

时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

周要闻

教育部拟同意设置14所本科高校

1月13日，教育部网站发布了《关于拟同意设置本科高等学校的公示》，拟同意设置北京科技职业大学、淄博职业技术大学等14所学校。其中2所高校更名，5所高校升为职业本科，新设4所师范高校。

电动自行车强制性国家标准正式发布

1月13日，电动自行车强制性国家标准修订后正式对外发布。工业和信息化部等部门组织修订的强制性国家标准《电动自行车安全技术规范》(GB 17761-2024)，将于2025年9月1日实施。本次发布的新标准主要从11方面进行了修改和完善，包括提升防火防盗防篡改能力等。

中汽协：2024年汽车产销均超3100万辆

中汽协数据显示，2024年，汽车产销累计完成3128.2万辆和3143.6万辆，同比分别增长3.7%和4.5%，产销量再创新高，继续保持在3000万辆以上规模。其中，新能源汽车产销分别完成1288.8万辆和1286.6万辆，同比分别增长34.4%和35.5%，新车销量占汽车新车总销量的40.9%，较2023年提高9.3个百分点。

周数据

2024年我国进出口总值达43.85万亿元

海关总署1月13日发布数据显示，2024年我国货物贸易进出口总值43.85万亿元，同比增长5%。其中，出口25.45万亿元，同比增长7.1%；进口18.39万亿元，同比增长2.3%。从增量看，中国外贸增长规模达2.1万亿元，相当于一个中等国家一年的外贸总量。



车企新博弈 押注AI

详见P20

解析“胖东来经济圈”

详见P6



“千万级”机场扩容

时代财经 王晨婷

持续三年多的低迷过后，民航业终于迎来盈利曙光。1月9日，2025年全国民航工作会议在京召开。

数据显示，2024年，中国民航完成运输飞行1381万小时、539万架次、旅客运输量7.3亿人次，同比分别增长13.1%、9.5%、18%，创历史新高。全行业同比减亏206亿元，总体实现扭亏为盈，全行业完成固定资产投资1350亿元，连续5年超千亿元，再创历史新高。

近期，各地的2024年民航成绩单也陆续出炉，上海、北京全年旅客吞吐量均破亿人次，成都、广州紧随其后，全国共有39家机场旅客吞吐量突破1000万人次。

不仅大机场增长迅猛，小支线也在2024年迎来高光。值得一提的是，受县域出行热潮等影响，中小机场在2024年表现亮眼，总体旅客吞吐量占比提升至28%左右。旅客运输量增长率排名前10的机场均为小型支线机场，其中湘西边城机场成为2024年“黑马”，旅客吞吐量同比增长超500%。

千万级机场增至39个

一年前的全国民航工作会议上，民航局称，2024年力争完成旅客运输量6.9亿人次。但这一年的恢复显然好于预期，12月尚未结束，累计运

输旅客量已经超过7亿人次，突破历史新高。

2024年，全国民航累计运输旅客7.3亿人次，比2019年增长10.8%，比2023年增长18%。其中国内航线运输旅客6.6亿人次。

航班架次也在快速恢复中。2024年，全国民航共执行客运航班约550万班，同比增长10.5%，热门航线如北京—上海、北京—成都的客座率稳定在83%以上。

根据民航数据分析系统CADAS初步统计数据，上海浦东机场超越广州白云机场，成为2024年旅客吞吐量第一的国内机场，同比增长超过四成。广州白云机场以微弱的劣势紧随其后，北京首都机场、深圳宝安机场、成都天府机场的旅客吞吐量均超5000万人次，同比增幅均在15%以上。

上海浦东机场旅客吞吐量的快速增长，很大程度上得益于国际及地区客运航班恢复势头强劲。2024年，全国民航国际航班运输量超72万班，同比增长83.3%，而上海浦东机场是国内起降国际/地区架次最多的机场。

分地区来看，上海也是“民航第一城”，全年旅客吞吐量1.248亿人次，同比增长29%，创下历史新高；北京两机场旅客吞吐量亦破亿人次，合计达1.17亿人次，同比增长26.2%；成都两个机场的年旅客吞吐量则首次突破8000万人次，稳固中国内地航空第三城地位，跻身“全球航空大都市20强”。

下转P3

淘宝加入“送礼”战局

淘宝“送礼物”功能与微信小程序“送礼物”类似，但两者也存在一些差别。

时代财经 庞宇

继微信上线“送礼物”之后，近日，淘宝也悄然上线了“送礼物”功能。

据时代财经了解，淘宝用户可以在支持送礼的商品详情页将商品作为“礼物”完成下单购买后，通过微信、钉钉等社交APP分享给好友。

“送礼物”功能推出恰逢天猫年货节大促，淘天相关负责人表示，若送礼商品为参与年货节满减活动的商品，单件即可享受八五折直降优惠。

淘宝跟进“送礼物”

据时代财经测试，淘宝面向所有用户上线“送礼物”功能，更新最新版本APP后即可使用。

具体操作流程上，用户在淘宝平台选择支持“送礼”的商品，在商品页下方点击“送礼”，选择具体商品款式，完成下单支付（不用填写收货地址），即收到四位数安全口令（可自定义），再点击“送给朋友”，通过淘口令、二维码等方式分享给朋友，并告知对方安全口令，即完成送礼物。

收礼人收到消息后，复制淘口令在淘宝APP内打开或在微信端内点开淘宝链接，点击“收下礼物”，输入口令并填写收货地址，即完成收礼。

值得一提的是，淘宝此次推出的“送礼物”功能支持在微信、钉钉等APP上送礼，如消费者在微信端内点开淘口令，可以直接唤起H5界面，并在微信端内收下礼物。送礼功能“送礼”订单与普通订单物流服务一致，部分订单支持微信支付。

时代财经体验发现，在操作流程上，淘宝“送礼物”功能与微信小程序“送礼物”类似，且两个平台都对收礼人的隐私有所保护，整个“送礼”过程中，收礼人的个人地址等信息都不可见。

但两者也存在一些差别，比如淘宝“送礼”过程需要输入口令，多了一道安全保障。

另外，在产品方面，微信暂不支持赠送原价值超过1万元的商品，而淘宝相关负责人表示，目前可用于“送礼”的商品基本覆盖完整的淘宝商品池。不过，据时代财经测试，目前部分产品未见其“送礼”的标签。

退货方面，目前，送礼人在淘宝下单支付后便不可操作退货，只能由收礼人“收下礼物”后再选择退货，若收礼人24小时未接收，则礼物失效，系统自动退款。

据悉，在2024年互联互通之后，此次淘宝的“送礼”不仅可以通过微信支付，各家物流供应商都支持。

淘天相关负责人对时代财经表示，淘宝持续建设的支付、物流、售前售后等电商基础能力体系，也为“送礼”这项特别的购物场景实现了礼品准时送达，以及全面保障的售前、售后服务体验。

下转P19

政经 · TOP NEWS

- 2 “积极”的财政政策为发展提供保障
- 4 谁将是安徽第三个“千亿县”？
- 5 广西“流量”争夺计划：修运河 造大桥
- 7 增速下降 印度今年经济增速预计6%

财经 · FORTUNE

- 9 去年超200家银行消失 中小银行洗牌提速
- 13 盈利挑战或加剧 微利时代猪企穿越周期
- 14 紫金矿业20亿元增资海南孙公司为收购秘鲁金矿付款
- 15 流感高发季“杀到” 抗流感新药玛巴洛韦走俏

产经 · INDUSTRY

- 17 “芯片队长”黄仁勋遭遇“ASIC时刻”？
- 21 爱家月子中心被爆“跑路” 部分产妇只能吃外卖
- 23 80后绍兴富豪再创业 布鲁可上市首日涨超40%
- 24 2.27亿元收购中洲物业 万物云寻找增长点

编辑/梁励 版式/陈溪清
图编/黄亮 校对/宋正大

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

6 946957 200015 >
零售价/RMB 3.00 HKD 10.00



扫一扫关注 时代周报官方微信

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

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

地址/广东省广州市珠江新城华利路19号远洋明珠大厦4楼

“积极”的财政政策 为发展提供保障

1月10日,国新办举行“中国经济高质量发展成效”系列新闻发布会。财政部副部长廖岷在发布会上说,2025年财政政策方向是清晰明确的,是非常积极的,也充分考虑了财政中长期可持续性。廖岷表示,2025年将加大财政政策与货币政策的协调力度。

财政是国家治理的基础和重要支柱,“国家账本”安排关乎千家万户。财政政策是宏观调控的重要手段,政策实施影响经济运行。

去年年底举行的中央经济工作会议明确,2025年“要实施更加积极的财政政策”,现在,廖岷又作了“非常积极”的表态。财政政策从过去的“积极”到现在

的“更加积极”“非常积极”,区别何在?究竟会有哪些明显变化?

一言以蔽之,财政政策“更加积极”“非常积极”就体现于发力的力度、效率、时机三个方面。

更加注重力度,就要用好用足政策空间,能出者尽出;更加注重效率,就要优化支出结构,不能乱撒胡椒粉;更加注重时机,就要主动靠前发力,不能失去前瞻性。

从力度上考察,“逆周期调节”是一个关键词。

所谓“逆周期调节”,是指政府根据经济周期阶段,通过一定的政策工具和措施让整个经济周期的波动性趋于平缓,以此来促进经济发展。

审视一国的财政政策工具箱,专项债和特别国债引人注目,赤字、财政补助、贴息、税收等多种政策工具的作用同样不可小视。

我国的政策工具箱储备十分充足,加之我国的通胀率、财政赤字率、政府债务率处于较低水平,而且全球主要经济体纷纷进入降息周期,这些条件都为当下我国财政政策发力提供了更大空间。

2025年财政政策发力,走向“更加积极”“非常积极”,意味着在财政支出的强度上,将统筹财政收入、财政赤字、贴息等政策工具,适度扩大支出的规模。

新年伊始,各地可谓大动作不断。长江沿江铁路、西部陆海新通道建

设等大工程热火朝天;上海、陕西等地加大扩国实施“两新”政策;江苏、广东等地增加对基础研究的资金投入;湖北省、青岛市等地将发行用于置换存量隐性债务的再融资债券……

为国家重大战略任务提供坚实保障,推出地方化债的“组合拳”,为地方政府“减负”,使其能够有更多财力和资源推动经济回升向好,背后其实都有财政政策扩张的影子。

财政支出规模扩大,但是也要更加注重效率。

衡量效率的标准无非两个:一是看更大力度的支出能否有利于扩需求、惠民生;二是看更大力度的支出能否有利于优

化供给结构,促进新旧动能的转换。

从这一角度来看,加大对稳就业的支持,健全社保体系,做好困难人员社会救助保障,通过培育新的消费行业、创造新的消费场景、改善消费环境来提振消费,同时围绕新质生产力发展,加大对教育人才、科技攻关等领域的支持,必然是财政政策发力的重点方向。

2025年,外部环境的不确定性可能增加。为此,更加积极的政策出台的时机必须精准。

只有未雨绸缪,增强政策的前瞻性和针对性,加快支出进度,尽快形成实际支出,才能带动更多社会投资,从而让政策发挥出最大的效能。■

专访上海钻石交易所总裁林强：天然钻价格上涨40%

时代周报记者 孙艺格 发自上海

“中产阶级的扩张、消费升级以及Z世代消费者对高端奢侈品的青睐,预计将推动天然钻石投资需求的稳步增长。”上海钻石交易所总裁林强在接受时代周报专访时表示。

近年来,随着培育钻石大规模涌入市场,培育钻石对天然钻石的冲击成为钻石珠宝市场的热门话题。

根据《培育钻石产业发展白皮书(2024年)》,2023年,中国培育钻石毛坯产量超过2200万克拉,全球占比超70%。

即便如此,天然钻石以其稀缺性和良好的保值特性,仍在钻石珠宝投资市场中占有一席之地。

林强表示:“实验室培育钻石的兴起确实对部分天然钻石市场造成了价格压力,但对高端投资级天然钻石的影响较小。”

谈及天然钻石的投资价值,林强认为,天然钻石具有不可替代的稀缺性和长期增值潜力。

林强,现任上海钻石交易所总裁,中国珠宝玉石行业协会副会长,世界钻石交易所联合会执委会常委,也是上海市第十四届政治协商委员会委员。

2000年10月,上海钻石交易所经国务院批准成立,是重要的国家级要素市场,是中国唯一的钻石进出口交易平台。

林强作为上海钻石交易所的创始人之一,亲历钻交所的筹建、起步和发展,经过20多年的发展,上海钻石交易所已成为世界第二大钻石进口平台,在推动和促进中国珠宝行业健康、有序发展,完善中国钻石产业链的进程中持续发挥着重要作用。

林强2015年获比利时国王勋章;2017年获上海珠宝行业20年“功勋人物”称号;2018年获中国珠宝玉石首饰行业协会“中国改革开放40周年珠宝行业功勋人物”称号。2018年,

2020年连续两次当选世界钻石交易所联合会副主席。

天然钻石具不可替代的稀缺性和长期增值潜力

时代周报:近年来,天然钻石价格经历了哪些较大幅度的波动?是什么原因导致这些波动?

林强:近年来,天然钻石价格经历了一定幅度的波动。2021—2022年,受全球需求复苏推动,天然钻石价格大幅上涨40%。

2023年,由于印度切割行业库存积压和市场融资成本显著上升,导致价格出现阶段性回调。

这种波动主要源于供需关系的变化及经济环境的影响,属于市场的周期性调整。

时代周报:如何看待当前天然钻石的价格水平,是处于高位、中位还是低位?从短期和长期来看,天然钻石的价格可能会受到哪些因素影响而波动?

林强:目前,天然钻石价格处于低位,尤其是投资级钻石的价格对潜在投资者而言非常具有吸引力。

从短期来看,价格主要受库存水平和全球利率变化的影响;而从长期来看,天然钻石的稀缺性、市场需求的稳步增长以及全球经济发展将成为推动价格上涨的主要因素。此外,天然钻石开采量的持续减少也为未来价格的稳定增长提供了支撑。

时代周报:从专业角度看,天然钻石的4C标准(克拉重量、颜色、净度和切工)对其投资价值的影响分别有多大?

林强:天然钻石的4C标准直接决定其稀缺性和市场价值。

其中,克拉重量和颜色对投资价值的影响最大,例如,2克拉以上、颜色为D~H级的高品质钻石往往更受投资者青睐。

净度和切工则进一步提升了钻石的整体吸引力和收藏价值,特别是大克拉、高净度的彩钻,因其极度稀

有性,长期以来一直是最具投资吸引力的品类。

时代周报:除了4C标准,还有哪些因素会影响天然钻石的投资价值?

林强:除了4C标准,天然钻石的投资价值还受到其他多个因素的影响,包括荧光反应、市场供需动态、品牌附加值,以及钻石的历史背景或出处等。

例如,具有特殊历史价值或来源于知名品牌的钻石,通常在市场上更具收藏和投资意义。

此外,消费者对天然钻石的情感共鸣以及市场教育的普及程度,也在一定程度上影响其投资表现。

时代周报:随着实验室培育钻石的兴起,对天然钻石投资市场产生了哪些冲击和影响?天然钻石如何在竞争环境下保持投资吸引力?

林强:实验室培育钻石的兴起确实对部分天然钻石市场造成了价格压力,但对高端投资级天然钻石的影响较小。

天然钻石通过“天然、珍稀、守护”的核心价值理念,强化了其不可替代的稀缺性和长期增值潜力。此外,天然钻石的独特形成过程、历史沉淀及情感象征使其在投资和收藏领域仍然具有无可比拟的吸引力。

天然钻石未来投资市场:个性化、多样化和可持续化

时代周报:天然钻石作为投资品的潜力何在?与黄金等其他投资品相比有什么优势?

林强:天然钻石作为投资品的潜力主要体现在其稀缺性和长期增值能力上。与黄金等其他投资品相比,天然钻石市场的波动性较低,在经济不确定时期表现出良好的保值特性。

此外,天然钻石背后蕴含着“天然、珍稀、守护”的深刻内涵,兼具情感价值和收藏意义,是集实用性和投资价值于一体的特殊资产。这些特质使天然钻石不仅能够满足奢侈品消费需求,也能够作为一种有效的资产

配置选择。

时代周报:从消费观念和市场需求变化角度看,未来天然钻石投资市场可能会出现哪些新的趋势?如:投资群体的变化、对钻石款式和用途需求的转变等。

林强:随着年轻一代逐渐成为主要的消费群体,天然钻石的投资市场正向个性化、多样化和可持续的方向发展。

年轻消费者更关注符合可持续发展理念且能够彰显个性表达的钻石产品,这将推动投资级钻石的小型化、多用途化趋势。同时,自用场景如日常佩戴和情感表达将成为市场的重要增长点。

此外,随着数字化技术的应用,消费者对透明交易和即时价值评估的需求也在增加。

时代周报:对于想要投资天然钻石的投资者,有哪些投资建议或策略?投资者应如何把握市场机遇?

林强:对于天然钻石的投资者,建议优先选择2克拉以上、颜色D~H、净度IF~VS的高品质钻石,尤其是稀有的彩钻品类。

投资者应密切关注市场动态,在价格低位时入手。同时,选择信誉良好的交易平台和机构,以确保钻石来源和品质的透明性。

此外,长期持有优质钻石是应对市场波动的一种有效策略,能够获得更稳定的增值收益。

时代周报:如何看待中国天然钻石投资市场的未来发展潜力?

林强:中国市场的未来发展潜力巨大。中产阶级的扩张、消费升级以及Z世代消费者对高端奢侈品的青睐,预计将推动天然钻石投资需求的稳步增长。

预计到2030年,中国在全球奢侈品消费中的占比将从当前的22%~24%增长至35%~40%,大部分钻石珠宝销售都属于这一类别。这种趋势将进一步巩固中国作为全球钻石市场重要增长引擎的地位。■

2200

万克拉



“千万级”机场扩容

上接P1

不过,如果按照国内航线热门目的地统计,2024年旅客运输量最高的是北京,成都、上海分别排名第二、第三,均超4000万人次。

北京、上海、成都成为“民航三巨头”,得益于它们的双国际机场格局。这三地的两个机场吞吐量均为千万级别。重庆虽拥有一座4F级机场重庆江北机场和3座4C级机场,但3座4C级机场吞吐量都不足百万人次。

2024年完成旅客吞吐量7636.9万人次的广州,也正积极布局第二机场。日前,位于佛山高明的珠三角枢纽(广州新)机场项目正式获得国务院的立项批复,并于2024年12月25日正式动工。

广州新机场被定位为粤港澳大湾区国际航空枢纽之一、广州国际航空枢纽的重要组成部分、大湾区西部综合交通枢纽。这意味着在北京、上海、成都之后,广州也将进入“双国际机场”模式。

在千万级机场方面,无锡硕放机场年旅客吞吐量首次突破1000万人次,成为全国第39个千万级机场,也是2024年唯一成功晋级“千万级机场俱乐部”的机场。

国际民航组织有研究显示,机场旅客吞吐量每增加100万人次,可带动GDP18.1亿元,直接带动就业3500人。跻身“千万级机场俱乐部”,并不单单是数字的提升,也意味着机场话语权的提升,意味着更多的航班数量、更广泛的航线网络和更便捷的客货运输服务。

整体来看,为何旅客量在2024年有明显提升?在经常商务出行的旅客刘攻看来,去年的飞机票价明显下降是其中一个重要原因。“(我)往往计划高铁出行,但一搜机票价格,比高铁票还便宜。”也因此,她在2024年飞机出行的频次大大上升。

去哪儿航旅大数据研究院也给出了类似的分析。“2024年的旅客量增长强劲,最主要的影响在于国内航线平均票价下降,带动了整体旅游市场的快速复苏。”分析称,第二季度之后,航空公司改变了经营策略,开始降价刺激休闲旅游的客源需求,尤其是从暑运开始,行业平均票价同比有较大幅度的下降,与之对应,行业客座率也有明显的提升。

根据航班管家的统计,2024年民航经济舱平均票价约为767元,同比2023年下降12.1%,降幅超百元。两三百元的特价机票更是层出不穷。

今年或将建成7个机场

“湘西边城”,取自沈从文手书的四个红色霓虹灯大字立在崭新的航站楼上。这座刚刚通航一年有余的支线机场,在2024年一跃成为“黑马”,旅客吞吐量同比增长超500%。

湘西边城机场平均海拔700米,被誉为“湖南海拔最高、自然风景最美、民族特色最浓”的国内旅游支线机场,填补了湘西州民航机场空白。

截至目前,湘西边城机场只开通了6个航点,但每趟航班进出港有接驳大巴直达市区,方便旅客出行。2024年暑期,湘西边城机场客流量持续增加,沈阳、昆明、宁波、北京航线

客座率均在90%以上。

以湘西边城机场为代表,去年中小机场整体表现亮眼,总体旅客吞吐量同比增长12.7%,达2.06亿人次。旅客运输量增速排名前10的机场均为小型支线机场。泉州晋江机场、丽江三义机场、揭阳潮汕机场分列前三。

中小机场的火热场面也集中在节假日期间。2024年,丽江三义国际机场的春运、暑运期间单日等指标均创历史新高。拉萨机场、日喀则机场、西双版纳机场等在五一期间的出港客座率也超过90%。

小型支线机场的发展,离不开县域出行热潮带动。随着各地文旅产品打造及热点挖掘,国内新兴旅游目的地需求快速增长,其中六盘水、大同的旅客量同比分别提升了99.8%、57.2%。

中小支线机场的火热也和旅游趋势的改变形成对应。碎片化和自由行的趋势愈发凸显。据统计,2024年的团队旅客数量仅为2019年的六成。

不过,在民航新型智库专家于占福看来,仍有不少中小机场所在的城市,暂时不具备非常明显和公认的特色经济、产品或者自然人文旅游资源。对于这些城市,可以首先聚焦特色经济、产品的识别和精深打造,需先形成经济引爆点,再嫁接航空赋能,从而能够适配上述逻辑。

“即使已经形成特色经济、产品或者旅游资源的中小机场城市,以既有特色为起点,想要打造后劲十足的‘实现地方经济与民航的双赢’案例,也至少需要数年甚至更长时间的持续开拓精进。”于占福告诉时代财经。现如今,机场建设潮仍在继续。

截至2024年年底,全国运输机场总数达263个,较2023年增加4个。民航局表示,今年将加快推进广州、大连等重点枢纽机场以及新疆巴里坤等一批支线机场项目前期工作和建设,力争年底运输机场总数达到270个。

这意味着,今年或还有7个机场建成,其中大多都是中小机场。

为什么要建这么多机场?在民航业界,流传着“1:8效应”的说法,即一个机场带来的人流、资金流和信息流将推动地区产业升级和经济发展,机场的投入产出比可高达1:8。

此外,相对来说,支线机场总体投资额并不大。以湘西边城机场为例,其总投资为28.48亿元。而位于湘西的高铁站吉首站的总投资也达到了12.6亿元,还需考虑到每公里高铁的建设费用在1亿~2亿元。

中国民航大学航空经济发展研究所所长李晓津认为,在中西部交通基础设施建设中,要以对整个社会综合效益最大化作为选择修建何种运输方式的主要标准。中西部的机场建设不光要看盈利属性,也要看其作为公共基础设施的社会公益属性,尤其是要考虑到它对地区经济发展的综合带动作用。

“中国机场对社会经济的贡献有两个特点:一是大机场对当地的贡献比较大。二是中西部的小机场,虽然吞吐量比较小,但对当地经济的贡献占的比例也很大。西部地区跟东南沿海不一样,东南沿海有高铁、高速公路、民航、水运等多种方式,而西部很多地方修高铁不划算,因此机场的贡献就更大。”李晓津告诉时代财经。■

8个省份调整“应届生”身份 专家:核心在于缓解大学生就业市场压力

时代周报记者 阿力米热 发自广州

“应届生身份,考公考编会有优势,企业招聘也不会要求工作经验,放宽应届生限制,找工作会不会更好找一些?”“当你错过了毕业当年的校招,很少有企业认你应届生身份”……

近日,四川拟取消应届生身份限制的消息一经传出,引起了热议。

一部分观点认为,放宽应届生身份认定限制给了毕业生更多的选择机会,可以使年轻人更顺利地进入职场。而另有观点认为,应届生身份就像是“新手保护期”,没有了保护,竞争会越来越激烈。

高校毕业生的就业问题,一直是民生大事。数据显示,2025年全国普通高校毕业生规模预计达1222万人,同比增加43万人。也就是说,高校毕业生人数或将连续4年超过1000万人。

面对着日益增长的毕业生规模,加之考公、考编的岗位招聘不断向应届生倾斜,让许多毕业生为保住身份选择“慢就业”。这也导致近两年来不断出现取消应届生身份的声音。

据时代周报记者统计,除了仍处于征求意见阶段的四川,2024年以来,已有上海、湖南、贵州、广西等8省份的人社部门发文,调整应届生身份的认定标准。调整范围主要聚焦在两个方面:一是将应届毕业生年限放宽为2~3年;二是不再审核其是否有工作经历和缴纳社保的情况。

求职“筹码”

什么是应届生?招聘简章所定义的应届毕业生包含两种分类,当年应届毕业生和择业期的应届毕业生。当年应届,指在该毕业年份,即将毕业或者已经毕业的大学生。择业期应届则是指已经拿到毕业证,但拿到毕业证的时间在择业期内的学生。

根据相关政策,择业期一般为2年内,超过择业期,就成了往届生。

同时,择业期的应届毕业生通常还要满足以下条件:持有毕业证书;

在规定择业期内没有与任何单位签订任何形式的正式劳动合同、无缴纳社保记录;户口、人事档案等保留在原毕业学校或生源地人才市场。

这个概念也并非中国独有,例如在日本,应届毕业生被称为“新卒”。每年毕业季,日本大中型企业倾向于招聘这些毕业生,从基础开始对其进行培养,同时灌输企业的核心理念。

但国内的特别之处在于,应届毕业生享有诸多政策优势,例如国考、省考等公务员招聘考试。统计数据显示,2025年国考共计划招录3.97万人,其中有2.67万个计划专招应届生,占比高达67%。

首都经济贸易大学劳动经济学院副教授、中国新就业形态研究中心主任张成刚在接受时代周报记者采访时说道,除公务员考试外,央企、国企还有不少公司的校招也专门面向应届毕业生。而这些组织的岗位在当前大学生的求职范围中,又都属于就业质量较高、职业前景较好的岗位。

“因此,对应届生而言,应届生身份带来的是一次获得高质量就业岗位的机会。此外,国家也会给予应届生就业优惠政策。对企业而言,招聘应届生主要看重的是其可塑性较强,能够更加认同企业的价值观和企业文化。”张成刚说道。

除此之外,一些城市为了引进人才,也会给予应届生直接落户等政策优惠。例如在上海,应届博士、“双一流”应届硕士生、六所学校(清华、北大、上海交通大学、复旦大学、同济大学、华东师范大学)应届本科毕业生符合基本申报条件即可直接落户。

由此可见,在就业市场竞争愈发激烈、求职者普遍追求稳定职位的背景下,应届毕业生的身份尤为珍贵。

不过,这种优势也滋生出了另一种现象:为了保留应届生身份,有不少学生不敢轻易就业,主动暂缓就业甚至主动延迟毕业。

“现在很多的社招都喜欢招有经验的,好点的公司要求都比较高,大学毕业后只有实习经历,哪来的工作经历,校招时候拿到的offer又不及预

期,怕干了一段时间不适合还丢失了应届生身份,不如暂缓就业,给自己多一些机会考虑和选择。”陈凯说道。

2023年,陈凯毕业于广东某大学金融专业,他告诉时代周报记者,在当前的就业市场上,应届生的身份是难能可贵的,因为会有更多的选择机会。即便争取到一些工作机会,也有不少人不愿意在择业期内签订劳动合同或缴纳社保。

有一组数据可以佐证这个情况。智联招聘2024年发布的《大学生就业力调研报告》显示,应届生“慢就业”的比重已从2023年的18.9%增长到19.1%。随着高校研究生招生持续扩招,应届生在国内继续学习的比例提高到6.5%,增长了1.6个百分点。

对于这种现象,张成刚认为,随着应届生身份和落户、就业等重要问题挂钩,应届生和非应届生之间的差异也被人为扩大,尤其是用人单位对“应届生”身份的看重,无形中更增大了就业压力。

这意味着,松绑应届生身份认定标准,有利于缓解“慢就业”现象。可以帮助毕业生有更多的时间适应劳动力市场,他们可以先尝试短期工作或自我提升,然后在未来合适的时间进入更稳定的岗位。

有何利弊?

2024年以来,已有上海、云南、山东、湖南、贵州、广西、福建和浙江8个省份人社部门发文,调整应届生身份的认定标准,四川也已于日前发文,就取消应届高校毕业生身份认定限制征求意见。

从调整内容来看,主要聚焦在两个方面。一是将应届毕业生择业年限放宽为2~3年;二是不再审核其是否有工作经历和缴纳社保的情况。不过,各省份对应届生身份的调整范围有所不同。

例如,山东、湖南、广西仅在事业单位中有相关表述,福建、贵州的范围则扩大到公务员、事业单位、国有企业等。值得注意的是,四川在征求意见稿中,提出了“取消应届高校毕业

生身份认定限制,调整机关公招年龄上限”。

时代周报记者还注意到,调整应届毕业生标准的省份中,除了上海、浙江、贵州在2023年常住人口呈现增长的态势,其余6个省份的常住人口均出现不同程度下跌。其中,山东的人口下降了近40万人。

对此,张成刚称,多个省份放宽应届生认定标准,核心在于缓解大学生就业市场压力,也有吸引优秀人才在本地就业的意愿。这些省份的高校毕业生就业市场普遍面临较大压力,也面临一定的高学历人才外流的问题。吸引和留住人才,支持经济发展等,也是出台该政策的考量。

由此可见,取消或调整应届毕业生身份的限制后,更多毕业生(包括非应届生)可以平等竞争岗位,增加了求职者的选择范围,同时也是城市吸引人才、留住人口的方式之一。

展望未来,应届毕业生调整范围是否会扩大到其他地区?

张成刚认为,一线城市拥有较为发达的经济和丰富的就业资源,这些地区的政策更倾向于吸引高端人才和创新型人才,放宽应届生认定标准并非其核心需求。“并且,一线城市的市场竞争激烈,即便放宽应届生认定标准,也难以显著缓解就业压力,反而可能加剧部分普通岗位的竞争。”

实际上,不仅限于一线城市,对于部分有编制的岗位而言,竞争会更加激烈。

张成刚称,从短期看,一定会导致毕业生的就业竞争压力加大。往届生可以参与考公或考编的比例加大,导致毕业生的录取难度增加,部分人可能选择“慢就业”备考,这会加剧暂缓就业。

“而长期来看,随着应届生身份限制的放松,企业和招聘单位将更加注重求职者的能力和素质,而非简单地依赖身份标签。这对于那些毕业后通过工作经验或自我提升获得能力增强的求职者而言,是利好消息。”张成刚说。■

(应采访对象要求,陈凯为化名)

1222
万人



7
个



谁将是安徽第三个“千亿县”？

时代周报记者 阿力米热 发自广州

肥西县



长三角的“千亿县”，又扩容了。近日，合肥长丰县在作2024年政府工作报告时宣布，长丰晋级安徽省第二个“千亿县”。预计全年GDP增长10%左右，总量突破千亿元。

近年来，作为中国经济版图中的一匹“黑马”，安徽成为进步最快的省份之一，并在2021年迎来了首个“千亿县”——肥西县。

随着肥西的入围，许多人曾预测同为“全国百强县（市）”的肥东县会成为安徽第二个“千亿县”，但三年过后，长丰县却捷足先登。千亿GDP背后，长丰靠的是什么？

从更大范围来看，在“千亿县”密集的长三角地区，安徽的县域经济发展与江苏、浙江相差甚大。数据显示，2023年江苏、浙江的“千亿县”数量分别为21个、11个；彼时，安徽仅有肥西县“独当一面”。

那么，安徽该如何破解“长三角短板在安徽”这个固有认知？下一个“千亿县”会花落谁家？

千亿县是如何炼成的

长丰是如何成为“千亿县”的？这背后，以比亚迪为代表的的新能源产业，成为长丰经济增长的主要驱动力。根据长丰县的政府工作报告，合肥比亚迪成为全市首个千亿汽车制造企业，新能源及智能网联汽车产业产值超千亿、全省唯一。

2021年7月9日，比亚迪工厂正式落户合肥长丰县下塘镇。随着这个工厂的开工、投产，以及龙头企业引发产业链“裂变”效应，长丰的经济突飞猛进。2023年GDP达到946.43亿元，同比增长14.3%，增速领跑长三角地区。

新能源汽车产业作为支柱产业，具有产值高、产业链长，能带动就业等优势，再加上近些年中国新能源汽车正席卷全球，出口猛增，许多城市都在争相吸引车企入驻。但在安徽省内，还有比长丰经济规模更大、产业体系更为成熟的县域，比亚迪为何选

择了长丰？

上海城市发展协同创新中心副主任曹贤忠告诉时代周报记者，长丰具有优越的地理位置和交通条件，它紧邻省会城市合肥，这为比亚迪的产品运输和销售提供了极大的便利，有利于企业降低物流成本，拓展市场。

其次，长丰县工业发展潜力较大，工业基础一般，但它规划提前预留了工业用地，加之当地政府持续优化营商环境，如土地使用审批、政策优惠等为比亚迪这样的大型企业入驻创造了条件。

“不过，也不能说全是比亚迪的功劳，这几年合肥基础设施建设的不断优化，如开通运营轨道交通8号线一期，再加上合肥先进光源和航太雷电重大试验设施以及智慧农业谷建设，都增强了长丰县的科技创新能力和产业升级。”曹贤忠说道。

在县域经济发展的过程中，产业无疑是推动经济增长的核心引擎。而从更宏观的层面来看，2018年长三角一体化发展上升为国家战略，安徽全域被正式纳入长三角地区，也使其共享到了发展红利。

上海交通大学安泰经济与管理学院特聘教授罗守贵告诉时代周报记者，得益于长三角的产业辐射效应，还借助上海这一开放的平台，更高效地对接国际资源，涵盖了资本、技术、人才等多个领域。

“从地理位置看，长丰县距离合肥市区约1个小时车程，位置略显偏远，但从更加宏观的视角——长三角城市群来看，它仍有优势。”罗守贵说。

有了产业和资源聚集，也就提升了长丰对人口的吸引力。

数据显示，2023年年末，长丰全县常住人口83.3万人，比上年增加3.3万人；户籍人口达到81.8万人。“在人口普遍外流的安徽省，长丰常住人口大于户籍人口意味着吸引了不少外来人口迁入就业，这在中部县域是很少见的。”罗守贵说道。

安徽“洼地”怎么补？

龙头企业的入驻、进一步融入长

三角地区，促使安徽又跑出了一个“千亿县”，但不可否认的是，同处长三角地区，安徽的县域经济发展与江苏、浙江相差甚大。

一个明显的对比在于，2023年全国共有59个“千亿县”，长三角地区占33席。不同于安徽的单兵突进，江苏、浙江当期的“千亿县”数量分别为21个、11个。这也意味着，安徽的县域发展相对薄弱。

那么，这是什么原因造成的？弱在哪些方面？这其中，皖北掉队是不可忽视的因素之一。

皖北，指的是安徽北部包括阜阳、蚌埠、宿州、亳州、淮南和淮北在内的6市。截至2023年，这片区域占据了全省近四成的面积，承载约一半的人口。然而，其GDP总量仅为12914亿元，占全省的27.4%，人均GDP也明显低于全省的平均水平。

实际上，由于淮河流域洪涝灾害频发、工业化和城镇化率低等多重原因，皖北发展滞后的局面存在已久。

举例来看，阜阳作为皖北经济总量最高的城市，2023年其城镇化率仅为43.47%，在安徽全省16个地市中居倒数第一。2023年10月，安徽省相关负责人在会议上曾指出，阜阳缺少支柱产业、头部企业支撑，产业结构调整滞后，城镇化水平偏低，民生领域短板较多。

尽管阜阳是个例，但也能从侧面反映出，皖北地区的发展相对滞后。

为了扭转这一局面，早在2011年，安徽省政府工作报告就提出“把加快皖北振兴作为推动区域协调发展的战略重点，加大财税、要素支持和合作共建力度”。此后，国家先后出台了支持皖北集聚区建设“24条”、沪苏浙城市结对合作帮扶皖北城市实施方案等。

在此基础上，针对区域发展不平衡、县域较为薄弱的实际，曹贤忠还认为，可以依托长三角一体化，加强与长三角城市深度合作，进一步推动沪苏浙与皖北城市的合作。

例如，深度参与长三角产业分工体系，瞄准汽车、光伏、新型储能等战

略性优势产业，壮大其产业链不同环节的合作；共建长三角高水平基础设施网络，打造世界级机场群、港口群以及加强能源水利方面的合作；依托上海自贸区等平台，大力发展外向型经济。

与此同时，罗守贵表示，实现县域间发展的均衡，不应仅依赖于单一产业，而应构建与区域经济发展相适应的产业集群，改善产业结构，促进向高附加值和高价值链产业的升级。

安徽押宝县域经济，也计划向其倾注更多的政策资源。

去年8月6日，安徽省发改委等部门联合发布《安徽省县域汽车零部件产业集群建设行动方案（2024—2027年）》，提出着力推动县域汽车零部件产业做大做强做优。

时隔20天，安徽再度出手。同年8月26日，安徽省印发了《关于推进县域特色产业集群（基地）高质量发展的指导意见》，其中提出，到2025年，安徽将力争培育营业收入百亿级集群35个；到2030年，力争每个县（市）至少培育形成1个营业收入百亿级以上集群。

那么，随着县域经济不断发展，安徽下一个“千亿县”会花落谁家？

时代周报记者梳理发现，肥东县和庐江县都已明确提出了冲刺千亿GDP的目标。肥东县曾在2023年提出这一目标，但未能实现；而庐江县则规划在“十四五”期间达成目标。曹贤忠预测称，肥东县或将率先入围。

具体来看，肥东县邻近合肥，交通网络完善，包括高速、高铁、地铁、水运和航空等多种交通方式；其次是肥东县在光伏产业、高端装备制造业、绿色食品产业和智慧物流产业等方面展现出强大的发展潜力。特别是光伏产业，其已成为全球领先的光伏组件生产基地之一，拥有多个世界级的光伏企业。

“再加上肥东县受益于安徽省和合肥市的政策支持，以及与其他地区的战略合作，如合肥上海产业园等，这些都为肥东县的经济提供了强大的外部动力。”曹贤忠说道。

免签红利释放 韩国人挤爆上海

时代周报记者 曾思怡 发自广州

韩国游客入境旅游最喜欢去哪里？老一辈去张家界，年轻人去上海。

近段时间，上海街头“韩”味渐浓；表现在旅游平台的统计数据里，2024年以来，上海登顶韩国游客入境旅游第一城。

业内普遍认为，免签、交通便捷、物价相对低、上海旅游名气大和消费配套丰富等，是韩国人涌入上海的主要原因。

要知道，韩国人均收入虽高，但物价也显著高于中国。前往上海旅游，不仅可以感受上海的现代化风貌和著名景点，还能花一样的钱享受更好的住宿、餐饮和其他购物消费体验。

珠玉在前，上海打开了韩国游客入境游的热情，伴随着免签政策的持续推进，以及航空业和文旅业的加密布局，可以预测的是，入境韩国游客规模或将进一步提升，热衷游玩的城市、景点列表也在持续增多。

时代周报记者梳理发现，当前，韩国可直飞北京、上海、沈阳、大连、杭州、厦门、福州、澳门、成都、青岛、烟台、武汉、天津、郑州、西安、长沙等10多座城市，且飞行时间多为2个小时左右，机票多为400—700元起步。

周末去上海去班味

过去1年，中国免签“朋友圈”持续扩容，免签时间、活动区域范围也在不断扩大。

2024年11月8日，中国开始对斯洛伐克、挪威、芬兰、丹麦、冰岛、安道尔、摩纳哥、列支敦士登、韩国持普通护照人员试行免签政策。当日起至2025年12月31日期间，上述9国持普

通护照人员来华经商、旅游观光、探亲访友和过境不超过15天，可免办签证入境。

2024年12月17日，国家移民管理局发布公告称，即日起全面放宽优化过境免签政策，将过境免签外国人在境内停留时间由原72小时和144小时均延长为240小时（10天），同时新增21个口岸为过境免签人员出入境口岸，并进一步扩大停留活动区域。

在此背景下，中韩两地航空业和文旅业早就闻风而动，两国直飞航班大幅增加，旅行社营销力度加大，前往中国旅游，对韩国游客而言吸引力愈大、便捷度愈高。

“韩国电视里，经常出现的中国城市，就是上海。”在韩国从事旅行社业务的Edden告诉时代周报记者，上海作为国际大都市，在全球知名度颇高，所以当中国对韩国免签后，一大批韩国年轻人涌入中国旅游，第一站选的就是上海。

当然还有一点，当前韩国多地均开通直飞上海的航班，飞行时长仅为2个小时左右，韩国人不用等待节假日，周末两天即可完成一趟上海游。

大量涌入的韩国游客，也改变了上海的城市风貌和消费生态。每逢周末，在上海街头，韩系穿搭占比颇高，而在众多定价甩开国内其他城市的高端酒店、自助餐厅，韩国游客也趋之若鹜。有网友形容：“沪币”终于遇上了懂它的人。

背后原因在于，韩国当地收入和物价齐高，同样的钱在中国花，可以享受更好的产品和服务，消费能力和水平显著提升。

根据韩国政府的统计数据，2023年韩国普通工人的平均工资约为每月380万韩元，约合人民币2.2万

元。而在2022年，韩国就被联合国认定为发达国家。

收入虽高，但物价水平也在制约着韩国人的消费能力。受限于土地面积小、人口密度高等原因，韩国人均收入高，韩国本地农产品价格高且供不应求。

而得益于较低的关税，韩国相当一部分食品和生活必需品依赖进口，但本地产品价格高企给进口商品留下了加价空间，因此大型商业集团的垄断经营也进一步推高物价。

若和经济合作与发展组织（OECD）成员国相比，2022年韩国劳动者的平均工资为OECD成员国平均水平的91.6%，创历史新高，甚至高于日本。

但根据韩国银行（央行）发布的报告，韩国人涉及衣食住等基本生活需求的价格，却较OECD成员国均值高出约60%。这种高物价水平无疑加重了韩国居民的生活负担。

也曾有文章对比首尔和上海餐饮价格，在首尔的普通餐厅正常单人套餐平均价格约为45元人民币（下同），而上海的平均价格是33元；首尔中档餐厅的双人餐平均价格约为287元，上海大约为242元。

上海、青岛、北京，最受韩国游客欢迎

挤爆上海之前，韩国游客最喜欢去的是张家界，韩国人之间甚至约定俗成：想尽孝，就带父母去张家界。

张家界对此并不满足，去年11月13日，张家界甚至在海外推出了形象宣传片《我的家，你的世界》，这条关于回家与治愈的短片，让卷在事业、爱情、容貌焦虑的韩国人破防，因而吸引了大批韩国年轻人在周五下班就赶来张家界“去班味”。

张家界对韩国游客的吸引力在于：山势秀丽壮观，韩国人又爱爬山，且韩国土地面积较小、大山资源有限；张家界主动发力，如设置韩语标识、韩式餐饮、国际化营销等，持续吸引韩国游客；当然还有更重要的一点，早在2000年前后，就有一批国内旅游从业者前往韩国宣传张家界，从时机上抢先打开韩国市场。

Edden也表示，早在20年前，韩国当地就有关于中国旅游景点大团的推广，尤其以张家界和长白山为主，但大部分都是社区组织老年人集体出行。

而我国具备国际大都市现代化风貌和丰富消费业态的不止上海，具备秀丽山水的也不止张家界和长白山，伴随着免签力度持续推进，韩国可直飞越来越多中国城市，已有一大批城市成为韩国游客的热门目的地。

来自携程的数据显示，2024年以来，韩国游客入境热门目的地Top10分别为：上海、青岛、北京、广州、延边、深圳、大连、杭州、成都、烟台。

携程集团公共事务部负责人李栋告诉时代周报记者，免签政策实施以来，韩国人来中国旅游订单同比增长较快的城市还有威海、南京、哈尔滨、重庆、苏州、昆明等。东北、山东等距离韩国较近的城市以及哈尔滨、重庆等网红型城市将是韩国游客的热门选择。

加之文旅业的加密营销布局，可以预见的是，接下来一段时间韩国游客还会迎来显著增长。

李栋也建议，在吸引或者服务韩国游客方面，相关城市可在景区、餐厅等旅游接待场所进一步完善韩语服务，增加韩文指示牌等，做好针对韩国游客的接待服务工作。

REGION · 区域

广西“流量”争夺计划： 修运河 造大桥

时代周报记者 曾思怡 发自广州

坐拥我国西南方向出海口，广西却长期被戏称为“假的沿海省份”。

其原因在于，广西的几条主要大江，漓江、邕江、柳江等在梧州汇成西江，最后通过西江流向广东出海；反观广西出海口——北部湾港，无一条区内大江与之连通。

江河虽多但优势不大，于是广西打算以水“改命”。

2022年，连接南宁和北部湾港的平陆运河开工，按照最大航道等级建造的百里运河，可显著缩短南宁乃至西南货物从内河出海航程，也给运河沿线城市尤其是北部湾港，带来更多产业机遇。

2024年年底开通的龙门大桥，是广西最长的跨海大桥，意在推进北部湾经济区内部的3座沿海城市（北海、钦州、防城港）迈入“1小时通勤圈”，进而推进广西沿海地带更好统筹港口资源、优化分工合作。

那么，被当地赋予重大期待的北部湾经济区，和近年陆续推进的龙门大桥、平陆运河，将为广西带来什么？

北钦防一体化

广西有3个沿海港口，北海港、钦州港、防城港，三者组成“北部湾港”。

钦州港与防城港直线距离不算远，但隔着茅尾海，茅尾海形似“猫尾”探进陆地，两地开车通行，需沿着长长的“猫尾”绕行，单程90多公里，耗时近2小时。

新近开通的龙门大桥，是“猫尾”上的一“横”，几乎将钦州港、防城港以直线连接，将两地通行时间缩短至20多分钟，显著提高两地通行效率，促进人货往来。

于当地而言，龙门大桥打通了制约防城港、钦州两地经济要素融通的卡点，是北钦防一体化的重要一笔。

2019年6月，广西就提出，要加快北钦防一体化发展，打造设施互通、产业互补、园区协同、服务共享、内外联动的一体化新格局，以强化北部湾港三港域分工协作、协同发展，更好统筹港口规划建设运营和港航资源配置。

2019年7月，广西印发《关于推进北钦防一体化和高水平开放高质量发展的意见》和《广西北部湾经济区北钦防一体化发展规划（2019—2025年）》，对交通方面作出具体布局：打造“1130”快捷区域交通网，建设1小时通达南宁、湛江等周边主要城市的交通网、三市主城区1小时通勤圈及三市主城区与相邻园区、港区30分钟快速通道。

若把视野放宽，龙门大桥作为国家公路网规划的丹东至东兴G228国道广西滨海公路主线的重要组成部分，广西滨海公路除把北海、钦州、防城港三座城市连成一体外，向东，可通过G228广东段连接粤港澳大湾区；向西，可从中国广西东兴出越南连通东盟。

细究上述交通规划，也不难看到广西近年发展的关键词，“北部湾经济区”“向海图强”“融入粤港澳大湾区”“深化与东盟国家合作”。

争夺“水上流量”

在广西，上一次引发大量关注的建设项目，是平陆运河。

根据规划，这座耗资700多亿元的运河，将于2026年完工，全长134.2千米，按内河I级（最大级别）航道标准建设，起于南宁横州市，连接钦江，直奔北部湾港。

这条运河的作用在于，让原先流经邕江、汇入西江最终在广州港出海的货物，可直接走平陆运河，从北部湾港出海，这一改道将缩短入海航程约560公里。

根据预测，平陆运河建成后，每年为西部陆海新通道沿线地区节约的运输费用将超52亿元。与此同时，平陆运河与北部湾港相辅相成，还会显著促进沿线产业布局及出口业务，带动沿线城市发展。

广西此举，或意在摘掉“假性沿海省份”帽子，尽可能发掘、扩大现有江海资源。

要知道，很长一段时间，虽同在一众沿海省市名单，但港口经济之于广西社会经济发展的推进作用，却明显弱于大多数沿海城市。

其原因在于，广西的几条主要大江，漓江、邕江、柳江等在梧州汇成西

江，最后西江流向广东出海；反观广西北部湾港，无一条区内大江与之连通，也被形容为“假出海口”。

古往今来，水利万物。千百年前，水运是主要物流方式，由京杭大运河及其串联的长江、淮河，主导着中国经济乃至政治格局；改革开放之后，全球加工贸易转移之际，我国一批沿海城市接住机遇，发展制造业，经济率先崛起。

时至今日，陆空运输愈加发达，但水运仍是最经济的运输方式。有数据显示，水运运输成本仅为铁路的50%~60%，公路的12%~15%，空运的4%~6%，在降低碳排放、环境污染、噪音等方面也具有很大优势。

坐拥多条大江和出海口的广西，却长期难得其利，于是广西开始在“水”上下功夫。

事实上，不论平陆运河，还是龙门大桥，对广西而言，都有一个共同的目标——服务北部湾经济区。

从地图上看，平陆运河建成后，将与横跨茅尾海的龙门大桥在北部湾腹地形成“十字形”交通网络，助推构建区域发展新格局。

北部湾经济区，是指由广西沿海地区北海、钦州、防城港市及南宁市所辖的行政区域为主组成的经济区。

从地理上看，北部湾经济区，向东，毗邻粤港澳大湾区；向西，与东盟国家陆海相连。与泛北部湾各国隔海相望，是大西南乃至整个中国面向东盟的最佳海上通道、陆路通道。

基于这样的地理位置，北部湾经济区于2006年成立，2008年国家批准实施《广西北部湾经济区发展规划》，标志着北部湾经济区开放开发上升为国家战略。

但在沿海经济开放布局中，从北到南的海岸线上，相比珠三角和长三角，北部湾地区发展明显较慢。因此，在全国各地区均衡发展的背景下，广西北部湾经济区的发展，将会因龙门大桥的建成而加速。

有何挑战

2024年上半年，北部湾港不仅完成集装箱吞吐量432万标箱，位列全国第9位，且同比增幅高达19.8%，居于全国港口十强的榜首。

把目光拉长至过去6年。2019年，北部湾港集装箱吞吐量排在全国第15位，至2020年，北部湾港集装箱吞吐量攀至全国第10，同比增长32.2%，增速稳居全国沿海主要港口第1位。其后的2021—2023年，北部湾港吞吐量年年排在全国第9。

北部湾港货运吞吐量快速增长背后，是西部陆海新通道战略、北部湾港基础设施和港航服务水平不断推进、对外开放持续深化等多方面作用。

伴随平陆运河将于2026年建成，有观点指出，北部湾港货运吞吐量还将迎来爆发式增长，而北部湾经济区，也会加快成为广西经济的重要增长极，平陆运河将成为广西经济发展的关键。

但也有不一样的讨论和观点，作为平陆运河出发点，南宁货物出海，将最直接、最先受益，但是当地有这么多货物需要运输吗？即平陆运河建成后，“运什么”？其他西南省份是否会将原先主要走广州港出海的货物转走北部湾港，其中要考量哪些问题？

就当前北部湾经济区的发展挑战，经济学者盘和林在接受时代周报记者采访时指出，北部湾经济区内的城市规模普遍较小，没办法形成规模经济，且北部湾经济区尚未加入到全球供应链的主航道当中，缺少海外投资，尤其是缺少代工。

“举个例子，如果一个老板要来中国投资建厂，他大概率会选择广东而非北部湾，因为广东的配套产业丰富，能够找到所有需要的原料，配件，而北部湾却很难。”

盘和林认为，西南省份如今出口通道选择颇多，一条是中欧铁路线，一条是北部湾，一条是陆路和东盟国家接壤，以及广州港。其中初级产品和资源类矿产，会选择通过北部湾减少出口陆路路程，从而节约成本。

但事实上，我国资源出口的量总体是有限的，多工序的产品还会选择走广州港，因为很多产品要在珠三角完成最后组装。为此，盘和林建议，北部湾在产业布局的时候，尽可能地向上游配套的领域发展，比如手机产业，把这些配件直接运往东盟和南亚，就可以缩短路程，体现北部湾的距离优势。■

全国第9



郑州能否坐稳“中部第二城”？

时代周报记者 李杭 发自广州

河南省会，在2024年特别拼。

最能体现的数据是汽车产业。根据日前郑州公布的消息，2024年1—11月，郑州新能源汽车实际下线52.9万辆、增速112.9%，带动全市汽车年产量历史性突破100万辆大关。

郑州的汽车产业迅猛发展，推动了产业升级和整体经济的增长。

2024年前三季度，郑州GDP已达到10702.7亿元，其中，第二产业增加值同比增长9.3%；1—11月，郑州规上工业增加值同比增长11.2%，其中，汽车及装备制造工业增加值同比增长25.85%。

在汽车产业和工业增长的带动下，郑州能否实现重返“中部第二城”的目标，成为外界关注的焦点。

多年来，长沙与郑州一直在争夺“中部第二城”的位置。2019年，郑州GDP达到11589.7亿元，时隔10年再次超过长沙，不过这之后的2020—2023年，郑州的GDP屡次以微小的差距落后于长沙。

2024年上半年，郑州以微弱优势反超长沙，一度坐稳“中部第二城”。不过到第三季度，长沙再次实现反超。如今，两者差距是285.2亿元。

目前，2024年全年数据尚未公布，郑州究竟能否迎头赶上，关键要在哪些地方进一步提升？

汽车产业发展迅猛

回顾去年郑州的增长轨迹，可以看出这座省会城市的重要经济支撑。

郑州市统计局数据显示，2024年前三季度，郑州GDP同比增长5.5%。从前三季度细分数据看，工业发展是郑州GDP增长的主要动力。

数据显示，郑州第二产业增加值4382.7亿元，同比增长9.3%。在万亿元城市中，郑州该项数据位列第一。其中，规上工业增加值同比增长11.0%，连续12个月居国家中心城市第1位。

规上工业是郑州经济持续增长的关键驱动力。

前三季度，郑州规上工业六大主导产业增加值同比增长12.3%。其中，汽车及装备制造业、铝及铝精深加工业、电子信息工业增加值同比分别增长24.6%、14.0%、12.8%。

继富士康引领的电子信息产业快速发展之后，上汽集团和比亚迪的相继入驻，使得汽车制造业，特别是新能源汽车，成为近年来郑州发展最为迅猛的产业之一。

2022年，郑州新能源汽车产量仅为6.98万辆。到了2023年，郑州汽车产量83万辆，同比增长61.7%，其中新能源汽车31.6万辆，同比增长3.5倍。

2024年，郑州全面进入比亚迪时刻。前11个月，郑州比亚迪的汽车年产量达到47万辆，带动全市汽车突破100万辆大关。

除此之外，郑州的创新产业也在不断壮大。1—11月，郑州规上工业高新技术产业、高技术制造业、战略性新兴产业增加值同比分别增长14.4%、13.2%、11.6%，展现出强劲的发展势头。

华东师范大学城市发展研究院院长曾刚告诉时代周报记者，在“强省会”战略的背景下，河南省政府对郑州的支持力度持续加大，尤其是在资源配置、政策扶持以及产业集聚等方面，展现出强大的推动力。

消费市场的持续回暖也为郑州经济注入了活力。2024年1—11月，郑州社会消费品零售总额达到5394.6亿元，同比增长4.7%，增速比前10个月加快0.4个百分点，其中11月当月同比增长7.6%。

近年来，郑州着力打造国际消费中心城市。赢商大数据显示，在2024年上半年，132家首店落地郑州，第三季度郑州购物中心引入首店84家，首店数量较上年同期大幅增长35%。

与此同时，随着年轻人对传统文化的喜爱，郑州凭借深厚的文化底蕴和历史积淀，成为热门的旅游目的地，进一步推动了当地消费的增长。

2023年，郑州接待国内旅游人数达到1.48568亿人次，同比增长66%，旅游总收入为1802.4亿元，增长59.2%。2024年国庆期间，郑州接待游客1614.2万人次，旅游订单量同比增长7%，门票订单同比增长91%。

此外，为加速消费市场的繁荣，郑州还推出了一系列举措，如打造特色商业街区、拓展消费场景、提升城市国际化水平等，进一步推动了消费市场的升级和城市的全面发展。

产业结构仍需优化

若是把视角放在中部区域，郑州和长沙的竞争依旧焦灼。

2024年第一季度，长沙GDP为3512.21亿元，同比增长3.8%，低于全国经济增速5.3%，在26座万亿元城市中排名倒数第四。而郑州第一季度GDP达到3537.9亿元，同比增长6.2%，增速超过武汉、西安等一众万亿级城市。

在这之后，郑州将差距继续拉大。进入第二季度，郑州的GDP总量领先长沙82.19亿元，位居中部第二。

然而，到了第三季度，长沙GDP达到10987.90亿元，超越郑州（10702.7亿元），重新跻身全国第15强。

要看两者的差距，长沙对郑州的优势主要体现在第一和第三产业上。

2024年前三季度，长沙第一产业实现增加值322.39亿元，而郑州第一产业增加值则为156.3亿元，两地仅第一产业就差出166.09亿元。在第三产业方面，长沙前三季度实现增加值6584.29亿元，领先郑州（6163.7亿元）。

河南省社会科学院高级统计师曹雷在《加快郑州国家中心城市建设的思考》中指出，2023年，郑州市三

次产业结构为1.3 : 39.4 : 59.3，第三产业占比在9个国家中心城市中排第8位，仅高于重庆。

而且，郑州第三产业内部，结构也不尽合理，存在“生活型”服务业多，“生产型”服务业少，特别是金融等现代服务业发展不足，产业集中度、专业化水平低等问题比较突出。

郑州在营商环境的提升上有待加强。尽管近年来已推出多项改革举措，但相比其他城市，郑州在政策执行、金融服务、法律保障等方面仍有提升空间。优化营商环境不仅能提升城市的吸引力，也能更好地激发创新和产业转型。

除此之外，曾刚认为，郑州想要在未来的城市竞争中获得优势，还需要从产业生态优化上入手。

曾刚指出，郑州要实现高质量发展，不仅需要升级传统产业，更要加大在战略性新兴产业和未来产业的布局。通过推动高附加值、技术含量更高的产业，郑州能够为经济发展注入新的活力。

郑州已经在积极布局。据了解，当前，郑州全力竞速未来产业新赛道，加快布局人工智能、虚拟现实、量子信息、区块链等未来产业发展，重点推进国家新一代人工智能创新发展试验区、国家区块链发展先导区、燃料电池汽车示范应用城市群、中国（郑州）智能传感谷建设，聚焦打造“量子之城”。■

谁在制造“胖东来经济圈”

时代周报记者 傅一波 发自许昌

在过去的一年,很多人都知道“胖东来”。

这个原本扎根在河南许昌、新乡的超市,以细致的服务和严格的品控,荣获众多好感,由此被誉为零售业传奇,名声逐渐“走出”河南。

名声与收入同步增长。新年第一天,胖东来创始人于东来公布了2024年销售数据:胖东来商贸集团(许昌、新乡两地)累计销售额169.64亿元。

蜂拥而至的人支撑了可观的增长。出于新鲜感,好奇的游客从全国赶来,胖东来成为许昌“没有淡季的6A景区”,以亲身体验各种极致服务成为在网络炫耀的资本;别有用心的商人盯上这泼天的流量,要么以代购自营产品的方式“蹭上胖东来”,要么借研学之名以期“复制”胖东来。

这就好像是一个聚宝盆,每个人都试图来这里“沾财运”,一个隐性的“胖东来经济圈”逐渐成型。

嗅到商机

要观察一个超市的兴旺,收银柜台是最佳视角。

“几乎没有停下来时间。”在胖东来,一名收银员在忙碌之间抽空回应时代周报记者提问时说道,每周6天,从早上9点半忙到晚上闭店。

忙碌变成数字,数字会变成更直观的财富。

在于东来公布的数据中,胖东来集团在2024年12月单月销售额20.41亿元。若均摊至各个门店,体现或更为明显。

时代周报记者查阅公开资料发现,胖东来在许昌、新乡共有13家门店。据此推算,每家门店月销售额约为1.5亿元,日均流水约500万元。

若按营业时长12小时计算,每家门店每小时销售额43万元。以分钟计算,1分钟进账7000元。

有人嗅着金钱的味道而来,试着接近“胖东来经济圈”的最核心。

29岁的许昌人徐莉莉原本在一家农产品企业做销售,因为工作性质较为灵活,不用坐班的她在2023年开始围着胖东来转,见缝插针地做向导或代购,一般收取10%的手续费。

徐莉莉眼里的胖东来像是一座金山,“有它在,吃穿不愁”。她说靠着做代购,每月能赚到几千元,“多是茶叶、银饰,再是啤酒和月饼,这些商品利润大”。

40多岁的出租车司机蒋伟国说,一箱胖东来啤酒在手,就有赚头。“一瓶大概加3元。一箱的话,就是多20~40元。”

社交媒体上有大量“胖东来跑腿”“代购”为名的帖子,一般100~200元的商品,代购费30元,200~300元的代购费为40~50元。

于是,胖东来对代购行为作出对策。2024年12月6日,胖东来发布首个明确的限购令,对部分商品采取限购措施。

但在徐莉莉看来,这并没有太多作用,“只限量而不限次,就等于没限购,而且市场就有需求,本质上就是买卖”。

代购衍生的快递,同样火热。

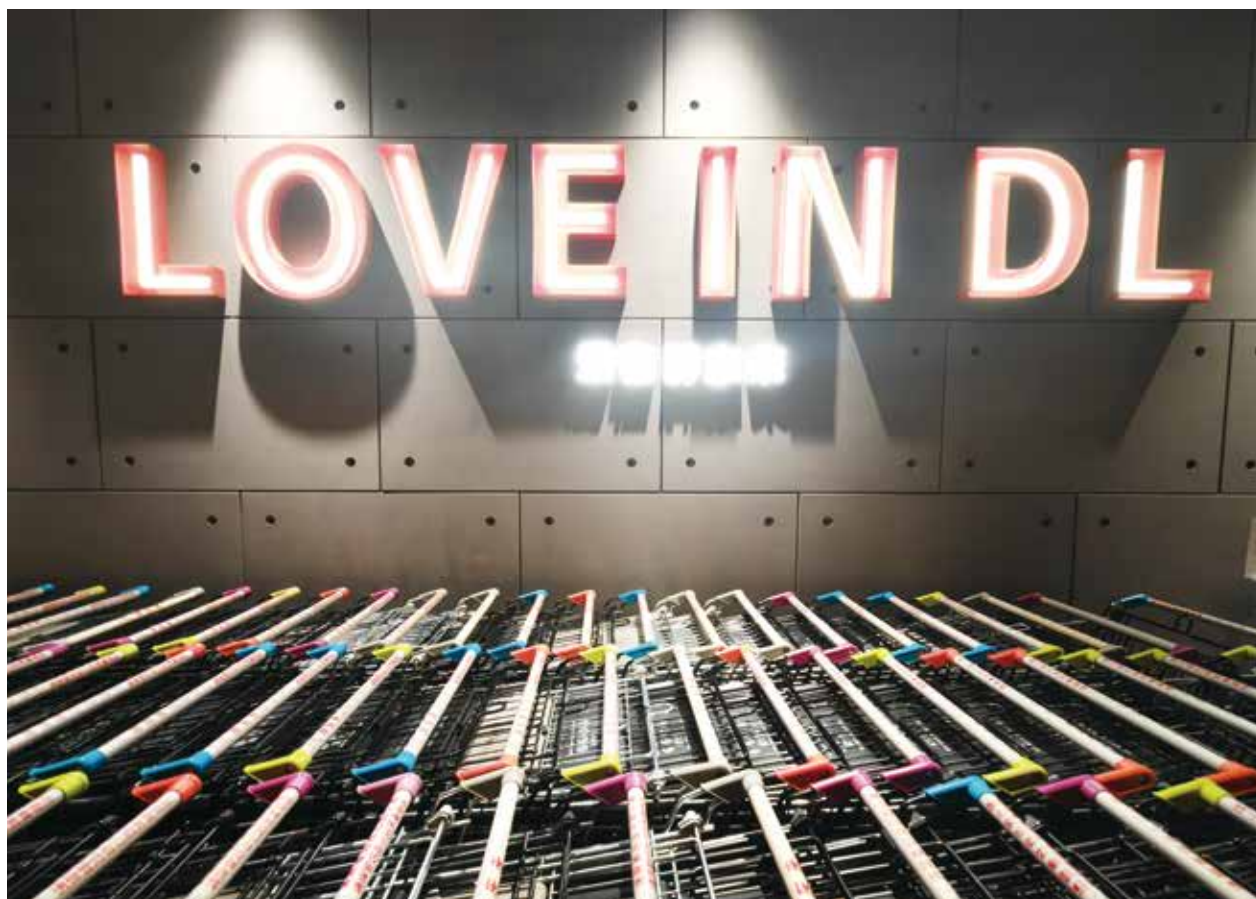
在胖东来附近的停车棚,几家物流公司的快递员早候在那里。根据几名快递员的说法,早上9点半到晚上8点,他们都在持续收件,三轮快递车起码走三四趟,才能把一天的货载到发货点。

胖东来商圈内的酒店,同样是“经济圈”受益者。附近1公里内的商务型酒店,价格大多在300~400元区间。而在胖东来没有出圈之前,整个许昌的酒店均价基本不超过200元。

时代周报记者曾到访过这些酒店,部分酒店会在显眼位置放置胖东来相关的宣传物料。问及原因,酒店工作人员说,酒店与胖东来没有合作关系,但因为前来入住的大部分客人,都会问及胖东来的各种情况,干脆就做起路线导图。

“复制胖东来”

如果说代购、酒店是“蹭”胖东来的流量,那么研学班就是“复制胖



东来”。

《中国新闻周刊》援引国家统计局数据提到,自2017年开始,国内超市门店数量从38554家下降至2020年的24082家,降幅高达37.5%。其中大型连锁商超门店从2012年的11947家下降至2020年的5340家,降幅超过55%。

从财务情况来看,大润发、永辉、家乐福、沃尔玛等多家大型连锁超市亏损。

而胖东来的可观增长被不少人视为学习的对象。在全国做买卖的人涌进了胖东来,试图一窥究竟。

时代周报记者在胖东来走访期间,许多挂着名牌的研学班学员散布在超市各个角落,多数是10~20人为一组,从20多岁到50多岁,来自各行各业。

年龄已届五旬的沈萍是石家庄的农户,起初是在微信群里看到研学报名信息。

群里都是本地的个体户,大家你一言我一语,都在说着生意难做。再后来,大家聊着“供应链”。

沈萍没听懂这些专业词汇,但听说过胖东来,“去看看,有机会的话,能把种的农产品销到胖东来,或者去看下商超的需求”。

三天的研学班,报名费1599元,沈萍对此寄予希望,但结束之后,她说不出来究竟学到了什么。“除了参观胖东来,剩下的时间都在酒店会议室内进行,每个学员发一本52页的教材,大多是在谈概念,比如胖东来的创业理念和故事。”

“那接触不到内部人员,全是走马观花,骗钱的。”在另外一名学员周聪看来,不同的研学班也有“鄙视链”。

周聪参加的是7天研学班,收费5000元,不包食宿。讲师大多是曾在胖东来工作过的“高管”,“这才是正经的学习”。他手机里还保留着当时研学参观的照片,那是位于时代广场6层的胖东来办公区域,不对外开放。

作为温州一家食品企业的运营,周聪用“学着走”来形容自己这几天的收获,“好歹知道了该怎么做”,譬如如何在产品包装上做更新,“至少这钱没白花”。

学员“没白花”,培训班的算盘打得叮当响。

时代周报记者走访发现,胖东来出圈后,有不少公司开设研学班。这些公司曾以旅游、教培,甚至是以广告业务为主。

根据一名参加研学学员提供的资料,上面显示为河南省某国际旅行社有限公司提供。

时代周报记者查阅天眼查发现,该经营范围是:国内游和入境游、出境游;会议会展服务;零售等。其中并不包含所谓的研学或培训业务。

此外,还有一些个人经由群聊,组建起了私人小组进行胖东来研学培训。

而研学班的价格从159元到1万元不等。

有开班的行内人士对时代周报记者表示利润可观。对方以单人收费1599元的10人研学班为例,一次进账近1.6万元,扣除讲师、食宿等费用,公司能从每个人身上赚到500~700元。

这类类型的研学班每周能开两三次。上述人士说,生意好的时候,研学班会分成上下午,在一天内同时进行。

但是,研学班的作用究竟有多大,上课就能“复制”胖东来的传奇?

据《财经》报道,嘉百乐总经理邵隆标在参加完于东来本人开设的总裁研学班后曾总结:“于东来做得好,那是因为这是‘神’干的事。如果做得不好,那就是‘神经病’干的事。”

曾在同济大学任教多年的商业研究学者王慧中在其著作《胖东来你要怎么学》中也提到,“那么多人‘读’(学习)于东来,却至今还没有人能‘读懂’(学会)”。

但是研学班讲师对此有另外的一套逻辑回答。

“师傅领进门,修行看个人。”研学班讲师陈宁说,学生最后学到了什么,学到了多少,这不是他和那些开办研学服务的机构要关心的重点,“说到底,都是赚钱,既然有人、有需求,总会有人做这样的生意”。

喧闹的B面

无论如何,以胖东来为圆心已形成了一个地理意义的经济圈。

2023年12月,被网友称之为“郑胖专线”的郑许城铁开通运营,专线可从郑州直达许昌。

陈宁说自己坐过这趟列车,他记得,车里几乎人手一个胖东来购物袋,“都是来胖东来消费的”。

对于每天都在市区里穿行的出租车来说,蒋伟国也能明显感受到胖东来区位上的特别,“凡是在胖东来店周边,人流量都多得不得了。如果有得选的话,我们司机都不愿意跑这条路。一进来,就出不去了”。

“现在,谁不想去胖东来工作啊。”陈宁略带调侃地用一句话说出胖东来的热闹,“比起考公务员,许多当地人可能更愿意去胖东来”。

收入是重要的度量衡。根据2023年许昌市统计公报,全年全市居民人均可支配收入31685元。换算至每月,月收入为2640.42元。

相较之下,胖东来的薪资处于较高水平——根据于东来在其社交平台公布的数据,2024年(胖东来)员工平均月收入超过9000元。

喧嚣的经济圈内,也有略显安静的一面。

在许昌,胖东来有11家门店,时代广场店、天使城店和人民店这三家门店紧紧挨着,相隔不超过4公里。其中,前两个门店是人流量总体排名靠前的两家门店。

而在天使城店附近,还有万达广场、新田360两个大型商场。时代周报记者曾在现场观察过,同样是工作日的下午3~4点,其人流量只有胖东来天使城店的1/3~1/4。

“其他的商家只能自找出路。”陈宁说。

比如“卷”价格。以苹果为例,在时代周报记者实地走访期间,当地批发市场的进货价在每斤2~3元,幸福万家等本土商超,大多将价格定在每斤5~6元,而在胖东来的部分门店,每斤售价约在8元以上。

再如牛肉,胖东来不少门店的售价都比周边中小超市要贵10%左右。但即便如此,仍然吸引了不少顾客。

除了走低价路线,当地商超还用“抢”时间来争夺客源。

比如胖东来的开业时间为上午9点半,而当地诸如新大新、九弟超市等超市的营业时间均早于9点半。这样一来,这些超市每天能比胖东来多卖1~2小时,从而吸引客流。

也有不少本土商超在潜移默化中逐渐“胖东来化”。比如学习胖东来的货架摆设、送货上门、宠物寄存等服务。

当胖东来逐渐成为许昌零售业的主角后,当地人的购物习惯逐渐分成两类:在意品质、售后服务的,更愿意去胖东来;而那些对价格敏感的人,则会选择当地的其他超市。

胖东来的经营理念

不过,有不少本地商超的工作人员说,即便这些商超开始“胖东来化”,自己的工资还停留在原地,“不超过4000元。”他很担心,未来自己的老板撑不下去,自己的工作也难保。

一个周末的傍晚,当夜色降临,许昌市七一路被堵在路上的车灯照亮,长达300米的车队正在排队等待进入胖东来时代广场店。

2公里外的另一家胖东来,也有着类似的喧闹熙攘。

像徐莉莉这样的代购们不会选择在这个时间进场。一方面,胖东来不少自营产品设定了限购值,她得一次次跑,像是蚂蚁搬家。顾客少,她耗费的时间也少。“同行竞争大,社交媒体上代购拼价格,有时候酒只能赚个5~10块。”

另一方面,徐莉莉确实不知道这代购还能做多久。

根据胖东来最近的规则,自今年1月1日起,超市自有品牌小麦啤酒、洗衣液、黑豆酱油等部分商品调整为同城线上限购销售,到下单门店自提。恢复线下销售时间另行公示。

至于研学,陈宁暂时没感到生意有变化。

不过,他说最近酒店价格有所下降,从之前的400多元降至两三百元。“不知道是不是跟季节有关系,还是跟胖东来的热度有关系。”

而胖东来商圈外一公里左右的地方,是这座四线城市的另一种日常:大马路上,车流不多,行人也不多。街道两旁,一些餐饮店陆续把桌椅放在外面,客人三三两两坐着,趁着夜色,聊天说地。■

(应采访对象要求,文中的人物均为化名)

金钱的味道



增速下降 印度今年经济增速预计6%

时代周报记者 马欢

作为世界上经济发展最快的国家之一，印度被寄予了很高的期望。印度总理莫迪也曾满怀信心地表示，印度很快将超越日本，成为世界第四大经济体。

然而，在2024年下半年，印度的经济增长失速了。

印度政府于2024年11月公布的GDP数据描绘了一幅令人沮丧的图景：相较于前两个季度分别为7.8%和6.7%的GDP增速，第三季度印度经济增速大幅下滑至5.4%，这是近七个季度最低点，远低于其央行印度储备银行(RBI)预测的7%。

刚刚过去的1月7日，印度政府宣布，下调2025年经济增长预期，预计GDP将增长6.4%，这是新冠疫情以来的最低增长水平。

即便如此，经济学家们仍表示，这一预期可能还是过于乐观了。

渣打银行经济学家萨海表示：“印度要实现6.4%的GDP增长目标，意味着在2025财年的下半年需要实现6.8%的增长，这有点太乐观了。”高盛和野村则更加悲观，他们预测印度经济增长率仅为6%。

当然，与大部分发达国家相比，印度经济增速依然强劲，只不过印度超越日本的目标，很可能要往后推了。

增速为何降了

“GDP预测数据公布后，似乎一切都乱套了，”印度经济学家拉杰什瓦里说，“其实这种情况已经持续了一段时间。现在的印度，经济明显放缓，需求问题严重。”

经济学家们认为，印度经济放缓，与几个因素有关。首先是需求减弱，印度私人投资多年来一直萎靡不振。印度的经济增长，一直靠政府投资拉动，特别是疫情以后，莫迪政府积极推动基础设施投资，抵消了私人消费惨淡增长和外部需求放缓的拖累。

然而，2024年特别是下半年后，由于印度工资增长缓慢和通货膨胀率上升，消费者减少了开支，企业利润

下滑。

不仅如此，受持续数周的选举活动的影响，印度政府的预算支出也不及预期，公共投资有所缩减，进一步抑制了经济增长。

其次是关键行业的疲软：制造业、农业的增长乏力，还有能源领域如采矿业的萎缩，这几个关键行业拖累了整体经济表现。

虽然莫迪自上台起就扬言要振兴“印度制造”，但实际上，印度的商品出口一直在苦苦挣扎，其全球出口份额仅为2%。

当然，服务业依然是印度经济增长的亮点，2024财年增长7.6%，非常有竞争力，但这并不足以抵消关键行业的疲软。世界银行负责印度的主管奥古斯特认为，印度显然需要更深入的改革，来促进私营部门投资。

至于2025年，在不少经济学家看来，地缘政治局势紧张，美国当选总统特朗普提出的关税政策将抑制全球贸易和投资，印度今年的经济，只会继续承压。

莫迪还有什么大招

2024年6月5日，印度大选结果出炉。莫迪领导的印度人民党得票数远不及预期的400席，也大大低于上一届选举的303席，不得不与其他党派联合组阁。这是莫迪执政以来首次面对联合政府，意味着接下来莫迪推行政策的难度会加大，印度媒体用“虽胜犹败”来形容。

莫迪曾在2014年誓言，要在2025

年前将制造业占GDP的比重提升至25%，但最新数据仅为14.72%，甚至还不如十多年前的18.3%。

面对目标与现实的落差，以及政策推行难度的加大，在新的一年里，莫迪如何发展制造业，将成为其第三个任期的关键。

莫迪振兴印度制造的核心，是生产挂钩激励计划(PLI)。该计划会根据企业的产量或销售额的增加等成果来发放补贴，补贴面向电子产品、汽车与汽车零部件等14个领域实施。

截至2024年11月，印度政府表示，PLI的累计支出金额已达到1.46万亿卢比(约合人民币1.25万亿元)。相关产业生产总产值和销售额达到了12.5万亿卢比(约合人民币1.07万亿元)，并创造了95万个工作岗位。

新的一年，莫迪将很有可能注重发展汽车、食品加工、纺织等劳动密集型产业，以创造更多就业机会。PLI补贴支出金额也将不断增加。不过，具体的实施效果依然是个未知数。

基础设施建设仍将是莫迪第三任期的优先事项之一，他必须要完善物流及电网等设施。

为弥补资金缺口，莫迪将继续加大吸引外国投资的力度，进一步优化营商环境，简化审批流程等。但在涉及劳动力和土地等结构性改革方面，联合政府将面临巨大难题——即使是在前两届任期内，莫迪也未能交出满意答卷。

印度央行数据显示，2024年流入印度的FDI(外商直接投资)减少

了112.2亿美元，同比下降30.53%。世界银行发布的《全球营商环境报告》，则将印度列为全球最难做生意的国家之一。

何时超越日本

趋势上看，印度依然保持增长。

2024年12月，澳大利亚洛伊国际政策研究所发布的“亚洲实力指数”显示，在综合实力方面，印度首次超越日本，位居第三名(第一名为美国，第二名为中国)。

对此，日本媒体反思道，日本排名下滑，原因在于其经济影响力因竞争加剧而减弱，尤其是在其曾经拥有强大技术优势的领域，面对来自韩国、中国等其他先进制造业中心的竞争。

《印度时报》则认为，印度此次排名上升主要得益于其“经济实力”和“外交影响力”提升。

印度的优势主要在于丰富的资源，比如迅速增长的人口、辽阔的土地，而且按照购买力平价计算，印度经济目前位居世界第三。

当然，印度与亚洲较大经济体相比，其经济一体化程度较低，对地区经济架构的参与度较弱，与周边地区的经济关系仍然是印度的弱点。

世界银行的数据显示，莫迪执政10年的平均年增长率达到了5.6%。一些经济学家表示，印度若想达到这种飞跃，需要每年接近8%或9%的持续增长。而现在，印度近年经济增速维持在6%~7%，但还不够，若是想要超越的日本，在经济起飞时期，印度每年经济增速均需要超过10%。

莫迪也未能让更多印度年轻人受益于这种高增长。国际劳工组织(ILO)的《2024年印度就业报告》显示，印度失业劳动力人口中，青年占比将近83%；受过中等或以上教育的年轻人占失业总人口的比例，从2000年的35.2%增加到2022年的65.7%，几乎翻了一番，高于全球水平。

新的一年，留给莫迪的挑战，还有很多。

“印度的世纪会来临吗？2025年是一个分水岭。”《日本经济新闻》评论道。■



泰国旅游受冲击 春节游预计下降至少一成

时代周报记者 马欢

1月10日晚，中国大陆某男演员乘机返回中国。自1月3日在泰缅边境失联，至1月7日获救，再到1月11日凌晨落地上海，耗时整整一周。

泰国警方对该演员的解救过程可谓迅速，然而，这一事件仍旧打击了不少中国游客前往泰国的热情。

特别是春节假期临近，许多计划在此期间前往泰国的中国游客在社交媒体上表达了担忧，并提出了直白的问题：现在去泰国安全吗？如果想取消泰国行程，如何说服旅行社退款？

多位明星亦取消了泰国的巡演计划。

1月10日晚，歌手陈奕迅宣布取消曼谷演唱会，理由是“对近期前往泰国的中国公民和粉丝的安全感到担忧”。

1月11日，赵本山也宣布，取消原定曼谷举办的世界巡演，相关声明称：“基于不可抗力及安全问题考虑。”声明还表示，将全额退款。

此次事件也引起了泰国官方的深切关注。

1月9日，泰国总理佩通坦在普吉接受媒体采访时也就上述事件发表讲话。

佩通坦说，泰国需要加强并完善相关法律法规，严厉打击相关犯罪事件再次发生。

2025年将迎来中泰建交50周年，

泰国方面定下了目标，力争使中国游客增加至900万人次。某演员的事件，会成为一个意外吗？

游客开始改行程？

1月9日，据泰国《曼谷邮报》报道，泰国旅行社协会预计，这一次带来的旅游安全问题，可能导致农历新年期间到访泰国的中国游客人数下降10%~20%。

飞猪平台数据显示，上述事件发生后，有平台反馈，泰国旅游的预订开始受到影响，市场份额开始分流到其他东南亚旅游目的地。

当然，也有旅行社对媒体表示，目前只有少量退单，大部分游客还是依照原有计划照常去，因为退订要支付一定的违约金。

深圳一家旅行社表示：“确实有游客因为这个事情不敢去，为此我们还劝说了很久，但多数游客最后还是去了。因为不去的话会损失高额的机票、酒店费用。现在是泰国的旅游旺季，机票、酒店都很紧张，国外酒店都是预订后全款转账过去的，行程安排了就没法退款了。”

成都一家旅行社则表示，如果解除合同会产生一定的违约费用。比如，行程开始当天取消则违约金高达70%。只有极少数的游客坚持退单、取消行程。

泰国当地的一名导游表示，现在是泰国的旅游旺季，单纯的旅游不用担心安全问题。

一家泰国当地旅行社则提到，只

要不去边境，正规的跟团游都是很安全的。

旅游业是泰国的支柱产业。

泰国官方数据显示，2024年有超过3500万人次的外国游客抵达泰国，旅游收入超过1.6万亿泰铢(约合人民币3500亿元)。其中，中国游客最多，达670万人次。

泰国国家旅游局局长塔佩妮表示，自去年3月中泰两国实施永久免签政策以来，中国游客数量快速增长。曼谷、普吉、清迈等是最受中国游客欢迎的目的地。

不过，由于全球经济放缓等因素，2024年旅游总收入尚未达到泰国官方预期的3万亿泰铢(约合人民币6300亿元)。

2025年，泰国政府的目标是吸引4000万人次国际游客，旅游收入3.4万亿泰铢。另外，为了刺激其国内消费，泰国政府将为民众补贴50%的旅游支出。

泰国方面预测，2025年中国旅行者入境泰国市场的人数将保持平稳增长，泰国力争今年中国游客突破900万人次。

还有人在旅游

每年春节假期前，吴迪都要休年假，去泰国游玩。对他来说，这是辛苦工作一年后难得的放松。

此前，正在清迈酒店度假的他，收到了很多亲友的关心信息。还有不少朋友问他，去泰国安全吗？

“除了疫情期间，我一年至少要

去泰国一次，正常去旅游是碰不到这些诈骗的。”吴迪告诉时代周报记者，“但我也被那个新闻震撼到了，感觉那个泰国不是我认识的泰国。”

“不过那个演员事件的性质还是有些不一样，他是因被介绍工作，到泰国机场被骗的。而你如果是游客，到泰国机场后正常搭乘交通工具，是不会进入这条产业链的。”吴迪说。

在吴迪看来，泰国依然是性价比非常高的旅游目的地，最近这段时间去反而是最安全的。“因为两国政府高度重视，泰国总理都出来说要打击犯罪了。”吴迪透露，他的一位好友春节赴泰行程也没有改变，因为“酒店和机票早就订好了，现在退改非常不划算”。

上述事件发生后，泰国总理佩通坦多次发表讲话。她于1月7日表示，政府正在尽最大努力减轻该案对泰国作为旅游目的地的声誉的影响。

1月9日，佩通坦在普吉再次对媒体表示，泰国需要加强并改善相关法律法规，严厉打击相关犯罪事件。同日，泰国警方也接受了新华社的专访。泰国国家警察总署督察长塔查猜提醒到泰的中国访客，应警惕声称去邻国工作的邀约，尤其是经过泰国到邻近的第三国，以免落入诈骗集团手中。

吴迪则建议，春节期间去泰国游玩，一定要提前做好行程，走正规的旅游路线，少去偏僻的旅游景点。

至于吴迪本人，他表示：“我每年还是会去泰国旅游的，毕竟价格不贵，体验也不错。”■

10

%

<

总理特鲁多提前辞职 加拿大如何应对“特朗普冲击”

时代周报记者 刘沐轩

还有不到一周正式就职的美国当选总统特朗普曾扬言，要在上任第一天对北方邻国加拿大征收25%的惩罚性关税。

然而特朗普还未“出招”，加拿大总理特鲁多却先宣布了辞职。当地时间1月6日，特鲁多表示，他将辞去担任9年的加拿大总理职务和担任11年的加拿大执政党自由党党魁职务。他将暂时留任加拿大总理，直到自由党选出一任党魁。

在特鲁多宣布辞职计划后不到两小时，特朗普再次嘲讽称，“加拿大应该与美国合并成为其第51个州”。

特鲁多的离开，并不会令加拿大人感到意外。

由于物价上涨、移民未解、经济增长停滞，加上特朗普的关税威胁，自去年年底以来，加拿大民众要求特鲁多下台的呼声也愈发强烈。

下一任加拿大总理将由新的自由党党魁担任，但由于“特朗普冲击”和该党极低的民调支持率，分析人士普遍预测，加拿大原定在2025年10月举行的大选也将提前。

失势的明星总理

特鲁多的辞职倒计时，始于三周前他与时任加拿大副总理兼财政部长克里斯蒂亚·弗里兰的决裂。

2024年12月16日，作为特鲁多长期亲信的弗里兰，因不满政府的预算提案在公布预算当天提出离职，并在辞职信中直言不讳地批评特鲁多，称他试图给加拿大人发放每人175加元的退税是“收买人心”，并强调特鲁多不够重视特朗普的关税冲击。

据彭博社报道，与弗里兰决裂后，特鲁多下台就逐渐成为自由党内的主流声音。

2024年12月20日，加拿大两大在野党相继宣布将对特鲁多政府进行不信任动议投票，并呼吁提前进行大选。几天后的圣诞节假期里，几乎从公众视野中消失的特鲁多，在前往加拿大西部的一个滑雪胜地时，被当地一名女子认出并嘲讽，“总理先生，请滚出不列颠哥伦比亚省”。

这些遭遇都与特鲁多担任总理早期的状况，构成了鲜明对比。

现年53岁的特鲁多是加拿大历史上第二年轻的总理，他的父亲曾两次担任加拿大总理，任期超过15年。

2013年，特鲁多以78%的得票率当选自由党党魁。在2015年出任总理时，特鲁多一度是加拿大的明星总理：他相继登上了《时尚》杂志和《滚石》杂志的封面，封面标题是“他为什么



不能成为我们的总统？”

曾担任滑雪教练的经历，也让特鲁多的每次滑雪旅行，成为加拿大民众津津乐道的正面新闻。

但随着时间的推移，越来越多的加拿大人开始抱怨特鲁多的“无能”。尤其是疫情后，特鲁多政府无力应对民众的生活成本危机，让不少支持者心生不满。

根据加拿大统计局的数据，去年11月加拿大失业率已达6.8%。如果不看疫情期间2020年和2021年的数据，这是自2017年以来的最高水平。

加拿大《环球邮报》的一篇专栏文章指出，特鲁多擅长用福利政策“收买选票”，擅长在党派斗争中斡旋，这使得他多次面临下台危机却仍能连任至今。但他担任总理期间，加拿大的经济增长几乎陷入停滞。即便有9年的时间，特鲁多的许多政治承诺仍未兑现。

比如特鲁多曾承诺将减少临时工人和移民数量，但在其任内，移民数量不降反升至历史最高水平。

移民潮的到来，让加拿大出现了前所未有的住房短缺问题，导致租赁空置率大幅下降，租金通胀率从9年前的不到1%飙升至8%。

据加拿大民调机构安格斯·里德研究所的统计，9年以来，特鲁多的支持率从51%下降至28%，反对率从39%上升至68%。

2024年，特鲁多领导的自由党政府在选举中遭遇惨败，338个议会席位中仅赢得21个席位，该党的民调支持率也已经跌至16%。

“特朗普冲击”下，谁来接棒？

加拿大每5年举行一届下议院选举，多数党的党魁将出任加拿大总理。在法定的大选日期（2025年10月20日）到来之前，加拿大自由党还需要选出一名新党魁，接任特鲁多，并

应对加拿大最迫在眉睫的“特朗普冲击”。

将在1月20日正式宣誓就职的特朗普，威胁对加拿大出口到美国的所有产品征收25%的高额关税，并抱怨加拿大在边境安全、毒品贸易和国防开支等方面做得不够。

值得注意的是，特朗普在第一任期内达成的美加墨协议（USMCA）将在2026年到期。截至2024年9月，在这一协定下，美国对加拿大出口商品的平均关税率为0.1%。

2023年，美加两国之间的商品和服务贸易总额为9230亿美元。其中，美国从加拿大的进口额为4820亿美元，美国对加拿大的贸易逆差为410亿美元。

由此推测，特朗普声称的25%额外关税，可能要加拿大额外付出近1200亿美元的代价。

对于特朗普提出的要求，加拿大内政部长直言称，毒品和移民问题只是特朗普加征关税的借口。因为相比于同样遭受关税大棒的墨西哥，经由加拿大一年内流入美国的毒品和非法移民，可能还比不上墨西哥一周的数据。

安格斯·里德研究所的数据显示，86%的加拿大人表示他们担心特朗普的关税威胁。当被问及他们认为加拿大政府应该如何应对这些威胁时，倾向于采取强硬态度的人超过了一半。

而此前特鲁多不愿采取强硬态度，就招致了不少加拿大人的反感。

特鲁多曾在2015年接受《纽约时报》采访时，将加拿大描述为世界上第一个“后民族国家”，他声称“加拿大没有核心身份，没有主流”。

在特朗普此次胜选后，特鲁多也是首位与特朗普会面的G7国家领导人。但特朗普却当着特鲁多的面“开玩笑”说，如果加拿大无法承受25%

的关税，它应该加入美国，成为美国的第51个州。

这似乎触动了加拿大人最敏感的神经，安格斯·里德研究所的统计显示，2024年仅有5%的加拿大人觉得“加拿大应该加入美国”。

在这种舆论环境下，与特鲁多决裂、主张反制特朗普关税的弗里兰，成为了最有可能的继任者。

现年56岁的弗里兰毕业于哈佛大学，在转行从政前曾是一名记者。《环球邮报》曾评价弗里兰，“要么是自由世界秩序的最后、最好的希望，要么是脱离现实的理想主义者”。

2013年进入下议院后，弗里兰在2015年加入了特鲁多的内阁，担任贸易部长，后来担任外交部长参与达成加拿大与美国、墨西哥重新谈判自由贸易协定。

安格斯·里德研究所曾预测，如果弗里兰能够出任总理，也将使得自由党在民众中的支持率上升至21%。

但从长期来看，弗里兰的任期不会很长。因为将于今年10月举行的加拿大大选中，保守党已经大幅领先自由党。

民调机构益普索的最新民意调查显示，保守党在已确定投票意向的选民中获得了45%的支持率，而自由党和左翼新民主党的支持率各为20%左右。

45岁的保守党党魁波利耶夫是一名职业政治家，他在2004年首次当选下议院议员，2022年成为加拿大保守党党魁。2022年初，他因支持卡车司机占领渥太华市中心，以抗议新冠疫苗强制令而声名鹊起。

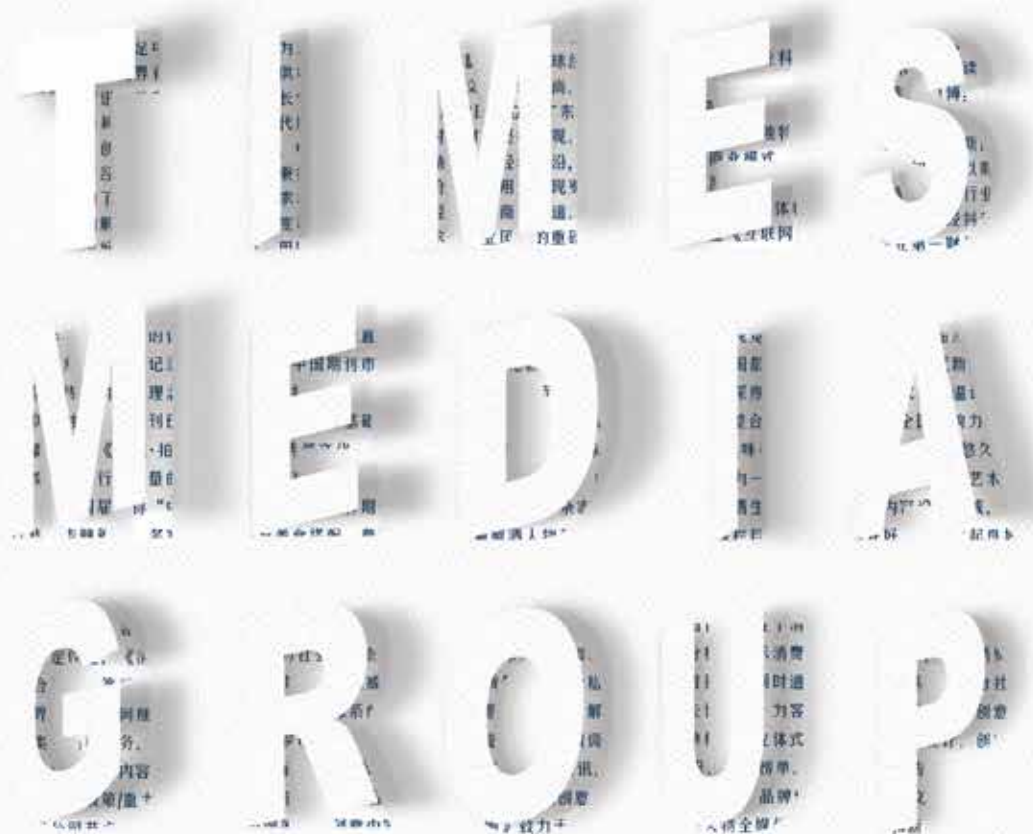
波利耶夫主张“把加拿大梦带回家”，并誓言加拿大永远不会成为美国的第51个州。

但特鲁多所在的自由党嘲讽波利耶夫为“加拿大版特朗普”，称其试图让“加拿大再次伟大”。■

16

%

➤



时代传媒集团

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

15 | 抗流感新药玛巴洛沙韦卖爆



去年超200家银行消失 中小银行洗牌提速

时代财经 张昕迎

2025年开年,中小银行收购整合再现新进展。

1月6—8日,金融监管总局官网发布多条行政许可公告,涉及浙江、贵州、福建等省份中小银行股权受让。

其中,浙江金融监管局1月6日批复,浙江德清农商行获批受让秀洲德商村镇银行股份,收购后持股比例达45.36%。这也是2025年首例获监管批复的中小银行收购。

贵州金融监管局2024年12月26日批复,兴仁农商行、晴隆农商行、贞丰农商行、普安农商行分别受让兴仁振兴村镇银行、晴隆兴安村镇银行、贞丰兴贞村镇银行、普安普惠村镇银行4家银行部分股权,受让完成后,分别成为4家村镇银行的主发起行,持股比例均超过50%。

福建金融监管局2024年12月31日批复,泉州农商行受让周宁刺桐红村镇银行、柘荣刺桐红村镇银行、古田刺桐红村镇银行、寿宁刺桐红村镇银行、蕉城刺桐红村镇银行、霞浦刺桐红村镇银行6家银行部分股权。收购完成后,泉州农商行在原本持股的基础上对上述6家村镇银行的控制权进一步加大。

惠誉评级亚太区金融机构评级董事徐雯超在接受时代财经采访时表示,2024年,在息差下行、有效信贷需求不足、房地产及相关行业资产质量风险持续暴露等多重压力下,中小银行正持续面临经营压力。未来几年,收购重组将继续成为中小金融机构处置的主流手段。

根据央行发布的《金融稳定报告(2024年)》,2023年年末,央行对3936家银行机构开展金融机构评级,从评级结果来看,“红区”银行357家,占比11%,规模合计7.05万亿元。其中,农合机构(包括农村商业银行、农村合作银行、农村信用社)和村镇银行“红区”银行数量占“红区”银行比重较高,不过资产规模占参评银行的比例不足1%。

中小银行资产质量风险持续暴露

以泉州农商行本次收购情况来看,收购完成后,泉州农商行对6家村镇银行的持股比例将分别上升至88%、70.6%、73.95%、79.3%、

61%、87%。

2024年12月,泉州农商行还受让了永定瑞狮村镇银行部分股权,持股比例54%。2024年全年,福建省内至少有20家中小银行被收购、整合。

泉州农商行成立于2011年3月,由原泉州市城区农村信用合作社与原泉港区农村信用合作社合并改制而成。2013—2014年,该行分别在福建省内外(上海)主发起设立12家村镇银行。

然而,以该行披露的最新经营数据来看,上述12家村镇银行在盈利能力、资产质量方面均面临一定压力。

泉州农商行2023年年报显示,截至2023年年末,上述12家村镇银行资产总额为95.12亿元,同比增长1.33%;负债总额为77.36亿元,同比增长1.53%。业绩方面,12家村镇银行2023年共实现利润总额1.07亿元,同比下降0.69亿元。

值得注意的是,截至2023年年末,上述12家村镇银行的不良贷款余额总额达到8455.48万元,较年初增加2096.40万元;不良贷款率1.15%,较年初攀升0.25个百分点。

泉州农商行旗下村镇银行的经营压力不是个案。宏观经济放缓的背景下,中小银行风险问题备受市场关注。

惠誉博华金融机构分析师张可欣向时代财经分析称,我国中小银行经营模式以传统的存贷款业务为主,因其不得跨省展业,所以业绩表现与区域经济环境紧密相关。当区域发展受限时,中小银行们不得不面临信贷需求不振、规模增长缓慢的挑战,而普惠、“三农”业务亦受到国有大行的竞争冲击。

张可欣还指出,一方面,当前贷款利率持续下行,中小银行普遍面临着息差收窄的压力;另一方面,由于其客户多为抗风险能力较弱的小微企业,信用状况更易受到经济周期波动的影响,因此当下不少中小银行资产质量普遍承压,拨备覆盖率偏低,风险抵御能力相对较弱。

“2025年,中小银行的资产质量或将继续承压。不仅不良生成仍存压力,零售领域长尾客户风险上扬亦不容小觑。部分中小型区域性银行客户相对下沉,将面临更为严峻的信贷质量考验。”张可欣表示。

企业预警通数据显示,目前村



2024年全年,注销的银行达到204家(以监管公告日计),类型包括批复合并、解散,囊括村镇银行、农商行、信用社等。

镇银行数量最多的省份为山东,共有125家;河南、河北、贵州、江西分别为86家、84家、84家、77家,这些省份的农商行、农信社数量也较多。

2024年2月,山东金融监管局召开相关会议强调,要全力推进地方中小法人机构风险化解。加快推动农村中小银行改革化险,有序推进村镇银行重组整合,稳妥化解城商行风险,分类处置法人保险公司风险。

山东村镇银行在2024年年末掀起整合潮。山东金融监管局官网显示,2024年12月以来,日照银行、青岛农商行、菏泽农商行、成都农商行、莱州农商行等多家银行受让了山东省辖内近10家村镇银行股份;2024年11月,垦利乐安村镇银行获批解散,该行为山东省农信系统在省内发起设立的首家村镇银行。

2024年银行数量减少超200家

2024年5月23日,金融监管总局农村中小银行监管司发布的《统筹推进改革化险,推动农村中小银行高质量发展》文章指出,加快推动农村中小银行兼并重组,减少农村中小银行机构数量和层级,加强集中统一管理,因地制宜优化机构布局,重塑经营机制,促进风险持续收敛。

伴随着监管层的持续关注,防范化解中小银行风险的重要性已进一步凸显。

2024年年初至今,村镇银行吸收合并密集获批,这直接体现在中小金

融机构数量的剧减。

企业预警通数据显示,2024年全年,注销的银行达到204家(以监管公告日计),类型包括批复合并、解散,囊括村镇银行、农商行、信用社等。

不同地区的整合进度也有明显分化。东吴证券研报分析称,总体来看,东部沿海地区的银行积极布局,对中小银行的收购居多;中西部地区的银行则更多在政策引导下进一步整合区域金融资源,推进筹建省级农商行合并中小银行。

张可欣告诉时代财经,在经济发展活力较弱的区域,组建统一法人的农商行,有利于提升资产规模,增强风险控制与风险抵御能力。

就在1月2日,金融监管总局同意江苏农商联合银行筹建。截至2023年年末,江苏全省农商行系统资产总额4.4万亿元,若江苏农商联合银行成立,其资产规模或将超过上市城商行及部分股份行。

不同于辽宁、海南等地的“统一法人”省级农商行模式,江苏农商联合银行使用“两级法人”模式,由省级农商联合银行对市级农商行持股并统筹全省金融服务管理。

2024年12月31日,云南省《红河日报》刊文称,辖内13家农合机构召开股东大会,审议通过了关于启动组建红河农商行的相关议案,拟在蒙自、弥勒、建水、石屏、河口、元阳、绿春、红河等农商行以及个旧、开远、泸西、屏边、金平等县(市)联社的基础上,以新设合并方式组建。不过,相关议案尚待监管部门批复。

2024年6月,辽宁金融监管局批复,同意辽宁农商行吸收合并新民农商行等36家农村中小银行机构,辽宁农商行在2023年9月获批开业;2024年5月,海南金融监管局批复同意海南农商行开业,同时海南省农信社等20家农商行或信用社自行终止。

多名受访人士向时代财经分析,中小银行的风险处置仍将是未来几年监管关注的重点。

徐雯超向时代财经表示,收购重组将继续作为未来中小金融机构处置的主流手段。在方式上,一般是由地方政府牵头,充分落实地方政府的属地职能,并与其他金融机构产生比较有效的风险隔离,降低个别风险事件演变为系统性风险的可能性。□

4家上市行获增持 国发集团拟增持苏州银行

时代周报记者 黄宇昆 发自广州

2025年伊始，又有多家上市银行获股东增持。

1月8日，苏州银行(002966.SZ)公告称，公司大股东苏州国际发展集团有限公司(下称“国发集团”)基于对该行未来发展前景的信心和长期投资价值的认可，计划自2025年1月14日起6个月内，通过深圳证券交易所交易系统以集中竞价交易或购买可转债转股的方式，合计增持不少于3亿元公司股份。

今年以来，以险资、股东为主的投资者对于银行股的热情依旧不减。据统计，开年仅9天，已有4家上市银行获股东增持或股东计划未来增持。

在业内人士看来，从去年全年来看，低估值、高股息的银行股在A股市场涨幅领先，多只银行股股价创出历史新高，表明银行股投资价值受到市场资金认可。展望2025年，宏观政策更加积极，银行基本面积极因素将持续积累。

光大银行金融市场部研究员周茂华向时代周报记者表示，整体看，当前商业银行利润与资产保持扩张，不良率维持低位，拨备覆盖率维持高位，资产质量保持良好，银行业经营保持稳健。目前，市场对银行经营业绩触底有一定预期。同时，银行板块整体低估值、高股息率，对于稳健价值型投资者仍具吸引力。

国资大股东半年内增持超1亿股

国发集团频频出手增持苏州银行。

据苏州银行公告，2019年8月2日至2025年1月8日，国发集团因大宗交易增持、无偿划转、可转债转股被动稀释等原因，持股比例由9%提升至14%，累计权益变动达5%。

其中，2024年9月19日至2025年1月8日，国发集团以自有资金通过集中竞价交易方式增持1.04亿股苏州银行股份。Wind数据显示，上述时间段内，苏州银行股价累计涨幅达21.23%，按照区间股票均价来算，国发集团此轮



增持耗资超过7.6亿元。

国发集团在公告中表示，本次权益变动的目的和原因是为响应苏州市进一步优化国有资本布局要求，并基于对苏州银行未来发展前景的信心，进一步聚焦金融主责主业，增加国发集团金融资产规模比重。

国发集团还计划自2025年1月14日起6个月内，通过深圳证券交易所交易系统以集中竞价交易或购买可转债转股的方式，合计增持不少于3亿元人民币。除此之外，截至1月8日，国发集团暂无在未来12个月内继续增持苏州银行股份或处置已拥有权益的股份的其他计划。

申万宏源证券研报认为，提升国资股东占比、巩固大股东基本盘对苏州银行而言较为重要，也是更为必要的，预计短期内第一大股东目标持股比例有望逐步提升至15%以上。

时代周报记者联系苏州银行相关人士，未获置评。

值得一提的是，苏州银行1月8日公告，该行股票自2024年12月12日至2025年1月8日的19个交易日中，已有

10个交易日的收盘价不低于“苏行转债”当期转股价格6.19元/股的130%，即8.05元/股。

若在未来11个交易日内有5个交易日苏州银行股票收盘价不低于8.05元/股，便将触发“苏行转债”的有条件赎回条款。届时根据相关约定，苏州银行有权决定按照债券面值加当期应计利息的价格赎回全部或部分未转股的转债。

苏州银行于2021年4月份公开发行了50亿元“苏行转债”，期限为6年。截至2024年12月31日，“苏行转债”尚未转股的金额为39.50亿元，占发行总量的79.00%。

申万宏源证券研报认为，苏州银行于2021年发行可转债，旨在为后续展业预留空间。截至1月8日，尚有39亿元转债待转股，若全部转股可增厚核心一级资本充足率。

上市银行开年频获增持

事实上，借道可转债转股的方式增持上市银行的案例并不少见。

南京银行此前在接受投资者调

研时曾表示，2024年度，法国巴黎银行(含QFII)、南京紫金投资集团有限责任公司、江苏交通控股有限公司(含江苏云杉资本管理有限公司)、南京高科股份有限公司、东部机场集团投资有限公司等主要股东通过二级市场 and 可转债转股的方式，累计增持南京银行股份超过70亿元。

2024年12月18日，成都银行公告称，该行董事会通过相关议案，决定行使公司可转债的提前赎回权，按债券面值加当期应计利息的价格赎回于赎回登记日收盘后全部未转股的“成银转债”。成都银行也将成为继江苏银行后，第二家完成可转债强制赎回的银行股。Wind数据显示，2024年12月18日，“成银转债”未转股比例为28.32%。截至今年1月9日，“成银转债”未转股比例已降至4.08%。

不过，对于大多数银行股东来说，在二级市场增持更为普遍。今年以来，包括苏州银行在内，已有4家上市银行获股东增持或股东计划未来增持。

1月7日，光大银行称在符合一定市场条件下，其控股股东中国光大集团股份公司自2024年3月29日至2025年1月7日期间，通过上海证券交易所系统以集中竞价的方式增持该行A股股份1.23亿股，累计增持金额为4.03亿元。

港股方面，1月2日，香港交易所披露文件显示，中国平安斥资约7.56亿港元增持工商银行H股约1.55亿股，持股比例由15.84%进一步上升至16.02%；1月3日，平安资管在场内以每股均价4.2257港元增持农业银行H股1652.1万股，涉资约6981.28万港元，增持后，平安资管最新持股数目为15.46亿股，持股比例由4.97%上升至5.03%。

周茂华向时代周报记者表示，当前，银行股估值仍具有修复空间，但由于经营能力不同，银行间分化仍较明显。同时，银行板块整体低估值、高股息率，对于稳健价值型投资者仍具吸引力。另外，在市场出现短期波动加大情况下，部分投资者倾向于增加银行股配置。■

4.03
亿元



全球资管巨头2.28亿元入股国民养老保险 外资抢滩中国保险市场

时代周报记者 何秀兰 发自广州

国民养老保险股份有限公司(下称“国民养老”)迎来首家外资股东，外资机构加速在华布局。

1月8日，金融监管总局公告，批复同意国民养老增加注册资本2.28亿元，由安联投资有限公司(Allianz Global Investors GmbH)(下称“安联投资”)出资。增资后，安联投资持有国民养老2%的股权，国民养老注册资本由111.5亿元提升至113.78亿元，批复日期为2024年12月6日。

安联投资是德国安联集团(Allianz SE)旗下的资产管理机构，后者是全球最大的保险和资产管理集团之一。

国民养老相关人士向时代周报记者表示，与安联集团的合作将为公司带来国际视野和专业经验，公司将充分研究借鉴其在资产负债管理、养老金产品设计、资产配置、普惠性养老保障服务等方面的经验，大力发展商业保险年金，进一步丰富第三支柱市场供给，更好地满足普通百姓养老保障和财富管理需求。此外，安联投资的增资入股有助于进一步促进公司治理机制的提升，持续改进经营管理水平，夯实稳健发展的基础。

安联投资入股国民养老，是外资加速布局中国保险市场的一个缩影。

2024年以来，多家外资机构在中国市场动作频频。意大利忠利保险有限公司(下称“忠利保险”)、史带补偿及责任保险公司、安盛保险(百慕大)有限公司(下称“安盛保险”)等，均通过受让股权的方式涉足中国保险市场。此外，金融监管总局批复同意筹建北京法巴天星财产保险股份有限公司(下称“法巴天星财险”)、保德信保险资产管理有限公司(下称“保德信资管”)。

全球资管巨头“落子”国民养老保险

安联投资继续在中国保险市场跑马圈地，成为国民养老首个外资股东。

国民养老此次增资的进程可追溯至2023年12月26日，当时国民养老股东大会审议通过《关于增资扩股引入战略投资人的议案》，决定引入战略投资人，以发行新股的方式增资2.28亿股，使公司注册资本从111.5亿元增至113.78亿元。2024年6月，根据北京金融资产交易所公开征集投资人的结果，最终确定由安联投资认购本次新增股份，而国民养老现有股东未参与此次增资。

国民养老成立于2022年3月，是国内最新成立的专业性养老保险机构，其注册资本在10家专业养老保险公司中仅次于平安养老。

公司股东阵容强大，涵盖了工、

农、中、建、交、邮储、中信、招商、兴业、民生、华夏等11家银行理财子公司及下属公司，以及6家大型证券保险机构和投资及实业领域企业，被业内称为“首家银行系养老保险公司”，并且是首批入围商业养老金业务试点的养老保险公司。

截至2023年年末，国民养老的业务仅覆盖浙江、山东、四川等省份。2024年第四季度，国民养老陆续获批筹建广东、上海、重庆等三家省级分公司，其中重庆分公司已于2024年年末获批开业。

依托银行系股东的资源优势，国民养老的保险销售主要依赖银保渠道，2023年原保险保费收入居前5位的保险产品均通过银保渠道销售。2024年，国民养老保费规模实现了快速扩张，前三季度实现保险业务收入43.88亿元，同比大幅增长429.95%；实现净利润4.16亿元，同比增长44.95%。

国民养老相关人士向时代周报记者称，安联投资入股国内的专业养老保险公司，传递出外资机构、耐心资本持续加码中国养老金融市场，看好中国经济长期增长潜力的信号。

近年来，安联集团在中国的布局广泛且深入。除通过战略持股国民养老进军中国养老金融市场外，安联集团在中国已构建起涵盖寿险、财产险、资产管理等多元业务体系。

2019年11月，安联集团在上海设立安联(中国)保险控股有限公司，这是全国首家外资独资保险控股公司，以此作为平台整合旗下在华保险业务，目前旗下拥有安联人寿、安联资管、京东安联财险等。

外资持续抢滩中国保险市场

安联集团加码中国市场，是近年中国保险业对外开放持续深化的生动例证。2024年以来，众多外资机构通过股权收购、战略投资等多种方式，扩大在中国的业务布局。

2024年12月，史带财险外方股东史带补偿及责任保险公司收购了原股东上海锦江国际投资管理持有的1120万股。若股权变更获批，史带财险将变为外资独资财险公司。

中意财险则于2024年完成了从中外合资到外资独资的转变。2024年5月，中意财险原股东中国石油集团资本有限责任公司将持有的51%股权转让给忠利保险。同年9月，相关手续完成后，忠利保险成为中意财险的唯一股东。

此外，2024年年初安盛保险获批受让原信利再保险(中国)有限公司100%股权，后将其名称变更为安盛环球再保险(上海)有限公司。

部分外资机构还通过战略投资参与中国保险市场。2024年5月，比利时富杰保险国际股份有限公司出资

10.75亿元认购太平养老增发股份，交易完成后持股10%，并获得增持选择权，双方将在养老金融领域展开深度合作。同年6月，前海再保险公告称，腾邦国际持有的公司10%股权由保德信国际保险控股有限公司竞得，随后保德信国际将股权转让给美国保德信保险。

在新设机构方面，2024年10月，金融监管总局批复同意法国巴黎保险集团联合德国大众汽车金融服务公司海外公司筹建法巴天星财险，还批复美国保德信保险(中国)筹建保德信资管。在这之前，金融监管总局还批复同意西班牙曼福再保险公司北京分公司开业，核准营运资金为5亿元，国内外资再保险公司扩容。

普华永道中国金融行业管理咨询合伙人周瑾向时代周报记者表示，中国是全球第二大保险市场，也是最具增长空间的区域性保险市场之一。因此，国际保险巨头普遍看好中国市场，抓住对外开放的机遇，加大对中国保险市场的投资。

“外资保险巨头不少都有超过100年的经营历史，普遍具有跨周期的经营经验，不仅可以给我国保险市场带来成熟市场的产品与服务，丰富消费者的选择，还可以带来跨越周期的保险经营与投资经验，对当前的中国保险行业应对利率下行的挑战非常有价值。”周瑾称。■

开年22家保险分支机构被撤销 保险代理人骤减

时代财经 刘子琪

今年年初，又有多家保险公司裁撤分支机构。

1月8日，邢台金融监管分局发布信息称，同意撤销安盛天平财产保险有限公司宁晋支公司。

同一天，巴音郭楞金融监管分局发布信息称，同意撤销大家财产保险有限责任公司巴州中心支公司焉耆营销服务部；山西监管局披露信息表示，同意撤销中国人民人寿保险股份有限公司太原市万柏林支公司。

而在前一天，也有4个撤销分支机构的公告发布。例如，吕梁监管分局发布关于泰康人寿保险有限责任公司山西吕梁汾阳营销服务部撤销的批复。

据时代财经统计，今年以来，已有22家分支机构被撤销，涉及13家保险公司。其中，撤销机构数量排名前三的是泰康人寿、阳光财险、华泰人寿，被撤销机构数量分别为6家、3家、2家。

5年累计上万家保险分支机构退出

自2021年起，保险公司开始进入“瘦身期”。

据国家金融监督管理总局数据统计，2023年共有2060家保险公司分支机构退出，其中人身险公司分支机构退出1337家，财产险公司分支机构退出723家。

据原银保监会数据显示，2020年、2021年以及2022年，退出市场的保险公司分支机构分别为971家、2197家、2966家。

据不完全统计，2024年共有1984家险企分支机构退出市场。其中，人身险公司分支机构1365家，占比68.8%；财产险公司分支机构619家，占比31.2%。

由此计算，2021—2024年，5年共计退出10178家保险分支机构。

从退出的险企分支机构来看，裁撤主体为人身险公司，且以层级较低的营销服务部为主，裁撤地区主要集

中在三四线城市和乡镇地区。

不过，在集中裁撤的同时，不少新分支机构也在获批筹建，其中以分公司、中支公司为主。

以2024年为例，保险公司新设分支机构1848家，剔除特殊因素后，新设分支机构仅585家。其中，人身险公司新设分支机构仅62家，财险公司新设分支机构523家。

上述“特殊因素”是指去年成立的申能财险接管原有保险主体的业务，原有主体的分支机构较多，为申能财险的新设分支机构较多（1263家），但本质上这些分支机构并非真正新设。

保险代理人规模骤减

随着保险分支机构大量撤销，保险代理人数量也在持续减少。

2024年11月，北京大学汇丰商学

院风险管理与保险研究中心和保险行销集团保险咨询研究发展中心联合发布的《2024中国保险中介市场生态白皮书》（下称《白皮书》）显示，截至2023年年末，人身险公司保险营销人员人数为281.34万人，较2019年高峰时期的912万人减少约631万人，降幅达69.2%。

在《白皮书》发布会上，北京大学博士生导师、金融学副教授陆岚对此表示，也有数据显示，如果只算活跃的人力，可能连100万人都不到。

此前，我国保险营销员数量从2015年的500多万人井喷式增长至2019年的912万人的历史峰值。大幅增员的背景下，保费收入从2015年的2.4万亿元增长至2019年的4.3万亿元。

2024年以来，保险行业人力下滑出现缓解的迹象。以头部险企为

例，2022年年末到2023年年末，6家上市险企（中国人寿、平安寿险、太平人寿、太保寿险、新华保险、人保寿险）的代理人数量减少38.1万人；而2023年年末到2024年上半年，代理人规模合计约160万人，较2023年年末减少5.79万人，降幅呈现明显的收窄趋势。

截至2024年第三季度末，中国人寿个险代理人达到64.1万人，与2024年第一季度末的62.2万人、第二季度末的62.9万人相比有明显提升，与2023年年末同比增长1.1%；平安寿险个人寿险销售代理人数量达到36.2万人，相比前一季度末的34万人增加2.2万人，较2023年年末增长4.3%。

另外，《白皮书》显示，保险营销员的整体学历水平有所提升，其中大专及以上学历的比例为66.84%，比2023年提升3个百分点。■



华鑫信托23.75%股权九折再挂牌 二股东欲“清仓”退出

时代周报记者 王苗苗 发自北京

一知名信托公司股权再次被挂牌转让。

1月6日，北京产权交易所显示，华鑫国际信托有限公司（下称“华鑫信托”）23.75%的股权挂牌转让，转让方为第二大股东中国华电集团财务有限公司（下称“华电财务公司”），转让底价50.37亿元，需一次性支付，保证金5000万元，信息披露期为2025年1月6—17日。转让完成后，华电财务公司将“清仓”华鑫信托股权。

事实上，这是该笔股权的二次挂牌。2024年9月6日，其便已现身北京产权交易所，彼时转让底价为55.96亿元。短短4个月，转让底价打了九折，直降5亿多元。

根据原银保监会2022年修订并于同年11月13日正式实施的《企业集团财务公司管理办法》（下称《办法》），金融机构股权投资业务已不在财务公司业务范围内，且金融机构股权投资业务应当自《办法》施行之日起两年内完成清理。据此，华电财务公司需在2024年11月13日前完成持有的华鑫信托股权清退。从目前情况来看，清退工作已经逾期。

时代周报记者就此致电华鑫信托、华电财务公司并发送采访提纲，截至发稿，双方均未回复。

华鑫信托股权再被挂牌

华鑫信托是中国华电集团有限公司旗下专业从事信托业务的非银行金融机构，公司于2010年2月9日获原中国银监会批准重新登记，2010年3月18日正式挂牌开业，注册资本金73.95亿元。

据北京产权交易所项目披露信息，2023年华鑫信托的营业收入为29.92亿元，净利润为17.79亿元。2024年前7个月，华鑫信托营业收入为16.60亿元，净利润为10.39亿元；截至2024年7月31日，该公司资产总计236.20亿元，负债总计67.88亿元，所有者权益168.32亿元。

华鑫信托由中国华电集团产融控股有限公司和华电财务公司共同持股，持股比例分别为76.25%、23.75%，两者均系中国华电集团成员。华电财务公司转让华鑫国际信托股权，已于2024年9月2日获得中国华电集团有限公司董事会批复。

2024年9月6日，华电财务公司首次在北京产权交易所挂牌所持华鑫信托23.75%的股权，转让底价为55.96亿元。4个月后，2025年1月6日，上述股权再次在北京产权交易所挂牌转让，转让底价为50.37亿元，打了九折。

根据原银保监会颁布的《企业集团财务公司管理办法》显示，财务公司不得向金融机构和企业投资，并要求在2024年11月前完成对外股权

投资清理处置。就目前来看，华电财务公司清退逾期已成既定事实。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜对时代周报记者表示，华电财务公司或将面临多重困境。比如，监管机构可能会对其进行罚款、暂停部分业务等处罚措施；监管关注增加，后续其他业务或将面临严格的审查和监管，增加合规成本。

柏文喜进一步表示，若此次二次挂牌依旧无法达成交易，后续监管机构可能会采取更严厉的措施，要求华电财务公司采取其他方式强制清退股权。例如，通过拍卖等方式。

多家信托公司股权被转让

据时代周报记者不完全统计，2024年以来，多家信托公司的股权被挂牌转让，其中，西部信托、东莞信托的股权成功转让，而北方信托、华信信托、大业信托、北京信托、新时代信托、中海信托和华鑫信托的股权仍在进行中或转让不顺利。

2024年12月10日，据国家金融监督管理总局消息，陕西监管局同意西安市群健航空精密制造有限公司受让中国航发西安航空发动机有限公司持有的西部信托0.18%股权。12月底，中信天津工业发展公司在天津产权交易中心挂牌转让北方信托0.18%的股权，转让底价为1140.97万元。

更早之前，2024年7月，大连港

集团有限公司挂牌转让持有的华信信托3.09%的股权，转让底价面议。6月，中国东方资产管理股份有限公司挂牌转让大业信托41.67%的股权，转让底价为16.99亿元，项目已于2024年10月终止。

去年5月，航天科技财务有限责任公司在北京产权交易所挂牌转让持有的北京信托15.32%股权；同月，新时代信托100%的股权在北京产权交易所挂牌转让，转让底价为18.51亿元。另外，东莞控股成功转让持有的东莞信托22.2%股权，交易价格为14.28亿元。

去年1月，中海信托1.25亿股份在北京产权交易所第二次挂牌转让，转让底价为2.70亿元，较第一次挂牌价打了九折。同月，中国中煤能源集团有限公司再次挂牌转让持有的中诚信托3.39%股权，转让价格由7.8亿元降至7.02亿元。

柏文喜分析称，信托公司股权挂牌转让难有多重因素：其一，价格偏高，超出潜在买家的预期和支付能力；其二，市场低迷，投资者对信托行业的信心不足；其三，部分信托公司自身的经营状况可能存在问题，使潜在买家对其发展前景持谨慎态度，不愿意投资；其四，附加一些较为严格的交易条件，如要求一次性支付、较高的交易保证金等，增加了交易成本和风险。■

51只货基7日年化收益率跌破1% 部分投资者转向债基

时代周报记者 赵鹏 发自北京

货币基金收益率持续走低。

Wind数据显示,截至1月6日,按照不同份额合并计算,全市场共有369只货币基金产品。其中,14只货币基金的7日年化收益率超过2%,占比为3.79%;51只货币基金的7日年化收益率跌破1%,占比为13.82%;其余大部分货币基金7日年化收益率均在1%~2%。

时代周报记者注意到,在债牛背景下,投资者尝试将部分货币基金资产置换为债券型基金,因此债券基金规模大增,其中相对透明的债券ETF最受关注。

截至1月6日,债券ETF的规模达到1787.11亿元,出现5只百亿级债券ETF,冠军债基鹏扬中债-30年期国债ETF规模增长近20倍。

博时深证基准做市信用债ETF拟任基金经理张磊对时代周报记者表示,近期中央政治局会议和中央经济工作会议指出,货币政策转向“适度宽松”。

财政方面,强调“更加积极的财政政策”和“超常规”的逆周期调节,政策面调整利多债市。短期波动并不改变债市趋势,回调可能是较好的买入时点。从中长期维度看,低通胀背景下实际利率偏高,债券收益率仍有一定下行空间。后市债券市场趋势仍有望持续,中高等级信用债有较好的配置价值。

51只货基7日年化收益率跌破1%

截至1月6日,可比数据的货币基金中,只有华夏现金宝A/B/C、华夏货币A/B、华夏沃利A/B/C、华夏快线B、华夏天利货币B、国寿安保添利B、华夏现金增利B、华夏财富宝B、华夏收益宝B、华夏沃利D、嘉实薪金宝B、工银财富快线B、工银薪金B/D、华夏保证金B等14只产品7日年化收益率仍然高于2%。同时,还有51只货币基金的7日年化收益率跌破1%。

以华夏现金宝为例,截至2024年第三季度末,该产品债券、现金资产的比例分别为51.48%、20.20%。从券种配置上看,同业存单和企业短期融资券分别占债券市值的比例分别



为89.08%和10.92%。

其中,该产品前十大重仓均为同业存单,合计占基金资产净值的比例为42.07%。

根据基金投资范围规定,货币基金可以投资现金、期限在一年以内(含一年)的银行存款、债券回购、中央银行票据、同业存单,剩余期限在397天以内(含397天)的债券、非金融企业债务融资工具、资产支持证券,以及法律法规或中国证监会、中国人民银行认可的其他具有良好流动性的金融工具。

一名资管行业固收投资人士对时代周报记者表示,货币基金投资的都是同业存单、定期存款、短期国债等期限较短的资产。在市场利率不断下行以及非银同业活期存款利率纳入自律管理的情况下,同业存款利率下行带动货币基金7日年化收益率下行。

去年11月底,市场利率定价自律机制工作会议通过的《关于优化非银同业存款利率自律管理的倡议》和《关于在存款服务协议中引入“利率调整兜底条款”的自律倡议》两个文件显示,非银同业存款利率纳入自律管理,

且在同客户签署的存款服务协议中加入利率调整兜底条款。申万宏源证券测算,截至2024年第三季度末,同业存款在货币基金持仓中占比测算为46.6%左右,在现金理财持仓中占比测算为34%左右。

在利率宽松的市场环境下,尽管货币基金7日年化收益率持续下滑,但对资金灵活性要求比较高、投资风格相对稳健的投资者依旧继续申购货币基金。

根据中国基金业协会发布的最新一期公募基金市场数据,截至2024年11月,股票型基金、债券型基金、货币基金是推动公募基金规模增长的“主力军”。其中,货币基金是单月增长最多的产品,11月规模增加2221.84亿元,达到13.69万亿元。

百亿债券ETF增至5只

在货币基金收益率不断走低的同时,债券型基金的表现却持续亮眼。

Wind数据显示,2024年共有3只债券型基金收益超过20%,其中鹏扬中债-30年期国债ETF、光大中高等级A、工银瑞盈去年的回报分别为

22.42%、20.24%、20.23%。此外,去年中长期纯债型基金中,有超99%的基金获得正向收益,且平均回报约为4.62%,相较2023年、2022年的平均回报分别增长0.97个百分点、2.28个百分点。

时代周报记者在蚂蚁基金和天天基金等投资平台上看到,在货币基金收益率持续下行的行情中,越来越多追求高收益的投资者开始将一部分货币基金资产转投到债券型基金中,在保证投资组合稳健的前提下,尝试获取更高的投资收益。

在债牛背景下,债券市场做多动能强劲带动债券基金份额及规模双增长。根据中金公司统计,截至去年第三季度末,债券指数基金实现连续6个季度规模环比上升,存量规模首次突破万亿元。中国基金业协会数据显示,去年11月债券基金总份额为5.22万亿份,环比增长2.08%。

时代周报记者发现,2025年以来债券型ETF规模增长格外亮眼。Wind数据显示,2024年年初,全市场债券型ETF的规模仅为801.52亿元,而截至今年1月6日,债券型ETF的规模合计已经达到1787.11亿元,百亿级债券型ETF从2只增长至5只。去年冠军债基鹏扬中债-30年期国债ETF规模增长了近20倍,从3.52亿元增长至67.21亿元。

对于债券型ETF的快速增长,张磊认为,债券型ETF全市场只有20只,是比较稀缺的产品。

同时,债券型ETF具有管理费率低、工具属性强、底层资产透明、操作方便、交易灵活快捷、场内质押等优势。机构普遍钟爱债券型ETF,近年来个人投资者对债券型ETF的关注度也有所提高。

华北某公募基金人士对时代周报记者表示,展望2025年大类资产配置,债券利率易下难上,低利率时代波动性或将有所提高。中央经济工作会议之后,2025年上半年,财政政策基调已基本明确,基本面对债市扰动可能有限。宽货币依然是债市关键词之一,在通缩趋势明确扭转央行或将采取更有力的降息。尽管当前债券利率一定程度上抢跑降息预期,但长期来看利率可能依旧易下难上,久期策略是收益获取关键。□

1787.11
亿元



67.21
亿元



开年基金上新火热 已有83只启动发行 多家派出明星基金经理挂帅

时代财经 金子莘

2025年开年,虽遇市场短期波动,但基金发行并未遇冷,反而呈现出一片热闹的景象。

1月6日,42只基金启动发行,其中不乏明星基金经理挂帅。1月7日,再上新12只基金。不仅本周基金发行火热,进入新年后首个交易日(1月2日),也有29只基金启动发行。短短4个交易日合计83只基金启动发行。

据Wind数据,2024年12月,公募基金发行的基金数量为106只,而在开年首周(2024年1月3—6日),公募基金发行的基金数量为45只。可以说2025年开年的新发热度显著高于同期。

从今年新发行的产品来看,被动指数型基金已经全面成为主力军,其中宽基指数关注度非常高。在今年首批发行的基金产品中,上证180、创业板50、中证A500等宽基产品数量都不少。而去年仍是以主动权益基金及债券基金为主。

新年首批上新,指数基金受宠

自被动投资大发展以来,指数基金的地位已今非昔比,成为各家公募

基金的“兵家必争之地”。

2024年第三季度,被动指数基金规模已超越同期主动权益基金。据民生证券数据,2024年第三季度末,被动指数型基金(含指数增强型基金)持有A股市值已达3.16万亿元,这也是其首次超过同期主动权益类基金总市值(2.89万亿元)。

由于被动指数基金在大类资产配置工具中的重要性陡增,随着市场结构变化,相应而来的是基金发行生态的改变。

2025年开年,新发基金接近半数均为股票型基金,有39只,占比46.99%;其次是混合型基金20只,占比24.10%;债券型基金排名第三,有17只,占比20.48%;FOF基金和REITs新发数量分别为5只和2只。

从新发基金更具体的投资类型来看,被动指数型基金数量可以说是遥遥领先,共有29只;其次,是偏股混合型基金有18只,被动指数型债券基金有10只,指数增强型8只,混合型FOF、中长期纯债型各有5只,混合债券型二级基金、普通股票型、偏债混合型及REITs各有2只。

1月6日,42只新发基金中,上证180、创业板50、中证A500均有多只产品发行,数量分别达到4只、3只、3

只。新产品向数字化、宽基化发展的趋势明显。

同样值得关注的是,1月7日,首批8只基准做市信用债ETF集体发售。其中,包括广发、大成、博时、天弘旗下获批的跟踪深证基准做市信用债指数的4只产品,以及南方、华夏、易方达、海富通旗下获批的跟踪上证基准做市信用债指数的4只产品。

据了解,每只基准做市信用债ETF的募集上限为30亿元,最大募集规模或将达到240亿元。

博时基金固定收益投资二部基金经理张磊向时代财经表示:“我们认为,债券指数基金未来发展有广阔的前景。”

张磊指出,首先,债券指数基金市场在我国占比相对较低,未来仍有较大提升空间,目前占比在10%左右,相比成熟市场例如美国,40%的债基为被动投资;其次,信用债指数基金发展相对滞后,存量信用债指数债基只数较少;最后,随着中长期国债到期收益率的下降,主动管理获取超额收益的空间或更加有限,指数基金费率优势和工具属性或将更有吸引力。

据时代财经了解,基准做市信用债ETF的底层资产主要为AAA级的信用债,发行主体多为央企,具有较

高的信用评级和较低的信用风险,适合中低风险偏好的投资者;其次,这些ETF支持T+0交易机制,投资者可以快速买卖,适合需要灵活调整投资组合的专业投资者和机构参与者。此外,信用债ETF通过投资一篮子信用债组合,有效分散了单一债券的风险,提高了投资的安全性。

2025年市场将更为乐观

从各家基金公司新年首批派出的人员来看,强者如云。业内对于2025年市场走势也偏向乐观。

万家中证2000指数增强派出了乔亮搭档张永强一同管理,乔亮现任万家基金首席量化投资官、基金经理。

而兴证全球盈鑫多元配置3个月持有则派出知名老将林国怀,其现任兴证全球基金FOF投资与金融工程部总监、养老金管理部总监。

对于后市的看法,前海开源基金首席经济学家、基金经理杨德龙向时代财经表示:“2025年市场有望走出先低后高、先抑后扬的走势。”从政策面来看,除了货币政策继续发力,财政政策也将更加积极。当前推出的10万亿元化债计划有效化解了地方债风险,减轻了地方政府还本付息的压力,从

而腾出更多精力和资金改善民生。

杨德龙进一步指出,下一步,中央可能通过发行国债提高赤字率,筹措更多资金直接拉动投资、带动消费。拉动消费是带动经济增长的重要方面,因为目前消费对经济增长的贡献已经超过了投资和出口的总和。去年12月,中央经济工作会议提出了九大任务,其中第一项就是提振消费、提高投资效益,全方位拉动国内需求。

杨德龙还提到:“岁末年初是正式布局2025年全年投资机会的好时机,建议投资者保持信心和耐心,通过布局优质股票或基金,抓住2025年的投资机会。”

债市方面,基金经理也偏向乐观。张磊向时代财经表示:“展望后市,我们认为债券市场趋势仍有望持续,中高等级信用债有较好的配置价值。”

张磊还提到,从供求角度看,2025年信用债或仍有较好的配置价值。供给方面,化债背景下,城投新增融资面临较大收缩压力;企业融资需求有限,非金信用债供给不足;需求方面,保险公司2024年因非标供给减少和存款需求下降,对债券配置量有所上升。银行自营资金,特别是信贷需求更多的中小城农商行,对信用债配置需求也有所上升。□

盈利挑战或加剧 微利时代猪企穿越周期

时代周报记者 周立 发自广州

2024年,猪价冲高、成本下降,为生猪行业的盈利改善奠定了基础。

“猪茅”牧原股份(002714.SZ)2024年生猪销量(7160.20万头)和收入(1362.25亿元)均创新高,在完成出栏目标的同时再次锁定千亿营收;身为养殖龙头的温氏股份(300498.SZ)在2024年不仅实现扭亏为盈,其还预计营收首次突破千亿元。

在度过漫长的亏损周期后,牧原股份、温氏股份仍稳居行业前三,在“后猪周期”时代稳健发展。迎头赶上的还有新希望(000876.SZ),在猪价回暖、优化成本之下,其去年实现1652.49万头的出栏量和267.58亿元的销售收入。

与巨头们一样,腰部的养猪“稳健派”在2024年不再猛上产能,取而代之的是降本增效,主动收缩资产负债表,以期能在微利时代中更好存活。

不过,在这一轮猪周期里,有巨头濒临破产,也有昔日黑马“失踪”。作为“重整派”的正邦科技(002157.SZ)、天邦食品(002124.SZ)、傲农生物(603363.SH)近年来不断剥离资产、整合资源,选择轻装上阵以望东山再起。

在卖“子”回血和猪价回暖的双重作用下,处于预重整阶段的天邦食品预计2024年归母净利润为13.60亿~15.60亿元,实现扭亏为盈;傲农生物刚进入重整计划执行阶段,借助重整契机打造“饲料加工为基本盘,养殖和食品为辅”的产业格局;正邦科技在2024年第三季度扭亏为盈,资产负债率持续下降,2025年将冲击700万头的出栏量。

展望2025年,随着养殖产能的恢复及规模化的普及,猪价波动区间或进一步收窄。卓创资讯生猪分析师李晶对时代周报记者分析道,2025年整体猪价水平会低于2024年,但整体价格变动幅度会较2024年有所收窄,可能更偏向于低位震荡的水平。

行业微利仍将是主旋律,“稳健派”和“重整派”又要如何应对?

“稳健派”:降本增效主动收缩

“当前,生猪养殖行业已从数量增长阶段进入质量提升阶段。”牧原股份董秘秦军在2024年5月接受时代周报记者专访时表示。

经历了2018年非洲猪瘟后的猪价暴涨,不少猪企都选择大幅扩产,跨界入局的新养猪人也屡见不鲜,希望能够成为致富神话中“一头猪赚两千”的主人公。但伴随无序扩张、非瘟常态化化和能繁去化缓慢,猪价“寒冬”笼罩整个行业,史上最长猪周期改变了企业家们的认知。

2018年的牧原股份还不是上市猪企的“老大”,彼时,其一年生猪出栏量为1101.10万头,低于温氏股份的2229.70万头。排在第三的是正邦科技,全年出栏553.99万头。

这一年年底,农业农村部预计生猪养殖规模化水平提高至50%,而到2024年年底,全国生猪养殖规模化率预计超70%。

生猪养殖的生态格局在此期间发生了巨大的改变,大量抗风险能力弱的落后产能因不具备竞争力而逐步退出市场,在生物安全、成本管控方面表现较好的农场或企业,借助资本力量迅速崛起,形成规模化;而上市猪企的排名也在经历猪周期的洗礼后重新洗牌。

2024年养猪“三巨头”的生猪出栏量过亿,牧原股份凭借7160.20万头一马当先,温氏股份和新希望分别达到3018.27万头和1652.49万头。

展望未来,《全国现代设施农业建设规划(2023—2030年)》提出,到2030年,全国主要大中城市畜牧养殖规模化率达到83%。

随着规模化发展,业内普遍认为,生猪行业将长期处于猪价波动不明显的微利状态,“不赌周期”成为



行业共识,而降本、提质、增效,成为上市猪企厚积底气、行稳致远的“必修课”。

2024年,上市猪企降本成效显著,牧原股份、神农集团(605296.SH)、温氏股份、天康生物(002100.SZ)等养殖成本已降至14元/公斤以下。

“饲料价格下降贡献了养殖成本下降的50%左右。”牧原股份在2024年三季度业绩会上透露。根据国家统计局数据显示,2024年全年豆粕价格和玉米价格分别跌超24%和16%。神农集团副总裁赖灿同样在接受包括时代周报在内的媒体采访时提到,原料成本对于养殖成本影响较大,“说实话,以前基本以产定销,供应链采购策略也非常粗糙,时常因信息差导致采购决策失误,吃了不少高价原料的亏。”

除此之外,神农集团董事长何祖训认为,猪群健康、高效运营、产业一体化是生猪养殖行业的竞争核心。因而,提升生产指标(提高PSY和仔猪健康度,降低料肉比、断奶仔猪成本等),以及通过精细化管理提高生产效率,同样成为猪企降本的手段。

除了降本增效,减负也是“稳健派”们2024年的工作重点,暂停新产能建设,将募集资金转向维持公司运营成为企业的最佳选择。

去年以来,多家上市猪企公告终止养猪项目:东瑞股份(001201.SZ)终止5.50亿元楼房养猪项目、牧原股份终止7个猪场建设项目、温氏股份终止2个湖北养猪项目、金新农(002548.SZ)终止2个生猪养殖项目……仅终止上述项目,上市猪企便有超10亿元募集资金用来永久补充流动资金。

“当前公司经营策略已转变为稳健增长,长期来看资本开支将呈现下降趋势,未来具体资本开支规模,公司将根据市场情况及经营情况进行调整。”牧原股份相关人士对时代周报记者表示。

随着生猪价格上涨、养殖盈利增加,头部猪企的负债总额和资产负债率不断下降,生产经营状况普遍好转。2024年前三季度,21家以生猪为主营业务的上市企业合计盈利265.50亿元,而2023年同期亏损190.40亿元;截至2024年第三季度末,上述猪企资产负债率同比下降5.70个百分点至60.80%。

“重整派”:整合资源东山再起

2018年的行业“老三”正邦科技,凭借着扩张,生猪出栏量一度在2020年跃居行业第二。但激进扩张的正邦科技没能熬过猪周期底部,在2022年启动预重整程序。历时一年多借双胞胎集团之力“重生”复产,2024年的出栏量达414.66万头。

迎来“白衣骑士”的正邦科技,不断剥离资产、整合资源,也成为2024年“重整派”猪企发展的缩影。

在非洲猪瘟之后的行业景气周期里,傲农生物凭借快速扩张的养猪规模,一度被冠上“养猪黑马”的称号,

但同样未能避免猪周期下行行情导致的生存困境和资金危机。

从2023年下半年开始,傲农生物不仅提前出栏生猪,还主动关停部分效率低下猪场,但在造成巨大损失的同时,仍逃不了被债权人申请预重整的宿命,成为继正邦科技后第二个被申请预重整的上市猪企。

相同的是,傲农生物在产业投资人的支持下顺利进入重整计划执行阶段。重整计划显示,公司将实施资本公积金转增股本,共计转增17.35亿股股票,全部用于引入重整投资人及清偿债务,并且拟剥离资产委托设立信托计划,对应的信托受益权将作为清偿超过2000万元金额普通债权所需偿债资源的来源之一。

“重整中将处置低效无效猪场,退出北方市场,深耕福建、江西等市场。同时,根据市场情况,动态调整仔猪和育肥业务比例,形成有弹性的业务模式,提高抗风险能力。”傲农生物称,未来将主要开展“公司+农户”的轻资产育肥模式,未来占比将达到80%。

除此以外,傲农生物称,将把握重整契机,形成以饲料加工为基本盘,以养殖和食品为辅助的产业格局,坚持稳健经营、稳步推动产业纵向一体化,通过重整投资人各方面的支持和赋能,实现经营优化和升级,进一步提升综合竞争力及持续经营能力。

与上述两者不同,天邦食品是首家主动申请预重整及重整的上市猪企,也借着猪价回暖的行情逐步“回血”。

此前为了“自救”,天邦食品先后通过出售资产等多种方式补充现金流:先是2021年出售了生物制品业务 and 大部分饲料业务,后是2022—2024年频繁转让史记生物技术(南京)有限公司大部分股权回笼资金。

虽然天邦食品尚未迎来重整的“白衣骑士”,但仍在积极谋求出路,盘活资源。

2024年12月,厦门建发、正虹科技及天邦食品在饲料合作方面签署了一系列合作协议。根据协议内容,厦门建发将依据天邦食品的需求,向正虹科技提供原料,由正虹科技负责加工成饲料后供应给天邦食品。未来,正虹科技和天邦食品还计划通过天邦下属的“嗨客猪管家”托管业务,共同运营湖北和湖南的闲置猪场,进一步扩大生猪养殖规模。

随着猪价回暖,天邦食品不仅在2024年实现扭亏为盈,而且资产负债率从2023年年底的86.73%骤降至73.85%,成为靠自身减负最快的“重整派”。

2025年行业盈利能力迎来考验?

在刚过去的2024年12月,本是腌腊旺季,猪价却持续低迷,单月头均养殖利润已锐减超百元。

“大家预期今年2月、3月份猪价会很低,为了预防风险,就提前在去年12月份卖掉,小体重能卖的也卖了。”有业内人士对时代周报记者表示。

根据李晶提供的数据,截至本年全国生猪出栏均重为123.50公斤,较2024年12月初下滑了2.49公斤。对于减重出栏的原因,其认为一是猪企对2025年整体行情并不看好,所以把后期的部分生猪提前卖掉;二是西南地区的腌腊需求会将一部分大猪消化掉,同样会导致交易均重呈现下滑。

农业农村部数据显示,2024年11月末能繁母猪存栏量为4080万头,相当于正常保有量(3900万头)的104.6%,属于绿色区域,但已接近临界值。

中国农业科学院北京畜牧兽医研究所研究员朱增勇对时代周报记者表示,2025年生猪出栏量预计小幅增加,猪价可能较2024年有所下降。

“2025年猪企要稳产增效,及时淘汰落后产能母猪,顺势顺势出栏,全年的管理中心要放在控成本、提效益上,在总需求量稳定的前提下,盲目扩产势必会给企业经营带来较高的市场风险。”朱增勇认为,随着我国猪肉消费需求进入平台期,生猪生产的总需求量稳定,因此降本增效、减少产业链环节不必要的交易成本,将是企业未来需要考虑的重点。

大肆扩产负担太重,降本细抠分厘。在此境地下,无论是“稳健派”还是“重整派”,面对2025年进一步加剧的盈利考验,数智化创新成为未来的养猪必修课。

有业内人士告诉时代周报记者,在2024年10月的李曼养猪大会上,不少国内大型养殖企业身影渐渐消失,参展的企业展位也变小了,门可罗雀。与之相反的是,某猪场管理软件的路演现场人山人海,不少观众拍照学习,“智能养猪”“数智化转型”成为热词。

在2024年年初,牧原股份董事长秦英林就提到,行业必须靠技术驱动而非投资拉动。“要把原来的投资拉动变成靠技术、靠创新、靠智能化,与当代科技进步相结合。这是我们现在要做数字化、智能化的养猪。”

2024年,牧原股份进一步在技术创新方面发力。牧原股份相关人士表示,公司基于生猪养殖的业务场景,研发智能养猪装备,通过分析各项智能化装备所收集的采食量、温度、湿度、猪病等数据信息,建立起智能养猪系统,让养猪更加标准化,更简单,帮助没有经验的人把猪养好。

河南牧原智能科技有限公司副总经理胡冬曾透露,利用智能巡检机器人均成本可降低32.25元,目前牧原部分优秀养殖场完全养殖成本已经降至12元/公斤以下,牧原股份表示,在不考虑饲料原材料价格波动的情况下,公司希望2025年可以阶段性达到12元/公斤的成本目标,并围绕600元降本空间进行技术创新。

数智化也是新希望未来重点发展方向。不过,在新希望董秘兰佳看来,企业不能为了智能化而智能化,所有数智化最终都是为业务服务,一定要和业务紧密结合,并达到非常明确的生产作用或管理作用。□

紫金矿业20亿元增资海南孙公司为收购秘鲁金矿付款

时代财经 张汀雯

241%

天眼查显示，近日，紫金矿业(601899.SH)旗下全资孙公司紫金海外发展(海南)有限公司(以下简称“紫金海外发展”)注册资本由8.30亿元增至28.30亿元，增幅约为241%。

1月7日，紫金矿业有关工作人员告诉时代财经，此次增资主要是为了此前收购秘鲁La Arena金矿和二期项目的后续付款事宜。

近年来，随着海南自贸港优势凸显，紫金矿业在海南动作频频。除紫金矿业外，国内不少矿企也纷纷加大在海南的投资和布局力度，以期在市场竞争中占据有利地位。

有从事海外矿产交易的人士告诉时代财经，位于海南自贸区的企业在获得国内的银行贷款上具备优势，进行境外汇款也较为便利。

大手笔增资为收购海外金矿

天眼查显示，2024年12月31日，紫金海外发展注册资本增加20亿元至28.30亿元，增幅约为241%。值得注意的是，2024年6月，紫金海外发展的注册资本刚从5.00亿元增至8.30亿元。短短半年内，紫金海外发展便获两次大手笔增资。

上述紫金矿业有关工作人员告诉时代财经，此次对紫金海外发展大手笔增资主要是为了此前收购秘鲁La Arena金矿和二期项目的后续付款事宜。

秘鲁La Arena金矿和二期项目是由紫金矿业境外全资子公司金誉(新加坡)矿业有限公司(以下简称“金誉矿业”)负责收购的。2024年12月，紫金矿业公告称，本次收购于北京时间2024年12月3日完成交割，公司已通过金誉矿业持有La Arena项目100%权益。

值得注意的是，紫金矿业2024年11月的公告显示，此次交易现金对价为2.45亿美元，交割时一次性支付。除交易对价外，双方将根据协议约定的程序和标准，对目标公司现金、运营资金等另行进行结算。

上述工作人员表示，因金誉矿业本身资金不够，因此需要另找紫金海



外发展来付款，资金来源公司会统筹安排。即便有贷款的需要，也需要付款子公司有足够的资本实力。本次增资事宜属于公司正常的资金周转需要。

有从事海外矿产交易的人士告诉时代财经，位于海南自贸区的企业在获得国内的银行贷款上具备优势，进行境外汇款也较为便利。

据《海南自由贸易港建设总体方案》，到2025年，将初步建立以贸易自由便利和投资自由便利为重点的自由贸易港政策制度体系。

紫金海外发展系紫金矿业旗下紫金国际控股有限公司(以下简称“紫金国控”)全资持股。紫金国控系紫金矿业为积极响应国家加快建设海南自贸港战略部署于2020年11月所设立。目前，紫金国控旗下拥有7家全资子公司，3家参股公司，注册地址均位于海南。

此外，紫金矿业与具有三亚国资背景的三亚发展控股有限公司，分别持有紫金国际融资租赁(海南)有限公司的90%、10%股权。

近年来，紫金矿业在海南动作很是活跃。2021年2月，紫金国控分别以10.37亿元和5.41亿元竞得三亚CBD两宗土地用于建设该集团国际业务总部——紫金国际中心，计划将其打造成为紫金矿业的国际运营基地和管理平台。

除此之外，2022年，紫金国控被吸收为上海黄金交易所国际会员，成

为海南自由贸易港首家国际会员单位。紫金矿业还在海南投资5.80亿元建设紫金三亚黄金珠宝产业园，占地43.81亩，是海南省第一家以黄金为主题的产业园区，设计产能金锭100吨/年。

除了打造国际业务总部和黄金珠宝产业园，紫金矿业还将全球铜精矿配送中心项目落地海南省东方市临港产业园，由紫金金海物流(海南)有限公司负责建设运营。2024年11月，海南东方八所港顺利完成紫金矿业首批铜精矿集装箱出运工作。该项目预计每年为八所港贡献80万吨吞吐量，将助力八所港成为全球重要的矿产资源运输和物流中心港口。

2024年12月14—15日，紫金矿业董事长陈景河在海南调研时表示，海南自由贸易港与紫金全球化国际化发展高度契合，作为服务紫金矿业海外业务发展、实施对外投资的重要平台，紫金国控带领海南板块各权属企业通力协作，充分利用海南自由贸易港制度开放优势助力集团发展。

矿企紧抓自贸港机遇

除紫金矿业外，在海南自贸港政策的推动下，国内不少矿企纷纷加大在海南的投资和布局力度，以期在市场竞争中占据有利地位。

2024年9月19日，中国矿产资源集团有限公司在海口江东新区成功设立三级贸易子公司——中矿国链(海南)

发展有限公司，体现了央企对海南自贸港建设的坚定支持与积极参与，也为江东新区建设发展注入新活力。

母公司注册地在海南的大中矿业(001203.SZ)也于2021年6月以自有资金出资8.00亿元在三亚设立全资子公司大中贸易有限公司(以下简称“大中贸易”)，从事铁矿石和球团贸易。同年7月，大中贸易成立大中(海南)国际贸易有限公司，注册资本1.00亿元。

同时，大中贸易被认定为海南自由贸易港鼓励类企业，自2020—2024年适用15%的所得税税率。

而作为本地龙头的海南矿业(601969.SH)自2019年通过并购洛克石油进入油气业务领域。2024年7月，海南矿业表示，随着海南自贸港跨境资金池业务升级为EF账户，海南矿业与洛克石油资金往来更加便利，通过EF账户，海南矿业对洛克石油的资金划转规模更大、外管局审批效率更高，在洛克石油发展需要的情况下，海南矿业也会对其进行一定的资金支持。

1月7日，海南矿业有关工作人员向时代财经指出，作为首批海南自由贸易港多功能自由贸易账户(EF账户)开户企业，公司将充分受益于跨境资金流动自由度提高，给各种经贸和投融资活动带来便利。

此外，2023年起，海南矿业便在儋州洋浦投建2万吨氢氧化锂项目(一期)，预计于2025年年初投产。海南矿业曾表示，该氢氧化锂项目产品线定位世界先进水平，且选址在海南洋浦，未来有望享受海南自贸港封关后多项税收优惠；公司将积极利用上游资源可控和海南自贸港税收优惠政策，保障公司氢氧化锂产品的成本竞争优势和市场竞争能力。

对于儋州洋浦投建2万吨氢氧化锂项目(一期)的进展，上述海南矿业有关工作人员向时代财经表示，目前项目基础建设已基本完成，预计春节后进入试生产阶段，项目正式投产时公司会及时披露。

“基于海南自贸港政策产业方向与资源禀赋，海南矿业将在稳固现有铁矿石业务和氢氧化锂项目的基础上，未来将重点关注贸易、港口高附加值加工、新能源、新能源材料、建材等投资机会。”上述海南矿业工作人员称。□

80万吨

8亿资产欲撬动220亿锂电项目 大为股份被困周期?

时代财经 张汀雯

连涨三日现高台跳水，大为股份(002213.SZ)股价坐上“过山车”。1月8日，大为股份收跌7.23%，报14.75元/股。

因1月3日、1月6日、1月7日连续三个交易日收盘价格涨幅偏离值累计超过20%，大为股份1月7日盘后披露股票交易异常波动公告，同时更新了其湖南郴州锂电新能源产业项目的最新进展。

大为股份称，公司全资子公司桂阳大为矿业有限公司(以下简称“桂阳大为矿业”)已竞得湖南省桂阳县大冲里矿区(以下简称“桂阳大冲里矿区”)高岭土矿普查探矿权并取得探矿权证，已经完成野外勘察工作，编制完成勘探报告并向矿产资源管理部门递交了勘探报告评审资料。

湖南郴州锂电新能源产业项目，是为大为股份在2022年碳酸锂价格高位(约58万元/吨)之时跨界布局的项目，计划投资额达220亿元。然而，两年过去，项目进展缓慢。

“湖南郴州锂电新能源产业项目目前仅有桂阳大冲里矿区的转采工作和4万吨碳酸锂(一期)项目的建设工作在推进，其余约定的原矿采选基地及尾渣、锂电池等项目尚未开始。”时代财经1月8日以投资者身份致电大为股份证券部时，相关工作人员表示。

对于该项目进展是否过于缓慢的问题，该工作人员称，前段时间碳酸锂的价格不理想，因此想把节奏放缓一些。

过去两年，碳酸锂价格坐上了“过山车”。较2022年大为股份进入碳酸锂行业时动辄50万~60万元/吨的高点，目前的碳酸锂价格已下行至7.50万元/吨左右。

除了碳酸锂的行情下行，超220亿元的项目建设资金也让投资者“操碎了心”。2022年年底大为股份资产总计仅8.04亿元，到了2024年9月末则下滑至7.19亿元；而其为项目建设发起的定增迟迟未有新进展。

2024年4月，大为股份曾在投资者关系活动中称，公司会根据项目进展情况，使用自有资金以及向银行融资或以其他方式融资，具体需视项目的进展情况安排。

跨界锂电，碳酸锂项目进展缓慢

大为股份2008年登陆深交所，彼时其主营业务为汽车变速器生产和销售。上市十余年后，大为股份于2019年宣布进入新一代信息技术产业；2020年通过收购深圳市大为创芯微电子科技有限公司跨入半导体存储行业；2021年，大为股份又参股了深圳市大为弘德汽车工业有限公司，涉足新能源专用车领域。

大为股份跨界锂电，源于其2022年12月与湖南省桂阳县人民政府签署

《投资合作协议》，拟在湖南省郴州市桂阳县建设含锂矿产资源综合利用及锂电池产业链项目、新能源专用车基地项目。

彼时，双方约定，郴州锂电产业项目的建设内容包括：1.取得矿权，矿山开采、选矿以及环保、尾渣处理；建设年产4万吨碳酸锂生产项目(分两期建设)。年处理能力800万吨原矿采选基地与碳酸锂生产项目以及环保、尾渣项目同步分期建设。2.建设20GWH锂电池相关生产项目，分两期建设。3.在桂阳县或郴州市适合的地区，大为股份拟投资建设新能源专用车生产基地。

该项目总投资约为220亿元。其中锂矿采选、碳酸锂以及环保、尾渣处理项目投资90亿元；锂电正极材料、锂电池相关生产项目投资120亿元，新能源专用车基地投资10亿元。

双方还约定，在取得矿业权后一年内，大为股份承诺形成本项目全产业链，并且含锂矿产资源(含碳酸锂)不外运出郴州。

2023年6月，大为股份还与桂阳高新区管委会、桂阳县工业园建设开发有限公司签署了《年产4万吨碳酸锂冶炼加工项目入园合同书》以及补充合同，将年产4万吨碳酸锂冶炼加工项目落户桂阳县有色科技产业园，总投资约25亿元。

依据大为股份与桂阳县人民政府的约定，2023年桂阳大为矿业以

3670万元顺利竞得桂阳大冲里矿区高岭土矿普查探矿权。该探矿权拟出让年限为五年，出让收益率为3.10%。不过，值得注意的是，该矿区内主要为蚀变花岗岩高岭土(伴生锂)矿和云英岩脉型锡锂矿两种类型，氧化锂品位仅有0.22%。

不过，距离2022年签署《投资合作协议》已过去两年，项目进展缓慢。据1月7日大为股份公告，目前桂阳大冲里矿区已完成勘探报告并向矿产资源管理部门递交了勘探报告评审资料，正积极推进“探转采”手续办理。上述年产4万吨电池级碳酸锂项目(一期)取得了环评批复及工程规划许可证。

“前段时间碳酸锂的价格不理想，因此想把节奏放缓一些。”上述大为股份证券部相关人士表示。

延期定增项目，陷入亏损境地

从大为股份承接郴州锂电新能源产业项目伊始，大为股份的资金实力便饱受质疑。在计划总投资额高达220亿元的项目面前，2022年年底资产总计仅有8.04亿元的大为股份似乎有点“捉襟见肘”。

为解决资金问题，2023年11月，大为股份发布向特定对象发行股票预案，拟募集资金总额不超过10.00亿元，向特定对象发行股票的数量不超过7112.47万股，扣除发行费用后将全部用于碳酸锂项目建设及补充流动资金。

此次预案的议案彼时已通过股东

大会审议，但之后该笔定增迟迟未有新进展。2024年11月，大为股份宣布延长该议案的有效期至2025年12月。

1月8日，上述大为股份证券部工作人员也表示，该定增项目会继续推动，除定增外，为建设郴州锂电产业项目，后续还可能采取银行借款、大股东资金支持等方式。

截至2024年上半年，大为股份在郴州锂电新能源产业项目累计投入为1.36亿元(包括竞买探矿权投入、购买碳酸锂项目土地投入、项目建设等)。同时，2024年上半年，其碳酸锂业务实现营收5338.70万元，硅基材料实现营收24.45万元。

上述工作人员告诉时代财经，2024年上半年碳酸锂业务营收主要来自在广东地区开展的委托代加工贸易。公司营收占比较大的还是存储业务，新能源项目还未真正显现效益。

2024年上半年，大为股份半导体存储板块的营收占了其营收的77.55%，新能源业务营收占比仅为9.64%。

自2023年以来，大为股份便陷入了亏损的境地。2023年，其归母净利润为-6662.61万元，同比下滑516.96%；2024年前三季度，其归母净利润为-2647.93万元，同比增长23.77%。

Choice数据显示，截至2024年三季度末，大为股份资产负债率为17.93%，较2022年年末增长了2.65个百分点。□

HEALTH · 大健康

流感高发季“杀到” 抗流感新药玛巴洛沙韦走俏

时代财经 李傲华

国家疾控中心流感监测周报显示，2024年第52周（2024年12月23—29日），南、北方省份流感病毒检测阳性率持续上升，以A(H1N1)pdm09亚型（甲流病毒的一种）为主，占比超过99%。

流行性感冒又称为流感，是一种攻击人类呼吸系统的病毒感染。通常来说，流感可以分为甲型、乙型、丙型和丁型，甲型流感是最常见的类型，上述多种流感的临床表现主要为鼻塞、发热、咽痛，严重者可至肺部。在中国，流感高发季节一般为冬春季。

中国疾控中心传染病所所长闾飙在2024年12月27日举行的新闻发布会上表示：“预计今冬明春将呈现多种呼吸道传染病交替或叠加流行态势，从目前情况看，2024年呼吸道传染病的流行规模和强度比2023年低一些。”

上述流感监测周报显示，南方省份哨点医院报告的ILI%（流感样病例百分比）为5.7%，高于前一周水平（4.7%），高于2021年的同期水平，但低于2022—2023年的同期水平（8.5%和10.5%）；北方省份哨点医院报告的ILI%为7.2%，高于前一周水平（6.4%），也高于2021—2023年的同期水平（4.2%、5.5%和6.5%）。

每当流感进入高发季，抗流感用药销量就会迎来大幅增长。而在这个流感季，罗氏的抗流感新药玛巴洛沙韦（商品名：速福达）持续走俏，甚至出现库存紧张、卖断货的情况。

时代财经从美团方面获悉，1月5日，美团买药奥司他韦搜索需求周增近1倍，玛巴洛沙韦搜索需求周增超3倍。其中，上涨幅度较大的区域主要集中在华南、华东地区。

玛巴洛沙韦热销

玛巴洛沙韦片最初是由著名日本药企盐野义制药株式会社研发，是一款帽状结构依赖型核酸内切酶抑制剂，主要用于治疗甲型和乙型流感。由于只需服用一次药，就能在24小时内停止病毒排毒，缩短传染期并大幅减少流感症状持续时间，无论是给药剂量，还是药效都优于奥司他韦，因此玛巴洛沙韦一经面世便受到追捧。

2016年，罗氏制药与盐野义达成



合作，加入玛巴洛沙韦的研发和商业推广工作。2018年2月和10月，该药先后在日本和美国获批上市。2021年4月，罗氏制药的玛巴洛沙韦获得国家药监局批准，正式在中国上市。

在上市仅8个月后，玛巴洛沙韦就被纳入了国家医保目录。

有媒体报道称，近期多个药店的玛巴洛沙韦库存紧张，有药店已经卖断货。

时代财经在美团买药、京东健康等在线平台搜索发现，玛巴洛沙韦的售价大部分在220~240元/盒（20mg×2片/盒）之间，平均每片药片价格超过110元。玛巴洛沙韦在线供应整体平稳，多家在线药房客服都表示玛巴洛沙韦有现货，下单即可发货。阿里健康大药房客服对时代财经表示，1月6日上午10点前玛巴洛沙韦确实断货，但现在已经补充了现货供应。

美团方面表示，目前平台上玛巴洛沙韦和奥司他韦等流感用药供给相对充足，在需求量上涨较为明显的城市，美团买药已联动药企、连锁药店进行精准补货；同时还开通全城找药服务，满足用户应急用药需求。另一方面，美团自营大药房也启动了快递全国发、现货次日达、平台控稳价等举措，全力保障流感高需用药平价供应。

截至目前，奥司他韦还是抗流感的主流临床用药，但玛巴洛沙韦的销

售增长速度非常快。

中康科技开思系统数据显示，2024年1—9月，奥司他韦销售量达到2400万盒，同比下降34.8%；玛巴洛沙韦销售量为20万盒，同比增长120.2%。

玛巴洛沙韦的市场潜力也引来了众多跟随者。事实上，早在2022年10月，石药集团欧意药业有限公司（下称“石药欧意”）的玛巴洛沙韦仿制药就获得了国家药监局的批件，此事还引发了罗氏与石药的专利纠纷。

时代财经查询国家药品审评中心，除了石药欧意以外，浙江普利药业和郑州泰丰制药的玛巴洛沙韦仿制药申请也已经获得受理。

大降价能否拉动流感疫苗接种？

在当前的流感高峰期，受到热议的不仅有治疗用药，还有流感疫苗。2024年，流感疫苗行业经历了一场前所未有的“价格战”。在短短一年间，流感疫苗的中标价格从每支100多元跌至不到几十元，甚至于10元。

2024年5月20日，江苏省公共资源交易中心发布的公告显示，国药集团下属的长春所、武汉所、上海所生产的四价流感病毒裂解疫苗中标价格下调，中标价格从128元/支降到88元/支。

同为四价流感疫苗生产企业的华兰疫苗和北京科兴随即也加入了

这场降价行动。华兰疫苗四价流感病毒裂解疫苗（成人剂型）的预充式和西林瓶价格分别下调至88元/支和85元/瓶，北京科兴的西林瓶的四价流感疫苗价格下调至78元/瓶，预充剂型价格下调至88元/支。

此后，流感疫苗的中标价格下限被不断刷新，三价流感疫苗在部分地区的中标价格已经下探至10元以下。

2024年9月5日，《关于浙江省疾病预防控制中心2024年群体性预防接种流感疫苗（省级）项目中标结果公告》显示，中标企业为上海生物制品研究所，其三价流感疫苗价格仅为9.4元/支。大概一个月后，在深圳2024年在校中小学生的流感疫苗采购中，复星雅立峰的三价流感疫苗报出了6.5元/支的价格，再次刷新了流感疫苗的最低报价。

流感疫苗的大降价能否拉动流感疫苗接种率的上升？时代财经在线查询了广州、深圳多个疫苗接种点发现，目前四价流感病毒裂解疫苗的接种价格大部分处于120~164元/针区间内，三价流感病毒裂解疫苗接种价格大部分不足百元。

但在降价后，2024年的流感疫苗的批发数量并没有太大起色。西南证券研报指出，2024年前三季度，流感疫苗批发签275批次，同比下降14%。■

两年虚增收入超10亿 普利制药或面临退市

时代财经 文若楠

2025年新年伊始，医药行业第一颗“雷”来自普利制药（300630.SZ）。

1月5日晚间，普利制药发布公告称，因涉嫌信息披露违法违规被中国证监会立案调查，于2025年1月4日收到《行政处罚事先告知书》（下称“《告知书》”）。

根据《告知书》认定的事实，普利制药2021年度、2022年度报告存在虚假记载，这两年虚假记载的营业收入金额合计达10.305亿元，占这两年披露的年度营业收入合计金额的31.08%；虚假记载的利润总额合计金额达6.954亿元，占这两年披露的年度利润总额合计金额的76.72%。

就上述财务造假事件及后续公司内控整改等相关问题，时代财经试图联系普利制药，截至发稿，尚未有回复。

普利制药成立于1992年，是专业从事仿制药、创新药的研发、生产和销售的高新技术企业，2017年在深交所创业板上市。

目前，普利制药在销的主导产品覆盖抗过敏类、非甾体抗炎类、抗生素类、消化类、心脑血管类、造影剂类、急救药类等领域。

早在2024年4月16日，普利制药公告称，于近日收到海南证监局出具的《关于对海南普利制药股份有限公司采取责令改正措施的决定》（下称“《决定书》”），《决定书》显示，海南证监局在现场检查中发现普利制药2021年度、2022年度报告中营业收入、利润等财务信息披露不准确。

10天之后，4月26日，普利制药宣布延期披露2023年年报。

根据此前披露的财报数据，2021—2022年，普利制药分别录得营收15.088亿元、18.063亿元，分别录得归母净利润4.166亿元、4.206亿元，分别录得扣非净利润4.057亿元、3.980亿元。

具体来看，《告知书》显示，2021—2022年，普利制药通过虚构成品药和原料药销售业务的方式，虚假确认药品销售收入和利润。

其中，2021年多计营业收入4.366亿元，占当年披露营收的28.94%，对应营业成本1.286亿元，多计利润总额3.080亿元，占当年披露利润总额的65.88%；2022年多计营收4.566亿元，占当年披露营收的25.28%，对应营业成本0.692亿元，多计利润总额3.874亿元，占当年披露利润总额的88.27%。

同期，普利制药将其开展的不具

有控制权的乙酰碘化物、碘化物（碘佛醇专用）和酵母抽提物贸易业务按总额法核算，导致2021年多计营收0.780亿元，占当年披露营收的5.17%，对应营业成本0.780亿元；2022年多计营收0.593亿元，占当年披露营收的3.28%，对应营业成本0.593亿元。

合计来看，普利制药2021年多计营收5.146亿元，占当年披露营收的34.11%，对应营业成本2.066亿元，多计利润总额3.080亿元，占当年披露利润总额的65.88%；2022年多计营收5.159亿元，占当年披露营收的28.56%，对应营业成本1.285亿元，多计利润总额3.874亿元，占当年披露利润总额的88.27%。

受此次财务造假事件影响，普利制药股票及其可转换公司债券于2025年1月6日起停牌，并于2025年1月7日起复牌。自复牌之日起，普利制药股票被实施退市风险警示。

此次停牌前，普利制药报7.72元/股，总市值为34.88亿元。Wind数据显示，截至2024年11月20日，普利制药的股东人数（户）约为3.8万。

根据《告知书》，证监会决定对普利制药责令改正，给予警告并处以1000万元罚款。另外对于普利制药上述违法行为，直接负责的主管人员是范敏华（时任普利制药董事长、总经

理）、罗冬凝（时任普利制药董事、副总经理、财务总监），其他直接责任人员是朱显华（时任普利制药会计机构负责人、总会计师）、邹银奎（时任普利制药副总经理）、丁雨（时任普利制药监事会主席）、周茂（时任普利制药董事、副总经理、董事会秘书），均给予警告，并分别处以120万~500万元不同数额的罚款。

未来普利制药如何用真实的数据重新赢得市场信任，是行业关注的重点。不仅如此，在实际经营层面，普利制药亦遭遇困境。

财报数据显示，2024年前三季度，普利制药录得营收6.252亿元，同比增长0.34%（调整后），归母净利润和扣非净利润则分别亏损0.983亿元、1.25亿元，同比减少204.89%、397.45%。如何扭亏，考验着普利制药。

根据2024年半年报，目前在研发上，普利制药重点布局了肿瘤检测（造影剂产品）和突破性疗法（硼中子俘获疗法[BNCT]的硼药开发等）。

财报数据显示，2024年前三季度，普利制药的研发投入为1.434亿元，上年同期为2.298亿元。市场销售方面，目前普利制药同时发力国内和国外两个市场。财报数据显示，2024年前三季度，公司销售费用为2.643亿元，上年同期为1.797亿元。■

HEALTH · 大健康



在社区发现那些隐秘的乳腺癌患者

时代财经 张羽岐

去年12月初，深圳市罗湖医院集团东晓街道社区健康服务中心里，社区内的女性居民正聚集在这里，排队等待乳腺癌筛查。在此之前，深圳多个社康中心、妇幼保健院已经进行了多轮宣传，呼吁尽早发现乳腺癌患者。

这是以深圳福田区为起点，而后覆盖罗湖等其他地区的乳腺癌免费筛查项目，覆盖人群为35~65周岁不限户籍且两年内未曾接受过政府免费乳腺癌筛查的女性。这也有别于2009年以来手持超声免费检测乳腺癌项目，被称为“福田模式”。

一直以来，因手持超声严重依赖于乳腺科超声科医师的手法，致使筛查结果无法标准化，从而导致患者癌症检出率低、假阴性高。中国工程院院士、国家恶性肿瘤临床医学研究中心主任郝希山曾在2021年天津国际乳腺癌大会上表示：“欧美国家通过规范化、标准化的乳腺癌筛查，已将乳腺癌的早期发现率提升至85%，其中通过筛查发现的占比超过20%，乳腺癌5年生存率达90%以上；但在中国乳腺癌的早期发现率不足20%，而通过筛查发现的比例更不及5%。”

如何发现乳腺癌患者、破解早期诊断不足的问题，成为悬在医务工作者头上的“达摩克利斯之剑”。

深圳市福田妇幼保健院（下称“福田妇保”）自2009年起就开始致力于“两癌”（宫颈癌、乳腺癌）筛查工作。福田区妇幼保健院乳腺外科科主任易东生告诉时代财经，“乳腺癌目前无论是发病率还是死亡率均排在十大癌症前列。国外乳腺癌筛查已经非常成熟，国内则依托于国内经济、医疗发展的实际状况在持续探索。我们就一直希望有一个东西能够创新现有的筛查方式和筛查的模式，实现标准化的检测，成为女性乳房全容积的信息系统。”

福田妇保率先引入了新型的ABUS全自动乳腺超声，从2023年7月1日至2024年6月30日，短短一年间完成了近2万例的筛查，癌症检出率为1.68%，相较于传统筛查模式下0.76%的癌症检出率提升了一倍，并且高于深圳市平均千分之1的乳腺癌检出率。

乳腺癌筛查难在哪儿？如何精准地发现隐秘的乳腺癌患者？“福田模式”又能否走出福田，推向全国？一切仍在探索之中。

发现乳腺癌患者的“福田模式”

福田妇保引入的ABUS全自动乳腺超声是一种新型高分辨率乳腺三维超声成像技术，能够获得包括横切面、矢状面和冠状面在内的全乳腺解剖结构成像，从而从三维角度、多层次观察乳腺的内部结构，并对多发灶

进行全面显示，逐一描述，不易漏诊。

时代财经通过现场走访及检索深圳妇儿通、已开通免费筛查区域的妇幼保健院预约小程序，以及社康中心提供的宣传资料获悉，目前可参与该免费筛查项目的人群限定为不限户籍的35~65岁女性，且两年内未接受过政府免费筛查。在预约程序中主要需要填写基本信息、乳腺相关疾病史等；预约后，在社康中心诊室或乳腺癌筛查车中进行检测，检查时间约10分钟左右，预计7个工作日可以拿到筛查报告。

福田妇保给出的一组数据显示，这一新模式启用后，乳腺癌筛查率及召回率（即进行回访复查的人数占比）有了显著的变化。近一年时间，福田妇保已经完成超1.8万人次的筛查，与过往相比，其癌症检出率提升了一倍。同时，在不增加假阴性率的情况下，召回率也从过去的2%降至4.8%。

具体来看，福田妇保表示，过去超过2万人次的检查中，大概有超过400人需要回访复查；而2023年中旬至2024年中旬的这一轮筛查中，超1.8万人次的乳腺癌检查，仅有87人需要召回复检。

深圳市罗湖区妇幼保健院乳腺科主任王琼告诉时代财经，这一设备于2024年7月入驻罗湖区，超4个月内筛查了5000多名患者，检出率为3.12%。

易东生对时代财经指出，在中国，乳腺癌的早期筛查主要以超声为主，手持超声检测乳腺癌的历史也已经十几年，但随着检测的深入，他们也越来越多地发现其中的挑战。其一，手持超声无法标准化且严重依赖操作者，也就是说如果A医生和B医生的培训资质、手法等不一样，则会影响检测结果的质量，而且检查很难重复也很难保存，即两个不同的医生为同一个病人做检查，报告读片和结果可能存在差异；其二，尽管乳腺超声设备已经较为普及，但乳腺专科超声医生是有限的。

“尽管深圳是一个非常发达的经济实体，但乳腺癌检出率仍然不高。美国的乳腺癌早期筛查大致已经覆盖超80%，是应该学习的对象。只有覆盖率够广泛、检测精度够高，才是比较好的模式。”易东生说。

易东生和他的团队一直在寻找能够替代传统筛查模式的办法。上述“福田模式”似乎扭转了原有的局面。他指出，首先，至少从理论上来看，这一设备实现了标准化，是女性乳房全容积的信息系统；其次，这一模式使得超声科医生后置，仅需要技师在现场完成乳腺扫描工作，超声科医生在后端完成读片，可以实现扫诊分离。从目前来看，这一模式确实突破了原有的覆盖率，提高了效率。理论上，足够的设备支持，应该可以覆盖到更多有需要的地方。

从过去一年多的探索来看，各项数据的结果明显优于传统模式。目前，这一模式已从深圳市福田区扩围至深圳市罗湖区等其他区域。乳腺癌筛查技术端支持人士对时代财经透露，这一免费筛查项目计划2025年在深圳市南山区开展。

“两癌筛查”难在哪？

根据世界卫生组织国际癌症研究机构（IARC）发布的2020年全球最新癌症负担数据，2020年全球新发乳腺癌病例高达226万例，超过了肺癌的220万例，乳腺癌取代肺癌，成为全球第一大癌症。尽管这一趋势在2022年有所减缓，但仍为全球第二大常见癌症，这一年全球新发乳腺癌估计约230.9万例。

在中国，据国家癌症中心发布的“2022年中国恶性肿瘤疾病负担情况”，2022年，女性新发乳腺癌病例数高达35.72万例，死亡病例数也达到7.50万例。

早在15年前，乳腺癌免费筛查就已经进入公众视野。2009年，国家把“两癌（乳腺癌和宫颈癌）筛查”纳入重大公共卫生服务项目，为广大农村妇女提供免费筛查。2019年，又将“两癌筛查”纳入基本公共卫生服务项目。自我国推动“两癌筛查”以来，该项目已经覆盖全国2600多个县区市，县（区）级的覆盖率超过了90%。其中，乳腺癌已免费筛查近1亿人次。2023年5月31日，国家卫健委举行新闻发布会指出，2009—2019年十年间，通过“两癌筛查”项目发现的乳腺癌及癌前病变超过1.6万例。

但多位受访人士告诉时代财经，早期的“两癌筛查”中，一些地区并不重视或者筛查力度不同，诸如一些地方一天检测患者超数量，平均到一位患者的时间是有限的，超声仪器在身上可能就是一扫而过，乳腺癌筛查的准确率也有待考证。

王琼告诉时代财经，中国所有市区的妇幼保健院承担着一个重要的工作内容，即公共卫生，乳腺癌筛查就是其中一个项目。但从妇幼筛查初期到目前，每一个阶段筛查的力度是不一样的。早期筛查阶段非常零星，即机会性筛查，只是发动群众来做检查；2012年开始，深圳以政府为主导的群体性筛查逐步开始，一年大概做几千例，发现几个乳腺癌病例。此外，当时对于应该由钼靶还是由超声担任大规模筛查的主力设备也有不同意见。其中，钼靶筛查因患者害怕疼痛、担忧辐射，以及设备少等问题，限制了其在大规模筛查中的应用；超声筛查则受制于机器以及医生的技术，这需要大量的读片、培训才能积累技能和经验。

此外，早年间间的医疗条件和医疗技术水平与今日也有较大差距，患者对健康的意识也比较有限，就算是今

在中国，据国家癌症中心发布的“2022年中国恶性肿瘤疾病负担情况”，2022年，女性新发乳腺癌病例数高达35.72万例，死亡病例数也达到7.50万例。

“中国在公共卫生方面，推广仍旧很薄弱，也少对早期筛查科普的意识。很多意识就像是新闻热点一样一过性就忘记了。乳腺癌筛查是非常重要的事情，不仅需要医务人员、卫生行政部门的努力，还需要全社会共同关注。”

时今日，公众对于早期筛查、定期检查的意识也并不强烈。

43岁的环卫行业职员黄云（化名）从来没有想到自己会得乳腺癌，她也从来没有意识到应该定期去做乳腺癌的相关检查，直到2023年8月，她所在的公司组织女性职工参加相关免费的乳腺癌筛查项目。筛查结果显示异常，经过进一步的检查和活检，她被确诊为早期的乳腺癌，肿瘤1cm，分级为4级。

“如果不是社区找到我们公司组织了筛查，我可能一年、两年，甚至三年都不会考虑去检查乳腺。”黄云告诉时代财经。

这并非孤例。乳腺癌是一种发生在乳腺组织中的恶性肿瘤。它是全球女性癌症中最大“杀手”之一。近年来，通过手术、放疗、靶向治疗等多种治疗方式，早期乳腺癌患者治疗后5年生存率可以达到95%；但随着病情进入中晚期，乳腺癌的生存率下降至80%左右；到了末期，乳腺癌总生存期可能仅2~3年，5年生存率仅约25%。

也因此，这一疾病比大多数癌症更加强调早发现、早治疗。2022年，国家卫健委《乳腺癌筛查工作方案》要求，至2025年年底逐年提升筛查率，妇女乳腺癌防治知识知晓率80%+，筛查早诊率70%+。

但现实数据却还远远没有达到上述目标。易东生告诉时代财经，中国乳腺癌的免费筛查率长期维持在20%左右，很难突破60%~80%。

“中国在公共卫生方面，推广仍旧很薄弱，也少对早期筛查科普的意识。很多意识就像是新闻热点一样一过性就忘记了。乳腺癌筛查是非常重要的事情，不仅需要医务人员、卫生行政部门的努力，还需要全社会共同关注。”易东生指出。

“福田模式”能走多远？

目前，深圳多地区已经逐步在布局乳腺癌筛查，也有越来越多人愿意参与筛查。但是筛查本身还有很多需要改善的地方。多位受访人士告诉时代财经，包括选择筛选地点、说服患者愿意来做检查，以及培养医生、技师等多方面都需要进一步的摸索。

多名在乳腺癌筛查一线的工作人员告诉时代财经，目前他们主要在社区微信群、街道对接以及筛查车周围等推广乳腺癌筛查。“在这一过程中，更重要的是对群众进行正确引导，让他们了解到早期筛查对于提高乳腺癌治愈率和生存率的重要性，以及对于节省医疗支出的价值，而不是讳疾忌医。”

在筛查地点的选择上，上述多名受访人士指出，主要以筛查车和社康中心的诊室为主，两者均有其各自的便利性。其中，筛查车停放便捷，招牌醒目，类似于采血车，便于居民看到，前来预约检查；但另一方面，它的空间更类似于救护车大小，检查的实际环境、隐私性等不如诊室，如果社康中心有条件的话，诊室是更好的选择。

除了外部环境问题，乳腺癌筛查更主要的目的是为了筛查后的治疗。筛查只是第一步，后续需要患者进行长期稳定的治疗。

在筛查一线的医务人员周雷（化名）告诉时代财经，“筛查后的随访工作主要有2个挑战，其一是联系不到患者，通常一个号码要拨上2~3遍甚至更多；其二，很多人害怕知道结果，心理障碍很大，甚至直接就挂掉电话。”

患者的教育过程非常漫长，要让他们意识到筛查的必要性尚需要时间。

“在随访过程漫长而艰难的背景下，管理好乳腺癌阳性病例至关重要。”易东生告诉时代财经，从医务工作的角度，首先要尽可能通过医保、政策关怀让患者心甘情愿地接受进一步治疗，减少思想负担。肿瘤治疗是非常漫长的过程，也非常耗费资金；其次，随访管理还需要技术的支持和严格执行。对于有症状的患者要不间断地随访，不能指望普通筛查就解决所有的乳腺癌问题。患者自己缺少这方面的意识，这需要医务工作者及时的协助解决。

除此以外，一直以来，超声科医生缺口颇大。据《第一财经》报道，中国超声人才缺口至少15万，中国有超过20万人次的超声科医生，但每年超声检查数量约20亿人次，远超CT每年2亿人次的检查数量。超声科检查非常依赖医生的专业性，普通超声科医生从读书到毕业尚需要5年以上，专科赛道的超声科医生培养更是不易。

上述多名受访人士对时代财经指出，要逐步提升医生的诊断能力，但是超声科检查市场庞大，不能指望全国几亿人都通过三甲医院来完成检查，也不能指望所有的医生手法、技术都有显著提高，这些都是有限的。

AI的迅猛发展，或许有助于改变这一现状。GE医疗中国产品部相关负责人告诉时代财经，在新型的ABUS全自动乳腺超声应用于人群筛查后，可以依靠对AI的培训，形成典型的乳腺癌案例学习库，进而提高AI的诊断能力，辅助基层医生诊断治疗，也可以通过将大医院的医生与基层医生建立联系，将疑难病例及时地转到上级医院。但具体的执行路径，还在持续探索中。□

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

20 | 2025年车企新博弈

“芯片队长”黄仁勋遭遇“ASIC时刻”？

时代财经 郭美婷 冯彦阁

“你们喜欢我的外套吗？”

1月7日，着一身经典黑色皮衣的黄仁勋闪亮登场，开启了他长达90分钟的“CES个人秀”。

这位英伟达创始人兼首席执行官在现场手持Grace Blackwell NVLink72的Wafer晶圆“盾牌”，在台上摆出“美国队长”的造型来，他扬言要做出一个巨型芯片。

“Blackwell系统的奇迹在于其前所未有的规模，Blackwell芯片是人类历史上最大的单芯片。我们的最终目标是Physical AI。”“芯片队长”黄仁勋表示，英伟达能够满足全球几乎所有数据中心的需求。

上一年的CES，黄仁勋没有亮相主题演讲，但是在今年的CES，美国时间晚上6点半开始的演讲，下午4点就已经有上百人排队。

在生成式AI潮起后，放眼望去，英伟达似乎还未逢对手。然而，巨大的蛋糕让众多科技公司虎视眈眈，今年CES前夕，就有英伟达的对手杀入了“万亿市值俱乐部”。

搅弄风云的是另一位华人——博通CEO陈福阳。近日，ASIC（专用集成电路）成为芯片界的热词，陈福阳预言到2027年，市场对定制款AI芯片ASIC的需求规模将达到600亿~900亿美元。

今年1月，市场传言称，英伟达或已成立ASIC部门，并计划招募上千名芯片设计、软件开发及AI研发人员。不过，业内知情人士向时代财经否认了上述传闻。

赚得盆满钵满的英伟达仍是GPU的忠实拥趸，但科技巨头们却想摆脱对它的过度依赖。ASIC让他们看到了破局的希望。陈福阳此前就表示，公司正在与美国三家大型云计算厂商开发定制AI芯片。消息称，博通目前的客户包括谷歌、Meta、字节跳动、苹果和OpenAI等。

据时代财经了解，虽然目前ASIC芯片能够满足一部分AI算力的需求，但它与GPU还谈不上替代关系。有业内人士透露，AI市场规模巨大，部分公司做针对性的专用型芯片属于正常现象。目前，很多大企业都在做，或者试着做这类产品。

黄仁勋演讲结束后，截至1月7日美股收盘，英伟达跌超过6%，1月8日截至发稿盘前回涨，涨超1.2%。

黄仁勋的野心

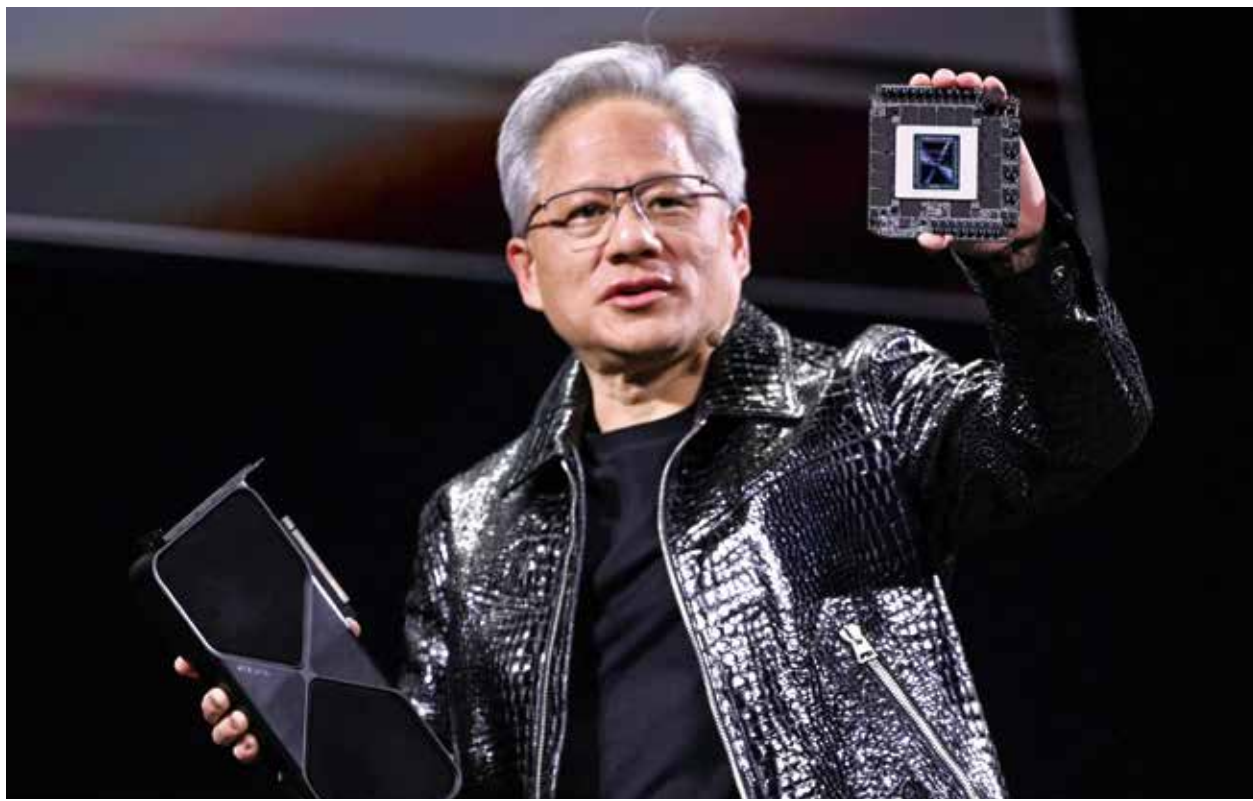
英伟达仍然野心勃勃。

2024年3月，英伟达宣布重磅推出新一代AI芯片架构Blackwell。据了解，Blackwell拥有2080亿个晶体管，是上一代芯片“Hopper”800亿个晶体的两倍多，可以支持多达10万亿个参数的AI模型。首款采用Blackwell架构的芯片名为GB200。

不过，在之后几个月，英伟达Blackwell芯片几次被曝延迟交付。报道称，Blackwell AI芯片在大容量服务器机架中存在严重的过热问题，这些问题导致设计调整与项目延期。

11月，在英伟达2024年第三财季财报会上，黄仁勋就此回应称，Blackwell芯片已全面投产，预计将在未来几个财季供不应求。

在此次CES上，黄仁勋又一次提到了这一情况。他表示，Blackwell相比于前一代在性能上实现了4倍的提升。目前，所有主要云服务提供商均已建立系统就绪，15家计算机制造商已推出了约200种不同型号和配置。其中包括采用液冷和风冷的x86 Nvidia GPU版本，还有NVLink 36x2和NVLink 72x1等不同类型的系统，能够满足全球几乎所有数据中



今年1月，市场传言称，英伟达或已成立ASIC部门，并计划招募上千名芯片设计、软件开发及AI研发人员。不过，业内知情人士向时代财经否认了上述传闻。

赚得盆满钵满的英伟达仍是GPU的忠实拥趸，但科技巨头们却想摆脱对它的过度依赖。ASIC让它们看到了破局的希望。

心的需求。这些系统正在大约45家工厂进行制造。

引人注意的是，黄仁勋还准备推出巨型芯片。黄仁勋在台上举起一个半人高的芯片模型向观众展示。

“我们的目标是创建一个名为Grace Blackwell NVLink72的巨型芯片。”黄仁勋表示。

据黄仁勋介绍，该芯片将使用72个Blackwell GPU，有130万个晶体管，重量达1.5吨，有60万个零部件，功耗120千瓦时，芯片背后有一根“脊柱”连接所有部件。这个芯片还包含5000根铜缆，总长度达2英里。这个芯片有14TB内存，内存带宽为每秒1.2TB，基本上相当于全世界互联网上的所有流量都能在此处理。

GPU之外的更多可能

在90分钟的演讲中，黄仁勋并未提及ASIC芯片相关的话题，似乎前段时间博通带起的资本热潮对他并无影响。

尽管知情人士否认了近日英伟达为ASIC“招兵买马”的传闻，但这已不是英伟达第一次传出布局ASIC的消息。据路透社去年2月报道，英伟达正在建立一个新的业务部门，专注于为云厂商等公司设计定制芯片，包括先进的AI处理器。

同年6月，报道称黄仁勋曾在一次新闻发布会上被问及进军ASIC市场的传闻，彼时他首次说了“Yes！”以确定这一决定。

或许在博通爆发前，英伟达已经看到了ASIC芯片的潜力。无论英伟达最终打不打算拓展这一块业务，ASIC芯片已经在AI芯片界闯出了名头。

据业内人士介绍，芯片一般分为三类：一类是以CPU和GPU为代表的非ASIC芯片，即通用芯片。这类芯片被设计应用于处理各种不同的计算任务，优势在于通用性与技术生态，劣势在于高功耗，在业务范围较明确的场景下，高能耗、低能效比的问题尤为突出。

第二类是灵活的可编程芯片FPGA，主要厂商包括AMD、Altera等。这类芯片允许用户通过编码对芯片内部的逻辑功能进行配置和重新配置，因此多用于科研领域、商业数字产品预研阶段。

第三类是ASIC或者说XPU芯片。此类芯片的诞生是因为市场需求发展到一定阶段后，某些细分领域需求突显，针对这些细分领域，芯片设计厂家针对性地设计研发出XPU芯片，在匹配这些细分市场需求的同时也降低了产品制造成本。

“一旦此类ASIC芯片实现批量生产，即在一定程度上将程序固化于硬件，可以将性能和效率在原有基础上提升数倍，且功耗也远低于CPU或GPU。”上述业内人士表示。

科技巨头们也瞄准了这一点。例如，谷歌早在十年前就力推自研AI芯片TPU（张量处理器，ASIC芯片的代表），该系列芯片也是与博通合作生产。去年12月12日，谷歌宣布正式向Google Cloud客户开放第六代TPU Trillium。亚马逊的ASIC产品包括Trainium和Inferentia，分别用于训练和推理环节。微软和Meta也推出了各自的ASIC产品Maia 100和MTIA。

不过，在Omdia半导体产业研究总监何晖看来，英伟达的GPU作为通用型产品，对于大规模算力中心而言必不可少。然而，不同AI公司拥有各自的核心算法，往往更适合在自定义的硬件架构上运行。此时，博通这类能够提供ASIC服务的公司，就成为了重要补充。

“对于任何从事AI算力硬件架构的公司来说，通用性和定制化都是必须同时具备的特质。”何晖表示。

TrendForce集邦咨询分析师邱佩雯则认为，ASIC偏向特定客户定制化，GPU通常为标准品，适用于多数客户。而且，相较于高阶NVIDIA

芯片如B200，ASIC目前开发运算效能落差仍大。因此，ASIC和GPU有各自的目标市场及应用领域。

从目前的市场反馈来看，ASIC芯片更多被作为GPU之外的一种补充。

为什么是博通？

博通成立于1991年，事实上已经在ASIC领域深耕多年，堪称该领域的“老大哥”。

单从财报数据来看，博通仍处于增收不增利的状态。2024财年博通营收516亿美元，同比增长44%；但净利润58.95亿美元，同比下降58%。不过从具体业务看，博通的人工智能业务全财年营收同比增长220%至122亿美元，驱动半导体业务的收入创新高至301亿美元。

陈福阳在财报会议上预期乐观：“我们目前有3家超大规模客户，他们已经制定了自己的多代AI XPU路线图，计划在未来3年内以不同速度部署。我们相信，到2027年，他们每家都计划在单一架构上部署100万XPU集群。”

何晖认为，博通的优势在于“连接”。“在AI时代，算力与互联技术均扮演着至关重要的角色。”她表示，博通在接口类的芯片方面能力较强，在计算类芯片领域也积累了多年的丰富经验，因此能够将这两项关键技术有效地结合在一起，为客户提供先进的加速计算解决方案。这也是为何英伟达一直在积极推进NVLink技术的原因。

芯和半导体创始人、总裁代文亮认为：“博通推出了3.5D F2F（Face-to-Face）封装平台技术，能够显著提升芯片的互连密度、功率效率和性能。”

去年年底，博通宣布推出3.5D eXtreme Dimension系统级（XDSiP）封装平台技术。这是业界首个3.5D F2F封装技术，在单一封装中集成超过6000mm²的硅芯片和多达12个HBM内存堆栈，以满足AI芯片的高集成、高功率、高能效的计算需求。

代文亮告诉时代财经，3.5D F2F封装技术是一种架构创新，在此之前，业界比较常见的先进封装技术，要么是2.5D封装，要么是通过桥接芯片放在下面。3.5D F2F封装也许不是最优方案，但给产业提供了另一个解决当前痛点问题的路径。

代文亮进一步补充道，目前行业对于AI算力的需求暴涨，英伟达的通用GPU一卡难求，这时候能效比就显得越来越重要。通用GPU由于要兼顾多种类型的计算任务，这种灵活性势必会牺牲在特定应用上的性能和效率，譬如视频处理、网络通信、深度

学习等，特别是在高负载或持续运行的情况下，这种现象越加明显。ASIC芯片由于是为了某一特定应用专门定制的，这本身就是一个优势。在同等工况下，博通的ASIC芯片就能做到效能大幅提升，算力其实也非常强劲，更适合要求精确、高效处理的应用。“这种竞争的心态也是值得鼓励的，行业内通过百花齐放创新把性能提高，而不是无止境地内卷，把价格卷低。”

博通之后，还有谁？

“对我们而言是利好。”在博通一炮而红后，有国内从事ASIC芯片工作的业内人士告诉时代财经，博通将XPU的历史地位抬高了，这让他们受到了鼓舞。

1月3日，第三方数据机构IDC发布最新的加速计算服务器市场预测数据显示，2024年中国加速服务器市场规模190亿美元，同比增长87%。其中GPU（图形处理器）服务器依然处于主导地位，占据74%的市场份额。然而，到2028年，中国加速计算服务器市场规模将超过550亿美元，其中ASIC加速服务器市场占比将接近40%。

也许未来，ASIC的市场份额会快速增长，但无法取代通用处理器。

邱佩雯表示，云端业者除了采用NVIDIA GPU，也将积极研发自身ASIC芯片。这既能针对自身应用定制化以外，还能降低对NVIDIA芯片之依赖，并同时减少支出成本。博通本身为IC设计公司，也为客户提供IC设计代工服务，是否对其他芯片厂造成冲击，主要取决于客户是否要自行开发IC，进而替代原先的供应商。

上述业内人士认为，ASIC芯片能否单独运作，取决于应用场景。例如，某地要建立一个数据中心，如果只是服务于科研领域的AI计算任务，那么，定制化的ASIC芯片基于具有更低功耗和专用特性，可以算力利用率更高效的特点来满足该需求。但如果该数据中心还需处理交通、安防等任务，那么，此时则更倾向于使用GPU。服务对象决定了对芯片类型的选择。

“当一个市场领域展现出巨大的潜力时，必然会涌现出专用芯片。因为该领域的市场规模足够大，值得企业投入资源去开发专用芯片，通过大规模生产来降低成本，充分发挥高效利用率，并抢占市场份额。这就是ASIC芯片背后的市场意义。”该业内人士表示。

目前，国产的AI芯片厂商有很多选择了ASIC方向。例如，独角兽企业中昊芯英专注于国产TPU芯片及其解决方案赛道，这也是ASIC芯片之一。2023年下半年，中昊芯英全自研的GPTPU架构高性能人工智能芯片利那®实现了量产。据介绍，2024年下半年，该公司一方面落地了更多智慧中心项目，另一方面也在加强生态建设，进一步优化软件平台，打造软硬件一体化的结合，使之更适合国内企业快速部署和独立使用。

另外，AI芯片第一股寒武纪-U（688256.SH）的方向也是ASIC。据Wind数据，近一年来寒武纪的股价涨了480.34%，截至1月8日收盘，寒武纪涨1.11%，报726元/股，市值已超过3000亿元。

在代文亮看来，未来，小场景的AI应用、小参数模型会越来越。“千亿参数、万卡集群大部分时候是少数厂商的游戏，大多数功能和场景的实现并不需要这种量级的硬件支持。”此外，端侧AI，AI PC和手机的概念越来越受关注，其实也侧面印证了这个趋势。所以，ASIC定制化芯片可以说是“性价比”相当高的选择。■

（罗宇、陈仪、曹婕均为化名）

扫地机器人厂商的出海“新三件”：割草、扫雪和泳池

时代财经 冯彦阁

在近日举办的CES2025上，扫地机器人“四小龙”科沃斯（603486.SH）、石头科技（688169.SH）、云鲸、追觅如期亮相，发布新品。

云鲸今年主打功能升级和AI赋能，推出采用履带式拖布结构的Narwal Flow，多款产品搭载AI双目视觉感知技术。科沃斯携包括地宝X8海外版 DEEBOT X8 Family的多款重磅产品亮相，强势进军北美市场。

追觅和石头科技的产品则是石破天惊地长出了“手脚”。石头科技带来了首款装备机械臂的扫地机器人，而追觅科技公开了其全球首创仿生多关节机械手技术。

除了拳头产品重磅升级，今年，清洁家电企业还释放出一些“跨界”的信号。在室内清洁耕耘多年后，它们将目光投向了户外，着手布局一个在国内鲜少被关注的家电品类——庭院机器人。

时代财经注意到，面向海外市场，割草机器人、扫雪机器人和泳池机器人已经成为扫地机器人厂商的出海“新三件”。本届CES上，科沃斯、追觅均发布了割草机器人和泳池机器人。而除家电品牌下场外，优必选（09880.HK）、九号（689009.SH）、安克（300866.SZ）等公司跨界入局，在CES上展出割草机器人产品。

对于中国厂商来说，CES很多时候是出海的第一个“码头”。以割草机器人为例，作为泛庭院机器人市场的一部分，以此作为出海的的目标，或许既是踩准了欧美用户的蓝海需求，也是家电厂商在存量竞争背景下的一种必然选择。

核心品类升级

今年，云鲸展台集中亮相了四款扫地机器人，Narwal Flow、Freo Z10 Ultra、Freo Z10、Freo Pro，以及三款手持洗地机，即S30、S20 Pro、S20，覆盖入门级、中端、高端等不同系列机型。

其中，Narwal Flow是云鲸2025年的重磅新品。这款产品锚定深度清洁这一痛点，提供了履带式热活水循环清洁的全新方案，支持实时热水循环拖地和自动回收污水，配合拖布下压力，可实现对地面顽渍的深度清洁。此外，履带动态外拓的方式还能进一步提升边角清洁效果。

科沃斯同样带来了多个全新升级的核心产品。面向北美、欧洲、亚太等主要市场，科沃斯发布了地宝X8的海外版 DEEBOT X8 Family，其恒压活水滚筒洗地技术在海外被命名为“OZMO ROLLER”。据悉，X8海外版将在2月全球发售。

科沃斯认为，“OZMO ROLLER”技术的全球发布标志着家用服务机器人中最成熟、竞争最激烈的扫地机器人品类将进入“洗地机器人”时代，同时也预示着科沃斯与iRobot之间的竞争已经结束。在技术上，中国企业已经完全领先。

针对海外用户的需求，科沃斯还发布了T50海外版，以“大风量大吸力”为卖点的T50 MAX，机器人和手持二合一产品X5 Hybrid。

追觅科技则带来了搭载仿生多关节机械手的扫地机器人。

据悉，仿生多关节机械手搭载了5个自由度，模拟人的肩部、肘部、手腕和手指四个核心关节的运动，伸展距离最长可达30厘米，夹取重量在400克以内。夹取后，通过其搭载的具身智能大模型实现精准丢垃圾等功能。

追觅X50 Ultra扫地机器人也在CES亮相，这台设备搭载了全球首创的仿生机械足技术，能够实现最高6厘米的越障高度。

追觅认为，搭载了仿生多关节机械手的扫地机器人，就是一个集清洁、整理、调度、巡视、安全等全方位于一体的家庭服务机器人。“没有人



规定服务机器人，只能长成人形机器人，我们认为以追觅扫地机为代表的家庭清洁机器人也非常有机会成为具身智能的一种落地性很强的服务机器人形态。”追觅向时代财经表示。

石头科技也在会上发布了首款搭载仿生机械手的扫拖机器人G30 Space探索版（海外型号Saros Z70）。G30有一只5关节、6自由度，能够实现折叠、旋转、识别、抓取、控制等功能的全新仿生机械手，能让清洁维度从平面进化为立体。

G30 Space探索版的机械手模组可完全折叠并收缩进机器人的内部空间，使机身保持在7.98厘米。同时，还搭载了RRmindGPT，能够实现智慧交互。

从公寓走向庭院

时代财经发现，多家厂商已经将目光放在扫地机器人之外。值得注意的是，有一个国内不多见的品类悄悄占据了CES新奇产品的一角——割草机器人。

在海外市场，割草机器人成为一众头部厂商竞速的方向。

科沃斯这次将此前在欧洲爆火的割草机器人GOAT带到了美国，并宣布将于今年全面开售。

最新的旗舰型号GOAT A3000 LiDAR和GOAT O系列机型也在CES正式亮相。前者在成熟的RTK感知系统上增加了双LiDAR，让机器人在识别、导航、避障方面更加精准。在动力系统上，这款机型采用32V大动力电池，配合双刀盘和LELS定位技术，让机器人的工作效率提升至初代割草机器人的3倍。“GOAT A3000 LiDAR采用双激光雷达、双刀片和32V大功率平台，是目前最强的割草机器人之一。”科沃斯表示。

据科沃斯披露，2024年，以A2500 RTK（欧洲名称为A1600 RTK）为主力的割草机器人产品，于2024年在欧洲销售超过4万台。

追觅在本次展会并未发布相关新品，但其在IFA 2024展会上，发布了A1 Pro与A2割草机器人。追觅还告诉时代财经，公司在参加2024年CES时收获了大量割草机器人的市场订单。

追觅旗下独立品牌MOVA与禾赛共同展出了全新割草机器人MOVA 1000，其搭载了一颗JT16激光雷达，具备高精度三维环境感知能力。

清洁家电之外，也有其他厂商瞄准了这一赛道。

在去年年底，格力领投了割草机器人企业长曜创新的Pre-A轮融资。这家放言要做割草界“特斯拉”的公司专注家用无边界智能割草机器人，在今年携Tron智能割草机器人亮相CES。去年，该公司在众筹平台Kickstarter推出的AIRSEEKERS TRON与Tron Max，在一个月内的众筹金额破了220万美元，首批订购产品超1500台。

“人形机器人第一股”优必选也在CES上首发UBHOME智能割草机，该产品采用了优必选自研的自主环境感知与SLAM及自主导航技术，在不需要预埋边界线的前提下，能够精准地感知庭院环境、选定操作范围，在多种复杂地形如陡坡等都能顺利完成杂草修剪。

松灵机器人旗下库玛动力Mammotion此次在CES展出了四款智能割草机器人系列新品：LUBA 2 AWD系列、LUBA mini AWD系列、YUKA系列、YUKA mini系列，分别针对不同庭院面积和草坪护理需求。

九号公司也携新一代旗舰级智能割草机器人Segway Navimow X3亮相，这是其新一代旗舰性能，最高可覆盖1万平方米的花园。

九号公司告诉时代财经，Navimow智能割草机器人由其子公司未岚大陆自2021年向全球发布，目前也已完成在欧洲市场落地，在发布后不到一年时间里便成功登陆10多个欧盟国家，进驻300+家经销商门店。2024年前三季度，割草机器人实现收入5.95亿元，同比增长379.28%，成为全球首个拥有10万家庭用户的无边界割草机器人品牌。

另外，安克创新旗下的智能家居品牌Eufy，其首款智能割草机器人也亮相CES2025。

出海军团的前路

为何割草机器人会成为清洁家电、甚至机器人厂商的一个出海新选择？

需求驱动是最根本的动因。华创证券研究指出，全球范围内分布着约2.5亿个私人花园，其中有8000万个在欧洲，1亿个在美国，两者合计占据了全球总量的72%。

欧美市场一年割草季节长达约7个月、每月割草两三次，按照每次60~70美元的人工费用计算，每户家庭年均割草支出约1200美元。因此，定价2000~4000美元的割草机器人使用两三年能收回使用成本。根据Grand View Research统计，2021年，全球割草机市场规模达到304亿美元，家用场景占70%。

据QYResearch调研显示，2023年全球自动机器人割草机市场规模大约为6.43亿美元，预计2030年将达到13.39亿美元，2024—2030年期间复合增长率为11.4%。

厂商的探索也并不局限于割草机器人，而是将目光放在了包括割草机器人、扫雪机器人和泳池清洁机器人在内的庭院机器人市场。

比如，汉阳科技在本届CES上就展出了具备扫雪、割草等功能的Yarbo 2024版多合一庭院机器人。据介绍，Yarbo多模块庭院机器人不仅具备高效的割草功能，其扫雪模块在扫雪效率和智能温控方面表现出色。

追觅的Z1 Pro无线泳池机器人

也在展会上亮相。据介绍，相较于市面上传统的有线款机器人，Z1 Pro做到拆箱即用，易用性很强；通过使用行业最领先的融合传感器方案，Z1 Pro智能性远超市面竞品，实现水下沿边行走，自动定位，智能路径规划。

在资深产业经济分析师、钉科技创始人丁少将看来，清洁电器厂商，包括扫地机企业，进行多元化拓展和布局是正常且必要的。不过，具体到现实中，企业应当依据自身的技术能力、品牌和渠道资源做出不同的判断和决策。“多元化战略要能够有效地分散风险，并带来预期的增长和收益。”他表示。

技术更新、品类拓展，本质上或许是扫地机器人市场有一定增长触顶的焦虑。走过前几年的红利期，市场趋“卷”已经成为既定事实。

IDC研究指出，2024年国内扫地机器人市场延续了增长势头。但在国内市场，2024年最后四个月的补贴政策一定程度上透支了清洁类电器市场的长期需求，为2025年扫地机市场厂商的定价策略及持续升级带来了较大压力。

跳出传统业务寻找增量几乎已经成为清洁电器的行业共识，有“黑白电”闯荡的经验在前，扫地机器人家电选择出海似乎是比较自然的选择。

今年，多家清洁电器企业参与了海外购物节“黑色星期五”。

石头科技披露，其今年“黑五”海外清洁电器销量达45万台；追觅科技在“黑五”的GMV则达近20亿元。

比如，云鲸智能就提到，公司在2024年加速推进全球化战略。此前该公司在接受时代财经采访时透露，云鲸海外业务营收同比增长近7倍，海外销售的国家或地区，从去年同期的9个拓展至目前的30多个。

除了产品漂洋过海，产线也有在海外扎根的趋势。石头科技在之前就曾透露，为应对美国关税带来的影响，石头科技设立了越南工厂，在第四季度已经开始陆续发货。

IDC发布的2024年第三季度全球市场份额调查指出，国内几大主要厂商已经占据了全球扫地机器人市场接近一半的份额。

具体数据上，石头科技、iRobot和科沃斯分别位列全球扫地机器人份额前三名。其中，石头科技的市场份额在北美及亚太市场出现显著增长，已连续两季度排名全球第一。

位列第四的小米全球份额有小幅上涨，第五名的追觅该季度出货量增幅达到39.7%，为第三季度增速最快的厂商。

“清洁家电企业出海是明智之举，但经营仍要面对挑战。”在丁少将看来，海外渠道拓展和海外人群需求把握对接存在挑战，因为品牌非本地化。具体到品类和市场，需要进行更科学的分析，并采取相对谨慎的投入策略。■

13.39

亿美元

淘宝加入“送礼”战局

上接P1

“红包大战2.0”翻版？

去年12月，微信小店开启“送礼物”功能内测，点燃市场热情，涉及微信小店概念的股票股价大涨。有机构点评称“这可能是微信电商的社交奇袭时刻”。

而不到一个月的时间，淘宝快速跟进类似玩法。春节“送礼大战”似乎一触即发。

对此，业界有观点形象地将此轮“送礼物”功能视为“红包大战2.0”的翻版。

回溯至2014年，微信红包如同一股旋风横空出世，随后支付宝亦不甘示弱，推出红包玩法。为争夺用户资源与流量焦点，互联网巨头们不惜重金夺得春晚合作权，轮番上演亿元红

包雨。线上抢红包也由此成为春节期间的全新习俗。

此后，春节红包战场的参与者日益增多，百度、京东、字节跳动、快手等互联网平台纷纷加入，不惜斥巨资赞助央视春晚红包活动。昔日的“红包争夺战”，不仅引发全民参与，更是见证了我国移动支付行业的迅猛崛起。

然而，随着岁月的流逝，红包活动的吸引力逐渐消退，新鲜感不再。与此同时，拼多多、抖音等新兴势力崭露头角，它们致力于激发新的用户潜能。

如今，互联网巨头们正悄然酝酿着一场全新的“送礼大战”，重构电商格局。

网经社电子商务研究中心主任曹磊就曾在微信推出“送礼物”功能

后分析指出：“十年前，微信支付和支付宝竞争白热化，微信在春节前推出微信红包一战成名，此举还被马云称为‘偷袭珍珠港’。如今微信如法炮制，在三大节日前测试“送礼物”功能，若推广开来则有可能打开微信电商新格局。”

自微信推出“送礼物”功能以来，多家券商机构也纷纷表示看好礼物经济。

民生证券分析师表示，微信小店开启“送礼”灰度测试，可关注社交裂变浪潮带来的投资机会。市场也普遍期待着，“赠送礼品”功能有望成为继七年前的微信红包之后的又一全民级热点。

不过，也有业内人士表示，外界对“送礼物”功能期待可能过高。

百联咨询创始人庄帅分析指出，

←

淘宝“送礼”过程需要输入口令，多了一道安全保障。另外，在产品方面，微信暂不支持赠送原价超过1万元的商品，而淘宝相关负责人表示，目前可用于“送礼”的商品基本覆盖完整的淘宝商品池。

早在2018年之前，已有一些第三方小程序开发过类似功能，京东和淘宝在2021年左右也曾主导开发过这个功能。虽然对消费确实有一定的刺激作用，但并未达到预期效果。

“淘宝此次再次推出‘送礼物’功能应该是顺势而为，毕竟可以借着行业大势一起推动消费获得增长，也可以进一步在节日节点提升平台用户的活跃度和购物体验。”庄帅向时代财经表示。但他认为，此轮“送礼物”功能效果或与此前大致相似，除非有大规模的优惠政策加持。

据时代财经了解，京东和拼多多目前暂时未有类似的送礼物功能上线。而抖音生活服务曾于2024年1月上线了团购“随心送”功能，用户可在抖音上购买的团购券作为礼物转赠给他人。□

京东新版APP大调整 送礼大战再增一员

时代财经 庞宇

近期京东APP正在进行一轮较大的改版升级，目前已有不少用户体验到新版本。1月10日晚，时代财经从京东相关负责人处确认这一消息，并获得关于改版细节的最新回应。

这次京东APP改版一大变化是首页一级入口的调整。打开新版APP后，首页左上方呈现三个主入口，分别是“首页”“秒送”“新品”。首页下拉能看到新增的京东生活频道，聚合了家政、洗衣、回收、物流等生活服务，俨然一个全面的生活类服务消费入口。

另外，时代财经注意到，新版APP在商详、消息、搜索等多处也都有升级。比如，将消息入口移至底部中心位和顶部Tab，对物流、营销、私域等信息进行了有条理地收纳；在商品详情页和商品标签上突出低价、卖点、评价等信息；搜索方面增加了京言智能导购助手等等。

据京东内部人士透露，这次改版早在2024年下半年已启动，到10月份开放京东员工内测，再到逐步开放给外部用户，目前已基本完成阶段性目标，预计春节前全量推出15.0新版本。

六大方面改造，送礼功能也上线

据悉，这次改版，京东内部一直强调，“以客户为中心”，具体改哪儿、怎么改，都必须站在用户视角。

目前来看，这次改版主要集中在首页、京东生活、我京、商详、消息和搜索六大方面。

首先，在京东APP的打开页中，首

这次改版主要集中在首页、京东生活、我京、商详、消息和搜索六大方面。

首先，在京东APP的打开页中，首页左上方共三个主入口，分别是“首页”“秒送”“新品”。而原先是首页、秒送两大主入口居中分布。其次，在首页空间展示上，增加了最快9分钟能收到货的“秒送”频道、京东生活频道、特价商品频道、新品频道等。

页左上方共三个主入口，分别是“首页”“秒送”“新品”。而原先是首页、秒送两大主入口居中分布。

其次，在首页空间展示上，增加了最快9分钟能收到货的“秒送”频道、京东生活频道、特价商品频道、新品频道等。

接着，通过下拉首页，用户可以进入京东生活频道。京东通过全面升级PLUS会员权益，重磅推出“生活

服务包”，PLUS会员可用积分兑换包含家政、洗衣洗鞋、洗车、寄快递等七大服务。

在本地吃喝玩乐团购方面，京东生活上推出了“京爆价限时团”，主打全网低价，比如6.9元的库迪咖啡。目前用户可体验到的团购品类包括美食饮品、体检口腔、美容医美、摄影旅拍等。据悉，临近春运，京东旅行还将针对火车票、机票推出优惠券。

“如何让用户更方便快捷地看到、使用到京东上能提供的各类生活服务，是我们这次改版的重点思考之一。”京东相关负责人向时代财经表示。

“与实物商品不同，生活服务类商品在具体形态、消费方式、履约交付等方面都有显著差异，用户也相应地会有不同的消费习惯。因此，京东生活首次以“下拉二楼”这种较轻盈的形式和集中呈现的方式与用户见面。从之前的相关内测反馈看，用户对此普遍有惊奇感，产生体验的意愿。”据京东相关负责人介绍。

此外，基于海量在售商品，搜索推荐是电商平台非常重要的流量入口。改版后的搜索机制围绕好价格好服务更突出、逛购体验提升、智能交互这三个方面作出改变。

值得一提的是，继微信、淘宝推出“送礼物”功能后，京东最新版APP专门上线了送礼功能——送礼人选购好年货好礼，不仅可以帮亲友支付，还可以由亲友自行填写其收货地址。此外，结合春节发红包的传统，京东推出的“群送礼”功能，支持一次发出多个礼包。

京东方面向时代财经表示：“这次改版，我们希望通过清晰的首页分

区、商详展示、更加智能化的搜索推荐和大模型等新技术的应用，让用户能够快速找到自己需要的商品或服务，同时也向他们精准推荐可能符合其潜在需求的好物。”

增加“新品”、凸显“秒送”

在京东这次APP改版中，业务逻辑最为直观的体现便是一级入口的全新布局——新增“新品”一级入口。与此同时，“秒送”入口也被进一步突出。

从过往来看，“新品”一直是京东大力投入资源、重点发力的方向。就在去年年底，京东发布全球首个裸眼3D商品营销方案“立影计划”，并首批应用于华为、飞利浦、大疆、圣罗兰等品牌的一些新品。

而此次APP改版后，“新品”不仅有首页一级入口，搜推等全链路也增加了多种形式的曝光。可见，京东希望给到新品更多展示机会。

这次改版，京东还进一步凸显了“秒送”入口，设置秒送频道与秒送专区。从“211限时达”，到“半日达”“小时达”，再到秒送的“最快9分钟”，在标榜快速的即时零售赛道上，京东开足马力卷起“速度战”。

而将“秒送”设为APP一级入口，京东意图十分清晰，要强化其开辟即时零售战场的关键武器——秒送。

早在去年5月，秒送专区就出现在京东APP打开页的核心位置，只不过彼时入驻秒送的商家主要以连锁商超、咖啡茶饮品牌为主。据悉，截至目前，京东秒送已合作超60万家门店，覆盖2400县区市。据京东方面最新透露，“全国百强零售商有九成以上与京东秒送达成深度合作”。

微信官方首次解读“送礼物”：社交关系传播形成链式反应 退货率非常低

时代财经 谢斯临

“‘送礼物’功能推出后，外界吹得天花乱坠，一些数据、结论甚至超过了我们自己的认知。”1月9日，在2025年微信公开课PRO的微信小店专场上，微信公开课讲师如是说道。

时代财经在现场看到，该专场是微信公开课当天最受欢迎的专场，演讲开始10分钟左右便宣告满场，不再接受观众入场。

在这背后，是市场对于微信电商业务发展的广泛关注。

2024年12月19日，微信团队发布消息灰度内测“送礼物”功能，用户可通过类似发“微信红包”的形式，赠送或接收好友来自于微信小店的商品。消息一出，随即引发市场空前

关注。不少声音认为，该功能有望媲美7年前的微信红包，拉动微信电商业务快速发展，为腾讯（00700.HK）打开一个万亿体量的电商机会。

近日有媒体报道，瑞幸咖啡取得了单日被送礼物超1万单的业绩。

在2025年微信公开课PRO上，微信方面首次对送礼物功能做出了更详尽的解读。

微信公开课讲师指出：“送礼物功能仍旧会不断迭代发展，未来会发生什么变化还不清楚。但从该功能内测以来发生的一些变化来看，已经有一些可喜的变化出现。”

一方面，微信观察到，商家展现出了极强的创新能力，通过详头图、详情页等各种方式进行引导，帮助用户决策，对新功能的适应情况良好；同时，通过“送礼物”功能交易的商

品，退货率非常低。

“只有品质过关的商品，才能通过社交关系链进行传播；再叠加社交的背书以及送礼的场景，整体的结算率非常高。商家卖一单就是赚一单的钱。”微信公开课讲师分析道。

更重要的是，通过这一新的功能，商品在微信生态内的传播路径发生了有趣的变化——以往商家只能通过买搜索、投流的方式推广商品，冷启动成本高昂。但随着“送礼物”功能的推出，商家可以通过社交关系的传播和背书，形成一种链式反应，将礼物和商品推广出去。

而这样的变化，给予了更多小商家生存的机会。微信方面认为，在以往的商业生态中，这些小商家往往因为缺乏足够的资金去进行广告投放而难以发展。但现在，小商家也获得

了经营的机遇，他们不再需要为了投流获客而大幅压缩成本降低商品品质。相反，由于商品是基于用户朋友之间的信任进行传递，商家会更加注重商品的品质和服务的诚信。

“如果所有商家都致力于此，微信交易的生态一定会发生巨大的变化。”微信公开课讲师表示。

2024年以来，腾讯做电商的思路开始从单纯的视频号电商向微信全域电商迁移，利用在社交关系链上的优势，找到自己的路径。

为此，在去年8月，腾讯宣布将视频号小店升级为微信小店。相比过去的视频号小店，微信小店的店铺及商品信息可以在公众号（订阅号、服务号）、视频号（直播、短视频）、小程序、搜一搜等多个微信场景内流转。

在方向已定的情况下，微信小店

如何在全域电商上进行破局成为关键。“送礼物”功能，正是在这一背景下的新尝试。有消息称，微信小店“送礼物”功能已结束灰测状态，正式放量。与此同时，淘宝抖音等电商平台也已跟进这一功能。

微信公开课讲师透露数据显示，过去一年，微信小店带货规模高速增长再创新高，GMV规模是2023年的1.92倍，订单数量是2.25倍，月动销商品数是1.7倍，增速基本与2023年持平。另据晚点报道，2023年视频号电商GMV在千亿元左右。按此计算，2024年微信小店翻倍式增长也仅在2000亿元左右，与主流电商平台的万亿元规模相比仍有不小差距。

但作为一个坐拥超过13亿月活的国民级APP，微信做电商仍有很大的想象空间。□

2025年车企新博弈： 押注AI 向外求生



时代周报记者 武凯 发自北京

1月7—10日，2025国际消费电子展（CES）在美国举行，吉利汽车、长城汽车、宝马汽车等多家国内外知名汽车品牌携最新技术参展。

与传统车展展出汽车产品不同，此次车企展示的更多是对汽车产业前沿技术、趋势的思考，如吉利在展会上发布了“智能汽车全域AI”技术体系；宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高翔也在CES上表示，BMW新世代的智能个人助理将搭载AI大语言模型，拥有更强大的交互功能。

自2024年开始，车企通过AI技术提高车辆智能化表现的趋势已然显现。在汽车产业发展变革进入高潮的2025年，AI技术正成为车企提高竞争力的重要锚点。

除了AI技术，2025年车企还将从多个维度谋求发展，包括智能化、内外设计、电气电池性能、个性化、用户需求和市场偏好及服务网络等，车企正在全方位探索新的突破。

AI是车企的新故事

“汽车工业大变革，上半场是电动化，下半场是智能化。”比亚迪集团董事长兼总裁王传福在2021年提出的观点，正得到越来越多行业玩家和业内人士的认可。

但此后3年，主流车企的智能化体验主要集中在语音控制、触控功能、影音娱乐和辅助驾驶功能上。这与百度创始人李彦宏提到的具备AI水准的“汽车机器人”仍有一段距离。

不仅如此，在业内人士和部分消费者看来，头部车企在类似智能化领域的体验已然趋同，难以呈现差异化和领先优势。行业都期待更高级的智能化技术，带来更可观的改变。在此情形下，AI技术已然化身车企眼中的“宠儿”。

本届CES上，吉利和宝马等车企就展出了最新的AI产品。如吉利发布的“智能汽车全域AI”技术体系，其基于AI原生OS构建，覆盖了C端消费者、B端企业服务以及空天地一体的智能生态，致力打造有温度、有情感、可持续发展的原生“出行智慧生命体”。

2024年12月25日，理想汽车CEO李想也在直播中大谈AI技术。他表示，汽车将从工业时代的交通工具，进化成为人工智能时代的空间机器人。“理想汽车做的不是汽车的智能化，而是人工智能的汽车化。”

不过李想等人也坦言，车企对AI技术的理解、开发还有很长一段路要走，当下AI化的汽车也处于早期阶段。但业内对AI技术抱有一定的信心，也将成为2025年海内外车企群雄逐鹿的焦点。

谁敢先推L3级？

2024年12月31日，北京发布《北京市自动驾驶汽车条例》。该条例为L3级（一种有人监控的有条件自动驾驶

除了AI技术，2025年车企还将从多个维度谋求发展，包括智能化、内外设计、电气电池性能、个性化、用户需求和市场偏好及服务网络等，车企正在全方位探索新的突破。

驶）及以上级别自动驾驶汽车提供了制度规范，涵盖了个人乘用车出行场景，并将于2025年4月1日起施行。

在北方工业大学汽车产业创新研究中心主任、教授纪雪洪看来，北京希望通过政策、法律法规支持，推动L3级及以上级别自动驾驶汽车的销售和使用，上述条例为L3车辆的应用做了较为充分的准备。

但车企准备好了吗？

公开数据显示，2024年我国乘用车L2级及以上自动驾驶的渗透率是55.7%，中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟预计这一数字到2025年可能会接近65%。在技术层面，华为鸿蒙智行、小鹏汽车、理想汽车等已推出“车位到车位零接管”的出行功能，但均尚未推出严格意义上的L3级自动驾驶产品。

按照工信部对自动驾驶等级的划分，L3级别是辅助驾驶到自动驾驶的转折。由于L3级及以上级别自动驾驶中，车企或车辆管理方在事故中将承担相应责任，因此对车企而言是不小的挑战。

不过在宣传层面，不少车企已将2025年的智驾目标设在了L3级别。如2024年11月，华为与江淮汽车合作的首款车型尊界S800亮相。华为常务董事余承东表示，该车型将按照L3自动驾驶架构设计，并于2025年上市。

此外理想汽车智能驾驶副总裁郎咸朋也曾公开表示，理想汽车有望在2025年实现L3级别自动驾驶。

2025年，车企无疑还将在智能驾驶领域激烈比拼，或许谁都想最早推出L3级自动驾驶产品。但谁敢第一个吃螃蟹呢？

快充将成标配

电动汽车发展多年，用户续航焦虑一直存在：充电难、充电慢问题并未得到根本性解决。

蔚来和宁德时代给出的方案是换电模式，类似此前手机更换电池的模式。因此，蔚来成了国内搭建换电站的主要车企。近期，蔚来宣布在哈尔滨完成第3000座换电站的布局。多名蔚来汽车用户对时代周报记者表示，换电的确更快，但偶尔会遇到换电难问题：如高峰期换电站电池数量有限、电池摆放角度不匹配等。

尽管蔚来在2023年宣布与长安

汽车、吉利汽车、奇瑞汽车等大型车企集团都达成了换电业务合作，但除了1月9日曝光的奇瑞与蔚来合作的换电车型之外，时至今日双方在换电领域的合作依旧有限。车企中将换电作为主要补能模式的，仍仅有蔚来。

随着蔚来子品牌的增多，换电站的弊端开始显现。如蔚来乐道工作人员对时代周报记者表示，乐道汽车仅能使用蔚来第三、第四代换电站，且与蔚来主品牌车型电池规格不兼容。蔚来萤火虫品牌也将采用独立换电网络。这对蔚来原有换电站的兼容性、商业化提出了难题。

因此，提高充电速度仍是行业主流。2024年，行业的旗舰车型均向800V看齐，即利用800V高压平台实现快速充电，多家车企宣布相关车型可实现充电10分钟、续航增加约400公里的效果。到了2024年年末，900V的概念也开始出现了。

当下，理想汽车、小鹏汽车、华为、极氪、奔驰与宝马等均在快速建设快速充电站，蔚来也推出了800V的架构。在业界人士看来，2025年即将上市的车型中，支持快充功能的车型占比将大幅提升。

聚焦细分市场

用户想要什么？

不同的用户有不同的需求。李想说，针对家庭用户，车辆的安全、空间、多功能等是其所需。因此理想汽车的产品多聚焦在相近价位，提供更安全的车身、更大的车内空间和可拓展的车内外功能，同时用增程模式解决了家庭用户出行的续航焦虑。

所以在理想汽车之后，问界汽车、零跑汽车等推出的同类型产品，也获得了积极的市场反馈。

但对于年轻人而言，小米创始人、董事长兼CEO雷军会说，年轻人需要一辆好看、好开的车。因此小米首款汽车SU7在车辆设计、配色上让人眼前一亮，不少消费者直言小米SU7的“颜值”是其选购这辆车的关键原因。此外，小米还把原型车带到了纽北赛道，打造操控的标杆。

在多名业界人士看来，在汽车行业竞争趋于饱和的当下，车企的新品要聚焦市场的细分需求。过往各方面表现及格但无突出亮点的产品，难再获得消费者关注。新年伊始，近日上市的硬派越野车坦克500新能源、MPV比亚迪夏也都面向了具体市场和需求。

“扎堆”做插混

乘联会1月9日的数据显示，2024年我国新能源汽车零售渗透率增至47.6%，下半年连续5个月突破50%。但让人意外的是，2024年燃油车的市场份额大多是被插电混动（含增程式，下同）汽车夺走的。

以2024年12月份新能源汽车市场为例，纯电动汽车与插电混动汽车的销量比为59：41。在2023年12月，这一比例为68：32。插电混动汽车销量增速远高于纯电动汽车。

体现在企业端，2024年比亚迪插电混动汽车销量248.5万辆，同比增长72%；纯电汽车销量176.5万辆，同比增幅仅有12%。插电混动汽车已成为比亚迪的销量主力。同样的，在新势力品牌中，以插电混动汽车为主的理想汽车、问界汽车销量也名列前茅。

在此背景下，展望2025年，以往坚持纯电路线的小鹏汽车、极氪、阿维塔等都将推出插电混动汽车，上汽通用、上汽大众等也将陆续推出插电混动汽车。车企集体转向，要做插电混动产品。

车企集体做插电混动汽车，是否意味着这才是新能源汽车的发展方向呢？不少分析人士和车企人士指出，布局插电混动汽车更多是车企的求生之举。“从整体来看，插电混动产品是过渡形态，最终发展方向还是纯电汽车。”乘联会秘书长崔东树对时代周报记者表示。

在业界看来，2025年新能源汽车渗透率还将显著提升。其中，插电混动汽车仍将是增量主力。

此外，燃油车份额在不断减小，但很难消失。“近年来国内燃油车市场有所收缩，但A级燃油车需求依旧广阔。”吉利汽车销售公司总经理范峻毅对时代周报记者称。对于部分燃油车技术领先的车企而言，燃油车市场仍然不能放弃。

向外求生

1月9日，哪吒汽车亮相新加坡车展，并宣布哪吒X和哪吒AYA正式在新加坡上市。对于近几个月来持续陷入资金危机，甚至被传倒闭的哪吒汽车而言，这是为数不多的好消息。

在国内面临较大发展压力、转而重点布局海外市场的不仅有哪吒汽车。乘联会1月9日发布的数据显示，以12月为例，极星汽车、智马达汽车（smart汽车）等较为小众的品牌出口销量分别达到2090辆、1487辆，取得了一定成果。

小规模的车企是向外求生，大规模的车企则是谋求更大发展空间。

2024年，国内多家车企集团在海外市场表现亮眼。奇瑞汽车、上汽集团海外汽车销量均突破百万辆，分别为114万辆、104万辆。长城汽车、比亚迪也在海外市场分别销售了45万辆、42万辆汽车，同比增幅分别达到43%、72%。

此外，小鹏汽车、零跑汽车等造车新势力也在快速扩大海外业务布局。蔚来于去年12月公布第三品牌萤火虫后，重申要在2025年进入全球25个国家的市场。

在多名车企高管和业内分析人士看来，尽管2024年欧盟等国际市场对部分新能源汽车提高了税收等准入门槛，但长远来看，全球市场一定是中国车企的舞台。中国车企也必将在全球市场获得更大的发展机遇。

在此背景下，崔东树预计我国2025年全年汽车出口量将同比提高10%。□

爱家月子中心被爆“跑路” 部分产妇只能吃外卖

时代周报记者 张纪璟 孙艺格
发来自上海

寒潮来袭，1月的上海愈发寒冷，本该在温暖的月子中心进行产后恢复的产妇，却被迫搬家。

1月7日，上海爱家月子中心“跑路”相关话题在小红书等社交平台迅速发酵，涉及上海嘉定安亭店、青浦店等多家门店。

爱家月子中心隶属于江苏爱之家母婴服务集团有限公司（下称“爱之家集团”），在全国有53家门店，其中上海有12家门店。

当天，时代周报记者实地走访上海嘉定安亭店、青浦店，两家门店已暂停运营。不过，据一名产妇家属透露，此前嘉定安亭店一直正常，甚至1月6日还在招人。“昨天还在招人，今早一问才知道，公司已经拖欠厨师和月嫂两个月的工资了。”

时代周报记者在现场看到，部分产妇已经打包好行李，正准备搬离，也有产妇选择继续留在月子中心。不过，因为厨师均已离职，现阶段留下来的产妇和家属的三餐只能靠外卖解决。

就上述情况，时代周报记者尝试联系爱之家集团，但拨打了天眼查和企查查所显示的公司电话，均无人接听。

工作人员仅剩部分月嫂，产妇只能吃外卖

被爆跑路背后，部分爱家月子中心产妇由于无人照顾，只能吃外卖；工作人员拿不到工资，纷纷选择离职。

“没有饭吃了，负责做饭的厨师和这里的工作人员都走了。”1月7日，青浦店一名产妇家属对时代周报记者表示。

不少月嫂也已经离职。一名产妇对时代周报记者表示：“隔壁房间的月嫂已经走了，现在来找我们的月嫂帮忙，我的月嫂要两边跑。”

青浦店位于上海青浦区崧泽大道6066号柏里寓13—15层，1月7日时代周报记者走访青浦门店发现，除值班的保安之外，14层楼只剩下几名月嫂和前来咨询退款事宜的产妇及家属。

对于部分基层的月嫂以及消费者来说，爱家月子中心“爆雷”的消息非常突然。

来自河南的月嫂李玲（化名）告诉记者，1月6日半夜，她们护士长发了离职信息，原因是老板拖欠工资。“我们基层的员工应该都是被蒙在鼓里的，包括厨师和司机都不知道消息，谁也想不到这么大的老板会逃跑。”

嘉定安亭店的月嫂刘红（化名）也表示，1月7日早上她才听说老板跑路了。“我们和厨师的工资已经两个月没有发了。”也有家属对时代周报记者表示，1月6日才刚交了3000元押金，其妻子仅入住4天。

时代周报记者得知，目前部分月嫂已经准备离开，去别的地方接活；也有月嫂愿意继续照顾产妇，但需要产妇支付其工资以及三餐费用。

现场多名家属表示，对爱家月子中心既愤慨又无奈。“当前正是产妇和宝宝最需要照顾的时候，再找住家月嫂已来不及，只能继续留在月子中心，等情况稳定再做打算。”

但因为厨师已经离职，留在月子中心的产妇和家属，午饭只能靠外卖解决。

时代周报记者了解到，爱家月子中心的均价为2.3万~2.5万元/月，其中青浦店月子房套餐在1.98万~4万元不等，客户在签合同同时大都被要求全额付款。此外，客户入住前还需缴纳押金3000元，另外春节期间需要额外付700元/天的加班费。

目前，嘉定安亭店和青浦店都在登记退款信息，记者在青浦店的退款信息登记处看到，登记名单上最高金额超4万元，最低1.96万元。

此外，记者根据嘉定安亭店维权群登记信息粗略统计，截至发稿，该门店未入住客户支付的费用（不包含押金）已超过200万元。

背后公司10个月内开出37家门店

据天眼查数据，爱之家集团成立于2022年5月，法定代表人为王沛腾，注册资本1亿元，旗下控股公司多达85家。

爱家月子中心官微显示，爱之家集团专注母婴产业全服务体系的打造，已成为江浙沪区域直营连锁头部母婴服务品牌，为集校企实训基地、摄影服务、媒体宣传、月嫂培训、产康服务、家政服务和门店运营托管等产业相融合的多元化企业。

该集团前身主要从事摄影服务，2019年开出第一家爱家月嫂门店，并于2022年开出第一家母婴护理中心，同年爱之家集团正式成立。

2023年，爱之家集团并购了高端月子中心品牌瑞雯丽。截至2023年12月，爱之家集团旗下共计拥有16家月子中心实体门店（包含4家瑞雯丽门店），分布于上海、苏州、昆山、无锡。其中，上海为其主要根据地，共计拥有8家门店。

当时，爱之家集团展现出了强大的扩张意愿。爱家月子中心官微2023年12月文章指出，爱之家集团已实现战略组合优化，启动百城千店拓展计划，进入快速发展车道，目标在2024年年底实现100家门店拓展。

时代周报记者根据官微统计，截至2024年10月18日，爱之家集团旗下共计拥有53家月子中心实体门店。在短短10个月时间，爱之家集团共新开门店37家，新进入17个城市。

上海是爱之家集团的重点开拓区域，新增4家门店。此外，在新拓展城市方面，重点布局杭州、南京、宁波、广州、青岛5个城市，分别新增门店5家、3家、3家、3家、2家。

对此，中国企业资本联盟副理事长柏文喜在接受时代周报记者采访时指出，极速扩张虽然能够在短期内提升市场占有率，但也带来了巨大的资金压力和管理压力。如果资金链出现问题，又或是管理跟不上扩张的步伐，就可能导致运营困难，最终引发爆雷。

此外，夏至良时咨询管理公司大消费行业分析师杨怀玉对时代周报记者表示，客户除向消费者协会投诉，请求消协介入协助解决之外，可以考虑通过法院提起民事诉讼，要求月子中心退还预付款。

杨怀玉指出，月子中心要承担的法律风险主要是民事责任，也就是因违约造成的赔偿责任，包括退还客户的预付款、支付员工工资等。同时若存在虚假宣传、欺诈消费者等违法行为，工商行政管理部门可以对其进行罚款、吊销营业执照等行政处罚。

“当然，如果月子中心的行为构成诈骗罪或其他犯罪，相关责任人可能会被追究刑事责任。”杨怀玉称。■

杭州旅企闯青岛 宋城演艺签下千古情

时代财经 林心林

杭州老牌旅企宋城演艺（300144.SZ）再拓一城。

近日，宋城演艺发布公告称，公司及旗下全资孙公司三亚宋城无边科技发展有限公司与中国一上海合作组织地方经贸合作示范区管理委员会、青岛如意湖投资建设发展有限公司、青岛上合文旅产业有限公司签署了《“丝路千古情”大型演艺项目合作协议书》。

根据合作协议，该位于青岛上合示范区的丝路千古情大型演艺项目（下称“青岛项目”）占地约120亩，为青岛首个大型演艺公园。

这也是总部位于杭州的宋城演艺近两年少有的异地扩张。

青岛国资出钱，宋城演艺出力

根据合作协议，此次青岛项目的出资方为青岛国资企业青岛如意湖投资，负责项目的投融资与开发建设。宋城演艺为项目提供包括品牌授权、剧目创作、规划概念性方案设计、互动体验项目设计、开业筹备等在内的服务，并接受委托对该项目进行日常经营管理，即轻资产输出模式。

上述服务费用总计2.6亿元，与此前同为轻资产模式的湖北宜昌都三峡千古情一揽子服务费用定价保持一致，该项目已于2024年7月正式开业。

而据公告披露，若青岛项目按期完成公园和剧院建设并通过验收等，景区和演出开业时间为2026年7月1日。

作为北方热门旅游城市，青岛目前已有一批较为成熟的游乐项目，如华强方特旗下大型主题乐园青岛方特梦幻王国。去年5月，华强方特在青岛新签约了“熊出没”乐园项目，总

投资约20亿元。此外，海合安集团旗下文旅项目青岛极地海洋公园、融创的青岛东方影都融创乐园均是当地人气颇高的乐园项目。

至于与其他游乐项目的竞争，宋城演艺证券部相关工作人员对时代财经称，丝路千古情项目将以演艺为核心，与游乐型公园形成显著的差异化特色。

作为浙系企业，宋城演艺近两年鲜少扩张。从过往项目来看，其扩张主要集中在两个阶段：2014年前后，宋城演艺相继在三亚、丽江、九寨沟开业千古情项目；2018—2021年，桂林、张家界、西安、上海等项目陆续开业，这些均是重资产投入项目。此后的2022年和2023年，公司均无项目开业。

2024年春节，宋城演艺在广东打造的第一个千古情景区——佛山千古情项目正式开业，项目于2017年6月签约，后于2018年“由轻转重”变成100%控股的项目。

2024年7月26日，位于湖北宜昌的三峡千古情景区也正式开门迎客，这一轻资产项目于2022年年底签约，筹备时间仅一年半；与此次青岛项目相似，该项目投融资、建设方为当地政企部门，即国企湖北交投宜昌投资开发有限公司与宜都市人民政府。

自1994年成立至今已30年，宋城演艺共计运营项目不超过15个。也因此，一直有不少小股东提及宋城演艺拓展项目缓慢的问题。

2024年8月的投资者关系活动上，有投资者问：“近几年公司为何没有新项目签约，市场对公司的成长性有所疑虑，公司一直维持着较高的现金储备，但未披露过明确的使用计划？”

“公司从来不缺邀约，但我们始终认为，成长性不唯项目数量的增长，更重要的是让每个项目最大限度贡献收益。”对于投资者的提问，宋城演艺

自1994年成立至今已30年，宋城演艺共计运营项目不超过15个。也因此，一直以来有不少小股东提及宋城演艺拓展项目缓慢的问题。

高管回应称，公司一直在关注和考察一些具有较高产出价值的目的地，适当的时候将开启异地项目的拓展。

宋城演艺证券部人员也对时代财经表示，公司从来没有停止过扩张的步伐，只是不同时期发展侧重点有所不同。前几年受疫情影响，文旅产业陷入阶段性低迷，公司一方面不断修炼内功，丰富升级景区内内容节目，优化完善设施设备；同时也不断推进佛山、三峡等项目落地，“扩张一直在有节奏、有选择地推进”。

靠轻资产扩张，大幅下调合作费

截至目前，宋城演艺运营着9个自营景区及4个托管景区。2024年前三季度，宋城演艺实现营业收入20.13亿元，归母净利润10.08亿元，均超过2023年全年水平。不过，与疫情前相比，表现仍有较大差距。早在2017年，宋城演艺的年营收额就已突破30亿元。

与此同时，宋城演艺的不少成熟期项目仍未完全恢复至疫情前水平。尤其在2024年第三季度，对比2023年同期高基数，宋城演艺营收出现放缓。

根据国金证券对宋城演艺官方小程序数据统计，2024年第三季度，

其主要重资产千古情项目日均演出场次存在不同程度下滑，其中大本营杭州的项目下跌23%、张家界下跌31%、三亚下跌4%。

值得注意的是，宋城演艺部分此前规划建设中的重资产项目，如珠海宋城演艺度假区、西塘宋城演艺谷项目尚无明显进度。

1月6日，宋城演艺证券部工作人员回复时代财经称，这两个项目均是受疫情及各方面因素考量，所以暂时推缓了建设进展。其中，投资额较大的珠海项目已由母公司宋城集团受让，暂时不考虑购回。

从此次新拓的青岛项目来看，宋城演艺未来或将更多依靠轻资产方式进行扩张，且合作模式多为当地政府投资或与国资企业合作。有主题园区资深人士此前就对时代财经称，目前许多地方政府都期望通过投资或拉来文旅投资项目以刺激当地经济。

1月3日，宋城演艺还发布公告称，将轻资产输出项目的委托经营管理费调整为项目年营业收入的8%，自2025年1月1日起执行。

据时代财经了解，此前宋城演艺轻资产项目的收费模式为“一揽子服务费+每年项目营收抽成”。其中，项目抽成及委托经营管理费的比例为20%，此次下调幅度不小。

上述证券部人员也指出，宋城演艺有能力也有责任用自身经验去带动更多地方文旅发展，基于合作共赢和长久发展的考虑，公司把管理费（抽成比例）调整到8%，同时也提高了后续轻资产输出模式的竞争力。

该人员透露，2024年下半年以来向宋城演艺寻求轻资产合作的邀约显著增多，但公司还是会综合考虑公司战略、合作方所在城市条件、交通配套等因素，2025年是否还有项目落地，目前无法披露。■

高端母婴品牌BeBeBus赴港IPO 每年花过亿推广费

时代财经 陈泽旋

一个成立仅5年的母婴品牌，正在冲刺上市。

近日，不同集团在港交所主板递交了上市申请，这个依靠婴儿推车起家的年轻公司，早期选择All in小红书，在拥挤的母婴赛道闯出一条生路，也打开了一扇通往港交所的大门。

招股书显示，不同集团在2019年创立了BeBeBus品牌，面向5岁以下婴幼儿，推出涵盖亲子出行、亲子睡眠、亲子喂养、卫生护理等四大场景的相关产品，主要包括婴儿推车、儿童安全座椅、婴儿腰凳、婴儿床、睡袋、枕头、餐饮、奶瓶、学饮杯、纸尿裤、柔巾、湿巾等。

BeBeBus定位高端。在市场上，一辆普通婴儿推车的价格多在几百元到上千元不等，而BeBeBus婴儿推车的建议零售价为1980~3780元。其天猫旗舰店显示，最贵的一款婴儿推车折后价格依然过万元，其中，配置最高的组合折后价格为1.76万元。

不过，宝爸宝妈们却心甘情愿买单。从新兵到与大牌“掰手腕”，BeBeBus没有花费多少时间。最迟在2022年，它已经打入了天猫“双十一”母婴亲子品牌（店铺）的销售榜二十强。

根据《天下网商》联合天猫发布的数据，2024年天猫“双十一”全周期（10月21日-11月11日），BeBeBus在母婴亲子品牌销售榜上排名第九，被它甩在身后的是全棉时代、FILA KIDS、帮宝适、皇家美素佳儿、好孩子等一众知名品牌。

在笼络出手阔绰的宝爸宝妈之后，不同集团计划向资本市场讲一遍高端育儿产品故事。

靠种草成行业龙头，近三年推广费都过亿元

这是一个快速增长的故事。根据招股书，2022年、2023年及2024年1-9月，不同集团分别实现收入5.07亿元、8.52亿元及8.84亿元。

出行场景是不同集团最大的收入来源。2024年1-9月，不同集团出行场景累计实现收入4.16亿元，其中，婴儿推车及配件卖了1.77亿元，儿童安全座椅卖了1.38亿元，婴儿腰凳卖了1.01亿元；而睡眠场景、喂养场景、婴幼儿护理场景则分别实现收入1.47亿元、5120.9万元、2.70亿元。

不同集团的大部分收入来自于线上，主要是天猫、京东及抖音等电商平台。2022年、2023年及2024年1-9月，电商平台产生的收入分别占



BeBeBus婴儿推车的建议零售价为1980~3780元。其天猫旗舰店显示，最贵的一款婴儿推车折后价格依然过万元，其中，配置最高的组合折后价格为1.76万元。

同期收入的80.5%、70.0%及64.8%。

线上营销为不同集团的收入增长提供了“弹药”。2024年1月，BeBeBus联合创始人沈凌接受《天下网商》的采访时称，BeBeBus的迅速起势是因为他们做对了两件事：一是产品差异化；二是早期将推广费用All in小红书渠道。

沈凌表示，BeBeBus上市第一款产品的2019年，传统电商平台“基本是带着品牌搜索品类，这意味着新品牌如果不能形成品类关键词，在流量端的竞争效率就低了，因为你需要花更多钱去买流量。所以当时我们选择在小红书展示产品的差异化和价值，通过小红书去引发关键用户的分享购买，再返回电商平台搜索”。

不同集团在招股书中提到，公司使用全渠道营销策略来扩大其在整个营销网络中的影响力，其中，口碑推荐及达人代言在“我们的营销方法中起着关键作用”。

截至2024年9月30日，不同集团已与超过1.6万个来自不同平台的达人合作，其中超过20名KOL拥有超过百万粉丝。2023年3月-2024年9月，不同集团在社交媒体平台上的品牌内容引发了超过83万篇帖子和原创视频。

2022年、2023年及2024年1-9月，不同集团的毛利分别为2.42亿元、4.27亿元及4.38亿元，对应的毛利率分别为47.7%、50.2%及49.5%。

不过，营销费用却吃掉了大部分的利润。招股书显示，不同集团的销售及分销开支包括推广开支、雇员福利开支及平台服务费。其中，推广开支主要包括线上平台推广费、线下

推广费及新媒体营销开支，2022年、2023年及2024年1-9月，不同集团的推广开支分别为1.35亿元、2.10亿元及2.05亿元。

虽然营销是烧钱的活儿，但不同集团已经开始赚钱了。2023年，不同集团全年实现净利润2722.4万元，2022年则亏了2122.9万元；2024年1-9月，不同集团累计实现净利润4642.1万元，同比增长114.17%。

85后创始人爱创业，两次以失败收场

不同集团的发展看起来一帆风顺，创始人的经历却有些波折。今年39岁的创始人汪蔚是一名“85后”。在创立BeBeBus之前，他曾是母婴用品购物平台绿婴、轻奢母婴品牌anglebay销售商的股东。不过，这两个平台均已成为历史。

根据VChello微投网公众号，汪蔚是绿婴的创始人，绿婴的模式为由厂商直接向C端客户销售产品。同时，其提供线上交易线下体验活动的免费模式，目标是每年给1000万儿童提供免费婴儿推车、儿童安全座椅、儿童餐椅等产品。

天眼查显示，上海绿婴科技有限公司在2013年5月成立，由汪蔚、马良分别持股48%、52%，两人均在2016年6月退出，由上海童歌母婴用品有限公司接手了其中90%的股份。值得一提的是，目前在应用商城无法找到绿婴APP。

2014年6月，浙江安哲贝婴童用品股份有限公司（下称“安哲贝”）成立，由汪蔚和沃渊凯各自持股49%。根据天眼查，汪蔚是安哲贝董事长，而沃渊凯为董事兼总经理，沃渊凯同时是主售儿童家具的品牌“果然好奇”的法定代表人。

安哲贝是母婴品牌anglebay的销售商，根据网购产品推荐网址“什么值得买”，anglebay是挪威轻奢婴童品牌，产品包括婴童推车、婴童床、汽车安全座椅、奶瓶等。天眼查显示，安哲贝在2020年被清算并注销，目前，anglebay天猫旗舰店也已关闭。

BeBeBus至少是汪蔚的第三次创业。招股书指出，汪蔚在消费品品牌定位与传播、基于用户行为研究产品定位、爆款产品打造、品牌管理及企业战略定位方面拥有丰富的经验。作为不同集团的创始人，汪蔚负责监督集团的战略规划、全球业务扩展及产品研发。

此外，据VChello微投网公众号，在2015年8月为绿婴寻找投资人时介绍，汪蔚曾是中国新电信集团的项目总监。在当时，汪蔚已经拥有3年多的母婴行业经验，“并拥有丰富的婴童

行业生产、人才资源及渠道，擅长资源整合和项目策划”。

背靠天图投资和泰康人寿，瞄准高端市场

在母婴赛道扑腾了将近13年后，汪蔚终于走到了资本市场的门口，此刻与他一起来到的，是通过3轮融资先后加入不同集团股东团队的天图投资、高榕创投、经纬创投及泰康人寿。

这一次，汪蔚似乎很有信心。招股书称，中国育儿产品市场正在经历持续的增长及转型，发展空间较大。原因是对比美国，中国每名0~5岁儿童在耐用型育儿产品和消费型育儿产品方面估计平均支出存在缺口，加上对高端育儿产品及更精细化育儿方法的日益偏好，正在为中国高端育儿产品市场带来新机会。

不同集团引用弗若斯特沙利文的资料称，中国高端育儿产品市场由2019年的254亿元增长至2023年的310亿元，预计于2028年将达到458亿元。

招股书称，育儿产品的市场需求受到儿童人口和经济形势的影响，“尽管新生儿人口有所下降，但经济增长、社会福利改善（包括医疗、教育和育儿支持方面的改善），再加上2021年三孩政策的放开等因素可能会鼓励家庭生育孩子，从而有可能缓解新生儿人口下降的趋势”，其预计2024-2028年新生儿人口将维持在每年约800万。

招股书继续指，中国富裕家庭数量的增加推动了育儿产品需求不断增长，这是因为可支配收入较高的家庭注重优先为其子女购买高质量的产品，不同集团预计这一趋势将会持续，富裕家庭的数量预计将从2019年的490万户增加至2028年的540万户。

值得一提的是，2024年11月底，胡润研究院发布的《胡润百富2024中国高净值人群家族教育报告》显示，2024年，中国15年来第二次出现高净值家庭数量下降，第一次发生在2019年。

根据胡润研究院的研究报告，中国拥有600万元家庭净资产的“富裕家庭”数量为514万户，比2023年减少4.1万户，减少0.8%；拥有千万元家庭净资产的“高净值家庭”数量为208万户，比2023年减少2.7万户，减少1.3%；拥有亿元净资产的“超高净值家庭”数量为13.3万户，比2023年减少5200户，减少3.8%；拥有3000万美元净资产的“国际超高净值家庭”数量为8.8万户，比2023年减少4100户，减少4.5%。

粤港澳大湾区

建设富有活力和国际竞争力的一流湾区和世界城市群
打造高质量发展的典范

80后绍兴富豪再创业 布鲁可上市首日涨超40%

时代财经 林心林

2025年开年，“中国版乐高”敲钟上市。

1月10日，布鲁可集团有限公司(00325.HK)正式在香港联合交易所主板挂牌上市，最终每股发行价为60.35港元。首个交易日开盘，布鲁可股价大幅上涨82%至109.6港元/股，总市值超260.79亿港元。午间涨幅有所回落，截至收盘，布鲁可首日收盘价为85港元/股，上涨40.85%，总市值超200亿港元。

“很久没见过港股这么热闹了。”“打了8个账户，才中一手，不过也赚5位数了”“109.6港元卖出，赚了1.35万港元。”在某投资平台上，不少股民分享自己的打新收获。以每手300股及开盘价109.6港元/股计算，不计手续费，布鲁可每手可赚14775港元。

港股史上第二冻资额，有券商开通百倍认购

布鲁可此次上市堪称现象级IPO。1月7日，布鲁可在香港公开招股结束，获超6000倍的超额认购，申购额达8786.54亿港元。无论是认购倍数还是金额均超过2024年港股新股“冻资王”毛戈平。

据LiveReport大数据统计，按照冻资金额计，布鲁可超越2021年上市的诺辉健康的8400亿港元，位列港股史上第二。

汇生国际资本有限公司总裁黄立冲对时代财经分析称，布鲁可此次IPO引起极大的反响，原因之一在于市场对新概念和创新产品的热情，以及近期IPO市场缺乏震撼力的发行所致。“在布鲁可上市之前，香港IPO市场很久没有出现特别引人注目的新股发行，投资者对新机会的渴望增加。”

有报道称，不少券商开通了百倍认购机制，投资者花1万港元就可以获券商百万港元的配资认购，使得布鲁可新股认购热度不断升高。黄立冲

也指出：“这是‘庄家’当下最喜欢炒作的主题。”其还称，泡泡玛特近年来在资本市场的成功、“谷子经济”的兴起等，都引起了投资者对潮玩和相关IP衍生品的热情。

据时代财经了解，一些打新布鲁可的投资者同时也持有泡泡玛特和卡游的股票。

这些公司均属于近年来大热的角色类玩具产业，亦是当下火热的“谷子经济”，即二次元IP周边商品，产品形态主要包括手办、徽章、亚克力立牌、挂件、色纸等。据弗若斯特沙利文信息，2023年，全球IP玩具市场规模为5213亿元，占全球玩具市场的67.4%。其中，中国IP玩具市场为676亿元，占中国玩具市场的64.4%。

布鲁可也想搭上这一风口。根据招股书，布鲁可早期主要从事积木玩具的设计、研发和销售，2019年将业务拓展至拼搭角色类玩具的研发，并于2022年开始推出拼搭角色类玩具。

2021—2023年，布鲁可分别实现营收3.30亿元、3.26亿元和8.77亿元。2024年上半年，布鲁可营收增长237.6%至10.46亿元。截至2024年6月30日，布鲁可共有431款在售SKU，包括面向6岁以下儿童的116款SKU、面向6—16岁人群的295款SKU，以及面向16岁以上人群的20款SKU。

据弗若斯特沙利文信息，布鲁可已是最大的拼搭角色类玩具企业，在全球拼搭角色类玩具市场中排名第三，市场份额为6.3%，前两者为知名跨国玩具公司万代和乐高。

因此，布鲁可身上也被贴上许多标签，如“中国版乐高”“积木界的泡泡玛特”等。

招股书介绍，布鲁可主流产品价格分布在9.9—399元不等，热销的大众价格带产品定价为39元，平价价格带产品定价为9.9—19.9元。值得一提的是，布鲁可产品的平均售价也呈现逐年下调趋势，2021—2023年分别为89元、38元、23元，2024年第一季度则进一步降至19元。

朱伟松二次创业，奥特曼IP收入占比过半

布鲁可是创始人朱伟松的二次创业。

出生于1982年的创始人朱伟松，是浙江绍兴人，与盛大创始人陈天桥、金山软件创始人求伯君是老乡。21世纪初期，网络游戏对这位80后创业者影响巨大。2009年，朱伟松与林奇等人一同成立了游戏研发公司游族网络，朱伟松负责产品研发。2014年，游族网络登陆中国A股主板，巅峰时期前董事长林奇以22亿美元身家位列亚洲十大年轻富豪第五名，朱伟松也曾凭借26亿元身家入选胡润80后富豪榜。

不过也是在游族网络上市的同一年，朱伟松套现近10亿元离开，并于同年成立布鲁可前身葡萄科技。

早期，葡萄科技更多以儿童硬件产品，比如平板电脑、AR识别七巧板等为主营产品。有一次，朱伟松在机场给孩子买礼物时，在乐高门店看到价格后颇受震撼，认为这是一门比网游还要赚钱的高毛利生意。2017年，葡萄科技才正式进入积木领域，并为新项目起名布鲁可，转型做儿童积木玩具。

2021年，面对公司不温不火的经营局面，朱伟松尝试做拼搭角色类玩具，并开始引进海外IP，拿到知名IP奥特曼的授权，这成为布鲁可的重要转折点。与此同时，为了快速打开市场，布鲁可在2021年的营销费用（销售及经销费用）也高达3.89亿元，占当期收入超118%。

搭上奥特曼IP，为布鲁可的营收带来暴涨。2021—2023年及截至2024年上半年，布鲁可分别实现营收3.30亿元、3.26亿元、8.77亿元和10.46亿元，毛利润分别为1.23亿元、1.23亿元、4.15亿元和5.54亿元。而2022年、2023年和2024年上半年，奥特曼IP相关产品分别为布鲁可贡献了1.11亿元、5.57亿元和6.01亿元的收入，占总收入的比例分别为34.2%、63.5%和57.4%。

不过截至目前，布鲁可还处于亏损状态，2021—2024年上半年的三年半，布鲁可已累计亏损13.9亿元。若剔除可转换可赎回优先股公允价值变动损失、股权激励费用计提等，布鲁可则在2024年上半年实现经调整净利润2.92亿元。

尽管公司一直处于烧钱境况，但仍吸引了不少资本进入。布鲁可上市前共进行了3轮融资，融资金额合计17.87亿元，其中就包括昔日老搭档林奇出资1亿元。

截至上市前，朱伟松直接和间接持有布鲁可54.95%的股权，是最大股东，此外君联资本总计持股7.03%、源码资本持股5.64%、云锋基金持股3.15%、高榕资本持股1.19%。

不过黄立冲指出，尽管潮玩赛道具有成长性，但也在逐渐呈现拥挤，许多新兴品牌和传统玩具公司纷纷进入这一领域。同时，布鲁可过于依赖某些特定IP（如奥特曼）也存在风险。

招股书显示，布鲁可拥有约50个知名IP的非独家授权，包括奥特曼、变形金刚、火影忍者、漫威、小黄人、宝可梦、DC蝙蝠侠等，同时也有2个自有IP，百变布鲁可与英雄无限。

布鲁可一度想发力自有IP，但从收入结构来看，2022—2023年，布鲁可自有IP的收入分别仅占总收入的0.6%、7.3%，2024年上半年升至16.5%。

过于依赖外部IP的布鲁可，每年也在支付高昂的授权费。招股书显示，布鲁可的授权费支出从2021年的250万元，一路增加至2022年的1495万元、2023年的7300万元，2024年上半年更是达到9120万元。

而根据最新的授权协议，公司核心IP奥特曼在中国的授权到期时间为2027年。值得注意的是，此类IP授权协议通常为1—3年，且一般不会自动续，这意味着一定程度上存在着续约风险。

显然，想要成为下一个泡泡玛特或者乐高，布鲁可或许不能只靠“奥特曼”。

转让河南驻马店公司 酒便利回笼资金

时代财经 幸雯雯

酒便利开始甩卖负债资产“瘦身”了。

1月6日，酒类流通头部企业酒便利(838883.NQ)发布公告称，由于控股子公司驻马店酒便利商业连锁有限公司(下称“驻马店酒便利”)经营期限到期，控股股东各股东无意继续合作，拟以307.06万元将驻马店酒便利的40%股权转让给李旭，拟以92.12万元将驻马店酒便利的12%股权转让给李晶旭。

公告及天眼查显示，李旭为驻马店酒便利法定代表人及执行董事，持股10%，李晶旭为驻马店酒便利监事，持股38%。完成转让后，李旭和李晶旭对驻马店酒便利的持股比例将提升至50%，酒便利则不再持有驻马店酒便利任何股份。

作为国内较早提供酒水外卖服务的酒水新零售企业之一，酒便利创立于2010年，总部位于河南郑州，2016年6月在新三板正式挂牌。

不过，受行业竞争激烈、经营不善等因素影响，酒便利全国化拓展受阻、增收不增利的困局多年未被化解。现金流吃紧、股权数次被冻结，实控人余增云因涉嫌集资诈骗被立案调查，更给酒便利的发展笼罩上一层厚厚的阴霾。有分析人士指出，通过此次交易，酒便利将回笼近400万元，一定程度上能缓解银根紧张的问题。

标的公司曾贡献逾九成利润

成立10多年来，为发展需要，酒便利陆续设立过不少子公司，也处置

过子公司资产，但驻马店酒便利对酒便利的意义非同寻常。

首先，河南为酒便利的发家之地，于2014年3月成立的驻马店酒便利，是酒便利最早成立的控股子公司之一，也是酒便利在河南的重要经营主体。辉煌时期，其以“一己之力”撑起酒便利逾九成的净利。

2017年，即酒便利新三板上市的第二年，公司全年亏损1541.21万元，而驻马店酒便利则实现净利润104.44万元，当年也是驻马店酒便利成立4年后首度盈利。2019年，酒便利净利从2018年的584.21万元大幅下滑至308.16万元，同期驻马店酒便利实现净利润278.5万元，为酒便利贡献超过九成的净利。

然而，自酒便利走出河南，向北京、西安等市场拓展后，驻马店酒便利营收占比逐年下降，在2024年上半年甚至出现亏损，同期负债合计达1284.31万元。

香颂资本董事沈萌接受时代财经采访时表示，将亏损负债子公司剥离，可以在账面上缓解酒便利资产负债表的压力，同时减少现金净流出，优化资金结构。

酒业进入深度调整期，终端动销不畅、库存高企、价格倒挂对酒类流通企业影响颇大。中国酒业协会发布的《2024中国白酒市场中期研究报告》也提到，超五成以上渠道经营者未来会重视优先保住现金流。

2024年上半年，酒便利的货币资金同比上升81.45%至2亿元，但同期短期借款为2.15亿元。另外，由于终端动销补偿，其2024年上半年经营活动产生的现金流量净额同比下滑

81.09%，仅录得1443.14万元，现金流压力不小。

另一方面，库存增加也加重了公司的现金周转压力。2023年，酒便利存货余额为2.58亿元，同比上升33.78%；2024年上半年，存货余额升至3.04亿元，且存在存货减值和跌价风险。

值得注意的是，酒便利此前也处置过一些资产。

2020年10月，酒便利处置了从2017年成立起便持续亏损的非全资子公司江苏酒便利商业管理有限公司，后者由自然人吴玉国接盘。天眼查显示，吴玉国为江苏酒便利商业管理有限公司第一分公司等多家公司的法定代表人及负责人。2024年4月，酒便利也注销了成立近五年但未实现盈利的十堰酒便利商业连锁有限公司。前述两家公司分别是酒便利拓展江苏、湖北市场时成立的主要经营主体。

从当前酒便利的门店覆盖区域来看，处置上述两家子公司更多是由于其拓展江苏、湖北市场不畅所致。

据酒便利官网信息显示，其曾重点发力的江苏市场已被并入其他区域，湖北市场则杳无踪影。而在酒便利2024年9月发布的《关于年报问询函的回复》(下称《回复公告》)中显示，酒便利将经营区域划分为河南、北京、西安、杭州，2023年各区域销售占比分别为56.76%、20.3%、5.02%、17.92%。

向蜜雪冰城看齐，开放全国加盟

酒越来越难卖，酒便利也在试图寻求更多增量。

在上述《回复公告》中，酒便利表示2023年加大了对特许商的服务

力度，组织多场加盟商联谊会，方便彼此沟通交流销售技巧，了解酒便利促销政策，并协调银行对加盟商制定适宜的融资方案。

2024年6月，酒便利将开设特许经营店的区域从部分城市转变为全国市场，以扩张做大规模。

1月7日，时代财经致电酒便利招商部，相关人士表示，当前公司对加盟商的优惠力度很大，1万元的加盟费经营满一年可退还。确认加盟意向后，投资金额也可向总部申请，下调一定幅度。

其官网显示，以不低于80平方米的县级城市门店为例，加盟单店投入成本包括加盟费1万元、年租金6万元、首批货款30万元等，共计55万元。但上述招商人士表示，部分地区租金较高，若在北京开设加盟店，建议设在五环外，公司提供选址支持，租金最低3万元/月，回本时间在一年多到两年不等。

在沈萌看来，在行业深度调整期，企业开放加盟的目的或许包含着利用加盟商的资金挽救企业现金流的不足，此时扩张或不是为了业务的稳健成长，而是以扩张来延缓内部问题的爆发。“这类企业通常偏传统模式，而且各地地方资源的整合难度也较大，缺少统一清晰的内部管理体制，所以要推行一些新的系统或模式，会比较难或比较慢。”沈萌补充道。

不过，去年11月，酒便利市场部副总李宇博曾表示，酒便利的目标是要做全国品牌，像河南的知名品牌蜜雪冰城和锅圈食汇一样，下一步还将瞄准一线城市、省会城市继续开拓市场。

307.06
万元



2.27亿元收购中洲物业 万物云寻找增长点

时代财经 陈泽旋

增长乏力，想要保持在场的物企玩家急需找到突破点。

克而瑞物管统计数据显示，2024年，百强物业企业的“合约在管面积比”均值下降至1.28，较2023年的1.32呈现继续下滑趋势。“这一变化反映出企业在新项目获取上的增速放缓，以及市场竞争的加剧，C端、B端和G端市场压力不断加剧。”

万物云董事长朱保全亦在《2025新年贺词》中坦承，“2024年的日子并不好过”——基础物业服务行业全面内卷，企业客户付费能力显著下降，尤其是来自地产开发商侧的业务坠入谷底。

“物业企业如果能走出独立行情，就会实现突破。不愿意独立发展，就会与开发商一起经历这个周期。”如何找到新的增长点以走出周期？万物云选择“两条腿走路”——做强主业、探索副业。

2025年开年，万物云官宣一单收购，斥资2.27亿元收购中洲物业，扩大其在住宅物业服务领域的规模和市场占有率。

与此同时，万物云依托蝶城资源协同，探索构建“蝶城+社商”新生态，与母公司万科通过“以资抵债”的方式置换多个社区商业项目，走上社商资产运营的舞台。

2.27亿元收购中洲物业

做强主业依然是万物云与经济周期周旋的策略。

2024年12月31日，万物云与中洲投资签署股权转让协议，作价2.27亿元收购中洲物业100%的股权。这笔收购与万物云蝶城战略契合，有助于强化其蝶城战略的推进与综合竞争力的提升。

中洲物业成立于1999年，是一家专注于提供住宅物业服务的企业。根据公告，2023年，中洲物业项目整体收缴率在86%以上，交付5年以上项目普遍收缴率在90%以上，平均每平方米收入为4.06元，2024年前9个月实现营收约2.56亿元、净利润9465.5万元。

中洲物业旗下的44个住宅类项目包括37个在管项目、7个未接管项目，年化合同收入3.04亿元，可并表收入2.88亿元，主要分布在深圳、成都等城市，其中97%的项目位于万物云价值街道范围内。

收购完成后，万物云预计新增10个蝶城，升级5个现有蝶城，优化4个现有蝶城，提升在重点城市价值街道的密度。

万物云方面表示，通过蝶城改造和运营，公司将改善服务体验、提升运营效率和客户满意度，扩大在住宅



万物云公告称，预计2024年下半年累计回收关联方贸易应收账款超过30亿元，其中通过收购实物资产专项偿还现金或实物资产直接抵偿关联方应收账款约12亿元。

物业服务领域的规模和市场占有率，增强盈利能力和综合竞争力。

万物云于2021年提出蝶城服务模式，并确立为核心战略。

截至2024年6月末，万物云蝶城底盘数量增长至642个，住宅物业服务实现收入93.16亿元，同比增长14.2%；创造毛利12.46亿元，同比增长21.4%。

万物云称，得益于蝶城内流程改造工作的顺利推进，2024年上半年，其住宅物业服务毛利率提升至13.4%，同比增长0.8个百分点。

此次收购中洲物业，亦是朱保全“分水岭论断”的一次实践。

“2023—2025年是物业企业独立性表现的分水岭。如果说2022年之前，物业企业主要依托中国房地产开发企业的增量，或者与开发商母公司之间的关联交易，而接下来，物业企业需要走出自己的独立行情。比如，收入来源于非关联单位、项目来源于完全的市场拓展。”

万物云依托蝶城战略，构建了扎实的市场化拓展能力。万物云称，得益于万科物业的良好口碑和不断迭代的服务模式，其在存量住宅市场的市拓能力始终位于行业顶尖水平。2024年上半年，万物云新获取221个、共有12.76亿元饱和收入的住宅市场合同，在蝶城内获取存量项目的中标率达到了74.0%；在管的4095个项目中，来自第三方的有2467个，占比约为60.24%。

“物业企业如果能够向上延展，反向定制不动产与设施投资，那就会形成完全不同的格局。”朱保全说。

试水社区商业开拓“副业”

行业调整期，在物业费收缴率、客户付费能力均显著下降，而资本市

场对企业盈利能力依然保持期待的双重压力下，万物云势必要给出新的解题答案。

朱保全提出“蝶城+社商”的构想：“没有一家商管企业能够成功解决社区mall与周边居民的关系，万物云提出‘蝶城+社商’，就是希望能够在蝶城范围内找到经营不太好的社区商业，并对它进行改造。”

所谓“蝶城+社商”，即通过对蝶城范围内经营不善的社区商业进行改造，注入蝶城服务，并借助万科物业在管的社区居民与社区mall之间的消费联动，带动商户和商业的增长，形成社区商业、品牌商户与消费者的良性生态。

“商业地产领域有很多很牛的项目，也有很多很伟大的公司，我想我们再去SKP，可能爱马仕都不干了。中国有太多重奢商场，也有大把8万~12万平方米的商业，但是并没有成气候、成规模的社区商业。商场需要Lululemon，社区商业要的是‘花姐’。”这是万物云试水社区商业的初衷。

“1000个蝶城需要1000个邻里中心——恰恰是这样的想法，我们一方面能够跟万科地产之间实现应收账款的回收，同时有机会找到一些蝶城范围内、能力范围内的社区商业去做资产运营，让财务报表更加好看，也为‘蝶城+生态’创造更好的延展性。”朱保全说。

基于这一想法，2024年万物云以应收账款置换万科多项资产，包括武汉新唐万科广场、上海滨江万科中心、沈阳鹿特丹广场等社商项目。

“万物云既要实现对万科应收账款的回收修复财报，又要挑选出匹配公司能力的资产。”在朱保全看来，“既不能拿太好的资产，也不能拿太差的资产”，“要拿物业公司接盘后能干好的资产”。

万物云接收的首个社商资产武汉新唐万科广场，在万物云唐家墩蝶城中，500米核心圈内在管住宅项目4个，合计在管9462户。

万物云方面透露，接收武汉新唐万科广场，适配其蝶城战略，调整后运营效果明显提升，未来将持续研究如何发挥蝶城优势。

万物云的目标并未止步于资产运营。

2024年12月，万物云与高和资本签署战略合作协议，拟共同创设社区商业基金，首期资金将注入武汉新唐万科广场、上海滨江万科中心两个社商项目。“把资产弄过来运营好，别人才知道你会跳舞。”朱保全希望，社区商业基金当中，资产NOI（运营净收入）能够达到5%以上，进而能够发行REITs，“我们并不希望将来变成一个重资产公司，未来会通过社区商业基金的方式把这些资产出掉，保留与社商连接、运营的能力”。

关联方应收账款风险基本出清

在房地产行业仍未走出周期的当下，修复财务报表，万物云也需要化解关联方的潜在风险，压降应收账款规模。

2024年12月31日，万物云连发三则关联交易公告，涉及债务清偿协议、股份转让协议、资产收购协议。加上11月1日、11月29日、12月26日发布的股权转让协议，万物云在2024年最后两个月与万科达成6笔交易，意在解决应收账款欠款问题。

6笔交易涉及多宗资产，分别为武汉新唐万科广场、上海滨江万科中心、北京住总万科广场、深圳创智云中心、沈阳鹿特丹广场以及通过工抵方式获得价值7.12亿元的住宅、商铺、写字楼和车位资产包。

上述资产质量较好，5个商业项目分别位于北京、深圳、武汉、沈阳，住宅资产包主要位于广州、南京、厦门、天津等一、二线核心城市。

具体来看，北京住总万科广场资产包标的物为北京住总万科广场写字楼3号楼及4号楼的2—5层，共20套办公用房，总面积3072.46平方米，万物云以5500万元关联方应收账款为代价，获取其100%的股权，交易对价公允；上海滨江万科中心地处陆家嘴核心地段，经营业态涵盖商场、写字楼，辐射范围内在管项目19个，其中10个为住宅楼盘，在管小区户数10766户，拥有蝶城内高密度的相对优势。

这6笔交易完成后，万物云独立性显著提升。

万物云公告称，预计2024年下半年累计回收关联方贸易应收账款超过30亿元。

其中，通过收购实物资产专项偿还现金或实物资产直接抵偿关联方应收账款约12亿元。截至2024年年末，万物云当年持续关连交易对于集团整体收入占比预计为低于9.8%，2021—2023年分别为19.2%、16.0%、13.5%，占比持续下降。

万物云表示，持续关连交易业务规模下降主要影响并带来开发商增值服务收入与利润的降低，但公司通过积极回款举措，确保了关联方贸易应收账款余额未升反降，有效控制了相关风险，基本实现公司2024年度中期的管理规划。

中信建投证券的一份研报指出，万物云积极推动以资抵债，降低关联交易占比，虽然短期内或将会对公司业绩产生一定压力，但也将提高公司运营的独立性，有效控制大股东潜在的回款风险和减值损失，有助于公司中长期经营向好。

与万科的应收账款风险基本完成出清，独立性因此增强，如朱保全所说，万物云“面对无常，充满力量，满怀希望”。■

