

时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

周要闻

五部门：支持民营企业通过资本市场发展壮大

2月28日，中国人民银行等五部门召开金融支持民营企业高质量发展座谈会。会议要求，要实施好适度宽松的货币政策，发挥好结构性货币政策工具作用，强化监管引领，引导金融机构“一视同仁”对待各类所有制企业，增加对民营和小微企业信贷投放。抓好“科创板八条”等政策落实落地，支持民营企业通过资本市场发展壮大。

2025年载人飞行任务发布

据中国载人航天工程办公室消息，2025年，工程规划了2次载人飞行任务和1次货运飞船补给任务，执行2次载人飞行任务的航天员乘组已经选定，正在开展相关训练。目前，中国空间站已在轨实施180余项空间科学研究与应用项目，涉及空间生命科学与人体研究等领域，取得了多项开创性成果。

深圳发布人工智能终端产业发展行动计划

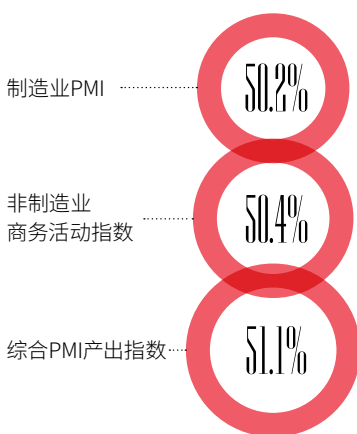
3月3日，深圳市工业和信息化局网站公布《深圳市加快推进人工智能终端产业发展行动计划(2025—2026年)》。其中明确，到2026年，深圳市人工智能终端产业规模达8000亿元以上，力争1万亿元，集聚不少于10家现象级人工智能终端企业。

周数据

2月份制造业PMI升至50.2%

2月份，制造业采购经理指数(PMI)升至50.2%，重返扩张区间。国家统计局数据显示，2月份制造业PMI为50.2%，比上月上升1.1个百分点；非制造业商务活动指数为50.4%，比上月上升0.2个百分点；综合PMI产出指数为51.1%，比上月上升1.0个百分点。

2月份制造业PMI上升情况



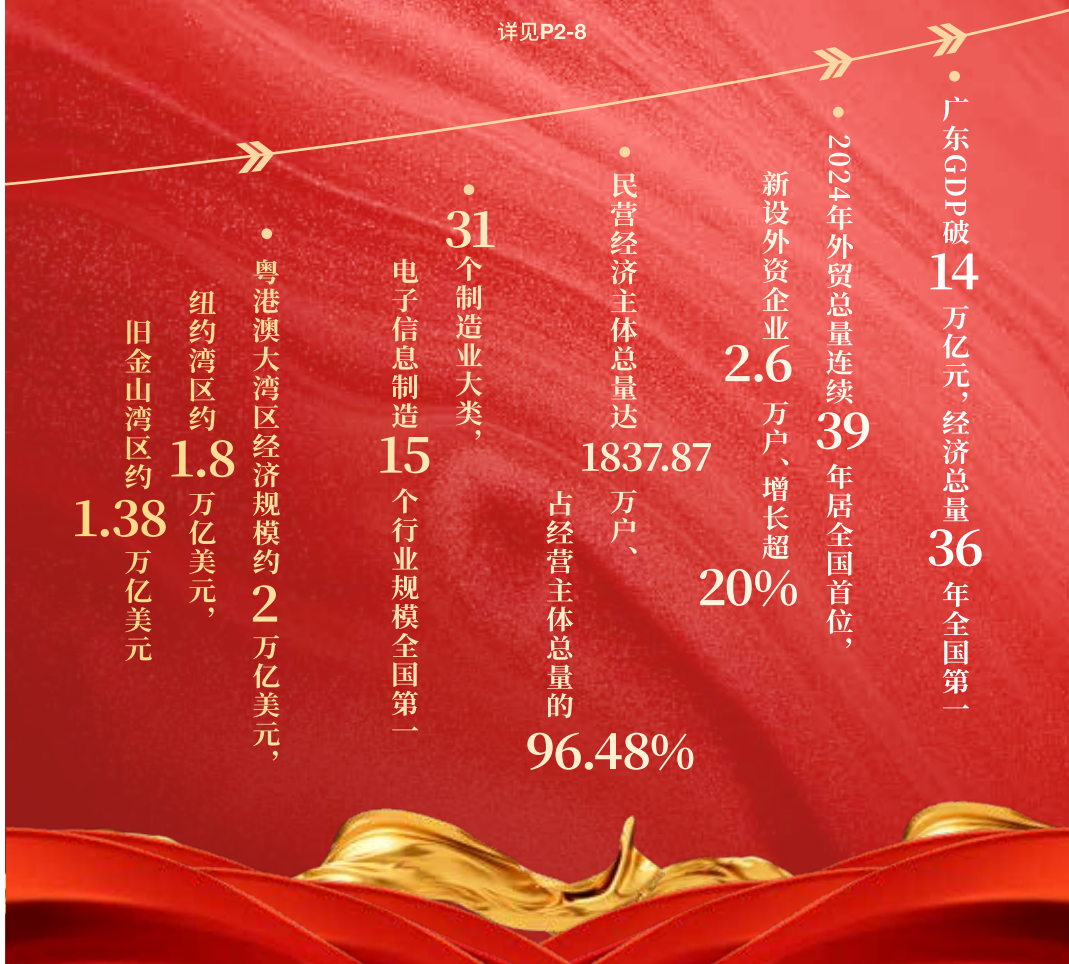
机器人ETF越涨越买

详见P13

2025年全国两会特别报道

春潮向新看广东

全国第一经济大省的实力和潜力



聚焦两会五大热点

时代周报记者 王晨婷 发自广州

春暖花开的三月，中国进入“两会时间”。

每年两会上讨论的关键词都会贯穿接下来一整年的经济生活，2025年作为“十四五”规划收官之年，将会有哪些热点？

近期召开的民营企业座谈会已经透露出一些经济信号。“民营经济发展前景广阔、大有可为”的论断使得新一轮民营经济支持政策可期；高规格会议对于科创企业的重视，也可见今年两会依旧会将“新质生产力”作为重点。

此外，去年底召开的中央经济工作会议已经定调“实施更加积极有为的宏观政策”，今年两会期间，会如何落实“更加积极的财政政策”和“适度宽松的货币政策”，也值得期待。

时代周报记者日前采访多名经济学家，整体预测显示，2025年全年经济增速目标或设定为5%左右，CPI增速目标或有所下降，赤字率则可能会略有提升。

此外，新质生产力、人工智能、民营经济等也有望成为今年两会的热点话题。

热点一：经济增长目标如何设定

每年的政府工作报告中，大概率会对这一年的GDP增速、CPI、赤字率、失业率等设定目标。通过对召开过地方两会的报告梳理，可以发

现在2025年31个省级行政区设定的GDP目标加权平均为5.3%。

GDP增速目标设定在5%左右已无太大悬念。申万宏源证券首席经济学家赵伟表示，往年经验显示，北京、上海、广东等地区的经济增长目标与全国目标具有较高的一致性。2025年北京、上海、广东政府工作报告公布的经济增长目标均为5.0%左右，为全国GDP增速目标设定提供参考。2025年，全国GDP增速目标或持平。

CPI增速目标或有所下降。此前，CPI目标大多设定在3%左右。2024年全年，CPI实际同比上涨0.2%。而2025年，地方CPI目标已经出现明显的调整，大多从3%左右下调至2%左右。

中金宏观研报认为，“2%左右”的CPI目标更为务实，也更具可操作性。中央经济工作会议要求“物价合理回升”，逐渐弥补通胀缺口和需求缺口将是2025年经济工作的重要方向。

至于城镇新增就业、粮食产量、单位国内生产总值能耗等方面的目标，大概率还将与2024年保持持平，即分别为1200万人以上、1.3万亿斤以上、降低2.5%左右。

热点二：赤字率或提升至4%

在积极的财政政策方面，全国两会将会落实哪些具体的内容，也值得关注。

➡ 下转P3

➡ 下转P6

AI助粤越山向海

依托广东强大的制造业基础，结合AI技术可实现大规模个性化定制生产，能够提高生产效率和产品质量，在全球制造业智能化转型中发挥示范引领作用。

时代财经 冯恋阁

发展人工智能，广东有着怎样的信心和底气？

广州国际生物岛的车道上，文远知行的无人驾驶小巴正在穿梭；深圳的福田口岸，美团无人机载着外卖在轰鸣声中降落；佛山的库卡智能制造科技园里，库卡机器人正在广东首条全自动化机器人生产线上工作……

从生产线到日常生活，人工智能变革正深刻影响着大湾区的每一个角落。

人工智能是广东今年发展的重要方向。在年初的广东省高质量发展大会上，广东明确要在人工智能和机器人两大领域下大决心、集中发力，构筑高技术、高成长、大体量的产业新支柱。

2月18日，广东省委书记黄坤明主持召开人工智能与机器人产业发展座谈会，进一步提出“广东将汇聚最优资源、集聚最大力量，加快打造人工智能与机器人产业高地”。

发展人工智能，广东有着怎样的信心和底气？

AI走向“海陆空”

在广东，人工智能有着广泛的应用空间。

如自动驾驶领域，广东无疑走在前列。

广州南沙是全国第一个全域开放自动驾驶测试和运营的行政区域。2022年，小马智行中标广州市南沙区2022年出租车运力指标，获得国内首个颁发给自动驾驶企业的出租车经营许可证。

2024年5月，全国第一个城市开放道路场景下L4级自动驾驶货运车纯无人远程测试许可在广州颁发，文远知行的无人驾驶货车获准进行24小时的载货测试。

截至去年10月，广州累计开放智能网联汽车测试道路933条，单向里程约1980公里，其中高（快）速公路开放里程超260公里。

在机器人领域，广东省同样有不少亮眼表现。

“人形机器人第一股”优必选自2024年以来，聚焦汽车、3C等制造业重点领域。其旗下Walker S系列机器人已经走向包括比亚迪、吉利、蔚来等多个车厂，从事包括搬运、分拣和质量检等多种工作。

1月，优必选透露，公司已是全球合作车厂最多的人形机器人企业，Walker S系列也成为全球进入最多车厂实训的人形机器人，已收到车厂超过500台的意向订单。

政经 · TOP NEWS

- 复旦大学张军：广东有自己的优势 要有定力有信心
- 经济大省如何挑大梁？
- 冲向“4万亿” 深圳目标增速5.5%？
- 全国人大代表杨登辉：广东具备培养技能人才的土壤

财经 · FORTUNE

- 蔡磊：被渐冻症“冰封”的1978年
- 年保费首次突破百亿元后 汇丰人寿再迎3.62亿元增资
- 安孚科技逾11亿元加码南孚电池 电池业务贡献近九成营收
- 丙类医保目录年内落地 能否打通罕见病用药“最后一公里”？

产经 · INDUSTRY

- 谁是格力电器的接班人？
- 雷军带小米猛闯高端局
- 俞敏洪的零售野心 东方甄选加码送礼经济
- 深圳楼市跑进“小阳春” 有新盘一日去化507套

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号远明明珠大厦4楼



经济第一大省 要守更要进

3月1日出版的《求是》杂志发布《经济工作必须统筹好几对重要关系》，当中提到，必须统筹好培育新动能和更新旧动能的关系，因地制宜发展新质生产力。

要以科技创新为引领，大力培育壮大新兴产业和未来产业，加快推动作为经济增长和就业收入基本依托的传统产业的改造升级，推动新旧发展动能平稳接续转换。

作为全国经济第一大省，广东天然承担着当好拉动全国经济增长“火车头”角色的重任，这也意味着在统筹好培育新动能和更新旧动能的关系的问题上，广东面临的形势尤为复杂。如何巩固原有优势，尽快弥补短板，打造高质量发展新引擎？

回答这样重大的命题，需要先对广东产业的现状及其面临的挑战和机遇作出客观分析。

广东地理位置优越，是我国对外开放的前沿阵地，拥有众多优良港口，交通网络发达，与世界各地的贸易往来频繁。

多年来，广东形成了完备的产业体系，涵盖了电子信息、家电、汽车、化工等多个领域，产业配套能力强，产业链韧性足。

从人力资源的角度观察，由于广东高等教育发达，科研机构众多，长期以来为产业发展输入的新鲜血液绵绵不绝，这也是广东的重要优势。

与此同时，也要看到，随着全球经济环境的变化和国内经济结构的调整，广东

面临的挑战也前所未有的。

首先，全球经济不确定性增加，贸易保护主义抬头，地缘政治冲突频发，这些因素都对广东的外向型经济构成了压力。

其次，在国内经济结构调整的大背景下，传统产业也面临着成本上升、竞争力下降等问题，急需转型升级。

不为优势沾沾自喜，也不为困难瞻前顾后，重要的是咬定方向抓紧突围，蹚出产业新局。

从广东省高质量发展大会等会议传出的信息很明确，那就是作为制造业的“尖子生”，一方面，广东将在半导体与集成电路、区块链与量子信息、前沿新材料、新能源等新兴产业领域发力，竞逐新赛道；另

一方面，广东将积极推动人工智能等新兴技术赋能传统产业，以提升产业竞争力。

对拥有雄厚的产业基础、完善的产业链和强大的创新能力的广东而言，如果说提升传统优势产业竞争力是“守”，那么竞逐新赛道就是“进”，守要坚如磐石，进要龙骧虎步，这无疑是正确的路径。

发展新质生产力，广东需要加大对科技创新的投入，特别是在人工智能、5G、物联网等前沿技术领域。

也应加强产学研合作，构建开放协同的创新生态系统。

通过与高校、科研院所的合作，推动科技成果的转化和应用，力求形成从基础研究到产业化的完整链条。

提升传统优势产业竞争力，拥抱AI则势在必行。一个事实是，伴随人工智能与机器人技术的突破性发展，传统制造业转型升级的空间已经得到了极大拓展。即使是传统制造业企业，在AI赋能之后，也能够实现绿色化、智能化目标，并大幅度地降本增效。

以家电行业为例，广东的家电企业通过智能化改造，既提高了生产效率和产品质量，产品功能也更加丰富，能够满足消费者日益多样化的需求。

传统产业不等于落后产业，统筹好培育新动能和更新旧动能的关系，广东制造业的优势就会更加巩固。■

（作者系特约评论员）

三年涨6186元！ 2024年全国人均可支配收入突破4万元

时代周报记者 李杭 发自北京

41314元



2025年全国两会正式开幕，体现经济增长惠及个体，同时也能促进更高的消费水平的居民收入话题成为人们关注的焦点。

在两会开幕前夕，国家统计局公布了2024年国民经济和社会发展统计公报（以下简称“统计公报”）。数据显示，全国居民人均可支配收入首次突破4万元大关，达到41314元，比上年增长5.3%，扣除价格因素，实际增长5.1%。全国居民人均可支配收入中位数34707元，增长5.1%。

与此同时，全国居民人均消费支出也呈现出稳定增长的态势。

2024年，全国居民人均消费支出28227元，比上年名义增长5.3%，扣除价格因素，实际增长5.1%。居民平均消费率为68.3%，与上年持平。

国家统计局相关负责人在解读2024年居民收入与消费数据时指出，2024年我国居民收入与经济增长同步，居民消费支出稳定增长。

不过张毅也强调，尽管居民收入和消费支出增长总体稳定，但也要看到，居民持续增收面临压力，居民消费支出增速有所放缓。下阶段，要强化稳就业工作，切实增加居民收入，加大促消费政策实施力度，推动居民收入和消费持续增长。

增速跑赢GDP

2024年，全国居民可支配收入达到41314元，每月平均3443元，增速超过GDP增速（5.0%），达5.3%。

同时，不易受极端数值影响的人均可支配收入中位数达34707元，增



速达5.1%，同样跑赢GDP。

分城乡看，我国城镇居民人均可支配收入中位数49302元，增长4.6%。农村居民人均可支配收入23119元，比上年增长6.6%，扣除价格因素，实际增长6.3%。农村居民人均可支配收入中位数19605元，增长4.6%。城乡居民人均可支配收入比值为2.34，比上年缩小0.05。

把时间拉长来看，“十四五”期间，我国人均可支配收入持续上涨。2024年全国居民人均可支配收入较2021年的35128元，增长了6186元。

与此同时，人均可支配收入中位数也在逐年提高。数据显示，我国居民人均可支配收入中位数从2021年的29975元增加到2024年的34707元，增长了4732元。

不过需要指出，根据2024年的数据，我国人均可支配收入占人均GDP的比例为43.15%，相较于发达国家仍显偏低，凸显出国民收入分配格局优化与居民增收机制改革的紧迫性。

多地聚焦增加居民收入

在当下，消费对于经济发展的基

础性作用愈发关键。步入2025年，促消费成为经济领域的首要任务，而居民收入稳定增长则是提振消费的关键支撑。

厦门大学经济学系副教授丁长发此前告诉时代周报记者，消费是收入的函数，收入是居民敢消费、能消费、愿消费的决定性因素。

今年以来，从中央到地方，一系列旨在促进居民增加收入的政策相继出台。

1月3日，国家发改委在“中国经济高质量发展成效”系列发布会上就释放出强烈的增收信号。

会上提出要促进居民增收减负，开展大规模职业技能培训，以及千方百计拓宽农民增收渠道，适当提高退休人员基本养老金和城乡居民基础养老金等。

1月21日，人社部也在相关发布会上聚焦稳就业促增收。

会上，相关司局负责人就明确表示，2025年将实施重点领域、重点行业、城乡基层和中小微企业就业支持计划，不断拓展就业新的增长点。同时落实稳岗返还、税收优惠、担保贷

款、就业补贴等政策，助力企业稳岗拓岗。

2月21日，财政部部长蓝佛安也在相关文章中指出，要求全力落实2025年财政工作任务，其中首要任务是统筹消费和投资，支持扩大国内需求。比如大力提振消费，充分发挥财税政策作用，推进实施提振消费专项行动。加大民生保障力度，多渠道增加居民收入，更好惠民生促消费等。

农民增收问题也备受重视。

2月23日，2025年中央一号文件发布，除了首次提出“农业新质生产力”之外，对发展乡村特色产业、完善联农带农机制、拓宽农民增收渠道也作出部署。

文件提出要健全新型农业经营主体扶持政策同带动农户增收挂钩机制，将联农带农作为政策倾斜的重要依据。引导企业、农民专业合作社、家庭农场与农户等紧密联合与合作，通过保底分红、入股参股、服务带动等方式，让农民更多分享产业增值收益。

在拓宽农民增收渠道上，文件提出要引导农民发展适合家庭经营的产业项目，因地制宜发展庭院经济、林下经济、民宿经济。加大稳岗就业政策支持力度，强化就业服务和劳务协作，培育推介特色劳务品牌。

与此同时，各地在2025年的政府工作报告中，纷纷定下居民人均可支配收入增长目标。

例如吉林省提出，实施农民工工资性收入提升行动，工资性收入提高20%以上；海南省明确，农村常住居民人均可支配收入增长7.5%左右；云南省提出，实施新一轮促农增收三年行动，脱贫劳动力转移就业规模保持在320万人以上。■





聚焦两会五大热点

◀ 上接P1

财信金控首席经济学家伍超明告诉时代周报记者，一方面，去年9月一揽子政策出台以来，财政部多次在发布会上表示“中央财政还有较大的举债空间和赤字提升空间”，同时中央经济工作会议明确“提高财政赤字率，确保财政政策持续用力、更加给力”，这些均指向2025年赤字率大概率会突破3%。

“另一方面，过去几年的宏观政策效应短期化特征越来越明显，背后原因在于宏观政策的持续性偏差，未能有效提振经营主体信心和预期。在这种背景下，需要设定一个略高一点的财政赤字率，向市场释放政策会持续加力的信号和决心，以此来提振市场信心，放大政策效应。”伍超明说。

2月21日，财政部部长蓝佛安在《人民日报》发表署名文章时指出：“今年将统筹考虑宏观调控需要，提高财政赤字率，进一步增加财政总支出规模，为经济发展注入更多动力。同时，财政政策主动靠前发力，加快各项资金下达拨付，尽快形成实际支出。”

市场普遍预测，2025年赤字率有望提升到4%左右。此外，超长期特别国债、地方政府新增专项债等不列入赤字的规模也会有所提升。

中信证券首席经济学家明明预计，新增专项债规模或将增加至4.2万亿～4.5万亿元，其中用于收储的专项债资金或为4000亿～6000亿元，超长期特别国债规模或在1.2万亿～1.5万亿元之间，其中用于“两新”的资金规模或将接近翻倍，即从3000亿元提高至5000亿～6000亿元，以更好地提振消费、提高投资效益，全方位扩大内需。

瑞银则预计，今年会发行4.5万亿元或以上的地方政府专项债，以支持地方融资平台债务置换、推动房地



产去库存和基建投资；超长期特别国债规模在2万亿元左右，以支持消费品“以旧换新”、企业设备更新和长期重点项目；发行5000亿～1万亿元特别国债用于银行注资。预计政府将加大对消费及居民部门的财政支出，包括将“以旧换新”补贴规模扩大一倍以上、设立生育和育儿补贴计划、提高城乡居民基础养老金支付水平及政府对基本社保的财政补助水平。

热点三：《民营经济促进法》加速推进

2月17日，民营企业座谈会在北京召开，任正非、马云等民营企业家参会。这场高规格的会议为民营经济发展注入了不少信心。

值得一提的是，这场会议召开的时间放在了全国两会前。东吴证券首席经济学家芦哲告诉时代周报记者，会议时间选择在两会之前，意味着后续支持民营经济和科技创新的政策，可以在政府工作报告中部署，需要走法律流程的话，也能抓住两会这个时间窗口。

我国首部专门关于民营经济发展的基础性法律《民营经济促进法》正在审议过程中。2月24—25日召开

的十四届全国人大常委会第十四次会议，对《民营经济促进法（草案）》进行二次审议。据悉，该草案二审稿增加规定，任何单位不得违反法律、法规向民营经济组织收取费用，不得实施没有法律、法规依据的罚款。

《立法法》第三十二条规定，列入常委会会议议程的法律案，一般应当经三次常委会会议审议后再交付表决。全国人大常委会法工委日前表示，二审之后，常委会法工委还将进一步征求各方面意见，修改完善草案，保证民营经济促进法尽快审议出台。

除了《民营经济促进法》的相关讨论，如何促进民营经济健康发展也是每年两会代表、委员、部委关注的热点话题。近期，多部门发声表示今年将出台多项举措，激发民营经济活力。如国家发改委称今年将进一步破除民营企业市场准入门槛，加力解决拖欠民营企业账款问题。

热点四：人工智能或为关键词

在提出“互联网+”10年后，“人工智能+”是当前产业经济的关键词。2024年初，政府工作报告中首次提出“人工智能+”行动，2024年末，

中央经济工作会议再次强调了“人工智能+”行动。

今年以来，DeepSeek引发全球新一轮AI热潮，DeepSeek创始人梁文峰、宇树科技创始人王兴兴等都出席了民营企业座谈会，新质生产力备受重视。座谈会后，不少地方也召开了相关会议布局新兴产业。

在这种情况下，今年的全国两会，人工智能大概率还将被重点提及。在民生证券研究院首席经济学家陶川看来，产业政策的强化，伴随的可能是总量政策的淡化。尤其是在去年第四季度经济增速表现亮眼、经济压力不大的情况下，总量政策“出手”的必要性并不高。

“今年两会的重点不在于政策刺激工具是什么、规模有多大，更在于对于产业政策会作出怎样的具体部署。目前看来，年后各地均处在‘抓科技’的浪潮中，‘产业大于总量’的逻辑也进一步凸显。”陶川表示。

在工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林看来，人工智能作为国家战略的核心领域，预计将在政策赋能、产业融合、技术创新和国际竞争等方面会有一些新的部署，比如政策赋能上，可能会给予人工智能企业一些补贴支持，或是加强各类要素供给的能力。又比如技术创新上，会鼓励AI和应用结合。

“重点可能会放在加强用人工智能赋能行业。如人工智能+制造，改造工业，从制造到智造；人工智能+消费，刺激内需；又或者加强核心技术的自主能力，芯片制造技术的突破等。”盘和林告诉时代周报记者。

热点五：房地产回暖释放信号

止跌回稳仍是当前房地产政策的主旋律。作为居民资产的重要组成部分，大众对于房地产市场走势关注不减，每年全国两会也会释放出不少

关于楼市政策方向的信号。

中指研究院研究指出，从地方两会来看，多地在政府工作报告中强调“持续用力推动房地产市场止跌回稳”。同时，多个省份强调推进城市更新、城中村改造，在2025年各地政府工作报告中，27个省份强调实施城市更新工作，24个省份强调推进城中村和危旧房改造，是各项工作中强调频次最高的两项。

此外，保交房、建设“好房子”、存量土地盘活、构建房地产发展新模式等，这些均有望在今年的政府工作报告中出现。

“好房子”是近期一个较新的提法，如2月13日北京发布《北京市平原多点地区“好房子”规划管理相关技术要点（试行）》。据58安居客研究院不完全统计，中央层面两年间在重要会议和政策中发布关于“好房子”的政策近50次。

上海易居房地产研究院副院长严跃进告诉时代周报记者：“房地产发展新模式是当前非常重要的一项内容，目前已经有一些相对积极探索的房地产发展新模式的工作，比较典型的就是各地深入落实好房子建设理念‘安全、舒适、绿色、智慧’的导向，持续优化好房子建设。”

住建部原总工程师赵晖也在近期表示，“好房子”将引领房地产走向历史性转型。

中指研究院认为，从房地产市场表现来看，由于去年第一季度新房成交规模为近年同期较低水平，在低基数影响下，预计今年第一季度新房成交规模整体同比将保持平稳；短期二手房市场活跃度仍在，在“以价换量”带动下成交或将保持一定规模。

预计在全国两会后，监管部门和地方将有更多支撑房地产市场的政策出台，带动3月市场活跃度修复，核心城市“小阳春”行情值得期待。■

复旦大学张军：广东有自己的优势 要有定力有信心

时代周报记者 王晨婷 发自广州

中国进入一年一度的“两会时间”。今年两会将有哪些重点？会释放什么关键信号？日前，时代周报记者专访了复旦大学经济学院院长、中国经济研究中心主任张军。

张军认为，基于各省份已公布的2025年主要经济指标预设目标和去年全国经济主要指标完成的情况，可以大胆猜测今年的政府工作报告仍会将GDP增速设定在5%左右，但有可能将通胀目标从之前的3%下调到2%，并会继续强调在稳定股市和楼市、化解地方债和加大民生支出方面给出具体的措施。

张军建议，可以将物价涨幅2%作为“政策锚”。在他看来，物价上升会更直观地改善消费者和生产者的预期，从而能刺激到消费和投资的支出。与此同时，提高居民收入，缩小各地基础养老金差距，将真金白银给到家庭，也是促进消费的关键所在。

经济转型或为两会重点

时代周报：全国两会召开在即，除了GDP增速、通胀等经济目标，你对于今年两会有什么期待？今年的重点会是什么？

张军：在宏观经济政策方面，去年中央经济工作会议已经明确，货币政策适度宽松，财政政策更加积极。自去年“9·24新政”之后，陆续出台化债政策、稳定楼市政策、加大对中低收入家庭和特殊人群的转移支付政策等，我认为稳定宏观经济，尤其是扩大国内需求，依旧是今年两会重点讨论的问题。

另一方面，今年两会的热点之一肯定与经济转型有关。DeepSeek的出现、《哪吒2》的票房成功以及“杭州六小龙”的崛起，为我们寻找经济新动能、加快科技创新驱动的转型提供了信心。

要注意的是，今年也是“十四五”规划收官之年，需要开始研究“十五五”规划，是承前启后的一年。中国当前需要在现有结构转型取得初步成效的基础上，再接再厉。加大硬核科技创新，让科技驱动转型，进一步提升生产率，并逐步扩大新兴战略性新兴产业，托起整个经济大盘。

这些年的转型期间，我们遇到了一些阵痛，一些问题，需要进行一定规模的调整。

但是在当前的新兴行业中，不管是电动车、光伏，还是AI领域，民营企业也已经开始逐步崭露头角，扮演着越来越重要的角色。

因此，如何在政策层面上进一步强化，打造科技创新驱动转型的环境，不断改善市场信心，是今年两会值得重点关注的。

时代周报：你最近的文章提到“中国经济已进入快速全面转型通道”，这一次转型和1990年代国企改革或2008年全球金融危机后的调整有何本质区别？其他国家或地区在类似阶段的经验能给我们什么启示？

张军：其实根据国际经验，真正成功转型的国家凤毛麟角。大多数先行的工业化国家转型都不成功，包括像德国这样的老牌工业国家，曾经在世界上长期保持竞争优势，但现在都要担心宝马和奔驰的生存问题。

我认为，中国从加入WTO至今遇到过很多挑战。面临过几次大的转型，但仍然咬紧牙关坚持下来。比如为了入世，我们在国有经济的行业分布和市场重组方面做了很多工作，付出了巨大的转型成本，让竞争性行业全部开放，将大量中小型企业推向市场。事实证明，我们当时的转型决策是正确的。

但当时的转型与现在的情况不同。现在面临的转型问题并非市场开放与否，而是选择不同。

我们当前转型的目的，在于希望硬核科技能够驱动经济动能持续壮

大，在未来担当起整个经济发展的主要动能，因此需要开启结构调整。增长模式要由围绕要素扩张的外延驱动模式，向围绕技术创新的内涵驱动模式转变。

这样的话，不仅可以在国内市场上与跨国公司和外商平起平坐竞争，同时也可以走出去，实现真正的高质量发展。

时代周报：你刚才提到了当前中国面临的转型挑战，那么从具体政策来看，你认为今年的政策重心会放在什么上面？

张军：今年稳定楼市非常重要。在某种意义上，无论是投资需求还是消费需求，受房地产市场拖累都相当严重。我认为除了化解地方政府隐性债务，今年我们更需要在稳定楼市方面进一步优化政策，让房地产市场真正稳定。尤其是在大城市，这对于稳定市场的信心和恢复民营企业的投资热情非常重要。

当前，民营企业投资的增速仍然较低。

从消费角度来看，房地产市场的影响也非常大。一定程度上，房地产市场不稳定导致财富效应大幅度下降。因此要稳住楼市，才能发挥家庭财富效应，更好地促进消费支出。

扩大消费有何良方

时代周报：谈到消费，目前市场普遍预测今年的通胀目标大概率会从3%下调至2%。去年CPI同比上涨0.2%，你如何判断今年CPI走势？如何理解物价和消费之间的关系？

张军：近几年政府工作报告中将通胀目标基本设定在3%左右，但实际上，我们的物价涨幅很小。

从31个省份的政府工作报告来看，大部分都将今年的通胀目标设定为2%。因此我认为，今年的政府工作报告应该将通胀目标提到更重要的位置，下调到2%，是我们努力可以实现的。

如果市场预期出现通缩，那么大家就不敢花钱，无论是企业还是家庭都会减少开支。因此，适度通胀是必要的，每年2%或3%的物价涨幅对改善当前宏观预期是非常有利的。

我认为，物价涨幅2%可以成为我们的政策锚，宏观政策可以围绕这个2%展开。

首先，货币政策要关注2%，所有刺激需求的政策都会有助于物价上涨；随着稳定楼市和繁荣股市的政策不断落地，对中低收入人群的转移支付力度加大，叠加消费环境的改善等因素，这些都有助于物价正常回升。

此外，我建议名义工资的上升应该纳入政策考虑范围，例如各地上调最低工资标准，都是可以考虑的。

我认为，近些年消费需求收缩的重要原因之一是收入增长缓慢。我希望将2%的通胀与工资上涨联系起来，这样既可以在需求端通过刺激政策拉动物价上涨，同时也可以从供给端通过加工工资来推动物价上涨，形成需求端和供给端的双重驱动。

时代周报：“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”是中央经济工作会议提出的今年九大任务之首。对此你有什么建议吗？

张军：除了提高居民收入，我认为还可以从两端人口入手。

例如，60岁或65岁以上的老年人口需要养老金，但当前全国的基础养老金水平是较低的，大多数省份每月基础养老金仅为100元左右，而上海、北京地区达到千元左右，差距是很大的。这不单单是上调一点的问题，而是能否翻倍。这也并不依赖地方出资，可以考虑由中央财政来统筹这部分差异。老年人口也是消费的重要群体，提高养老金能很大程度激发消费潜力。

另一方面是儿童问题。我一直建议，中央政府可以考虑将学龄前儿童的补贴发放给家庭，这样既可以减轻家庭负担，也可以鼓励

生育，或者免费为学龄前儿童提供医疗服务。

将真金白银给到家庭，是非常重要的。我想，这应该成为未来政策的目标，不是说今年必须实现，但是未来几年，例如“十五五”规划期间能否实现，是可以期待的。我认为我们国家是有这个实力和基础的。

我一直认为，政府花费在家庭上的资金越多，家庭消费就越多。

时代周报：广东已经连续36年蝉联全国经济第一大省。在这样的经济体量下，对于如何加快转型继续发展，再造一个新广东，你有什么建议吗？近期人工智能出圈，广东尤其是深圳在人工智能、新兴产业这方面该如何进一步发展？

张军：广东连续36年作为经济第一大省，目前大概14万亿元人民币的经济体量，这是一件非常了不起的事情。广东主要依靠制造业和出口，出口的大部分也是制造业商品，这里实际上是中国产业链最密集、最发达的地方。而且制造业往往高度专业化，例如灯具、家具等传统产品往往可以占到全世界一定的份额，是非常难得的。

我认为，广东不要轻易丢掉传统的东

西。转型并不意味着放弃传统产业，放弃长期形成的优势产业，转向陌生产业，而是在这些领域中进一步提升生产率，实现科技和AI的赋能。比如佛山的家具在全球非常有名，那就不应该放弃家具产业，而是更多地引进科技力量，这才是正确的道路。

广东有自己的优势所在。比如深圳和东莞的硬科技实力、长期积累的人力资本，这些都决定了广东在很多传统行业中的优势很难被其他地区替代。

如果大家一哄而上发展过去没有基础和人才积淀的经济活动，那么这条路就走错了。不要轻易认为自己可能做错了什么，一定要有定力和信心，所有伟大都是熬出来的。■

春潮向新看广东



经济大省如何挑大梁？



2024年,广东、江苏、山东、浙江、四川、河南六个经济大省的经济总量占全国GDP约44.15%。主要指标中,完成情况基本符合或快于预期。

时代周报记者 曾思怡 发自广州

去年中央经济工作会议明确提出“支持经济大省挑大梁”。从2024年的成绩单来看,六个经济大省的作用明显——广东、江苏、山东、浙江、四川、河南位列地区经济总量前六,贡献了接近60万亿元的GDP总量。

根据上述六省的政府工作报告,经济大省均将2025年GDP增速设定在5%～5.5%区间。

其中,四川将增长目标定在5.5%以上;浙江、河南皆设定为5.5%左右;江苏、山东瞄准5%以上;广东去年GDP超14万亿元,连续36年位居全国第一,因此将2025年增速定在5%左右。

在重点工作上,六省普遍以扩大内需、产业体系升级转型、创新发展和人才保障等工作为核心。

2025年是“十四五”规划的收官之年,也是承上启下的关键节点。能否做好今年的工作,不仅关系到“十四五”能否圆满收官,更关乎“十五五”能否顺利开局。

那么,在这关键时期,作为全国经济发展的“顶梁柱”,经济大省如何肩负“挑大梁”的重任?

工业竞赛

2021年,“十四五”规划围绕经济发展、创新驱动、民生福祉、绿色生态、安全保障五方面提出了社会发展主要目标。当前,经济大省的各项目标任务进展如何?

2024年,广东、江苏、山东、浙江、四川、河南六个经济大省的经济总量占全国GDP约44.15%。主要指标中,完成情况基本符合或快于预期。

时代周报记者梳理经济大省的“十四五”规划目标发现,在经济发展领域,广东将主要目标定位于提高经济总量,“十四五”期间GDP超过14万亿元。

江苏则注重人均GDP的提升,提出未来5年,人均GDP超过15万元。

值得注意的是,从当前的进展来看,上述两省份均提前完成了该目标。

2024年,广东全省GDP达141633.81亿元,实现了连续36年居全国首位。

这其中,外贸进出口总额突破9万亿元,总量连续39年居全国首位;社会消费品零售总额达4.79万亿元,连续四十余年居全国第一。

反观江苏,在2023年已完成人均GDP目标。根据时代周报记者计算,2023年江苏人均GDP达到约150389元。

同时,梳理广东、江苏提前完成的目标任务时发现,两省份的核心产业都是工业制造业。

对于广东来说,广东的优势在于

先进制造业、新能源产业。数据显示,2024年广东先进制造业和高技术制造业增加值占规模以上工业的比重分别提升至56.7%和31.6%。其中,新能源汽车产量同比增长43%,占全国总产量的1/4。

在江苏,装备制造业、集成电路等产业则是经济发展的重要支撑。

河海大学区域经济研究中心主任刘奇洪接受时代周报记者采访时表示,“十四五”期间,江苏凭借经济增长稳定,继续保持GDP全国第二,尤其在近年全国逐渐摆脱土地财政依赖的情况下,江苏在新能源、集成电路、海工与船舶、高端装备等产业带动下依然保持稳定增长。

“同时,江苏常住人口增长缓慢,人口出生率不高,也间接推高了人均GDP。其中,无锡、苏州、常州、南京的人均GDP在全国所有城市中居于前列。”刘奇洪说道。

实际上,在六个经济大省中,山东也是名副其实的工业大省。

作为全国唯一拥有全部41个工业大类的省份,山东有100多种重点产品产量位居全国前三。尽管山东未明确提出“十四五”期间GDP的具体数值,但从其他关键指标仍能洞悉其发展。

以城镇新增就业人数为例,“十四五”期间,山东将该目标设定为550万人以上。

若按年平均计算,城镇新增就业人数目标为每年110万人以上。

那么,山东表现如何?数据显示,2024年山东城镇新增就业超过124.5万人,超额完成年度目标任务,就业工作第五次受到国务院督查激励。而这些成绩背后,与其工业强劲发展密切相关。

“近些年,山东通过技术改造和创新升级,推动了传统产业转型升级。再加上布局新兴产业,如人工智能、新能源、新材料等,使其产业规模不断扩大,就业机会持续增加。”

向“新”而行

在经济大省中,浙江被定位为“中国式现代化先行者”,并把数字经济创新发展作为驱动现代化先行的关键力量。

时代周报记者梳理发现,在“十四五”规划中,浙江定下了数字经济增加值占GDP比重达60%左右的目标,这一目标在六个经济大省中位居首位。那么,当前浙江数字经济发展如何?

统计数据显示,截至2023年年底,浙江数字经济增加值达4.33万亿元,占GDP比重达52.5%。尽管2024年的相关数据尚未公布,但根据2023年数据,浙江已接近完成“十四五”规划的目标。

数字经济作为继农业经济和工业经济之后的新经济形态,源于以互

联网为代表的新一代信息技术的高速发展。

早在2003年,浙江就开启了以信息化引领现代化的进程,出台一系列配套政策和措施,全面推动信息技术在经济社会各领域的应用。

得益于提前布局,2016年11月,浙江省获批建设全国第一个信息经济示范省。如今,浙江汇聚了阿里巴巴、网易等众多数字经济头部企业。这些企业不仅推动了当地经济的快速发展,也吸引了大量高新技术产业、互联网、数字经济等相关领域的人才和资本。

从对GDP的贡献来看,浙江数字经济总量从2017年的1.96万亿元增长到2024年的4.33万亿元,对GDP增长的贡献率超过六成。

广东则在布局人工智能终端企业,依托强大的制造业,深圳近日出台了《深圳市加快推进人工智能终端产业发展行动计划(2025—2026年)》(下称《计划》),提出到2026年,人工智能终端产业核心竞争力进一步增强,产业生态持续丰富,全市人工智能终端产业规模达8000亿元以上、力争1万亿元,集聚不少于10家现象级人工智能终端企业,人工智能终端产品产量突破1.5亿台。

人工智能的应用场景也逐渐融入现实,《计划》明确通过手机、计算机、大模型一体机、可穿戴设备等,实现在智能制造、智慧金融、智慧城市、智慧养老、智慧政务等。

在实施路径方面,《计划》明确要加强工作统筹。在全市战略性新兴产业集群和未来产业体系框架下,深圳市工业和信息化局加强统筹,市区各单位密切配合、协同联动,调集各方资源,全力服务和保障人工智能终端企业发展和重点项目建设。

此外,《计划》要求深圳做好专项资金保障,用好20个先进制造园区,为人工智能终端企业提供优质低价空间。并且鼓励本地高等院校、科研院所加快人工智能领域学科和专业建设,支持校企联合共建实验室及人才实训基地。

经济大省中除了四个沿海省份,内陆省份为四川、河南。

不同于沿海省份的开放先导地位,四川和河南作为中西部省份,承担辐射内陆、产业起承转合、物流通道枢纽等角色定位。

作为中国经济第五大省,四川在交通区位、经济发展水平、人口等多个维度上具有中心地位,是支撑新时代西部大开发、长江经济带发展等国家战略实施的重要地区。

在战略部署的引导下,为带动基础设施建设、房地产、服务业等多个行业的发展,创造更多的就业机会和经济增长点,“十四五”期间,四川提出要加快城镇化进程,并将目标定为常住人口城镇化率达到60%。在刚刚

过去的2024年,四川完成了此目标。

西南财经大学成渝经济区发展研究院院长、经济学博士杨继瑞在接受时代周报记者采访时表示,取得此成绩主要归因于长江经济带建设、新时代西部大开发战略的持续深化、西部陆海新通道建设,特别是成渝地区双城经济圈建设等国家战略的叠加机遇,为四川城镇化发展注入了强大动力。

“此外,推进农业转移人口市民化,出台一系列政策措施降低农民进城门槛,促进了四川的城镇化。再加上四川承接了产业转移成果,特别是在劳动密集型产业和高新技术产业方面,并加快传统产业转型升级,加速了四川城镇化进程。”杨继瑞说道。

与四川类似,河南聚焦于发挥“中原之中”的区位优势,强化郑州市圈的辐射带动作用,提升区域中心城市如洛阳、南阳的经济能级,重点发展先进制造业和现代服务业,推动区域一体化发展。

在目标制定上,“十四五”期间,河南将常住人口城镇化率定为大于60%。统计数据显示,2023年河南常住人口城镇化率达58.08%。然而,河南乡村面比较大,农村人口多,全省城镇化还有较大提升空间。

2025年河南省政府工作报告提出,2025年目标是全省常住人口城镇化率超过60%。

此外,河南还重点发展先进制造业和现代服务业,弥补产业结构短板,并注重优化营商环境,以增强经济韧性。

如何挑重任?

担负“挑大梁”责任,2025年经济大省都将怎么发力?

从政策层面来看,去年年底召开的中央经济工作会议在部署2025年经济工作时指出,要大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求。因此在经济大省的目标中,扩大消费依然是今年经济工作的关键词。

根据时代周报记者梳理,在六个经济大省中,除山东外,其余省份均公布了2025年社会消费品零售总额增速目标。其中,河南制定的目标最高,达到6%左右。

为实现这一增速目标,河南省在政府工作报告中提出,2025年要加力提振消费。通过实施提振消费专项行动,推动中低收入群体增收减负,完善劳动者工资正常增长机制,释放消费潜能。

与此同时,河南还提到,要扩围实施“两新”政策,更新汽车50万辆、家电800万台,实施设备更新项目3000个,工业设备投资增长10%。大力发展健康、养老、托幼、家政等服务消费,培育壮大数字、绿色、智能等消费热点。

紧随其后,江苏将社会消费品零售总额增速目标定在5.5%;广东、浙江和四川设定的消费增速目标为5%及以上。

实施路径方面,各省份聚焦于支持住房改善、新能源汽车、绿色智能家电以及“以旧换新”等大宗消费,并通过打造优质文旅线路、支持商旅文体融合促消费,推动中低收入群体增收减负,完善劳动者工资正常增长机制,提升消费能力。

此外,时代周报记者观察到,六大经济强省根据自己的资源禀赋,规划了今年的发展目标及路径。

根据各省的政府工作报告,2025年经济大省的GDP增速普遍设定在5%～5.5%区间。

其中,四川将增长目标定在5.5%以上;浙江、河南皆设定为5.5%左右;江苏、山东瞄准5%以上;广东则为5%左右。

在重点工作方面,广东强调扩大内需和经济增长,做实粤港澳大湾区“一点两地”全新定位;山东在发展壮大现代海洋经济上下功夫、求实效;江苏深化“江苏优品行全球”行动,培育出口品牌;浙江深化高水平对外开放,建设高能级开放强省。

四川强调产业体系转型升级以及绿色发展与生态建设;河南更大力度推动以人为本的新型城镇化、文化传承发展。■



解码广东经济的实力与潜力

时代周报记者 曾思怡 发自广州

继2023年广东GDP首次突破13万亿元之后，2024年广东GDP再破14万亿元，经济总量连续36年排名全国第一。

GDP长居全国首位之外，广东还有这些亮眼指标：外贸进出口总值全国第一，常住人口全国第一，财政转移支付净贡献全国第一，区域创新能力全国第一，登记在册经营主体数量全国第一，31个制造业大类中有15个行业规模位居全国第一……

梳理经济第一大省“发家史”会发现，广州从3世纪30年代起就已成为海上丝绸之路的主港，唐宋时期便成为中国第一大港；几百年前，广州十三行富可敌国；改革开放之后，作为我国对外开放的最前沿，广东率先融入全球加工贸易体系实现迅速崛起，从农业大省发展为牵动全球的“世界工厂”，制造业集聚发展创造大量资本、技术和人力资源累积，推动了广东经济产业的转型升级，从加工制造不断向微笑曲线两端行进，也成为全国经济发展的先行者、领头羊。

当前，新一轮科技革命和产业变革正在重塑全球产业版图，以科技创新引领新质生产力发展，建设现代化产业体系，成为推动中国经济高质量发展、提高国际竞争力的关键之举。

此前，中央经济工作会议将“以科技创新引领新质生产力发展，建设现代化产业体系”作为2025年经济工作的重点任务之一。

经济大省挑大梁。在“十四五”收官之年，广东如何依托现有产业基础和发展优势，做好探路者？

广东实力

坐拥我国南部出海口、中国第二大通航河流珠江，广东经济发展具有天然地理优势。

即便是在明初、清初海禁时期，广州也都处于“一口通商”局面，是中国海上丝绸之路历史上最重要的港口，是世界海上交通史上唯一的2000多年长盛不衰的大港，清朝时期，广州十三行富可敌国，粤商群体“敢为人先”“一诺千金”“顺势而为”的务实风格也被津津乐道。

更重要的转折点是20世纪70年代，改革开放后，以加工贸易为主要业态兴起的世界工厂产业集群率先落地珠三角，广东也由此完成从农业大



省向制造大省的转型。

其后数十年，不断聚集的制造业产业集群，为广东积蓄大量资本、技术和人力资源，进一步推动广东抢占产业转型先机，由“制造”向“智造”迈进。

当前，广东已经是全国范围内先进制造业高地。从数据层面看，2024年，广东拥有全部31个制造业大类，电子信息制造等15个行业规模位居全国第一，其中先进制造业、高技术制造业增加值，占规模以上工业比重分别提高到了56.7%和31.2%，占到了全国的18%。

制造业蓬勃发展背后，科创能力、对外开放水平、营商环境和区域协同等提供了关键支撑。

具体来看。科创方面，公开资料显示，广东区域创新综合能力连续8年居全国首位，全省研发经费支出、研发人员、高新技术企业、发明专利有效量、PCT国际专利申请量等主要科技指标均保持全国首位。

对外开放作为广东发家最重要的推动因素之一，还在持续深化。近年来，广东立足粤港澳大湾区“一点两地”定位，着力打造全国高水平对外开放门户枢纽，在扩大高水平对外开放等方面继续走在全国前列。

而粤港澳大湾区作为全球湾区第一梯队，更是为广东全面发展持续赋能。

近年来，在规模经济的作用下，城市群越来越成为一个国家创新要素集聚、人口密度高、产业竞争力强、经济效率最优的地区，也成为国家参与全球竞争的关键所在。

据公开资料，截至2023年年底，粤港澳大湾区经济规模约2万亿美

元，超过了同期纽约湾区的1.8万亿美元、旧金山湾区的1.38万亿美元，与东京湾区旗鼓相当，跻身全球湾区第一梯队。

不过作为经济外向度较高的省份，外部环境变化对广东的冲击也相对更加明显。广东对此积极应对，持续深化高水平对外开放，并在2024年推进“五外联动”，实现外贸总量连续39年居全国首位，吸引新设外资企业2.6万户，增长超20%。

广东的开放性，还体现在争创市场化、法治化、国际化的一流营商环境，创新体制机制，为各种所有制企业及外来企业打造良好的创新创业生态。

在此背景下，广东现有登记在册经营主体突破1900万户、数量稳居全国第一，民营经济主体总量达1837.87万户，占经营主体总量的96.48%，不仅成为全国民营经济第一大省，省内的深圳还是全国民营经济第一城。

重注科创，赋能制造

此前，中央经济工作会议将“以科技创新引领新质生产力发展，建设现代化产业体系”作为2025年经济工作的重点任务之一。

今年以来，包括广东在内的多省市“新春第一会”，都将“建设现代化产业体系”“科技创新”“新质生产力”等作为关键词。

广东省体制改革研究会执行会长彭澎对时代周报记者指出，10多年前，广东率先提出建设现代化产业体系，现在提“建设现代化产业体系”，更多地是与中国式现代化建设相联系，“其中，又以新质生产力的培育为重要标识，因此，战略性新兴产业和

未来产业的打造成为主要方向”。

在此背景下，广东现有的制造业基础、科创实力、对外开放水平和营商环境等，都成为广东建设现代化产业体系的肥沃土壤。

具体来看。彭澎指出，广东的优势是已经形成“世界工厂”的产业集群体系，同时又明确坚持“制造业当家”的方向。

同时广东又是中国第一经济大省、第一外贸大省，综合实力强大，与世界市场的联系紧密；广东高校、科研机构和企业产学研合作有比较完善的体系，与港澳以及其他国家的科技合作广泛；而且广东已有20大产业体系的落地规划，也有企业梯次培育体系，对高科技企业、上市公司、“专精特新”企业、独角兽企业、小巨人企业等都有辅助政策。

不过广东也存在改善空间。

“比如新质生产力培育方面，AI+产业的应用有些被杭州、上海、北京甚至成都等地抢了风头；低空经济、智能汽车、氢能等方面投入巨大，还没有找到市场突破口，尤其是低空经济在空域管控、操作人员培训、资质管理等方面没有明确清晰方向。”彭澎表示。

事实上，今年广东“新春第一会”也提到，当前正处在爬坡过坎、动能转换的过渡期，结构性、周期性因素叠加碰头，面临的困难比较多。广东要以新的生产力理论为指导，坚持实体经济为本、制造业当家，推动产业科技互促双强，推进高质量发展。

知不足而奋进，短板能变跳板。面向未来，“先进制造”“科技创新”“现代企业”“营商环境”等都是广东接下来一年发展的关键词。■

AI+
产业



以走在前列的担当进一步全面深化改革 扎实推进中国式现代化的广东实践



AI助粤 越山向海

◀上接P1

同样在1月，优必选还与富士康达成合作，探索人形机器人在智能制造领域的应用。未来，两家公司还将成立专注于智能制造业的人形机器人联合实验室。

乐聚机器人旗下的“夸父”人形机器人三度亮相国际冰雪赛事盛会，在-20℃的天气下稳定运行，与亚冬会火炬手击掌互动。此前，乐聚还与海尔合作推出了国内首款面向家庭场景应用的人形机器人。

在低空经济领域，2024年10月，美团无人机福田口岸航线正式开航，这是国内首条设在口岸区域的常态化无人机配送航线。航线开通后，在口岸附近可享受“空投”服务，下单后最快10分钟即可在指定降落点取货。

在广州黄埔区的超级农场里，极飞科技的农业无人机能自动化旋耕犁地，参与施肥、除草和病虫害防治。

在2月的人工智能与机器人产业发展座谈会上，黄坤明提到，将创造一批场景，推进人工智能在制造、教育、医疗、城市管理、交通等行业应用走深走实，加快智能机器人及关键技术在工业制造、家政服务、民爆生产、智慧安防、智慧物流等典型场景的应用示范和推广。

“珠三角强大的制造业集群，为人工智能技术深度融入制造工厂的生产流程和产品设计提供了空间。”知名经济学者、工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林指出。

在天使投资人、资深人工智能专家郭涛看来，在“AI赋能千行百业”政策推动下，广东的智能制造领域有望成为全球性标杆，其依托广东强大的制造业基础，结合AI技术可实现大规模个性化定制生产，能够提高生产效率和产品质量，在全球制造业智能化转型中发挥示范引领作用。

产业链“热带雨林”

“这是世界上唯一同时拥有机电

技术和人工智能技术的地区。”英伟达创始人黄仁勋曾这样概括粤港澳大湾区的独特优势。

盘和林在接受时代财经记者采访时也表示，大湾区拥有发展AI的技术、基建和资本优势。在他看来，广东既具备深圳在人工智能算法人才上的优势，同时也在算力领域有着强大基础。此外，与香港相邻，还拥有对接国际人才和技术的“桥梁”。“在资金方面，广东民营资本和海外创投资本也具备雄厚实力。”他指出。

凭借强大的工业基础和产业链，目前，广东的AI产业已形成了一个从芯片设计、算法研发到应用落地的全产业链协作模式。

《2024年广东省人工智能产业发展白皮书》显示，2023年，广东人工智能核心产业规模达1800亿元，同比增长约18%。

截至2024年9月，广东省人工智能核心企业超1500家。其中，人工智能国家级专精特新“小巨人”企业101家，人工智能独角兽企业26家，人工智能上市企业90家。

截至2024年8月，广东省大模型累计发布数量为63个，位居全国第二。截至2023年12月，广东省人工智能发明专利累计授权数量超14万件，位居全国第一。

不过，盘和林提示，产业蓬勃发展的另一面是激烈的竞争。“大厂多，初创科技企业少，如果想实现全行业健康发展，大厂要在AI领域承担更多的投入责任。”他指出。

事实上，行至今日，广东省已经形成了一片生机勃勃的人工智能产业“热带雨林”。

头部企业中，华为手握麒麟芯片、鲲鹏算力平台、鸿蒙操作系统，盘古行业大模型等，打造了从硬件到软件的全套行业生态。

手握微信、QQ等流量入口的腾讯也是广东省AI发展的核心主力。去年年底，腾讯豪掷50亿元建造的腾讯粤港澳大湾区（韶关）智算中心项目

已经正式开工，计划建设一个具有国际先进水平的数据中心园区，承接腾讯视频、微信、QQ、混元大模型等腾讯公司核心业务。

行业独角兽也在这片科技沃土上成长。

去年年底，总部位于广州南沙的小马智行敲钟上市，成为2024年美股自动驾驶领域最大规模IPO。

拥有算法、芯片和大数据全栈式能力的云天励飞则是深圳本土成长起来的人工智能企业。这家公司于2023年4月成功登陆科创板，成为“深圳人工智能第一股”。

“在AI生态中，龙头企业与中小企业分工协作明确。”郭涛指出，龙头企业如华为、腾讯，凭借强大研发实力和资源整合能力，专注于基础技术研发、搭建平台和制定标准等，为行业发展奠定基础。中小企业则围绕自身特色，在细分领域深耕，利用龙头企业提供的技术和平台，开展创新应用开发，满足多样化市场需求。二者相互依存，共同推动AI生态繁荣发展。

机器人产业链也是巨头与新秀林立。

腾讯Robotics X实验室主任张正友在近期公开表示，腾讯正致力于打造开放的具身智能平台，目前已与国内40余家机器人企业开展合作交流，其中有近20家是广东省内企业。昊志机电、贝斯特、汇川技术、普渡科技、拓斯达等高成长型企业也在加速崛起。

“广东省机器人产业发展态势良好，已形成一定规模的产业集群，技术水平不断提升，应用场景日益广泛。”郭涛表示。

目前，广东已逐步构建起人工智能全产业链，初步形成以广州、深圳为主引擎，珠三角地区为核心，粤东、粤西、粤北协同联动的区域发展格局。天眼查数据显示，广东省人工智能相关企业超过60.6万家，位列全国第一，机器人相关企业超过15.5万家，同样名列榜首。

政策“加速度”

广东发展人工智能起步早、动作快，在政策配套方面给予了产业鼎力支持。

2018年，广东就发布了《广东省新一代人工智能发展规划》。2022年，《广东省新一代人工智能创新发展行动计划（2022—2025年）》梳理了广东省AI产业基础，并规划了发展思路、行动目标，定下了围绕“软硬件开发+核心技术研发+行业领域智能化”完整AI产业链来部署AI创新链的方略。

2022年9月，深圳发布《深圳经济特区人工智能产业促进条例》，这是我国首部人工智能产业专项立法。

2022年 年底，ChatGPT发布，人工智能走入舞台中央，成为发展的“必答题”。

次年5月，《深圳市加快推动人工智能高质量发展高水平应用行动方案（2023—2024年）》发布，提出要通过强化智能算力集群供给、打造全域全场景应用等举措，创建全球人工智能先锋城市。

同年年底，广东省人民政府发布《关于加快建设通用人工智能产业创新引领地的实施意见》，提出“打造通用人工智能算力生态”等22条意见，为广东定下了“成为国家通用人工智能产业创新引领地，构建全国智能算力枢纽中心、粤港澳大湾区数据特区、场景应用全国示范高地”的目标。

2024年被业界认为是“AI应用元年”。在这一年，人工智能应用场景探索越来越受到重视。

2024年年初，深圳宣布，人工智能升格为其“20+8”产业集群中的独立集群。10月，深圳市人工智能产业办公室首次公开亮相。

同年3月，广州开发区、黄埔区发布2024年首批人工智能赋能新型工业化应用场景清单，涵盖九大领域50个场景。

两个月后的5月，《广东省关于人工智能赋能千行百业的若干措施》（下称《措施》）出台，明确广东将在

手机、家居、机器人等八大门类，打造100款以上大规模使用的智能终端产品，聚焦制造、教育、养老等领域，打造500个以上应用场景。

值得注意的是《措施》还为今后几年的人工智能发展定下了目标——到2025年，全省算力规模超过40EFLOPS，人工智能核心产业规模超过3000亿元。到2027年，全省人工智能产业底座进一步夯实，算力规模超过60EFLOPS，全国领先的算法体系和算力网络体系基本形成。人工智能自主软件覆盖率达到50%。智能软件产业规模达到270亿元。

今年年初，DeepSeek潮起，国产AI走到聚光灯下，可以预见的是，人工智能应用将进一步深化。

今年2月，《广东省建设现代化产业体系2025年行动计划》正式发布。其中明确提出推动人工智能深度应用，促进人工智能与生产制造、消费终端、教育医疗、城市管理等深度融合，打造一批大规模使用的人工智能终端产品和一批人工智能示范应用场景；在机器人领域，则提到要大力发展人形机器人等具身智能机器人，加快突破机器脑、机器肢、机器体和关键核心部件，积极推动智能机器人应用场景创新。高标准建设广东省具身智能机器人创新中心，引进和培育3～5家独角兽企业、科技型领军企业。

人工智能竞速的赛道上，广东正踩下发展的油门。

数据显示，目前，广东已布局建设了广州南沙国际人工智能价值创新园、深圳湾科技生态园等11个省级人工智能产业园。

广东还通过政府性基金，带动各类创投资本积极布局人工智能产业。其中，广州科技创新母基金设立36只子基金，总规模近300亿元，投资超50个AI项目。

在大湾区引擎的轰鸣声中，广东还将如何刷新人工智能产业发展的“纪录”？答案正于时代浪潮中孕育，不妨拭目以待。■

广东省机器人协会任玉桐：广东没理由做不好机器人产业

时代周报记者 谢斯临 发自广州

机器人和人工智能产业，无疑将成为广东未来发展的重中之重。

近日，华为、腾讯、月之暗面、智谱华章、逐际动力、汇川技术、普渡科技、库卡机器人等来自全国各地的“明星企业”齐聚广东，进行了一场座谈会。政企双方热议，将汇聚最优资源、集聚最大力量，加快打造广东成为人工智能与机器人产业高地。

在此前召开的广东省高质量发展大会上，人工智能和机器人两大领域就被视作高技术、高成长、大体量的产业新支柱。

“‘新春第一会’就把机器人作为重点产业提出，充分显示了广东对机器人产业发展的高度重视。”广东省机器人协会执行会长任玉桐接受时代周报记者专访时说。

在任玉桐看来，广东发展机器人、人工智能产业的最大优势在于应用场景丰富和市场规模巨大。制造业急需机器人产品，因此研发的机器人产品马上就能运用于生产和试用，试错了再改，这个过程来回反复推动了技术的快速更新。

2025年开年，以DeepSeek、宇树科技为代表的“杭州六小龙”爆红出圈，杭州被认为是人工智能和机器人产业的高地。任玉桐认为，杭州在细分领域的技术创新和商业化应用等方面有极强爆发力。

不过，广东在以制造业为主导的高新技术上依然占据不可替代的领先地位。

以已经率先落地应用的工业机器人为例，有数据显示，2024年广东

工业机器人年产量超24万台，占全国总产量的44%，连续5年位居全国第一。“机器人的生产和应用都在广东，我们没理由做不好。”任玉桐说。

发展机器人，广东的优势在哪里？

时代周报：多地机器人产业的发展如火如荼，广东有何优势？

任玉桐：发展机器人产业，广东至少有三点优势。其一是市场优势，作为全世界最大的制造业基地，广东有全球最大的机器人应用市场，这无疑为机器人产业的发展提供了广阔的空间和丰富的应用场景。

二是数量优势。与最大应用市场相辅相成的，是完整的产业链和数量众多的机器人企业。特别是珠三角地区，这里已经成为全国机器人产业发展最活跃的地区之一。有数据显示，广东拥有机器人相关企业超过15.5万家，位列全国首位。

市场和应用都在这里，也就意味着广东具备了发展机器人产业的极佳基础，甚至具备了率先走向世界前沿的潜力。此外，广东拥有众多优秀的科研机构 and 人才，也为机器人的技术研发提供了很好的支撑。

时代周报：具体来看，广东机器人产业集群发展的情况如何？广州、深圳、佛山等城市发展机器人产业各有哪些特点？

任玉桐：从整个产业集群来说，广东机器人产业特点是技术产业链比较完整，关键零部件齐全，产业链上下游都可以找得到，组装一个机器人完全没问题。

而且每一个区域都有自己的特色。以深圳为例，这一改革开放的窗口城市已经成功培育了大疆、华为、腾讯

等一批优秀企业，展现出强大的产业土壤和发展潜力。此外，近年来深圳在服务机器人和人形机器人领域也取得显著进展，成为国内该领域的领军城市。

与此同时，珠三角其他城市也在不同领域形成了各自的特色。如广州在工业机器人方面表现强劲，拥有较高的技术水平和市场份额，国内最早研发工业机器人的广州数控就坐落在此；佛山在工业机器人本体制造方面表现突出，包括库卡等企业在国内行业中占据领先地位；而被认为是世界工厂的东莞，则在机器人的集成领域具有显著优势，形成了完整的产业链条。

这些都是历经多年发展，逐渐积累下来的成果，短时间内不易被其他地方所取代。

时代周报：近日广东举行的这场座谈会，将机器人与人工智能两大产业并置。在你看来，这是出于什么考虑？推进机器人与人工智能之间的协同创新，广东又有何长处？

任玉桐：人工智能与机器人产业之间的联系非常紧密，甚至可以说是相辅相成。

生成式人工智能出现之后，市场普遍认为这一技术能够成为机器人的“决策中枢”，承担感知、分析与自主决策等高级功能。同时，更侧重于机械执行与场景落地的机器人，则可以以为迅速发展的人工智能提供执行和交互的平台。

两者虽属不同领域，但深度融合方能实现真正意义上的“智能机器人”。当前亟待突破的，是如何将人工智能算法能力与机器人的硬件性能高效结合，形成大脑与躯体的统一。

外，还可能存在哪些不足之处？

任玉桐：投融资也同样非常关键。尤其对于技术实力突出但面临阶段性困境的初创企业而言，急需针对性扶持。当前，部分技术领先企业因市场拓展或研发投入过大而资金遇困，若能得到专项投融资支持，将有效避免因短期压力被迫退出市场的情形。因此，设立能够精准投向核心技术攻关、产品迭代及场景应用等环节的机器人产业基金，也非常关键。

这一点，黄埔区已经作出了很好的尝试。最新印发的《广州开发区（黄埔区）科技创新创业投资母基金直接股权投资实施细则》中提出，“种子直投、天使直投单项目最高允许出现100%亏损”，这意味着国资容错容亏再向前迈进了一步。

此外，政策对于机器人落地场景的引导也非常重要。比如，能不能引导国有企业开放更多的机器人应用场景？或者能否搭建一个官方协同平台或者高端论坛、展会，推动人工智能企业与传统企业的合作与创新？

机器人的研发从来都不是一蹴而就的，必须经过反复试错和实验应用，并从中不断发现问题、修正问题，这是产品研发中不可或缺的一环。

如果企业的产品无法得到应用，即便产品本身再优秀，也难以实现其价值。而如果能将机器人的应用，从原本的工业向教育、医疗、城市管理、交通等其他场景扩大，对于推动企业创新和产品落地同样有重要意义。

机器人被普遍视为“制造业皇冠顶端的明珠”，而广东手里已经有了摘冠的梯子——全球最大市场、最全产业链和最强制制造基因。现在需要的，只是把梯子架到正确的位置。■



冲向“4万亿” 深圳目标增速5.5%

时代周报记者 曾思怡 发自广州

2月25日，深圳市政府工作报告出炉！

报告宣布：2024年深圳市地区生产总值达3.68万亿元、增长5.8%，增速居国内大中城市前列，一线城市之首。

报告也明确2025年深圳市经济社会发展主要预期目标：全市地区生产总值增长5.5%，地方一般公共预算收入增长3%，居民收入增长和经济增长同步，新增就业20万人。

解码深圳市政府工作报告，过去一年深圳社会经济发展有何亮点？接下来一年深圳工作重点是什么？

当地媒体用“增”“首”“新”三个字形容深圳过去一年发展成绩。

破译“增”“首”“新”

增：全市GDP增长5.8%，居全国大中城市前列，一线城市首位；规上工业增加值增长9.7%，创13年新高；外贸进出口总额增长16.4%；战略性新兴产业增加值增长10.5%；全社会研发投入增长18.9%，连续9年保持两位数增长。

首：规上工业总产值、工业增加值连续3年居全国首位；外贸进出口总额跃居全国城市首位，出口实现“32连冠”；新增国家级制造业单项冠军数量全国首位；汽车产量全国首位；企业研发投入总量全国首位；商事主体全国首位；地铁客流强度稳居全国超大城市首位。

新：深圳市综合改革试点累计48条创新举措和典型经验；前海累计有103项制度创新成果在全国推广；国家高新技术企业突破2.5万家；人工智能、机器人、低空飞行等新兴产业增加值分别增长12.7%、15.9%和



26.4%；新能源汽车产量增长69.2%，占全国22.3%。

三个关键字背后，透露深圳在工业、外贸、科创和民营经济方面的强劲动能，以及深圳作为全国性经济中心、全国先进制造业基地、对外开放门户和国际科技创新中心的地位和实力。

“当前中国正处于结构调整、转型升级的关键期，现有相当一部分传统产业竞争激烈、甚至产能溢出，这些产业接下来在经济中的占比会面临全国性的下降，抓住高科技产业的新赛道成为各地经济增长的关键因素之一。”华南城市研究会创会会长、暨南大学教授胡刚告诉时代周报记者，深圳正是抓住了科技创新和高技术产业发展的先机，有力推动了当地经济高速增长。

经济表现亮眼之外，民生领域也实现进一步发展，城市宜居性和人才吸引力有效增强。

报告提出，深圳九大类民生支出3156.7亿元、占一般公共预算支出比例近七成，新增就业20.7万人，新改扩建幼儿园、中小学校160所，新增基础教育学位18万个、托位4.9万个，公园

总数达1320个，地铁客流强度稳居全国超大城市首位，三甲医院增至33家，建设筹集保障性住房10.5万套（间）、供应分配8.0万（间）。

冲刺2025，冲刺4万亿元

面向2025年，深圳社会经济发展的重点工作是什么？

2月25日的深圳市政府工作报告中，明确2025年深圳经济社会发展主要预期目标为：全市地区生产总值增长5.5%。

报告指出，这是一个“跳起来够得着”的目标，但是实现这些目标也不是一件轻而易举的事情，需要全市上下干字当头、苦干实干，但这也正体现了“经济大市挑大梁”的责任担当。

深圳官方媒体深圳深视新闻在今年年初报道指出，2025年是“十四五”规划收官之年，深圳经济特区建立45周年，也是深圳经济总量实现4万亿元目标任务的冲刺之年。

为达成这一目标，报告提出要做好十个方面工作，覆盖扩大需求、优化投资结构、建设现代化产业体系、建设高质量教育体系和高水平人才高

地、提升超大城市规划建设和治理水平、推进经济体制改革、明确城市定位推动区域协调发展等领域。

具体来看，产业方面，要加快建设全球领先的先进制造业中心，发展壮大“20+8”战略性新兴产业集群，做好用地保障拓展产业布局，做好人才培育和供给实现科技创新赋能产业发展。

营商环境进一步优化。报告提出，深圳要打造最好最优创新创业生态，强化企业科技创新主体地位，构建以企业需求为中心的资源配置服务体系，完善初创企业、中小企业到世界一流企业的梯度培育体系，推动政策、资金、项目、平台、人才等创新资源更多向企业布局。

报告还提出深圳将从立法层面保障民营企业公平参与市场竞争。具体来看，当地将加快推动民营经济促进条例地方立法，保障民营企业依法平等使用生产要素、公平参与市场竞争，鼓励民间资本参与铁路、能源、水利等重大基础设施项目建设。

在近期热议的人工智能领域，报告也着墨颇多，部署了从关键核心技术突破到全域全时全场景应用。

具体来看，深圳将深入实施“人工智能+”行动，加快算法理论、智算芯片、具身智能、高阶智能、端侧轻量化模型等核心突破，打造超智协同、异构融合、训推一体、普惠泛在的可持续训力供给体系，丰富发展人工智能终端新产品。

同时深化“千行百业+AI”全域全场景应用，在企业服务、教育医疗、智慧交通、生态环保、公共安全等城市治理和公共服务领域推出100个以上垂直应用示范场景；推进人工智能赋能新型工业化，培育工业垂直大模型，加强中小学人工智能教育，推进人工智能赋能科学研究范式变革。■

“20+8”



三省交界处 这座县城“小而精”

平远县是广东省梅州市下辖的一个县，位于粤闽赣三省交界处。过去较长一段时间，受限于区位条件、产业结构、人口规模等诸多原因，平远经济体量给人留下“小块头”的印象。

乘高质量发展东风，转变正在悄然发生——2024年平远县GDP首破百亿元大关，达到103.66亿元，同比增长6%。

相较经济总量，人均水平更能反映一个地方民众生活水平。虽然平远经济总量不大，但人均GDP长期跑赢梅州市平均水平，在8个县（市、区）中连续多年稳居第三。

另一方面，有研究指出，地处省际交界处，往往对地方经济发展带来一定的削弱影响。作为粤闽赣三省交界处的县城，这种特殊的地理位置对平远发展有何影响？当地又如何将地理劣势转化为发展优势？

“小而精”彰显高质量

在区域经济研究中，近年来“省际交界区域的欠发达现象”受到较多关注。这个现象是指一些分布在省际交界区的地区，因为自然条件较差、行政区划阻碍、距离省内中心城市较远等，经济发展相对较慢，人口流出比较明显。

一组数据可以证明——北京大学光华管理学院副院长周黎安曾撰文指出，我国省级行政区陆地交界线共66条，总长度5.2万公里，按边界两侧各15公里计算，总面积156万多平方公里，约占国土面积1/6。而在2012年的592个国家扶贫开发工作重点县中，有一半以上位于省际交界处。

平远是否存在“省际交界区域经济欠发达”的“惯性”？从经济总量看，2020—2024年，平远县GDP分别为77.88亿元、85.66亿元、86.57亿元、93.72亿元、103.66亿元，是梅州市最后一个GDP破百亿元的县城。

但相较经济总量，人均水平更能反映一个地区民众生活水平，而

平远常年居于梅州各县（市、区）上游：2024年梅州市人均GDP为3.91万元，平远县人均GDP为5.44万元，位居梅州第三；往前推5年也稳居梅州第三。

如何理解这种经济指标上的参差？一般而言，伴随着社会发展，工业和服务业在经济中的占比越来越高，而工业和服务业大都聚集在大城市、都市圈，人口将呈现从小城市到大城市的流动趋势。

劳动力增加进一步支撑大城市经济发展，前往大城市的人群也获得更多就业机会。

而小城市则应该追求“小而精”，通过地广人稀、资源丰富等比较优势，狠抓招商引资发展壮大实体经济，实现人均GDP稳步提高。小城政府还应正视人口流动规律，完善基础设施和公共服务配套，更高效提升当地群众生活水平。

梳理历年平远政府工作报告可以看到，平远也呈现出这种“小而精”的趋势：人均GDP居全市前列；连续多年将政府财力八成以上用于民生领域；空气质量优良率连续九年居全市第一；重点生态功能区考核中排名全省前列……

追求“小而精”高质量发展的背后，平远下了哪些功夫？

“农工文旅商”赋能乡村“镇”兴

驱车沿济广高速向平远县城方向行进，远远可见几座丹霞山伫立于县城西部，丹霞山特有的黑褐色和形态，勾勒出“世界第一天然大佛”——头、额、眼、鼻、唇、颈、胸、腰、腿、脚清晰可见。

独特的丹霞地貌成为平远推动文旅融合发展的重要资源。近年来，平远在卧佛传说、山水资源的基础上大力发展文旅产业，“五指石”“温泉”“卧佛”等被打造为知名景点，提升了平远知名度，促进了文旅经济增长。

目前，平远拥有1个国家4A级、7

个国家3A级景区。除了丰富的自然资源，当地还利用农业资源、古建筑、名人故居等开发农文旅资源。2023—2025年春节假期，平远县旅游综合收入分别为4541万元、8559万元和11142万元。

伴随文旅业态不断成熟，文旅产业对于经济带动作用也不断强化，当地文旅从业者对此信心满满。南台卧佛山景区运营经理林文斌表示，景区地处卧佛的腹部位置，原本是一片未开发的荒山，2021年正式运营，涵盖玻璃栈道、金顶佛手、悬崖民宿等热门项目，游客主要来自潮汕、大湾区和邻近的福建、江西，“景区运营效果不错，营业收入远超预期”。

相较近年兴起的文旅业，农业则是平远的底色。不过在三产中，农业产值一般相对较低，传统农业比重较高也被认为是平远经济体量难以做大的原因。

平远化劣势为优势。近年持续推动脐橙、南药、优质稻等优势作物规

模种植，引进多家农产品精深加工企业，2024年8家涉农规上工业企业实现产值8.7亿元、税收4000多万元。

“小块头”破百亿后的新征程

在与县城相距几公里、邻近济广高速出口的土地上，坐落着平远经济发展的重要引擎——梅州平远高新技术产业开发区。

园区依托紧挨济广高速、稀土资源丰富、土地用工成本较低等优势，以及省产业转移和对口帮扶等相关优惠扶持政策，加大招商力度，逐渐形成以稀土新材料、机械制造和家具制造等为主导的产业集群。

2024年园区实现规上工业总产值57.41亿元、税收1.87亿元，分别占全县的87.8%、69.1%，并获评梅州市产业园区高质量发展综合评价优秀等次。

园区的产业聚集还在持续。近日，平远县2025年现代化产业重点项目集中动工活动在此举行，总投资30.28

亿元的6个项目动工，涵盖新型建材、智慧储能、装备制造、精深加工等先进制造领域产业。

“作为半导体装备及新型材料领域的科技企业，平远有丰富的原材料供给，配套体系能够高效支撑生产；公司产品面向全国销售、甚至远销国外，平远日益改善的交通条件也满足运输需求；宜居环境也成为招聘人才的‘加分项’。”本次动工企业之一、佛山市佛大华康科技有限公司总经理刘荣富如是说。

据平远驻深圳招商队队长黄冠杰介绍，招商队以产业链招商，主攻珠三角铜箔、稀土、钙基等产业上下游企业，“一方面推介平远产业园和比较优势；另一方面加强与发达地区相关产业协会的交流，帮助平远企业打通更多销售渠道。”

从数据来看，2024年平远县引进市纳统项目27个，计划总投资53.16亿元、实际投资13.23亿元，连续五年超额完成招商任务，预计净增“四上”企业19家以上。

除了紧盯大湾区等发达地区，与福建、江西相邻城市的协同合作，也为平远未来发展积蓄后劲。黄冠杰表示，随着连接江西的铁路、连接福建的高速公路等项目加速推进，三省交界的区位优势正在加速转化为发展优势，未来一定可以跑出高质量发展“新速度”。

近日召开的平远县高质量发展大会，在全面总结2024年打好打赢抢险救灾、灾后重建、“百亿攻坚”等大战硬仗经验的同时，也开启了实现“三个百亿”（2024年地区生产总值100亿元、2025年全县规上工业总产值100亿元、2026年平远高新区工业总产值100亿元）首个目标后的新征程，围绕当地优势资源布局产业链、项目链、招商链，全力壮大“1+N”绿色产业集群，为实现第二个百亿目标、推动“十五五”良好开局打牢基础。

（文/曾思怡 吴辉燕 袁志鹏 何镜锋）



平远高新区标准宿舍

受访者供图



全国人大代表杨登辉：广东具备培养技能人才的土壤



杨登辉

全国人大代表、
世界技能大赛冠军

时代周报记者 何珊珊 发自北京

“在学习数控铣专业之前，我对这个专业一无所知。”3月1日晚间，全国人大代表杨登辉在接受时代周报记者采访时说，“进入这个行业纯属误打误撞。”

杨登辉出生于1997年，是江西赣州市定南县人。儿时，他就随父母举家南下，在广东长大。2011年，初中毕业的他考入深圳一所职业技术学校，学习数控铣专业。

尽管之前对数控铣专业并不了解，但当走进学校车间，杨登辉亲眼目睹铣刀运行于生产的全流程，很快就爱上了这门专业，“比书本上的文字更生动、更有趣”。

2014年，杨登辉考入广东省机械技师学院。在校期间，杨登辉用心学好技能，踊跃参加各类竞赛。2017年，时年20岁的他代表中国参加第44届世界技能大赛，一举夺得数控铣项目金牌，并获国家最佳选手奖。

此后，杨登辉选择留校任教，在广东省机械技师学院担任教师。近年，杨登辉指导的多名学生相继在世界技能大赛数控铣项目夺冠，实现我国在数控铣项目的“五连冠”。

2023年，杨登辉当选为第十四届全国人大代表，积极为技能人才代言，为技能人才培养、职业教育等建言献策。今年，是他作为全国人大代表履职的第三年。

在杨登辉看来，以人工智能为代表的高科技产业发展迅速，不过制造业是基石，制造业当家离不开技能人才。“广东是制造业大省，天然具备培养顶尖技能人才的氛围和土壤。高技能人才为制造业高质量发展提供了支撑。”杨登辉在接受时代周报记者采访时表示。

“高技能人才具有不可替代性”

杨登辉依然时刻冲在生产车间的一线，保持对前沿技术的关注。

“技术发展日新月异，尤其是人工智能发展迅速。过去的经验在未来未必还会适用。”杨登辉说，尽管自己已留校任教，工作稳定，但是也不能因此松懈，“我也要求学生们密切关注技术的最新发展动态，保持对技术的敏感。”

“参考历史上发生的历次科技变革，AI替代重复劳动是必然。”不过，杨登辉认为，高技能人才依然稀缺，具有“不可替代性”。

杨登辉解释说，AI技术将逐渐在制造生产中得到落地应用，未来需要的是能调试AI、解决复杂问题的复合型人才。

“我最近走进很多制造业企业，做了一系列调研，人工智能对实体经济的技术工种短时间内不会有太大影响。”杨登辉说。

在杨登辉看来，职业技能人才并不是大众刻板印象中的“在工厂流水线拧螺丝钉”，职业教育教育是系统工程，需要各方面资源支持。

杨登辉举例说，以数控铣专业为例，顶尖的数控铣技能人才不仅要熟练操作机床，还要深入理解图纸设计、工艺规划等多方面知识。一线技能需反复打磨，对精度和质量的要求都极高。

“这就像培养顶尖运动员，长期高强度训练与对细节的极致追求才能出类拔萃。”杨登辉说。

高技能人才的培养，成本并不低，比如要具备产业生产一线和教学双经验的优秀老师，同时也需要大量先进的设备耗材，还需要制造业工厂提供充分的实践机会等。“一台高级数控铣床，价值就上百万元。”杨登辉举例说。

某种程度上，社会公众对职业技能教育、技工依然存在偏见。杨登辉提出，社会各界要逐渐改变过往的刻板成见，职业技能教育自身也要与时俱进，要依据产业发展的新变化及时调整专业课设置，提升教学质量，如此才能让学生走向产业一线时更好实现无缝对接。

2023年当选全国人大代表后，杨登辉的调研足迹遍布格力、美的、比亚迪等诸多大型企业与职业院校。在思考教育方式革新的同时，他也关注技能人才的激励问题。

杨登辉认为，目前技能人才的发展和激励仍面临若干问题，因此建议建立以能力为导向的岗位聘用制度，让所有人公平竞争管理、技术等岗位。“让有知识、懂技术、会管理的复合型技能人才有更多施展才华的机会。”

技能人才培养的广东样本

广东是经济第一大省，2024年全省地区生产总值迈上14万亿元新台阶，连续36年居全国首位。广东的现代产业体系完备，制造业基础雄厚，是制造业大省，也是科技创新大省。

据此种种优势条件，杨登辉认为，广东天然具备培养顶尖技能人才的氛围和土壤。眼下，广东制造业正处于转型升级的关键关口，传统优势产业正扩量提质，新兴产业也蓄势发展。这客观上为技能人才的培养、发展提供了广阔舞台。

千工易寻、一匠难求。广东的技能人才教育体系历经多年发展，规模已蔚为壮观。

目前，广东全省共有技工院校148所，在校生67万人、约占全国1/7，已建成全国最大的技工教育体系。最新统计数据显示，广东技能人才已突破2000万人大关，达2019万人。其中，高技能人才722万人。

“为产业发展服务，为当地发展服务”早已成为广东技工教育的共识。广东公众的意识更为开放，对职业教育的认可程度也更高。“我的许多学生都是来自制造业家庭，父母都是技工。”杨登辉结合教学观察总结说，“这些家长自身从事相关工作，对职业教育的认可度也高，所以更积极地鼓励孩子去学习一技之长。”

丰富的技能人才也反哺制造业高质量发展。

2024年，广东工业总产值跃上20万亿元新台阶，规上工业企业营业收入突破19万亿元，均位居全国前列。

广东在打通技能人才职业通道和人才吸引方面，着力颇多。早在2022年3月，广东省委组织部、省人力资源和社会保障厅联合发布《广东省事业单位公开招聘高校毕业生公告》，明确将招聘对象范围扩大，涵盖普通高校、职业院校（含技工院校）毕业生。

为吸引和服务高层次人才，广东还推出人才优粤卡，为各类世界大赛冠军、青年拔尖人才提供一系列当地居民待遇和优惠便利服务。例如提供住房补贴、医疗便利就医等福利。杨登辉本人也是受益于此。

2024年12月，广东省人力资源和社会保障厅和广东省科技厅联合印发《关于开展“技研”合作助力科技创新引领高质量发展的通知》，指引全省技工院校主动对接实验室、高校、企业等研发机构，着力培育一批既拥有深厚理论基础又具备高超实践技能的“大国工匠”，为科技创新强省建设贡献技能力量。

从车间里的普通少年到世界技能大赛冠军，再到全国两会上的青年代表，杨登辉用自己的经历抒写了一名技能人才的迭代进阶之路。■

全国政协委员、新希望刘永好：民营企业不躺平 要迎接新格局

时代周报记者 闫晓寒 发自北京

依然是全层面带微笑、依然健步如飞，现年已74岁的全国政协委员、新希望集团董事长刘永好在2025年全国两会前的媒体沟通会中坐了三个小时。

不同于过去几年黑西装加白衬衣的经典商务装，今年刘永好一身中山装亮相，延续了不久前他参加民营企业座谈会时的着装搭配。

这场媒体沟通会的问答环节像往年一样包罗万象，谈到民营企业转型、“三农”工作、乡村振兴，也涉及猪周期波动、企业经营策略和海外布局等更具体的话题。

1993年至今，刘永好已连续7届以人大代表或政协委员身份参加全国两会，共提交208份提案、建议。在这期间，民营经济健康成长、脱贫攻坚和乡村振兴一直是刘永好讨论的焦点。

刘永好当天对时代周报等媒体表示，2025年全国两会他准备了5个提案，围绕“三农”问题、民营经济成长、脱贫攻坚和乡村振兴三个方面，包括加快推动高新技术与传统产业结合；提升农业科技创新效能；筑牢畜牧业根基，从小规模向大规模迈进，如何让农民获利，公司如何与农民共进；如何制定牛奶标准、完善冷链物流体系、提升消费者信心等。

在刘永好过去一年的履职调研过程中，围绕农牧业，他发现了一些难点和问题。

刘永好对时代周报记者表示，过去两年他在与农民朋友交流过程中，发现一些很大的问题，比如“猪的种

源怎样解决”，这有可能成为关键问题；本土猪的培育问题；解决猪周期波动、农民增收的问题。

“猪周期波动特别大，三五年一次。高的时候很高，老百姓有意见；低的时候很低，养殖户和农民有意见。”刘永好表示，新希望承担了猪周期预测课题的研究工作，希望结合社会数据、企业数据等，找到预测猪周期的好的模型，为调控和生产安排做出预判。通过科研解决农民增收问题，解决规模集中后“公司+农户”良性发展的问题。“这是社会责任的担当，我觉得这是我们应该要做的。”他说道。

民营企业要迎接新格局

2月17日民营企业座谈会的6位发言代表中，有5位是科技型企业 and 大型制造业企业，刘永好是唯一传统产业的发言代表。

刘永好对时代周报等媒体介绍，传统产业尤其是农业仍然很重要，一方面这是老百姓离不开的产业，另一方面传统产业仍是国家经济主要支柱，不可或缺。而当下的传统产业必须走新质生产力的道路，必须改革创新，否则就会落后。

当天刘永好的发言主要围绕农业企业，第一作为民营企业不躺平，要有所作为，迎接新的格局；第二关于农业企业发展新质生产力，比如切菜机器人、无针注射以及冷链物流大发展都是新质生产力的体现。

“我们用人工智能、大数据把时间、空间、温度、气体等数十个要素全都在线化，通过人工智能调配极大提升效率和能力，这些都是新质生产力，我们可能会继续在这些方面发力。未来我们要树信心、强科技，推动农业

产品转型升级，争取做得更好。”刘永好表示。

在刘永好看来，部分传统企业面临诸多转型压力，包括营销方式改变、出口受挫、市场消费疲软、从传统追求规模向高质量发展转型、对于新兴科技发展的不适应等。

虽然中国14亿人口的大市场不会变，形成的消费能力和经济格局也并未改变，但在出口压力越来越大，以及传统产业卷价格、卷营销、卷市场的情况下，“最后格局就是利润很薄，甚至不赚钱”。

刘永好表示，在上述因素影响下，企业的快速成长已经转变为高质量成长，种种原因带来的不适应导致一些企业选择躺平或者焦虑。正是因为这种现象，国家最近一年来出台了一系列支持政策，包括解决融资难、融资贵的问题，发放消费品的补贴等，提振了民营企业的信心。

“新希望集团要脚踏实地，用好金融担，为农民做贡献。同时我们要脚踏实地，育好种、养好猪，用金融担武装我们的传统产业，这是国家的政策，也是时代发展的方向。我们要有新质生产力的武装，不躺平、不焦虑、认真面对格局。”刘永好说道。

刘永好说，近年来，新希望集团一直用新质生产力“武装”传统农牧业，投入400多亿元做转型发展，这些资金被投入到扩大养猪规模、冷链物流、育种、食品发展、科技提升等领域，此后遭遇猪周期，生猪价格从最高点下降300%，两年时间低过生猪养殖成本，企业出现亏损。这之后，新希望适度控制规模、聚焦主业，并通过加强管理以及科技助力，让猪肉价格有所回升，公司也在2024年实现盈利。

今年猪肉价格可能适当下调

1982年，31岁的刘永好与3个哥哥凑齐1000多元开启创业之路，从养鹌鹑起步到1988年形成饲料主业，再到1997年组建新希望集团，并在1998年将新希望六和股份有限公司（000876.SZ，下称“新希望六和”）送到深交所上市。

经过40余年发展，新希望集团在农牧行业的基础上不断向上下游产业延伸，横跨农牧食品、乳品快消、智慧城乡、金融投资等相关产业，2023年新希望集团实现销售收入超2800亿元。

而新希望集团旗下最大的实体产业板块新希望六和，在2023年营收也已超过1400亿元。从饲料业务起家的新希望六和目前主要营收仍来自饲料业务，截至2024年上半年，其饲料业务占总营收比例为66.33%，养猪业务占比为29.60%。

作为新希望过去多年的核心主业，其饲料业务在国内饲料行业多年保持规模第一。根据新希望方面数据，2021年新希望饲料自主生产跃居世界第一，2024年海外销量首次超过500万吨；2024年其生猪出栏超1650万头。

2019—2020年，非洲猪瘟的暴发让国内猪肉价格迎来大幅上涨，新希望在当时大幅增加养猪投入，养猪产能和生猪出栏快速增长。2021年新希望养猪业务进入稳健运营阶段，2022年全年其生猪出栏数达到1462万头，2023年进一步提升至1768万头，位居全国第三。

不过，2021年在生猪出栏量急剧扩张的背景下，国内猪肉价格不断下跌，并且猪周期在底部盘桓了将近

三年，无论中小型养殖户还是新希望等大型生猪养殖企业，几乎都出现了亏损。

2022年年底，新希望开始实施“瘦身增肌”策略，出售多个猪场项目，回笼资金；2023年年底，新希望做出重大战略调整，提出“聚焦饲料、生猪养殖与屠宰两大行业”，将原有的白羽肉禽和食品深加工板块引入外部战略投资者并转让控股权，并将生猪屠宰板块划归主产业统一管理。

2024年第二季度，猪肉价格回升，包括新希望在内的多数生猪养殖企业都宣告在2024年实现扭亏为盈。根据新希望发布的业绩预告，2024年其归属于上市公司股东的净利润为4.5亿～5.5亿元，同比增长80.58%～120.71%。

新希望集团常务副总裁、首席运营官李建雄在媒体沟通会上表示，近两年企业战略方向从追求规模转变为强练内功。2024年新希望收入与上一年基本持平略有下降，而盈利能力大幅提升。背后核心是结构上的调整，其聚焦农业和食品对长期发展有战略意义。“2024年资产负债率回到70%以内，个别板块实现50%，资产负债结构非常好，现金流去年实现非常好的增长。”他说道。

针对2025年生猪养殖行业的情况，刘永好表示，去年猪肉价格有所回升，多数企业都已实现盈利，但盈利能否持续、今年如何表现、新希望的母猪保有量是否要增加，都要根据消费市场的变化而定。“我觉得今年猪肉价格有可能适当下行，与此同时，我们通过科技导入，成本也有可能下降。问题和困难总是有的，好在国家政策支持力度蛮大。”刘永好说道。■



蔡磊：被渐冻症“冰封”的1978天

时代财经 李傲华

2月14日深夜11点，蔡磊收到了来自妻子段睿送的一枝玫瑰。在段睿推门进来时，蔡磊仍然坐在办公桌前工作。

今年已经是蔡磊与渐冻症抗争的第7个年头。现在的他，四肢已经基本失去运动能力，连喉咙发出模糊音节都已经较为困难。大约从半年前起，蔡磊开始完全依赖眼控技术来交流和工作。尽管如此，他的工作日程仍然满满当当地从早上9点排到晚上11点，几乎全年无休。

虽然无法开口，但收到妻子的情人节小礼物后，蔡磊一脸笑容。

这是他们夫妻俩在繁忙日程中难得能安静下来享受彼此爱意的温馨时刻。而在短暂的休息后，还有无数的工作难题等待着蔡磊解决。

2019年9月30日的一纸诊断，将蔡磊的人生切割成了两半。在这之前，他是京东的副总裁，是“中国电子发票第一人”；在这之后，他是渐冻症抗争者，是不屈于命运的“斗士”。

渐冻症，一般指肌萎缩侧索硬化（Amyotrophic Lateral Sclerosis，简称ALS），是一种神经退行性疾病，绝大多数患者会在2~5年内死亡。在人类与之抗争的近200年历史中，渐冻症的治愈率依然为0，而蔡磊正在做的事就是为50万的绝望群体在这个“0”中寻找一个万分之一，甚至是千万分之一的希望。

2025年2月28日 是 第18个 国际罕见病日，今年的主题是“不止罕见（More than you can imagine）”。这四个字某种程度也是蔡磊近1978天与渐冻症抗争历程的一个很好的诠释。

在国际罕见病日到来前夕，蔡磊再次接受了时代财经的专访。

在3年前的专访中，蔡磊曾经对时代财经表示：“我现在完全接受死亡了。我会没有一点遗憾地安详地离去，为什么？因为我已经做了所有我应该做的事。”在3年后的今天，在被问及面对死亡的态度是否有所改变时，蔡磊平静地回答：“现在依然如此。”

“与生命赛跑”

蔡磊用了三个词语来向时代财经描述他当下的生存状态：艰难、赛跑、希望。

“身体艰难，生命与时间赛跑，在不断为渐冻症救治努力，争取更多希望和光明。”蔡磊解释道。

过去一年，蔡磊的病情进展迅速。由于一次普通感冒，蔡磊还曾一度被送入ICU抢救。此后，蔡磊的身体状况更加虚弱，每一次呼吸、吞咽对他而言都成了生死攸关的挑战。

蔡磊表示：“如同5年来目睹的数千名病友的离去一样，任何一次感冒、呛咳、摔跤或者并发症都可能夺走我的生命。”

出院后，蔡磊基本依赖眼控技术来与外界交流和办公，这也使得他的工作更加艰难。尽管如此，蔡磊仍然坚持满负荷工作，每天工作时间长达十几个小时。他的腰背部肌肉大幅萎缩，并且由于长时间久坐，他的腰部疼痛严重。每隔一段时间，他就需要在助手的帮助下起身，拍腰松弛一下肌肉后，再坐下来继续工作。

由于全身心投入工作，蔡磊的神经也长期处于兴奋状态。实际上，这并不利于他的病情。渐冻症是一种神经性疾病，渐冻症患者需要更多的休息时间，过度劳累会透支身体。对于这一点，蔡磊也有很清晰的认知，但是在寻找渐冻症“解药”这条看不见尽头的道路上，他无法停止奔跑。

人类对于渐冻症的发现和研究已经有接近200年历史。在这期间，全球有1000多万患者因此死亡，但渐冻症治疗的研究却进展甚微。

新药研发是一个对金钱、时间消耗极大的项目。而对像渐冻症这样发病机制都尚不明晰的疾病领域来说，其治疗手段的研究更是难以穿越的“死亡谷”。蔡磊很清楚，对他和其他病友来说，如果坐在原地等待能救命的新药上市，和等死并没有什么区别。

于是，蔡磊开始了最后一次创业。

2019年，蔡磊出院后迅速着手筹备成立公司，着手搭建自己的科研团队，在海量的论文和消息中寻找一丝希望。

《2024年渐愈互助之家（蔡磊团队）年度报告》显示，仅在过去一年，蔡磊团队就与多位科学家、科研单位、生物科技公司及医院共同成立了8家实验室，与超过70个来自全球的科学家团队，以及超过60家专业的生物技术公司建立联系。截至去年年底，“渐愈互助之家”平台的患者注册人数已经超过1.5万人，已经是全世界最大的渐冻症患者的科研数据平台。

在过去的一年，蔡磊方面的科研总投入超过4000万元，其中对外科研捐助资金总额超过3000万元。

为了有足够的资金来源对科研工作支持，2022年蔡磊开始试水带货直播。截至目前，蔡磊的抖音账号“蔡磊破冰驿站（下称“破冰驿站”）”已经有接近520万粉丝。有报道显示，在去年“双十一”期间，破冰驿站已经跻身平台大促榜单前十名。

“直播电商不仅在筹集科研经费方面发挥了重要作用，还为广泛而快速的科研合作提供了重要链接。患者朋友的鼓舞和消费者购物的良好反

馈，让我确信这是一条值得坚持的道路。”蔡磊对时代财经表示。

“我们等不起”

“无药可治、有药难用”。在蔡磊看来，这是罕见病群体面临的两大核心问题。“95%的罕见病仍无有效治疗药物，即使有药物，许多患者也因种种限制无法及时用上。”蔡磊表示。

蔡磊对时代财经指出，以渐冻症为例，虽然全球科研人员已经在药物研发方面取得了一些进展，但新药从研发到上市的过程漫长且充满不确定性，而渐冻症患者的平均生存期仅有3~5年，他们根本等不起。

蔡磊的想法是，通过推动新药研发，让尽可能多的病患参与到临床试验中，从而为自己，也为病友们博取一线生机。

蔡磊的努力也实实在在扭转了很多渐冻症患者的命运。据人民日报健康客户端的报道，在蔡磊的帮助下，2023年6月一名年轻的渐冻症患者在北京天坛医院入组，参加了为期8个月的新药临床试验。当试验结束后，这名患者的病情没有再进展，不久后她选择出院重新回归自己的生活。

但幸运不是每时每刻都能发生，在罕见病的治疗过程中，患者的病情发展与药物研发的“时空错位”是更加常见的情况。

2024年10月8日，国家药品监督管理局官网显示，渤健生物的托夫生注射液（Tofersen）获得上市批准，用于治疗SOD1基因突变的成人肌萎缩侧索硬化症，这是全球首个SOD1-ALS对因治疗药物，2023年4月在美国获批上市，此后在国内通过免临床途径获批上市。但该款药物的治疗费用高达约140万元人民币，绝大多数患者都无力负担，只能“望药兴叹”。

2025年1月，渐冻症患者陈静雯在网上公开向蔡磊求助。她于2024年6月确诊渐冻症，通过基因检测后确定为SOD1分型。陈静雯的病情进展非常迅速，短短一年内就几乎丧失了自主呼吸的能力。她无法负担托夫生注射液高昂的治疗费用也不符合临床入组条件，于是公开向蔡磊求助。

2024年5月，蔡磊和中美瑞康合作开发的RAG-17已经获得临床批件，这是一款针对SOD1基因的小核酸药物。但遗憾的是，由于陈静雯的病程进展过于迅速，其身体条件不满足入组标准，从而错失了治疗机会。

面对陈静雯的求助，蔡磊连续几天睡不好觉。“她生命垂危，生死时速，但如何救她？”

这个故事的结局，奇迹没有发生。时代财经了解到，就在数天前，陈静雯已经因病去世。蔡磊对此感到很遗

憾和痛心。

“陈静雯的遭遇让我想起2018年离世的北大才女娄滔，她和母亲都因SOD1基因型渐冻症离世，而当时可治疗的药物已在临床阶段。如果她们能及时用上药物，或许结局会不同。”蔡磊对时代财经表示，“我们呼吁更多关注和支持，加速药物研发、降低药物成本、优化审批流程，让更多患者能够及时用上救命药，为生命争取更多时间与希望。”

AI点燃新希望

DeepSeek的出现让AI制药重新站上风口。AI技术可以改写药物研发的“游戏规则”，缩短药物的研发周期，降低研发成本，比如可以将药物晶型预测时间从至少数月或数年缩短至数月甚至数周。

蔡磊早在2023年就开始启动AI技术用于科研的探索，目前AI技术的急速发展和逐步成熟让蔡磊精神为之一振，燃起了新的希望。他对时代财经表示：“AI技术的快速发展，大语言模型的逐步成熟，让我看到科研急速加快的可能。”

事实上，蔡磊已经对AI技术关注多时。

在2024年年底，借助AI技术，蔡磊在央视新闻上完成了一场演讲。在AI生成的视频里，蔡磊仿佛又回到了尚未患病之前，意气风发的岁月。虽然在现实中，蔡磊正坐在轮椅上。但在AI构建的画面中，“蔡磊”笔直站立着，坚定地发声：“我们终有战胜渐冻症的那一天。”

据蔡磊透露，近两年在AI技术的赋能之下，找到了更多有望治疗渐冻症的新靶点，筛选出了不少有潜力的药物。

蔡磊对时代财经表示，AI技术的使用无疑将大大加速渐冻症新药的研发和转化，他们团队今年将全力搭建渐冻症科研AI大脑，这将是一个从理解现有ALS机制、分析多组学数据到实现全方位智能分析的系统，通过自建服务器24小时不间断地训练和更新模型，用于全球论文、新闻、专利、临床的智能阅读、检索和自动分析，进行怀疑式学习和推理，有望极速提升研究发现效率，形成远超越人类研究员的庞大专业知识获取、学习、积累、甄别、交叉推理能力和速度的渐冻症AI专家，助力科学研究、数据分析、靶点发掘以及合作药物筛选等工作。

去年，蔡磊还试戴了人工智能喉，并重新发出了清晰的声音。这让蔡磊非常兴奋，对未来充满了期待。他告诉时代财经，他想对未来的自己说一句话——

“等着我，我们一定会牵手相会。”

大华银行转让中国个人业务 接盘方又是富邦华一银行

时代财经 张昕迎

又一家外资银行退出中国个人业务。

2月24日, 大华银行官网发布《有关大华银行中国个人业务调整的重要通知》, 基于战略性业务调整需要, 大华银行中国近期已与富邦华一银行签署协议, 将向其转让该行的个人业务, 范围涵盖个人客户持有的账户、存款、贷款和相关财富管理产品。预计本次转让将于2025年第三季度完成。

这也意味着, 自2024年花旗银行(中国) 宣布退出中国市场的个人银行业务后, 又一家外资银行对其在华个人业务作出重大调整; 值得关注的是, 此次转让也是富邦华一银行对零售业务的再度拓展。

2月25日, 富邦华一银行相关负责人向时代财经表示:“出于战略考虑, 此次交易着力于进一步扩大本行零售业务规模, 平衡公司和零售业务发展与收益来源, 有助于进一步提升经济规模和效益, 发挥综效, 提供客户更多元的金融产品及便捷的金融服务。”

上述人士同时称, 后续客户沟通业务转移的方案将依照法律法规要求公示相关信息。富邦华一银行与大华银行中国将紧密沟通与合作, 确保业务的平稳交接。

零售银行业务出现税前利润亏损

关于本次转让的原因, 大华银行中国在公告中提到, 这一业务调整是该行业务转型的重要决策, 该行自2018年开始, 就积极推动战略转型, 专注于深化中国—东盟业务, 扩大本地战略合作, 同时逐步精简个人业务, 以发挥该行互联互通的业务优势, 提升业务效率, 更好地满足企业跨境业务需求。

该行在公告中同时称, 本次转让不影响大华银行中国除个人业务以外的其他业务, 包括批发银行业务、环球金融业务等, 本次转让对该行财



务状况没有实质性影响。

大华银行总部位于新加坡, 以零售银行业务、集团机构银行服务及环球金融为核心业务, 在中国、印度尼西亚、马来西亚、泰国及越南等地均设立了全资法人银行; 作为大华银行的在华全资子公司, 大华银行中国成立于2007年12月, 总部设在上海, 拥有中国本地法人银行资格。

大华银行中国2023年度报告显示, 截至2023年年末, 该行资产总额、负债总额分别为822.81亿元、719.84亿元。具体到贷款结构, 2023年, 大华银行(中国) 的个人贷款账面余额为33.05亿元, 占该行的贷款比例较小。

分业务来看, 批发银行业务为该行的营收“大头”。2023年, 大华银行中国实现来自批发银行业务、零售银行业务、环球金融业务的营业收入分别达到11.73亿元、1.27亿元和4.27亿元。

利润方面, 时代财经注意到, 2023年该行批发银行业务、环球金融业务分别实现税前利润4.28亿元、2.49亿元, 仅零售银行业务出现1772.47万元的亏损。

从整体业绩来看, 该行在2023年年报中的董事长致辞提及, 得益于交易及投资类收益的双位数增长, 该行2023年实现营业收入18.9亿元, 同比增长6.1%; 受到信用减值损失上升的影响, 税后净利润为3.6亿元, 同比下降27.9%。

2月25日, 一名外资行从业人士对时代财经称, 外资银行在服务质量和国际化程度方面具有优势, 但个人客户基础较为狭窄。“外资行做零售银行业务亏钱是常态, 比不过本地国有银行, 基本上是在赔钱赚吆喝。”上述人士表示。

谈及外资银行在华业务经营的优势和挑战, 评级机构中诚信国际曾在2024年1月一份《中国银行业展望》报告中指出, 外资银行在华业务经营较为谨慎稳健, 以对公综合化金融服务为主。依托母行在外汇业务和机构业务方面丰富的经验和优势, 金融市场和投资业务是外资法人银行相对中资银行来说最具优势的业务板块。

“业务结构上, 母行或集团客户在中国的跨国子公司是外资法人银行的主要服务对象。除渣打、汇丰等

几家较早布局中国的外资法人银行已拥有相对较大的网络外, 其他外资法人银行的经营网络无法与中资银行抗衡, 因此在零售业务方面, 外资法人银行大多定位于高端人士。”中诚信国际表示。

富邦华一银行逆势扩张

作为本次转让的接盘方, 富邦华一银行是中国大陆首家全牌照运营的台资银行, 由中国台湾第二大上市金融控股集团富邦金控与华一银行(原海峡两岸合资银行) 组建而成, 专注为台商、大陆企业和个人客户提供跨境金融、贸易融资、财富管理等综合服务。

值得关注的是, 2024年以来, 多家外资银行关闭在华网点, 富邦华一银行却在逆势扩张其分支机构版图。2024年12月, 国家金融监督管理总局浙江监管局批准, 同意富邦华一银行筹建杭州分行。

对于此次接手大华银行个人业务的考虑及未来战略规划, 富邦华一银行相关负责人2月25日向时代财经表示:“此次交易着力于进一步扩大

零售业务规模, 均衡业务发展与收益来源。未来本行将持续推进零售业务发展, 提升银行零售业务的经济规模和经营效益, 强化公司竞争优势, 更好地为本地和跨境客户创造价值。”

此次接手大华银行中国个人业务, 已不是该行近年来唯一接手他行业务转让。

如2024年1月, 花旗银行(中国) 公告, 作为花旗退出中国个人银行市场的一部分, 该行将自2024年5月6日停止个人信用卡交易功能, 并逐步停止提供相关产品服务与权益。与此同时, 与富邦华一银行达成协议, 将向其转让花旗中国个人银行信用卡还款服务停止后仍未结清的信用卡分期还款余额或欠款款项。

对于此前收购相关业务的成效, 富邦华一银行在2023年度报告中指出:“零售贷款方面, 2023年上半年本行完成受让花旗中国房贷资产, 交叉销售效益稳步成长, 助力本行积极推动‘零售升级’ 目标实现。”

中诚信国际去年11月的一份评级报告也认为, 富邦华一银行于2023年5月收购115.79亿元住房按揭贷款业务, 推动个人贷款规模快速增长。截至2023年年末, 该行个人贷款同比增长54.17%至360.63亿元, 在总贷款中占比较当年年初上升12.04个百分点至57.67%。

在年报中, 富邦华一银行亦披露了该行财富管理业务相关布局。数据显示, 截至2023年年底, 该行财富管理业务中收创下历年新高, 并于年内正式推出QDII业务(即代客境外理财业务)。

不过, 整体业绩来看, 该行2023年净利润出现明显下滑。财报数据显示, 2023年, 富邦华一银行实现营业收入15.84亿元, 同比下降12.97%; 实现净利润0.17亿元, 同比下降96.06%。对此, 中诚信国际指出, 该行净利润明显下降, 受批量购置信贷资产导致拨备计提大幅增加等因素的影响。■

险资“扫货” 平安系两个月四度举牌银行H股

时代财经 何秀兰

在低利率环境与优质资产稀缺的双重压力下, 险资正加速布局权益资产。

2月24日, 平安人寿发布举牌信息公告, 平安资管受托平安人寿资金, 投资农业银行H股股票, 于2月17日达到农业银行H股股本的5%, 触发平安人寿举牌。

这已是“平安系”自2024年12月以来第四次举牌港股银行股。此前, “平安系” 已先后在港股市场对工商银行、邮储银行、招商银行进行举牌, 并对建设银行实施增持。

平安人寿相关人士向时代财经表示, 公司大手笔增持银行股, 相关投资属于财务性投资, 是险资权益投资组合的常规操作。

据时代财经统计, 2024年险资举牌次数达20次, 创近4年新高。2025年开年, 险资举牌依旧活跃, 截至2月25日, 已录得6次举牌记录, 除“平安系”重点布局银行股外, 还有新华保险受让杭州银行股份、长城人寿举牌中国水务、阳光保险加码中国儒意, 险资配置的多元化趋势明显。

值得注意的是, 险资举牌方向正从传统金融板块向新经济领域延伸。长城人寿向时代财经表示, 公司充分发挥保险资金长期耐心资本的优势, 持续投资国家重大战略项目, 助力打造新质生产力。

“平安系” 频繁举牌银行H股

2025年开年以来, 银行股在A股市场和港股市场表现分化。

A股银行股年内多呈跌势。Wind数据显示, 截至2月25日, A股42只银行股中只有5只股价上涨, 国有大行除工商银行股价微涨1.23%外, 邮储银行、中国银行、建设银行、农业银行以及交通银行年内股价均呈跌势。

具体来看, 工、农、中、建四家国有大行股价在2月18日盘中集体创出历史新高后, 在随后几个交易日进入震荡回调通道。

不同于A股, 六大有行股价在港股市场表现较为亮眼。wind数据显示, 中国银行H股以13.4%的年内涨幅领跑, 工商银行、邮储银行、农业银行、建设银行、交通银行的H股年内涨幅分别为9.2%、7.21%、6.41%、5.63%、5.24%。市场分析认为, H股估值洼地效应叠加险资持续流入, 共同推升了这一轮行情。

近期, 保险资金在港股银行股的“扫货” 动作引发市场关注。据平安人寿2月24日公告, 平安资管受托平安人寿资金, 投资于农业银行H股股票, 于2025年2月17日达到农业银行H股股本的5%, 触发举牌。此后“平安系” 继续加码, 截至2月25日对农业银行H股持股比例上升至20.24%。

这已是“平安系” 自2024年12月以来第四次举牌银行股H股, 其间还完成对工商银行、邮储银行、招商银行H股的举牌, 此外还增持了建设银行H股。

今年以来, 除平安人寿外, 新华保险等险企也布局了银行股。1月27日, 新华保险发布举牌信息公告, 新华保险拟以协议转让方式受让澳大利亚联邦银行持有的杭州银行3.296亿股股份。权益变动完成后, 新华保险持有

杭州银行的股份数量将占杭州银行普通股总股本的5.87%, 触发举牌。

业内人士向时代财经指出, 当前10年期国债收益率维持在2%左右, 而银行板块平均股息率超过6%, 利差优势显著。此外, 商业银行参与地方政府化债、住房租赁基金等政策工具, 进一步夯实资产质量。

南开大学金融发展研究院院长田利辉向时代财经表示, 近期险资频频入市是因为新金融工具准则的实施, 促使险企通过举牌来实现权益法核算, 优化资产配置。另外, 险资面临潜在的“利差损” 压力, 有进一步增厚投资收益的现实需求。在这样的背景下, 高股息的银行股成为险资重点配置方向。

田利辉称, 一方面, 银行股通常具备高股息、稳定的盈利模式和完善的治理结构, 符合险资的长期稳健投资需求; 另一方面, 在新金融工具准则下, 配置的高股息银行股能够以FVOCI(以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产) 计入报表, 减少当期损益的波动性。

险资举牌热情不减

在低利率环境与资产荒压力下交织下, 保险资金正加速布局权益资产。

据时代财经统计, 2024年险资举牌次数达20次, 创近4年以来新高。2025年开年延续活跃态势, 截至2月25日已录得6次举牌记录。

今年以来, 除“平安系” 举牌3家银行的H股以及新华保险受让杭州银行股份以外, 险资投资半径正从传统金融板块向新经济领域拓展, 如阳光人寿通过认购新股增持中国儒意普通股至7.15%, 长城人寿年内增持

中国水务至5.02%, 均触发举牌。后者在去年已先后布局江南水务、城发环境、赣粤高速等基建民生领域标的。

“公司致力于对基础设施领域投资、民生领域投资、能源领域投资布局, 助力上市公司长期健康发展, 发挥保险资金耐心资本的作用。” 长城人寿向时代财经表示。

某券商非金融分析师向时代财经指出, 当前险资权益投资呈现“哑铃型” 配置特征, 一方面通过增持高分红蓝筹夯实收益安全垫, 另一方面借道战略投资布局成长赛道。这种策略既应对了短期潜在的利差损压力, 又为长期收益增长埋下伏笔。随着险资运用余额突破33万亿元, 其资本市场“压舱石” 作用正持续强化。

国家金融监管总局数据显示, 截至2024年年末, 保险公司资金运用余额为33.26万亿元, 同比增长15.08%。其中股票配置增速显著, 人身险公司的股票配置余额为2.27万亿元, 同比增长28.29%; 财产险公司股票配置余额为1601亿元, 同比增长28.22%。

此外, 从政策层面来看, 近期中央金融办等六部门联合印发的《关于推动中长期资金入市工作的实施方案》为险资入市提供了支持。方案主要举措包括提升商业保险资金A股投资比例与稳定性, 明确引导大型国有保险公司自2025年起, 每年新增保费的30%可用于投资A股, 国内险资权益配置规模有望扩容。

国泰君安近期研报指出, 保险资金作为重要的中长期资金来源, 预计在监管的明确指引以及新形势下将为资本市场带来增量, 未来三年将分别产生约4000亿元的增量入市资金。■

年保费首次突破百亿元后 汇丰人寿再迎3.62亿元增资

时代财经 周梦梅

汇丰人寿再获增资。
2月24日,汇丰人寿进行信息披露称,该公司唯一股东汇丰保险(亚洲)有限公司(下称“汇丰保险(亚洲)”)拟向公司增资3.62亿元,增资后汇丰人寿注册资本将由23.14亿元增至26.76亿元,汇丰保险(亚洲)持有汇丰人寿100%的股权比例维持不变。

这是汇丰人寿自2022年完成“合资转外资”以来的第三次资本补充。上述变更注册资本事项待国家金融监督管理总局上海监管局批准后生效。

成立于2009年6月的汇丰人寿,早前是一家合资寿险企业,实控人为汇丰控股有限公司(下称“汇丰控股”)。2022年,汇丰人寿完成了从合资到外资独资的转型,后续陆续开启增资、渠道多元化开拓以及董事长更换等重要事项。

北京排排网保险代理有限公司总经理杨帆向时代财经表示,股东对汇丰人寿进行增资,一方面是看好中国保险市场的发展前景,认为中国市场具有巨大的增长潜力和机会;另一方面是应对市场变化和监管要求,伴随着中国保险市场的开放和监管政策的变化,外资险企需要不断增资以满足监管要求。

3年内累计将获注资超16亿元

作为汇丰控股在华保险业务的核心平台,汇丰人寿的资本实力持续增强。此次增资,是汇丰人寿完成“合资转外资”后,汇丰保险(亚洲)第三次向其注资。

汇丰人寿成立之初,由汇丰集团联合国民信托各持股50%,以合资形式进入国内保险市场。2021年12月,汇丰人寿启动了“合资转外资”的战略布局,国民信托退出,汇丰保险(亚洲)一举拿下汇丰人寿的全部股权,并于2022年6月完成股东变更相关事宜。

自汇丰人寿完成股东变更后,作为汇丰人寿的唯一股东,汇丰保险(亚洲)分别在2022年10月和2023年6月向汇丰人寿增资6.35亿元和6.54亿



元,使公司的注册资本提升至23.14亿元。若此次3.62亿元增资落地,汇丰保险(亚洲)3年内累计向汇丰人寿注资16.51亿元。

针对股东前两次增资,汇丰人寿总经理胡敏在接受专访时表示:“公司合资转独资以及股东方两次对汇丰人寿进行增资,体现了汇丰集团对于中国市场长期、健康、稳定发展的坚定支持,进一步提高了公司的偿付能力水平,增强了公司抵御风险的能力,有助于更好地实现未来业务增长计划、持续推动分支机构拓展、产品创新、投资和服务能力的提升,并以更快的速度响应不断变化的市场需求。”

值得关注的是,完成“合资转外资”后,汇丰人寿还进行了董事长的更替。

汇丰人寿在近期披露,自2025年1月20日起,孙丹莹卸任公司董事、董事长职务;公司现任非执行董事程思韵代为履行董事长职责。

值得关注的是,2023年12月,监管才正式核准了孙丹莹的任职资格,这意味着她正式履职仅一年多便离

任。孙丹莹的“下一站”是汇丰银行,2024年11月5日,国家金融监督管理总局官网发布的任职资格批复显示,核准孙丹莹汇丰银行(中国)有限公司副行长的任职资格。

就汇丰人寿增资后资金用途、公司战略有无变动等问题,时代财经致电汇丰人寿,未获回应。

杨帆称,从行业发展趋势来看,汇丰人寿的增资恰逢其时。一方面,这将增强其数字化转型升级的能力,通过加大科技投入,优化线上渠道布局,降低对传统银行渠道的过度依赖;另一方面,充足的资本金将支持其开发差异化、定制化的保险产品,提升产品创新能力,有效应对同质化竞争。

汇丰人寿保费首次突破百亿元

在原董事长孙丹莹任期内(2024年),汇丰人寿迎来关键转折。其年度保费规模首次突破百亿元,并且实现扭亏为盈。

最新偿付能力报告显示,汇丰人寿在2024年实现保险业务收入

130.89亿元,同比大幅增长79%;实现净利润1.95亿元,结束连续三年的亏损局面。

近年来,汇丰人寿陷入“增收不增利”的困境。年报数据显示,2021—2023年,汇丰人寿的保险业务收入分别为24.46亿元、37.25亿元、73.11亿元;同期净利润亏损分别为2.25亿元、5.41亿元、0.85亿元。

此外,作为银行系保险公司,汇丰人寿在销售上较为依赖银保渠道。完成“合资转外资”后,汇丰人寿也在积极开拓多元化渠道。

据最新偿付能力报告,汇丰人寿2024年银保渠道业务占比为65.95%,占签单保费近七成。对此,杨帆向时代财经表示:“对于较为依赖银保渠道的险企而言,可能会面临渠道单一、产品同质化、手续费和佣金支出压力等问题。”

一直以来,银保渠道因高昂的手续费及佣金挤压险企利润等问题而饱受诟病。汇丰人寿较为依赖银保渠道,也导致渠道费用高企。据汇丰人寿2022年、2023年年报,其手续费及佣金支出分别达到2.1亿元、4.06亿元。在2024年第三季度偿付能力报告中,汇丰人寿称,“随着业务增长,目前预测2024全年代理手续费将达到人民币4.40亿元”。

值得注意的是,人身险受银保渠道“报行合一”、前期“炒停售”透支需求的影响,银保渠道的保费收入也呈下滑趋势。银保同业市场的一份数据显示,今年1月,75家人身险公司银保新单规模保费同比下降28.9%。

杨帆指出,随着监管部门对银保渠道“报行合一”要求的严格执行,险企正面临着渠道成本优化的压力。汇丰人寿此次增资后,可通过优化渠道结构、提升经营效率等方式,构建更加多元化的业务发展模式,在日益激烈的市场竞争中占据有利地位。

胡敏则表示,作为汇丰集团的全资子公司,银保渠道是汇丰人寿的立身之本,是策应和协调集团战略的关键,“对我们来说,‘报行合一’意味着银保深度合作模式的机遇,也将促进我们对于客户体验优化、效率提升等方面的更多承担”。■

险资投资成绩出炉：收益率超7% 大幅增配债券和股票

时代周报记者 谢怡雯 发自上海

近日,国家金融监管总局公布了2024年第四季度保险业资金运用情况。

数据显示,截至2024年年末,保险公司资金运用余额约33.26万亿元,同比增长15.08%。其中,人身险公司资金运用余额达29.95万亿元,占比达到90%。

收益率方面,2024年保险公司年化财务投资收益率为3.43%,年化综合投资收益率达到7.21%,相比2023年年末(年化财务投资收益率2.23%,年化综合投资收益率3.22%)分别提升1.2个百分点、3.99个百分点。

财务投资收益率与综合投资收益率之所以出现较大差异,是因为人身险公司持有较多以市值计量的长久期债券,在市场利率不断下行的背景下,债券资产在重估后体现出来的浮盈。

数据显示,截至2024年第四季度末,人身险公司投向债券的金额达到15.06万亿元,占比50.26%,同比增长26.31%。这也意味着,用于投资的人身险资金中,超过一半都流入了债券市场,债券铸成了人身险投资的“半壁江山”。人身险公司的其余资金则分别投向银行存款、股票、长期股权投资以及证券投资基金,但单个投资方向的资金比例均低于10%。

财险公司方面,截至2024年第四季度末,其资金运用余额为2.22万

亿元,投资于债券的金额为8691亿元,比例同样较高,达到39.14%,同比增长14.07%。相比人身险而言,财险资金投向银行存款的比例较高,达到17.37%,或与财险产品期限普遍短于人身险产品相关。

此外,截至2024年第四季度末,人身险、财险投向股票的资金同比增长均超28%,分别为2.27万亿元、1601亿元。

债券是险资配置的“安全垫”

保险资金往往具有稳定性和长期性的特点,风险较低的债券类资产可以提供稳定的票息收入,构成了保险资金投资收益的安全垫,在利率下行以及权益市场震荡波动时成为“避险”首选。

对于负债久期较长的寿险产品而言,通过配置10年期甚至30年期的国债和政策性金融债,保险公司可以达到资产负债结构和久期匹配的目的,进一步管理其偿付能力。

长江证券固收团队分析称,2021—2023年间,保险机构对利率债的投资比例超过了50%,并且呈现逐年上升的趋势。地方债和国债因其较高的税后和综合实际收益率,成为保险机构的不二之选。

对于2025年险资的债券配置,长江证券认为,2025年初险资对于中长期利率债的偏好预计不会改变,但是随着当前利率中枢的不断下移以及“资产荒”“收益荒”的加剧,险资配

置的利差损压力逐步凸显,未来保险机构是否会维持对信用等级的严格要求还有待观察,短期信用债适度下沉可能会成为年初险资的优选之一。另外,随着鼓励险资入市的政策落地,为了追求更高的收益,险资可能显著增配权益类资产。

上海对外经贸大学金融管理学院保险系主任郭振华向时代周报记者表示,对于寿险公司而言,负债端或多或少都有一些利率比较高的负债,所以资产端需要提高收益,比如投资长久期利率债,通过买卖获得价差收益,如果长期持有,久期长的利率债普遍浮盈更高。此外,险资偏好投资高息股,通常分红收益较高。

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指出,整体而言,资产久期低于负债久期,行业没有足够多的长期资产来匹配长期负债。在新旧准则的切换时点,存量保单的影响会反映到净资产中,从而可能导致很多公司净资产大幅下降,这对行业偿付能力充足率的影响会非常显著。因此,为了应对利率下行以及会计准则转换的影响,保险公司普遍都在加大对长期债券的配置,同时通过发债等多种手段补充资本,以维持偿付能力充足率水平。

2025年能否延续高投资收益?

春节以来,随着DeepSeek的横空出世,A股以及港股科技板块开始了一轮“科技牛”行情,1月23日至2

月21日,恒生科技涨幅近28%,A股科创综指春节后开市以来的涨幅也超过10%。

科技股热度带动资金从债市涌向股市,引发“股债跷跷板”现象。

继10年国债活跃券收益率在1月3日盘中创下1.5825%的历史低点后,2月5—26日期间,10年国债活跃券收益率持续回调,从1.6010%调整至1.7150%,30年国债活跃券收益率从1.8100%调整至1.9110%。

谈及近两个月以来的债市调整,盈米基金固收研究员孙宜笑对时代周报记者表示,2024年年末降准预期强烈,当时机构纷纷抢跑,一方面是因为2023年12月债牛大幅逼空的行情;另一方面,是因为2025年年初保险机构通常会有配置盘入场,机构预期资金流入将抬升债券价格,故而提前行动。

“2月13日,央行发布《2024年第四季度货币政策执行报告》,透露出短期利率进一步宽松的空间有限,因此市场降准预期有所转向。其中短端债券率先作出反应,出现剧烈调整。”孙宜笑表示。

回顾2024年,伴随央行降准降息以及宽松的资金环境,10年国债活跃券收益率从年初的2.56%一路下滑至年末的1.66%,催生了跨越全年的债牛行情。2024年12月,仅一个月的时间,10年期国债收益率就突破了2%的关口,并不断快速下行突破1.8%、1.7%,直至接近1.6%。

面对利率的快速下行,固收研究员们“喜忧参半”。2024年12月,多名业内人士曾向时代周报记者表示,利率快速下行带来了丰厚的奖金激励,但也让他们不禁担忧“职业生涯还剩多少个BP”。

根据招商证券固收团队的分析,2024年债市走势中有四个明显的拐点,分别为4月23日、8月初、9月23日以及11月18日。

前三个拐点分别对应了三件标志性事件,也与2024年内债市三次明显回调相匹配。包括4月23日央行有关部门负责人接受《金融时报》采访时,提示长债风险;8月7日,交易商协会对4家江苏地区农商行在国债二级市场交易中涉嫌操纵市场价格、利益输送启动自律调查;以及“9·24”一揽子经济利好政策推出,市场情绪大幅提升致使股市快速反弹。

第四个拐点则与降息降准预期以及保险机构“开门红”相关。由于险企往往在年初会推出新产品或者促销活动吸引客户,因此在前一年的12月会提前布局配置盘“抢跑”。2024年12月,临近年末期间,也出现了机构争抢买债的现象,一定程度上引发了市场利率的快速下行。

得益于2024年的债牛行情,增配债市的保险机构普遍收获了丰厚的投资收益。但随着利率中枢步入历史低点,险资配置的利差损压力逐步凸显,2025年险资能否延续高投资收益? ■

75

家

<

中金、银河双双否认合并传闻 万亿航母级券商何时到来？

时代周报记者 张灵霄 发自北京

2月26日晚间,中金公司(601995.SH, 03908.HK)发布澄清公告称,近日,公司关注到有市场传闻称公司将与中国银河进行合并。为避免相关传闻对社会各界和投资者造成误导,现予以澄清说明。

中金公司表示,截至该公告披露日,公司未得到任何来自政府部门、监管机构或公司股东有关上述传闻的书面或口头的信息。经公司与控股股东中央汇金确认,控股股东不存在筹划上述传闻所称事项或其他涉及公司的应披露而未披露的重大事项,公司亦无应披露而未披露的信息。

之后,中国银河(601881.SH, 06881.HK)亦发布类似口径。两家公司均郑重提醒称,感谢社会各界和广大投资者对公司的关注与支持。有关公司信息以公司在上海证券交易所网站和公司指定信息披露媒体刊登的相关公告为准。

东吴证券非银分析师孙婷团队表示,从后续并购的可能性来看,同一实控人背景的券商合并阻力较小,市场相关预期较高,尤其汇金系以及地方国资委内部的金融资源整合有望进一步推动。

2月27日,中国银河与中金公司低开高走。开盘后,中国银河一度触及涨停,中金公司涨超6%。随后,股价拉升后稍有回落,截至午盘收市,中金公司A股报37.16元/股,涨2.00%;中国银河A股报16.76元/股,涨3.46%。港股方面,中金公司H股涨超5%,中国银河H股跌近7%。

股价双双涨停

2月26日,中金公司、中国银河合并传闻再起。受此影响,中金公司、中国银河股价尾盘快速拉升。截至收盘,中金公司、中国银河A股股价双双涨停;中金公司H股涨超19%,中国银河H股涨超17%。

分析人士认为,汇金系券商异动与一则传闻有关。当天有媒体援引五



名消息人士透露,中金公司将与中国银河的合并计划,已于几周前获得批准,可能会在未来几周内宣布。

另外,中金公司和中国银河计划通过换股方式进行合并,这笔交易将创建中国第三大券商,资产达1.4万亿元。

2025年2月,财政部拟将三大AMC机构(中国信达、东方资产、长城资产)持有的部分股权无偿划转至中央汇金,进一步打开券商整合想象。

中金公司、中国银河同为中央汇金旗下上市券商。2024年三季报显示,中央汇金持有中金公司19.36亿股,占比比例为40.11%。

中央汇金通过中国银河金控与证金公司间接持有中国银河48.2%的股权,为实际控制人。

此前,中金公司、中国银河已多次传出合并传闻,但均被公司否认。早在2023年11月,中国银河曾澄清称,控股股东及实际控制人不存在筹划与中金公司进行合并重组的事项。

当时,两家公司刚刚完成高管互换。2023年10月,中国银河原董事长陈亮空降成为中金公司董事长,而中金公司背景的王晟升任银河证券董事长。履历显示,王晟2022年7月才加入中国银河,此前在中金公司担任多个要职。

此后,中金公司、中国银河之间的人员调动也较为密集。2024年3月,中金公司原投资银行部董事总经理马青海已奔赴中国银河证券,其职位为投行委执行主任,主管股权业务。2024年12月,中金公司原投资银行部

消费组联席负责人、董事总经理杨素兰离任,加盟银河证券,任银河国际副行政总裁。

券商格局或将生变

尽管“中金+银河”合并未落地,但该传闻已引发业界关注。

从业务构成来看,两家券商各有侧重。中国银河以零售业务见长,财富管理业务相对具有一定优势,股票经纪、金融产品代销、信用业务及期货业务位居行业前列。中金公司的优势业务则主要体现在投行、投研以及跨境业务。

截至2024年第三季度末,中国银河总资产规模达到7479.18亿元,中金公司为6553.80亿元。

去年前三季度,中国银河营业收入270.86亿元,净利润69.64亿元;中金公司营业收入134.49亿元,净利润28.58亿元。

在监管部门的鼓励推动下,券商并购重组升温,进入2025年,多个案例有了实质性进展。

今年1月,“国君+海通”并购案正式获证监会批复,两家券商进入实质整合阶段,海通证券于今年3月4日正式退市。随着“国泰+海通”并购进展加速,头部券商的竞争格局或将生变。

截至去年第三季度末,国泰君安总资产达9319.48亿元,海通证券总资产为6932.37亿元。

“国泰+海通”合并后总资产规模将跃升至1.63万亿元,逼近中信证券的1.73亿元,中信证券“券商一哥”的地位或面临挑战。

今年2月,“西部+国融”合并获证监会反馈,证监会依法受理有关股权变更的申请。同时,“国联+民生”并购重组完成A股证券简称的变更。

除此之外,2024年11月,中信证券、中信建投总经理“互换”,也曾引发合并传闻。

但有业内人士指出,中信证券隶属于中信集团,而中信建投实控人为北京国资,两者的控股股东差异是合并的阻碍之一。■

广告收入超20亿元 同花顺2024年净利增三成

时代周报记者 谢怡雯 发自上海

2月24日晚,互联网金融信息服务商同花顺(300033.SZ)年报出炉。该公司2024年实现营收41.87亿元,同比增长17.47%;归母净利润18.23亿元,同比增长30.00%。Wind数据显示,其2024年整体销售毛利率和销售净利率分别为89.41%、43.55%。

同花顺的经营业绩与证券市场景气度高度相关。2024年第三季度,其营收、归母净利润分别为9.45亿元和2.88亿元。但受益于第四季度证券市场快速回暖,资本市场交易活跃度活跃,投资者对于金融信息服务需求快速上升,同花顺第四季度的营收、净利润分别达到18.52亿元、11.72亿元,占全年比例分别为44.24%、64.30%。

值得一提的是,同花顺的年度分红预案也随年报一起出炉。2024年度利润分配预案显示,同花顺拟向全体股东每10股派发现金30元,预计派发现金总额16.13亿元,这一年度分红总额创下了同花顺的分红新高。目前尚需提交股东大会审议。

2021—2023年度,同花顺分别以每10股派发现金18元、25元以及22元,分红总额分别为9.68亿元、13.44亿元和11.83亿元。

2月24日,针对业绩相关问题,时代周报记者联系同花顺,截至发稿未获得相关回复。

去年“9·24”以来,大金融板

块经历了多轮上涨。截至今年2月25日,同花顺报311.66元/股,下跌1.58%,区间涨幅达203.82%。此外,同为互联网金融信息服务商的指南针(300803.SZ)、东方财富(300059.SZ)、大智慧(601519.SH),在此期间的涨幅分别为153.62%、120.88%、55.82%。

广告业务收入大增近50%

分业务来看,同花顺四大业务板块分别为广告及互联网业务推广服务、增值电信业务、软件销售及维护服务、基金销售及其他交易手续费等业务。

2024年,上述四大业务板块分别贡献营收20.25亿元、16.16亿元、3.56元和1.90亿元,前两大业务分别同比增长49.00%、5.70%,后两项业务则分别同比下滑18.61%、20.50%。

其中,广告及互联网业务推广服务的毛利率最高,达到94.57%,且该部分业务占营收比为48.36%,已接近一半。

对于各业务板块的变化情况,同花顺在年报中表示,广告及互联网业务推广服务同比增长49.00%,主要是由于证券市场回暖,客户对广告及互联网业务推广需求提升,且公司产品与大模型技术深度融合,产品竞争力不断提高,平台活跃度上升,广告转化提升所致。

下滑的业务方面,其软件销售及维护收入减少18.61%,同花顺称,主要是报告期内随着券商信创升级逐渐完成等原因,相应的业务需求减少

所致。此外,基金销售及其他交易手续费等其他业务下降20.50%,同花顺表示,虽然基金代销业务基本保持稳定,但其他交易业务因市场环境变化,客户需求减少。

2024年,同花顺的销售模式更聚焦于线上渠道,来自线上的销售收入占营收比提升至91.50%,相比2023年增加3.78个百分点。

去年研发投入近12亿元

根据同花顺2024年半年报,截至2024年6月30日,其金融服务网累计注册用户约6.25亿人。

据平安证券研报数据,同花顺APP长期位列证券应用类APP活跃度排名第一的位置,并且APP支持接入的券商数量也远超同类型APP。

以2024年11月为例,当月同花顺APP月活人数达到3783万人,而同类型的第三方证券应用类APP,如东方财富、大智慧、雪球以及腾讯自选股在该月的月活人数分别为1866万人、1259万人、399万人和1377万人。

时代周报记者通过查询同花顺APP发现,目前该APP支持接入的开户券商数量已达到88家。据平安证券统计,截至2025年1月,通达信、大智慧、雪球分别支持的开户券商数量为47家、36家和12家,东方财富和指南针则仅分别支持旗下东方财富证券和麦高证券。

平安证券分析指出,同花顺拥有庞大的C端用户基础,凭借其流量优势,能够为券商、基金等第三方机构提供引流服务。基于庞大的用户数量、

活跃的月活人数以及广泛的合作渠道网络,同花顺在广告业务的收入规模远超同业。

由于东方财富和大智慧尚未披露2024年年报,以2023年数据作为参考,同花顺的广告收入为13.59亿元;东方财富、大智慧、指南针2023年的广告收入则分别为0.64亿元、0.55亿元和0.38亿元。

研发投入方面,同花顺的研发投入费用在互联网金融信息服务商中较高。

2022—2024年,同花顺的研发费用分别为10.67元、11.79亿元和11.93亿元,占营收比例均超过28%。指南针2024年的研发费用为1.63亿元,占营收比例为10.63%。东方财富、大智慧2023年的研发费用分别为10.81亿元、2.10亿元,占当年营收比分别为9.75%、26.99%。

同花顺在2024年年报中表示,公司将坚定以金融信息服务为核心,围绕人工智能大模型、AI Agent等关键技术深度攻坚。

今年以来DeepSeek持续火爆,各大金融机构迅速表示进行接入。在互动平台上,有股民向同花顺提问,公司的人工智能大模型“问财”是否与DeepSeek建立合作?

同花顺对此表示,公司始终关注人工智能领域的最新进展,并紧跟全球技术趋势。目前,公司正在积极跟踪和探索包括Deepseek大模型在内的前沿AI技术,并逐步将其应用于同花顺的业务和产品中,以进一步提升服务能力和用户体验。■

“科技牛”将至？ 机器人ETF越涨越买

时代财经 金子莘

香港又传利好消息！
2月26日，港股三大指数高开高走，截至当日收盘，恒生指数涨3.27%，恒生中国企业指数涨3.46%，恒生科技指数再度大涨4.47%。

2月26日盘中，香港特区政府财政司司长陈茂波发布系列举措，涉及人民币贸易融资流动资金安排、特专科技和生物科企筹融资发展、内地和香港在电子支付的联通等多重利好。受上述消息提振，香港资本市场当日再度暴力拉升，年内涨幅已相对可观，截至当日收盘，恒生科技指数年内涨幅已高达33.25%，创两年新高。

资金面却呈现出不同景象，资金从部分估值高位ETF流出，部分滞胀板块反而出现资金流入。2月26日尾盘大幅拉升的券商板块也是年内份额流入较大的板块之一。

一系列利好刺激，港股再度大涨

港股市场目前仍在持续上行通道。
2月26日盘面，科技、互联网头部公司普涨，美团涨超9%，京东涨超8%，哔哩哔哩、小米维持涨势，继续大涨5.83%，阿里巴巴涨超4%。尾盘，中资券商板块整体拉升，中金公司短线急拉，截至收盘涨19.09%，中国银河涨17.25%；内房股同样大涨，世茂集团收盘涨26.97%。

一名分析人士表示：“市场今日（2月26日）热度空前与香港发布的系列利好有关，此次发布的政策涉及方方面面，对于优化A股、H股市场联通有重要意义。”

具体来看，香港特区政府财政司司长陈茂波表示，将优化双重主要上市及第二上市门槛，以及检讨市场结构，包括研究设立退市后场外交易机制；香港将确保于年底前在技术上兼容T+1结算周期；全速推进人民币柜台纳入港股通；多家来自东盟国家的企业正申请在香港上市。

陈茂波还提到，金管局将推出人民币贸易融资流动资金安排，总额度1000亿元人民币。为推动更多股票以人民币交易，提升市场流动性，两地正就落实人民币交易柜台纳入港股通，全速进行技术准备。此外，港交所正推进单股多柜台安排，包括双柜台股票使用同一国际证券识别码，以提升交易结算效率。政府亦已就人民币柜台交易以人民币缴交股票印花税，进行准备工作，希望在明年提出立法建议。

在支付方面，为推进内地和香港在电子支付方面的联通，中国人民银行与金管局正积极落实跨境快速支付系统的互联，为内地和香港居民提供全天候实时小额跨境汇款服务，预计最快在今年年中推出。

近日，有“华尔街最准分析师”之称的美国银行首席策略师Michael Hartnett也在最新报告中称，全球投资格局可能发生转变——美国股票相对于其他地区的领先地位正在削弱，投资者可能会更多地关注中国、德国、日本和韩国等市场，特别是在全球PMI开始回升的情况下。

短期存在畏高情绪，长期维持看好

过快上涨的港股带来了些许畏高情绪，从年内资金流向来看，高估值板块、过热资产现大额资金流出，部分滞胀板块获得资金青睐。但也有资深港股投资者认为：“短期热点板块由于上涨较快存在压力，长期来看，恒生科技等资产优质，估值并不贵。”

时代财经从Wind数据导出了近期份额流出及流入前五的ETF基金，恒生互联网ETF是年内份额流出最大的ETF基金，合计流出190.34亿份；其次是科创50ETF，流出169.33亿份；恒生科技指数ETF、中概互联网ETF、科创板50ETF紧随其后，位居份额减少ETF前几位，分别流出64.10亿份、56.32亿份及45.12亿份。

份额增长最多的则是机器人ETF，年内份额增长42.06亿份；其次



是人工智能ETF，份额增长41.60亿份；排在前五位的还有港股创新药ETF、富国中证A500ETF及证券ETF，份额分别增长34.66亿份、31.71亿份及24.92亿份。在上述份额增长较多的ETF中，证券ETF年内呈现跌势，2月26日板块上涨后，年内仍跌1.79%。

事实上，恒生互联网ETF涨势非常亮眼，年初至今涨幅为28.30%，恒生科技指数ETF、中概互联网ETF年初至今涨幅更是分别高达34.37%和30.87%。机器人ETF同样涨势如虹，年初至今已录得32.13%正收益，人工智能ETF及港股创新药ETF年内同样分别斩获20.00%及21.93%的正回报。

对于上述资金面情况，一名交易

金融资产达数百万元的资深投资人向时代财经介绍称：“资金流出港股互联网并不代表不看好这个板块，而是目前短期内积累太大涨幅，可能有阶段性调整的空间。”

上述投资人还表示，目前港股拥有更优质的互联网资产，这些互联网大厂由于DeepSeek的突破开始了新一轮的资本扩张。“我仍旧维持看好，我也没有卖出恒生科技ETF，年后的持仓已经获利30%了。A股机器人板块也值得关注，部分机构投资者不能买港股，所以港股的市场相对A股空间仍旧有限。”

对于技术的发展，机构人士普遍认为，AI是“第四次技术革命”。

某公募基金高层人士向时代财

经分析道：“资本市场前三次技术革命是互联网、移动互联网、新能源，创造了很多10倍、100倍的公司，AI是第四次技术革命，AI同样会创造很多10倍、100倍的公司。”

上述公募基金人士同时认为，此前市场更关注纳斯达克标的，是因为国内市场尚未出现先进模型和算力，而DeepSeek的出现改变了这个局面。“先进模型有了，算力也不是非英伟达不可，后续将有大量的AI应用落地，而国内丰富的应用场景和高效落地的市场会改变目前的技术局面。”

在目前标的选择方面，上述公募基金人士还认为，“第一是芯片，第二是云，第三是智能驾驶，应用具体落地，应该是下一波。”■

技术革命

法巴租赁首次拟减持江苏金租 套现资金用于投资江苏法巴金租

时代周报记者 刘子琪 发自北京

法巴租赁首次拟减持江苏金租（600901.SH）。
2月24日晚，江苏金租发布公告称，法巴租赁计划在2025年3月3日至2025年6月2日期间，通过集中竞价方式减持其所持有公司股份，合计不超过3035万股，占总股本的0.52%。

按照2月25日收盘价4.91元/股测算，上述股权套现金额约为1.49亿元。江苏金租表示，法巴租赁将根据监管政策、市场情况、公司股价等情形决定是否实施及如何实施本次股份减持计划。本次减持计划的实施存在不确定性。

目前，法巴租赁持有江苏金租2.14亿股股权，占总股本比例为3.69%。其中，1.52亿股为江苏金租IPO前取得，0.61亿股根据江苏金租2022年度利润分配方案每10股转增4股而取得。

持股超11年首次减持

这是法巴租赁首次拟减持江苏金租股份。
江苏金租前身为成立于1985年的江苏省租赁有限公司。2003年，江苏交通控股有限公司受让原股东惠隆公司持有的江苏金租股权后获得控制权，截至去年三季度末持股比例为21.61%，为其第一大股东。

2008年，江苏金租引入南京银行作为股东，同年公司获得在银行间同业拆借市场开展拆借业务的资格。

2013年8月，江苏金租注册资本从21.94亿元增至23.47亿元。其中，法巴租赁以2.82亿元的价格认缴本次新增注册资本。增资后，法巴租赁成为江苏金租第七大股东，持股比例为6.50%。

法巴租赁于1963年3月21日在法国巴黎成立，是法国巴黎银行集团股份有限公司专业从事租赁业务的子公司，经营范围包括融资租赁业务、经营性租赁业务、租赁设备管理等。

2018年，江苏金租正式在上交所上市，目前仍为国内首家及唯一在A股主板上市的金融租赁公司。IPO后，法巴租赁持股比例变为5.11%。

2024年1月，江苏金租发布公告称，法巴租赁持有的江苏金租股份因江苏金租可转债转股被动稀释，持股比例由原5.11%变动为4.98%。

截至2024年三季度末，法巴租赁持股比例已被稀释

为3.70%，持股数仍为2.14亿股。

值得一提的是，法巴租赁选择减持江苏金租股份的日期，与江苏金租往年派息日相近。这就意味着，此次减持落地后，法巴租赁今年获得的分红会缩水。

最近5年，江苏金租派息日分别为2020年6月22日、2021年5月11日、2022年5月30日、2023年6月29日、2024年6月14日。从每年分红方案来看，5年来法巴租赁从江苏金租获得的分红约为2.57亿元。

套现资金将用于江苏法巴金租

关于此次拟减持原因，江苏金租在公告中表示，法巴租赁减持所得资金将用于进一步扩大对江苏法巴金租的投资。

江苏法巴金租全称为江苏法巴农科设备金融租赁有限公司，于2024年7月获准开业。根据批复，江苏法巴金租可转让和受让融资租赁资产、接受承租人的租赁保证金，开展农业、科技融资租赁业务、租赁物变卖及处理业务等。江苏法巴金租由江苏金租和法巴租赁合资成立，注册资本为10亿元，出资比例分别为55%和45%。

值得一提的是，江苏法巴金租是全国首家获批的中外合资金融租赁专业子公司，也是全国第一家专业服务农业和科技行业的金融租赁公司。

在此之前，我国已有8家金融租赁专业子公司成立，分别是工银航运金租、工银航空金租、交银航空航运金租、华融航运金租、招银航空航运金租、国银航空金租、建信航运航空金租、民生航空航运金租。

盘古智库高级研究员江瀚对时代周报记者表示，法巴租赁的减持行为并非单纯的退出或减少投资，将所得资金用于投资江苏法巴金租的情况下，法巴租赁对于江苏法巴金租的持股比例可能会增加。

根据监管规定，租赁专业子公司的设立有着严格的股权结构要求。金融租赁公司设立专业子公司原则上应当100%控股，有特殊情况需要引进其他投资者的，金融租赁公司的持股比例不得低于51%。引进的投资者需要在专业子公司经营的特定领域有所专长，在业务开拓、租赁物管理等方面具有比较优势。

江苏金租曾表示，选择与法巴租赁合资设立子公司，可以进一步调动法巴租赁的积极性，更快更好吸收法巴租赁先进的租赁经验，提升其专业化水平。■

川发龙蟒拟控股饲料添加剂龙头 天宝公司此前冲击IPO未遂

时代财经 周立

2月25日晚间,四川国企川发龙蟒(002312.SZ)公告称,为进一步提升公司在磷酸钙盐饲料添加剂行业的市场竞争力,公司全资子公司南漳龙蟒磷制品有限责任公司(以下简称“南漳龙蟒”)拟通过股权收购方式控股天宝动物营养科技股份有限公司(以下简称“天宝公司”)。

公告显示,本次川发龙蟒拟以4.32亿元收购周荣超、周吕差、周荣敏等合计持有的天宝公司60%股份。交易完成后,公司将间接持有天宝公司60%的股份,天宝公司将纳入公司的合并报表范围。

天宝公司系国内磷酸钙盐饲料添加剂行业头部企业,主要从事磷酸钙盐饲料添加剂产品的研究、生产及销售,主营业务产品主要为饲料添加剂磷酸氢钙(DCP)、磷酸氢钙III型(MDCP,即磷酸一二钙)和磷酸二氢钙(MCP)。

根据招股书,截至2023年7月,天宝公司具备主营业务产品45万吨/年DCP产能和25万吨/年MCP产能(含MDCP),以及生产过程中所需的中间品30万吨/年磷酸产能(含7.5万吨/年净化磷酸)、50万吨/年硫精砂制酸产能、20万吨/年活性氧化钙产能。

根据国内饲料行业生产习惯,DCP主要用于生产猪、肉禽、蛋禽及反刍动物饲料。根据《2022年全国饲料工业发展概况》,在饲料行业产品结构中,猪饲料占比为44.99%,该产量对DCP有一定影响。

自2019年四季度起,生猪行业一改非洲猪瘟期间存栏量快速下降的情况,存栏量进入增长阶段,天宝公司营收也因磷酸钙盐饲料添加剂需求增长而水涨船高。

从招股书中的财务状况来看,2020—2022年,天宝公司营收和净利润双增,其中扣非归母净利润从2239.95万元增至12101.99万元,两年暴涨440.28%;主营业务毛利率更是从11.22%涨至20.24%。从细分产品来看,磷酸钙盐饲料添加剂产品营收从2020年的8.46亿元增至2022年的12.92亿元,其间每年贡献八成以上的营收,可谓是天宝公司的“顶梁柱”。

与此同时,天宝公司也成为温氏



股份、嘉吉集团、新希望、正大集团、海大集团、双胞胎集团、正邦科技、大北农等多家饲料集团的核心供应商。

业绩亮眼,也让天宝公司萌生IPO的心思。其在2023年3月冲击IPO,欲募集7.03亿元用于饲料级磷酸盐转型升级配套制酸及余热综合利用项目、研发中心项目以及补充流动资金。

然而仅仅持续8个月,天宝公司便撤回发行上市申请文件,终止IPO。伴随终止IPO而来的是,天宝公司业绩下滑。

随着猪周期磨底持续,生猪行业能繁母猪产能去化加速,天宝公司的业绩也紧随大落,2023年及2024年,天宝公司净利润分别为3174.60万元、-19961.77万元,同比分别下滑73.60%、728.80%。

对于2024年度亏损,天宝公告解释称,系对二氢钙生产线、其他资产合计计提减值2.74亿元所致,剔除前述影响后,2024年度天宝公司整体经营净利润为3836.11万元。“收购完成后,公司将根据市场情况发挥存量产能作用。”川发龙蟒表示。

关于二氢钙生产线计提减值的具体原因,时代财经致电川发龙蟒和

天宝公司,截至发稿,暂未获得回复。

“磷酸二氢钙近两年价格整体呈现先降后震荡偏强的趋势,主要受到成本端的驱动,在供需调节过程中,2024年价格开始短暂性地脱离成本压制。”卓创资讯分析师史高燕在接受时代财经采访时表示,具体来说,两年内价格低点位于2023年7月,市场均价达3125元/吨,主要是由于原料硫酸价格下行,成本支撑无力的同时,下游需求提振无力,持续拉低价格;两年内价格高点位于2024年12月,市场均价达4183元/吨,主要是由于厂家控制库存低位来调节供需关系,使需求淡季下价格依旧坚挺。

“考虑到原料成本走势与场内供需关系,目前磷酸二氢钙价格仍处于上行阶段,但受到相关品磷酸一二钙和磷酸氢钙价格走势的制约,整体上行幅度相对有限。”史高燕称。

对于磷酸钙盐饲料添加剂未来价格趋势,隆众资讯磷酸二氢钙行业分析师张铭泽表示,从短期来看,原料端硫酸上涨幅度较大,原料成本支撑,厂家库存低位,下游处于刚需补库阶段,生产厂家提价,预计近期价格会处于偏强;从长期来看,由于磷矿资源稀缺性加剧,政策淘汰落后产

能推高行业集中度,价格将震荡上行。

史高燕预计,磷酸氢钙价格未来三年整体预计呈现震荡偏弱的走势,而2025年行业在开门红的情况下,年内价格高点或位于3—4月,价格低点位于7—8月,预计全年磷酸氢钙均价为2721元/吨,同比上涨3.62%,环比涨幅缩窄5.19个百分点。

那么此时选择收购磷酸钙盐饲料添加剂企业是否为良机?

史高燕表示,从产能来看,行业内仍旧处于产能过剩阶段,个别企业常年未开工或维持低开工负荷,该行业处于红海阶段;从行业格局来看,行业内产能集中度呈现增强趋势;从成本制约来看,磷酸氢钙主要原料(磷矿石、硫酸)成本近些年均处于高位状态,压缩了企业的利润空间,行业内拥有氢钙布局的企业大都有自有原料资源或其他企业优势,同时未来磷石膏处理成本的增加,又将是企业需要面临的一大难题,会削弱利润水平。

“2023—2024年是布局期,优先选择磷矿自给率高、环保合规、布局海外市场的标的。”张铭泽对时代财经表示,磷酸钙盐行业短期价格趋稳,长期看涨,当前收购需聚焦资源掌控力与政策适应性,谨慎筛选标的。■

“氢能第一股”开启同业并购 欲收购旭阳氢能

时代财经 何明俊

“氢能第一股”亿华通(688339.SH)停牌。

根据亿华通2月26日晚公告,公司正在筹划以发行股份的方式购买定州旭阳氢能有限公司(下称“旭阳氢能”)的100%股权及资产同时募集配套资金,预计停牌时间不超过5个交易日。

作为“氢能第一股”,亿华通突然发出的并购公告引起资本市场关注。要知道,这是亿华通上市以来首次在氢能领域进行的大型并购交易。

旭阳氢能是全球最大的独立焦炭生产商及供应商中国旭阳集团(01907.HK)的子公司,旭阳集团亦在2月27日上午披露了此次交易的相关公告。

根据旭阳集团官网信息,公司现已建成投产4条合计24吨/天的高纯氢产线,成为全国第五、京津冀最大高纯氢生产商及供应商;建成投运3座加氢站;形成稳定的制—储—运—加—用全产业链盈利模式。

“公司与主要交易对方旭阳集团签署了《合作意向协议》。本次交易的标的资产范围、具体交易方式、交易方案、股份发行价格、标的资产作价等安排由交易各方协商确定。上述协

议为交易各方就本次交易达成的初步意向,本次交易的具体方案将由交易各方另行签署正式文件确定。”亿华通在公告中表示。

2月27日,就并购旭阳氢能等问题,时代财经联系亿华通和中国旭阳集团,截至发稿未获回复。

“亿华通主要是做氢燃料电池,旭阳氢能更全面一点,制氢、储运、加氢、应用和研发端都是有布局的。”有氢能行业资深人士在接受时代财经采访时说,“看来亿华通是想通过并购实现全产业链布局,而且旭阳氢能在北京冀地区有一定的市场基础和客户资源,这对亿华通来说很重要。”

财报显示,亿华通的主要产品是燃料电池系统,目前应用于客车、物流车等商用车型,宇通客车、北汽福田等商用车企业都与亿华通有着合作关系。据时代财经了解,旭阳氢能成立于2020年,依托旭阳集团的副产品氢气资源,已布局制氢、储运、加氢站及氢能重卡线路,并拥有研发实验室。

“亿华通可能会通过旭阳氢能开启新的业务板块,整合上下游资源,既能扩大市场份额,也能通过业务协同降低成本。”上述氢能行业资深人士表示,“亿华通在氢燃料电池发动机等领域有技术优势和市场应用渠道,可帮助旭阳氢能加速技术转化和应用,将研发成果更快地推向市场,实

现商业价值。”

中汽协数据显示,2024年全年,全国燃料电池汽车产销数据分别为5548辆和5405辆,同比分别减少10.4%和12.6%。从应用场景看,中国燃料电池汽车应用场景已由前期单一的公交领域商业化示范应用向公交、环卫、城市物流配送、冷链运输、渣土运输、大宗货物等多场景示范应用转变,同时也在船舶、热电联供等新领域展开应用。

事实上,中国高度重视氢能与燃料电池汽车的发展。2021年,氢能列入《国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》的未来产业布局,成为我国能源战略布局的重要部分。《氢能产业发展中长期规划(2021—2035年)》《国家创新驱动发展战略纲要》《能源技术革命创新行动计划(2016—2030年)》《新能源汽车产业发展规划(2021—2035年)》中均明确了氢能与燃料电池产业的战略地位。

只不过,氢能产业作为未来产业,当前仍然处于商业化初期阶段。

根据亿华通业绩预告,2024年其亏损或进一步扩大,预计归母净利润亏损3.7亿~5.2亿元,同比减少52.14%至113.81%;预计扣非归母净利润亏损4.7亿~6.3亿元,同比减少63.29%~118.87%。

实际上,亿华通自上市以来持续亏损。财报数据显示,2020—2023年,亿华通归母净利润分别为-0.23亿元、-1.62亿元、-1.67亿元和-2.43亿元。结合2024年业绩预告来看,目前,尚未有明确迹象显示亿华通可扭亏为盈。

亿华通在业绩预告中解释称,当前燃料电池行业尚处于商业化的初期阶段,市场的产销规模总体偏小,叠加2024年国内燃料电池汽车产销量呈现同比下滑的态势,使得报告期内公司的营业收入同比减少,且报告期内对应收款项计提的信用减值损失金额同比增加。上述情况综合起来,进一步加剧了公司的经营亏损。

时代财经注意到,截至2024年三季度末,亿华通账上货币资金仅有5.85亿元,应收款项高达17.13亿元。

有投资者在互动平台上网及应收款项相关问题,对此,亿华通表示,受燃料电池补贴政策发放影响,燃料电池汽车生产企业在销售产品时按照扣减补助后的价格与消费者进行结算,中央或地方财政部门再按程序将企业垫付的补助资金拨付给生产企业,导致燃料电池企业普遍存在应收账款较大且回款周期较长的情况。

“(这笔并购)也可能给亿华通带来压力。”上述氢能行业资深人士说,“它这几年一直在亏损,如果是通过增发股份,也会稀释现有股东权益。”■

44.99%

5.85亿元

安孚科技逾11亿元加码南孚电池 电池业务贡献近九成营收

时代周报记者 张汀雯 发自上海

11.52

亿元



近日，安孚科技（603031.SH）披露其重组事件新进展，为加强控制福建南平南孚电池有限公司（以下简称“南孚电池”），拟收购安徽安孚能源科技有限公司（以下简称“安孚能源”）31.00%股权。

本次交易对价为11.52亿元，同时将向不超过35名特定对象发行股份募集配套资金，不超过3.80亿元。

时代周报记者注意到，较前次收购方案，今次交易对价从此前的13.01亿元调减至11.52亿元，配套募集资金也从此前不超过4.20亿元调减至不超过3.80亿元。

目前，安孚科技的盈利对南孚电池依赖较大。据安孚科技2023年年报，其电池制造业务贡献营收38.47亿元，占到总营收的89.10%。

2024年，安孚科技预计归母净利润同比增长36.41%~53.68%。其表示，业绩预增的主要原因系南孚电池多措并举，降本增效以及积极拓展海外业务；持有南孚电池权益比例进一步提升；以及偿还了部分银行并购贷款降低了财务费用。

同时，此前为收购南孚电池，安孚能源控股子公司宁波亚锦科技股份有限公司（以下简称“亚锦科技”）尚有股份在质押中。为进一步了解此次交易的细节，2月28日，时代周报记者致电安孚科技证券部，截至发稿，未获回复。

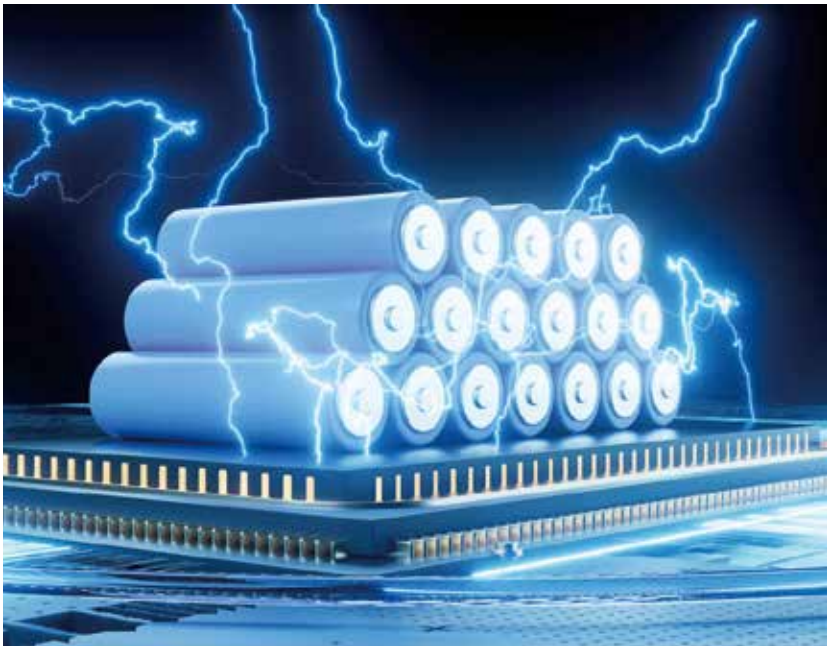
调减交易对价及配套募集资金

2月26日盘后，安孚科技公告，拟以发行股份及支付现金的方式购买九格众蓝、袁莉、华芳集团、张萍、钱树良和新能源二期基金持有的安孚能源31.00%的股权，交易对价为11.52亿元。同时，拟向不超过35名特定对象发行股份募集配套资金，不超过3.80亿元。用于支付本次交易现金对价、中介机构费用以及标的公司的银行借款偿还。

其中，标的公司安孚能源持有亚锦科技51%的股份，亚锦科技的核心资产为其控制的南孚电池。安孚科技持续推进交易的目的是为了提高对南孚电池的控制力和权益比例。

本次交易前，安孚科技持有安孚能源62.25%的股权；交易完成后，安孚科技将持有安孚能源93.26%的股权。

截至评估基准日，安孚能源



100%股权评估值为41.97亿元，其中31.00%股权的评估值为13.01亿元。从整体交易价格来看，若以评估值为基准，安孚能源31.00%股权的出售价格相当于评估值的88.6%。

不过，由于本次交易中的卖方之一为新能源二期基金，系国有全资企业安徽省三重一创产业发展基金有限公司的子基金，其有限合伙人亦多为安徽省各地方政府投资平台。

因此，根据国有资产交易监管相关规定，新能源二期基金持有的安孚能源股权交易价格不得低于评估值。新能源二期基金持有的安孚能源1.01%股权的交易对价被确定为4242.81万元，与本次交易的评估值相同。

值得注意的是，本次发行股份及支付现金购买安孚能源31.00%股权的交易对方中，九格众蓝为安孚科技实控人控制的蓝盾光电持有52.63%有限合伙份额的企业，新能源二期基金为安孚科技前董事长夏柱兵实际控制的企业，华芳集团为曾持有安孚科技5%以上股份的股东秦大乾实际控制的公司。

此外，本次交易业绩承诺相关条款规定，若于2025年内完成交易，则安孚能源2025—2027年实现净利润（为扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润）分别不低于3.51亿元、3.77亿元、3.98亿元。

这也并非安孚科技第一份收购安孚能源的方案。时代周报记者注意到，今次方案中的业绩承诺条款较前次方案有所调整。前次方案中，安孚能源的业绩承诺为2024—2026年累

计实现净利润不低于10.50亿元，平均每年约3.50亿元。

除了业绩承诺条款调整之外，今次方案中的配套募集资金从此前不超过4.20亿元调减至不超过3.80亿元，交易对价也从此前的13.01亿元调减至11.52亿元。

此前为收购南孚电池，亚锦科技尚有股份在质押中。

2022年，安孚能源收购亚锦科技36%股份和15%股份时，分别向中国农业银行庐江县支行、中国工商银行南平分行、中国光大银行合肥分行申请了并购贷款，并向其质押了14.08亿股亚锦科技股份有限公司（占亚锦科技总股本的37.55%），占安孚能源持有亚锦科技股份有限公司的73.64%。

业绩增长依赖南孚电池

在2022年1月前，安孚科技主要从事自营百货零售业务，包括购物中心、超市、家电专卖店等。

在百货市场竞争激烈的情况下，2022年1月，安孚科技将原有业务置出，并收购亚锦科技36%股份，取得亚锦科技15%股份对应表决权委托，从而获得亚锦科技控制权，转行跨入消费电池。

2022年5月，安孚科技又进一步收购了亚锦科技15%股份，持有亚锦科技的股权比例提升至51%。其中，安孚科技收购亚锦科技36%股份时的价格为24亿元，收购亚锦科技15%股份时的价格为13.5亿元。

尽管所费颇多，但收购南孚电池

对安孚科技的业绩改善效果确实是立竿见影的。2022年，安孚科技开始扭亏为盈，当年即实现归母净利润8160.87万元。

不过，受限于资金实力，彼时的安孚科技系通过设立控股子公司安孚能源以引入少数股东投资的方式筹措收购所需资金，并以非全资子公司安孚能源作为收购亚锦科技合计51%股份的收购主体，从而导致对于核心资产南孚电池的权益比例较低。

这也是安孚科技持续筹划进一步收购安孚能源股权的重要原因。

2023年12月，安孚科技再次收购了宁波正通博源股权投资合伙企业（有限合伙）、宁波睿利企业管理合伙企业（有限合伙）持有的安孚能源合计8.09%股权。

目前，安孚科技持有的南孚电池的权益比例仅为26.09%，亟待通过收购的方式提高对南孚电池的权益比例，进一步提升公司的持续盈利能力。

若本次交易能顺利落地，安孚科技所持南孚电池权益比例将提高至39.09%。

南孚电池作为亚锦科技的核心资产，主要从事电池研发、生产和销售，也是消费类电池的知名品牌。2022年、2023年及2024年上半年，南孚电池分别实现营收37.13亿元、43.18亿元和23.13亿元，分别实现净利润7.88亿元、8.41亿元和4.89亿元，盈利能力较强。

此外，南孚电池还在持续扩产，计划新增4条10亿只产能碱性电池生产线，截至今年1月，有1条产线已经投产，其余3条产线预计今年第一季度可以完成并投入使用。

目前，安孚科技的盈利对南孚电池依赖较大。据安孚科技2023年年报，其电池制造业务贡献营收38.47亿元，占到总营收的89.10%。

据安孚科技业绩快报，其预计2024年度归母净利润1.58亿~1.78亿元，同比增长36.41%~53.68%。

安孚科技表示，2024年业绩预增的主要原因系南孚电池多措并举，降本增效以及积极拓展海外业务；持有南孚电池权益比例进一步提升；以及偿还了部分银行并购贷款降低了财务费用。

同时，安孚科技还在向芯片等领域寻求新布局，其子公司安徽启睿创投有限公司于2024年12月注册成立了安徽启睿芯超企业管理合伙企业（有限合伙）。安孚科技表示，该合伙企业将积极寻找投资与并购机会，特别是在芯片等新质生产力领域。■

银浆龙头增收不增利 聚和材料寻求新业绩增长极

时代周报记者 张汀雯 发自上海

2月24日晚，银浆龙头聚和材料（688503.SH）发布2024年业绩快报，呈现出增收不增利的局面。

在2024年，白银价格也创下了历史新高，银浆价格随之上涨，对此，2月25日，聚和材料证券部有关工作人员向时代周报记者表示，公司光伏导电浆料主要采用“银价+加工费”模式定价，因此当银价上涨会提升销售额，虽然毛利率有所压缩，但单位毛利仍有望维持稳定。

当前，光伏行业技术竞争激烈，N型TOPCon、HJT、BC、钙钛矿叠层等技术路线均在加速商业化突破。

同日，隆众资讯光伏分析师方文正向时代周报记者表示：“这些技术的普及可能会对传统的光伏银浆企业带来一定的冲击。因此，光伏银浆企业需要在技术创新和成本控制上做出更多努力，以应对行业变化带来的挑战和机遇。”

光伏行业竞争加剧，银浆龙头增收不增利

2024年，聚和材料实现营业总

收入125.14亿元，同比增长21.61%；实现归母净利润4.19亿元，同比下降5.24%，呈现出增收不增利的局面。

聚和材料表示，由于光伏行业进入洗牌阶段，部分客户回款不及预期，公司综合判断应收账款回收风险，审慎计提相关坏账损失，影响部分利润。

聚和材料主要产品为太阳能电池用光伏导电银浆。目前，在光伏电池的成本结构中，银浆成本占比约10%，仅次于硅片。

2月25日，方文正向时代周报记者表示，TOPCon和HJT电池片是当前光伏银浆用量较大的技术路线。特别是TOPCon电池，其背面有高掺杂多晶硅薄层，需要开发专门的浆料来接触多晶硅层并降低金属诱导复合速率，因此银浆的用量较大。

方文正进一步指出，随着技术的升级，光伏行业的“少银化”和“去银化”趋势正在加速推进。多主栅技术（MBB）和0BB技术的发展可以有效降低银浆的单耗量。例如，0BB技术可以减少金属栅线的数量，降低单片银耗5%~10%。结合30%银包铜浆料，异质结电池的最终银浆成本预计可以降低到0.03~0.04元/W。0BB技术的导入虽然可以减少银浆用量，

但影响相对有限。HJT电池的银浆用量也可能通过“银包铜+0BB”技术降低。两种电池技术渗透率提升是一个渐进过程，所以短期内银浆用量的下降幅度不会太大。

当前，光伏行业技术竞争激烈，N型TOPCon、HJT、BC、钙钛矿叠层等技术路线均在加速商业化突破。方文正认为，光伏技术路线的发展将给光伏银浆企业带来需求提升、技术升级压力、盈利能力提升以及市场竞争加剧等多方面的影响。

比如铜浆料、激光转印等方面，特别是HJT电池由于其低温工艺，推动了降银和去银技术的发展，如银包铜和铜电镀等技术。

有募投项目延期，向非银浆业务发力

东兴证券预测，在N型电池替换叠加光伏装机持续进行的趋势下，光伏用银需求仍在上行周期。2025—2027年间全球光伏用银消耗量或分别达到7560吨、7934吨、8156吨，年同比增速分别为4.8%、5.0%、2.8%。

或受光伏银浆市场未来预期向好影响，今年还有其他上市公司开始跨界布局光伏银浆板块。1月，主营业务为水务、环保的海天股份计划跨界

收购贺利氏光伏银浆事业部，交易基础价格为5.02亿元人民币（含债权）。

然而，尽管市场前景乐观，聚和材料仍面临着一些不确定性，1月8日，聚和材料将旗下两项募投项目延期，分别是江苏德力聚新材料有限公司高端光伏电子材料基地项目（以下简称“江苏光伏电子材料项目”）以及专用电子功能材料及金属粉体材料研发中心建设项目（以下简称为“电子金属粉体研发中心项目”）原定投产时间分别是2025年2月和2024年12月，现均延期至2025年6月。

对江苏光伏电子材料项目延期的原因，聚和材料称，一方面，受施工设计、地质条件等因素影响，项目建设施工进度有所延迟；另一方面，公司结合整体规划产线投入进度，为最大程度提高产能利用率，适度放缓了设备购置与安装的节奏。而电子金属粉体研发中心项目延期，则是因为聚和材料考虑该项目还需增加部分设备且安装后设备调试与产线试生产尚需一定周期。

在光伏行业的“少银化”和“去银化”趋势背景下，除银浆外，聚和材料也在铜浆端有所布局。据2024年半年报，聚和材料正在研发MLCC低温

烧结铜端浆项目，预计总投资150.00万元，截至2024年上半年已投资49.12万元。

彼时项目进展显示，已经对棱边开裂问题有所改善，但仍存不足：封端膜厚偏薄时，容易出现缺铜、隐露电极问题；而加厚封端的话，目前客户封端机精度波动大，实际不好控制，因此还在对这个工艺调整优化。

聚和材料对该项目的目标是实现进口铜浆替代，并优先匹配客户量最大的小尺寸规格产品，满足对拉力、镀液渗透和可靠性等要求，实现批量生产。

此外，聚和材料还陆续孵化出银粉、半导体电子浆料及胶黏剂业务，力图打造新的业绩增长极。

银粉方面，其已实现PERC银浆、TOPCon银浆全系列覆盖，单月产能超40吨，产能爬坡完成，已实现部分自供。胶黏剂方面，针对0BB技术工艺开发出的封装定位胶已在相关客户实现规模化量产。

同时，针对BC组件封装要求，推出新型绝缘胶与电池保护胶等产品；电子浆料方面，目前已实现在通信器件、基础电子元件等市场的产品布局及单月吨级量产出货。■

丙类医保目录年内落地能否打通罕见病用药“最后一公里”？

时代财经 张羽岐

与众多高价药的使用一样，罕见病用药支付问题仍然难解。

过去十几年，在政府、药企、医院、患者，以及公益组织等多方的积极推动下，中国罕见病医药行业发展迅速，越来越多罕见病患者的治疗与用药得以保障。2008年2月29日，欧洲罕见病组织（EURODIS）发起并组织了第一届国际罕见病日，并将每年2月的最后一日设置为罕见疾病主题宣传日。今年2月28日是第18个国际罕见病日，主题为“不止罕见”。

时至今日，越来越多的罕见病及其背后的患者被社会大众所了解，政策支持也日益完善，但罕见病患者用药“最后一公里”问题，即如何实现有效且可持续性保障仍然需要多方支持。

日前，国家医保局有关负责人在“保障人民健康 赋能经济发展”主题新闻发布会上透露，2025年年内将发布第一版医保丙类目录（下称“丙类目录”）。国家医保局表示，丙类目录是基本医保药品目录的补充，主要纳入创新程度高、具有显著临床应用价值、患者获益显著，但超出基本医保基本功能定位、过往医保目录暂时无法纳入的产品。其将采纳多种激励措施，积极引导支持惠民型商业健康保险产品将丙类目录药品纳入产品责任保障范围。同时，支持惠民保以及其他商业保险将丙类目录纳入其中。

丙类目录提上日程，也意味着罕见病患者用药支付或又多了一种选择方式。

上海市卫生和健康发展研究中心主任金春林告诉时代财经，丙类医保目录如果落地，将给那些由于价格因素而无法纳入基本医保的药物找到新的出路。尤其是一些罕见病用药，它往往具备创新性、针对病症明确，但价格高昂，其年治疗费用可能达到数十万元至数百万元不等，很难被纳入基本医保，因此需要有其他方式尽力保障患者用药。

金春林同时指出，丙类目录的落地，一方面可以尽可能为使用高价药

物的患者带来福音，但另一方面也要考虑背后商业保险的利益，“商保是讲商业利益的，不能强制高价药物纳入”。

罕见病用药“最后一公里”待解

罕见病是指发病率低、较为少见的疾病，一般为慢性、严重的疾病，常常危及生命。实际上，在中国，《中国罕见病定义研究报告2021》也首次提出了“中国罕见病2021年版定义”，即将“新生儿发病率小于1/10000、患病率小于1/10000、患病人数小于14万的疾病”列入罕见病。但中国尚未有官方层面的罕见病定义。

公开资料显示，目前罕见病种类约7000种，大约占人类疾病种类的10%，全球罕见病患者则约达3.5亿人次。在中国，约2000万患者在与罕见病作斗争。这些疾病往往病情本身就极为复杂，又在诊断、治疗以及用药保障方面存在诸多挑战。

随着罕见病用药保障日益完善，当下，部分罕见病患者的用药也变得更为便捷，尤其在支付方面，国家医保也为部分患者减轻了经济负担。自2019年国家医保目录常态化调整以来，每年都会有罕见病药物通过谈判方式进入医保目录。最新的国家医保药品目录新增91种药品，包含用于治疗肥厚型心肌病的玛伐凯泰胶囊等13种罕见病用药。截至目前，超过90种罕见病治疗药品已纳入国家医保药品目录。

但罕见病群体及罕见病治疗仍然面临诸多挑战，亟待多方去解决。一方面，已经上市的罕见病药物和已经出台的政策和法规还远远不能覆盖所有罕见病群体，仍有很多罕见病患者面临无药可医的困境。另一方面，不止用药和治疗，要想罕见病患者获得更多的权益保障，完善的政策是解决问题的关键之一，而立法则罕见病患者与各方面建立联系的桥梁，让相关问题的解决有章可循、有规可依。

未来丙类目录落地或许能缓解支付难的问题。罕见病患者家属刘染（化名）对时代财经指出，在确诊罕见病之后，他们仍然面临用药“最后一公里”问题。她举例说道：“目前我们



这一疾病的最新用药年治疗费用接近200万元/年，若使用该方式治疗，对不少家庭而言用药负担极大。”

尽管目前有惠民保等部分保险支持，但刘染称在她认识的病友中，目前暂时还没有遇到过走通报销的患者。“无论如何，政策有了，希望相关部门能够解释清楚政策怎么用。这么贵的药，实际上我们没有预期，也不敢轻易地尝试。”

“上述所提到的丙类目录即将落地的消息对我们而言是喜讯，但是希望最后可以落到实处，而非‘象征性覆盖’。”刘染对时代财经指出。

华东某地区三甲医院医生侯君（化名）也告诉时代财经，尽管所设想的丙类目录并非是将高价药物纳入医保报销，但如果部分高价药物有可能纳入丙类目录，对于患者而言，这类药物分类为丙类目录，从医院的住院清单就会有所体现，对后续商业保险承接以及商业保险覆盖也有益处。

商业保险意愿几何？

丙类目录倾向于医保无法买单的药物，尤其是创新性的药物以及罕见病用药，比如有全新靶点的创新药，



或会率先遴选进入丙类目录。尤其是国家医保局也将采取多种激励措施，积极引导支持商业健康保险将丙类目录药品纳入保障范围。

具体来看，国家医保局表示，丙类目录的工作程序拟参照医保目录调整程序，但会发挥好市场主体的决定性作用，保险公司充分参与。丙类目录

的商保结算价格由国家医保局组织保险公司与医药企业协商确定，探索更严格的价格保密措施。同时，国家医保局将探索优化调整支付管理政策，对于丙类目录药品可不计入参保人自费率指标和集采中选可替代品种监测范围，符合条件的病例可不纳入按病种付费范围，实行按项目付费。

某罕见病药物研发企业对时代财经表示，于他们而言进入现有的基本医保是十分困难的，因此丙类目录确实是一道曙光。上述企业透露，他们也在积极准备和应对，希望公司的药物可以被纳入丙类目录，也希望通过推动丙类目录对这些创新药，尤其是罕见病用药方面建立较好的保障机制。

种种支持政策似乎为丙类医保目录的落地提供了诸多保障，也为罕见病用药“最后一公里”提供了部分支持。不过，丙类目录落地也面临挑战。

侯君对时代财经指出，现在医院受制于包括DRG等在内的标准等，很多医生开高价药物时会有所迟疑，考核压力也比较大。同时，一些高价药背后的用药逻辑毕竟是罕见病，罕见病的人数是有限的，因此商业保险愿不愿意单独覆盖这一类别的用药也存疑。也许能够做出来相关的商业保险产品，但盈利应该很困难。

保险行业人士周如（化名）告诉时代财经，商业保险在商言商，首先要考虑是否盈利，而保险公司的核保原则则是遵守大数法则，即盘子的基底要比较大，盘子越大，针对的人群越多，才能收支平衡。但如果针对非常细分的领域，比如针对罕见病等特定人群，其实商业保险很难做到单独承接，即单独给丙类目录做一份保单，或者单独给某个疾病人群做一个保单，这不符合商业保险的承保原则。从营销的角度，以罕见病为例，罕见病的人群范围太小，于商业保险公司而言是很难获客的。

“我们理想的状态是后续将丙类目录所覆盖的范围，纳入原有保险的附加险种，这样既有存量客户，也让患者加一部分钱得到更多的保障。”周如告诉时代财经。■

海南富豪王成栋父子困局未解 双成药业陷退市漩涡

时代财经 杜苏敏

因股价异动被称为2024年A股市场“妖王”的双成药业（002693.SZ）正面临退市危机。

2月25日，双成药业发布公告称，公司预计2024年度归属于上市公司股东的净利润为负值且扣除后营业收入低于3亿元，根据《深圳证券交易所股票上市规则》的相关规定，公司股票交易将在2024年度报告披露后可能被实施退市风险警示（股票简称前冠以“*ST”字样）。

或受此消息影响，2月26日，双成药业股价盘中一度跌超7%，最终报收15.10元/股，跌幅达5.03%，总市值62.62亿元。

跨界并购惹争议

双成药业主要从事化学合成多肽药品的研发、生产和销售，公司产品注射用胸腺法新、注射用生长抑素、注射用比伐芦定均为仿制药产品。过于依赖单一产品、研发实力薄弱，一直是双成药业的痛点。

如今，双成药业面临退市风险的局面并非毫无征兆，自2016年以来，公司业绩便不容乐观。财报数据显示，2016—2023年，公司连续8年扣非后归母净利润处于亏损状态，合计亏损达7.23亿元，其间，年营业收入始

终维持在3亿元上下。

2024年，双成药业业绩继续下滑。财报数据显示，2024年前三季度，公司营业收入约1.27亿元，同比下降30.34%；归母净利润约-0.38亿元，同比下降2234.84%。

此外，新“国九条”的出台也加速了双成药业走向退市的结局。根据新规，如果一家公司最近一个会计年度经审计的利润总额、净利润或者扣除非经常性损益后的净利润孰低者为负值且营业收入低于3亿元的，第一年会被实施退市风险警示，第二年将被退市。

为避免退市，双成药业将目光投向了并购重组。2024年8月27日，双成药业宣布拟跨界收购半导体公司奥拉股份，股票因此停牌。但自同年9月11日开始复牌后，公司股价便一路飙升，一度拿下20多个涨停板，股价最高触及40.98元/股，累计涨幅最高逾7倍。

由于此次并购跨界幅度大，股价波动明显且涉及关联交易，自公告披露以来，双成药业及其背后的实际控制人王成栋、WangYingpu（王莜璞）父子就被推至聚光灯下。

在外界眼中，王氏父子极为低调。2015—2016年，王成栋、王莜璞先后以30亿元、21亿元身家登上胡润富豪榜，蝉联海南上榜富豪的第五名。

据双成药业发布的财报及公告

数据，王成栋、王莜璞父子直接或间接合计持有双成药业48.5%的股份和奥拉股份57.52%的股份，因而，此次并购交易也被外界称为“左手倒右手”。

伴随股价上涨，王成栋父子两人的身家也水涨船高。若按双成药业2024年8月26日和10月29日的收盘价4.78元/股、38.37元/股来计算，两人的身家一度暴涨超67亿元。即便按2025年2月26日的收盘价15.10元/股计算，两人身家亦涨超20亿元。

此外，在发布跨界收购消息披露前，两位“神秘人”精准入场同样成为市场热议的焦点，并购交易或是“炒作”“陷阱”的质疑声随之而来。

据《经济观察报》报道，在双成药业按重组规定披露的8月27日的前十大流通股东名单中，新进了两名自然人股东，分别是赵惠敏（持有646.39万股，为第四大流通股东）、应淑英（持有118.46万股，为第九大流通股东），在两人入场不久后，双成药业便展开了疯狂的连“板”行情。

但在2024年三季报披露的前十大流通股东名单中，赵惠敏的持仓数已减至393.52万股，应淑英更是已消失在名单中。“此份股东名单的变化，显示上述两位自然人投资者在双成药业股价连续涨停的过程中，已选择获利兑现。”上述报道称。

对于赵惠敏、应淑英两位“神秘人”与王成栋父子两人是否存在关联，

双成药业董秘办相关人士在接受时代财经采访时表示：“没有任何关系，股民自行的买卖和公司实控人、董监高没有任何关系。我们目前没有接触到对方，也不认识对方，不存在内幕交易。”

双成药业在发布的公告中也提示到，根据深交所发布的关于重大资产重组的相关规定，公司首次披露重组事项至召开相关股东大会前，如本次交易涉嫌内幕交易被中国证券监督管理委员会立案调查或者被司法机关立案侦查的，本次交易存在被暂停、被终止的风险。

并购标的业绩仍存不确定性

时代财经注意到，即便双成药业与奥拉股份的并购交易成功，公司发展和业绩仍存在不确定性。双成药业在早前发布的交易预案中曾提到，奥拉股份已经实现扭亏为盈。数据显示，2024年1—7月，奥拉股份营业收入为5.38亿元，净利润为3.07亿元。

然而，在之后发布的《关于重大资产重组的进展和风险提示公告》中，双成药业又指出，2024年1—7月，受国内终端客户库存消化不及预期，终端需求复苏进度的影响，境内芯片收入仍处于历史低点，从而导致奥拉股份IP授权业务收入占当期营业收入的89.3%（未经审计），该收入主要来自于其第一大客户SiTime

Corporation（下称“SiTime”）。

“奥拉股份正在采取多种方式尽力拓展时钟芯片、电源管理芯片等领域的收入，但受行业整体发展影响，未来一定时期内，IP授权收入仍可能占营业收入比例较高。”双成药业表示。

据奥拉股份官网发布的信息显示，2023年年底，奥拉股份完成了与SiTime的时钟IP授权交易的正式交割。根据协议内容，奥拉股份将对SiTime进行时钟芯片相关产品和技术的授权，并允许SiTime进行产业化和销售，但SiTime不能将这些IP向第三方进行转授权。合同总体对价为2.7亿美元，包括1.5亿美元的固定对价，和上限为1.2亿美元的可变对价。合同期间为交割日起的未来5年，奥拉股份将在合同期间为SiTime提供技术支持。此外，针对授权的时钟产品和IP，双方约定了5年内奥拉股份专注于中国内地和香港、澳门市场销售，SiTime则专注于其他海外市场销售的市场划分。

而据奥拉股份披露的招股书显示，2019—2021年及2022年上半年，公司净利润分别为1893万元、681.72万元、-10.96亿元、-4.66亿元。这也意味着，通过IP授权产生的盈利很可能不具有可持续性。此外，这种“技术输出”模式不仅存在地域销售限制，更面临核心技术迭代带来的贬值风险。■

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



19 | 阿里巴巴又一平台加速出海



谁是格力电器的接班人？

时代周报记者 徐晓倩 发自北京

71岁的董明珠再次公开谈及接班人问题。

2月20日，《酌见》栏目发布董明珠与俞敏洪对话片段。董明珠声言：“已经找到格力接班人，有三四个预备人选。”她还透露，“有几个苗子在不同的平台上，在不同的岗位，关键要有一个人出来”。

董明珠素以敢言著称，行事果断，是公认的“商界铁娘子”。她从一线销售做起，2001年起担任格力电器总裁，至今已24年之久。2012年，她又从朱江洪手中接任董事长一职，同时身兼总裁，至今已13年。

在董明珠掌舵的13年间，格力电器的业务不再局限于空调，已横跨至生活电器、半导体、工业储能、再生资源等多元领域，营收、净利润规模也都实现大跨步。2012年，格力电器营收刚过千亿元门槛，净利润不足74亿元。2023年，格力的收入规模已跨过2000亿元大关，净利润超过290亿元。

规模跃升之外，格力电器也有隐忧：营收依然极为依赖空调业务，多元化战略还未找到坚实的第二增长点。格力还需要董明珠，成为短期内的客观要求。长期而言，接班人安排是所有企业达成基业长青的制度性设计，不容回避。

格力电器（000651.SZ）第十二届董事会任期即将届满。2月24日，格力电器宣布提名董明珠为新一届董事会候选人。不出意外的话，董明珠将继续连任。

在这次的非独立董事名单中，出现了舒立志、钟城堡两个新面孔，他们被外界视为潜在的接班人选。

舒立志于2019年12月加入格力电器，一年后担任副总裁至今。此前，他曾担任国家审计署武汉特派办副处长、处长。钟城堡现任格力电器总工程师、总裁助理，是电气正高级工程师，还担任广东省高性能伺服系统企业重点实验室常务副主任。钟城堡还在珠海格力智能装备有限公司、珠海格力机器人有限公司等9家格力电器旗下公司担任法定代表人。

谁是董明珠的接班人？不是新话题。

2006年，时任格力电器总裁的董明珠就在个人自传中提出：“培养年轻人一直是我的心愿。人总是要退休的，对企业负责就应该慎重考虑接班人问题，但我现在想的不是这个问题，

而是如何领着大家把格力搞得更好。”

那时的董明珠频繁活跃在台前，接受来自四面八方的目光，公众知名度渐增。她曾这么评价当初的自己：“我做副手时特别努力，承担了很多一把手的事情，冲锋陷阵、挡子弹都是我。我也希望能有这样一位副手，但目前还没有看到，很遗憾。”

董明珠再次提及接班人，与此形成明显反差的是——格力电器还在不断强化董明珠的个人烙印。2月25日，格力电器市场总监朱磊对外透露，公司计划在2025年内完成全国范围内3000家门店的改造工作，以“董明珠健康家”为新店名。

董明珠的接班人是谁？她有没有合适的接班人？外界对这些问题，乐此不疲。每次猜测就像拆盲盒，以为隐藏款会即将降临，结果是“再等等”“再看看”。接班人难题，不仅是董明珠的终极考验，也事关格力电器的长期稳定发展。答案最终只能由董明珠亲自揭晓。

变动的接班人猜测名单

多年以来，外界猜测的接班人名单增增减减，进进出出。

曾经最年轻的候选人，当属出生于1999年的孟羽童。2021年，她参加综艺节目《初入职场的朋友们》，走入董明珠视野，由实习生转正，担任董明珠的秘书。董明珠对孟羽童一度极为看好，表示要亲自培养，将她培养成第二个董明珠。这句话直接将孟羽童推到聚光灯下，知名度大增。

格力电器借力打力，将孟羽童推向带货一线。2021年11月，孟羽童在格力电器官方直播间进行直播带货首秀。4个小时内，直播共上架了24件商品，总观看人数超过11.3万人，单场销售额仅有62万元。后续几场的直播带货销售额并不尽如人意，始终没有突破百万元，这一成绩远远达不到董明珠的期待。

2023年4月7日，董明珠称孟羽童不再是她的秘书，并表示相比秘书工作，孟羽童更热爱直播工作。

另一名曾经呼声很高的候选人是科技网红王自如，他挑起了格力电器数字化渠道变革的重任。过去两年，他活跃在格力改革的最前线。去年8月10日、12日，王自如先后参加格力在珠海和广州举行的两场盛会，他以格力电器总部领导、数字化渠道改革项目负责人的身份，对外解读格力的新营销模式。

王自如操刀格力内部最重要的改革，但最终决定权仍在董明珠手

中。一名安徽格力经销商曾与王自如打过交道，他发现凡是涉及内部决策的问题最终依然由董明珠拍板决定。

“王自如只是她（董明珠）的代言人。”上述经销商向时代周报记者表示，董明珠是政策的制定者、把控者，王自如更多只是执行者的角色。

去年8月，王自如曝出从格力电器离职。至此，被视作格力渠道化改革风向标的两名关键人物先后离场。

董明珠曾对比王自如和孟羽童评价：“两者不在同一起跑线上，一个刚从学校出来，一无所知，而王自如经过市场的锻炼，对人生的认识不在一个层面上。”

更早之前，曾被外界认为有望接手格力电器的原董事会秘书望靖东和原执行总裁黄辉相继在2020年8月、2021年2月离职。

从公开表态看，董明珠内心极其期盼接班人选能脱颖而出，并为此积极物色。她的标准并不低，甚至称得上严苛。格力未来的接班人必须“爱格力胜过爱自己的家”，能完完全全做到“以公司为家”。这是董明珠多次公开提出的要求。

格力电器难离董明珠？

格力电器员工人数近8万人。毫无疑问，董明珠居于最中心、最核心位置。

在企业营销、公共舆论领域，董明珠为格力电器代言。在某种程度上，董明珠或许已和格力电器之间画上等号。这种情形之下，格力电器能否离开董明珠就成为一个现实担忧。

去年6月，格力电器召开2023年度股东大会，董明珠再次提及退休话题。“企业要可持续发展，就不能急功近利。我们对每个产品部件的要求都非常严谨，一直把质量摆在第一标准。”董明珠声言，“明年换届也许我会退休，但给后面人留个烂摊子可不行啊！”

一面是退休设想屡次公开谈及，另一面董明珠和格力电器之间的关联进一步强化。

今年2月中旬，格力电器展开了一番轰轰烈烈的改头换面，多地格力专卖店改名为“董明珠健康家”，进一步深化董明珠的个人影响力。

“更名有利于格力电器打造生态体系，在自己专卖店里售卖格力品牌之外的其他品牌产品，未来格力专卖店可以转型为类似‘京东之家’的连锁加盟渠道，接入合作方产品，从而使公司产品线更丰富。”资深产业经济观察家梁振鹏在接受时代周报记者采访时表示，不过，此举的弊端在

2月24日，格力电器宣布提名董明珠为新一届董事会候选人。不出意外的话，董明珠将继续连任。在这次的非独立董事名单中，出现了舒立志、钟城堡两个新面孔，他们被外界视为潜在的接班人选。

于董明珠面临退休问题。董明珠曾多次公开表示，必须慢慢培养接班人梯队。对于自己是否退休、何时退休，则一直没有下定论。

按格力电器官方解释，更名目标在于从传统单一空调产品向智能家电、健康设备和智能家居服务多品类、强服务转变，定位于高端市场，以健康生活为核心，致力于为用户提供全方位、智能化的生活环境。

湖北格力县级经销商李达（化名）向时代周报记者表示，更换店名的门店要求面积大于150平方米，必须是全品类，而且生活电器占比需要达标。“这两年格力强推冰洗，但品牌定位不清晰，效果算不上理想。”李达说。

这不是格力电器第一次将品牌与董明珠绑定在一起，“董明珠”商标已被格力电器注册。早在2015年，格力手机推出的时候，就用董明珠的个人头像作为开机画面，下面还有一段感谢语和董明珠的签名。

硬币的另一面是，没人能否认董明珠对格力电器的努力付出和重要贡献。

“1994年董总回到总部的时候（指董明珠从销售一线被提拔为格力电器经营部部长），当时格力每年4亿元的销售额，里边有1.6亿元是董总一个人卖的。董总回来主要抓经营，那时候经营的状况是连账都理不清楚，在外面有多少货，人家欠我们多少钱都不知道，就是一盘烂账。”朱磊对外强调，格力经营真正意义上的规范化是从董明珠成为经营部部长之后开始的。

2012年，以创始人朱江洪的退休为分水岭，格力电器正式进入董明珠

时代。董明珠提出“每年增长200亿元”，到2018年实现营收2000亿元的宏伟目标。从此，格力电器再没有第二个董明珠出现。

故事远未结束？

当改变命运的时刻降临，犹豫就会败北。这位曾在销售前线战无不胜的“铁娘子”近年大力推动渠道改革，但或许已错失改革的最佳时机。

2019年，董明珠借助混改等组织变革登上权力巅峰。当时，家电行业的高速增长也步入尾声，包括海尔、美的等在内的头部公司都找好了转型的方向。

早在2010年，朱江洪就曾表示，格力不排除进入冰箱领域，但董明珠认为多元化有悖于格力专注空调的理念。

在行业巨变的浪潮之下，追赶者与领先者的身份互换并不需要太久。

与董明珠立下5年赌局的雷军，活成了企业家理想中的样子。这些年，他带领小米在造车领域一路狂奔，将个人IP和品牌保持着适当的距离。

反观竞争对手海尔、美的，两者的营收和增速均超越格力电器，前者将业务版图延伸至大健康、智能家电领域，后者加大拓宽海外市场的版图，海外营收比例维持在四成。

2024年前三季度，格力电器实现营收1467.22亿元，同比减少5.34%；净利润为219.61亿元，同比提升9.30%。同期，美的集团营收和净利润分别为3189.75亿元和316.99亿元，同比增幅分别为9.57%和14.37%。海尔智家同期营收为2029.71亿元，同比增长2.17%；净利润为151.54亿元，同比提升15.27%。

相较其他家电巨头，格力电器的多元化战略、渠道变革推进得相对迟缓，导致在后续市场竞争中渐有失速之势。而曾被董明珠一度寄予厚望的手机、小家电和新能源汽车等新兴业务，也没能撑起格力的新梦想。

为降低对空调业务的依赖，格力电器将广告词从“好空调，格力造”变成了“好电器，格力造”。然而，格力电器在空调主业之外的表现乏善可陈，多元业务的努力收效不显。

数据显示，格力电器对空调业务的依赖度并没有减弱，从2020年的70%提升至2023年的74%，再到2024年上半年的78%。

眼下，格力电器正面临重要的转型期，这些都少不了董明珠。她与格力电器之间的故事或许还没有结束。■

京东外卖凶猛：10万地推大军入局 有人日入近千元

时代周报记者 徐晓倩 发自北京

京东接连放出大招。继商家免佣金、给骑手缴纳五险一金后，京东外卖把目标瞄准了核心消费群体——大学生。

2月27日，京东外卖宣布推出“10元、20元餐补随机领”优惠活动，“满15元减10元”“满40元减20元”两种大额餐补优惠券每晚8点即可随机领取，首批覆盖通过京东认证的大学生用户及京东PLUS会员。

京东的一系列举措，让沉寂已久的外卖市场再次躁动起来。同一天，美团加大对品质餐饮的重视，宣布将大力推动“明厨亮灶 阳光厨房”，鼓励餐饮商家通过后厨直播的形式，全面展示食品加工过程。

几个回合下来，头部玩家们各自在骑手福利、商家资质、服务体验等方面展开较量……一场有关流量和新业务的争夺战正在打响。

抢占外卖地盘，撬动10万地推大军

2月27日晚上，大学生亚楠准点候在京东外卖的抢券页面，抢到了一张20元的补贴，以不到10元的价格买下某品牌的奶茶。

“用券比其他几个平台便宜，但是上线的品牌有限，大多还是全国连锁品牌，而且配送的效率不太稳定。”

亚楠连续体验了两天京东外卖，在她看来，大多数消费者选择平台通常考量配送效率、品类丰富度和价格。

在京东外卖平台上，大型餐饮连锁品牌占据主导地位，比如瑞幸咖啡、爷爷不泡茶、醉面等头部品牌纷纷入驻，小型的餐饮店、个体户含量相对较少。但是，京东外卖的起送费较低，以瑞幸咖啡为例，京东外卖的起送费为9元，其他平台的起送费为20元。

为了弥补平台商家品类的短板，京东激活了10万地推大军，将触角深入一线城市以及县级城市的各个商圈。

在数字推广平台“任推邦”上，截至2月28日，京东外卖的推广人数超过14万人。而一周前该数字还是8万多人。有的第三方服务推广甚至把战线布局到抖音直播间，详细介绍了地推人员的工作内容和薪资体系。

贵阳地推人员王琦被社交媒体上铺天盖地的招聘广告吸引，其中不乏紧急招聘的岗位，有的还打出了日入1000元的标语。

“有过做外卖经验的门店基本愿意入驻京东外卖。”王琦向时代周报记者介绍，上岗第一天，他成功推广了6家核心地带的餐厅，每推出一家可以得到150元的提成，还能收到团队20元的分佣，“商家很难拒绝零佣金的诱惑，也想在新平台开拓消费群体”。

王琦介绍，京东外卖的审核标准较高，入驻商家要提供总公司营业执照、品牌Logo、食品安全许可证等信息，导致前期需要筛选的商家体量有限，审核流程至少需要三天。

时代周报记者通过京东相关业务人士了解到，目前京东外卖已在全国39个城市上线，部分城市订单量增长超100倍。截至2月20日，已有近20万餐饮商家申请入驻。

京东能奇袭本地生活吗？

万亿本地生活市场从不缺少挑战者。

2023年，抖音入局外卖赛道，与美团展开正面比拼，后因为运力问题偃旗息鼓，被划归到抖音电商旗下的即时零售业务“小时达”中；互联网新贵小红书也对本地生活虎视眈眈，近期宣布即将面向中国地区的所有商家开放团购功能，逐渐深化行业的布局。

“抖音、小红书之类的短视频平台更适合承接短期内的单量爆发，商家要是想长期运营，还是得重视多个本地生活平台的运营。此外，还得考虑有效使用场景，比如打开美团，大多是出于点餐或者团购等刚需，所以用户完成率很高。”本地生活业内人士向时代周报记者表示，“京东外卖要想提高占有率，还得展开长期的市场教育。”

尽管前期可以通过大额补贴打开市场，但是一旦拉长战线，京东也很难躲过单量和运力的问题。

比起友商平台，京东外卖的配速

体验整体还不够稳定。多名用户向时代周报记者表示，送餐时间比预期要晚几分钟，下单后要等一段时间才能看到骑手接单。

骑手李辉已经跑了一周京东外卖，他坦言自己冲着高单价和五险一金入局，但是平台的单量还无法和其他平台较量。

李辉表示，如果每天跑8～10个小时，收入能达400元以上。

京东外卖的入口比较隐蔽，被归为京东秒送旗下。京东更长远的用意在于用高频场景拓宽即时零售市场，让外卖业务补充京东秒送的单量。

据媒体报道，京东秒送在站内被提升为一级入口后，日活跃用户数约在200万。相比之下，据QuestMobile2023年10月公布的数据，饿了么日活用户约为2154.6万，两者之间仍存在较大差距。

网经社电子商务研究中心数字生活分析师陈礼腾表示，单看餐饮外卖市场，美团、饿了么占据大部分市场份额。尽管京东外卖、抖音、快手等不断涌入，但对市场格局的改变目前还不明显。

“京东如果想要撬动现在的外卖市场格局，需要从拓展商家资源、优化服务体验，以及一定的补贴政策等方面下手，这是一个比较长期的过程。”陈礼腾补充道。

（文中亚楠、王琦、李辉皆为化名）

黄仁勋再谈DeepSeek：“推理”的计算需求可能增加上百万倍

时代财经 郭美婷

2月27日凌晨，AI芯片霸主英伟达（NVIDIA.O）交出了新一季度的成绩单。

2025财年第四季度（截至2025年1月26日），英伟达营收393亿美元，同比增长78%，净利润220.91亿美元，同比增长80%。营收相比前两季度的翻倍增长，增速有所下降。

从2025财年来看，英伟达营收1305亿美元，同比增长114%，净利润728.8亿美元，同比增长145%。

其中，备受关注的数据中心业务在第四财季和全年收入均创新高，分别为356亿美元和1152亿美元，分别同比增长93%和142%。

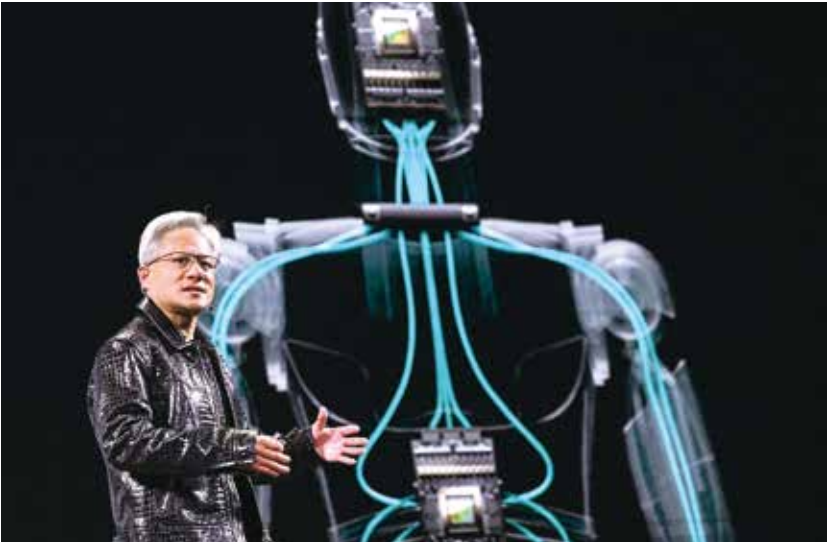
截至美东时间2月26日收盘，英伟达涨3.67%，报131.2美元/股。财报披露后，英伟达盘后股价跳水、转跌，截至发稿盘后报价129美元/股，跌1.55%。

在财报电话会上，英伟达创始人兼首席执行官黄仁勋直言“Blackwell芯片需求令人惊叹”，英伟达已实现Blackwell的大规模生产，在第一季度实现了数十亿美元的销售额。英伟达CFO莱特·克雷克斯表示，一旦Blackwell增产，利润将有所改善，并预计到2025年年底，利润率将在70%～80%区间的中部。

黄仁勋特地提到，得益于DeepSeek、Grok、OpenAI等冲击，AI正在从感知和生成式AI向推理和逻辑推理领域发展。而推理AI又增加了一条扩展规律——增加训练的计算能力能让模型变得更智能，而增加深度思考的计算能力则能让答案更精准。与一次性推理相比，长时间思考的推理AI可能需要每个任务多100倍的计算量。

“具身智能（agentic AI）和物理智能（physical AI）正为下一波人工智能浪潮奠定基础，有望彻底变革全行业。”黄仁勋表示。

对于2026财年第一季度，英伟达给出了430亿美元的营收指引，上下浮动2%。



Blackwell已实现大规模生产

从英伟达最新披露的财报来看，Blackwell芯片的生产已经步入正轨。

莱特·克雷克斯表示，2025财年第四季度，公司交付了110亿美元的Blackwell芯片，这也是英伟达历史上最快的新产品营收拉升。

而在这一季度的数据中心业务收入中，大型云服务商收入占据了约一半，销售额同比增长了近两倍。英伟达称，亚马逊云、CoreWeave、谷歌云、微软云、甲骨文云等首批部署Blackwell的大型云服务商，正在将GB200系统引入全球云区域，满足客户对AI增长的需求。

此外，区域云托管GPU在英伟达数据中心业务收入的占比也正增加，反映出全球AI工厂的持续建设，以及对AI推理模型和AI代理需求的快速增长；互联网收入同比增长了3倍，这一增长主要得益于生成式人工智能和学习用例的不断扩展，包括系统视觉、语言理解、合成数据生成、搜索以及具身智能等；企业收入同比增长近2倍，这一增长主要得益于对模型加速等需求的增加。

值得注意的是，2025财年第四季度，英伟达的毛利率为73%，同比下降了3个百分点。

对此，英伟达回应称，在Blackwell推广期间，其毛利率将

在70%的低位区间。目前，英伟达正在加快生产，当Blackwell完全投产后，英伟达将降低成本，毛利率预计将在今年晚些时候恢复到70%的中位区间。

黄仁勋还表示，英伟达已完全解决了Blackwell的供应链问题，Blackwell Ultra将按节奏在2025年下半年发布。

其他传统业务方面，英伟达的游戏和AI PC业务2025财年第四财季收入为25亿美元，同比下降11%，全年收入增长9%达到114亿美元；专业可视化业务第四财季收入5.11亿美元，同比增长10%，全年收入19亿美元，增长21%；汽车和机器人业务第四财季收入5.7亿美元，同比增长103%，全年收入增长55%达17亿美元。

DeepSeek冲击波

英伟达表示，得益于Blackwell的初步推广，英伟达的数据中心业务在美国增长强劲，但在中国的销售额仍远低于出口管制实施前的水平。

黄仁勋表示，预计中国业务在本财季的营收占比与第四财季及之前大致相同。和之前的季度相比，大约是出口管制前的一半左右，但仍然保持在一定水平。

今年年初，DeepSeek横空出世，用一系列开源AI模型震撼了世

界——DeepSeek使用了极低的训练成本，就训练出了表现不逊色于ChatGPT的顶尖模型。该消息一度让英伟达的股价单日暴跌17%，单日市值蒸发约5890亿美元。

有业内人士预测称，DeepSeek或推高推理算力需求占比，原来走GPU训练路线的芯片，由于性价比较低，在推理时代可能无法维持其高毛利率。

不过，据财联社援引路透社报道，有知情人士表示，由于对DeepSeek低成本人工智能模型的需求激增，中国企业正在增加英伟达H20人工智能芯片的订单。

中存算半导体董事长陈巍此前在接受时代财经采访时也表示，没有看到DeepSeek对英伟达的直接利空。“事实上每一代模型的进步，都意味着同等算力下模型精度更高。但在以往，模型的进步并未引起英伟达的市值下跌。”

本周是DeepSeek“开源周”，DeepSeek先后开源了DeepEP、FlashMLA和DeepGEMM，亦有市场评论称这些开源项目可能削弱英伟达在高端GPU市场的稀缺性和必要性。

不过，在财报电话会的结尾，黄仁勋特地回应了DeepSeek相关问题。他提到，一个新的扩展规律——推理时间或测试时间的扩展。模型使用的计算量越多，其推理过程就越深入，得出的答案也就越智能。

如OpenAI的Ro3和DeepSeek的CQR1这类推理模型，都应用了推理时间扩展。黄仁勋表示，推理带来的潜在需求让人感到兴奋。这将要求比大语言模型更多的计算。这可能会要求比当前多出（至少）数百万倍的计算。

“DeepSeek-R1模型已经引发了全球范围内的关注，它不仅是一个卓越的创新，更重要的是，它是一个开源的世界级推理AI模型。几乎每一位AI开发者都在应用R1，或者使用类似R1的思维链（Chain of Thought）和强化学习技术来提升模型的性能。”黄仁勋称。

阿里巴巴又一平台加速出海 目标源头厂货通全球



时代财经 庞宇

开年以来，阿里巴巴声势不小。

近日，据业内消息透露，阿里巴巴旗下B2B平台1688计划在3月正式宣布一项重大举措——推出全新的跨境电商平台“1688overseas”（简称“1688海外”）。

消息称，该平台将作为1688独立的海外站点亮相，精准定位海外B端买家群体，有望为1688国际化发展开辟全新路径。

据时代财经了解，1688的确在试水跨境业务，目前业务主要服务于海外的中小型商家（B端买家），包括跨境代采代买商、海外本地电商平台卖家（如亚马逊卖家）、跨境电商独立站点、海外本地小店以及海外本地中小企业采购等。

据淘天方面介绍，目前1688已在越南和哈萨克斯坦试水本地分销业务，目标是实现源头厂货通全球。

在上周刚结束的财报分析师电话会上，蒋凡首次作为阿里电商事业群CEO亮相，并在谈及对国际电商业务盈利的期待时表示，B2B业务在未来几年会有一个比较稳定的趋势，能够带来比较可观的利润。

在跨境贸易成为“风口”的这些年里，坐拥海量源头货盘的1688早已“蠢蠢欲动”。或许阿里巴巴希望变成全球贸易的“水电煤”，让中国供应链像插U盘一样即插即用。但这个梦不能圆，还得看怎么平衡野心和现实。

阿里巴巴又一平台出海？

实际上，1688出海并不是一个让人感到意外的举动。

在近期1688举办的“厂二代接班潮”论坛上，1688就提出五大“破卷”举措，其中就包括“走出去：走出1688，走向全域，进军海外”。走出阿里巴巴生态体系，拓展站外、线下及海外市场，抢占更多商机。

1688表示，将在40个城市、177个产业带和68个百亿产业带开设线下选品中心；2025年进入海外15个国家和地区。

1688产地生态发展部总经理、全国选品中心负责人卓含在该论坛现场表示，1688去年开始做全球化布局，在平台上可以实现一键铺货，铺到整个海外平台，不管是亚马逊，还是Lazada，所有能够对接的电商平台全部实现对接。此外，1688也会带着货盘到海外本地化，直接去服务海外本地化的买家。

阿里巴巴希望借助1688的帮卖和托管模式，源头厂商可以直接面向海外跨境买家（主要是中国人）和本地买家（外国人）供货、支付和履约。

时代财经获悉，2024年，1688平台跨境生意订单规模同比增长超70%，其中海外本地用户订单同比增长超50%。

对于1688即将成立海外平台一

事，尽管阿里巴巴及1688官方目前尚未正式对外发布相关通知，但1688平台出海已在业内引起了广泛关注。

中国跨境电商50人论坛副秘书长、网经社电子商务中心研究员高长春向时代财经表示，1688选择进军海外，可能是受到市场需求激增、竞争格局倒逼、政策避险等多重因素驱动。目前Temu等全托管平台验证了模式的可行性，阿里巴巴需以供应链优势对冲低价内卷。随着美国对TikTok、Temu监管趋严，阿里巴巴可能优先布局东南亚、中亚等新兴市场。

高长春认为，1688出海，将缩短供应链层级，重塑行业竞争格局。1688与Temu、SHEIN将形成“批发供应链VS低价零售”的差异化竞争，倒逼行业物流基建提速，加速全球贸易“去中间化”，推动行业从流量竞争转向供应链效率的终极比拼。

不过，1688若成立独立的海外平台，其和同属于B2B领域的阿里巴巴国际站（Alibaba.com）是否会产生竞争？

从阿里巴巴当前的内部结构来看，1688仍属于阿里巴巴淘天集团下的国内批发商业板块。而国际数字商业集团的超八成收入均来自国际零售商业，这部分主要由速卖通、Lazada及Trendyol组成。另外两成收入则来自国际批发商业，这部分收入主要来自阿里巴巴国际站。

阿里巴巴国际站的战略布局和1688的定位有所不同。

阿里巴巴国际站目前主要的市场是在东南亚、欧美等。据时代财经获悉，阿里国际站正在持续加大在欧洲等新市场的投入，今年全年投入预计将翻倍。而目前1688的出海目的地并非欧美等地区。

谈及1688跨境业务，卓含此前接受采访时表示：“未来进一步全球化，并不是以平台的模式做，是以供应链的方式做，以数字化的方式跟海外的平台合作，可以理解为类似分销的方式，是以数字化货盘与海外的独立站、海外的Saas服务商、海外的生态服务商以及海外的物流服务商进行合作，他们有很多货盘的需求。”因此，他认为，1688和亚马逊以及阿里巴巴内部的平台是合作关系而不是竞争关系。

在高长春看来，阿里巴巴国际站和1688虽同属B2B领域，但两者的目标用户、商品定位等方面存在差异。

高长春认为：“阿里巴巴的国际站聚焦大额B2B贸易订单，服务全球采购商与供应商的撮合交易，核心是‘贸易服务’与‘信用保障’；1688则瞄准中小B端（如海外零售商、独立站卖家），以全托管模式提供‘工厂直连海外小B’的标准化供应链服务，核心是‘交付效率’与‘碎片化产能整合’。”他指出，其中的协同逻辑是，国际站解决大客户需求，1688覆盖长尾市场，两者形成“大额+小单”的互补生态，共同完善阿里巴巴的B2B

15

↑

1688表示，将在40个城市、177个产业带和68个百亿产业带开设线下选品中心；2025年进入海外15个国家和地区。

出海矩阵。

不过，高长春也表示：“在阿里巴巴内部生态上，整合国内1688的产业带资源和速卖通、Lazada等海外平台流量，可形成‘中国工厂直供全球’的闭环；但也可能出现1688和速卖通抢商家的内部‘打架’情况。”

网经社电子商务研究中心特约研究员、深圳市物流与供应链实战专家委员会专家王与剑也向时代财经分析指出：“短期内1688可能与阿里巴巴国际站存在部分用户群体的交叉（如中小型海外采购商），但核心差异在于服务场景和客户分层。1688的核心竞争力在于中国本土工厂和供应链资源，而国际站更强调全球化服务能力（如验货、物流、金融）。”

寻找海外新增量

阿里巴巴最早是以批发生意起家。1999年，阿里巴巴诞生，最先推出的便是B2B电子商务平台Alibaba.com及1688.com。发展至今，经历了多次战略调整与业务升级，1688逐渐成为中国最大的综合型内贸线上批发交易平台。

过去两三年，作为阿里巴巴最早的业务之一，1688的定位变得独立和清晰，逐渐从传统的批发平台转型为数字供应链平台。1688内部形象地将其描述为“一个数字芯片”，集成中国30多年来的源头厂货，即插即用。

作为源头采购批发平台，截至目前，1688平台拥有107万家商家，其中工厂数量超过60万家。中国现有600万家工厂，规模以上工厂达200万家，这意味着1688工厂数量占全国的十分之一，规模以上工厂数量占全国的三分之一。

从阿里巴巴近年的财报数据来看，1688的收入呈持续增长态势。

2020财年，阿里巴巴“中国批发商业”板块收入首次突破100亿元，达到124.27亿元；此后的2021至2023财年收入分别为143.22亿元、

167.12亿元、173.99亿元。虽然收入持续增长，但增速有所减缓，分别为15.25%、16.69%、4.11%。而据财报显示，“中国批发商业”收入主要来源于1688。

增长“见顶”压力下，1688选择瞄准更广阔的国际市场。

而这也与阿里巴巴的整体战略相契合。去年11月，阿里巴巴集团宣布整合国内和海外的电商业务，由蒋凡担任新成立的电商事业群CEO。新的电商事业群将全面整合淘宝天猫集团、国际数字商业集团以及1688、闲鱼等电商业务，形成覆盖全球的电商业务集群，剑指更广阔的增量市场。有分析认为，通过此次整合，阿里巴巴可以将四散的资源结合起来，通过整合供应链提高出海竞争力。

最新财报显示，2024年第四季度，国际数字商业实现收入377.56亿元，同比增长32%，增速也较上个季度有所提升。不过由于整体投入大于产出，尤其是对Trendyol 跨境业务和速卖通的投入增加，导致国际数字商业经调整EBITA为亏损49.52亿元，较2023年同期亏损31.46亿元进一步扩大。

谈及1688出海机遇，王与剑接受时代财经采访时表示：“在全球供应链重构背景下，1688凭借工厂直供优势，可能进一步压低跨境商品价格，冲击现有平台，也会加剧平台竞争，形成新的电商格局。”

与此同时，王与剑认为“1688将推动‘轻资产’跨境模式，中小卖家无需囤货，通过1688的一件代发降低入门门槛，可能催生更多‘Dropshipping（代发货）’型创业者。另外，还将加速供应链透明化，工厂与海外买家直接对接，削弱传统外贸中间商角色。”

但1688的出海计划任重道远。

例如，自2023年以来，SHEIN相继推出全国500城产业带出海计划、产业带“优品”出海计划；2025年开年，其更是重磅推出面向全品类、各模式跨境商家的“爆单计划”，旨在通过流量扶持，加速助推国内供应链与产业带出海。

与此同时，此前也有媒体报道，Temu也在加速绑定工厂资源。从2023年开始，拼多多出海扶持计划的专项团队深入广东、浙江、江苏、山东、河北等国内100个优质产业带，招募工厂型卖家充实Temu的卖家阵容。

上述跨境平台为加速全球扩张而推进的种种举措，都意味着可能与1688形成激烈竞争。

另外，王与剑分析认为，1688在物流与履约，以及面对海外市场合规（如欧盟EPR、产品认证）、支付习惯（如COD“货到付款”模式在东南亚）及文化差异等方面也存在一定压力，这个过程需长期适配，也需要长时间的积累。他指出：“未来，供应链效率、本地化能力及应对外部环境变化的灵活性将成为决定胜负的关键。”■

雷军带小米猛闯高端局

时代周报记者 申谨睿 赵昱 发自北京

被雷军称为“开启全新时代”的双Ultra毫不意外地引爆舆论。

2月27日晚间，小米同时发布两款高端定位的Ultra产品——小米15系列手机旗舰机型小米15 Ultra和性能轿车小米SU7 Ultra。讨论如潮水般迅速蔓延至各大社交媒体平台，瞬间汇聚成铺天盖地的声浪，席卷网络空间。

3月2日晚间，小米汽车微信公众号发布的最新消息显示，小米SU7 Ultra锁单量已突破1万辆，提前完成全年任务。

于外界而言，两款产品的定价都属“意外之喜”。小米集团创始人、董事长兼CEO雷军此前在直播中表示，因研发及器件成本走高，考虑到盈亏，小米15 Ultra需要涨价。而在本次发布会上，小米集团合伙人兼总裁、手机部总裁、小米品牌总经理卢伟冰宣布小米15 Ultra起售价为6499元，不进行涨价，希望获得消费者的支持。随后他笑称，“下一代手机一定涨”。

同日，预热了五个月的小米SU7 Ultra正式公布售价——标准版52.99万元，较81.49万元的预售价下调28.5万元。这台直击特斯拉Model S、BBA腹地的新车，价格大大出人意料。发布会期间，“小米SU7 Ultra售价”相关词条直接登顶微博热搜。

根据小米汽车官方公布的数据，新车上市两小时，大定已突破1万辆。这正是小米SU7 Ultra的年销量目标。对此有网友留言称，“两小时完成全年KPI”。不过大定数据并不等同于最终销量。雷军在发布会上介绍，小米汽车为车主设置了168个小时的犹豫期，在此期间可以随时退回定金，超期自动锁单，则无法退订。

自2020年提出“高端化战略”以来，小米先是经历了短暂的阵痛期，而后逐渐找到了自己的节奏，从手机到智能家居生态，全方位拓展高端产品线。

受利好消息影响，早在2月27日上午，小米集团股价就一度创下历史新高。雷军的财富也因此大幅增长，一度超越农夫山泉创始人钟睺眔，成为“中国新首富”。不过，雷军很快辟谣其为“假新闻”。或许是否成为“首富”对于雷军而言并不重要，但在高端化布局上，他的野心显然不止于双

Ultra。

手机“全面对标苹果”

雷军在发布会上回顾道，小米15是小米最成功的旗舰手机产品。他援引相关数据称，2025年1月，小米手机以16.8%的市场份额位列国内智能手机第二。第一名是华为，vivo、OPPO、苹果都排在小米之后。

摄影功能的升级是小米15 Ultra的重头戏。该机型搭载了50MP徕卡主摄、50MP徕卡超广角、50MP徕卡长焦和200MP徕卡超长焦，组成“徕卡光学最强镜头组合”。

在硬件上，徕卡1英寸主摄和徕卡2亿超级长焦被小米称为移动影像的“一皇一后”。据卢伟冰介绍，小米15 Ultra可以实现28倍无损变焦，此前行业最高倍数是22倍，四摄八焦段实现了无断档接力。

在夜景拍摄方面，据称，从光到传感器要经历10枚器件，小米用新材料、新技术和新工艺实现了全链路的极致管控，让传感器对光效做到更还原，小米15 Ultra的长焦综合进光量达到iPhone16 Pro Max的4倍。

续航能力一直是小米在技术领域引以为傲的核心亮点。

小米15 Ultra搭载了骁龙8至尊版处理器平台，并配备LPDDR5X内存和UFS4.1规格内存。新机型此次还升级了一块6000毫安时的小米金沙江电池，配备TET厚极片正负极定向流道、澎湃P3快充芯片、G2电池管理芯片，支持90瓦有线充电和80瓦无线充电。

为给大屏观影族和手机游戏爱好者提供更好的使用体验，小米15 Ultra配备了一块2K分辨率、522PPI、1～120Hz LTPO可变刷新、峰值亮度3200尼特的柔性OLED屏幕，屏幕基于CIE-170:2015空间校色支持P3色域、全自动色彩管理。

小米15 Ultra还搭载有立体声双扬声器、支持沉浸声；同时标配USB 3.2接口、T1s芯片支持独立卫星通信，射频层面还支持Wi-Fi 7 R2和5G-A。

值得一提的是，小米15系列也将全面支持苹果生态，可与iPhone、iPad、Mac等苹果设备实现文件互传，并且支持Keynote、Pages、Numbers等苹果办公套件。卢伟冰在发布会上称，小米高端化战略已经进入第五年，未来小米将在产品、服务、生态兼容上“全面对标苹果”。

据卢伟冰透露，小米手机未来五



3月2日晚间，小米汽车微信公众号发布的最新消息显示，小米SU7 Ultra锁单量已突破1万辆，提前完成全年任务。

年高端化的目标之一，就是要在“6000元+”价格段实现规模化突破。“Ultra是6K+突破的关键产品，而小米15 Ultra会是越级式的一代产品。”

95后女生青青告诉时代周报记者，自己于去年7月首发购买了一部小米小折叠MIX Flip作为工作备用机。但由于担心小折叠屏幕小，使用起来不如直板手机方便，她仍将原有的iPhone13 Pro Max作为主力机使用。然而在看完发布会后，她决定将主力手机更换为小米15 Ultra，“15 Ultra售价只有iPhone16 Pro Max的一半，加上拍照能力大幅提升，所以想入手一台看看。当然有一部分购买冲动是源于雷总的个人魅力。”

52.99万元，小米SU7 Ultra“击穿”BBA防线

“性能比肩保时捷，科技紧追特斯拉、豪华媲美BBA，重新定义豪车新标准。”这就是小米SU7 Ultra的目标，也是其高定价的原因。

小米SU7 Ultra采用与SU7一脉相承的家族式设计语言，但在细节上增添了运动属性。新车车宽高为5070mm×1970mm×1465mm，轴距达到3000mm，除宽度外，尺寸数值均大于Model S。车身可选碳纤维部件多达21处，同时配备有主动式尾翼、固定式扰流板、尾部主动扩散器等空气动力学部件，以提升空气动力学风阻系数并减轻车重，使车辆风阻系数低至0.195Cd。

在动力及续航方面，小米SU7

Ultra量产版采用与原型车相同的双V8s+V6s的三电机全轮驱动系统、赛道级高功率电池包及赛道版散热系统等核心技术，最大马力达到1548PS，最大扭矩达到1770N·m，不含起步时间0～100km/h加速仅需1.98秒，CLTC续航里程达到630km，在高压平台加持下11分钟可完成10%～80%快充。

问世之初，小米SU7 Ultra就凭借其赛道表现火速出圈。

早在2024年10月29日，雷军就发文称，小米SU7 Ultra原型车以6分46秒874的成绩成为“纽北赛道史上最快四门车”。

目前，小米SU7 Ultra已经挑战了成都天府赛道、株洲国际赛道、珠海国际赛车场和上海国际赛车场，均获得对应赛道的“最速四门量产车”成就，圈速成绩分别为1分26秒741、1分41秒806、1分37秒758和2分09秒944。在上海国际赛车场，其圈速超过了保时捷Taycan Turbo GT，成为上赛最速量产车。雷军在发布会上透露，得益于一众高性能配置，标准版小米SU7 Ultra也能直接上赛道。

雷军此前透露，2025年小米SU7 Ultra年销量要超过1万辆。尽管特斯拉Model S、极氪001 FR等行业前辈已经证明，年销1万辆对于这一价位的车型而言，并不是一个简单的目标，但雷军对此显然充满信心。

据雷军介绍，小米SU7 Ultra的销售团队门槛极高，每一名成员都经过了专业的赛道驾驶培训。依托于小米汽车已建设完成的销售网络，新车将在发布后快速上量。

2024年全年，小米SU7的交付量达到惊人的13.5万辆。而2月27日正式上市的小米SU7 Ultra将与去年发布的三个量产版本车型，以及预计于六七月面世的小米首款SUV车型小米YU7一道，向30万辆的年交付目标发起冲击。

此外，小米还在小米SU7 Ultra标准版的基础上发布了售价81.49万元的纽北限量款。该版本车型将在车辆完成纽北赛道挑战后上市。

知名互联网评论家丁道师告诉记者，小米汽车的“低价入市”，直接击穿了同级别豪车的价格防线。在消费者心中种下了“高性价比”的种子，让大家觉得花相对少的钱，就能拥有超豪华体验。

豪车市场的“鲑鱼”小米SU7 Ultra，正迫不及待地等待市场检验。■

长安启源：不再开发非智能化产品 未来3年推10多款数智新产品

时代财经 贺晴

自2月9日，长安汽车正式发布智能化战略“北斗天枢2.0”计划之后，其在智驾领域动作频频。

2月27日晚，长安汽车子品牌长安启源Q07亮相，长安启源Q07是长安启源首款落地“北斗天枢2.0计划”的产品。长安汽车执行副总裁叶沛现场表示：“长安启源是中高阶智能普及者，让智能不再是奢侈品的点缀。”

近期，国内造车大厂接连发布智驾方案、推出智驾车型，2025年也被认为是智驾元年。长安启源Q07应用了长安汽车自研的智驾系统——天枢智驾，搭载了智慧新蓝鲸3.0、天域座舱等新技术。

长安启源方面介绍，长安启源Q07在AI天枢大模型、智慧五联屏、可成长智慧交互等数智科技的加持下，不再是单一的交通工具，更是可以不断成长的“汽车机器人”。此外，启源Q07是同级唯一搭载激光雷达、同级唯一配备AES（自动紧急转向系统）的车型。

新车还搭载了天衡底盘，应用同级唯一CDC智能魔毯悬架、IDTC动态扭矩控制系统等技术，具有高效制

动、敏捷专项、转弯矢量控制等功能。

在续航上，长安启源Q07搭载智慧新蓝鲸3.0插混系统和金钟罩3C超充电池2.0，拥有215km纯电续航，满电满油综合续航超1400km。

该款新车也是长安旗下首款量产搭载DeepSeek的车型。当下，以DeepSeek为代表的各种AI大模型正在重塑人们对数智技术的认知。叶沛认为，在这场变革中，长安启源肩负的使命，是要成为新智能技术的普及者。

发布会上，叶沛花了大篇幅重点讲解长安启源的智驾。他称，长安启源将进一步解放人们的驾驶束缚，让汽车演变为可成长、自进化的智能汽车机器人，将数智技术全方位融入新汽车，赋予它智慧的大脑、敏捷的神经和灵活的躯干，成为更加懂用户的智慧伙伴。为此，长安启源用六层架构来定义新汽车，以全新的SDA天枢环网架构和多模态端到端天枢大模型进行数智赋能。

首先是拥有智慧的大脑，天枢大模型具备学习与成长能力：作为融合行车、交互和安全能力的多模态端到端的智驾大模型，赋予了汽车可进阶的大脑。融合全车上的感知系统，能够接受多种模态的输入，具备与环境互动后的自我进化能力，为用户预

判、分析、决策。

其次是构建敏捷的神经，SDA天枢环网架构采用了全新的“中央+区域”环网电子电气架构，拥有千兆级的环网带宽、小于50毫秒的环网故障保护切换能力。

再次是优化躯干，“三向六域”白盒化联动控制能力可以根据用户需求，主动触发和调用，为用户和家人创造定制化的服务场景。

叶沛在现场表示，从今年起，长安启源不再开发非智能化产品，未来3年，将通过一个SDA平台，三大产品群组，持续推出10多款数智新产品。

作为传统车企打造的新造车品牌，长安启源成立于2023年8月，正值新能源汽车的高速发展期：免于续航焦虑的混动车型销量爆发，高阶智驾技术也逐渐实现突破。

长安启源成立后推出多款混动产品，并切入10万元级市场，逐渐站稳脚跟。目前长安启源有A07、Q05、A05、E07等几款在售车型，覆盖7万～32万元价格区间。其中，售价11.99万元起的长安启源A07、9.69万元起的Q05以及起售7.89万元的A05是主要销量担当。根据懂车帝数据，这3款车型近一年销量分别为5.46万辆、4.07万辆、3.71万辆。截至目前，长安启源已经累

计交付20万辆。

当下，在兵家必争的智能化领域，技术战与价格战双双打响。在长安启源主销价格区间，比亚迪是绕不过的竞争对手。比亚迪同样提出高阶智驾平权的口号，并官宣全系搭载高阶智驾，包括在售价格最亲民的海鸥（除了其最低配版本），目前搭载天神之眼价格最低的车型指导价仅为7.88万元。

此外，广汽埃安、零跑等品牌也纷纷宣布将激光雷达、端到端方案下探至15万元级市场。

惠誉评级亚太区企业评级董事杨菁向时代财经表示，智驾车型价格的下探，将改变2025年中国消费者对新能源车的选择逻辑和偏好。车企间在智驾配置上的竞争势必会带来新一轮的消费者教育，使得高阶智驾配置获得普及的同时，淘汰掉一批没有智驾开发能力或未与主流智驾供应商达成合作的品牌。

杨菁同时提到，用户出于安全性考量与对品牌智驾开发能力的认知，各品牌间智驾系统激活率和使用率可能会有较大差异。

长安启源试图以“智驾技术降维”的攻势，进一步提高市场份额，但涌入智驾平权赛道上的玩家越来越多，长安启源任重道远。■

始祖鸟卖爆 母公司去年收入376亿元

时代财经 周嘉宝

中国中产们还在爆买始祖鸟。
美东时间2月25日盘前，始祖鸟、萨洛蒙等品牌的母公司亚玛芬（NYSE:AS）发布2024年第四季度及全年业绩。截至2024年12月31日的第四季度，亚玛芬营收增长23%至16.36亿美元；净收入增长117%至1500万美元。
被安踏集团收购之后，2024年亚玛芬终于扭亏为盈。截至2024年12月31日，亚玛芬全年营收同比增长18%至51.83亿美元（约合人民币376.22亿元）；净收入增长135%至7300万美元。2021—2023年，该集团分别净亏损1.26亿美元、2.53亿美元和2.09亿美元。

2024年，始祖鸟品牌在大中华区的表现继续保持亮眼。但是这样的高增长故事能否复制于全球市场，仍然是市场关注的焦点。

业绩发布同时，亚玛芬集团对2025年业绩给出了双位数增长的指引，但预期销售额增速较2024年有所放缓。

亚玛芬预计，2025年第一季度收入增长在14%～16%；全年收入增长13%～15%；其中，始祖鸟领导的户外功能性服饰业务收入增长率为20%。管理层透露，2025年外汇波动可能对财务表现造成一定影响。

据Seeking Alpha，截至美东时间2月25日收盘，亚玛芬股价微涨0.8%至28.83美元/股。近一年来，亚玛芬股价累计涨幅达79.07%，总市值为156.3亿美元。

铁打的始祖鸟，进击的萨洛蒙

2024年，户外运动市场品牌角逐激烈，“中产三宝”之一的始祖鸟依然是“顶流”。

始祖鸟的热度，从终端消费市场能够明显感知。2025年春节前后，始祖鸟一件官方售价为8200元的蛇年限定款冲锋衣，在转售市场的价格一度飙升至2万元。最近该款冲锋衣转售成交价回落至1万元左右。

供需失衡让始祖鸟商品在转售市场溢价，连吊牌都成了社交平台



上的“硬通货”。据杭州日报报业集团旗下《每日商报》报道，在二级市场，根据吊牌年份、稀有程度、对应面料款式不同，始祖鸟吊牌收购价在5～30元之间，有些限量吊牌卖出价甚至被炒到300元。

市场对这只“鸟”的追捧，也反映在了亚玛芬的财务数据上。

2024年，始祖鸟品牌所在的户外功能性服饰收入增长了36%至21.94亿美元，是增速最高的业务板块。萨洛蒙品牌所在的山地户外服饰及装备板块全年收入18.36亿美元，同比增长9.6%；威尔胜品牌所在的球类及球拍装备业务收入11.54亿美元，同比增长3.7%。

亚玛芬体育全球首席执行官郑捷透露，始祖鸟品牌正构建一个突破性增长的故事，该品牌仅在2024年销售额就突破20亿美元。他也重申，始祖鸟在未来的增长潜力依然巨大，在其引领下，亚玛芬旗下的品牌会持续扩大份额、开拓市场空白，加速渗透全球市场。

无时尚中文网创始人唐小唐认为，始祖鸟等品牌在中国市场的高增长与户外运动潮有关。在公共卫生事件之后，中国消费者生活方式与理念的变革带来的红利仍在持续。“不仅

仅是始祖鸟，大部分户外品牌在中国市场都表现突出，这个赛道仍在进一步增长。”

激进的渠道扩张策略也推动了始祖鸟的持续增长。郑捷在业绩交流会上透露，2024年始祖鸟净开新店33家。公司计划在2025年仍然保持这样的开店速度，净开设25～30家新始祖鸟门店。而在2024年一年时间里，亚玛芬旗下所有品牌的全球DTC直营门店数量也从325家猛增至505家。

作为亚玛芬山地户外服饰及装备板块的领头品牌，萨洛蒙也一直是始祖鸟模式的“跟随者”。去年，萨洛蒙的渠道扩张更为迅猛，尤其是在DTC领域。

郑捷透露，2024年萨洛蒙在大中华区的门店总数达196家。同年，仅萨洛蒙的鞋类产品销售额就突破了10亿美元。2025年，该品牌计划还要开100家新店。要知道，2019年萨洛蒙在大中华区的门店数量仅有13家。

背靠中国资本，亚玛芬仍在狂奔

尽管中国户外运动的市场前景可观，但是竞争也愈发激烈。

业绩发布的同时，亚玛芬集团对2025年业绩给出了双位数增长的积极指引，但预期收入增速较2024年有

所放缓。

早在亚玛芬2024年中报发布时，唐小唐就对时代财经表示，在户外运动市场整体上行的背景下，开店扩张的确能给亚玛芬带来不错的业绩表现。但是，全渠道收入增速（Omni-comp growth）数据的下行，仍然反映了门店盈利能力的确定性。

这一问题在2024年全年业绩中仍有体现。2023—2024年，始祖鸟所在的户外功能性服饰业务全渠道收入增速从55%降至28%；萨洛蒙所在的山地户外服饰及装备业务全渠道收入增速从31%降至28%；球类及球拍装备业务则从18%降至5%。

“按照当前亚玛芬的门店投资的模式，一旦旗下品牌市场竞争相对落后，或者消费环境的变化导致收入下行，公司的整体盈利就会受到挑战。很多成本将无法快速降下来。”唐小唐指出。

另外，亚玛芬的全球生意仍然面临一些挑战。如在美洲地区和EMEA地区（欧洲、中东和非洲地区），其增速远不及亚洲地区。

从数据来看，2024年，亚玛芬大中华区销售额同比增长53.7%至12.98亿美元；除中国以外的亚太区域增速也达到45.5%。而在美洲地区，亚玛芬营收为18.59亿美元，同比增长6.5%；EMEA地区销售额15.13亿美元，同比增长3.8%。增速表现大大落后。

唐小唐分析道，“欧美市场有太多品牌了。巴塔哥尼亚（Patagonia）这些在美国户外市场渗透率相对较高的品牌，都是始祖鸟强劲的竞争对手。”据界面新闻援引彭博社的报道，巴塔哥尼亚品牌CEO Ryan Gellert曾在采访中透露，这个很少做大型营销活动的品牌，年销售额约为15亿美元。

近期，始祖鸟品牌一系列的人事变动显示，其希望在商务领域有所突破，如从Nike、Vans、lululemon等品牌挖来的“明星管理团队”，负责始祖鸟旗下高端商务线Veilance的发展。在业绩交流会上，亚玛芬管理层也着重强调了这一点。

显然，无论是始祖鸟的后续增长，还是亚玛芬的全球生意，这家背后有中国资本加持的芬兰运动集团，仍不断在高压下探索新增长高地。■

湘企酒鬼酒搭上河南“商超顶流”

时代财经 林心林

老牌湘酒企业搭上了“商超顶流”。

2月24日，白酒股普遍阴跌，而酒鬼酒（000799.SZ）盘中股价一度飙涨近9%，截至当天收盘时涨幅为4.47%，股价报收48.14元/股。

“又一只胖东来概念股出现了。”有投资者调侃道。当天，酒鬼酒在官方微信公众号发布《胖东来集团董事长于东来考察酒鬼酒公司》文章，称于东来一行于近日先后调研了酒鬼酒文化馆、酿酒车间、基酒库，详细了解酒鬼酒历史文化、发展历程、酿造技艺。这次考察活动中，酒鬼酒董事长高峰、副董事长郑轶均有出席。

去年以来，胖东来“爆改”零售业，帮扶了永辉超市、步步高等众多商超。如今，胖东来搭上白酒企业，又会产生什么化学反应？

胖东来自营酒类畅销，有代购一个月能卖几百箱

酒水一直是胖东来颇为重视的品类之一。

2024年，胖东来集团累计销售额为169.64亿元，虽然仅单独披露了餐饮、茶叶、珠宝等品类贡献，但酒水销售额同样不容小觑；去年，胖东来自有的精酿啤酒、白酒产品纷纷被抢购。于东来在酒鬼酒考察时表示，希望双方未来在零售渠道拓展、产品创

新推广等领域深度合作，共同推动白酒零售市场的繁荣发展。

目前在胖东来酒水货架上，最出圈的数款产品均是胖东来自有品牌。

胖东来一直以自营商品理念为核心，通过构建供应链来把握商品价格及利润。酒水也不例外，早在2020年，胖东来与河南区域酒企宝丰酒业合作推出清香型白酒“怱酒”，单瓶500ml仅售35元，在当地十分受欢迎，甚至早期曾有每人限购2瓶的规定。

两年后，双方再次合作推出清香型联名定制酒“自由爱1995”，售价为70元/瓶。有报道曾称，“自由爱1995”日常单日销售量为3000～4000箱，在周末和节假日更能达到5000～7000箱。2月26日，一名胖东来代购则告诉时代财经，胖东来自由爱白酒是其代购订单中热度较高的产品，一个月销量能达到数百箱。

这两款合作白酒也让代工厂方宝丰酒业的业绩得到不小增长。始建于1948年的宝丰酒厂曾因资金不抵债而“卖身”，尽管此后曾通过拍卖重回宝酒集团，但发展已受阻。以新零售专家鲍跃忠此前统计的数据为参考，2024年宝丰酒业代工的自由爱白酒销售额高达5亿元。

而在啤酒品类，胖东来与千岛湖啤酒合作的“全麦精酿啤酒”同样是爆品。2023年，胖东来推出自营精酿小麦啤酒，其中330ml规格的整箱24瓶售价为60元，折合下来单瓶售价约为2.5元。

在社交平台中，“缺货”“卖断货”是这款精酿啤酒的常态。上述胖东来代购称，精酿啤酒出货量远比自由爱白酒更大，一箱330ml规格的精酿啤酒一般代购价达近120元，价格翻倍，且不包邮。

不过上述酒水产品基本是以中低端为主的“口粮酒”，单瓶价格均在100元甚至50元以下。这也使得利润空间相对较低，此前胖东来曾在公众号中提及怱酒“卖一瓶酒三四十元，赚5元”，毛利空间远低于白酒行业。

而当前，白酒行业价格战白热化，不少知名酒企纷纷下沉，百元以下价格带竞争激烈。旗下拥有千元级别产品的酒鬼酒，一定程度上能丰富胖东来白酒矩阵，填补酒水货架上高端品牌的空缺。

胖东来或许早已萌生试水中高端的想法。去年年底，胖东来便悄悄推出贴有“自由爱”标签的酒鬼酒定制款，1700元/箱的价格远超过往自营白酒价格，折合283元/瓶。

去年利润下滑，酒鬼酒需要新流量

相比目前风光无比的胖东来，老牌湘企酒鬼酒或许更需要这场合作。

“希望未来在零售渠道拓展、产品创新推广等领域深度合作，携手共同把酒鬼酒公司打造成为中国卓越企业。”于东来在考察时称。

酒鬼酒的发展历史可以追溯到1956年，当时湖南湘西州第一家作坊

酒厂吉首酒厂成立，即酒鬼酒前身。1987年，“酒鬼”品牌创立，而后于1997年在深交所上市，并独创馥郁香型白酒，发展出红坛酒鬼、内参等次高端及高端单品。

高峰时期，酒鬼酒在1998年利润水平仅次于五粮液，超过茅台；且因为高售价一度还获得“中国最贵的白酒”称号。不过，因塑化剂丑闻、大股东数次变迁等，此后酒鬼酒元气大伤。2019年，酒鬼酒提出重回白酒第一阵营目标，并开启渠道高速扩张。

今年1月，酒鬼酒一纸业绩预告揭开这家区域酒企的当下境况。2024年，酒鬼酒预计营收约为14.23亿元，同比下降49.7%；归属于上市公司股东的净利润为1000万～1500万元，同比下滑97.26%～98.17%。

时代财经梳理发现，这是近年来酒鬼酒净利润最低的一年，在2022年，公司净利润曾达到10.49亿元，首次突破10亿元。

针对利润大幅下滑，酒鬼酒在公告中解释称，2024年，白酒行业仍处于深度调整周期，行业挤压式竞争趋势加剧，渠道合作伙伴经营行为偏保守，客户回款意愿谨慎。

在白酒销售体系里，包括经销商、批发商在内的渠道合作伙伴起到关键作用。以直观反映经销商拿货预付款的“合同负债”指标看，2024年三季报显示，截至去年9月30日，酒鬼酒的合同负债为2.07亿元，同比减少

了17.6%，较年初的2.85亿元减少近8000万元，经销商提前打款拿货积极性有所下降。

从库存指标也可以看出，截至去年第三季度末，酒鬼酒存货规模为16.7亿元，同比增长15.16%，呈逐年上升趋势。

不只是酒鬼酒，库存积压、动销不畅已是当前白酒行业现状。中国酒业协会发布的《2024中国白酒市场中期研究报告》亦显示，2024年上半年，有超60%的经销商和终端零售商表示库存增加，超30%的经销商表示面临现金流压力，超40%的经销商表示价格倒挂加剧。

加强动销与去库存，是酒鬼酒改善业绩的重中之重。

酒鬼酒也在2024年业绩预告中提及，接下来将拓展新业务渠道，挖掘增长新动能，其中包括发力新零售、餐饮消费、企业团购等业务渠道，加强消费群体拓展，形成经营合力，创造销售增量。而当前引领线下零售话题的胖东来，无疑是酒鬼酒拓展新渠道的合适之选。

不过，双方迥然不同的行业属性、模式理念等也为这次合作带来些许疑问，如酒鬼酒的主力馥郁香型白酒在省外市场认知度不足；胖东来“不超过20%的加价率”原则与酒业一贯的高定价策略之间的平衡等等。

2月26日，就酒鬼酒与胖东来的合作情况，时代财经联系酒鬼酒相关人士，截至发稿未获回复。■

俞敏洪的零售野心 东方甄选加码送礼经济

时代周报记者 刘婷 发自上海

一次零售巨头的会面，逆转了东方甄选年初以来的股价跌势。

2月25日晚间，胖东来创始人于东来、新东方创始人俞敏洪、物美集团创始人张文中三人一同现身许昌胖东来天使城，考察商业业态。三人一身休闲装扮，在超市货架食品区、礼品区、酒水区边走边聊。于东来在2月26日通过抖音分享了三人的合影，并配文写道：“在同一条路上前行的人。”

在接受大河财立方记者采访时，俞敏洪透露，东方甄选与胖东来未来有可能会展开合作。他还强调，东方甄选将力求在产品品质上向胖东来看齐。

相关消息一出，东方甄选股价一路飘红。2月26日收盘，东方甄选（01797.HK）收涨8.31%，涨幅创年内新高；2月27日，东方甄选股价继续上涨，收涨3.24%，总市值达145.02亿港元；两天内总市值上涨超15亿港元，约合人民币超13亿元。

这场会面背后，是线上电商与线下零售的激烈碰撞与深度融合。东方甄选作为从教育跨界直播电商的新秀，正试图摆脱对单一平台的依赖，加速布局线下渠道、紧追送礼经济风口；胖东来则是线下零售的黑马，正在数字化转型中探索线上销售的可能性；而物美集团作为曾经的线下商超巨头，正以胖东来为标杆，向东方甄选抛橄榄枝，努力追赶时代的步伐。

从线上到线下，从竞争到合作，零售行业的变革正在加速。而东方甄选、胖东来、物美三大巨头的选择，将如何影响未来零售市场的格局？

三大零售巨头合作猜想

三名零售“大佬”走到一起，引发外界关于多方合作可能性的诸多猜想。

东方甄选是转型线上电商的代表企业。2021年6月，东方甄选进军直播带货赛道，以知识带货方式打破了传统的直播带货模式。而胖东来则是线下零售的黑马，在过去一年，胖东来商贸集团销售额达169.64亿元，



东方甄选是转型线上电商的代表企业。2021年6月，东方甄选进军直播带货赛道，以知识带货方式打破了传统的直播带货模式。而胖东来则是线下零售的黑马，在过去一年，胖东来商贸集团销售额达169.64亿元，每家门店平均销售额超过13亿元。

每家门店平均销售额超过13亿元。

随着业务的不断拓展与市场形势的变化，东方甄选也在加速布局线下渠道。

俞敏洪曾在2024年7月时表示，东方甄选将依托新东方的线下网点，探索线上线下结合的零售模式。通过在新东方的地面教学点增加产品展示和智能售货柜等设施，东方甄选的自营产品曝光率将大幅提升。2025

财年，东方甄选还将启动线下自营产品的推广，利用新东方网点多、分布广、人流大、客户黏性高的优势，推动自营产品与东方甄选APP的曝光。

与此同时，胖东来也在积极推进数字化转型，开始“触网”。

面对日益增长的线上消费需求以及线下运营的新挑战，2024年12月起，胖东来将部分商品转为线上销售，对于因线下客流过大而出现的持续哄抢现象的部分商品，已开始引导消费者在线上购买。

而在此次交流中，张文中的出现也备受瞩目。物美集团是传统线下商超的代表企业，在互联网兴起前，物美集团一度风头无两。近年来，随着线下零售优势式微，线上电商的迅猛发展给传统商超带来巨大冲击，物美集团也从昔日的领跑者成为当下的追赶者。

在转型过程中，胖东来是物美的学习对象。2024年4月，物美旗下的多点Dmall与胖东来达成了战略合作。今年2月6日，物美集团宣布正式启动向胖东来学习的自主调改计划，且北京物美的第一家向胖东来学习的门店已在调改中，进一步深化与胖东来的合作。

在行业加速融合、竞争日益激烈的大背景下，张文中曾向俞敏洪抛过橄榄枝。

早在2024年8月的亚布力论坛

上，俞敏洪与张文中曾就零售行业的未来进行对话。张文中表示，他对俞敏洪和东方甄选充满敬意，并提到物美和东方甄选能够共赢、能够合作的地方很多。

多重预热之下，三方的合作可能性引发业内关注。上海夏至良时咨询有限公司高级研究员、大消费行业分析师杨怀玉在接受时代周报记者采访时表示，胖东来和物美在供应链管理上有深厚积累，如果能和东方甄选合作，可为后者提供稳定的商品供应和质量保障。而物美集团的物流网络能提升合作方的配送效率；东方甄选则能帮助优化供应链的数字化和透明化，可引导用户到线下门店体验；降低物流成本，实现O2O闭环。

关于东方甄选与胖东来、东方甄选与物美集团的合作可能性和规划等问题，时代周报记者发送采访函至东方甄选相关负责人，截至发稿未获回复。

东方甄选紧追送礼经济风口

三人在送礼区会面，引发外界对东方甄选加码送礼经济的畅想。东方甄选是微信小店业态里最早入局的企业之一，也因此吃到了第一波红利。在微信团队于2024年12月18日深夜官宣上线送礼功能后，东方甄选亦在其自有APP上推出同款功能，12月20日，东方甄选股价收涨15.54%。时代周报记者发现，在东方甄选

自有APP中，其“送礼物”功能除了单独送给1位特定好友的“单人礼包”模式，还提供了“多人礼包”和“抽奖礼包”的送礼方式。

而俞敏洪表示，在APP中推出群体送礼、单个送礼功能，跟抖音、微信也进行了很好的结合。“我觉得大平台的模式变革给我们带来了很多方便，关键是我们紧紧地跟上。”

中信证券发布研报称，微信小店仅在送礼场景即有望取得千亿元级市场份额，进一步考虑其对于微信生态的影响，牵动的社交电商总规模有望在2027年达到万亿元。

于东方甄选而言，入局送礼经济是其摆脱依赖症的关键布局。自入局直播赛道以来，东方甄选的主要营收贡献来自抖音，俞敏洪曾表示东方甄选仍过于依赖抖音平台，“这对于一家独立的上市公司来说，绝对不是一个正常的商业模式”。

一名MCN机构负责人对时代周报记者分析称，在直播电商平台，流量掌握在平台和主播手中，导致其不稳定性较强，东方甄选已经在董宇辉“小作文事件”上买过教训。而送礼功能则依赖于产品力、口碑、运营和服务，更考验供应链的综合实力。

杨怀玉表示，微信小店的入驻和运营成本低，适合东方甄选快速拓展市场。利用微信的社交属性，沉淀私域流量，提高用户复购率。

微信小店业态，已成为东方甄选的业绩增长点。时代周报记者获悉，2025年元旦，东方甄选微信小店经历了送礼订单的首次爆发，当日送礼订单数量相比前一天暴增1622%。除夕夜，东方甄选的微信小店，一天GMV就突破了500万元，送礼订单占比高达85%。

关于微信小店的发展规划，东方甄选微信小店负责人向时代周报记者透露，东方甄选微信小店下一步将聚焦两大方向：一是发力在送礼物场景的搜索运营方向；二是强化内容生态布局，充分发挥其在短视频、直播等内容领域的优势。这种“社交情感+内容营销”的思路，或许正是东方甄选在微信送礼这一社交电商新赛道领跑的关键。■

向吴向东看齐 杜甫酒业要“曲线赴港上市”？

时代周报记者 幸雯雯 发自上海

高毛利、盈利确定性高的白酒股向来是资本市场的稀缺标的，每当白酒企业与资本市场“联姻”有丝毫风吹草动，都会迅速刺激行业的神经。

近日，港股珠宝商中国环保能源（00986.HK）公告表示，已与四川杜甫酒业集团有限公司（下称“杜甫酒业”）订立销售代理协议，将作为杜甫酒业在特定市场的销售代理，负责杜甫酒的推广及销售。

消息一出，酒圈的目光纷纷聚焦在杜甫酒业之上。杜甫酒业是否将借此实现“曲线上市”，成为业界关注焦点。

前身为绵竹县曲酒二厂的杜甫酒业，成立于2013年，旗下有“杜甫酒”等系列产品。与众多地方酒不同，杜甫酒业不甘偏居一隅，其背后掌舵人彭作权多次宣称公司将登陆资本市场，且扬言实现百亿元产值目标。

杜甫酒业能否通过一纸协议补齐登陆资本市场的最后一块拼图，终圆上市梦？

“曲线上市”成功机会几何？

放眼A股和H股合共数千家上市公司，白酒上市公司仅有21家。自2023年“白酒教父”吴向东掌舵的珍酒李渡（06979.HK）成功赴港上市后，白酒上市公司阵营再无扩容。

在大门的另一边，隐形的白酒企

业“上市禁令”下，酒企A股IPO频频折戟。2022年4月，郎酒IPO被终止审查，国台在2021年主动撤回IPO，而多次传出借壳上市的习酒始终未能成功“撞线”。

白酒股在资本市场的含金量不可小觑，在门外徘徊的酒企仍蠢蠢欲动，其中包括四川绵竹地方酒企杜甫酒业。

首先，杜甫酒业向外寻找金主。天眼查显示，杜甫酒业分别在2020年和2022年获两轮融资，投资方分别为上海景恬实业集团和森系资本。

谋求资本扩张的同时，杜甫酒业还通过不同形式连接资本市场。2018年，杜甫酒业在天府新四板挂牌；2021年6月28日，香港联合国际知识产权交易中心发布公告，批准四川杜甫酒业集团股份有限公司知识产权资产“杜甫酒业”上市。

彼时，杜甫酒业积极宣传造势，扩大声量。彭作权一度表示2021年有望实现杜甫酒业在港整体上市，打造“诗酒第一股”。时隔近四年，牵手中国环保能源，杜甫酒业又向资本市场迈出一大步。

值得一提的是，杜甫酒业通过授权港股公司为酒水代理商的解法颇为巧妙。

白酒产业已进入存量竞争时代，且名酒下沉正挤压地方酒企生存空间，扩大销售对于地方酒企来说是头等大事。公告显示，作为新的代理渠道，中国环保能源预计在三年协议期内实现不低于1.5亿元的销售额。

此外，借助中国环保能源的平台，便于杜甫酒业“试水”海外市场，一定程度上转移国内白酒需求减弱的压力。定位中高端的杜甫酒业目标消费人群，与从事珠宝业务的中国环保能源的客户资源有一定重合度。而且中国环保能源于中国港澳台、东南亚地区的经销商资源，也有利于加快杜甫酒业布局该区域华人市场。

最重要的一点，公告显示，中国环保能源董事会建议将公司名称更改为“杜甫酒业集团有限公司”，引发业界对杜甫酒业“借壳上市”的猜想。

对此，香颂资本执行董事沈萌指出，公司在不发生所有权变动的情况下不能称为“借壳上市”。沈萌不排除杜甫酒业有实现上市的可能性，但认为言之尚早，“杜甫酒业在国内知名度不高，海外市场规模基本为零”。

据白酒行业分析师蔡学飞了解，杜甫酒业一直在谋求资本化，“上市”是其非常重要的宣传内容。

“无论从品牌影响力还是营收规模，杜甫酒业都属于区域中小型酒企。”蔡学飞接受时代周报记者采访时表示。与此同时，搭上“白酒概念”，中国环保能源股价应声大涨。中国环保能源宣告合作的第二个交易日（2月25日），公司股价上涨16.95%，报收0.069港元/股。

对于更改公司名称，中国环保能源表示，公司拟将业务重心由珠宝业务转向白酒业务。董事会认为，更改公司名称符合本集团的战略规划，更

好地反映本集团的业务发展状况及其未来发展方向。

去年前三季度产值仅过亿元，酒庄项目暂无消息

将地方小酒厂一步步打造成为白酒上市企业“后备军”，背后推手彭作权是何许人也？

据绵竹市政协文史委今年发布的一篇文章，2013年，时年近40岁的彭作权已在酒业界拼闯十几年，在杜甫酒业考察多次后，与杜甫酒业创始人汪中林达成合作意向，于2017年投资杜甫酒业，而后在2018年5月出任杜甫酒业董事长兼CEO。

对二三线白酒走差异化之路进行不少探索后，彭作权确定将杜甫酒业打造成“诗酒生活产业集团”，走“酒业+文旅+文创”路线。

媒体报道显示，从2018年年底开始，杜甫酒业探索开展“杜甫文化之旅”酒旅体验项目，在成都杜甫草堂、宽窄巷子等旅游景点设立了杜甫酒体验馆和专销点。对标国外酒庄，2020年10月，彭作权又宣称正在绵竹规划打造“杜甫诗酒小镇”“武侯酒庄”。

一名白酒投资人告诉时代周报记者，打造有特色的、小而美的酒庄模式，对于中小型酒企未来发展来说是条出路，目前茅台镇有不少酒企在做尝试，但暂时没有成功案例。

彭作权的野心还不止于此。

据《证券时报》2021年5月的一篇报道，杜甫酒业方面表示，2021—2025

年将力争实现产值10亿元、利税3亿元、市值50亿元、品牌价值100亿元的目标。在同年9月，“杜甫酒业香港上市启动发布会”上，杜甫酒业又发布“百城千‘庄’”计划，引入国际流行的酒庄“庄主制”，将产值目标提至百亿元。

从当前行业及政府层面均积极推动酒旅融合、酒企热衷于打造酒庄的视角来看，彭作权探索酒企发展的路径颇有先见之明。不过，四年多过去了，未有诗酒小镇和酒庄建成的消息。

至于业绩，绵竹市融媒体中心的一篇文章提到，杜甫酒业董事、副总裁汪佳介绍称，2024年前三季度公司实现产值超过亿元，销售收入同比增长30%。这一数据距离其宣称的“十亿”“百亿”产值目标仍有不小差距。

酒水行业研究者欧阳千里指出，杜甫酒业也想通过成为上市公司从而获得更强的竞争力。

蔡学飞认为，若杜甫酒业在港上市成功，对于其提升品牌价值，以及对外宣传有着积极价值。“虽然有珍酒李渡的先例，但是港股本身缺乏流动性，酒类题材热度不高，在目前调整周期下，杜甫酒业依然面临着不小的挑战与压力。”

杜甫酒业能否“曲线上市”仍是未知之数，但在白酒企业“上市禁令”背景下，这或许启发了徘徊在资本市场大门外的同行开辟一条上市新路径。

就与中国环保能源合作及公司发展事宜，时代周报记者联系杜甫酒业及彭作权，直至发稿均未获回复。■

江南布衣半年净赚超6亿元 喊出百亿元销售目标

时代财经 周嘉宝

成立第三十个年头，中国本土时尚集团江南布衣仍在缓慢增长。

江南布衣(03306.HK)发布的2025上半财年中期业绩显示，截至2024年12月31日的半年，公司实现营收31.56亿元，同比增长5%；毛利率同比下降0.1个百分点至65.1%；净利润同比增长5.5%至6.04亿元。

这个由浙大夫妻档李琳和吴健一手做起来的“杭派女装”品牌，凭借高辨识度的产品设计和品牌调性，博得众多文艺女青年的喜爱。李琳负责设计，吴健负责公司战略及运营。

放眼全球成功的高端时装品牌，一个才华横溢的创意总监和一个运筹帷幄的CEO，缺一不可。李琳和吴健的组合，也曾让市场期待中国市场的PRADA。该品牌的联合创意总监Miuccia Prada和其丈夫 Patrizio Bertelli，曾是集团的重要领导者。

不过，这份最新的半年业绩，似乎没有达到投资者的预期。

Wind金融终端显示，2月27日，也是江南布衣半年报发布次日，江南布衣股价大跌11.72%，报收15.66港元/股；2月28日，江南布衣股价再跌6.64%，截至当日收盘，江南布衣报收14.62港元/股。两天时间，江南布衣市值蒸发约16亿港元。

江南布衣被“始祖鸟们”阻击

当体面的都市人脚踩萨洛蒙，身穿始祖鸟，开始心向山野，江南布衣“躺枪”。

在最新的半年报里，作为集团最为成熟的核心品牌，JNBY依然撑起了营收的半壁江山，收入同比增长3.6%至约17.60亿元。但男装速写、童装jnby by JNBY和针对职场女性的LESS所在的成长品牌分部，暂时失去了增长动能。

财报显示，截至2024年12月31日的半年度，江南布衣成长品牌分部收入从上年同期的12.28亿元跌至12.02亿元；经营利润从3.76亿元降至3.68亿元。

这一分部的收入下滑主要由于男装品牌速写拖累。根据华西证券研报，报告期内，jnby by JNBY和LESS收入分别为4.76亿元和3.39亿元，同比增长-0.6%和0.8%。速写收入同比下跌6%至3.88亿元，毛利率下降0.1个百分点至65.5%，品牌店效同比下跌8%至123万元。

在2月27日的业绩发布会上，江南布衣CEO吴华婷直言：“我没有办法改变男性穿着和喜好的习惯。”她认为，速写的业绩波动主要是因为户外运动赛道的火热，让男装赛道整体承压。

以始祖鸟、凯乐石、Stone

Island、迪桑特、骆驼为代表的户外运动品牌，正在成为中国都市男性群体的挚爱。亚玛芬集团不久前的财报显示，2024年始祖鸟品牌营收突破了20亿美元，而中国市场为其贡献了强大的增长动力。

不过，按吴华婷的说法，江南布衣团队并未因此感受到太大的危机和风险，“速写有自己的品牌定位，短期的波动对于品牌来讲不是坏事。它能够守护住现有的用户群，也总有一部分男性是在运动用户之外，他们还需要另外的场合（穿搭）。”

根据江南布衣的定位，速写的目标客户是介于25～40岁追求穿衣乐趣的男士。相对狭窄的受众范围，也限制了品牌的快速发展。今年已经20岁的速写，陷入了“原地踏步”的尴尬处境。

根据江南布衣披露的2018财年上半年数据，截至2017年12月31日，速写品牌门店就已经达到308家，收入为3.26亿元。7年过去，截至去年12月31日，速写的门店仅净增8家至316家，收入为3.88亿元。

事实上，设计师品牌与商业化的矛盾，在消费环境分层的当下越来越凸显。对于渴望数据增长的资本市场来说，有个性的设计师品牌，规模天花板还是太低了。

优他国际品牌投资管理有限公司CEO杨大筠对时代财经直言：“速写这种小众风格，在国内受众群体非常小。能做到今天这个规模，已经是极致了。要把规模做起来，品牌面对的消费群体就要足够大，购买力要足够强。即使小众市场深耕得很好，消费群体的复购率很高，增长也是可以预见的。”

一名速写消费者对时代财经表示，户外品牌的崛起也仅仅是市场竞争加剧的表现之一。对于都市男生来说，可选品牌越来越多，“单衣、COS、nice rice，Razzle都可能是速写有力的竞争对手。”

半年净开101家门店

5%的增长对于坚持做自己的江南布衣来说，来之不易。

江南布衣在财报中指出：“收入的增长主要由于在线管道销售的增长以及线下门店规模的增长所致。”

曾经坚持“不以资本驱动”“不盲目扩张”，习惯了慢节奏的江南布衣，在环境承压的半年内净开了101家门店。

可以对比的是，2024财年（2023年7月1日—2024年6月30日），江南布衣全年线下零售店净增长才34家。

投资人很快注意到了这一数据。2月27日的业绩交流会上，第一条在线提问就是关于开店速度。

江南布衣CEO吴华婷回应，开店加速明显，主要是因为经销区域有新

商场开业，而江南布衣随即进驻。另一方面，成长品牌也在进一步拓展空白市场。次日，江南布衣投资者关系总监强一岚亦对媒体表示，未来江南布衣会维持稳健、理性的开店速度。

不过，加速开店的同时，江南布衣集团的整体收入增速却较此前出现明显下滑。以成熟品牌JNBY为例，在2025财年上半年，JNBY品牌门店净增长了36家，但收入同比增速仅为3.6%。而在2024财年全年，JNBY门店的净增长3家，收入同比增长17.1%。

华西证券研报显示，在2025财年上半年，JNBY、速写、jnby by JNBY和LESS四大品牌店效均出现不同程度的下滑，下滑幅度分别为-0.3%、-8%、-5%和-7%。

另据江南布衣披露，2025财年上半年，江南布衣实体店可比同店增长率为0.1%。可供对比的是，2021财年（2020年7月1日—2021年6月30日），江南布衣实体店可比同店增长率曾达到19.3%。

在时尚行业资深人士、曾任某本土时尚集团高管的Piver Jin看来，江南布衣独特的强设计师定位，让消费客户更精准，消费群体黏性更强，但同时也让品牌的发展空间变窄。在环境承压的背景下，江南布衣的拓店加速是无奈之举。

Piver Jin说：“2023年下半年开始，整个线下商场都在进行新一轮的洗牌。商场也在转型、重新定位，消费者不认可的品牌、业绩不好的品牌在这一轮就会被淘汰，这种洗牌一般持续3到5年，市场也会形成新一轮竞争格局。这也就是说，如果你现在不抢店面，未来你很难有上牌桌的机会，这是支撑品牌发展很重要的一个部分，也是对未来市场的投资。”

在Piver Jin看来，未来在线获客越来越难，成本也越来越高，江南布衣需要增加线下触点，强化用户黏性。

除了整体门店数量的增长，江南布衣经销商店的比例出现了明显提升，而自营店在缩减。

据财报数据，江南布衣在中国内地的经销商店从2024年6月30日的1488家，拓展到当年12月31日的1614家，净增长126家；同时其自营门店从515家减至491家。在2019财年，该集团在中国内地的自营门店数量一度达574家。

行业人士认为，一方面是江南布衣旗下成熟品牌与成长品牌从一、二线城市到更多层级市场的下沉策略，带来了经销门店的大幅增长；另一方面则是出于减少经营风险与经营成本的考量。

百亿元零售额目标不变

为保持增长，江南布衣也曾孵化数个新兴品牌尝试“跑马”。

在集团正式上市的2016年，针对6～14岁少年和高质量生活人群的POMME DE TERRE蓬马和JNBYHOME两大新兴品牌应运而生。

独树一帜的设计风格叠加时代红利赋予了JNBY和速写崛起的资本，但新品牌们就没那么幸运了。

在2018财年（2017年7月1日—2018年6月30日）POMME DE TERRE蓬马品牌的门店数量一度达到76家，但次年，该品牌门店收缩至59家。同在新兴品牌分部的JNBYHOME则关闭了仅有的4家门店。该分部经营亏损在2019财年也进一步扩大。于是，江南布衣又开始将资源倾斜于更新的品牌。

在2018年，目标客户定位于先锋职业男士的SAMO成为集团继速写之后推出的第二个男装品牌。同年，江南布衣还推出了一个时尚环保品牌，和设计师品牌集合店。

新品牌的成长并不算快，直至2024财年，江南布衣新兴品牌分部的收入贡献占比仍未超过3%。

2023年9月，江南布衣在2023财年业绩沟通会上首次提出了在2026财年实现百亿元零售额的目标，即对应的财年收入在62亿～65亿元。在2024财年，江南布衣的收入规模为52.38亿元。

在2月28日的媒体业绩交流会上，江南布衣管理层再次重申了百亿元零售目标不变。这也意味着，留给江南布衣的时间不多了。

在成熟品牌和成长品牌增长受阻的当下，江南布衣还在四处押宝。

2024年4月，江南布衣以9644万元收购杭州慧聚51%的股权，将运动男装品牌OMG和运动童装品牌onmygame纳入旗下；同年11月，江南布衣以167.2万元收购杭州目里品牌管理有限公司100%的股权，收获设计师买手品牌“Block”。

在财务数据上，新品牌的加入也得到了正向反馈。2025财年上半年，江南布衣来自新兴品牌业务的收入从上年同期的1.15亿元增至1.94亿元，同比增长147%。新兴品牌分部经营利润从上年97.3万元增至2252.6万元。

针对新品牌的未来布局，业绩交流会上，江南布衣的首席财务官范永奎回应时代财经，目前，新收购的运动童装品牌onmygame主要市场在线上，营收有100%的增长，接下来江南布衣将推动该品牌布局线下门店。而在去年11月份并表的Block，由于已有成熟体系，更多是借助Block链接的国际品牌资源池，寻找未来股权合作的机会。

近十年，中国时尚行业的竞争格局发生了质变。从过去简单的以规模经营做大，演变成了如今的做快、做准、做对。历来“任性”的江南布衣，始终需要步步为营。■



新希望地产“复活”成都黄金地块

时代财经 陈泽旋

烂尾超过8年的中国首个范思哲公寓项目，终于找到接盘人。

近日，位于成都黄金地段的“顺江路333”项目土地使用权及在建工程进行第三次破产拍卖，经过58轮竞价，新希望地产旗下四川同协嘉房地产开发有限公司以8.53亿元的报价将拍卖标的收入囊中，比起起拍价高出1.18亿元，溢价率16.05%。

“顺江路333”有一个广为人知的名字——范思哲公寓，该地块是原开发商门里集团与意大利奢侈品牌范思哲集团的合作项目。实际上，该地块还计划建设文华东方住宅“文华荟”以及一栋七星级文华东方酒店，但在这个项目上，范思哲的名气显然盖过了文华东方。

根据最初的计划，范思哲公寓会在2015年年底公开发售、2017年竣工。然而，整个“顺江路333”项目因资金问题从2017年1月停工至今，停工时项目仅仅完成地下6层至地下2层共5层的主体建设。

因不能清偿到期债务，并且资产不足以清偿全部债务，去年5月，项目公司成都门里望江置地有限公司（下称“门里望江公司”）被四川省成都市锦江区人民法院（下称“锦江区人民法院”）宣告破产，名下主要资产“顺江路333”项目于去年6月第一次被摆上“货架”。

起初，“顺江路333”项目并不受投资者欢迎，先后两次拍卖都因无人出价而流拍，起始价随之两度调降，但在第三次拍卖时，项目却引起了一场激烈的争夺，成交价也戏剧性地逼近第一次拍卖的起始价。

中国首个“范思哲公寓”烂尾8年

公告显示，“顺江路333”项目位于成都市中心城区锦江，与知名地标性建筑太古里直线距离仅约2公里。项目的土地规划建设净用地面积约为1.72万平方米，用地使用性质为

商业用地兼容二类住宅用地。

2011年，门里望江公司竞得“顺江路333”项目的土地使用权，原计划在该地块开发一个综合体，包括地下室（6层）、A塔及裙房（以下称“A塔”）、B塔及裙房（以下称“B塔”）。其中，地下建筑面积约8.69万平方米，A塔规划总建筑面积约9.34万平方米，B塔约为9.21万平方米；分业态来看，项目主要包括5.14万平方米的住宅，8.71万平方米的办公用房以及约3万平方米的酒店。

项目背后的开发商门里集团成立于2003年，据其官方微博在2012年的介绍，公司“经过近十年来在全国范围内贯彻可持续发展理念，连接国际多个顶级行业资源，实现产业多元发展”。

2015年3月，门里集团拉来范思哲集团，双方在北京举行一场新闻发布会，宣布将在“顺江路333”项目打造一座建筑高度超过220米的公寓式住宅“范思哲公寓”——这是中国第一个、全球第二个范思哲公寓项目。

另据时代财经查阅门里集团相关公众号了解到，“顺江路333”项目还计划建设一栋268米的七星级文华东方酒店，以及在中国内地打造首个文华东方住宅“文华荟”。门里集团2015年7月发布的资料显示，“文华荟”楼王售价预计超过5000万元。

按照最初的计划，范思哲公寓会在2015年年底公开发售、2017年竣工。然而，“顺江路333”项目却因资金问题从2017年1月起停工，至今已超过8年。停工时范思哲公寓的建设进度远远落后于原定计划。

2023年9月1日，锦江区人民法院作出的（2023）川0104破申14号民事裁定书显示，门里望江公司员工苏学蓉作为职工债权人，以门里望江公司不能清偿到期债务且资产不足以清偿全部债务为由，向锦江区人民法院申请对门里望江公司进行破产清算。

天眼查显示，苏学蓉曾在门里集团旗下多家公司担任董事、执行董事或法定代表人的职位。

对苏学蓉提出的破产清算申请，门里望江公司没有异议，并认为公司已资不抵债，但主要资产具有盘活价值，公司希望通过破产清算厘清债权，提升债权清偿率。

2024年5月，锦江区人民法院宣告门里望江公司破产。相关民事裁定书显示，门里望江公司严重资不抵债，截至2023年8月30日，公司经审计后的资产总额为9.11亿元，负债总额为35.74亿元，所有者权益总额为-26.63亿元，资产负债率为392.46%。

门里望江公司被宣告破产不到一个月后，其名下主要资产“顺江路333”项目在京东资产交易平台上架进行拍卖处理。

白衣骑士围猎烂尾顶豪资产

房地产投资领域广泛流传着一个“地段论”，然而，位于成都黄金地段的“顺江路333”项目，拍卖过程却十分坎坷。

京东资产交易平台显示，“顺江路333”项目前后一共经历三次拍卖，前两次流拍的原因均是无人出价。其中，项目的起拍价进行过两次调降，由第一次拍卖的8.60亿元降至第二次拍卖的7.74亿元，第三次拍卖起始价再降至7.35亿元。

终于，项目第三次拍卖吸引两个竞买人报名，竞争比市场预期更激烈。

在历经1个小时、58轮交战后，新希望地产旗下四川同协嘉房地产开发有限公司以8.53亿元的报价竞得，成交价相比第三次拍卖起始价高出1.18亿元，相比第一次拍卖起始价仅低了670万元。

资深房地产业内人士、四川知道总经理郭洁认为，项目设置了苛刻的条件，包括自持酒店、建设五星级酒店和2家博物馆，以及项目拥有体量较大的商务面积，叠加近几年房地产市场下行的影响，导致投资者此前的信心不足。

不过，成都房地产市场已率先迎来转机。近几年，成都一、二手房成交量在全国的排名迅速上升，超越购房需求较强的北京、广州和深圳。郭洁指出，在这样的背景下，成都的豪宅市场自2023年年底开始表现强劲，“高端、极高端豪宅走势的确不错”。

郭洁续指，“顺江路333”项目隔壁多次烂尾的项目“阿玛尼艺术公寓”（现名为“宸嘉·嘉佰道”）在宸嘉发展接手后的持续运营下打破烂尾魔咒，“宸嘉发展也是做了一两年才把这个项目做起来，市场逐渐认可，认为它不会再烂尾了”。

值得一提的是，阿玛尼艺术公寓原属于门里集团，是门里集团与阿玛尼联手打造的中国首个阿玛尼公寓。

克而瑞四川区域的数据显示，2024年1—11月，成都总价1000万元以上新房认购量达1089套，不仅刷新历史同期最高水平，也超越了2023年的全年总量。2020—2023年，成都总价1000万元以上新房的年度成交量分别为218套、280套、327套、1033套。

去年7月，成都豪宅楼盘金融城锦宸府（下称“锦宸府”）两套总价超过1300万元的豪宅为市场再添一把火。当时，两套豪宅入市，吸引2608组客户参与摇号，中签率仅为0.08%。

郭洁指出，成都是新希望地产的大本营，且在成都具有打造高端住宅的经验基础，“它的D10天府在成都是一个地标性项目，今年又推出新希望D23风华”。基于前述市场背景，郭洁认为在成都核心区做极高端的豪宅项目“还是有市场的”。

答案或许很快揭晓。根据竞买要求，竞得人须在6个月内取得“顺江路333”项目全部施工许可并复工续建，在复工后30个月内完成开发建设，在竣工验收后10个月内酒店须全面开业。

历尽沧桑的黄金地块，在沉睡8年后，终于醒来。■

深圳楼市跑进“小阳春” 有新盘一日去化507套

时代财经 梁争誉

“小阳春”在即，深圳楼市于近期开始升温，热点频出。

近日，深圳龙华新盘中洲迎玺三期在体育馆开盘，吸引数千人到场选房，当天去化超500套。在法拍市场，老牌豪宅华侨城天鹅湖花园一套顶楼大平层拍出1.32亿元的天价，溢价率高达139%。

根据深圳贝壳研究院监测，春节复工以来，门店带看量等指标连续三周保持增长，上周（2月17—23日），贝壳深圳合作门店二手房带看量为19259组，创下2020年11月首周以来新高。

“节后返工以来，我和同事们的工作强度就已经拉满了。”深圳链家世纪店商圈经理焦海斌告诉时代财经，近期他所在门店的带看量增长明显，“工作日每天基本要带看三四批客户，经常忙到夜里11点才下班”。

深圳链家世纪店距离中洲迎玺三期售楼处步行约2.5公里，仅这一个楼盘，焦海斌和同事带看就超过50批客户。

对于即将到来的传统旺季，多名业内人士持积极态度。深圳贝壳研究院院长肖小平认为，在政策“空窗期”，近期贝壳深圳合作门店的咨询量、新增客量、带看量等先行指标均录得不错的表现，带看量创下近年新高，咨询量接近2024年10月的水平，“我相信未来三周的交易量表现不会差”。

千人选房与五折清盘

开盘前，中洲迎玺三期被寄予“创造日光”的期待。

从销售价格和产品设计来看，开发商给出了诚意。

中洲迎玺三期780套住宅备案均价约7.2万元/米²，单价在5.7万～8.1万元/米²之间，而开发商给予八八折优惠，折后均价约6.3万元/米²。最具性价比的户型为建筑面积约82平方米的三房，最低总价约410万元，和此前“498万元起”的吹风价相比，“便宜”将近90万元。

另一方面，中洲迎玺三期是按“新规”（指2024年5月发布的《深圳市建筑设计规则》）设计的楼盘，开发商称户型使用率超过94%，建筑面积仅约82平方米就可做成三房两厅两卫，因此颇受市场欢迎。

中洲迎玺三期最终吸引2990批购房者登记并冻资，房客比约为1:3.83。选房当天，约82平方米的三房两厅两卫户型凭借低总价、高使用率的优势，在选房开始90分钟后即售罄。至开盘结束，中洲迎玺三期累计去化507套房，去化率约为65%，剩余房源主要是总价较高的大户型单位。

焦海斌和同事带看的近50批客户中，有12批登记并冻资，最终成交3批，“80%是自住需求，主要是解决孩子的上学需求，也有两批客户觉得性价比很高，考虑买来投资”。

部分顺销项目也有较好表现。旗下有多个在售项目的深圳一家品牌房企市场分析人士向时代财经表示，近期公司楼盘销售表现尚可，“去年9月底新政出台后迅速走了一批，今年暂时还没有新盘上市，所以绝对值比较一般。”

前述人士补充称，为了迎接“金三银四”，公司将陆续推出二期产品，“和一期相比，二期产品有所优化，比如内部空间利用率提升了，所以价格会有小幅度的上涨。”在他看来，“金三银四”值得期待，“因为供应量下来了，市场上剩下的盘更好卖了”。

深圳市住房和建设局披露数据显示，今年第一季度，深圳计划入市的商品房项目24个，供应房源8786套，其中住宅6130套，较2024年第四季度减少近5000套。根据深圳中原研究中心统计，2024年深圳新建商品住宅的批售面积约418.8万平方米，同比下降27.7%，为近六年的最低水平。

根据第一太平戴维斯深圳董事总经理吴睿的观察，部分开发商推盘节奏提前，同时给予限时优惠，抢收节后“小阳春”，性价比高的楼盘收到不错的市场反响。

也有一线人士“体感”略有差异。一家品牌房企营销口人士认为，目前市场预期尚未彻底好转，观望情绪仍在，部分项目销售依然艰难。看房已经两年多的刘敏（化名）最近决定暂缓买房计划，“大环境不确定性太多，公司今年可能还会调整架构，我觉得还是把钱留在手里比较稳当”。

经纪人工作强度拉满

二手市场的升温较为明显，呈现出局部高热、整体回暖的特点。

2月19日，阿里拍卖平台高溢价拍出一套顶级豪宅。拍卖标的物位于深圳南山华侨城片区天鹅湖花园一期一套建筑面积约为643平方米的顶楼大平层，市场价约6904万元，起拍价约5523万元。

由于起拍价颇具性价比，这套法拍房源吸引了19人报名参与竞拍。经过167轮竞价，自然人黄铂龙竞得这套大平层，成交价约1.32亿元，溢价率高达139%，成交单价超过20万元/米²。根据贝壳找房，天鹅湖花园一期的最新成交均价约18.7万元/米²。

整体来看，深圳二手房市场节后多项关键指标均录得不错表现。

深圳贝壳研究院监测数据显示，



中洲迎玺三期最终吸引2990批购房者登记并冻资，房客比约为1:3.83。选房当天，约82平方米的三房两厅两卫户型，在选房开始90分钟后即售罄。至开盘结束，中洲迎玺三期累计去化507套房，去化率约为65%。

上周贝壳深圳合作门店二手房带看量达到19259组，创下2020年11月第一周以来的新高，与去年同期相比增长27%。

深圳中原研究中心的监测结果同样乐观，“最近一周二手房市场的带看量、成交量已经基本恢复至2024年12月的周均水平，距离2024年10月、11月的高峰略有差距。从以往经验看，2月下旬房地产市场处于春节后的恢复阶段，3月才会进入‘小阳春’，因此目前二手房表现算是不错的”。

焦海斌的直观感受是工作量翻倍。“2月22—23日成交量明显上涨，我们片区统计到的成交数据比春节返工后的首个周末翻了两三倍。”焦海

斌说，返工第二天（2月6日）就开始上强度，“工作量逐渐拉满，咨询、带看都很多，周一到周五每天基本都有三四批客户，最近经常忙到晚上11点才下班”。

成交量方面，根据深圳贝壳研究院统计，上周贝壳深圳合作门店二手房成交量较去年同期增长35%。2月23日的单日成交量跃居近年次高，仅次于去年10月13日的峰值。低总价的刚需物业成交尤为活跃，总价200万元以下的二手房成交占比为23.7%，较去年节后第三周增长10.3个百分点。

“每次市场好转都是刚需先行，再传导到改善户型、豪宅，这次也不例外。”肖小平向时代财经表示，市场经过近几年的调整，“上车”门槛显著降低，有效带动刚需客入市，叠加家庭小型化趋势的影响，刚需物业成交持续火爆，一房、两房、三房供不应求，2024年三房及以下户型成交占比超过80%。

肖小平进一步表示，目前二手房成交价表现平稳，“但我认为未来可能会小涨，因为第一波成交的主要是‘笋盘’，成交速度起来后，最低价房源被消化掉，第二低价如果不降价，就意味着成交价要上去了”。

深圳中原研究中心认为，从目前的数据看，二手房成交已经慢慢活跃起来，随着开发商推盘节奏加快，新房成交的活跃也将进一步带动二手房市场。“近期政策面传闻不少，也有助于提振市场预期，带动市场气氛。进入3月，成交将进一步提升，‘金三银四’值得期待。”

“目前楼市仍处于复苏期。如果未来推出更大力度的房地产利好政策，深圳楼市‘金三银四’还是可以的。”吴睿向时代财经表示。■