

时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

周要闻

多家全国性股份制银行 下调人民币存款利率

中信银行、兴业银行等多家全国性股份制银行今天分别发布公告，从7月29日起下调人民币存款挂牌利率。总体看，各家股份制银行这次人民币存款利率下调幅度在5~20个基点之间，大部分股份制银行调整后的人民币定期存款利率要略高于六大银行。

八部门发文推进国家邮政 快递枢纽布局建设

国家邮政局联合工业和信息化部等八部门近日印发的《关于国家邮政快递枢纽布局建设的指导意见》提出，到2027年初步建成30个左右国家邮政快递枢纽，在全国形成示范带动作用；到2035年建成80个左右国家邮政快递枢纽，形成布局合理、功能完备、智慧高效、绿色安全的国家邮政快递枢纽网络。

江苏拟出“限高令”： 不得新建100米以上住宅

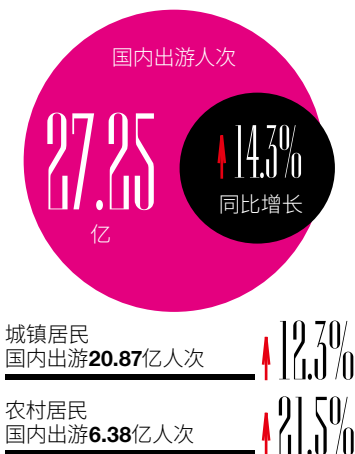
江苏省住建厅近日会同省自然资源厅、省消防救援总队起草的《关于加强高层建筑规划建设管控的意见（征求意见稿）》提出，加强高层建筑高度管控。各地一般不得新建100米以上的住宅。确需新建超高层建筑的，作为重大公共建设项目履行重大行政决策程序，报同级城市党委审定，实行责任终身追究。

周数据

2024年上半年国内 出游27.25亿人次

根据国内旅游抽样调查统计结果，2024年上半年，国内出游27.25亿人次，同比增长14.3%。其中，城镇居民国内出游20.87亿人次，同比增长12.3%；农村居民国内出游6.38亿人次，同比增长21.5%。分季度看，一季度国内出游14.19亿人次，同比增长16.7%；二季度国内出游13.06亿人次，同比增长11.8%。

——2024年上半年国内出游情况——



以“冠军”之名

详见P18-20

00后运动员 巴黎奥运挑大梁

详见P8



数读经济“半年报”

时代财经 王晨婷

各地正陆续发布上半年经济数据。截至7月29日，已经有30个省份发布成绩单。

上半年，全国GDP实际增速为5%。据时代财经统计，在已公布数据的省份中，有15个增速跑赢全国，2个与之持平。其中，内蒙古实际增速最快，同比增长6.2%。但也有部分省份面临增幅放缓的风险，如海南的上半年实际增速仅有3.1%。

值得一提的是，对照各省份在年初定下的全年增长目标，目前仅有江苏、山东、浙江、福建、北京、重庆等8地在上半年就较好地完成目标。

4省份增量超2000亿元

经济十强省份已全部发布了数据。目前看来，前十名的座次较去年同期没有明显变化，而同比增量超2000亿元的省份分别为广东、江苏、山东和浙江。

从增速来看，江苏、山东和湖北并列前十强省份中的增速冠军，实际增速均为5.8%。其中，从固投、消费到出口等各项指标看，湖北都表现良好。上半年高技术制造业增加值增长24.6%，对规模以上工业增长贡献率达36.1%。

江苏方面，上半年全省规模以上工业增加值同比增长8.6%。分行业看，40个工业行业大类中，有33个行业增加值同比增长，行业增长面

达82.5%。而随着新兴动能加速成长，江苏上半年结构升级步伐稳健，高新技术产业、工业战略性新兴产业产值占规上工业比重分别达50.6%、41.3%，比一季度均提高0.4个百分点。

山东方面，工业、投资、消费等主要经济指标好于全国。其中，制造业投资增长14.5%，医药制造业、金属制品业、专用设备制造业投资分别增长21.0%、19.2%和19.3%。

浙江和福建实际增速次之，均为5.6%。不过福建名义增长率相对较低。上半年，浙江省GDP首次突破4万亿元，较去年同期实现2203亿元的增量，名义增长5.69%，在十强省份中位列第二。

工业生产也是浙江上半年表现最亮眼的一大指标，规模以上工业增加值同比增长8.0%。其中，民营企业增加值增长9.0%，增长贡献率达81.5%。38个工业行业大类中，30个行业增加值实现增长，增长面达78.9%。其中，服务机器人（87.9%）、智能手机（34.7%）、新能源汽车（27.9%）、集成电路（25.4%）等产品产量快速增长。

四川上半年也增长较快，名义增长率达到5.6%，按不变价格计算，实际增长5.4%，生产总值逼近3万亿元大关。

相比浙江，上半年拉动四川经济较快增长的主要在于第三产业，其增加值同比增长5.8%。其中，租赁和商务服务业增加值增长21.6%，信息传输、软件和信息技术服务业增长9.3%。

➡ 下转P3

民营银行 开启新十年

当前，银行业整体面临宏观环境变化、息差下行等一系列挑战，在受访人士看来，站在十周年的拐点上，民营银行仍需坚持差异化、特色化的发展，不断精进数字技术能力，走好高质量发展道路。

时代周报记者 黄宇昆 发自广州

十年前的7月24日，在千呼万唤中，前海微众银行、天津金城银行、温州民商银行首批三家民营银行获准筹建。

潮涌十年，民营银行从零开始，通过股东的资源禀赋、数字化赋能等方式，走出了一条与传统银行错位竞争的差异化道路，有效弥补了小微金融服务短板。目前，19家民营银行的资产总额接近2万亿元，超过部分头部城商行。

当前，银行业整体面临宏观环境变化、息差下行等一系列挑战，在受访人士看来，站在十周年的拐点上，民营银行仍需坚持差异化、特色化的发展，不断精进数字技术能力，走好高质量发展道路。

全球中小企业联盟副主席、中国中小企业协会特邀副会长周德文向时代周报记者表示，民营银行应该由民间资本发起去运作，支持实体经济发展，真正为中小企业服务，解决中小企业融资难、融资贵的问题。同时，大力发展民营经济，金融机构也需要围绕民营经济从制度、方法、考核等方面去改革，支持民营经济发展。

民营银行这十年与两万亿元

2014年7月24日，民资办银行终于进入落地阶段。

这一天，原银监会正式批准三家民营银行的筹建申请，分别是腾讯、百业源、立业为主发起人，在广东省深圳市设立的深圳前海微众银行；正泰、华峰为主发起人，在浙江省温州市设立的温州民商银行；以及华北集团、麦购为主发起人，在天津市设立的天津金城银行。

彼时，原银监会主席尚福林表示，三家试点银行在发展战略与市场定位方面各有特色，如微众银行将办成以重点服务个人消费者和小微企业为特色的银行，民商银行定位于主要为温州区域的小微企业、个体工商户和小区居民、县域“三农”提供普惠金融服务；金城银行将重点发展天津地区的对公业务。

2014年12月，微众银行开业，成为国内首家民营银行、数字银行；温州民商银行和天津金城银行相继于2015年3月和4月开业。

“当时的理想是民营银行与正规金融机构走差异化的道路，弥补它们的不足，真正成为‘中小企业自己的银行’。”周德文在接受时代周报记者采访时说道。

➡ 下转P9

政经 · TOP NEWS

- 2 读懂上半年“国家账本”
- 4 首提“自愿、弹性”延迟退休 专家详解背后深意
- 5 经济大省 拼命建机场
- 6 汽车“倒爷”的中亚暴富生意

财经 · FORTUNE

- 10 隐秘的房贷“返点”： 贷款返现金 多地中介暗招客
- 13 夏季运力大增、票价下跌 欧美航司利润承压
- 14 上半年开标超90GW 风电价格“卷上天”
- 16 角逐超500亿美元市场 通化东宝出海加速跑

产经 · INDUSTRY

- 17 董宇辉单飞 孙东旭回归?
- 21 中小游企成出海最大赢家? 上半年4款游戏收入超10亿元
- 23 新车多卖多亏? 汽车经销商挣扎求生
- 24 写字楼掀起“抢客大战” 广州二房东免租3年

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

“两新”政策再加码 提信心促消费

7月25日，国家发改委、财政部联合印发《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》（以下简称《措施》）的通知。文件提出，统筹安排3000亿元左右超长期特别国债资金，加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新（简称“两新”）。

作为宏观调控的重要工具，财政政策对提振信心、扩大消费具有突出的保障和促进作用，有利于持续释放内需潜力，有利于持续激发投资活力，不断巩固和放大经济向稳向好态势。

近年来，国家大力推动新一轮大规模设备更新和消费品以旧换新，日益受到市场的欢迎。

对消费者来说，很多消费品原本就到了接近淘汰的年限，现在用旧彩电换台大的新彩电，10多年的老冰箱换成了美观又省电的最新款，一辆“老爷车”置换一辆功能“逆天”的新能源车，由于领了补贴，花费比原来设定的“预算”还降了不少，何乐而不为？

消费者感受实惠，企业则从以旧换新中拿到了更多的订单，整个行业的动能也就更充沛了。以新能源汽车制造、船舶制造为例，其具有技术密集型特点，也是我国享有一定优势而且重点发展的产业。现在更新报废标准可以提升设备安全性，也有利于助推产业向低碳环保等高质量方向发展。

前面一段时间，以旧换新政策的效果已经显现。数据显示，今年上半年，全国设

备工器具购置投资同比增长17.3%，拉动全部投资增长2.1个百分点；限额以上单位家电和音像器材类商品零售额同比增长3.1%，增速较去年同期加快了2.1个百分点。“两新”工作对于拉动投资增长、激发消费活力起到了重要作用。

一个突出例证是，在国内市场上，新能源汽车的销量和占有率获得了显著提升。这不仅有利于汽车行业，同时也带动了相关产业链的活跃度。

相比以往，《措施》的一大亮点是扩大了超长期特别国债的支持范围，降低了工业等领域设备更新项目申报门槛，提高了设备更新贷款财政的贴息比例。这意味着从以旧换新政策中受益的门槛更低了，而获利

者更多了。

《措施》的另一亮点在于，考虑到地方财力的局限性，此次中央将直接向地方安排1500亿元左右超长期特别国债资金，支持地方自主实施消费品以旧换新。

有理由相信，特别国债资金的投入有利于引导资源向高附加值、高技术含量的消费品制造业倾斜，优化产业结构，提高资源利用效率。

特别国债资金的投入更可以缓解地方政府在推动此类项目时面临的财政压力，使他们有更多的资源用于其他公共服务和社会福利项目。

各地以旧换新政策一旦推行得力，对生态环境也是一大利好，因为相关政策鼓

励回收和处理废旧消费品，这无疑有助于减少环境污染，推动循环经济和绿色消费。

设备更新重在从供给端提高产品质量，消费品以旧换新旨在从需求侧引导消费升级，两者相得益彰，如两翼齐飞，可以帮助我国经济练好内功。

而从宏观经济角度分析，通过发行超长期特别国债，中央可以实现跨周期的财政调节，为地方提供稳定的资金支持，同时能够优化国家的债务结构。

刺激短期消费需求，以旧换新政策的这一作用很显豁。但在国家运用宏观政策工具之后，更要看到，政策实施得力，能够在中长期内促进经济结构优化和可持续发展。■

读懂上半年“国家账本”

时代财经 李益文

备受瞩目的财政“账单”公布了。日前，财政部公布上半年财政收支情况。上半年，全国一般公共预算收入115913亿元，同比下降2.8%，扣除去年同期中小微企业缓税入库抬高基数、去年年中出台的减税政策翘尾减收等特殊因素影响后，可比增长1.5%左右。

在以收定支等因素影响下，支出增速也较往年出现相对明显的回落。

上半年，全国一般公共预算支出136571亿元，同比增长2%，为近三年同期最低增速。分中央和地方来看，上半年，中央一般公共预算本级支出18267亿元，同比增长9.6%；地方一般公共预算支出118304亿元，同比增长仅0.9%。

随着“结构性减税降费”等税惠政策的延续，占财政收入最大占比的税收收入增长放缓，每一笔支出的去向都显得尤为重要。

实际上，近年来，中央与各地地方均多次强调，财政的各项支出务必精打细算，“要把每一笔钱都用在刀刃上”。在收入同比下滑之际，翻开2024年上半年的“国家账本”，钱从哪里来？又将花去哪？

非税收入大增

相较往年，今年上半年，全国一般公共预算收入同比下降2.8%，增速低于去年同期。在剔除掉多重影响因素外，可比增长为1.5%左右，落后于上半年5%的实际GDP增速。

从结构来看，上半年一般公共预算收入中，非税收入贡献继续增大，税收增长则表现较为乏力。财政部数据显示，上半年全国税收收入累计录得约9.4万亿元，同比下降5.6%，而非税收入约为2.2万亿元，同比增长11.7%。

值得注意的是，非税收入与税收收入的增速差距仍有扩大趋势。从单月来看，6月份的税收收入为13618亿元，同比下降8.5%，降幅较上月持续扩大。而非税收入则为5383亿元，同比增长16.4%。

对此，光大银行金融市场部周茂华告诉时代财经，这主要是受去年同期高基数影响，政策翘尾因素导致减收，国内对企业减税降费力度不减，国内有效需求处于复苏阶段，与常年水平仍有差距。实际上，在四大主要税种中，除消费税外，国内增值税、企业所得税、个人所得税均有受到相关税收政策的影响。

2022年，有关部门出台了制造业中小微企业缓缴税费政策，随后结合经济情况多次延续缓缴部分税费。根据相关安排，部分缓缴税费在2023年上半年集中入库。受此影响，2023年上半年，税收收入同比增长16.5%，其中，国内增值税同比增长96%，这在客观上抬高了2023年一般公共预算的收入基数。

此外，2023年的“减税降费”仍然延续，且力度不减。

2023年8月开始实施了减半征收证券交易印花税；9月份，财政部、税务总局又发布《关于先进制造业企业增值税加计抵减政策的公告》，宣布自2023年1月1日至2027年12月31日，允许先进制造业企业按照当期可抵扣进项税额加计5%抵减应纳税增值税额。

系列政策下，2024年上半年相关税收收入出现较为明显的同比下滑。2024年上半年，国内增值税、企业所得税、个人所得税分别下降了5.6%、5.5%和5.7%，但较少受到“减税降费”政策波动影响的消费税明显好转，上半年同比增长6.8%。

而对于非税收入的增长，粤开证券首席经济学家、研究院院长罗志恒提醒道，非税收入包含了行政事业性

收费、政府性基金、国有资源有偿使用收入、国有资本经营收益、罚没收入、主管部门集中收入等多个来源，不能“一概而论”。

“其中，对于非税收入中，积极盘活闲置存量资产的行为要予以肯定。”罗志恒表示。

实际上，从已公布的数据来看，地方非税收入的增长很大程度上来源于对闲置存量资产的盘活。

例如江苏，1—5月的非税收入增长高达27.2%。对此，江苏省财政厅解释称，前5个月非税收入增幅较高，主要是各级多渠道盘活国有资源资产形成的收入，包括行政事业性国有资产出租、出借、处置收入以及市政公共资源有偿使用收入等。非税收入八成以上增量来自国有资源资产类非税收入增长。

同样非税收入增长较快的，还有吉林。根据吉林省财政厅数据，今年一季度的非税收入为141.1亿元，同比增长41.3%，其中，国有资源（资产）有偿使用收入62.9亿元，增长1倍，主要是年初以来各地加快资产盘活节奏的拉动；政府住房基金收入20.6亿元，增长29.7%，主要是公积金增值收益缴库节奏加快。

教育支出增速回落

以收定支等因素影响下，今年上半年财政支出增速也较往年有所回落，不过民生支出依旧不减。

上半年，全国一般公共预算支出约13.7万亿元，同比增长2%，其中社会保障和就业支出22697亿元，同比增长4.2%，支出总金额再度位居十项主要支出科目首位。

事实上，当前我国青年就业形势仍有待进一步缓解。根据国家统计局公布的分年龄组失业率数据显示，6月不包含在校生的16～24岁劳动力失业



率为13.2%。虽然这一数据已连续三个月下降，但仍明显高出总体失业率，年轻劳动力仍面临较大的就业挑战。

而通过基层就业补贴、大学生专项计划、招工补贴等社会保障和就业方面的大手笔支出，为当前的就业形势提供了强有力的支撑。仅重庆一地，上半年就提供“稳岗贷”156亿元，稳定就业岗位635万个，开展补贴性职业培训10万人次。

不过需要注意的是，支出总金额长期保持第二的教育，其支出金额的绝对值不小，但增速并不理想。上半年，教育支出20291亿元，同比增长0.6%，较去年同期回落4.6个百分点。

对此，周茂华认为，教育支出的放缓，主要受财政收入增速放缓，教育支出高基数，以及国内优化财政支出结构方面的影响。从中长期来看，我国历来重视教育投入，预计未来教育投入将保持合理增长态势。

过往数据也显示，教育支出曾长期保持5%左右的高增长，部分时期增速甚至达到10%以上，其支出金额也

长期稳定位居主要支出项目前三。

长期的巨额投入，使得我国教育基础设施已经得到基本完善。

根据教育部数据，早在2021年，全国中小学(含教学点)互联网接入率就已达到100%，超过3/4的学校实现无线网络覆盖，99.5%的学校拥有多媒体教室。此外，根据人民网2023年1月的报道，当前，我国基础教育已经形成了数字化基础设施日趋完备的良好态势，为推进新时代基础教育改革发展提供了有力支撑。

除了基础教育基础设施已日趋完善外，随着出生人口的下降，我国适龄入学儿童数量也有所下滑。

2021年，我国学前教育毛入园率88.1%，比上年提高2.9个百分点，但在园幼儿人数却不增反减。当年学前教育在园幼儿4805.21万人，比上年减少13.06万人，首次开启在园幼儿跌势。2022年减少人数扩大到78万人，2023年更是一年内减少535万人。

不过也有分析认为，教育基础设施相对完善，入学人数减少，客观上有可能带动教育支出增速的回落，但同时也要看到，当前我国财政性教育经费支出占GDP的比例仍远落后于欧美等国，且近年有下滑趋势。作为国内教育经费的绝对“大头”，一般公共预算安排的教育经费，在未来总体财政收支回归“正轨”后，仍有保持一定增速的必要。

在上半年财政收支紧平衡下，下半年的财政情况又将如何？

对此，中国银河证券宏观分析师张迪认为，目前国内供给端复苏较强，增值税基数影响已有所改善，而所得税反映基本面隐忧。增值税去年缓税集中入库的基数因素减弱下，增值税下半年有望迎来增速修复。支出方面，伴随后续特别国债和专项债发行，下半年广义支出也将有所回升。■

把粤港澳大湾区建设 作为广东深化改革开放的 大机遇、大文章抓紧做实

数读经济“半年报”

◀ 上接P1

值得一提的是，浙江和四川也是前十强省份中，两个名义增长率高于实际增长率的。

但对比去年全年的排名，榜单座次还是出现了一些变化。

2023年，四川在下半年发力，“意外”超过河南，挤入前五名。在今年上半年，四川虽然没有保持住优势，但较去年同期已将两省之间的差值从3425亿元拉低到1768亿元。展望下半年，四川再度发力，实现超越河南的可能性大大增加。

此外，上海在去年年底以100亿元左右的微小差距超过安徽，成为排名第十的省份。

今年上半年，安徽还是守住了第十位，但增量不及上海。

安徽今年上半年GDP为23967亿元，实际增长5.3%；上海GDP达到22345.59亿元，同比增长4.8%。两地对于今年全年的增长目标分别是6%、5%左右，全年的第十位“争夺战”尚有悬念。

北京则在上半年完成了对河北的超越。不过，北京、河北两地的增长都超过了5%，天津的增速也达到了4.9%。京津冀协同发展战略实施十年来，三地经济总量连跨5个万亿元台阶，已经是2013年的1.9倍。

内蒙古、重庆增速靠前

重庆、云南、辽宁三省份的经济总量相近，排位竞赛已经持续多年。

去年，辽宁在其中拔得头筹，但从今年上半年来看，重庆还是保持了对辽宁的领先，而云南的增速则相对较慢。

重庆在上半年实现6.1%的实际增速，在已公布数据的省份中仅次于内蒙古（6.2%）。

重庆市统计局工业处处长吴丹分析称：“上半年全市规上工业保持高位运行，工业增加值同比增长8.6%，较去年同期和去年全年分别提高5.1个、2个百分点，位居全国第五位，发



展新质生产力成效显现。特别是汽车产业增加值增长30.3%，成为全市工业增长的主要支撑。”

值得一提的是，今年1—5月，重庆汽车产量达到99.7万辆，重新登上“中国汽车第一城”宝座。

去年增速靠前的内蒙古继续保持快速增长，上半年同比增长6.2%。与其前两年拉动经济的关键因素一致，固定资产投资扛起大旗。上半年，全区固定资产投资（不含农户）同比增长12.0%，高于同期全国平均水平8.1个百分点，稳居全国第二位。

其中，全区民间投资同比增长9.2%，高于全国民间投资增速9.1个百分点。扣除房地产开发的民间投资增长14.7%。最惊人的数字是，内蒙古第一产业投资在上半年同比增长77%，高于全国第一产业投资增速73.9个百分点。其中，在高标准农田项目加快实施带动下全区农业投资增长2.3倍。

高标准农田是内蒙古近年大力

推进的农业项目。

今年，内蒙古计划新建高标准农田850万亩。这也是今年增发国债下达地方的第一批项目，截至2月底已下达资金167亿元支持内蒙古高标准农田建设项目共计710万亩，亩均投资补助达到了2479元。

“在粮食年产200亿斤以上的22个省份中，内蒙古粮食产量增速最为迅猛，10年同比增长42%，增速居全国第一。在我国产粮省份排名中，内蒙古从10年前的第十名上升到目前全国第六名。”长城证券首席宏观分析师蒋飞分析称，内蒙古农牧业产量高，产值却相对较低的原因之一，可能是现代化程度不足。

在蒋飞看来，推进高标准农田建设与现代化农业相匹配，能有效提升粮食生产能力。

值得关注的是，上半年也有部分地区增长不及预期。

海南是去年全国的增速亚军，同

比增长9.2%。在今年年初，海南也确定了2024年增长8%的目标。但上半年，海南实际增速仅为3.1%，在目前已公布数据的省份中排名相对靠后。

消费市场下降是核心问题所在。上半年，海南全省社会消费品零售总额1128.36亿元，同比下降6.2%。商品零售额同比下降7.3%，餐饮收入增长1.0%。在限额以上单品中，建筑及装潢材料类零售额同比降68.7%、家具类降49.9%、化妆品类降32.5%。

“海南的经济结构以第三产业为主，占比超过60%。这种经济结构使得海南对外部环境变化的敏感度较高，任何外部细小变化都可能对其经济增速造成较大波动。”北京社科院副研究员王鹏认为，海南上半年消费市场下降可能与全球经济形势、消费者信心等因素相关，与海南文旅资源相近的国外也在积极争夺中国游客市场，这些都对海南的零售业和旅游业造成了冲击。■

油价和金价 为何双双下跌？

时代财经 王莹岭

国内成品油迎来年内第五降。

根据国家发展改革委消息，新一轮成品油调价窗口于7月25日24时开启。具体来看，本次油价调整后，折合每升92号汽油下调0.11元，95号下调0.12元。

以油箱容量为50L的家用轿车为例，加满一箱92号汽油，将少花5.5元。

无独有偶，黄金价格也迎来走低。

东方财富数据显示，7月25日，上海黄金交易所期货价格一度跌至555.68元/克，较前一日收盘价569.64元/克，跌超11.06元，跌幅达1.95%。当日21时，沪金期货夜间开盘再跌，跌至554.86元/克。

无论是油价的小幅下调，还是金价的骤然下跌，金价、油价双双走低都牵动着市场的心。而近期，油价、金价双双下跌，这是为何？

油价或将继续下调

今年以来，国内成品油价已经历14轮调整，呈现“七涨四跌三搁浅”格局，整体涨多跌少。涨跌互抵后，年内汽、柴油标准品分别整体上涨700元/吨、675元/吨。

进入下半年以来，7月初油价迎来了首轮上涨，涨幅达110元/吨，这使得92号汽油几乎全部地区突破了8元/升，好在本轮油价迎来大幅下跌，打破油价连涨局势之后，迎来下半年首次下跌。

本轮调价后，部分地区92号汽油零售限价跌回“7元时代”。

此轮油价为何回调？

据国家发展改革委价格监测中心监测，本轮成品油调价周期内（7月11—24日），受需求低迷、原油库存充

裕、地缘政治溢价削减等因素影响，国际油价震荡下降。

Wind数据显示，7月11日，美油8月合约报82.84美元/桶，布油9月合约报85.50美元/桶。而在本轮成品油调价周期内，国际油价出现多次小幅下跌，7月23日，国际油价全线下跌，美油9月合约跌1.19%，报77.47美元/桶。布油9月合约跌1.03%，报81.55美元/桶。

截至7月25日收盘，2024年9月美油报78.28美元/桶，涨幅0.89%；2024年9月布伦特原油报82.37美元/桶，涨幅0.81%。但整体油价较7月11日仍处于低位。

据央视财经，国家发展改革委价格监测中心表示，短期内国际油价出现窄幅震荡下行，一方面是由于近期欧美经济数据疲弱，原油需求增长动力不足。

具体来看，欧元区7月PMI指数降至年内最低45.6，美国近三月制造业PMI指数连续下降，分别为49.2、48.7和48.5，市场对原油需求前景持悲观态度。

另一方面，近两周美国商业库存虽略有下滑，但仍然处于4.4亿吨高位，对油价产生抑制。此外，巴以双方持续开展谈判，地缘政治溢价削减。近期多个国际投资机构下调了后期原油价格预估。

隆众资讯原油分析师李彦告诉时代财经，在本轮计价周期内，国际油价趋弱，一方面，由于国际经济数据比较疲软，市场信心不足，带来利空情绪；另一方面，以色列、巴勒斯坦谈判正在推进，中东地缘局势有所缓和。

此外，李彦表示，近期美国枪击事件后，拜登宣布退出新一届美国总统选举，也引发市场关注，“可以说，若特朗普胜选，其政策利空油价的因素偏强，市场存在潜在担忧情绪。近

期油价短线承压，也与此有一定关系，但毕竟大选结局尚早，这一事件或难对当下形成持久影响”。

国际油价后市怎么走？

下一次调价窗口将在8月8日24时开启，以当前的国际原油价格水平计算，下一轮成品油调价开局将呈现下调的趋势。

李彦表示，展望后市，近期市场对经济和需求前景的担忧情绪仍难消除，且中东局势出现一定缓和迹象，利空压力有所增强，叠加此前油价走跌积累的跌幅，预计下一轮成品油调价下调的概率较大。

“不过，从下半年来看，不会出现大幅崩塌式下滑。”李彦对时代财经进一步指出，鉴于欧佩克减产仍在延续，供应端仍处于偏紧格局，再叠加地缘局势的不稳定性没有完全消除，整体供应不会有大幅增长，油价不会出现深跌。

“很长时间以来，国际原油价格都在80美元每桶左右，上下浮动10%，未来短期内也将在这个区间波动。”厦门大学中国能源政策研究院院长林伯强告诉时代财经，“油价美元指数、国际地缘政治、对美国经济的预期等因素的综合影响，但比起这些，俄乌冲突还是最主要的影响因素。本身的产业链成本就会将油价支撑维持在80美元每桶左右。”

金价大起大落

比起油价在本轮成品油调价周期内的小幅震荡下调，金价在近期呈现出“大起大落”的走势，刺激着市场敏感的心。

在本周四(7月25日)的欧市早盘，现货黄金价格维持日内跌势，目前金价位于2372美元/盎司附近，日内大跌

近25美元。

从国内黄金期货来看，7月25日21时，沪金期货夜间开盘再跌，跌至554.86元/克。

同日，周大福、六福珠宝、谢瑞麟等国内首饰黄金也在728元/克附近。

而在此前，7月16日，特朗普集会枪击事件发生后，黄金市场开始躁动。当天，现货黄金价格被推升至2468.70美元/盎司，日内上涨46.55美元，涨幅1.92%，再度刷新此前5月份创下的历史最高纪录。7月17日，现货黄金盘中再度刷新纪录，达2474.85美元/盎司。当日，沪金期货曾录得581.5元/克，国内首饰黄金也一度飙升至750元/克附近，涨幅近20元每克。

可以说，本轮金价的大起大落来得太过迅速。价格在数日之间，起伏接近百美元。

对此，广东南方黄金市场高级研究员宋蒋圳告诉时代财经，本轮黄金价格的大涨大跌，主要是受市场对美联储降息预期的影响。

宋蒋圳分析，近期美联储主席鲍威尔在国会证词“转鸽”，叠加美国经济数据的疲软，增强了美联储降息的希望。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华则告诉时代财经：“近期黄金价格高位回落，主要是由于近期‘特朗普交易’升温，美国长债利率与美元反弹；另一方面，地缘政治影响短期减弱也使金价出现回落；此外，黄金在经历短期强劲反弹后部分投资者选择获利了结等影响。”

据了解，所谓“特朗普交易”，就是投资者押注特朗普胜选美国总统，据此预判后市走势而采取的交易行动。

事实上，在特朗普遇刺事件导致其胜选美国总统的预期大幅走高之后，随之带动的“特朗普交易”正在搅

动美国市场。

彭博社7月17日梳理指出，目前市场投资者的共识是，特朗普第二任期会进一步放松市场监管且加强贸易保护主义。

从股市上看，特朗普的政策倾向利好银行股、能源股和医疗健康股等；从实际操作看，不少投资者正在转换投资组合，撤离科技巨头转而投向上述区块。债市方面，摩根士丹利等机构提醒投资者当心美国高通胀持续和长期国债收益率的上升。汇市中，美元近期整体保持强势，不过特朗普选中的竞选搭档、副总统候选人万斯此前曾表达过美元汇率下降有利于美国出口的看法。

“不过从目前的趋势来看，黄金也面临一定逆风。”周茂华补充道，由于美国面临黏性通胀，美债供需失衡，无风险利率或将维持高位。此外，地缘冲突影响边际减弱，也会对黄金市场走向造成一定影响。在目前不确定性较高的市场环境下，投资者需注意防范波动风险。

不过，从长期来看，国际机构对黄金仍然看涨。

当地时间7月22日，Lina Thomas等高盛分析师发布报告指出，高盛维持对黄金的看涨立场，并预测到2025年金价将达到2700美元，比现货价格高出约12.6%。

此外，该报告指出，中国市场实物黄金需求仍占主导地位。考虑到中国消费者对于价格的高度敏感，高盛预计，上海黄金交易所（SGE）金价每下跌10%，中国实物黄金需求就会增长16%。

“目前黄金处于历史较高水平，影响黄金价格走势不确定性因素仍然较多，对投资者专业性要求较高，从稳健投资角度看，投资者需要理性投资、多元化投资组合。”周茂华指出。■

首提“自愿、弹性”延迟退休 专家详解背后深意

时代财经 王晨婷

“延迟退休”再次引发关注。7月21日,《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》中明确,按照自愿、弹性原则,稳妥有序推进渐进式延迟法定退休年龄改革。

这是中央首次将“自愿、弹性”列为延迟法定退休年龄的基本原则。

如何理解“自愿、弹性”?是否会影 响就业市场和生育情况?为了解 这些问题,时代财经近日专访了人口 学专家、西南财经大学教授杨成钢。

时代财经:为什么要推行延迟退休政策?

杨成钢:推行延迟退休的其中一个原因,是人口老龄化和老年人健康水平的提高。

随着中国人口老龄化加剧,老年 人口占比在提高,规模大幅增加。同时 随着医疗卫生水平不断提高,老年人的 健康寿命也越来越延长。

国家统计局数据显示,平均预期寿 命已经延长到78岁左右,而健康预期 寿命也达到了68岁。这意味着老年人在 68岁之前仍然具有生产能力。

过去的概念是,60岁以后就是 消费性的人口,需要被赡养,但实际上 他们现在更多具有了生产性,成为一大 笔老年人力资源了。

时代财经:这是中央首次将“自愿、弹性”列为延迟退休原则,自愿和弹性如何理解?

杨成钢:实际上,作为一种社会 福利制度,劳动者在进入老年后领取 养老金,是一种养老福利,即便不再工 作,也可以享受养老金。这体现了现代 文明国家应有的福利制度。

特别是在社会主义国家,这一制 度应比西方福利国家做得更好,以展 示社会主义的优越性。

在我的观点里,除了延迟退休, 我们社会应该还有其他发展方向。它 或许只是现在在人口老龄化、少子化 等现实条件下的一种选择。

当然我这个观点是可以争论的, 不同专家对此有不同看法。

有些专家认为,西方国家也在推 行延迟退休政策,举例新加坡、日本 等国家的老年人仍在工作。这是在混



淆概念。如果老年人愿意从事力所能 及的劳动来充实自己的生活,当然是 可以的。

例如,在日本,不少老年人70多 岁了还在开出租车,还在为了生计不 得不干活、劳动、打工,这就是这些 国家社会福利制度所产生在影响。

出台政策通常需要兼顾社会发 展的方向和解决现实问题,努力使社 会更加文明、福利水平更高。

当前,延迟退休政策主要是为了 应对人口老龄化等矛盾。就目前中国 的老龄化趋势而言,这一政策可能会 持续较长时间。

时代周报:延迟退休政策将会 增加城镇劳动供给。从你的角度来 看,延迟退休政策出台,会对青年就 业产生影响吗?

杨成钢:延迟退休对不同劳动市 场的人群影响是不同的。

我们需要注意劳动力市场的分 化:劳动力市场分为第一劳动力市场 和第二劳动力市场。

在第一劳动力市场中,包括白领、 金领、体制内人员、公务员、事业单 位员工等,他们多从事脑力劳动、相对 体面的工作。对于这些人而言,延迟 退休的影响相对小些。

然而,对于第二劳动力市场的劳 动者,如蓝领工人、从事“苦累脏差”

工作的人员,尽管整体健康水平有所 提升,但到了60岁或许难以胜任这些 繁重的、对体能要求较高的工作。他 们希望早日退休,延迟退休对他们来 说,意味着需要多干几年这种工作。

但延迟退休与青年人就业之间 的矛盾并不显著。

当前的劳动力市场情况是,失业 与岗位并存。一方面,有人找不到工 作;另一方面,也有许多岗位无人填 补。

许多年轻人特别是大学生,倾向 于寻找第一劳动力市场的工作,更为 体面的工作。

而诸如清洁工、保姆、餐厅服 务员等岗位,许多年轻人不愿意从事, 反而主要由中老年人填补。

技术进步和产业升级也带来了 新的就业挑战和机会。人工智能等 新技术会淘汰旧岗位,但同时创造新 岗位。

然而,这些新岗位通常对劳动者 有新的技能要求,被淘汰的劳动者未 必能适应新岗位的需求。因此,技术 性失业和新岗位的技能要求不匹配, 造成就业难题。

对于不同劳动力市场的人群,其 影响效果不同,对于青年就业和老年 人延迟退休之间的矛盾,实际上更多 是新旧岗位之间的技能需求不匹配 导致的。

时代周报:延迟退休政策,与生 育情况有何关系?

杨成钢:目前中国年轻人在生育 方面面临许多困难,包括生育成本高 和生育观念变化等,另一个困难在于 需要长辈提供隔代照料。

如果长辈延迟退休,提供隔代照 料的能力减弱,有一定的可能会降低 年轻人的生育意愿。

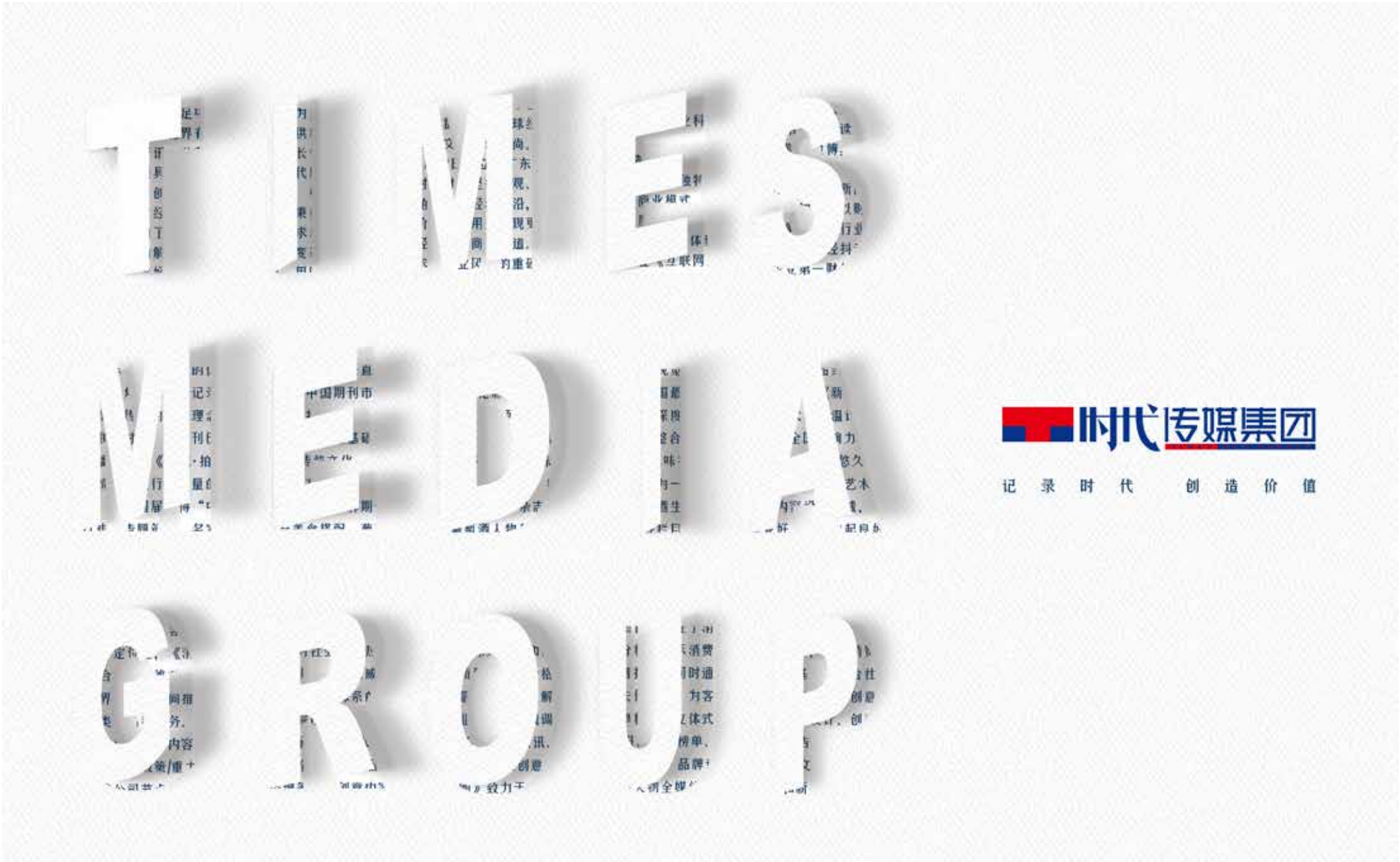
现如今25~35岁之间的女性, 即主力育龄妇女,大多有一定教育程 度,进而劳动参与率较高,这导致她 们的职业生涯与生育活动之间存在 矛盾。女性需要怀孕和分娩后的休息, 婴幼儿需要持续的照料。

在中国,不少家庭的做法是由长 辈提供隔代照料,但随着延迟退休政 策的实施,这种代际支持可能会受到 削弱,导致家庭照料资源减少。

这种情况下,需要社会提供更 多的支持,例如托儿所等婴幼儿照护 服务。

政府正在努力建立三岁以下婴 幼儿照护制度,但这个过程复杂且需 要时间。

在现实生活中,大多数家庭仍 然倾向于在孩子两岁以后,才考虑脱 离家人的照护,将孩子送到托育机 构,两岁之前还是更多地需要家人来 照料。■



REGION · 区域

经济大省 拼命建机场

时代周报记者 王晨婷 发自上海

民用机场又迎上新。日前，“广东发布”披露，中国民用航空局已于近期批复阳江机场选址，同意将双坪场址作为阳江机场首选场址。根据公告，阳江机场力争在2025年开工建设。加上预计在年内动工的珠三角枢纽(广州新)机场，经济大省广东将拥有11个民用运输机场。此外，至少还有5个机场的前期研究工作正在开展。不只是广东，新一轮机场建设潮已经到来。

民航局今年年初曾表态，力争到2050年，建成一批世界一流的航空企业和世界一流的航空枢纽，国际航空枢纽功能体系进一步完善。

经济实力雄厚、区域影响力强的经济大省，在机场建设中则尤为积极。

四川5年内7个机场通航

截至目前，根据民航局信息，在6个经济大省中，四川拥有最多的民用运输机场，共17个；山东次之，共10个；江苏、广东各拥有9个，浙江7个，河南则有5个。

从机场建成通航的时间来看，20世纪90年代是高峰期。如在浙江的7个机场中，有5个于90年代通航，另有杭州萧山国际机场在2000年12月通航。

如果计算2018年之后建成通航的民用机场，在近一轮机场建设高峰期中，四川无疑是最积极的一个。

2018年以来，四川已建成7个民用机场，分别为泸州云龙机场、巴中恩阳机场、甘孜格萨尔机场、宜宾五粮液机场、成都天府国际机场、达州金垭机场、阆中古城机场，平均一年建成超过一个。

其中，成都天府国际机场被定位为4E级国际机场、国际航空枢纽、成都国际航空枢纽的主枢纽，在通航次年的旅客吞吐量已经排入全国前十。

与此同时，四川在建机场数量也是遥遥领先。乐山机场已于2021年开工，广安机场项目在5月刚刚获得立项批复。此外，还有会东机场、甘洛机场的选址也已获得批复，内江机场正在等待选址批复。

根据《四川省“十四五”综合交通运输发展规划》，到2025年，四川民用运输机场建成及在建数达22个，到2035年，四川布局民用运输机场将达28个左右。届时，四川21个市（州）有望“市市通机场”。

四川为什么需要这么多机场？



“蜀道难，难于上青天”，这主要与四川的地理环境相关。以甘孜州为例，这是国内目前唯一拥有三个民用机场的地市，分别为2009年4月、2013年9月、2019年9月通航的甘孜康定机场、稻城亚丁机场、甘孜格萨尔机场。需要三个机场的原因在于，甘孜州幅员辽阔、地形复杂，又分为康东、康南、康北三个片区。当地公路交通出行困难，铁路修建难度大。在这三个片区分别修建民用机场，成为发展的首选。这三个机场也均被定位为支线机场。

另一个经济大省山东，也正疯狂建机场。菏泽牡丹机场、青岛胶东国际机场、济宁大安机场分别于2021年4月、2021年8月、2023年12月建成通航。此外，枣庄翼云机场已经于2022年开工，聊城民用机场项目也在积极推进中，于5月刚刚进行选址意见批前公示。

根据《山东省综合立体交通网规划纲要（2023—2035年）》，到2035年，山东民用机场要达到16个，“实现市市有机场”。

目前，山东拥有10座民用机场，总量位居华东地区首位，淄博、泰安、聊城、德州、滨州、枣庄6市尚无民用机场。经济大省、同样也是人口大省的河南，机场数量在全国靠后。河南目前仅有5座民用机场通航，其中2座在2018年后通航。周口机场项目场址已选定，仍在等待批复。商丘机场、潢川机场、平顶山机场、三门峡机场等4座机场则在规划中，目前尚无明确进展。

机场经济账怎么算？

在经济大省的规划中，“市市有机场”频繁出现。作为超级流量入口，有无机场、机场多少、吞吐量几何，一

直都是决定城市综合交通能级的重要指标，这也是各省市拼命建机场的重要原因。但是，机场不是越多越好。要算好机场的经济账，也并不简单。

因为巨额亏损导致停航的机场并不在少数。如四川广元盘龙机场在2000年9月通航，但因航线市场缺乏支撑，广元盘龙机场处于严重亏损状态，在2004年被迫停航。直到2009年5月，广元盘龙机场才复航，并在11月移交四川省机场集团运营管理。

从如今盘龙机场的经营状况来看，今年1～6月，其旅客吞吐量超过27万人次，较去年同期增长了13.3%。在去年年底，广元市人民政府与四川省机场集团签订了投资17亿元的改扩建计划，其中对于年旅客吞吐量的规划是200万人。值得一提的是，截至2023年年底，广元市常住人口为225万人，较2000年已经减少了81万人。

如何进行航空资源配置也是关键问题。以长三角机场群为例，不同机场吞吐量两极分化严重。如上海浦东机场1—5月起降架次为21.5万，而池州九华山机场同期只有1332起降架次。

“一方面，核心门户枢纽机场容量趋于饱和、空域紧张，会导致航班延误和机场服务质量下降。”中国民航大学经济与管理学院教授李晓津对时代周报记者说，“另一方面，大量中小机场设施处于闲置状态、资源浪费，又需要中央政府、地方政府给予大量资金补助维持机场运营。”

“就会造成核心门户机场‘吃不饱’、部分机场‘吃不饱’、部分中小机场‘吃不着’的尴尬局面。”李晓津说。即使是经济大省在建的机场，也并非一帆风顺。一方面，从立项到审批再

到建设的各个环节旷日持久，一个机场从规划到通航可能需要5～10年，甚至更久。

如南京禄口机场三期工程原本预计在2024年开工，但江苏省交通运输厅在近期答复网友留言时称，该工程前期工作复杂，协调部门多，协调层次高，涉及空域、航路、综合交通运输体系以及土地、环保、资金等事项，今年尚无法完成报批、开工。

另一方面，机场需要大量的资金投入。如河南平舆县交通局在2023年曾表示，当地投资2.47亿元的机场正因资金短缺处于停工状态。该机场为通用机场，而民用机场的投入往往更大，如上述南京禄口国际机场三期工程项目总投资约500亿元。

《“十四五”民用航空发展规划》中也曾明确指出：“目前，行业容量不足、活力不够、能力不强、效率不高仍很明显，民航发展不平衡不充分问题依然突出。主要表现在关键资源不足，基础设施保障能力面临容量和效率双瓶颈；二是在航空物流、通用航空、与国内制造业协同等领域仍有明显弱项。”

要使一个机场充分发挥效益，科学规划至关重要，而在区域多机场格局下，提供差异化服务或许是使机场效率最大化的关键。以建设中的嘉兴南湖机场为例。这是嘉兴的第一个民用机场，将是浙江的第8个民用机场。于2018年开工，总用地7781亩，总投资152亿元，按照2035年旅客吞吐量400万人次、货邮吞吐量123万吨的需求进行设计，预计在明年建成投运。

嘉兴市常住人口约558万人，紧邻上海和杭州，距离上海虹桥国际机场、萧山国际机场两个大型机场的距离都在1小时车程左右。

因此，嘉兴南湖机场被定位为“客运支线机场、专业性航空货运枢纽”。这也将是全国第二个、长三角区域唯一的专业航空货运机场。依托南湖机场发展货运航空及临空经济，或许将成为嘉兴经济增长的一大契机。

时代周报记者还注意到，6月发布的《“十四五”机场建设专项规划中期调整方案》中提到，要加强项目方案比选论证，按照适度超前、不过度超前原则，提升规划设计前瞻性和精细化水平。对于民航发展基金短缺问题，积极争取提高中央投资年度安排规模。鼓励地方政府根据项目建设进度及时或提前下达地方财政资金，吸引社会资本参与建设，缓解项目资金筹措压力。■

2.47

亿元



144小时过境免签 给广东带来了什么

时代周报记者 李杭 发自广州

为了紧抓政策机遇，进一步挖掘消费增长点，7月25日下午，由广东省商务厅、广州市人民政府主办，广东省人民政府新闻办公室、广东省公安厅出入境管理局、广东省文化和旅游厅、广东省税务局、中国人民银行广东省分行、中国银联、中国南方航空等单位协办的外籍人士来粤商旅活动推介会在广州举行。

推介会上，广州市出入境边防检查总站、广东省公安厅出入境管理局和广东省税务局分别就144小时过境免签政策、外籍人士境内居留政策、离境退税政策进行宣讲；广东省商务厅、广东省文化和旅游厅宣传推介了商圈消费、餐饮美食及文化旅游等；南方航空公司介绍了相关航线开通情况；中国人民银行广东省分行、中国银联广东分公司、微信支付平台进行了支付便利化政策宣讲；阿里巴巴飞猪旅行、广之旅分别进行广东旅游产品推介。

广东省自2019年起正式实施144小时过境免签政策，目前共有广州白云机场、深圳宝安机场、揭阳潮汕机场、广州南沙港、深圳蛇口码头5个入境口岸适用该政策。

广州市出入境边防检查总站处长、二级巡视员周英强介绍，2024年

上半年，白云机场共签发了144小时临时入境许可5193份，有40多个国家5000多名游客通过144小时过境免签政策入境广东，对比2019年同期，增长了60.7%。

据了解，符合我国144小时过境免签政策的有54个国家，54国公民持有效国际旅行证件和144小时内确定日期及座位的联程客票从上述口岸过境前往第三国（地区），可免办签证在广东省行政区域内停留不超过144小时。

多种支付方式为外籍人士提供便利

商场每一层都安排供外卡支付的银联POS机，机场、口岸、星级酒店等重点涉外场景能够实现外币兑换设施全覆盖和24小时兑换……2024年以来，广东多举措提升外籍人员支付便利化。

中国人民银行广东省分行科长周俊钊介绍，在支付便利化工作上主要把握三个原则：一是“大额刷卡，小额扫码，现金兜底”；二是充分尊重外籍人士以银行卡和现金支付为主的支付习惯；三是引导外籍来华人士融入我国便捷的移动支付体系。

在外币兑换和现金支取方面，广东省现有自助兑换机52台、外币兑换点211个、外币现钞兑换银行网点6844个，机场、口岸、星级酒店等重点涉外场景实现外币兑换设施全覆盖和24

小时兑换；全省71.4%的ATM支持外卡取现。

为了让来粤境外人士支付更加便利，广东省共划定82个重点商圈，已有95.3%重点商户支持受理外卡，覆盖率较2月末提升79.5个百分点。其中，广州市划定17个重点商圈，已有98.5%的重点商户支持受理外卡，覆盖率较2月末提升81.8个百分点。

在移动支付方面，广东创新推出“外包内用”“外卡内绑”两种方式。

此外，当前，外籍人士也可以使用微信支付在广东省内的日常消费。

据微信支付行业产品总监刘英超介绍，包括广东省在内，全国所有微信支付商家都可以为外籍人士提供移动支付服务。外籍人士产生的单笔支付金额小于或等于200元的消费免征手续费。微信支付还支持外籍人士简化注册，不需要填写身份信息，也不需要验证手机号码，仅需要绑定银行卡就可以完成简化注册过程。

“此外，我们还支持微信支付香港钱包在中国内地的使用，并且计划未来还将支持马来西亚等多个钱包。这将进一步方便来粤外籍人士的支付需求。”刘英超说。

发掘岭南特色和步行街商圈优势

走过沉淀广州2200多年历史风貌与文化古迹的北京路，去顺德品尝最地道的广府美食。随着中国免签“朋

友圈”的持续扩容，越来越多外国博主在网络上分享自己在广东旅游的真实体验。

“广东、香港、澳门是各具特色、互为补充、交通便利的商旅消费圈。”推介会上，省商务厅市场规划与建设处副处长邓威推介，“广东的商旅优势和岭南特色文化，加上香港的知名品牌丰富与潮流文化，再加上澳门文旅娱乐特色文化，形成了粤港澳的三角形互补组合。”

为了让外国游客能在144小时内更好地畅游广东，广东省商务厅挑选出了若干条广东最具特色的步行街、商圈和广东美食，在推介会上进行了全面的介绍。

在邓威看来，广东的特色步行街主要可以分为三类。第一类是历史文化商圈，分别为北京路、永庆坊、汕头小公园、潮州牌坊街。第二类是适合citywalk的商圈，包括广州天河路商圈、深圳湾万象城商圈、珠海南湾发商圈。第三类是适合商务洽谈和交流的商圈，分别是佛山的岭南新天地和佛山创意园步行街。

广东省文化和旅游厅交流与合作与推广处处长程薇推介了众多名山古道、海洋岛屿、主题乐园、商贸会展等旅游形式和旅游地，介绍了粤剧、舞狮、龙舟、骑楼等具有岭南文化特色的国家级非遗文化，联通粤港澳，广东还推出了人文历史游、世界遗产游、

海丝探秘游等大湾区一城多站的精品线路，深度体验中国改革开放前沿地的活力，领略历史文化与深厚底蕴。

围绕来粤商旅游客的核心需求，广东的各大旅行社也推出了各类入境旅游线路。

据广之旅方面介绍，入境线路主要在广州、深圳、佛山、中山、江门等广东省内重要城市展开，行程天数4～6天不等，囊括休闲游、美食探索、历史文化研学、商贸之旅等主题。如“美食文化5天之旅”，会到世界美食之都——顺德学习烹饪正宗的顺德菜，然后乘坐高铁前往潮汕，享用特色潮汕风味餐，学习、了解潮汕功夫茶文化。

为满足来自不同国家的入境旅客的需求，旅行社在入境服务匹配方面也下足功夫。广之旅目前已经构筑一支由多语种导游组成的精英队伍，能为游客提供英、法、德、俄、印尼、越南、西班牙等多语种导游服务；同时还可以为入境团队提供中国口岸旅游签证代办协助服务、高端私人出行定制服务。

“广州是中国最大的国际中转点之一，而广东更是岭南文化的发祥地。广东独特的地理优势、丰富的旅游资源以及深厚的历史文化底蕴，将吸引越来越多的国际游客前来探索；通过引客入穗、引客入粤，业界也将进一步深入挖掘本土文化内涵。”广之旅董事长、总裁赵文志说。■

汽车“倒爷”的中亚暴富生意

时代周报记者 傅一波 发自广州

互联网所制造的财富幻梦，被现实一一击碎。

“现在的喀什，跟20世纪90年代的深圳一样，人潮涌动，感觉所有人都在想着搞钱。”

夏夜晚风里，广州老城，破旧的湘菜馆外。乌哥很自然地把手搭在路边玛莎拉蒂越野车上，车不是他的。

他的主业是板栗收购商，每年工作时长只有一个秋季。剩下的时间，用他的话说，就是“搞点事”。

那晚，他深吸一口香烟，感叹说“那个地方，5000美元随手赚”。马上，他的思绪就回到了过去。

他说的地方叫比什凯克，吉尔吉斯斯坦的首都，过去几年一直是中国玩家转卖新能源汽车的目的地之一。

故事缘起于今年3月16日，乌哥在水库边和一起搭帐篷的老友，聊起他们有个共同的朋友，最终嫁给了一个吉尔吉斯斯坦的男人，那个男人最近在发愁如何弄到中国产的新能源车。

往中亚卖新能源车这个事，很多想入局的人，最担心的是车到了吉国，没人接应。

根据当时市场的信息，他们直觉这事能赚钱，值得一搞。

那个下午，乌哥一直在打电话，了解市场，确定路线、敲定出关口岸……

乌哥的朋友——安哥，在那个下午也摇身一变，成了他的合伙人。

几天之后，乌哥和安哥带着一个模糊的幻想，从广州出发，开始了一场前途未卜的西行漫步。

货源、货源、货源

从2022年年末开始，没有汽车产业的中亚邻国，忽然对中国产的新能源汽车显现出巨大需求。坊间传闻，只要有辆车拉到比什凯克或者杜尚别（塔吉克斯坦）等中亚国家的首都，就有人抢着要。

究其根源，大抵是这几个国家属于贫油国，长期以来依赖成品油进口，但电力资源充沛，因此新能源汽车对于当地富豪来说，长脸又省钱。于是，沉寂已久的传统丝路复归喧闹。

在贸易商、中间人、“倒爷”等各方的努力下，新疆的两个海关口岸很是热闹。

从海关公布的数据来看，今年前两个月，喀什电动汽车出口金额比去年同期涨了8倍多；霍尔果斯公路口岸数据显示，今年上半年出口的商品车突破7.5万辆。

安哥的任务是找车。

他的真实身份是互联网销售端的大佬，对信息敏感又准确。经过筛选，他将进货车型锚定为理想L9。

“这款车在比什凯克最受欢迎，有案例国内售价接近40万元，到那里卖80多万元。”安哥说。

但第一个问题来了，理想汽车在新疆，仅在乌鲁木齐有一家直营店，距离喀什大约1500公里。而且理想销售方式和特斯拉一样：网上下单预订，然后根据产能，排期提车。

根据2023年的市场信息，L9的提车周期是一两个月。

人类是规则的制定者，也是潜规则的创造者。

安哥找到了在做汽车资源整合的中介，对方找到了一个此前订了车、但提车时又反悔的车主。

安哥果断支付了2000元订金，锁定车源。那段时期，车到手了就是钱，守规则就是看着钱从指间溜走。

他们甚至都懒得考虑那个人是不是专门以转卖订单来赚钱。总之，锁定了车源之后，两人便奔赴乌鲁木齐。

那一天是3月25日，他们搭好帐篷之后的第9天。这9天，乌哥的任务是找到“倒车”链条中提供资质、愿意帮他们走流程的企业。比如有些处理进出口，有些金融公司负责国际结算、还有跨境物流等。

结果，当他们带着一线大城市的生活节奏和效率，抵达乌鲁木齐的时候，发现自己在当地有些格格不入。

他们几乎花了一周，才把中介的买车指标弄到自己名下。到了3月30日，赶到交付中心，工作人员说不要急，车子还在路上。可实际上，乌哥的车就在



停车场里，不过是因为周六，是休息日。

“这里的节奏不一样，可不像你们城里。”有人跟乌哥这么说。

钱终究是有诱惑力的。那天下午6点，乌哥和安哥顺利提完车，不到2分钟，板车司机的一个电话打到乌哥手里，剩下的就是装车，然后前往1500公里之外的喀什。

多米诺骨牌

看到L9开出交付中心，这两个伙伴也从乌鲁木齐飞到喀什。

按乌哥预想，只要在酒店里睡上一觉，他的L9就能出现在口岸附近约定的车场卸货。接着就是报关、出关，收钱。他们在水库边就是这么想的。

但3月30日晚上，乌鲁木齐大暴雨，通往喀什的高速封路，板车困在路上。即便是车运到，正好赶上4月初的清明假期，结局也是等。两人索性就在喀什展开了一场city walk。

乌哥发现，这座边疆城市，在如今现代化的加持下，新能源汽车成为现代语境下的“特产”。“因为卖车能赚钱，所以全国各地想赚钱的人都涌到这里，这里一片欣欣向荣，甚至连卡拉OK厅都不够用了。”

但他隐隐地发现，全国“倒爷”都开始在这个领域赚钱的时候，就会出现那些手握大量资金的人，他们哪怕不赚钱，也要抢占市场份额。

“当时我们去的时候就发现，有人仰仗资本的优势，在卷利润，就跟现在互联网企业卖货一样。”

但对于长期生活在这里的喀什人来说，原本的生活模式已经被打破，就连他们常去的小馆子，也挤满了陌生的面孔，与其说他们是被新模式打破了生活方式，倒不如说在外来人眼里，当地人格守了数百年的生活习惯正在被改变。

乌哥回忆说，当地年轻人讶异于这样的生财之道，也表达想要到沿海打工的想法。面对这个问题，他有点不解：我们在追求他们的恬静与满足，他们却向往城市的奔波。“人究竟为了什么而活？”

伤春悲秋的情绪只在一瞬，那辆理想L9是两人垫进去的多年积蓄，这不由得他们分心。

清明假期一过，乌哥就赶紧去给车上牌。

这是汽车跨国交易的一道重要环节，相当于车从经销商手里，必须转到个人名下（上牌）。但要出关的话，个人身份无法完成，所以需要将车挂到一家进出口公司的名下，架空车辆的身份，以裸车形式报关/通关。等到了吉尔吉斯斯坦，又需要先落到当地公司的名下，再过户到购车人处。

可当他们办理上牌手续时候，却被告知：缺了两样进出口公司需要出具的纸质材料。

而中间商在这时显示出自己的“实力”：在他们又交了一笔额外的费用之后3天，一切的问题都解决了。

4月10日，L9具备了所有条件准备过关。乌哥和安哥盘算着，车子没问题，车辆手续也都已经准备妥帖，于是便一起返回广州，等着那个素未谋面的吉尔吉斯斯坦的朋友接手，然后坐等收钱。

可当他们回到广州的时候，匪夷所思的问题开始像鞭炮一样，一个接着一个地炸开。第一个是国际物流公

司的老板比应允的发货时间晚了一天。

这导致比什凯克的买家按照约定时间和地点交易的时候，扑空了。

买家一气之下，说先去出个差，回头再交易。乌哥前后解释了半个月，等到客户再次按照约定时间来提车的时候，随车的清关单据又神秘消失。

清关单据对于出口的汽车来说，就像身份证一样，补办的话要去交付中心，4S店，一切都要重来一次。

否则在吉尔吉斯斯坦价值80万元的车，也只是“黑户”，无法上牌、落户，甚至被查扣。

至今想来，乌哥都不知道这些所谓的清关单据到底去了哪里。

为了这套手续，乌哥找到物流公司。有人告诉他，可能是卸车的时候，有其他的车商误取了资料，也可能是他们的车，被做了一个局。

收了十几年板栗的乌哥，在生意场上并不是菜鸟，他理了一下思路，决定再次联系海关，想着通过海关重新获取电子版资料，就能重新在比什凯克申请清关资料。

果然，比什凯克的海关有电子备份，也有明码标价，“给了500美元，车的手续办出来了”。这份资料是否真的丢失过，乌哥说是罗生门。他逐渐意识到，所谓翻倍的暴利只是一个大而笼统、谁也不想丢脸的说辞。

实际情况是，“倒车”链条上的每一个环节：车辆采购的加价、运输、保险清关等手续费用、国际运输费用，还有那些“晦涩”不为人道的成本，车和手续全都在别人手里，个体“倒爷”遇到问题，只能用钱解决，于是每经过一个环节，他们的利润就少一点。

“老友”消失了

当一切准备妥当，就在乌哥等待客户再次提车的时间里，帮忙联系买家的吉尔吉斯斯坦“老友”消失了。

在这之前，他们一直通过“老友”与买家联系，这一次，那个“老友”很躲闪，不是不回消息，就是说孩子从楼上掉下来，要去医院陪护。提车日期一再延后。这个时候，乌哥和安哥已经砸了40多万元现钞，只到手了大约20万元（3万美元）的预付款。

他们意识到一切都不是“老友”嘴里说的那么简单。

他们辗转找了吉尔吉斯斯坦的其他朋友帮忙打听，最后发现，“老友”其实收了买家的全款，给了3万美元的预付款之后，剩下的3万多（含介绍费）美元在他手里变得焦躁不安，这让他萌生了一个想法：如果这3万美元能在赌场里翻倍的话，那自己就能白挣3万美元。

他写好了故事的开头，但结果将3万多美元输得血本无归，于是才有了孩子从楼上掉下来的荒诞戏码。

这个时候，无语的乌哥和安哥已经打算寻找新的买家了，这意味着他们可以吞掉那3万美元的预付款。

但良心如鲠在喉，他们心里有些不忍。于是他们决定直接联系买家，开诚布公地说，“车在比什凯克了，付了尾款就能提走，如果不付，那之前的预付款也不会退”。

这一招奏效了。

对方除了愿意再支付一笔尾款，还不经意地透露出自己是个有头有脸的人物，参加过2023年吉尔吉斯斯坦总统选举，且在最终投票中位列第三。

这个信息印证了当时互联网上很

多的传闻：在东亚买中国高级新能源汽车的，都是有头有脸的人物。

至于那位赌输3万多美元的“老友”乌哥说，那人都参加竞选了，难道还搞不定一个车贩子？

5月20日，搭帐篷之后的两个月，乌哥和安哥终于完成自己的第一笔跨国生意。他还记得，那个参加“竞选”的人告诉他，以后要是遇到什么事情，他可以帮忙摆平。

乌哥甚至在朋友圈里炫耀：做不成生意就做朋友，这一次的朋友，有头有脸。

90天，人均挣1万元

其实一开始，他们只是想在第一单跨国贸易里了解线路，熟悉流程。虽然没想过第一单就赚大钱，但想着假设40万元的车，按照退税和差价，刨去成本，如果一个月卖1辆，就能赚至少4万元。也就是说40万元的本金，经过10个月的反复交易，就能赚到40万元。

“你想想，如果我们通过贷款抵押，每个月能走10辆价值40万元的车的话，是不是10个月就能赚400万元。”

当初他们搭帐篷的时候，就是这么算的。但这辆L9，从3月末乌鲁木齐落地，到最后货款到账，用了差不多90天，比预设的15天多了两个半月。

除了他们遇到诸如排期、暴雨、假期、延迟发货、“老友”携款赌博之外的奇遇，他们还因为帮他们办理退税公司的所在地的退税周期问题，让他们等待退税到账多等了1个月。

细算下来，车的实际成交价格6.4万美元，按当时汇率大概折合45万人民币，刨去各项成本，利润不到4万人民币，这其中大头竟然是退税的钱。

乌哥开玩笑地说，“3个月来，每个人只赚了1万多元，如果只靠卖车的差价，连运费都覆盖不了”。

实际上，要是年初没有买“随心飞”，他们这三个月或许连1万元也赚不到。毕竟对于广州而言，机票是开销大头，加上食宿、接待的2万多元，以及雇用了8家公司办理手续和走账，扣掉这些费用以及频繁发生的“意外”，利润不尽如人意。

除了政策和各种中间商，同时，涌入喀什的“倒爷”变多，“卷价格”成了常态，所以到手的利润所剩无几。

说到底，不是这门生意不好，而“倒爷”的门槛越来越高。

乌哥和安哥只有30多岁，他们曾以为在互联网上已经掌握了这个世界大部分的信息。实际上，这一趟下来，他们知道，互联网所制造的财富幻梦，都会被现实一一击碎。

视线回到那间湘菜馆。

三巡酒过后，乌哥说最近接到一个订单，对方要两辆理想L9，直接运到莫斯科。他在犹豫，利润肯定是有，但在俄罗斯这个界上，货币怎么带回来是个问题。

乌哥和安哥将他们的发展定义为是一个意外的结果，人们在这里跳起舞，他们的脚步声是进入喧嚣的鼓点。当退税的红利散去，谁也不知道这里是否会复归平静。

乌哥说，复盘这件事很容易，因为人们都有上帝视角，但实际上，每次出现新问题的时候，谁也不知道之后会发生什么，这样的人生经历，一次就够了。■

（文中乌哥、安哥均为化名。）

以色列总理访美28年 今年最冷清

时代周报记者 刘沐轩

以色列总理内塔尼亚胡的访美之行，并不像自己预期的那般顺利。

当地时间7月24日，当内塔尼亚胡在美国特勤局的护卫下，穿过燃烧着以色列国旗的抗议人群，进入美国国会大厦时，就已经感觉到气氛的不劲。

而当他调整好麦克风，正式准备对美国的立法者们演讲时，却发现现场有不少空座位——包括本应主持演讲的美国副总统哈里斯在内，有30多名民主党员为表达抗议主动缺席了演讲。而一名巴勒斯坦裔美国议员，正举着“战争罪犯”的牌子冷冷地盯着他。

本打算在美国国内掀起一波支持以色列声浪的内塔尼亚胡，可能遭遇了他作为以色列总理访美28年以来，受到的最冷待遇。

美国总统拜登两次推迟了与内塔尼亚胡的会面，美国国内的新闻头条也被拜登退选和哈里斯竞选霸占数日。

与此同时，主动缺席内塔尼亚胡国会演讲的民主党员们，转而参加了声援巴勒斯坦、谴责以色列军事入侵加沙的民间组织活动。

28年里惹怒四个美国总统

访美之前的内塔尼亚胡，曾在国内安抚反对者们，此行必将争取到美国的支持。

内塔尼亚胡的自信，源于他访美进行国会演讲的“光辉履历”。

受邀前往美国国会演讲，是一项具有特殊影响力的活动，如果能得到美国国会大多数议员的支持，那么即便现任总统不同意某项措施，议员们也会行使立法权，推动相关措施的通过。

而迄今为止，最擅长利用这种方式对美国总统施压的外国领导人，就是内塔尼亚胡。

7月24日的演讲，是他第四次出席美国国会联席会议。这比历史上任何一位外国领导人出席的次数都要多，等同于与美国总统一届任期内向国会发表演讲的次数。

值得一提的是，内塔尼亚胡的这

种手段，总是导致他与美国现任总统交恶，也被批评者们指责为“干涉美国内政”。

1996年，当内塔尼亚胡首次受邀到美国国会演讲时，他刚刚赢得了大选，成为历史上最年轻的以色列总理。美国政府前中东谈判代表亚伦·戴维米勒透露，时任美国总统比尔·克林顿在首次会见内塔尼亚胡后勃然大怒，他在会面后私下对白宫工作人员抱怨道，“他（内塔尼亚胡）以为自己是谁？谁才是超级大国”？

美国前总统奥巴马任期内的2011年，内塔尼亚胡利用自己曾与其的竞争对手、共和党参议员罗姆尼共事过的关系，第二次来到美国国会演讲。当时，他质疑奥巴马政府对巴以问题提出的解决方案，惹怒了奥巴马。

2015年，内塔尼亚胡第三次来到美国国会，批评奥巴马政府主张的伊核协议。

当时，本该主持国会演讲的美国参议院议长，正是时任副总统的拜登。

而拜登彼时的做法与此时的哈里斯一样，以缺席演讲表达抗议。在2015年内塔尼亚胡的那场国会演讲，包括拜登在内共有58名议员未

出席。

三年后，那颗退出伊核协议的种子在特朗普任期内“结了果”，导致美国在2018年单方面退出了伊核协议。

特朗普执政期间，美国一直坚定支持以色列，内塔尼亚胡也表示自己与特朗普关系很“铁”。

但在2021年拜登赢得美国大选后，内塔尼亚胡第一个就抛弃了特朗普。

对此，特朗普曾对CNN公开抱怨道：“第一个向拜登表示祝贺的人是内塔尼亚胡，还录了音，从那以后我就没跟他说过话，去他的。”

美国政府会让内塔尼亚胡如愿吗？

多次“背刺”美国总统的履历，已经让美国的部分高级政客们难以信任内塔尼亚胡。因此，内塔尼亚胡在美国国会的这场演讲，可能很难如愿。

7月23日，14个巴勒斯坦派别在北京签下的《北京宣言》，已经为巴以问题迈出了重要一步。

然而内塔尼亚胡在7月24日的国会演讲中，只字未提停火谈判。相反，他不断地强调美国需要继续支持以色列的战斗。



28年

年

➡

39145

人死亡

➡

竞争全球第二大手机生产国 印度的对手是越南

时代周报记者 马欢

印度制造若想实现飞跃，前面有一个不得不超越的对象——越南。

根据越南公布的数据，2024年前5个月，越南有四大类商品出口金额超过100亿美元，其中，各类手机及零部件出口达224亿美元，同比增长11%左右，这意味着越南手机出口已超过印度，成为全球第二。

据《越共电子报》报道，美国和中国分别是越南手机和零部件的最大客户。

越南超越印度的背后，是其多年布局，以求将越南打造成全球电子产品制造业的重要生产基地。同时，莫迪政府也早早规划，要将印度发展成一个以出口为导向的全球手机制造中心。

到底谁才能在这种持久的竞争中胜出？

越南：吃下转移的红利

越南政府一直致力于促进电子产品制造业的外国投资增长。

与越南形成最深度合作关系的，是韩国三星。早在2018年，三星就开始将其中一个工厂迁至越南。一是由于亚洲不少国家的手机市场竞争激烈，二是因为越南劳动力、土地生产要素成本更低。

越南政府也为这些外资企业提

供了优厚的待遇，包括长期无偿向外资提供生产场地，免除其经营初期4年的法人税等。

多年发展已见成果，如今，越南已是三星全球最大的生产基地，全球销售的三星手机中有超过50%是“越南制造”。

当然，三星并不是没有投资印度，只不过，据三星离任的一名海外中层透露，在印度和越南之间，三星更倾向于越南。三星方面认为，相比印度，越南更有劳动力优势，越南的工人组织纪律性、时间观念以及产业成熟度方面好于印度。越南的效率 and 整体环境，也更有吸引力。

根据越南媒体报道，2024年韩国三星计划在越南追加12亿美元投资，以支持越南产业持续完善壮大。

另一大手机制造商苹果，自2019年起便开始在越南组装生产AirPods，随后在2020年，苹果要求其主要代工厂富士康将iPad和MacBook的部分组装业务转移至越南。2021年，富士康在越南建立了新的生产基地。

此外，同为苹果产业链巨头的立讯精密、歌尔股份等也纷纷在越南设立工厂。2023年苹果还将部分的Apple Watch放到越南生产。

和三星不一样的是，iPhone的生产不在越南，依然主要集中在中国，部分在印度。越南则是苹果重要的电脑制造中心，能够满足其每年40%的

Mac和iPad需求。

今年4月15日，在苹果CEO库克访问越南后，苹果越南官方发布声明称，将增加越南供应链的投资。苹果在这份声明中表示，从2019年算起，苹果通过供应链伙伴在越南的投资超过157.8亿美元。

印度：部分手机业务流向中国

印度政府在2020年推出智能手机生产链接激励（PLI）计划，旨在吸引全球手机供应链。

苹果也顺应计划，在大力拓展印度业务。

2023年4月，库克访问印度，与该国总理莫迪举行会谈，希望在该国扩大生产规模和智能手机销量。苹果计划到2025年在印度生产四分之一的iPhone，到2027年生产一半。而印度媒体更加乐观，希望2025年后，印度生产的iPhone就可以占到50%以上。

然而，苹果在印度的发展进程并不如想象般迅速，库克扩产计划遇到了不少问题：工作效率不高、良品率低。

不仅如此，相比越南更加友好的营商环境，在印度总是会遇到不少劳资纠纷、供应链等方面的问题。部分印度联邦和各州投资、招商政策存在朝令夕改的情况，社会间存在严重的民粹主义情绪。苹果的供应商必须花大量精力，与当地政策制定者、土地所有

者和劳工团体抗衡。

“在这里，除了劳动力，其他一切都很贵。”一家苹果供应商表示。

7月23日，据《参考消息》报道，由于组装iPhone 15，今年苹果已将部分产能转回中国内地代工厂，比亚迪、立讯精密等大厂已加入iPhone 16供应链，成为苹果最新的代工伙伴。

报道表示，尽管苹果及其供应商做足了努力，试图缩短中国与印度之间的生产周期，印度也扬言要在未来5年增加产值。而现实却是另外一番景象。

印度iPhone 15代工数量占比虽然只有一成，但问题仍然不少：印度厂需要依赖进口大量零部件，品质与效率都受到影响；印度厂iPhone代工的良品率仅有五成左右，卫生管理仍存在问题。

越南VS印度

数据显示，越南对外资的吸引力目前更胜一筹，其去年的出口额达到了969.9亿美元。相比之下，印度这一数字仅为756.5亿美元。要知道，印度人口总数高达14.28亿人，而越南人口总数才刚过1亿人大关。

Vogel集团执行总裁萨米尔比较了两国后表示：“越南一直以制造电子产品的能力著称。而印度刚刚涉足这一领域，这让越南占据了竞争优势。”

除了先发优势，越南还有一个优势在于它是单一制国家，在政策协调

上具有优势。相比之下，作为联邦制国家的印度拥有29个邦，每个邦的政策都可能不同。

还有一个差别是关税。

印度想成为制造业大国的一大障碍，是其高昂的进口关税。以信息和通信技术行业为例，该国进口关税达到了10%，明显高于越南约5%的平均进口关税。虽然，印度声称这是在保护国内制造商，但除非莫迪政府降低关税，否则在一些电子制造领域，印度的吸引力基本会低于越南。

另外，相对于越南等东南亚国家，印度的基础设施较为落后，运输效率更低。美印战略伙伴关系论坛主席兼首席执行官阿吉表示：“在东南亚等国，一艘船可以在8小时内卸货，然后货物被装上卡车并运往工厂。但在印度，同一艘船将在海关仓库里滞留数天。”

“外国投资者往往更关心的是做生意的便利性问题，比如雇佣和解雇工人的灵活性，这是越南相对于印度长期存在在优势的地方。”投资管理公司VinaCapital补充道。

当然，印度也有其无可比拟的优势，那就是它身为全球第二大手机市场的地位，其经济增长率也在世界多国中领先。

“印度试图抢占电子产品市场份额的初期，越南将是其最大竞争对手。”软件公司高级主管维斯瓦纳坦表示。❏

巴黎奥运会的中国亮点：00后运动员 努力挑大梁

时代周报记者 傅一波

北京时间7月27日凌晨，巴黎奥运会沿着塞纳河畔拉开帷幕。随后，在首个比赛日，奥运会决出了14枚金牌。奥运会的首金花落谁家，向来备受关注。

当地时间7月27日11时22分，巴黎奥运会首金在沙托鲁射击中心诞生。来自浙江的18岁小将黄雨婷与江苏搭档盛李豪，夺得了射击项目混合团体10米气步枪金牌，实现中国军团在巴黎奥运会的“开门红”。

此次出征巴黎，中国代表团一共716人，其中有405名运动员，将参加30个大项、42个分项、236个小项的比赛。

这场以奥林匹克为主题的“流动的盛宴”陆续在塞纳河畔上演。精锐尽出的中国体育代表团，将交出怎样的成绩单，值得期待。

首金日，00后夺金

据媒体报道，此次参加巴黎奥运会的中国体育代表团，有42名奥运会冠军，也有223名首次参加奥运会的新人，平均年龄为25岁，算得上是一支“芳华之师”。

在这支队伍中，00后运动员正日渐成熟，崭露头角。

北京时间7月27日，也就是首个比赛日的两个热门项目——气步枪以及跳水女子双人三米板，参与竞赛的6人中有5人为00后，均为夺冠热门。

这包括：17岁的黄雨婷、19岁的盛李豪、21岁的杜林澍、22岁的韩佳予。这四名中国射击队的00后，都在首金争夺中，为中国队肩负起冲击金牌的重任。

四人中仅盛李豪有过奥运经验，他曾在东京奥运会上——一举夺魁获得男子10米气步枪银牌。而他的混团搭档黄雨婷，年龄虽小，在赛场上却是沉稳老练。在去年的杭州亚运会，黄雨婷一举成为“三冠王”。

此前，这两人已携手夺得世锦赛、亚运会等多项大赛冠军。

国际射联此前就预测，从黄雨婷与盛李豪这对组合的近期成绩来看，他们是最强大的首金争夺者。美国、挪威等队伍将是中国组合的强劲对手。

而另一对组合韩佳予与杜林澍，分别出生于2001年和2003年。



在今年6月举行的国际射联世界杯德国慕尼黑站10米气步枪混团比赛中，韩佳予和搭档杜林澍获得铜牌。

热门项目的00后身影

在首个比赛日，游泳项目是金牌决出的重点项目，产生4金。

分别是男子400米自由泳、女子400米自由泳、女子4×100米自由泳接力和男子4×100米自由泳接力。张雨霏、余依婷、李冰洁、柳雅欣、覃海洋、张展硕、费立纬等，都已陆续登场亮相。

而跳水女子双人三米板项目金牌也已在首个比赛日产生。

跳水项目是中国传统优势项目。中国跳水队的陈艺文和昌雅妮组合以337.68分的成绩，为中国体育代表团夺得第二枚金牌，并为“梦之队”上演“开门红”。

据时代周报记者梳理，跳水女子双人三米板项目自2000年亮相奥运会以来，除第一届外，之后五次奥运冠军均被中国跳水队包揽。

除此之外，中国体育代表团的00后健儿也陆续在热门项目上亮相。

比如，乒乓球队的孙颖莎在此次奥运会中身兼混双、女单、女团三个项目。19岁的潘展乐是中国游泳队的“新星”，在男子4×100米自由泳中亮相。

中国体操队中，第一次参加奥运会的00后小将张博恒是竞争力最强的个人全能选手之一，他在体操男子

团体资格赛中，作为队长出战全部六项比赛。并以个人排名第一的成绩，晋级男子全能决赛，以及分别以排名第一、第二和第六的成绩，晋级单杠、双杠和自由操决赛。

而在东京奥运会上演绎“水花消失术”的全红婵，将在7月31日在巴黎赛场带来精彩表现。

这些00后的身影频繁出现，用自己的方式诠释着“奥运”二字在他们心中的分量。

新项目，新突破

今年的巴黎奥运会，新增了霹雳舞、滑板、攀岩和冲浪四个大项。

奥林匹克研究专家、温州大学教授易剑东在接受央视新闻采访时曾介绍，本届巴黎奥运会中国体育代表团的组成有三大特点。其中一点是，在一些新兴项目上，中国都有选手入围，包括滑板、攀岩、霹雳舞，中国选手将在巴黎奥运会上体现中国人在新兴的体育项目当中新的实力和成绩。

项目虽新，但参赛选手们却都早已蓄势待发。

比如参与霹雳舞项目的刘清漪。她出生于2005年，此前曾在霹雳舞世锦赛中获得亚军，这是中国霹雳舞队第一次获得世锦赛奖牌。

在刚结束的杭州亚运会上，刘清漪正常发挥，在决赛中击败日本选手，顺利夺冠。

在之前的采访中，刘清漪说：“奥运会比赛，不会有任何的藏着掖着。我就是希望在巴黎奥运会的比赛表现，对得起这些年的艰苦训练与备战。”

时代周报记者在7月27日下午联系刘清漪团队工作人员时，对方表示，目前刘清漪正专心备战，“肯定努力冲金”。

滑板项目，崔宸曦这个14岁的女孩背后有着不少鲜亮的标签：中国最年轻的亚运会冠军、首位闯进街式滑板世锦赛决赛的中国选手、当下世界排名最高的中国滑板运动员。

她也不负众望，在巴黎奥运会滑板女子街式赛决赛中，以241.56分的成绩排名第四，创中国滑板奥运最好成绩。

攀岩项目，出生于广州的00后“老将”潘愚非有望在速度项目中向奖牌发起冲击。在经历了东京奥运会后，他曾表示，自己的比赛经验和心态成熟了很多，要在巴黎奥运会实现新的突破。

体育较量

中美奖牌榜对决，可能是本届巴黎奥运会的最大看点。

美国同样派出了一支实力强劲的队伍。无论是在传统强项田径、游泳、篮球，还是在射击、体操、赛艇、排球，以及新兴的滑板、攀岩等多个项目上，美国选手都具备冲击金牌的实力。

但对中国代表团而言，不论是在传统的优势项目中，或是新增的新兴项目上，运动员们都有极其坚定的斗志。

毕竟，参与奥运会对任何一名运动员来说都是职业生涯中的重要目标之一。

即便是“新人”，中国代表团的运动员们都已积蓄了足够的能量，只待爆发。在接受媒体采访时，陈艺文表示，要跳出更好的自己。运动员们也都在不同的场合表达过，要努力夺牌的目标。

自许海峰1984年为中国“击落”奥运的首金后，中国体育代表团在夏季奥林匹克运动会中，共夺得263金，其中夺金最多的前六个项目分别是跳水（47金）、举重（38金）、乒乓球（32金）、体操（29金）、射击（26金）、羽毛球（20金）。

展望巴黎奥运会，这六大传统强项仍将助力中国体育代表团在奖牌榜的竞争中保持前列。■

巴黎奥运会遇上电力考验

时代周报记者 马欢

巴黎的大规模停电，还是发生了。据当地媒体“时事巴黎”7月28日援引法国配电网公司消息称，巴黎曾于27日晚发生短暂停电，不过范围仅涉及4个区，停电时间仅持续10分钟。

这座古老的城市，在奥运会期间得招待上万名运动员、6500余名媒体记者和相关工作人员，以及来自世界各地的数百万名游客、观众。有足够维持如此庞大用电需求的电力系统吗？

事实上，法国是欧洲第一大电力出口国，其电力以核电为主。本届奥运会号称史上“最环保”，组委会表示，所有比赛场馆均100%采用可再生能源供电，看起来，和核电没有什么关系。

而且，受俄乌冲突和极端天气的影响，包括巴黎在内的多个城市的电力系统在过去几年受到了很大挑战，曾出现过数次大停电的状况。

2024年巴黎奥运会还有10多天才结束，法国承受得住电力的考验吗？

奥运村靠太阳能

根据奥组委的介绍，本届奥运会的电力由法国电力集团（EDF）供应。巴黎奥运会主运营中心的电力

来源为沼气和太阳能。主要场馆由6个风力发电厂以及2个太阳能发电厂完成，一些位置较远的场馆，则交由生物燃料、氢气或锂电池等设备供电。

至于运动员们居住的奥运村，法国电力集团在塞纳河上安装了一个400平方米的太阳能发电站，这是一种可移动和可拆卸的发电站，设计容量78千峰瓦。EDF认为，这足以满足奥运村内82栋公寓楼的用电需求。

此外，法国电力集团还在奥运村内公交车站的屋顶上，安装了将近1000平方米的太阳能光伏，为国际代表团的接待和信息中心提供电力。

巴黎奥组委为本届奥运会设定了可持续目标，希望将碳排放量较前两届夏季奥运会减少50%，全力打造绿色奥运。相关措施包括宣布“放弃空调”，利用地温冷却系统将冷水泵接入公寓，让室内外实现“6℃～10℃”的温差等。

不过这项措施在各国运动员中引起争议，最终奥组委还是进行了妥协，允许各代表团自行携带和安装空调。

当然，虽然很多代表团安装了空调，但巴黎奥组委主席托尼·埃斯坦盖仍表示，法国已成功减少和控制了各赛事组织部门的碳排放，基本实现了预期目标。

曾有大停电“前科”

法国是世界上核能发电比例最高的国家，按照国际能源署数据，法国2021年的核电发电量占到总发电量的69%，远超水力发电、风能发电以及天然气发电。虽然法国政府近年来大肆鼓励可再生能源发电，但直至2025年，法国核能发电占比仍将高达67.2%。

按照常理，法国应该不会因为电力供应而感到紧张。

但受俄乌冲突、极端天气、通货膨胀等多方面因素的影响，法国的电力供应和电力系统在近几年屡屡出现各种各样的状况。

2022年，受俄乌冲突冲击，加上法国近半数核电厂遭遇干旱、年久失修停摆，法国一度“沦落”到要用天然气和德国交换电力。

到了当年的秋冬季节，马克龙政府不得不要求全法的耗电产业减少电力使用，号召民众早点熄灯，只为尽可能节省电力。

那个冬天，法国甚至被迫重启煤电厂。

2022年12月，法国巴黎曾有12.5万户家庭遭遇突然停电，涉事的供电公司迅速发布公告，称这只是一次“技术故障”。

在该起事故后，关乎电力的讨论

争论并没有停止，法国的电力系统依旧频频经受考验。

2023年10月，法国瓦尔省和滨海阿尔卑斯省近30万户家庭出现长时间断电现象，戛纳、尼斯和安提比斯等城市陷入“黑暗状态”长达两个小时之久。据《法国信息》网站报道，在戛纳，停电中断了女排的比赛，当地的几项体育赛事也受到了干扰。

2023年11月，风暴“夏兰”袭击法国，后果是法国西北部有120万户家庭停电。电网经理埃尼迪斯在一份声明中表示，风暴“夏兰”“对法国公共配电网造成了严重破坏”。

过度地倚赖核电，也让法国再生能源的发展进度相对落后。尽管法国政府多次宣称要发展可再生能源项目，但是与法国人引以为豪的核电相比，其比例依旧较小，加起来占比仍不到半数。

“核能是法国重大利益的一部分。法国人宁可离开欧洲，也不愿背弃核能。”一名法国高级官员曾表示，这也代表不少法国人的观点，他们不愿因为可再生能源，而放弃已有的核电优势。

2024年巴黎奥运会，号称使用100%绿色能源，法国也希望借此成为能源转型的重要参与者。接下来的这10多天，能顺利吗？■

BANK&INSURANCE
银保

INTERNET FINANCE
新金融

FINANCIAL INSTITUTION
机构

HEALTH
大健康

LISTED COMPANY
上市公司

THE TIME WEEKLY
时代周报

TIME FORTUNE

微 观 视 角 解 读 资 本 趋 势

财经



14 | 风电价格“卷上天”

编者按：10年前的春天，乘着金融改革的东风，民资办银行“梦想照进现实”，民营银行试点工作于2014年3月启动，此后19家民营银行陆续在全国各地成立，立足小微金融的市场定位，与传统商业银行互补发展、错位竞争，成为普惠金融领域的一支重要力量。2024年，我国民营银行发展迎来10周年。

站在新的发展起点，民营银行需总结过去10年的创新经验，也要寻找经营发展中关键问题的解决之道，以更好地探索普惠金融创新、支持实体经济和小微企业，走好高质量发展之路，为金融强国建设贡献民营银行力量。



民营银行开启新十年

◀ 上接P1

周德文曾担任温州中小企业发展促进会会长，是设立民营银行的积极呼吁者，他早在2006年就提出，希望在温州这一民间金融最为活跃的地区闯出一条新路来。

回顾民营银行这10年，他认为仍有进一步完善的空间，要真正发展成为“中小企业自己的银行”。

依托不同股东的资源禀赋，这三家民营银行走出了各具特色的发展道路。

微众银行脱胎于腾讯，带着浓厚的科技色彩，在业务发展中充分发挥腾讯体系的流量优势，个人客户数实现快速增长，目前已累计服务近4亿个人客户，接近国有大行。

截至2023年年末，微众银行资产总额达到5355.79亿元。

该行2023年实现营业收入393.61亿元，同比增长11.30%，实现净利润108.15亿元，同比增长21%。

无论是从资产规模、营收、净利润来看，微众银行都遥遥领先于其他民营银行。

金城银行于2020年成功引入360公司作为第一大股东，此后对“在线化运营、数字化服务”加大资源投入，于2023年全面完成数字化转型。

截至2023年年末，金城银行资产总额为734.67亿元；这一年营业收入为33.99亿元，净利润为3.82亿元，同比分别增长11.01%，下降12.59%。

据温州民营银行官网资料，不同于大部分民营银行，民商银行从始至终都未曾参与互联网金融，未在线上吸收一分存款。

“在过去9年中，我行顶住发展相对‘滞后’的各种压力，始终坚持将自主获客作为发展的基本原则。”温州民商银行相关人士向时代周报记者

表示。

“作为一家白手起家的新银行，如通过各种平台进行业务导流，固然能在短时间内迅速做大规模，但长此以往，一方面会形成路径依赖，丧失独立拓展业务和风险控制能力；另一方面，也偏离了立足温州、服务小微的初衷。”上述温州民商银行人士说。

前述相关人士还表示，该行自成立开始，便将立足温州、服务小微作为银行基本定位；将自主获客、线下经营作为基本原则；将差异化竞争、效率和创新制胜作为重要法宝；将风险控制和效益平衡作为成果检验，逐步探索出在现有政策环境下稳健发展的商业模式。

截至2023年年末，温州民商银行的资产总额为432.97亿元，该年实现营收11.08亿元，净利润为5.05亿元，同比分别增长18.76%、24.01%。

不同的发展模式，决定了19家民营银行不同的命运，在10年的发展中持续分化。

据时代周报记者统计，目前，全国共有19家民营银行，除江西裕民银行尚未发布年报外，18家民营银行2023年年末资产总额合计达到1.94万亿元，营业收入、净利润合计分别为894.32亿元、212.53亿元。

作为资产总额超千亿元的5家民营银行，微众银行、网商银行、苏商银行、新网银行、众邦银行均具有“互联网基因”。

2023年，这5家民营银行的营业收入和净利润合计分别占民营银行总量80%左右的比重。

数字银行寻路新10年

民营银行设立的初衷，就是明确差异化发展战略，坚持特色经营，与现有商业银行实现互补发展，进一步提升服务实体经济特别是小微企业、

“三农”和社区的能力。

站在10周年的关口上，差异化、数字化仍是民营银行当下阶段发展的核心。

此前，微众银行董事长顾敏在2023年年报致辞中如此表示：“2024年是微众银行创业10周年，我们将坚守专注服务小微企业、大众客户和民营经济的发展定位，以严控风险和严守合规为前提，推动普惠金融业务持续增长，并继续聚焦差异化、特色化发展，实现稳健经营。与此同时，我们将着眼未来，进一步审视自我、补齐短板，为下一个10年稳步前行奠定坚实基础。”

告别高速扩张期后，微众银行、网商银行等互联网银行正在结合自身发展特色，重点布局财富管理赛道，尝试打造“第二增长曲线”。

截至2023年年末，微众银行管理资产规模达2.58万亿元，同比增长37%，主要增量来自代销业务的快速增长。

7月23日，微众银行和奥纬咨询联合发布《全球数字银行发展与创新趋势报告》，微众银行首席财务官、董事会秘书王立鹏在发布会上向时代周报等媒体表示，过去10年是中国数字银行健康发展的10年，更是整个中国金融业数字化的10年。

“当数字银行在达到一定规模以后，必然趋向服务的多元化和综合化，比如现在微众银行在大力发展的大众理财业务，这也是我们多元化发展的一个方向。”王立鹏说。

目前，网商银行已经将轻资本的交易银行作为该行第二增长曲线。

近日，网商银行相关人士对时代周报记者表示，截至2023年年末，网商银行管理的客户资金AUM突破了8000亿元大关，交易银行业务作为网商银行的第二增长曲线已经开了一个

好头。

上述民商银行人士向时代周报记者表示，在同业竞争当中，该行要实现既定的战略目标，务必在“红海”市场当中找到局部的“蓝海”机遇，实现策略就是坚持差异化竞争。

而差异化主要体现在介入时机、押品准入和服务群体的差异化。

“作为温州金融改革的产物，我们专注于解决中小企业特别是民营企业融资难问题，立志做最懂民营企业的银行。”上述人士说。

近日，重庆富民银行拟任行长赵卫星在一场研讨会上表示，中小银行需要摒弃“速度情结”，实现从规模驱动到结构驱动再到价值驱动，第一点就是定位精准，即明确战略定位，以数字金融为基础，以产业金融为特色，实现差异化特色发展。

“对于中小银行来说，不要幻想能做所有的业务，必须果断进行战略放弃，仅投资那些能够带来价值产出，且具备能够规模化、集中化运营潜力的业务。对于那些市场前景不好、客户潜力不足、风险隐患较大、盈利能力不佳的业务要果断退出，聚焦重点建立优势。”赵卫星称。

苏商银行研究院高级研究员杜娟向时代周报记者表示，民营银行需要不断精进数字技术能力。

“数字化展业模式是民营银行最显著的特色，需要持续推进数字技术研发与应用，依托智能营销、数字风控、智能客服等推进业务发展。”杜娟表示。

在杜娟看来，民营银行规模小，在大而全的市场上无法与大行竞争，需要持续基于特色优势做精做透，比如有民营银行定位O2O场景金融、有民营银行做精产业链金融、有民营银行做特色农业金融，在这些细分赛道上实现业务突破。■

108.15

亿元



2.58

万亿元



“掌门人”回归20个月：富德系高管更迭 少壮派上位挑大梁

时代财经 何秀兰

“掌门人”张峻回归20个月以来，“富德系”高管持续调整。近日，富德生命人寿公告宣布，根据监管部门的批复和公司任命，徐文渊自2024年7月10日起正式担任公司总经理职务。据稍早前的5月公告，方力因个人原因辞去了董事、董事长及法定代表人的职务，由徐文渊代行公司董事长等职责。

徐文渊是张峻回归后重点提拔的一名“80后”高管。2022年年底，潮汕大佬张峻低调回归富德控股(集团)有限公司(下称“富德集团”)，重新掌舵这家横跨金融保险、投资、能源、地产等领域的多元化企业集团。

据《2024胡润全球富豪榜》，张峻与陶美蒯夫妇以225亿元财富位列榜单第1132位。

张峻回归以后，制定了“富德新征程”发展战略，集团及子公司的高管持续调整，完善公司治理，布局业务新方向。

据官网资料，2023年，富德生命人寿实现了归母净利润的盈利，总规模保费收入超1100亿元；今年4月，进军居家养老赛道。只不过，这家寿险公司2021—2023年年报未披露。

时代财经联系富德生命人寿采访，截至发稿未获回复。时代财经以客户身份咨询富德生命人寿客服人员，相关客服工作人员表示，目前公司经营班子成员稳定，高质量转型之路也取得积极成效，公司发展经营稳健。

富德生命人寿权柄交接

在张峻一手缔造的“富德系”商业版图中，富德生命人寿是核心所在。他回归后，富德生命人寿任职多年的“将帅”相继辞职，徐文渊逐步成为新的掌舵者。

2023年3月份，担任富德生命人寿总经理职务近10年的张汉平辞职，徐文渊出任临时负责人，代行总经理职权。

今年5月，掌舵富德生命人寿10年之久的方力辞去董事长等职务。方力系监管出身，她卸任后仍担任富德集团副董事长，由徐文渊代行富德生命人寿董事长及法定代表人职责，直至董事会选举产生新任董事长。

公开资料显示，方力、张汉平分别出生于1965年、1966年。

徐文渊则是一名“80后”高管，也是“富德系”老将里的少壮派。他生于1983年11月，2004年6月毕业于湖南大学，2006年9月加入富德生命人寿，曾任公司财务管理部报告处经理、董事长办公室主任助理，生命保险资产财务部总经理、公司财务负责人，富德集团副总裁、财务总监等职务。徐文渊目前还担任富德保险控股执行董事(分管信息营运中心)、富德产险董事、金地集团董事。

今年7月，徐文渊正式出任富德生命人寿总经理，同时代行董事长等职责，全面主持富德生命人寿经营管理工作。

“徐文渊具备优秀的综合管理素质，对保险公司运作机制、财务管理、业务经营管理、资产负债管理、

科技赋能应用等领域均有较深刻的理解和认知。”富德生命人寿在官网如是评价。

某寿险公司现任高管对时代财经称，如果徐文渊的履职是“一肩挑”模式，在短期内或许能够为公司带来稳定的过渡和高效的决策。

“然而，从长远来看，这种权力结构却存在着隐患。在正常的公司治理结构中，董事会和总经理各司其职，相互制衡，共同推动公司的发展。如果徐文渊‘一肩挑’这种制衡机制被打破，那么，董事会的监督作用可能被削弱。”上述险企高管表示。

富德生命人寿董事长最终将由谁接棒，仍具悬念。

淡出近7年与回归20个月

富德生命人寿权柄交替，是张峻回归后“富德系”大调整的一个侧影。

2006年，生命人寿(富德生命人寿前身)股权持续更迭，张峻择机入局，成为生命人寿第二大股东，此后逐步入主，并于2008年当上董事长。

以富德生命人寿为基础，张峻逐步打造了一个保险控股平台。2015年，富德保险控股获准成立，张峻出任董事长，旗下拥有富德生命人寿、富德产险、生命资产、富德资产(香港)、富德销售等主要保险类专业公司。

富德生命人寿凭借万能险产品，保费规模实现快速增长。

2015年，富德生命人寿保费规模达到1652亿元，进入行业前三；净利润达到了95.53亿元的高峰。

转折点来得也快。2016年原保

监会持续强化万能险监管，此后，富德生命人寿的保费收入跌破千亿元，盈利能力大幅下滑。

2022年年底，张峻在淡出近7年后低调回归，开始对富德集团及其子公司的治理和干部选用等进行调整。

2022年12月，张峻代替妻子陶美蒯出任富德集团总经理，由此拉开了“富德系”高管的调整序幕。次年2月，富德集团高管人事变动，张峻出任富德集团董事长，徐文渊跻身高管名单。

2023年5月，郭庆胜被指定为富德保险控股临时负责人，代行总经理职权。郭庆胜目前也是富德生命人寿合规负责人、首席风险官。

2023年7月，张峻在富德集团年中工作会议中表示，2023年是富德集团最关键的一年。要客观正确地看待集团面临的内外部形势，全面准确地理解集团的定位与形势要求，把握和处理好保险与非保险、存量投资与新增投资等关系，做到不惧风险，在危机中育新机。

当时，除了调整富德生命人寿高管之外，富德产险“将帅”悬空已有一年，还被原深圳银保监局约谈，要求公司补齐公司治理的短板等。

不久后，2023年7月，张前斌担任富德产险副总经理(主持工作)；同年12月，万良辉接任富德产险董事长。今年4月，富德产险正式聘任张前斌为总经理。

同时，张峻也逐步强化所投资上市公司的掌控权。

富德生命人寿是金地集团第一大股东。今年4月，金地集团董事会换

届，来自富德生命人寿的徐文渊、徐倩、李荣辉进入董事会，并且李荣辉出任总裁一职。此前，富德生命人寿在董事会只占一个席位。

张峻回归后，还颇为重视能源板块的发展，在为数不多的公开亮相中，不少是参加富德能源相关的交流会。

进军养老赛道，挑战仍然不少

经过20个月的调整后，“富德系”面临的挑战仍不少。

有数据显示，富德生命人寿2023年实现了归母净利润的盈利，总规模保费收入超1100亿元；新业务价值同比提升超过2倍。但由于2023年年报未披露，具体情况外界不得而知。

在利率下行，寿险增长乏力下，富德生命人寿也于今年4月正式进军养老赛道。据官网资料，“富德养老，美好生活”首批15家客户体验厅将建成使用；未来三年，富德生命人寿将计划逐步在全国范围内覆盖100家。

未来，富德生命人寿在养老赛道能取得怎样的业绩，仍待考验。

另一方面，张峻回归后，富德产险在2023年扭亏为盈，但今年一季度又陷入亏损。而且，根据偿二代监管系统披露，富德产险2023年三、四季度风险综合评级均为C类，并不达标。未来仍需进一步提升公司治理水平，降低公司战略风险。

张峻在富德集团2024年度工作会议上表示，未来，公司发展基础要实，狠抓投融体系、财资体系、风控体系建设，夯实多元化综合投资集团的发展基础。■

隐秘的房贷“返点”：贷款返现金 多地中介暗中拉客

时代财经 张昕迎

遭银行业协会叫停14年后，房贷“返点”现象有抬头之势。

近期，来自上海的业主小林(化名)迎来了自己人生首套房的网签时刻。不过与常规操作不同的是，在第三方中介机构的牵头下，小林在上海某城商行申请了一笔300多万元的个人按揭贷款。该中介承诺，放款后将给予小林贷款金额0.5%～0.6%的现金返点。

“相当于每贷款100万元可以返5000～6000元现金，直接返到自己手里，也不用手续费。”小林告诉时代财经，他当时也十分惊讶，房贷按揭还有“返点”一说。“就当意外之财了，不过需要‘找对人’才能办理，自己去找信贷经理是拿不到这部分钱的。”

最近一段时间以来，在上海、北京、成都、重庆等地，均有办理个人按揭贷款可以“返点”现金的消息传出。社交平台上，也有不少用户分享成功拿到“返点”的经验，还有部分房产中介为此宣传。

时代财经在采访过程中发现，目前市场上的“返点”集中在贷款金额的0.2%～0.8%，涉及多家商业银行。而除了以现金“返点”，还有银行联合代办按揭的中介机构，以投资金条等丰厚的礼品吸引购房者，在个人住房按揭贷款市场竞相“拉客”。

“返点”比例最高达0.8%

时代财经以购房者名义与多家中介机构交流后发现，目前市场上对个人住房贷款设置的“返点”存在地域及点数的差异，返点比例最低为0.2%，最高可达0.8%。

7月21日，重庆一家房产中介在其微信公众号上公开宣传“办房贷、拿佣金”，文章称，购房者购买二手房，通过该平台到指定银行办理房贷业务，放款后可获得返佣，返佣标准为房

贷金额的0.2%，即贷100万元可获得返点2000元。

从流程上来看，该平台客服介绍称，将与购房者签订《返佣协议》，买卖双方一起到银行申请房贷，将于银行放款后2日内完成返佣。

在咨询过程中，该客服还表示，房贷放款后需要个人在电子税务局代开一张咨询费发票，机构为客户代扣代缴个税后，剩下的钱将打回客户卡上。“目前业务量不多，最近办理的话，可以直接付现金或转账到你的银行卡上。”上述客服表示。

其还介绍，由于平台刚刚成立，需要一定的业务量保持和银行的合作，以争取更好的合作条件。“返佣是阶段性政策，平台会根据完成情况随时中止(返佣)，已签约的客户不影响后续返佣。”

问及其所在机构目前合作的银行，该客服表示“目前是做招商或者邮储，其他银行也可以”。

7月19日，另一名成都地区的贷款中介介绍，通过该机构指定的银行办理贷款，返点比例最高可以达到0.8%，即贷款100万元可返8000元现金。不过据其所述，相关办理流程较为“隐秘”，购房者无法与银行贷款业务员直接对接，而是由中介机构安排，银行业务员在网签当天到现场为购房者办理。

该中介称，其机构跟某国有大行、某股份行有合作。

除了“返点”现金，还有银行联合代办按揭机构，以投资金条等高价值礼品吸引购房者。

时代财经以购房者身份接触到上海一名贷款中介，他介绍称，若通过其办理某股份行200万元的贷款额度，可以赠送10克的投资金条，或者在京东上选择指定家电交房后配送。当时时代财经询问是否可以返现金时，该中介直言“现金不合规”。

按照7月23日各大银行570元/克左右的市场价格，10克重的投资金

条约合5700元。

7月23日，时代财经针对贷款优惠的相关事项咨询上述股份行广州某支行一名个贷经理，其表示：“一手房需要咨询对应网点的业务员，(一手楼盘)都会跟对应银行签署一对一协议，其他银行是做不了的，包括同一家银行的其他网点也做不了；二手房只能做直客，其他通过中介渠道的一般也有固定的网点。”

7月18日，“粤省事”官方公众号提到，目前广州地区尚未出现办理房贷返点的情况，但有部分银行为了吸引客户，正在开展申请房贷送购物卡等活动。

7月22日，时代财经咨询建设银行广州某支行一名个贷经理，其表示：“根据贷款额度，建行目前有京东卡可以赠送，但不能返现金。”

14年前已遭协会叫停

“贴钱”放贷的背后，折射出部分银行对于房贷业务的焦虑。激烈的“贷款争夺战”下，信贷经理也面临较大的业绩压力。

时代财经从一名股份行信贷人士处了解到，房贷“返点”的现象在几年前较为普遍，一般分为几种情况：“一种是中介机构跟银行总部签订协议，返点给到中介机构，购房人拿不到；另一种就是通过所谓‘房贷规划师’操作，银行返给机构，机构再返给购房者，不过机构要从中抽成，也没有合同保障。”

上述人士表示，伴随着银行房贷业务的下滑，中小银行业绩压力较大，通过“返点”方式或能吸引更多购房者。“这其中，一部分可能走的是银行内部渠道，还有一部分信贷经理迫于业绩压力，甚至自掏腰包给客户‘返点’，获得的业绩奖金可能轻松覆盖这笔费用。”

事实上，银行向房产中介“返点”的行业潜规则在多年前便已存在，不过因引发银行间恶性竞争、扰乱信贷

市场秩序等问题，遭到多地银行业自律组织叫停。

据媒体报道，早在2009年，深圳、上海等地的银行业同业公会均发文禁止当地银行向房贷中介“返点”，杭州工商局还曾对银行与房产中介的费用往来展开调查。

2010年1月，中国银行业协会下发《关于规范做好个人房地产按揭贷款业务维护市场秩序的自律共识》的通知，明确金融机构应停止以任何形式向房贷中介及其从业人员支付与所提供的服务不对称、纯粹业务介绍的“返点”费用。

7月22日，北京科技大学经济管理学院讲师黄秋彬向时代财经表示，(房贷返点)这种现象反映了当下房地产贷款市场的激烈竞争，银行和中介机构为了争夺客户资源而采取了不同的营销手段。“对于银行来说，‘返点’行为会被视为不正当竞争，进而损害其声誉；其次，因需要向中介机构支付一定费用，从而增加了银行房贷业务的经营成本负担。”

黄秋彬同时指出，“返点”方式还有可能增加贷款风险，因为贷款申请人可能更关注“返点”金额，而忽视了自身的还款能力。

与此前多家银行推出“气球贷”等先息后本的还款方式类似，房贷“返点”现象也反映出商业银行在房贷业务及盈利方面的压力。

今年5月底，德勤中国金融服务业务研究中心在《国内商业银行房地产业务观察与展望》报告中指出，存量房贷利率调整、提前还款规模扩张的背景下，银行个人房贷业务整体承压，2023年个人住房按揭贷款整体规模有所滑坡，增速较2022年下降明显。

在国有六大行中，2023年仅邮储银行个人住房按揭贷款规模增长3.37%，其余均同比下跌1～4个百分点；股份行中，仅平安银行和中信银行保持正增长，兴业银行和招商银行个贷规模分别下跌1.95%和0.27%。■

LPR下调10个基点 有城市首套房贷利率降至2.9%

时代财经 周梦梅

“降息”靴子落地。
7月22日,中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布,将1年期和5年期贷款市场报价利率(LPR) 分别下调10个基点至3.35%和3.85%。
其中,购房者关注度较高的5年期以上LPR,是自今年2月以来单独下行25个基点后,再次出现下调。
年内来看,5年期以上LPR已合计下调35个基点。
据时代财经测算,此次下调5年期以上LPR 10个基点后,以商贷额度100万元、贷款30年、等额本息还款方式来计算,购房者月供可减少57.3元,累计30年月供减少2.1万元。
不过,存量房贷客户需等到贷款重定价日才能享受到本次LPR下调的好处,为每年的1月1日或合同中药定的贷款发放日。

接下来, LPR或仍有一定的下调空间。
“我们判断,在7月下调后,短期内LPR报价将保持稳定,四季度视经济和物价运行状况而定, LPR报价还有一定下调空间。”东方金诚宏观研究分析师王青对时代财经称,7月LPR报价下调,将带动三季度企业贷款利率和居民房贷利率进一步下行。
王青还表示,根据存款利率市场化调整机制,银行存款利率要与1年期LPR报价和10年期国债收益率挂钩,这意味着接下来银行存款利率将全面启动新一轮下调,这将有助于稳定银行净息差。

已有城市首套房贷利率降至“2” 字头
据中原地产研究院数据,截至7月17日,全国重点城市商贷利率排行榜中,首套房贷款利率(平均)最低的前五大城市为佛山(3.00%)、南京(3.15%)、东莞(3.15%)、广州(3.20%)、武汉(3.25%)。
上述五大城市中,目前已有城市首套(5年期以上)房贷贷款利率降至2字头。



7月22日,时代财经致电汇丰银行佛山某支行,该行工作人员表示:“我们汇丰银行首套5年期以上房贷贷款利率为LPR减去95BP(基点),按照最新的LPR,房贷利率最低是2.9%。”
不过该工作人员也表示,汇丰银行对贷款人的资质审核较为严格,对于工作单位、流水,以及在佛山地区拟购买的楼盘都有一定的要求和限制,贷款人最终申请的房贷利率需要综合考虑多项因素,无法确保一定能够申请到2.9%的贷款利率。
此外,也有多家银行的房贷利率贴近2字头。
同日,时代财经致电渣打银行广州某支行,该行工作人员表示,渣打银行目前5年期首套房贷利率为3%,不过该行不支持以“公积金+商业贷”组合方式申请贷款;浦发银行东莞某支行的信贷经理则告诉时代财经,按照最新的LPR利率,该行的5年期首套房房贷利率为3.05%;徽商银行南京某支行的工作人员告诉时代财经,该行5年期首套房房贷利率也是3.05%。
“本次降息后,更多城市的房贷利率将调整到2字头。”中原地产首

席分析师张大伟向时代财经表示,据其援引中原地产研究院统计数据,6月份全国房贷平均利率已经调整到3.5%左右,首套房房贷利率已经跌至3.3%,这一数据相比5月份首套房平均贷款利率3.55%也出现了明显的下调。整体来看,“5·17”政策后,全国房贷利率出现了大幅度的调整。
张大伟认为,本轮LPR下调,影响最大的是存量房贷利率。
“目前,全国各地新增房贷利率已基本集中在3%~3.5%之间,但存量房贷一直处于高位,新增房贷利率降低没有影响到存量房贷,LPR下调则直接降低了存量房贷利率。”张大伟说。

提前还贷强度有所下降
值得一提的是,提前还房贷的强度有所放缓。
“我们更新了最新(6月)的居民早偿率数据发现,从总量角度,居民的提前还贷强度有所放缓,呈现季节性回落的态势,条件早偿率(CPR)回到23.4%(前值25.9%)。”国泰君安研报指出,从结构上看,债务负担不

重的群体(剩余本金在20%以内)提前还贷比例仍在上升,来到历史高位;而债务负担相对较重的(剩余本金在20%以上)提前还贷比例却回落到偏低水位。
“5·17”新政前后,新增房贷和存量房贷平均利率差值确实较大。
天风证券一份研报指出,“5·17”新政前,贝壳百城首套房房贷利率均值约为5.16%(2014年1—4月)、二套房房贷利率均值约为5.46%(2016年1月—2024年4月);2024年5月,贝壳百城首、二套房房贷利率分别为3.45%、3.90%,两者分别低于历史均值171BP、156BP。
张大伟对时代财经表示,增量房贷和存量房贷贷款利差扩大,一定程度加剧了“提前还贷”现象。
他表示:“居民提前还房贷分为两种情况,以储蓄来还款或通过借贷腾挪的方式进行还款。对于以储蓄来还款的居民来说,今年存款产品、(低风险)理财产品的利率均出现较大程度下滑,而存量房贷的利率相对处于高位,因此一部分居民选择提前偿还房贷。”

3.5%
◀

六大行集体下调存款挂牌利率 五年期定存利率跌破2%

时代财经 张昕迎

紧跟LPR下调,六大行今年首次官宣降息!
7月25日,工、农、中、建、交、邮储六大行均发布《关于调整人民币存款挂牌利率的公告》,拟于即日起调整人民币存款挂牌利率。
活期存款方面,六大行均将挂牌利率下调5个基点至0.15%。定期存款方面,六大行三个月、六个月、一年期整存整取存款挂牌利率下调10个基点,两年期、三年期、五年期整存整取存款挂牌利率下调20个基点。
和以往一样,六大行的两年期及以上定存利率降幅依然是最大的。
本次下调后,六大行五年期定存利率均由2.0%降至1.8%,大行的定存利率告别“2”时代。
值得注意的是,这是国有大行今年以来首次下调存款挂牌利率。2023年,六大行分别在6月、9月、12月进行过三轮调整。

六大行定存利率告别“2”时代
7月25日起,工、农、中、建、交五大行的三个月、六个月、一年期定存利率分别为1.05%、1.25%、1.35%,邮储银行的各期限、各类型存款挂牌利率调整幅度与五大行一致,但6个月、一年期定存利率此前就稍高,调整后分别为1.26%、1.38%;此外,六大行



两年期、三年期、五年期定存利率分别为1.45%、1.75%、1.8%。
其中,六大行五年期定存利率与2022年9月调整后的利率(2.65%)相比,降幅已达到85个基点。
按20万元定存五年算,相比于2022年9月,五年利息将减少8500元。
对于国有大行此轮集体下调存款利率,光大银行金融市场部宏观研究员周茂华告诉时代财经,此次调整主要是部分银行为缓解净息差压力,目前存款市场仍存在一定结构失衡,同时央行市场利率维持低位,推动部

分银行积极优化负债结构和成本方面管理。
银行净息差仍承压
7月22日,一年期LPR下调10BP至3.35%;近日,10年期国债收益率也已下行至2.23%左右。
根据市场利率定价自律机制,银行存款利率与与一年期LPR报价和10年期国债收益率挂钩,市场此前预计,这一轮存款利率跟随调降已成为必然。
周茂华表示,下调存款利率有助

于银行降低存款负债利息支出,进一步改善净息差和净利差。“目前,市场利率维持低位,从银行净息差所面临的压力、存款市场结构失衡及引导实体经济融资成本进一步下降等方面看,未来一段时间内国内存款利率仍有下调空间。”
从过往趋势来看,2022年以来,存款降息均由国有大行领头。中小银行方面,上次密集下调定存利率在今年4月。根据历次经验,股份行、城农商行一般在国有行调整后跟进,截至发稿,暂未有其他商业银行发布下调存款利率相关公告。
据国家金融监督管理总局5月底发布的数据,截至2024年一季度末,商业银行净息差为1.54%,较2023年四季度的1.69%下滑15个基点,再次创下历史新低。其中,大型商业银行、股份制银行、城商行、民营银行、农商行、外资银行的净息差分别为1.47%、1.62%、1.45%、4.32%、1.72%、1.47%。与2023年年末相比,大型商业银行净息差由1.62%下滑至1.47%。
周茂华预计,下半年净息差有望逐步企稳。“此前监管对于手工补息出台了系列规范措施,同时国内经济复苏带动实体融资需求等,利好净息差改善。”
其还认为,在稳息差方面,除了为存款产品进行合理重定价外,还需要积极维护存款市场正常竞争秩序,推动银行优化资产负债结构。

公募基金二季报出炉 6家机构在管规模超万亿元

时代财经 刘子琪

目前，公募基金2024年二季报已全部披露完毕。

截至二季度末，公募基金资产净值为30.74万亿元，首次突破30万亿元，较一季度末的28.87万亿元增长6.47%，较2023年年末的27.27万亿元增长12.6%。

从基金类型来看，规模增幅最大的为债券基金，二季度末首次突破10万亿元，达到10.43万亿元，较一季度末增长13.89%；其次为货币基金，二季度末规模为12.96万亿元，较一季度末增长5.52%。

权益类基金中，股票基金规模二季度微增0.27%至3.11万亿元；混合基金规模则创近4年新低，从一季度末的3.54亿元降至二季度末的3.40亿元。

此外，海外投资基金、商品基金规模二季度均有不同程度增长。而FOF基金自2022年一季度末以来，规模已经连续8个季度下滑，截至今年二季度末，规模仅剩1379.04亿元。

数量方面，截至二季度末，公募基金达到12028只，较年初增加514只，再创历史新高，基金份额增至29.67万亿份。

规模超万亿元基金公司达6家

近年来，前十大基金公司合计规模占比整体呈现下降趋势。截至二季度末，前10位基金公司规模合计12.31万亿元，占总规模30.74万亿元的40.06%，占比较上季度末减少0.51个百分点。

截至二季度末，有6家基金公司规模超过万亿元，分别是易方达基金、华夏基金、广发基金、南方基金、天弘基金、博时基金。其中，易方达基金规模为19023.77亿元，排名第一；华夏基金则凭借15392.18亿元规模排名第二。

若剔除货币基金，易方达基金是唯一规模突破万亿元的公司。截至二季度末，其非货规模约1.21万亿元，较一季度末增加近840亿元。华夏基金则以9827亿元排在第二位，管理规模较一季度末增长超400亿元。

截至二季度末，非货管理规模超千亿元的公募基金增至48家，较一季

度末增加3家，分别为创金合信基金、东方基金和鹏扬基金。另外，永赢基金、景顺长城基金、天弘基金、富国基金等二季度非货管理规模增长都超过400亿元。

有人进步，也有人退步。在非货规模排名前20的基金公司中，仅交银施罗德基金二季度非货规模下降108.40亿元，目前为2888.60亿元，排名下降3位。

从权益类基金（含QDII基金）规模来看，截至二季度末，共有21家基金公司权益基金规模超1000亿元，较一季度末增加1家。

其中，大成基金权益类基金管理规模从一季度末的994.42亿元增至二季度末的1044.41亿元，成功晋级千亿元阵容。

具体来看，易方达基金以7430.48亿元权益类基金管理规模名列第一，华夏基金以6776.76亿元排名第二；排在第三至五位的依次为广发基金、华泰柏瑞基金和嘉实基金，规模分别为3497.55亿元、3380.66亿元、3124.82亿元。

此外，富国基金、南方基金、汇添富基金权益类基金规模均超过2000亿元。

从盈利来看，2024年二季度，博

时基金、永赢基金、兴证全球基金的利润分别为54.09亿元、40.25亿元、36.38亿元，分列前三位。

在二季度利润排名前5的基金中，有4只ETF基金，合计利润达82.05亿元，分别为中概互联网ETF、天弘余额宝、恒生互联网ETF、纳指ETF、恒生ETF。

宁德时代重回重仓股榜首

随着公募基金二季报披露完毕，宁德时代取代贵州茅台成为公募基金第一大重仓股。

2019年二季度末，贵州茅台超越中国平安，成为公募基金头号重仓股。2021年三季度末、2022年一季度末，宁德时代的公募重仓总市值都曾超过贵州茅台，成为公募基金第一大重仓股，但之后又被贵州茅台反超。

据天相投顾数据，截至二季度末，基金重仓宁德时代的总市值达到495.35亿元，重回第一宝座。

具体来看，持有宁德时代最多的是易方达基金，共34只基金合计持有8484万股。此外，华夏基金也有73只基金合计持有5465万股，华泰柏瑞基金有21只基金合计持有3310万股。

除了宁德时代，截至二季度末，公募基金前十大重仓股还包括贵州

茅台、立讯精密、紫金矿业、美的集团、中际旭创、五粮液、迈瑞医疗、泸州老窖和山西汾酒。

今年二季度，基金经理似乎不再偏爱“白酒”，贵州茅台、泸州老窖和五粮液纷纷被公募基金减持。

其中，贵州茅台较上一季度被减持214.14亿元，泸州老窖较上一季度被减持127.88亿元，五粮液较上一季度被减持105.64亿元。

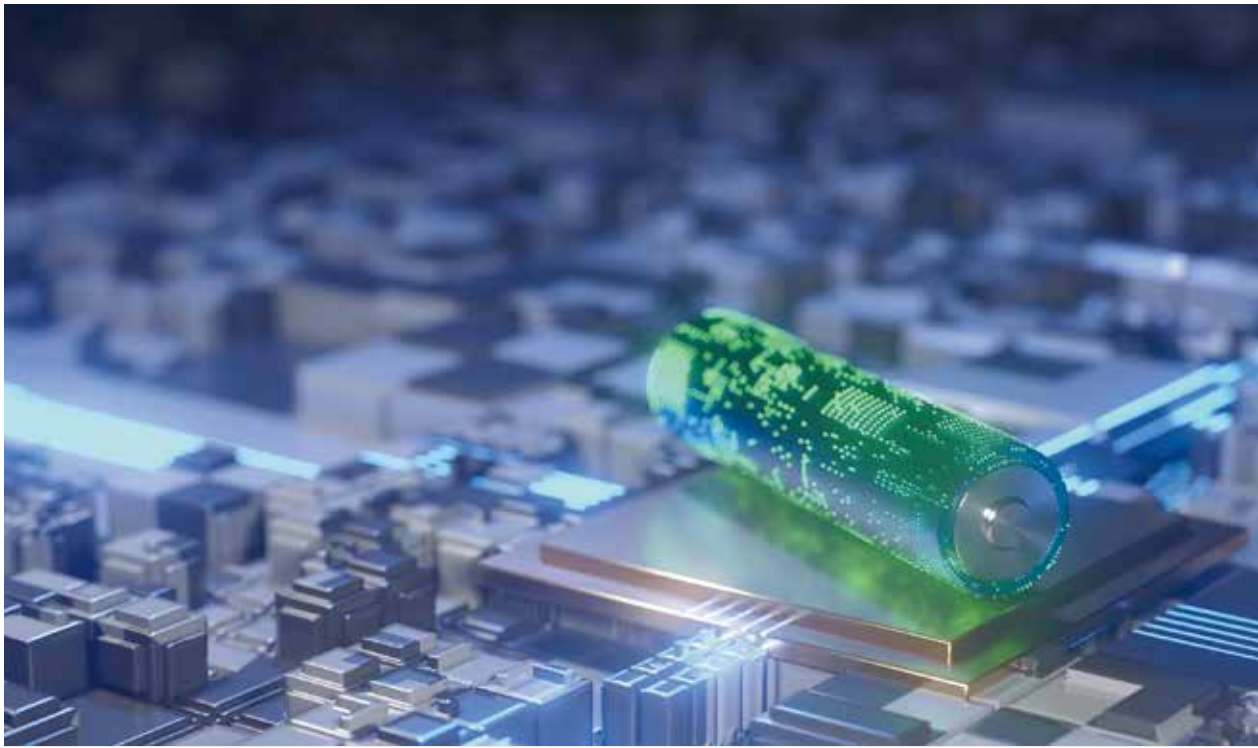
而公募增持市值排名前三的分别为立讯精密、比亚迪、新易盛，增持市值分别为124.42亿元、79.80亿元和79.07亿元。

从二季度涨跌幅来看，增持TOP10股票全部上涨。

其中，立讯精密、新易盛、鹏鼎控股和兆易创新涨幅均超过30%。减持TOP10股票中，除了宁德时代，其他均有显著下跌。

国信证券指出，基金二季报中披露配置权重最高的三个行业为电子、医药以及食品饮料行业，配置权重分别为15.4%、11.16%、9.5%。

从行业持股明细来看，公募基金持有电子行业个股最多，高达285只；医药生物、机械设备、电力设备等行业均有超过200只个股出现在基金前十大重仓股名单中。■



蚂蚁消金总经理任职资格获批 一、二把手均来自网商银行

时代周报记者 赵鹏 发自北京

蚂蚁消金总经理任职资格获批。

7月23日，国家金融监督管理总局重庆监管局公示批复，核准江浩重庆蚂蚁消费金融有限公司（下称“蚂蚁消金”）董事、总经理任职资格，江浩自完成总经理任命程序之日起履行该公司总经理职责。

时代周报记者就总经理变动相关问题联系蚂蚁消金，截至发稿未获回复。

去年7月，蚂蚁消金第二任董事长金晓龙的任职资格得到监管核准。时代周报记者注意到，金晓龙和江浩都是老金融人，并且都拥有浙江网商银行股份有限公司（下称“网商银行”）的从业经历。

网商银行是由蚂蚁集团发起，原银保监会批准成立的中国首批民营银行之一。

蚂蚁消金和网商银行的第一大股东均是蚂蚁集团，两家公司的侧重点有所不同。其中，蚂蚁消金主要发力个人消费场景中“花呗”和“借呗”；而网商银行则针对小微企业、个体户、经营性农户等小微群体的金融需求。

多家消金公司“换帅”

蚂蚁消金于2021年6月获批开业，承接蚂蚁集团整改后的消费金融业务，黄浩和陈怀晟分别成为公司首任董事长和总经理。其中，黄浩也是一位老金融人，与金晓龙、江浩类似，也拥有网商银行从业经历。

去年7月，蚂蚁消金第二任董事长金晓龙的任职资格得到监管核准。2017年，金晓龙加盟网商银行，先后担任该行执行董事、副行长、行长、董事长等。此外，金晓龙目前还担任蚂蚁集团资深副总裁、网商银行董事长。

此次履新的蚂蚁消金总经理江浩，曾担任中国建设银行高级副经理、中国银行（香港）有限公司上海分行副行长、上海银行总行零售信贷负责人等管理职务。2018年5月，江浩加入网商银行，先后担任合规总监、董事会秘书、网商银行副行长等职务。

时代周报记者梳理发现，今年以来，有多家消费金融公司董事长、总经理发生变更。其中，中邮消费金融有限公司总经理袁京卫，中银消费金融有限公司董事长高维斌、总经理陈小琳，招联消费金融股份有限公司董事长陈忠岳，苏银凯基消费金融有限公司董事长赵辉的任职资格均获得

监管核准。

已服务超过4亿消费者

2023年，蚂蚁消金连续完成两轮增资，注册资本从最初的80亿元增至230亿元，并已完整承接来自重庆小微小贷、重庆商诚小贷的“花呗”“借呗”业务。

截至2023年年末，蚂蚁消金资产总额为2396.69亿元，同比增长125.61%；负债总额为2167.28亿元，同比增长120.12%。2023年，该公司实现净利润1.52亿元。

天眼查显示，蚂蚁消金股东包括蚂蚁集团、杭州市数据集团有限公司（下称“杭州数据”）、浙江舜宇光学有限公司、南洋商业银行有限公司、传化智联股份有限公司、江苏鱼跃医疗设备股份有限公司、重庆渝富外贸国有资产经营有限公司、国泰世华银行（中国）有限公司、广州博冠信息科技有限公司、宁德时代新能源科技股份有限公司、北京千方科技股份有限公司、中国中信金融资产管理股份有限公司、重庆市农信投资集团有限公司13家股东。

从持股比例来看，蚂蚁集团持有蚂蚁消金50%的股权，是其第一大

股东；杭州数据为第二大股东，持股10%；其他股东的持股比例均未超过10%。目前，蚂蚁消金经营“花呗”和“借呗”两大品牌。

根据蚂蚁消金的解释，“花呗”是一款根植于丰富消费场景的消费信贷产品，授信有效期内额度可循环使用，消费者可根据账单金额进行还款或申请分期付款、最低还款服务；而“借呗”是一款在线小额信用消费贷款，支持日常生活消费、旅游等用途的贷款产品，支持循环授信，随借随还，按日计息，快速放款。

根据蚂蚁消金披露的《2023年可持续发展报告》，截至2023年年底，蚂蚁消金已经服务超过4亿消费者。2023年，花呗为1.2亿新市民提供了消费金融服务，近2300万新市民使用过花呗分期。

与此同时，花呗的笔均消费金额仅90元，呈现出“小额高频”的特点。

该报告还显示，目前全国超过4000万商家支持花呗收款，基本完成对消费场景的全覆盖；累计超过500万商家通过使用分期免息促进销售额增长；蚂蚁消金与61家金融机构联合营合作，共同为消费者提供金融普惠服务。■

1.52

亿元

借道并购 纵横通信切入低空赛道

时代财经 何铭亮

7月23日，上海狮尾智能化科技有限公司（以下简称“狮尾智能”）微信公众号发布文章称，A股主板上市公司纵横通信（603602.SH）收购航电飞控企业狮尾智能，切入低空经济赛道。

早在7月19日，纵横通信在互动平台上表示已完成对狮尾智能的收购。纵横通信此前主要为三大电信运营商以及铁塔公司提供5G新基建等相关服务，狮尾智能作为初创企业近年则拿出了工业无人机巡检等产品，在5G-A通感一体技术助力低空经济发展的背景下，两者将能产生一定的业务协同。

“未来狮尾智能仍将保持独立运营，纵横通信则会对狮尾智能进行资源导入与业务助力。”狮尾智能创始人兼CEO施维在7月23日接受时代财经独家采访时表示。

收购金额未达披露标准

今年以来，低空经济发展火热，低空经济相关概念股股价也在A股市场顺势“起飞”。纵横通信成功收购狮尾智能股权切入低空赛道的消息为何率先在互动平台公布而未披露公告？

对此，7月23日时代财经以个人投资者身份致电纵横通信证券事务代表处，相关工作人员回应称“（收购）尚未达到披露标准，具体收购金额低于净资产的10%，也就是不足8000多万元，因此不需公告。”

以2023年年报计，纵横通信净资产为8.02亿元。

成立于2006年的纵横通信在2017年登陆上交所主板，其主要为中国移动、中国电信、中国联通三大电信运营商以及铁塔公司提供5G新基建等相关服务。

2023年，纵横通信营业收入约13.59亿元，归母净利润约3285.32万元；截至7月23日收盘，市值为24.36亿元。

7月23日，有投资者在互动平台向纵横通信提问，公司近期公告新增借款3亿多元，是不是今年业务高速增长造成的？资金主要用在哪些方面？新增的借款预计对于全年的营收和利润有何影响？



纵横通信回复称，公司新增借款用途主要系公司全域数字营销业务收入增长，经营所需流动资金增加；新业务拓展，经营垫付资金需求量增加；公司收购狮尾智能切入低空经济赛道，需储备业务发展流动资金。

公开资料显示，狮尾智能注册于2015年，并在2019年组建团队，曾获得东方美谷产业发展基金的Pre-A轮融资，不过并未披露融资金额。

天眼查显示，狮尾智能注册资本为104.71万元人民币。

狮尾智能在7月23日的微信公众号推送中并未讲述本次具体内容，仅以一张名为Earthrise的摄影作品配图，并附上双方Logo。该照片拍摄于1968年，由当时正在太阳神8号太空船上执行前往月球任务的航天员拍摄，为有史以来第一张从太空拍摄的彩色地球图像。

施维向时代财经解释称，该照片附上双方公司Logo，寓意双方将一起开启新的视角和时代。

“未来狮尾智能仍将保持独立运营，纵横通信则会对狮尾智能进行资源导入与业务助力。”施维表示。

“通信运营商是本轮低空经济发展主力军之一（如5G-A通感一体技

术），会承接很多无人机业务，纵横通信拥有的资源正好可以为我们业务赋能。”施维也指出，当初纵横通信发起并购时双方几乎一拍即合，业务协同上非常契合。

希望成为C929供应商？

狮尾智能专注于航电飞控领域，业务涉及eVTOL及大中型无人机载飞控系统研发及工业无人机应用。

今年7月上旬，狮尾智能曾经在深圳演示其无人机飞巡项目，当时其无人机按照预设航线，在距离平安金融中心玻璃幕墙15米外，自动横移飞行捕获数据，为城市建筑进行“健康体检”。

据悉，无人机巡检能取替原本由“蜘蛛人”使用吊船或吊绳巡检摩天大楼的方式，达到70%以上的降本，同时提高10倍以上的效率。

“（除小型无人机应用外）我们的第二个主要业务是载人飞行控制系统的研发和适航认证，主要服务于国内各类垂直起降（eVTOL）飞行器制造商。”施维在受访中表示。

而彼时施维也对时代财经表示，目前狮尾智能定位为核心零配件的供应商，包括机载飞控和航空电子等，

暂时不会涉足载人航空器整机制造，会与合作伙伴一起去申请飞控系统、机载航电产品的适航认证。

狮尾智能核心团队曾任职于霍尼韦尔航空航天部门，曾负责商飞C919飞机载人飞控技术研发工作，这也意味着其对载人航空器飞控系统方面具备了适航认证的经验。

施维毕业于上海交通大学，曾在美国爱荷华州立大学做航空访问学者，有超过15年的智能无人系统研发经验，曾负责国产大飞机C919的飞控系统集成与开发。

值得注意的是，中国商飞国产宽体客机C929正在推进设计和研发当中，狮尾智能目前也正在与中国商飞接触洽谈，希望未来3～5年内能逐渐成为其供应商。

“国内大飞机产业链将会持续推进国产化，狮尾智能也希望投身其中助力机载设备和机载单元的国产化。”施维彼时对时代财经强调，其创业所需的经验、技术等均得益于其当时曾参与国产窄体机C919的核心零配件研发，不过当时其身份依然是外资供应商，而如今其团队创业后，未来则能以一家国产的创新企业来效力国内航空制造产业链。■



值得注意的是，中国商飞国产宽体客机C929正在推进设计和研发当中，狮尾智能目前也正在与中国商飞接触洽谈，希望未来3～5年内能逐渐成为其供应商。

夏季运力大增、票价下跌 欧美航司利润承压

时代财经 何铭亮

“2024年预计将有50亿人次的旅客出行，人类对飞行的渴求从未如此强烈。”2024年6月，国际航协理事长威利·沃尔什（Willie Walsh）曾表示。

这个夏天，民航业如期迎来旺季，巴黎奥运会、中国暑假开启，中外市场均迎来往常最为赚钱的7—9月。

其中，前往欧洲度假的需求尤为旺盛。国外资深旅游网站Hopper数据显示，美国机场将有超过5.70万个航班起飞，预计有1300万美国游客将前往欧洲各地，前往欧洲度假的需求量至少是除亚洲以外的全球其他地区的3倍。

业内公认的今夏需求复苏也成为欧美航司纷纷增加运力的依据，多家欧美航司均表示，今年将迎来最大的航班时刻表。根据国际航协的预测，北美航空公司2024年运力同比增长8.10%，欧洲航司增幅达11.50%。

欧美市场多年来一直是盈利能力最强的市场。以国际航协2024年年度盈利预测来看，北美航空公司2024年净利润将为148亿美元，欧洲航司则为90亿美元市场，而亚太和中东市场分别为22亿美元、38亿美元。

7月，美国最赚钱的达美航空表示，将实施其历史上规模最大的国际夏季航班时刻表，每周有超过1700个航班飞往80个国际目的地；欧洲最大廉航瑞安航空同样表示，今年夏天瑞安航空将运营有史以来规模最大的航班时刻表，新增200多条航线。

然而在各大航司运力增长之下，机票价格正处于下行通道。

Hopper数据显示，今年夏天，从美国飞往欧洲的机票平均价格为每张892美元，同比下降了16%，略高于2019年的水平。

瑞安航空首席执行官迈克尔·奥莱利（Michael O’Leary）指出：“尽管第二财季（7—9月）需求强劲，但票价低于预期，我们现在预计第二财季的票价将大幅低于去年同期。”瑞安航空此前曾预计夏季票价将持平或略有上涨，与如今的预计下行形成了鲜明对比。

今年4—6月，瑞安航空在客流量同比增长10%的状况下，机票价格下降了15%，税后利润暴跌46%至3.60亿欧元。

美联航首席商务官安德鲁·诺塞拉（Andrew Nocella）在7月的财报电话会议上同样指出：“现在回顾本季度（4—6月），越来越明显的是需求实际上很强劲，只是无法跟上2024

年新增的国内航空运力增量。反过来，运力过剩又给收益率带来压力。”

当地时间7月11日，达美航空CEO埃德·巴斯蒂安（Ed Bastian）在电话会中表示，航空旅行需求处于创纪录的水平，上周日（7月7日）是达美航空有史以来收入最高的一天。对于7—9月，我们预计需求将持续强劲。

埃德·巴斯蒂同样在电话会中指出，尽管航空旅行需求强劲……但国内航空运输座位数在夏季的几个月里增长加速，影响了经济舱的收益表现。

7月25日，一名长期观察欧美市场国内航司的高管对时代财经指出，运力投放增多、票价下降，会促进欧美消费者的出行意愿，航司的客座率也可能因此上升，尽管机票价格下降，但最后也能拉动整体利润。

不过，美联航表示，美国多家航司已经在削减航班时刻，预计8月中旬将出现航空运力供应上的拐点。

埃德·巴斯蒂也称，航空运输座位数的增长正在放缓，人们似乎越来越关注改善财务业绩，“我们对行业正在采取的行动感到鼓舞”。

“无利可图的运力是不可持续的。”安德鲁·诺塞拉表示。

机票价格下行是影响航司利润的因素之一，另一方面，飞机交付不及预期也给航司增加了成本压力。

据国际航协今年6月预测，2024年将有3870万架次航班可投入运营，比2023年年底的预测下降了140万架次，主要是由于航空航天行业持续存在供应链问题，交付速度放缓。例如，2024年计划交付的飞机数量在6月预计为1583架，比几个月前公布的交付1777架飞机的预期少11%。

对此，航空公司正在部署更大的飞机机型作为缓解策略。

美国阿拉斯加航空在7月表示，由于交付量低于预期，历史增长低于正常水平，所以预计下半年航司将增加约2个百分点的成本压力。

对此，上述航司高管则认为这有两种可能，一是航司机队中新老飞机会有正常更替，飞机的维护和保养费用本身较高，很多航司会卡在老飞机定检之前退租，然后再引进新飞机以保持运力。

“如果新飞机交付延迟，就需要继续使用老飞机，并支付定检费用，因此会导致成本上升。另外新老飞机的燃油消耗成本也相差较大，这也可能抬高成本。”该高管称。

同日，还有业内人士对时代财经指出，也可能是因为机组成员、维修人员等已经招聘，航司完成了人力储备，但飞机延迟交付没能投入运营，导致相关人力成本上升。■



机票价格下行是影响航司利润的因素之一，另一方面，飞机交付不及预期也给航司增加了成本压力。

上半年开标超90GW 风电价格“卷上天”

时代周报记者 周立 发自广州

风电项目指标放开、开标如火如荼、企业在手订单充足，但今年上半年，风电产业链上市公司业绩却有不同程度的下滑，有的甚至陷入亏损。

2024年上半年，“风光”成为电力行业中最亮眼的存在。

国家能源局数据显示，今年上半年全国累计发电装机容量约30.71亿千瓦，同比增长14.10%，其中风电装机容量约4.67亿千瓦，同比增长19.90%；新增风电装机容量2584万千瓦，同比增长12.40%。

在风电装机火热的同时，今年上半年的风电中标项目迎来爆发期，中标规模已经超过2023年全年风电整机新增招标量，企业在手订单也较为充足。

不过，由于风电项目中标价格低位运行，叠加上半年交付不及预期，给部分上市风电企业带来净利润的下滑甚至亏损。有业内人士向时代周报记者表示，随着施工问题的解决以及三季度行业旺季的到来，施工交付情况应该会比上半年好。

上半年中标规模超去年新增招标量

在装机火热的同时，今年上半年的风电中标项目迎来爆发期。

据龙船风电网不完全统计，2024年1—6月国内共有188个风电项目风力发电机组项目开标，合计装机容量超93GW。

金风科技（002202.SZ）披露的投资者关系活动记录表显示，2023年国内风电整机新增招标86.30GW，其中，陆上新增招标77.40GW，海上新增招标8.90GW。也就是说，仅仅2024年上半年时间，中标规模已经超过2023年全年风电整机新增招标量，可谓遍地是机会。

5月6日，天顺风能（002531.SZ）董秘朱彬在业绩说明会上提到，根据中国风能专业委员会（CWEA）统计，沿海11省市规划的“十四五”海风

开发目标超60GW，新增装机目标超50GW。截至2023年年底，“十四五”海上风电累计装机约28GW，完成度不及预期。如果要圆满完成各省市制定的“十四五”目标，后两年的海上风电开发建设将会明显提速，有望迎来一波装机小高峰。

近两年来，各地陆续放开风电的项目指标，风电企业不必为订单发愁。根据定期报告和公告信息，截至2024年一季度末，有头部整机厂商在手订单超过20GW，其中最多的是金风科技，在手订单33.65GW，同比增长13.76%；运达股份累计在手订单24.04GW，同比增长21.32%；三一重能（688349.SH）截至2023年年底在手订单15.89GW。而今年上述企业均有中标多个风电项目，预计二季度末在手订单有所增长。

风电项目指标放开、开标如火如荼、企业在手订单充足，但今年上半年，风电产业链上市公司业绩却有不同程度的下滑，有的甚至陷入亏损。

风电塔筒、叶片厂家天顺风能预计归母净利润同比下降55.23%～63.37%；叶片厂家中材科技（002080.SZ）预计归母净利润同比下降63.39%～72.73%；主机厂家中船科技（600072.SH）预计上半年分别实现归母净利润和归母扣非

净利润-9500万元和-1.15亿元。

交付不及预期，三季度迎旺季

上市风电企业净利润的下滑甚至亏损，一方面是由于上半年中标价格虽在回暖，但仍低位运行；另一方面则是由于项目交付不及预期。

6月19日，中国能建公示其2024年风力发电机组集中采购项目中标结果，金风科技、三一重能、明阳智能（601615.SH）、运达股份、电气风电（688660.SH）等9家风机厂商赫然在列。根据公示数据可以发现，海上风机投标报价普遍高于陆上风机的1000元/千瓦；其中，陆上风机投标最低报价已经降到900元/千瓦，最高报价不超过1400元/千瓦。

金风科技数据显示，在2024年，全市场风机整机商风电机组投标均价从1月的1507元/千瓦涨至3月的1563元/千瓦，然而仍低于2023年3月的1607元/千瓦，比2021年6月的投标均价要低近千元。

对于投标均价低位运行，深圳乐中控股高级研究员朱韞智对时代周报记者表示，一是风机厂商的整体产能规模提升很快；二是随着单个风机的兆瓦数变大，同一项目所需风机数量在减少；三是前两年上游原材料（玻璃纤维、碳纤维、热卷等）价格下行，

会助推企业成本下降，从而使整体报价进一步下滑。

国际能源署发表报告称，2022—2023年，各国陆上和海上风力涡轮机的短舱、塔架和叶片的制造产能基本保持不变，只有中国的产能大幅增加。在所有零部件中，中国的平均同比增长超过30%，是短舱、叶片和塔架的最大生产国。

朱韞智表示，按照目前的招标策略，“五大四小”发电集团所需要的风机并没有什么差异性，几大厂商都可以做，所以逼着大家一起卷成本、卷规模，通过扩大规模使得成本边际递减，用低价获得更大的市场份额，以扩大自身竞争力。“总体来说，大家处于赔本赚吆喝的状态。”

与此同时，部分风机厂商在上半年存在一定的交付压力。

在2024年半年度业绩预告中，天顺风能表示，其海上风电板块受项目开工进度影响，基本没有新项目交付。

有业内人士对时代周报记者表示，其所在的公司上半年订单量尚可，但交付情况一般，“一是关键部件等运发没有计划好，施工进度受到一些影响；二是审批手续等其他因素导致施工不连续。”不过，其表示，随着问题的解决以及三季度行业旺季的到来，施工交付情况应该会比上半年好。

天顺风能亦提到，自2021年海上风电抢装结束后，国家对海上风电政策做了进一步完善，同时技术的进步也带来了海上风电成本的迅速下降，预计2024年下半年开始至2026年将迎来海上风电“十四五”装机高峰。“目前按照项目进度，公司在生产的多个项目在2024年下半年开始持续进入交付阶段。”

中银证券研报称，国内海风项目建设正有序推进，以欧洲为代表的海外海风有望从2025年起进入快速增长阶段，或逐步接棒国内需求，带动风电产业链出货持续增长，建议优先关注具有海风、海外双重逻辑的塔筒桩基与海缆环节，以及存在渗透率提升逻辑的国产化与新技术环节。■



山东黄金13亿元拍下金矿探矿权 山东特产金矿正密集出让

时代财经 张汀雯

7月23日盘后，山东黄金（600547.SH）公告称，将甘肃省西和县大桥乡的大桥金矿采矿权（以下简称“大桥金矿详查探矿权”）以13.47亿元的价格收入囊中，较起拍价溢价超648%。

该大桥金矿详查探矿权以1.80亿元起拍，评估价2.57亿元，保证金1000万元，吸引1.71万人围观，经835次激烈出价后“花落”山东黄金。

在大桥金矿详查探矿权拍卖“落槌”后，山东省烟台市牟平区阎家疃金矿探矿权（以下简称“阎家疃金矿探矿权”）也正在拍卖中，起拍价800万元，截至发稿尚未结束。

作为黄金储量省，山东省还有3个金矿探矿权自7月24日9时起挂牌出让，挂牌起始价合计59万元，截止时间为8月6日17时。

持续推进矿权整合

此次山东黄金收入囊中的大桥金矿详查探矿权勘查面积达44.64平方公里，合计备案资源量为金矿石量772万吨，金金属量23085千克，平均品位2.99克/吨。另有低品位矿石量1594万吨，金金属量17245千克，平均品位1.08克/吨。

大桥金矿详查探矿权范围内西北部为仇池金矿划定矿区范围，面积为1.29平方公里，目前矿业权人正在

办理仇池金矿探转采的相关手续，本次拍卖的矿权范围包含仇池金矿。

该探矿权有效期限至2025年9月3日，位于甘肃省陇南市西和县大桥乡的大桥金矿采矿权（以下简称“大桥金矿采矿权”）外围。大桥金矿采矿权于2023年5月被山东黄金控股子公司甘肃金舜矿业有限责任公司（以下简称“金舜矿业”）以8.67亿元竞得。

大桥金矿采矿权面积为1.30平方公里，开采方式为地下开采，生产规模49.50万吨/年。截至2010年11月底，矿山保有矿体资源量矿石量967.97万吨，金金属量31981千克，平均品位3.30克/吨；伴生银金属量68280千克，平均品位7.05克/吨。

山东黄金表示，本次拍得的大桥金矿详查探矿权将与大桥金矿采矿权整合开发。该探矿权的成功获取，有利于加强公司资源储备，对打造山东黄金的陇南黄金资源生产基地具有重要战略意义，进一步增强了山东黄金的整体实力和影响力。

7月24日，时代财经以个人投资者身份致电山东黄金证券部，相关工作人员亦表示，整合开发系大桥金矿详查探矿权与大桥金矿采矿权距离相近，且看好该区域的未来发展空间。

除大桥金矿详查探矿权与大桥金矿采矿权的整合外，山东黄金还在实施新城金矿、焦家金矿、三山岛金矿、燕山矿区等矿权整合工作。其中，焦家金矿、新城金矿资源整合开发工程分别成为“十四五”以来首批入选山东

省重大实施类项目库的非煤矿山建设项目。

1月27日，山东黄金以103.34亿元的价格收购公司控股股东山东黄金集团有限公司全资子公司山东黄金地质矿产勘查有限公司所持山东省莱州市西岭村金矿勘探探矿权（以下简称“西岭金矿探矿权”）。

2023年8月，山东黄金集团在山东省探明国内资源量规模最大的巨型单体金矿床——西岭金矿，在2017年详查备案382.58吨金金属量的基础上新增金金属量209.61吨，累计探获金金属量592.19吨。

今年5月，山东黄金顺利取得山东省自然资源厅颁发的山东黄金矿业（莱州）有限公司三山岛金矿采矿许可证，将三山岛金矿原有采矿权与西岭金矿探矿权整合成为一宗采矿权。下一步，公司将积极推进整合后三山岛金矿区的项目建设相关工作。

而山东黄金全资子公司山东黄金集团蓬莱矿业有限公司（以下简称“蓬莱矿业”）在2023年先后收购了5宗矿权后，今年7月，山东省自然资源厅将这5宗矿权与蓬莱矿业原有4宗矿权全部整合成为1宗采矿权，已直接核发“山东黄金集团蓬莱矿业有限公司燕山矿区”采矿许可证。

山东黄金表示，下一步，蓬莱矿业及公司将按“山东黄金集团蓬莱矿业有限公司燕山矿区”采矿许可证核定的采矿权范围进行统一开采规划、项目建设及生产。

得益于上半年金价持续上行、并购银泰黄金（000975.SZ）及降本增效等，2024年上半年，山东黄金实现业绩大增。其预计2024年上半年度实现归属于母公司所有者的净利润为12.50亿～14.50亿元，与去年同期相比增加3.70亿～5.70亿元，增长42.07%～64.81%。

山东金矿探矿权正密集出让

在大桥金矿详查探矿权拍卖“落槌”后，阎家疃金矿探矿权也在阿里司法拍卖平台上开拍。但不同于大桥金矿详查探矿权的火热，阎家疃金矿探矿权却乏人问津。

这是阎家疃金矿探矿权的第二次拍卖，今年6月25日该矿权曾流拍，起拍价1000万元；到了此次拍卖，起拍价降至800万元，截至发稿尚无人出价。

除上述金矿探矿权外，山东省近期还有许多金矿探矿权正在挂牌出让中。7月，山东省自然资源厅在济南市举行探矿权出让推介会，此次推介的5个探矿权包括3个金矿、1个铁矿、1个铜矿，分别位于烟台市、泰安市、临沂市、淄博市和滨州市。

其中的3个金矿探矿权分别为泰安市泰山区周家庄地区金矿普查探矿权、莱州市前李家地区金矿普查探矿权、沂水县快堡地区金矿普查探矿权，面积分别为3.03平方千米、4.59平方千米、4.30平方千米，起拍价分别为13万元、28万元和18万元。

上述3个金矿探矿权拟出让年限均为5年（探矿权首次登记期限为5年，期限届满前可按规定申请延续），出让收益率均为2.30%，均不接受联合体竞买，竞买保证金金额均为500万元。

《山东省自然资源厅关于印发加强自然资源要素保障服务全省高质量发展若干政策措施的通知》曾指出，制定探矿权出让方案，分期分批出让10～15个探矿权，引导社会资金投入矿产勘查，繁荣初级勘查市场。

据了解，今年，山东省拟分3批公开竞争出让15个探矿权，包括金、铁、金红石型钛等6个矿种。

山东省以其丰富的矿产资源而闻名，已探明的矿产资源种类多达148种，其中93种矿产的资源储量已得到确认。在这些矿产中，金、金刚石和自然硫等6种矿产的保有量在全国排名首位。

齐鲁大地是黄金的宝地，根据2022年的统计数据，山东的黄金储量高达967.93吨，占全国总储量的三成，是排名第二的甘肃省黄金储量（283.36吨）的3倍。

而新一轮找矿突破战略行动实施以来，山东更是新增金资源量477吨，新发现超大型金矿床1处，胶东地区世界第三大金矿区地位进一步巩固。山东省自然资源厅相关负责人表示，下一步，将持续加大探矿权出让力度，不断完善矿产资源管理制度，推动全省矿业高质量发展，为保障国家能源资源安全作出新贡献。■

DRG/DIP2.0版发布 危重患者致医院亏损问题迎破局？

时代财经 张羽岐

DRG（按病组）/DIP（按病种分值）支付改革又有新动作。7月23日，国家医保局在京召开“按病组（DRG）和病种分值（DIP）付费2.0版分组方案”新闻发布会，发布并解读了DRG付费分组方案2.0版和DIP付费病种库2.0版（下称“DRG/DIP2.0版”）。

国家医保局指出，原则上，2024年新开展DRG/DIP付费的统筹地区直接使用2.0版分组；已经开展DRG/DIP付费的统筹地区应在2024年12月31日前完成2.0版分组的切换准备工作，确保2025年起各统筹地区统一使用分组版本，提高支付方式改革工作的规范性、统一性。

国家医保局医药服务管理司司长黄心宇在发布会现场表示，2019年起，他们就启动了以DRG/DIP为主的医保支付方式改革，至2021年，前期的试点工作已经全部进入了实际付费阶段，形成了全国统一的DRG核心分组与DIP核心运营，完善了相关的技术规范 and 经办规程。

“截至2023年年底，全国九成以上的统筹地区都开展了DRG或DIP付费，其中190个统筹地区开展了DRG付费，192个统筹地区开展了DIP付费。天津和上海两个直辖市皆有，26个省份已经实现了省域内所有统筹地区的全覆盖，改革的成效得到了初步显现。”黄心宇称。



DRG和DIP是新型的医保支付方式，与以往按项目付费不同，它们均是按病种付费。其中，DRG是指按照疾病诊断相关分组付费，需根据患者的年龄、疾病、并发症、治疗方式、资源消耗等因素进行分组。DIP则是按病种分值付费，据国家医保局官方媒体平台《中国医疗保险》杂志的解释，其需利用大数据优势建立完善的管理体系，发掘“疾病诊断+治疗方式”的共性特征对病案数据进行客观分类，之后再结合统筹区内医保基金总额，确定每个病种的付费标准。

2019年10月，国家医保局印发《关于印发疾病诊断相关分组（DRG）付费国家试点技术规范和分组方案的通知》，正式公布《国家医疗保障DRG分组与付费技术规范》和《国家医疗保障DRG（CHS-DRG）分组方案》两个技术标准，中国形成了376组

核心分组（即ADRG（1.0版）），基本可覆盖全部危急重症中短期住院病例。

2020年6月，国家医保局则正式发布《医疗保障疾病诊断相关分组（CHS-DRG）细分组方案（1.0版）》，形成了618个DRG组，其中包括229个外科手术操作组，26个非手术室操作组，363个内科诊断组。

北京市医保局副局长白玉杰在上述新闻发布会上称：“2.0版聚焦了重点学科，回应了临床关切的问题。我们时刻关注临床医学的发展，在改革中对临床意见比较集中的问题进行了分类和分析，结合数据验证结果，优化了分组方案，使之与临床需求匹配。重点对重症医学、血液、免疫、肿瘤、烧伤、口腔合并外科13个学科以及联合手术复合手术等问题进行了优化完善，有效地回应了临床的诉求。其次是升级了分组方法，增强了统计精度。”

DRG/DIP支付改革直接影响医院和医务工作者。在过去实际落地的几年里，DRG/DIP改革也引发了诸如“医生变成会计或精算师”“越卷越亏”等质疑，而于ICU（重症监护室）而言则更为复杂。危重症患者复杂的病情使得其医疗费用也往往高于普通患者，因此，因地制宜地推进DRG/DIP医保支付方式仍然是难事。ICU的疾病怎么纳入分组，使用了DRG/DIP医保支付方式后，ICU到底是增加亏损还是减少亏损，这些均是地方医院的疑问。

DRG/DIP2.0版指出，用好特例单议机制，对因住院时间长、医疗费用高、新药耗新技术使用、复杂危重症或多学科联合诊疗等不适合按DRG/DIP标准支付的病例，医疗机构可自主申报特例单议，医保经办机构按季度或月组织专家审核评议，申报数量原则上为DRG出院总病例的5%或DIP出院总病例的5‰以内。

“统筹地区要对各医疗机构申请特例单议的数量、审核通过的数量等进行公告并形成机制，2025年7月对当年上半年情况进行公告，以后每半年一次。探索除外机制，对符合条件的新药耗新技术在应用初期按项目付费或以权重（点数）加成等方式予以支持，后期积累足够数据后再纳入DRG/DIP付费。”上述方案指出。

上海市卫生和健康发展研究中心主任金春林对时代财经表示：“在收治危重病人这一部分，此次DRG/

DIP2.0版已经明确指出，申报数量原则上为DRG出院总病例的5%或DIP出院总病例的5‰以内作为特例的范围，这一设限可能能够部分解决收治危重病人致使医院亏损的问题。”

“但这一5%或5‰以内是否应该分地区、分医院，尤其是在ICU等特殊科室，以及新药、新技术较多的科室应该适当地考虑。但最终是不是要做一个‘例外目录’，诸如把一些特殊的药品、器械、耗材纳入单独支付目录中，这一政策是否要尽快推出。”金春林进一步对时代财经表示。

至于“医生变成会计或精算师”，或与医护绩效挂钩等情况，时代财经获悉的“DRG/DIP2.0版分组方案”新闻发布会参考资料亦指出，各统筹地区要认真组织开展月结算工作，进一步提升结算效率，原则上费用结算时间自申报截止次日起不超过30个工作日。按季度或月及时全面地向医疗机构反馈DRG/DIP入组、结算等情况，指导医疗机构调整规范行为。医疗机构不得将DRG/DIP病组（病种）支付标准作为限额对医务人员进行考核或与绩效分配指标挂钩。

金春林也对时代财经表示：“就这一情况而言，过往医保和医疗机构存在冲突。尽管DRG/DIP分组后每一个病种有一个平均值，但病人的病情千变万化，有的病人高于平均值，有的低于平均值。但的确不能将医保支付标准直接与医护的考核或绩效分配挂钩。”

华东医药超5亿元收购苗药公司 价值几何？

时代财经 文若楠

继花费上亿元引进澳宗生物的改良型新药TTYP0K（依达拉奉）片后，华东医药（000963.SZ）又斥资收购一家苗药公司。

7月21日晚，华东医药发布公告称，公司全资子公司华东医药（西安）博华制药有限公司（下称“博华制药”）收购贵州恒霸药业有限责任公司（下称“恒霸药业”）100%股权，交易基础价款5.2847亿元，并将根据协议约定支付浮动对价。

公告显示，恒霸药业成立于1995年，是一家以研究开发苗族民族药品为主，集中药材种植、科研、生产、销售为一体的国家高新技术企业，拥有中成药文号21个、化药文号2个；医保甲类4个，医保乙类10个，均为中成药。

目前，恒霸药业生产和销售的主要产品为伤科灵喷雾剂、痹痛宁胶囊，其中，伤科灵喷雾剂为独家品种。

针对此次收购，华东医药在公告中表示，“公司收购恒霸药业，获得伤科灵喷雾剂等产品，将进一步丰富公司外用制剂产品管线，强化公司外用制剂领域核心竞争力”，“预计2030年之前，公司外用制剂平台将会有10余个产品陆续上市”。

就外用制剂方面规划方面，华东医药告诉时代财经，“未来，公司将以自主研发为主，结合外部合作引进的模式，不断丰富公司外用制剂领域产品管线。”

财报数据显示，2023年与2024年上半年，恒霸药业分别录得营收0.86亿元、0.35亿元，分别录得净利润0.107亿元、0.056亿元。而今年上半年，恒霸药业的净资产总额为0.86

亿元。

根据坤元评咨的估值报告，采用收益法得出恒霸药业股东全部权益估值结果为5.35亿元，评估增值约4.49亿元。

这一定价引来投资者质疑。知名财税审专家、江苏四维咨询集团首席咨询师刘志耕告诉时代财经：“企业之所以会选择溢价收购，主要在于目标公司的发展前景及其被并购后所产生的高收益，这种高收益主要体现为企业资源的优化配置及企业相对竞争者的弱势。”

对此，华东医药对时代财经表示，本次股权交易的定价基础系根据恒霸药业的估值报告、财务报表、固定资产和无形资产清单为基础，同时亦根据其产品、技术、场地设备、行业地位、客户资源和品牌影响力等因素为主要依据，对其估值主要考虑了其

潜在业务的成长性，综合考虑同行业估值标准，同时参照近年来市场可比交易的相关估值作价案例，并结合公司内部相关估值测算，经交易各方友好协商达成一致，定价公允，符合相关法律法规的规定，不存在损害公司及股东利益的情形。

“公司收购作价也是基于恒霸药业目前的整体价值以及未来发展潜力，财务报表只是估值的参考依据之一。公司看好外用制剂市场潜力，认为伤科灵喷雾剂与公司目前外用制剂管线及公司药学服务及市场拓展能力有望实现高度协同。”华东医药对时代财经说。

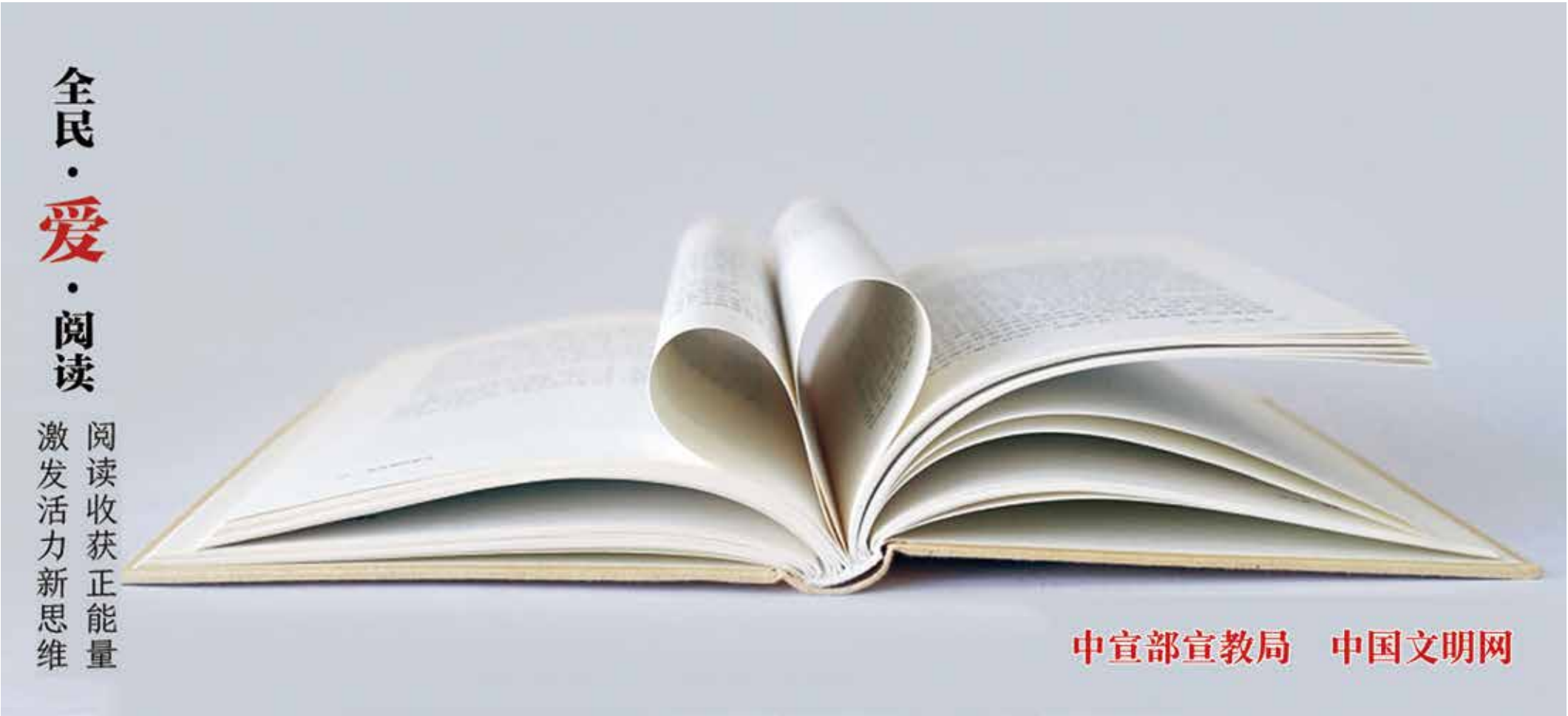
目前，华东医药的业务不仅涉及医药商业及专科、慢病用药等治疗领域，更进一步拓展至内分泌、自身免疫、肿瘤治疗领域以及医美业务等。2023年，华东医药股权收购的标的业

务主要涉及的是医美和动物药。

在此次公告中，华东医药提到，恒霸药业的核心产品伤科灵喷雾剂系独家品种，是目前国内获批的唯一的处方药/OTC双跨的国家医保中成药喷雾剂，上市销售20余年，且在骨伤领域销售占比较高。不过，目前其在全国主要省市销售，销售集中度较高，5个主要省市合计销售额约占该产品总销售额的80%。

对此，华东医药告诉时代财经：“收购完成后，公司按照上市公司标准对恒霸药业开展业务、资产、财务、管理架构等多方面整合、治理，能进一步优化恒霸药业经营情况，进一步提升伤科灵喷雾剂的品牌及市场竞争力，强化公司外用制剂领域核心竞争力。”

这一切或将考验华东医药的销售能力。



角逐超500亿美元市场 通化东宝出海加速跑

时代财经 李傲华

中国胰岛素开始走向海外。
近日，通化东宝（600867.SH）发布公告称，公司收到了来自欧洲药品管理局（European Medicines Agency，下称“EMA”）的正式通知，公司的人胰岛素原料药生产设施符合欧盟GMP 法规的要求，具备欧盟商业化生产条件。

通化东宝是中国胰岛素行业的龙头企业。1998年，中国第一支重组人胰岛素“甘舒霖”在通化东宝的实验室诞生，这使得我国成为继美国、丹麦之后，第三个具备重组人胰岛素生产能力的国家，也打破了当时中国重组人胰岛素长期依赖国外进口的局面。

通过20余年的发展迭代，国产胰岛素开始反向杀入海外市场。

在近日的企业参访中，通化东宝相关负责人告诉时代财经，早在2000年左右，通化东宝就已经涉足国际化市场。2010年后，海外市场需求出现了从人胰岛素到胰岛素类似物的转变。随着通化东宝的甘精胰岛素、门冬胰岛素系列产品，以及GLP-1受体激动剂利拉鲁肽的获批上市，通化东宝完成了主流产品的覆盖。基于此，近年来，通化东宝也更加积极地推进国际化战略。

“出海”新契机

据国际糖尿病联盟（IDF）公布的数据，2021年，全球糖尿病成人患者人数为5.37亿，总患病率约为10.5%。根据《全球疾病、伤害与危险因素负担研究报告》，到2050年，预计全球将有超过13.1亿人患有糖尿病。药融云数据则显示，2022年，全球糖尿病药物市场的规模达到596亿美元，呈现持续增长的态势。

胰岛素生产的技术门槛颇高，直至目前，具备独立生产胰岛素能力的国家仍然只有少数。从全球市场来看，诺和诺德、礼来、赛诺菲等3家跨国药企在胰岛素行业竞争中长期占据主导



地位。

胰岛素是一种蛋白质激素，对纯度和质量都有极高要求，如果纯度不够高，可能会干扰胰岛素的生物活性，从而影响疗效或增加副作用风险。因此，胰岛素的生产流程复杂，涉及基因工程、细胞培养、发酵、分离纯化等多个工序，每一步都要求精准控制。

在经过10年技术攻坚后，通化东宝建成了年产3000公斤的吨级胰岛素原料药生产线，目前拥有中国人胰岛素生产企业中规模最大的发酵系统，生产工艺在发酵、表达、收率、纯度、检测等多方面都处于世界领先水平。现阶段，通化东宝在建及拟建中的生产基地所对应的原料药总设计产能为年产超5000公斤，制剂总设计产能为年产约3亿支。

根据国家医保局发布的数据，目前，中国约有1000万糖尿病患者在使用胰岛素。集采之后，中选胰岛素平均年用量约3.5亿支。

凭借大规模量产能力及质控能力，通化东宝的胰岛素产品长期出口国外。2013年，通化东宝的人胰岛素原料药通过了欧盟GMP 认证，是国内第一家获得生物原料药欧盟GMP 认证的企业。为进一步拓宽国际市场，公司随后启动了人胰岛素注射剂的欧盟注册工作。2023年1月，人胰岛素注射液上市许可申请获得EMA正式

受理。

通化东宝方面表示，此次收到EMA的批件，表明通化东宝十多年来一直严格按照欧盟GMP法规实施标准化、规范化管理，人胰岛素原料药的质量获得EMA的专业认可。

“对症下药”

胰岛素是糖尿病治疗的基石治疗手段，已经在全球糖尿病患者中广泛使用。但从地区来看，以亚洲、非洲和拉丁美洲为代表的新兴市场与欧美等发达国家市场各自有着不同的市场特点。基于此，大多数中国医药企业在拓展海外市场时会选择更有针对性的打法。

随着生活习惯的改变，发展中国家的糖尿病发病率正在逐年提高。IDF数据显示，全球大约3/4的成人糖尿病患者生活在中等收入和低收入国家，这些地区的胰岛素市场渗透率较低，还有很大的增长空间。

时代财经从通化东宝方面获悉，新兴市场对于胰岛素产品的要求逐渐变得更为严格，这些市场普遍遵循USP（美国药典）或EP（欧洲药典）标准，并具有更强的价格敏感性。在墨西哥、巴西等大型发展中国家，政府采购给出的价格甚至比国内集采的中选价格更低。

欧美市场的发展相对成熟，这些

地区的糖尿病发病率高，且胰岛素渗透率较高。以美国为例，American Diabetes Association数据显示，2022年，美国约有3700万糖尿病患者，其中840万人使用胰岛素，市场渗透率约23%。

相对而言，根据国海证券测算，2022年中国的胰岛素市场渗透率仅有7%。

上述通化东宝相关负责人对时代财经表示：“在发达国家市场，我们通常面临着医保、保险公司，以及注册限制等多重挑战。由于我们进入这些市场的时间稍晚，因此我们采取了更成熟的策略。在美国和欧洲，我们选择了有经验的合作伙伴，这些合作伙伴不仅在目标市场拥有强大的商业化团队，还具备成熟的海外注册能力，并且具备成功引进产品的经验。通过与他们的合作，我们可以快速进入发达国家市场，还可以完善我们的注册体系，加速我们的注册申报进程。”

2023年9月，通化东宝与健友股份（603707.SH）达成合作，共同推进甘精、门冬和赖脯三种胰岛素注射液在美国市场的开发和生产工作，健友股份获得上述产品上市后在美国的独家商业化权益。健友股份子公司Meitheal作为美国本土化注射剂产品医药公司，拥有无菌注射剂的注册、质控、市场营销能力，同时拥有美国本土专业的采购、制药与注射剂销售一体化的成熟团队，能够全面覆盖美国注射剂市场的各类渠道。

2022年12月，通化东宝与科兴制药（688136.SH）签署了《利拉鲁肽海外市场独家许可合作协议》。通化东宝授予科兴制药利拉鲁肽注射液在海外新兴市场共17个国家的独家商业化许可权益，双方将合作开拓利拉鲁肽注射液海外市场。

据统计，此次合作涵盖的国家平均糖尿病患病率达到了13.8%，其中12个国家患病率高于全球整体水平。该17个国家总患病人数约1.29亿，占全球总患病人数24%。目前，通化东宝的利拉鲁肽已在多个国家完成注册申请文件的提交。■

四名高管被采取强制措施 睿昂基因股价创新低

时代周报记者 杜苏敏 发自广州

7月22日晚间，睿昂基因（688217.SH）发布重大事项公告，称实控人、董事长兼总经理、核心技术人员熊慧，实控人、董事兼副总经理熊钧及副总经理薛愉玮因涉嫌非法经营被公安机关采取指定居所监视居住措施；副总经理何俊彦涉嫌非法经营被公安机关采取刑事拘留措施。

7月23日，睿昂基因股价开盘后直接20cm跌停，截至收盘，股价报14.98元/股，创历史新低，总市值为8.37亿元。

当天，康德智库专家、上海阳光卓众律师事务所尹维耀律师在接受时代周报记者采访时表示，非法经营罪是指违反国家规定，非法经营，扰乱市场秩序，情节严重的行为。具体情形包括但不限于以下几种：一是未经许可经营法律、行政法规规定的专营、专卖物品或者其他限制买卖的物品的；二是买卖进出口许可证、进出口原产地证明以及其他法律、行政法规规定的经营许可证或者批准文件的；三是未经国家有关主管部门批准非法经营证券、期货、保险业务的，或者非法从事资金支付结算业务的；其他严重扰乱市场秩序的非法经营行为。

尹维耀进一步介绍称，在量刑标准方面，非法经营罪情节严重的，处五年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处违法所得一倍以上五倍以下罚金；情节特别严重的，处五年以上有期徒刑，并处违法所得一倍以上五

倍以上罚金或者没收财产。

“具体量刑会根据案件的严重程度、涉案金额、社会影响等因素综合考虑。”他表示。

就四名高管涉嫌非法经营具体涉及何种情形，时代周报记者以投资人身份联系睿昂基因证券部，相关工作人员表示不清楚，一切还在调查当中，如果后续有相应进展的话，会进行公告。

此外，四名高管中，熊慧、熊钧、薛愉玮被采取指定居所监视居住措施，何俊彦则被采取刑事拘留措施。

对此，尹维耀告诉时代周报记者，监视居住是刑事强制措施的一种，而刑事拘留则是公安机关、人民检察院对直接受理的案件，在侦查过程中，遇到法定的紧急情况时，对于现行犯或者重大嫌疑分子所采取的临时剥夺其人身自由的强制方法。

具体来看，监视居住适用于因案件特殊情况或者办理案件的需要，采取监视居住措施更为适宜的；羁押期限届满，案件尚未办结，需要采取监视居住措施等情形。而刑事拘留则必须同时具备两个条件，一是拘留的对象是现行犯或者是重大嫌疑分子，二是具有法定的紧急情形之一。

“在本案中，熊慧、熊钧及薛愉玮因涉嫌非法经营被公安机关采取指定居所监视居住措施，而何俊彦则被采取刑事拘留措施。这可能是由于公安机关在侦查过程中，根据案件的具体情况和犯罪嫌疑人的不同情况，采取了不同的强制措施。具体原因需要公安机关根据案件侦查的进展和需

要来决定。”尹维耀表示。

对于公司方面是何时获悉该信息的，上述睿昂基因的工作人员表示：“公司在昨天召开的董事会，我们作为员工也是昨天才知道的。”

前述公告指出，就四位公司高层被查一事，睿昂基因均系从其家属处获得通知，相关事项尚待进一步调查。7月22日，睿昂基因召开第二届董事会会议，同意由公司实际控制人、董事高尚先代行公司法定代表人、董事长、总经理职责。目前，公司日常经营运作正常。

睿昂基因成立于2012年，并于2021年成功登陆科创板。目前，公司主营业务为血液病、实体瘤和传染病等精准医疗分子诊断产品的研发、生产、销售及科研服务，主要产品包括白血病分子检测试剂盒及淋巴瘤重排试剂盒。

时代周报记者查询睿昂基因招股说明书、年报及官网获悉，熊慧出生于1972年，现年52岁，为复旦大学微生物学博士，先后师从著名分子生物学家陈竺院士、著名细胞遗传学家陈赛娟院士和著名微生物学家赵国屏院士。熊慧科研履历颇丰，曾参与或负责多个国家重点科研项目，并成功开发国内首个应用于临床的基于一代测序平台的HBV耐药突变检测试剂盒。

睿昂基因年报显示，熊慧与高尚先为夫妻关系，熊钧系熊慧的弟弟，三人及高尚先之子高泽四人均为睿昂基因董事，四人通过伯慈投资、力漾投资两大持股平台实际控制睿昂基

因。截至2024年一季度，熊慧持有睿昂基因1017.64万股股票，持股比例为18.22%。

此外，睿昂基因还曾在2020—2022年新冠疫情期间承接武汉、上海部分区域的新冠检测业务。其中，2022年由于承接了上海部分区域的新冠检测业务，睿昂基因业绩一度迎来大幅增长。

2022年年报显示，报告期内，公司实现总营收4.24亿元，同比增长45.83%；归母净利润4047万元，同比下降14.49%。其中，常规临床实验室自建项目实现营业收入2.21亿元，较上年增长581.10%。

睿昂基因称，上海市封控期间，公司最高日检测量超过10万管，日覆盖人群100万人，极大地缓解了上海市检测困境及防控压力。

2023年，虽然核心产品及常规检测业务收入有所上升，但是公司整体业绩表现并不理想。

2023年年报显示，报告期内，公司营业收入为2.58亿元，同比下降39.14%；归母净利润为793万元，同比下降80.41%。

2024年一季度，睿昂基因业绩表现也并不理想。报告期内，公司实现营业收入6418.82万元，同比增长12.84%；实现归母净利润53.31万元，同比下降58.70%。

对于业绩大幅下滑的原因，睿昂基因解释称，主要系本期同比去年职工薪酬上升、在建工程转固及信息化建设推进无形资产增加导致折旧摊销费用大幅上升。■

596

亿美元



53.31

亿元



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



18-20 | 以“冠军”之名

董宇辉单飞 孙东旭回归？

时代周报记者 叶曼至 梁争誉
发自广州 深圳

支付逾2亿元的“分手费”，俞敏洪或许不用再挨“丈母娘”们的骂了。

东方甄选7月25日的两条公告，宣布了“知名主播”董宇辉携与辉同行(北京)科技有限公司（以下简称“与辉同行”）“单飞”的消息。

这场酝酿已久的告别看上去很体面。东方甄选董事会主席俞敏洪在其个人微信公众号“老俞闲话”发表公开信回应“分手”，并向董宇辉表示深深的感谢，“董宇辉为东方甄选的发展，做出了重大贡献”。

俞敏洪表达感谢的方式实在且大方，董宇辉从“顶流”打工仔变成老板，他送了第一桶金。俞敏洪称，“宇辉购买公司的钱我安排了，公司是送给宇辉的”，与辉同行的盈利1.4亿元“全部留给了宇辉和与辉同行”。

“分手宣言”发布时，与辉同行直播间正在进行环境电器专场直播。“丈母娘”们涌进直播间，“恭喜董宇辉”，“恭喜与辉同行”，“鼓掌”和“爱心”的表情密集刷屏。

俞敏洪慷慨还董宇辉自由，但他讨好不了所有人。

公告发布后，资本市场迅速给出反馈，东方甄选股吧里批评声四起。7月26日港股开盘，东方甄选股价暴跌，盘中一度下跌近30%，截至收盘，东方甄选报9.48港元/股，下跌23.39%，市值缩水约29亿港元。俞敏洪也在公开信中坦承：“没有办法和大家进行实时沟通和交流，导致了一些股东对我的失望和愤怒。”

去年的“小作文”事件爆发以来，董宇辉的去留成了悬在东方甄选头上的“达摩克利斯之剑”。这一不确定性给东方甄选带来巨大的冲击，“在这半年中，很多股东和我一样，亲身经历和面对了公司发展的巨大不确定性，这一不确定性不仅带来了公司业务和股价的波动，也造成了股东们心情的焦虑。”俞敏洪说。

“分手”巨变，无论是完成角色转变的董宇辉，还是告别当家主播的东方甄选，都需要时间消化。

对于董宇辉而言，从打工仔到企业家的变化，或许不亚于当年从讲台走进直播间，选品、直播、服务、运营、管理，都是新的挑战。正如董宇辉所言：“脱离了港口的庇佑，与辉同行从今天开始，就要独自驶向辽阔海面了。未来不可预知，唯有全力以赴。”

俞敏洪的风暴来得直接且猛烈。股价震荡，在于投资者将董宇辉视为东方甄选的核心资产。俞敏洪也坦承，“如果没有董宇辉引爆东方甄选，就没有东方甄选的迅速发展”。

股价下挫引发股东不满，甚至有人投资者质疑俞敏洪能否胜任董事长。

7月26日下午，东方甄选召开股东交流电话会。俞敏洪表示，其个人形象因为网暴受到巨大损失，“大家如果觉得我当CEO、董事长不合格，我们可以选新的董事长、CEO。我觉得这是一个对于东方甄选来说，包括对与辉同行来说都是大好的局面”。

董宇辉出走后，在“小作文”事件中被免职的原东方甄选CEO孙东旭，是否有回归的契机，答案或许就在不远的将来。据天眼查显示，孙东旭仍担任多家公司董事、执行董事、总经理，包括北京德信东方网络科技有限公司、北京新东方讯程网络科技有限公司、东方甄选（珠海）旅游文化有限公司等。

独立后的与辉同行将在直播带货领域成为东方甄选的强劲对手。达多多数据显示，与辉同行最近一个月的涨粉数是东方甄选掉粉数的5倍。今年以来，在抖音带货榜上，与辉同行持续领先东方甄选。



针对如何应对董宇辉离职对东方甄选带来的影响，以及公司后续是否有新的业务及战略调整计划。7月25日，东方甄选相关人士向时代周报记者表示，以公告为准，暂不作回应。

董宇辉自立门户

一周前，与辉同行团队从新东方总部搬至新的办公区，并在公司新址开启了首场直播，这也被外界视作与辉同行独立于东方甄选的前兆。

俞敏洪也向外界透露，这场“分手”早在4个月前就开始酝酿。俞敏洪在公开信中透露，今年3月左右，他和董宇辉多次见面，一起探讨与辉同行后续的发展方案。

从打工仔摇身成为老板的董宇辉，为与辉同行的发展开出定心丸。他表示，俞敏洪的这一做法让与辉同行有能力在一段时间内维护公司的正常运营，并表达了对其一路以来支持和理解的感谢。

回顾董宇辉在东方甄选777天的“打工”生涯，处处充满了被流量裹挟的戏剧性。

董宇辉成为顶流，始于2022年6月9日。当晚，他凭着“双语带货”以及“兵马俑脸”话题走红全网，“东方甄选”抖音账号增粉量超37万人。此后很长一段时间里，东方甄选和董宇辉相互成就——董宇辉成为明星主播，斩获一批“丈母娘”的热捧；借助董宇辉的流量，东方甄选逐渐跻身头部直播间。

董宇辉从打工仔“翻身”成为老板的转折是“小作文”事件。为了平息一轮接着一轮的舆论风波，俞敏洪将董宇辉升任为东方甄选高级合伙人，并助力其“自立门户”开设新账号“与辉同行”。

自成立后，与辉同行的销售额与圈粉力一直在线。蝉妈妈数据显示，今年6·18期间，与辉同行位居抖音达人带货榜单（5月24日—6月18日）第三。

据灰豚数据，近3个月，与辉同行抖音账号新增粉丝超340万人。截至发稿前，与辉同行抖音账号已有粉丝超2173.6万人，而东方甄选抖音主号的粉丝为2984.5万人。

“董宇辉依赖症”带来的焦虑与困扰，困扰着东方甄选。

俞敏洪在公开信中表示：“我自己也深陷舆论大潮之中，不断被攻击和污名化，宇辉也受到了很多无端的指责和伤害，这种情况一直延续到今天。”

如今，董宇辉自立门户，俞敏洪将助其一臂之力。在公开信中，俞敏洪表示，以后会继续支持与辉同行，包括政府资源和商业机会的对接等，并直言“研发好的信息系统无偿交付与辉同行使用”。

眼下告别东方甄选，董宇辉正式成为老板，不再被束缚的同时，其掌握着与辉同行的最大话语权。但身份的转变背后，挑战重重。

尽管在成立短短半年时间里，与辉同行赚取利润已超1亿元，但其诸多方面仍依托东方甄选体系。

作为直播电商企业，供应链管理是其重要的产品保障。新零售电商行业专家、百联咨询创始人庄帅认为，与辉同行取得高销售额，和东方甄选提供的供应链支撑有很大关系。直播电商是由主播和供应链组成的，当与辉同行独立的消息发出后，暂时没有看到东方甄选在公告中提及对与辉同行提供供应链支持。

“如果不是自建供应链体系，仍继续和东方甄选合作，必然面对一个现实：东方甄选会优先供应自己的矩阵直播间，之后才会是保持合作关系的与辉同行。”庄帅表示，供应链品控高管理，是当前与辉同行需要解决的关键问题。

对于东方甄选未来是否会给董宇辉和与辉同行提供供应链支持相关事宜，时代周报记者采访东方甄选相关人士，截至发稿，未获回复。

在流量红利日渐触顶的大趋势下，与辉同行的带货生意同样不好做。今年6·18，贾乃亮、贾先生等腰部主播纷纷崛起，一度赶超东方甄选、与辉同行等头部直播间。

俞敏洪窄门独行

董宇辉得以自立门户，62岁的俞敏洪却身不由己，不得不“超龄服役”。旧日的一次香山之行，入园门禁提醒老年人不用买票，让他着实悲伤了一会。然而，一线硝烟弥漫，俞敏洪没有伤春悲秋的心情和时间。

“小作文”事件爆发以来的半年里，原东方甄选CEO孙东旭被免，当家主播董宇辉出走，接连失去“左膀右臂”的俞敏洪无路可退。

作为上市公司掌门人，俞敏洪需要对股东负责。而在过去一年多里，董宇辉的一举一动，均给股价带来巨大波动。

东方甄选“小作文”事件爆发后，在2023年12月11—14日期间，东方甄选股价出现大幅震荡，累计跌超25%，公司市值一度从341亿港元跌至266亿港元。

今年以来，东方甄选股价一路下行。截至7月26日收盘，东方甄选市值为97.8亿港元，较2023年1月20日巅峰时的742.1亿港元跌去86.82%。

这也让作为掌舵手的俞敏洪感受到了难处，东方甄选开始“去董宇辉化”。

“去董化”的半年里，东方甄选风波不断。一方面，东方甄选被批“直播间画风变了”，“知识带货变喊麦带货”；另一方面，粉丝量、销售额双双下滑。6·18年中大促，东方甄选未能进入抖音直播带货榜前十，排在第11位。根据飞瓜数据统计，今年上半年，东方甄选抖音掉粉近130万人，而与辉同行涨粉超1650万人。在抖音直播带货月榜上，与辉同行直播间始终排在东方甄选前头。

不过，失去董宇辉这张王牌，俞敏洪手上并非没有筹码。眼下，俞敏洪已经摸索出“窄门之路”——不依赖超头主播，也不是纯带货直播，做ROI最高但实践最难的自营品牌。

爆红之初，东方甄选就有意押注自营品牌。以农产品为主要阵地，自2022年4月首款自营产品榴莲上线以来，东方甄选自营产品品牌从生鲜食品拓展至果汁、咖啡、茶、床上用品等，自营烤肠推出两年全网销量突破2亿根。

2023财年（2022年6月1日—2023年5月31日），东方甄选实现营收45亿元，其中自营产品总营收超过26亿元。俞敏洪不无自豪地表示：“2023财年标志着我们首年成为一家以‘东方甄选’为名的全新公司自有品牌产品及直播电商公司。”

6月19日，东方甄选披露了自营产品业绩增长情况。东方甄选产品发言人董政透露，2024年下半财年（2023年12月—2024年5月），东方甄选自营产品GMV突破36亿元，同比增长108%，环比增长74%。东方甄选自营产品总数超400款，同期在售达到260款，在抖音订单累计突破1亿单，东方甄选也由此成为抖音平台上首个销量突破1亿单的产品品牌。

东方甄选APP已经成为自营产品的核心渠道。目前，东方甄选九成自营新品在APP首发，部分爆款自营产品在APP的GMV，占全网GMV的40%以上。

成长为行业内自营标签最明显的超头，东方甄选付出了不菲代价。

东方甄选2024年中期报告显示，其总营收成本从截至2022年11月30日止六个月的11亿港元增长55.0%至截至2023年11月30日止六个月的17亿元，成本激增主要系业务大幅增长导致自营产品的存货成本及运输成本增加，自营产品及直播电商分部的总营收成本高达16亿元。受累于此，东方甄选的毛利率从47.2%下滑8.1个百分点至39.1%。

随着超头主播时代落幕，相比纯粹的直播带货，自营品牌建设显然是

一条更有想象空间的赛道。经历“各种惊涛骇浪和不确定性之后”，拿到下半场入场券的东方甄选渴望抵达星辰大海。

师徒终有一战？

尽管俞敏洪和董宇辉都在公开信中展望了未来的合作，但这对师徒在商场上恐怕会有一战。

上海财经大学数字经济系教授、数字商务研究中心主任崔丽丽向时代周报记者表示，短期之内，东方甄选品牌价值可能有所下降，以及发生估价、市值等方面的连锁反应。

“头部主播的离开很容易让企业‘闪一下腰’。”电子商务交易技术国家工程实验室研究员赵振营在接受《北京商报》采访时表示，尽管东方甄选在很久之前就开始把鸡蛋放在不同篮子里，但头部主播的离开仍然会让其在短时间内面临流量获取的难题。

在直播电商的江湖里，东方甄选与董宇辉式的分手并不是首例，微念和李子柒就是前车之鉴。

至今，微念仍未孵化出下一个“李子柒”，这家昔日的头部MCN机构亦逐渐掉队。

在商海摸爬滚打30多年的俞敏洪早就预料到这样的风险。在2023亚布力中国企业家论坛上，他曾分享新东方转型成功的思考，“如果篮子不结实，就不要把鸡蛋放在一个篮子里”。

因此，在董宇辉之外，东方甄选还培养了明明、顿顿、YoYo等20多位主播。东方甄选还在抖音开设包括东方甄选美丽生活、东方甄选自营产品等不同直播账号。

“超头”时代加速落幕，直播电商行业何去何从？

庄帅向时代周报记者表示，直播电商行业正处在新的阶段，未来有自营供应链优势的主播（含MCN机构和电商平台如京东采购）和商家自播将逐渐成为主导，导购模式的主播将逐渐成为补充。

在凌雁管理咨询首席师林岳看来，直播电商已经进入后主播时代，消费者渐渐熟悉了带货的节奏和套路，渐渐会有自己的判断和取舍，大主播肯定还是会有较好的流量，“但在销售转化上，优势会变小，细分领域、专业领域的主播也会逐步出现，通才型主播未必能真正和粉丝产生黏性”。

“未来的电商环境，趋向于一种常见的销售形式，店播成为主流，越来越标准化，行业风口效应降低，爆红的机遇越来越少。”崔丽丽表示。

成为老板后的董宇辉，将不可避免地面临与俞敏洪相似的问题和挑战，两个不同时代的顶流网红之间的较量，或许才刚刚开始。■

以“冠军”之名

体育大年开启，超级赛事陆续揭幕。这是一场属于“运动迷”的狂欢，也将是商业品牌的竞技场。时代周报社将推出《以“冠军”之名》系列专题报道，一方面关注体育大年中的大赛经济，另一方面呈现企业为健康中国、追求冠军精神所做的点滴。

国产茶饮战打到了奥运 喜茶、霸王茶姬巴黎开快闪店

时代周报记者 李馨婷 发自广州

四年一届的奥运会正式开幕，快消行业掀起营销狂欢，除传统的乳企、饮料巨头外，近两年发展势头正猛的现制茶饮行业也加入体育营销大军。

7月5日，霸王茶姬公布刘翔为品牌全球健康大使。随后，其又官宣刘翔、汪顺、郑钦文、陈清晨、贾一凡、刘清漪、王瑞苗七位世界级运动员组成“健康大使团”。此外，与茶百道合作的女篮运动员杨力维与杨舒予，以及挪瓦咖啡邀请的田径运动员吴艳妮，都是时下颇具粉丝号召力与讨论度的体坛新星。

借奥运会的全球影响力，霸王茶姬与喜茶还将营销战打到了巴黎本土。7月以来，两家品牌先后在巴黎开设快闪店。其中，喜茶将其快闪店设立在巴黎人口密度最高的11区；霸王茶姬则将店铺落址在巴黎圣拉扎尔火车站。

2018年便已出海东南亚的霸王茶姬，今年5月喊出“让全球的年轻人每天都喝中国茶”的口号，透露其全球化野心；同样在2018年开启出海的喜茶则在2023年3月首次开放日本、新加坡、泰国等海外市场的事业合伙人申请，目前已在海外布局近30家门店。

随着国内现制茶饮市场内卷升级，海外正在成为不少中国茶饮品牌的下一个战场。

快闪店开进巴黎“整活”

尽管出海进程启动较早，但对于与中国地理距离较远，且文化及饮食习惯差异较大的欧洲，国内茶饮品牌的布局一直较为谨慎。此次，喜茶和霸王茶姬也仅是在巴黎设立快闪门店。

为最大程度吸引人气，茶饮品牌们在选址上也非常讲究，喜茶快闪店所在区域坐落了多个巴黎著名景点，



是较多巴黎本地年轻人出没的地区；霸王茶姬快闪店所在的圣拉扎尔火车站则是欧洲第三大繁忙的铁路车站，人流量同样密集。

此外，喜茶还请来英国长跑名将莫·法拉赫探店，并和当地餐饮品牌推出联名款包点，还在开幕前推出“买一送一”促销活动；霸王茶姬则主打“只送不卖”，现场赠饮招牌产品，并推出闻香识茶、投壶、蹴鞠等中式游戏互动。

喜茶快闪店产品定价在5.5～7.5欧元，与当地奶茶消费水平持平。喜茶相关负责人告诉时代周报记者，喜茶快闪店开业首日售出超1000杯，销售金额突破1万欧元。

而据多名在法华人反馈，主打免费的霸王茶姬快闪店持续大排长龙。“开业的前两天人很多，我是开业第三天下午才去排队的。排队的人里有三分之一是法国人，他们反馈都不错，觉得奶茶好喝、周边也好看。”在法国生活了10年的华人Solar（化名）

对时代周报记者说道。

作为马卡龙、舒芙蕾、可露丽等知名甜点的发源地，目前法国本地的奶茶市场也颇为活跃。

Solar告诉时代周报记者，在巴黎，台湾奶茶品牌麦吉machimachi人气火爆；此外，厦门奶茶品牌SEVENBUS、一芳台湾水果茶也颇受欢迎。

“巴黎的咖啡价格通常在2～5欧元，奶茶定价普遍在6～8欧元，价格偏贵，但还是挺受年轻人欢迎。除了本地华人，法国年轻人也爱喝奶茶，而且他们喝的都是全糖。”Solar说道。

但在Solar看来，法国本地大部分茶饮品牌还是偏小众，且为独立运营。“有很多奶茶店是法国人开的，更大的连锁品牌进入法国市场，应该能够帮助当地茶饮市场优胜劣汰，帮助中国茶饮文化更好地传播。”

茶饮掀起新一轮出海潮

头部品牌试水巴黎的背后，国内

茶饮行业正迎来新一轮出海潮。

茶饮行业的上一波出海潮可追溯至2018年。当年，喜茶、奈雪的茶、霸王茶姬与蜜雪冰城都开启了出海进程，但后续进度参差不齐。其中，喜茶、奈雪的茶海外开店速度整体较慢，开店范围也基本局限在亚洲。

喜茶官方资料显示，截至2023年年初，喜茶海外门店数量在10多家，位于新加坡等地。

而2018年在新加坡开出第一家海外门店后，奈雪的茶来到日本布局，不过其在海外开出的3家门店在2023年之前已经悉数关闭。但目前，其又开启了新一轮的布局。

随着国内竞争加剧、市场见顶，2023年以来，各品牌的出海动作也变得更加频繁。“以前出海的品牌只是零星几个，现在有点能力的品牌基本全都在拓展海外市场。”一名头部茶饮品牌公司员工对时代周报记者说道。

2023年起，喜茶通过开放海外事业合伙人的方式加速拓店，并将海外

门店分布范围从亚洲拓展至欧洲、大洋洲和北美。截至目前，喜茶已在海外7个国家布局近30家门店。奈雪的茶则分别在2023年年底与今年7月于泰国与新加坡开出首店。

茶饮出海的阵容也在扩大。“新茶饮第二股”茶百道和安徽茶饮品牌甜啦啦，选择在今年正式出海。截至6月13日，茶百道海外门店数量达到8家，分别位于韩国、泰国与澳大利亚。甜啦啦则瞄准印尼，喊出开店300家的口号。

国内咖啡品牌同样瞄向海外。2023年3月，瑞幸咖啡成为首个走出国门的连锁咖啡品牌，将新加坡作为海外首站。同年8月，库迪在韩国开出海外首店。截至2023年12月31日，瑞幸咖啡的新加坡门店已达30家；库迪则已经在包括印尼、日本、加拿大在内的28个国家开店。

为更好融入海外市场，茶饮品牌们在产品、运营上也更加贴近本地。

例如，茶百道在韩国市场的菜单上有3～5款产品是韩国本土独有的产品，在产品命名上也针对韩国市场进行了相应调整。在新加坡市场，霸王茶姬则任命知名外卖平台Foodpanda新加坡市场的前CEO出任地区高管。

而在马来西亚，随着当地汽车保有量不断增长、“车进车出”成为当地流行的餐饮消费场景，今年3月，霸王茶姬在当地开设了品牌首家“Drive-Thru”门店。

不过，随着茶饮品牌在海外拓店加速，为降低风险与成本，开放加盟或将不可避免，尤其目前国内大部分头部茶饮品牌均以加盟模式为主。而在海外，加盟模式和合作伙伴的选择也将影响品牌的拓展。据界面新闻报道，今年年初，霸王茶姬在新加坡的加盟商就带着门店“另立门户”。

此外，随着规模扩大，供应链和标准化的建设也是茶饮品牌在海外市场能否长期经营下去的重要基础。■

鏖战奥运经济 阿里的AI电商从海外开始

时代周报记者 杨玲玲 发自广州

巴黎奥运会已开幕，阿里巴巴（BABA.N，09988.HK）作为顶级赞助商之一，也是15家顶级赞助商中的中国企业之一。

时间回溯到2017年，阿里与国际奥委会签约12年，成为奥运会全球云基础设施、云服务、票务以及电商服务平台四个类别的独家TOP赞助商。

其中，电商是阿里的主战场。在业内人士看来，借力奥运赛事为自家电商平台带来流量和生意，扩张业务版图，或许才是阿里牵手国际奥委会的主要目的。

2020年，时任阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官张勇在致股东信中提到，“希望到2036年能够服务全球20亿消费者”，随着国内用户规模迈过10亿大关，阿里的用户增长主战场切换到国际业务。

7月以来，作为阿里与国际奥委会TOP顶级合作伙伴计划的一部分，阿里国际站在奥运前夕全面加码海外投入，广告铺满巴黎的大街小巷、地铁和机场，同时签下曾4夺NBA总冠军的法国篮球传奇托尼·帕克作为代言人，向全球推广阿里国际站上的中国商家。

“体育大赛对我们这种专注于运动服饰的企业，可以说是泼天的富贵。”近日，把生意主阵地放在阿里国际站的广州希利服饰有限公司创始人

林志烈告诉时代周报记者，他的店铺到店人数较日常提升了30%～50%。

在这背后，财报显示，阿里国际数字商业集团（AIDC）2024年一季度收入为274亿元，同比增长45%，海外业务连续7个季度双位数增长，成为阿里增速最快的业务之一。

另外，阿里创始人马云畅想的“AI电商”也率先在海外落地应用。据阿里国际数字商业副总裁张凯夫介绍，目前阿里国际已在40多个场景中应用AI能力，有大约50万中小商家不同程度地使用这些功能，1亿款商品得到优化。

在国内电商陷入增长瓶颈之后，国际业务是否已经成为阿里新的增长引擎？赛事经济能否帮阿里打开巨量海外市场，AI电商对业务的贡献又有多大？

海外电商增长强劲

“在巴黎奥运会的带动下，不到半年时间，欧洲市场的营业额就已经超过去年全年，累计有2000多万元。”近日，泉州振跃工艺品负责人余重阳告诉时代周报记者。

余重阳接到的第一笔奥运订单要从去年底算起，当时客户通过阿里国际站联系上他，要求生产2024年奥运会礼品订单，共计10多万件，还要求在今年3月份之后完工并陆续交货。

“前期我们已经交付几批订单，保质保量完成了订单任务，近期，新返单的钥匙扣等产品，要求在7月中

旬交付。”余重阳说道。

同时，奥运会的官方赞助商也通过阿里国际站找到他们，前后定制了2万多件联名的水晶球摆件，目前已交付完成。“赛事经济对工艺礼品带来的拉动作用是非常明显的。”余重阳表示，今年，赛事订单占该公司全部订单的30%～40%。

奥运期间，阿里国际站的半托管、AI外贸等服务在海外快速铺开，借助奥运热点，进一步助推商家的生意增长。这也是阿里加快海外布局的一个缩影。作为阿里当前增速最快的业务之一，阿里国际数字商业集团年度活跃消费者破3亿，囊括AliExpress、Lazada、Trendyol及Daraz在内的国际零售业务，以及国际站的批发业务。

财报显示，截至2024年3月31日止的季度，阿里国际数字商业集团收入为274亿元，同比增长45%，连续7个季度双位数增长；经调整EBITA为亏损41亿元，去年同一季度为亏损22亿元。

“我们在一些新兴市场还是有比较激进的投入，尤其是在中东，像Trendyol刚开始在海湾地区拓展业务，会有比较大规模的投入。”阿里国际数字商业集团CEO蒋凡在财报电话会上表示，除此之外，AE Choice的商业模式占比在爬升，这个商业模式在切换过程中，其盈利能力还需要时间。

而放眼整个行业，近年中国企业以星火燎原之势开拓全球电商版图。

举例来看，TikTok凭借流量优势强势入局，SHEIN暗自蓄力成长为千亿独角兽，Temu进军美国市场不到两年用户增长300%。阿里要面对的外部压力不小。

AI工具贡献几何？

“AI电商时代刚刚开始，对谁都是机会，也是挑战。”去年11月，阿里创始人马云做出这一判断。此前数月，阿里巴巴集团CEO吴泳铭发布全员信，确立两大战略重心：用户为先、AI驱动。

更早之前的2023年4月，阿里国际已经成立AI Business团队，由阿里国际数字商业副总裁张凯夫带队，主要负责AI在阿里国际的落地和应用，目前团队人数已达百人以上。

在蒋凡掌控大淘宝期间，张凯夫就是其麾下“大淘宝四大金刚”之一，曾长期负责淘宝商家与行业线，是阿里中典型的懂技术、懂商业，有过一线实战经验的高管。由张凯夫带队阿里国际AI项目，可以看出阿里国际决策层对迅速AI化的重视程度。

从阿里国际披露的进度来看，AI电商步伐走得相对较快：截至目前，阿里国际已在40多个场景中应用AI能力，有大约50万中小商家不同程度地使用这些功能，1亿款商品得到优化。

“AI可以帮你发品，可以帮你接单，甚至是客户第二天起来的时候单已经到手了，AI自动回复跟进。”近日，阿里巴巴国际站南粤大区总经理

邱宗冰在接受时代周报记者采访时说道。

比如，AI客服机器人不仅可以“倒时差”适应7×24小时及时响应，还能依据商品详情页的信息，突破语言难题，精准回答大部分关于商品本身的咨询。

据悉，目前阿里国际在AI布局和分工上的情况是：在GPU等算力底座上，采用以阿里云为主的云计算平台；在多模态大模型和基础AI能力方面，阿里国际的AI Business团队提供Ovis、Marco Polo、翻译、虚拟试衣等工具；而AE、Lazada等子公司，可以根据具体场景，直接调用这些工具，或选用这些工具做二次定制。

AI建设需要大量资金投入，即便是阿里这样的巨头，也需要在效益和成本之间寻找平衡。据张凯夫透露，整个阿里国际AI Business团队，在每个AI工具研发过程中，都会去具体测算工具给业务带来的具体价值。“一个目标是通过AI给整个业务带来多少降本增效，钱的价值，我们真的会去算给转化带来多少增长，这个转化又能带来多少GMV。”

目前，在整个阿里国际的商家后台，AI工具对内部客户都是免费的。之后，阿里国际是否会将这些AI工具进行商业化运营？此前，有媒体报道，阿里国际团队已经对于AI工具向外部客户付费开放有所考量。时代周报记者就相关问题联系阿里国际方面，截至发稿未获具体答复。■

以“冠军”之名

花40元进电影院看奥运 多地百人影厅已经满场

时代财经 张雪梅

“和100多个人在电影院看奥运开幕式是什么体验？”

北京时间7月27日凌晨1点半，2024巴黎奥运会开幕式如期举办，除了电视机、PC和移动终端，不少人选择了在电影院观看。

有走进电影院观看开幕式的观众告诉时代财经，到达电影院之后，每名观众可以免费领取一面小国旗，“凌晨2点左右，中国代表团船只出场的时候，一片中国红，大家都在欢呼、摇动小国旗，气氛很热烈”。

一名珠海的观众则表示，自己所在的场次人不多，比较安静，“可能在影院看奥运还是一个比较新的概念，且时长过长，但大屏幕的观感和声效和在家看完全不一样，如果后续比赛和工作时间不冲突，还会继续去影院观看比赛”。

时代财经注意到，开幕式前几日，猫眼APP首页就上线了奥运会影院直播活动（开幕式）专区，北上广深等多个城市观众可以预约。截至7月26日晚上12时，开幕式预约人数超过2.9万。

其中，广州有3家影院可以观看开幕式，买票人数达到一定数量即可放映。在开幕式前，所有影厅均已达开场人数，票价从40～90元不等。

6月19日，中央广播电视总台巴黎奥运会版权合作签约仪式在京举行。今年，总台首次授权影院直播，



广州有3家影院可以观看开幕式，买票人数达到一定数量即可放映。在开幕式前，所有影厅均已达开场人数，票价从40～90元不等。

中国电影（600977.SH）与其签署“中央广播电视总台版权战略合作协议”，双方达成奥运会电视节目影院直播的独家合作。

一直以来，中国的奥运独家全媒体版权和分销权，均归属中央广播电视总台所有。

1984年，央视通过与第三方签订协议，获得了洛杉矶奥运会的转播权，这也是中国电视媒体首次转播奥运会。2009年，央视与国际奥委会签署了2010年冬奥会和2012年夏季奥运会的报道合作协议，这是其首次以

转播商身份独立与国际奥委会签署该协议。

2016年，广电总局颁布《关于改进体育比赛广播电视报道和转播工作的通知》，明确了央视享有我国境内奥运会、亚运会和世界杯的独家购买权。

今年，央视作为巴黎奥运会全媒体持权转播机构，与咪咕、抖音、快手、腾讯四家平台达成了版权方面的合作，平台数量与合同金额均超过历届奥运会。

而在线下，总台授权中国电影在影院转播奥运会，也是奥运会首次登陆国内影院大银幕。

据中影发行官方公众号，2024年巴黎奥运会开幕式的影院直播覆盖了北京、上海、广州、深圳、南京等多个城市的数百家影城。除了开幕式外，在7月27日—8月12日期间，中国电影旗下数百家影院将直播多场奥运赛事，观众通过猫眼、淘票票、中影电影通等平台售票。

目前，中国电影已经根据赛程上线了多场比赛的预售场次，包括乒乓球、篮球、羽毛球、跳水排球等赛事，反响热烈。其中，北京时间7月30日晚上7时30分开场的国乒混双决赛颇受欢迎，在北京、杭州等多地的百人影厅已经满场。其他未满座的场次，也多已达开场人数。

一名体育赛事版权相关从业人员对时代财经表示，影院直播奥运会在技术上非常简单，总台授权影院进行奥运直播也不存在额外费用。早在

2014年，中央广播电视总台就成为国际奥运会2018—2024年的持权转播商。因此与影院合作的难点更多在于国家层面怎么进行授权和许可的程序问题。

在他看来，双方本次合作的形式可能是总台与影院分成的模式，此前国内没有影院直播奥运的先例下，买断版权的合作方式负担较重。

今年以来，电影市场整体恢复不如预期，除春节档依旧火爆外，“五一”档、端午档接连平淡收场。从上半年业绩预告来看，多家上市影企的盈利水平较去年同期也有所下滑。

2024年一季度，中国电影实现营业收入10.26亿元，同比下滑近29%，归母净利润9690.7万元，同比跌近47%。

截至报告期末，中国电影旗下共有营业控股影院128家，银幕964块；公司旗下控股影院线和控股影院合计覆盖全国23168块银幕和291.21万席位。

为此，影院也正在通过多元化经营提升收入，除了加强爆米花、饮品、按摩椅、娃娃机等传统的“非票房”收入；通过直播体育比赛等吸引客流，也不失为影院增加收入的途径之一。

目前，暑期档渐入佳境，时代财经注意到，今年暑期，中国电影参与出品的重量级影片《白蛇：浮生》《解密》《逆行人生》等均在奥运期间上映，直播奥运会无疑为其带来更多的客流。■

蒙牛、伊利们“激战”巴黎奥运 乳企如何算营销账？

时代财经 张雪梅

2024年巴黎奥运会已开幕，赛场外，品牌体育营销的战事再度打响。

据央视消息，此次总台转播报道规模创下历史之最，中央广播电视总台的巴黎奥运会营销收入已刷新历届奥运会纪录。截至7月下旬，已有海内外近50家企业与总台签订巴黎奥运会广告合约。

体育盛事一直是全球企业的营销场，在这场四年一届的盛事面前，中国乳企也在摩拳擦掌。

2024年巴黎奥运会上，蒙牛将首次作为奥林匹克全球TOP合作伙伴出现；伊利则成为2024年奥运会中国体育代表团官方乳制品合作伙伴；君乐宝官宣成为中国十大国家队官方合作伙伴，光明乳业、三元食品也分别与中国女排、中国国家举重队达成合作。

独立乳业分析师宋亮对时代财经表示，持续在国际赛事上亮相、赞助奥运会可以为品牌拓展国际市场打下基础，尤其是拓展新兴市场时，国际品牌的形象加成很大。

抓住销售旺季，乳企“激战”奥运

国内两大乳业巨头蒙牛、伊利是奥运营销的熟面孔。

早在2005年，伊利就与北京奥组委签约，成为国内首家为奥运会提供服务的乳制品企业。随后，乳企的营销之战从伦敦、里约、东京，一直打到巴黎。

蒙牛的出手尤为阔绰。2019年6月，蒙牛、可口可乐斥巨资与国际奥委会达成合作，签署了奥林匹克历史上首个“联合全球合作伙伴协议”，蒙牛由此成为奥运TOP级赞助商，权益持续至2032年，覆盖3个奥运周期多项奥运赛事。2024年巴黎奥运会中，蒙牛首次作为TOP级赞助商出现。

时代财经获悉，TOP级别赞助商可以获得全球范围内使用奥林匹克知识产权、全球范围的广告投放优先权、参加圣火传递等预热活动的优



先资格、在奥运村和比赛场馆进行展销等权利。而每一个行业只能存在一家TOP奥运赞助商，在巴黎奥运会的15家TOP级赞助商中，蒙牛和阿里巴巴是仅有的两家中国企业。

早在巴黎奥运开幕前数个月，蒙牛与伊利就开始借助奥运启动各项营销动作。5月8日，巴黎奥运会火种在马赛登陆，谷爱凌、汤唯、王一博等6位蒙牛旗下产品代言人均担任火炬手，凭借明星效应，此举在社交平台得到较大曝光。5月19日，蒙牛新任总裁高飞与国际奥委会主席托马斯·巴赫在奥预赛现场会面。

伊利则签约多位奥运冠军为代言人，在线上造势，并在上海外滩落地奥运快闪店。其同时也将广告铺到了巴黎，不少网友就在社交平台上晒出街头偶遇的伊利奥运巴士。

进入7月，营销之战的硝烟更浓。因与主持人陈鲁豫形象相似，巴黎奥运会Logo讨论度居高不下。7月17日，伊利官宣陈鲁豫为伊利巴黎观赛大使，登上微博热搜。为了带动消费，伊利推出买单活动，运动员每夺得一枚奖牌，伊利就拿出100个牛奶免单福利。而蒙牛则表示，中国每夺得一枚奖牌，蒙牛送出1000箱牛奶。

在产品上，伊利、蒙牛也在借体育营销，带动新品销售。其中，蒙牛推出奥运主题限定包装牛奶，以及冰箱贴等限定周边，引发不少消费者在社交平台上晒单。伊利则发布了一系列巴黎定制装新品，包括首款A2β酪蛋白瓶装纯牛奶等。

宋亮对时代财经表示，从短期来看，企业投资奥运，能够将乳品、冰品、酸奶等与奥运结合进行推广，夏季本来就是销售旺季，对销售的拉动作用会更加明显。

用流量换销量，借奥运出海

作为企业营销的重大节点，大型体育赛事的营销周期一般较长。从赞助到后期宣传，带动话题持续发酵，需要持续和巨大的曝光量，这也意味着巨额的营销投入。

2018年，蒙牛赞助俄罗斯世界杯，成为世界杯历史上首个乳企赞助商。当年，蒙牛的销售及经销费用上升26.7%至188.33亿元，广告及宣传费用上升37.8%至70.06亿元。

2019年，蒙牛、可口可乐与奥委会签署官方赞助协议时，也有媒体报道透露，双方签约金额高达30亿美元。蒙牛财报则显示，公司2019年的经营

费用（销售及经销费用、广告及宣传费用等）较上年同期增加61.25亿元。

而在东京奥运会举办的2021年，蒙牛和伊利同样在营销上发力。这一年，伊利的广告营销费为126.10亿元，比上一年增长14.65%；蒙牛的产品和品牌宣传及营销费用达72.08亿元，比上一年增长6.0%。

企业愿意大手笔投入，也与奥运会蕴藏的巨大商机有关。2022年北京冬奥会和冬残奥会期间，作为唯一官方乳制品合作伙伴的伊利就实现了业绩的增长。彼时，其借助电视端、字节系、腾讯系、微博，以及线下候车亭、公交车身、户外Led等场景以及全国400万个终端卖场进行营销。

根据伊利发布的2022年1—2月经营公告显示，期内，公司实现营业收入215亿元左右，同比增长15%以上；利润总额33亿元左右，同比增幅超过20%以上。第三方调研数据也显示，消费者在此期间对伊利产品的购买意愿创历史新高。

同时，国际赛事是推进品牌国际化的良机之一。中国广告主协会副会长许正林教授对时代财经表示，世界品牌500强评价标准中有一条重要指标，就是国际市场的营收要超过30%，所以对中国大部分企业来说，品牌出海势在必行。

往前追溯，不少品牌曾凭借奥运会一举打开知名度。1928年，第九届夏季奥运会在荷兰阿姆斯特丹举办，可口可乐首次赞助奥运会，这也是奥运会历史上首次商业赞助。彼时，上千箱可口可乐跟着美国运动员的轮船来到阿姆斯特丹，出现在奥运赛场附近的红色售货亭中。借由此次亮相，可口可乐成功在欧洲打响知名度。

目前，国内乳企均处于向海外扩张的阶段。宋亮也表示，长远来看，长期赞助奥运会的企业，国际知名度会持续扩大，这既可以提升国际形象，也有利于在国际社会上获得更强的信用背书，为其在海外投资并购打下基础。■

以“冠军”之名

巴黎奥运会堪比时装周 奢侈品牌抢滩运动赛道

时代财经 周嘉宝

巴黎，是时尚之都。在今年的奥运会上，奢侈品牌的参与度空前，一场别开生面的运动时尚大秀在这座城市拉开序幕。

这包括，全球最大奢侈品集团LVMH以1.6亿美元（约合人民币12亿元）成为巴黎奥运会投资最大的本地赞助商。

该集团旗下品牌也将在这场体育盛事中大展拳脚。例如，皇室珠宝品牌Chaumet包揽了本届奥运会奖牌设计，是首家为奥运会设计奖牌的珠宝商；奖牌托盘和装火炬的行李影箱则是 Louis Vuitton的手笔；法国运动员们则会身着百年皮具品牌Berluti的礼服现身赛场。

全球奢侈品消费承压的当下，顶尖时尚资本积极投身体育赛事，是品牌们主动转移营销战场的结果。

要客研究院院长周婷对时代财经表示：“在奢侈品行业，广告投放让位于内容营销已是必然趋势，而内容营销则需要与这类热点赛事事件强联系。”

贝恩咨询则在最新的报告中指出，借助这些推广机会，奢侈品牌的目的不仅包括触达更多新兴人群，还包括创新与现有客户的互动方式。

奥运会堪比时装周

奢侈品牌与体育界的联动，正处于前所未有的蜜月期。

除了大手笔赞助巴黎奥运会的LVMH集团，顶奢品牌Hermès也为法国马术队提供了全套装备，该品牌长期合作的插画师Ugo Gattoni为巴黎奥运会设计了手绘官方海报；Chanel旗下高级手工坊Lesage则为法国运动员赛场贡献手工刺绣；Emporio Armani也成为意大利国家队制服的赞助商。

拿到官方赞助身份并不是奢侈品牌奥运营销的唯一途径。近日，开云集团旗下品牌巴黎世家就推出“Souvenir Shop”巴黎城市纪念品系列作品，把埃菲尔铁塔、凯旋门印在了新系列的多款包袋上。

凯度研究显示，体育赛事是品牌增长的绝佳机会，因为它们具有统一的情感氛围和巨大的影响力。

但是，巴黎奥运会也只是奢侈品牌转移营销战场的一个缩影。把时间线拉长，奢侈品牌押宝体育营销已成为趋势。

以Louis Vuitton品牌为例，在奥运会以前，该品牌早已为世界杯、美洲帆船赛等知名赛事打造冠军奖杯箱。



而同集团的珠宝品牌Tiffany & Co.打造的奖杯时常在赛马、赛车、橄榄球、网球、高尔夫等赛事中出现。

同时，与奢侈品牌建立合作的运动员也越来越多。

据时代财经不完全统计，2021年以来，Louis Vuitton品牌官宣的大使或代言人就包括网球运动员大阪直美、单板滑雪奥运冠军苏翊鸣、自由式滑雪冠军谷爱凌、法国击剑运动员Enzo Lefort、NBA球星Victor Wembanyama、男网世界第一Carlos Alcaraz等。

在2022年世界杯期间，C罗和梅西共同出镜的Louis Vuitton品牌广告大获成功。海报中，他们以Louis Vuitton经典格纹皮箱为棋盘进行国际象棋对弈，这一幕迅速出圈，为品牌获得巨大的曝光度。

事实上，奢侈品牌越来越依赖体育营销。贝恩公司近期发布的多项报告中提及，与体育跨界合作，已经成为奢侈品牌惯用的品牌推广方式之一。

另据《Jing Daily》的报道，一家体育、奢侈品和时尚的数字营销机构创始人Joe Hale就在采访时表示：“奢侈品正在加大对运动领域的投入。运动员现在不仅仅是运动员，他们还是名人、网红、创始人或者首席执行官；俱乐部也不仅仅是俱乐部，更是品牌化的一股强劲力量。”

Dior在2021年首次与体育俱乐部的合作，签下了巴黎圣日耳曼球队为期两年的赞助合约，为该球队提供正装和休闲装。同年，意大利奢侈品牌Loro Piana则成为尤文图斯足球俱乐部2021/2022赛季的合作伙伴。

两年后，Prada品牌官宣与中国国家女子足球队合作，这一消息在中国社交媒体引发热议，相关话题当日在单平台的曝光量就高达1.4亿。

不过，对于以强调稀有性、品牌价值的奢侈品来说，高商业价值的运动员、知名赛事与俱乐部资源始终有限。频繁跨界体育的奢侈品牌们，已打响营销资源争夺战。

近日，有媒体报道，LVMH集团或取代劳力士成为F1赛事新赛季的全球官方合作伙伴。该报道称，这或因为LVMH集团提出的赞助金额是劳力士的3倍，约1.5亿美元。

而早在2021年，Gucci母公司开云集团对体育营销的布局开始向上游延伸。该集团董事长兼CEO Francois-Henri Pinault花费70亿美元，收购了好莱坞演艺经纪与体育经纪巨头CAA的大部分股权。据媒体报道，后者旗下合作了2900多名运动员，管理着高达近178亿美元的球员合同和商业赞助。

争抢精英运动群体和千禧一代

LVMH集团CEO贝尔纳·阿尔诺认为：“奢侈品是非凡之人的日程，是平凡之人的非凡。”

在过去，奢侈品牌跨界体育，多集中于帆船、马术等小众而传统的贵族运动。如今，奢侈品品牌价值渗透到广泛且有消费潜力的人群。以网球为主的泛精英运动，成为它们的新锚点。

在2021年年初，网坛大满贯获得者大阪直美就成为了Louis Vuitton全球品牌大使。2022年，Prada集团旗下Miu Miu推出的网球百褶迷你裙

引领时尚风潮。

2023年7月，Gucci为代言人意大利新生网球明星Jannik Sinner定制的老花球拍包，出现在有严格着装规则的温布尔登网球公开赛中，这是奢侈品牌包袋首次出现在大满贯赛事，引起媒体热议。

到了今年，奢侈品牌的网球运动叙事进一步升级。

Gucci推出的网球系列，与20世纪70年代品牌档案设计进行了强链接。而Louis Vuitton则再次找来两大网坛球王Roger Federer和Rafael Nadal共同出镜，背着品牌背包，登上意大利多洛米蒂山脉的最高峰。

品牌价值是一种基于感受与认同之上的文化输出，而任何运动项目和体育竞技的发展历程，本身就伴随着浓厚的社会文化特质，包括绝对公平的竞技精神、圈层认同等。

周婷也认为，讲故事是奢侈品牌最重要的品牌方法论之一，“运动是一种无国界、超越种族和文化的表达，这些特征更容易让品牌构建全世界都接受的新故事，提高品牌传播效率，最大化获得客户共鸣”。

在消费环境下行的背景下，巩固核心消费人群，奢侈与时尚品牌更需要文化叙事建设。因为他们从来不会为奢侈品“无脑买单”，而更关注品牌精神价值。

网球等精英运动不仅是身份与个性的体现，用户群体与奢侈品牌消费人群也高度重合，这也是奢侈品牌挑选新赛道的重要标准。

以中国市场为例。腾讯广告在2019年发布的《中国精英体育赛事商

业价值观察》就指出，网球等精英体育运动的用户，均呈现出学历较高、收入水平中等偏上、居住在二线及更发达城市等特征。

根据上述机构调研，精英体育赛事参与用户学历在本科及以上的占比超66.3%。而58.5%的用户月收入超过1万元。同时，奢侈品牌服装与鞋靴，名品珠宝等都成为这些人群日常消费的重要构成。

奢侈品牌近年来大力加码的滑雪运动，也呈现出与网球等精英运动相似的圈层特征。

根据艺恩数据《2021年滑雪圈层研究》，滑雪爱好者消费实力雄厚，单月收入过万元占比高达82.1%，月入两万元以上的占比超43.1%，核心玩家热衷于重金购入整套装备。

与之对应的，Louis Vuitton、Prada、Chanel、Fendi、Dior的品牌精品店开进了全球各大知名雪场。去年，Dior与户外品牌Descente联名，虽然价格高达4万元，但发售当日便迅速售罄。

除了与核心消费群体建立直接联系，奢侈品牌加码体育跨界的同时，也在加强与年轻群体的对话。“运动风潮更容易推进品牌向年轻化转变。”周婷说。

据贝恩咨询机构研究，预计到2030年，Z世代占全球奢侈品市场消费的比例将达到25%~30%，千禧一代则占到50%~55%。为了在日益复杂的市场格局中制胜，品牌必须努力满足不同消费群体的需求。

《中国精英体育赛事商业价值观察》报告还指出，关注网球、棒球、橄榄球等精英体育赛事的人群与移动互联网用户年龄分布特点相似，24~35岁年轻群体总数近半。

作为奢侈品牌们扎堆的巴黎奥运会上，滑板、霹雳舞、攀岩、冲浪等年轻群体更喜爱的新兴项目成为赛程中的重要看点，这也被业界看做是奢侈品牌加强与千禧一代关联的重要标志之一。

不过，奢侈品牌在全球市场的销售正面临严峻挑战。开云集团和LVMH集团等奢侈品公司在今年第一季度都迎来增长放缓。

加码运动领域是否能推动奢侈品牌业绩增长？

一名长期跟踪体育行业动态的人士表示，其并不看好体育营销对奢侈品牌业绩的作用。

周婷亦指出：“运动赛道已经走过教育市场初期阶段，也成为奢侈品牌下一步发力的重点。但是，赛道已经过了最好的掘金阶段，竞争压力增加，机会有限，陷阱无处不在。”■



“时代生活系”
Times Media
Lifestyle Campaign

从一本杂志，
看更远的世界

WINE 葡萄酒
TASTE WINE TASTE LIFE

智能手机市场连续三个季度增长 六成预披露企业已预喜

时代周报记者 郭美婷 发自广州

近期，消费电子概念股表现活跃。Wind数据显示，截至7月16日，在SW消费电子板块，共有27家消费电子企业发布了半年度业绩预告，其中12家企业预增、续盈或略增，4家企业实现扭亏，11家企业出现亏损、预减或略减，六成预喜。

时代周报记者统计发现，27家企业中有20家企业预告净利润增长。飞荣达（300602.SZ）、长盈精密（300115.SZ）、春秋电子（603890.SH）、歌尔股份（002241.SZ）、朗特智能（300916.SZ）、胜利精密（002426.SZ）、硕贝德（300322.SZ）的净利增长均超过100%。

市场回升是相关企业业绩预喜的关键因素之一，尤其是手机产业链相关企业。据Canalys发布的数据，2024年第二季度，全球智能手机市场连续三个季度增长。

国泰君安研报指出，预计三季度消费电子旺季有望全方位拉动需求上行，包括手机、PC、通用服务器等。

华福证券进一步指出，消费电子正处在短期企稳回暖、行业创新周期来临和巨头新品催化不断的三重拐点。短期消费电子终端需求回暖。中长期AI赋能智能终端有驱动手机、PC换机加速。同时，AI负载需要芯片底层架构、内存和整机设计方案改变，带动单机ASP提升，同时新硬件形态的探索加快。消费电子创新节奏

提速有望带来行业进入景气周期。

六成预披露企业预喜

在27家企业中，立讯精密预估归母净利润值最大，达52亿元到54亿元，同比增长20%～25%。

立讯精密表示，报告期内，消费电子产品正逐步向更个性化、智能化的发展趋势演进，而数据中心光连接、电连接、散热、电源等各类硬件需求亦迅猛攀升。公司在夯实消费电子业务基本盘的前提下，动态调度内外部资源以支持通信、数据中心业务和汽车业务成长，从而实现了在不同市场的拓展以及产品份额的提升。

在已发布业绩预告的电子消费企业中，飞荣达净利润涨幅最高，公司预计2024年上半年归母净利润为5400万～6400万元，较去年同期增长1243.65%～1492.48%，营业收入约21.7亿元，较去年同期增长约22.05%。

据了解，飞荣达主营电磁屏蔽材料及器件、热管理材料及器件、基站天线及相关器件、防护功能器件、轻量化材料及器件、功能组件等的研发、设计、生产与销售，并能够为客户提供相关领域的整体解决方案。

飞荣达在2023年年报中提到，客户资源优势是其核心竞争力之一。飞荣达的终端类客户包括华为、微软、联想、三星、荣耀、小米、HP、Dell等；通信类客户包括华为、中兴、诺基亚、爱立信等；数据中心、服务器客户包括华为、中兴、微软、思科、浪潮、

Meta、Google等；新能源汽车类客户包括比亚迪、广汽、北汽、吉利、宁德时代等；光伏及储能等新能源领域类客户包含华为、阳光电源等。其他客户还包括格力、松下、大疆等。

而长盈精密、春秋电子、胜利精密、硕贝德4家均为扭亏为盈。其中“果链”企业长盈精密聚焦消费电子精密零部件及新能源产品零部件两大业务，预估归母净利润为3.7亿～4.5亿元；春秋电子从事消费电子产品结构件模组及相关精密模具从设计、模具制造到结构件模组生产服务，归母净利润为2400万～3600万元；胜利精密主营消费电子产品和汽车零部件业务，归母净利润为1500万～2200万元；硕贝德主营天线及天线模组、指纹识别模组、散热器件模组、新能源部品及线束等产品，归母净利润为350万～500万元。

不过并不是所有的企业都挣得盆满钵满，比如得润电子（002055.SZ）出现首亏，且是27家企业中净利降幅最大的。

得润电子主营电子连接器和精密组件的研发、制造和销售，产品应用于家用电器、计算机及外围设备、通信、智能手机、LED 照明、智能汽车、新能源汽车等领域。业绩预告表示，亏损主因系子公司Meta System S.p.A.营业收入有所下降，以及2023年上半年处置子公司柳州市双飞汽车电器配件制造有限公司股权导致其出表影响。

另外，科森科技（603626.SH）、

捷荣技术（002855.SZ）净利润降幅都超过了100%，两者亏损则受前期业务未达预期，新业务尚处于开发或爬坡期等因素影响。

市场回暖叠加“上车”机遇

消费电子市场持续复苏向好，是多家半年度业绩预喜企业在预告中写到的业绩变动原因。

例如，长盈精密在预告中表示，扭亏为盈得益于消费类电子及新能源市场持续复苏向好，国际及国内大客户均有重要新项目量产交付，报告期营业收入同比增长约30%，创上半年历史新高。

飞荣达表示，公司消费类电子业务由于主要客户业务回暖、出货量持续提升，以及公司手机及笔记本电脑等终端产品的市场份额提升，订单量增加，促使该领域营业收入同比有较大增长，毛利率提升，盈利能力增强。

消费电子市场的回升迹象，从近日相关机构的调查数据中亦可佐证。据Canalys发布数据，2024年第二季度，全球智能手机市场连续三个季度增长，出货量同比增长12%，达2.88亿台。

Counterpoint Research数据同样显示，2024年第二季度，全球智能手机销量继续从过去十年来最低的一年中恢复。该季度智能手机销量同比增长6%，这是自2021年第二季度以来最高的同比增长率。几乎所有地区都实现了同比增长。

可见一斑的是，手机产业链的飞

荣达、长盈精密和歌尔股份半年度业绩预告中净利均翻了一倍，且涨幅在27家企业中排名前五。

近日，摩根士丹利分析师Woodring预测，苹果未来两年iPhone出货量将接近5亿部，高于2021—2022年的创纪录周期高位，他同时将苹果目标价调高至273美元。

7月16日，“果链”企业股价再次狂飙，其中长盈精密涨8.30%、歌尔股份涨6.32%、立讯精密涨5.32%、飞荣达涨2.83%。

不过，“果链”企业中也有意外。领益智造虽涨了7.3%，半年度业绩略减，归母净利润为6.8亿～7.8亿元，同比下降45.52%～37.51%，公司表示新业务收入规模大幅度提升，但盈利能力与原有业务相比仍有一定的差距，以及受行业竞争加剧等多种因素影响，公司综合毛利率有所降低。

此外，在新能源汽车风口下，多家消费电子企业正争相切入车载赛道。新能源汽车已经成为不少企业打造的第二增长曲线。

胜利精密提到，半年度扣除非经常性损益后的净利润同比有较大幅度的减亏，主要系公司汽车零部件业务大幅增长使公司整体盈利能力有较大幅度的提高。

春秋电子表示，公司将进一步加码新能源汽车业务端的布局，稳步推进新能源汽车镁合金应用的订单落地，不断提升新能源汽车镁合金结构件的业务占比，形成增量收入，为公司打造新的盈利增长点。■

中小游企成出海最大赢家？ 上半年4款游戏收入超10亿元

时代周报记者 张照 发自广州

2024年上半年，中国手游出海表现稳中有增，轻度休闲游戏品类成最大赢家。

点点数据发布的《2024年上半年全球移动游戏市场数据报告》显示，上半年，中国出海移动游戏收入规模达628.4亿元，环比增长2.89%，同比基本持平。上半年，海外移动游戏市场收入规模环比基本持平，横向对比看，美国作为全球最高价值的移动游戏市场，仍保持着强劲稳定的增长趋势；日本移动游戏市场受日元贬值影响使得市场产生了一定程度的波动；韩国移动游戏市场收入规模稳定增长，下载量小幅提升。

为展现中国游戏产品出海的发展与成效，时代周报推出“游戏出海黑马榜”系列，从国产游戏出海的角度出发，挖掘为中国游戏行业出海树立标杆的游戏产品，揭示中国游戏出海新趋势。

针对上半年的“游戏出海黑马榜”评测，我们综合考量了2023年7月—2024年6月在海外市场发行的游戏，并以2024年1—6月海外市场iOS端预估流水为标准进行排序，得出了《2024年上半年游戏出海黑马榜》TOP10。

在海外市场轻度休闲游戏发展的如火如荼之时，中国游戏厂商也飞快跟上节奏，对海外市场发起新一轮冲击。在此之前，业内耳熟能详的出海移动游戏大多为中重度游戏，特别是SLG游戏和二次元卡牌/RPG游戏。而进入到2023年年末，《菇勇者传说》《出发吧麦芬》先后成功冲击中国港澳台市场；并且在2024年一季度，《菇勇者传说》再次破圈，在美国、日本、韩国等市场直接霸榜，成为2024年最大的出海黑马之一。

这3款混合休闲手游稳居前三

上榜的10款手游今年上半年iOS



点点数据发布的《2024年上半年全球移动游戏市场数据报告》显示，2024年上半年，中国出海移动游戏收入规模达628.4亿元，环比增长2.89%。

端预估收入均超过人民币3亿元。

稳居前三的依然是*Last War:Survival Game*（下称*Last War*）、《菇勇者传说》（下称《菇勇者》）、《出发吧麦芬》（下称《麦芬》）3款出海热门混合休闲手游，上半年海外iOS端预估收入均超过2亿美元，分别达到13.42亿美元（约合人民币97.29亿元）、3.35亿美元（约合人民币24.29亿元）、2.1亿美元（约合人民币15.22亿元）。

其中，*Last War*堪称上半年出海市场最大的“黑马”，仅iOS端上半年就狂揽近百亿元，若计算上安卓端则远超百亿元。

*Last War*是一款4X策略+休闲玩法手游，尽管早已于2023年8月登陆海外市场，但一直表现平平，直到2023年11月才开始增长。2023年11月—2024年2月期间，该游戏月收入涨幅连续高达188%，并在今年3—5月连续问鼎*Sensor Tower*中国手游产品在海外市场的收入榜，超越同类4X策略手游*Whiteout Survival*（世纪华通《无尽冬日》的手游版本）。

4月下旬，随着*Last War*纯正日语版本的推出，通过高效的本地化策略快速登顶日本iOS下载总榜，带动5月海外市场收入再度提升7%，全球月活跃用户规模上涨12%，成为全球手游畅销榜TOP5中最年轻的游戏。

《菇勇者》紧随其后，也是上半年出海市场最大的“黑马”之一。《菇勇者》是国内热门小游戏《冒险大作战》的海外App版，自2023年11月海外上线以来就备受好评。其由4399旗下海外平台Joy Net Games发行，先后称霸韩日两大市场，同时在中国台港澳市场表现不俗，并在今年2—5月连续位居*Sensor Tower*中国手游产品在海外市场收入榜前三。尤其在韩国，《菇勇者》强势闯进TOP3，这也为其他想要进军韩国移动游戏市场的厂商们提供了一个新方向。

《麦芬》则是一款放置类竖屏休闲手游，尽管只在中国台港澳市场上

线，但在今年上半年力压《菇勇者》*Whiteout Survival*等游戏称霸该市场。

《麦芬》研发商心动公司（02400.HK）的相关负责人向时代周报记者透露，《麦芬》的日韩服预计将在今年8月推出，但具体上线时间和市场还未定。

从入围的10款手游游戏类型来看，入围的休闲类游戏占比一半，除上述3款外，还有*Top Heroes*《小妖问道》两款，这也与今年上半年休闲类游戏的持续火爆趋势有关。

中娱智库创始人兼首席分析师高东旭对时代周报记者表示，休闲类游戏在今年上半年的出海趋势中表现出色，这主要得益于市场需求的变化、技术与创意的融合，以及中小游戏企业的积极投入。这一趋势为整个游戏行业带来了新的增长点和活力。

中小游企抢滩海外市场

从入围的10款手游背后研发商来看，中小游戏企业居多，达到7家，此外仅心动公司、网易（09999.HK，NTES.O）、三七互娱（002555.SZ）3家上市公司。

时代周报记者注意到，今年上半年“黑马”之首*Last War*背后的研发商FirstFun正是北京元趣娱乐有限公司（下称“元趣娱乐”），是业内低调的游戏出海“大佬”。

天眼查显示，元趣娱乐成立于2020年6月22日，注册资本111.3269万元，法定代表人为王越伟，但实际控制人为谢贤林。谢贤林正是前智明星通（872801.NQ）的总裁、联合创始人。据其官网显示，元趣娱乐是一家以游戏和社交为主业的互联网娱乐公司，专注于海外市场开拓。

此外，随着*AFK Journey*《鸣潮》《恋与深空》等RPG新游在海外上线即爆款，莉莉丝、库洛游戏、叠纸网络等中小游戏企业也在游戏出海方面突破增长桎梏。

互联网产业分析师张书乐对时

代周报记者表示，库洛游戏属于和米哈游、莉莉丝等相似的游戏中生代，和移动游戏相伴而生，较少PC游戏烙印，同时其团队年龄更容易理解Z世代的需求，其开发的二次元游戏更偏重于垂直细分和深度重度，有破圈的可能。

七麦数据显示，*AFK Journey*《鸣潮》今年上半年海外iOS端预估收入累计分别达到1.5亿美元、9786.82万美元，携手入围上半年“出海黑马”前五。

相较之下，上线于今年1月的《恋与深空》略显逊色。《恋与深空》是由叠纸网络研发的一款女性向恋爱互动新游，以第一人称视角剧情和3D角色场景带给玩家沉浸式的游戏体验，今年上半年海外iOS端预估收入累计达到9603.02万美元，位列上半年“出海黑马”第六位。

张书乐告诉时代周报记者，女性向游戏尽管针对女性用户群体打造，在画面风格和体验效果上都会唯美化一些，但整体的营收模式还是脱离了传统手游的氪金路数，这也让女性向游戏和同样垂直的二次元游戏一般，都出现研发垂直向、运营老套路、氪金做先锋、折腾真爱粉的研运窘境。

近年来，随着游戏市场的竞争加剧和本土化需求的提升，游戏出海已经从蓝海逐渐变为红海，出海的“躺赢时代”正在悄然结束。三七互娱相关负责人也向时代周报记者表示，公司在出海方面主要还是“因地制宜”，以“重度游戏轻量化，轻度游戏重度化”的策略，打出差异化竞争优势。

对于今年下半年的游戏出海预期，高东旭向时代周报记者分析称，预计下半年游戏出海趋势将呈现中重度游戏与休闲游戏并存、玩法创新与融合加速，以及新兴市场与成熟市场并重的特点。游戏开发商需要紧跟市场变化和技术发展趋势，不断创新和优化产品以满足玩家需求，从而在激烈的市场竞争中脱颖而出。■

大众发布全新车型 再战新能源市场

时代财经 武凯

7月17日晚，大众安徽发布全新车型ID.UNYX（中文名“与众”）。作为大众安徽在中国市场推出的首款车型，ID.UNYX定位紧凑型纯电SUV，售价20.99万元起。

大众安徽是大众汽车集团在华第三家整车合资企业，也是后者在华首家控股整车合资企业，大众方面持股75%，目标生产电动化车型。此前披露信息显示，大众安徽目标在2025年生产20万～25万辆汽车，实现销售收入300亿元，2029年预计达到500亿元。

首款新车20.99万元起

大众ID.UNYX定位紧凑型纯电SUV，采用全新的Coupe SUV轿跑造型，车身尺寸4663mm×1860mm×1610mm，轴距2766mm。共推出三款车型，其中Pro版车型与Ultra版车型续航均为621公里，售价分别为20.99万元、22.99万元；Max版车型续航565公里，售价24.99万元。新车全系搭载宁德时代三元锂电池。

大众ID.UNYX所处的紧凑型纯电SUV市场竞争异常激烈，比亚迪宋PLUS EV、比亚迪元PLUS、广汽埃安Y等车型销量长期居于前列，三款车型单月销量均在万辆以上。

相较而言，大众ID.UNYX售价高于上述热销车型，如比亚迪宋PLUS EV起售价为14.98万元。

同时其售价也高于大众旗下ID.4 CROZZ、ID.4 X两款同级别车型，后两者售价区间在13.98万～23.74万元。

值得一提的是，大众安徽的销售体系独立于原有的一汽-大众、上汽大众，由大众汽车（安徽）数字化销售服务有限公司负责，并采用直营+代理商模式的渠道网络。

到今年年底，大众安徽将在全国开设4家直营的ID.与众体验中心，覆盖北京、上海、广州、成都。

同时，其零售网络将覆盖超过20个城市，且以一、二线城市为主。到2025年年底，销售网络将覆盖超过70个城市，并从一线扩展到三线城市。



2024年4月，大众方面宣布为加速推进在华业务转型，集团投资25亿欧元（约合人民币198亿元），进一步拓展位于合肥的生产及创新中心，并将在合肥生产两款与小鹏汽车共同开发的大众汽车品牌车型。

销售体系的独立来源于大众安徽的独特性。

大众安徽是大众汽车集团在华第三家整车合资企业。该公司最早可追溯到2017年，彼时大众汽车集团在华开启电动化战略，并在安徽与江淮

汽车共同成立了江淮大众汽车公司（江淮大众）。

2020年，大众中国持股比例增至75%，江淮大众正式更名为大众汽车（安徽）有限公司（即“大众安徽”），至今已有4年。

投资方面，两大股东合集投资超过300亿元。

与一汽-大众、上汽大众两大合资企业不同，大众安徽是大众汽车集团在华电动化发展的求新之作，其不仅是大众在华第一家专注于电动汽车的合资公司，也是大众在华的首家控股整车合资企业。

大众安徽还是大众汽车集团与小鹏汽车合作落地的载体。

2024年4月，大众方面宣布为加速推进在华业务转型，集团投资25亿欧元（约合人民币198亿元），进一步拓展位于合肥的生产及创新中心，在强化本土研发实力的同时，也将在合肥生产两款与小鹏汽车共同开发的大众汽车品牌车型。其中首款车型为中型SUV，计划于2026年投产。

能否提振大众在华销量？

大众安徽与ID.UNYX的到来正逢合资品牌在华销量下滑之际。

2020年以来，随着国内新能源汽车产业的快速发展，自主品牌迅速崛

起。今年上半年，自主品牌销量累计份额已达到57%，较去年同期增加7个百分点。

相反，以大众、丰田为首的国内合资品牌销量整体出现下滑趋势。

在多名业内人士看来，电动化转型较慢是多数合资品牌在华陷入颓势的主要原因之一。

相较而言，大众汽车的电动化转型取得了一定成果。在ID.UNYX上市前，大众汽车（含奥迪品牌）在华已有10款纯电车型在售。同时大众ID系列纯电车型销量不俗，该系列车型今年6月国内销量超过15000辆，高于其他合资品牌。

不过随着燃油车基本盘的萎缩，大众在华整体销量持续下滑。乘联会数据显示，一汽-大众上半年国内零售销量771459辆，同比下滑8%；上汽大众上半年零售销量510878辆，同比下滑4.1%。

面对上述情况，大众方面多次表示将加大在华投入、完善电动化车型布局。

大众汽车集团管理董事会主席奥博穆在2024年年初表示，大众汽车的目标是继续保持在华国际车企第一的地位，并成为位列中国市场前三的汽车制造商。

按照计划，到2030年，大众集团旗下品牌将在中国市场提供超过30款纯电车型。

不过近日有消息称，因大众旗下软件公司Cariad研发进展原因，大众将推迟多款纯电车型的发布。

对此Cariad方面回应时代财经称，不予置评。

在业界看来，大众安徽将承担起大众在华电动化转型、提振在华销量的重任。

大众汽车乘用车品牌中国CEO孟侠表示，到2026年，集团还将依托大众安徽电动平台开发不少于4款电动车型。此外，大众安徽致力于成为大众汽车集团在合肥的布局涵盖生产、研发和采购职能，并将扩展成为集团“在中国，为中国”的战略级创新中心。

随着纯电车型布局的完善，大众有望在中国新能源汽车市场呈现更强的竞争力。至于能否提升大众在华销量，还有待持续观察。■

特斯拉第二季度营收创纪录 10月发布Robotaxi FSD或年内入华

时代财经 武凯

日前，特斯拉发布2024年第二季度财报。该公司第二季度营收达255亿美元（约合人民币1855亿元），同比增长2%，创下季度营收纪录；特斯拉当季净利润为18.12亿美元（非通用会计准则，约合人民币131亿元），较去年同期下降42%。

特斯拉表示，今年汽车业务增长率可能会低于2023年，但能源和储能业务的增长率将会大幅提高。此外，特斯拉计划于10月10日推出Robotaxi产品（无人驾驶出租车），Roadster等新车有望明年投产。

能源业务增速超汽车

特斯拉当前共有三项主要业务。在新能源汽车业务方面，特斯拉今年第二季度共交付44万辆汽车。该项业务营收达到199亿美元（约合人民币1448亿元），占整体营收的78%。

新能源汽车业务仍是特斯拉的营收主力，但能源和储能业务正成为新的增长点。

在今年第二季度，特斯拉共部署9.4GWh的储能产品，创下历史纪录。这也使得该项业务营收达到30.14亿美元（约合人民币219亿元），同比增长100%。同时能源和储能业务也是营收增幅最大的业务板块。

此外，今年第二季度特斯拉的服



马斯克在电话会议上也谈到特斯拉FSD（Full-Self Driving, 完全自动驾驶技术）的最新进展。特斯拉预计FSD将在今年年底前获得中国和欧盟的批准。

务及其他业务收入为26亿美元（约合人民币189亿元），同比增长21%。

今年上半年，特斯拉营收达468亿美元（约合人民币3405亿元），净利润为33.48亿美元（约合人民币244亿元）。上半年特斯拉累计交付约83万辆汽车，贡献营收超372亿美元（约合人民币2707亿元）；共部署13.45GWh的储能产品，贡献营收46.5亿美元（约合人民币338亿元）。

有业内人士认为，伴随着全球新能源汽车市场竞争的加剧，特斯拉当下需要快速提高竞争力、开拓新的增长点，以保持领先优势。

10月10日发布Robotaxi

财报发布后，特斯拉高管团队在电话会议中透露多项近期规划。

如近期备受关注的特斯拉Robotaxi产品，该产品原定于今年8月8日发布。特斯拉投资关系部门主管特拉维斯·阿克塞尔罗德表示，Robotaxi将推迟至10月10日发布。

“我之前对真正无人驾驶的预测或许有些过于乐观。”特斯拉CEO马斯克在电话会议中说，“按照目前趋势，我们需要积累足够多的里程数据，来确保无人驾驶优于人类驾驶员。至于（Robotaxi上路）的具体时间点，我认为大概会在今年年底，最晚明年一定能够实现。”

目前，全球已有多家科技和汽车企业相继布局Robotaxi。而国内市场

中，文远知行、百度APOLLO、小马智行等多家企业也已开展Robotaxi商业化试点运营。

新产品方面，特斯拉计划在2025年上半年推出一款价格更为亲民的车型。此外特斯拉还在研发一款全新电动跑车“Roadster”。马斯克称，新车大部分的车辆工程设计已经完成，后续还会升级。“Roadster将是一款全新的、特别的产品，预计于明年正式投产。”

马斯克在电话会议上也谈到特斯拉FSD（Full-Self Driving, 完全自动驾驶技术）的最新进展。特斯拉预计FSD将在今年年底前获得中国和欧盟的批准。

能源和储能业务方面，今年5月13日，上海临港管委会官方微信公众号消息显示，特斯拉上海储能超级工厂建设项目已完成施工许可证核发，该项目总占地面积约20万平方米，总投资约14.5亿元，计划生产超大型商用储能电池Megapack。

在近日的媒体采访中，特斯拉全球副总裁陶琳表示储能超级工厂将于2025年完工。这是特斯拉在美国本土以外的首个储能超级工厂项目。

与特斯拉上海储能超级工厂快速推进相反，马斯克在电话会议中称在墨西哥建设的超级工厂项目陷入停滞。

整体来看，特斯拉正加快产品、技术和业务布局，市场也在期待特斯拉的新动作。■

新车多卖多亏？ 汽车经销商挣扎求生



时代周报记者 **武凯** 发自北京

自2023年市场大打“价格战”以来，作为营销链条中的关键一环，经销商们不得不面对市场的残酷厮杀。

传统汽车经销商门店的利润主要来自新车销售业务、金融及保险衍生业务分成、售后保养费用以及配件与改装业务等。2020年以前，新车销售业务是门店的核心利润奶牛，不少合资品牌、进口品牌凭借高溢价甚至加价的方式，获取极为可观的销售利润。

另一方面，传统经销商门店的资金模式多为向合作银行质押新车，获取资金用以向车企支付车款。

在这种模式下，门店需要以合理的速度和价格出售新车、回笼资金，完成周转。

随着汽车市场竞争的加剧以及“价格战”的到来，不少传统经销商的价格体系、资金周转渠道开始坍塌。越来越多的门店出现亏损，甚至部分经销商的生存面临挑战。在从业者眼中，这个“冬天”还远看不到终点。

亏本卖车，如履薄冰

在“价格战”下，赔本赚吆喝是经销商常态。

“2020年以前，合资及海外品牌占据主流。许多热门车型一车难求，门店至少都是按照指导价卖车。”北京市丰台区某4S店销售刘兰说，“甚至有些热门车型需要加价才能购买。”

随着国内汽车产业的蓬勃发展，激烈的市场竞争迫使经销商们放下身段。在2023年，以往需要加价购买的雷克萨斯ES系列车型，在终端已有大幅优惠。仅仅一年时间，该系列车型成交价就有近10万元的降幅，直接挤压经销商的盈利空间。

不再加价只是少赚，亏本卖车则是肉搏。

2023年3月，湖北东风系品牌高达9万元的综合优惠快速席卷大江南北，全国范围内数十家品牌、超百款车型相继推出优惠政策，车市“价格战”迎来高潮。另一方面，不少车企新车定价持续下探，低廉的售价为市场带来冲击。

一边是老车型降价卖，一边是新车型低价卖，新车销售业务快速从利润奶牛变成烫手山芋。即便是头部经销商集团，也难逃“价格战”的波及，利润开始大幅下滑。

以中升集团为例，2023年其全年毛利为137.6亿元，同比下降14.1%。其中新车销售业务毛利为10.6亿元，同比暴跌73.1%。中升集团表示，2023年新车销量下滑，以及国内新车市场竞争加剧导致经销端新车销售毛利缩窄。

今年上半年，“价格战”愈演愈烈，在营收压力之外，经销商甚至面临退市。

国内头部汽车经销商集团广汇

汽车发布上半年业绩预亏公告，预计2024年上半年净亏损5.8亿～7亿元，去年同期净利润6亿元。广汇汽车表示，行业竞争格局加剧，各大车企为抢夺市场份额大打“价格战”，使得公司新车销售规模和毛利率较去年同期均有所下滑。

广汇汽车发布预亏公告后股价持续低迷，在股价连续20日低于1元/股后已进入退市程序。这使得广汇汽车或成为继去年6月30日庞大集团退市后，又一家面临摘牌的头部经销商集团。

“（退市后）集团资金流动可能会有影响，但我们会尽力克服，其他经营一切正常。”广汇汽车相关负责人对时代周报记者表示。

在中国汽车流通协会副秘书长郎学红看来，广汇汽车依旧具备不俗的抗风险能力，有望维持集团正常经营。相较而言，规模较小的经销商们处境更加艰险。

今年1月中旬，广东永奥集团被曝出质押车辆被银行收走。随后旗下多家汽车4S店停止运营，部分门店以及相关财产因配合东莞市联合调查组调查被查封。

对此广东永奥集团发布公告称，受汽车市场调整以及企业风险把控不足等多重因素叠加影响，公司确实正在遭遇危机，管理团队也在寻求可能的重组方案和机会。

亏损之外，腹背受敌

“价格战”对经销商们造成了多重冲击，最直接地体现在新车销售毛利上。

宏观层面，2023年“价格战”以来，经销商集团的平均单车毛利在大幅下滑。如中升集团2023年新车销量为50万辆（2022年为52万辆），新车销售业务毛利为10.6亿元（2022年为39亿元），平均单车毛利由2022年的7500元骤降至约2100元。

到了今年上半年，微薄的毛利也已可望不可求。

郎学红对时代周报记者表示，2023年国内经销商集团新车毛利普遍下降。今年上半年，行业整体新车销售毛利更是变为负数，单车亏损在10%～30%之间。“即便加上金融、厂家返利以及衍生服务收入，经销商也很难盈利。”

广汇汽车的亏损便是新车销售毛利骤降所致，永达汽车、新丰泰等主要经销商集团也同样面临挑战。

具体到门店层面，一名4S店销售人员对时代周报记者表示，以往一辆指导价10万元的新车，可获取3000～5000元毛利。但当下同样指导价的车辆，往往需要降价1万元甚至更多才能卖出，即单车亏损在5000～7000元。

即便如此，不少门店仍寄希望于借低价走量。“现在每卖一辆车，就是亏多亏少的问题。”刘兰直言，“但还是要卖出去回笼资金，这样能减轻门店的周转压力。”

相较之下，还有不少经销商降价促销也难卖新车，面临的风险更大。

今年上半年，保时捷Macan、Taycan等多款车型终端价格大幅下跌的情况下，其销量同步下滑。上半年保时捷中国市场销量2.96万辆，同比大降33%，且销量连续5个季度下滑。

5月底保时捷中国被曝为完成销售任务，将库存积压至销售端（即经销商渠道）。

但“价量全失”的经销商难承库存和经营压力，停止进车，并要求保时捷更换高管、提高补贴，继而双方矛盾彻底激化。

对此，保时捷中国回应时代周报记者称，保时捷中国始终积极倾听经销商来自一线的声音，将一同寻求有效的方式来积极应对市场的变化。7月20日，保时捷宣布Alexander Pollich最早将于今年9月1日起出任保时捷中国CEO。

保时捷只是缩影，“价格战”以来还有多家车企经销商面临巨大的库存压力。终端压力向上传导，迫使车企减产或提高对经销商的补贴。如去年11月，一汽丰田称将通过减产的方式帮助经销商缓解库存和资金压力。

在这背后，高库存严重影响经销商的变现和资金周转效率。如果库存超出一定限度，则会对经销商生存造成威胁。

“今年市场形势严峻，经营困难，经销商进货、销售差距拉大。车企若通过促销政策降价或向经销商压库存，会影响经销商的现金流，不利于经销商的生存。”山东远通汽车集团总裁助理周景霞对时代周报记者表示。

为何降价也难卖车？

从根本上来看，部分经销商经营品牌和车型的落后，影响了自身经营。

综合中国汽车流通协会及行业数据，当前我国新车市场新能源汽车渗透率、自主品牌销量不断走高，其占比已接近或超过50%。燃油车渗透率、多数合资品牌销量不断下滑。

反映在终端市场上，不少从业者透露称比亚迪、小米汽车、问界等热销自主新能源品牌的门店经营形势乐观，销量、利润较为出色。这些品牌门店也是经销商集团的核心利润来源。

“现在不知道有多少经销商集团是靠着问界门店来反哺自己的合资门店亏损。”车Fans创始人、汽车行业分析师孙少军如此评价热销自主品牌门店对经销商集团的重要性。反之，以合资品牌、燃油车为主的经销商更可能出现亏损。

此外，直营模式也在和经销商争抢市场蛋糕。

随着汽车直营模式的兴起，标准化、数字化、透明化的销售模式受到消费者推崇，以往服务水平不一、价格体系不透明的传统经销模式劣势尽显。落后的传统经销商模式也正被

消费者抛弃。

二手车、售后等业务，有望改善经销商生存现状

“新车销售毛利持续下降，行业上半年很难盈利。”某经销商集团内部人士对时代周报记者表示，但多数经销商都想撑过寒夜，期待黎明到来。

求生是行业玩家的本能，不少经销商已开始谋变，采取的措施主要集中在以下层面：

首先是调整品牌、产品结构，即着重布局热销新能源汽车、自主品牌业务。如在今年一季度，小米汽车上市前后，国内数十家经销商出现在小米汽车合作伙伴名列；今年6月，比亚迪旗下方程豹、腾势等品牌开放加盟，不少经销商也表达了合作意向。

“很多经销商反映希望有机会做比亚迪的高端品牌。”郎学红对时代周报记者表示，“2023年我国百强经销商新能源汽车销量不足15%，远低于行业增速。但在今年，这一比例正快速提升。”

调整结构是增加销量、利润之举，保持合理库存则是防范经营风险的必要选择。中国汽车流通协会认为，到今年6月，为保证资金链安全，经销商严控库存水平。叠加部分车企进入高温假时产量有所减少，经销商去库效果显著，回归合理范围内。

其中，高端豪华及进口品牌、合资品牌6月库存状况都有显著改善。业内人士表示，今年上半年新车价格倒挂，减少库存既能降低经营风险，也有利于减少亏损。

此外，不少经销商也在提高服务水准，对标直营模式。

如比亚迪、阿维塔、小鹏汽车等品牌的经销商门店，采用强管控模式，较传统的经销商门店服务质量更高、标准更统一、价格更透明。这种强管控的经销商模式不仅有利于经销商集团转型，也获得了众多车企的认可。

在新车业务之外，不少业内人士认为二手车业务、售后业务、创新业务也有望改善经销商生存状况。

据公安部发布的最新统计数据，截至2024年6月底，我国机动车保有量达4.4亿辆。一方面，随着汽车保有量的增加，近年来我国新车销量增速趋于放缓；另一方面，高额保有量为二手车市场提供了发展的土壤。

“随着汽车保有量越来越多，二手车交易规模肯定越来越大。”二手车平台天天拍车COO张延伟对时代周报记者表示，“国家在政策层面也鼓励二手车交易，解除了二手车限迁制度、延长税收优惠并建设全国统一大市场，这使得二手车行业环境正不断优化。”

据张延伟透露，2023年天天拍车二手车成交量比2022年稳步增长，盈利水平进一步提升。

郎学红也表示，随着国内汽车市场成熟，新车盈利占比、单车产值在下降，经销商可增加或做大二手车板块、提高二手车零售能力。“以欧洲等成熟汽车市场来看，二手车业务对经销商的利润贡献很重要，甚至平均利润超过新车业务。”

此外，郎学红认为经销商也可采取措施提高店面坪效等，如将以往的单一品牌门店转为多品牌门店，实现降本增效。

郎学红也建议经销商探索个性化服务和多类型的增值服务，以降低对新车销售的依赖。

经销商为求生用尽浑身解数，但今年下半年形势仍不乐观。

中国汽车流通协会建议，未来汽车市场不确定性加大，经销商要根据实际情况，理性预估实际市场需求。同时要加大对“以旧换新和报废更新政策的宣传”，通过强化服务提振消费信心，把降本增效放在首位，防范经营风险。

“价格战”尚看不到终点，经销商们苦等黎明。

（文中刘兰为化名）

30%



深圳豪宅深度分化：新房现“日光盘”，二手业主频降价

时代周报记者 梁争誉 发自深圳

笋盘占领了朱杰（化名）的朋友圈，越来越多挂牌房源贴上了“全城最笋”“急降千万”“一降再降”的标签。

朱杰是深圳老牌豪宅区华侨城的一名中介，入行已有10多个年头，一直从事豪宅销售。

最近半年来，朱杰发现，“业主急售”的房子多了起来——一套203平方米楼王单位，经过业主多次调价，报价从3100万元降至2640万元；一套建筑面积近300平方米的大平层，业主斥资数百万元装修完两年便“诚意出售”“价格可以商量”；一套看湖看山的高层单位，业主急降1200万元，报价创数年新低。

二手豪宅卖家大幅降价出货的同时，处于价格倒挂的一手豪宅却是另一番风景。

7月21日，深圳网红盘海德园开盘，推出的116套千万元级豪宅约3小时便售罄，相当于平均90秒卖一套房。更早的时候，深圳湾超级总部基地的中海深湾玖序开盘收金超100亿元，前海的地铁前海时代广场三期开盘去化逾八成。

前述去化较好的豪宅盘有一个共性——高性价比。

海德园所在片区次新盘挂牌价在15万～20万元/米²，较其12.85万元/米²的备案均价高出不少，中海深湾玖序定位顶级豪宅，11万～14万元/米²的售价在片区同样具有一定的吸引力，地铁前海时代广场三期单价低至“8字头”，远低于同类项目。

“长期调整下，市场对于价格确



价格方面，海德园此次推出的A区116套住宅，建筑面积87～450平方米，最低总价约1124万元，最高总价约5998万元，备案均价约12.85万元/米²。

实较为敏感，再加上供远大于求，市场预期未反转，即便是豪宅买家，也非常看重性价比，怕高位站岗，优中选优是自然现象。”深圳中原研究中心高级研究员邹少伟表示，近三年，豪宅产品去化逐步走低，只有性价比高的才能实现“日光”。部分定位、总价更高的产品销售也是不如预期。

价格倒挂助攻“日光”

海德园“日光”，在市场意料之中。

海德园于7月16日取得预售许可证，推出A区116套住宅。根据开发商披露的数据，截至认筹结束，共有380批客户通过审核并完成冻资，申购比

例1：3.3，创深圳楼市最近4年房客比之最。

7月21日，海德园正式选房，耗时约3小时全部房源售罄，开发商收金26.8亿元。

值得一提的是，这是海德园第四次开盘“日光”，海德园也是深圳今年首个开盘即售罄的楼盘。

业内认为，海德园取得屡开屡罄的去化成绩，原因有二：一是顶级学区加持，二是价格倒挂。

海德园位于福田安托山二路与侨香五路交会处。根据福田区教育局公布的最新学区地图，海德园处于福田区红岭实验小学、深圳高级中学（集团）南校区的招生范围内，红岭实验小学与深圳高级中学均是深圳名校。

价格方面，海德园此次推出的A区116套住宅，建筑面积87～450平方米，最低总价约1124万元，最高总价约5998万元，备案均价约12.85万元/米²。

自2021年11月首次开盘至今，海德园四次备案价相差无几，分别是12.6万元/米²、12.6万元/米²、12.6万元/米²、12.85万元/米²。

纵向比较，海德园价格保持不变，但与周边二手房价格对比，存在一定的倒挂空间。“周边有价格倒挂的二手房，是新房销售的利器。”深圳贝壳研究院院长肖小平表示。

海德园所在的安托山片区，是深圳较为成熟的高端居住区。根据贝壳找房，安托山片区的次新盘万科·臻山府，挂牌均价约20.2万元/米²，成交均价约19.9万元/米²，安峦公馆挂牌均价约17.12万元/米²，近期暂无成交；楼龄稍长的锦庐花园、天健公馆、雅福居挂牌均价分别是17.6万元/米²、

16.8万元/米²、14.5万元/米²。这几个二手楼盘的挂牌价均高于海德园。

另外，安托山片区的在售二手房源并不多，买家选择有限。在贝壳找房，万科·臻山府挂牌在售房源有5套，安峦公馆6套，天健公馆8套，大部分楼盘的放盘量为个位数。

除去周边因素影响，豪宅自身的稀缺性也是其受欢迎的原因。

“在目前楼市供应过大、需求不足的背景下，豪宅产品稀缺性导致其保值能力强，未来增值能力也更为突出。特别是市场反弹时，豪宅产品是反弹先锋，引领市场，涨幅一般也会领先其他产品。”邹少伟认为，在市场长期调整后，豪宅产品有望率先企稳，领涨市场，也自然会得到市场青睐。

豪宅降价成普遍现象

在多名业内人士看来，海德园的“日光”只是局部高温，市场长期低位调整，豪宅也走不出独立行情。

笋盘不只是出现在朱杰的朋友圈，香蜜湖、深圳湾等传统或新兴的豪宅片区，都在降价。

来自贝壳找房的数据显示，今年6月，香蜜湖、深圳湾的二手房成交均价分别为9.93万元/米²、13.89万元/米²，环比分别下跌10.3%、14.1%。拉长时间线，最近一年，香蜜湖、深圳湾的成交均价分别为13.72万元/米²、16.05万元/米²，跌幅为49.5%、58%。

具体到个盘，以深圳湾片区太古城为例。太古城是深圳湾唯一主打小户型的二手楼盘，“上车”门槛低，因此颇受投资客青睐，价格一度飞涨。2022年一季度，太古城南区成交均价约16.8万元/米²，挂牌均价约20.6万元/米²。可供对比的是，今年二季度，太

古城南区的成交均价、挂牌均价分别为11.4万元/米²、14.8万元/米²，较2022年一季度分别下跌32.4%、28.15%。

深圳湾标杆豪宅华润深圳湾悦府，价格虽持续跑赢大盘，但最近两年其二期的成交均价亦跌去24.9%。香蜜湖香蜜原著一套高赠单位，业主近期降价592万元，贝壳找房APP显示，该房源已挂牌3个月。深圳湾恒裕滨城一期一套4房单位，业主最近降价220万元。

豪宅降价，不再是个例，已成趋势。邹少伟表示，房地产市场下行，无论是刚需、改善，还是豪宅产品都无法独善其身，降价销售成为必然。二手市场挂盘不断创新高，成交虽然增幅大，绝对值仍然处于低位，业主之间竞争压力大。再加上客户预期没有反转，看跌依然是市场主流，观望情绪还是较浓。因此，即便是豪宅产品，近两年降价同样较为严重，是普遍现象。

整体来看，今年上半年，深圳豪宅市场呈现供需双降的走势。

深圳中原研究中心统计数据显示，2024年上半年，深圳豪宅仅有4个项目获批，批售面积环比下滑62.5%，同比下滑49.8%；推售面积环比下滑65.3%，同比下滑56.9%，供应明显回落，推售面积处于10年来低位。成交方面，上半年深圳豪宅成交1329套，环比下降46.9%，创同期6年来新低。

“受宏观经济走势影响，豪宅市场同样受到影响，市场去化整体不如往年同期。下半年，豪宅市场依然面临较大挑战，需求侧还需政策进一步支持，价格方面有望企稳。”深圳中原研究中心表示。■

写字楼掀起“抢客大战” 广州二房东免租3年

时代财经 陈泽旋

为了争夺租户，部分地区的写字楼市场开始了花样招商。

近日，“琶洲写字楼免租3年”的消息在广州市场上不胫而走，引发关注的焦点不仅在于3年的免租期远超行业平均水平，还在于相关写字楼所在的板块是互联网大厂聚集的热门CBD。

时代财经了解到，提供3年免租期的正是位于琶洲CBD的超甲级写字楼环球梦大厦。不过，出租方并非写字楼的业主鑫苑集团，而是从业主手中租下多层面积后再对外出租的二房东。不同从业者向时代财经提供的资料显示，二房东是一家名为“中城城市产融”的公司。

一名在广州从事写字楼招商的资深人士告诉时代财经，拉长免租期是业主用来吸引租户的常见优惠措施，虽然不同的业主提供的免租期长度差距较大，但整体而言普遍不会超过半年。

如此看来，3年免租期颇具竞争力。时代财经获悉，环球梦大厦的业主直租报价为低区每月125元/米²、高区每月155元/米²。假设一家公司以每月125元/米²的价格，向业主直接承租一间500平方米的办公室，3年间，这家公司需要支付的租金总额达到225万元，而如果向二房东承租就可以省下这笔费用。

不过，当时代财经以租户的身份向中介进一步了解情况，却发现事情没有那么简单。

免租3年的“羊毛”不易薅

根据中介提供的资料，获得3年免租期的前提是租户满足多个条件，而这些条件大部分需要租户掏出“真金白银”。

其中，最大的一笔支出是装修费用。资料显示，二房东以10平方米/人



为了获得3年免租期，租户不仅要缴纳更高的押金，管理费也比业主直租高出约21%，其中，二房东的管理费为每月40元/米²，而业主直租为每月33元/米²。

的人均使用面积对外出租，最低租赁面积为100平方米，最短租期为3年。由于交付标准不带装修，租户需要按照800元/米²的标准进行装修，但装修公司无法由租户自主选择，中介称“基本相当于找（二房东）指定的团队”。

此外，租户还需按照每月150元/米²的标准缴纳6个月的押金，提前退租的违约责任即为6个月押金，而业主直租则只需“押二付一”。

为了获得3年免租期，租户不仅要缴纳更高的押金，管理费也比业主直租高出约21%，其中，二房东的管理费为每月40元/米²，而业主直租为每月33元/米²。

此外，有两名从业者向时代财经提供的资料显示，租户的办公用品、饮用水等由二房东以“不高于市场价”统一集采，租户还需要在其指定的银行开立账户，并通过该账号发放员工工资，员工办理信用卡亦应在该指定银行办理。

上述中介表示，获得3年免租期的前提条件全部是“硬性条件”。如果一家拥有50名员工的公司向二房东承租一间办公室，租赁面积为500平方米，这家公司在前期至少需要支付40万元的装修费和45万元的押金，而3年租期支付的管理费则合计为72万元。

而该公司向业主直接承租，不仅面积、装修可以自己把控，押金压力也会大幅减少。

在广州从事写字楼招商的资深人士黄桦告诉时代财经，租赁多大的面积主要取决于员工人数、公司预算和使用需求，“大概200平方米的公共区域可以坐下50个人，如果再加上会议室、老板办公室、财务室等，整体300平方米也够用”，而且一般业主不会规定办公室的人均使用面积，更小的面积可以给更多人使用，“只要公司正常经营”。

该人士续指，如果租户对办公室

进行装修，装修成本须视交付标准和写字楼等级而定，“超甲级写字楼对装修材料要求较高，比如需要达到一定的消防标准，成本也相对更高。以天地墙交付的超甲级写字楼装修成本估计1000～2000元/米²，上不封顶；如果带装修交付，预计500～1000元/米²或者更低”。

尽管环球梦大厦业主直租报价为低区每月125元/米²、高区每月155元/米²，但贝壳找房的报价普遍介于每月110～130元/米²。

值得一提的是，中介提供的一间面积约为306平方米的精装办公室，租金每月仅约为108元/米²，管理费为33元/米²。如果租期同样为三年，三年合计支付租金119万元、管理费36万元，但前期仅需支付6.6万元的押金（注：押金为两个月租金）。

市场现招商套路

也正是因为前期投入较高，当时代财经以租户的身份咨询“3年免租”相关方案时，中介往往建议按照常规的方法租赁办公室。

尽管二房东以“孵化器”的名义对外招租，但一名广州的孵化器招商人员向时代财经指出，入驻孵化器的公司往往是初创公司，由于无需投入较高的成本，“（孵化器）适合轻资产创业”，虽然入驻要求由管理方制定，每个孵化器都会有差别，但市场上“常见的是提供物业的一方把办公室装修好，公司入驻即可办公，部分孵化器鼓励大学生创业，还会免费供其入驻”。

在多名从事办公物业招商工作的人士看来，3年免租期更像是一种招商策。近些年，为了吸引公司入驻，写字楼、孵化器和产业园区在内的办公物业在招商时更愿意向入驻公司让利。

戴德梁行的数据显示，今年第二季度，广州甲级写字楼租金降至2016年以来的最低，录得每月每平方米

142.5元；空置率虽环比2023年微降，但仍处于历史较高水平，截至二季度空置率录得 18.1%。

为了给入驻公司创造优惠条件，出租方往往会在租金、免租期、管理费、装修、办公家具等方面作出让步。“首先肯定是给出价格上的优惠，比如降低报价、降低成交价，有时候为了维持写字楼本身的租金水平、保住老租户，（业主）没有办法降价，才会使用其他优惠条件来增加竞争力。”黄桦表示。

常见的“其他优惠条件”包括免租期、提供装修和免费停车位等，免租期往往与装修情况、物业成熟度和出租方类型有关，“新楼开发商在无法降价的情况下可能会给租户3～6个月免租期，成熟物业如果愿意让新租户重新装修，免租期是2～3个月；二房东一般精装修、带家具出租，免租期一般为7～15天；联合办公虽也是精装修、配家具，免租期可到1个月左右。”一般而言，免租期越长，租期往往也会随之拉长。

时代财经注意到，个别城市的办公物业甚至推出了租两年送一年、租一层送一层的促销措施。一名上海的办公物业租赁中介告诉时代财经，知名开发商位于闵行区的全新办公楼目前的活动是“租两年送一年，额外赠送车位，还可定制精装、零成本入驻”，他坦承“天下没有免费的午餐”，但为了吸引租户，“出现这种招租噱头也正常”。

黄桦原本在一家知名共享办公公司负责广州及周边地区的招商工作，她告诉时代财经，2021年以来明显感受到招商难度加大，现在一个共享办公项目能够维持在60%～80%的区间已经是比较好的了。

孵化器园区项目的招商人员李凯告诉时代财经，孵化器领域的处境也与写字楼市场类似，“降租、免租期、送装修都是基本操作了”。■

（文中受访者黄桦、李凯为化名）