

时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

周要闻

四部门发文促大功率充电设施发展布局

7月7日，国家发改委办公厅等四部门发布《关于促进大功率充电设施科学规划建设的通知》。其中提出，结合当地经济发展水平、新能源汽车推广力度和电力资源分布，以即充即走场景为重点，因地制宜、适度超前、科学合理做好大功率充电设施发展布局。到2027年年底，力争全国范围内大功率充电设施超过10万台，服务品质和技术应用实现迭代升级。

外汇储备规模上半年保持稳中有升

国家外汇管理局统计数据显示，截至2025年6月末，我国外汇储备规模为33174亿美元，较5月末上升322亿美元，升幅为0.98%。2025年6月，受主要经济体宏观政策、经济增长前景等因素影响，美元指数下跌，全球金融资产价格总体上涨。汇率折算和资产价格变化等因素综合作用，当月外汇储备规模上升。

广东前5月规上服务业营收同比增长7.5%

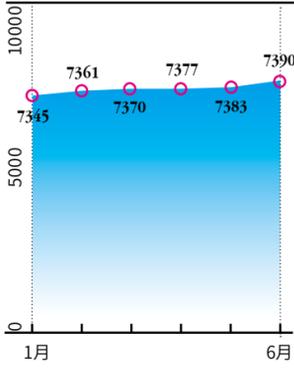
据广东统计信息网，1—5月份，广东规模以上服务业实现营业收入2.37万亿元，同比增长7.5%。分门类看，交通运输、仓储和邮政业同比增长9.3%，信息传输、软件和信息技术服务业增长8.3%，租赁和商务服务业增长9.3%。

周数据

中国央行连续第8个月增持黄金

7月7日，央行数据显示，中国6月末黄金储备报7390万盎司（约2298.55吨），环比增加7万盎司（约2.18吨），为连续第8个月增持黄金。

今年以来中国央行黄金储备情况
单位：万盎司



“对等关税”大限将至

详见P8

百度搜索新答案

详见P18



上半年土拍收官

时代财经 陈泽旋

上半年的最后一天，多地上演年中卖地冲刺，奉上百亿元“大单”。

6月30日，土地市场上半年“收官之战”打响，包括广州、天津、武汉、成都、青岛、三亚、福州、柳州等8个重点城市集中推地，掀起土拍浪潮。

从成交表现来看，天津和福州尤为抢眼。天津卖出15宗涉宅用地，揽金88.77亿元，占上半年成交总金额的38.85%；福州一共成交了16宗涉宅用地、商地或体育用地，成交金额达到102.72亿元，占该年上半年成交总金额的88.10%。

6月土地市场百亿级交易频现，除福州外，杭州、上海、北京等城市也出现了百亿元“大单”。

其中，杭州于6月27日出让了6宗住宅用地，这场土拍堪称6月份最为精彩的一场，多家房企激战杭州，地块全部溢价成交，最低溢价率为21.05%，最高则达到了67.60%，成交总金额将近151.15亿元。

借此，杭州上半年累计土地成交金额达到1228.15亿元（注：含招拍挂与协议出让土地），超越北京，跻身土地成交金额榜单的第二名，仅次于上海。

8个城市收金275亿元

尽管6月30日全国多地集中推地，但土拍市

场整体表现平稳，尤其是一线城市广州，卖出的2宗涉宅用地均以底价成交，成交金额合计24.96亿元。

时代财经统计得知，8个重点城市一共成交44宗土地，总成交金额达到275.11亿元，其中仅有10宗土地溢价成交，6宗为涉宅用地，4宗为商业用地及土地用地。

最为抢手的宅地来自武汉土拍。6月30日，武汉一共卖出6宗涉宅用地，其中2宗溢价成交。位于江岸区的一宗涉宅用地吸引了10多家房企竞拍，经过106轮的竞价，这宗地块最终由绿城以6.65亿元的总价拿下，溢价率高达54.36%，这也是全国土地市场上半年“收官之战”中，溢价率最高的宅地。

从成交规模来看，天津、福州两地的土拍堪称“盛宴”。

其中，天津一共成交15宗涉宅用地，累计成交金额高达87.77亿元，仅有1宗土地溢价成交。这宗溢价地块是位于河西区陈塘科技商务区的“蚊型”地块，用地面积仅1.68万平方米，计容建面将近3.52万平方米，地块吸引了两家房企的多轮竞价，最终由中海地产以7.40亿元的总价夺得，溢价率约为11.45%。

福州土拍规模更为可观，一共成交16宗土地，成交金额102.72亿元。其中，9宗为涉宅用地，7宗分别为商业、商务或者体育用地。

下转P24

主题乐园抢夺战

为什么众多城市都热衷于布局主题公园？这些主题公园又能为所在区域带来哪些发展机遇？

时代周报记者 李杭 发自北京

经过多年精心筹备，中国首座乐高乐园终于揭开神秘面纱。

7月5日，上海乐高乐园正式开园迎客。去哪儿旅行平台数据显示，7月乐高乐园门票预订量跻身上海热门景区TOP5。从酒店预订看，截至7月4日，暑期上海乐高乐园所在地——上海金山区预订量同比增长3.5倍。

公开资料显示，上海乐高乐园占地面积达31.8万平方米，是全球第11座、中国第一座乐高乐园，也是全球最大的乐高乐园之一。乐园运营方、英国默林娱乐集团将上海乐高乐园视为中国市场战略的关键布局。这里所处的长三角地区，有近5500万潜在消费者，将为区域性主题公园提供巨大的客流量。

同样地处上海，与迪士尼“全龄向”的受众定位不同，乐高乐园主要面向的是2~12岁的亲子家庭。中国主题公园研究院院长林焕杰告诉时代周报记者，上海乐高乐园的首期效应预计在三个月到半年。由于主要客群为2~12岁儿童，属于被动消费群体，其带动效应可能不如迪士尼。不过，乐高乐园以开发智力为特色的娱乐模式，与其他品牌形成差异化竞争，有望吸引一定比例的游客重游。

就在上海乐高乐园开园的同日，广州的星纪世界南湖乐园在升级改造后也开园迎客。据时代周报记者不完全统计，今年全国范围内筹备、已开业和即将开园的主题公园超过20家。在主题公园密集落地的当下，各地政府纷纷加码布局，加快文旅产业的升级步伐。

为何众多城市热衷于布局主题公园？这些主题公园又能为所在区域带来哪些发展机遇？

长三角大型主题公园占比最高

根据国家发展改革委等五部门于2018年发布的《关于规范主题公园建设发展的指导意见》，主题公园是指以盈利为目的兴建的，占地、投资达到一定规模，实行封闭管理，具有一个或多个特定文化旅游主题，为游客有偿提供休闲体验、文化娱乐产品或服务的园区。

其中主要包括以大型游乐设施为主体的游乐园，大型微缩景观公园，以及提供情景模拟、环境体验为主要内容的各类影视城、动漫城等园区。

数据显示，截至2024年10月份，我国共有385家主题公园，其中87座是特大型和大型主题公园。鉴于竞争力评价所需资料的可获得性，最终有86家被《2024中国主题公园竞争力评价报告》纳入评价。

下转P3

政经 · TOP NEWS

- 3 经济第一城重夺两个“第一”
- 4 专访世界黄金协会樊少凯：年内黄金需求或将持续旺盛
- 5 万亿消费赛道谁是“江苏一哥”
- 7 家里真有矿 我也不敢报这个专业

财经 · FORTUNE

- 9 A股公司赴港上市爆火 半年多家融资超660亿港元
- 12 创业板迎首单未盈利IPO 大普微如何“破冰”？
- 13 福建大佬又出手 紫金矿业拟86亿元买哈萨克斯坦金矿
- 16 思路迪医药夏芳：Biotech仍需要不断迭代创新

产经 · INDUSTRY

- 17 百万烟酒店寻找新增长
- 19 造车新势力上半年交卷：小鹏汽车增幅居首
- 23 雪糕市场回归平价 手工冰淇淋却掀起开店热潮
- 24 楼市派半年成绩单 上海有单盘卖出170亿元

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



零售价/RMB 3.00 HKD 10.00



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

完善政策保障 形成生育友好的社会合力

近日据媒体报道，全国多地即将出台优化生育、促进人口长期均衡发展具体举措。

如湖南，相关部门已起草《关于完善生育支持政策促进人口高质量发展的十条措施》，将从婚恋、生育、托育、养育、教育、养老方面提出系列支持措施。

江西则经省政府常务会议审议并原则通过了《江西省关于加快完善生育支持政策体系的若干措施》，强调增加普惠托育服务有效供给，科学完善婚育假期、就业支持、生育补贴等系列激励政策。

近年来，我国人口形势发生了深刻变化，生育率持续走低，人口老龄化加剧，人口结构问题日益凸显。

面对这一形势，全国多地纷纷出台优

化生育的具体举措，这些动向释放出了一个强烈信号，即人口问题已被置于社会发展关键位置，政府将全力以赴，从多维度、多层次完善政策保障体系，以应对人口挑战。

这些政策预期将在民生等多个层面发挥作用。

在民生层面，生育补贴、育儿假、住房支持等政策将会直接减轻家庭生育成本，让生育家庭得到实实在在的福利，提升家庭幸福感。

在社会层面，普惠托育服务供给增加，能解决婴幼儿“托育难”的问题。

从经济角度而言，合理的生育政策有助于稳定劳动力市场，激发消费活力，特别是母婴、教育、托育等相关产业将迎来新

的发展机遇，带动经济增长。

但众所周知，低生育率是经济、社会、文化多重因素作用的结果，很难说能够在短时间内彻底逆转。

一个事实是，生养费用、教育费用、日常消费、住房开支等问题，仍是抑制生育意愿的深层次障碍。

以产假为例，尽管延长产假有助于母婴健康，但若缺乏配套的就业保障，反而可能导致企业更不愿意雇用育龄女性，从而加剧职场性别不平等。

此外，政策的落地效果取决于执行力和财政投入，许多措施需要持续的资金支持，地方政府是否具备足够的财政能力？如果补贴标准过低或覆盖范围有限，可能难以产生显著效果。

显然，要真正建设生育友好型社会，仅靠目前的措施还远远不够，还需直面诸多痛点难点。

一方面，政策的落实与协同是关键。

政策在执行过程中，有可能需要面临资金保障不到位、部门间协调不够顺畅等问题。

不论是生育补贴的按时足额发放，还是产假期间女性就业权益的保障，都需要各部门、各层级政府密切配合，形成高效的政策执行机制。

另一方面，社会观念的转变与公共服务的完善也至关重要。

现代社会年轻人的婚恋观、生育观发生了很大变化，而且生育问题与教育、医疗、养老等紧密相关。这就需要加强宣传

引导，营造鼓励生育的社会氛围，同时持续完善公共服务，推动“婚恋—生育—托育—教育—养老”全链条政策协同。只有形成全方位的支持网络，才能让家庭“敢生、能养”。

建设生育友好型社会，政府要发挥主导作用，企业也应承担社会责任，社会组织则可以开展各类公益活动，提供育儿指导、心理咨询等服务，形成全社会共同关心生育、支持生育的合力。

人口问题关系国计民生，完善生育支持政策是一场“持久战”。

只有不断解决痛点、补齐短板，形成政策保障与社会合力的良性互动，才能让生育友好从理念变为现实，促进人口与经济社会协调发展。■

商业健康保险创新药目录落地 拓宽创新药支付渠道

时代周报记者 林昀肖 发自北京

7月1日上午，国家医保局召开新闻发布会，介绍《支持创新药高质量发展的若干措施》（下称《若干措施》）有关情况。时代周报记者在现场获悉，《若干措施》由国家医保局、国家卫生健康委6月30日印发。

《若干措施》聚焦我国创新药发展面临的突出问题，立足医保、卫生健康部门职能，提出5方面16条措施，对创新药研发、准入、入院使用和多元支付进行全链条支持，实现“真支持创新、支持真创新、支持差异化创新”目标。

国家医保局自2018年成立以来，持续深化医保药品目录管理改革，在坚持“保基本”的基础上，以前所未有的力度支持创新药发展。

7轮调整，累计将149种创新药（主要是1类创新药）纳入医保目录。临床用药结构发生巨大变化，新药好药的及可及性明显增加，医保基金保障绩效显著提升。

监测表明，截至2025年5月，医保基金对协议期内谈判药品累计支付4100亿元，带动相关药品销售额超6000亿元。

近年，创新药热潮涌现，新药新技术层出不穷。同时，创新药领域同质化竞争加剧，创新药企业价格期待与医保支付能力尚有落差，多元支付的潜力尚有待激发等问题也亟待解决。

国家医保局介绍，《若干措施》的出台将对创新药产业高质量发展发挥重要作用。

首先是助力构建以临床价值为导向的创新药研发新局面。通过医保数据支持、鼓励加大创新药投资、实施目录准入政策辅导及国家科技重大专项支持等措施，激发创新药研发活力，更好匹配临床治疗需求。

其次是构建创新药多元支付体系，拓宽创新药的支付渠道。

一方面坚持常态化调整医保目录，将符合条件的创新药以合理的价格纳入医保药品目录。

另一方面增设商业健康保险创新药目录，充分发挥多层次医疗保障体系功能，提高创新药多元支付能力。同时采取有力措施，鼓励创新药“走出去”，积极开拓全球市场。

此外，助力提高创新药的及可及性，解决创新药使用的后顾之忧。在挂网、入院、支付、配备等各个环节提出切实可行的政策措施，鼓励合理使用创新药，提升药物可及性。

明确基本医保的保障边界

基本医保和商业健康保险都是我国多层次医疗保障体系的重要组成部分。

在上述发布会中，国家医保局医药服务管理司司长黄心宇向时代周报等媒体介绍，2024年我国基本医保参保人达13.26亿，参保率巩固在95%，医保基金支出达2.97万亿元，既为广大人民群众看病就医提供了



坚实保障，也为医疗机构发展、医药技术进步、产业能力提升提供了坚实保障。

黄心宇还指出，有近10亿人参加居民医保，人均筹资仅1070元，其中约2/3仍来自于各级财政补助，因此必须牢牢把握“保基本”定位。

“随着当前医药技术的发展和医疗服务水平提升，确有一小部分临床效果显著、创新程度高的药品因超出基本医保保障能力，暂时无法纳入保障范围。”黄心宇坦言。

近年，我国商业保险呈现快速增长态势。

黄心宇介绍，2024年我国商业健康险原保险保费收入达9773亿元，同比增长8.2%，资金规模已接近当年居民医保筹资总水平。但与城乡居民基本医保超过95%的资金使用率相比，商业健康保险在保障水平和保障效能上还有较大发展空间。

为此，2025年政府工作报告和相关文件均要求完善医保目录调整机制，制定出台商业健康保险创新药品目录，更好满足人民群众多层次用药保障需求。商业健康保险创新药品目录是统筹基本医保和商业健康保险发展、健全多层次用药保障体系、更好满足人民群众多元化的用药保障需求迈出的第一步。

国家医保局认为，建立商保创新药目录将有利于进一步明确基本医保保障边界，给商业健康保险留出更多发展空间；有利于发挥基本医保在数据、专家、管理、政策等方面的优势，为商业健康保险提供公共服务；有利于整合基本医保和商业健康保险资金，形成共同保障人民群众健康的合力，也为创新药发展提供更加充足的经济支撑。

黄心宇表示，国家医保局将做好医保药品目录和商保创新药目录的衔

接，为商保创新药目录药品提供稳定的出口，更好地稳定企业预期，进一步提高药品可及性。

从制定程序上看，黄心宇介绍，商保创新药目录由国家医保局组织制定，国家医保局将充分发挥医保目录调整专家优势，减轻医药企业多头申报的事务性负担，考虑与医保目录同时申报、同步调整，程序基本一致。企业可自主申报纳入医保目录或纳入商保创新药目录，也可同时申报两者。

黄心宇强调，与医保目录调整的不同点在于，商保创新药目录将充分尊重商业健康保险公司的市场主体地位，在方案制定、专家评审、价格协商等环节，保险公司、行业专家等将充分参与的机制。商业健康保险专家对药品是否进入商保创新药目录以及价格协商具有重要决策权。

“商保创新药目录是一项新生事物，需要在实践中进一步探索完善，初期考虑稳妥起步，后续根据医药技术进步、临床需求变化、商业健康保险发展等因素实行动态调整。”黄心宇表示。

健全“1+3+N”多层次医疗保障体系

《中共中央国务院关于深化医疗保障制度改革的意见》提出，到2030年，全面建成以基本医疗保险为主体，医疗救助为托底，补充医疗保险、商业健康保险、慈善捐赠、医疗互助共同发展的医疗保障制度体系。

黄心宇介绍，国家医保局正加快推进健全“1+3+N”多层次医疗保障体系。

其中，“1”即构建全国统一的医保信息平台 and 以医保大数据为核心的医保基础设施及服务能力，为多层次医疗保障体系建立健全提供信息化、智能化支撑。

“3”即完善基本医疗保险、大病

保险、医疗救助三重梯次减负的基本医疗保障制度体系，全面提升医保三重保障效能。

“N”即引导商业健康保险、慈善捐赠、工会互助等其他保障力量发挥作用，推动它们与基本医保错位发展，形成协同，更好发挥补充保障作用。

在这个基础上，针对商业健康保险发展过程中面临的一些难点问题，黄心宇指出，医保和商保将在以下几个方面做好协同，共同支撑创新药的发展。

首先是保障范围协同，探索支持商业健康保险与基本医保错位发展，以建立商业健康保险创新药目录为切入点，进一步明确基本医保的保障边界，支持商业健康保险在保障能力上与基本医保进一步衔接和协同，形成保障合力。

其次是数据协同，在确保数据安全和保护隐私的基础上，探索推进医保数据赋能商保，加快推进医保数据在商业健康保险领域的应用，支持商保快速核保理赔，支持开发更多商业健康保险产品，实现从“保健康人”到“保人健康”的转变。

再者是结算协同，探索推动基本医保和商业健康保险同步结算，通过共享数据，实现购买相应商保的患者在医疗机构端同步结算，信息多走路，患者少跑腿。

对于商保创新药目录药品给予“三除外”支持，即不纳入基本医保自费率指标、不纳入集采中选可替代品种监测、相关商业健康保险保障范围内的创新药应用病例可不纳入按病种付费范围，为商业健康保险扩大保障范围、优化服务提供支撑。

最后是监管协同，充分共享医保智能监管平台和监管能力，逐步实现医保和商保协同监管，保障商业健康保险资金的合理使用，确保平稳运行。■

主题乐园抢夺战

◀ 上接P1

从区域分布来看,华东地区有36家,占比41.8%;华北地区8家,占比9.3%;华南地区9家,占比10.4%;华中地区14家,占比16.3%;西南地区7家,占比8.14%;东北地区7家,占比8.14%;西北地区5家,占比5.81%。

若将视角进一步聚焦,长三角、京津冀、珠三角和成渝城市群成为主题公园扎堆的“黄金地带”。其中,长三角以19家、占比22%的规模位居榜首;京津冀、珠三角与成渝城市群则均有6家。

若深入探究,各城市群的差异不仅在于主题公园数量的不同,更体现在发展程度上的差别。

林焕杰表示,上海已汇聚迪士尼、乐高两大头部IP,锦江乐园已宣布与华纳兄弟集团共同开发“哈利波特制片厂之旅(上海)”项目,小猪佩奇主题乐园也在规划筹建中;杭州也将引入法国知名的狂人公园(Puy Du Fou)。

“这些国际品牌依托成熟的IP运营体系和多元内容转化模式,持续释放品牌虹吸效应,构筑起强大的市场竞争力,这正是长三角地区主题公园行业发展的独特优势。”林焕杰说。

而其他城市群目前仍以本土品牌为主。其中虽不乏华侨城、方特、长隆等广为人知且特色鲜明的大型品牌,但多数中小型主题乐园号召力有待进一步加强,同质化问题突出。

未来,这些主题乐园亟须通过挖掘本土文化特色、创新游玩体验等方式,在差异化发展与内容创新上寻求突破。

用1元撬动3.8元的生意

今年以来,国际IP主题公园项目的新进展接连不断。

2月,锦江国际集团宣布与华纳兄弟探索集团共同开发华纳兄弟(上海)制片厂之旅——“哈利·波特”的诞生项目,此项目位于上海锦江乐园,预计将于2027年开放营业;3月25日,全球规模最大、亚洲首个小猪佩奇户外主题乐园宣布将于2027年在上海崇明长兴岛正式开放;日前,深圳乐高乐园度假区也发布消息称,园区内最大单体建筑已经封顶,同时周边基础配套项目也正加快建设。

与此同时,本土的主题公园也动作频频。

今年1月份,北京海昌海洋公园项目开工,预计2026年建成开放;3月份,爱奇艺宣布在江苏扬州建设首个线下乐园“爱奇艺乐园”;6月,筹备了10年的青岛东方伊甸园正式投入使用。主题公园仿佛已经成为城市的“刚需”。

各地争相布局主题公园的背后,究竟藏着怎样的发展逻辑?

林焕杰指出,主题公园首先是一个城市对外展示的“名片”。与其他娱乐设施相比,主题公园凭借其独特的IP魅力和沉浸式体验,具备强大的聚客能力。

以美国“主题乐园之都”奥兰多为例,13个主题公园在2024年吸引超7400万人次游客,让这座城市成为全球旅游热门目的地。

更重要的是,主题公园是区域经济的强力引擎。大量客流涌入,能够直接带动交通、酒店、餐饮、零售等行业繁荣。

林焕杰告诉时代周报记者,主题公园每创造1元的经营收入,可带动3.8元的城市经济收入,并进一步撬动12~15元的上下游产业链产值。

以迪士尼为例,据中国旅游研究院发布的首份《上海迪士尼度假区快乐旅游趋势报告》显示,2016年6月至2019年6月,上海迪士尼乐园固定资产投资对上海全市GDP年均拉动0.13%,乐园消费对上海全市GDP年均拉动0.21%,乐园年均直接提供就业岗位1万余个,年均间接提供就业岗位超过6万个。

不过,林焕杰也提醒,无论是地方政府还是企业,布局主题公园都需做好长期投入的准备。主题公园投资规模大、资金回收周期长、经营风险高,仅靠短期收益难以实现盈利。

此外,主题公园想要实现可持续



发展,不能仅靠堆砌游乐设备,而是要围绕目标客群,结合项目体量,精打磨特色IP,构建差异化竞争力。

“并非所有城市都适合建设主题公园。”林焕杰指出,区域交通便捷度、经济发展水平、气候条件以及文化底蕴,都是重要考量因素。

林焕杰认为,一般来说,目标城市的常住人口需达到500万人以上,且周边1~2小时交通圈内人口规模要超过2000万人,才能形成基础客流支撑。若缺乏具有国际影响力的IP,想要吸引远程游客更是难上加难。因此,建设前必须开展深度市场分析,找准自身定位与优势,才能让主题公园项目真正“活下来”。■

2000

万人



经济第一城 重夺两个“第一”

时代周报记者 王晨婷 发自广州

中国经济第一大市上海,重现快速增长。

今年第一季度,上海社会消费品零售(以下简称“社零”)总额被重庆反超,相差约146亿元。但在5月,上海重夺守了七年的“消费第一城”宝座。

同样,上海的进出口总值在去年被深圳反超后,于今年第一季度重回第一并保持领先。1—5月,上海外贸进出口总额达到1.8万亿元,同比增长11.5%,高于第二名的1.77万亿元,守住“外贸第一城”。

强势夺回两大“第一城”称号,上海重新宣告了城市经济的回暖。

此外,在建设国际金融中心方面,上海也动作频频。近期,国家金融监管总局会同上海市人民政府联合印发《关于支持上海国际金融中心建设行动方案》,全力支持上海国际金融中心建设迈向更高层次。

时隔一年,社零增速首回正

今年1—5月,上海实现社零总额6872.11亿元,同比增长1.4%。虽然距离全国社零增速(5%)尚有差距,但这已经是上海近一年来社零增速的首次回正。

2024年全年,上海社零总额1.79万亿元,重庆以1.57万亿元的成绩排名第二。在此之前,上海自2018年起,已经连续七年坐稳“消费第一城”位置。但在1—2月的年内首份社零“成绩单”公布后,重庆就已经完成了对上海“消费第一城”的超越。

第一季度,1—4月,上海社零总额持续负增长,重庆则始终保持4%以上的增速。直至1—5月社零数据的公布,上海才以69亿元的微弱差距重新超越重庆,夺回“消费第一城”的头衔。

在一些细分领域,上海今年亦表现出色,如在去年被北京超越后,在今年年初重新成为春节档电影第一大票仓。

除了民众整体消费热情的逐渐回暖,上海5月以来社零的增长,主要得益于政策上的加码。5月1日,第六届上海“五五购物节”启动,九大商圈近百个商场、约3600个品牌同步推出“商圈精品推广节”活动,通过各类商圈消费券发放刺激线下消费。

截至6月25日,上海线下消费总金额为3785亿元,日均消费67.6亿元,累计同比增长10%。与此同时,“6·18”系列活动的前置也带动了5月线上消费快速增长。最终,上海5月单月社零实现1516.7亿元,同比增长7.5%,为今年最高。

在“外贸第一城”方面,上海和深圳两地“缠斗”已久。2012—2015年的3年间,“第一城”称号曾两度易主,此后8年上海一直稳居第一,直到去年深圳进出口总额大涨16.4%,跃居首位。

今年第一季度,深圳市外贸进出口总值9901亿元,同比下滑2.8%。上海进出口虽然也同比下滑了2.7%,但

总值达到了1.01万亿元,略胜一筹。这一优势也在持续保持。今年前5个月,上海市外贸进出口总额1.8万亿元人民币,同比增长1.8%;同期,深圳市进出口总额1.78亿元,同比下降1.9%。

上海外贸的核心优势在于外资外企。2024年,上海外资企业进出口总额占比55.71%,进口占比也高过出口。深圳的优势则在于数量庞大的民营企业,民企进出口总额占比超过七成,出口占比高达62%。

不过今年以来,深圳的核心增长驱动力似乎发生对调,进口开始更多拉动其进出口总额增长。1—5月,深圳出口下降8.6%,进口增长了10.1%,其中5月单月进口总额同比增长12.7%。

与此同时,上海的核心增长驱动力也发生了变化,民营企业在上海出口主体中的地位与日俱增。2025年上半年,上海市有外贸实绩的企业超5万家,其中民企近4万家。改变了长期以来上海外贸主要由外资企业和国有企业支撑的局面。

今年前5个月,上海民营企业进出口增长22.2%,增速高出整体20.4个百分点,占同期进出口总值的37.7%,较去年全年占比高出4.2个百分点,拉动全市外贸增长7个百分点。5月份,上海民营企业进出口1477.1亿元,创单月历史新高,增长27.3%,是上海市进出口增量的主要贡献主体。

“上海外贸数据的快速增长,既有外贸市场主体面对外部冲击时的策略性应对的因素,又有上海产业结构和外贸产品结构的调整性因素,表现出上海外贸主体在应对重大市场变化时的强大韧性。在面临关税冲突等外部负面冲击时,上海贸易类市场主体通过提前出货的方式争取将市场波动带来的冲击降至最低,这与全国同期外贸变化趋势相符。”上海社会科学院经济研究所副研究员张伯超告诉时代周报记者。

在出口目的地方面,上海的出口市场日益多元化,在张伯超看来,这为原来的主要出口市场发生重大变化时应对市场波动风险提供了更多选择,从而有益于化解市场风险。

但目前来看,深圳和上海两地关于“外贸第一城”的争夺尚有悬念。例如在出口方面,深圳连续32年蝉联“出口第一城”,其优势在短时间内还是难以挑战。今年1—5月,深圳出口总额达10584.85亿元,下降8.6%;而同期,上海出口虽增长11.5%,但总额不及深圳,为7873.8亿元。

经济第一城的下一步

虽然夺回两大“第一”称号,但上海与竞争者的差距并不大,远非高枕无忧。

如何保住竞争优势,继续发力,上海还面临着不少待解的问题。

在消费方面,虽然上海1—5月社零增速回正,但整体餐饮收入尚未回正,今年前5个月仍同比下降2.5%,可见消费活力尚未完全恢复。在“6·18”“五五购物节”等营销活动退潮后,线上线下消费能否继续保

持快速增长,也值得关注。

5月底,《上海市提振消费专项行动方案》发布,提出32项具体举措提振消费。

其中,大力发展体育赛事经济,丰富悦己消费,挖掘邮轮消费潜力等内容聚焦新型消费模式。如支持经营主体结合古典园林等开发主题文旅秀演项目,支持宠物陪伴等业态发展,鼓励二次元经济健康发展,放大F1中国大奖赛、上海ATP1000大师赛等国际顶级赛事溢出效应等提法都备受年轻消费者关注。

在张伯超看来,为了进一步激发上海消费市场新活力,上海需要进一步发挥自身开放优势。“通过策划像古埃及文物展等文博大展活动打造爆款引流赋能,融合商旅文体展促消费潮流化,放大文博大展和赛事演艺活动结束后的持续引流,有望改变客流和消费流量的瞬时‘潮汐效应’为可持续的‘长尾效应’。”

贸易侧方面,张伯超认为,上海要尽快适应中美贸易“边打边谈”的常态化形势,保持灵活应对,加强与外部市场互动,建立中美关税波动预警机制,联合金融机构开发运价期货等避险工具,稳定市场预期,增强供应链韧性。其次,上海要抓住难得窗口期,加快推动龙头企业强化本土化布局。

目前来看,部分外资外企收缩的压力依旧存在,但前期民营企业的快速增长已经为上海外贸提供了新的支撑。逐渐走出外贸转型升级的阵痛期后,随着下半年国际形势的逐渐明朗,进出口的进一步回暖也值得期待。

依托自贸区、金融中心与全球网络,上海的外贸优势是独特的,也提供了一系列先行先试的基础。2023年年底,国务院在上海自贸试验区试点80条措施,打造国家制度型开放示范区。日前,国务院印发意见,将试点成熟、成效显著、风险可控的77条试点措施向更大范围复制推广。

例如,上海自贸试验区通过优化国际中转集拼平台运作模式,整体作业时间减少50%,带动洋山港国际中转集拼货物比例从12.6%提升到18.6%,在全球集装箱港口绩效排名跃升首位;进一步推动保税维修新业态创新发展,规模提升。2024年,上海关区保税维修进出口规模超过了1200亿元,同比增长73.9%。

金融也是上海可以继续扩大的独特优势之一。

近期,国家金融监管总局会同上海市人民政府联合印发《关于支持上海国际金融中心建设行动方案》,力争通过五至十年建设,使上海国际金融中心的能级实现“全面提升”,形成与中国综合国力和国际影响力相匹配的现代国际金融中心。

6月,国家金融监管总局批准了友邦人寿、荷兰全球人寿在沪筹建保险资管公司。

国家金融监管总局局长李云泽表示,将一如既往推动更多金融开放措施在上海先行先试,全力支持上海国际金融中心建设再上新台阶。■

TOP-TALK · 高端访谈

专访世界黄金协会樊少凯：年内黄金需求或将持续旺盛



樊少凯

世界黄金协会全球央行兼亚太区(中国除外)负责人

时代周报记者 王晨婷 发自广州

狂飙上涨近半年，刷新历史高点超过20次后，全球黄金价格进入了一个调整期。

现货黄金价格已连续超过两周下跌。此前在6月30日，现货黄金一度跌破3250美元/盎司，刷新一个月以来新低。

7月7日早盘，现货黄金再度走低超30美元，跌破3310美元/盎司，3300美元关口岌岌可危。

有分析认为，这主要是受到了近期地缘冲突缓和、经济数据回暖、美联储不急于降息言论等多重利空因素影响。

但在全球地缘政治冲突不断、经济形势复杂多变的整体环境下，作为“避险资产”和“硬通货”，黄金的价值依旧受到广泛关注。

不只普通投资者对黄金“上头”，全球央行也正为黄金疯狂。

世界黄金协会近日发布的《2025年全球央行黄金储备调查》(下称《调查》)显示，95%的受访央行认为，未来12个月内全球范围内的央行都会继续增持黄金。

这一比例创下了自2019年首次针对该问题进行调查以来的最高纪录。而近43%的央行明确表示，计划在未來一年內增加自身黄金储备。

另据国际货币基金机构官方论坛(OMFIF)公布的一项调查结果，参与调查的32%央行计划在未來12~24个月内增加黄金敞口，这是过去5年来最高数值。

我国央行数据也显示，2025年5月末，我国黄金储备为7383万盎司，较4月末增加6万盎司，已连续七个月稳步增长。

全球央行“购金潮”体现了资产配置逻辑的转变，也出于对黄金走势的乐观。

不过，对于金价后续走势，不同机构的预测之间出现巨大的分歧。

高盛认为，2025年全球央行的黄金购买量仍将强劲，预计黄金价格的涨势将继续超过白银。基本预期年底金价为每盎司3700美元，到2026年中期则达4000美元。

在极端尾部情景下，高盛预计黄金到2025年年底可能会触及每盎司4500美元。

花旗集团则预计，未来几个季度金价将跌破每盎司3000美元。到2026年下半年，金价预计回落至每盎司2500~2700美元区间。

如何理解黄金价格近期走势？全球央行“购金潮”背后的逻辑是什么？

带着这些问题，时代周报记者日前专访了世界黄金协会全球央行兼亚太区(中国除外)负责人樊少凯。在樊少凯看来，尽管黄金的重要性正被越来越多的人发现，但他不认为黄金会更多地恢复其在全球金融体系中的“货币属性”。

央行购金占总需求比例快速增长

时代周报:《调查》显示，逾九成的受访央行认为，未来12个月内全球央行将继续增持黄金。如何理解各国央行增持黄金背后的逻辑？

樊少凯:各经济体央行将黄金视为提升其储备组合多样性和韧性的重要方式。

随着全球地缘政治和金融形势日益复杂，越来越多的央行选择增持黄金，以应对不断增长的不确定性。

根据我们的调查，逾九成(95%)的受访央行认为未来12个月全球央行将继续增持黄金，这一比例创下自2019年首次针对相关问题进行调查以来的最高纪录，这表明几乎所有央行都对黄金作为储备资产的作用充满信心。

时代周报:黄金在未来储备组合中的份额大概会占到怎样的比例，不同国家或地区之间会有什么区别吗？

樊少凯:未来黄金在各经济体储备组合中所占比例难以准确预测。

每个国家或地区的央行都根据自身的具体需求来构建其资产组合，因此并不存在一个具体的黄金最佳配置比例。不同央行之间在黄金配置上会存在差异。

时代周报:全球央行“购金潮”是否对国际黄金市场形成了结构性支撑？从投资者结构来看，今年以来是机构买入为主，还是个人投资热度高涨？背后反映了怎样的市场预期？

樊少凯:是的，目前各经济体央行的购金量占全球黄金总需求的约20%，而在2022年之前，这一比例仅为10%~15%。这一占比的提升推动了全球黄金需求的整体增长。

不认为黄金会更多恢复“货币属性”

时代周报:作为传统避险资产，

黄金常因地缘政治紧张而大涨。但自伊以冲突以来，金价在一周内下跌了2%。如何理解黄金价格这一段走势？它后续可能会随地缘政治变化如何变化呢？

樊少凯:伊以冲突爆发的第一天，黄金价格出现上涨，反映出市场初步的避险情绪。

自那以后，包括黄金在内的许多资产类别并未对紧张局势做出持续反应。

例如，尽管冲突持续，但股票市场却有所上涨。市场可能认为当前的冲突影响范围有限。

如果冲突的范围进一步扩大并变得不可预测，那么我们预计市场将会出现更强烈的避险反应。

时代周报:从国际政治经济格局来看，如何理解黄金在“后美元时代”中扮演的角色？在全球金融体系中，黄金是否正在恢复更多的“货币属性”？

樊少凯:2025年，机构和零售投资者对黄金的需求都十分强劲。同时反映这两类需求的黄金ETF今年也出现了强劲的资金流入。2025年，在许多主要的黄金市场，零售金条和金币的需求也持续旺盛。

为应对持续的全球不确定性，许多投资者和个人转向黄金以管控风险并增加投资组合的多样性。

黄金作为一种非政治性资产，不由任何政府发行，因此具有独特的优势。尽管黄金的重要性正在被越来越多的人发现，但我不认为黄金会更多地恢复其在全球金融体系中的“货币属性”。



REGION · 区域

万亿消费赛道 谁是“江苏一哥”

时代周报记者 **李杭** 发自北京

“没有假球,全是世仇”的“苏超”结束了第五轮赛事,热度不但没有减退,反而越来越受追捧。

常州摇来中华恐龙园的恐龙到赛场给球员加油;苏州在金鸡湖夜空用1000架无人机组团整活,为“苏超”加油助阵;就连柬埔寨的大屏上都有“苏超”的相关文案,让这场赛事火出了国际范。场均超2.5万人的上座率和多次刷新的现场观看人数,都展现出“苏超”强大的吸引力和大众对赛事的热情。

尤其是7月5日上演的“苏超”第六轮苏州与南京对决,在赛前被网友冠以“江苏一哥”之战的名号。

4万张票在10分钟内便被抢购一空,原本10元的门票,部分黄金观赛区域甚至被炒至600元高价,这场比赛已然成为众人瞩目的焦点。

赛场上激烈的竞技角逐,映射到赛场外,则转化为强劲的消费动能。

最新数据显示,5月江苏社会消费品零售(以下简称“社零”)总额同比增长6.3%,增速较4月加快1.3个百分点。今年1—5月,江苏省社零同比增长5.6%,增速较今年1—4月加快0.1个百分点。

细看13地市的消费数据,苏州和南京在省内消费领域优势显著。

作为江苏唯一的万亿元消费城市,苏州继续保持领先,今年1—5月,苏州实现社零总额3852.7亿元,同比增长4.2%。

南京则正在全力向万亿元消费城市“冲刺”。1—5月,南京社零总额3651.1亿元,同比增长6.3%。

若后续能进一步加快增速,今年能否成功迈过万亿元门槛,备受期待。

苏州社零增速明显放缓

反映社会消费品市场总体规模的社零总额,是衡量一个国家或地区消费水平和市场活力的重要指标。

2024年,苏州社零总额首次突破万亿元大关,达到10043.7亿元,成为首个迈入“万亿级消费俱乐部”的地级市。

今年,苏州的政府工作报告将“突出扩容增效,全方位扩大有效需求”确立为2025年十大重点工作的首要任务,足以见得“扩内需,促消费”对于苏州经济发展的重要性。

具体行动上,苏州打造购物节品牌,持续落实以旧换新政策,促进汽车、家电、家居家装等大宗商品消费。

制定出台首发经济发展政策,引进落地各类品牌首店超200家。

从消费数据上看,计算机和家电等品类的销售支撑起了苏州消费的增长。

据苏州市统计局数据,今年1—5月,苏州家电办公类产品在促消费政策带动下需求持续释放,限额以上家用电器和音响器材类、计算机及其配套产品零售额分别增长了22.8%和240.2%。

从消费场景来看,线上消费增势较好,限额以上批发零售业通过公共网络实现零售额同比增长15.0%,拉动全市社会消费品零售总额增速2.0个百分点。

不过,苏州今年以来的社零增速出现明显放缓。

1—2月、第一季度、1—4月及1—5月的社零增速分别为0.7%、2.9%、3.7%和4.2%,远低于去年同期的11.8%、10.6%、10.1%和9.8%。

北京社科院副研究员王鹏告诉时代周报记者,苏州今年消费增长相对乏力,是由于其消费市场面临结构性分化,传统消费领域承压与新兴消费动能不足并存。

王鹏分析说,一方面,受高基数以及政策虹吸等因素影响,苏州汽车尤其是新能源汽车消费跌幅较为明显。另一方面,苏州消费业态仍以传统商贸为主,体验式、沉浸式消费场景供给仍有不足,导致本地居民对高品质消费的需求外溢至周边城市,加之目前居民预防性储蓄倾向增强,抑制非必要消费支出,所以社零增速较去年同期明显放缓。

面对消费增长受阻,王鹏认为,苏州不应该局限于修补消费业态固有的短板,而是应该通过发展生产性服务业开辟新的增长赛道。

王鹏指出,苏州应该用制造业赋

能消费,发展生产性服务业。“围绕电子信息、高端装备等万亿级产业,拓展研发设计、检验检测等生产性服务消费,形成差异化竞争力,以此打破当前消费增长瓶颈。”

此外,苏州这两年积极打造“演艺+”“赛事+”等消费新场景。

2024年,苏州共举办5000人以上规模的演唱会65场、1000人以上规模的演唱会90场,共计门票总收入超8亿元,城市演唱会活跃程度居全国第五。

而今年5月以来,配合“苏超”的举办,苏州推出各类餐饮购物消费券,并打造足球夜市等新场景。

下半年,随着“苏超”热度持续,苏州消费增速有望进一步提升。

南京冲击万亿消费之城

与苏州消费增长放缓不同,今年以来,南京的社零增速表现亮眼,甚至一度超越了苏州。

1—2月、第一季度、1—4月及1—5月,南京的社零增速分别达到7.9%、7.5%、5.9%和6.3%。其中,1—2月和第一季度的增速较去年分别提高了3.6个和3.2个百分点,消费增长动力强劲。

时代周报记者梳理今年以来南京的消费数据发现,其增长主要靠“国补”发力,网络零售的快速增长,以及假期和赛事经济的持续拉动。

根据统计数据,1—5月南京社零总额3651.1亿元,同比增长6.3%,较1—4月提升0.4个百分点。

细分来看,这一增长势头在重点消费品领域尤为明显:1—4月,家用电器和音像器材类、文化办公用品类、通信器材类、汽车类商品零售额均已实现显著增长,同比分别达15.9%、38.1%、37.8%、10.3%。

进入5月,相关品类延续向好态势,其中汽车类、家用电器和音像器材类、通信器材类限额以上零售额增速进一步攀升至58.0%、63.8%、20.3%,合计拉动限额以上社会消费品零售额增长18.6个百分点。

此外,南京消费市场的强劲增长,还依赖于文旅体活动的持续赋能。

上半年节假日密集,春节、清明、

“五一”等传统节假日相继到来,作为重要的旅游城市,南京自然吸引大量游客。据文旅部门发布的数据,仅“五一”期间,南京便接待游客1219万人次,旅游总收入达153亿元,按可比口径较去年同期分别增长12.6%和18%。

而整个5月,这份热度还在不断增加。“苏超”在南京奥体中心开赛,张学友、周深、莫文蔚等知名歌手的演唱会也轮番登场。

这些高人气的赛事与演出,不仅让城市热度持续攀升,更有效拉动了住宿、餐饮等多领域消费。

为了放大文旅体活动的消费带动效应,南京还推出“跟着演出(赛事)游南京,乐享‘1+3’优惠活动”,即观众凡购买南京市域内举办的大型演出和重大体育赛事门票,凭观演(观赛)票据即可享受南京市域内景区景点、住宿餐饮、商场购物等三重优惠。

这一举措不仅延长了观众在南京的停留时间,更有效拉动了“吃住行游购娱”全链条消费。

在王鹏看来,近年来,南京持续举办各类文旅体活动,大力发展首店经济,通过政策支持、资源整合,持续吸引全球首店、亚洲首店入驻,形成“消费引力场”。加之省会城市的资源集聚和交通枢纽优势,消费虹吸效应显著。

近年来,南京消费市场的热度持续走高。2024年,南京全市实现社零总额8552.75亿元,排名全国第8位。而南京的目标也十分明确,今年将全力突破万亿元大关,正式跻身万亿元消费城市行列。

不过,多名专家向时代周报记者表示,从1—5月数据来看,南京消费增速平均约6%,依此速度,今年破万亿元存在挑战。

但现在断言为时尚早。6月中旬,2025年南京文化旅游节盛大开幕,服务消费季活动在同期启动,“苏超”的火热也有望持续。

接下来,还将有一系列文旅体活动陆续举办,或将刺激消费大幅增长。最终南京能否在今年成功突破万亿元消费大关,仍需持续关注后续几个月消费数据的走向,以及相关活动的实际成效。■

1219

万人次



新建机场 能否让鹤岗翻盘?

时代周报记者 **阿力米热** 发自北京

因房价低而飘红的城市,将迎来机场。

近日,据微信公众号“鹤岗发布”消息,民航东北地区管理局、黑龙江省交通运输厅联合批复新建黑龙江鹤岗萝北机场初步设计。

据悉,鹤岗萝北机场是国家“十四五”民用航空发展规划的重点项目之一。

本期工程将按照年旅客吞吐量45万人次、年货邮吞吐量1600吨设计,飞行区指标为4C。

4C中,“4”意味着跑道长度在1800米以上,可适应较大型飞机起降;“C”表明这类飞机翼展在15~24米之间,主起落架外轮间距在4.5~6米之间。

简而言之,数字越大代表跑道越长,字母越靠后代表跑道越宽。4C机场可以满足常见的空客A320、波音737等机型。

根据2025年鹤岗市政府工作报告,该机场力争2027年校飞通航。

作为一座典型的“收缩型城市”,鹤岗一度因资源枯竭、产业衰退、人口长期外流而陷入发展困境。

此前,还屡次因两三万元能买一套房、财政重整等话题登上热搜。

陷入多重困境的鹤岗,为何能获批建机场,还非要建机场呢?

转型需求

很多人对鹤岗的认识,是从售价便宜的房子开始。

前几年,鹤岗因房价低至5万元

一套、2万元一套,甚至10万元就能买别墅而多次登上热搜。

如今,鹤岗的新房挂牌价仍低于2000元/米²,依然是全国地级市中房价偏低的城市之一。

而房价低的原因,与鹤岗近年来经济下滑、优势产业衰退、人口外流密切相关。

早在10多年前,凭借发达的煤矿产业,鹤岗从镇升级为县,再到地级市,这座依煤而建的城市,曾是东北地区重要的能源工业城市。

它因资源而生,同样因资源枯竭而衰退。

2011年,“鹤岗”出现在国家第三批资源枯竭型城市的名单上。即便如此,2013年之前,鹤岗仍靠采煤站稳脚跟。

数据显示,2011年鹤岗GDP达313.1亿元,同比增长14.1%;2012年达到358.2亿元,同比增长13.5%。

直到2013年,受到市场需求下降、产能建设超前、进口煤大量增加等多重因素影响,煤炭行业进入变局,“黄金十年”至此结束。此后,鹤岗GDP开始放缓。

经济增速放缓,鹤岗人口也开始外流。

“七普”数据显示,2010—2020年,鹤岗的常住人口减少约16.7万人,降幅达15.8%。从东北地区看,虽然鹤岗并非人口减少最多的城市,但人口下行使得当地房产价格难以维持。

在此背景下,鹤岗仍获批建机场。公开资料显示,该项目自2013年开始谋划。

直到2022年,鹤岗萝北机场获国务院等联合批复立项。其推进背后有

多重考量:既是资源枯竭型城市转型的迫切需求,也是为了借助航空运输助力旅游发展。

当前,鹤岗正从资源型城市向多元化转型,发展石墨产业。

2024年,黑龙江石墨提纯中心建设完成,开发出纯度达99.99995%以上的超高纯石墨产品,达到国际领先水平。

中国民航大学航空经济与发展研究所所长李晓津在接受时代周报记者采访时表示,新能源汽车、储能、航空航天等新兴业对石墨的需求量增长很快,而鹤岗萝北机场所在位置距离最大的云山石墨矿距离仅50公里左右,这为当地石墨产业的运输和外销提供了极大的便利。

与此同时,鹤岗正充分发挥森林、界江、冰雪、湿地等生态资源优势,大力发展旅游业。数据显示,2023年、2024年鹤岗接待游客数同比增长51%、20.3%,展示了强大后劲。

从交通层面看,连接鹤岗的仅有鹤伊高速,哈萝公路(国道)、鹤大公路(国道)以及鹤伊公路(国道)构成外部交通主骨架,距离鹤岗最近的则是距离约77公里外的黑龙江佳木斯东郊机场。

因此在2017年,当地媒体就指出,“当下的鹤岗,实现城市转型急需便捷的空中交通,沿边开发开放急需畅通的对外通道,发展文化旅游急需高效的航空支撑”。

而鹤岗萝北机场建成后,将完善当地水陆空立体交通体系,并融入哈尔滨两小时经济圈,推动与临近城市产业项目合作、城际旅游合作。

除此之外,李晓津认为,鹤岗的

直播经济增长迅猛,依托较低的房价和完善的配套服务,很多网红进驻鹤岗,开展直播带货,带动了当地相关农业、林业及制造业发展。

机场建设将对鹤岗上述产业及至整个社会发展发挥推动作用。

收益几何?

若算一笔经济账,鹤岗萝北机场到底能带来多少收益呢?

李晓津分析称,当前,国内机场建设的资金来源主要包括三个方面:一是财政(包括国家、省级、市级和区级);二是银行贷款;三是企业自筹。根据国内机场一般情况,若年旅客吞吐量超过200万人次,可以基本覆盖现金支出;若超过500万人次,可以基本覆盖成本。

根据鹤岗萝北民用支线机场的规划,本期工程将按照年旅客吞吐量45万人次建设。

这意味着,仅从旅客吞吐量来看,该机场或难以覆盖成本,可能处于亏损状态。

事实上,从全国范围来看,机场大多处于亏损状态。

2024年民航行业发展统计公报数据显示,机场实现营业收入1136.7亿元,比上年增长8.5%;利润总额仍为-130.6亿元,不过已比上年减亏66.1亿元。

而从经济发展角度来看,机场仍具备明显的促进作用。

根据中国民航大学航空经济与发展研究所(AIR)的统计,机场对当地经济社会发展具有显著促进作用。以2024年为例,全国GDP增长约5.5%,而全国机场所在城市GDP增长

约6.5%,机场所在城区增长约7.5%。

这表明,鹤岗萝北机场落地使用后,其经济发展或迎来新的契机。

“特别在中小型城市,机场所在城区往往发展很快,成为‘收缩型城市’中的‘扩张型城区’,甚至是此类城市核心,如黑龙江、新疆、西藏、云南等普遍呈现该特点。建设机场能够放大当地要素禀赋,使机场所在城市、城区在省内获得更大话语权。”李晓津说。

从更大范围来看,鹤岗萝北机场的落地对黑龙江全省意义重大。目前,黑龙江已有14座民用运输机场,数量位居全国第5位。

根据《黑龙江省综合立体交通网规划纲要》,到2035年,黑龙江民用运输机场数量将增加到23个,运输机场100公里服务半径将覆盖全省90%以上的国土面积和人口。

从这一规划来看,也将助力完善黑龙江东部地区综合交通运输体系、提升区域交通便利性和通达性。

不过,要使机场发挥更大作用,李晓津认为,还需要将机场建设与机场运营紧密联系起来。

根据黑龙江省其他机场经验,首先实现年旅客吞吐量25万人次,鹤岗机场要提前与民航和地方主管部门、省机场集团、航空公司、租赁商户等接洽,了解这些部门及旅客、货主的需求,甚至提前招商,缩短磨合期,减少民航和地方主管部门的后期补贴。

“与此同时,地方政府在机场周围超前布局航空经济、临空经济和低空经济区规划,结合招商引资从简建设,减少后期负担、增加后期收入。”李晓津说。■

第Z城 · 年轻人在的地方就是顶流

编者按：Z是字母表的最后一位，却是年轻世代的代名词。Z世代流向哪里，哪里就是站在所有城市之前的“第Z城”。

第Z城是卡尔维诺笔下“看不见的城市”，由看不见的风景组成：清风拂过人们年轻的脖子，巷子里飘满咖啡的味道，满城的绿植正在进行光合作用，其中的人也在吸收生活的养分。

但第Z城并不抽象，它是具体而可抵达的生活方式：更有朝气的经济，更多元的城市文化，更可接受的生活成本，更适合年轻人生活与发展，不浪费年轻的热情与才情。

也正因此，第Z城是重新找回城市本质的城市代名词，它是建筑、自然、诗歌和音乐的四位一体，拒绝单一，拒绝无聊，唤醒生而为人的可能性，正如查尔斯·兰姆所说，“如果你醒着，生活就醒着”。

如何创造一座第Z城，答案已经不言而喻了：去问一问年轻人的感受，让他们的快乐不再是奢侈品，忧愁不再是无解的考题，让他们的获得感根植于看得见、摸得着的体验。

再问一问自己的内心：那些你愿意为之逗留和徘徊的城市，那些你愿意让下一代成长于其中的地方，就是你的第Z城。

留不住年轻人 算什么好城市？

新周刊 谭山山

请记住这个数字：1222万——这是2025年即将毕业的应届大学生的数量。即将离开校园的他们，会更愿意选择在哪座城市开启新生活？或者，反过来说，城市应该怎么做，才能成为年轻人的“理想型”？

自2016年10月国务院办公厅发布《推动1亿非户籍人口在城市落户方案》以来，全国多座城市推出人才引进政策，掀起“抢人大战”。其中，西安、武汉、成都、杭州等“二线明星城市”成为主角。

此后，一轮轮的“抢人大战”热潮不退，除了表现最积极的二线城市，一线城市和三、四线城市也纷纷入场“摇人”。

2025年开年，北京、深圳、上海等地接连出台“抢人”新政。为正在求职的应届毕业生提供免费短租是基本配置，2018年就实现大学毕业生引进“秒批”的深圳，此次喊出“只收梦想，不收租金”的口号。

“抢人”，就是抢人才，尤其是创业人才。DeepSeek创始人梁文锋在接受媒体采访时曾表示：“我们并没有什么高深莫测的奇才，都是一些TOP高校的应届毕业生，没毕业的博四、博五实习生，还有一些毕业才几年的年轻人。”

而最新这一轮的“抢人”，更倾向于以产业“抢人”，按需“抢人”。比如，广东省的“百万英才汇南粤”行动计划，首期募集超过60万个岗位，半导体、人工智能、低空经济等新兴产业岗位占比超七成。

各地对年轻人才的争夺，归根结底是对城市未来的争夺。

什么样的城市称得上“青春之城”？

年轻人的“理想型”，现在有个新名称叫“青年友好型城市”(youth-friendly city)。因为青年的发展性特征，又称“青年发展型城市”。更直白地说，就是“青春城市”或“年轻城市”。

城市要发展，青年首先要空间发展，已经成为一种全球性共识。

2022年4月，我国开始进行青年发展型城市建设试点。首批入选的试点名单中，除了北京、上海、广州、深圳、重庆、天津、杭州、苏州、成都、武汉、长沙、贵阳等近年来发展势头迅猛的城市也在列，共有45个试点城市(含直辖市的市辖区)、99个试点县城。

试点两年来，来自中国共青团网的数据显示，截至2024年年初，在第一批试点城市引领带动下，已有超过200个地市、近500个县城主动参与青年发展型城市建设。从“抢人大战”到建设青年发展型城市，可以说，政策正在向年轻人倾斜。

什么样的城市称得上“青春之城”？2014年，加拿大战略咨询公司Decode发布了其第一份全球“青春城市排行榜”(Youthful Cities Index)，在入榜的25座城市中，多伦多、柏林、纽约排在前三位，上海排在第20位，是唯一入榜的中国城市。

青春城市联合创始人索尼娅·米尔科维奇(Sonja Miokovic)表示：“全球有一半的人口不到30岁，他们中的一半居住在城市中。年轻人和城市——尤其是大城市，这两者共同创造未来。城市需要符合年轻人口味，并且让他们积极释放潜能。我们所处的时代充满机会，年轻人是世界上最大的未开发资源，他们可以改变我们



的居住环境、工作地点和娱乐方式。”

在青春城市团队看来，更年轻的城市普遍表现为六大特征，即联结(connecting)、活力(dynamic)、开放(open)、新奇(curious)、创造(inventive)和好玩(playful)。他们的评选，即围绕生活(live)、工作(work)、玩乐(play)这三个核心维度展开。比如工作维度，通过就业、金融服务、教育、创业、可负担性(物价和房价)这五个二级指标加以测度。

国内也有类似评选。福卡智库评选“青春之城”，基于“创新、活力、有为、品质、开放、有爱”六大要素；半熟财经则通过就业吸引力、生活成本、生活便利度、政策支持力、人文吸引力这五大维度评选“年轻力城市”。

在2024年半熟财经发布的“年轻力城市”榜单中，广州、北京、杭州、南京、上海排在前五位。

广州综合排名第一，跟它在生活便利度(排第一)、人文吸引力(排第二)、就业吸引力(排第三)这几个子项的突出表现密不可分。

年轻人在哪里，人气就在哪里

2023年春节，知名科技博主阮一峰在长沙、昆明、大理度假，这些城市旺盛的人气，让他始料不及。

在长沙，大年初一当天，黄兴路步行街的每一个摊位都在排长队。他在一家茶饮店排队20分钟，终于轮上，店员才告诉他，还要再等90分钟才能做好饮品，他以为听错了；在昆明，因为他出门晚，市中心的昆明老街没有饭店可以吃饭，饭店都说排队的客人满了，不再接单；在大理古城，晚上10点，许多城市的夜市已打烊，而这里的夜市刚刚开始，人头涌动，看样子直到午夜都不会停息。

阮一峰现居上海。在他看来，上海就看不到这样的人气，尤其是春节期间，人都走了，更是冷清。为什么像上海这样的有着约2500万常住人口的超大城市，人气反而不如这三座城市？阮一峰认为，这跟人口的年龄结构有关。

根据第七次全国人口普查的数据，这四座城市老龄人口(60岁以上)的比重，昆明最低(14.40%)，长沙(15.33%)、大理(15.80%)次之，上

海则最高(23.40%)。街头消费的主力军是年轻人，而上海老龄化现象严重，所以街上人气不旺。

不仅仅是上海，沿海省份的老龄化程度也普遍高于内陆省份。与此同时，内陆省份不仅老龄人口比重低，出生率也更高。长期来看，内陆的年轻人口会大大多于沿海，消费需求也更强——因为消费增长主要由年轻人推动。阮一峰据此认为，这些年轻人口旺盛的需求，就是中国下一步的增长动力。

2022年，上海社会科学院研究员、原副院长何建华在接受媒体采访时这样表示：“一座城市的活力永远来源于受过良好教育的，有理想、有追求的年轻人。”

在何建华看来，一线城市现在也开始有未来焦虑症，“如果(城市)每年没有一定比例的新鲜血液注入，同时又快速步入老年化，那么这座城市无非是‘未富先衰’，或者说未来发展的动力、动能和潜力不足”。

“蹲”一个适合自己的城市

把人“引”过来之后，更重要的是让他们“留”下来。

从以往的“送户口”“送补贴”到现在的“送短租”，有评论指出，许多城市在制定吸引年轻人的策略时，还在用“70后的思维解00后的方程”，没有跟上他们的步伐。

2022年，DT财经和小红书、中国社会科学院社会学研究所联手发布《“蹲”个城市——年轻人选择城市新需求洞察报告》。

其数据基于DT财经发起的“你的理想城市是啥样”小调研，共有2025人参与调研，其中00后、95后和90后占比近九成(86.60%)。

该报告发现，有82.10%的受访者有换个城市生活的想法，而且他们会主动寻找宜居城市。比如，2022年年初以来，小红书开始涌现“蹲一个宜居城市”的相关笔记。报告团队对这些笔记进行分析，得出20个宜居城市需求关键词，房价、交通、高铁、便利、医疗排前五位。此外，还有一些个性化需求：“几线都行”“水果城”“适合宅”“对宠物友好”“有Livehouse”“古建筑多”“丰富的戏

剧展览”，等等。

也就是说，城市的硬性发展指标依然重要，房价、收入这种经济指标，以及高铁、机场、地铁、教育和医疗资源等基础设施，年轻人都会考量；但在常规标准之外，年轻人显然对生活细节提出了更多明确的要求。

调研数据也佐证了这一取向。在回答“如果要选择未来居住和工作的城市，你认为城市的哪些特点更加重要”这个问题时，受访者的选择往往是“物质和精神都要”——在生活性价比、居住便利度、工作机会、交通便捷度之外，交友氛围、文化娱乐活力、商业发达度、生活新鲜感也很重要。

而在对不同城市特点的重视程度上，有着年龄差异：85后认为“文化娱乐活力”非常重要的比例仅为19.90%，00后中占比则达到40.70%；而认为“交友氛围”非常重要的比例，00后(36.70%)也比85后(25.00%)高。

“他们跳出了原本的城市流动框架，不再将自己局限在大城市和老家的二选一难题里，广阔天地处处可去；他们打破了他人定义的优秀城市标准模板，按照自己的需求来设定理想目标；他们变被动为主动，网上冲浪打撈寻找适合自己的落脚点。”该报告如此总结。

也就是说，哪些城市满足了Z世代对物质和精神的三重需求，就能赢得他们的心。

举个例子，成都利用城市高架桥下的空间、废弃厂房等城市闲置的空间，打造“金角银边”，为青年提供运动、休闲、健身的场所。在成都华兴社区，街道和小区之间的闲置空地被改造成免费开放的体育小广场。还记得去年的“成都迪士尼”吗？它本身不过是位于玉林七巷一处居民区的一块健身器材区域。没准这两块健身区域还能形成某种联动呢，是不是很有趣？

而对于附近的居民来说，在锻炼身体之外，那里还可以成为一个和邻居碰头的微社区中心——这就是学者们所说的“找回附近”。

由此，人们才会真正感受到，这是“我”的城市，是心甘情愿住下来、成为家乡的地方。■

青年友好



FOCUS · 焦点

家里真有矿 我也不敢报这个专业

新周刊 张雅丽

7月开始，各地高考志愿填报陆续进入尾声。每年夏天，如同气温一样炽热的，还有高考生们对未来生活的企盼。

近几年，我们谈论冷门专业，谈论“天坑”专业翻红，试图在冷热对比中，寻找一些让多数人更感到安全的稳妥选择。

6月23日，河南技师学院副院长在采访中表示，该校珠宝专业就业率达100%，企业争抢今年的60名毕业生，他连企业老板的电话都不敢接。

在“中国培育钻之乡”河南，有上千家珠宝企业。

如果按平均每家公司10个员工来计算，每年人才缺口高达上万人。有网友表示羡慕：“早知道我就选择珠宝专业了。”

但也有人反驳：“我就是学珠宝专业的，毕业根本找不到工作。”

比起“天坑”专业，珠宝相关专业似乎更加冷门，连谈论起它的人都很少。公开数据显示，2025年我国开设珠宝类专业院校中，专科近40所，本科仅12所。这个看似与富有、高档消费紧密相关的专业，以及就读于这个专业的毕业生们，面向的未来究竟如何？

百分之百就业率？

毕业典礼结束了，韩梅梅还没找到工作。典礼她没参加，觉得没意思。

2000年出生的韩梅梅是今年珠宝专业的硕士毕业生。尽管拿到了中国地质大学这一国内珠宝教育头部院校的学历，但工作似乎也并没有那么好找。

去年秋招的时候，国内知名珠宝企业招管培生，来学校做宣讲，不少同学参加了面试，韩梅梅也去了。去了之后才知道，企业招聘更倾向于本硕均就读于985大学的硕士毕业生，最后，一个同学都没要。韩梅梅准备报考编制考试，却因为取得的是宝石学（二级学科）学位，无法报名老家相关单位的地质学（一级学科）的岗位。她又去面试中职院校，没结果；后来倒是拿到了一家矿物企业的口头offer，但最终也被毁了约。

最后，学“四大天坑”专业之一材料学的同学都找到了工作，韩梅梅还没找到。她了解到，这一届同学中，有人为了能有一份工作，去电子厂做质检；情况好一点的，去了网红公司。有三四个人上了岸，成为选调生。

对于读宝石及材料工艺专业的韩梅梅来说，跟她专业最对口的工作，大概是到鉴定所里当珠宝鉴定师。从学长那里，她了解到，看似稳定的质检机构，很多已经由事业单位性质转向企业化经营。如今电商火了，如果一个主播把某个珠宝品类卖爆单，检测人员就要加班加点地出证书，“也就挣五六千元。”基于对“钱多事少离家近”起码占其一的期待，韩梅梅决定放弃。

硕士毕业后，赵菁进入一所省级

珠宝玉石质量监督检验机构，只做了一年半鉴定师就离职了。

鉴定工作很枯燥。赵菁整日对着显微镜和红外光谱仪，不停地看。鉴定所接到的多数是低端货品的批量送样，这意味着，如果一送就是1000件，那么这1000件都要出证书。通常来说，检测只需要5分钟，剩下的一天时间，赵菁要做的只剩制作证书，切割和塑封。“很难有专业上的提升。”这是当年赵菁离职的原因之一。

简历投到最后，韩梅梅翻出实习时添加的深圳水贝的商家微信，问对方招不招销售。对方回复，要25岁以下，学历不重要。

被称为“黄金华强北”的水贝是金饰珠宝市场最灵敏的“风向标”，这里的黄金首饰款式丰富，“一件也是批发价”，对消费者有着无上吸引力。但对珠宝专业的毕业生来说，接到水贝的电话，则有别样的意味——做低价，或者干脆转销售。

读珠宝专业的年轻人都听过，珠宝的尽头是销售。

今年的专科毕业生小哈的找工作计划里，水贝也赫然在列。

22岁的小哈在东北一所地质职业学院就读。去年，他和同学们开始离校实习。目前，大多数同学都在北京等地做销售，卖黄金或者钻石，几乎没有人选择去鉴定所。

在实践课上，小哈和同学们一天要鉴定四五十颗石头，“5分钟看一颗？那太慢了。”他从业界了解到，在诸如南阳石佛寺等珠宝产业发达的地方，在小型鉴定所里，出一个鉴定证书，提成只有几角到一元钱。

那么现在，专科毕业的同学都找到工作了吗？“至少从数据上来说，基本上算都找到了。”小哈说。

“除非你家里有矿”

“除非你家里有矿，不然不要学这个专业。”无论是已经离开还是尚在业内的前辈们，都不约而同地给出相同的建议。

小夏已经离开珠宝行业五年，做过无印良品店员，现在拿着四千多元底薪在卖甜品。但无论转行做什么，她都觉得，比干珠宝强多了。

2018年，上海女孩小夏在本地职业学院读了三年宝石鉴定与加工专业，考取了两个专业证书。最终，她穿着套装，站在了金店柜台里。

对于学珠宝专业的学生来说，在真正进入行业之前，就已经开始烧钱。专业证书，是进入行业和继续深造的必要背书。而考取这些证书，需要支付远超学费的费用。

因为喜欢彩色宝石，想成为珠宝设计师，小哈从职业学院专升本，打算考取中国地质大学（武汉）的珠宝设计研究生。但前提是，他需要先考取GIC宝石学证书。这个22岁的河南男孩，不得不在今年夏天抓紧找到工作，攒够3万元的考证资金，其中仅全套学费就要19800元。这个决定，小哈没有跟做司机工作的父母谈起，他觉得大概不会得到实质性的支持。

对于珠宝行业的创业者来说，拥有更多有含金量的证书，在一定程度上代表着专业和信誉。

从省检离职后，赵菁和团队开起了珠宝工作室。这些年，她考了被视为行业“黄金标准”的英国宝石学会的FGA证书，花费近4万元；一个翡翠鉴定的证书，要几千元……随着工作室业务的开展，赵菁拿到了注册资产评估师（珠宝）证书——在2023年，全国只有200多人注册持有。为了按照考试要求四年内通过几门考试，赵菁报名了近2万元的培训班，加上考试费1580元，一个证考下来，“2万元打底”。

因为看了偶像剧《放羊的星星》，片子里的女主角是珠宝设计师，1996年出生的小夏曾经以为，“这个专业特别火，特别能挣钱，还能遇到霸道总裁！”但在毕业之后，她似乎并没有过上想象中光鲜的生活。

2018年，毕业前，小夏先去了质检站实习，工资1000元。当时，她还在还助学贷款，每个月扣掉500多元钱，只剩下500元在上海生活。然后她又去了典当行，但实习薪资只涨到2500元，干了6个月，临近毕业，典当行倒闭了。最后，小夏去做了珠宝店柜姐。

在珠宝店，小夏并没有遇到她的霸道总裁。她面对的，是来自业绩和店长的压力。“如果没成交，店长会一直问你为什么没有成交，要从自身找原因。”

实际上，能否顺利成交，漂亮的话术只占一部分原因，小夏无法控制的是市场。最开始站柜台的时候，小夏观察到，来逛珠宝店的很多是为了结婚的年轻人，那时候钻戒、对戒还算好卖。后来，她觉得结婚的人好像变少了，年轻人来到金店，从金光闪闪的柜台里选一颗转运珠，然后用100元的编绳穿上。

可这样的场景也没持续多久，到了疫情那段时间，几乎没人再逛商场。

两年里，小夏待过的珠宝店换了很多家。第一家门店在2019年因为生意太差撤柜了，临走的时候，大家都只拿到2000多元的底薪。然后她去了周大福，只干了3个月——因为疫情，那家商场受影响，又没了生意。小夏不得不再重新找门店。

但那段时间逛街的人特别少，她每个月只能卖出一两件货，最终试用期都没过，又不得不离开。这次，小夏彻底转行了。

留在珠宝行业的人

“这么小众的专业，怎么会有人觉得它热门？”即便算是行业的幸存者，谈起珠宝专业的就业情况，黄薇薇也有些讶异。她在珠宝行业触底反弹的那几年进入，现在是某个珠宝设计师品牌公司的中层管理。

2017年毕业时，黄薇薇就感觉到，在珠宝行业，销售的工作好找，但合适的工作不好找。与小夏不同，就业时，黄薇薇始终没有选择面向大品牌的门店销售，因为“非常消耗人”。她觉得那里的货品款式经典，但可以量产，与营销话术相比，专业的珠宝知

识用处似乎不大。

“90后”黄薇薇也是上海人，家里人有购买珠宝的消费习惯。受到影响，她对这个专业培养了一定的喜好和审美。

为了找到合适的工作，靠家里供给的零花钱，一年两次在婚博会兼职卖钻石，黄薇薇毕业两年后才找到满意的工作。“不建议普通家庭的人学这个专业，它更适合那些子承父业，或者创业的人。”黄薇薇说。

2019年，赵菁从省检辞职。对于这个选择，做教师的母亲不太支持。拿着读研期间搞副业、帮别人找石头的钱——将近50万元，她和其余三个朋友凑了近百万元，创立了珠宝品牌工作室。

2017年前后，年轻人对于进入体制内的热情还不算高涨。赵菁发现那些进入国检、省检或者在珠宝企业当管培生的同学们后来纷纷辞职，投入到珠宝商贸中。

赵菁也是其中之一。研究生期间，她就开始从事珠宝商贸。研二那年，她和几个朋友一起去曼谷，跑市场。在专门卖裸石的村庄里，世界各地的商人聚集在这里，把石头价格包在卫生纸里，跟货主交易。

赵菁买的第一颗昂贵的石头花了1万元左右。当时她没有钱，一个月的生活费只有一两千元，只能和朋友们硬凑出来，买了那颗祖母绿。当天凌晨夜里，赵菁和朋友还在查那颗绿宝石的信息，“怕自己买亏了”。幸运的是，那颗祖母绿一两个月就被卖掉了，售出的价格是1.2万元。2017年，国内的彩色宝石发展正在起步。“随便卖些什么，就能赚钱”。在当时，赵菁们信心十足。

但现在，黄薇薇和赵菁都感觉到，行业不太景气了。从去年开始，黄薇薇所在的公司已经两年没有招新员工了。

三年前，行业里还有炒得厉害的品类，红蓝绿（宝石）、珍珠……每个月都有大单子，一单几十万元甚至几百万元。但现在，几万元的散单都少了。

某天，黄薇薇的父母在短视频平台看直播，问她那个水晶要不要买。她发现，很多珠宝专业的学生开始创业卖水晶，成本低，一两千块就能开始。但最终多数人没有销售渠道，砸在手里。

赵菁确实感到了焦虑，直播带走了一些她的零售客户。她发现，尽管工作室仍然可以保持每个月60件左右的客单，但客单价降低了。那位原本一年会买将近20万元珠宝的女客户，最近一年几乎不买了。赵菁猜想，她可能没有足够的钱再去支撑了。

不过，赵菁仍然不打算迎合风口，去卖在她看来价值和价格不对等的水晶。

某天，赵菁坐在阳台上，阳光透过手中的红宝石，散发出独有的光泽。

此刻，赵菁觉得，自己还要再坚持坚持。■

（为保护隐私，文中人物均为化名）

交易



美国“对等关税”生效倒计时 对经济有何影响？

时代周报记者 马欢

到7月9日，若未能与各国达成贸易协议，美国政府的“对等关税”政策即将生效。

眼看期限临近，美国的贸易和经济数据表现如何呢？

6月27日，美国商务部公布的最新数据显示，5月份美国商品贸易逆差意外扩大，超出市场预期的966亿美元。整体而言，今年前5个月美国的贸易逆差创下历史同期最高纪录。

受消费支出和进口拖累，美国第一季度GDP数据也不如预期，萎缩幅度超此前的估值，按年率计算-0.5%。

这是美国经济自2022年以来的首次收缩，标志着其关税政策的连锁反应初步显现。

据新华社报道，美国总统特朗普4月2日宣布，开征所谓“对等关税”，随后引发全球市场震荡。在多方压力下，特朗普政府又在4月9日宣布，暂缓对部分贸易伙伴征收高额“对等关税”90天。但维持10%的“基准关税”，同时威胁美贸易伙伴，需在7月8日前完成与美谈判。

美国财政部长贝森特7月6日表示，总统特朗普本周将向贸易伙伴发送信函，告知美方计划征收的关税税率。对于未能达成协议的国家，所谓的“对等关税”将于8月1日生效。美国媒体解读说，贝森特此番表态暗示美方默许7月9日的关税谈判最后期限延后数周。

贸易逆差创纪录

一直以来，特朗普政府将贸易逆差作为提高关税的理由之一，但现在看来，美国的贸易逆差在高关税政策下，依然在扩大。

美国商务部最新公布数据显示，5月美国商品贸易逆差增长11.1%，至966亿美元。这一数字远超此前市场预期的861亿美元。

逆差扩大的主要原因是出口下降，出现了疫情暴发以来最大降幅。5月份，美国商品出口下降5.2%，至1792亿美元，反映出美国原油等工业用品出口出现大幅下降。

与之形成对比的是，一些国家对美国的出口创下历史新高。其中，5月越南、泰国对美出口同比激增35%左右，创下历史同期最高纪录。

事实上，自从特朗普赢得美国大选之后，市场已预计其上台后会进



口商品加征关税，各国进口商也纷纷提前备货。美国贸易逆差自2024年12月开始大幅升高，今年前5个月，美国的贸易逆差更是达到了近6500亿美元，创下历史同期最高纪录。

有分析认为，往年美国进口会在下半年，尤其是圣诞节前后才出现激增。但今年不一样，由于美国7月初所谓“对等关税”暂缓到期，迫使各国上半年就尽快将货物装船运往美国。而6月份最新发布的贸易数据，可能使美国政府与其他国家“对等关税”谈判复杂化。

达成贸易协议国家数3个

另一边，特朗普政府与各国关税谈判进展缓慢，目前仅与3个国家达成了所谓的贸易协议。

此前，虽然白宫国家经济委员会主任凯文·哈西特反复强调，多项协议即将达成。但迄今为止，美国仅与英国、越南、柬埔寨这三个主要贸易伙伴达成协议，而且部分协议更像是一份框架，还有许多实质性条款和细节未敲定。

“对等关税”36天后，也就是当地时间5月8日，英美两国就关税贸易协议条款达成一致。英国政府同意在进口美国食品和农业产品方面作出让步，以换取美方降低对英国汽车出口的关税。而美国方面则依旧保留10%的基准关税。

越南方面，据央视新闻报道，特朗普于美东时间7月2日在社交媒体“真实社交”上发文透露，越南已同意对美国“完全开放市场”，美国企业能以零关税向越南销售产品；而越南所有对美出口商品将面临至少20%的关税。特朗普还写道，美国还将对通

越越南转运输美的其他国家商品征收40%关税。

不过，目前尚不清楚越南方面是否认可特朗普宣布的内容，以及该协议是否已最终敲定。

柬埔寨方面，据《参考消息》报道，柬埔寨政府4日宣布，已与美国在关税谈判中达成协议。双方将于近期发布关于“对等关税”的联合声明，但包括关税税率在内的具体协议内容尚不明朗。

然而，除了上述3个国家，截至目前，特朗普政府与其余多国的关税谈判进展缓慢甚至受阻。包括日本、印度、欧盟等多位贸易伙伴表示，在不能确定是否会被额外征收行业关税的情况下，拒绝签署贸易协议。

6月23日，由于担心对农民造成不利影响以及出于对美国转基因食品相关的担忧，印度政府拒绝了美国玉米和大豆等农产品以低关税进入印度市场的要求。

日美之间也尚未达成任何协议。或许要等到美国国务卿鲁比奥7月对日本的访问行程落地后，才会有更多的消息。

至于欧盟方面，目前，美国对欧盟钢铝产品征收50%关税，对汽车领域征收25%关税，对几乎所有其他商品征收10%基准关税。欧盟发言人表示，针对美国加征关税的报复措施正在进行内部磋商。如果欧美谈判未能获得令人满意的结果，欧盟将保留使用反制手段的可能性。

面对谈判进展缓慢，特朗普政府已致信多个贸易伙伴，要求他们呈交各自对美贸易谈判的“最佳出价”。

包括财政部长贝森特在内的美国官员们也警告，如果贸易伙伴与美

国谈判“不真诚”，其关税可能会恢复到“暂停期”前的水平。

6月26日，美国商务部长卢特尼克透露，白宫计划很快与10个主要贸易伙伴达成协议。虽然卢特尼克没有具体说明是哪10个国家或地区，但当天早些时候，特朗普表示，美国即将与印度达成协议。

不管如何，若关税谈判进展缓慢，各方对美国今年经济增长的担忧将持续增加。

经济衰退警告

特朗普政府曾将加征关税作为刺激国内生产、推动出口增长以消除与美国贸易伙伴之间的贸易逆差、增加政府收入以及加强国家安全的战略基石。

但多项数据表明，这些贸易政策对美国经济增长的贡献，可能低于此前的预期。

根据6月26日发布的修正数据，今年第一季度美国GDP环比萎缩了0.5%。经济下滑主要体现在：进口大幅增长37.9%，为2020年以来最快增速，导致GDP下降近4.7个百分点；以及政府支出年率下降4.6%，为1986年以来最大降幅。

作为衡量美国通胀的关键指标，5月核心PCE物价指数同比增长2.68%，高于预期的2.6%，创2025年2月以来新高。5月核心PCE物价指数月率录得0.2%，市场预期持平于0.1%。

与此同时，美国的就业风险也在上升。美国劳工部发布的最新报告显示，6月14日当周，美国续请失业金人数升至197.4万人，为2021年11月以来的最高水平。这个数据意味着，失业的美国人更难找到新工作了。

其他数据还包括，今年第一季度，信用卡拖欠率达3.05%，为2011年以来最高。房地产市场也面临压力，美国购房者住房负担能力和库存挑战增大，5月房屋开工量下降9.8%。

市场研究公司BCA Research分析师彼得认为，若特朗普政府不尽快谈妥贸易协议，企业可能会将价格上涨转嫁给消费者，美国经济还将面临更多痛苦。

受伤的不仅是美国。世界银行最新发布的报告预计，2025年全球经济增长率为2.3%，是2008年全球金融危机以来的最低值。“这是17年来全球经济增长最疲弱的表现。”世界银行还表示，今年全球70%经济体的增速都被下调。■

执政未满一年被停职 他信小女儿佩通坦面临弹劾危机

时代周报记者 马欢

7月1日，据新华社报道，泰国宪法法院宣布，受理有关调查总理佩通坦是否存在违宪行为的请愿书，并决定即日起暂停佩通坦行使总理职权，直到作出裁决。

佩通坦被停职后，泰国副总理兼交通部长素里亚·庄龙琅集出任看守政府总理。

现年38岁的佩通坦是泰国前总理他信的小女儿，2024年8月16日，她当选为泰国历史上最年轻的总理。

然而，上任不到一年，她就因与柬埔寨参议院主席、前首相洪森的通话外泄事件，而陷入执政危机。

中国社科院亚太与全球战略研究院研究员、东南亚研究中心主任许利平在接受时代周报记者采访时表示，目前综合来看，佩通坦的处境不妙，无论是个人民调还是政党支持率都处于暴跌的状态。

据《环球时报》报道，泰国国立发展管理学院6月29日公布的第二季度民调显示，佩通坦的支持率暴跌至9.2%。此前，佩通坦在第一季度的支持率为30.9%。而她所在的为泰党的

支持率则从第一季度的28.05%，下滑至第二季度的11.52%。

对于被泰国宪法法院暂停职务一事，佩通坦表示，接受宪法法院决定，并将在宪法法院规定的15天内准备好辩护材料，且在停职期间将继续为国家工作。

17分钟的通话录音

一段泄露的通话录音，成了佩通坦被停职的导火索。

据新华社报道，5月28日，柬埔寨和泰国军队在边境争议地区发生短暂冲突，双方交火持续约10分钟，1名柬埔寨士兵身亡。

事件发生后，两国关系持续紧张。6月15日，佩通坦通过私人渠道联系洪森，希望借私人关系缓和紧张局势。佩通坦的父亲、泰国前总理他信与洪森已相识超过30年。

6月18日，柬埔寨方面流出一段长达17分06秒的佩通坦和洪森的通话录音。

在这段录音中，佩通坦称呼洪森为“叔叔”，请求洪森协助自己解决两国的边境问题，甚至批评一名泰国陆军前线指挥官加剧紧张局势。

洪森随后在社交媒体上确认了

此事。他说“为了防止误解和误读，也是为了透明，我按照习惯进行了录音”，并分享给了约80名来自柬埔寨各部门的高官。

录音很快就传至泰国，引发了泰国民众的愤怒。

佩通坦当天下午举行新闻发布会，承认通话录音属实，但强调自己只是在试图解决两国边境争议。她也指出，通话属于私人性质，不应被泄露。但风波越闹越大。当天晚上，泰国执政联盟第二大党自豪泰党宣布退出执政联盟，副总理兼内政部长阿努廷等所有自豪泰党内阁成员辞职。自豪泰党表示，佩通坦应该为此承担责任。

此后，多名反对者公开呼吁佩通坦辞职。

6月20日，泰国国会上议院议长向宪法法院提交弹劾佩通坦的请愿，理由是佩通坦与洪森的通话内容涉嫌违宪及违反道德规范。

6月28日，反对者在曼谷市中心举行大规模集会，要求佩通坦下台。

“我想对与柬埔寨领导人的通话录音泄露造成的公众不满表示歉意。”6月29日，佩通坦公开道歉，却仍然无法缓和与日俱增的压力。

还有机会翻盘吗？

“通话门”事件持续发酵，佩通坦面临上台以来的最大挑战，但她或许仍有转机。

许利平告诉时代周报记者，虽然佩通坦目前处境不妙，但她依然有翻盘的可能。

7月1日早些时候，就在佩通坦停职消息出来前夕，泰国政府公布了新一轮内阁改组情况，涉及超过10个内阁职位。改组后，佩通坦兼任文化部长，而泰国国王也已批准新内阁。

这也意味着，即便目前佩通坦被暂停总理一职，她依然能够凭借文化部长这一职位，继续留在内阁。

许利平表示，佩通坦接下来可以着力于解决民生问题，争取更多的民意支持。“同时，新内阁也可以在这段时间改善与柬埔寨的关系，当然，这些举措都非常考验佩通坦的团队。”

一旦佩通坦被迫下台，许利平表示，短期内他信家族在政坛上难以出新人。佩通坦的上台，本来就算得上是他信家族的“生死之战”。如果做不好的话，他信家族的政治影响可能会大幅降低。

他信共有1子2女，佩通坦是他最小的孩子，其他子女目前均在从商。

佩通坦已经是泰国历史上最年轻的总理，在她之前，他信家族的总理包括他信、他信的妹夫颂猜和他信的妹妹英拉。

这也是为什么即便外界施加压力越来越大，佩通坦仍誓言要完成剩两年的任期。

至于泰国未来政局走向，中国（昆明）南亚东南亚研究院泰国研究所所长、研究员余海秋撰文表示，大概率有三：一是佩通坦辞去总理职位，泰国国会重新推选总理；二是佩通坦解散国会，提前大选；三是如果出现政治僵局，军方再次上台执政。

许利平则认为，若是佩通坦辞职，泰国局势依旧会维持现有的执政联盟模式。而为泰党76岁高龄的猜卡森有可能被推选出来。猜卡森在英拉政府时期曾担任多个关键职务，包括前泰国总检察长，他有丰富的从政经验，也曾是总理的热门人选。

在确认遭到泰国宪法法院停职后，佩通坦表示，她接受宪法法院的决定，并“向因此事感到不安的泰国民众致歉”。“作为泰国公民，我将继续为国家工作。”她说。

纵使未来有诸多不确定性，但现在，佩通坦仍有喘息的时间。■

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

12 | 创业板迎首单未盈利 IPO



A股公司赴港上市爆火 半年多家融资超660亿港元

时代周报记者 蓝丽琦 发自上海

6月25日，蓝色光标向港交所递交，同步披露H股招股书。此前6月6日，公司首次公布赴港上市计划，间隔不到20天即递交，侧面印证了近期A股企业赴港上市的热情。

6月以来，港股IPO市场依旧热闹非凡，12只新股陆续登陆港交所，其中不乏海天味业、三花智控、曹操出行、周六福等内地知名企业。

Wind数据显示，截至6月末，今年已有7家A股企业前后登陆港股，已高于过去9年间每年赴港上市的A股企业数量。

除港股市场本身的吸引力之外，这其中也少不了内地政策对企业的出海支持。2023年2月，经国务院批准，证监会首次发布境外上市备案管理相关制度规则。2024年4月，证监会发布5项资本市场对港合作措施，明确提到“支持内地行业龙头企业赴香港上市”。

中信建投新股策略首席分析师张玉龙向时代周报记者表示，2025年是资本市场深化改革的一年，其中最重要的一个方向是对外开放，在资本市场主要体现为支持内地企业去香港上市，在此过程中有几个方面的意义。第一，支持内地的企业按照香港和国际的会计准则来展示自己；第二，在香港市场募集的资金，对于企业向东南亚、拉美、非洲等全球化布局会有非常大的帮助。

今年已有7家A股企业赴港上市，募资660亿港元

根据Wind数据统计，截至6月末，今年已有7家A股企业前后登陆港股，分别是赤峰黄金、钧达股份、宁德时代、恒瑞医药、吉宏股份、海天味业、三花智控，这其中就包含了动力电池、生物医药、调味品三大行业的龙头。

时代周报记者根据最终配发情况进行统计，上述7家A股企业在港上市的募资总额超660亿港元。其中宁德时代募资总额达356.57亿港元，位居榜首，也是截至目前今年港股最大的IPO；此外，海天味业、恒瑞医药、三花智控3家企业的募资额均在90亿港元以上。

从各家披露的招股书情况来看，A股企业赴港上市备受国际投资者、

机构投资者的青睐。

根据三花智控公告，公司引入了18名基石投资者，总计获分配的发售H股数量为1.95亿股，占本次发行的47.22%，这其中有头部国际投行、不同国家的资管机构及中资私募、银行系资管、险企等，包括MSIP（摩根士丹利国际）、新加坡政府投资GIC、景林资产、MiraeSecurities（韩国大宇未来资产）、工银理财、中邮理财、泰康人寿等。

除此以外，海天味业引入8名基石投资者，认购比例达46.08%，其中高瓴资本旗下HHLRA认购7563.56万股，认购比例达27.11%；恒瑞医药引入7名基石投资者，认购比例达41.77%，其中新加坡政府投资GIC认购4715.08万股，认购比例达21.00%。

此前宁德时代则引入了23名基石投资者，包括中石化香港、科威特投资局KIA、瑞银资管（UBS AM Singapore）、加拿大皇家银行（RBC Global Asset Management）、中国太保、中邮理财、泰康人寿、博裕资本旗下Abstract Enigma等，认购比例合计高达57.13%。无论是基石投资者的数量和认购比例，均为7家“A+H”股之最。

从上市首日表现来看，7家企业中，除三花智控港股首日微跌0.13%外，其余6家上市首日表现优异，其中吉宏股份首日大涨39.06%，恒瑞医药、宁德时代分别收涨25.20%、16.43%。

不过上市至今，有的股价已经抹平此前涨幅。截至6月末，恒瑞医药、海天味业、钧达股份股价均已较发行价破发，其中钧达股份跌幅超21%。

一名内地私募机构人士向时代周报记者表示，行业龙头并非是企业登陆港股的绝对参照，由于港股市场不限制涨跌幅，投资者会进行更深入的调研，公司坚持规范的内部治理、做出更多优秀的产品、讲好投资故事，才会更受国际投资者的青睐。

6月内11家企业官宣赴港计划，蓝色光标进程最快

除上述已赴港上市的7家A股企业外，据时代周报记者统计，6月以来，还有11家A股企业官宣将筹划发行H股股票并在香港联交所上市，分别是三达膜、亿纬锂能、蓝色光标、埃斯顿、石头科技、酷特智能、拉卡拉、潮

宏基、山金国际、卧龙电驱、大金重工。

其中拉卡拉、石头科技、蓝色光标等行业头部公司的赴港上市进程备受关注。

从进度来看，目前部分公司还需等待董事会授权管理层启动港股上市的前期筹备工作，而已获授权的公司，详细的上市事项议案也需提交董事会、股东大会审议，后续还需取得证监会、港交所、香港证监会等机构进行备案和批准。

上述11家企业中，蓝色光标的推进速度最快。6月6日，蓝色光标首次公告赴港上市计划，公司董事会已经审议通过了港股上市议案、港股上市方案的议案。不到20天，蓝色光标就已向港交所递交。

根据蓝色光标6月25日递交的招股书，其H股IPO项目的联席保荐人为华泰国际、国泰君安国际、华兴资本，但暂未披露H股计划发行股份数量、发行价格及募资总额等。

此外，6月16日，拉卡拉发布公告，关于H股上市事宜，公司正在与相关中介机构进行商讨，相关细节尚未确定。待具体方案确定后，尚需提交公司董事会和股东大会审议，并经央行批准、证监会备案和香港联交所等机构审核。

“H+A”有望迎来新的篇章

6月20日，港交所在25周年庆上公开披露，从今年年初至6月20日，港交所共完成31宗IPO项目，集资额超

过884亿港元，新股集资额目前位列全球第一。

港交所主席唐家成表示：“很高兴能与业界一同庆祝香港交易所成立25周年，这亦标志着香港金融业界过去25年的辉煌成就，一步步推动着香港市场发展成为了连接中国与世界的国际市场。”

Wind数据显示，截至6月末，今年港股市场已经迎来43只新股，而去年全年为70只。据瑞恩资本统计，2024年港股市场新股的募集资金总额为874.78亿港元。这也意味着，今年上半年，港股市场的募资总额已超越去年全年。

一家A股科技企业相关人士向时代周报记者表示，如果内地企业需要境外融资，港股市场是最好的窗口，有影响力的品牌也会倾向于在港股市场获得资产重估的机会。

值得注意的是，眼下不仅“A+H”掀起热潮，内地也在积极推进“H+A”的进程。

6月10日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于深入推进深圳综合改革试点 深化改革创新扩大开放的意见》，其中提出，允许在香港联合交易所上市的粤港澳大湾区企业，按照政策规定在深圳证券交易所上市。

张玉龙向时代周报记者表示，A股市场经历了过去三年的调整，鼓励内地优质的企业赴港上市，有助于填补外溢去后产生的空白。同时，一些在香港上市的优质企业，本身也是内地的企业，在经过长时间的培养后，也符合内地的上市条件。后续深交所、上交所鼓励企业搭建“H+A”架构，也是体现香港和内地市场双向的、深度的开放，这也是未来资本市场重要的主旋律。

今年5月，证监会主席吴清在国新办新闻发布会上表示，大力支持上海国际金融中心建设和巩固提升香港国际金融中心地位，稳步推进人民币股票交易柜台纳入港股通、支持在港推出跨境投资和风险管理产品等对港合作各项措施。

吴清表示，加强双多边跨境监管合作。坚持尊重规律、尊重规则，积极塑造稳定、透明、可预期的监管环境，进一步加强证券监管和审计监管方面的合作，维护企业在境外市场正当利益，并创造条件支持“优质中概股企业”回归内地和香港股市，同时做好投资者合法权益保护。■



7家A股企业在港上市的募资总额超660亿港元。其中宁德时代募资总额达356.57亿港元，位居榜首，也是截至目前今年港股最大的IPO。

银行股上半年市值涨2万亿元 25家银行分红3036亿元

时代周报记者 黄宇昆 发自上海

6月30日，沪指收于3444.43点，涨幅0.59%，A股上半年正式收官，沪指上半年上涨2.76%。

今年上半年，A股市场整体以震荡行情为主，其中银行板块获得各路资金青睐，涨幅较为亮眼，上半年大涨14.5%，指数创历史新高。

截至6月30日，42家A股上市银行中有41家上半年股价涨幅为正，浦发银行、青岛银行涨幅超过30%，10家银行涨幅在20%以上。

6月30日，A股上市银行总市值达14.56万亿元，较年初增长2.20万亿元，其中工商银行、农业银行、建设银行总市值分别为2.54万亿元、2.03万亿元、1.94万亿元，居A股市场前三。

值得一提的是，截至6月30日，A股上市银行中已有超过一半的银行完成年末分红。7月份，分红总额较大的工商银行、农业银行、招商银行的“红包”也将陆续到账。

在业内人士看来，站在当前视角，银行板块行情仍具持续性，主要基于股息率的相对优势、业绩及分红的确定性。

25家银行分红3036亿元，股息率仍具吸引力

6月27日，浙商银行、沪农商行、渝农商行分红落地，三家银行合计派发A股现金分红61.97亿元。此前，沪农商行、渝农商行2024年度中期分红分别于2024年9月、2025年1月实施。

至此，42家A股上市银行中已有25家银行分红落地，占比超过一半。Wind数据显示，25家银行2024年度现金分红总额合计达到3036.42亿元，较2023年度增加42.43亿元。

尽管上市银行分红行程已过半，但分红金额最高的几家上市银行仍在持续推进。6月27日，工商银行、农业银行举行2024年度股东大会，通过了2024年度利润分配方案。

公告显示，工商银行、农业银行将分别向普通股股东派发末期现金股息586.64亿元、439.23亿元。加上已派发的中期股息，两家国有大行2024年度现金分红金额合计达到1944.34亿元，占A股上市银行2024年度分红总额的30%。

招商银行2024年度分红为504.40



亿元，是9家A股上市股份行中分红金额最高的一家，分红比例达到35.32%。根据公告，该行H股分红将于7月30日左右到账，按照以往惯例，A股分红也将于7月中上旬到账。

此外，招商银行2025年度中期利润分配计划议案也获该行年度股东大会通过。根据议案，该行2025年度中期利润分红金额占2025年半年度归属于该行普通股股东净利润的比例为35%，分红时间为2026年1—2月之间。

银行股由于其低估值、高分红的特点，股息率已具备一定吸引力。Wind数据显示，截至6月30日，42家A股上市银行中有37家银行股息率在3%以上，华夏银行股息率最高，为5.12%。国有大行中，农业银行股息率达到4.11%，在国有大行中位列第一。

国盛证券发布的最新研报显示，当前国有大行的加权平均股息率为4.07%，对比10年期国债到期收益率的利差为2.42%，仍处于近十年49.10%的分位数，利差优势仍较为明显。而从板块内部来看，仍有部分业绩增速较高的城商行股息率在4.5%以上。

在此背景下，上半年各路资金开始大举买入银行股。以保险资金为例，上半年新华保险举牌了杭州银行，平安集团陆续举牌并持续增持建设银行、农业银行、工商银行、招商银行和邮储银行H股，瑞众人寿增持中信银行H股等。

上述国盛证券研报还显示，2025年以来南向资金持续增配港股

银行，截至6月27日，南向资金年内净流入港股规模已接近6800亿元。其中港股银行净流入规模达1462亿元，成为南向资金核心增配方向。

城农商行股价第二季度表现突出，回调是否值得上车？

今年上半年，银行股无疑是A股市场中的“顶流”。

截至6月30日，42家A股上市银行中有41家上半年股价涨幅为正，浦发银行上半年涨幅达到34.89%，位列第一；青岛银行紧随其后，涨幅为33.87%。包括这两家银行在内，上半年涨幅在20%以上的银行数量达到10家。

从季度表现来看，第二季度区域型银行表现要优于国有大行和大部分股份行。

Wind数据显示，截至6月30日，第二季度股价涨幅最高的是浦发银行，累计涨幅达到33.07%；江苏银行位列其后，涨幅为25.68%。涨幅在15%以上的银行共有14家，其中股份行4家、城商行5家、农商行5家，区域性银行占比超过七成。

招商证券研报分析认为，整体来看，前期估值被压制较多的股份行和优质区域的城农商行领涨，而国有行在业绩承压和注资摊薄股息率等因素影响下，第二季度估值有一些回调。

不过，临近上半年收官，一路高歌猛进的银行股也迎来了集体回调。6月27日，申万银行指数当日跌幅接近3%，前期股价涨幅较高的个

股如杭州银行、青岛银行、重庆银行跌幅均超过4%。6月30日，银行板块延续调整，但板块内部出现分化，大部分银行延续跌势，但浦发银行、工商银行、建设银行等个股午后逐渐走高，截至收盘，浦发银行涨幅达2.44%，盘中接近历史新高。

对于后续银行股的走势，多家投资机构持乐观态度。

上述招商证券研报显示，长期来看，上市银行板块ROE、业绩增速和分红率高于全市场，而估值低于全市场，事前低估值意味着事后的高回报。而且随着未来公募基金评价体制更加注重长期业绩和实际赚钱效应，预计高复利和高长期年化回报的银行板块会受益于机构风格再配置，利好银行板块折价收敛和估值修复。所以当前阶段，看好银行板块短中长期的绝对收益和相对收益。

前海开源基金首席经济学家杨德龙向时代周报记者表示，银行股由于其低估值高股息的特性，再加上银行业绩增长稳定，受到很多大资金的欢迎。今年上半年A股市场整体呈现震荡为主的结构性行情，在此背景下，部分保守资金会增配高股息板块。当前时间点，银行股仍具备一定配置价值。

杨德龙预计，下半年市场机会将呈现“哑铃型”结构：一端是以机器人为代表的科技股、成长股表现突出；另一端则是估值较低、分红率较高的优质白马股，将受到追求稳定回报的投资者的青睐。□

2.44

%



30

%



“平安系”63次扫货银行H股 持有规模超4500亿港元

时代周报记者 王苗苗 发自北京

近日，平安人寿再度增持629.55万股招商银行H股，持股比例突破15%大关。这是平安人寿年内第三次举牌招商银行，也是“平安系”今年在港股市场密集扫货的缩影。

时代周报记者统计港交所披露易数据发现，截至发稿，“平安系”（包括平安人寿及中国平安）年内已累计63次增持招商银行、农业银行、邮储银行、工商银行四家银行H股，合计投入资金约1090亿港元。

这一凶猛增持态势，使得“平安系”成为本轮险资举牌潮的绝对主力。

而纵观2025年上半年，险资举牌已呈现三大显著趋势：节奏明显加快、银行H股成核心标的、头部险企主导市场。

盘古智库高级研究员余丰慧对时代周报记者表示，未来险资举牌将更加看重价值投资和长期持有，尤其是在当前经济形势下，寻找具有稳定现金流和良好业绩基础的企业进行投资将是主流。金融、地产等传统领域仍将是重点关注对象，同时随着政策支持和技术进步，新能源、科技创新等领域也可能成为新的热点。险资将继续发挥其长期资金的优势，积极

布局具备成长潜力的板块。

“平安系”斥资千亿扫货银行H股

6月24日，中国保险行业协会官网显示，平安人寿于6月17日以每股均价54.19港元增持629.55万股招商银行H股股份，增持后，平安人寿对招商银行的持股比例从14.87%升至15.01%，触发香港市场举牌要求。

这已是平安人寿年内第三次举牌招商银行H股。此前平安人寿已在1月10日和3月13日两度举牌招商银行H股，持股比例分别突破5%和10%。

截至目前，平安人寿年内已举牌7次，且均为银行H股，除三次举牌招商银行H股外，还分别于2月17日、5月12日两次举牌农业银行H股，于1月8日、5月9日两次举牌邮储银行H股。时代周报记者据港交所披露易数据统计，截至6月26日，年内平安人寿已11次增持招商银行、9次增持农业银行、8次增持邮储银行，分别合计增持约4.61亿股、25.44亿股、14.10亿股，以区间成交均价计，分别耗资约213.53亿港元、124.66亿港元、69.21亿港元，合计约407.4亿港元。

除此之外，中国平安还在年内11次增持招商银行、12次增持农业银行、

7次增持邮储银行，分别合计增持约4.61亿股、32.25亿股、14.29亿股，以区间成交均价计，分别耗资约213.53亿港元、164.73亿港元、71.58亿港元，合计约449.84亿港元。

去年12月20日，平安人寿还通过旗下平安资管举牌了工商银行H股股票。2025年以来，平安人寿和中国平安多次增持工商银行H股，其中平安人寿增持两次，合计增持约18.36亿股，耗资约96.39亿港元；中国平安增持三次，合计增持约25.79亿股，耗资约136.44亿港元。

据时代周报记者统计，今年以来，“平安系”已先后63次向招商银行、农业银行、邮储银行、工商银行四家银行H股注入约1090亿港元。

截至6月26日，“平安系”分别合计持有招商银行、农业银行、邮储银行、工商银行、建设银行H股股票约13.78亿股、89.81亿股、47.96亿股、305.56亿股、120.19亿股，按6月26日收盘价计，累计持有规模超4500亿港元。

5月13日，中国平安联席首席执行官郭晓涛在2024年度股东大会上表示：“平安坚持研判长周期趋势进行投资。应对当前利率下行周期，我们已提前几年对高分红的国有大型银行股进行投资，目前投资收益非常

好，这也让我们去年投资收益率在行业领先。”

上半年险资举牌呈现三大趋势

2025年至今，险资举牌次数已达17次，逼近2024年全年的20次，较去年同期的5次增长超两倍。其中，仅“平安系”便贡献了7次举牌，占比超四成。

时代周报记者注意到，与往年相比，今年上半年的险资举牌潮呈现出三大特点：

首先，举牌次数激增，节奏明显加快。今年不到半年时间，险资已举牌17次，而去年同期仅有5次，且已几乎达到了去年全年的水平。

对外经济贸易大学保险学院教授王国军告诉时代周报记者，在经济下行阶段，保险公司找到合适的投资标的并不容易，而上市公司股权则是最好的投资标的之一，在当前市场环境下，无风险利率不断下行，而银行等金融股具有稳定的高分红，对于追求稳健收益的险资来说具有较大吸引力，这是今年上半年险资举牌次数激增的原因。

其次，银行H股成为绝对主角。在今年已发生的17次举牌中，14次发生在港股市场，其中9次为银行股，平安人寿尤为突出。此外，瑞众人寿举牌中信银行，新华保险举牌杭州银

行。而在去年的20次举牌中，仅平安人寿举牌工商银行H股一次，长城人寿举牌无锡银行一次。

“今年的举牌行为与去年相比，更集中于银行H股，驱动因素包括对中国经济复苏的信心增强。银行股估值相对较低，分红率高，以及H股市场流动性较好，为险资提供了较好的进入时机。”余丰慧表示。

此外，时代周报记者注意到，在今年17次举牌的保险公司中，行业头部险企是主力，仅平安、新华、中国人寿这三家，就占到了10次。而在去年20次举牌里，头部险企和中小保险公司占比相对均衡。

余丰慧认为，头部险企在举牌潮中占据主导地位的变化，反映了保险行业内部资源整合和规模效应的趋势加强。大保险公司凭借更强的资金实力和专业的投资团队，在把握市场机会方面更具优势。这种变化也显示了中小险企在市场竞争中面临更大挑战，需要寻找差异化竞争策略。

王国军预计，未来险资举牌的风格可能会更加注重长期投资和价值投资，在选择投资标的时，将更加注重企业的基本面和长期发展潜力。“热点板块包括金融板块，银行、保险等金融股仍将是险资关注的重点领域，化工股、科技股也有很高的预期。”□

A股银行IPO断档已三年 东莞银行、南海农商行审核重启

时代财经 何秀兰

沉寂多时的银行A股IPO再现新动向。

6月30日，深交所发行上市审核信息公开网站显示，东莞银行、广东南海农商行因更新提交相关财务资料，IPO审核状态恢复为“已受理”。然而，与其同期递交IPO申请的广东顺德农商行仍处于“中止”状态，广州银行则于年初主动撤回申请，IPO处于终止审核状态。

值得关注的是，面对资本补充压力，目前A股仍有15家银行仍在上市辅导阶段蓄力，汉口银行更苦战IPO辅导长跑15年。此外，近期新疆银行发布上市财务顾问服务项目招标文件，开启上市辅导的准备工作。

“当前我国中小银行IPO所面临的挑战与行业格局、政策导向及自身能力密切相关。”苏商银行特约研究员薛洪言对时代财经表示，一方面，银行业头部效应显著，已上市银行占据多数市场份额，叠加“新国九条”向“新质生产力”倾斜，金融机构上市优先级下降；且2020—2022年上市窗口期已过，当前资本市场更重投融资平衡，对中小银行融资持谨慎态度。另一方面，多数中小银行业务同质化严重，区域经济波动冲击资产质量，叠加数字化转型滞后，净息差收窄与资本消耗快双重拖累盈利能力。

在商业银行资本充足率不断下跌的形势下，永续债、增资扩股等“补血”手段正成为IPO募资的替代方案，今年以来部分银行已完成增资扩股和资本补充债发行。

6家银行IPO“候场”，区域银行上市进程分化明显

在一众排队上市的中小银行中，近日，东莞银行和广东南海农商行因更新财务资料恢复审核而受到关注。

据近日更新的招股说明书显示，东莞银行2024年实现营业收入101.97亿元，同比下降3.68%；实现净利润



37.33亿元，同比下滑8.19%，净息差由2023年年末的1.61%收缩至2024年年末的1.26%。广东南海农商行虽实现净利润24.53亿元，录得2.98%的正增长，但营收同比下降6.3%至64.29亿元，不良贷款率三年攀升0.3个百分点至2024年年末的1.43%。

中小银行的资本市场入场券争夺战，正呈现明显分化格局。当前沪深交易所主板共有6家银行排队候审，其中上交所主板的湖州银行处于“已问询”阶段，湖北银行、江苏昆山农商行维持“已受理”状态；深交所主板的东莞银行、广东南海农商行近日恢复受理，而广东顺德农商行成为唯一仍处于“中止”状态的候场者。

除已进入实质审核阶段的银行外，Wind数据显示，当前有桂林银行、福建海峡银行、杭州联合农商行、成都农商行、汉口银行等15家银行处于上市辅导备案登记受理阶段。其中，汉口银行自2010年启动辅导，上市“持久战”已跨越近15年。

此外，西北地区的新竞争格局正在形成。今年5月，新疆银行发布上市财务顾问服务项目招标文件，开启上市辅导的准备工作。4月初，新疆维吾尔自治区党委金融办发布《关于对

2025年度自治区上市后备企业资源库名单进行公示的通知》显示，新疆银行成功获批入选2025年度自治区上市后备企业资源库，成为自治区重点上市后备金融机构。

乌鲁木齐银行虽在2017年已开启上市辅导，但进展缓慢，两大机构的角逐使“新疆首家上市银行”的归属充满悬念。业内人士指出，在注册制深化背景下，中小银行需在资产质量优化、特色业务培育等方面持续发力，方能在资本竞技场中赢得先机。

A股银行IPO三年“断档”，中小银行多渠道补血纾困

兰州银行自2022年1月登陆深交所以来，A股市场已连续三年未见银行新股上市。相比之下，港股市场在今年1月迎来宜宾银行挂牌，但距离上一次东莞农商行成功上市也已时隔三年有余，这只是银行股IPO遇冷的一角。

从深沪交易所审核情况来看，与东莞银行、广东南海农商行同期冲刺IPO的多家银行已陆续“折戟”。江苏海安农商行、亳州药都农商行、马鞍山农商行和广州银行的IPO进程均以终止告终，且均为主动撤回申请。

博通咨询金融行业资深分析师

王蓬博向时代财经表示，当前上市银行估值较低，银行若在此时上市，可能面临股价低迷、融资额受限等问题。此外，资本市场注重保护投资者利益，监管对上市银行的资本充足率、利润水平、股东等方面的要求考核严格，因此，难以满足监管要求的银行可能会暂时取消上市计划。

王蓬博指出，当前还在排队IPO的银行中，部分银行仍存在诸如股权结构不清晰、关联交易较多、资产质量有待提高等问题。随着未来央行执行宽松的货币政策，资金面相对宽裕，市场环境可能会有所好转，这将增加排队银行的上市机会。

尽管上市之路艰难，但中小银行对IPO的执着却丝毫未减，这背后是日益严峻的资本补充压力。金融监管总局数据显示，2025年第一季度末，商业银行一级资本充足率降至12.18%，较上季度下滑0.39个百分点。与此同时，随着信贷投放需求持续增长，部分中小银行的核心一级资本充足率已逼近监管红线。

上述业内人士向时代财经指出，上市不仅能直接补充核心资本，还能为后续通过定增、可转债等工具建立长效资本补充机制奠定基础，这对主要依赖息差收入、内源性资本生成能力较弱的中小银行尤为重要。

面对短期内难以登陆资本市场的现实，部分银行已开始寻求多元替代方案。2025年以来，金融监管总局已陆续批复宁波鄞州农商行增资6.62亿元、江陵农商行定向募股不超过4500万股等增资扩股方案。此外，东莞银行、桂林银行等则通过发行永续债等方式补充资本，以缓解上市前的资本压力。

薛洪言认为，在提升竞争力方面，中小银行需锚定差异化，做“小而美”的区域深耕者，依托地缘优势聚焦细分市场，形成“人无我有”的特色。同时，需刀刃向内优化资产质量与资本管理，加速处置不良资产，优化业务结构，降低资本消耗，建立“内源性积累+外源性补充”的可持续资本补充机制。■

6.62

亿元

<

国发集团上位 苏州银行迎来控股股东

时代财经 张昕迎

一家上市银行的控股股东发生变更。6月30日晚，苏州银行（002966.SZ）发布《控制权变更公告》称，今年1月14日至6月26日期间，大股东苏州国际发展集团有限公司（下称“国发集团”）由于集中竞价增持、可转债转股、被动稀释等原因，与其一致行动人东吴证券合计对该行的持股比例达到15%。苏州银行控股股东变更为国发集团，实际控制人变更为苏州市财政局。

上述增持资金来源于国发集团、东吴证券的自有资金，合计支付金额达到9.98亿元。国发集团为苏州市财政局全资控股的金融投资平台，旗下囊括银行、保险、券商、信托等多元金融牌照。自去年9月至今，国发集团已数度增持苏州银行，对该行的持股比例从去年9月的11.82%增长至最新的15%。

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

值得注意的是，《控制权变更》公告发布同日，国发集团再度抛出不少于4亿元的增持计划，拟在自7月1日起的6个月内继续加码苏州银行。

7月1日，苏州银行更是以5.13%的涨幅领涨板块。当日同花顺银行板块收涨1.84%，42只个股悉数飘红，厦门银行、杭州银行涨超3%，建设银行、齐鲁银行、渝农商行等10只银行股均涨超2%。

苏州银行迎来控股股东

国发集团的增持之路仍在继续。

据苏州银行发布的最新增持计划公告，基于对苏州银行未来发展前景的信心和长期投资价值的认可，国发集团及其一致行动人计划自7月1日起的6个月内，以自有资金、集中竞价交易方式，合计增持不少于4亿元的苏州银行股份。

国发集团及其一致行动人在公告中同时承诺，上述增持计划完成后的6个月内，将不减持此次增持的股份。

对于后续增持计划，华泰证券7月1日一份研报指出，国发集团后续将增持不少于4亿元，根据理论持股比例上限20%测算，增持上限约为20亿元，呵护后续（苏州银行）估值空间。

在国发集团持股比例达到15%之前，和绝大多数A股上市银行一样，苏州银行无控股股东、实际控制人。Wind数据显示，截至7月1日，除苏州银行外，目前A股上市银行仅有5家有实控人，分别为邮储银行、光大银行、中信银行、西安银行、成都银行。

国发集团“增持”伴随着苏州银行股价上涨。1月14日至6月26日，国发集团持股比例增长至15%区间，从苏州银行二级市场表现来看，该股区间涨幅达到15.57%。

国发集团数次增持的背后，苏州银行基本面表现较为强劲。

据苏州银行一季报数据，2025年一季度，公司实现营业收入32.50亿元，同比增长0.76%；实现归母净利润15.54亿元，同比增长6.80%。资产质量方面，截至2025年一季度末，苏州银行不良贷款率为0.83%，与去年

年末持平；拨备覆盖率为447.20%，较去年年末下降36.3个百分点。

截至2025年一季度，苏州银行总资产为7271.54亿元，较年初增长4.82%；总负债为6670.36亿元，较年初增长4.48%。作为金融投资平台，除苏州银行外，国发集团还投资了江苏省多家金融机构。

根据相关披露，截至6月30日，国发集团对东吴证券、东吴人寿、苏州信托的持股比例分别为24.33%、31.72%、70.01%。国发集团成立于1995年，以金融业、数字金融和金融控股公司业务为主业。2024年，国发集团实现营业收入137.79亿元；实现净利润33.13亿元，同比增长7.96%，资产总额达到2570.34亿元。

国资大股东频频出手增持银行股

除苏州银行外，年内伴随着银行股出现普涨行情，多家上市银行获得股东增持。

据时代财经不完全统计，截至6月26日，年内已有苏州银行、青岛银行、南京银行、成都银行、邮储银行、光大银行、无锡银行、交通银行、浦发银行等9家银行的重要股东官宣拟增持或实施增持；除此之外，兰州银行、厦门银行、江苏银行、浙商银行、华夏银行等5家银行的高级管理人员加入股份增持阵营。

国资大股东对当地上市城商行的增持也较为常见。

6月12日，青岛银行（002948.SZ）公告称，出于对该行股票长期投资价值的认可，青岛国信集团拟通过其子公司增持该行股份，增持后其对该行的持股比例预计不超过19.99%。青岛

国信集团由青岛市国资委100%持股，是青岛市人民政府授权青岛市国资委履行出资人职责的国有独资公司。

4月12日，南京银行（601009.SH）公告称，基于对公司未来发展的信心和价值成长的认可，2024年10月8日至2025年4月10日，该行第二大股东南京紫金投资集团的控股子公司紫金信托，以自有资金通过集中竞价交易方式增持了7713.05万股该行股份；东部机场集团有限公司以竞价交易方式累计增持了1.73亿股该行股份，占总股本的1.56%。其中，紫金投资为南京市属金融投资控股集团，东部机场集团有限公司则由江苏省省属国企东部机场集团有限公司100%持股。

对于近年来地方国资大股东频频增持本地区域银行，上述华泰证券研报分析指出，对于银行而言，地方国资入股有助于优化治理结构，稳定发展预期，整合区域资源。

“与此同时，由于银行股息回报率性价比较高，派息较为稳定，股价波动相对较小，且估值仍较低，配置价值突出，发达地区的区域银行更凭借优秀的信贷投放、息差管理和风控能力，基本面韧性较强，对于地方国资而言亦是优质投资标的，这既符合国有资产的保值增值要求，也有利于产融结合服务地方经济发展，实现互利共赢。”该研报称。

苏商银行研究院高级研究员杜娟也在接受时代财经采访时表示，国资已成为地方中小银行增资扩股的重要力量。同时，政策也积极支持地方政府通过发行专项债等方式，合理支持中小银行补充资本。■

9.98

亿元

>

创业板迎首单未盈利IPO 大普微如何“破冰”？

时代周报记者 蓝丽琦 发自上海

创业板迎来首单未盈利企业IPO项目。6月27日，深交所发行上市审核官网显示，深圳大普微电子股份有限公司（简称“大普微”）IPO获创业板受理，预计融资额18.78亿元。该公司招股书显示，过去三年其归母净利润均为负值。这是创业板开板以来首单未盈利IPO项目，该项目保荐人为国泰海通（601211.SH）。

6月18日，在2025陆家嘴论坛上，证监会主席吴清提出进一步深化改革的“1+6”政策，重启未盈利企业适用科创板第五套标准上市，同时也将在创业板正式启用第三套标准，支持优质未盈利创新企业上市。

2020年创业板改革并试点注册制落地之初，深交所已制定未盈利企业在创业板上市的标准。2023年2月，深交所发布《关于未盈利企业在创业板上市相关事宜的通知》，称上述第三套上市标准正式实施。如今，创业板第三套标准正式启用，深交所或将迎来未盈利企业上市“破冰”。

不过，对于支持未盈利企业上市，创业板、科创板各有一套标准，有关“双板”的差异化讨论也纷至沓来。

未弥补损失达5.91亿元，新老股东将共同承担

招股书显示，大普微成立于2016年，是一家来自深圳的半导体存储产品提供商，至今发展未超过十年。公司主要专注企业级SSD市场，拥有“主控芯片+固件算法+模组”全栈自研能力，可实现批量出货。

国泰海通在上市保荐书中表示，发行人所处行业属于创业板重点支持的“数字经济领域”，不属于原则上不支持申报在创业板发行上市的行业范围内，发行人行业分类准确且不易变动，不依赖国家限制产业开展业务。值得注意的是，根据大普微招股



书，公司具有表决权差异安排，拟选择的上市标准为“预计市值不低于50亿元，且最近一年营业收入不低于5亿元”。这是创业板上市标准中，特殊表决权的第二套标准，同样未设置盈利要求。目前仅有大普微一家企业选择该套标准。

这也意味着，截至目前，实际上未有一家企业选择创业板第三套标准“预计市值不低于50亿元，且最近一年营业收入不低于3亿元”进行上市审核。创业板第三套标准与特殊表决权的第二套标准，均发布于创业板上市规则2020年的修订版。

从财务数据来看，2022—2024年，大普微分别实现营收5.57亿元、5.19亿元、9.62亿元；归母净利润分别为-5.34亿元、-6.17亿元、-1.91亿元，过去三年归母净亏损累计达到13.42亿元。尽管公司过去三年均未实现盈利，但其2024年的营收大幅增长85.21%，同时亏损金额大幅收窄至2亿元以内。

招股书显示，公司于2024年12月最后一轮完成增资时估值为68.10亿

元，综合考虑同行业上市公司估值情况，公司预计市值不低于50亿元。

大普微表示，公司尚未实现盈利，主要系公司研发投入较高、发展早期议价能力有限、存储行业周期波动影响和公司确认大额股份支付费用所致。若公司未能按计划实现销售目标、遭遇存储行业下行周期盈利空间被压缩、市场竞争激烈的产品销售价格不及预期，则公司面临未来一定期间无法实现盈利的风险。

同时，由于大普微目前存在未弥补亏损，如果成功进行发行上市，该等未弥补亏损将由新老股东共同承担。

招股书显示，截至2024年末，公司未分配利润为-5.91亿元，存在未弥补亏损。经公司2025年第一次临时股东大会决议审议通过，若在本次发行上市前存在未弥补亏损，该等未弥补亏损将由发行上市后的新老股东，按照各自在本次发行上市后的股份比例承担。

作为参考，在本次重启科创板第五套上市标准前，以该套标准上市的三家未盈利企业，上市前夕均存在不

同程度的未弥补亏损。

如智翔金泰-U（688443.SH）截至2022年年末的未分配利润为-8.19亿元；盟科药业-U（688373.SH）截至2021年年末的未分配利润为-7.22亿元；微电生理（688351.SH）截至2021年年末的未分配利润为-5808.18万元。

智翔金泰-U是2023年科创板唯一的上市未盈利企业，也是重启科创板第五套标准前最后一家上市的未盈利企业，目前还未“摘U”。2024年、2025年一季度，智翔金泰-U归母净利润分别为-7.97亿元、-1.21亿元。

微电生理、盟科药业-U均于2022年上市。其中微电生理在2024年实现扭亏为盈，扣非后归母净利润为正，今年3月成功“摘U”；而盟科药业-U2024年归母净利润仍为负值。

差异化定位并非“非此即彼”，而是错位互补

2023年2月，深交所发布《关于未盈利企业在创业板上市相关事宜的通

知》，经证监会批准，创业板第三套标准正式实施，属于先进制造、互联网、大数据、云计算、人工智能、生物医药等高新技术产业和战略性新兴产业的创新创业企业可适用该规定。

随着创业板第三套上市标准正式启用、科创板第五套上市标准重启，两个板块之间的定位差异也成为市场热议的焦点。

科创板第五套上市标准具体内容，预计市值不低于40亿元，主要业务或产品需经国家有关部门批准，市场空间大，目前已取得阶段性成果。医药行业企业需至少有一项核心产品获准开展二期临床试验，其他符合科创板定位的企业须具备明显的技术优势并满足相应条件。

此外，吴清在2025陆家嘴论坛上也表示，扩大科创板第五套标准适用范围，支持人工智能、商业航天、低空经济等更多前沿科技领域企业使用。

目前看来，创业板第三套标准的产业关键词是“高新技术”“战略性新兴产业”，而科创板第五套标准侧重于“前沿科技领域”，更强调“阶段性成果”。同时，创业板第三套标准要求的预估市值比科创板第五套标准高出10亿元，加上不少于3亿元的营收标准，实际上对企业的规模和商业运营要求更高。

南开大学金融学教授田利辉向时代周报记者表示，两套标准体现了战略聚焦与市场驱动的双轨逻辑。科创板第五套标准侧重“卡脖子”领域，强调技术突破与国家战略，聚焦技术攻坚；创业板第三套标准侧重市场化验证，允许未盈利但已具收入规模的企业上市，反映其成长性+商业潜力的导向，更侧重产业化落地。

田利辉分析称，若企业在科创板上市，可能因缺乏“国家审批成果”受限，则可通过创业板的营收门槛来获得融资窗口。他认为，差异化定位并非“非此即彼”，而是错位互补，未来可通过动态评估标准执行效果，避免同质化竞争，真正形成多层次资本市场合力。□

2025年上半年基金业绩收官 港股创新药、北交所主题基金霸榜

时代周报记者 时浩 发自上海

随着2025年上半年收官，公募基金半年度业绩随之揭晓。在经过第一季度科技板块的疯狂行情后，第二季度创新药成为市场新一轮风口。

在经历最近半个月的小幅回撤后，张韡管理的汇添富香港优势精选依然凭借逾85%的净值增长，成为上半年表现最好的产品。汇添富国证港股通创新药ETF、银华国证港股通创新药ETF、万家中证港股通创新药ETF上半年净值增长均超过50%。

创新药之外，北交所主题基金表现同样亮眼。中信建投北交所精选两年定开、华夏北交所创新中小企业精选两年定开等多只基金，第二季度涨幅超过20%。从半年度业绩来看，这些北交所主题基金，半年度净值增长最低也接近30个百分点，排名同类基金前5%。

北交所主题基金表现亮眼

具体来看，Wind数据统计显示，截至2025年第二季度末，全市场共有77只基金（不同类别分别计算）实现超过50%的净值增长。其中，张韡管理的汇添富香港优势精选凭借重仓港股创新药，其C类、A类以86.00%、85.64%的增长，成为业内收益表现最佳的基金。在6月下旬创新药回调前，该基金一度实现业绩翻倍。

冷文鹏管理的中信建投北交所精选两年定开，收益表现仅次于汇添富香港优势精选，该基金A类、C类份额上半年分别实现82.45%、

82.10%的净值增长。

华夏北交所创新中小企业精选两年定开上半年表现同样不俗。作为2023年冠军基，华夏北交所创新中小企业精选两年定开上半年收益达到72.16%，排名全市场第七。

事实上，以北交所为主要投资方向的权益产品，在2025年第一、第二季度均实现相当程度的增长。除了上述产品，叶勇管理的万家北交所慧选两年定开A、万家北交所慧选两年定开C，马翔、马磊两人合管的汇添富北交所创新精选两年定开A、汇添富北交所创新精选两年定开C，上半年业绩增长均超过50%。

全市场基金名称带有明显北交所字样的20只主题投资产品，在2025年第一、第二季度全部都实现正增长，上半年业绩表现最末的嘉实北交所精选两年定开C，其回报也达到了28.58%，远超过同类产品7.80%的平均涨幅，排名行业前5%。

四大方向存投资机会

不同于多数沪深股票，北交所上市公司主要集中在创新型中小企业，主要具有高研发投入、专精特新集聚、战略性新兴产业三大特征。其中高新技术企业占比超过90%。此外，北交所股票波动限制较为宽松，扣除新股后单日上浮浮动最高可达30%。

以华夏北交所创新中小企业精选两年定开为例，这只2023年收益排名第一的基金，在当年实现58.55%的业绩增长后，2024年继续上涨28.16%。加上2025年前两个季度的72.16%回

报，该产品单位净值自2021年年末成立后，截至2025年6月30日已达到2.3140。

顾鑫峰向时代周报记者表示，北交所很多专精特新或细分领域中的龙头，如AI行业的服务器液冷细分龙头、研究胶原蛋白行业唯一拿到三类器械证的企业，以及研究算力运维和服务行业龙头均在北交所挂牌。这些公司在细分行业地位较为稳固，长期业绩增长有所保证。不过，目前多数公司的净利润体量并不大，在5000万~1亿元之间，但其中部分企业在产业链关键环节具备技术突破能力，未被资金充分关注。

对应到企业市值端，当前北交所上市的公司多数仍为中小盘股。对于这类企业，不少重仓北交所标的的基金经理均表示，应考量相关企业的研发投入与估值纪律相统一。

华夏北交所创新中小企业精选的2025年第一季度前十大重仓股中，锦波生物、开特股份、路斯股份、康农种业、康比特、青矩技术、民士达、常辅股份、五新隧装、瑞华技术（前十大重仓股合计占比约为基金规模的59.47%），多数股票的市盈率低于40倍。

与华夏北交所创新中小企业精选两年定开情况类似的是，中信建投北交所精选两年定开、万家北交所慧选两年定开等产品中，同样对投资标的市盈率控制较为严格。但与顾鑫峰集中持股不同的是，根据2025年基金一季报，中信建投基金的冷文鹏仓位配置更为分散，前十大重仓股合计仅占36%。叶勇管理的万家北交所慧选两年定开重仓份额稍高，前十大重仓

股份约为50%。

从市场走势综合来看，2025年上半年中小盘股走势明显优于大盘股。中金公司指出，虽然经历前期上涨，小盘股估值有所抬升，短期波动也可能加大，但当前环境或仍有利于偏小盘风格演绎：产业趋势及宏观环境等相对利好小盘风格演绎，大小盘估值及拥挤度对比尚未达到极值水平。

永赢基金方面则向时代周报记者表示，对于下半年A股市场的走势预期，指数方面受制于关税不确定性仍存、盈利缺乏弹性，指数级别向上的行情难度依然偏高；从下行风险来看，在维护资本市场稳定已成为明确政策目标的背景下，类平准基金的资金托底意愿较强，市场出现大幅调整的概率也相对有限。

随着政策效果逐步显现、内需逐步回稳，永赢基金认为，全A股非金融盈利增速未来或将见底，但后续向上的空间及弹性预计均相对有限。

下半年预计A股将呈现更为明显的结构性特征，投资机会将集中于科技、新消费、稳定红利以及中央加杠杆四大方向：一是泛科技领域重点关注国产算力、AI软硬件应用、人形机器人、半导体、军工等领域；二是体验式消费、AI+消费、服务消费等新型消费形式带来的投资机会；三是长久期稳定红利的确定性溢价有望延续，关注银行、电力、交运、运营商等；四是景气的确定性较强，不易受外需、国内私人部门与地方政府需求扰动的行业，例如电力（核电、风电、电网）、新疆煤化工、卫星互联网、低空经济等。□

LISTED COMPANY · 上市公司

福建大佬又出手 紫金矿业拟86亿元买哈萨克斯坦金矿

时代财经 周立

福建大佬陈景河又出手了！时隔14年，紫金矿业(601899.SH; 02899.HK)再度加码中亚。

6月30日盘前，紫金矿业发布公告称，其全资子公司紫金黄金国际有限公司(下称“紫金黄金国际”)在新加坡的全资子公司金哈(新加坡)矿业有限公司(下称“金哈矿业”)拟收购Cantech S.à.r.l.(下称“Cantech”)持有的RG Gold LLP(下称“RGG”)和RG Processing LLP(下称“RGP”)权益，二者分别拥有矿山资产和选矿资产，由此金哈矿业将获得哈萨克斯坦Raygorodok金矿(下称“RG金矿”)100%权益。

本次交易以2025年9月30日为基准日，收购对价按RGG和RGP于基准日“无现金、无负债”原则厘定为12亿美元(约合人民币86亿元)，具体所需支付的收购对价，由交易各方根据基准日财务报表中现金、运营资金及有息负债等情况据实调整。

“在目前金价背景下，完全可能优化露采境界，进一步提高露采境界内资源利用率，并对矿山生产规模进行扩建。”紫金矿业在公告中表示。

12亿美元拿下盈利的中亚金矿

今年以来，黄金价格屡创新高，尤其进入到3月份，国内和国际金价更是一路高歌，COMEX黄金在4月22日将历史价格高位刷新至3509.90美元/盎司，截至发稿，今年金价涨幅已超25%；与此同时，国内金饰价格亦再创新高，部分足金饰品单克价格年内报价破千元。

在此背景下，紫金矿业前脚宣布将控股子公司紫金黄金国际拆分至香港联交所上市，拆分前将重组整合多座境外黄金矿山资产；后脚宣布紫金黄金国际下属子公司收购哈萨克斯坦的RG金矿。

对此，紫金矿业表示，本次交易由拟分拆的紫金黄金国际作为投资主体，若RG金矿顺利交割，将显著提

升紫金黄金国际的资产规模、盈利水平及全球行业地位，助力紫金黄金国际在国际资本市场的上市发行工作。

根据公告，RG金矿资源量较大，为大型在产露天矿山，服务期限长，基础设施完善；项目选矿工艺成熟，综合成本较低，盈利能力较强，且在生产运营方面仍有进一步提升空间，并购当年即可为公司贡献产量和利润；预期投资回收期短，经济效益良好。

截至2023年年底，RG金矿项目保有资源量(金价2000美元/盎司)：控制和推断级别矿石量2.41亿吨，金平均品位1.01克/吨，金金属量242.1吨。RG金矿原规划设计露采境界内保有储量(金价1750美元/盎司)：矿石量9490万吨，金平均品位1.06克/吨，金金属量100.6吨。

2022—2024年，上述项目产量分别为2.0吨、5.9吨和6.0吨；2024年项目矿山现金成本为796美元/盎司(不含堆浸)。根据RGG和RGP的模拟合并财务报表，截至2024年年末，合并资产总额为5.66亿美元，合并负债总额为2.75亿美元，合并净资产为2.91亿美元；二者2024年合计实现销售收入4.73亿美元，净利润2.02亿美元。

根据原业主提供的数据，项目剩余服务年限16年(2025—2040年)，年均产量约5.5吨。根据公司技术团队初步研究，经优化后项目采选规模可提高至1000万吨/年，通过露采境界优化、选矿工艺流程调整等改进措施，项目产量及经济效益有望进一步提高。

关于紫金黄金国际金矿资产注入情况，以及其中亚金矿方面的未来规划，时代财经致电紫金矿业，截至发稿未获回复。

展望黄金未来走势，中信建投在6月28日的一份研报中提到，未来一年，美国通胀风险可控，美联储和全球的降息潮未结束，金价或仍处于高位，但未来5~10年，未必再有超额的战略配置价值。短期而言，下半年关税、地缘、财政等风险较难进一步恶化，更大概率边际缓和，黄金的利多不算明显，不排除阶段性的回撤。



加码中亚，出海买矿成趋势

“中亚金腰带”是一条世界级矿带，横跨中亚多个国家和地区，包括乌兹别克斯坦、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦等，以及中国的新疆地区。这一区域地质构造复杂，矿产资源丰富，尤其是金矿资源，已发现众多大型和超大型金矿。

重“金”所在，令人心生向往，中亚地区亦成为紫金矿业长期布局之地。陈景河亦在2024年年报的董事长致辞中提到，适时适度加大中亚等周边地区投资布局。

2024年年报显示，紫金矿业金矿主产区及新增项目中，塔吉克斯坦泽拉夫尚、吉尔吉斯斯坦奥克左岸金矿均为中亚项目，分别于2007年、2011年收购，2024年矿产金分别为5吨、3.7吨，2025年计划矿产金分别为6吨、3.3吨。

“RG金矿将与公司在塔吉克斯坦的吉劳/塔罗金矿和吉尔吉斯斯坦的左岸金矿形成良好协同效应，有助于公司未来进一步深耕矿产资源丰富的中亚地区，优化全球资源配置。”紫金矿业表示，上述三个金矿将构成紫金矿业的“中亚黄金三角”。

近两年，紫金矿业矿产金产量在

不断攀升，从2023年的68吨增至2024年的73吨，预计2025年能达到85吨。而上述收购亦有利于快速提高公司矿产金产量，加快公司至2028年产量规划目标(矿产金100~110吨)的实现。

事实上，除了紫金矿业在海外购金矿，近两年还有不少企业青睐或加码黄金。

如花旗金控去年完成对中亚地区一处超大型砂金与岩金矿的并购，并于今年春季启动矿区运营；紫金矿业去年收购美国纽蒙特公司旗下加纳阿基姆(Akyem)金矿项目，并于今年4月16日完成交割；洛阳钼业(603993.SH)官方微信公众号发文宣布以5.81亿美元(折合人民币30.76亿元)收购Lumina黄金公司全部股权，其核心标的为厄瓜多尔凯歌豪斯金矿项目，该交易也于今年6月24日正式完成。

此外，西部黄金(601069.SH)拟斥资16.55亿元收购控股股东旗下的新疆美盛矿业有限公司100%股权，或新增近2.5倍矿山黄金资源量；中金黄金(600489.SH)也计划收购控股股东旗下的四家黄金企业。

有从事金矿融资和投资的相关人士在接受时代财经记者采访时表示，金矿收购将越来越多，在国际政治动荡、美元长远走弱的情况下，头部矿企收购金矿，有利于增强自身的竞争力和跨越周期。与此同时，越来越多的国家包括发展中的国家，也会意识到金矿的价值，会进一步提升金矿开发的相关环保和法律标准。

“头部矿企资金大、技术强和政治资源好，所以有利于在动荡的国际环境中进一步并购；同时也会将部分小的、分散的、没有优势的中小矿山出售，以实现精力的集中。”上述人士指出。

同时，上述人士还提到，技术进步也将推动矿山的兼并。中小矿企资金小、技术弱，对于小体量、低品位的矿山没有经营的优势；这样将导致一部分以技术为竞争力的矿企将脱颖而出，通过重资产的并购、轻资产的联营或技术输出等，扩大自身规模和提升行业地位。■



重“金”所在，令人心生向往，中亚地区亦成为紫金矿业长期布局之地。陈景河亦在2024年年报的董事长致辞中提到，适时适度加大中亚等周边地区投资布局。

连续3年巨亏 上汽红岩被申请破产重整

时代周报记者 周松清 发自上海

上汽红岩被正式申请破产重整了。7月1日晚间，动力新科(600841.SH)发布公告，公司全资子公司上汽红岩汽车有限公司(下称“上汽红岩”)于7月1日被债权人重庆安吉红岩物流有限公司(下称“安吉红岩物流”)向重庆市第五中级人民法院申请破产重整，理由为“不能清偿到期债务且严重资不抵债但仍具备重整价值”。法院当日立案。

这意味着，传言陷入困境多时、上汽集团旗下最大的重卡业务平台——上汽红岩，被正式申请破产重整。

时代周报记者注意到，此次申请单位为安吉红岩物流，穿透其控股权，和上汽红岩同属于上汽集团旗下。

动力新科在公告中还表示，上汽红岩为公司重要子公司及重卡业务生产经营平台，若重整得以成功实施，将有利于化解上汽红岩债务，缓解上市公司经营压力，符合公司及全体股东利益。

目前上汽红岩情况如何？总负债多少？是否还在正常运转生产？未来将如何破产重整？7月2日，时代周报记者致电动力新科董秘办，相关人士表示：“对于上汽红岩事宜，更多的进展请关注后续公告。”

四年前巨债并购上汽红岩

成立20余年后，上汽红岩正走向破产重整。上汽红岩成立于2003年，最初股东包括重庆机电控股集团等，2007年引入上汽依维柯商用车投资

有限公司(下称“上依投”)成为大股东，2016年9月，上汽集团成为上汽红岩的大股东，并在2018年年底，通过增资方式将股权增加到了56.96%。

上汽红岩官网显示，其是上汽集团、动力新科所属企业，拥有半个多世纪重卡制造经验，注册资金46亿元，现有员工4000余人，具备年产12万辆整车的生产能力。产品出口欧洲、非洲、东南亚、中东、南美洲等40多个国家和地区。

在上汽集团商用车板块中，上汽红岩一直扮演着重要角色。

上汽红岩在重卡领域独具特色的自卸车，曾连续四年获得销售冠军，市场份额超21%；牵引车增幅曾高达116%；在2016—2020年，上汽红岩抓住时机，销量持续攀升，2017年销量更是暴增157.9%，当年位居全国销量第七，增速傲视重卡群雄。

这也是动力新科并购上汽红岩主要原因之一。2021年1月4日，上柴股份(后更名为动力新科)发布公告，以发行股份的方式，购买上汽集团下属的发动机和重卡业务。

具体包括上汽集团持有的上汽依维柯红岩商用车有限公司(后更名为上汽红岩)56.96%股权及上依投50%股权，购买重庆机电控股集团持有的上汽红岩34%股权及上汽菲亚特红岩动力总成有限公司10%股权；以现金方式购买上依投持有的上汽红岩9.04%股权，并拟配套融资。

根据当时东洲评估出具的评估报告(东洲评报字[2021]第0077号)，截至评估基准日，上汽红岩股东全部

权益价值评估值为32.03亿元，评估增值率为91.38%。最后，上汽红岩交易价格为32.03亿元。

与此同时，动力新科还进行了配套融资，向不超过35名特定投资者非公开发行股票，配套募资不超过20亿元，用于支付并购现金对价、上汽红岩“智慧工厂”“新一代智能重卡”项目。

当时公告显示，截至2020年9月末，上汽红岩净资产为17.36亿元；2020年1—9月，营收161.09亿元，净利润4.55亿元。

最后，动力新科完成了重大资产重组，通过收购从事商用车生产制造和销售的上汽红岩，形成了“柴油发动机+重型卡车”双主业。其中，重型卡车业务以全资控股的上汽红岩为平台，要打造成为商用车重卡领域的头部企业。

销量持续下滑，连续3年巨亏

并购之后，有过甜蜜期。在并购的2021年，动力新科股价上涨了23.32%。

上汽红岩也在加速转型。其官网显示，在上汽商用车“新四化”战略指引下，上汽红岩不断推动重卡产品向新能源化、智能化、网联化、定制化的方向升级迭代，开启全球首例“5G+L4”级智能驾驶重卡商业运营，获得全球首张智能网联汽车示范运营牌照。

不过，甜蜜期也就一年。2022年开始，上汽红岩销量开始大幅下滑。

数据显示，上汽红岩2021年销量6.3万辆，行业排名第六；2022年销量1.31万辆，同比下降79%，行业排

名第八；2023年销量1万辆，同比下降23.7%，行业排名第十，市场份额降至1.1%；2024年全年销量5511辆，同比下降39.37%，已经掉出行业前十。

2025年第一季度，上汽红岩重卡仅销售275辆，同比下降85.93%。

受近年来行业自卸车总体需求下滑和营销网络收缩等影响，上汽红岩订单不足，且重卡产品转型不到位、竞争力不强等导致销量较低、业绩发生较大亏损，负债总额超过资产总额较多。截至2024年年末，上汽红岩仍有较高的应收款项，账龄趋长，回款不及预期，上汽红岩债务类诉讼较多、债务较高，流动资金紧张，存在较大的偿债困难风险。

2022—2024年，上汽红岩净利润分别亏损16.95亿元、24.41亿元、21.9亿元。这也导致动力新科连续三年出现巨额亏损。

动力新科2024年年报显示，截至2024年年底，上汽红岩负债总额超过资产总额为28.92亿元，流动负债合计金额超过流动资产合计金额，为37.73亿元。

动力新科在2024年年报中称，面对上述巨大挑战，上汽红岩围绕提质增效总体目标，努力做好各项生产经营和债务风险化解工作：一是在生产经营方面，收敛产品线，聚焦核心产品，加强供应商管理，强化成本管控，全力清除历史库存和加大应收款回收工作，努力降本增效，协助重点经销商做好产品销售和服务，努力做好市场销售；二是在债务风险化解方面，积极与相关银行协商贷款展期，与供应商协

商延期偿债，以缓解公司生产营运资金紧张等困难；三是积极开展组织优化和人员精简，努力降低结构成本。

此外，动力新科并购上汽红岩时的募投项目也陷入困境。

动力新科2024年年报显示，上汽红岩“智慧工厂”项目计划投入4.72亿元，累计投入金额3.32亿元，结余1.22亿元，已经结项；而上汽红岩“新一代智能重卡”项目，计划投入2.09亿元，累计投入1326.27万元，项目进度6.33%，达到预定可使用状态为2027年。

动力新科2025年4月3日发布公告，上汽红岩存放在中国光大银行股份有限公司上海分行募集资金专户中的2.8亿元资金(均已被法院冻结)被相关法院强制扣划，强制扣划原因为光大银行上海分行、农业银行重庆渝北支行发起的金融借款合同纠纷诉讼。

动力新科表示，虽然目前安吉红岩物流的破产重整申请已被法院立案，但上汽红岩是否被裁定进入重整程序尚存在不确定性。上汽红岩是否进入重整程序均不会对公司非重卡业务造成重大影响。在法院审查案件期间，公司将依法配合法院对上汽红岩的重整可行性进行研究和论证。如法院裁定上汽红岩进入重整程序，公司将依法行使股东权利，积极主动配合法院及管理人的重整工作，并督促上汽红岩依法履行法定义务。在平衡保护各方合法权益的前提下，公司将积极与各方共同论证债务问题的解决方案，同时将积极争取有关方面的支持，最大限度保障公司及全体股东的利益。■

LISTED COMPANY · 上市公司

金力泰控制权争夺战升级 第一大股东与创始人隔空互怼

时代周报记者 宋逸霏 发自上海

临时股东大会举办在即，*ST金泰(300225.SZ)控制权争夺战一触即发，第一大股东与公司创始人、管理层之间的矛盾愈演愈烈。

7月7日下午，*ST金泰将召开2025年第二次临时股东大会(下称“临时股东大会”)，持股14.80%的公司第一大股东海南大禾企业管理有限公司(下称“海南大禾”)提名了4名候选人，持股3.55%的公司创始人吴国政提名了3名候选人。会上将差额选举出4名非独立董事。

值得一提的是，金力泰因2024年度财务报表被出具“无法表示意见”的审计报告，叠加2024年度内部控制被出具“否定意见”的审计报告，公司股票“披星戴帽”。7月3日复盘后，公司股票简称变为*ST金泰。

金力泰控制权争夺战随即升级。7月3日晚，吴国政在金力泰官方微信公众号上发布了致广大股东的一封信，他在信中对海南大禾提名候选人的能力感到忧虑，还质疑海南大禾的职业操守和商业道德，并为自己提名的候选人拉票。

次日，海南大禾也发布了一封给金力泰股东的公开信。海南大禾在信中指出，如今(金力泰)退市风险高悬，现董事会管理层涉嫌挪用甚至侵占公司巨额资金。此次提议增补董事，正是为了重构公司治理体系，以专业、透明、合规的运营模式，带领公司走出困局。

7月6日，海南大禾方面在接受时代周报记者采访时表示，作为金力泰第一大股东，海南大禾提名公司法定代表人以及相关人士担任金力泰董事，属于正常情况，并已聘请律师维护公司及相关人员的名誉权。

第一大股东与创始人公开拉票

在公司7月3日“披星戴帽”后，金力泰创始人和第一大股东都坐不住了。率先发难的是金力泰创始人吴国政。7月3日晚上7时许，吴国政发布公开信称，在他离开的短短7年时间内，公司的内控和管理开始出现漏洞，延宕至今，终于酿成被挂*ST的恶果。

必须对公司董事会和经营管理层进行彻底的整顿和改造。

海南大禾在次日的公开信中指出，现董事会管理层涉嫌挪用甚至侵占公司巨额资金，被会计师事务所出具财务报表无法表示意见及否定内部管控的审计报告，公司被*ST，彻底暴露其漠视公司存亡、无视股东权益的真面目。

“我们迫切需要全体股东团结起来，在7月7日的临时股东大会上，为金力泰投出拯救公司的关键一票——支持海南大禾提名的董事进入董事会!”海南大禾称。

*ST金泰现任非独立董事共有2名，分别为公司董事长罗甸和执行总裁兼董秘吴纯超，两人此前均由吴国政提名。这次临时股东大会，是由海南大禾提议召开，但曾遭到金力泰现任董事会反对，后获金力泰监事会同意召开。

本次临时股东大会，海南大禾提议了4名候选人担任公司非独立董事。分别为刘锐明、刘小龙、刘雅浪以及蔡兆云。

对此，吴国政质疑大股东“唯亲是举”，他表示，海南大禾提名的4名候选人均无与公司主营业务相关的教育背景、任职经历和从业经验，对涂料行业缺乏了解，其中数人还是海南大禾实控人刘少林的亲戚。

对此，海南大禾方面向时代周报记者表示，刘小龙是海南大禾的法定代表人，担任董事再正常不过。刘锐明和刘少林是亲属关系，这也没有不妥。刘雅浪只是姓刘，但与刘少林无亲戚关系。

吴国政则提名了郝大庆、王子炜和孙策三人作为候选人。虽然吴国政“对目前公司的董事和经营管理团队也感到愤慨”，但王子炜也是金力泰现任管理层之一，是公司副总裁；而孙策则是公司国际业务负责人。吴国政称，他们三人值得信赖，并承诺，将身体力行，与同仁共同改造公司、重振声誉。

海南大禾在公开信中表示，作为持有近15%股权的第一大股东，海南大禾始终坚守合规经营底线，致力于为公司创造价值。唯有彻底改组董事会、清除损害公司利益的违规管理层，才能让金力泰重获新生。



海南大禾承诺，若海南大禾提名的董事顺利进入董事会，则将彻查公司历史违规行为，尽力挽回损失；恢复公司正常经营秩序，重塑市场信任以及制定清晰的战略规划，推动业务转型升级，实现股东利益最大化。

金力泰“披星戴帽”，谁之过？

在金力泰创始人和第一大股东的公开信中，有一个共同点，那就是把矛头指向了现任董事会管理层。

时代周报记者了解到，会计师事务所出具“无法表示意见”审计报告的原因主要涉及两个事项：一是金力泰存在大额资金往来异常；二是无法判断相关股权交易的商业实质和真实交易价格。

据审计机构的专项说明，金力泰在2024年度通过与芮奈贸易(上海)有限公司(下称“芮奈贸易”)、江西尚亿供应链管理有限公司、上海悦芮贸易有限公司等贸易商(以下统称“相关贸易商”)于每季度初签订采购协议并向相关贸易商转出资金，于每季度末签订采购解除协议由相关贸易商转回资金。

2024年金力泰向相关贸易商转出资金累计9.31亿元，累计转回9.30

亿元。相关贸易商预付款项2024年年末余额0.18亿元，年初余额0.66亿元。审计机构认为，金力泰资金存在通过资金占用通道方流向最终资金占用主体的重大风险。

时代周报记者查询天眼查发现，在此次涉嫌对*ST金泰资金占用的相关贸易中，芮奈贸易和上海悦芮贸易有限公司(下称“上海悦芮”)工商登记电话相同，企业注册地址相近。

海南大禾方面向时代周报记者表示：“上海悦芮法定代表人叫钱程，而钱程跟金力泰原董事长景总法在另一家公司也有合作。”

时代周报记者了解到，上海悦芮的法定代表人钱程曾因四川慕曼实业有限公司与景总法产生交集。

对于海南大禾的相关指控，时代周报记者7月6日致电金力泰董秘吴纯超，关于审计报告中的相关贸易商是否与公司董事会管理层有关的问题，吴纯超表示：“肯定(与公司董事会管理层)没关系。”

金力泰年报被出具非标准审计意见，还涉及相关股权交易事项。

审计机构发现，2024年4月22日，金力泰收到石河子怡科股权投资合伙企业(有限合伙)(下称“石河子怡

科”)偿还的公司首次收购怡科积科技的股权回购款1.38亿元。

该笔回购款由深圳市可上科技有限公司及天津云启天恒企业管理中心(有限合伙)汇入金力泰。公司收到股权回购款后将资金转出至前述相关贸易商处，并由相关贸易商转至北京森沃资本管理有限公司。该公司法定代表人与石河子怡科合伙人之一纽福克斯科技(北京)有限公司法定代表人为同一自然人。

审计机构认为，这表明金力泰公司在与日常资金管理相关的内部控制存在重大缺陷。

海南大禾方面对时代周报记者表示，金力泰在收到石河子怡科偿还公司收购怡科积科技1.38亿元股权回购款后，又转出给相关贸易商的行为，或是在帮助吴国政解除相关担保责任。

时代周报记者注意到，金力泰在2020年9月29日披露的股份回购协议公告中显示，曼爵士(香港)有限公司(下称“曼爵士”)以上海市黄浦区房产对石河子怡科的支付义务做出抵押担保。

海南大禾方面向时代周报记者提供的曼爵士周年申请表资料中显示，曼爵士董事仅有1名，名为WU Yichao。

时代周报记者发现，金力泰此前公告，吴国政之子的名字为WU Yichao，2016年6月至2018年3月出任金力泰董事长。

对于两个Wu Yichao是否为同一人，Wu Yichao是否为吴国政之子等问题，时代周报记者未能联系上吴国政本人。

*ST金泰证券事务主管胡佳男7月6日对时代周报记者表示：“公司当时给交易所问询函的回复公告显示，怡科积科技的控股股东厦门怡科及实控人林宝文同意就股权回购事项所约定的全部回购款项支付义务提供连带责任担保。上述质押、担保总价值已足够覆盖剩余股权转让款。”

股权纠纷持续多年

在临时股东大会召开前夕，*ST金泰第一大股东的股权纠纷再生波澜。

▶▶ 下转P16

终止百亿级新能源项目 普利特拟投资10亿加码新材料

时代周报记者 宋逸霏 发自上海

筹划2年后，普利特(002324.SZ)决定终止百亿级新能源项目，并拟投资10亿元加码新材料主业。

6月30日晚间，普利特公告，公司出资设立全资子公司广东普利特新材料有限公司，并投资建设普利特塑料改性材料华南总部及研发制造基地(下称“华南总部项目”)，项目总投资10亿元，项目年产能预计40万吨。

普利特表示，华南总部项目分为两期，其中一期产品可用于汽车线改性塑料，二期产品可用于低空经济产业链、人形机器人等产线。

同一天，普利特发布公告，宣布终止2023年规划的百亿级湖南浏阳30GWh钠离子及锂离子电池与系统生产基地项目。

截至目前，该项目未开展实质性建设。

值得注意的是，截至第一季度末，普利特账上货币资金仅7.78亿元。对于投资资金筹措相关事宜，普利特证券部工作人员7月1日向时代周报记者表示，公司目前可用的授信额度非常充裕，而且改性材料是一个轻资产行业，投入比例相对比较小。

加码布局人形机器人材料

普利特公告显示，本次公司拟投建的华南总部项目将分两期开发建设。

项目一期生产含改性聚丙烯(PP)、聚酰胺(PA)、丙烯腈-丁二烯-苯乙烯塑料(ABS)和聚碳酸酯(PC)合金类的塑料改性等汽车线改性塑料产品；项目二期则生产改性聚醚醚酮(PEEK)、改性聚苯硫醚(PPS)、液晶聚合物(LCP)和碳纤维增强材料等应用于低空经济产业链、人形机器人等非汽车线的改性塑料产品。

时代周报记者注意到，上述部分材料的用途与普利特2024年年报中描述的略有不同。

普利特在2024年年报中表示，公司目前的PC合金材料可用于低空飞行等相关领域；改性PA材料可用于机器人等相关行业。

对此，普利特证券部上述工作人员对时代周报记者表示：“公司的产线是共用的，会根据客户以及产业发展的节奏进行调节。公司本来的产线也可以生产这些材料。”

作为车用改性材料行业的领先企业，普利特是多家世界顶级汽车制造商和新能源车企的核心材料供应商。

关于本次大举扩产的原因，普利特在公告中解释称，这是由于新客户的不拓展和产品订单量的日益提升，公司的生产规模和供应能力需要进行增强。

目前公司现有产能处于满产状态，在行业旺季时仍存在产能缺口。

普利特2024年年报显示，公司改性塑料的设计产能为48万吨/年，产能利用率为99.89%。公司现有的在建产能为23万吨/年。天津计划年产15万吨的新材料工厂预计今年年底实现投产。

普利特在4月28日进行的业绩说明会上表示，公司将持续围绕改性材料基石业务，提升公司产能至71万吨，满足下游客户的需求。

7月1日，普利特披露，普利特墨西哥工厂于6月30日试生产成功。该工厂位于墨西哥北部核心工业区，紧邻美国边境，依托北美自由贸易协定的优惠政策，产品可直达北美客户。

时代周报记者梳理发现，加上本次规划的40万吨/年的产能，普利特的现有产能以及规划、在建产能合计将突破100万吨/年。

对于大举扩产后的市场需求预期，普利特证券部上述工作人员对时代周报记者表示：“这几年随着国产造车新势力崛起，提升了国产材料在

汽车行业的市场份额；加上国产改性材料的需求本来就旺盛，行业在持续增长。公司目前出货量大概60万~70万吨，但是市占率仅10%左右。所以还是有很大很大的市场需求。”

终止百亿级新能源项目

在新材料领域大举加码的同时，普利特终止了规划2年多的新能源项目。

普利特6月30日公告，基于新能源行业宏观环境变化等多种原因，公司经审慎论证研判，决定不再推进原本计划在湖南浏阳投资建设的30GWh钠离子及锂离子电池与系统生产基地项目。

普利特原本在2023年6月1日公告，该项目总投资102亿元，计划分三期建设。其中，一期投资约30亿元建设12GWh方型电池项目；二期投资约30亿元建设6GWh圆柱电池项目；三期投资约42亿元建设12GWh方型电池项目。截至公告日，该项目未开展实质性建设。

普利特财报显示，2024年，公司在新能源电池行业业务的毛利率仅为2.69%，2023年为18.24%。而公司2024年在改性塑料行业业务的毛利率则为18.64%。

新能源业务也拖累普利特业绩，

公司2024年实现营收83.14亿元，同比下滑4.54%；归母净利润则下降近七成至1.41亿元。

对此，普利特在年报中解释道，业绩变动主要是公司新能源业务板块受行业周期影响，下游需求增速放缓，新能源电芯市场竞争激烈，锂电池产品的行业市场价格整体呈现大幅下滑趋势，使得公司新能源业务板块的产品单位价格下降，单位盈利减少等因素所致。

普利特表示，2025年公司新能源业务板块经营情况较2024年已经实现了较好的回暖和增长趋势。

新能源业务板块已经有所回暖，为何还要终止浏阳项目？普利特证券部上述工作人员表示：“公司当时同步进行了3个新能源基地的建设，目前的产能是规划之内的。综合市场考虑，我们暂时终止(浏阳项目)。去年(利润同比)下滑主要还是计提了一些存货跌价，公司资产减值所导致的。”

普利特近年来动作频频，亦面临资金考验。

2023年，普利特通过定增募得10.79亿元，公司账上货币资金从2022年年末的3.79亿元升至2023年年末的14.37亿元。截至2024年年末，公司货币资金余额为9.53亿元；今年第一季度末，这一数字降至7.78亿元。■

NEW ENERGY · 新能源

电池龙头欣旺达拟赴港上市 一季度入账超122亿

时代财经 何明俊

又一家电池公司奔赴港股！

7月1日晚，欣旺达(300207.SZ)披露公告称，为深入推进公司全球化战略，打造国际化资本运作平台，提升国际品牌形象及综合竞争力，助力公司长远发展，同意公司拟发行境外上市外资股(H股)股票，并申请在香港联交所主板挂牌上市，并将相关议案提交公司股东大会审议。

时代财经注意到，欣旺达目前尚未开始递交，但赴港上市的目的与一众奔赴港股的A股上市公司一致：打造国际化资本运作平台。

根据财报，欣旺达主要从事锂离子电池研发制造业务，主要产品为锂离子电池电芯及模组，属于绿色环保能源领域。旗下锂电池业务分为消费类、电动汽车类和储能系统类。

2024年，欣旺达加速出海，推进越南锂电项目和匈牙利、泰国动力项目。同年，其国外收入约234.31亿元，占当年营业收入比重为41.83%。需要注意的是，欣旺达销售境外的主要产品为消费类电池。

360亿电池企业冲刺港股

1997年，现任欣旺达董事长、茂名富豪王威与兄弟联合创立了欣旺达。2011年，欣旺达在深交所上市，是A股中老牌的电池企业，当前市值超360亿元。

以消费类电池起家的欣旺达，在动力电池逐步发展之际，开拓出电动汽车类电池业务。随后，又在储能行业发展之际，开拓储能系统类电池业务。总体来说，欣旺达的企业发展轨迹与锂电行业的发展轨迹高度一致。

不过，“三线作战”也对欣旺达的业绩表现和财务控制提出了更高的要求。

财报显示，2020—2024年，欣旺达分别实现营业收入296.92亿元、373.59亿元、521.62亿元、478.62亿元和560.21亿元。尽管营业收入较高，



除了欣旺达、亿纬锂能等电池企业外，赤峰黄金、蓝思科技、东鹏饮料、先导智能、赛力斯等知名上市公司都宣布递表港股或已成功在港股上市。

但欣旺达的利润表现并不算特别优秀。2020—2024年，公司分别实现扣非归母净利润2.62亿元、5.28亿元、8.08亿元、9.73亿元和16.05亿元。

而2025年一季度，欣旺达实现营业收入122.89亿元，同比增长11.97%；实现归母净利润3.86亿元，同比增长21.23%；实现扣非归母净利润2.62亿元，同比下滑5.97%。

与此同时，欣旺达亦需要通过不断融资来满足自身业务扩张的需求。

2018—2021年间，欣旺达在4年时间内完成了两次定增，对应的股价分别是9.90元/股和41.90元/股。而2023年3月，欣旺达再次抛出定增方案，拟募资总额不超过48亿元，但这一定增方案最终被终止。

此外，欣旺达在2025年4月正式宣布终止“欣旺达智能硬件宁乡生产基地项目”以及“欣旺达30GWh动力电池生产基地项目”。据时代财经了解，宁乡的项目是2022年时通过了公司审议，总投资20亿元，分两期投入；30GWh动力电池项目同样是2022年通过公司审议，总投资约120亿元。

换言之，在融资动作终止后的数年间，欣旺达也停止对外扩产的动作。

这当中既有锂电行业周期的影响，亦有上市公司对财务上的把控。

财报数据显示，截至2023年年末和2024年年末，欣旺达账面上的货币资金分别为184.36亿元和178.69亿元；2023年和2024年经营活动产生的现金流量净额分别为36.18亿元和32.90亿元。目前，欣旺达宣布将递表港股，或许意味着公司重新开始考虑进入扩张周期。

“欣旺达前往港股上市，我觉得主要是三个方面的考量。”一名跟踪锂电行业的私募基金人士向时代财经表示，“最直接的是融资功能，欣旺达总体债务融资空间有限，去港股上市可以有效减轻资金压力。其次，欣旺达自身有海外扩张计划，港股融资带来的外币以及引入海外战略投资者，更有利于海外扩张。”

“当前港股相比A股有更明显的风险偏好。在增长预期充足的前提下，公司可以获得更好的估值条件，从而为后续其他资本运作打开空间。”该基金人士补充道。

多家电池企业奔赴港股

今年以来，A股多家电池企业

先后奔赴港股。

作为A股动力电池龙头，万亿市值的宁德时代(300750.SZ)率先登陆港股市场。在外资的加持下，宁德时代享受到了相对A股约20%的溢价空间，而港股的前瞻性也一度带动了A股股价回升。

“A+H”的双平台操作，似乎已是A股上市公司的“最优解”。

“年初至今，港交所IPO募资额位列全球前列，这是美元外溢和海外资金回流共同的结果，构成了港股今年‘发大水’的表现。”前述私募基金人士表示，“面对充沛的资金环节，有化债需求的公司自然不会放过这个机会。另外，推动企业走出去并不限于电池公司，所有有能力、有意愿出海的公司都跃跃欲试。”

据时代财经了解，在欣旺达宣布奔赴港股的前几天，亿纬锂能(300014.SZ)也正式递表港交所。与欣旺达的表述一致的是，亿纬锂能递表港股也是“为提升公司国际化品牌形象，满足公司国际业务发展需要，深入推进公司全球化战略”。

“亿纬锂能的情况与欣旺达差不多，港股上市也是其自身融资空间有限的情况下最便利的融资途径。当前公司在匈牙利和马来西亚都已经开始投入，目前其还要应对为海外宝马供货等项目，运营资金需求更高，因此港股递表对公司多了一层解决燃眉之急的意味。”该基金人士说。

除了欣旺达、亿纬锂能等电池企业，赤峰黄金(600988.SH/06693.HK)、蓝思科技(300433.SZ)、东鹏饮料(605499.SH)、先导智能(300450.SZ)、赛力斯(601127.SH)等知名上市公司都宣布递表港股或已成功在港股上市。

“作为一个从业人员，眼见港股公司的估值逐渐超过A股公司，不免感到唏嘘。同样是优秀的公司，在A股是低估值状态。通过前往港股上市，相信优秀的公司可以实现价值回归，得以平衡在A股过低的估值现状。”前述私募基金人士表示。■

金浦钛业陷连年亏损困局 实控人之女旗下公司或成“救命稻草”

时代周报记者 张汀雯 发自上海

6月30日盘后，金浦钛业(000545.SZ)公告正筹划重大资产置换、发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易事项。

据公告，金浦钛业拟将南京利德东方橡塑科技有限公司(以下简称“利德东方”)“揽入麾下”。自7月1日起，金浦钛业停牌，预计在不超过10个交易日披露本次交易方案。

近年来，金浦钛业陷入连年亏损的境地。到今年一季度，金浦钛业亏损面进一步扩大。

时代周报记者注意到，利德东方的实控人郭彦彤系金浦钛业实控人郭金东次女。截至2024年三季度末，利德东方总资产为11.96亿元，净资产为7.23亿元。7月1日，为进一步了解事件情况，时代周报记者致电金浦钛业证券部，截至发稿未获回复。

新材料项目一个暂缓、一个终止

金浦钛业表示，本次交易方式初步确定为通过重大资产置换、发行股份及支付现金的方式购买利德东方控股权并同时募集配套资金。本次交易完成后，利德东方将成为其控股子公司。而本次交易的拟置出资产为公司部分资产及负债。截至目前，置出资产的具体范围尚未确定。

拟置入资产则为利德东方，该公司成立于2011年9月。主营业务为汽车

零部件、轨道交通零部件、橡塑软管、橡塑密封件、橡塑减震制品、其他橡塑产品及其制造设备的设计研发、制造、销售、技术咨询与检测服务等。

利德东方的实控人郭彦彤系金浦钛业实控人郭金东次女。2024年前三季度，利德东方营收为8.10亿元，净利润为8552.57万元。截至2024年三季度末，利德东方总资产为11.96亿元，净资产为7.23亿元。

此前，金浦钛业还为拓展新能源新材料业务领域，积极布局两大项目。但目前来看，这两个项目却未能按计划推进，一个暂缓，一个终止。

2022年开始，金浦钛业计划在安徽(淮北)新型煤化工合成材料基地建设20万吨/年电池级磷酸铁、20万吨/年磷酸铁锂等新能源电池材料一体化项目，计划投资金额12.8亿元。

不过，金浦钛业表示，目前安徽金浦新能源项目硫酸装置已完成建设总进度的96.5%，预计2025年上半年全面投产；磷酸铁装置已完成建设总进度的65%。鉴于当前市场状况，磷酸铁项目暂缓。

2023年7月，金浦钛业全资子公司南京钛白化工有限公司(以下简称“南京钛白”)与兰州金川科技园有限公司、甘肃镍都产业投资基金(有限合伙)共同投资设立参股公司。

该参股公司原计划为建设20万吨/年磷酸铁锂项目。到今年4月，金浦钛业表示，市场环境变化导致项目可行性降低，加之南京钛白资金压力，

促使公司终止投资。

连年亏损，子公司停产

财务方面，金浦钛业面临的情况不容乐观。

今年一季度，金浦钛业实现营业收入5.42亿元，同比下滑3.62%；归母净利润为亏损1538.38万元，同比下滑13.34%。截至今年一季度末，金浦钛业应收账款为2.33亿元，同比增长36.16%；在手货币资金为1.88亿元。

同时，金浦钛业已经连续亏损三年。2024年，其营收21.33亿元，同比下滑5.86%；归母净利润为亏损2.44亿元，同比下滑39.81%。金浦钛业表示，受钛白粉市场需求疲软、原材料价格波动、能源成本高企等因素影响，公司连续三年亏损，面临较大的财务压力。

2024年，金浦钛业营收的97.24%均来自钛白粉行业。今年6月13日，又因产品价格下跌，生产成本高企，金浦钛业宣布其全资子公司徐州钛白化工有限公司(以下简称“徐州钛白”)已择机临时停产。

金浦钛业表示，徐州钛白系金浦钛业重要子公司，目前处于亏损状态，短时间内难以扭亏，本次停产将降低公司2025年钛白粉产品的产量，避免继续生产造成更大规模的亏损和资金投入，预计将对本年经营业绩产生一定不利影响。

同时，据6月16日公告，徐州钛白因与供应商合同纠纷，未能到期付款，导致供应商采取诉讼等措施对

公司银行账户资金进行冻结，被冻结资金合计239.93万元，占金浦钛业目前资金总额的3.02%。

2024年，徐州钛白实现净利润-7322.47万元，较上年同期减少3777万元，主要系资产减值1337万元、原材料采购单价上升导致钛白粉毛利下降所致。

7月1日，隆众资讯钛白粉分析师路佳欣告诉时代周报记者，短期内国内钛白粉市场或延续弱势。需求端利好支撑难寻，下游备货较为谨慎，钛企出货缓慢与库存压力并存。市场僵持观望氛围较浓，竞争较激烈，钛企视自身情况单议为主，国内钛白粉市场或延续弱势震荡局面。

“目前国内钛白粉供需失衡局面依旧存在，市场仍旧呈现供大于求的局面。成本端来看，钛精矿维持盘整局面，但是硫酸及硫酸依旧处于相对高位，预计下半年或有窄幅调整表现，成本面仍有一定支撑。但是考虑到钛白粉市场或上行困难，钛企亏损局面或依旧存在。”路佳欣进一步指出。

为应对市场挑战，金浦钛业也在其去年年报中表示，钛白粉行业面临环保政策趋严和市场竞争加剧的挑战，需持续加强环保投入和技术升级，以应对政策变化和市场需求变化。

但时代周报记者注意到，其研发投入却呈下降趋势。2024年，金浦钛业研发投入7572.83万元，同比下滑7.01%；2025年一季度，其研发费用为1295.96万元，同比下滑35.87%。■

思路迪医药夏芳：Biotech仍需要不断迭代创新

时代周报记者 林昀肖 发自北京

5月以来，中国创新药行业重磅消息不断，A股创新药板块从5月中旬起明显上涨，6月中旬后虽出现回落但较5月以前仍处于高位，多家创新药企业股价也较年初大幅上涨。股价上涨的背后是BD交易的大爆发，据不完全统计，5月以来至少有16家国内药企对外官宣BD交易订单，跨境合作占据主流。

重磅交易频现伴随资金的大量涌入，熬过四年医药寒冬后，创新药企业是否已步入新的发展阶段？思路迪医药副总裁、董事会秘书夏芳在接受时代周报专访时表示，对创新药行业而言，资本寒冬已过得到业内的广泛认可。未来，几家中国Biotech要成长为Big Pharma，同时，部分企业也会向精尖发展，力求在所选定的细分环节做到全球最佳水平。

在创新药企业中，思路迪医药(01244.HK)是具备全产业链覆盖能力的创新药企，以“肿瘤慢病化”为战略核心，构建覆盖靶点发现到商业化落地的全产业链研、产、销模式。公司现有13条管线中8款进入临床阶段，公司于2022年12月15日正式登陆香港交易所主板。

思路迪医药主要产品有全球首个皮下注射PD-L1单抗新药恩维达®，2021年已获国家药品监督管理局批准上市销售。此外，公司依托自有mRNA研发平台和肿瘤基因组大数据AI分析平台，自研靶向LNP，研发系列mRNA产品布局千亿肿瘤疫苗领域。

对于近期资本市场的火热，夏芳认为，伴随资金回流与BD交易活跃，创新药板块资本寒冬已过，但每家企业发展阶段有所不同，整体而言，Biotech仍面临体系不完善、持续创新压力等挑战。“Biotech需要不断进行迭代创新，永远保持研究管线处于国际前沿。”

近年来，中国创新药资产受到跨国药企的青睐，夏芳认为，中国创新药资产受国际认可源于三大优势，研发质量提升、反应效率领先及成熟资源体系支撑，国内企业凭借快速临床试验能力与丰富患者数据，成为跨国药企合作优选。对中国创新药企业而言，目前出海首选仍为License-out授权交易，同时可探索定制研发或NewCo股权合作模式。

肿瘤治疗一直是创新药布局的热门领域，其中mRNA疫苗被认为有潜力成为下一个爆款频出的技术领域。麦高证券研报认为，mRNA肿瘤疫苗有潜力成为泛癌种、高可及性、现货化与个性化兼具的新型肿瘤免疫疗法。目前，国内mRNA肿瘤疫苗领域呈现出蓬勃发展的态势，上市公司和初创企业均积极布局，开展多项合作。

据麦高证券研报等资料介绍，国内布局mRNA疫苗的企业中，思路迪医药早在2020年就已经布局多肽肿瘤疫苗，靶向WT1，目前国际多中心试验已经完成入组。mRNA系列管线中，通用肿瘤疫苗3D124即将进入临床；云顶新耀的mRNA疗法布局广泛，涵盖个性化肿瘤疫苗、通用疫苗，更是布局了免疫调节肿瘤疫苗以及自体生成CAR-T疗法。

此外，石药集团拥有全球第三款、国内首款获准使用的mRNA疫苗，唯一经商业化检验的中国药企；悦康药业全面布局核酸药物领域，mRNA疫苗方面，公司已有两款产品成功获批中美IND；康希诺是国内创新疫苗龙头，其mRNA疫苗技术已获临床数据支持。

谈及国内药企在mRNA领域的行业竞争，夏芳认为，企业在mRNA肿瘤疫苗这一细分领域的核心竞争力，主要体现在抗原选择、临床需求满足方面，同时，未来取决于AI数据分析能力、个体化药物匹配及制备工艺，这些都需临床验证，同时专利保护也将是市场竞争的关键因素。



夏芳

思路迪医药副总裁、
董事会秘书

寒冬已过，创新不能停

时代周报：5月以来创新药板块持续火热，多家企业股价飞涨，中国创新药市场的资本寒冬是否已过？

夏芳：资本寒冬已过得到业内的广泛认可。一方面，确实有大量资金回归资本市场；另一方面，众多BD交易达成也使众多投资者敢于投入，越来越多的投资人选择与药企接触。

对于中国创新药行业是否已成熟步入开花结果期，无法一概而论，不同企业面临不一样的阶段，竞争和自身运营风险会一直存在。

时代周报：Biotech当前仍面临哪些挑战？

夏芳：Biotech仍处于创新阶段，存在体系不完善的问题。相较于大型药企，Biotech发展更快、更为活跃，但同时也面临研发、法务、运营、资金压力等方面面临较大风险；同时，Biotech必须持续专注于创新，需要不断进行迭代创新，并可能面临被迫选择放弃目前研究成果。对药企而言，永远保持研究管线处于国际前沿，是一个巨大挑战，每一天都要面对新的挑战。

时代周报：中国创新药行业未来还有哪些新的增长点？

夏芳：中国一定要有几家Biotech成长为Big Pharma，需要有创新研发能力、生产质量控制能力和海外销售体系。可能会独立成长，也可能是通过一些并购和整合。这或许需要资本的推动、体系的整合。

同时，部分企业也会向精尖发展，并非所有企业都要拥有全套产业链，部分企业擅长临床试验，部分企业擅长新研发，部分企业擅长商业化，Biotech要找到自己擅长的领域向精尖发展，舍得投入大量资金，力求在所

选定的细分环节做到全球最佳水平。

总之，非常高兴看到资本市场近期关注到创新药企业的发展，这种关注度再给中国药企十年，中国创新药发展一定能赶上或超越国际先进水平。

速度是中国创新药企业的最大优势

时代周报：近年来，中国创新药资产为何受到跨国药企的青睐？跨国药企来中国“扫货”有哪些标准？

夏芳：首先，是中国创新药质量得到认可；其次，是中国药企的反应速度和效率，甚至在部分前沿领域快速迭代；最后，是中国创新药企业的技术和体系逐步成熟，得到跨国药企的认可。

中国创新药企业最大的竞争优势是速度，药物开发和临床试验在充分竞争条件下，完成速度快，拥有大量的临床资源，紧跟国际前沿方向。

时代周报：当前创新药企业的出海方式主要有哪几种？思路迪医药倾向选择怎样的出海模式？

夏芳：在中国药企出海的选择中，目前首选出海方式仍然为License-out，可以拿到上千万美元甚至上亿美元，证明实力，早期变现。

合作方对产品和市场的认知至关重要。如果技术方认为该产品极具优势，或对其销售预期乐观，License-out也并非唯一或必须的选择。例如，在平台技术方面可以考虑帮助定制的合作方式，通过研发平台和递送系统，中国药企能够快速实现产品研发，发挥出定制的价值。

此外，NewCo模式也是产品合作中的不错选择，NewCo模式的核心特点在于，合作方并非一次性获取所有利润，而是通过持有新公司的部分股权或产品权益，分享公司未来在资本市场的增值收益。

License-out和NewCo都是基于海外市场对中国创新药的认可，中国创新药管线迭代迅速、性价比高且推进迅速，得到跨国药企的逐步认可。

时代周报：思路迪医药在BD交易中是如何选择合作伙伴的？

夏芳：对创新药企业而言，接触到跨国药企本身并非难事，因为这类企业通常具备相应的资源和人脉。思路迪医药团队系统筛选海外上市的肿瘤药企，优先选择与自身业务管线契合度高、与中国企业有合作意愿的标的，甄别其中业务关联性强且具备资本市场运作能力的企业，进行充分接触。

基于AI的mRNA平台

时代周报：思路迪医药选择布

局mRNA疫苗的原因有哪些？

夏芳：mRNA是一个新赛道，也是新布局的平台，国际头部企业市值在200亿美元以上，目前国内还没有领军企业成型。在新冠疫苗研发推动下，业界mRNA技术日趋成熟，国内一些优秀企业申报了mRNA新冠疫苗。与此同时，mRNA技术的应用前景也展现出更广阔的维度，其潜力不仅限于肿瘤和传染病，还可拓展至诸多代谢性疾病领域。

利用TAA(肿瘤相关抗原)或TSA(肿瘤特异性抗原)，通过递送系统在靶器官，让mRNA表达其蛋白、产生抗体，使很多抗体都可以同时产生效果。以前是在药厂中通过大型罐子和车间生产抗体，而现在人体自身表达适应性抗体，是“人体细胞工厂”的概念。

时代周报：基于AI的mRNA平台技术有怎样的特点？

夏芳：两者有很多需要组合和连接的领域，其一是抗原如何选择，思路迪医药拥有AI抗原筛选系统，可以打通既往文献信息和自身研究成果，对众多抗原组合进行筛选。

其二，是递送系统，递送系统相当于在抗原外包裹一个载体，用载体将mRNA传递到靶向器官。同时，到目标位置后还要有很好的释放，使其产生作用。

此外，在知识产权方面，通常需要依靠LNP递送系统的知识产权来构筑整个药物的知识产权壁垒，AI在筛选LNP递送系统时也起到重要作用。

时代周报：当前，中国创新药企业mRNA产品竞争格局是怎样的？

夏芳：中国的mRNA企业大多在此前研究新冠疫苗，真正进行肿瘤研究的企业较少，肿瘤药品的成药经验也较少。大多数企业拥有mRNA技术平台，但在抗原筛选方面表达结果会完全不同，需要看企业具体擅长的领域。

就中国mRNA企业的竞争格局来说，一定要竞争而不是一家独大，越多企业参与竞争，越能够惠及患者并对行业发展有利。

在mRNA疫苗行业竞争中，首先是抗原筛选阶段，谁能更好地利用AI系统分析历史数据；其次，是对患者的mRNA进行分析，进行抗原筛选后，选择适合患者个性化的药物；此外，是如何结合、制备工艺和关键技术水平还需要临床验证。除上述三种关键技术外，专利保护也是mRNA企业市场竞争中的重要环节。■

金力泰控制权争夺战升级 第一大股东与创始人隔空互怼

◀ 上接P14

7月3日海南大禾公告，公司于近日收到华锦资产发来的《北京市第三中级人民法院保全事项告知书》。保全告知书上显示，海南自贸区大禾实业有限公司与海南大禾部分银行账户资金因涉及与华锦资产的股权转让纠纷而被冻结。此外，海南大禾所持的全部14.80%*ST金泰股份也被依法轮候冻结。

对此，海南大禾方面7月5日晚向时代周报记者表示：“海南大禾到目前为止只收到海口中院6月30日作出的解除大禾公司全部股权(财产)冻结的裁定书(2024)琼01民初47号之一，还没有收到过其他任何诉前保全、股权冻结的正式法律文件。”

海南大禾与华锦资产的股权纠纷持续已久。

2019年11月，当时华锦资产将其持有的宁夏华锦资产管理有限公司

100%股权转让给刘少林控制的大禾实业，转让价为5.07亿元。金力泰的实际控制人由中国国防金融研究会变更为刘少林。华锦资产在2018年获得金力泰控制权时花费了约10.94亿元，这次转让账面亏损近6亿元。

2020年12月13日，金力泰公告称刘少林因涉嫌合同诈骗罪被上海市公安局刑事拘留。

2021年6月，金力泰公告，从被害单位华锦资产获悉，在公安机关侦查期间，上海市奉贤区人民检察院批准了对刘少林实施逮捕。

2022年11月，华锦资产向法院提起诉讼，主张股权转让实际是代持关系，要求确认其为海南大禾的实际股东，并要求将股权变更登记至其名下。

海南海口市中级人民法院(下称“海口中院”)于2023年7月做出一审判决，驳回了华锦资产的全部诉讼请求。华锦资产不服判决，向海南省高级人民法院(下称“海南高院”)提起上诉。

2023年12月，海南高院撤销一审判决，并将案件发回重审。

该案于2024年5月7日在海口中院开庭重审。同年5月28日，华锦资产申请行为保全，要求禁止海南大禾行使金力泰股份表决权等股东权利，海口中院于5月29日驳回了这一申请。

今年3月，海口中院重审一审再度判决驳回华锦资产的全部诉讼请求。华锦资产随后提起上诉。5月12日，华锦资产再度向海南高院申请行为保全，但这一诉求于5月28日被海南高院驳回。

6月6日，华锦资产向海南高院提交《撤诉申请书》，请求撤回上诉。海南高院准许华锦资产撤回上诉。一审判决自该裁定书送达之日起发生法律效力。

如今，华锦资产与海南大禾之间的股权纠纷再起。在金力泰这次董事会席位角逐中，谁将胜出？能否带领公司脱困？时代周报将继续关注。■

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

21 | 当代年轻人迷上攀岩

百万烟酒店寻找新增长

时代财经 林心林

传统烟酒店的小老板们，正在经历非常时刻。

“今年夏天空调都不舍得开了，（一直开着）每个月的成本又要多上几百元。”一名河南烟酒店老板感慨。

自20世纪80年代末国家开放酒水专卖权后，成千上万的烟酒店在城市的街衢小巷火速生长起来，构成白酒流通系统中末端的“毛细血管”。

它们曾经是社区里最稳的生意，大多数经营时间已有十几二十年，靠着几个稳定的单位团购大客户养起一家小店，年赚10多万元。

据酒业家报道，2023年，我国烟酒店约490万家。另据云酒大数据中心结合第三方数据，截至2023年年底，我国已有905万家食品、饮料和烟草制品专门零售的个体工商户。

近两年，白酒市场面临深度调整，加之线上销售渠道冲击，末端烟酒店的生存空间不断被挤压。

中国烟酒流通协会预测，到2025年全国烟酒零售店数量将减少17%~22%，个体小店将成为闭店潮的重灾区。

这些盘踞在白酒销售链条终端的传统烟酒店老板，如今迷茫地站在十字路口。他们密切关注着某一款酒的行情是不是又跌了几元，店里压着多少的库存，一天的营业额要达到多少才能勉强抵过房租。

烟酒店进入“微利时代”

早上9点，把孩子送进学校后，黄静匆匆赶往自家的烟酒店。推上卷帘、清点货架，黄静开启了一天的“守店”。

这家店扎根在城市核心地段，周边林立着多栋写字楼与两家商场，来来往往的人流量并不少，不过一公里内，光烟酒店就有七八家。

黄静的店不大，面积大约50平方米，店面前厅摆满了满墙的白酒、香烟，角落里还摆放着一个售卖饮料与瓶装水的冰柜。据时代财经观察，6月的某个工作日下午4点前后，近一个小时内，店里零星进来三拨客人，且都是附近的熟客，多是买一瓶水或者买包烟便匆匆离开，鲜少有询问买酒。

“这些千元左右的名酒现在基本卖不动。”黄静指着陈列柜里流通名品。与之形成鲜明对比的是，定价不到百元的35度劲酒、53度黄盖玻汾十分热销，其中黄盖玻汾最受欢迎，经常卖断货。

这与近日中国酒业协会发布的趋势一致：2025年1—6月，市场动销最好的价格带包括100~300元、300~500元、100元及以下。

对传统烟酒店而言，除了零散的街坊客，更稳定的收入来源其实是团购客户，如企业、事业单位、策展机构及婚宴宴席团队等。这类客户往往有批量采购烟酒，且对品牌和档次有较高要求。多名烟酒店老板向时代财经透露，团购客户堪称门店的“立身之本”，通常能贡献60%~70%的销售额。

今年以来，烟酒店老板董亮明显感受到，团购客户的消费频次与客单价有了较大变化。

董亮在北京的这家烟酒店行经营时间已有20年，门店投资超200万元。从业多年，董亮在周边本地民企中构建起庞大的团购客户网络。

步入2025年，不仅部分民企及机构客户收紧预算、团购量下滑，所消费的白酒档位亦下降，“以前喝飞天的，现在喝茅台1935；以前喝1935的，现在喝400元的汾20。”董亮称。

多名受访老板均表示，门店营业额出现不同程度的下滑。位于南京的华子酒业烟酒店负责人杜玉宝称，其门店面积200多平方米，往年非春



在刚过去的6·18大促中，白酒品类迎来爆发。今年美团闪购6·18活动首日，美团闪购白酒整体成交额同比实现超70倍增长，活动全周期白酒成交额同比增长超10倍。

节的月销售额通常能达200多万元，而今年销售额最好的月份也仅有10多万元。

高端名酒的价格倒挂让烟酒店的生存愈显困难。

如今，白酒价格倒挂已成行业里的普遍现象，千元上下的高端名酒更是重灾区。以一款年销百亿级别的名酒单品来说，黄静记得，店里此前线下进货价还要900元/瓶，眼下市场终端售价却已跌破800元/瓶，“以前这酒能卖到1300元一瓶。”黄静感慨，现在店里在售的酱香型白酒几乎全部陷入价格倒挂的境地，有些单品价差能达两三百元。

曾经构成烟酒店重要来源的烟草也不例外。董亮称，与白酒相似，现在门店的低价烟断货、高价烟滞销，“之前库存中白酒占比高，今年香烟库存也持续上涨”。

白酒销售的利润“泡沫”被快速挤去，烟酒店进入“微利时代”。

多名受访的烟酒店老板表示，如今卖出一瓶白酒仅赚5~20元不等。一名经营多年的烟酒店老板直言：“一箱流通酒赚个三五十元，不懂行的多加一点点，只有价格不透明的老酒以及地方酒能稍有溢价，但很少有人要。”黄静也称，顾客总习惯性地要求抹零，“再抹零就真没利润了，现在几乎是贴着成本在卖”。

价格倒挂的危机席卷整个白酒行业。年初以来，各知名白酒亦开启“控货潮”，泸州老窖、洋河、今世缘等纷纷跟进。传递到烟酒店端，有烟酒店老板称，由于厂家出货控量，今年上半年部分名酒价格“稳”了一些。

酒厂与经销商重构“厂商关系”

高库存压力下，烟酒店呈现出分化的应对策略。

酒水连锁零售品牌“久加久”旗下有超200家加盟烟酒店，据其电商

总监姜飞勇观察，资金雄厚的经销大商，即便价格倒挂也选择硬扛，等待市场回暖；而资金相对有限的经销商，在可承受范围内以接近成本价或微亏方式清理高库存。

更多规模小、抗压能力薄弱的街边夫妻店则陷入被动局面，为避免资金链断裂，只能快速出清库存。

黄静经营的店铺便属于此类，针对滞销及倒挂的产品，其采取平本乃至亏本出售的策略，尽可能降低资金占用。“像有些茅台生肖酒，哪怕一瓶亏1000多元，只要有顾客肯要也得赶紧出手。”

这种近乎割肉的清货方式，进一步挤压着中小烟酒店的盈利空间。

6月18日，中国酒类流通协会发布《2025中国白酒市场中期研究报告》指出，今年上半年，白酒市场呈现宴请送礼需求减少、价格倒挂等问题，超过40%的经销商、零售商表示面临着现金流压力，库存周期延长。

有酒水连锁行业人士则透露，不少烟酒店虽能维持稳定的营业额，但利润同比降幅已达30%~50%。董亮也对时代财经表示，据他与多数烟酒店同行交流了解，当前行业内多数门店的综合利润率已不足10%，部分小型门店的利润水平甚至低于5%。

这让众多中小烟酒店老板处在“躺不平、卷不动”的窘境。随之而来的是，进货、打款等经营动作也按下了暂停键，以往动辄百箱囤货的现象已鲜少见到。

“过去区域小经销商、烟酒行代理一两个品牌，单次打款金额往往就几十万元甚至上百万元。但现在他们都不敢贸然出手，仓库里不仅堆着今年的货，去年甚至前年的库存都没消化完。”姜飞勇说。

由此，上游酒厂长期依赖的压货、搭售等模式正逐渐失效。过去，白酒酒厂通过向下游压库存、定业绩等做大规模，行业长期呈现“厂强商弱”格局。如今，伴随畅销名酒利润空间缩小、动销困难、库存高企，这套玩法越来越行不通了。

今年以来，各家酒厂纷纷放低姿态，密集召开经销商大会，“重构厂商关系”成为高频词。黄静亦感受到，酒厂拿货政策更加人性化，从过去“拿畅销品须搭售新品”的捆绑模式，转变为“一两箱小批量拿货”的灵活机制。

即便如此，多数受访烟酒店老板的拿货意愿仍较低，普遍以清库存为主。“过完年后就再没进过货。”有烟酒店老板向时代财经称。某中小酒厂人员则直言：“拿不拿货跟烟酒店老板账上有没有钱关系不大，核心还是看酒好不好卖——要是酒能快速走

量，哪怕贷款他们也愿意进货。”

对“货能不能卖出去”的信心不足，让烟酒店老板们勒紧裤腰带。

“光房租一天就600多元了，日营业额要是达不到千元，基本就是给房东打工。”黄静仔细地盘算着店里的各项成本。从进货成本到水电、人工开支，烟酒店老板们正绞尽脑汁压缩各项支出，有的甚至通过缩短空调使用时时长节省支出。

上述河南烟酒店老板就提到，抱着同样想法的同行不在少数，更有人盘算着把空调换成匹数更小的型号，只为省下几元钱的电费。

有部分烟酒店没能撑过行业调整期。时代财经注意到，某社交平台上烟酒店铺转让的信息扎堆出现，大多标注着“亏本转让”的字样。黄静也感慨，自己门店周边一公里范围内，既有经营数十年的老牌烟酒店，也有不少新店撑不过半年就匆匆撤店倒闭，流动率较高。

线上渠道崛起，烟酒店涌入来取货的外卖小哥

市场生态正经历颠覆性变革，这倒逼中小商家加速转型。

拓宽销售渠道成为烟酒店的主要转型方向。“大部分烟酒店做的其实是私域客户的生意，一年可能就固定服务10多个客户，几乎没有任何公域流量可言。”姜飞勇称。

过去数十年，白酒行业高度依赖线下铺货渠道，形成多级的分销渠道体系，起到把控价格、保障各方利润空间等作用。

近几年，直播电商、即时零售等各类新兴渠道加速崛起，尽管当前线上销售仅占白酒市场总容量的不到10%，但分流传统烟酒店客源的趋势已愈演愈烈。

数名受访者直言，互联网时代的价格透明化，让门店被迫陷入“比价”局面，部分对价格敏感的客户转向线上，商家眼睁睁地看着客户流失。而上游白酒企业的动作更释放出明确信号，今年以来，泸州老窖、贵州茅台等企业接连布局线上即时零售渠道，对传统销售体系展开改革。

这意味着，传统烟酒店不得不重新审视并主动布局线上零售渠道。

不过，据时代财经采访了解，不少传统烟酒店老板对加码线上渠道态度复杂，既有被动接纳，也有抵触排斥。一方面，他们担心线上价格冲击私域定价体系，导致习惯线下购酒的老客户流失；另一方面，又顾虑接入平台后，不仅要承担高额佣金，还可能失去经营自主权。

但现实是，商家已没有太多犹豫

与选择的空间。

在刚过去的6·18大促中，本属销售淡季的白酒品类迎来爆发。据时代财经获悉，今年美团闪购6·18活动首日，美团闪购白酒整体成交额同比实现超70倍的增长，在活动全周期，白酒成交额同比增长超10倍；酒类流通企业1919在6·18期间即时零售板块GMV超2.3亿元，同比增长489%。

飞速增长的数据背后，越来越多的传统烟酒店投身线上战场。

华子酒业烟酒店在线下开店近30年，今年4月，门店接入1919快喝即时零售业务，并在6·18期间首次试水大促。负责人杜玉宝第一次感受到线上的爆发力，大促首日订单量达到日常的10倍，单日销售额突破10万元，“一时间店里挤着10多个外卖小哥”。

大促爆单过后，有烟酒店老板也向时代财经直言，若没有平台补贴，按照线上展示的销售价格成交，门店仅能赚个微利甚至略亏。大促热度退去，烟酒店的订单量也将回落，日常线下生意仍是支撑门店营收的主力。线上销量要真正扛起销售大旗，显然还需要些时间。

在姜飞勇看来，目前部分门店即时零售占比已达20%~30%，预计未来线上线下销量有望实现“五五平分”，成为门店核心增长引擎。

其观察到，从去年开始，不少门店逐步拥抱线上业务，甚至愿意在线上亏本做商品，目的是引流和触达更多客户。“只有壮士断腕，资金才能流通起来，以后的产品、客户结构也会更加健康。”姜飞勇称。

另有一批传统烟酒店老板，则活跃在抖音、小红书等社交平台。他们通过拍摄短视频、上架引流单品、提升门店曝光度等方式，持续培育新客户。

今年4月，董亮便开始在多个平台上分享自己的开店日常，希望通过打造个人IP带动门店成交。他向时代财经透露，目前单条视频最高播放量已突破200万，也吸引到部分线上订单。

眼下，尽管这些新尝试尚未成为稳定的增长引擎，但他们不得不逐一摸索试错。而对多数传统烟酒店老板而言，他们内心仍更依赖门店周边一公里内的熟人生意圈，习惯守着自己的“一亩三分地”度日。“要是没这些老客户撑着，门店早就开不下去了。”黄静称。

2025年，数百万烟酒店就在这样的矛盾中前行。一边难以放下过去赖以生存的流通名酒与经营模式，一边又不得不亏本出清、试探新出路。“做生意，就是得扛住这份难，慢慢磨。”一名烟酒店老板感慨。

（以上受访者黄静、董亮为化名）

高管架构再调整 百度寻找新答案

时代周报记者 何珊珊 发自北京

百度再迎高管架构调整。7月1日，百度创始人李彦宏发布内部信，宣布新一轮组织调整，原金山云何海建（Henry）加盟百度，担任集团首席财务官（CFO），负责百度财务体系管理工作；集团资深副总裁何俊杰（Jackson）不再担任代理CFO职务，轮岗负责集团人力资源及行政管理；集团资深副总裁崔珊珊不再负责集团人力资源及行政管理，继续担任文化委员会秘书长。轮岗本是大厂常规操作。过去一年以来，百度曾两次宣布高管轮岗。值得注意的是，百度的高管轮岗伴随着老将的离开和新人的加入，甚至是老将的回归，同时也伴随着业务架构的调整。

时代周报记者梳理发现，过去一年，百度已有5名高管离职和多名高管轮岗调整，涉及4个业务群，这场高管团队架构的变动，不亚于2019年百度5名高管接连离职的阶段。

站在新的节点，百度还在寻找新答案。

高管架构之变再重演

据时代周报记者不完全统计，自2024年以来百度高管离职涉及MEG、IDG、ACG等多个核心事业群。

其中，包括百度集团副总裁兼MEG（百度移动生态事业群组）CTO肖阳、MEG商业体系负责人王凤阳，以及曾经的公关一号位副总裁璩静。掌舵IDG（百度自动驾驶业务事业群）长达8年的副总裁李震宇、百度集团原资深副总裁HCG（大健康事业群）总裁何明科，2024年年底也已无法在百度内部架构系统搜索到信息。此外，2025年“开盒”事件的当事人ACG（智能云事业群组）副总裁谢广军也一度被传离职，但相关内部人士称“目前系统中还能搜到”，目前情况不明。

历史总是惊人的相似。如今处于高管人事变动中的百度，上演与2019年相似的一幕。



可以看出的是，无论是主动离开，还是被动轮岗，百度的高管团队架构自2019年后并未真正稳定下来。6年前留下的课题，如今还要重新寻找答案。对于李彦宏而言，高管频动之际，“老百度”不再是唯一选择，百度也亟须经验丰富且稳定可靠的职场经理人来补充团队血液。

2019年5月17日，百度发布第一季度财报的当晚，任职14年的高级副总裁、搜索公司总裁向海龙的离职消息放出。百度副总裁吴海峰、顾国栋、赵承，执行总监孙雯玉已于同年相继辞职，他们多为任职10年以上的老将。而在2018年，时任百度集团总裁、首席运营官陆奇辞职当日，百度市值一度下挫93亿美元。

5名高管的离职出现管理岗空缺，高管架构面临重新“排兵布阵”，李彦宏一度亲自上前线督战。

2019年，据《财经》等媒体报道，有观点认为，在人力资源方面，自崔珊珊回归之后，百度高管从招揽光鲜背景的空降职业经理人，转向召回“老百度人”。

时代周报记者注意到，崔珊珊作为7名创业成员之一，号称“百度七剑客”之一。2010年7月，她从百度离职照顾家庭，2017年12月回归，接着便引发老百度人的“回归潮”。

早年加入百度并在2015年离开的张东晨（原总裁助理），于2018年再度出任集团业务发展副总裁。李彦宏曾经的“亲传弟子”——老将赵世奇，也在2020年加入华为后，于2024年重新回归百度。

目前，百度仍由沈抖、崔珊珊、何俊杰、李莹、王云鹏、王海峰、平晓黎等“老百度”坐镇。

此番调整耐人寻味，老将们各有去处。崔珊珊作为百度老人，2000年1月加入百度，曾长期负责人力资源工作，担任过人力资源副总裁。

何俊杰自2019年加入百度以来，长期负责财务和战略投资相关的工作，曾主导投资团队完成百度外卖与饿了么的合并、度小满分拆及独立融资、爱奇艺IPO等项目。2022年曾轮岗至MEG负责人，2024年10月调任代理CFO，但短短一年不到，再次调岗担任人力资源工作。

MEG作为最大的现金流业务，几乎算是百度的钱袋子，该事业群的负责人自2022年至今，先后经历沈抖、何俊杰、罗戎3名高管。其中，沈抖自2019年起曾负责MEG长达约3年，轮岗后负责ACG。何俊杰调岗较为频

繁，4年3次调整。

可以看出的是，无论是主动离开，还是被动轮岗，百度的高管团队架构自2019年后并未真正稳定下来。6年前留下的课题，如今还要重新寻找答案。对于李彦宏而言，高管频动之际，“老百度”不再是唯一选择，百度也亟须经验丰富且稳定可靠的职场经理人来补充团队血液。

此次变动最亮眼的是CFO的新人选。自百度2011年开启干部轮岗制度，也一直在推动高管团队年轻化。此次新加入的何海建，在百度目前的高管中是较为年轻的。

何海建曾在高盛、美林美银集团、花旗银行等担任要职，拥有丰富的投行及并购经验。2020年至2025年6月，他担任金山云CFO，其间推动公司在美股和港股成功上市。

激烈竞争中求变

过去几年，伴随高管人事变动，百度的业务架构也有过几轮重大调整。

2022年5月，当时有报道称百度地图业务从百度CTO王海峰旗下剥离，调整至IDG。百度相关人士称，此次调整将更好地发挥组织资源优势，支撑百度战略目标的全面达成。

2024年2月，百度MEG完成新一轮组织架构调整，百度文库业务部升级为BU，百度副总裁赵世奇回归负责百度搜索，百家号相关业务运营部门并入信息分发平台。2024年9月，百度网盘的C端业务回归MEG，由百度副总裁、文库事业部负责人王颖接手管理。2024年10月，百度健康事业群组（HCG）合并至MEG，HCG降为事业部，由杨明璐负责。

ACG也进行了调整，主要是百度网盘进行拆分，C端业务回归MEG，to b业务则继续留在ACG内运营。

2024年10月，原HCG合并至MEG，意味着大健康业务由单独的事业群降级为事业部，五大事业群变为四大事业群。当月，百度以内部信形式表态——在智能生态快速发展的新形势下，期待健康业务与搜索大盘和移动生态进一步深度整合，优势

互补，取得更加长足的发展。

2024年，医疗战略咨询公司Latitude Health创始人赵衡曾对媒体表示，百度将整个事业群降为事业部，说明其不再突出健康，而是和其他领域一样，作为其中的组成部分，也表明互联网医疗当前的低谷导致企业相应作出调整。

从时间线梳理，李彦宏几乎是第一个要“All in AI”的头部企业家，甚至提出所有产品要“用AI重做一遍”，百度也围绕AI战略进行了一系列的业务架构调整。

今年DeepSeek火爆，加速人工智能大规模落地。百度也迅速升级AI搜索功能，宣布将DeepSeek大模型全面融入其AI搜索系统中。在2025年百度AI开发者大会上，李彦宏再次强调AI之于百度的重要性，表示AI大模型行业的发展是“周周有发布，天天有更新”。

李彦宏认为：“大模型迭代快，一边是大模型厂商卷死卷生，另一边是开发者无所适从。但只要找对场景，做出来的应用不会过时。在千行百业里机会比比皆是，遍地是黄金。”

在今年6月的两次百度AI Day开放日上，百度接连发布新产品功能。百度网盘、文库联合发布行业首个全模态输入、处理、输出的系统化完整交付AI能力，推出行业首个“拍存管一体”的“AI相机”。而在6·18的前一天，百度官宣打造业界首个超头部主播罗永浩数字人，并发布了高说服力数字人的四大技术突破。此前，罗永浩数字人直播首秀创下超1300万人次观看、GMV突破5500万元的行业新纪录，部分核心品类带货量反超真人直播。

目前，在产品AI重构方面，百度已推动旗下搜索、如流、地图、网盘、文库等首批10多款应用完成AI重构，赋予其自然语言交互等AI能力。看起来，李彦宏正在下一盘大棋。

伴随着频频变动的高管职位和业务架构，何海建能否承担百度当前的压力，还有待观望，但面对激烈的行业变革与业务营收压力，百度显然还需要寻找新的解法。■

德固特拟重大资产重组：持有标的公司7年 阿里系或退出？

时代周报记者 朱成呈 发自上海

德固特（300950.SZ）正在筹划一起跨界并购。

6月29日晚，德固特公告称，拟通过发行股份及支付现金方式购买浩鲸科技控制权，并同步募集配套资金。

根据《上市公司重大资产重组管理办法》等相关规定，经初步测算，本次交易预计构成重大资产重组，不构成重组上市。本次交易不会导致德固特实际控制人变更。若交易最终落地，德固特这家主营节能环保装备的制造企业将首次进入数字科技服务领域，产业边界随之拓展。

值得关注的是，标的公司浩鲸科技曾于2023年7月4日启动上市辅导，并在江苏证监局备案，辅导机构为中信建投，但后续未有实质性进展。

浩鲸科技前身为中兴通讯（000063.SZ）旗下的中兴软创，曾是全球电信运营支撑系统的重要供应商，主要帮助运营商和大型公司构建和完善自己的业务支持系统（BSS）和运营支持系统（OSS）。自2018年被阿里系资本接手后，浩鲸科技逐步从IT技术服务商转型为数据智能服务商，目前形成电信软件开发及服务、云管软件开发及服务及行业数字化解决方案三大业务线，设有50多个研发中心和分支机构，全球在职员工总数超万人。

此次交易是一家中小市值制造企业寻求“制造+数字”结合路径的探索。然而，浩鲸科技的估值水平、盈利能力、与德固特主业的协同空间，

以及阿里系是否彻底退出等关键问题，有待后续方案进一步披露。

公告显示，德固特股票自2025年6月30日开市起停牌。公司预计在不超过10个交易日的时间内披露本次交易方案。若公司未能在上述期限内召开董事会审议并披露交易方案，公司证券最晚将于2025年7月14日开市起复牌并终止筹划相关事项。

阿里系退出存疑

公告显示，德固特已与包括南京溪软企业管理合伙企业（有限合伙）、嘉兴欧拉投资合伙企业（有限合伙）、南京嘉或腾企业管理合伙企业（有限合伙）、厦门悠昂股权投资合伙企业（有限合伙）、南京午有股权投资合伙企业（有限合伙）在内的五家机构签署意向性协议，初步达成购买资产的意向。

企查查显示，这五家机构合计持有浩鲸科技56.27%的股权，其中持股最多的为南京溪软，持股比例达27.83%。

值得关注的是，南京溪软本身的背景较为特殊。企查查显示，该公司成立于2018年1月，其股东阵容包括杭州阿里创业投资有限公司、上海麒维投资中心（有限合伙）、上海麒鹏投资管理有限公司，明显带有“阿里系”资本色彩。

2018年2月，中兴通讯公告宣布，以12.23亿元价格将其持有的中兴软创43.66%的股权出售给南京溪软，并获得其1亿元增资。交易完成后，南京溪软成为中兴软创第一大股东及

实际控制人。不久之后，中兴软创更名为浩鲸科技，并逐步确立与阿里云的深度绑定。

当时，浩鲸科技被定位为阿里云软件服务生态中的“使命级合作伙伴”。2019年，浩鲸科技CEO鲍钟峻在接受媒体采访时称，阿里云与浩鲸科技的能力是高度互补的，浩鲸科技一方面看中阿里的互联网内核，另一方面看中阿里在数据方面的突出表现。“合作后我们的转型方向更加明确，对阿里来说，把积累的数据通过我们输出也是一个不错的选择。”

如今，浩鲸科技与阿里云合作紧密。6月19日，浩鲸科技官方微博公众号显示，浩鲸科技已联合阿里云、Alipay+等云厂商、技术提供商面向海外共同构建Local Public Cloud、Local GPT、Local Super APP等一系列本地化方案，帮助海外国家规划、建设、运维及运营合规可控的数字化基础设施。

此次德固特若通过交易获得浩鲸科技控制权，阿里系资本或将部分乃至全部退出。然而，当前披露的信息尚未明确南京溪软是否将一并退出公司治理，也未说明阿里系未来是否仍通过其他方式保持影响力。

公告显示，本次交易目前尚存在不确定性，最终交易对方、具体方案以重组预案或重组报告书披露的信息为准。

业务关联度并不明显

德固特是一家高科技节能环保装备制造制造商，集设计、研发、制造、检



企查查显示，这五家机构合计持有浩鲸科技56.27%的股权，其中持股最多的为南京溪软，持股比例达27.83%。

长引擎。公司产品目前已销往意大利、土耳其、巴西、印度、泰国等30多个国家和地区，并重点布局欧美与东南亚市场。2024年，德固特海外市场实现营收3.02亿元，营收占比59.28%，外销产品毛利率高达48.77%。此外，公司年内新签订单5.02亿元，其中海外项目订单2.15亿元。

与此同时，被德固特拟并购的浩鲸科技，也在加速全球布局。

浩鲸科技官方微信公众号显示，浩鲸科技在中国、荷兰、卢森堡、哥伦比亚、墨西哥等国家已设立19个全球能力中心与50多个分支机构，覆盖欧洲、拉美、非洲、中东及东南亚等主要区域，在电信、云计算、行业数字化领域拥有属地化团队的人员部署和交付资源，可提供从合规咨询、经验赋能到方案规划、产品研发、运维交付的全链路服务。

针对“跨界并购后如何整合资源”“是否借浩鲸海外客户网络拓展主业”相关问题，时代周报记者于6月30日致电德固特，其工作人员表示需通过正式采访流程。随后记者向其公开邮箱发送采访函，截至发稿仍未收到回复。

从客户结构和主营业务看，德固特与浩鲸科技分别服务于传统工业客户与政企、通信行业客户，业务关联度并不明显。此次跨界收购完成后，如何在组织架构、业务体系、市场渠道等层面实现有效整合，仍然有待观察。

此次停牌前，德固特报22.27元/股，总市值为33.96亿元。■

小米YU7爆单 雷军：急用车可以看看小鹏和理想

时代周报记者 武凯 发自北京

自6月26日上市以来，小米YU7订单数持续高速增长，在18个小时内已收到24万个订单。“疯长”的订单数字和有限的产能之间，是最高超过一年的提车周期。但动辄几十周的等待时间，也没能完全将后来者挡在门外。

“这两天还是有人在订车。”7月2日，北京市某小米汽车门店销售人员透露说，“虽然不比刚上市的抢购浪潮，但还是有一些新的预订车主。”

7月1日，小米汽车公布6月交付量数据，当月交付量超过2.5万辆，在新势力品牌中排名第四，仅次于零跑汽车、理想汽车和小鹏汽车。至此，小米汽车上半年交付量超过了15万辆，这一数字已经超过了小米汽车去年全年的交付数据。

7月2日晚，小米集团创始人、董事长兼CEO雷军在直播中表示，小米YU7的定价并不低，他对这辆车的销量状况起初并不是十分自信。“看到2分钟订单数据的时候我都不敢信，我甚至看了好几遍才敢确认。”雷军说。

平均年龄33岁

相较于小米SU7，小米YU7的用户群体有所不同。

雷军透露称，此次小米YU7预订车主平均年龄33岁，较小米SU7车主年轻约3岁。小米YU7预订车主中女性车主占比也更高，达到30%，小米SU7则有25.5%的女性车主。在地域分布上，上海、北京、杭州是小米YU7订单最集中的地方。

小米汽车允许部分小米SU7预订用户限时转订小米YU7。雷军在7月2日晚透露称，转订用户不足小米YU7预订车主的15%。“只是一小部



小米YU7大卖，但小米汽车却可能“迟迟交不出车”。时代周报记者了解到，小米汽车一期工厂去年投产后，将原定产能15万辆/年，通过两班倒拉升到了近3万辆/月。而小米YU7的到来再度拉响了产能警报。

分。”他表示，“两款车用户并不相同。”

相同之处在于，雷军认为小米YU7和小米SU7一样，都是为驾驶者打造的操控性较强的车。不过雷军也着重强调了小米YU7的空间，称之为空间充沛的SUV。这吸引了一部分看

重空间的家用用户。

小米汽车在6月27日公布了小米YU7的最新订单情况，即锁单（定金不可退）量达到24万单。这一数据超过了小米第一款汽车SU7创造的24小时8.9万订单的纪录。

小米YU7的订单数据也超过了多家新势力品牌去年全年的销量，如蔚来、小鹏汽车去年全年交付量分别约22万辆、19万辆。相对于雷军口中的对标产品——特斯拉Model Y，小米YU7的锁单量也超过后者半年的销量。

“小米YU7很适合年轻人和小两口，有颜值、有个性，能给自己带来情绪价值。”一名订购小米YU7的准车主对时代周报记者说。他今年刚过30岁，在购车时会综合考虑颜值、性能、智驾、生态、价格等。

有人愿意等一年？

小米YU7大卖，但小米汽车却可能“迟迟交不出车”。

时代周报记者了解到，小米汽车

一期工厂去年投产后，将原定产能15万辆/年，通过两班倒的形式拉升到了近3万辆/月。但即便如此，仅在销售小米SU7系列时，提车周期就长期超过30周。

小米YU7的到来再度拉响了小米汽车的产能警报。根据7月2日信息，小米YU7系列根据车型版本不同，交付周期预计在39~61周；小米SU7系列根据车型版本不同，交付周期预计在33~52周。

这劝退了一部分消费者。“我能接受等半年，但接受不了等一年。”一名受访者说。

也有消费者愿意等。上述小米汽车销售人员透露称，大概率现在下单只能明年提车。“尽管提车周期十分漫长，但仍有一定数量的新增订单。”

因此，提升产能依旧是小米汽车的当务之急。今年6月，小米汽车二期工厂竣工，目前已经开始招工、准备投产。二期工厂原定产能接近20万辆/年。不过在业内人士看来，二期工厂或也会采取多班生产策略，来突破工厂产能极限。

“我们今年的目标是交付超过35万辆汽车。”雷军7月2日晚重新强调了今年的目标。在今年上半年，小米汽车交付量已经超过15万辆，超过去年全年交付量。2024年，小米汽车交付超13.5万辆汽车。

“如果大家实在着急用车，国产新能源车都不错。”在谈到产能瓶颈时，雷军又当起了友商“销售员”，“比如明天发布的小鹏G7，月底发布的理想i8。”

产能限制并未挡住小米汽车的扩张步伐。

截至6月底，国内92城已有335家小米汽车门店。小米汽车7月计划新增18家门店，预计覆盖菏泽、阜阳等5座城市。■

造车新势力上半年交卷： 小鹏汽车增幅居首

时代财经 陈梓庆

7月1日，造车新势力陆续公布6月和今年上半年的销量数据，多家车企的销量实现同比增长。

6月，鸿蒙智行交付量超过5.2万辆，零跑汽车交付量超4.8万辆再创历史新高，连续4个月单月交付量超过4万辆。小鹏汽车和理想汽车的6月交付量也超过3万辆，深蓝汽车单月交付量接近3万辆。

上半年累计销量表现中，零跑汽车最高，理想汽车紧随其后，这两家车企交付量均超过20万辆。上半年累计交付量同比增幅最大的三家车企分别为小鹏汽车、零跑汽车和阿维塔。

今年上半年，新势力阵营中仅小米汽车和小鹏汽车累计交付量超过年度销量目标的一半，多家车企上半年累计销量约占全年销量目标的30%。

多家车企6月交付量超3万辆

今年6月，多家新势力车企销量大涨。

零跑汽车6月交付新车超4.8万辆，同比增长超138%，再创单月交付量新高。今年上半年，零跑汽车累计交付新车超过22.16万辆，同比增长近156%，完成今年销量目标的44%。零跑汽车创始人、董事长朱江明表示，2026款零跑C11将于7月上市，并表示此次将是“大改款”，“重新定义中型SUV价值标杆”。

鸿蒙智行6月交付新车52747辆。其中，问界全系交付44685辆，2025款问界M9交付13718辆，问界

M8交付21185辆；享界S9在6月交付4154辆；智界今年上半年累计交付46600辆。

此外，还有多家车企6月交付超过3万辆。

理想汽车6月交付新车36279辆，同比下滑24.1%。理想汽车今年上半年累计交付20.4万辆，同比增长7.9%。

小鹏汽车6月单月交付新车34611辆，同比增长超224%。今年上半年，小鹏汽车累计交付新车197189辆，已超过去年全年交付总量7100多辆，完成年度销量目标的56%。7月3日，小鹏G7即将上市。7月1日，小鹏汽车董事长何小鹏在社交媒体发文表示，小鹏将由G7开启跨时代智能算力，并于今年年底推出超电动动力，并表示还会“连续再创新绩”。

与此同时，单月销量超过2万辆的车企也不在少数。刚刚发布首款SUV车型YU7的小米汽车，6月交付新车超过2.5万辆。小米汽车的数据显示，今年上半年，小米汽车已经累计交付新车超过15万辆，超过全年30万辆销量目标的一半。

蔚来公司6月交付新车24925辆，同比增长17.5%。其中，蔚来品牌交付新车14593辆，同比下滑近31.2%。其他品牌方面，乐道品牌交付新车6400辆，萤火虫品牌交付新车3932辆。

传统车企的新能源品牌方面，极氪科技6月销量43012辆，其中极氪品牌销量16702辆，同比下滑16.9%；领克品牌销量26310辆，同比增长超7.6%。今年上半年，极氪品牌累计销量90740辆，同比增长3.3%，完成全

年32万辆销量目标的28.4%。

广汽埃安6月销量27848辆，同比下滑近20.5%。今年上半年广汽埃安累计销量15.2万辆，同比下滑14.2%。

单月交付量超过2万辆的还有深蓝汽车。深蓝汽车6月交付新车29893辆，同比增长近80%。今年上半年，深蓝汽车累计交付量超14.3万辆，同比增长超70%。

还有两家车企单月销量超过1万辆。岚图汽车6月销量10053辆，同比增长近83%。今年上半年，岚图汽车累计销量56128辆，同比增长近85%，完成今年销量目标的28%。

阿维塔6月销量10153辆，同比增长近117%。从今年3月开始，阿维塔已经连续4个月单月销量超过1万辆。今年上半年，阿维塔累计销量5.9万辆，完成今年销量目标的近27%。

除了上述车企，智己汽车6月交付量为6027辆，同比微增0.2%。

抢推新车，冲刺下半年

虽然总体销量上涨，但是绝大部分车企在今年上半年未能完成全年销量的一半。其中，小米汽车和小鹏汽车上半年累计销量超过年度销量目标的一半，蔚来和理想上半年完成全年销量目标的31%左右，极氪、阿维塔、岚图、深蓝汽车等完成全年销量目标不足三成。

因此，进入下半年，新势力车企并未掉以轻心，为了完成年初定下的销量目标，纷纷抓紧抢滩下半年的市场。

据时代财经不完全统计，仅7月，就有小鹏G7、极氪9X、零跑B01、2026款全新零跑C11、理想i8、岚图FREE+等6款新势力阵营新车将上市

或亮相。

政策层面也已经开始为下半年新能源汽车的热销做好铺垫。

目前，全国各地均在实行汽车以旧换新国家补贴相关政策。商务部数据显示，截至5月31日，今年汽车以旧换新补贴申请量达412万份。国家统计局新闻发言人、国民经济综合统计司司长付凌晖表示，在以旧换新政策持续显效作用下，5月新能源汽车的产量增长31.7%。

此外，新能源汽车下乡活动也正在如火如荼地开展。工业和信息化部、国家发展改革委等五部门发布的《2025年新能源汽车下乡车型目录》显示，今年共有124款新能源车参与上述活动，涉及比亚迪、吉利、长安、长城等自主品牌，一汽丰田、上汽大众和上汽通用等合资车企旗下的新能源车型也上榜，特斯拉的车型也首次“下乡”，还有多款售价超过20万元的高端车型位列其中。

“现在包括以旧换新、新能源车下乡等各种支持新能源汽车消费的政策仍在继续，下半年新能源汽车市场预计仍然会保持火热。不过，新势力车企也要积极研发新技术、开发新产品，通过产品和技术的不创新新和进步来保持在市场中的竞争力。”汽车分析师、黄冈职业技术学院客座教授张翔接受时代财经采访时指出。

中国汽车工业协会的数据显示，今年1—5月，新能源汽车产销量分别完成569.9万辆和560.8万辆，同比分别增长45.2%和44%，新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的44%。

可以预见，进入下半年，新能源汽车市场无疑会更加火热。■

二手车市场阵痛 出口海外或成突破口

时代周报记者 武凯 发自北京

“现在新车价格越来越便宜，我为什么要买二手车呢？”7月4日，一名计划在近期购车的消费者对时代周报记者说。

新车市场激烈的价格竞争仍在持续，并将生存压力传递到了二手车领域。二手车商收车价与出售价时常倒挂，“不卖缺钱、卖了亏钱”成为不少二手车商和从业者的真实写照。

另一方面，新车降价吸引了大量本计划购置二手车的消费者，蚕食后者市场。中国汽车流通协会数据显示，近期新车降价已导致二手车市场持续低迷。对消费者而言，用相同或略高于二手车价格的预算购置新车，是更划算的选择。

“5月份二手车交易量环比下降5.72%，同比增长仅为1.22%，主要因素源于新车市场活跃和价格波动产生的分流效应和挤压效应。”7月3日，中国汽车流通协会会长肖政三在中国二手车大会上表示，“增量不增收、增收不增利的现象在二手车市场表现同样突出。”

在业内人士看来，新车市场的价格竞争是二手车行业发展面临的直接挑战，但并非根本难题。长远来看，国内二手车市场还处于成长阶段，二手车商、从业者需要从二手车认证体系、流通体系、配套等层面完善二手车市场发展。

燃油车保值率同样承压

新车降价正让二手车估值体系持续坍塌。即使是较为保值的燃油车，其保值率也在短时间内显著下滑。

北京市花乡二手车交易市场一名二手车从业者对时代周报记者表



二手车平台天天拍车相关负责人对记者表示，在2023年，三年车龄的燃油车平均保值率56.8%。但到了2024年，其平均保值率下降到了51.8%。

示，近两年来二手车业务难度增大，体现在收车难、卖车难、少赚钱甚至亏钱等多方面。

“比如，一辆去年5月上牌的2024款上汽大众帕萨特380TSI旗舰版，指导价24.33万元，原车主实际成交价超过20万元。现在新车只要18万元，原车主希望至少卖16万元。”他说，“如果我16万元收了这辆车，那我一定会亏。”

在自主品牌中，以长安UNI-V为例：这款车2024年年初优惠1.5万元，11万元即可落地；但现在优惠3万元，不足10万元就能到手。目前这款车二手价格约6万元，在一年半的时间里跌超四成。

二手燃油车保值率较往年整体下滑。二手车平台天天拍车相关负

责人对时代周报记者表示，在2023年，三年车龄的燃油车平均保值率56.8%。但到了2024年，其平均保值率下降到了51.8%（均源于平台统计数据）。

上汽大众汽车销售有限公司总经理傅强更是在7月3日透露称，在过去12个月里，受新车价格影响，燃油车保值率普遍下降了10%~12%，也不再那么保值了。

相较之下，长期以来二手新能源车保值率更低。尤其在新能源汽车售价频繁下调的当下，三年龄新能源汽车平均保值率仅有43%，即三年贬值过半（天天拍车数据）。

时代周报记者从多地二手车交易市场了解到，二手车交易仍以燃油车为主，因为其价格体系更稳定、保有量更大等。二手新能源汽车数量有所增加，但从业者收售新能源汽车亏损风险较高，目前仅聚焦在比亚迪、特斯拉、理想汽车等主流新能源汽车品牌。

新车降价只是阵痛

“二手车行业面临来自产业链和市场端的双重挑战，存在着一些亟须解决的问题。”肖政三说，“新车市场白热化的价格竞争使得二手车市场寒意加剧，二手车商经营压力陡增，行业整体利润率持续下滑。”

不过这只是当下面临的阶段性挑战。肖政三表示，对于整个二手车行业长期发展而言，行业诚信体系仍然有待完善，部分经营者仍存在隐瞒车况、虚假宣传等失信违规行为，严重影响了二手车行业的整体形象。

在业内人士看来，过去多年不少二手车从业者一定程度上以诚信为代价获取短期利益，包括以次充好、调表车等现象，这对行业发展极为不利。“二手车鉴定评估国家标准体系

执行不到位，客观上增加了交易的成本和风险。”肖政三说。

事实上尽管面临新车降价带来的挑战，但我国二手车行业也正迎来难得的发展窗口期。

一方面，公安部数据显示，2024年我国机动车保有量达4.53亿辆，其中汽车3.53亿辆，巨额的汽车保有量为二手车市场发展壮大提供了土壤；另一方面，二手车“迁限”政策的取消打开了二手车异地交易的大门；此外促进汽车消费的“两新”政策也让二手车市场有了更多血液。

在不少经销商、二手车行业从业者看来，能够通过一定手段降低新车降价的影响、同时推动行业健康发展。

如在傅强看来，二手车交易首先要完善认证体系，保障交易产品具备合理的品质和价格；其次要打通流通环节，我国取消“迁限”就是为了促进二手车流通；最后，二手车交易也需要有类比新车的配套，如金融贷款政策、质保服务和保险等。

也有不少从业者将二手车出口视作一个突破口。与新车出口类似，不少海外市场对二手车有一定的需求，且市场竞争不充分，我国二手车出海有不俗的潜力。不过需要注意的是，从业者需要在海外打造匹配的认证体系、流通体系，并诚信经营。

“相较于日本、美国、德国等发达汽车国家，我国二手车交易规模还很有有限，二手车与新车销售比例仅为7:10，而上述发达国家的二手车销量远超车新车销量。”中国汽车流通协会副秘书长田甜说，“因此二手车市场空间很大。”

相较而言，当下新车降价的影响只是阶段性的阵痛。“随着新车价格趋于稳定，未来二手车价格也会趋于稳定。”傅强说。■

用华为智驾的油车来了 A5L Sportback能否“带飞”上汽奥迪？

时代财经 陈梓庆

燃油车也开始用上华为乾崮ADS了。

7月3日，上汽奥迪A5L Sportback开启预售，新车预售价26万~32万元。据悉，上汽奥迪A5L Sportback是全球首款搭载华为乾崮ADS的燃油车，拥有多种智能辅助驾驶功能，打响上汽奥迪燃油车智能化的转型之战。

在今年5月底的粤港澳大湾区车展上，上汽奥迪营销事业总经理施鹏泽（Stefan Poetzl）曾强调奥迪四环品牌和新AUDI品牌将“共生发展”。上汽奥迪的“燃油车+新能源”双品牌战略已经开始布局。

首款使用华为智驾的燃油车

7月3日，上汽奥迪双品牌战略下的燃油车型A5L Sportback正式开启预售。

新车预售阶段共推出5款车型，售价区间为26万~32万元，其中限时预售价30万元的智领型和限时预售价32万元的智领quattro型标配华为乾崮ADS。

据官方介绍，上汽奥迪A5L Sportback是全球首款搭载华为乾崮ADS的燃油车型，全车搭载2个激光雷达、6个毫米波雷达、12个超声波雷达和12个摄像头，并配备32个高精度传感器，支持高速领航辅助驾驶和城区领航辅助驾驶，号称拥有对标电车的智驾能力。其中，城区领航辅助驾驶在拥堵路段主动超车变道、自动跟车等功能，停车方面则拥有跨楼层泊车120米循迹倒车等功能。

今年2月21日，上海汽车集团股

份有限公司与华为终端有限公司在上海签署深化合作协议。双方约定将在产品定义、生产制造、供应链管理、销售服务等领域开展战略合作，打造全新的新能源智能汽车。落实到产品上，上汽奥迪A5L Sportback最终成功喝上“头啖汤”。

7月3日，针对上汽奥迪A5L Sportback与华为合作的情况，上汽奥迪相关负责人在接受时代财经采访时表示：“华为在智能辅助驾驶和对中国路况的理解等方面，都有非常强大的技术积累。作为全球首款搭载华为乾崮ADS的燃油车，全新上汽奥迪A5L Sportback结合了华为和奥迪的先进技术，可以为用户提供先进的高阶辅助驾驶功能。”

除了华为，上汽奥迪也向时代财经表示，上汽奥迪将保持开放的态度，持续选择与领先科技企业携手合作。

除了华为的加持，上汽奥迪A5L Sportback也在座舱上充分体验智能化。新车前排配备超曲面一体屏，10.9英寸副驾防窥智慧屏，还支持多项语音识别控制功能。

华为智能汽车解决方案BU产品营销部部长聂奕曾在今年4月上汽奥迪A5L Sportback首发亮相时表示：“A5L的发布证明，燃油车不是智能时代的旁观者。更重要的是，我们共同定义了‘油电同智’下智能燃油车的新标准。”

此外，新车还延续了奥迪的豪华属性和操控优势，包括奥迪最新的PPC（Premium Platform Combustion）豪华燃油车平台、quattro智能四驱系统、奥迪最新第五代EA888发动机等。其中，第五代EA888发动机则拥有最大扭矩400N·m、最大输出功率200kW的



动力参数表现。

双品牌战略怎么走？

上汽奥迪品牌成立于2021年4月，是奥迪与上汽集团在华建立的合资品牌。2022年上汽奥迪首款车型A7L上市；2022年9月，奥迪Q6上市；2023年4月，奥迪Q5 e-tron上市。至此，上汽奥迪形成了“轿车+SUV”“燃油+纯电”的产品矩阵。

然而，在竞争激烈的中国汽车市场，上汽奥迪不仅要面临传统豪华品牌的压力，还要与自主品牌的高端车型进行竞争。根据懂车帝和搜狐汽车数据，最近5个月，奥迪A7L单月销量徘徊在1000~2000辆，奥迪Q6和奥迪Q5 e-tron的单月销量则较少能超过1000辆。

为改变上述局面，上汽奥迪开始强化双品牌战略。去年11月的广州车展上，上汽奥迪发布了全新纯电品牌AUDI。

今年5月底的粤港澳大湾区车展上，上汽奥迪营销事业总经理施鹏泽（Stefan Poetzl）强调奥迪四环品牌和新AUDI品牌将“共生发展”。

“我们这两个品牌的定位也非常清晰：奥迪四环品牌专注在油车领域，新AUDI品牌专注在新能源车领域。”施鹏泽表示，“这两个品牌是同根同源的，继承着同样‘突破科技·启迪未来’的奥迪基因，我们也不想把这两个品牌割裂开来。”

施鹏泽的上述表态意味着，成立四年的上汽奥迪已经开启燃油车+新能源的“双赛道布局”，并且“奥迪四环+AUDI”的双品牌战略也已全面升级。

7月3日，对于两个品牌的不同定位，上汽奥迪向时代财经表示，在燃油车领域，奥迪四环品牌将基于PPC平台继续推出多款搭载高阶辅助驾驶车型，进一步满足豪华油车用户的需求；在新能源领域，AUDI品牌将

加速构建覆盖各级别细分市场的产品矩阵，满足中国用户对高端电动出行的多元化需求。

四环品牌方面，A5L Sportback已经率先跑出。对于A5L Sportback的后续市场表现，上汽奥迪向时代财经表示，希望新车能够吸引传统豪华燃油车用户以及可油可电的潜在用户，实现市场和口碑的双突破。

AUDI品牌方面，首款量产车型AUDI E5 Sportback已经进入工信部申报名录。新车定位B级纯电SUV车型，座舱配备59英寸4K贯穿式超清广域屏，搭载高通8295芯片。动力方面则全系配备800V架构、超700km的续航里程，还有零百加速3.4秒的动力表现。上汽奥迪向时代财经透露，AUDI E5 Sportback将于今年第三季度正式上市。

对于未来的发展规划，7月3日，上汽奥迪向时代财经表示，未来无论是燃油车还是新能源车，都将会为消费者带来更加科技、更加豪华、更加年轻的产品。产品类型上，也将会提供SUV、轿车和其他更为多样的车型。

中国汽车流通协会专家委员会专家钟师向时代财经分析指出：“上汽奥迪A5L Sportback搭载华为智驾可以让其智能化水平更高，不过在不少品牌的新车均搭载华为的智驾系统，上汽奥迪未必能因此形成明显的差异化优势。奥迪作为一个老牌豪华品牌，在‘三大件’、操控性能上很有优势，上汽奥迪应该重新拾起这些优势，让自己在市场中保持独特竞争力。”

在强手林立的高端汽车市场，上汽奥迪让燃油车的智能化更进一步，但未来要做的还有很多。■

当代年轻人迷上攀岩 王石也在投资岩馆

时代财经 李馨婷

身体在岩点间伸展、腾跃、辗转挪移，当沾满镁粉的手掌触碰到线路顶端的岩点时，瞬间迸发出的成就感是唯有攀岩爱好者才懂的感受。

作为从现代登山衍生出来的运动，攀岩被誉为“岩壁芭蕾”，自1987年被中国登山协会引入后，长期局限于高校社团的小众领域。

直到2016年，攀岩被国际奥组委确定为2020年东京奥运会官方比赛项目，此后又陆续进入全运会、亚运会赛事体系，这项运动才逐渐破圈。

2024年，巴黎奥运会伍鹏摘得速度赛亚军引发全民关注。今年6月，潘惠非在攀岩世界杯抱石项目中斩获中国首金，攀岩完成了破圈的最后冲刺。

能在岩壁之间穿梭腾挪、看起来帅气，是许多人被攀岩吸引的起点。但在资深爱好者眼中，这只是攀岩最表层的魅力。

时代财经采访的多名岩友，不约而同地将攀岩比作沉浸式闯关游戏：每条线路都是预设关卡的解题挑战，既需肢体协调能力，又要路线规划策略。更妙的是攀岩带来的诸多可能性：即便同一线路，不同体型与运动习惯的攀爬者，也能开发出独一无二的动作路线。

这本质上是一场与自我的深度博弈。当双脚离地、踏上第一组岩点时，人所能借助的，唯有自己的意志力与专注力。

随着越来越多年轻人涌入岩友圈，工作日的城市攀岩馆也开始人头攒动，到了节假日，热门的野攀场地甚至需要排队等候上墙。国家体育总局登山运动管理中心数据显示，2012年全国的攀岩爱好者只有近1万人，截至2023年年底，该人数已增长至50多万人。

让人上瘾的“空中游戏”

即便已经攀岩近10年，聊起攀岩，周渤的语气中仍洋溢着兴奋：“攀岩就像集邮，没拥有过邮票前，不会想要入手。但一旦收藏了第一套，就会想持续拥有。”

今年40岁的周渤，十年前旅游经过攀岩胜地广西朔州时，心血来潮地参加了人生第一次攀岩活动。因为是新手，在靠蛮力爬到路线的80%后，周渤便没有力气再继续完成了。事实上，在稍懂攀岩技巧的人眼里，当时周渤攀爬的路线，难度仅相当于走普通楼梯。

带着未能登顶的不甘心，回家后，周渤到处找岩馆练习。与大多数靠本能与蛮力的新手一样，初期，周渤每次上墙，都是手脚并用地在岩点上硬拉硬蹬，练到力竭却不得要领。直到在一位老岩友的指导下学会了攀岩的基本技巧“顶腰推胯”，周渤才豁然开朗。

在攀岩领域，“Problem”（问题）通常指攀岩路线中需要攻克的技术难点，而“Solution”（解决方案）则是针对难点做策略。成功“解题”带来的成就感，让众多岩友为之着迷。

“在攀岩的世界里，不会技巧好比1和0。很多线路，假如用对了动作与技巧，其实没有看上去那么难。就像杠杆找对了支点后，就可以四两拨千斤。”周渤说道。“柳暗花明”的成就感，让向来不喜欢运动的周渤对攀岩相见恨晚。近10年来，为了野攀，周渤跑遍了广西、贵州、福建等地，甚至还远赴泰国、菲律宾。

更何况，获得解题成就感的消费门槛并不算高。

国内攀岩馆单日门票的价格约为100元，新人体验课约200元，且提供攀岩鞋租借服务。新人如果只是想要体验攀岩，花费约200元就能搞定。老岩友的花费则主要在攀岩馆年卡（约4000元）、攀岩鞋（500~1000元/双）与安全绳（300~500元/条），年花费不超过1万元。

事实上，除了周渤这样较为成熟

的爱好者，如今，青少年才是岩友的核心人群。

今年18岁的Coco已经是一个攀岩8年的老手了。五年级时，Coco因在一次难度攀岩体验中爬得比别人高，一时兴起报了攀岩班。正式学习后，体能训练与姿势纠正的枯燥曾让她偷偷哭了多次。

攀岩需要极高的意志力与专注力，这种和自己较量的过程让Coco着迷。曾靠徒手攀爬登顶了美国酋长崖和北极悬崖的亚历克斯·霍诺德是Coco的偶像。而这两条线路，都是国际攀岩界公认的“死亡线路”。

在高度超过900米，巨大且近乎光滑的酋长崖上，亚历克斯的每一步都在生死边缘，攀爬需要绝对的冷静与专注。

“哪怕在地面时有多心烦意乱，一上墙就心静了。”Coco说，“攀岩没有队友，每个难点都需要自己克服，哪怕只是往上爬多一步，都是对自己的超越。每次登顶后下降，看着一路爬过的岩点，我都觉得，哇，原来我已经能走这么远。”

攀岩8年，Coco先后在攀岩馆的非正式比赛与广东省青少年攀岩锦标赛等赛事中拿下多个奖项。在母亲眼中，Coco已从小时候稍显娇气的女孩，成长为一个坚韧的女孩。

即便手掌磨破、脚拇指外翻，只要能行动，Coco都会咬牙坚持，“攀岩不是速成运动，在成功登顶前，有太多失败。我觉得生活中的难题，也和攀岩差不多，哪怕会多次‘滑落’，但坚持下去总能找到解法”。

攀岩馆遍地开花，王石也投资下场

越来越多人开始在攀岩运动中找到乐趣，城市攀岩馆的人气也持续提高。

陈俊义是华南最大抱石馆趣野攀岩（抱石：攀岩的一个类型，主要在低高度岩壁上攀爬）的联合创始人。因为对攀岩的热爱，体育专业出身的他，2017年大学毕业后，进入广州凯乐石攀岩馆工作。

那时，陈俊义在攀岩馆的工作相当清闲。除了做攀岩教练，他还兼职了徒步向导、户外项目青训教练等工作。

在陈俊义刚做攀岩教练的那几年，攀岩一直是一项不出圈的小众运动。直到2022年，陈俊义在深圳一家岩馆工作时发现，来攀岩的人变多了。此前基本每月都在亏本的岩馆，也开始盈利了。

2022年年底，陈俊义与合伙人在广州创立的趣野攀岩馆开业。

趣野攀岩馆的地理位置并不算便利，既不在市中心，也不靠近地铁口。但是，岩馆生意的红火却超出预期。仅开业一年，陈俊义与合伙人就将原本200多平方米的岩馆，扩建至1100平方米。周末来趣野攀岩的人数，也从开业初期的60~70人，攀升至如今的150~200人。

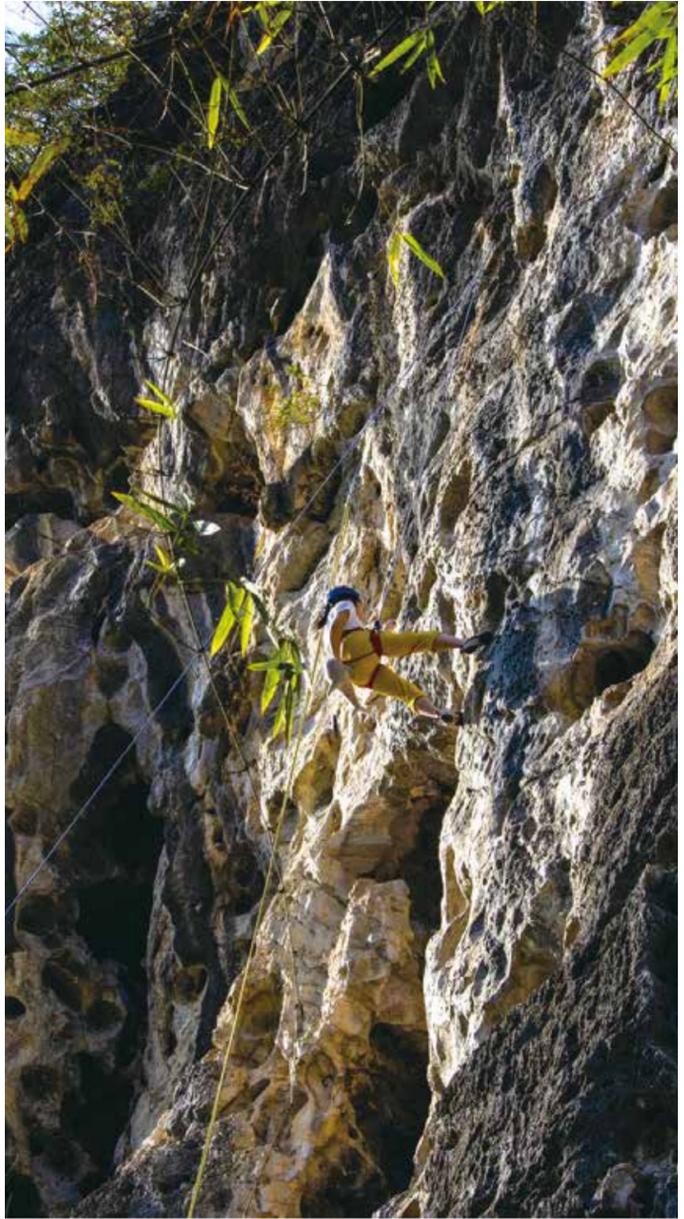
陈俊义透露，攀岩的新手群体还在持续扩大。趣野攀岩馆的收费项目主要有122元的单日门票与192元的新人体验课。从2024年开设新人体验课以来，趣野来自体验课的月收入占比一直稳定在10%~15%。

“过去来攀岩的都是一小拨热面孔，现在一眼望去，都是新岩友。”陈俊义感慨道。

作为资深爱好者，2022年，周渤创立的“咸鱼攀岩馆”在汕头市开出首店。三年时间不到，“咸鱼攀岩馆”在当地的门店数量已达到3家。

周渤也明显感受到了人们对攀岩运动的认知发生了变化。“2022年刚开业时，带孩子来体验的家长，还搞不懂攀岩是做什么的，对安全性也有许多担忧。现在家长们已经把这当作一项常见的休闲运动了。”

中国登山协会发布的《2023中国攀岩行业分析报告》显示，截至2023年12月，国内现有商业攀岩馆数为636家，相较2022年初统计的485家，增长31%。当前，行业内已经诞生了蓝天攀岩、香蕉攀岩、岩时攀岩等



连锁攀岩馆品牌。

攀岩运动的魅力和商业前景，还引来了知名企业纷纷下场布局。2024年1月，前中国国家攀岩队总教练赵雷与懒熊体育联合创始人黎双富共同创立了我攀攀岩馆。据悉，“我攀”背后的公司是雷攀科技，目前已完成近千万元人民币融资。

值得一提的是，我攀攀岩馆的联合创始人王石，天使投资人则是360集团创始人周鸿祎。作为登山爱好者，王石很早已学习过攀岩的技巧，甚至他在深圳住了20年的房子里就装有一面攀岩墙，而他真正被攀岩种草，还是在2020年。“疫情期间我被隔离，那怎么活动呢？就在院子里爬树、攀墙（岩）。”

攀岩是门慢生意

相较于花费不菲的滑雪与网球，攀岩的装备费用可谓相当亲民。

攀岩通常无须专门购置服装，透气弹性耐磨的常规运动装即可。作为必需品的粉袋，百元内即可入手，攀岩鞋目前以La sportiva、Scarpa两个意大利品牌存在感最高，整体价格在500~1000元。

虽然单价不算低，但攀岩鞋等产品的使用寿命往往长达数年。除非需要高强度训练，在成年岩友圈，几年才换一次鞋的情况，相当常见。

目前，攀岩装备市场的规模并不大。据Cognitive Market Research的调研报告，全球攀岩装备市场规模在2024年将达到6.915亿美元（约9.997亿美元，约70亿元）。而2024年中国攀岩装备产业的市场规模仅为0.7157亿美元（约5亿元）。

不少年轻人将攀岩馆视作健身房，但攀岩馆要想和健身房一样快速扩张却很困难。

教练缺口，是限制攀岩馆扩张的一道坎。陈俊义告诉时代财经，不同于篮球、游泳等已在专业教学体系的大众运动，国内的攀岩运动尚未形

成统一的教学课程。除了从赛事体系内部退役的教练与运动员，目前，国内攀岩馆的教练，主要通过招来高校体育专业学生自行培养，或者由攀岩爱好者转型。

教练的培养周期也取决于学员的个人能力。据媒体报道，培养一个合格的教练员需要至少半年以上时间。据陈俊义透露，即使是有体育基础的人，在没有攀岩经验的前提下，要达到专业教学水平，训练周期也可能长达四五年。因此，合格教练员的培养速度，远远跟不上行业的发展步伐。

同时，攀岩馆的盈利周期也要比健身房更长。

《2023中国攀岩行业分析报告》显示，目前国内已有半数攀岩馆的启动资金成本在百万元以上，主要集中在100万~150万元区间。整体来看，国内攀岩馆的平均回本周期为3~5年。

陈俊义向时代财经透露，一个约300平方米的室内抱石馆，前期投入约100万元，预计回本周期在两三年。作为对比，据公开资料与媒体报道，连锁健身房品牌乐刻，常规健身房面积约300平方米，前期投入约150万元，但回本周期在2年内。

影响攀岩馆盈利能力的，是人群数量、消费水平与维护成本。

攀岩馆的收费项目主要分为攀岩门票与新人体验课，上述两个项目在国内的整体定价水平分别为100多元与200多元。又因为攀岩比健身的门槛和强度更高，攀岩馆的客群规模、消费的频次整体都低于健身房。同时，为了持续保证场馆对岩友们的吸引力，攀岩馆通常每1~3个月，就需要更换岩点路线，这也构成了一笔维护费用。

整体而言，攀岩行业如同这项运动本身，并非爆发式增长的生意，却有着稳健的发展态势。随着近年来国家攀岩后备人才培养体系的完善，始祖鸟、凯乐石等户外品牌的市场的布局，以及社交媒体的传播，中国攀岩市场有望攀向更高的行业“岩点”。□

50

多万人



金价波动 黄金回收市场现百万级交易

时代财经 叶曼至

国际黄金价格波动，催生了黄金回收市场的火热。

近日，有浙江温州的消费者将持有的8公斤黄金以612万元价格售给了金店。按其每克约300元的购入价计算，这笔交易为其带来了约312万元的净收益。另据多家媒体报道，今年上半年，有商家月接单数暴增，终端黄金回收市场频现“百万级”交易。

今年，国际金价突破3000美元/盎司大关。4月下旬，伦敦金一度冲至3500美元/盎司的历史高位后，在5—6月进入震荡区间。Wind数据显示，市场多空博弈加剧，2025年5月1日—6月30日，国际金价在3120~3452美元/盎司之间波动。

截至北京时间7月3日9时37分，伦敦金报3347.06美元/盎司。今年以来，伦敦金累计上涨27%。据《证券日报》消息，今年上半年（截至6月30日），伦敦金创下2007年下半年以来的半年最大涨幅。

7月2日，时代财经走访了广州市多家黄金回收门店，多名从业者透露，金价持续上行确实催生了黄金回收需求的增长。但是，近两月金价走势震荡，回收市场也出现观望情绪。

黄金回收行业竞争愈发激烈，“僧多粥少”之下，这门生意并没有看起来那么好做。

有人抛售3公斤金饰净赚130万元

百万元级卖金变现的情况不仅出现在浙江。

“有客人说打算创业，拿了全家好些年攒下来的3公斤金饰来回收，这些金饰当时入手价约300元/克，按照当天740元/克的回收价格，光是这一单他就赚了130多万元。”7月2日，广州市天河区某黄金回收机构的主理人徐洋对时代财经说。

徐洋透露，去年下半年开始，黄



金回收生意开始高热，并在今年4月到达小峰值。回收行情最好的时候，一天甚至能收到400~500克的黄金，囊括饰品、金条等产品。而在去年上半年，其生意最好的时候，一天也只能收到近300克的黄金。

另一名做黄金回收业务的人士也向时代财经表示，仅在今年6月，他已经接到将近50单黄金回收交易订单，月内最高额的黄金回收订单为80多万元。“现在金价还在走高，这种（黄金回收）的势头还会继续。”

黄金饰品零售品牌门店亦有感知。时代财经走访天河区某周大福门店时，恰好有人拿金饰来变现。“我拿了两个10克的金镯子来换，2023年买入时是403元/克，按照金条748元/克的回收金价来算，除去买入时的加工费，这次回收一共赚了6700多元。‘以旧换新’都没有回收划算。”

面对复杂多变的经济环境，黄金及黄金饰品的投资属性越来越凸显，是催生黄金回收火热的原因之一。

一方面，金融市场不确定性增加，消费者开始更注重资产流动性，往往会选择在金价上涨时回收黄金

兑现收益；另一方面，部分已“入局”的投资者对黄金长期走势持观望态度，亦会选择通过买卖黄金产品来调整优化资产配置。

黄金回收生意“冰与火”共存

黄金回收生意火热背后，也潜藏着不少“难言之隐”。

2023年开始，国际金价一路上行，不仅带火了黄金投资与零售市场，也让不少人看到了回收业务的商机。时代财经了解到，由于从事黄金回收工作的门槛较低，近一年，有大量从业者和机构涌入回收市场。

这也让黄金回收商家的生意出现分化。在时代财经走访过程中，有的商家直言没有吃到这波回收需求上涨的红利，“感觉（生意）和以往都差不多”。

事实上，黄金回收生意的利润率并不算高。回收商家的利润一般在10~30元/克。若某实体商家每天收100克黄金，该回收业务的利润在100~300元之间。月收入则在1万~3万元，但还要刨除店租、人工成本等。

杨江从事黄金回收生意已有5年，以前一直做实体店。去年上半年，他和数十个同行曾一同经历了小范围的“关店潮”。为了降本增效，杨江把回收生意转为线上接单，提供上门回收服务，公司员工数量也“砍半”。他告诉时代财经：“原来开店的时候，我们团队有10人左右，现在只做上门也不需要那么多人，我们一共也就5人。”

黄金回收生意高度依赖金价上行的加持。有黄金行业资深从业者向时代财经分析，金价上涨过程中，黄金回收行情往往随之上行，回收量也会更大；一旦金价下行或者金价持续震荡，其回收量便会大幅减少，呈下降趋势。

“金价震荡之下，很多消费者的观望情绪会比较重，会试图等待下一个高位出现，不会轻易抛售。虽然眼下存在不少回收店订单增加的情况，但回归到主流市场来看，现在的回收市场整体还是比较清淡。”上述人士进一步说道。

（应受访者要求，徐洋、杨江皆为化名）

金种子酒华润系总经理辞职 将调回华润啤酒总部

时代周报记者 幸雯雯 发自上海

侯孝海离开华润啤酒（00291.HK）4天后，华润系金种子酒总经理也递出呈辞。

7月2日，金种子酒（600199.SH）公告称，因工作调整，董事、总经理何秀侠辞职，辞职后何秀侠不在公司及子公司担任任何职务。在未聘任新的总经理期间，由副总经理刘辅弼代行总经理职务。

对此，时代周报记者从金种子酒董秘金彪处获悉，何秀侠应该调回华润啤酒总部。金彪表示，此为正常的工作调整。同日，中国酒业独立评论人肖竹青从知情券商人士处获悉，何秀侠将调回华润啤酒总部战略部，出任副总监一职，负责啤白赋能相关业务。

值得注意的是，何秀侠原定任期至今年11月21日。而她的提前离任，在此前便已有蛛丝马迹。据相关媒体报道，今年4月，何秀侠卸任金种子酒营销中心总经理，由张桂波接任。据了解，张桂波是华润系入金种子酒后该岗位的首位非华润系高管，一定程度上释放了华润系主动放权的信号。

肖竹青了解到，张桂波曾担任泸州老窖专营公司副总经理，是华润酒业聘请的具备白酒行业经验的外部人才，目前分管金种子酒业销售和品牌策划，并聚焦阜阳市场推进业务变革。金种子酒是安徽白酒“四朵金

2022—2024年，金种子酒连续3年亏损，其中2024年公司营收下滑37.04%至9.25亿元，净亏损2.58亿元，同期高端酒、中端酒、低端酒营收分别同比下滑4.87%、14.01%、29.08%。

花”之一，产品主要包括浓香型金种子系列酒、种子酒系列酒、醉三秋系列酒等，以大众和次高端价格带为主线进行布局。

历经二十余年的市场沉浮，金种子酒在安徽市场具有深厚的品牌基础。但由于前些年错失消费升级机遇、布局健康酒赛道效果不佳等因素，自2013年起，业绩下滑已成金种子的常态。

2022年，金种子酒引入华润战略投资有限公司，发展迎来转折点。完成股权转让相关事项及工商变更登记数天后，同年7月，何秀侠及多名华润系高管便入驻金种子酒，就任总经理等职位。

据媒体报道，入职两个多月，何秀

侠就直指金种子酒存在的问题。在金种子酒官方网站发布了一篇题为《何秀侠谈金种子管理变革——扭转乾坤开新局》的文章中，她直言“管理人员看不到地面”“管理状态互不相通、互不信任”，也在文章最后称要“沿着改革前进，在搏击风浪中扭转乾坤”。

此后，华润系推动金种子酒在组织架构、销售团队、渠道拓展、产品升级上进行一系列改革。其中，在销售渠道上，一方面从内部推动渠道扁平，另一方面在外部推动啤白融合。据华鑫证券去年2月披露的一份研报，金种子酒在渠道端对接啤酒大商，并加强啤酒已覆盖终端的白酒导入，2023年5月网点覆盖率较2022年年底提升5万多家。

2022年，金种子酒精简产品线向高端化转型，确立“一体两翼”的品牌战略，明确了以“柔和种子酒”筑牢底盘、“馥合香”打次高端差异化竞争、“醉三秋”主打高端文化名酒的产品定位，进一步聚焦阜阳基地市场。

2023年3月，金种子酒还推出了主攻年轻消费群体、定价68元的高线光瓶酒“头号种子”，希望借力华润强大的餐饮终端渠道向全国铺展。此举也标志着华润“啤白融合”模式正式落地。

不过，上述一系列动作没有扭转金种子酒的颓势。2022—2024年，金种子酒连续3年亏损，其中2024年公司营收大幅下滑37.04%至9.25亿元，归母净利润亏损2.58亿元，同期

高端酒、中端酒、低端酒营收分别同比下滑4.87%、14.01%、29.08%。

这是金种子酒自1998年上市以来最差的一张成绩单，也折射出区域酒企在行业分化加剧背景下的巨大增长压力。

面对当前困境，何秀侠在今年5月26日召开的业绩说明会上表示，公司最大问题是规模没有达到盈亏平衡点，产品结构不优导致毛利率低，区域品牌形象低，中档以上产品馥合香系列仍在推广。公司目标是聚焦资源做馥合香，扭转品牌形象，最终完成公司产品结构的提升。

此前，5月20—25日，华润酒业总经理魏强曾率队与张桂波等金种子酒业营销管理团队在核心市场开展走访调研，加上金种子酒如今的人事调整，可看出华润啤酒扭转白酒板块的决心。

同时，金彪向时代周报记者表示，随着经济形势、行业状况的变化，公司的发展也要相对作出调整，近期将召开研讨会进行深化。

在肖竹青看来，作为全国第一家央地合作的酒企，金种子酒拥有良好的酿酒产能和品牌基础，但当前白酒行业处于深度调整 and 分化期，经销商库存处于临界点，金种子酒需持续优化产品结构，提升中高档产品占比和盈利能力，同时借助华润的资本实力和资源加持，加强渠道协同，在激烈的市场竞争中找到有效的方法实现业绩翻身。

130
多万元



雪糕市场回归平价 手工冰淇淋却掀起开店热潮

时代周报记者 孙艺格 发自上海

盛夏已至，雪糕市场进入销售旺季。

近日，时代周报记者走访多家商超发现，大部分雪糕价格在3~10元，动辄几十元一根的“雪糕刺客”已经不再常见，取而代之的是均价5元左右的平价雪糕。

有不少商家表示，雪糕的价格虽然已经回归平价时代，但线下实体店零售店的生意难做，厂家在线上渠道“卷”低价批发吸引了大量客源，成为冲击线下零售店的主要原因。

此外，主打“健康”“低脂”的意大利纯手工冰淇淋Gelato吸引了大批消费者“尝鲜”，市场规模已经突破百亿。

消费理性回归，电商平台打开“价格战”

7月1日，时代周报记者在上海的一家社区便利店内看到，不同价位的雪糕被分类摆放在冰柜中，其中低价雪糕占大多数，单价在1.5~6.5元之间，包括“伊利大布丁”“伊利红提子”“伊利冰工厂”“伊利玉米棒”“冰+山楂”等。

其余小部分雪糕的单价在7~10.5元不等，该价位的品牌包括“和路雪梦龙”系列、“和路雪可爱多”、“巧乐兹”。

“今年大布丁和巧乐兹卖得最好，因为价格实惠，而且这些都是老口味，大家也吃习惯了。”该便利店店主如是说。同时，据该店主介绍，这两年像“钟薛高”这样的天价雪糕已经逐步淡出市场，“现在只有一些高档连锁超市还有20多元的雪糕，像我们这种便民超市进的都是平价雪糕。”

在雪糕市场价格集体“降温”的同时，商家们的价格战却在不断“升温”。

7月1日，某雪糕批发店商家李文（化名）告诉时代周报记者：“现在伊利的价格一直在涨，我这边批发雪糕都卷得很厉害，3元一支，还有的批发店做活动9.9元卖5支，这相当于赔钱吸引客流。”

此外，不少雪糕批发商家为应对低价内卷，不得不推出“一支也是批发价”的优惠政策，以及会员制度，以

量换价。

雪糕商家“卷”低价的底层逻辑是由于销售渠道的拓宽，给消费者提供了更多对比和选择的机会。随着线上渠道的发展，社区团购和直播间带货为各大雪糕商家开辟了全新的销售途径。

在安徽开了一家雪糕零售店的商家晓峰（化名）表示：“今年雪糕厂家和零售商都在打价格战，许多雪糕厂家在电商平台低价促销，甚至电商平台的售价比我们的进价更便宜。”

张威（化名）告诉时代周报记者，他上个月在某电商平台下单了30支伊利的雪糕，总价71.91元，平均大概2元钱一支，“这样的价格在小超市里是肯定买不到的，而且是顺丰包邮到家。”还有消费者表示，在线上平台下单了35支伊利“芋泥糯兹兹”“苦咖啡”“臻巧雪糕MAX”“克力棒”，最后加上平台的补贴，共消费39.9元。

时代周报记者注意到，在某雪糕批发直播间内，主播反复强调“直播间下单满69减28”“化了包赔”“免运费送货上门”，超市卖10元一支的“梦龙香草冰淇淋”，在该直播间内仅卖6元一支。

7月1日，战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪对时代周报记者表示，当前雪糕市场价格趋于平价，线上团购兴起使线上价格更实惠，线下批发商“卷”低价是应对竞争的无奈之举，但长期来看负面影响显著。“低价内耗会压缩利润空间，导致商家无力投入产品创新和品质提

升，形成‘低价—低质’恶性循环，最终损害消费者利益。且过度依赖低价会破坏市场定价机制，当价格成为唯一竞争手段时，品牌、品质和信任体系将逐渐瓦解，参与者均难以独善其身。”

詹军豪认为，商家需跳出“卷”低价陷阱，通过差异化竞争突围。可聚焦细分市场，如开发益生菌冰淇淋、胶原蛋白雪糕等健康、功能性产品。同时拓展销售渠道，布局即时零售、社区团购等新兴场景；强化品牌建设，通过复合场景化门店，增强用户黏性，以品质和服务赢得长期市场。

百亿Gelato市场正在崛起

在零售雪糕回归平价的同时，另一小众品类正在高速扩张——均价在30~60元不等的意大利手工冰淇淋Gelato掀起一波开店热潮。

Gelato是源于意大利的传统手工冰淇淋，以牛奶、奶油、时令水果和天然坚果为主要原料，制作时不添加水分，采用慢速搅拌与均匀降温工艺，使得口感更绵密，相较于普通的冰淇淋制品，Gelato“低脂”的健康属性吸引了大批消费者。

在二、三线城市商场内，Gelato门店如雨春笋般涌现。艾媒咨询数据显示，2024年中国冰淇淋市场规模达1835亿元，其中Gelato增速达10%，市场规模已经突破120亿元。

相比其他品类的冰淇淋价格而言，Gelato这一品类在刚进入国内市

场时价格较高，如意大利知名Gelato品牌Venchi，单球价格为39~59元，分享装498元/盒。但随着越来越多的本土品牌入局，打着“意大利纯手工”“健康0脂”“不加一滴水”等标签的Gelato也开始走向下沉市场。

如近一年在各大商场内“刷脸”的Gelato品牌“野人先生”，据窄门餐眼数据，其现有门店数量为566家，主要集中在江浙沪一带和广东省，其在美团、大众点评等平台推出的3次75元的团购套餐，单球价格最低为15元。

此外，茉莉奶白、喜茶、蜜雪冰城等新茶饮品牌也曾推出过Gelato单品，单价在15~30元不等。

时代周报记者在某电商平台搜索“Gelato”发现，大多数本土Gelato品牌的人均价格在29~35元之间，一些非连锁品牌的团购套餐的单球价格低至9元；奥乐齐等大型连锁超市中售卖的盒装Gelato，单价均未超过30元。

在某社交平台，关于Gelato的浏览量高达11.5亿，其动辄二三十元一份的价格成为消费者争论的热点，有消费者认为Gelato的价格较高，也有消费者认为“偶尔吃一次，这样的价格还算可以”。在如今的消费观念下，Gelato的热度能持续多久？随着市场规模的扩大，未来这个品类会如何发展？

詹军豪认为，Gelato的走红源于健康属性与消费体验的双重升级。其以牛奶为主料、低糖低脂、天然食材的特点契合健康消费趋势，而手工制作、高颜值呈现则满足社交分享的需求。其竞争优势在于精准定位高端市场，客单价虽高，但通过品质背书和场景化营销构建品牌溢价，同时以70%以上毛利率保障利润空间，形成“高端定位—品质体验—利润支撑”的良性循环。

7月1日，中国食品产业分析师朱丹蓬接受时代周报记者采访时则表示：“现在的冰淇淋市场是中间化，太低端不行，太高端也不行，这种网红类高客单价的冰淇淋是昙花一现，只是在‘割韭菜’。不过整体来看，目前冰淇淋赛道是高速增长、高速发展、高速扩容的，关键在于，品牌能否在可持续发展、创新升级以及迭代的速度和质量方面保持领先。”



120
亿元



洋河股份突发“换帅” 张联东卸任董事长

时代周报记者 幸雯雯 发自上海

7月1日晚间，苏酒龙头“一把手”突发卸任。

洋河股份（002304.SZ）公告称，张联东因工作调整，申请辞去董事长等职务，辞职后不在公司及控股子公司担任其他职务。不过，对于董事长候选人，公告中暂未提及。

同日，市场有消息称，现任宿城区委副书记、区长、区政府党组书记顾宇将接任洋河股份董事长一职。

对此，洋河股份方面向时代周报记者表示，一切以公告为准。

此外，时代周报记者注意到，7月1日晚间，洋河股份官网“领导简介”一栏已更新。页面显示，顾宇，1978年5月出生，党校研究生学历，现任江苏洋河酒厂股份有限公司（苏酒集团）党委书记。

宿迁市宿城区人民政府官网显示，现年47岁的顾宇，为宿迁市宿城区委副书记、区长、区政府党组书记，主持区政府全面工作，主抓经济工作、招商引资工作；负责审计、人民武装工作；分管审计局。巧合的是，据公开资料，张联东任洋河股份董事

长之前，亦曾于宿城区多个单位担任重要职务。

经历连续两年营收下滑后，2021年2月，张联东出任洋河股份董事长，以“二次创业”为洋河股份定调破局。掌舵洋河股份4年多时间里，张联东带领洋河进行了包括重构战略、调整组织架构、推动股权激励计划落地、产品升级换代等一系列改革创新。

任内初期，洋河股份发展迅猛。在张联东上任的第二年，洋河股份成为继贵州茅台、五粮液之后第三家迈入300亿元营收大关的酒企。

在上任三个月后的股东大会上，张联东明确提出打造“双名酒、多品牌、多品类”发展战略。此后，洋河品牌矩阵布局逐渐成型，其中包括实施“梦之蓝M6+”大单品战略、提升“双沟”名酒品牌价值，以及打造“贵酒”切入酱香赛道。2024年上半年更推出“梦之蓝·手工班”系列产品矩阵，向超高端扩容。

在渠道方面，张联东主导推动“一商为主，多商配称”的模式放权让利，优化经销商结构和深入全国化布局。财报显示，2021年，洋河股份经销商减少2600家，增长1691家，但在经销商数量大幅缩减的情况下，全年

净利润并未受到过多影响。

面对激烈的存量市场竞争，全国化至关重要。2023年，洋河股份实施“13730深度全国化工程”，即1个根据地市场、3大主销省份、7个成长地区、30个重点城市样板培育，将聚焦核心省份高效率提升，攻坚制高点市场高速增长突破。有业内人士表示，洋河股份亦是行业中最后一家真正意义上实现全国化的酒企。

多管齐下，三年间，洋河股份整体营收由2020年的211.01亿元增长至2023年的331.26亿元，归母净利润则由74.82亿元提升至2023年的100.16亿元。

不过，洋河股份在市场拓展与存量维护上均面临挑战。面对业绩与股价双承压，张联东在今年6月中旬召开的股东大会上表示歉意。

在张联东看来，洋河股份过去20多年的高速发展积累了一些经验，但或许已成为发展的障碍，迫切需要寻找新的方法与路径。他坦言，在这轮白酒周期中，洋河股份的表现相对滞后，其中包括品牌建设落后、定位不够清晰，以及营销模式创新相对滞后。同时，他多次强调要“正视问题”。

张联东原定任期至2027年4月2

日，换句话说，此情况属于张联东届满前离任。

张联东最近一次公开露面是6月22日在内蒙古沙漠营地，与京东集团创始人、董事局主席刘强东等一同品鉴洋河股份为京东特别定制的光瓶酒。

中国酒业独立评论人肖竹青认为，张联东在担任江苏洋河股份董事长期间，在科技创新与数字化转型、规模优势与品质提升、战略调整与品牌发展、业绩增长等方面作出了巨大贡献。

同时，对于洋河股份的未来走向，肖竹青提出多项建议，包括重振“双沟”品牌实现洋河股份可持续发展的第二增长极，重启洋河股份“组织化做团购”以升级公司传统渠道推动的策略，激活营销体系来稳住江苏省内市场，以及在人才引进、激励机制方面优化等。

值得注意的是，洋河系近期处于重大人事变动调整期。6月24日，宿迁市人民政府宣布，免去杨卫国宿迁产业发展集团有限公司董事长、江苏双沟集团有限公司董事长、江苏双沟集团有限公司董事长职务，但文件未明确继任者，这也为洋河集团和洋河股份未来走向留下了悬念。

上半年土拍收官

← 上接P1

不过，福州土拍最为抢手的并非涉宅用地，而是位于晋安区、台江区的4宗其他性质用地。其中，溢价率最高的是位于晋安区的一宗体育用地，土地面积11.55亩，起始价0.24亿元，由福州市晋安区国有资产投资发展集团有限公司以0.38亿元竞得，溢价率58%。

更具戏剧性的是，个人买家也下场竞拍。时代财经了解到，一个名为陈荣的自然人，以0.33亿元竞得位于台江区的一宗商务用地，该地块的面积仅2.37亩（即1580.01平方米），溢价率43%。

此外，福州9宗涉宅用地全部以底价成交，对应的成交金额为94.87亿元，竞得者包括国贸地产、福州地铁、海悦建设、福厝置地、新榕地产、建总地产等。

土地溢价率走高

“收官之战”稳中有进的表现，也构成上半年土地市场的底色。

根据克而瑞研究中心数据，上半年（截至6月20日），全国300城经营



上半年，杭州的土地成交金额累计达到1228.15亿元，位居全国第二，仅次于上海。上海上半年的土地成交金额累计达到1273亿元。

性土地成交建筑面积2.5亿平方米，较2024年同期下跌8%，且为2010年以来的上半年最低成交数据。

不过，溢价率得到明显改善，这意味着房企拿地的积极性有所提高。

克而瑞研究中心指出，上半年成交的土地平均溢价率达到9.2%，较2024年同期增加了4.8个百分点。

这种现象源自多地土地供应遵循缩量提质的策略。在此背景下，上半年重点城市的土地市场频繁出现高溢价地块。以表现较为典型的城市杭州为例，6月27日，杭州卖出上半年的最后6宗宅地。由于地块均位于核心地段，引起了多家房企的激烈争夺，最终地块全部溢价成交，成交金额推高至151.15亿元，平均溢价率将近30.5%，最为抢手的宅地溢价率更是高达67.60%。

综合土拍公告和克而瑞研究中心的数据可知，经过最后的冲刺卖地，上半年，杭州的土地成交金额累计达到1228.15亿元，超越北京，位居全国第二，仅次于上海。

值得一提的是，上海在6月19日—20日举行了本年度第五批住宅用地公开出让，这也是上半年上海的最后一场土拍。为期两天的竞拍中，上海成功卖出6宗宅地，起始总价192.47亿元，成交总价212.57亿元，溢价20.1亿元。

根据克而瑞研究中心的数据，上

海上半年的土地成交金额累计达到1273亿元，登顶全国第一；而北京则以1121亿元的成交金额排名第三。

克而瑞研究中心指出，上半年，各能级城市土地市场分化明显，其中，一、二线城市成交建面、成交金额均实现止跌回升，三、四线则出现量价齐跌。

自第二季度以来，各能级城市分化表现愈发显著。其中，一、二线城市土地成交金额分别同比增长52%、37%，均较第一季度加快了12个百分点；三、四线城市土地成交金额同比下降10%，则较第一季度回落了12个百分点。

整体而言，上海、杭州、北京包揽全国土地成交金额的前三名。仅就6月而言，出现百亿元成交“大单”的城市也均为一线城市和强二线城市，包括北京、上海、杭州、福州。

克而瑞研究中心的数据显示，今年1—5月，共有11家房企拿地金额超过百亿元，但仍有超过六成的销售百强房企没有重启拿地。保利发展以将近413.2亿元的拿地金额，成为全国土地投资最多的房企，绿城中国、中国金茂、华润置地、中海地产凭借超过300亿元拿地金额紧随其后。■

楼市派半年成绩单 上海有单盘卖出170亿元

时代财经 梁争誉

半年考收卷，一、二线城市稳稳保住了房企的饭碗。

融创中国上海壹号院半年热销170亿元，登顶全国楼盘销冠；华润置地与越秀地产联合开发的和樾望云，开盘三个月大卖87.4亿元，拿下北京销冠；杭州销冠滨江集团，10亿元以上的“流量红盘”多达5个，滨江缤纷城“六开六罄”，热销超1500套。

来自中指研究院的数据显示，今年上半年，保利发展、中海地产、华润置地等20家代表房企，40.0%的销售业绩来自一线城市，47.8%来自二线城市。一、二线城市成为房企开发业务的核心阵地。

在“以销定投”的策略指引下，尝到热点市场回暖红利的房企，正加速加码核心城市布局。据克而瑞统计，今年6月，一线城市宅地成交占比明显上升，北京、上海、成都单月土地成交金额均超过100亿元，带动当月全国平均楼面价达到3443元/米²，环比增长23%，同比增长27%。

行业尚未完全走出周期，房企仍在二、线核心城市寻找确定性与安全边际。

上海壹号院170亿元领跑，成都房价天花板被捅破

在市场持续分化的背景下，一、二线城市豪宅项目走出独立行情。

6月27日，融创中国旗下上海壹号院第四批次产品入市，备案均价约18.9万元/米²，是同批入市新盘中均价最高的项目，较上一批次上涨0.4万元/米²，开盘两小时内即宣告售罄。

上海壹号院位于黄浦老城厢核心风貌区，紧邻新天地、豫园、外滩等城市地标。自2024年8月首批房源入市以来，上海壹号院每次开盘均热销，今年累计销售额突破170亿元，稳居2025年上半年全国单盘销售榜首。

融创中国披露的客户画像显示，上海壹号院购房者多为企业家、艺术家等高净值人群，覆盖上海本地、长三角核心城市及海外市场，整体年龄结构呈年轻化趋势。

在北京市场，越秀地产凭借“海淀双子星”——和樾玉鸣与和樾望云，表现亮眼。

2024年11月，北京海淀区功德寺棚户区改造项目两宗地块（编号001、002）引发越秀地产、华润置地、绿城中国、中海地产等7家房企角逐。绿城中国以51.75亿元竞得001号地

块，越秀地产以63.83亿元触顶价拿下002号地块，总地价约115.58亿元。

成功摘地后，越秀地产与绿城中国合作开发001地块，项目案名为和樾玉鸣，后又与华润置地合作开发002地块，项目案名为和樾望云。3月21日，两大项目同时开盘，售出超1000套，总成交金额152亿元——这是2025年开年以来北京市场开盘项目销售首次超百亿元，创下同期市场销售新高。

与一线城市类似，成都豪宅市场亦呈现点状高温现象。

根据成都住建蓉e办官网，位于麓湖板块的丽世缙华于6月19日取得预售许可证，备案均价约10.7万元/米²，套均总价超1500万元。其中，最贵的一套单价约22.11万元/米²，总价约5661万元，刷新成都新房单价纪录。此前纪录为金融城交子缙华的16.98万元/米²。

时代财经查询发现，截至7月3日，丽世缙华24套可售房源中，2套处于“已售”状态，7套处于“拟定合同”状态，其中包括这套22.11万元/米²的高价房源。

8家房企在上海卖超百亿元

一、二线城市豪宅项目热销，让其逐渐成为房企的核心“粮仓”。融创中国董事局主席孙宏斌在近日的股东大会上表示，未来将集中在北京、上海、西安等核心一、二线城市，把产品做好，“不会再去很多城市”。

中指研究院监测数据显示，2025年1—6月，TOP100房企销售总额约1.84万亿元，一、二线城市是代表房企的业绩贡献来源。

今年上半年，包括保利发展、绿城中国、中海地产、华润置地、招商蛇口、滨江集团、越秀地产、龙湖集团、中国铁建等在内的20家代表房企，一线城市销售业绩贡献率同比增长9.0个百分点至40.0%，增速显著；47.8%的销售业绩来自二线城市，为主要业绩贡献来源，但同比下降6.8个百分点。

20家代表房企销售业绩贡献前三城市分别为上海、北京和广州，销售额贡献率分别为16.9%、10.6%和9.0%。杭州销售额贡献率为7.9%，较2024年同期下降2个百分点。

今年上半年，上海房地产销售业绩TOP20企业合计收金2291.1亿元，销售额突破百亿元的房企有8家，保利发展、招商蛇口、华润置地分别以259.9亿元、242.6亿元、185.8亿元

位列前三。

整体来看，上半年上海热销的楼盘包括三类：一是核心区域的顶豪楼盘，比如黄浦的融创中国上海壹号院、嘉里建设金陵华庭，徐汇的绿城中国潮鸣东方；二是高品质改善项目，如“华润置地+中能建+越秀地产”的翡云悦府和保利海玥外滩序BUND98等；三是性价比突出的TOD项目，如中环置地中心、招商时代潮派等。

这些项目多次开盘即售罄，有的甚至触发积分摇号。其中，翡云悦府4月首开获939组认购，认购率约412%，入围积分63.84分，是上半年上海认购率最高、积分最高的楼盘。

杭州“六小龙”热度飙升，也带动楼市升温。根据克而瑞的监测数据，今年上半年，杭州新开盘项目整体去化率达到62%，较去年同期提高5个百分点。

杭州房企销售半年度榜单中，滨江集团以286.71亿元的全口径金额稳居首位。上半年，滨江旗下单盘流量业绩超5亿元的项目多达11个，其中超10亿元的项目也有5个。限价红盘如潮语映月轩，开盘即售罄，且中签率持续走低，为今年杭州首个拼社保新盘；滨杭缤纷城上半年“六开六罄”，累计卖出近1500套房，成为杭州楼市现象级黑马。

绿城中国以销售流量金额241.37亿元、销售权益金额194.9亿元占据杭州销售流量榜第一名、销售权益榜第一名，贡献了绿城中国浙江业绩的半壁江山。

业绩贡献较大的杭州玉澜月华、杭州汀岸印月，是杭州最后的限价项目之一。其中，玉澜月华3月首开152套房，收到超过2000人报名，中签率约11.24%。

房企持续加码核心城市

吃到核心市场的复苏红利后，房企继续加码高能级城市。

近日，金地集团高级副总裁郝一斌在2024年度股东大会上表示，当前行业仍处于深度调整周期之中，即使市场出现恢复，也是呈现出结构性修复特征，核心城市与高能级区域仍将率先受益。这是房地产周期演进中一以贯之的规律。

房企更加注重项目的安全性与盈利确定性，北上杭蓉等热点城市核心地块凭借稀缺属性频现高溢价成交。

京沪一向是房企激烈厮杀的主战场。

➡

2025年1—6月，TOP100房企销售总额约1.84万亿元，一、二线城市是代表房企的业绩贡献来源。其中，保利发展、中海地产、华润置地等20家代表房企，40.0%的销售业绩来自一线城市，47.8%来自二线城市。一、二线城市成为房企开发业务的核心阵地。

3月，经过超270轮竞拍，中海地产击败绿城中国、金茂、招商和华润联合体等对手，以75.02亿元摘得北京海淀树村地块，溢价率约28%，成交楼面价约10.23万元/米²，刷新北京涉宅用地成交楼面价最高纪录。

6月24日，上海市市场网挂牌六批次8宗涉宅地。其中，位于徐汇衡复风貌区的XH-02（TPL）单元051-11地块，出让面积4705.49平方米，容积率1.3，限高15米，起始总价10.01亿元，起始楼面价约16.36万元/米²。“即使底价成交，楼面价也将创上海全市以及全国涉宅地新高。”好地网研究员孙航海指出。

杭州市场在滨江、绿城中国、建发等房企的争抢下，楼面价纪录被频繁刷新。

1月24日，经过逾200轮报价，滨江以约54.56亿元竞得杭州湖墅一地块，溢价率71.25%，成交楼面价约6.48万元/米²，成为杭州首宗楼面价突破6万元的宅地。3月25日，滨江再落一子，斩获滨江区西兴单元水电新村地块，成交价约52.03亿元，溢价率69.86%，成交楼面价约7.74万元/米²，成为杭州首宗单价超7万元的宅地。两宗地块成交总价超百亿元。

3月28日，杭州西湖区蒋村文新单元XH030203-01（3）地块由建发房产竞得，总价约34亿元，溢价率115.39%，楼面价约8.80万元/米²，成为杭州土地市场新晋单价“地王”。

建发的热度不止于杭州，在成都同样创造了纪录。

3月27日，成都推出的金融城三期H10地块经过213轮竞价后，最终被建发以33.47亿元的价格摘得，溢价率高达106%，成交楼面价41200元/米²，是成都土拍史上第一宗楼面价突破4万元的住宅用地。

对于市场的未来走向，多名房企高管近期均释放了积极信息。

万科集团执行副总裁郁亮认为，需求回升已经有比较好的基础。去年9月底一揽子支持政策出台后，行业信心受到提振，市场稳步修复，现在各地还在因城施策继续调减限制性措施，进一步巩固回升基础。“当前新房供给多元化、品质化趋势加强，新房产品领先性与现房销售趋势将成为对冲二手市场分流的有力手段。”

“一、二线城市具备更强的人口吸附力和经济韧性，在行业调整过程中，这类城市的复苏节奏会相对更快，也更有可能率先迎来市场修复。”金地集团董事长徐家俊表示。■