以经营一门小生意。

然而，王萍的首批忠实客户还是流向了微信。首饰创业者丹丹也有相似的经历，去年年初，她的小红书店铺正式营业，直播、短视频产品介绍、日常交易才刚刚在站内有了初级的样板。

事实上，在直播电商发展的黄金期，具备种草和货架电商雏形的小红书却成为风口的局外人，眼睁睁看着其他内容平台快速完成了从种草到下单的商业闭环。

抖音话题主播高频出现，不断打破平台的电商销售纪录；快手也逐渐摆脱头部家族的掣肘，中腰部主播开始崭露头角。反观小红书，仍然处于“站内种草、站外下单”的尴尬处境，被业内戏称为“专业做流量嫁衣10年”。

小红书商业动态数据显示，当前小红书月活用户达到1.06亿，其中男女比例达到3:7，95后占比为50%，00后占比为35%，一、二线城市用户占比50%。

“相对淘宝、拼多多等其他平台，小红书核心用户群体对价格的敏感度不高，他们追求产品的独特性。如果推出激发他们兴趣的产品，可以很快促成订单转化，平台的头部买手也能给这部分用户提供审美态度和情绪价值。”一名电商运营人员向时代周报记者说道，在她看来，一旦开发

了小红书消费者的需求，商业化的起飞也是意料之中的事情。

2023年8月，犹豫不决的小红书终于作出了进一步商业化选择。

首先，小红书整合电商业务与直播业务，组建了全新的交易部，与社区部、商业部平行为一二级部门。此前，电商业务是归属于社区部之下的二级部门，由小红书COO柯南担任新部门负责人。

随后，小红书先后关停了自营电商项目“小绿洲”，自营跨境电商平台“福利社”，全面集中精力打造“买手电商”模式，发展直播带货模式。

## 尚未抵达安全区

去年2月，董洁创下了9000万元的直播销售额，一跃成为平台一姐。同为内容创作者的章小蕙也加速入场，创下单场破亿元的直播纪录，打开了小红书电商直播的想象空间。

有接近小红书的人士对媒体透露，董洁“出圈”是团队和平台都未预料到的。

紧接着，一批品牌和商家闻风而来，去年3-5月，入驻小红书的电商品牌商家数量是去年同期的2倍，直播月交易额相比年初已翻了3倍。

这股风潮也让小红书在电商大促终有了一席之地。

“从5月中旬开始，店铺就密集安排直播场次了，平均每天3场，给6·18

造势。”负责某品牌电商渠道的丽丽向时代周报记者说道。但是，在其他平台竞争更卷的情况下，丽丽坦言，小红书的新增用户规模没有想象中顺利，首日销售额没有给团队太大的惊喜。

丽丽经营的品牌曾是小红书拉拢的第一批商家。据她回忆，起初，平台提供的流量倾斜政策非常慷慨，第一个月便有几十万场观数据入场，算上达人直播带货的数据，一个月的销售额能达到上百万元。

在拉拢商家之余，小红书内部商业化团队迎来了疾风骤雨般的高层换血。

今年1月，原滴滴供需策略负责人吴颖炳加入小红书，他此前负责滴滴的部分电商业务；3月，市场消息称，快手原电商产品负责人叶恒离职并加入小红书；4月，移卡科技原董秘兼企业发展与投资者关系部总经理赵维晨被曝已加入小红书，担任互联网行业商业化负责人。

“公司商业化团队是最卷的，业绩压力很大，加班是家常便饭，去年团队人员流动很高。”一名小红书员工向时代周报记者表示。

不过，小红书的改革尚未表现在用户购买体验上，李芳每天在小红书APP停留的时间最久，但她仍未被转化为平台的忠实消费用户。“平台的客服响应、物流服务、售后等基础设施有待提升，让整体的购物体验大打折扣。”

某消费品牌市场部人员向时代周报记者表示，头部品牌行业内的不少品牌依然把小红书看做是KOL全矩阵推广阵地。除此之外，无论是新品宣发，还是后续的销售渠道，小红书要排在天猫和抖音之后。

平台引以为傲的买手电商模式尚未形成成熟的生态，直播频次和直播总数据很难和其他头部主播相提并论。以头部买手章小蕙为例，去年10月底，其小红书账号的粉丝数量为147万，而截至目前，粉丝量只有186万，7个月内涨粉数量不到40万，对于一名处在上升期的电商主播来说，涨粉速度还远远不够行业平均水平。

值得一提的是，就在天猫正式开启6·18大促的当天，小红书头部买手的去留也出现了变数。据多方媒体报道，章小蕙即将入驻淘宝直播。倘若独家主播的优势难以维持，小红书的商业化进程会更加曲折。■

8.2

倍



# 快手一季度经调整净利润暴增103倍 “老铁”沉迷网购和短剧

时代周报记者 徐晓倩 发自北京

5月22日，快手(01024.HK)发布2024年第一季度财报。

财报显示，其总营收同比增长16.6%至294亿元，经调整净利润同比增长10347.6%达43.9亿元，增超百倍，创下单季历史新高，远超市场一致预期的31.98亿元，2023年同期经调整净利润为4200万元。经营利润为39.9亿元，经调整EBITDA录得59.8亿元，同比涨199.5%。

财报显示，经调整净利润暴增百倍，除较高的收入增长和有效的成本管理外，还受到股份为基础的薪酬开支及投资公允价值变动净额等因素影响所致。

发布完第一季度业绩后，快手正式宣布启动新一轮股票回购计划。计划自2024年股东大会结束后，未来三年回购总金额不超过160亿港元的股票。

得益于向上的业绩表现，5月23日快手股价高开，上涨4%至60.6港元/股。

从业务营收分类来看，线上营销

服务、直播和其他服务(包含电商)对收入的贡献占比分别为56.6%、29.2%和14.2%。

其中，线上营销服务收入167亿元，同比增长27.4%。值得关注的是，该业务的增速已经超过同期百度，再次证明互联网广告投放逐渐向短视频平台倾斜。

随着短剧市场的蓬勃发展，内容社区起家的快手自然站在了流量风口。

“在全媒资讯行业，我们在去年年底实现了短剧行业的自建链路闭环经营，也带来了付费短剧的营销权重逐月增长。今年我们有望把相关策略复制到小游戏和小说等行业。”5月22日晚间举行的电话会上，快手科技创始人兼首席执行官程一笑表示。

据《2023快手短剧数据价值报告》，快手累计上线商业化短剧超90部，品牌合作数量超35部，2023年第三季度短剧招商收入环比提升10倍，累计覆盖了电商互联网、食品饮料、美妆护肤等多个行业领域，短剧在营销上的作用逐渐凸显。

核心用户方面，第一季度，快手DAU为3.94亿，同比增长5.2%，月活

跃用户同比增长6.6%达6.97亿。

电商也是拉动快手业绩增长的一大关键业务。

第一季度，快手电商GMV同比增长28.2%达2881亿元。受电商业务增长驱动，其他服务收入从2023年同期的28亿元增长47.6%至42亿元，远超市场预期39亿元。

过去一年，以快手为代表的短视频内容平台正在努力补齐短板，泛货架模式成为拉动消费增长的新引擎。2023年，快手电商总GMV首次冲破万亿元大关，达到了1.18万亿元，成为继淘宝、京东、拼多多和抖音之后，第五个进入万亿元规模的电商平台。

2023年第四季度，快手逐步放开泛货架场景的流量入口，当年12月商城tab页全量开放。“人找货”的消费场景需求开始为快手电商带来新增量。2024年第一季度数据显示，泛货架GMV占比约25%，日均动销商家同比增速超50%，日均买家同比增速超60%。

为了进一步打开泛货架场景销量，今年4月，快手电商正式启动“快手优选”项目，邀请全品类商家入驻。按照官方的说法，“快手优选”

是平台为商家提供的官方代运营服务，能够帮助商品在快手电商平台快速成交。

在直播电商方面，快手扶持中小主播，并且多次对外表示，对中小主播的扶持不设上限。公开数据显示，今年第一季度快手中腰部达人GMV规模同比提升40%。

就在今年6·18大促前，主播辛巴因为在直播间情绪失控，其个人账号和旗下徒弟账号均遭遇快手封禁，随后，辛选集团公开道歉结束了这场风波。这也意味着，平台和头部主播的拉扯和制衡并没有完全消失，快手时不时要面对头部主播带来的不可控因素。

关于大模型方面的投入，快手方面表示，正在推进自研大语言模型的研发训练。而在本季度，AIGC营销素材的单日消耗峰值突破人民币1000万元。

“我们在预训练阶段数据和模型架构优化的基础上，通过反馈强化学习RLHF方面的技术突破，使得1750亿规模大语言模型在更新迭代后的综合性能接近GPT4.0水平。”程一笑在业绩会上透露道。■

43.9

亿元



## TECHNOLOGY · 科技

## AI大模型开启价格战

时代周报记者 何珊珊 发自广州

一场AI大模型行业的价格战已然拉开序幕。

5月15日，字节跳动在火山引擎原动力大会上，宣布豆包大模型32K主力模型企业级定价为0.0008元/千Tokens，开启“厘”时代，换算后1元能买约200万个汉字，比行业价降低99.3%。几天后，阿里、百度纷纷跟上，阿里官宣9款通义大模型降价，通义千问GPT-4级大模型Qwen-Long直降97%。5月21日，百度直接宣布两款主力模型免费。

5月22日，腾讯也加入大模型降价阵营。腾讯云宣布，其主力模型之一混元-lite模型的价格从0.08元/千Tokens调整为全面免费，同时，API输入输出总长度计划从目前的4k升级到256k。

同日，科大讯飞宣布，讯飞星火API能力正式免费开放。其中，讯飞星火Lite API永久免费开放，讯飞星火Pro/Max API低至0.21元/万Tokens。

面对当前的降价形势，一名业内相关人士对时代周报记者感叹：“没办法，行业竞争如此激烈，要抢占市场。”

火山引擎相关负责人则对时代周报记者表示，非常欢迎通义千问大模型降价。

商业是一场轮回。曾经，国内各大互联网公司看重的智能云业务同样经历竞价厮杀。如今，降价风潮从国外刮来，过去一年OpenAI已4次降价调整。

大模型非降价不可吗？价格战风潮已起，大模型高昂的成本之下，有资本竞价才能坐在牌局上。

## 海外刮来降价风

对于国内大厂的降价，中国国家创新与发展战略研究会副会长吕本富对时代周报记者表示：“本次价格战是由GPT4.0版本引发的效应。”

5月14日，OpenAI在春季新品发布会上发布了最新多模态大模型GPT-4o并宣布价格下调50%，目前GPT4的价格是每1千Tokens 0.42元。这是过去一年以来，OpenAI第四次降价。

面对性能更强，价格更优的GPT-

4o，国内也开启了价格调整。5月11日，清华系创业公司智谱AI宣布新价格体系，个人版 GLM-3 Turbo模型调用价格从5元/百万Tokens降低至1元/百万Tokens，降价幅度达80%。

智谱AI作为美团、阿里、腾讯、小米等众多公司投资的新贵AI公司，确实有价格厮杀的底气。截至2023年10月，智谱AI宣布当年已累计获得超25亿元人民币融资。

但面对大模型高昂的成本投入，大厂往往更有竞价优势。

在5月15日的火山引擎大会上，字节跳动发布豆包AI应用家族，并将豆包Pro 32k主力模型的企业级定价为0.0008元/千Tokens，比行业降低约99%，即1元钱能买到豆包主力模型的125万Tokens，约200万个汉字。

尽管豆包姗姗来迟，价格却直接“击穿地板”。换个概念类比，假设一本《三国演义》约75万字，在豆包花1元能处理3本《三国演义》的文字量。

同日，百度发布公告，其中提到：“使用大模型不应该只看价格，更要看综合效果，只有让AI应用效果更好、响应速度更快、分发渠道更广，才能让人们切实感受AI为社会生产带来的便利。”疑似回击字节的“跳水价”。

虽然百度称“不应只看价格”，但很快，百度也加入价格竞争。5月21日，百度直接宣布旗下两款主力大模型全面免费。

时代周报记者查看官网注意到，两款主力大模型均支持训练优化和部署调用，是百度智能云千帆大模型平台下的大模型，而百度智能云千帆大模型平台是文心大模型企业级服务的唯一入口。

换句话说，百度本次免费开放的产品主要面向企业提供。此外，ERNIE Speed是2024年刚发布的大语言模型，ERNIE Lite则是轻量级大模型。

一名业内人士对时代周报记者表示，轻量级意味着投入相对较低一些，但仍然成本高昂。

相比百度的小范围免费，阿里的通义千问大模型降价覆盖面更广，商业化模型、开源模型全都在列，一共9款。其中，降价幅度最大的是性能对标GPT-4的Qwen-Long，API输入价格从0.02元/千Tokens降至0.0005元/千Tokens，降幅97%；API输出

价格从0.02元/千Tokens降至0.002元/千Tokens，降幅90%，直接一折起购。

对于输入价降价大于输出价，阿里官方表示，现在用户结合长文本（论文、文档等）对大模型提问已经成为最常见的需求之一，所以模型输入调用量往往大于输出调用量。

5月17日，腾讯举办生成式AI产业应用峰会，腾讯云副总裁、腾讯云智能负责人吴运声在接受媒体采访时回应称：“腾讯大模型未来会把核心精力放在产品和技术能力发展上，相信能够提供有竞争力的模型和产品。”并未直接回应外界对价格的讨论。

但是在5月22日，面对阿里和百度的价格杀手锏，腾讯选择了跟进。

腾讯云宣布，其主力模型之一混元-lite模型的价格从0.008元/千Tokens调整为全面免费。同时，混元-standard API输入价格从0.01元/千Tokens降至0.0045元/千Tokens，下降55%；API输出价格从0.01元/千Tokens降至0.005元/千Tokens，下降50%。

新上线的混元-standard-256k API输入价格下调至0.015元/千Tokens，下降87.5%；API输出价格下降至0.06元/千Tokens，下降50%。而腾讯最高配置的万亿参数模型混元-pro，API输入价格从0.1元/千Tokens降至0.03元/千Tokens，降幅达70%，价格调整立即生效。

火山引擎相关负责人对时代周报记者表示：“非常欢迎通义千问大模型降价，共同助力企业以更低成本探索AI转型，加速大模型应用场景落地。”

此外，对于百度、腾讯均提到的技术力，字节方面介绍，豆包大模型在大幅降价同时，每分钟处理Tokens 限额可达到业内同规格模型的数倍，能够支持大量并发请求，有助于企业在生产系统调用大模型。

## “竞价”是个轮回

当用户对GPT-4o版本引发的降价效应喜闻乐见时，吕本富对时代周报记者表示，“这不一定对行业有利，可能会发生“清场”情况”。

参照各大互联网公司的智能云业务发展过程，阿里、腾讯、百度无一不经历价格洗牌。作为各大互联网公

司寄予厚望的业务，仅在过去一年，阿里、腾讯、京东、百度便先后加入智能云产品的降价潮。

去年4月，阿里在2023阿里云合作伙伴大会上宣布史上最大规模降价，5月又在2023阿里云国际伙伴大会上宣布产品优惠幅度最高至40%。随后，腾讯云宣布多款核心云产品降价，部分产品最高降幅达40%。中国移动旗下移动云也宣布全线产品最高直降60%。

今年2月，阿里云开启“疯狂星期四”，宣布核心产品价格全线下调，对100多款产品平均降价20%，最高降幅55%。阿里云降价当晚，京东云官网放出“全网比价、10亿比价金、对标产品再低10%、买贵就赔”等口号，甚至直接将比价对象列出阿里云、腾讯云、华为云等“特定云商”。4月8日，腾讯云甚至搞起了秒杀、送券包等活动。

从各大互联网公司成立智能云业务至今，各家智能云业务发展至少经历10~20年的周期，当行业面临突破需求天花板的压力，降价成为获取新用户、刺激需求增长的必要手段。然而国产大模型在2023年数月间便进入“百团大战”模式，到如今开启降价不过一年，这意味着AI大模型在获取用户量与提升需求方面面临更为激烈的竞争压力。

就此来看，大模型的降价风潮不会是第一轮，更不会是最后一轮。高昂的成本投入之下，必须以更快的速度提升用户使用量，才能在激烈的AI大模型竞争中存活。

整体来看，当前各家大模型开启降价、免费策略，但调价幅度、开放范围、产品类型、目标用户都有所区分，各有侧重。例如，智谱AI开放了个人版，百度则是两款企业级主力，字节的企业级产品宣布降价99%，阿里则选取单款模型API输入价格下调97%。

从AI大模型产业发展进程来看，商汤智能产业研究院院长田丰对时代周报记者分析道：“数据是未来的货币，也是人工智能大模型的训练资源，属于新型生产要素，所以大模型以处理加工的数据量计价，平价大模型有利于带来应用场景的全民创新。工程化、基础设施化会驱动大模型成本持续降低，降至成本拐点时，将激活指数级增长的社会需求。”

## 腾讯入局 月之暗面估值飙升

时代周报记者 申谨睿 发自北京

据The Information消息，大模型公司月之暗面（Moonshot）最新一轮的估值报价已达30亿美元，新入局的投资方包括腾讯、高榕创投等机构，这意味着中国大模型创业公司已经踏入200亿元俱乐部。今年2月，月之暗面刚获得了由阿里领投的10亿美元融资，当时估值约为25亿美元（约合人民币181亿元）。

时代周报记者就此询问腾讯和月之暗面，双方均表示不予评论。有知情人士向时代周报记者透露，腾讯此次投资的金额并不多。该人士称：“（腾讯）投了一点点，月之暗面估值攀升主要依靠聊天机器人Kimi的数据增长。”

月之暗面成立于2023年3月，是国内大模型领域的关键玩家。其核心团队曾参与参与Google、盘古、智源悟道等多个大模型研发中。目前，月之暗面已完成从通用大模型到上层应用的布局。在大模型基础层，月之暗面已训练出千亿级别的自研通用大模型，并获得了国内大模型备案审批。

在应用层，月之暗面于2023年10月推出了第一版 Kimi 聊天机器人，这版Kimi能够在一次问答中处理多达20万个汉字。到了今年3月，升级后的Kimi已经可以处理200万个汉字的长文本，常被应用于会议纪要、辅助编程、文案写作等场景。

AI产品榜（aicpb.com）的最新数据显示，2024年4月Kimi智能助

元、99元和399元，打赏后可分别获得4天、8天、23天、40天、93天和365天的高峰期优先使用权。用户点击“去支付”，即弹出微信支付页面。

在5月16日奇绩创空间闭门活动上，月之暗面CEO杨植麟称，目前大模型有两种主流商业模式——订阅模式和抽成模式。

“订阅模式是现在被验证过的、成立的商业模式，可能它在每个国家不同市场的规模不一样，但是它的天花板有限，按照多少人用来收费，无法（随着产品迭代）创造越来越大的价值。所以我觉得这个模式肯定不是最终的模式。”他表示。

抽成模式分广告抽成和GDP抽成。杨植麟认为，广告抽成即广告主为用户的时间、注意力买单，这种模式已在互联网平台得到了验证，确定性更高，但因用户的时间与注意力有限，该商业模式的机会也相对局限。

从GDP抽成即从产品产生的价值中抽成。“产品本质上是在创造新的GDP，（生产环节中的）大部分GDP由智能创造出来后，模型公司可以从增量的GDP里面去抽成。”杨植麟称。

“腾讯与月之暗面的合作不会仅停留在‘微信支付’上，腾讯本身具备非常庞大的用户体量和应用生态，这些侧端的软件对Kimi来说是极为高效的工具。”科技分析师张博丞向时代周报记者分析称，除上述利好外，未来双方可探索更丰富的产品形态，将技术广泛应用于腾讯倚重的社交媒体、游戏领域，以及B端场

景，一切都会随着大模型公司的商业模式逐渐清晰而推进。

张博丞认为，腾讯投资月之暗面更实际的原因，是希望成为月之暗面的云供应商。“把大模型公司挂在自己的云上，能为其带来切实的增长。”

在月之暗面之前，腾讯已经投资了MiniMax、智谱AI和百川智能。同为巨头的阿里目前已投资的国内大模型公司包括MiniMax、零一万物、智谱AI、百川智能以及月之暗面。值得一提的是，阿里还以算力支付形式进行投资。有媒体报道称，阿里巴巴上一轮向月之暗面投资的8亿美元，其中近一半是以云积分的形式提供的。

事实上，大模型行业快速发展，确实使得云供应商计算需求激增，为增速放缓、大打价格战的云厂商带来了新的想象空间。数据机构Synergy Research Group 的最新数据显示，2023年第四季度亚马逊、微软和谷歌三大云计算服务提供商占据了全球66%的市场份额。市场调查机构Canalys 发布的数据显示，2023年第四季度，阿里云、华为云和腾讯云继续在中国市场保持主导地位。这些企业都在自研并投资大模型技术。

“应用层的大模型厂商会将一部分收入用于训练和调适模型，这部分收入往往会直接支付给通用大模型公司和云厂商，而通用大模型公司也会拿出一部分资金用来维系云端，整个流程中，应用层模型获得收入的大约15%会流向云厂商。”张博丞向时代周报记者解释称。



今年2月，月之暗面刚获得了由阿里领投的10亿美元融资，当时估值约为人民币181亿元。

手网页版访问量达到2004万人次，较上月上涨60.2%，访问量已经超过文心一言，排在国内同类产品的第一位。另据QuestMobile的数据，2024年3月，Kimi智能助手APP的月活跃用户量是589.7万，Kimi智能助手微信小程序月活跃用户已经突破91.1万。

有媒体报道称，腾讯这次考虑投资月之暗面，很可能是想为微信与Kimi之间更深入的合作做好铺垫。

时代周报记者发现，目前Kimi开始通过“打赏”的方式小范围测试付费功能。Kimi打赏方案有6种，价格分别为5.2元、9.99元、28.8元、49.9

元、99元和399元，打赏后可分别获得4天、8天、23天、40天、93天和365天的高峰期优先使用权。用户点击“去支付”，即弹出微信支付页面。

在5月16日奇绩创空间闭门活动上，月之暗面CEO杨植麟称，目前大模型有两种主流商业模式——订阅模式和抽成模式。

“订阅模式是现在被验证过的、成立的商业模式，可能它在每个国家不同市场的规模不一样，但是它的天花板有限，按照多少人用来收费，无法（随着产品迭代）创造越来越大的价值。所以我觉得这个模式肯定不是最终的模式。”他表示。

抽成模式分广告抽成和GDP抽成。杨植麟认为，广告抽成即广告主为用户的时间、注意力买单，这种模式已在互联网平台得到了验证，确定性更高，但因用户的时间与注意力有限，该商业模式的机会也相对局限。

从GDP抽成即从产品产生的价值中抽成。“产品本质上是在创造新的GDP，（生产环节中的）大部分GDP由智能创造出来后，模型公司可以从增量的GDP里面去抽成。”杨植麟称。

“腾讯与月之暗面的合作不会仅停留在‘微信支付’上，腾讯本身具备非常庞大的用户体量和应用生态，这些侧端的软件对Kimi来说是极为高效的工具。”科技分析师张博丞向时代周报记者分析称，除上述利好外，未来双方可探索更丰富的产品形态，将技术广泛应用于腾讯倚重的社交媒体、游戏领域，以及B端场

景，一切都会随着大模型公司的商业模式逐渐清晰而推进。

张博丞认为，腾讯投资月之暗面更实际的原因，是希望成为月之暗面的云供应商。“把大模型公司挂在自己的云上，能为其带来切实的增长。”

在月之暗面之前，腾讯已经投资了MiniMax、智谱AI和百川智能。同为巨头的阿里目前已投资的国内大模型公司包括MiniMax、零一万物、智谱AI、百川智能以及月之暗面。值得一提的是，阿里还以算力支付形式进行投资。有媒体报道称，阿里巴巴上一轮向月之暗面投资的8亿美元，其中近一半是以云积分的形式提供的。

事实上，大模型行业快速发展，确实使得云供应商计算需求激增，为增速放缓、大打价格战的云厂商带来了新的想象空间。数据机构Synergy Research Group 的最新数据显示，2023年第四季度亚马逊、微软和谷歌三大云计算服务提供商占据了全球66%的市场份额。市场调查机构Canalys 发布的数据显示，2023年第四季度，阿里云、华为云和腾讯云继续在中国市场保持主导地位。这些企业都在自研并投资大模型技术。

“应用层的大模型厂商会将一部分收入用于训练和调适模型，这部分收入往往会直接支付给通用大模型公司和云厂商，而通用大模型公司也会拿出一部分资金用来维系云端，整个流程中，应用层模型获得收入的大约15%会流向云厂商。”张博丞向时代周报记者解释称。

# “南北奥迪”错位竞争

时代财经 张旭

继2023年7月签署深化战略合作谅解备忘录后，5月20日，上汽集团和奥迪汽车正式签订合作协议，标志着双方的合作进入新阶段。

根据合作协议，双方针对中国市场联合开发全新平台“智能数字平台(Advanced Digitized Platform)”，并基于该平台打造全新一代高端智能网联车型，首款车型将于2025年上市。首批合作打造的车型将是三款纯电动车型，覆盖B级车和C级车细分市场，产品上市周期将大幅缩短超过30%。

上汽集团总裁王晓秋指出：“奥迪汽车拥有强大的高端车型产品定义、整车研发和工程技术能力，上汽集团智能电动创新技术行业领先，双方将通过此次合作携手赋能上汽奥迪的未来发展。”

可见，上汽奥迪试图在强调奥迪定义产品的同时，对智能化等方面进行强化，以提升竞争力。同时也能够和一汽奥迪形成差异化，避免产生内部竞争。上汽大众总经理贾健旭也直言：“‘南北奥迪’互相掐架，互相去‘卷’，毫无意义。”

## 奥迪牵手上汽，提速降本

“奥迪标志性的美学和工程设计与上汽集团的创新势能相得益彰，将为中国消费者带来直观、互联的数字体验和先进的自动驾驶功能。”奥迪全球CEO高德诺(Gernot Döllner)在签约现场表示。

在中国高阶智驾大面积落地的当下，豪华品牌已经很少再提到“先进”这样的字眼。即使考虑到上汽集团的技术输出，上汽与奥迪的合作项目要保持“先进”也不得不加快研发脚步。“通过和上汽集团的合作，我们将进一步加速在华的电动化战略推进。”高德诺表示，得益于全新合作模式，ADP平台车型推出时间将缩短30%以上。“首批合作项目的车型会覆盖B级和C级市场，首款产品预计



将于2025年上市”。

有行业人士向时代财经表示：BBA开发一款车型一般需要数年时间，首车2025年上市，意味着其效率几乎与造车新势力看齐。“这在以往是不可想象的，本次合作明显加快了速度。”

奥迪汽车A至C级电动车型产品线负责人宋斐明(Fermín Soneira)将担任此次合作项目的首席执行官，他对于此次双方合作充满信心：“我们将共同推进开发、采购、生产和销售等工作。随着双方倾注各自核心优势，我坚信奥迪将充分利用‘中国速度’和市场创新活力，持续塑造高端电动出行的未来。”

除了速度，智能化也是格外被强调的一点。大众汽车已经和小鹏汽车合作，奥迪则选择了上汽集团，形成了差异化格局。

上汽集团旗下的零束科技将为奥迪与上汽的合作注入“智能数字灵魂”。从路线图来看，将于2025年推出的上汽奥迪全新纯电车型，预计将搭载零束银河全栈3.0智能解决方案。

上汽大众总经理贾健旭在接受媒体采访时透露，该合作项目下推出的奥迪电动车型将有新的产品序列

命名，不会放在外界熟知的奥迪现有电动车产品序列e-tron旗下。

上汽与奥迪的合作有两大关键词，一是提速，二是降本。当前，“价格战”席卷了汽车行业，即使是豪华品牌，也不得不通过降低成本来提高竞争力。

贾健旭在媒体采访环节表示：“上汽有中国最好的零部件体系，有最好的电动化合作伙伴。上汽背后所带来的，是中国电动车产业的高速发展，奥迪看中的就是这个机会。”他同时透露，上汽大众安亭工厂将于5月24日开始改造，计划10个月后将投产奥迪新车型。“新车将搭载5/6C超快充技术，以及通过降低低压功耗减少动力电池装车容量，以达到降本的目的。”

对于上汽集团与奥迪的合作，知名经济学者盘和林向时代财经表示：“此次合作是奥迪看到了中国汽车电动化智能化上的产业优势，与上汽在智能化等方面开展的合作。也说明中外车企之间已经进入到技术输出的新阶段。”

## “南奥迪”的对手不是“北奥迪”

上汽与奥迪的合作，再度引发外

界对于“南北奥迪”的关注。

作为BBA中唯一在华有两家合资公司的品牌，相较产品更为丰富的一汽奥迪，上汽奥迪的竞争空间有一定局限。

在燃油车领域，奥迪旗下主力车型主要由一汽奥迪制造和销售，上汽奥迪推出的首款车型轿车A7L以及SUV车型Q6，上市后声量较小。新能源车领域，上汽奥迪也仅有Q5 e-tron一款车型。

凯联资本董事总经理、产业研究院院长董事合伙人由天宇向时代财经表示：“市场的变化越来越快，双方在讨论合作时BBA的势头还非常强劲，但上汽奥迪首车上市不久就遭遇了市场环境的转换。2022年自主品牌电动车上量，让上汽奥迪的销量不及预期。”

为提振旗下车型销量，上汽奥迪打出价格牌。2023年上汽奥迪官宣下调A7L、Q6及Q5 e-tron部分配置车型的指导价，最高降价达2万元。

官方数据显示，2024年一季度，上汽奥迪交付量超1.2万辆，同比增长约430%。从增长速度来看，上汽奥迪取得了一定进展，但整体市场规模

不算高。

奥迪还将新的电动化平台落地一汽。2020年10月，奥迪与中国一汽集团签署谅解备忘录，成立奥迪一汽新能源汽车有限公司。新一代PPE电动平台导入奥迪一汽，新车型也由一汽奥迪销售公司进行销售。今年北京车展上，首款基于PPE平台打造的纯电动车型Q6L e-tron正式亮相。

在这样的背景下，“差异化”是上汽奥迪不得不走的一步。此番联合开发全新平台，也是进一步形成差异化发展的重要尝试。

对于奥迪与上汽宣布开发的“智能数字平台”和奥迪一汽的PPE项目产品差异，贾健旭表示，PPE是全球平台，全新的“智能数字平台”是在全球架构下为中国消费者新能源和智能化需求量身打造的，并且在产品上专注不同级别的车。

贾健旭直言：“我们要把一个高端品牌重新立到一个更高的位置，这是我们今天所要做的事情。而不是‘南北奥迪’互相掐架，我们互相去‘卷’，毫无意义。”

宋斐明也表示，即使存在竞争，一定是针对外部的竞争，而不是内部的竞争。会对产品进行更加差异化的细分，更好地突出优势。

一方面，企业的规划决定了“南北奥迪”一定要错位竞争；另一方面，在新的市场环境下，内部互卷已经没有出路。

2023年，奥迪母公司大众汽车与中国新造车品牌小鹏汽车达成合作，宣布三年内联合开发两款中级电动车；在上汽集团与奥迪达成此次合作前几日，Stellantis集团和零跑汽车共同宣布，零跑国际正式组建完成，并将于2024年9月首先在欧洲开启销售；现代汽车集团去年在韩国Hi-Tech超级技术日上亦透露，“现代和北汽集团合作的电动车项目正在推进中”。

在合资模式走过40年后，伴随着新能源浪潮和中国自主品牌的发展，“技术输出”与“反向合资”正在成为一股新的潮流。■

# 阿维塔寻求突破 经销模式重回车市“牌桌”？

时代周报记者 武凯 发自北京

“单家直营商超店仅年租金就在60万~70万元，成本太高了。”5月23日，北京市朝阳区某阿维塔直营门店负责人对时代周报记者表示。

近日，长安汽车旗下新能源汽车品牌阿维塔开始调整销售模式，降低直营门店比例、大力拓展经销商渠道。整体来看，北京、上海、广州等一线城市的阿维塔直营门店将部分保留，其余二、三线城市将主要采取经销商模式进行销售。

阿维塔大幅降低直营门店比重被业内视作降低成本之举。除了成本层面的考虑，快速铺开销售网络、扩大销售规模也是其此番调整的重要目的之一。

阿维塔科技总裁陈卓在2024北京车展期间曾表示：“去年下半年我们扩充了大概120家门店，今年还会再次扩充120家门店，今年年底门店预计会达到470~500家。今年下半年，有4款产品在渠道同时开售。”

阿维塔急需利用有限的资金、开拓更大的市场。

## 降本增效，向长安经销商网络借力

在减少直营门店后，阿维塔选择回归长安汽车经销体系。

5月23日，河南省郑州市某长安深蓝/阿维塔4S店销售人员对时代周报记者透露称，当地直营门店每月成本高达20万~30万元，覆盖店铺租金、人员费用、车辆成本等。不过，如此高的成本却未能带来理想的效益，目前当地阿维塔汽车的销售工作已

由长安汽车经销商接手。

除了上述郑州市长安深蓝经销商门店，北京地区的部分长安汽车经销商也在深度参与阿维塔汽车的渠道工作，包括电话邀约、推介等售前工作以及售后服务等。

“事实上，北京所有直营门店订单都在我们这里交付，售后以及维修、保养等工作也是在我们这里进行，此外还有另外两处长安汽车售后点能够支持阿维塔汽车的售后服务。”北京京广长风汽车销售服务有限公司（下称“京广长风”）工作人员透露称。

时代周报记者从多个渠道了解到，北京地区仅有的1处阿维塔汽车交付中心，即阿维塔中心（北京朝

阳店），便由京广长风搭建、运营，后者为北京地区两大长安汽车经销商之一。

目前，阿维塔直营门店仅负责售前服务。

对于阿维塔转向经销商模式的进展，上述京广长风工作人员直言后续直营店马上划归经销商，“基本上快没有直营店了”。不过相较于郑州等城市已大致完成销售模式的转变，阿维塔在北京等一线城市的调整还在进行中。

北京市朝阳区某阿维塔直营门店负责人对记者表示，当地阿维塔的销售渠道既有经销商参与，也有部分直营门店参与。“一线城市经营成本格外高，经销商也需要衡量投资和收益。”他说，“以市内某直营门店为例，其全年店铺租金就有60万~70万元。”

对于阿维塔全面拥抱经销商模式的原因，该负责人称：“我们的车主一直反映阿维塔的产品力够强，就是厂家的营销不行。后来厂家也意识到了自己作为一个生产商不适合营销，想让经销商试试。”

长安汽车年报显示，2023年长安汽车经销商数量为3913家，经销商模式贡献收入占整体收入的85.53%。长安汽车原有遍布全国的经销商渠道，能为阿维塔转向经销商模式提供强大支持。

卸下“成本包袱”，新势力积极拥抱经销商模式

直营模式兴起于特斯拉，其凭借透明的价格体系、标准化的服务流程等受到不少消费者推崇，也成为国内多家造车新势力品牌的首选销售模

式。但随着汽车行业竞争的加剧，部分品牌面临直营成本高企，但效益十分有限的困境。

以阿维塔为例，2023年阿维塔营收56.5亿元，净亏损却高达36.9亿元。对此，长安汽车在2023年年报中解释称：阿维塔处于战略投入期，在产品研发、品牌推广、渠道打造、技术人才引进等方面资源投入较大，导致亏损。

此外从单店效益角度来看，2023年阿维塔全国门店超350家，但全年汽车销量仅为27589辆，相当于2023年阿维塔单店单月平均销量仅有6.6辆。如何实现2024年全年9万辆的销售目标，成为阿维塔的待解之题。

此次调整便是出于对更低经营成本和更大销售规模的追求。

陈卓在接受采访时表示，阿维塔渠道由自营转向他营，保留部分自营渠道，可以使渠道更轻、成本更低。“下半年有4款产品在渠道同时开售，届时渠道数量和能力都可以承载新品销售。”

除了原有长安汽车经销体系，阿维塔也在大量招募经销商。阿维塔官网发布的招商信息显示，其正于上海、广州、深圳等城市招募合作对象，合作门店类型包括阿维塔中心、阿维塔订单中心等，并要求其位于城市核心汽车商圈，具有新车体验、销售、售后等功能。

阿维塔并非首家由直营回归经销商模式的新势力品牌。

在2023年年初，长城汽车原副董事长、总经理王凤英担任小鹏汽车总裁一职后，也加大了经销商门店的拓

展力度。据媒体报道，2023年小鹏汽车淘汰了超过130家低效直营门店，同时引入160家经销商伙伴，新增覆盖了40个三线甚至更低线的城市。

此外，岚图、零跑汽车等新势力品牌也都在持续引入经销商的力量，谋求轻装上阵。

在业内人士看来，相较以往经销商，新能源汽车时代的经销商正趋于规范化，且更能适应激烈的市场竞争。

“考虑成本和受众规模因素，直营门店难以渗透中小城市和下沉市场，经销商模式则更适合大部分的市场环境。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示，“此外经销商对库存的处理，平顺产销，确保产业链优势发展具有重大的意义。4S店的经销模式能有效维护上游供给与中端消费者的平衡。”

同时中国汽车流通协会也指出，2024年国内经销商普遍加大了对新能源汽车品牌的布局力度，而直营模式只有在大中城市才能得到一定发展。

当下阿维塔已完成超90%的渠道转换工作。

对于原有直营门店员工，阿维塔提供了半年的过渡期：在这期间，如果员工选择离职，阿维塔会补偿N+1.5个月工资；如果员工加入合作经销商，阿维塔则补偿N+1个月工资。此外前半年，阿维塔会补贴部分底薪和提成；半年后，底薪和提成情况由经销商自行决定。

阿维塔方面对时代周报记者表示，今年全年预计会有8款产品推出。随着产品上新和渠道的迅速开拓，阿维塔有望进一步提振销量。■



阿维塔科技总裁陈卓曾表示：“今年还会再次扩充120家门店，今年年底门店预计会达到470~500家。”

# A股“IPO钉子户”中乔体育长跑13年终弃赛

时代财经 周嘉宝

A股IPO最大“钉子户”，主动结束了13年的上市长跑。

中乔体育发布声明称，撤回IPO申请是公司董事会基于经营决策和战略规划调整的考虑。而关于针对战略调整、公司运营现状等问题，5月20—21日，时代财经向中乔体育致电并发送采访提纲，截至发稿，未获回复。

主动“弃赛”背后，折射出了中乔体育的坎坷上市路。

早在2011年，晋江老板丁国雄创立的“乔丹体育”已顺利过会。但次年，NBA飞人迈克尔·乔丹的一纸诉讼，让乔丹体育IPO进程受阻，双方关于“乔丹”商标的拉锯战长达10年之久。2021年“乔丹体育”更名为“中乔体育”。2022年3月，中乔体育败诉。

失意于资本赛道的中乔体育，在下沉市场里闯出一片天地。近年来，中乔体育踩中马拉松风口，借助经销商优势，在三、四线城市里夺得市场份额。

但是，当下的运动鞋服行业正步入存量竞争时代，同行们借力资本市场迅速扩张。无论是乔丹品牌力的重构，渠道变革的挑战，还是并购品牌的发展，中乔体育都需要资金支持。

从A股IPO撤退后，中乔体育在残酷的市场竞争中走向何方？

## “西北老铁”助攻，经销商撑起业绩大盘

虽然未能成功冲击资本市场，但中乔体育自身的造血能力不俗。过去几年，中乔体育实现正向盈利，并以自有资金完成多个项目建设。

根据中乔体育招股书，2019—2021年，中乔体育归母净利润合计26.65亿元。

有接近中乔体育IPO的人士对《上海证券报》透露，此前中乔体育IPO计划募资10.64亿元，涉及鞋生产基地扩建、研发中心建设、全国战略直营店建设以及信息化建设等项目，基本以自有资金建设完成。

上市未果的中乔体育稳住了基本盘，主要得益于庞大的经销商体系。

2023年更新的招股书显示，截至2022年6月底，中乔体育乔丹品牌专卖店达6269家，品牌线下市场几乎全部为经销商店。2019—2021年，前五大经销商均支撑起了中乔体育超四成的业绩。

为中乔体育打江山的经销商，也获得了充分的自主权。

时代财经获悉，中乔体育的经销商，可以在中乔体育授权经销区域内开设乔丹品牌专卖店，或发展分销商；经销商的利润主要来自专卖店零售利润以及分销商供货批发利润。

按地区来分，西北地区对中乔体育的营收贡献占比均超过营收总和的1/5。

多名鞋服业内人士对时代财经透露，以兰州大区经销商为主导，中乔体育经销渠道在西北地区十分强势。

时尚产业独立分析师、上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄就对时代财经表示：“兰州代理商在甘青宁地区做得不错，据说比安踏、特步做得还好。”另一名不愿具名的服装行业人士也曾去实地观察乔丹兰州门店的人流、提袋率等，“我没去过兰州前，也不知道他们卖得这么好”。

招股书显示，截至2022年上半年，兰州区域的经销商为中乔体育第二大客户，其所管理的销售区域，包括甘肃、青海、西藏（日喀则市、林芝市、那曲市）和内蒙古阿拉善盟地区，有816个终端门店，占比全国总终端门店数量的13.02%。这些门店也为中乔体育贡献了11.25%的营收，达3.49亿元。

在团队规模和资产配置上，兰州大区经销商都称得上“顶配”。

“目前，（我们的）业态体量及市场细分盘量位居甘青宁藏新等西北五省区服饰销售类企业首位。”兰州大区经销商发布的资料显示，其直属管理员工有2100多名。公司（集团）拥有全资控股的直属独立产权公司80家；拥有自购独立产权仓储物流中心大楼一幢；拥有自购独立产权商铺90多间。

时代财经注意到，中乔体育的主打品牌乔丹，在兰州大区十分畅销。兰州大区经销商公开披露的数据显示，截至2023年6月，乔丹品牌在甘青宁藏区域的地级、县级城市营业推广网络覆盖率达到93%，当年营收目标为16亿元。

中乔体育之所以在西北市场得以成功，得益于其充分挖掘下沉市场空间。早在2020年，兰州大区经销商就释出覆盖区域数百个县、镇的招商信息，仅宁夏就开放超70个镇的招商席位。上述经销商披露，2021年中乔体育甘青宁藏的运营中心约有730家门店，到2023年6月，该区域店铺已达到916间。

另外，中乔体育也是第一波吃到西北地区马拉松红利的品牌。2011年中乔体育以400万元首次赞助合作兰州国际马拉松赛后，乔丹品牌与兰州国际马拉松长达10多年的深度绑定，也极大地推动了核心跑步品类在西北地区的销售业绩。

早在前《全体育》总编辑、《跑者世界》总编辑张路平的《马拉松大时代》一书中就有提及，“中乔体育兰州直营店在两届兰马过后，总销售额增长50%，跑步产品增长占总销售额的112%，中乔体育快速成为甘肃省市场占有率第一的运动品牌”。

## 成于渠道，困于渠道

过去10多年，中乔体育官司缠身。但着力构建的经销渠道，也让其“吃饱喝足”。随着行业大环境与竞争格局的变化，中乔体育在诸多挑战下，高度依赖经销体系的弊端短板也逐渐显现。

加盟多个国内外运动鞋服品牌的经销商李宏（化名）对时代财经称，中国市场赛道品牌众多、竞争激烈。

过去几年，在运动品牌去库存与消费市场日趋理性的背景下，终端经销商经营压力与日俱增，“这几年，整个行业生意都不好做”。

当市场的终端压力传导至品牌端，主动降低批发出货价格、进一步给经销体系让利，同时加强品牌资源投放、严控供应链成本等成为中乔体育的必然选择。

程伟雄认为，定位于大众运动赛道的中乔体育，即使飞影PB等核心跑步产品已出圈，但是在运动品牌纷纷加码跑步与篮球市场的背景下，中乔体育没有和其他品牌形成差异化优势。“核心竞争力不强的品牌在存量市场下，最终面临的是价格博弈，毛利进一步受损。”

中乔体育的盈利能力遭遇挑战，早已有迹可循。

招股书显示，2019—2021年，中乔体育的毛利率表现都远低于同行，并持续下行。中乔体育毛利率分别为31.91%、29.52%、27.86%；而同期行业平均值分别为46.94%、46.06%和49.52%；如今的“国货一哥”安踏体育则表现更好，分别为55.00%、58.15%和61.64%。

此外，公司的存货金额也在攀升。招股书显示，中乔体育的存货金额由2019年年底的9.06亿元，增至2021年年底的9.30亿元。截至2022年中，存货金额进一步增至约13.25亿元。

挑战当前，健康已成中乔体育的核心任务之一。

中乔体育2023年度商品总结暨2024年工作展望会议的主题是“稳增长、提毛利、保健康”。中乔体育的商品运营管理在2023年，还出现了包括鞋品销售乏力、新品贡献不足、核心品类下滑严重等问题。

另一方面，中乔体育大区经销商高度自治，也削弱了品牌对终端门店的管控力，为乔丹品牌形象重塑增加了障碍。

中乔体育加盟商林冲（化名）对时代财经透露，许多印有“乔丹”字样的老店招牌直到去年才被替换为“中乔体育”或“QIAODAN”。他还观察到，乔丹品牌似乎与年轻消费群体的连接也出现了断层。

林冲说：“尽管中乔体育近几年的产品从品质、设计都比较接近安踏，价格只是后者的一半，形成了很大优势。但是，大部分知道并认可该品牌的客户还是中年人，年轻人要么不认识，要么因为此前的商标纠纷，对这个品牌有疑虑。”

程伟雄对时代财经强调，中乔体育的渠道改革迫在眉睫，“如果要做一个长期的品牌，那势必要让品牌、产品、渠道都掌控在自己手里，才能够真正把品牌的愿景、故事传递给用户”。

中乔体育也意识到，过度依赖经销渠道对公司发展产生的负面影响。

在招股书中，中乔体育提到过度依赖区域授权经销商、经销商管理不当、区域授权经销商的签约等风险。

计划募资11亿元用于4个项目中，其中，5.86亿元是关于渠道力强化，包括扩张一、二线城市战略性直营门店和信息化建设两个项目。

## 资金需求大，仍关注资本市场动态

面对日益激烈的竞争态势，上市融资或仍是中乔体育破局的关键之道。IPO长跑13年，已让中乔体育错过许多扩张的机会。

程伟雄对时代财经表示：“对于中乔体育来说，许多同行已经通过资本市场历练，完成了一轮渠道梳理、直营门店布局等。冲击资本市场多次未果，让中乔体育的发展已经受到制约，发展大幅滞后。”

当下，中乔体育的优势下沉市场，竞争环境也变得愈发复杂。

性价比消费成为主流大势，中国头部运动品牌的竞争，已经不仅停留在品牌和产品，而是进一步延伸至供应链与服务。同时，阿迪达斯等国际品牌也盯上了下沉市场。一旦下沉零售市场迎来头部品牌的“降维”打击，中乔体育等品牌或受到影响。

除此之外，上述中乔体育的加盟商对时代财经透露，在中低端消费区间，匹克、361度等都在关闭效益较差的直营店，将区域开放给加盟商，以在降本的同时，依托成本更低的经销网络来稳固下沉市场份额。

程伟雄认为，中乔体育想要突出重围，必须加速梳理内部渠道，加大构建品牌力和产品力等。而这些都需要大量的资金支持，“自有资金毕竟有限，如果没融资的话，肯定会更有压力”。

然而，中乔体育要“花钱”的地方不仅仅于此。收并购与海外市场扩张，均需要资金支持。

作为多品牌战略下的第二增长曲线，中乔体育曾以6250万美元在2020年收购英国足球服饰品牌茵宝（Umbro）中国100%的股权。2023年，该品牌首家直营店在重庆万象城开业。

但显然，中乔体育仍在缓慢消化茵宝品牌的过程中。茵宝官网显示，该品牌在中国目前只有4家门店，分别位于上海、成都、重庆和厦门。

在国内品牌纷纷向海外市场要增长的时候，中乔体育也在2023年成立了海外业务事业部。

还未插上资本的翅膀，但中乔体育已经为随时起飞做好准备。有行业观点认为，中乔体育从资本市场“撤退”或只是暂时的，其有进一步冲击H股的可能性。

作为加盟商，林冲也仍对中乔体育的上市抱有强烈期待。因为在今年4月，区域工作人员就曾对经销商透露，公司会在下半年上市的消息。“公司说上市之后，会对我们投入更多资源，有更多好的政策”。

另一方面，中乔体育也对外释放出上市的可能性。中乔体育在声明中称，本次撤回不会对公司经营及长远发展造成影响，将持续关注资本市场的动态。■

26.65  
亿元



# 对手累了 库迪咖啡还在卷

时代周报记者 李馨婷 发自广州

极致内卷的咖啡赛道里，陆正耀和他的库迪咖啡依旧乐此不疲。

5月21日，库迪咖啡宣布自6月1日起，开启为期三个月的“夏日果咖季”大型营销活动，活动期间，除少量特殊门店外，全部饮品9.9元不限量促销。

同时，库迪咖啡还宣布推出便捷店型“COTTI Express”。

库迪咖啡的便捷店COTTI Express是一种店中店，具有占地面积小、投资小、盈亏平衡点低等三大特点，未来将广泛植入到便利店、连锁餐厅等各类业态和各种场景。

显然，价格战和规模战，库迪都不想输。

2月26日，在全球门店数达到7000家之际，库迪咖啡曾宣布开启“好咖啡全场9.9元不限量”促销活动，活动为期三个月。

到了4月29日，库迪咖啡则宣布现行门店补贴政策将延长至2026年12月31日，该政策覆盖现有门店和未来新开门店，不同门店根据房租和竞争等不同因素，可以获得不同金额的补贴，最高单杯可补贴至14元。

价格战之下，补贴安抚了迫切想要盈利的加盟商，但对库迪来说，则意味着需要更多的现金流来支撑，而这又倒逼库迪开出更多的门店，吸引更多的加盟商来创造更多的现金流。

就像一只上紧发条的陀螺，库迪还没有要停下来喘息 signals。

## 推2平方米低成本加盟店

当前，库迪咖啡方面尚未对外公布便捷店型型的投资费用。

5月23日，库迪咖啡招商人员告诉时代周报记者，便捷店型对面积与装修的要求较低，2平方米左右即可，门店只需要简单的水电改造。除了便利店、连锁餐厅，便捷店型还可以植入到蛋糕店等场景。

招商人员还表示，申请该店型的前2000个名额，设备费用为2000元/月，即2.4万元/年；前2000个名额外，门店设备费用则为4000元/月，4.8万元/年。此外，便捷店型的服务费豁免范围也从2万元下调到1.2万元，收取30%的服务费门槛则从8万元下调到4万元。

根据此前库迪咖啡方面的资料，库迪咖啡门店共分为店中店（6~12平方米）、快取店（小于40平方米）、标准店（40~150平方米）和品牌店（150平方米以上），对应的单店投资总额为20.8万元、23.5万元、30.2万元和53万元。据此推算，便捷店型的投资预算较店中店型将显著下降。

尽管相关投入成本较低，但对于一部分库迪咖啡加盟商而言，便捷店的吸引力有限。

5月22日，库迪咖啡加盟商魏明（化名）告诉时代周报记者，对于便捷店型，他持观望态度。魏明与朋友合伙在华南某二线城市开了3家库迪门店。“由于品牌长期9.9元促销，我们店家其实都是靠补贴维持经营。现在我手头情况最好的门店，预计一年半能回本，另外两家，还不知道要等多久。”魏明说道。

魏明说道。

门店在深圳的加盟商黄屹（化名）则告诉时代周报记者，自己并不考虑便捷店型。在他看来，便捷店面积有限，能摆放的设备也有限，这会限制门店能上的产品数量，从而影响出杯量。“我的门店是快取型（小于40平方米），今年开业以来，目前工作日日均出杯量在400~500杯，周末就100多杯。”在黄屹看来，现阶段开库迪咖啡，店家的收入主要依赖于库迪提供的单杯补贴，出杯量少意味着店家的收益也会受影响。

## 加盟商没那么买账了

规模焦虑之下，便捷店无疑是库迪咖啡为吸引更多加盟商而讲出的新故事，但加盟商似乎并不像过去那样买账了。

今年一季度，瑞幸咖啡净增门店2342家，门店总数达18590家。企业方面数据显示，库迪咖啡目前门店数量已超7000家。另据窄门餐眼数据，今年以来库迪咖啡新开门店570家，与瑞幸相比仍有不小距离。

值得注意的是，2023年全年，库迪咖啡开店数6537家，平均每个月开店545家，而今年以来，库迪咖啡的月均开店数仅维持在不到150家的水平。

库迪咖啡的长期低价促销，让相当一部分加盟商依赖品牌补贴输血，难以形成正向盈利模式，而价格战的负面影响也已经蔓延到全行业。

与库迪咖啡短兵相接的瑞幸咖啡业绩受影响最为明显。2023年，库迪咖啡首推9.9元促销活动后，瑞幸

咖啡迅速跟进。同年8月，瑞幸咖啡董事长郭谨一宣布，要把9.9元活动常态化进行下去。

根据瑞幸咖啡此前发布的2024年一季度报，今年前三个月，瑞幸咖啡营收62.78亿元，同比增长41.5%，同时，公司同比由盈转亏，净亏损7142万元。

此外，瑞幸一季度自营门店同店销售增长率为-20.3%，2023年同期为29.6%；营业利润为3.2亿元，利润率为7.0%，2023年同期上述指标分别为7.9亿元、25.2%。今年开年以来，瑞幸咖啡部分门店的9.9元促销活动范围也出现调整，被消费者质疑“优惠活动缩水”。

同一时期，星巴克中国的业绩表现也受到影响。今年一季度，星巴克中国市场收入为7.058亿美元，同比下降8%，利润率取得环比增长。同时，星巴克中国的同店销售额下降11%，主要原因是平均客单价下降8%，同店交易量下降4%。

“价格战让国内现制连锁咖啡行业的竞争变得极其惨烈，头部品牌通过自损八百的方式让竞争对手受伤一千。”5月23日，普财资本创始人葛贤通对时代周报记者说道。在葛贤通看来，受经济发展周期对消费大环境的影响，在接下来比较长的一段时间内，价格战仍会是连锁咖啡行业无奈的必选项，而现制咖啡的渗透率也在混战中进入新阶段。

“现制咖啡行业还有比较大的市场空间，我个人依旧看好行业的发展，但是竞争确实残酷，接下来不少选手该掉队了。”葛贤通分析道。

7000  
家

# 6·18酒水直播暴增 黑马主播43分钟成交破亿元

时代财经 幸雯雯

电商平台的6·18大促开启，酒水直播跑出“黑马”。

据澎湃新闻等多家媒体报道，5月20日晚天猫6·18启动，新入淘的垂类达人“酒妹妹”仅用43分钟成交破亿元，不到一小时卖出了3万瓶茅台。

对比去年6·18大促开启首小时，天猫酒水直播销售额增长超30倍，而首日的同比增幅则为1300%。当天晚上，近30个淘宝酒水直播间同时开播。

线上酒水直播异常热闹，但线下终端零售却是另一番景象。

“前些年一年能卖好几瓶，现在一年卖出两瓶就算好了。”在广州某乡镇经营烟酒杂货行的小郑感叹店里近年散飞行情不好，除了整体经济环境的因素，线上渠道也对线下终端销售造成一定影响。“3200元一瓶，如今很少有人舍得送这么贵的礼，而且满大街都在卖，电商平台、直播间也有，顾客未必会选择我们家。”

近年来，淘宝加大扶持酒水垂类达人，酒仙亮哥、酒妹妹等主播横空出世。北京市社会科学院副研究员王鹏表示，此举既是市场需求的反应，也是拉动销售、丰富平台内容和提升用户黏性的重要策略。

而对酒企来说，在传统的经销渠道外，加大对包括电商平台在内的直营渠道布局，也成为促进销售的重要手段之一。

## 3000单飞天1分钟售罄

低价是酒水直播销售额攀升的决定性因素。

以酒妹妹的直播间为例，其53度飞天茅台500ml双瓶页面价格为5202元，领400元大额券后，实付4802元，即单瓶仅需2401元。相比而言，市面上散飞价格终端零售价约3000元以上，线上渠道约2700元。低价吸引下，商品链接上架不到一分钟，还没等助

播介绍完，3000单已被抢光。

而五粮液八代原箱（500毫升×6瓶）到手价5533元，与五粮液官方旗舰店、京东自营、苏宁易购、中酒网等价格相比，便宜约500元。

酒妹妹原是辛巴旗下的主播，在众多酒水达人主播中有一定的号召力。离开快手阵营后，酒妹妹在去年9月加入淘宝，目前拥有29.31万粉丝。“从去年养号到现在，你们都说支持我，现在就来看看你们的实际行动啦，来上链接。”直播中，酒妹妹不忘提醒粉丝将他们的追随变现。

从平台页面可见，酒妹妹5月20日的直播时长超过5小时，有超过231万人观看。多款酒水产品中，茅台、五粮液最受消费者欢迎。当晚“名酒系列”全部售罄下架。澎湃新闻报道称，她不到1小时卖出了3万瓶茅台。

据时代财经了解，天猫超市在今年6·18期间也将分批次放量3万瓶1499元53度500ml飞天茅台，其中在5月26日晚8点放量1万瓶。

除了赚人气、赚流量，平台也会用平价茅台刺激消费者注册会员。直播间里，酒妹妹也多次提醒粉丝注册88VIP，领取大额优惠券，将商品到手价压到最低。

时代财经采访多名参与抢购平价茅台的消费者，他们都注册了京东Plus会员、淘宝88会员、苏宁易购等会员，但至今没有成功抢到一瓶1499元的平价茅台。

“平台都会对外宣称大批量放货，但大部分都被专业抢茅台的黄牛捷足先登，普通消费者抢不抢得到也不重要，起码平台能收割一波会员。”一名电商从业者告诉时代财经。

这两年，电商平台在加大对酒水品类的资源倾斜，以撬动业绩增长。

淘宝也在扶持直播达人。目前酒仙亮哥、酒妹妹两匹“黑马”相继跑出。今年天猫6·18开售首日，近30个酒水直播间同时开播，除了酒妹妹，酒仙亮哥、魏骏杰直播间也实现销售



破亿元，相比去年天猫6·18开卖首日，酒水直播销售额增长超1300%。

据魔镜洞察《2023年度消费新潜力白皮书》，2023年线上酒类市场规模超1200亿元，全年销售额同比增长超50%。其中，淘宝平台涨幅最高，达147.9%；京东平台销售规模最大，达340.8亿元。

不过，平安证券研究报告也指出，线上渠道在拉动销售的同时，过低的补贴成交价也对原有的价格体系造成冲击，线上假货率较高的问题同样存在。

## 酒企都在下场做直播

随着白酒行业进入深度调整期，面临高库存的各酒企都在加大对包括电商平台在内的直播渠道布局。

2019年起贵州茅台加快自营渠道建设，开始在天猫超市、苏宁易购、Costco等渠道投放1499元/瓶53度飞天茅台。此后，平价茅台也被各渠道当做引流神器，定时定量放出，供消

费者抢购。2023年，贵州茅台在直销渠道的收入达672.32亿元，同比上涨36.16%，直销渠道营收占比提升至45%，且毛利率达到95.46%，高于批发代理渠道89.29%的毛利率。

此外，2023年五粮液的直销收入达304.62亿元，同比增长12.53%，占比39.85%，实现毛利率86.75%。

有业内人士告诉时代财经，天猫、京东和一些互联网新零售巨头都有茅台配额，提货价1399元/瓶。换句话说，与飞天茅台最新出厂价1169元/瓶相比，贵州茅台卖给零售巨头要比卖给经销商多赚230元/瓶。中国酒业独立评论人肖竹青认为，推出1499元平价茅台，是贵州茅台在业绩压力下驱动下作出的举措。

今年6·18大促中，包括五粮液、山西汾酒、洋河股份以及泸州老窖等头部白酒企业均亲自下场，在淘宝、抖音等平台开播。

根据达多多平台数据，近30天内，五粮液酒类旗舰店直播间共直播30场，销量750~1000笔，直播累计销售额达100万~250万元；水井坊更为勤奋，近30天内直播43场，销量为1000~2500笔，销售额为250万~500万元。

除外部平台，越来越多的酒企正在加入自营电商的行列，包括自建以私域流量为主的数字化渠道，如贵州茅台自建平台i茅台和巽风；五粮液也推出自建电商平台“五粮液新零售”，主要销售五粮液特色和高端产品。

## 酒水直播套路多

消费习惯的改变已经蔓延至传统酒水行业。当下，不少消费者购买酒水已经从线下烟酒店转换至电商平台，甚至是直播间。

在广州创业的浩翔由于商务需求，此前购买茅台一般会找相熟的酒商。3年前，因为想买两瓶同年份的茅台，其转向中免国际有限公司线上购物平台cdf购买。“当时线下散飞

几乎3000元一瓶，cdf只需要2699元。”浩翔回忆道。

此外，浩翔也曾两次在山姆抢过1499元的平价茅台，他认为，像cdf、山姆这种有大企业背书的渠道可信度相对较高，而大大小小的直播间鱼龙混杂，有一定的风险，自己不会为了节省两三百元去非官方直播间抢购。而且他每次都会让商家开具发票，以防有售后需求。

实际上，自直播卖酒诞生起，便充斥假冒伪劣产品和诸多套路，存在不少争议。直播间假酒翻车之事已有前车之鉴。此前，不少B站酒水up主都曾提及直播间假酒泛滥成灾，主播常用“8分似飞天”“平价飞天”“对标五粮液”“吊打大厂一两百的产品”等话术诱导消费者。

5月23日，时代财经在黑猫投诉平台上搜索“直播买茅台”，出现了376条相关投诉，甚至多宗投诉跟酒妹妹直播间相关。

有多名消费者在今年3月、4月分别在“一大包零食”直播间购买了53度飞天茅台和42度飞天茅台原箱，但收到后发现有问题，破损、漏酒等问题，想申请换货却遭到商家拒绝。时代财经发现，酒妹妹直播间商品链接所属的店铺名正是“一大包零食”。

日前，时代财经以消费者身份通过微信询问酒妹妹直播间客服其销售的茅台是否正品，对方回复“假一赔十，我们保真开发票”，并表示“如果消费者买到假的就赚了”。

一名经营烟酒礼品回收生意的老板告诉时代财经，曾有顾客在直播间买到假茅台送到店里请他鉴定，但申诉一般都不了了之，“举证很困难”。

4月16日，抖音15条新规出台，重点规范酒类直播电商问题突出的过度宣传、关联知名品牌、价格违规、功效虚假等行为。当日凌晨，有酒类直播大号违规被扣分，个别店铺一度被封号，酒类电商直播或将迎来洗牌。

# 考研讲师张雪峰“搅局”旅游业 8999元的研学产品抢手

时代财经 林心林

“网红名师”张雪峰正在拼接自己的旅游业版图。

天眼查显示，5月20日，昆山研途未来酒店管理有限公司成立，注册资本500万元人民币，法定代表人为景岩，经营范围含住宿服务、餐饮服务、食品销售、酒店管理、餐饮管理等。

股东信息显示，该公司由苏州研途教育科技有限公司全资100%持股，苏州研途教育为张子彪（张雪峰）的关联公司，张雪峰为研途教育的联合创始人、监事并持股约10.86%。

继此前成立旅行社、推出研学游产品后，张雪峰再次开拓旅游生意。

## 张雪峰扩张旅游版图

2016年，考研讲师张雪峰凭借视频《7分钟解读34所985高校》走红网络，一战成名。随后，其参加了多档综艺节目，甚至还参演了一部喜剧电影。

北漂14年的张雪峰在2021年前往苏州，成立了苏州峰学蔚来教育科技有限公司（下称“峰学蔚来”），从事升学规划、志愿填报等咨询服务。他言辞犀利，“随便什么专业都比新闻强”“文科都是服务业”等言论引发诸多争议，但课程却越卖越火。

张雪峰曾在一次福州巡讲中透露，自己的收入分为三个部分：写书、讲课和公司股份。其中，凭借讲课每年能挣几百万。

5月22日，时代财经在峰学蔚来APP上看到，其目前主推的四个产品为《热门大类专业细分讲解》《志愿填报课程》《梦想卡》《圆梦卡》，售价分别为99元、599元、8999元、14999元。

不过，在2023年下半年开始，张雪峰已不再满足于写书、讲课。去年8



月，峰学蔚来第一次面向全国各地的在校大学生推出夏令营活动，彼时名额有限，仅在小范围试水游学产品。

今年3月，张雪峰正式布局旅行社业务，相继成立苏州峰峰火火旅行社有限责任公司、苏州峰峰火火九州旅行社有限责任公司，经营范围含旅行社服务网点旅游招徕、咨询服务等，张子彪（张雪峰）均是法定代表人及大股东。

时隔两个月，张雪峰将版图延伸至酒店行业，新成立了昆山研途未来酒店管理有限公司。

此前于2022年6月，苏州研途教育科技有限公司也曾入股一家酒管公司苏州吴江区古同酒店管理有限公司，不过截至目前尚未看到实际参与业务。据时代财经查询，目前张雪峰关联公司共有10家。

根据公开信息，目前已落地的旅游业务是研学营产品。

时代财经查询峰学蔚来App，该研学项目的全名为“峰行万里菁英研学营（苏州篇）”，时间为6天5晚，从7月10日—8月14日共开放六期团

组，售价为8999元。早前开放预约时，该研学营的售价一度为9999元。

上述研学营产品在5月20日正式对外开售。峰学蔚来App显示，当前一期团、二期团已经售罄，而三至六期团仍有余量，显示“热销中”。

时代财经了解到，该研学营产品成团人数为40人，意味着目前已有至少80人参与研学营产品，按此计算累计销售额超70万元。

## 教培机构扎堆研学游

以“研学”为名的旅游产品，价格大多都不菲。

有旅行社人员告诉时代财经，相同目的地及天数，研学团定价一般是市面上普通旅游团价格的1倍以上，甚至有些达到数倍。

其中，在名师资源及个人IP加持下，新东方文旅、张雪峰团队推出的研学游产品定价则相对更高一些，如新东方文旅国内研学产品基本在7000~11000元之间，而国外研学产品最高达7万元。

有下单峰行万里菁英研学营第

二期的家长就对时代财经称，8999元的定价里面并不包含来回交通，整体价格高于普通的研学团近20%，“价格不算便宜，但十分值得。四五线城市的孩子通过这种研学营可以开阔视野，也有助于以后的就业抉择”。

此前张雪峰也在直播中发表对研学游的看法，直指市面上名校游学类产品没有什么意义，“我要是孩子，会想办法如何一直留在那四年，而不是花钱去玩两天”。而在其推出的研学营产品中，就安排了对科沃斯、博世集团等高新技术企业的参观。

此外，张雪峰的研学营产品详情页则显示，购买产品将有与张雪峰面对面交流的机会，同时还将与百名高报（高考报考）老师交流专业及院校知识。通过嫁接高考报考资源，张雪峰研学营产品也与市面上普遍面向中小学生的游学产品不同，其服务对象为14~18岁的初高中生，瞄准的是对未来职业有规划诉求的学生客群。

在社交平台上，也有一些消费者对于此类产品的定价提出质疑，认为酒店、交通等环节存在溢价。据悉，在

峰行万里菁英研学营中，就指定全程入住希尔顿花园或同级别酒店。

事实上，教培机构扎堆布局研学游，成为了当下旅游市场的风向。

据艾媒咨询预测，2022年中国研学游行业市场规模达909亿元，2023年市场规模或达1469亿元，同比增长61.6%，预计2026年将达到2422亿元。携程提供的数据亦显示，2023年暑期研学游报名人数较2022年翻2倍。

在千亿元蓝海市场面前，教培机构也纷纷入局。除了张雪峰团队，此前新东方文旅集团明确将新东方运营多年的国际游学、国内研学和营地教育的业务并入文旅集团发展，并在近期上线多款研学游产品。

新东方文旅集团董事长助理兼副总裁刘婷此前曾透露，2019年，新东方的国际游学和研学业务就已实现7亿元左右的业务规模。2021年，新东方国际游学关联公司在全国范围内的50个城市成立了分公司，研发与推广研学和营地业务。新东方文旅此前披露的数据显示，随着2023年旅游研学市场的复苏，新东方文旅实现了年收入3.3亿元的规模。

与一般的游学产品相比，无论是张雪峰团队，还是新东方文旅，都较为强调师资背景。

以新东方文旅为例，其研学产品一般会强调由新东方资深老师担任讲师或者讲解员。一名新东方的地理学科教师就告诉时代财经，新东方文旅的讲师大多是内部转岗而来，主要是汉语言和历史专业老师，要求文化素养较高。

上述旅企人士对时代财经称，教培机构布局游学有着天然的优势，包括讲师资源、拥有大量亲子粉丝、了解用户客群需求，但短时间内难以建立相应的旅游供应链资源，可能导致整体服务质量参差不齐、价格虚高。□

## 一季度北京接待入境游客暴涨3倍

时代周报记者 欧阳倩倩 发自北京

利好频出，国际国内游持续升温，这也为接下来的暑期游奠定了基础。

去年11月以来，我国先后对多国公民推出免签政策。

今年5月19日“中国旅游日”当天，北京、上海等一线城市又推出文旅优惠大礼包，多重利好推进下，中国入境游客稳步攀升。

国家移民管理局数据显示，一季度累计签发外国人签证证件46.6万人次，同比上升118.8%；免签入境外国人198.8万人次，同比上升266.1%。

从北上广三大一线城市看，北京市文旅局此前发布的数据显示，今年一季度全市接待入境游客46.9万人次，同比增长3.1倍；旅游外汇收入6.5亿美元，同比增长225.8%。

上海边检总站4月30日披露，今年1—4月（截至4月29日），经上海口岸入境的外籍人员数量已超过129.2万人次，是去年同期的3.9倍。

其中4月22日，入境外籍人员达到1.98万余人次，是今年以来上海口岸入境外籍人员最多的一天。

广州白云国际机场出入境旅客流量在今年上半年猛增，据新华社报道，截至5月17日10时，白云机场口岸出入境客流量已突破500万人次，同比增长近160%。

天使投资人郭涛对时代周报记者表示，去年下半年开始的系列免签政策，以及地方文旅的持续发力，体现了我国旅游行业的繁荣发展，同时也有助于带动暑期旅游的繁荣。

## 免签政策拉动效用明显

去年以来，为推动文旅业复苏，

利好政策频频出台。

2023年11月17日起，中国对挪威公民实施72/144小时过境免签政策。随后12月1日，中国对法国、德国、意大利、荷兰、西班牙、马来西亚六国持普通护照人员实施免签。

截至2023年12月31日，上述六国来华人员共计21.4万人次，较2023年11月环比上升28.5%，其中持普通护照免签入境人数共计11.8万人次，占同期六国入境总人数的55.1%。

今年3月起，中国又先后对瑞士、爱尔兰、匈牙利、奥地利等欧洲国家实行免签。

随后5月7日，外交部新闻发言人林剑表示，中方决定延长对法国、德国、意大利、荷兰、西班牙、马来西亚、瑞士、爱尔兰、匈牙利、奥地利、比利时、卢森堡12个国家的免签政策至2025年12月31日。

国家移民管理局数据显示，一季度，全国移民管理机构累计查验出入境人员超1.41亿人次，同比上升117.8%。

其中，外籍人员1307.4万人次，同比分别上升305.2%。

“五一”期间，全国边检机关共保障846.6万人次中外人员出入境，较去年“五一”增长35.1%，其中外国人出入境77.9万人次，较去年同期增长98.7%。

从周边国家看，韩国、日本、俄罗斯赴中国旅游人数陡增。“张家界的山上‘长’满了韩国人”——这句社交媒体上流行的戏谑语道出了韩国人对中国旅游景点张家界的喜爱。

据人民网报道，韩国法务部统计数据显示，今年1月访华的韩国游客达14.2万人，较去年同期增长908.7%。

另据俄罗斯旅游服务平台

OneTwoTrip网站数据，俄罗斯游客4月份对广州、北京和上海酒店的搜索量是之前一个月的3倍。

郭涛表示，免签政策后海外游客显著增多，体现了我国旅游行业的繁荣发展，这意味着我国的免签政策正逐步产生效果。

吸引更多海外游客前来旅游，不仅有助于提升我国的国际形象，也有助于推动旅游业的快速发展，带动相关产业的繁荣。

## 半数旅游上市公司营收、净利双增

海外游客的增多，推动了国内旅游餐饮板块的升温。

据Wind数据显示，国内餐饮旅游指数近五日内上涨5%。

上市旅游餐饮企业业绩方面，财报显示，今年一季度，10家上市旅游餐饮企业中，超过半数企业的营收、归母净利润实现增长。其中，锦江酒店（600754.SH）业绩表现突出，其在一季度实现营业收入32.06亿元，同比增长6.77%；归属于上市公司股东的净利润1.9亿元，同比增长34.56%。

其次是首旅酒店（600258.SH），财报显示，一季度首旅酒店实现营业收入18.45亿元，较去年同期上升11.47%；归属于母公司的净利润为1.21亿元，同比增长了49.83%。

此外，君亭酒店（301073.SZ）在一季度营收增长最快，其在一季度实现营业收入1.6亿元，同比增长67.28%；归母净利润为466万元，同比增长13.94%；经营活动产生的现金流量净额5093万元，同比增长1.61倍。

业绩增长的背后，离不开国内外旅游需求的释放，君亭酒店表示，国家对入境游的政策支持和利好政策

刺激了国际旅游市场的预期，尤其是在国际散客和团队旅游两个板块，这意味着国际游客可能成为未来酒店市场的一个重要增长点。

目前，各种优惠政策仍然不断。在5月19日第14个中国旅游日当天，北京、上海等地先后推出多个文旅惠民大礼包。

针对入境游客，北京在市内732家酒店、61家景区、86家剧院和21个乡村旅游重点村等处，新增外卡POS机891台，外币兑换点、ATM机36个。

同时个别景区还推出了海外游客购票通道，游客可以在景区英文版官方网站和景区的四个海外社交媒体账号上购票。

上海方面，正从“产品品质化”“支付便利化”“服务国际化”三方面着手，力图打造中国入境旅游第一站、第一城。

当天，久事集团旗下都市旅游卡公司发布了首张服务于入境游客专属需求的都市旅游卡——Shanghai Pass，该产品覆盖申城交通出行、景区(点)、文旅场馆、商超购物等多元消费场景。

此外，上海还面向海内外游客推出了十条“看上海·游中国”精品线路产品，这些路线以上海为出发点，联动全国其他城市，加快国内旅游的全面发展。

郭涛表示，此举丰富了旅游市场的选择，为游客提供了更多元化的旅游体验。

随着旅游行业的逐步复苏，暑期旅游市场有望迎来新的高峰，“我们期待这些入境游产品能够吸引更多外国游客来华，同时也希望能够通过这些产品向世界展示中国的魅力和特色”。□

46.9

万人次



# 史诗级利好点燃深圳楼市 开发商周末通宵卖房

时代周报记者 梁争誉 发自深圳

周日(5月19日)下午6时许,位于深圳宝安中心区的中能建阅臻府展厅里有四五百批客户在看房。沙盘前围了一圈人,讲解、提问的声音此起彼伏,置业顾问们不由自主地提高音量,颇为热闹。

这个项目于5月1日开放展厅和样板间,计划6月中下旬入市,目前处于蓄客阶段。

置业顾问田禹(化名)告诉时代周报记者,5月17日,被称为“史诗级利好”的房地产政策(以下简称“5·17政策”)出台后,项目周末一天接待了100多批客户,但不及“五一”期间表现,“五一”假期前三天,每天都有两三百批客户,不过那时刚开放展厅,到访量会大一些”。

据田禹观察,“5·17政策”发布后,最明显的变化是,客户心态不一样了,“之前客户有点冷淡,聊天爱理不理,不回微信,现在变主动了,今天(5月19日)一早九点多,就有客户打电话过来问我线上登记怎么操作”。

政策助攻下,深圳购房者又愿意出来看房了。“换房客”杜非(化名)的置换计划已经搁置近一年,之前看过的房子都没有足够的理由打动这一家三口。地段还不错的,户型过不了关;100平方米的三房,还显得紧巴巴的;房子看对眼了,周边环境却乱糟糟的。再加上房价一路下跌,持币待购总好过背上几百万元的债务。

杜非准备去看看阅臻府,一是孩子眼看着就到了上学的年龄,二是市场好像有点变化了。

来自深圳乐有家研究中心的数据显示,“5·17政策”出台首个周末(5月18—19日),乐有家深圳门店二手房看房量与以往的周末平均值相比上涨127%,是2018年以来的最高峰;二手房成交量与以往的周末平均值相比上涨117%,5月19日的单日成交量创下2021年2月以来的最高值。

“数据看得心潮澎湃,很久没见到这种氛围了。”一名市场人士告诉时代周报记者。

多项利好政策的叠加效应下,深



来自深圳乐有家研究中心的数据显示,“5·17政策”出台首个周末(5月18—19日),乐有家深圳门店二手房看房量与以往的周末平均值相比上涨127%,是2018年以来的最高峰,甚至超过2020年二季度的历史高峰期。

圳乐有家研究中心对未来市场的预测方向,由“谨慎乐观”调整为“积极乐观”。

## “首付比例不降,无理由退房”

“5·17政策”又一次创造了卖房窗口期,深圳多个楼盘积极促销出货。

据时代周报记者了解,虽然目前暂未有银行跟进执行“首套住房首付比例下调至不低于15%”的信贷政策,但深圳多个楼盘已经以此为卖点,自发“降首付比例”抢客。

招商蛇口深圳区域旗下多个楼盘、中海光明一楼盘以及深圳本土房企鸿荣源、佳华地产、星河地产等均有楼盘跟进试水“15%首付”。

招商蛇口一湾臻邸宣布,在5月18—20日活动期间,若深圳未出台政策,首付比例未下调,购房者可自认购之日起30天内无理由退房。鸿荣源尚云、中海时光境、星河盛境等楼盘的“降首付比例”促销活动条款与招商蛇口一湾臻邸类似。

一名深圳本土房企营销人士认为,首付比例下调至15%,对市场提振有限,“首付压力减轻了,但是月供压力大增,大部分购房者都是普通工薪阶层,没有多少人能承担这么大比例的债务”。

相对而言,降价甚至是大幅降价,更能吸引购房者。

5月17日,龙华新盘悦见和府取

得预售许可证,推出717套住宅,备案均价约5.7万元/米<sup>2</sup>,并给到八五折优惠,折后最低单价约4.5万元/米<sup>2</sup>,一套建筑面积约92平方米的三房单位最低总价约409万元。可供对比的是,与悦见和府属不同批次的悦见倾湖锦府于2023年7月入市,备案均价约6.6万元/米<sup>2</sup>。

降价效果立竿见影。悦见和府公布的数字显示,周末两天项目到访量超3000批,销售额约5.18亿元。该项目还在周末通宵卖房,24小时不打烊。

位于宝安中心区的鸿荣源胤璇,也凭借高性价比取得接近“日光”的开盘成绩。

5月18日,胤璇正式选房,推出129套,售出126套,收金约14.9亿元,套均总价约1183万元,去化率约98%。该项目去化较好系存在一定的价格倒挂空间。胤璇备案均价约8.5万元/米<sup>2</sup>,开盘无折扣。根据贝壳找房信息,同片区的二手楼盘熙龙湾一期最近一次成交发生在2023年5月,成交单价约14.7万元/米<sup>2</sup>。

“没有卖不出去的房子,只有卖不出去的价格。”一名市场人士向时代周报记者表示。

## 谨慎乐观,还是积极乐观?

市场整体有回暖,但对于后续市场走势,业内观点却存在分歧。

“深圳表现还可以,整体有提高,

分化比较大,个盘行情不一样,有些积极促销的,确实卖得很好。”深圳一品牌房企营销口人士告诉时代周报记者。

深圳中原研究中心监测数据显示,5月18—19日,深圳二手房成交量环比上涨60%,新房成交量环比上涨90%。

具体到楼盘。据时代周报记者了解,福田豪宅盘中洲湾迎海二期发布的宣传海报显示,周末两天来访超450批,销售2.3亿元,中洲在龙华的改善盘中洲迎玺宣布3天成交77套房,光明刚需盘满京华·金硕宣布周末成交37套房,南山豪宅盘绿景白石洲披露新政首周成交41套房。

“别看满屏的喜报,其实在售楼盘几百个,发喜报的只有几十个。”根据阅臻府置业顾问田禹的观察,政策利好落地的区别是,一个月卖5套和一个月卖10套。

对于“5·17政策”的后续效力,业内持不同意见。

前述房企营销口人士表示,参考去年深圳出台“认房不认贷”政策的效果,“5·17政策”对市场的提振有望持续到6月,“7月、8月本身就是传统的销售淡季,成交量会下来。”

深圳乐有家研究中心则持积极态度。该机构认为,深圳上周末(5月18—19日)的看房量、成交量均创下阶段新高,在上半年多项重磅利好政策的叠加效应下,看好房地产市场未来稳健发展,因此将预测方向从“谨慎乐观”调整为“积极乐观”。

戴德梁行认为,央行连发三文,聚焦降低购房成本及置业门槛,力度和频度前所未有,对于前阶段一系列政策刺激下已经有所活跃的局部市场而言,有望带来持续的乐观预期,稳定市场表现,同时也有望带动其他重点城市逐渐改善市场预期,促进包括刚需及改善型需求入市。

“尽管此番政策效力值得期待,但整体行业及市场深陷调整的状态难以在短期内获得本质性改变,价格下行的趋势短期内仍将延续。”戴德梁行表示,“房住不炒”背景下支持自用类需求的入市意味着成交的缓慢恢复平稳,但难以抵达历史较高位水平,结合持续地开发投资下行,增量市场的规模缩减已成趋势。■

# 一线城市最大规模“以旧换新”来了 广州百盘联手放大招

时代财经 陈泽旋

史诗级楼市利好落地5天后,广州迅速响应。

5月22日,广州市房地产行业协会和广州市房地产中介协会联合发起住房“以旧换新”活动倡议,倡议书显示,全市范围内一共122个楼盘、12家中介机构参与首批活动,活动期限为2024年5月25日至11月24日。

根据倡议书,122个楼盘遍布除越秀区以外的所有行政区域,不乏单价1万元/米<sup>2</sup>的刚需盘,也有单价超过10万元/米<sup>2</sup>的豪宅。

“助攻”的中介机构也几乎涵盖了广州市场的龙头,包括贝壳找房、中原地产、裕丰地产、合富置业、链家地产等。

这是截至目前一线城市中规模最大的“以旧换新”活动。此前,“以旧换新”活动已先行在深圳、上海落地,其中,深圳首批参与楼盘仅有13个,而上海为30多个。

在广州全市范围内大规模推“以旧换新”之前,花都区已先行一步。5月11日,花都区房地产行业协会、广州市房地产中介协会花都会员服务委员会、花都区建筑装饰协会宣布联合开展商品房以旧换新“焕新购”。

## 一线城市最大规模“以旧换新”落地

为加速换房链条运转,全国掀起了“以旧换新”热潮。

根据克而瑞研究中心的统计,2023年起至2024年5月10日期间,全国范围内一共有54个城市启动了住房“以旧换新”,活动实现顺利运转的首要问题在于卖出旧房。常见的操作模式有五种,包括中介机构代售、政府平台公司收购、市属国企收储、财政发放换新补贴、国资统租存量房源用于保障性住房运营等。

其中,由中介机构代售旧房的模式是最为市场化的一种,这也正是广州、上海、深圳等一线城市选择的版本。

根据倡议书,广州“以旧换新”活动的参与对象为换房人、房地产开发企业、房地产中介机构。换房人在参与“以旧换新”活动的楼盘中选购新房,与房地产开发企业签订认购协议,缴纳新房订金。另一方面,房地产开发企业、房地产中介机构可共同与换房人商议“出售旧房”的服务方案,换房人也可自行联系参与活动的房地产中介机构挂牌出售旧房。

房地产开发企业会在约定期限内(建议不少于90天)锁定换房人认购的新房房源,房地产中介机构则会积极通过各种线上、线下渠道对换

房人的旧房进行优先展示和推荐。如果旧房未能在约定期限内售出,换房人与房地产开发企业按约定解除新房认购协议,房地产开发企业应当无条件退还订金,换房人无需承担任何违约责任。

换房人参与活动的动力,不仅在于当无法卖出旧房时免除新房的违约责任,还在于一系列优惠活动。

根据倡议书,活动鼓励房地产开发企业为换房人提供购房款折上折、购房大礼包(家具、家电、家装等)、减免物业服务费等优惠,亦鼓励房地产中介机构为换房人提供旧房出售后新房交付前的过渡性租房佣金优惠。而如通过同一房地产中介机构完成“以旧换新”的换房人,鼓励房地产中介机构给予其佣金优惠等。

目前,参与“以旧换新”活动的楼盘一共122个,遍布广州六大外围区域,以及除越秀区之外的四个中心城区。

## 楼市频迎政策利好

一线城市最大规模的“以旧换新”落地,将为市场带来哪些影响?

时代财经以换房人的身份致电楼盘、中介相关负责人了解到,由于“以旧换新”活动倡议书刚刚公布,部分楼盘、中介还未正式敲定活动的操作细则和优惠政策。

已经确定优惠政策的央企楼盘相关负责人告诉时代财经,考虑到旧房卖掉之后新房交付之前,换房人要承担租房的成本,“我们会提供10万元的租房补贴,在新房总价中直接扣掉,如果旧房没有卖掉,没有资金购买新房,换房人所交的资金我们会全部原路退回”。

一家知名中介机构则告诉时代财经,参与者享受到的服务与不参加者有所区别,“一旦确定了‘以旧换新’模式,我们在推盘、介绍方面的力度会比没有参与的紧迫性要强一些,不会额外收取更多费用”。

值得一提的是,花都区是广州“第一个吃螃蟹”的区。5月11日,花都区房地产行业协会、广州市房地产中介协会花都会员服务委员会、花都区建筑装饰协会宣布联合开展商品房以旧换新“焕新购”。

根据央广网的报道,在花都区开展“以旧换新”第一天便有购房者通过活动,与开发商签订购房合同,亦有购房者陆续向楼盘咨询相关活动。

活动仅在花都区开展一周,随即在全市范围内推开。近期,楼市频频迎来政策利好,5月17日下午,央行发布四条楼市新政,广州住房公积金管理中心随即宣布从5月18日起发放的个人住房公积金贷款执行新利率,多

个楼盘还通过新的首付比例政策来提前锁客。

广州中原地产项目总经理黄韬向时代财经透露,在央行新政后的第一个周末,“我们监测的数据显示咨询量对比平时有两三倍的增长,看房量增加了一倍以上,(市场)气氛还是良好的”。

不过,相关政策“对实际成交的带动没有那么快体现出来,估计等细则(在广州)落地,以及客户了解得差不多之后,成交量会有一波增长。”黄韬称。

广州中原研究发展部的数据显示,今年4月,广州新房网签相较3月表现更好,创下年内新高,而二手房成交量则延续3月的热度,保持在9000宗以上水平。然而相比去年同期,今年市场成交表现不如预期,尤其过去成交占比较大的外围区市场,刚需客户观望情绪仍然浓厚。

黄韬认为,“以旧换新”活动有望唤起购房者对于房地产的关注,对成交的促进作用,以及是否需要更多政策的配合则需要“边行边试”,预期相关政策不足以推动楼市形成拐点。

“只能预判市场在今年年内不会继续下行,房价和成交量得到一定的支撑,之后市场如何还是得看经济大环境。”黄韬表示。■