

# 时代周报

2017年12月26日-2018年1月1日 农历十一月初九-十一月十五

THE TIME WEEKLY

第472期 共36版 南方出版传媒股份有限公司主管

## 政经 A TOP NEWS

- 05 从竞争多年到你中有我 北斗GPS的竞与合
- 08 深圳创新密码：研发投入强度仅次于以色列
- 09 美国重返月球背后 全球技术领导权之争

## 财经 B FORTUNE

- 01 股份制银行再加码 普惠金融变主战场
- 02 众诚保险连亏近5亿 粤财信托卖股权净赚两亿
- 05 金融科技催生淘汰赛 中小银行抱团取暖
- 06 保监会清退违规股权 昆仑健康七股东被责令出局

## 产经 C INDUSTRY

- 01 美团进军网约车 滴滴外卖暗度陈仓
- 07 布局近20个产业 佳兆业用多元做大规模
- 10 宝能66亿元控股观致 加速跑入新能源汽车赛道



学习贯彻党的十九大精神

## 新时代 新气象 新作为

### 中国经济高质量发展 最终落脚点是人民

从高速增长阶段转向高质量发展阶段，中国经济进入了新时代，这是2017年12月20日闭幕的中央经济工作会议定下的主基调。与历年经济工作会议不同，此次会议公告并未对短期经济形势及经济运行中面临的矛盾和问题作出表述，而是着眼于长远，强调推动高质量发展是当前和

今后一个时期确定发展思路，是制定经济政策、实施宏观调控的根本要求。此前，党的十九大报告已经指出，我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，中国经济正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期。2017年12月23日，中央财经领导小组

办公室副主任杨伟民这样解读高质量发展内涵：“发展方式转变、经济结构优化、增长动力转换三者可以集中概括为高质量发展。”接受时代周报记者采访的多位专家表示，中央经济工作会议为2018年的经济政策确定了基调和方向，很明显是十九大精神的延续。 详见A02

### 中泰铁路开工 3年22次会议

时代周报记者 陈泽秀 谢艺观 发自广州

泰国首都曼谷东北部的呵叻府，一条旧铁路穿过平坦的原野，北侧是树林，南侧是农田。相距3.5公里的两个火车站刚东(Klang Dong)和帮亚索(Pang Asok)之间，将建成历经多年波折的中泰铁路首段。经历了三年多的谈判，2017年12月21日，中泰铁路合作项目一期工程开工仪式于两个火车站所在的呵叻府巴冲县举行。

从2009年泰国阿披实政府开始与中方接触至今，中泰高铁项目已历经泰国三届政府。其间因泰国政局变动，项目一度被搁置。2014年，中泰高铁项目重启后，两国在成本估算、融资方案、贷款利率和沿线开发权归属等问题上出现分歧，该项目再三拖延。

为加快进程，2017年6月，泰国总理巴育动用临时宪法第44条的维和委主席特权，免除了10项相关法律对中泰铁路合作项目的约束。9月，巴育正式签署了中泰铁路一期项目的设计和监理合同。12月，随着环评工作的结束，中泰铁路正式开工。(下转A04)



### 郭台铭 代工帝国转型

详见C01



6 946957 1200015 >

编辑：吴慧 版式：黄锐  
图编：黄亮 校对：宋正大 蔚然  
国内统一刊号：CN44-0139  
邮发代号：45-28  
广东时代传媒有限公司  
零售价：RMB 3.00 HKD 10.00

# 溪溪里

JINHUIXIXILI

大境新开见新著，金辉溪溪里  
或品洋房，枕山叠院，溪水潺潺  
藏山纳水接天连地，依山就势顺应自然  
用坡地艺术致敬珍稀土地  
写意世家风华，以著心栖之境

## 都会桃源 书礼世家

122-155m<sup>2</sup> 复式洋房 | 枕山叠院



金辉集团 RADIANCE GROUP 淮安国际住区

VIP 0591 8627 0333

福建省福州市仓山区淮安路8号(农林大学西门前行800米)



## 高质量发展 激荡中国经济新气象

中央经济工作会议于12月18-20日在北京举行。会议总结党的十八大以来我国经济发展历程,分析当前经济形势,部署2018年经济工作。习近平总书记强调,中国特色社会主义进入了新时代,我国经济发展也进入了新时代,基本特征就是我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。

# 中国经济高质量发展 最终落脚点是人民

□ 时代周报记者 刘科 发自杭州

从高速增长阶段转向高质量发展阶段,中国经济进入了新时代,这是2017年12月20日闭幕的中央经济工作会议定下的主基调。

与历年经济工作会议不同,此次会议公告并未对短期经济形势及经济运行中面临的矛盾和问题作出表述,而是着眼于长远,强调推动高质量发展是当前和今后一个时期确定发展思路,制定经济政策,实施宏观调控的根本要求。

此前,党的十九大报告已经指出,我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,中国经济正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期。

2017年12月23日,中央财经领导小组办公室副主任杨伟民这样解读高质量发展内涵:“发展方式转变、经济结构优化、增长动力转换三者可以集中概括为高质量发展。”接受时代周报记者采访的多位专家表示,中央经济工作会议为2018年的经济政策确定了基调,很明显是十九大精神的延续,“这些思路要管的不只是2018年,还会延续未来三年”。

“强调高质量,是决策层对近年中国经济脱实入虚进行反思的结果。”浙江财经大学中国金融研究院研究员黄文礼告诉时代周报记者,在发展思路确定后,现实的问题就是务实——如何实现高质量发展?在他看来,实现高质量发展,要以创新为基础支撑,坚持质量第一、效益优先的方针,以供给侧结构性改革为主线,推动质量变革、效率变革、动力变革,实现实体经济、科技创新、现代金融、人力资源协同发展。

### 最终的落脚点在人

什么是高质量发展?中财办副主任杨伟民在2017年12月23日表示,高质量发展阶段的发展方式、经济结构、增长动力等,与高速增长阶段是完全不同的。

高速增长阶段高度依赖能源、土地、廉价劳动力投入,工业、劳动密集型行业、房地产业、矿业比重较高,产业链主要是中低端,依靠投资、中低端消费拉动。而高质量发展更多依靠科技、人力资本、信息、数据等新生产要素来推动,更多依靠新产业、新产品、新技术、新业态来推动,中高端、个性化、多样化的消费成为增长的主要动力。

过去的高速增长阶段,中国经济长期保持着GDP7%以上的增速。众所周知,十八大报告中曾提出2020年实现GDP比2010年翻一番的目标,但在3.2万字的十九大报告和12月20日发布的中央经济工作会议报告中,都取消了GDP翻番目标的表述。对此,杨伟民解释说,这主要考虑的是,我国社会主要矛盾已经发生变化,我国经济发展已转向高质量发展阶段,不再是高速增长阶段了。

中国社科院近期发布的2018年《经济蓝皮书》预测,2017年中国经济增速为6.8%左右,2018年仍可保持6.7%的速度。而关于到2020年GDP翻番的要求,2018-2020年3年间的年均经济增速达到6.3%即可。也正是如此,下一步中国对经济增长速度的要求有望淡化。

杨伟民表示,我国经济已经不具备高增长的客观条件,需求结构变化、消费升级、人口减少、技术积累、金融风险、资源环境压力等,使

我国潜在增长率发生变化。若不顾客观实际,盲目追求高增长,带来的风险可能比增加的GDP还要多。

多家券商研究机构均对未来经济增长作出了预测,在上海证券首席分析师胡月晓看来,未来三年经济增长将在6.5-7.0%间运行。国金证券宏观分析师边泉水则预计,2018年经济增长的目标将被定在6.5%左右。

关于财政政策,近年来,我国财政赤字率不断走高,2014年、2015年赤字率分别为2.1%、2.6%,2016年为应对经济下行压力将赤字率提高至3%。2017年政府工作报告确定的赤字率是3%,财政赤字规模约2.38万亿元,相较2016年增加2000亿元。

由于经济增长好于预期,2017年的实际赤字率将低于3%。中国社科院经济研究所所长高培勇近日在公开论坛表示:“2018年不管出现什么变化,预计财政赤字率控制在3%以内,这是一个天花板。”需要补充的是,未来几年的三大攻坚战中,扶贫需要财政加大支持力度,环保也需要政府增加必要的财政支出。

虽然强调高质量发展,但增长依然很重要。瑞银集团在近期发布的研究报告即认为,如果2018年一季度末到二季度经济增长放缓较为明显,政府可能微调偏紧的政策,包括对地方政府融资的约束和环保政策等。

2016年下半年以来的经济企稳,基础设施投资是最重要的拉动力量。国家统计局的数据显示,2017年前11个月,基建投资增速高达20%,是固定资产投资总体增速的近3倍,在固定资产投资增量中占比已经超过50%。

根据中央经济工作会议部署,2018年的八大重点工作均围绕“推动高质量发展”展开,宏观调控保持经济运行在合理区间,对教育、医疗、养老、环保等民生问题更为重视。

黄文礼说:“高质量发展不是一个抽象概念。它不仅是一个目的,更是一种手段,它从人民生活中来,更应该回到人民生活中去——无论是经济发展还是生态环境改善,最终的落脚点都在人民。”

### 防范金融风险成三大攻坚战之首

今年的中央经济工作会议确定,今后三年要重点抓好防范化解重大风险、精准脱贫、污染防治三大攻坚战。这其中,三大攻坚战的重点是防范化解重大风险,而防范重大风险的重点则是防控金融风险。

黄文礼分析说,对比去年的会议精神,2018年金融领域的工作重点主要出现了三方面的新提法。首先,提出要“坚决打击违法违规金融活动,加强薄弱环节监管制度建设”;其次,会议对2018年的财政政策和货币政策定调,“积极的财政政策取向不变,稳健的货币政策要保持中性”;此外,更加强调“扩大对外开放,大幅放宽市场准入,加快形成全面开放新格局”。

过去数年的经济快速发展中,金融领域积累了大量的风险,存在监管的真空地带,比如互联网金融业态的野蛮生长、银行的表外业务快速增长以及地方政府债务的高速增长等。

如何防范和化解金融风险,央行副行长易纲在12月23日表示,首先要控制好总体杠杆率,坚持积极稳妥“去杠杆”“稳杠杆”;坚定执行稳健的货币政策,保持货币政策的中性,把国有企业“去杠杆”作为重中之重,标本兼治解决地方政府的隐性债务问题。

“预计未来金融去杠杆将进一步深化推进,金融强监管力度不减,一系列类似资管新规的监管政策还将陆续出台。”黄文礼分析称。

其实今年以来,业内已对金融风险重点领域进行诸多分析并达成了基本共识。今年初,中财办副主任杨伟民就曾指出,金融领域有八大风险点正在积累,包括不良资产风险、流动性风险、债券违约风险、影子银行风险、外部冲击风险、房地产泡沫风险、政府债务风险、互联网金融风险。

中国银行业协会首席经济学家巴曙松近期在杭州出席亚太资产管理高峰论坛时接受时代周报记者采访时认为:“大资管、去杠杆监管大方向明确,如何平稳去杠杆又不至于对实体经济带来冲击,这是在大方向下的具体实施问题,需要各个部门之间的协调。”

2016年末,中国资管规模破万亿元,银行、保险、券商、信托、基金等不同类型资产管理机构快速发展,机构数量显著增加。“在市场规模扩大的同时,也存在大量跨领域、跨产品的创新安排,对原有的分业监管体制是个挑战。”巴曙松称,原来“一行三会”基于不同监管职能对行业有各自的监管要求,彼此之间存在差异,给市场提供了监管套利的空间,各种嵌套、通道等复杂的架构,都是监管套利的产物。

为进一步防范金融风险,金融监管方面也将进行诸多调整。2017年11月,金融稳定发展委员会正式成立,业内对此抱有诸多期待。央行副行长易纲在12月23日的会上表示:“金融管理权是中央事权,要明确地方政府的责任,压实监管问责,这样就有了一个整体的治理金融风险的稳妥方案。”

在地方层面,一些地方金融办升格为金融工作局,将地方金融统一归口监管。今年11月,浙江省金融办加挂浙江省金融监督管理局牌子,并加速落地相应监管处室。浙江省金融办相关负责人在11月时曾对时代周报记者介绍,该部门正在制定针对金融风险的“天罗地网”监测防控系统,完善安全防线,这种协调防控的机制在国内属于首创。

### 房地产长效机制呼之欲出

与其他实体产业相比,房地产与金融系统的联系十分紧密。除了重点

防范的金融风险,房地产调控已经连续3年进入中央经济工作会议的重点任务之中。在2015年、2016年的中央经济工作会议中,促进房地产市场平稳健康发展均是重点任务之一。

其中,2016年的会议对于房地产的口吻严厉,表示要坚持“房子是用来住的、不是用来炒的”定位,研究建立“房地产长效机制”。而在2017年的会议中,对房地产长效机制的表述发生根本性变化:从“研究建立”转变为“完善促进”。这被认为代表房地产市场平稳健康发展的长效机制,开始从理论走向实践。

“长效机制包含金融、土地、财税、投资、市场多个方面,可以通过在信贷、交易、税费等环节做适当限制;同时,在房地产市场的供应方面,针对不同的人群进行适当的分层,大力发展租赁市场等。”巴曙松在12月中旬接受记者采访时认为。

建立“租购并举”的住房制度,被认为是房地产市场供给侧结构性改革的最重要组成部分之一。会议提出,要发展住房租赁市场特别是长期租赁,保护租赁利益相关方合法权益,支持专业化、机构化住房租赁企业发展。浙报房产研究院的丁健刚向时代周报记者分析,“未来的租赁市场,商业银行、国有企业、部分金融资本等各方都会参与其中,促进租赁市场供应和产品多元化”。

在房地产调控方面,中央经济工作会议还要求“分清中央和地方事权,实行差别化调控”。在丁健刚看来,“考虑到楼市分化的情况下,一刀切的政策并不合适,因城施策、一城一策,才能更好地实现调控的目标”。

尽管官方甚少提及长效机制的细节,但事实上,结合2017年全国各地房地产政策的一系列举措,从今年年初提出的差异化供地政策,到租赁住房、共有产权住房等公共租赁住房建设的持续推进,再到十九大重申“房住不炒”和“租购并举”,完善促进房地产市场平稳健康发展的长效机制呼之欲出。

一些研究机构已经对房地产长效机制作出了分析。中信建投在今年10月发布的深度报告《如何从德国、新加坡模式展望我国长效机制》中认为,长效机制将包含3个体系:住房保障体系、住房供给体系和住房金融体系。

其中,住房保障体系,包括加快租赁住房市场、共有产权房等供应推出,在持有环节加快财税体制改革;住房供给体系,包括重点城市土地供应结构变革,传统土地招拍挂模式将优化;住房金融体系,包括加大住房金融市场发展,如加快国内住房租赁证券化,支持供给主体轻资产化运作等。

无论是房地产长效机制建设,还是央地差别化调控,房地产税的呼声日渐高涨。12月20日,财政部部长肖捷在《人民日报》刊发《加快建设现代财政制度》一文。文章称,将按照“立法先行、充分授权、分步推进”的原则,推进房地产税立法和实施。按照税收法定的时间表,力争在2019年完成全部立法程序,2020年完成“落实税收法定原则”的改革任务。

中央经济工作会议指出,在我国这样经济和人口规模巨大的国家,高速增长阶段转向高质量发展阶段并不容易,不可能一夜之间就实现,稳中求进工作总基调仍是做好经济工作的方法论,要懂得过犹不及的道理,持中守正把握好工作的节奏和力度。

### 敲黑板! 我国经济发展进入新时代

推动高质量发展是当前和今后一个时期的确定发展思路,是制定经济政策、实施宏观调控的根本要求。

### 什么是高质量发展?

高质量发展就是能够很好满足人民日益增长的美好生活需要的发展,是体现新发展理念的发展,是创新成为第一动力、协调成为内生特点、绿色成为普遍形态、开放成为必由之路、共享成为根本目的的发展。

### 定调2018:三个“年”

贯彻党的十九大精神的开局之年  
改革开放40周年  
决胜全面建成小康社会、实施“十三五”规划承上启下的关键一年

### 坚持稳中求进,统筹各项政策

- 积极的财政政策取向不变
- 稳健的货币政策要保持中性
- 结构性政策要发挥更大作用
- 社会政策要注重解决突出民生问题
- 改革开放要加大力度
- 扩大对外开放,大幅放宽市场准入

### 打好三大攻坚战

打好这三大攻坚战,关系到我们能不能成功跨越我国经济发展阶段特有的关口,关系到我国经济能否顺利迈向高质量发展阶段。

### 防范化解重大风险攻坚战

重点是防控金融风险,服务于供给侧结构性改革这条主线。

### 精准脱贫攻坚战

瞄准特定贫困群众精准帮扶,向深度贫困地区聚焦发力,激发贫困人口内生动力。

### 污染防治攻坚战

要使主要污染物排放总量大幅减少,生态环境质量总体改善,重点是打赢蓝天保卫战。

### 推动高质量发展,抓好八大重点工作

做好这8项重点工作,就能为跨越常规性的长期性的关口迈出关键一步,推动高质量发展取得新成绩。

- 1 深化供给侧结构性改革。
- 2 激发各类市场主体活力。
- 3 实施乡村振兴战略。
- 4 实施区域协调发展战略。
- 5 推动形成全面开放新格局。
- 6 提高保障和改善民生水平。
- 7 加快建立多主体供应、多渠道保障、租购并举的住房制度。
- 8 加快推进生态文明建设。



中国国际经济交流中心副总经济师徐洪才:

# 稳中求进,金融稳定是首位

时代周报记者 谢江珊 发自上海

谋定而后动。12月18-20日,十九大后的首次中央经济工作会议在北京举行。作为中国经济的风向标,今年中央经济工作会议确定的经济工作基调和重点,为中国经济开出的“新药方”,将影响2018年乃至之后中国经济发展的走向。

继十九大报告后,此次会议重申了“我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段”的判断,并以“推动高质量发展”为中心,对2018年经济工作做了全方位部署。

在中国特色社会主义进入新时代,中国经济发展也进入新时代之时,2018年的中国经济将如何发展?高质量发展的具体内涵又是什么?中国国际经济交流中心副总经济师徐洪才就此接受了时代周报记者专访。

## 内涵与国际社会指标体系相一致

时代周报:根据2017年1-11月份的经济数据,你怎样看2017年中国经济市场的总体情况?

徐洪才:2017年依旧保持稳中向好的发展趋势。第一,从需求侧来看,消费需求总体上趋于稳定。今年1-11月,社会消费品零售总额331528亿元,同比增长10.3%。

第二,投资增长下滑确实令人担忧。今年1-11月,全国固定资产投资(不含农户)575057亿元,同比增长7.2%,增速比1-10月份回落0.1个百分点。此外基础设施投资增速较去年17.4%的增速回落明显。其中,房地产投资回归理性,今年1-11月,全国房地产开发投资额10.04万亿元,同比增长7.5%,增速相对1-10月下降0.3个百分点。制造业

投资176299亿元,同比增长4.1%,增速与1-10月份持平。与此同时,第三产业对经济增长贡献上升,消费对经济的拉动作用在增强。虽然总体速度下降,从投资结构看,高科技、战略性新兴产业、现代服务业资金流入增长速度上升,结构在优化。相对应的,新经济、现代服务业等领域的增加值优于传统产业。今年1-11月,全国规模以上工业增加值同比增长6.6%,高技术制造业投资23638亿元,增长15.9%,说明结构优化质量提升。

第三,外贸进出口出现回落,回归理性。今年快速增长是有特殊原因的,一是周期性因素影响,世界经济在复苏;二是去年上半年外贸进出口是负增长,所以基数很低,今年也是前高后低。

所以整个2017年经济发展稳中向好,经济总体上是平稳的,质量和效益是上升的,符合经济发展进入新时代的基本特征:我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。

时代周报:十九大报告作出了“我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段”这一论述,能否解读一下高质量发展的内涵?

徐洪才:高质量发展可以从微观和宏观两个层面来分析。从微观上讲,大家直观上感觉吃得放心、喝得放心、用得放心,体现在企业的产品质量、服务质量上的提升,过去粗放经营,发展速度很快,但粗制滥造,出现食品安全、服务质量不高等问题。

从宏观上讲,一方面是增长的包容性,过去两极分化,提出要一部分人先富起来,有一些低收入群体特别是弱势群体得不到保障,未来几年,必须打赢这场脱贫攻坚战。另一方面,从绿色发展的角度,在低碳、绿色、环保、

生态环保等方面要提出更高的标准。过去先发展后治理的落后理念,显然不符合新的时代要求。

发展是硬道理,最终是要以人民为本为核心。我觉得高质量发展的本质就是,通过发展解决过去的一些遗留问题,提升老百姓的生活质量,要让老百姓过上好日子,有获得感和幸福感。

时代周报:高质量发展是否已建立起指标体系?

徐洪才:高质量发展是经济进入新时代的一个基本特征,过去高速增长的发展方式是高投入,要素驱动、投资驱动,高能源资源消耗,显然不符合现在的实际。

最近几年我们在多样化指标体系方面做了一些探索,包括就业、老百姓收入增加和经济发展同步,还有生态环境等,保证就业就有收入,有收入就有消费,因此经济发展可持续,同时老百姓可以得到更多的实惠。从国际社会来看,以G20为主的国际组织,着力推动落实联合国2030可持续发展议程SDG,这里面的指标体系有17项,共有300多项分项指标,是很细的,实际上我们的“十三五”发展规划里头,很多都跟国际社会的这些指标体系相一致。

但总体来看,体系目前还在探索。未来我觉得要体现发展的包容性和可持续性,同时把新的发展理念,特别是绿色发展理念贯彻其中,这些还需要再细化,不断完善。

## 稳和进是辩证关系

时代周报:十八届三中全会以来,中国经济进入新常态,你认为政府在宏观调控方面有哪些重要经验?

徐洪才:我认为最重要的经验是宏观调控有度,具体体现在坚持稳中

求进的总基调和总原则,而且落实得较好。

稳和进是辩证关系。第一,政策需要稳定性,比如积极的财政政策和稳健的货币政策,这是多年一直在坚持的。同时,在此过程中进行结构性优化,比如在控制风险的前提下,对财政政策支出结构的优化。再比如落实预算法、社会政策兜底、脱贫攻坚、财税政策引导、产业结构优化、供给侧改革,在这些方面进行很多探索。

第二,货币政策要稳健,但更加突出中性,也就是把握好“度”。今年以来,广义货币供应量M2增长9%左右,这个“度”把握得就比较好,过去几年都是12%以上。年初政府工作报告讲还是12%,现在下来了,原因是同业业务收缩了。同时,到企业和实体经济中的信贷资金投放和社会融资规模增长速度,保证在12%-13%,说明脱实向虚的问题得到有效缓解。

总体来看,贯彻了稳中求进的指导原则和总基调,整个宏观经济和金融保持相对稳定。

时代周报:2018年和过去几年面对的形势有什么差异?

徐洪才:差异有三个方向,首先,今年以来,世界经济出现强劲复苏的势头,应对危机时的艰难已经过去,外贸进出口好转,对经济增长拉动起正的贡献,明年还会延续这样一个势头。今年美联储加息三次,明年可能还要加息三次。

其次,全球主要经济体政策发生改变,全球都在进行产业结构调整,美国、日本、欧洲经济都出现好转,回归正常化的货币政策,资本的流动性格局会出现变化。总体来看,流动性是收紧的。过去没加息,太宽松了,未来



今年以来,广义货币供应量M2增长9%左右,这个“度”把握得就比较好。同时,到企业和实体经济中的信贷资金投放和社会融资规模增长速度,保证在12%-13%,说明脱实向虚的问题得到有效缓解。

可能还要降一降杠杆。

另外,全球贸易投资保护主义、民粹主义比过去更严重,未来摩擦会增加,要有充分的估计。

总而言之,全球产业、分工体系会发生深刻的变化。我们要顺势而为,坚定既定方针,深度融入新一轮经济全球化发展的过程当中去,在激烈的竞争中找准自己的位置。

时代周报:过去几年一直都提稳中求进,你如何看待2018的稳中求进?

徐洪才:我认为,今年提出要打好防范化解重大风险、精准脱贫、污染防治三大攻坚战,金融是前提,没有金融,高质量发展无从谈起。所以金融稳定是首位,防控风险,重中之重。然后是政策要稳,总体上不出现大的波动。

同时,改革的政策力度要加强,“三去一降一补”、结构性调整等方面要加大力度,某些领域的对外开放不妨加快步伐。

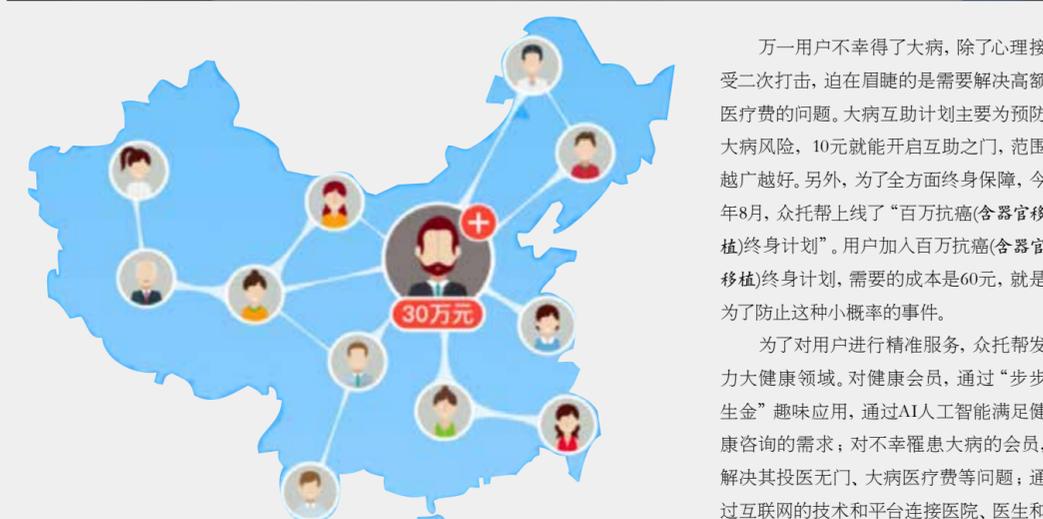
总体上看,明年的经济增长会比今年有所回落,L型经济走势大体不会改变,但质量和效益提升。体现在就业情况不错、老百姓收入增加,比经济增长的速度要快一些。

# 近百万华南用户加入众托帮 优质的本土医疗资源就在你身边

他曾经是一位救援队的队长,义务救助了多名登山遇险人员,当他需要救援时除了队员外找不到陌生人的帮助;在河南老家盖好房子,准备结婚的武兵突然患了急性髓系白血病,幸好有30万大病互助金帮他过难关;同窗相恋7年结为夫妻的唐维和韩秀秀,在异乡为生活打拼,唐维的一场大病让他们的小家庭陷入无尽的深渊,30万的大病互助金只能缓解燃眉之急,还需要二次抗癌……

他们背后的故事无一不让人动容,他们都是众托帮的会员,在不幸罹患大病前加入众托帮,这些温暖的陌生人抱团取暖,最高拿到30万的互助金。12月7日,新快报、证券时报、广州日报、南方日报、南方都市报、羊城晚报、中新社广东分社、新浪广东、广东电视台、亿欧网在内的近20家主流媒体和本地知名媒体齐聚一堂,众托帮与他们一起畅谈互助未来的发展。

众托帮副总裁吴岩向媒体介绍众托帮目前发展和在华南市场的情况。他说,众托帮致力于提供门槛低、性价比高的大病医疗费用解决方案,用区块链的技术搭建平台,加入众托帮的会员既是助人者,也是受益者。用户通过预存10元即可成为会员,互助会员罹患或疑似互助计划范围内的111种疾病,向众托帮平台提出申请,患病会员最高可获得30万元的互助金。目前众托帮的付费用户达940多万人,每次互助事件分摊仅几分钱。



患者,提供在线问诊、远程医疗、网络购药等服务,已上线名医直通车、医囑FM、众托药房、众托好药师,形成医生、医院和药品的生态闭环。

众托帮品牌总监严江介绍,截止目前,众托帮在华南地区(除香港澳门地区)共905269位用户,其中广东省有576721位用户,年龄以25—35岁为主,为家人加入占比15%,遥遥领先其他省份;在广州有包括中山大学附属第一医院、广东省人民医院等18家三甲医院合作名医直通车。众托帮在全国给千万用户带来大病保障,让更多的人以极低的成本帮助他人,发挥最大的社会价值。

随着了解的深入,记者提出了很多关心的问题,如具体的申请流程,迄今为止有多少会员受益等。其中《南方都市报》记者问如何确保案例的真实性?众托帮品牌总监严江回答道,互助案例调查一共有12个步骤,当会员提出申请后第三方调查公司介入,包括实地走访核查病历、和本人面谈核实诊疗经过等。第三方调查公司出具调查报告并在平台进行一个星期的公示,众托帮给予互助金划款并公示,任何人在平台都可以随时查看互助会员信息。

《南方日报》记者问有人以前得过相关疾病,可以带病加入吗?他说,为了保证平台每一位会员的公平性,同时为了避免逆选择的发生,互助计划不允许会员带病加入,《羊城晚报》记者赞赏大病互助模式,认为天然跟企业契合,提出有建设性的意见等。

万一用户不幸得了大病,除了心理接受二次打击,迫在眉睫的是需要解决高额医疗费的问题。大病互助计划主要为预防大病风险,10元就能开启互助之门,范围越广越好。另外,为了全方位终身保障,今年8月,众托帮上线了“百万抗癌(含器官移植)终身计划”。用户加入百万抗癌(含器官移植)终身计划,需要的成本是60元,就是为了防止这种小概率的事件。

为了对用户进行精准服务,众托帮发力大健康领域。对健康会员,通过“步步生金”趣味应用,通过AI人工智能满足健康咨询的需求;对不幸罹患大病的会员,解决其就医无门、大病医疗费等问题;通过互联网的技术和平台连接医院、医生和

# 中泰铁路开工： 3年22次会议， 首段3.5公里不需招标

(上接A01)

根据合同，中泰铁路一期工程设计最高时速250公里，预计2021年通车。一期工程将分4段逐步开工，分别长3.5公里、11公里、119.5公里和119公里。此次开工的正是首段长3.5公里的线路。

“只要开工启动了，就是很重要的一步。中泰铁路已经拖了很长时间，现在哪怕只修一公里，动了就比不动强。”商务部国际经济合作研究中心国际市场研究部副主任白明对时代周报记者表示。

## 首段3.5公里

中泰高铁项目由中国和泰国合作建设，连接泰国北部口岸廊开与首都曼谷，是泰国第一条标准轨准高速铁路。该项目分为两期工程：一期工程为曼谷至呵叻，全长约253公里；二期工程则是从呵叻至廊开，全长约355公里。据悉，首段开工建设的3.5公里的铁路位于泰国东北部的呵叻府境内，连接呵叻府的刚东和帮亚索。

为何选择“3.5公里”这样一个长度？泰国交通部长阿空曾表示，这一段无需拆迁，最简单可行，可以加快开工。此外，首段3.5公里不需招标，将由泰国国家高速公路管理局直接承建。而剩下的三段有待中方与泰方正式提交详细设计方案后，再组织招标确定施工方。

“虽然泰国在东盟国家中发展比较靠前，但少有成功的大型工程。一步一步分阶段来建设，是泰国的一个规律，可以减少风险。”中国社科院亚太与全球战略研究院东南亚研究中心主任许利平对时代周报记者表示。许利平曾参与多次中泰铁路的学术讨论会，他认为，3.5公里的铁路建设更多是一种示范，即通过双方的配合与协调，找到一个比较稳定的建设方案，为以后的施工和建设奠定良好的基础。

这一段看似不长的3.5公里铁路，建设时却颇费时间。泰国铁路局负责人称，预计用半年修建完成。白明解释称，开工初期设备进入、征地、当地施工队伍和中国的工程人员进行磨合，需要一段时间，“一旦磨合好了，完全可以加快速度”。

为使中泰高铁项目与泰国整体发展有机结合，泰国政府制定了交通基础设施发展规划，包括公路、铁路、水路、航空等方面，并将对相关法律法规作出调整。同时，中泰两国在铁路人才培养方面也展开了合作。

广西柳州铁道职业技术学院就在今年11月与泰国东北皇家理工大学合作创办了泰中轨道交通学院。该校副校长邱同保对时代周报记者表示：“泰国等东盟国家铁路方面的人才相当缺乏。通过合作，可以把中国的技术、职业资格体系带进泰国，让他们培养类似的人才，满足岗位需求。”

## 历经22次会议

2017年11月，中国驻泰大使馆官员梁晓光在接受媒体采访时表示，中泰高铁最终确定的是工程承包合作，一期总投资1794亿泰铢（约合361亿元人民币），全部由泰方独立融资。此外，泰方还负责线下的土建工程，需要三四年工期；这段时间没有中国工程团队介入，完全由泰方通过招标施工。

中方负责全部的设计、监理，合同金额共计52亿泰铢（约合10亿元人民币）。线上部分包括高架、隧道、建筑设施、轨道、电力、车辆等，将由中方总承包，但费用还未开始商谈。高铁建好通车后，由泰方运营。

2009年，阿披实担任泰国总理期间，泰国方面已开始就合作修建高铁与中国接触。2012年4月，时任泰国总理英拉访问中国后，也提出引进中国高铁的想法。次年10月，中国国务院总理李克强访问泰国期间，中泰双方签署了《中泰政府关于泰国铁路基础设施发展与泰国农产品交换

的政府间合作项目谅解备忘录》，被称为“大米换高铁”的协议。

不过，约半年之后，泰国国内发生的政局变化，让中泰高铁项目一度被搁置。2014年12月，李克强再度访问泰国，双方再次签署合作协议，中泰高铁项目重启。

截至2017年11月，中泰铁路合作联合委员会召开了22次会议。根据此前的谈判，项目将采取工程总承包（EPC）的形式，但后来讨论的方案也包括成立一个特殊目的载体（SPV）。对于SPV的出资比例，双方就中方出资60%或70%的不同方案进行了谈判，争议点之一是沿线开发权。

融资利率是另一分歧。“泰国觉得跟雅万高铁相比，2.5%的利率偏高，另外，泰国认为自身的财政有能力负担费用。所以泰国最终决定自行解决融资问题。”许利平表示。

许利平指出，在雅万铁路（雅加达至万隆）中，中方虽然提供了2%的贷款利率，但两国企业联合体也得到了高铁沿线的土地开发权。

## 二期工程衔接中老铁路

中泰铁路合作项目一期工程只到泰国东北部的呵叻府，要实现与中老铁路衔接，构成昆明至曼谷的铁路大通道，仍需建设全长约355公里的二期工程（呵叻至廊开段）。

今年8月，中国驻泰国大使馆发布公告，二期工程的前期准备工作启动在即。泰国交通部部长阿空近日接受央视记者采访时表示，二期工程需要把规划和图纸完成之后再递交泰国内阁批准，预计将于2018年底开工。

铁科院运输及经济研究所原主任李群仁分析，中泰铁路一期工程处于经济发达地区。在泰国，越往北，经济就越不发达，铁路提供的运量就不大。所以在经济效果最好的地方先修，之后再往北延伸。不过，李群仁也表示，如果中泰铁路和中老铁路连不上，中国的客流不能直接到泰国，那么这段铁路的价值就会大打折扣。李群仁也曾参与过中泰铁路早期的项目讨论会。

中老铁路，中方为主投资建设，北起中老边境口岸磨丁，南至万象。建成后，将与中国云南省新建的玉溪—磨憨铁路相连接。截至2017年10月末，中老铁路已全线共开工207处，工程计划2021年12月底竣工通车。

如果进展顺利，中泰铁路的呵叻至廊开段将在2022年投入使用，届时中老铁路也开始启用，两段铁路相连后，从昆明到曼谷将实现朝夕至。相关报道称，昆明至曼谷的往返铁路票价约700元人民币，相当于机票价格的一半左右。

李群仁认为，中泰铁路不仅促进互联互通，还促进了“一带一路”建设，对泛亚铁路的发展也是非常重要的一步。“中泰铁路为中泰的合作奠定基础，而且也很可能成为一个范例，以后中国和其他国家也有这种固定的模式。”

许利平也认为，如果中泰铁路与老挝境内的铁路相连，会促进中国与东盟人员往来和货物的畅通，推动中泰双方朝着更紧密的利益共同体迈进。对于泰国而言，高铁不光可以实现客运或货运，更重要的是可以推动国家和整个区域经济的升级。例如，在高铁旁边建设工业园或商业配套，促进制造业迈向更高的台阶。“这条铁路建设是一个双赢的铁路。”许利平说道。

巴育在开工仪式的致辞中表示，将把泰国和周边地区国家连接起来，有助于泰国成为东盟交通和物流中心，有助于泰国可持续发展并向高收入国家迈进。

**这一段看似不长的3.5公里铁路，建设时却颇费时间。泰国铁路局负责人称，预计用半年修建完成。白明解释称，开工初期设备进入、征地、当地施工队伍和中国的工程人员进行磨合，需要一段时间，一旦磨合好了，完全可以加快速度”。**



视觉中国 供图

## 泛亚铁路东盟通道： 半个世纪规划， 从“纸上谈兵”到“真枪实干”

时代周报记者 陈泽秀 谢艺观 发自广州

2017年12月20日，中国铁路总公司党组成员、副总经理李文新在出席一场峰会时建议，加强泛亚铁路建设前期规划。加快泛亚铁路建设是深入推进“一带一路”倡议的重要举措，建好泛亚铁路，也需要各国相互协作，合力共为。

作为泛亚铁路的一部分，12月21日中泰铁路合作项目一期工程正式开工。“中泰铁路不仅促进互联互通，还促进了‘一带一路’的建设，对泛亚铁路的发展也是非常重要的一步。”铁科院运输及经济研究所运输经济研究室原主任李群仁对时代周报记者表示。

截止目前，泛亚铁路的路线是如何规划的？目前的进展如何？

### 连接亚欧大陆

泛亚铁路是连接欧亚大陆铁路网的统称。早在20世纪60年代，联合国亚洲及太平洋经济社会委员会（下称“联合国亚太经社”）拟定了计划，将修建一条总长约1.4万公里、贯通新加坡及土耳其伊斯坦布尔，并延伸至欧洲及非洲的铁路路线。

根据计划，泛亚铁路共有4条通道，分别是北部通道（连接欧洲和太平洋）、南部通道（连接欧洲和东南亚）、南北通道（连接北欧与波斯湾）、东盟通道（连接中国与东盟成员国）。

当时，航运、航空业尚未发达，此计划具有降低运输时间和成本的吸引力。这个蓝图一旦实现，从理论上讲，从韩国上火车，可以一路坐到土耳其；从新加坡上火车，可以到达哈萨克斯坦，直至进入俄罗斯。但受政治经济因素影响，直到冷战结束、东西方关系正常化，该计划才能有所进展。

近年来，媒体报道的泛亚铁路实际上多指的是泛亚铁路的东盟通道。这或许与泛亚铁路的名字被明确提出有关。

1995年12月，在东盟第五届首脑会议上，时任马来西亚总理的马哈蒂尔提出修建一条超越湄公河流域范围，从新加坡，经马来西亚、泰国、越南、缅甸、柬埔寨到中国昆明的“泛亚铁路”倡议。至此，泛亚铁路的定义被明确提出。

但此后，很长一段时间内，泛亚铁路东盟通道的建设一直处于前期论证和准备阶段，基本没有实质性的进展。

1998年泛亚铁路东盟通道的建设被分为东、中、西三条建设方案。其中，东线经越南、柬埔寨到泰国曼谷，西线经缅甸仰光到曼谷，中线经老挝万象到曼谷，三条线路都需要经过泰国，在曼谷汇合，随后南向经过吉隆坡最终到达新加坡。1999年9月，东

盟召开会议，研讨“泛亚铁路”路网问题并签署了谅解备忘录，以增强东盟各国的交通连接。

经过近半个世纪的规划，2006年11月，亚洲18个国家的代表在韩国釜山正式签署《亚洲铁路网政府间协定》，泛亚铁路被提上了各国的议程。按照《协定》，泛亚铁路的4条通道将连接起28个国家和地区，把欧亚两大洲连为一体。

### 从“纸上谈兵”进入到“真枪实干”

2010年后，随着中国高铁技术的快速发展，以及“一带一路”倡议的提出，中国与东南亚各国合作修建铁路，使泛亚铁路倡议从“纸上谈兵”进入到“真枪实干”阶段。

2013年以来，国务院总理李克强一度成为高铁外交的代言人。2015年10月，中国和印尼签署协议，雅万（雅加达至万隆）高铁项目正式落地。这是中国高铁走向海外的第一个代表性项目，将全面采取中国技术、使用中国标准。雅万高铁虽然不是泛亚铁路东盟通道的重要组成部分，但是在一定程度上促进了中国的高铁技术走出国门。

同年12月，连接中国昆明到老挝万象的中老铁路（老挝段）举行开工奠基仪式，为中线方案的建设带来信心。截至2017年10月末，中老铁路已经全线共开工207处，其中隧道50座、大中桥梁23座、涵洞96个，计划2021年12月底竣工通车。

从地图上看，中国和泰国并不接壤，但由于中国参与铁路建设，泰国境内的线路通常被称为“中泰铁路”。此次开工的中泰铁路是泰国首条采用中方技术的现代化标准轨（1435毫米）铁路，设计最高时速为250公里。

泰国采用的基本是轨距1000毫米的米轨铁路，最快也只能达到每小时60公里。商务部国际经济合作研究中心国际市场研究部副主任白明对时代周报记者表示，米轨建起来容易，但跑不快。由于轨距窄，跑快了就容易晃。

事实上，泛亚铁路所经各国，轨距不一也造成困难。从中泰铁路一波三折的发展来看，区域政治因素和资金问题，也是泛亚铁路建设的难题。

就中国国内而言，在泛亚铁路东盟通道中，东线方案的中国国内段（昆明、玉溪、蒙自至河口段）已于2014年底通车。中线方案的中玉磨铁路（玉溪、普洱、景洪至磨憨段）已于2016年4月开工，预计2022年通车。而西线的大瑞铁路（大理到瑞丽）也正在建设中，预计将于2022年建成。如果泛亚铁路的境外路段进展顺利，届时中国将拥有直达印度洋出海口的快速通道。



视觉中国 供图

# 从竞争多年到你中有我 北斗GPS的竞与合

时代周报记者 潘展虹 王心昊  
发自佛山

在美国GPS占据全球导航市场90%以上份额的情况下,中国的北斗正在以“国产+全球”模式奋力追赶。

2017年11月5日,北斗三号双星在西昌发射成功,迈出全球组网的第一步。按计划,到2018年底,北斗基本覆盖“一带一路”国家和地区,到2020年完成30多颗北斗卫星在轨运行,具备服务全球能力。

就在北斗三号双星发射后,12月29日中美双方签署《北斗与GPS信号兼容与互操作联合声明》(下称《声明》),两大系统实现民用信号互操作。

“说明北斗的信号质量、定位精度得到国际认可。”中国卫星导航定位协会常务副会长、秘书长张全德告诉时代周报记者,从这次合作释放的信号可见,起步较晚的北斗作为后起之秀,实力可与“龙头大哥”GPS媲美。

北斗应用专家、北京航空航天大学教授施闯对时代周报记者称,当北斗完成全球组网,实现向外输出服务能力时,这张“中国名片”能有效提高全球卫星导航系统的稳定性、可用性。

尽管打破GPS垄断是北斗的使命,但本着服务全球必须融入全球的务实精神,北斗与GPS的这一次合作,也将致力共同推动民用卫星导航技术发展。

## 从“各自为政”到“有你有我”

根据《声明》,北斗与GPS在国际电联框架下实现射频兼容,两系统民用信号B1C和L1C实现互操作。用户可同时使用两个系统民用信号,无需显著增加成本可获得更精准的定位服务。

广州海格通信集团股份有限公司(下称“海格通信”)目前在北斗导航领域具备“芯片、模块、天线、整机、系统及运营”服务的全方位产品研发与服

务能力。该公司在给时代周报记者回复中表示,GPS和北斗兼容互操作,为提高卫星导航的完好性带来更多信息源,在民用领域效果尤为明显。

其中一个明显的效果是提高测量精确度。广东北斗天云科技有限公司(下称“北斗天云”)相关负责人告诉时代周报记者,北斗民用波段为B1位于1561.098MHz,GPS民用信号L1位于1575.42MHz,信号处于不同波段,两套系统在过去“各自为政”。

根据卫星导航系统的工作原理,接收终端需同时连接至少4颗导航卫星才能实现定位。如仅使用单一导航系统,可能在某一区域上空卫星数量有限,冗余不足,一旦接收机与某颗卫星断开联系,就会影响定位服务的持续性。上述负责人表示,“北斗与GPS实现互操作,一台接收机能同时接收两个系统的卫星信号,出现与卫星断开联系而导致导航异常的可能性将会降低。”

除了信号,卫星导航系统之间的兼容协调还包括频率资源等多个方面。

前述负责人介绍,GPS在卫星导航系统发展初期已占据了大部分频段,使起步较晚北斗使用频率资源极为有限。在此情况之下,按照国际电联的规则,北斗只能和GPS这样的“先行者”协商,共同探讨频率资源的合作方案。

2015年底中美达成一致,在GPS发送信号的频段内,北斗可以在不构成影响的前提下共用频率资源。而此次《声明》更是让两者之间的信号能够相互识别,进一步解决频率资源对北斗系统发展的瓶颈问题。

## “国产+全球”合作提升服务

这不是北斗第一次“兼容”。中国北斗试图以“+全球”方式提升服务能力。

2015年,中国和俄罗斯签署北斗和格洛纳斯之间的兼容互操作协议。据俄罗斯卫星网报道,今年8月中俄开展“一

带一路”卫星导航联合测试展现北斗/格洛纳斯系统服务性能,有助于中俄用户确保提供高精度卫星导航服务。

在11月5日以“一箭双星”方式发射第24颗、25颗北斗导航卫星后,官方再次强调“中国的北斗,世界的北斗”这一理念。早在北斗三号组网卫星设计建造之初,就考虑对其他系统的兼容性,借由兼容互操作技术,使用户可在终端上接收多个信号。“随着兼容互操作,接收端可实现GPS和北斗共用信号,将降低应用终端设计成本,提升整个卫星导航行业的竞争力。”海格通信表示。

施闯同样认为,合作是全球卫星导航系统的发展趋势。他对时代周报记者说,世界各地有不同的卫星导航系统,但不能只依赖一个系统,理想的状态是有三个系统可用。

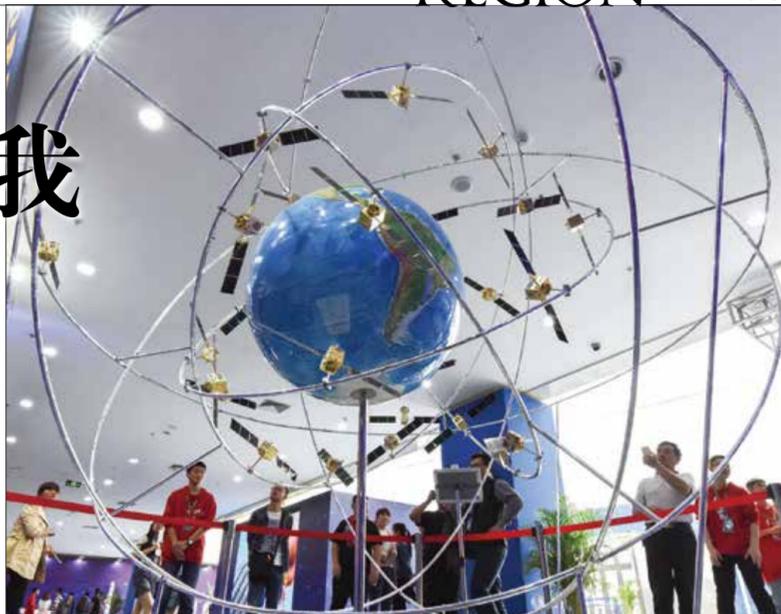
国际也在呼吁合作。2006年联合国成立全球卫星导航系统国际委员会,协调各卫星导航系统的兼容性和互通性,促进合作发展。通过信号兼容,把原本各自为政的导航系统整合为一个大系统。

“美国、俄罗斯、欧洲和中国的四大卫星导航系统并存,这是客观存在的事实。”张全德告诉时代周报记者,四大系统并存时代,可在不增加用户导航成本,改变终端设备复杂性的情况下,为用户使用多个卫星导航服务提供极大的方便。“在可靠性、定位精度方面也会加强,使全球卫星导航资源实现最大限度的发挥。”

中科院国家授时中心副主任卢晓春接受《科技日报》采访时透露,明年1月北斗和GPS将进行第三次会晤,继续推动双方合作。而中俄双方计划在2018-2020年间规划连接西安至莫斯科的路线。

## 以“北斗+”追赶

北斗与GPS在民用信号实现兼容



中国自主研发的北斗卫星导航系统模型。

视觉中国 供图

与互操作,或是北斗追赶的最佳时机。

长期以来,GPS在民用领域领跑,北斗处于追赶的第二梯队。自家门前的民用市场有着庞大的消费用户和行业群体,成为北斗追赶GPS的最大“战场”。业内认为,物联网、5G时代大量场景都存在定位需求,是北斗赶超的绝佳机会。

2017年5月初,海格通信推出北斗高精度“20厘米车道级”导航软件,将应用在小鹏汽车。该软件借助北斗高精度导航和定位,实现20厘米以内的车道口精准显示。这是海格通信结合大数据、物联网、云平台等技术,面向智能交通需求,推广北斗系统在民用市场规模化应用。

“兼容互操作是北斗国际化的举措,对海格通信未来进行国际市场的开拓也提供了系统环境的基础。”海格通信回复时代周报表示,更多的兼容可用的卫星资源、更低的硬件成本、更高的服务性能,将全面提升卫星导航的竞争力,推进其在国计民生各领域的应用。

据资料显示,北斗3号卫星性能在2号的基础上,提升了1-2倍的定位精度,达到2.5-5米的水平,建成后的北斗全球组网将为民用用户免费提供约10米精度的定位服务、0.2米/秒的测速服务。

这样的精度,足与GPS相媲美。但距离北斗实现覆盖全球的目标,还

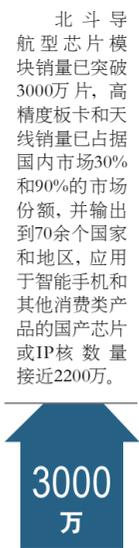
有一段距离。

“兼容北斗系统的芯片仍然不是主流配置。”北斗天云前述负责人告诉时代周报记者,北斗芯片是北斗产业的核心。目前,我国卫星导航芯片市场绝大多数份额被外国占据,北斗系统运用的芯片也有部分来源国外,国内企业研发此类芯片还处于起步阶段。“芯片的缺乏直接限制了北斗的推广。”他告诉时代周报记者,北斗和GPS合作将在短时间内快速推动北斗的民用进程,倒逼国内北斗芯片技术的快速发展。

目前,北斗导航型芯片模块销量已突破3000万片,高精度板卡和天线销量已占据国内市场30%和90%的市场份额,并输出到70余个国家和地区,应用于智能手机和其他消费类产品的国产芯片或IP核数量接近2200万。

尽管如此,北斗还没真正在国内民用市场建立推广。“国内普遍对北斗的认识还不到位,这是北斗推广的短板。”张全德认为,北斗在2012年底才实现亚太地区覆盖服务,相较GPS足足迟了20年。这20年间GPS技术基本成熟,占领了绝大部分市场,在这样不利的情况下北斗欲发展显然是有阻力的。

但张全德还是充满了信心,“随着‘北斗+’的推广范例增多以及北斗自身的优势,发展空间还是很大的。”他说道。



**名臣健康**

名臣心怀真诚与至爱  
孜孜不倦,追求健康与美丽的梦想

**名臣健康**

# 古村换新颜 雪峰山扶贫攻坚战

□ 时代周报记者 程洋 发自溆浦

一场拉锯式的脱贫攻坚战，在雪峰山打响。

“从现在到2020年，是全面建成小康社会决胜期。”十九大报告吹响了脱贫攻坚战的冲锋号，而老少边穷地区，是我国脱贫攻坚、决胜全面小康路上的主战场。

位于湖南中西部，横跨怀化、邵阳、娄底、益阳四市，南北绵延700多公里的雪峰山，是湖南省最大的集中连片贫困地区。

如今，雪峰山地区在当地雪峰山生态文化旅游有限责任公司（以下简称“雪峰山公司”）的引领下，逐渐走出了一条旅游扶贫的“雪峰山模式”。

雪峰山公司董事长陈黎明告诉时代周报记者：“开发旅游是一条最阳光、有尊严、收实效、可持续的脱贫致富路径。”

## 一举摘掉贫困帽

从上市公司大康牧业董事长的位置上退下来后，陈黎明开始了他人生的二次创业。他笑言自己这是老马识途再上雪峰山，要带领乡亲们脱贫致富奔小康。

溆浦县统溪河镇丫吉坳村的村民张成佳，已经深刻感受到了旅游扶贫带来的改变。他现在经营着一家十五六人的家庭作坊，生产当地特色农产品雪峰山腊肉。

“这些工人都是家里的亲戚朋友。”张成佳告诉时代周报记者。据他介绍，从2015年开始，随着当地旅游业发展，腊肉每年能销售三四万斤。“今年大概能有5万斤，每斤30元，纯利20%。”

张成佳创业之初的10万元启动资金，正是雪峰山公司提供的。陈黎明说：“过去他一直想脱贫致富，却没有启动资金。我们知道这个情况后，就给他扶持10万元启动金，吸收他为康养基地从

事绿色养殖、加工生产。经过一年努力，为康养基地提供绿色生态肉食品3万多斤，纯收入20多万元，一举摘掉贫困帽。”

家住溆浦县葛竹坪镇山背村的村民李光烈，将老屋租给了雪峰山公司，二楼是一个大学生文化创意园，一楼有几间民宿客房。他告诉时代周报记者：“一年租金收入就有4000多元，民宿的收入属于自己。十一的时候，房间都不够，还要介绍到村里其他人家去住。”他给记者算了一笔账，国庆7天假期，他家民宿有18个床位，每个床位40元，收入5040元，加上餐饮的收入，“脱贫了”。

李光烈计划从银行贷款5万元，交由雪峰山公司运营，连续三年，每年收入10%的红利。“贫困户贷款没有利息。”他告诉记者，而且三年之后可以以作为股本参与公司分红。这是一项被政府高度重视的旅游扶贫融资举措。

## “要和当地建立起命运共同体”

“十年前就说要搞旅游，现在终于是有动作了。”李光烈指着近两年才修建好的公路，把村里的变化都看在眼里。“环境改善了，我们自己住着也舒服。”李光烈笑着说。

55栋经过翻新的木阁楼错落有致地排列在山间，屋顶加瓦、电线改装、廊下有白色的漆线。据悉，雪峰山公司每户翻新补贴两万多，屋前屋后铺青石板，又花了两万多。

除了抢修老屋，在改善景区的基础设施建设方面，在当地雪峰山公司的组织下，打造致富路工程12个，累计50多公里，投入资金3000余万元硬化路面，解决景区周边10万余人出行难的问题。

葛竹坪镇山背村沈家湾花瑶古寨，在旅游开发前，只有一条弯弯窄窄的盘山小路。2015年，雪峰山公司投入400余万元打造了一条6米宽的景区公路。

瑶族青年刘永和告诉时代周报

者：“这些路都是搞旅游的时候搞起来的，以前都是泥巴路，车子都进不来。”

不仅如此，雪峰山公司投入资金300万元，整修加固硬化12条渠道计20公里，恢复梯田灌溉面积1000余亩，解决了500余人饮水困难。

雪峰山公司还给村民搭建安乐窝，投入资金380万元，改造民居126栋。对景区内及周边的民居进行危房加固、风貌改造。

陈黎明说：“我们公司的注册地就在溆浦，我自己也是土生土长的溆浦人，我们景区的大多数员工也是当地人，我们要和当地建立起命运共同体。”

## 旅游扶贫的“雪峰山模式”

自2014年5月以来，雪峰山公司累计投资了近3亿元，打造了一个国家级森林公园、两个国家级森林康养试验建设单位、一个省级十大避暑度假胜地、三个3A级景区、申报一个4A级景区。而发展旅游扶贫，也使景区所在的4个乡镇22个村近10万农民受益。

三年多时间，雪峰山生态文化旅游公司斥资帮助景区贫困户办起了62家农家客栈，今年收入可达800多万元，同时公司就近吸纳320多村民在公司上班，其中贫困户110多人，年发放工资900多万元。而在景区建设过程中，劳务用工、就业安置、扶持创业、资源入股等方式也是贫困户创收的重要来源。

这正是被社会各界称道的旅游扶贫的“雪峰山模式”。

雪峰山公司山背分公司经理舒建东介绍说，通过土地流转的方式，每亩地给村民200元，雇佣村民参与管理，由公司统一规划梯田景观，而未来山背梯田将主打民俗文化、农耕文化、特色产品和生态旅游。

“农户生产的农产品可以直接卖给公司，由公司负责销售，不存在卖不出去



自2014年5月以来，雪峰山公司累计投资了近3亿元，打造了一个国家级森林公园、两个国家级森林康养试验建设单位、一个省级十大避暑度假胜地、三个3A级景区、申报一个4A级景区。而发展旅游扶贫，也使景区所在的4个乡镇22个村近10万农民受益。

3  
亿元

的风险。”雪峰山生态文化旅游公司办公室主任夏喜衡告诉时代周报记者，帮助村民走上农产品深加工、实现产业化的道路，正是乡村振兴战略里面提到的“促进农村一二三产业融合发展，支持和鼓励农民就业创业，拓宽增收渠道”。

今年6月6日，湖南省委书记杜家毫在考察雪峰山旅游之后作出批示：“雪峰山资源丰富，风光独特，民族和历史文化底蕴深厚，旅发委要认真规划，各地区应协调推进，精准精细做好旅游扶贫富民大文章。”

如今，雪峰山公司大力发展旅游扶贫，被湖南省人民政府命名为旅游扶贫的“雪峰山模式”在全省推介，国家旅游局授予其《“公司+农户”旅游扶贫示范项目》的称号。

## “文化先行”的乡村振兴战略

在十九大报告中，强调精准扶贫，提出乡村振兴战略，把解决好“三农”问题作为全党工作重中之重。实施乡村振兴战略，建设产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的新农村，雪峰山是先行者。

“雪峰山公司在两年前就用自己的行动在为乡村振兴战略真金白银地开展。我们强调文化先行，实际上就是乡村振兴的最早一批实践者。”吉首大学原正校级督导、中国乡村旅游研究院院长、雪峰山公司文化创意首席顾问张建永如是说道。

乡村振兴战略要求就是“乡风文明”，而实现乡风文明，其重要途径当然是加强乡村文化建设。陈黎明介绍说，雪峰山区搞旅游开发，就十分重

视乡村文化建设，一直强调“文化先行”理念，先后就当地农耕文化、高庙文化、巫傩文化、红色文化、抗战文化、花瑶文化、民俗文化等各类文化进行挖掘整理开发，并运用到旅游开发当中。“我们投入300多万元资助了12个少数民族民俗文化表演队，每月为26名非遗和民间文化传承人发放600-800元生活补贴。”陈黎明说道。

民俗艺人黄建德在景区枫香瑶寨表演“三棒鼓”，这是一种自唐朝流传下来的传统曲种，流传在湖南湘西一带，被国务院批准列入第三批国家级非物质文化遗产名录。“在景区表演，公司有补贴，一天三百块钱。”黄建德告诉时代周报记者。

奉寨妹是瑶族挑花技艺的非遗文化传承人，现在每个月有500元的补贴，将来她的挑花将开发成旅游产品，成为收入的重要来源。奉寨妹说：“我身上手工挑花的围裙要一万多块钱，要做一年的时间。”

“旅游是载体，是撬动雪峰山地区经济发展的杠杆，而文化是基础。”陈黎明强调说。雪峰山是一块文化的宝地，旅游开发正唤醒沉睡在大山中的文化遗产，激活了非物质文化遗产的保护和改造，也激活了非物质文化遗产的保护和创新。

这块被联合国卫生组织誉为“没有被污染的神奇土地”，它的身上也肩负起了新时代的历史使命——发展生态旅游，带领山区人民脱贫致富。寄托了当地人希望的雪峰山，正向着习近平总书记所说的“绿水青山就是金山银山”的方向发展。

# 幸福九号开始为老人出书!

曾听过的老人念叨：“现在吃穿不愁了，家里条件也好了，但总觉得这辈子少了点什么，要是有人能把这一生写出来就好了。”是啊，匆匆一生，人们总希望留下些什么，经历也好，经验也要，要有记载，才能传承。如果人生似雁过无痕、叶落无声，那将是多么遗憾啊!

为了圆老年人的出书梦，弥补缺失的仪式感，幸福九号携手广东时代传媒有限公司，创立了“广州老友记文化传媒有限公司”，为老人出书搭建平台，让他们成为书中的主角。

而老年人写下的回忆录，不仅是一生的经历总结，还有一段峥嵘岁月的缩影，更是一个时代的见证，笔墨字句为文化传承搭建桥梁，后辈人将从字里行间汲取珍贵的精神财富，懂得更深，走得更远。

## 出书是一种风尚一种乐趣

《左传》有云：“太上立德，其次有立功，其次有立言，虽久不废，此之谓三不朽。”能把此三不朽统一并圆满地表现出来的，则是出书。以前，出书对普通人来说似乎遥不可及，但如今，个人出书热，尤其是老人出书已经演变成当今社会的一种

新风尚。

有不少老年人利用闲暇时光，写回忆录和诗歌散文，不仅提笔写作，还希望能印刷出版。他们出书的目的不为挣钱，也不为扬名，只是“老有所为，老有所乐”，为自己晚年生活找些乐趣和意义，用文字表达出自己最真实的一生，让每一天更加充实。这种积极写作的热情和生活态度，值得欣赏。

## 弥补缺失的仪式感活得更尊严

细心体会就不难发现，老人其实很喜欢仪式感，因为那代表别人对他们的重视。年轻的时候老年人受生活条件限制，大多没有举行什么仪式，多数人几乎没有当主角的机会。所以应该为他们创造条件，弥补那些缺失的仪式。老人出书，就是一项让老年人成为主角的记录仪式。

这一代老人是被耽误的一代，年轻时为国家为家庭奔劳，生活学习都曾被耽搁；暮年时又为儿孙默默付出，鲜少为自己考虑，追求梦想。但翻开老照片不难发现，他们也曾才华横溢，挥斥方遒，是站在时代脉搏上，踌躇满志、意气风发的少年。

但现在的他们，在这个日新月异

的社会，如雨后春笋般冒出来的新鲜事物这么多，他们或多或少会有点不从容的无力感和被时代抛弃的惶恐。因此老人更需要被社会和家关注、理解和尊重。给老人出书，就是把老人一生值得总结、值得回忆、值得骄傲的地方写出来，让他们活得有价值、有尊严。

## 老人出书意义非凡

老人出书，正是把老人一生值得回忆、值得总结、值得骄傲的地方写出来。老人出书，不仅能充实自己的精神生活，更能让子女对自己有更多了解与认同，为后辈立下家风，传承家族精神，让人生不留遗憾。

此外，随着身体健康衰退以及社会角色转变，老年人难免会产生心理方面的不适应。而老人出书，是在寻求对自我能力的肯定，在回顾及整理人生经历之余，重建自己的人生意义，同时也可让家人对自己有更多了解，拉近与家人的距离。

## 出书难的现状

但是，要知道写作不易，出书更难。出版一本书，要经历编校、设计、排版、印刷等多重流程，还有申请书号、申请CIP等复杂操作。凭老年人的一己之力根本无法完成。

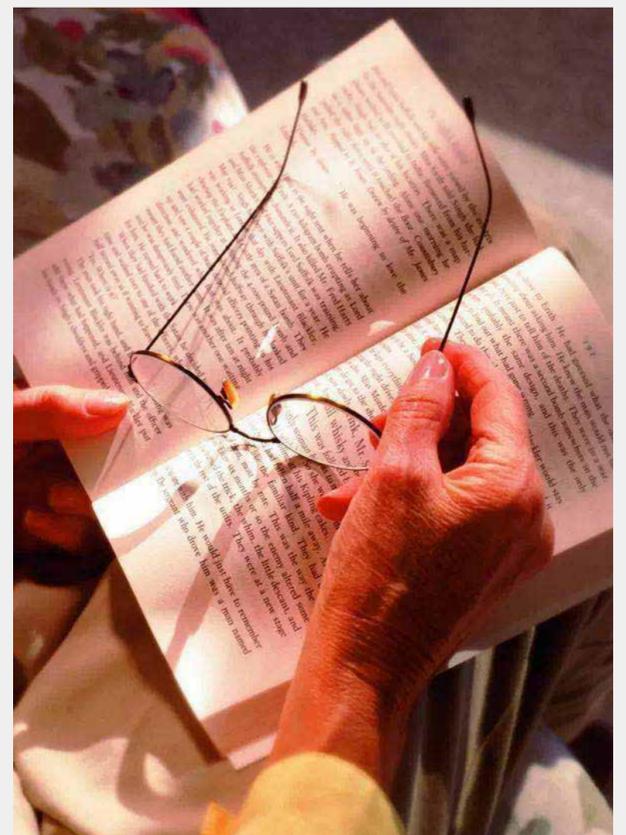
老人即使寻找出版社，也会因为个人知名度不高、图书销量不佳、无利润可言而吃闭门羹。有的老人就因为出书一事在多家出版社屡屡碰壁，甚至写下《出书的血泪史》一文。即使真有出版社愿意替老人出书，老年人也可能因为身体等的因素而无法顺利完成写作，难圆出书梦。

## 幸福九号助老人圆梦

正是因为老年人有出书的意愿却面临出书不易的情况，作为一家将广大老年人需求放在核心位置的养老企业，幸福九号以“让天下老人健康、幸福、快乐”为己任，携手广东时代传媒有限公司合资创立“老友记”文化传媒有限公司，为老年人出书提供了正规渠道和诸多便利，让老人饱心血的创作得以顺利面世，出书之梦得偿所愿。“老友记”主要经营个人自传、个人作品集、家族相册、族谱等出书项目，更有老人口述、作家代写等的一系列出版服务。

出书

老人出书，正是把老人一生值得回忆、值得总结、值得骄傲的地方写出来。老人出书，不仅能充实自己的精神生活，更能让子女对自己有更多了解与认同，为后辈立下家风，传承家族精神，让人生不留遗憾。



## 与“老友记”合作的出版社包括：

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <p>- 出书五步走 -</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 初步洽谈<br/>对接专员与您沟通，介绍图书类型，了解您的需求</li> <li>2. 签订合同<br/>让我们的合作受到法律的保护，更安全更放心</li> <li>3. 稿件创作、修改<br/>创作或加工书稿，形成初稿，其间与您紧密联系，不断修改补充</li> <li>4. 排版、设计、审校<br/>排版后对稿件再编辑校对，同时进行封面设计等工作</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>5. 最后检查、下厂印刷<br/>制作样书，让您审阅；编辑把关后可下厂印刷，并把图书交付给您</li> </ol> <p>出书，是一次温暖的记忆打捞，一次庄严的人生思考。</p> <p>每一个人都是一段独一无二的历史，每个人也都是一本书，无价之宝的书，更何况走过无数风风雨雨的你。</p> <p>多一点勇敢豪爽，趁现在赶紧行动，将故事成书，把精彩留下。</p> | <p>兴之所至出书事，人无立言是憾事<br/>笔耕不辍数百日，书墨相传千古事</p> <p>有意愿的老年朋友们，可以通过以下方式联系：<br/>广州老友记文化传媒有限公司<br/>咨询电话：13265009081 020-37585433<br/>编辑部邮箱：<br/>gzlaoyouji2017@163.com<br/>地址：广州市天河区珠江新城华利路19号远洋明珠大厦4楼</p> |
|---|---|---|





# S1副中心线开通 连接通州与新城的起搏器

视觉中国 供图

时代周报记者 姚佳莹 发自北京

建于1938年的北京东站多年来门庭冷清,按照规划,这个位于朝阳区百子湾路南磨房乡深沟村的原北京铁路枢纽的东大门,将在2020年成为历史,取而代之的是,选址通州区的新北京东站。

原拟于2017年12月底开通的北京市郊铁路副中心线S1线,开通时间最新改为2018年1月1日,率先开通的4站中就包括北京东站。

北京市郊铁路副中心线是北京市政府为缓解市区至通州沿线的通勤压力,充分利用既有国铁线路富余能力,通过线路及站台改造,开行城际动车组的线路。随着位于通州的北京行政副中心逐步投入使用,这条铁路线上的通勤人气将越来越旺。

根据北京市2016-2035年城市总体规划(下称“总规”),城市副中心规划区到2020年主要基础设施建设框架基本形成,主要功能节点初具规模,到2035年初步建成国际一流的和谐宜居现代化城区。从最初的概念提出,到具体规划布局,以“高点定位”“世界眼光”建设的城市副中心,样貌正逐渐清晰。

时代周报记者在位于通州的北京市新行政办公区现场看到,现场仍处于火热的建设当中,而通州,也在平静中酝酿着喧哗与骚动。

## 以大运河分隔行政与商务区

“刚到通州的时候,这里就是一片荒凉,那时还有大片玉米地呢。”走在通州大运河边,望着河边高楼矗立,田磊如是说道。他2008年来北京就落地通州,至今已将近十年。

田磊是一家美国汽车零部件制造公司的质量监管经理,日复一日,他观察着新行政办公区的建设全过程。

2008年,由于北京举办奥运会,运河边的运河文化广场渐成规模,那是彼时通州的新型现代设施。到2012年,

北京市第十一次党代会上落实聚焦通州战略,打造功能完备的城市副中心的提出,意味着通州将迎来一次蜕变。

北京城市副中心定位为北京新“两翼”中的一翼,规划范围约155平方公里,外围控制区即通州全区约906平方公里。在空间上,地处长安街向东延长线,即在北京城市规划的“两轴”线上;功能方面,“一副”将对接中心城区功能和人口疏解,以行政办公、商务服务和文化旅游为主导功能,促进行政功能与其他城市功能结合,辐射带动廊坊北三县地区协同发展。

沿大运河而建的运河公园早已成为当地人的休闲去处,高于河边长廊的绿化隔绝了马路的喧嚣。“这里很安静”,田磊每天下班后都在长廊跑步,休息时便来到运河的北皇木厂桥下,桥下空地很多人在踢毽子,这里俨然成为人们的运动场。

这里便是通州规划中的“一带”,以大运河为骨架,意欲形成一条蓝绿交织的生态文明带,城市绿心是这里的功能节点之一。与运河边的舒缓氛围形成对比的是,运河东边,北京市新行政办公区建设正如火如荼。

## 办公区将打造开放式社区

运河东边的杨坨桥东处东六环路

是田磊每天上班的必经之地。“建得很快,我记得年初那会儿,那里还是一片平地,两个月前用绿网罩起来,在里边继续施工,现在绿网揭开了,大楼成型了。”田磊告诉时代周报记者。

这种绿网,在北京的建设工地上很常见,出于污染防治的需要,建设工地上沙石和尚未处理的泥沙废料都会先用绿网罩住。

北京市新行政办公区地处通州运河东大街,虽然工地上沙石成堆,但工人已将挖出来的泥土往回填。运河东大街面貌一新,8月还在挖掘的隧道已基本成型,隧道里进出的多是运载着建筑材料的卡车,两边的地面公路已铺上沥青。

“将来车辆驶到办公区就要走地下隧道。”田磊说道。

2016年6月9日第二届中美气候智慧型/低碳城市峰会上,北京城市副中心行政办公区工程建设办公室负责人张亚芹介绍,行政办公区的建设将依循开放和共享的理念,区内建筑群采取组团式布局,公共活动区域面向市民最大限度开放;区域将率先实践小街区模式,打造开放式社区,行政办公区和各楼宇间不设围墙。

运河东边,工人每天赶着工,推土机、工程车等作业不停,运河西边,商

务中心区的节奏则显得稍许迟缓,尽管建设现场已围了起来,但不少地方尚处空地状态,未见机车往来作业。

新行政办公区即将建成,商务中心区的建设将为通州带来新的活力和人口,新城尚需新干线连接,为通州输送资源和人口的动脉建设如何?

连接各新城的交通起搏器

从杨坨桥到东三环的国贸,不堵车的话,田磊自驾只需10多分钟。由于并不在城市中心上班,他对连接通州的铁路建设显得淡然,但往来于通州和城市中心的人们,格外关注轨道交通。

12月22日,据新华网报道,连接城市副中心2017年中心与中心城区的市郊铁路城市副中心线预计将于2018年年初开通。这条城市副中心线全长38.8公里,拟设衙门口、北京西、北京、北京东、通州5座车站。开通后,北京西站至通州站运行时间约42分钟,北京站至通州站约25分钟。

城市副中心线只是先声,据最新北京城市总规,有意在通州打造以北京城市副中心为交通枢纽门户的对外综合交通体系,加强北京城市副中心与中心城区、与各新城之间的快速便捷联系。



在这一规划下,新北京东站选址通州并将于2020年建成,届时将有三条铁路和三条地铁快线(S5线、S6线、R1支线)汇集。新东站将与连接通州、北三县等7个环京县市的京唐城际联系。

## 新型城市试验田

“通州现在人不多,如果空气一直保持较好的状态,还是挺宜居的。”田磊已在通州买房安家。2008年他到通州时,当地房价约为5000元/平方米;两年后,他以1.5万元/平方米的价格购入第一套房;如今,他那套临近大运河的房子价格为5万元/平方米。

尽管已在北京安家,但田磊还在担心未来的职业去向。田磊的公司位于顺义区,目前公司尚未有再往外搬迁的迹象。

最新北京城市总规将疏解非首都功能定位为北京城市转型的“牛鼻子”,雄安新区和通州城市副中心作为“两翼”承接非首都功能。但这两处区域的承接定位并非照单全收,而是在北京围绕“政治中心、文化中心、国际交流中心、科技创新中心”这“四个中心”的定位下,承接部分行政、科技等产业,同时,与其他承接北京疏解产业的区域不同,立足点的高定位使这两个区域的建设有着新型城市试验田的意味,为避免大城市病,从建设伊始就规划。

根据最新北京城市总规,有序搬迁市级党政机关和市属行政事业单位,带动中心城区其他相关功能和人口疏解,到2035年,城市副中心将承接中心城区40万—50万常住人口。未来通州人口会增多,但另一方面,通过“以业控人,以房管人”控制通州人口规模。总规下,2020年北京城市副中心常住人口规模调控目标为100万人左右;到2035年常住人口规模调控目标为130万人以内,就业人口规模调控目标为60万—80万人。

中国百强期刊/新加坡华文期刊销量冠军



# 为成长 注入暖流

开阔视野 体味成长 分享校事 乐品闲趣

精彩文章  
敬请关注



购买杂志  
敬请关注



# 深圳创新密码: 研发投入强度仅次于以色列

□ 时代周报记者 陈泽秀 发自广州

2017年12月5日,广东省统计局发布公告称,实施地区研发支出核算方法改革,将研发支出未计入国内生产总值(GDP)部分进行补充核算。修订后,2016年深圳GDP达到20078.58亿元,增长585.98亿元,仅次于上海、北京。

这主要得益于深圳有较高的研发投入。据统计,2016年,深圳的研发投入超过800亿元,占GDP的比重为4.1%,研发投入强度仅次于以色列。

广东省委常委、深圳市委书记王伟中在十九大期间表示,将继续加大对基础研究、应用基础和核心技术攻关的投入,力争到2020年R&D(研究与试验发展)投入占GDP比重提升到4.25%,在重点领域突破一批颠覆性技术。

日前,广东省委、省政府印发了《广深科技创新走廊规划》(以下简称《规划》),提出将广州经过东莞到深圳长约180公里的区域,打造成中国“硅谷”。在此基础上,《深圳建设广深科技创新走廊实施方案》正在抓紧制定中。

深圳提出了“四步走”的发展目标:到2020年,成为“广深科技创新走廊”的主引擎,2025年成为“广深科技创新走廊”引领区,2030年基本建成国际科技、产业创新中心,2035年全面建成具有全球影响力的国际科技、产业创新中心。

深圳在科技创新方面有何特点?改革开放以后,近40年的发展,深圳这个新兴的城市,是如何成长为“科技创新之城”?

## 创新特点:6个90%

在广深科技创新走廊中,据深圳市科创委有关负责人介绍,初步设想是构建“四核十八节点”的空间格局,四核即四大核心创新平台,包括深圳空港新城、深圳高新区、深圳坂雪岗科技城、深圳

国际生物谷。根据《规划》,走廊重大创新节点位于深圳市区域内有15个,在此基础上,深圳拟增补三个备选节点。

大族激光科技有限公司,地处深圳“四核”中的深圳空港新城。这家成立于1996年的公司,经过20多年的发展,已经成长为世界知名的高端激光装备制造企业,其市值、销售额等指标均位居全球激光上市公司前列。

该公司总经理陈炎对时代周报记者表示,大族激光每年的研发投入占销售收入的8%以上。“这个比例占到整个行业的一半以上,我们获得的专利也占了整个行业的一半以上。”据介绍,大族激光拥有4000人的研发团队,知识产权总量3000余项。

2017年1-9月,大族激光实现营业收入89.14亿元,较上年同期增长78.69%。“激光与各行各业息息相关,今年宏观经济变好,预计公司产值会突破100亿元。”陈炎估计。

在深圳,类似的高新技术企业数目众多,共同支撑起了深圳创新。11月3日,全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室发布通知,3362家深圳企业拟被认定为国家级高新技术企业(以下简称“国高”)。近3年来,深圳的国高企业稳步增长,截至目前深圳国高企业总量将达10988家,占广东省的49%,位居全国第二,仅次于北京。

深圳创新的一个鲜明特色在于,企业是研发活动的主力,并形成了“6个90%”的创新特点:90%以上的创新型企业是本土企业,90%以上的研发机构设立在企业,90%以上的研发人员集中在企业,90%以上的研发资金来源于企业,90%以上的职务发明专利来自于企业,90%以上的重大科技项目发明专利来自于龙头企业。

王伟中在十九大期间表示,发挥深圳科技创新以企业为主体的优势,不断

完善以企业为主体、市场为导向、产学研深度融合的技术创新体系,率先加大营商环境改革力度,构建更加完善的综合创新生态体系。

企业如何处理研发投入与营业收入之间的关系?陈炎表示,以前产量少,成本就很高。现在技术提升以后,产量增多,有了足够的盈利能力,才会投入更多的资金和资源去做研发,技术也就越来越好。“技术的进步是建立在业务的基础上。我们的研发导向以市场和客户需求为中心,基本不会为了未来几十年的事情去研发。因为这是学校、科研院所做的事情。”

## 全球招揽人才

科技行业技术的迭代非常快,一家公司要想跟上技术的变革,除了资金投入之外,人才也是一大核心要素。然而,由于历史原因,深圳的高等院校和科研机构并不多,创新源头动力不足,基础研究人才缺乏。在此背景下,招揽全球创新人才成为深圳科技创新型企业的普遍做法。

在近日广深科技创新走廊的走访中,深圳汇顶科技董事长张帆对时代周报记者表示,公司的研发团队中,中国团队是主要部分,包括公司自己培养的人才,以及社会招聘的有经验的专家。同时,汇顶科技也在海外建团队,或吸引优秀的海外人才回国工作,把全世界优秀的力量结合在一起。

“相对来说,深圳的大学比较少。而现在是全球的竞争,我们的客户也是全世界的客户,所以从人才需求上看,范围更广一些。”张帆说道。

汇顶科技是中国IC(集成电路)设计产业的领军企业。据汇顶科技提供的数据,从2002年创办至今,公司累计申请/获得国际、国内专利超1600件。公司研发人员占85%,其中50%硕士及以上学历。



这主要得益于深圳有较高的研发投入。据统计,2016年,深圳的研发投入超过800亿元,占GDP的比重为4.1%,研发投入强度仅次于以色列。

与大族激光类似,汇顶科技的研发投入比例也较高。张帆表示,公司年均研发投入占营收比例超10%,近六年研发投入复合增长率110%。

政府层面中,从2010年开始,深圳就推出“孔雀计划”“促进人才优先发展81条”等一系列政策措施,每年投入不少于10亿元培育和引进海内外高层次人才和团队。对新引进的杰出人才,每人给予100万元工作经费和600万元奖励补贴,对引进的高端团队和项目给予最高1亿元资助。

根据深圳市政府提供的《关于高端人才引进情况的专项工作报告》,在人才类专项资金方面,深圳的财政预算从2013年的14.15亿元增加到2017年的53.4亿元,翻了近三倍多。目前,深圳专业技术人才和技能人才资源总量约467万人。经认定的高层次人才平均年龄41岁,留学人员企业总数达4200多家。

“深圳市高端人才引进和队伍建设仍存在着不足。”深圳市人力资源和社会保障局局长孙福金此前在接受媒体采访时表示,深圳全市全职两院院士、

中央“千人计划”专家数量及国家重点实验室数量均与北京、上海、广州等地尚有较大差距。深圳目前尚无国家“双一流”建设高校;全市海外高层次人才中,只有6.8%为外国籍人员;深圳住房成本高企,教育、医疗等方面优质资源偏少,人才发展环境也有待进一步优化。

今年起,深圳进一步加大了基础研究布局。截至目前,深圳已授牌格罗布斯研究院(依托南方科技大学)、中村修二激光照明研究院(依托中光工业技术研究院)、科比尔卡创新药物开发研究院(依托香港中文大学[深圳])、瓦谢尔计算生物研究院(依托香港中文大学[深圳])4个诺奖实验室。

按照深圳市政府《十大人才工程实施方案》,预计到2020年,深圳将集聚海内外院士、诺奖得主等杰出人才100名左右,海内外高层次人才超过15万名,高层次创新创业团队超过200个;到2030年,科技人才队伍整体创新能力接近硅谷、以色列等先进地区,全球创新人才在深圳集聚,全球创新人才高地基本建成。



视觉中国 供图



WELCOME COMPANIES

**精工板房盛大开放 恭迎品鉴**

TINY TIMES

# “寓”见小时代 想象大变样

60-80m<sup>2</sup>空中小墅 岁末盛启

300万平方·城市综合体 / 不限购优资产 / 4.79米层高 / 一层空间两层享受

广告



0758 HotLine **27118888**

肇庆市·端州区·信安大道





美国总统特朗普在白宫签署了第一份太空政策指令,宣布美国宇航员将重返月球。

视觉中国 供图

## 太空中满是 雄心勃勃的私营巨头 中国企业占据版图一角

时代周报特约记者 梁耀丹

2017年即将过去,这一年,全球火箭商业发射次数首次超过了政府赞助的发射次数。私营航天公司对太空发起的探索正站在前所未有的高度。

位于佛罗里达州肯尼迪太空中心的39A发射台是见证此番太空探索复兴的绝佳地点。1969年,尼尔·阿姆斯特朗、巴兹·奥尔德林和迈克尔·柯林斯就是从这里搭乘火箭升空去执行历史性的登月任务。

私营航天公司Space X早已向NASA租下该发射台,租期20年。今年2月,Space X发射的猎鹰9号火箭正是在这里升空,为国际空间站送去超过5000磅的货物。这家公司正在开展的项目,是当今世上最雄心勃勃的发射计划之一。

### 产业前沿的90家私营公司

近日,美国投行摩根士丹利推出最新的“太空颠覆系列”报告。报告指出,90家私营公司正“处于颠覆太空产业的最前沿”,包括埃隆·马斯克的Space X、杰夫·贝佐斯的Blue Origin和电信卫星初创公司OneWeb等。

Space X是私营太空行业中规模最大、最知名的公司,其估值达100亿美元。Space X已通过猎鹰9号火箭和龙号货运飞船为NASA运送航天物资。2015年12月22日,猎鹰9号火箭成功在佛罗里达州的卡纳维拉尔角空军基地垂直着陆,首次实现成功回收。今年5月,Space X首次为美国空军发射军用卫星。9月7日,Space X又使用猎鹰9号火箭成功将美国空军X-37B“轨道试验飞行器”(OTV)送入太空。这说明Space X在发射领域已经获得美国军方的认可。

Space X的创始人埃隆·马斯克,除了辉煌的创业史被人所熟知外,还是一个深度“航天迷”。1995年,他成立互联网公司Zip2,1999年,Zip2被收购;他继续创业,创立在线支付公司X.com,也就是支付工具PayPal的前身。2002年,PayPal被eBay收购,马斯克一下成了亿万富翁,此时他才30岁。当然,他更辉煌的创业是特斯拉。

这些经历对一直梦想着要“造火箭”的马斯克而言只是跳板。2002年,马斯克创立Space X。根据该公司的发射清单,自2006年首次试飞以来,该公司已经将一些商业卫星送入轨道,并顺利完成了45个任务。此外,公司还计划了70个任务,合同金额总计100亿美元。而在民间的商业太空旅行领域,维珍银河公司目前是领头羊。其创始人查尔斯·布兰森拥有一个庞大的商业帝国,涉足从化妆品、移动通信到轨道交通和廉价航空的广泛事业。2004年,布兰森创立了维珍银河,目标是为顾客提供亚轨道商业太空飞行。此前,维珍银河对外推出“平民的太空之旅”要价25万美元门票,包括流行歌星贾斯汀·比伯、好莱坞明星莱昂纳多·迪卡普里奥、英国物理学家斯蒂芬·霍金等人在内的名流买下了门票。不过,2014年,该公司旗下的太空飞船二号在测试飞行时发生坠毁,造成人员伤亡。

和马斯克、布兰森一样,亚马逊创始人杰夫·贝佐斯也对太空怀着执着的迷恋。2000年,贝佐斯成立了航天公司蓝色起源,其瞄准的是亚轨道航天市场。2015年11月24日,新谢泼德火箭成功着陆,先于Space X首次实现火箭重复使用。去年11月,蓝色起源也成功发射并回收了一枚火箭。不过相对于猎鹰9号,不论从发射高度、速度还是重量方面来说,这枚火箭都差得很远。

此前,美国美林银行预测,未来30年,太空产业价值将至少达到2.7万亿美元,而目前的规模约为3500亿美元。到2040年,摩根士丹利的预测为1.1万亿美元。摩根士丹利表示:“需求增加和降低成本将使这个行业成为一个高度相关的颠覆领域。”

不过,谁也无法预测,这些仍在初步阶段的私营航天公司最终能走多远。美国咨询公司Bryce Space and Technology的CEO卡丽莎·克利丝坦森表示,每当涉及太空探索,通常就很难区分梦想家和疯子,唯一实际的决定因素就是结果。

“在太空探索上,能够区分疯狂与远见卓识的往往只有时间。一个今天看似疯狂的想法,在10年、15年、20年或50年后可能会显得了不起。”克利丝坦森说。

除了引人注目的太空探索技术公司,其他私营航天公司也进行着自己的太空计划。行星资源公司是一家旨在开采小行星资源、进行太空探索的公司。他们计划在未来十余年间发射探测器寻找适合小行星,开采小行星上的自然资源,最后将所开采的原料对外出售。

税改致赤字增加,资金更成考验

# 美国重返月球背后

时代周报记者 李兮言

1972年12月11日,美国“阿波罗17号”飞船的宇航员登上月球,这是人类最后一次踏上月球表面。

45年后,美国总统特朗普在白宫签署了第一份太空政策指令,宣布美国宇航员将重返月球,而最终目的地直指火星。就任总统以来,特朗普宣布了一项让美国人听上去悦耳的政策。这位商人出身的总统,第一次把目光投向金融计算之外,而这些又有益于美国的科技发展。

然而,签署一份文件距离实现太空梦还很遥远,资金则是其中最大的问题。在特朗普之前,有三任总统提出过太空计划,都因耗资巨大而搁置。这一次,特朗普希望寄托于私营企业的参与。从政治的角度而言,特朗普希望能够得到各方支持。这将会是“美国重新伟大”的有力展示。

但在过去45年,美国的航天格局已经发生巨大变化,有着巨大实力的私营企业,在登月计划方面,未必能与特朗普思路一致。

### 提升国家利益是真理由

自特朗普就任总统后,一改奥巴马政府登陆火星主张,要求NASA优先执行登陆月球计划。在《科学美国人》近期的采访中,美国国家太空委员会执行董事佩斯(Scott Pace)为特朗普的登月计划辩护,称过去“先载人登小行星,然后以小行星为跳板实现载人登火”的计划有一些优点,但“野心太大,并没有为国际或商业伙伴提供机会”。

在佩斯看来,这些伙伴才是美国参与宇宙探索的真正理由——“我们探索宇宙的理由并不是单纯地去探索,而是借此提升美国的国家利益。”

为了这个目标,特朗普和副总统彭斯已经酝酿多时。今年2月曾有特朗普顾问的备忘录流出,要求NASA于2020年派遣航天员到月球探索。特朗普更重建关闭25年的国家太空委员会,彭斯亲自坐镇任委员会主席一职。今年7月,彭斯委任支持优先探索月球的佩斯担任国家太空委员会的执行董事。

冷战时期,登月是美苏的竞争表现和结果。但在21世纪的今天,特朗普的登月计划并不被所有人理解。美国国内一些声音认为,登月的太空竞赛并不只是关于月球,它背后是全球技术领导权。而在太空领域已取得极大成绩的中国是主要竞争对手。

反对者则认为,登月计划的最大问题在于,野心太大而条件不足。

特朗普之前,老布什、小布什和奥巴马三任总统都曾尝试太空探索计划。1989年,“阿波罗11号”登月20周年纪念之际,时任美国总统老布什曾提出先建立月球基地再实现登陆火星的计划,这项耗资4000亿-5000亿美元的项目后被搁置。

2004年,小布什提出了一个被称作“星座”的项目,主要内容是美国将在2020年再次登月,并在随后10-20年时间里完成登陆火星的最

终目标。但这一项目也没实现。

奥巴马上台后认为,“星座”计划不具备经济可承受性,要求对发展路线进行重大调整,他随后启动了一个类似的项目,预计要在2030年送美国宇航员登陆火星。2010年,他在肯尼迪太空中心宣布提供额外的60亿美元经费给NASA,推动美国宇航员登上火星的计划。

### 税改致赤字增加,资金更成考验

最新的太空梦同样面临相似的困难。

特朗普挑选的NASA局长人选,共和党众议员布里登斯廷(Jim Bridenstine)仍未通过国会任命,NASA内部亦无预算应付这一宇宙大计划,登月可能在特朗普本届总统任期内难以实现。

根据公开报道,NASA获得最高预算的一年出现在1966年,当年,他们获得了59亿美元的联邦预算。如果换算成2017年的美元,这相当于457亿美元。特朗普为NASA争取的预算还不到这个数字的一半——今年3月,特朗普要求NASA的预算提高至每年195亿美元。

根据资料,20世纪70年代的阿波罗登月计划总共耗资1500亿美元。而根据美国国会预算办公室发布的报告,众议院税改计划将导致联邦赤字在未来10年增加1.7万亿美元,参议院版本的税改方案在未来10年将使联邦赤字增加逾1.4万亿美元。在联邦赤字增加的背景下,经费问题势必成为最大考验。

特朗普寄望于私营企业的支持。

在过去几年,诸如SpaceX、维珍银河(Virgin Galactic)、蓝色起源(Blue Origin)等私营机构在全球航空市场的影响力迅速扩大。月球快车道公司和NASA进行深度合作,有望成为第一个用航天器登陆月球的私营公司。而Astrobotic公司,也声称在开发登陆月球的小型航天器。马斯克称Space X设计的前往火星的火箭,同样也可用于月球。蓝色起源称如果NASA愿意和该公司合作登月项目,那么会有更多人来投资。

在火星及月球探测方面,这些机构有自己的计划。显然,在未来的太空探索日程上,特朗普期待能得到私营企业的鼎力支持。白宫认为,登月计划能够提升与商业航天工业的关系。

问题在于,商业航天工业是不是真的对登月有兴趣?

### 私人企业更看重盈利

科技作家Neel V. Patel撰文称,商界事实上对登月并没有想象中的兴趣——他们的视线在很高的目标上,并没有重要证据表明,人类在月球停留能够帮助他们实现自己的宏伟目标。能让他们“绕弯”去月球的,是商机大小。尽管诸如Space X或蓝色起源这样飞快进步的公司,正在通过重复使用设备来缩减成本,但每一次登陆还远谈不上盈利。

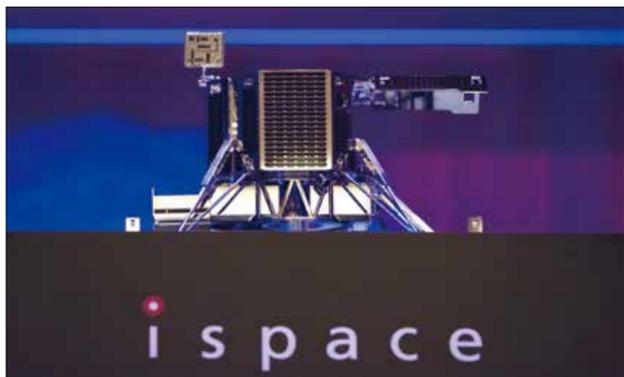
尽管航天工业被看成是长线投资——但最终,像小行星采矿、太空旅行、深空旅行等商业尝试,才会带来盈余——他们不得不谨慎和眼光敏锐。“这些人不是经营慈善机构。”做了40年宇宙空间研究的斯坦福大学教授Scott Hubbard说,“这些是以盈利为目标的商业行为,不管是杰夫·贝佐斯、马斯克,还是洛克希德马丁或波音。”

迄今为止,人类对月球可利用的资源并没有一个清晰的图景。对于一些潜在的可开发资源,利用机器人技术更快捷、便宜。这也是目前少数对月球感兴趣的私人企业在做的事情。Astrobotic、Moon Express和蓝色起源正在研发与往返月球运载货物相关的机器人技术,而不需要人类登陆月球。

另一些公司,包括洛克希德马丁和波音公司,也在关注月球,但关注点在于月球轨道,而非登陆到月球表面。这两家公司都已与NASA合作,研发在月球轨道上建造“深空门户”(Deep Space Gateway)。深空门户是人类登陆火星以及更远星球的计划的重要组成部分,作用类似于国际空间站。

不过,即便私人企业对火星兴趣更大,只要政府提供回报丰厚的合同,一切都可以合作。此外,一些已经进行的太空项目,尽管不与登月直接相关,仍能被用于载人登月。比如前述“深空门户”,尽管并不针对登月,亦能用于载人或不载人的登月任务。

尽管航天工业被看成是长线投资——但最终,像小行星采矿、太空旅行、深空旅行等商业尝试,才会带来盈余——他们不得不谨慎和眼光敏锐。“这些人不是经营慈善机构。”



日本初创企业ispace启动了两项探月计划。



SpaceX的猎鹰9号火箭。

视觉中国 供图

# 莫氏家族 百年买办世家

□ 杨黎光

粤商是属于历史的，粤商是属于现在的，粤商是属于未来的。1937年爆发的抗日战争，一度阻断了中国方兴未艾的现代化进程，迫使经济中心再度南移，香港成为粤商活动的主要舞台。新中国成立之后，香港粤商是一支帮助新政权突破西方经济封锁的重要力量；1978年，中国迈入了改革开放的新时代，一批又一批香港粤商纷纷走过罗湖桥回到内地投资，无论是深圳经济特区的建设，还是对广东作为改革开放前沿地位的确立，乃至推动全国市场经济改革，香港粤商都作出了杰出的贡献。粤商以其生生不息的顽强精神，始终致力于推动中国现代化进程，致力于中华民族的伟大复兴。

## 迁港潮

近现代中国命运多舛，阻碍重重。1937年，中国的现代化进程尚在起步阶段，日本悍然发动侵华战争，让初具规模的民族工商业陷入逐步发展的和平环境。是年8月，上海爆发“八一三”事变，11月12日，全城大部沦陷，租界成为“孤岛”，迫使中国的经济重心逐渐向香港转移。

抗战爆发后，中国外贸中心逐渐向华南转移。尤其当粤汉、广九两路接轨后，长江中游及西部各省之客货出人，大部趋向省港。沪宁失守后，长江下游之经济交通，概被日本破坏或把持。据海关1938年贸易报告书表明，上海出口总值下降，而广州及华南各口岸出口总值上升，该年沪粤对外贸易一降一升之差别，极为显著，俨然有以粤汉铁路代替江航，以香港取上海而代之的趋势。（《香港与近代中国对外贸易》204页，张晓辉著，中国华侨出版社2000年12月第1版）

抗战初期，香港是中国外贸的枢纽；抗战进入相持阶段后，其战略和贸易地位更趋重要，大量军需物资通过香港转入内地，为粉碎日本的经济封锁，支援持久抗战，发挥了关键作用。当时，中国70%的军事战略物资都经香港运到内地。这条“香港通道”，是中国能够坚持长期抗战的一个重要因素。

除了对外贸易高速增长，香港还成了民族经济的避难所，出现了内地企业的迁港潮。这次迁港潮从1937年抗战全面爆发，到1941年底香港沦陷，持续了四年之久。

淞沪抗战时，几家中国银行将2300万银元运到香港；南京沦陷前，中央银行又运去1.39亿银元及5000条银锭。至1937年底，仅汇丰银行就接收了3亿银元和数百箱新法币钞票。

在企业、资金来源涌入的同时，香港的华人总数很快就增加了一倍，从1937年的80万，急升至1940年的164万。另据当时《大公报》的调查资料，当年内地逃港人群中，百万富翁计有500余人，千万富翁30余人，亿万富翁3人，这些人移居香港后继续从事工商业。随

着这些来自珠江三角洲及内地的工商业者的到来，香港粤商的构成也更加多元化，为粤商群体的持续发展注入了新鲜血液，激发了新的活力。

人员、资本的高度集中，促成了战时香港的畸形繁荣，工商业均有长足发展，港产的纺织品、电筒电池、火柴等远销海外。抗战初期，香港开始每年举办中华国货展览会，不仅显示了香港人强烈的爱国情感，也反映了华资企业家在香港的苦心经营。1940年第三届展览会开幕时，港督罗富国（Geoffrey Northcote）曾亲临参观，对香港产品和工业潜力大加称赞。

## 莫氏家族与太古洋行

香港是抗战时的避难所，也是支援抗战的重要基地。香港粤商在通过振兴工商业挽救民族危亡的同时，也涌现出了许多宣传爱国思想的社会活动家，出生于买办世家的莫应漑先生便是其中的典型代表。

莫应漑生于1901年，广东香山大金鼎镇会同村人（今属珠海市），其祖父莫仕扬（1820—1879）是一名成功的粤商，早年在广州做生意，1860年后转赴香港经商，因精明强干，熟谙洋务，会一口流利的英文，于1870年成为香港英资最大企业之一的太古洋行第一任买办，同时莫仕扬又经营着自己家族的生意，是一名香港华资有影响力的地产商；莫应漑的父亲莫藻泉为太古洋行的第二任总买办、香港太古糖厂的创办人；莫应漑的哥哥莫干生为太古洋行第三任总买办，太古糖厂、船坞、保险公司、航运公司、漆厂等庞大资产的实际管理者。莫家三代是最早把西方企业管理制度引入中国的人，对促进中国的企业规范化起到了积极的推动作用，开创了一代中国买办先河，父、子、孙三代都作为英国驻香港太古洋行总买办，共计67年。

按照莫氏“从商不可废书，习西学不能轻六艺”的家规，莫应漑从小就受到了良好的中西学教育，青年时代留学英国，在剑桥经济系及伦敦法学院就读，取得大律师资格。

不仅莫仕扬祖孙三代就任太古洋行的总买办，而且其莫氏家庭三代的直系或旁系子孙大量进入英商太古洋行任买办或副买办，主导经营几十年。莫应漑学成回国后，被聘为太古洋行副买办，分管太古糖厂。后来莫应漑的哥哥莫干生因故被迫离开了太古洋行。关于莫氏家族与太古洋行的关系，史料中是这样介绍的：

……每一个洋行分支或一艘新船起航，都由莫氏子孙或旁系子任任职。百年之间，莫氏宗亲只要能工作的，都在太古洋行或分支机构工作，累计达千人，故员工中流传着“只知道莫，不知有英”。莫氏家族，实际上操纵了太古洋行的实权。太古洋行英国资本家，深感大权旁落在莫氏买办身上，于己不利，渐渐产生削弱莫氏的念头。……恰巧，莫干生于1919年，物色了香港太平山顶一块地皮，投资100多万元，建

成一幢当时全港最豪华的别墅。当这幢皇宫式别墅入伙时，莫干生举行了相当豪华的宴会，太古洋行布朗（时任洋行经理）出席宴会后，暗中派人查莫干生账目，要莫干生把经手购入装糖的蒲包，高于市价部分，“赔偿”给太古洋行。这是布朗逼走莫干生的“高招”，借此打击莫干生的威信。经反复磋商，1929年双方同意，由莫赔偿25万元。莫干生受此次“釜底抽薪”的打击，感到难以在太古再待下去，遂于1931年向洋行递交了辞职书。从此，太古洋行总行取消了买办制度，代之以经理制。（《风起伶仃洋——香山人物谱》98、99页，王明远主编，广东人民出版社2006年10月第1版）

太古洋行由“买办制”到“经理”制，在粤商的发展史上具有划时代的意义，它宣告了一个时代的终结。至此，本来已经将粤商主流让位于马应彪、郭乐等粤籍侨商的洋行买办开始渐趋没落，直至最终彻底退出历史舞台。

## 三代买办

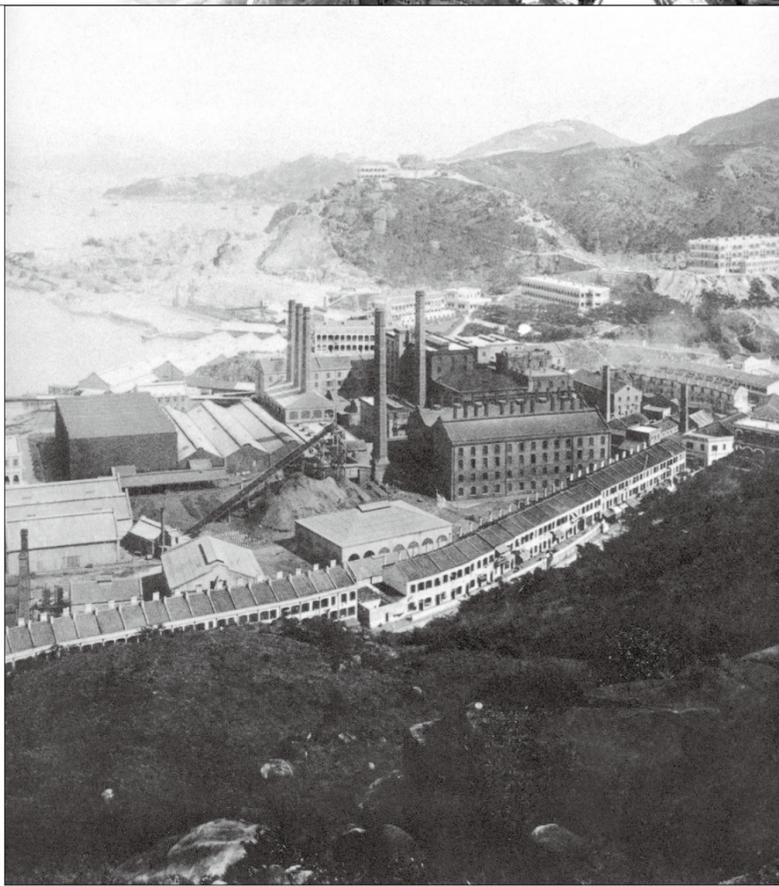
鸦片战争后，清廷只准广州一口通商的限制被迫终止，通商口岸大幅增加，中西贸易往来迅猛发展，洋行买办阶层随之快速崛起。他们作为沟通中外的桥梁，不仅深受清廷洋务派大臣器重，也为外国洋行老板所依赖，成为举足轻重的特殊阶层。在中国的现代化进程中，他们有人脱离洋行，成为晚清洋务运动的操盘手；有人在为外国洋行服务的同时，也开始经营自己的生意，向民族企业家转型。莫氏家族三代作为洋行买办，罕见地贯穿了近代买办制度的始终。

笔者怀着了解莫氏家族的强烈愿望，曾于2013年3月初前往莫氏家族的故居原香山会同村大金鼎镇会同村（今属珠海市）考察。由于年代久远，莫家的祖居如今只剩下几间陈旧的瓦房，据当地老乡告诉我，那只是莫家原先佣人住的，莫家的大宅已经不在。如今在会同村已经基本看不到曾经显赫一时的莫家的遗迹。但莫氏宗祠还保存得相当完好，远远就可以看到那高大的门楼，门前临着一条小河，视野相当宽广。在宗祠里陈列着一些介绍莫氏家族祖先和后的资料和照片。从这些资料照片中可以看到莫氏家族的基本脉络。

我知道莫家有不少后人在香港，例如莫干生之孙莫华钊先生，我们曾在天津南开大学见过一面，并预约到香港去采访他。

莫华钊先生为香港资深执业会计师，亦是著名文物收藏家和鉴赏家，自1982年起出任香港中文大学文物馆管理委员会委员，香港中文大学荣誉院士，还曾于1984年担任东华三院主席。对于笔者提出的采访要求，莫华钊先生十分重视，专门委托香港中文大学文物馆一级助理主任梁淑仪女士安排相关事宜，使我们的采访得以在香港中文大学附近的凯悦酒店顺利进行。

莫华钊给人的印象，既有世家子弟的从容，又有资深会计师的严谨，同时作为一个收藏颇丰的文物鉴赏家，对自己的家族史尤能用独到的眼光加以观察和研究。作为一个粤商的后人，莫华钊先生有他独特的研究视角，所以，一些学术机构的学术活动，常邀



1940年代，老牌英资太古洋行在鲗鱼涌兴建的太古糖厂，即今日的太古坊。



莫应漑。

## 买办家族

不仅莫仕扬祖孙三代就任太古洋行的总买办，而且其莫氏家庭三代的直系或旁系子孙大量进入英商太古洋行任买办或副买办，主导经营几十年。莫应漑学成回国后，被聘为太古洋行副买办，分管太古糖厂。后来莫应漑的哥哥莫干生因故被迫离开了太古洋行。

## 爱国者莫应漑

据莫华钊先生提供的资料显示，莫干生于1931年辞去太古洋行总买办之职后，其族人亦自此逐渐由单纯的商业人士向各领域的专业人士发展。其中，最有代表性的是其八弟莫应基（1909—2001）与五弟莫应漑。莫应基不仅成为老牌英资银行汇丰银行的影子买办，更在1975年出任香港股票交易所首位华人主席，执资本买卖之牛耳。而莫应漑（1901—1997）则由主管太古糖厂的洋行副买办、香港执业大律师，转变为活跃在港粤商界的革命者。

出生于买办世家的莫应漑虽然接受了系统的西式教育，骨子里却是一个强烈的爱国者，对民族解放事业满怀热情。1924年，叶剑英率部乘船从大陆赴港，被扣香港长洲。莫应漑

受地下党之托，与香港警务处长交涉，终于使叶部脱险。1950年初广州解放后，莫应漑与港澳工商界观光团回广州参观考察，受到叶剑英亲切接见，感激他当年相救之情。

1932年，日本在上海挑起“一·二八”事变，向中国守军发起攻击。莫应漑义愤填膺，组织了一支有70多人参加的“香港华人救护队”，自任队长，捐出一部救护车，携备医疗器械和药品赶赴上海，救助伤员。他还设法募集了数万港元，送到十九路军上海办事处，资助残疾军人教养院。“七·七”事变后，莫应漑又组织了“中华救护会”，训练数百名爱国侨胞回国服务。随着战争的全面展开，莫应漑亲赴南洋各地，奔走呼号，开展抗日宣传，在新加坡等英国各属地募集数十万元巨款。作为莫氏家族的一员，他以自己的言行影响了一大批港澳同胞、海外侨胞积极投身抗日救亡运动。全国解放后，宋庆龄、蔡廷锴都曾当面感谢莫应漑在抗战期间的义举予以嘉勉。

1950年9月，为迎接中华人民共和国成立一周年国庆日，莫应漑以香港华商总会（即中华总商会前身）董事的身份兼任交际组长，香港各界庆祝国庆纪念筹备委员会主席。他在华商总会全体董事会上，提议在香港悬挂中华人民共和国国旗。1951年11月，香港贫民区发生火灾，数万人无家可归。莫应漑发动香港华人革新协会积极投入救灾工作。1952年3月1日，广州团组织赴港慰问灾民，莫应漑等爱国人士代表香港各界迎接，港英当局却不准广州慰问团入境，酿成香港居民与港英警察冲突的“三·一”事件。

莫应漑参与组织的一系列政治活动改变了买办世家低调、隐忍的行事风格，也彻底惹恼了港英当局，遂向其下达“永久离境令”。1952年9月23日，莫应漑一家由港返穗。

虽然回到了广州，但莫应漑在港澳和南洋等地商界仍具相当影响力。在被聘为广州投资股份有限公司（即广州国际投资公司前身）常务董事后，他积极吸收港澳和华侨资金为新中国建设服务，取得了优异成绩。此外，莫应漑还先后担任过广东省工商业联合会委员及执委、广州市政协副主席等职。

1984年12月，中英两国政府就香港问题签署联合声明，确定中国政府于1997年7月1日起对香港恢复主权。翌年，莫应漑与郭沫若一起出任香港《基本法》起草委员会委员，继续为香港的稳定与繁荣，民族的振兴与强盛贡献力量。



约1930年从海船坞西眺干诺道中一带，左端的建筑物为太古洋行大楼。



☑ 申明浩 穆尔

在历史的长河里，商人一直饱受争议。中国自古以来“重本抑末”，“百工”“商贾”都属九流之末。然而，近代以来，国家内忧外患，财政日渐短绌，商人成为承担社会公益事业的重要力量，粤商更为国内公益事业的发展推波助澜。

### 孙中山与南华医学堂

1886年，一个年轻华侨子弟思索着未来的出路。从军，传教，学医……最后，他毅然选择了医学之路，他要“利用医学来开展革命工作”。这个少年就是孙中山。

孙中山为什么要学医呢？1884年秋天，孙中山在香港读书时，有一个星期天到九龙旅行，碰见一个卖假药的江湖医生，敲打着锣鼓，旁边围着许多人。说什么他炼出丹妙药，包医百病。一位工人有足疾，信以为真，请他治疗。孙中山当场揭穿江湖医生的欺骗，劝这位工人不要上当，否则服了他的假药，花了钱不仅不能治病，反而把身体搞坏了。江湖骗子大怒说：“你不相信我药的灵验，现在我用飞陀打断你的腿，也能替你当面医好。”孙中山当时穿着蓝布长衫，反背双手，左手正拿着半截甘蔗，于是他急中生智，将甘蔗藏在袖中说：“现在我用枪击破你的头颅，也能使你死里复生。”江湖骗子以为孙中山真的带有枪，收起假药就夹着尾巴走了。孙中山眼见江湖骗子卖假药，竟能骗了许多群众，心情十分沉重，遂立志学医，将来做一位“行医救人”的医生。

孙中山入南华医学堂读书时年方20岁，入学时一年学费20元，他住在哥利支堂10号宿舍。全班男生12人，女生4人。孙中山生活十分朴素，“竹床瓦枕，随遇而安”。孙中山在这里结识了同学郑士良，他是三合会成员，后来发动会党响应孙中山领导的起义。孙中山又通过校友尤裕堂，结识了后来成为“四大寇”之一的尤列。

课余，孙中山常与同学和朋友议论国事，发表救国图存之策，探索救国道路。他常对人说，以“中国现状之危，我人当起而自救”。同学和朋友听了，无不倾心折服，从此孙逸仙声誉鹊起。1887年暑假后，孙中山便转入香港西医学院深造。1895年，孙中山在广州发动首次武装起义。事败，孙中山潜入南华医学堂，在校友帮助下乘船脱险，由香港赴日。

孙中山在南华医学堂一年多时间的学习和结交，与他后来走上革命道路，是有密切关系的。孙中山为何会选择南华医学堂？这个医学堂在当时又有何种意义？

南华医学堂的前身，是广州十三行商伍秉鉴出资帮助美国医师伯驾开设的眼科医局，这是中国最早的眼科专科医院，也是中国第一家西医院。1835年，伍秉鉴又为伯驾提供一所楼房作为医局的分局，名为博济医院。据史实记载，伯驾在林则徐到广州查禁鸦片时，还曾为其治疗疝气。1866年，博济医院在内部设立“博济医学堂”，后更名为南华医学堂，是我国最早设立的西医学府，中国第一批西医生，就是从这所学堂培养出来的。

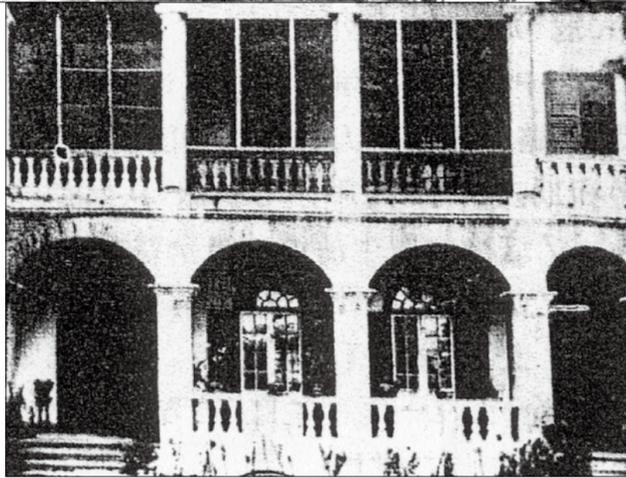
南华医学堂还是第一所男女同校的新式学校。1879年，南华医学堂开始兼收女生。1897年，一个西关长大的女孩子进入南华医学堂学习，这位“西关小姐”的名字叫张竹君。至今，中山大学附属第二医院仍保留着她的求学记录。当年武昌起义爆发，张竹君组织中国红十字会救护队，深入战场，救护伤员，被称为中国的南丁格尔。

1912年4月25日，孙中山南下广州。5月9日，出席于博济医院举行的耶稣教联合会欢迎会，孙中山即席应众演说。他追忆26年前在这里习医，现在又在这里与校友会面，“诚梦想所不及”。接着，他号召基督教徒“同负国家之责任，使政治、宗教同达完美之目的”。过了一个星期，上海《民立报》发表了《孙中山重话旧游》的报道，使孙中山这次演讲的内容得以保留下来。

博济医院后来又又在广州河南创办分院，孙中山带头捐了1000大洋。1985年11月11日，中山医科大学报请国务院卫生部批准，将该校第二附属医院改名为孙逸仙纪念医院，举行隆重命名典礼暨孙逸仙先生塑像揭幕仪式，新建大楼也命名为“中山楼”。



中国第一部短故事片《难夫难妻》。



南华医学堂。

## 富而思源 细数广州慈善家

20000  
两

他们或买地买铺，再到市面上放租；或放入典当行，收取相对较高的利息。用租金和利息支付善堂的各项开支，本金得以不动。用行内的话来说，前者叫做“以土养业”，后者称为“发典生息”。在鼎盛时期，爱育善堂曾拥有近2000间店铺和2500多亩沙田，仅一年的店铺和田地租金就有2万多两白银。

### 先进的运营理念

广州十三行商还是中国牛痘推广的先行者。

1805年，英国医生斯皮尔逊在澳门试种牛痘成功。牛痘，又名天花，在过去死亡率极高。种痘成为最早引起中国人兴趣的西医。行商郑崇谦在第一时间将此方法翻译成著名的《种痘奇书》，广泛宣传。十三行商伍秉鉴、潘有度、卢关应又资助皮尔逊到广州行医。仅在1810-1840年间（清嘉庆十五年至道光二十年）广东接种牛痘者达30万人次之多。牛痘技术之所以能在中国得到广泛的推广，“洋行好善诸公”功不可没，广东则理所当然地成为中国推广牛痘的中心地区。

“粤人乐善好施，尤中外所同仰，不可无以纪也。”民国《增城县志》如是记载。

几乎与新式医院设立的同时，广东各地的善堂如雨后春笋般建立起来。

据学者研究，当时的广州少说有十几家善堂，资金最雄厚的有九家，史称“九善堂”。包括：城西方便医院、润身善社、爱育善堂、崇正善堂、惠行善院、述善善堂、广济医院、广仁善堂、明善善堂。

方便医院被称为“九大善堂之冠”，以收容病重垂危人为主，同时兼作异乡劳动者病亡收敛的处所。广州黄花岗起义后，七十二烈士喋血沙场，尸骨一直无人敢收，是方便医院出面收敛了烈士们的遗骸。

这些善堂多半位于西关的工商业发达之地，另有一小半在西关之外，也是由富有的商人主持打理。巧合的是，与美国现代公益的起源相仿，位于南中国的广州也是在19-20世纪之交，在时局动荡的序幕下，由商家巨贾建立了具有现代意义的慈善组织。

爱育善堂是广东省第一家民间善堂，成立于1871年3月，由商人白纶生投资创办。除了日常的赈济工作，爱育善堂最大的特色在于举办义学，招收贫民子弟读书，并且一律免费。随着义学

的扩充，全市分校达27间，每年收容失学儿童千余人。

在州的慈善史里，白纶生是一个重要的人物。同治十年(1871)，这位在洋行打工起家、后成巨富的商人牵头创立了爱育善堂。当时正值乱世，清政府连年对外赔款，连对内平叛的钱都出不起，就更没有“闲钱”来救济黎民，在那个艰难时势里，广州的民间慈善应运而生，林立于西关一带的善堂成了贫民们的守护神。

以白纶生为代表的广州慈善家们拥有非常先进的运营理念。

善堂初始经费多是商人独资或由商人和社会各界集资而得。“偶有灾荒，赈济平粟，一呼即应，其惠几遍于全省。”但育婴堂作为社会的救助性机构，资金的来源与增长始终是一个大问题。而商人灵活的头脑又一次发挥了重要作用。道光《两广盐法志》记载，广府和肇庆的育婴堂，“俱有商捐生息银两”。“商捐”主要是由盐商捐助。食盐在传统社会是由国家控制的专卖品，盐商获得专卖权利，多富甲一方。而“生息银两”是将可流动的资金贷给其他商人以获取利息。

据说，当年的九大善堂没有一家是只募款不理财，用“一条腿”走路的。善堂里有许多商行的“股东”（相当于现在的理事会），他们不仅每年为善堂捐钱，更发挥其经商才能，拿善堂资产投资理财。他们或买地买铺，再到市面上放租；或放入典当行，收取相对较高的利息。用租金和利息支付善堂的各项开支，本金得以不动。用行内的话来说，前者叫做“以土养业”，后者称为“发典生息”。在鼎盛时期，爱育善堂曾拥有近2000间店铺和2500多亩沙田，仅一年的店铺和田地租金就有2万多两白银。

### 《难夫难妻》与社会责任

广东商人的社会责任感愈加浓烈，亦体现在影视文化行业里。

20世纪30年代，在上海，有一名年轻女子拍摄郑正秋导演的电影《姊妹花》大卖，创票房纪录，被选为“电

影皇后”。这个人就是蝴蝶。

电影最早由上海传入中国，该行业基本由外国人所垄断。这一现状的打破亦与广东商人的积极开拓精神分不开。

郑正秋，作为中国第一代电影艺术家，是潮州商人的后代，他的祖父是上海赫赫有名的郑洽记创办人。1913年，他与张石川共同成立新民公司，并编导了我国第一部无声故事短片《难夫难妻》。该影片取材于潮州地区封建买卖婚姻习俗，揭示了封建社会的黑暗，对于社会最底层的妇女表示了深切的同情和关注。

珠江三角洲、潮汕平原，濒临大海，优越的地理优势让广东商人走在时代前沿，然而他们依然怀揣着浓浓的乡情，传承着历史之精粹。

自明清以来，与所有地缘性商人一样，广东商人喜欢在自己活动的都市集资建立会馆。会馆的初衷是联谊，坚固团结。一般来讲，会馆都设有同业或家乡敬奉的神灵牌位，定期举行迎神赛会，演戏是必不可少的一环。

上海是近代广东商人活动的主要区域，广东人带来的不只有发达的经济，还有粤剧。民国初年，广东商人陈铁生在上海先后组建精武体育会俱乐部、上海中华音乐会和上海粤侨工届协进会俱乐部三个粤团。随后，又成立中西音乐研究社，创作改编了《雨打芭蕉》《步步高》《渔舟唱晚》等传世佳作。

### 捐资教育

纵使富甲一方的商人沉浸在一片欢愉中，中国千年的文化框架——官文化却一直警惕着他们：万般皆下品，唯有读书高。这是科举制度确立以后，最能影响中国人的一句格言。

商人们在商海沉浮中体验到当官的重要性，对子弟的教育十分看重。广州商人白纶生、吴健彰，著名香烟制造商简照南都纷纷捐资教育。活跃在各地方的粤商，大力兴办学校，特别是近代的新式教育。

民国初年，上海虹口北四川路青

云里，建立起一座小学。这是广东人旅沪集中地。上海的广肇会馆集合社会各种资源创办广肇公学。1913年初，初等小学正式开学。1917年，增设女子部，随后，又开设中学部和幼稚园。学生人数历年递增，会馆又购民地200亩，用于建新校舍。新建校舍的款项主要来自广东商人的捐款，华侨巨商南洋兄弟烟草公司的简照南曾捐助巨款。之后广肇中学一直留有“照南楼”“照南楼”。到1934年止，广肇会馆开办的各类学校在学人数达3000人。广肇各类学校确定以故乡的英雄花为校徽。

英雄花又名木棉花，广东特产，树高数丈，有超然特立之内涵。学校借此培养学生成为社会栋梁。学校的办学理念：身体健康、勤学、守纪、整洁、廉洁、爱国、博爱、勇敢等，与今日提倡的素质教育不谋而合。广肇公学的发展，与广肇商帮对办学的重视分不开。不仅资金来源大多由商帮负责，上海粤籍政要也参与其中。学校把上海地区的粤籍政界名流及商界大款都集中在一起，这对提高粤商在上海的社会地位无疑具有积极作用。

各地会馆也积极响应，天津广东会馆在1920年成立旅津广东学校。学校由广东会馆董事长陈祝龄、广东音乐协会会长麦次尹等捐款捐地建设。学校招生不分省籍，但对粤籍学生减收一半学费。

粤商重教育，重文化，代代相传，他们骨子里渗透着祖祖辈辈流传着的积极进取、急公好义、乐善好施的精神品格。并将继续流传下去。胆量、信念、独到的眼光，再加上一点点的运气，一段段普通人的传奇在不断上演。而在他们功成名就之时，却忘不了富而思源，回馈社会。

饮水思源，知恩图报。一代代粤商在历史的长河里留下了一个个惊人的光点，它们被点亮，亦被熄灭。不灭的是他们敢为人先，积极创造，富而思源的精神。时代的变迁，经济全球化的今天，这些精神将继续留存于粤人的血液之中，传承下去。



成都市崇州市，元通古镇的广东会馆。

视觉中国 供图



☑ 杨黎光

面向大海，对外开放的商业传统，使广东成为中国与世界的交汇点。无论历史风云如何变幻，都阻挡不了中国从这里走向世界的脚步。

中华人民共和国成立后，以美国为首的一些西方国家采取“封锁、禁运”政策，使我国对外贸易面临重重阻遏，只能与原苏联和东欧社会主义国家及朝鲜、越南、蒙古等国家进行记账式贸易。当时，国家建设需要的大量物资、设备，如橡胶、化肥、精密机械等都要从国外进口，用于支付进口货款的外汇十分紧张。在这样的历史背景下，广州毗邻港澳的地缘优势与两地贸易往来密切的历史传统再次发挥了至关重要的作用。广东依托港澳，不仅成了中国内地联接西方国家的惟一管道，也是开展对外贸易，获取外汇的主要来源。

### 香港中华总商会促力广交会

为了打破孤立被动的经济局面，自1955年起，广州先后举办了规模不等的物资交流会、展览会等。香港中华总商会接获内地邀请后，积极推动香港商界人士参与，组织他们赴穗洽谈贸易。据《广州市志》记载：“香港中华总商会派往广州的第一个代表团在5月12-15日，3天内成交500万港元生意。”这在当时具有突破性意义，令人十分鼓舞。

1956年，广州外贸界人士在总结以往展会经验的基础上，向国家外贸部提出了举办全国性出口商品展览会的建议。经外贸部上报给国务院，得到了周恩来总理的重视和批准，国务院于当年9月6日下发文件，同意在广州举办中国出口商品展览会，同时通知要求中央各部委予以支持。于是，在外贸部和广东省人民政府的双重领导下，以中国国际贸易促进会的名义，于1956年11月10日至1957年1月9日，中国出口商品展览会在广州中苏友好大厦举办。

香港中华总商会接到中国贸促会邀请后，在为期两个月的展会期间，组织香港工商界千余人前往广州洽谈贸易。参加者包括土纸、山货、陶器、丝绸、茶叶、五金、印刷、食品、建材等行业商人，保证了展会的成功，使中国出口商品第一次有系统、有组织、有规模地呈现在世人面前，也为正式创办“广交会”提振了信心，积累了经验。

有了这个成功的范例，广州外贸界人士又建议国家外贸部每年在广州举办出口商品交易会。经批准，1957年4月25日，由各外贸总公司联合举办的“第一届中国出口商品交易会”隆重开幕。从此，“广交会”名闻遐迩，每年春、秋两季定期举办，成为中国对外贸易的重要渠道和展示社会主义建设成就的窗口。

首届“广交会”举办日期确定后，香港粤商积极参与，“首届广交会到会客商总计1200多人，其中香港客商占68%，其后每届不断增加，80%以上客商来自香港。即使‘文化大革命’时期，以及‘非典’肆虐期间，港中总（香港中华总商会简称）代表团亦从未缺席任何一届广交会。”（《亲历广交会》226页，中国对外贸易中心编，南方日报出版社2006年10月第1版）

此外，香港中华总商会还与中国主办方委托，代为发送香港地区华商客户的所有请帖，成为香港所有商客的联络组织者。

### 中国经济发展的晴雨表

广交会创立初期，许多人对新中国、对广交会存有偏见，加上西方国家对新政权的抵制，很多人不愿意经销国货，对广交会也不感兴趣。经香港中华总商会极力宣传动员，终于引领华商承担起经销、代理、推广国货的重任，使内地产品得以打入香港市场，甚至通过香港转口到世界各地，为国家赚取了难得的外汇。

在祖国大陆最需要打破经济封锁的时候，在那个对外贸易困难重重的低潮期，香港粤商挺身而出，发挥沟通中西的传统能力，帮助国家破解困局，送上了客商云集的欣喜。

广州，再次成为中国对外贸易中心；粤商，再次担负起开拓国际市场的大任。广交会作为当时中西贸易的惟一管道，被誉为当代“十三行”，为这个一度封闭的国度透进了一缕清新的风。



1956年11月10日，第1届中国出口商品交易会在原中苏友好大厦开幕。

# 得风气之先 立时代潮头

然而，广交会在“文革”期间受到了不小的冲击。

出于对外汇的迫切需要，“文革”时广交会并没有中断，但是，所有的客商都感到了前所未有的“困难”。香港中华总商会也认为那是一个“困难期”。这种“困难”是由于广交会作为一个贸易活动已经完全变味了。而且，外贸部门许多懂行的业务干部被整肃，外来客商再也找不到互相了解的合作伙伴，再加上全国“停产闹革命”，物资极度匮乏，严重缺少可交易的商品。对于当时的情景，加拿大中华总商会会长，从少年时代即随同其父参加广交会的谢英樑先生曾有这样的观感：

回忆“文化大革命”初期，我们这些香港的“红色资本家”也入乡随俗了，进罗湖关时亦排列唱革命歌曲，上火车时便将西装脱下换上“中山装”，以免被红卫兵作为“资产阶级代表人物”而被勒令批斗。入住广州的宾馆后，也要举行向毛主席像早请示、晚汇报仪式。

当时外贸部门懂业务的经理们被夺权“靠边站”了，取而代之的是外行的“造反派”，洽谈业务时要与客商对谈“毛主席语录”，颇有“针锋相对”的意味。

那时，物资紧缺，计划经济带来了布票、粮票、油票、肉票等限量配额。而参加广交会的客商却可以凭证件享受“特殊待遇”，在广交会上购买紧缺的香烟、名酒等物资。不少亲友便托代购，大家都经常一大包一大包地抢购。中华牌、大前门牌的香烟较为昂贵，而上海生产的飞马牌香烟一包只要二三角钱。当时国内居民的工资低，飞马牌香烟很受欢迎。广交会大门一开，客商们凭证往蜂拥而进，从草坪上踩出一条路赶往大红排队限量购买飞马牌香烟，购烟者便成了“飞马帮”。（《亲历广交会》254页，中国对外贸易中心编，南方日报出版社2006年10月第1版）

“文革”十年浩劫，工农业生产全面陷入停滞，竟然让前来开展贸易的海外客商成了替国内亲友购买紧俏物资的“飞马帮”。

广交会由初办时的客商云集、购销两旺，到“文革”时期客商感到的种种“困难”，反映了当时国民经济的衰败，也预示着一场全面、彻底的变革即将来临。

广交会是中外贸易往来的温度计，也是中国经济社会发展的晴雨表。1957年，首届广交会到会客商1200多人，洽谈成交1754万美元。这个数字，对当时的政治、经济、外交各方面已经意义重大了，给新生的共和国带来了欣喜。“文革”时期，广交会虽然在周恩来等老一辈党和国家领导人的关怀下得以延续，却也仅仅是保留了一个与世界进行经济交往的渠道而已。直

到20世纪80年代，全国实行改革开放，广交会终于迎来了井喷式增长，出口商品年成交额突破了50亿美元。2006年，第99届广交会举行时，已经发展为有211个国家和地区的19万多的客商参加，交易额更上升至330多亿美元。50年间，从打破经济封锁的惟一外贸管道，到中国参与经济全球化的重要平台，广交会一直为国家的经济建设发挥着特殊的作用，也不断强化着广东作为对外贸易中心的前沿地位。

### 拉近中国与世界的距离

人类文明是在各民族不断交流与融合、相互学习与借鉴的过程中才得以发展的。任何国家或民族都不可能孤立地走向富强，相反，却只会日趋沉沦。在差不多与世隔绝了30年之后，中国的国民经济到了濒临崩溃的边缘。

1978年12月召开的十一届三中全会，让中国告别了那个“越穷越光荣”、勒紧裤腰带闹革命的荒唐年代。拨乱反正，全党工作的重点转移到社会主义现代化建设上来。于是，改革、开放，成为中国的时代强音；打开封闭的国门，重建中国与世界的联系，全面增进与发达国家的经济、文化、科学交往成为现代化建设的必然选择。

早在十一届三中全会召开的一年前，1977年11月，中共中央副主席叶剑英元帅在接见广东省委和梅州地区负责同志时即讲话强调：“既要埋头工作，又要抬头看看世界。中国是世界的一部分，中国的发展，影响全世界。现在，中国与世界的关系更加密切。”（《叶剑英选集》467页，人民出版社1996年3月第1版）

“中国是世界的一部分！”中国人只有“抬头看看世界”，才能感到自己与世界的差距；中国只有融入世界，才能赶上世界的发展脚步。

中国不可能在与世隔绝中实现现代化，开放，就是要走向世界。但是，那时候的世界，对中国人来说却是异常陌生的。

广东毗邻港澳的优势再次显现，广东沟通世界的传统再次得以发扬。叶剑英、习仲勋、杨尚昆、刘田夫、吴南生等一批先后在广东工作过的领导干部，在邓小平的支持下成了“先走一步”、大胆进行改革试验的开拓者。经济特区，就在他们的探索中诞生了。

曾任广东省委书记（时设第一书记）兼深圳市委第一书记的吴南生同志，在2008年接受一位作家采访时回忆了参与创办经济特区的难忘经历，详细披露了这个历史性决策的诞生过程：

1979年1月8-25日，省委召开四届二次常委扩大会议，研究贯彻中共十一届三中全会精神。会后，按照省委的分工，我率领一个工作组奔赴汕头市，传达中共十一届三中全会精神，开展调查研究工作。

……

2月28日下午，我从汕头回到广州。晚上，省委第一书记习仲勋就到我家中，两人交谈了很久。3月3日，在省委常委会议上，我在汇报工作时说，现在老百姓的生活很困难，国家的经济已到了崩溃的边缘，我们应该怎么办？三中全会决定改革开放，我提议广东先走一步。……我提议在汕头划出一块地方搞试验，用各种优惠的政策来吸引外资，把国外先进的东西吸引到这块地方来。……

4月1-2日，在杨尚昆同志的主持下，常委会议同意向中央提出要求允许广东“先走一步”的意见。但对深圳、珠海和汕头“先走一步”的三个地方怎样“正名”，一时定不下来，叫“出口加工区”，会与台湾的名称一样，叫“自由贸易区”，又怕被认为是搞资本主义，这些，在当时可是天大的罪名啊！最后只好勉强安一个“贸易合作区”的名称，先上报中央。

中央召开工作会议之前，习仲勋和我前往看望正在广州的叶剑英元帅，向他汇报先走一步的设想，叶帅非常高兴，很支持说：你们要快些向邓小平同志汇报。

……

4月下旬的一天，习仲勋向中央政治局常委汇报，他郑重其事地提出，希望中央给点权，让广东能够充分利用自己的有利条件，在四个现代化中先走一步。习仲勋还说：如果广东是一个“独立的国家”（当然是借用的话），可能几年就搞上去了，但是在现在的体制下，就不容易上去。他代表省委正式向中央提出广东要求创办贸易合作区的建议。

邓小平十分赞同广东富有新意的设想，他听说“先走一步”的地方名称还定不下来，就说：“就叫特区嘛，陕甘宁就是特区。”（《吴南生回忆改革开放艰难起步：如果要杀头就杀我好吧》，南方日报网络版2008年4月7日）

广东虽然想“先走一步”，但却没有想到要办“特区”。小平同志想到了。“特区”是以上所有建议和思想的总结和升华，它显示了小平同志过人的智慧与胆略。小平同志与广东省委第一书记习仲勋同志谈话。他说：“在你们广东划出一块地方来，也搞一个特区。过去陕甘宁边区就是特区。中央没有钱，你们自己搞，杀出一条血路来。”

特区，这个特殊而具有历史意义的名称便由此而来。“杀出一条血路来”，既是要探索改革之路，也是要强力打通走向世界的开放之路。

广东，这个有着悠久开放传统的南方省份再领风气之先，成为中国重新了解世界的窗口；香港及海外粤商，再次成为中国走向世界的重要推动者。

1912年前后，马应彪、郭乐等海外侨商相继回国，以四大百货公司缔造了一个繁荣的新时代，让中国人切实感受到了现代化的生活样貌。今天，中国的现代化建设再次启程，以霍英东为代表的香港粤商纷纷响应，广州的白天鹅宾馆、洛溪大桥、中山的温泉宾馆等最早由港商投资的项目又让封闭的国人耳目一新。

从马应彪到霍英东，从过去到现在，粤商始终在孜孜不倦地致力于中国的进步与发展，始终在努力拉近中国与世界的距离。

### 推动中国现代化进程

和当年积极参与广交会一样，经济特区成立后，反应最热烈、投资最踊跃的仍然是港澳及海外粤商。他们率先跨进罗湖桥，加入到了百废待兴的经济建设洪流之中。

20世纪70年代末80年代初，我们引进外资启动已千疮百孔的经济，其第一推动力，并不是什么外国或异族人的资金，而是全世界，尤其是香港的华商。所谓的外资，90%实际上是华资。那时，外国投资商一直在观望，不敢相信中国就此真正开放，唯有华商，毕竟血浓于水，才义无反顾，把大量的资金投入——这也许又是儒家的传统的重义轻利了。（《雷区1988：中国市场经济理论的超前探索》20页，谭元亨著，广东经济出版社2012年8月第1版）

1984年，邓小平同志到广东考察。在深圳，他留下的题词是：“深圳的发展和经验证明，我国建立经济特区的政策是正确的。”在中山，他留下的话是：“不走回头路！”在珠海，他留下了“珠海经济特区好”几个大字。

世界潮流浩浩荡荡，开放的中国已经走在通向世界的大路上，她势将勇往直前，直达未来的彼岸。

1992年初，又是一个东风送暖的季节，邓小平同志又一次风尘仆仆地来到深圳、珠海经济特区。

在深圳期间，邓小平边观光市容，边和陪同的广东省和深圳市的负责人亲切交谈。他说：“对办特区，从一开始就有不同意见，担心是不是搞资本主义，深圳的建设成就，明确地回答了那些有这样那样担心的人，特区姓‘社’不姓‘资’。”在之后的考察中，邓小平同志发表了“要逐步实现共同富裕”“社会主义的本质是解放和发展生产力”“党的基本路线一百年不动摇”等著名论述。

2012年12月7-11日，就任中共中央总书记不久的习近平就到深圳经济特区考察。他强调，党的十八大向全党全国发出了深化改革开放新宣言书、新的动员令，全党全国各族人民要坚定不移走改革开放的强国之路，更加注重改革的系统性、整体性、协同性，做到改革不停顿、开放不止步，为全面建成小康社会、加快推进社会主义现代化而团结奋斗。

在开放的年代，南方、广东，一次又一次成为中国的焦点，历史的焦点。

从广州、澳门、香港到上海，再从上海到全国。自明清以来，粤商以岭南山海文明为依托，在中国走向近代化的过程中，促进了多个经济中心的形成和崛起。他们作为一个不事张扬的商人群体，承受着近代中国的转型之重，一点一滴、脚踏实地而又卓有成效地推动着中国的现代化进程；他们在中国社会经济转型的每个关节点上，都以其深厚的商业文明底蕴，发挥了积极的推动作用。他们身处中国的“南风窗”，总能得风气之先，立潮头之端。

开放、创新、进取是粤商的标志。浩瀚的海洋使粤商获得了有别于徽商、晋商的成长经历与精神气质。他们始终处于中国对外开放的最前沿，得益于海上贸易，也致力于对外开放。他们的成敗兴衰，既反映了中国沿海商人面临世界大局变幻时的调适和应对，也折射了中国维新变革的艰难与成就。可以说，粤商的演变史，浓缩了传统中国努力融入世界潮流，追求现代化的卓越历程。

## 股份制银行再加码 普惠金融变主战场

时代周报记者 曾令俊 发自广州

继五大国有商业银行之后，近期多个股份制商业银行也宣布成立普惠金融事业部。

12月18日，浙商银行在原有小企业信贷中心基础上成立普惠金融事业部，自上而下搭建普惠金融经营管理体系，下沉业务重心，下放审批权限。

虽然监管层对于股份制银行成立普惠金融事业部并无强制性要求，但股份制银行加码普惠金融已成为趋势。股份制银行梯队中，在浙商银行之前，兴业银行和光大银行相继于今年10月和12月宣布成立普惠金融部。另据时代周报记者了解，民生银行等多个股份制银行也在积极筹备之中。

各大行积极成立普惠金融事业部的逻辑也不难理解。“股份制银行成立普惠金融事业部，一方面是出于自身战略的考虑，另一方面则是监管层的鼓励。”12月20日，一家股份制银行广东分行高层告诉时代周报记者。

近期，由国际货币基金组织(IMF)和世界银行公布的中国“金融部门评估规划”更新评估核心成果报告，肯定了普惠金融的发展。国际货币基金组织的报告称，作为经济转型的一部分，政府要求金融机构在提供信贷时更加重视住房、小微企业以及劳动密集型产业。中国在普惠金融方面取得重大进展。账户渗透率、储蓄和支付服务的使用已经达到很高水平。

### 从国有大行到股份制银行

建立事业部制，推动金融服务特定行业领域的发展，在我国银行业早有实践。

5月26日，银监会发布《大中型商业银行设立普惠金融事业部实施方案》，推动大中型商业银行聚焦小微企业、“三农”、创业创新群体和脱贫攻坚。银监会要求，在6月底前大型银行要形成普惠金融事业部具体方案，2017年内完成普惠金融事业部设立。

在这期间，工商银行、农业银行、中国银行、建设银行以及交通银行五大行均在总行层面成立了普惠金融事业部，并制定了各自的普惠金融事业部建设的实施方案。

以中国银行为例，该行在普惠金融事业部挂牌后加强机构网点与渠道建设，在全国一级分行成立普惠金融事业部，在二级分支机构成立普惠金融服务中心，配置专人负责普惠金融业务。

股份制银行也积极响应。兴业银行在股份制银行中率先“试水”普惠金融，该行已于10月发布设立普惠金融事业部的实施方案，宣布在总行层面设立普惠金融事业部。

组织体系方面，兴业银行在总行层面调整完善现有普惠金融工作领导小组成员，成员由涉及普惠金融的相关业务部门、中后台部门等13个部门负责人及兴业消费金融股份公司负责人组成，领导小组主要负责全行普惠金融业务的总体部署与统筹协调。

民生银行行长郑万春于2017年11月29日撰文表示，民生银行普惠金融事业部整体方案已经明确，将于近期投入运营。在总行层面成立普惠金融事业部，实行矩阵式事业部体制，协调、推进全行小微金融业务的管理和发展，承担全行小微金融业务的政策研究、规则制定、产品研发、风险管理

等职责，并对全行小微金融经营指标负责；分行层面，设立普惠金融事业部分部，通过小微金融中心(支行)、小微便利店等专业化服务网点，全面提高小微金融的覆盖率与可得性。

近日，中国光大银行下发《关于成立中国光大银行普惠金融事业部的通知》，宣布普惠金融部正式成立。早在9月1日，光大银行已在管理层层面成立普惠金融管理委员会，委员会由光大银行行长张金良任主任，组成部门包括小微金融业务部、财务会计部、资产负债管理部、信息科技部、风险管理部、信贷审批部等12个部门。

2017年12月18日，浙商银行宣布成立普惠金融事业部，自上而下搭建普惠金融经营管理体系，下沉业务重心，下放审批权限。

据时代周报记者了解，在组织体系方面，浙商银行在董事会和总行经营层已分别设立普惠金融发展委员会、普惠金融管理委员会，指导、推动全行普惠金融工作。

普惠金融事业部是浙商银行在原有小企业信贷中心基础上



成立的，负责推进全行普惠金融业务的管理和发展；全国20多家分行设立普惠金融事业部分部；支行层面，各小企业专营机构成立普惠金融业务部。

### 金融科技来助力

不少股份制银行出于战略的考量成立普惠金融事业部。浙商银行提供给时代周报记者的资料显示：“我行‘三五’规划提出全资产经营下的‘四轮驱动’战略，其中小微企业业务是重要的板块之一。经过多年探索，我行小微业务取得了良好的发展，安全性好，流动性强，收益率高，已成为全行重要的利润来源。”监管层也出台了措施鼓励各类商业银行业务践行普惠金融。9月30日，央行公告称，根据国务院部署，为支持金融机构发展普惠金融业务，对符合一定条件的商业银行实施定向降准政策。

根据央行的公告，此次定向降准继续两档考核标准。第一档是前一年普惠金融领域贷款余额或增量占比达到1.5%的，存款准备金率可在基准档上下调0.5个百分点，第二档是前一年普惠金融领域贷款余额或增量占比达到10%的，存款准备金率可按累进原则在第一档基础上再下调1个百分点。

“同时，发展小微业务也有利于我行积极争取降准、免税等政策红利，争取低成本资金，培育壮大基础客户群，这是我行推动转型发展的重要保障。”浙商银行董事长沈仁康在成立大会上表示。

(下转B02)

## 解密阳光城获设计业“奥斯卡”背后：以产品为核心的2.0时代

阳光城二代产品再发力 斩获设计界“奥斯卡”

近日，素有室内设计行业“奥斯卡”之称的亚太区室内设计大奖APIDA在香港会议展览中心举行颁奖典礼。阳光城二代产品代表作之一的佛山绿岛湖壹号LOFT凭借独特的人居理念，斩获了这一亚洲最高规格的室内设计奖项。

事实上，2017年已是阳光城升级二代产品的第二个年头。在佛山绿岛湖壹号LOFT作为代表荣获APIDA的背后，是这家房地产企业从核心导向到产品维度的全方位升级逻辑。

### 产品升级——变客户为用户

自2016年发布二代产品升级方案以来，阳光城就一直在各个公开场合强调从“以客户为导向”到“以用户为导向”的核心理念升级。

而这，恰好与当前整个房地产行业面临的全新竞争形势相吻合。2016年以来首次出现10个热点城市房价同比齐跌、10月统计局数据显示商品住宅销售量价出现明显下滑……楼市调控的持续高压和住宅销售增速放缓已是毫无争议的事实，这种变化的暗涌底下，房地产的人居功能正在被越来越多的企业视为持续发展中的重中之重。

如果说，此前的人居功能只体现在开发企业专注于如面积、户型等方面的单一改善，那么对阳光城而言，从“客户”到“用户”的导向升级，就已经把这种单一改善进化到了组合型升级上。

作为二代产品中的典型代表，阳光城“滨江悦”高端产品已成为了现代人居设计中的豪宅标杆项目。而“悦”、“樾府”作为二代产品中最富表现力的作品系列，除了满足不同年龄、家庭结构对于功能空间的需求外，还以落地城市的人文气质、居住需求为核心导向，以独特匠人创造出了独树一帜的产品线。从福州出发，再到落地北京、杭州、成都、郑州……每次亮相，都收获了广泛好评和追捧。

而针对首次置业的客群，阳光城主打“丽景湾”“翡丽系”产品，精准把握用户需求，从宜居宜人的各个角度，科学地优化空间，同时打造三维一体的服务体系(即阳光

运动服务系统—社区教育服务系统—生活娱乐服务系统)大大提高了住户的幸福指数。出色的产品力让“丽景湾”系列成为了阳光城的“爆款”，从苏州、杭州、广州，再到郑州、漳州、南宁，丽景湾均成为当地热销的标杆。

前沿技术的实践运用、室内设计、环绕式生态圈……阳光城设计团队和营销团队紧密联动，通过对用户的大量调研和对产品的不断探究，将现代人居所有可能出现的要求在项目中实现了全方位落地。而在这些落地中，将购房“客户”视作产品“用户”的逻辑变化，正清晰地展现出阳光城产品战略的具体升级脉络。

### 降维战略——高维供给配置低维需求

早在发布二代产品升级战略的时

候，阳光城就提出了此次升级后的核心竞争力：降维竞争、四化产品。

作为房企必争之地，中高端用户在开发企业战略中的地位不言而喻。与奢华设计的产品思路不同，阳光城提出了“豪宅轻奢化”概念，在总价相同的情况下，实现业态领先；业态相同的情况下，实现面积领先；面积相同的情况下，以功能领先留住用户；功能相同的情况下，品质则是阳光城最终的核心竞争力。

而降维战略的具体落地路径，阳光城选择了“设计精细化”“配套酒店化”“社区智能化”。

在杭州未来城市中枢的奥体核心区，阳光城·悦悦以宋韵为主打概念，将杭城独特的诗意融入了现代人居设计中。不但如此，阳光城还在这一古意温婉的项目中前置了BIM建模技术。

阳光城把目光投向了“用户”居住中往往很无奈的痛点，以愉悦的地下室为例，阳光城在设计施工前便采用BIM技术，依据设计院提供的设计图纸，在汽车坡道入口、搬家车道、车位和门厅前室的净高等一系列细节处，进行多次深化，找出不能施工不能满足规范的地方，并解决此类问题，达到完全可以按图施工的目的，提高了地下室品质。而BIM模型的应用，只是阳光城落地“设计精细化”的手段之一。

在寸土寸金的北京东五环，京兆府项目专门开辟出了4000平米的中央公园景观，墅区中央的龙形立体景观栈道，处处观景，步移景异；全玻璃幕墙设计的立体书院，亦是主人的公共会客厅；下沉花园则分散于书院周边，是留给孩子的活动空间……而这正是



截至2017年三季度末，阳光城土地储备已突破3000万方。这一节奏不免令人对其未来业绩有了更多的想象。

“配套酒店化”重点打造的功能之一——社区客厅。不仅如此，阳光城也在打造供用包含料理实验室、亲子中心等空间的私享会所，以及“地面—地下一行人”三位一体的尊享大堂系统。

除此以外，阳光城正在与时俱进，积极推进社区智能化，包括远程控制系统、智能家居系统的智能化等等，都已在阳光城二代产品线上有所体现。以升级产品深耕目标城市的战略布局，已经毫无疑问，成为了阳光城开启下一个成长时代的关键钥匙。

### 阳光城2.0——土储与产品共舞

2016年，阳光城借力并购在全国范围内实现了全线布局，2017年，这些生根的布局，伴随着产品的发力，高效的营销导入，迎来了全盘的爆发。

在被市场视为“发展之根”的土地储备方面，阳光城的出手也同样全面开花。遵循“三全”布局战略，阳光城将其根据地定位于一二线城市，形成二线城市全覆盖。数据显示，截至2017年三季度末，阳光城土地储备已突破3000万方。这一节奏不免令人对其未来业绩有了更多的想象。

在今年8月“双斌”首次亮相中，阳光城集团执行董事长朱荣斌正式提出了“规模上台阶，品质树标杆”的发展目标，而如今，阳光城的土储规模已隐隐蓄积了冲击第一梯队的能量，管理团队更是明星云集。11月27日，阳光城集团建筑事业部正式挂牌成立，由拥有30年中建履历的中建总公司巡视组组长胡书任挂帅，旨在“更好地提高施工质量，培养出自己的核心竞争力”。可以预见，随着“全明星”高管阵容的落位，阳光城将在产品创新和产品品质上，迎来新一轮的升级。

充沛的土储，成熟的产品系，出色的产品表现，加之快速高效的全国复制，阳光城在“品质树标杆”的道路上，正以稳定的行动力和决策力，向下一个发展阶段稳步前行。



# 股份制银行再加码 普惠金融变主战场

(上接B01)

关键在于,成立普惠金融事业部后,各行会以何种新形式开展工作?

在银监会例行新闻发布会上,光大银行小微金融业务部副总经理张小松表示,普惠金融一方面是要积极发挥传统银行的优势,另一方面积极利用互联网思维。光大银行将在总行、分行、支行建立新的普惠金融框架,积极开展资源的配置和信贷投放。

光大银行提供给时代周报记者的资料显示,为推进小微金融业务发展,光大银行强化小微金融流程创新,大力发展信贷工厂模式建设,研发“小微企业在线融资系统”,推动小微企业授信业务线上化,用互联网思维改造现有经营方式。

浙商银行表示,要充分应用互联网及金融科技,加快探索在系统架构、用户识别、风险定价、精准营销等领域应用,进一步扩大服务半径,提升客户体验,解决风控“痛点”。

“建立以客户为节点的生态圈,链式开发、不断延伸;进一步加强各业务板块的协同联动,为核心企业产业链上下游小微企业提供配套金融服务。”沈仁康说道。

国际货币基金组织也认为,中国金融科技的显著扩大促进了金融包容性,认为金融科技已经在普惠金融方面发挥了非常积极的作用。

据时代周报记者梳理,大部分银行在成立普惠金融事业部的同时,也

完善了配套机制。浙商银行围绕专门的综合服务、统计核算、风险管理机制、资源配置机制和考核评价机制。

配套机制方面,兴业银行将落实银监会“五专”经营机制要求,逐步建立健全专门的综合服务机制、专门的统计核算机制、专门的风险管理机制、专门的资源配置机制、专门的考核评价机制,将内部资源、政策向普惠金融服务领域适当倾斜。

盘古智库高级研究员吴琦告诉时代周报记者,作为企业内对具有独立市场、独立责任和利益的部门实行分权管理的一种组织形式,事业部制发展普惠金融的优势在于责权利划分较为明确,经营自由度和自主性更大。

## 小微企业贷款稳步增加

从数据看,股份制银行在普惠金融方面发力不小。

统计显示,从2006年设立全国第一家小微专营机构开始,截至2017年11月末,浙商银行已设立小企业专营机构132家,小微专业服务团队



逾千人,国际小微贷款余额达1790亿元,占各项贷款30.58%,占比位居全国股份制商业银行的首位。已累计授信服务小微客户超16万户,累计发放贷款超6000亿元,对小微企业、“三农”、扶贫等普惠金融重点服务对象的覆盖面进一步扩大。同期,该行小企业贷款不良率为1.08%,处于同业优良水平。

记者了解到,在小微金服领域,浙商银行围绕小微企业需求特点,已量身定制了40多款产品,从抵押贷款到信用类,从单户服务到供应链金融,从阶段性培育至覆盖全生命周期,不断促进小微企业向中高端价值链迈进。

光大银行提供给时代周报记者的数据显示,截

至2017年三季度末,该行小微贷款余额4056.05亿元,增量达646.36亿元,增速18.96%,高于全行平均贷款增速。

“近年来,光大银行积极加强普惠金融业务职能调整,以客户培育为主线,加强跨部门机制建设,夯实业务发展基础,连续多年完成小微贷款的监管指标,且增量和增速均位居股份制银行前列。”光大银行称。

监管层对此也颇为鼓励。近年来,监管层明确提出要发展普惠金融,今年以来,普惠金融相关政策更是

“高产”。中国银监会主席郭树清也曾明确表示,银行业未来重点支持普惠金融、小微企业融资、三农融资、脱贫攻坚融资、基础设施建设、安居工程重大项目。

银监会数据显示,截至2017年三季度末,全国金融机构贷款(本外币口径)余额122.18万亿元,其中,小微企业贷款余额达到29.66万亿元,占全部贷款的24.27%。小微企业贷款较年初增加2.95万亿元,较上年同期增速15.66%,比全部贷款平均增速高2.61个百分点。

尽管普惠金融发展势头向好,但国际货币基金组织提示,当前中国“普惠金融需要提供更广泛的金融服务,特别是保险和信贷产品。同时,也需进一步提高金融知识普及,特别是在农村,以免投资者被误导”。

## 众诚保险连亏近5亿 粤财信托卖股权净赚两亿

时代周报记者 胡秋实 发自上海

近日,上海灵秀实业以2.02元每股的价格增持众诚保险流通股7500万股,占总股本5%。加上此前上海灵秀收购的1.5亿股,总持股达15%,接替粤财信托成为众诚保险第四大股东。

据时代周报记者统计,众诚保险成立6年来尚未扭亏,合计亏损4.85亿元;2017年前三季度亏损0.12亿元,半年报显示截至上半年综合成本率111.54%。

就在连年亏损的当下,2017年12月13日,众诚保险出资8250万元增资大圣科技,众诚保险大股东广汽集团亦按照股权比例增资至3.375亿元。

然而,5.5亿元的增资计划,乐视并未履行,股权被摊薄,剩余额度要向外引入战略投资者。时代周报记者注意到,在大圣科技的投资审议过程中,众诚保险有董事投出反对票。

众诚保险表示,参股大圣科技带来432万元亏损,随着大圣科技渡过成立初期的亏损期,未来其经营获利将相应增加公司的利润。就有关大圣科技投资事宜,时代周报记者联系众诚保险相关人士,截至发稿前未获回复。

北京有保险业内人士向时代周报记者表示,众诚保险是中小型保险公司,近年来车险业务不好做,综合成本率多数都偏高,大多数公司都在亏损。

### 粤财信托出清股权

早在12月5日,粤财信托与上海灵

秀实业签订股权转让协议,约定粤财信托向上海灵秀分批转让其所持有的众诚保险2.25亿股股票,总价款4.545亿元。此次转让的7500万股完成后,粤财信托完全出清众诚保险。

资料显示,众诚保险于2011年6月成立,是首家总部设在广州市的合资保险法人机构,由广汽集团、粤财信托、粤科金融、长隆集团等发起创立。2015年9月,公司注册资本变更为15亿元。

根据股权结构,粤财信托以2.25亿元投资占众诚保险15%股权,此次以4.545亿元价格出让,交易完成后粤财信托净赚2.29亿元。

据时代周报记者统计,成立于2011年6月的众诚保险至今未能实现扭亏,2011-2016年营业收入分别为0.21亿元、1.22亿元、4.29亿元、6.55亿元、10.15亿元、10.37亿元,净利润亏损0.4亿元、0.58亿元、1.03亿元、1.69亿元、0.82亿元、0.33亿元。近两年的综合成本率123.84%、108.32%。

进入2017年,偿付能力报告显示,前三个季度的保险业务收入分别是2.93亿元、2.92亿元、4亿元;净利润为-0.087亿元、-0.276亿元、0.24亿元;截至三季度末偿付能力充足率为358.72%,二季度风险评估为A。

2017年半年报显示,渠道费用占

比较高是众诚保险的大额支出项,手续费及佣金支出、业务及管理费2.74亿元,占营业收入比例达51.41%,上半年综合成本率111.54%,赔付率为60.5%;投资收益并不理想,投资收益率仅2.49%。虽然营业收入上升6.46%,但是归属公司股东净利润亏损,同比下滑280.74%。投资占比上,众诚保险主要以定期存款及债券为主,占比20.25%、11.37%。股票与基金占比10.18%。

保监会数据显示,众诚保险总保费2014-2016年分别为11.15亿元、10.09亿元、11.78亿元,可见众诚保险总保费增长存在一定瓶颈,徘徊在10亿元左右。

资料显示,众诚保险股东多为广东省本地国企,广汽集团持股20%为第一大股东,并通过旗下子公司广汽零部件有限公司及广汽商贸有限公司又分别持股20%,广汽集团共持股众诚保险60%股权,为实际控制人。不过,众诚保险的经营区域有限,仅广东、上海、浙江、湖南、山东、贵州、福建等省市,在北方市场几乎是一片空白。

众诚保险董事会中,保险科班出身较少,其中,广汽集团执行董事、常务副总经理冯兴亚为董事长,广汽零部件副总经理梁耀华、广汽商贸副总经理胡宇雄也均在董事会担任董事。而众诚保险总经理吴保军也来自广汽集团,原为广汽丰田销售部规划营销部部长。高管中,郑新、屈海文、村上刚等为保险行业出身,担任副总经理等职。

有分析人士指出,保险牌照在国

内资本市场还是比较“吃紧”的,毕竟现在审批牌照难度很大,即便公司连年亏损,但是依旧会有人愿意溢价收购,众诚保险的市盈率也不算高。当然,大多数的投资方是看重保险公司现金流,并不以财务投资为主。

### 增资大圣科技遭董事反对

虽然遭遇连年亏损,众诚保险在新三板发布公告,计划向大圣科技增资。公告称,因经营发展需要,大圣科技拟通过增资扩股的方式募集资金5.5亿元,其中众诚保险按原持股比例向大圣科技投资增缴资金8250万元;而三季度众诚保险净现金流为7356万元,三季度末库存现金及活期存款2.14亿元。

公告显示,大圣科技的增资计划中,广汽集团出资额增至3.375亿元,众诚保险的出资额增至11250万元,而同为发起人的乐视却止步于此,股权也将由40%稀释至14.30%,出资额不变,大圣科技将通过公开挂牌股票的方式征集其他投资者,以补足这剩余的25.7%的股份。

公开信息显示,大圣科技是一家包括汽车维修、买车、租车、换车等一站式服务的汽车互联网生态平台。大圣科技成立于2016年6月份,由广汽集团、乐视控股以及众诚保险共同出资设立,注册资本为2亿元,其中广汽集团出资9000万元,持有45%股权;乐视控股出资8000万元,持有40%股权;众诚保险出资3000万元,持有15%股

比。

相关负责人曾向媒体表示,大圣科技成立后将利用股东方的强势资源和众诚保险在专业汽车保险服务及风险管理上的优势,全面建设“车生活平台”、“整车平台”、“车联网平台”和“汽车互联网创投平台”,推进汽车、保险、互联网的进一步跨界融合,构建新车销售、售后服务、车生活、汽车金融保险等相关业务于一体的互联网O2O生态圈。

众诚保险在公告中表示,参股大圣科技是公司的战略投资项目,该项目有利于公司拓宽销售渠道,提供更好的客户体验,增加客户黏度。本次投资为大圣科技的业务发展提供资金支持。随着大圣科技的业务发展,其经济效益的增强将为公司带来新的利润来源。

半年报提到,大圣科技成立初期需要较高的前期投入,报告期内其经营亏损对本公司利润表影响约为432万元。随着大圣科技渡过成立初期的亏损期,未来其经营获利将相应增加公司的利润。

时代周报记者发现,本次大圣科技投资事项已经董事会会议审议批准,关联董事即冯兴亚、梁耀华、胡宇雄、吴保军回避表决的情况下,表决情况为4票同意、1票反对、0票弃权。

有互联网行业人士对时代周报记者表示,新成立的大圣科技,想依靠广汽的厂商资源将电商渠道拓展开,有一定难度。

## 易方达携手百度发行 易百智能量化策略基金

“如果一个人每天只订外卖,买的就是技术书,那他可能就是单身加班程序员。”类似如此通过细枝末节来推断一个完整的形象,甚至能预测他人行为的福尔摩斯式大数据分析,对大众来说已经不是一个陌生概念了。通过借助大数据的“魔力”获得对未来发展趋势的“预测”,逐渐令近几年的金融市场上涌现出了一大批大数据概念股和概念基金。2017年12月18日起至2018年1月19日,易方达基金携手百度将发行“易百智能量化策略灵活配置基金”(基金代码:A类005437,C类005438)就是一只借助大数据挖掘的主动量化产品。

该产品依托百度提供的特色数

截至今年9月底,我国A股市场已拥有超过3400只股票,面对如此庞大的市场容量,人工交易很难实现全市场的跟踪与监测,这就需要借助量化投资来分析市场数据,及时跟踪发现短期套利、价格错配等交易机会。

据,例如互联网搜索、新闻舆情等,以及百度的数据处理能力,过大数据挖掘和分析技术,并结合易方达基金自主研发的量化策略进行投资组合管理,追求基金资产的长期稳健增值。

据了解,大数据已经上升为国家基础性战略资源,并被列入“十三五”规划的国家发展战略。大数据技术的加速发展,也正逐渐扩散至各个行业领域。而百度作为全球最大的搜索引擎之一,拥有庞

大的数据平台和最强的数据获取能力,有统计显示,百度搜索的单日信息获取量已达到10亿量级。

截至今年9月底,我国A股市场已拥有超过3400只股票,面对如此庞大的市场容量,人工交易很难实现全市场的跟踪与监测,这就需要借助量化投资来分析市场数据,及时跟踪发现短期套利、价格错配等交易机会。同时,量化模型给出的测算结果所构建的投资组合,能从一定程度上弱化个人主观判断以及个人情绪对投资决策的影响。但是,量化策略基金的业绩表现取决于数据源的完整性和多样性,以及所应用的量化选股模型的有效性。

然而,易百智能化的最大特色和优势就是介于大数据和量化模型之间找到平衡。该基金能将百度中出现的搜索关键词、词,以及舆情等特色数据,构造成能反映投资者行为和和市场情绪的“搜索因子”及“舆情因子”,并纳入量化模型,从而获得更多的维度来分析市场、规避投资风险。同时,该基金能借助百度人工智能技术领域方面的优势,结合其在互联网数据挖掘方面的积累,对证券市场相关数据进行深度分析,不断学习、理解市场,在多因子量化选股框架下扩充因子维度,进一步完善量化策略模型,从而对股票超额收益进行预测,并据此筛选具有投

资价值的股票构建投资组合。

易百智能化由官泽帆担任基金经理,他目前管理的易方达沪深300量化增强业绩表现持续优异。Wind资讯显示,截至2017年10月31日,该基金自成立以来累计超额沪深300指数约80.47%;今年以来累计净值增长率30.06%,在全市场股票型基金及混合型基金中均排名居前。

易方达基金拥有长达11年设计、投资、管理运作各类指数、量化产品的丰富经验,一直以来持续布局各类指数量化创新产品,成为行业标杆。Wind资讯显示,截至9月底,易方达指数量化类公募基金管理规模达到514亿元,位居行业第二。

# 渤海银行信托持股难题破解 泛海系金融版图再下一城

时代周报记者 曾令俊 实习生 向海霞  
发自广州

困扰渤海银行多年的信托计划持股问题,近日终得以解决。

12月12日,银监会网站披露,银监会已于11月17日同意泛海实业股份有限公司(以下简称“泛海实业”)受让天津信托有限责任公司(以下简称“天津信托”)持有的渤海银行8.06亿股股份。

批复内容显示,银监会原则同意渤海银行非公开发行约5.95亿股,由各股东参与,渤海银行完成第一轮配股融资,注册资本由50亿元变更为85亿元。

转折发生在第二次增资。2011年,天津信托因为国家有关部门文件规定,不能参与渤海银行第二次增资扩股。2011年3月1日,渤海银行致函天津信托称:“根据国家有关部门文件,贵公司不与我行本次增资扩股工作,请贵公司据此做好此次增资缴款的善后工作。”

此后6年间,信托持股成为渤海银行最头疼的问题。受困于信托持股问题,渤海银行在其提出的一体化解决信托持股问题和增资扩股事宜的原则性方案中明确表示,“在战略投资者先期收购信托受益权,信托持股问题得以解决的前提下,启动第三次增资”。

而在此期间,渤海银行的上市没有实质性进展。渤海银行在其“第二个五年发展战略规划”中将上市列为最重要的战略目标,时任董事长刘宝凤不止一次在公开场合提到渤海银行的上市愿景。据现有规定,拟IPO企业如果有三类股东(契约型基金、资产管理计划和信托计划),需要先清理完三类股东才能上市。

如今,这个问题以泛海实业接手天津信托告一段落。今年2月,泛海实业就向天津信托提出召集受益人大会提前终止信托计划。当时泛海实业作为渤海银行股权投资集合资金信托

计划的受益人之一,已持有信托计划10%以上的信托。

根据日前银监会披露的关于渤海银行股权变更以及非公开发行股票有关事宜的批复内容,泛海实业承接天津信托在渤海银行10%股权,受让合计约8.06亿股股份。并且,银监会原则同意渤海银行非公开发行5.95亿股,泛海实业将认购其中5.64亿股,弥补了在第二次增资扩股中的缺口。

渤海银行股权结构较为分散,并无实际控制人。2016年年报显示,天津泰达投资控股有限公司持有渤海银行25%股份为其第一大股东,渣打银行(香港)有限公司持股19.99%为第二大股东,中海集团投资有限公司持股13.67%为其第三大股东,国家开发投资公司、中国宝武钢铁集团有限公司分别持股11.67%、11.67%为渤海银行第四和第五大股东,天津信托、天津商汇投资(控股)有限公司(天津商汇投资)持股比例分别为10%、8%。

今年上半年,渤海银行启动第三次增资扩股,计划增资扩股额度约为150.06亿元,以每10股配3.45股的方式向该行所有股东进行配售,共增配49.85亿股,配股价格为3.01元/股。

渤海银行的信托问题始于2005年。当时由天津信托发起设立“渤海银行股权投资集合资金信托计划”,募资5亿元入股。信托计划使得有近200自然人通过此信托计划间接成为渤海银行的股东。随后在2010年初,由各股东参与,渤海银行完成第一轮配股融资,注册资本由50亿元变更为85亿元。

渤海银行信托持股问题始于2005年。当时由天津信托发起设立“渤海银行股权投资集合资金信托计划”,募资5亿元入股。信托计划使得有近200自然人通过此信托计划间接成为渤海银行的股东。

渤海银行信托持股问题始于2005年。当时由天津信托发起设立“渤海银行股权投资集合资金信托计划”,募资5亿元入股。信托计划使得有近200自然人通过此信托计划间接成为渤海银行的股东。

渤海银行信托持股问题始于2005年。当时由天津信托发起设立“渤海银行股权投资集合资金信托计划”,募资5亿元入股。信托计划使得有近200自然人通过此信托计划间接成为渤海银行的股东。

渤海银行信托持股问题始于2005年。当时由天津信托发起设立“渤海银行股权投资集合资金信托计划”,募资5亿元入股。信托计划使得有近200自然人通过此信托计划间接成为渤海银行的股东。

渤海银行信托持股问题始于2005年。当时由天津信托发起设立“渤海银行股权投资集合资金信托计划”,募资5亿元入股。信托计划使得有近200自然人通过此信托计划间接成为渤海银行的股东。



200  
自然人

## 泛海系的“新城池”

此次持股渤海银行,是泛海系在银行领域攻下的新一座“城池”。公开资料显示,卢志强是“泛海系”各公司的实际控制人,还拥有全国政协常委、全国工商联副主席、民生银行副董事长、民生人寿副董事长等多个耀眼头衔。

据时代周报记者了解,这些年时间里,泛海系在银行、证券、信托、期货、保险、典当、融资担保、保险经纪等在内的诸多金融领域有所布局。

泛海系曾投资中国银行、交通银行、中信银行、郑州银行,还通过旗下绵阳科技城产业投资基金持有大连银行4.41%股份。另外在官网还显示持股广西北部湾银行6.32%股份,但是去年泛海系将持有广西北部湾银行的2.77亿股股权转让给了巨人投资有限公司,已不再是该行股东。

民生银行是泛海参与并发起设立的,是泛海系银行领域布局的“中心城池”。去年6月,泛海系斥巨资75亿元人民币,增持4.49亿股民生银行,成为第二大股东。在2017年2月20日民生银行召开的2017年第一次临时股东大会上,“泛海系”成功拿下董事席位。

今年5月份,泛海系继续增持民生银行1亿股H股,成为民生银行第二大股东,但数月后华夏人寿也增持民生银行股份,泛海系的座次下滑。截至12

月6日,中国泛海、中国泛海国际投资有限公司、泛海国际股权投资有限公司累计持有民生银行21.93亿股,占其总股本的6.01%。

虽然布局多家银行,但“泛海系”并没有控股任何一家银行。与参股银行相比,泛海系在保险领域的并购更具声势。

2016年10月27日,泛海控股披露,通过参股公司亚太寰宇斥资27亿美元收购纽交所上市的美大型综合金融保险集团Genworth Financial, Inc.的全部已发行股份。Genworth金融集团是美国最大的长期护理保险公司,经营长期护理险、寿险和年金等业务;同时,其也是全美主要的住房按揭保险公司之一,在福布斯全球保险业排名第77位。

此前,早在2015年2月,泛海控股通过间接全资子公司武汉中央商务区建设投资股份有限公司,以17.85亿元收购了民安保险51%股权,并在去年3月份将其更名为亚太财险后,联合其他股东增资至100亿元。

事实上,在过去的五年左右时间里,泛海系一边加码对外收购,一边加速对原有金融业务的整合,确立了“以金融为主体、以产业为基础、以互联网为平台的产融一体化的国际化企业集团”的转型目标,目前已初步完成在金融全产业链的布局。



## 泛海实业接手天津信托

作为一家为数不多的尚未上市的全股份制商业银行,渤海银行的上市进程备受关注,但信托持股问题

# 你的钞票 就是你的选票



专业分析  
更接地气



良心产品  
诚意推荐

假冒伪劣  
统统现形

扫一扫,或优酷网关键字  
搜索“消费最大党”即  
刻观看我们的视频节目

吐槽段子  
信手拈来



# 银华基金员工持股计划落地 公募再添股权激励样本

□ 时代周报记者 宁鹏 发自上海

2017年12月13日晚间,银华基金发布公司股东及出资比例变更的公告,宣布公司的注册资本从2亿元增至2.222亿元,并且新增3家有限合伙企业股东,这三家新股东合计持股9.99%。

接近银华基金的人士告诉时代周报记者,上述三家有限合伙企业的149位自然人股东均为公司内部员工。

这意味着,银华基金的员工持股计划正式落地,公募基金的股权激励再度扩容。

在时代周报记者的采访过程中,多数业内人士对股权激励的积极作用表示肯定。不过,也有业内人士对于股权激励有助于提升业绩的说法提出了质疑,譬如,资深基金研究人士王群航认为,私募基金的股权激励早已泛滥,业绩也不过尔尔。

## 149位员工持股9.99%

为了落实员工持股计划,银华基金进行了增资。

根据股东大会决议,银华基金本次增资完成后,注册资本从2亿元增至2.222亿元,新增杭州银华聚义投资合伙企业、杭州银华致信投资合伙企业、杭州银华汇玥投资合伙企业为本公司股东,合计持股9.99%。

增资完成后,银华基金各股东及出资比例分别为:西南证券股份有限公司44.10%,第一创业证券股份有限公司26.10%,东北证券股份有限公司18.90%,山西海鑫实业股份有限公司0.90%,杭州银华聚义投资合伙企业3.57%,杭州银华致信投资合伙企业3.20%,杭州银华汇玥投资合伙企业3.22%。

据天眼查数据,杭州银华聚义投资合伙企业注册于2017年12月8日,法人代表为王珠林,共有50位自然人股东;杭州银华致信投资合伙企业注册于2017年12月8日,法人代表为姜永康,共有49位自然人股东;杭州银华汇玥投资合伙企业注册于2017年12月8日,法人代表为王勇,共有50位自然人股东。

接近银华基金的人士告诉时代周报记者,上述三家有限合伙企业的149位自然人股东均为公司内部员工,此次增资实质上是银华基金股权激励计划全面落地。

实际上,员工持股方案早已得到了股东方的肯定。9月7日晚间,银华基金的第一大股东西南证券发布公告称,公司于当日召开第八届董事会第七次会议,并以8票同意和1票弃权的表决结果,审议通过《关于银华基金管理股份有限公司员工持股方案的议案》。公告显示,西南证券同意银华基金员工持股方案,并同意授权公司经

理层全权办理银华基金员工持股相关事宜。

风起于青萍之末,2016年8月,银华基金由“银华基金管理有限公司”更名为“银华基金管理股份有限公司”,整体变更为股份有限公司。当时便有业内人士猜测未来可能会实施员工持股等激励措施。

银华基金成立于2001年5月,总经理为王立新。据中基协数据,截至2017年三季度,银华旗下共持有88只基金,公募部分合计1868.57亿元的资产规模,在122家公募基金公司中排第14名;非货币基金部分611.86亿元,在行业中排名第19位;专户部分三季度平均规模为1043.81亿元,在行业内排名第14位;社保及企业年金管理规模在行业内排名第8位。从以上数据来看,银华基金的各项业务,目前均稳居行业第一梯队。

据王立新介绍,此次股权激励计划分配方式对留住顶尖的人才和稳定团队起到比较好的作用。

时代周报记者注意到,此次股权激励计划涉及面非常广,从投研人员到市场人员,从基金经理到中后台员工都涵盖在内,一共有149名员工参与。

接近银华基金人士告诉时代周报记者,此次股权激励计划主要为了留住优秀人才,大概1/3的员工参与,具体入选的标准跟入职年限、职位以及岗位的重要程度相关,持股的比例亦跟贡献相关。

上述人士强调,本次股权激励的幅度并不大,三家合伙企业合计仅持有9.99%的股份,并且该员工持股计

划并非一成不变,未来可能会有新的员工加入,也会有人走。

## 公募激励机制已松绑

曾经有业内人士认为,激励机制的缺失制约了公募基金的发展,导致了大量的人才流失。然而,在过去几年,不少公司试行了股权激励和事业部制,今年甚至出现了全自然人持股的公募基金公司。

2017年3月3日,证监会官网发布公示信息,核准设立凯石基金管理有限公司,注册资本为1亿元人民币。

从凯石基金的股权结构来看,全部是自然人持股。陈继武出资6500万元,占比65%,为第一大股东,李琛出资1540万元,占比15.4%;还有王广国、李国林、陈敏、朱来分别出资490万元,比例均为4.9%。其中,陈继武担任凯石基金法定代表人,李琛任总经理,朱来任董事长。

持有该公司股权的几位自然人,均是在资本市场浸润多年的老将。作为一家新基金公司,凯石基金的高管团队可谓豪华配置,未来的发展则有待市场来检验。

事实上,天弘基金在基金业首开员工持股先河。2014年5月30日,天弘基金发布关于公司注册资本及股权变更的公告。不过,在该公告发布之后,内蒙君正增资款迟迟不能到位,拖延了工商注册变更进程,阿里巴巴被迫提交仲裁。直到



2017年12月15日晚间,银华基金发布公司股东及出资比例变更的公告,宣布公司的注册资本从2亿元增至2.222亿元,并且新增3家有限合伙企业股东,这三家新股东合计持股9.99%。

2015年2月26日,天弘基金才发布股权变更公告称,天弘基金增资扩股相关工商变更登记已经完成。

天弘基金员工参与持股的四个有限合伙企业合计持股比例为11%。从过去几年的净利润来看,在天弘基金赚得盆满钵满的同时,员工亦分享了公司的成长。据内蒙君正年报,2014年天弘基金净利润达到6.32亿元,2015年增至11.25亿元,2016年则增至15.34亿元,更是在2017年上半年实现净利润10.96亿元。

根据以上有限合伙企业的工商资料,天弘基金总经理郭树强对应天弘基金2.4173%的权益,占天弘基金近年来的净利润,可谓收益惊人。

## 股权激励的典型案列

有资深业内人士告诉时代周报记者,倘若说天弘基金净利润的高速增长得益于余额宝带来的成功,那么中欧基金则是通过激励制度变革完成自身蜕变的一个样本。

2014年4月,中欧基金召开股东会,审议通过《关于通过公司实施员工持股计划、进行相应股权变更并修订公司章程的决议》,国都证券和北京百骏投资有限公司分别将各自持有公司10%的股权转让给窦玉明、刘建平、周蔚文、许欣和陆文俊等5名核心员工;其他股东放弃优先购买权,并于2014年4月23日办理工商变更登记手续。

2015年7月18日,

中欧基金再次发布股权变更公告,公司自然人股东窦玉明、刘建平、许欣、周蔚文、陆文俊将其合计持有的20%公司股权全部转让给上海陆亿投资管理合伙企业。至此,中欧基金员工持股计划得以实现。

中欧基金通过股权激励及事业部改革吸引了多位投资大咖加盟,并迅速扩大公司的资产管理规模。2013年,中欧基金还是一家资产规模百亿元左右的中小型公司,在生存线上徘徊。2014年,中欧基金净利润达7067.25万元,2015年则暴增至46113.33万元。

更有知情人士指出,在窦玉明加盟中欧基金之前,持股35%的外方股东意大利意联银行股份有限公司正在寻找退出的机会。然而,股权激励和事业部改革的成效很快兑现,认购外方股权事宜随之不了了之。

从最近几年的数据来看,中欧基金、前海开源等实施股权激励的公司得到了较好的发展。

不过,有业内人士指出,受制于股权的估值等问题,股权激励往往在新公司或者中小型公司里实施较为顺利,行业里与银华基金情况颇为类似的案列为汇添富。

在行业的第一梯队,汇添富较早实现员工持股计划。2015年12月28日,汇添富注册资本由1亿元变更为1.176亿元,新增注册资本由员工持股平台上海菁聚投资管理合伙企业以4.15亿元溢价认购,持股14.98%。事实上,2015年,汇添富净利润已经高达9.4亿元,2016年净利润增至10.4亿元。



# 南方基金“爆款”产品 背后的稳健投资经

17个工作日募集逾52亿元,这是南方优享分红近日交出的首募答卷,这也成为近期基金发行市场上的一道靓丽风景线。

这只是南方基金今年业绩的一个缩影。2017年即将收官,细数各大基金公司的业绩,老牌基金公司南方基金依然取得了优异的成绩。Wind数据显示,截至2017年12月15日,南方基金旗下有超过40只基金今年以来收益超10%,其中有9只基金收益超过30%,如南方品质优选上涨超53%、南方新兴消费增长、南方绩优成长A上涨超35%。

这样成绩的背后与南方基金稳健投资不无关系。对于一家掌管上百只产品,资管规模数千亿的老牌基金公司能有如此稳健业绩实属难能可贵。

南方基金副总经理、首席投资官(权益)史博表示,“南方基金的经营理念是稳健投资、价值投资,因此格外注意给投资者以稳定的回报。公司整个投研队伍都很重视投资的理性,不愿盲目跟随市场短期热点,而是希望判断出企业的中长期价值,以此获取稳定的回报。”

## 爆款产品频出

Wind资讯数据显示,在南方优享分红灵活配置混合基金募资期间,上证综指从3410点回落至3317点,区间指数

跌幅达2.86%。尽管行情震荡,但南方优享分红却逆势大卖,17个工作日募集逾52亿。业内人士分析认为,这与南方基金稳健的投资风格和明星基金经理的加持不无关系。

南方优享分红的拟任基金经理李振兴也是明星基金南方品质混合的掌舵人。Wind资讯数据显示,截至12月15日,由李振兴管理的南方品质混合年初以来的净值增长率为51.94%,在1371只灵活配置混合型基金中高居第四位,远远跑赢同期上证综指的涨幅5.24%。

如果说同门基金靓丽的业绩是吸引投资者购买南方优享分红的直接原因的话,基金经理稳健的投资风格或许才是背后更深层次的内因。复盘南方品质混合的净值走势曲线不难发现,“上涨有力,回撤有度”成为该基金的鲜明投资特色,尤其是对下行风险的控制。

稳健的投资风格源自稳健的投资理念。作为南方优享分红和南方品质混合的基金经理,李振兴过往有着多年保本(避险策略)基金的管理运作经历,在管理三只保本(避险策略)基金时就取得了不俗的投研业绩。多年保本(避险策略)基金的管理经历造就了李振兴注重追求绝对收益和控制回撤的稳健投资风格。也正是对稳健投资理念的坚持和完善,才造就了南方品质混合基金的靓丽

业绩,得到了广大投资者的高度认同,进而带动了南方优享分红的热销。

2017年10月份刚成立的南方全天候策略基金同样是一只主打稳健牌的低风险型基金,而该基金同样以一场大卖结束首募。10个工作日募集超33亿元,成为国内首只公募FOF基金。

成立以来近两个月,FOF短期业绩已开始崭露头角。根据天天基金网数据,共有8只公募FOF基金(A类、C类分统计)公开了短期业绩。截至12月8日,南方全天候策略(FOF)A近一个月的收益是0.23%。

“我们为FOF的诞生做了充足准备。”南方全天候策略(FOF)基金经理夏莹莹表示,南方基金2016年专门成立宏观研究与资产配置部,并且,2016年就与国际权威评价机构晨星中国达成深度合作协议。

史博认为,公募FOF未来发展前景广阔。公募FOF可以进行分散化的投资,通过专业方式帮助投资者选择一批基金经理,同时考虑投资者自身的风险特征,能够与客户需求更好地匹配。从全球来讲,FOF也是长期投资资金,尤其是养老金、国外401K等主要的投资方式。

## 坚持稳健投资

这只是南方基金稳健投资的一个

缩影。在海通证券10月份发布的基金公司业绩排名榜显示,截至2017年9月底,南方基金旗下主动权益类基金今年以来的平均单位增长率为12.30%,在行业102家可比基金公司中位列第27位,在前十大基金公司中位居第2(前十大基金公司规模数据截至2017年三季度);其最近三年的平均增长率为76.73%,在72家可比基金公司中位居第12,在前十大基金公司中高居第1;拉长年限来看,其最近五年的平均增长率为115.65%,在68家可比基金公司中位居第26,在前十大基金公司中排名第1,展现出短中长期稳健的投入研究。

中长期稳健也意味着不追求短期内的收益。史博表示,一个行业短期内的变化并不是最重要的,主要看好其长期发展。对于一家公司的判断则主要取决于公司的成长性。

史博比较注重理性分析、基本面分析,他并不是单纯买便宜的股票,而是希望通过基本面分析,深刻认识行业发展趋势和公司发展趋势。这种长期投资的视角,让史博在十余年的投资生涯中,有过很多成功的投资案例,包括持有几年获益10倍的股票。

Wind数据显示,截至2017年12月19日,史博管理的南方绩优成长今年以来上涨35.39%,排名同类前10%,成

立以来累计上涨380.58%,年化收益15.19%,南方新优享成立以来年化收益27.18%,今年以来收益29.76%,排名同类前5%。

过去五年间,在波动较大的市场环境下,稳健理财成为广大投资者的迫切需求。那些能够给投资者带来幸福感的基金产品也越发受到投资者的喜爱和追捧。基于此,用稳健的投资理念打造业绩相对稳定的基金产品,以满足客户对稳健理财的需求已成为南方基金近年来的发展重点。

事实上,作为公募基金行业的开拓者和领先者,南方基金成立19年多来一直坚守稳健投资、价值投资的风格。稳健已经成为南方基金重要的标签和品牌特质。南方基金强调绝对收益和控制回撤,希望通过把基金打造成收益稳健、波动较小的“类固收”产品,赢取投资者的支持与信任。

在此理念指导下,南方基金近两年来业绩亮点频出,为投资者赚取了不菲的收益。数据显示,作为“老牌公募劲旅”,南方基金整体盈利实力持续优秀,近五年(2012-2016年)为投资者赚取的利润累计达到660.23亿元,近三年(2014-2016年)累计超过514亿元,累计分红超900亿元。

(文/令俊)



视觉中国 供图

# 兴业证券推80亿定增案 过半砸进自营业务

时代周报记者 盛满岚 发自上海

12月19日,兴业证券推出定增预案,拟非公开发行A股股票数量不超过12亿股,预计募集资金总额不超过人民币80亿元。扣除发行费用后,募集资金将全部用于增加公司资本金,补充公司营运资金,扩大公司业务规模,提升公司的市场竞争力。

募集资金的各主要用途拟投入金额具体为,融资融券业务拟投入金额不超过10亿元,股票质押式回购业务拟投入金额不超过30亿元,自营业务拟投入金额不超过60亿元。上海一家大型私募合伙人对时代周报记者表示,对于自营业务投入绝大部分的定增资金,“一方面兴业证券对自己的投研能力有信心,今年这块业务也确实做得比较好;另一方面应该也是看好明年的市场。”

值得注意的是,这已经是年内第五家推出定增方案的券商,在此之前,已经有华泰证券、国元证券、申万宏源证券和东方证券发布了定增方案,5家券商合计募集资金为617.24亿元,是去年的三倍。加上此次兴业证券的80亿元定增案,今年券商定增预案总额接近700亿元。

同时,就在上个月底,兴业证券刚刚经历了换帅,董事会选举杨华辉为新一届董事长,杨华辉的接棒也标志着兴业证券将迈入新时代,而此次定增案也是新掌门人向公司“第二个五年计划”迈进的必经之路。

## 奔向行业前十

兴业证券表示,公司本次非公开发行A股股票相关事项已经获得公司

第五届董事会第二次会议审议通过。根据有关法律法规的规定,本次发行尚需公司股东大会批准及通过证监会核准后方可实施。

此次定增案是向兴业证券第二个五年战略规划目标迈进。2016年,兴业证券制订了《兴业证券五年战略规划纲要(2016-2020)》,提出在2020年综合实力进入行业前十位。截至三季度末,兴业证券净资产总额为358亿元,在行业中排名大概第15位(紧随方正证券380亿元、中金363亿元之后)。从各项业务来看,兴业证券研究业务和机构服务跻身行业第一梯队,证券投资和投行业务已进入行业前十。

兴业证券目前的净资产规模较排名第十位的证券公司有约150亿元的差距,补充80亿元定增资金后,兴业证券净资产将达到438亿元,增幅为22%。

目前,该定增案获得大股东支持。公告表示,公司控股股东福建省财政厅拟认购兴业证券本次非公开发行的股份数量不少于本次发行总量的20%,且认购金额不超过人民币16.3亿元。本次非公开发行不会导致公司控股股东及实际控制人发生变化,亦不会导致公司股权分布不具备上市条件。发行完成后,福建省财政厅持股比例为20.22%,仍为公司的控股股东。

实际上,这并不是兴业证券今年第一次筹划定增。历史资料显示,今年2月17日盘后,兴业证券先后发布两份公告,第一份公告表示,因筹划非公开发行股份事项,公司股票将于2月20日起停牌。

不过,在提交上述申请后,证监会发布《发行监管问答——关于引导规范

上市公司融资行为的监管要求》,其中要求“本次发行董事会决议日距离前次募集资金到位日原则上不得少于18个月”。而兴业证券的上一次大额融资发生在2016年1月初,彼时共配股融资了120亿元,尚不足18个月。因此,兴业证券对照上述监管要求逐项自查,认为公司不符合,随后在第一份公告发布三小时后发出第二份公告,决定终止筹划本次非公开发行股份事宜。

如今,距离上次融资已超过18个月,兴业证券的定增计划如期进行。申万宏源分析师王丛云认为:“由于资本实力是证券公司各项业务发展的基础,因此未来几年预计公司仍将做大做强资本实力,若此次定增完成,公司合并报表归母净资产将超过400亿元,有助于公司积极应对行业日趋激烈的竞争。”

值得注意的是,兴业证券已是年内第五家推出定增方案的券商。其余四家分别为华泰证券、国元证券、申万宏源证券和东方证券。从募集资金来看,华泰证券是今年的券商“定增王”,募集资金为255.1亿元,也是近两年来上市券商发布的规模最大的定增方案;申万宏源和东方证券均募集不超过120亿元,国元证券最小,募集资金为42.14亿元,5家券商合计募集资金为617.24亿元,是去年的三倍。加上此次兴业证券的80亿元定增案,今年券商定增预案总额接近700亿元。

## 净资本饥渴症

券商的大额定增背后,都是对净资本的渴求。而净资本是证券公司未来发展的关键因素,国内目前以净资本为核心的监管体系下,公司扩大传

统业务优势,开展创新业务,开发创新产品,都需要有雄厚的资本金支持。

根据公告,兴业证券此次80亿元定增,扣除相关发行费用后,将全部用于增加公司资本金,补充公司营运资金,扩大公司业务规模,提升公司的市场竞争力。

兴业证券表示,本次募集资金主要用于三个方面。具体为扩大融资融券业务规模;扩大股票质押式回购业务规模;扩大自营业务规模,包括增加权益类投资、固定收益类投资、证券衍生品投资等业务规模。公开数据显示,今年上半年,兴业证券公司融资融券余额达111.72亿元,排名行业第18位。报告期末待回购交易金额达423.95亿元,较年初增长63.39%。证券自营投资收益和公允价值变动合计17.06亿元,同比增长222.1%。

太平洋证券分析师孙立金指出,“融资主要用于资本消耗性业务,向下扩大利润基础,向上增加资本回报率。信用类业务,包括两融和股权质押式回购,主要赚利差,有利于提高业绩的基数,增加公司整体经营的稳健性。自营规模扩大,当市场机会来临时,公司捕捉市场机会的机动能力大幅提升。”

而募集资金的各主要用途拟投入金额具体为:融资融券业务拟投入金额不超过10亿元,股票质押式回购业务拟投入金额不超过30亿元,自营业务拟投入金额不超过60亿元。

其中,对自营业务的拟分配金额高达60亿元,而全部的定增资金总额为80亿,也就是说最高75%的资金将投入自营业务,而这在以往的券商定增案中并不常见。



在此之前,已经有华泰证券、国元证券、申万宏源证券和东方证券发布了定增方案,5家券商合计募集资金为617.24亿元,是去年的三倍。加上此次兴业证券的80亿元定增案,今年券商定增预案总额接近700亿元。

进入第三季度后,季报显示,1-9月兴业证券投资收益24亿元,其中,第三季度单季度实现7.26亿元,环比虽有回落,但前三季度同比依然大涨84.38%,年化收益率为+5.71%。占整体营收占比接近40%,可以说,无论是同比增幅还是收益率都远超同业。天风证券分析师王茜认为,“80亿元非公开发行若完成,将大幅提升公司净资本实力,提升公司的核心竞争力。我们持续看好公司作为核心竞争力的投资研究和投资管理能力的提升,在当前市场环境下能够为公司创造稳定营收和业绩的能力。”

# 金融科技催生淘汰赛 中小银行抱团取暖

时代周报记者 罗仙仙 发自深圳、广州

“2018年将撤掉所有营业部一半的人工柜台。”李毅所在的河南某城商行支行行长在年终总结会的一句话,成了她心里郁郁的一个结。

作为一个“老柜员”,李毅在该城商行工作近十年,存取款、挂失补、存单转账等业务的办理已经成为她条件反射似的动作和流程。“人工柜台被撤销后,智慧柜台将承担起办理办卡、挂失、更换预留手机号、维护客户信息以及部分的现金业务。”李毅在电话采访中告诉时代周报记者,她也将走出巨大的防弹玻璃,在营业部的大厅中成为客户经理或产品经理。

如果完成转岗,如何保证稳定的薪水是她面临的重大问题。“转到业绩导向的岗位,对我这样的柜员来说是严峻考验,转向失业也不是不可能。”李毅担心。

截至今年6月末,中行智能柜台投放达11245台,较去年的增加率为4344.66%,而农行在网点共投放3.6万台“超级柜台”,覆盖大约90%的物理网点。

从银行的层面来看,这场看似残酷的内部淘汰赛,实则是银行本身在避免被淘汰的行为。

“金融科技取代简单的人工行为是必然趋势,尤其是银行柜员这个基础层面。”河北金融学院教授互联网金融经济学者赵永新向时代周报记者表示。智慧柜台的普及,仅为银行在金

融科技竞争的一小部分。赵永新表示,银行金融科技包括了互联网、移动互联网、大数据、云计算、人工智能、区块链等内容,“每一项科技手段对银行的业务影响都不同,都在重塑传统银行的金融业态。”

## 大小银行间的“马太效应”

银监会信息科技部主任李丹透露,2016年城商行科技投入同比增长18%,农村中小型金融机构科技投入提高了19%;同期全国城商行网上银行和手机交易同比增长34%和173%,农村中小机构网银和手机银行组上分别达到了10%和63%。

一些规模较大的股份制银行,甚至率先试水金融科技的应用。例如,平安银行从国内外顶尖互联网公司引进了将近300名互联网人才,组建了一个1800人的零售专属IT团队。而率先试水职能投顾的招商银行,在相关服务摩羯智投开发期间,投入的直接和间接成本达到7亿-8亿元。

尽管如此,城商行、农商行等中小银行在竞争中依旧处于弱势。以近几年被视为探索金融科技重要尝试的直销银行为例,截至今年8月末,国内开设独立直销银行APP应用的银行已达105家,其中城商行、农商行、农信社占比达88.6%。

甘肃银行相关人士在对时代周报记者的书面回复中表示,以余额理财和在线投融资为主打产品的直销银行,上线至2017年6月末客户为20万。而

民生直销银行目前客户数已突破1000万;兴业银行直销银行注册客户数超过240万,客户综合金融资产超过3000亿元。

“中小银行在技术实力的方面本身处于弱势,导致新产品的研发能力、市场竞争不足,‘马太效应’之下,与大型银行的差距越拉越大。”河北金融学院教授赵永新认为。

中小银行互联网金融联盟办公室主任蒋疆军向时代周报记者表示,“金融科技的底层技术需要大量的资金,其次是人才问题,位于二三线城市甚至是县域的中小银行与金融科技人才的集中地相悖。”

除了自身发展力不足,同时还面对来自国有大银行的竞争挤压。今年,建设银行、工商银行、农业银行、中国银行等四大国有银行先后与阿里、京东、百度、腾讯牵手,实质性合作一步步推进。其中,继百度金融与农行推出“AB贷”后,11月27日京东与工商银行也推出了产品“工银小白数字银行”。

赵永新表示,“大银行拥有较大的数据量,就可以此作为资本,与互联网巨头们的数据进行互换,有了大数据做支撑,在产品创新、风险管理等方面就会有强大的优势。”

## 抱团能否取暖

截至2017年6月,中小银行的整体资产规模超过65万亿元,占整个行业资产近40%。尽管如此,中国银行业协会秘书长黄润中曾指出,银行业数字

化的转型过程中正在运用科技,这对于商业巨头来说,其既有时间的积累也有充足的资本实行,但中小银行往往不具备这样的条件。

面对共同的压力,一些中小银行开始寻求抱团取暖。时代周报记者注意到,“联盟合作”似乎是中小银行普遍选择的方式。2013年,65家中小银行倡议成立了一个俱乐部,至今成员行已经增至142家,其中绝大部分为城商行与农商行;山东城商行合作联盟是由银监会批准设立,15家城商行联合组建,经营范围包括银行IT系统开发、数据运营维护、支付结算、金融产品研发等。

不久前,在深圳成立中小银行互联网金融(深圳)联盟,200多家分散在全国各省、市、县、乡镇的中小银行参与其中,而前身为平安金科的金融壹账通将以金融科技输出平台的身份,通过联盟输出技术和服务。

蒋疆军在采访说道:“资本充足率危机与互联网快速转型的压力摆在眼前,中小银行的领导们普遍都认识到问题,接下来就是大家怎么抱团取暖。”

赵永新表示,目前中小银行在技术、产品、业务方面的合作才刚刚开始,“打通各家银行后台的数据,这样的合作需要一个过程。”

山西某城商行分行不愿具名的人士告诉时代周报记者,早在2015年底,其所在的银行就在客户信息维护的智慧柜台推出指纹授权,在与大型银行合作后,预计明年将更新为人脸识



2016年城商行科技投入同比增长18%,农村中小型金融机构科技投入提高了19%;同期全国城商行网上银行和手机交易同比增长34%和173%,农村中小机构网银和手机银行组上分别达到了10%和63%。

别授权。另一方面,中小银行往往会选择金融外包服务来弥补在部分业务上的不足。据统计,2016年国内主要银行科技投入方面,外包同比增长接近35%。

“中小银行有品牌、资金以及线下渠道优势方面,而互联网公司在线上渠道、技术优势以及灵活的服务和产品上有优势,双方可以实现共赢。”上述城商行人士表示。

蒋疆军作为金融科技输出的输出方,在与中小银行合作中她对中小银行的积极态度感到惊喜,“中小银行对自己认可的产品十分积极,产品的接受度非常开放,中小银行与金融科技之间似乎就有天然的认同感。”

据艾瑞咨询的统计数据,去年中国网络资管规模超过2.7万亿元,网络信贷余额超过1万亿元。在这些业绩的背后,潜藏着更大的业务空间。艾瑞咨询预计,中国互联网金融核心业务市场规模将在2020年超过12万亿元,同时金融科技将更多地参与到优质资产生产的过程中。

蒋疆军建议:“从目前来讲,中小银行所面临的压力都存在,如何利用自己当地的特色和优势去提升能力,不一定要大而全,但是要适合当地特色、能健康发展的模式。”

在柜台业务的岗位上带过十几批实习生的李毅,依旧对未来的工作忧心忡忡,用她的话说,转岗后要学营销、要学懂新机器。

(文中李毅为化名)

# 保监会清退违规股权 昆仑健康七股东被责令出局

□ 时代周报记者 胡秋实 发自上海

12月15日，保监会发布撤销行政许可决定书，责令昆仑健康多家股东清退违规所得股权，并且在三个月内引进合规股东，相关投资人和中介机构被列入市场准入黑名单。

早在今年2月，有媒体质疑昆仑健康系“佳兆业郭英成家族”实际持有，持股比例达到50%；保监会两次询问此事，昆仑健康均矢口否认。不过，保监会经过调查，认定该公司在股权结构问题上“撒谎”。

数据显示，昆仑健康成立于2005年底，成立10余年来分支机构较少，总保费规模而言在国内属中小型险企。2017年前三季度，昆仑健康合计亏损5.82亿元，并且万能险占比比较高。

据了解，针对股权违规问题还将会有更多动作。保监会表示，近期以来在严格股权监管，强化穿透性审查，查实部分公司股东存在代持、隐瞒关联关系等违规问题。

时代周报记者联系昆仑健康董事会办公室，截至发稿，对方并未给予答复。

北京有保险业人士向时代周报记者表示，昆仑健康的股权清退问题，在后期监管预计还会有多家相似案例，险企的代持问题恐将无所遁形。由于保险牌照热度依旧很高，被清退的股东或许能赚取一定溢价。

## 涉嫌佳兆业家族

保监会公告称，经查，深圳市宏昌宇企业管理咨询有限公司等7家公司在投资人入股昆仑健康、申请相关行政许可过程中，提供虚假财务报告，作出资金来源为自有资金、股东之间无关联关系等不实陈述，存在编制提供虚假材料的行为。

因此，撤销《关于昆仑健康保险股份有限公司变更股东的批复》《关于昆仑健康保险股份有限公司变更注册资本的批复》等有关增资入股的批复。

同时，保监会责令昆仑健康三个月内引入合规股东，在引进完成前不得向违规股东退还投资资金，确保公司偿付能力充足，维护公司稳定经营，切实保护投保人利益。

早在2016年12月，西藏恒实投资、福建清科投资将所持股权转让给深圳市宏昌宇企业管理咨询有限公司、深圳市正莱达实业有限公司、深圳市正远大科技有限公司、深圳市泰腾材料贸易有限公司，股权变更后，前述4家企业持股比例分别为10.3%、7.68%、7.44%、5.54%。

2017年2月，有媒体报道称，昆仑健康系“佳兆业郭英成家族”实际控制的企业，2016年底新加入的4家股东与第一大股东福信集团合计持股昆仑健康50%。新增4家公司实际控制人或高管，存在与佳兆业及其关联公司工作人员重名的现象。

2月17日、3月1日，保监会先后向昆仑健康下发询问函，针对2016年12月变更的4家股东，是否与佳兆业郭英成家族有关进行询问；保监会还要求，说明公司股东宏昌宇、正莱达实业、正远大科技、泰腾材料贸易近三年的主营业务情况、财务状况以及入股昆仑健康险的详细资金来源，提供上述4家公司每一级股东的基本情况。

昆仑健康回复称，4家股东之间不存在关联关系；4家股东与“佳兆业郭英成家族”无关，且上述各方股东的入股资金均来源于企业的自有资金，并非来源于“佳兆业郭英成家族”下属企业或其关联方。

佳兆业同样矢口否认。8月29日，在香港举办的佳兆业2017年中期业绩发布会上，佳兆业董事会主席郭英成首次正面面对持股险公司发声：“我个人和佳兆业没有持有任何保险公司的股份。”

在最新公布的三季度偿付能力报告中，昆仑健康也依然表示，“股东无关联方关系”“公司股权结构较为分散，不存在控股股东或实际控制人”。

不过，根据保监会公告中显示，保监会经过检查认定昆仑健康7家股东在投资昆仑健康的过程中，存在虚假材料、股东之间关系不实等问题，认定昆仑健康在股权结构问题上撒谎。保监会还将相关投资人和中介机构列入市场准入黑名单。

昆仑健康对此发表声明：“保监会发布了对我公司的《撤销行政许可决定书》，我公司完全尊重并高度重视有关监管决定，将认真贯彻落实监管决定，协调股东严格按照监管要求执



2月17日、3月1日，保监会先后向昆仑健康下发询问函，针对2016年12月变更的4家股东，是否与佳兆业郭英成家族有关进行询问。

行。”

昆仑健康称，目前，公司经营正常、稳定，偿付能力充足，业务发展状况良好，股东变动不会给客户利益造成损失，亦不会给合作渠道造成不利影响。

## 清退违规股权开闸

公开资料显示，昆仑健康于2005年12月29日在北京成立，经保监会正式批准，发挥保险的社会风险管理、经济补偿和资金融通功能。不过成立已12年的昆仑健康，分支机构涉足的省市较少，仅北京、上海、广东、浙江、山东5个区域。

保监会数据显示，今年1-10月昆仑健康原保险保费收入、保户投资款新增交费分别为13.57亿元、17亿元。2014-2016年，昆仑健康原保费收入分别为0.9亿元、13.6亿元、2.01亿元；而投资类的万能险分别为19.37亿元、27.1亿元、42.14亿元。

虽然昆仑健康作为首批健康险企业，但是近年来万能险占比比较高，进入2017年，昆仑健康有意压缩了万能险的规模，不过依然还是占比超过50%。

净利润方面，昆仑健康今年持续亏损，一季度、二季度、三季度净利润均为负数-2.58亿元、-1.48亿元、-1.76亿元，而现金流在二季度出现负数，不

过进入三季度，现金流开始回归正数，为4.71亿元。

过去三年中，昆仑健康2014年营业收入3.2亿元，净利润亏损6315万元；2015年营业收入9.3亿元，净利润1.5亿元；2016年营业收入15.4亿元，净利润890万元。

保监会针对国内市场上代持问题，进行股权清退的大幕已经开启。

保监会在此次公告中提到，近期以来保监会严格股权监管，强化穿透性审查，穿透资金来源，加强入股资金真实性审查；穿透股东资质，加强投资人背景、资质和关联关系穿透性审查。组织开展了覆盖全行业的保险法人机构公司治理现场评估，查实部分公司股东存在代持、非自有资金出资、隐瞒关联关系等违规问题。

目前，正在第二次征求意见的《保险公司股权管理办法》规定，保险公司单一股东持股比例不得超过公司注册资本的三分之一。但是，隐瞒代持问题，以错综复杂持股关系掩盖关联关系，规避了对该管理办法中提到的持股不得超过三分之一。

今年10月以来，保监会多次下发监管函，昆仑健康便在第三批监管函当中出现。彼时，保监会表示，昆仑健康在“三会一层”运作、合规与内控管理、关联交易等方面存在问题。

而据时代周报记者了解，目前存在违规持股问题的企业并非昆仑健康一家，未来因股权存在违规问题的企业将有多家被进行处置。

《保险公司股权管理办法》二次征求意见稿也表示：“被保监会撤销行政许可的保险公司投资人，应当按照入股价格和评估价格的孰低者退出，这部分股份可以由保监会指定的机构承接。”

上述北京保险业人士向时代周报记者表示，股权强制退出已开先例，从保监会的态度看，后期再出现强制退出的情况也不足为奇了。

# 最严子公司新规倒计时 广发、汇添富增持子公司股权

□ 时代周报记者 宁鹏 发自上海

12月15日，汇添富基金、广发基金同时发布子公司股权变更公告，调整持有子公司的股权结构。

汇添富相关人士告诉时代周报记者，此次增持子公司股权主要为满足子公司新规中“强化母公司管控，要求基金管理公司对子公司的控股比例不得低于51%”的要求。

股权变更完成后，汇添富基金持有子公司汇添富资本的股权将上升至75%，广发基金持有子公司瑞元资本的股权将上升至52.3936%。至此，两家基金公司持有子公司的股权终于满足“基金管理公司对子公司的控股比例不得低于51%”的监管要求。

## 新规过渡期仅剩半年

2016年12月15日，证监会发布的《基金管理公司子公司管理规定》《基金管理公司特定客户资产管理子公司风险控制指标管理暂行规定》(以下简称“子公司新规”)正式开始施行。

子公司新规着眼于提高基金子公司的内部治理水平，重点加强对基金子公司的业务范围、组织架构、利益冲突管控等方面的规范，具体包括：强化母公司管控，要求基金管理公司对子公司的控股比例不得低于51%；完善子公司内部控制；支持子

18个月

按照子公司新规要求，新规自2016年12月15日起施行，并且给予18个月的过渡期。目前，新规正式实施已满一年时间，过渡期仅剩6个月的时间，各家基金公司清退旗下作为股权激励平台的子公司股权已经进入倒计时状态。

公司规范发展，子公司组织形式拓宽为公司法人，不再限于有限公司，便于子公司通过股权融资等方式补充资本。

经过长达100多天的征求意见，子公司新规方得以出台，两部法规文件勾勒出基金公司子公司全新的监管框架。

事实上，本次汇添富和广发的增持子公司股权都是为了满足子公司新规提出的监管要求。

公告显示，汇添富已受让宝矿国际贸易和福建七匹集团分别持有的汇添富资本15%、10%的股权，股权变更完成后，汇添富资本的股权结构将变为：汇添富基金持75%，宝矿国际贸易持15%，福建七匹狼持10%。

广发基金公告显示，广发基金已经受让普宁市信宏实业投资、珠海横琴新区南星投资、珠海横琴新区朝晖投资和珠海横琴新区海川投资分别持有的瑞元资本10%、1.6295%、0.9023%、0.8618%的股权。股权变更后广发基金将持有瑞元资本53.3936%的股权。

广发基金内部人士告诉时代周报记者，除了满足母公司的控股比例要求以外，此次增持子公司股权，还包括了对于员工持股计划的清理。基金子公司新规要求，基金管理公司从业人员不得在子公司参

股，子公司实行专业人士持股计划应仅限于本公司人员。

在此之前，业界对于满足母公司的控股比例已有动作。作为新三板唯一一家挂牌的基金公司，中邮创业基金于5月16日召开股东大会，审议通过多项议案，其中《关于受让庆鼎鑫所持首善光控资产管理有限公司6%股权的议案》获得审议通过。如果该议案获得实施，中邮创业基金持有首善光控资产的股权比例将由目前的45%上升到51%，从而达到子公司新规的要求。

2016年12月15日，被业内称为“史上最严新规”的基金子公司新规正式落地。新规规定，基金管理公司从业人员不得在子公司参股，子公司实行专业人士持股计划应仅限于本公司人员，基金公司持有子公司的股权比例应当持续不低于51%。

按照子公司新规要求，新规自2016年12月15日起施行，并且给予18个月的过渡期。目前，新规正式实施已满一年时间，过渡期仅剩6个月的时间，各家基金公司清退旗下作为股权激励平台的子公司股权已经进入倒计时状态。

## 员工股权激励平台逐一清理

在子公司新规实施一年之际，母公司核心员工通过基金子公司持股以实现股权激励的做法，正在遭遇加速清理。

12月2日晚间，易方达基金公司在深交所发布公告称，公司已受让广东易兆恒投资有限公司和广东易宏冠投资有限公司分别持有的易方达资产管理(有限合伙)35%、25%的股权，收购完成后易方达基金全资控股子公司。这也意味着，当初曾作为母公司核心员工股权激励的两个平台目前已完成清理。

四年前，易方达资产曾以高达60%的股权激励机制引发业内高度关注，易方达资产成立之初，易方达基金仅持股40%，易方达基金部分监事、高级管理人员及从业人员出资成立的广东易兆恒投资有限公司持有35%的股权，时任易方达基金董事长叶俊英、现任总经理刘晓艳均持有广东易兆恒投资10%股权，易方达资产董事长、总经理及其他骨干员工出资成立的广东易宏冠投资有限公司持有25%的股权。

值得注意的是，易方达两个股权激励平台里的子公司员工持股计划亦同时遭到清理。

早在2017年1月份，新华基金发布公告称，新华基金总经理张宗友和督察长齐岩已将持有的北京陶富投资管理有限公司(新华基金子公司北京新华富时资产管理(有限合伙)的全部股权予以转让，从而不再直接或间接持有北京新华富时资产管理有限公司的股权。新华基金也成为子公司新规实施之后第一家对基金公司员工持有子公司股权实施整改的公司。

2013年6月19日，广发基金公告称，获准设立子公司瑞元资本管理有限公司(下称“瑞元资本”)，业务范围是为特定客户资产管理业务以及中国证监会许可的其他业务，注册资本5000万元，其中广发基金持有55%的股权，普宁市信宏实业投资有限公司持有15%的股权。

此外，广发基金董事、监事、高级管理人员以及其他从业人员出资设立的珠海横琴新区富盟投资管理合伙企业(有限合伙)、珠海横琴新区志勤投资管理合伙企业(有限合伙)、珠海横琴新区南星投资管理合伙企业(有限合伙)、珠海横琴新区朝晖投资管理合伙企业(有限合伙)、珠海横琴新区海川投资管理合伙企业(有限合伙)等5

家企业合计持有30%的股权。广发基金副董事长、总经理林传辉兼任瑞元资本董事长，广发基金副总经理易阳兼任瑞元资本董事。

天眼查信息显示，瑞元资本曾在2015年5月19日实施一次增资，注册资本增加到7500万元，上述各股东的持股比例发生了一些变化。

不过，与易方达的全部清理方式不同，瑞元资本在清理掉母公司核心员工持股的同时，保留了子公司员工股权激励。

广发基金内部人士告诉时代周报记者，基金子公司股权回购价格不存在溢价，基本以每股净资产价格回购，与购买基金等净值型产品类似，再扣掉个人所得税和印花税等。

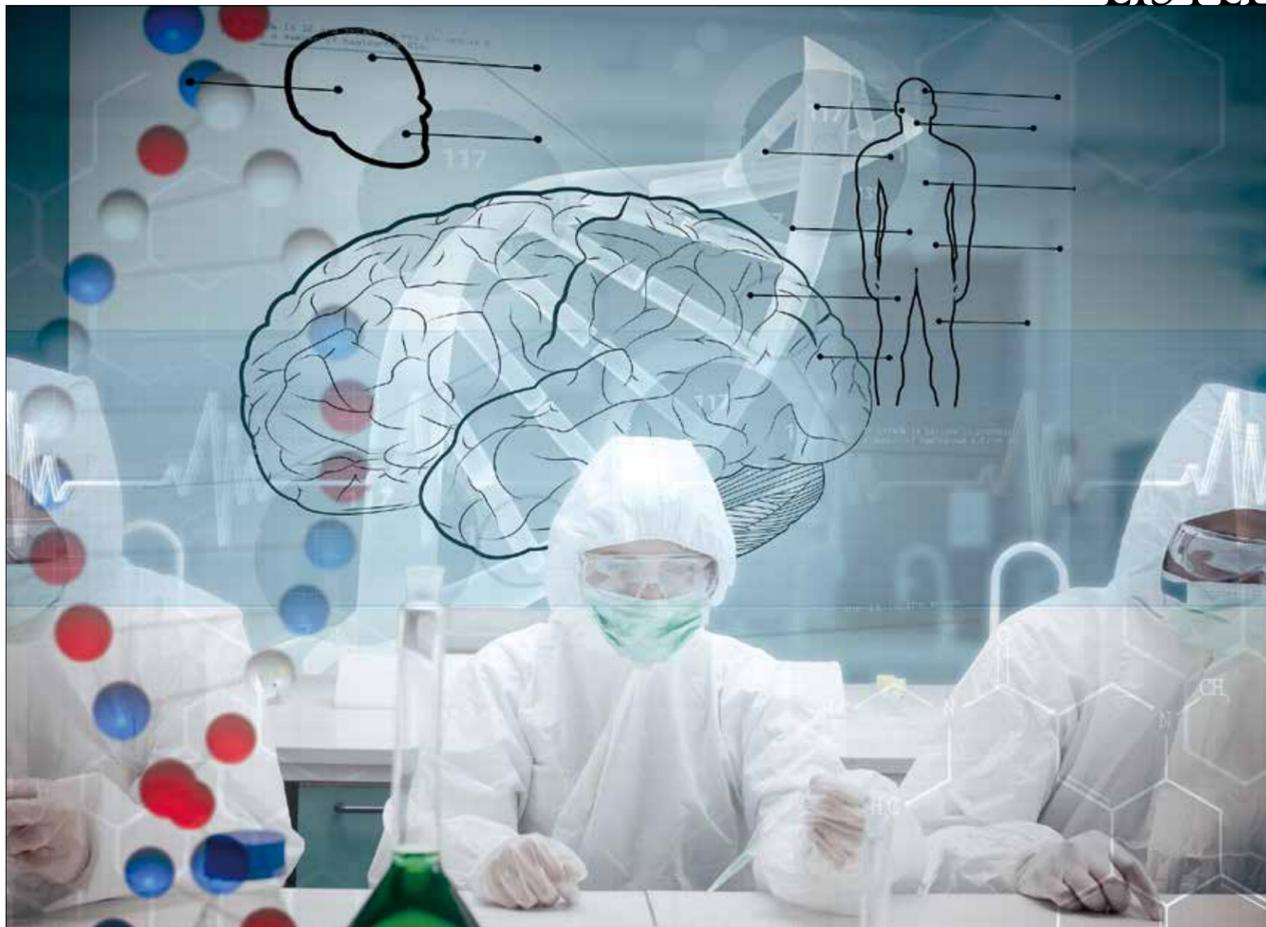
“当时签合同的时候已经约定，如果遇到不可抗力，应该无条件按照净资产进行回购，”据上述人士回忆，此次增持子公司股权准备时间颇久，“先做方案，再到监管部门备案，监管核准后再公告，也准备了几个月了。”

实际上，除了上述公司以外，还有两家大型基金公司的员工持股平台待清理。其中，银华基金旗下子公司银华财富资本管理(北京)有限公司最初成立时注册资本2000万元，银华基金100%持股。2014年4月银华基金公告，银华财富资本管理(北京)有限公司注册资本由2000万元增加至3920万元，同时引进4家新股东。而这4家有限合伙企业的新股东便是银华基金员工持股平台。

不过，银华基金近期已在母公司平台实现股权激励，或是为了替换即将面临清退的子公司员工股权激励平台。

截至发稿，除了银华财富之外，大型基金公司中还有嘉实资本的基金子公司员工股权激励平台有待清理。





## 吃下医药流通 超百亿订单 康美药业抢夺 医改红利

时代周报记者 吴绵强 发自广州

拥有千亿市值的中药材巨头康美药业(600518.SH),正积极与实力雄厚的医药流通巨头PK。近日,其连续中标广东省医疗机构药品配送项目,从国药、华润等“国字号”医药央企手中分得一杯羹。

12月18日,据媒体报道,根据招标机构日前公布的信息显示,康美药业最近成功中标广东多家医疗机构项目,合同期内订单总额将超过100亿元。

当晚,康美药业发布澄清公告予以证实。招标结果显示,康美此次中标了两大项目,分别为广东省中医院药品供应链延伸服务项目合同,服务期限5年合计约25亿元;揭阳市直公立医疗机构药品及医用耗材物流服务项目,服务期限10年合计约80亿元。

“这是(康美)产业集群的必然。”12月19日,康美药业不愿具名的内部人士告诉时代周报记者。

作为康美药业董事长、实际控制人,马兴田这位潮汕医药大佬看中的不只是中药材市场,更是在深化医疗体制改革的背景下不断释放的巨大改革红利。

近年来,康美药业不断加大拓展步伐,并拥有对地方政府资源的强大整合能力。据时代周报记者梳理发现,康美药业陆续与重庆、甘肃省定西市、

贵州、云南、广东怀集、深圳宝安等地方政府签约,以实现更多医疗资源的落地。

截至12月22日收盘,康美药业下跌0.05元,跌幅0.23%,报收21.79元,总市值达1077.90亿元,系A股仅次于恒瑞医药(600276.SH)(总市值2006.47亿元)、复星医药(600196.SH)(总市值1165.23亿元)的医药行业市值第三大

公司。

### PK流通巨头

康美药业称,11月24日,公司收到国义招标股份有限公司(以下简称“国义招标”)发来的中标通知书,在《广东省中医院药品供应链延伸服务项目》(招标编号:0724-1700D84N0221)中,公司为此药品供应链延伸服务项目的4家中标人之一,服务期限为5年。

建于1933年的广东省中医院,被誉为“南粤杏林第一家”,已拥有大德路总院、二沙岛、芳村、珠海等5间三甲医院以及广州下塘等3个分门诊的大型综合性中医院。2016年度药品采购金额约20亿元。

此次招标活动由广东省中医院委托国义招标为招标代理机构,采用公开招标方式。

根据国义招标网11月20日公布的中标结果公示,此次有7家企业参与招标,除康美药业外,均是长期专注于医药商业配送的企业。分别为中国医药流通排名第一的“国药系”国药控股广州有限公司(以下简称“国药广州”)、第二位的“华润系”华润广东医药有限公司(以下简称“华润广东”)、第三位的“上药系”上药控股广东有限公司(以下简称“上药广东”)、第五位的“广药系”广州医药有限公司(以下简称“广州医药”)。以及广州本地物流配送企业广东通用医药有限公司和广东大翔药业有限公司。

据了解,此次在7位评标委员会专家的评审下,康美药业综合得分排名第一。广州医药、国药广州和华润广东,分别屈居第二、第三和第四。同时,康美药业还为第一中标人,而第二、第三和第四中标人分别为广州医药、国药广州和华润广东。

实际上,康美药业与广东省中医院早有合作。正大力向全国推广的明星项目“智慧药房”,便是由康美药业在2015年与广东省中医院联手合作推出。

2015年3月,康美与广东省中医院签订《中药饮片代煎及药品配送服务协议》,双方拟合作向患者提供药品调剂、中药饮片代煎、膏方制作、个性化加工和炮制、送药上门服务。

“在中药领域,很少有企业把服务真正做到医院去。”对于康美药业在医药领域的布局,一家大型医药流通上市公司熟悉医药政策的人士告诉时代周报记者。

(下转B08)

# 乐普医疗3亿触“险” 药品一致性评价临考

时代周报记者 吴绵强 发自广州

医疗医药“联姻”保险,正成为时下中国大健康市场的一股热潮。国内心脏支架巨头乐普医疗(300003.SZ)正是这股热潮中的试水者之一。

12月18日,乐普医疗发布公告称,为不断优化公司经营结构和产业布局,促进公司的良性运行和可持续发展,公司拟以自有资金3亿元人民币,参与发起设立人寿保险股份有限公司(以下简称“人寿股份”)。

时代周报记者从乐普医疗获悉,此次该公司欲与第三方合作发起设立人寿股份,公司拟认购人寿股份3亿股股份,占其注册资本的10.4895%。外界颇为关心这家拟设保险公司的出资人等具体情况。

乐普医疗方面并不愿意透露更多细节,“其实这件事证监会不让我们披露,但必须要有董事会决议,而按照深交所规定,一旦开了董事会就必须公告,所以我们公告大致说了这件事。”12月25日,乐普医疗证券部相关人士告诉时代周报记者,具体事项须获得批文后再披露。

随着社保资金压力的加大,以及中国居民对健康服务需求升级换代向往的加深,商业健康保险将是未来发展的主要趋势和社保的有机补充。医药企业扎堆“投保”,除乐普医疗外,康美药业、爱尔眼科等也纷纷涉足。

东方高圣深圳负责人瞿轲告诉时代周报记者,在国内社保资金紧张并严格控制费用的情况下,一些先进的药物和技术使用受到一定的限制,商保未来会成为很好的补充。

技术出身的蒲志杰成为乐普医疗掌舵人之后,公司近年来专注于心血管领域。不过,乐普医疗并不满足做单一的医疗器械生产商,正持续开展多元化尝试,通过不断收购和资本运作,试图将自身打造成心血管全产业链平台型企业,即医疗器械、医药、医疗服务和策略性业务四位一体。

### 试水“医疗+保险”模式

12月15日,乐普医疗第四届董事会第六次会议和第四届监事会第六次会议均审议通过了《关于拟参与发起设立人寿保险股份有限公司的议案》。

据了解,乐普医疗拟认购人寿保险3亿股股份,占其注册资本的10.49%。由此计算,若该人寿保险公司一旦获批,其注册资本将约为28.6亿元。但据此次乐普医疗公告情况来看,公司并未公布共同发起设立人等情况。

外界颇为关心乐普医疗此次设立保险公司的主要合作方。有股民就“此次发起设立的人寿保险公司是否为中国人寿?”在互动平台向乐普医疗高管发起提问,对此,乐普医疗方面并未

予以正面回应,仅表示,“根据政府部门的要求,不宜对外披露具体进展”。

乐普医疗称,拟成立公司类型为股份有限公司,其经营范围几乎囊括了人壽保險的所有领域,包括普通型保险、人壽保險和年金保險、健康保險、意外傷害保險、分紅型保險、万能型保險;上述业务的再保險业务,国家法律、法规允许的保險资金运用业务,经中国保监会批准的其他业务。

乐普医疗成立于1999年,前身为北京乐普医疗器械有限公司,2009年在深交所创业板上市,公司主要从事冠状动脉介入和先心病介入医疗器械的研发、生产和销售。主要产品包括用于冠心病治疗的血管内药物(雷帕霉素)洗脱支架系统、冠脉支架输送系统、PTCA球囊扩张导管、药物中心静脉导管等。

近年来,乐普医疗在持续耕耘国内心血管大健康市场的同时,还尝试通过产业运作,以提升国际化水平。

今年1月,乐普医疗子公司以超过7亿元低价竞得南山区留仙洞总部基地,用于公司建设围绕心血管领域医疗产业为核心的国际业务运营平台,提升公司在国际、国内医疗产业的深度融合。

今年10月,在深圳会展中心采访间隙,乐普医疗董秘郭同军向时代周报记者证实,在拿到批文后,上述总部基地项目将尽快开工建设。

此次设立保险公司,是蒲志杰又一次大胆的尝试,未来公司将拥有一项新的业务形态。乐普医疗称,“公司本次参与发起设立人寿股份,是一项近年来积极寻找的战略性投资机会。”

近年来,保监会对于保险公司的设立管理颇为严格,许多保险公司拿到批文的进程相对艰难。“此次刚好有个机会,就参与进去了。”乐普医疗证券部相关人士告诉时代周报记者。

其实,涉足保险业在乐普医疗内部已酝酿多年,而这也并非乐普医疗首次涉足保险业务。早在2015年10月,乐普医疗全资子公司乐普(深圳)金融控股有限公司投资2000万元,设立乐普(深圳)保险经纪有限公司(以下简称“乐普经纪”),作为公司开展保险经纪领域业务的平台。

乐普经纪的经营范围广泛,包括为投保人拟定投保方案、选择保险人、办理投保手续,以及协助被保险人或受益人进行索赔,再保险经纪业务等。

外界指出,此次乐普参与发起设立人寿保险,将对人身险方面进一步布局,或将有助于填补乐普药业在医疗服务方面的短板,与其药械产业形成协同。

### 受医保控费承压推动

事实上,乐普医疗的愿景是将公司建设成为覆盖心血管相关疾病预

防、治疗、康复全周期的心血管大健康生态型国际化企业,心血管相关医疗器械、医药、保健品、医疗服务、新医疗业态全产业链产品与服务的最强供应商,以及建立心血管大健康线上线下的全方位服务平台。

在乐普医疗看来,此次介入保险行业,是水到渠成的事情。“这一直是公司的目标,因为我们做慢病管理和医疗服务,肯定未来要与商业保险挂钩,毕竟现在社保支付的压力越来越大,这也是一个势在必行的事情。”乐普医疗证券部相关人士告诉时代周报记者。

在全面深化医改的背景下,医保控费是很长一段时期内的医疗主旋律,对于医疗机构、生产企业、药品流通企业来说,都是一项巨大挑战。

今年以来,国家控费最集中、力度最大的重头戏莫过于深化医保支付方式改革的改革。2017年6月28日,国务院办公厅印发《关于进一步深化基本医疗保险支付方式改革的指导意见》。

主要目标是,2017年起,进一步加强医保预算管理,全面推行以按病种付费为主的多元复合式医保支付方式,各地要选择一定数量的病种开展按病种付费,国家选择部分地区开展按疾病诊断相关分组(DRGs)付费试点,鼓励各地完善按人头、按床日等多种支付方式。

到2020年,医保支付方式改革覆盖所有医疗机构及医疗服务,全国范围内普遍实施适应不同疾病、不同服务特点的多元复合式医保支付方式,按项目付费占比明显下降。

当前各大医院医保控费成了大势所趋,有投资者担心,这样的形势会对乐普医疗的支架,药品以及其他的各板块的销售带来考验。

对此,乐普医疗指,对应医保控费,国家相应也出台各类政策扶持自主研发,鼓励“进口替代”,鼓励更多使用国产优质产品。公司将加快新一代产品研发进度,提升产品的性价比,使进口替代的速度进一步加快;同时,通过加强市场推广和打造知名品牌来巩固和提升现有产品的竞争优势。

中国银河证券的研报认为,我国医保基金收支增速持续下台阶,商业健康险成为发展趋势。根据人社部数据,从医保基金筹资口径:虽然2011年7月社保法的实施带动医保筹资增速大幅提升,但随后持续回落,2016年筹资增速已降至14.5%。从医保基金支出口径:2009年至今支出增速持续下降,2016年已降至13.4%。2017年1-10月医保筹资和支出增速的回升主要系两保合一进度加快,即新农合纳入管理。

“我们认为在医保基金以收定支的大背景下,未来支出增速难有提升空间。但随着我国进入老龄化社会,以及疾病治疗渗透率的提升,单纯地依靠医保基金已难以满足人民对创新医疗产品和新型高端医疗服务的追求,未来商业保险将发挥更主要的作用。”前述研报指出。

作为心血管疾病全产业链的平台型企业,乐普医疗正加大为患者提供

各种创新产品的力度和建设医疗服务平台,迫切需要与商业健康保险产业形成战略型的合作或同盟关系,以促进公司健康产业产品和服务的更新换代,同时为公司发展提供机遇和竞争优势。

### 咨询服务费激增

随着医药卫生体制改革的不断推进,以及各省招标降价政策、国家医保控费、药品两票制等一系列政策出台,医疗器械和药品的降价势在必行,这势必对乐普医疗持续提升市场竞争力提出新的挑战。

在医疗器械之外,乐普医疗近年来围绕药品业务板块做足文章。这家器械巨头继续加强心血管药品相关领域的药品供应平台建设,构建了多个亿元重磅品种的心血管药品链,强力推进降脂、抗凝、降压、心衰等心血管药品以及其他药品市场销售,但目前一致性评价成为考验。

近年来,乐普医疗的药品板块增长持续,是目前成长最快的业务板块。乐普医疗持续推进“医疗机构+药店OTC+第三终端”的药品营销网络建设工作,通过实施品牌化战略,把控销售终端,加强产品学术推广及销售渠道差异化管理工作。

今年上半年报告期内,乐普医疗药品板块实现营收8.31亿元,同比增长50.78%,实现净利润2.55亿元,同比增长70.80%。

全面推进药品质量一致性评价,将对乐普医疗器械和药品全面质量管理提出更高的要求,如果不能始终顺应政策变化,满足国家监督管理部门的有关规定,药品不能按期通过一致性评价,公司可能在运营等方面受到重大影响。

时代周报记者获悉,乐普医疗正在集合各种内部优势资源,进一步完善药品一致性评价研究专业团队,全面有序推进重磅品种苯磺酸氨氯地平、缬沙坦、氯沙坦钾氢氯噻嗪、硫酸氢氯吡格雷、阿托伐他汀钙等的一致性研究,目前各品种研究工作按照原定计划推进。

事实上,仿制药质量和疗效一致性评价工作是药品审评审批制度改革的一项重要内容,不仅研究时间紧、任务重,且耗时耗力,还需要投入资金。

今年上半年,乐普医疗的研发费用达1.23亿元,同比增长36.20%。“研发投入的增加,主要系药品一致性评价认证工作增加1382.39万元等”。

此外,乐普医疗的销售费用激增。今年上半年报告期内,销售费用达4.18亿元,同比增长53.34%。“主要系随着公司的药品品种进一步丰富,在产品销售平台的整合、销售团队的配置布局以及市场推广的投入方面都有所增加”。

据时代周报记者观察,在乐普医疗的上述报告期销售费用中,咨询服务费由去年同期的2144.14万元,猛增至本期的1.03亿元。但乐普医疗并未进一步交待该咨询服务费到底是什么费用。



# 白云山11亿控股广州医药 并表或致负债率上升

□ 时代周报记者 吴绵强 发自广州

在停牌长达近两个月后,白云山(600332.SH; 00874.HK)终于披露了收购广州医药有限公司(以下简称“广州医药”)的最新进展——拟耗资超过10亿元,回购其30%的股权。

拥有66年历史的广州医药,系中国第五大医药流通企业。近年来,国家大力推进医药改革,“医药分家”、“两票制”、“药品零加成”等政策将极大改变医药流通行业竞争格局,加快行业内并购整合步伐,对医药流通企业的政策理解能力及反应效率等提出了更高的要求。

广州医药的业务领域主要包括医院纯销、商业分销和零售连锁三类,其采用“本部销售中心+子公司”的销售模式。在业务定位方面,着重于广东省内尤其是广州市的大中型医院纯销业务及全国性的商业分销业务。

作为华南医药流通巨无霸,广州医药去年的营收超过330亿元。收购完成之后,白云山将得以实现对广州医药的并表,继而营收体量增长超过一倍。

但时代周报记者注意到,其净利润仅录得较小的增长,此外负债水平却大幅提升,资产负债率增长超过20%。

## 一举持股80%

2017年12月22日晚间,停牌超过50天的白云山,一口气公布了20余份公告。其中,《重大资产购买报告书》显示,公司以10.9亿元的价格,向联合美华有限公司(Alliance BMP Limited,以下简称“联合美华”)购买其持有的广州医药30%的股权。交易完成后,白云山的持股比例上升至80%,将取得广州医药的控制权。公司股票继续停牌。

工商资料显示,广州医药成立于1951年,注册资本7亿元,法定代表人为John Kallend,2007年12月28日经国家商务部及相关部门批准,正式成为中外合资公司。除白云山持股50%外,联合美华持有余下的50%股权。

据广州医药官网介绍,公司系国内较大的中外合资医药流通企业,是“大南药”“广药集团”商业板块的重点企业,也是世界500强企业沃博联的成员企业。公司拥有在医药批发和零售领域经营近70年的标志性品牌,2016年,广州医药销售收入超300亿元人民币,同比增长12.25%,利润同比增长10.78%,稳居全国同行业前五位。

此外,广州医药拥有22家成员企业,超过3000名员工。公司拥有全国规模较大的医药批发分销配送网络之一,为全国31个省、市、自治区超过19200个销售客户、5700多个供应商,全国98%的群众提供逾51200个医药产品。

此次聘请的评估机构为国众资产评估土地房地产估价有限公司。根据国众联出具的“国众联评报字(2017)第3-0085号”资产评估报告,广州医

药截至评估基准日2017年9月30日的全部股东权益价值为46.25亿元。

因广州医药10月25日现金分红9.1亿元相应进行除息调整后的全部股东权益价值为37.15亿元,广州医药30%股权相应的价值为11.14亿元。

交易双方以上述价值为依据,协商确定本次交易广州医药30%股权交易价格为10.94亿元,以美元支付,汇率为付款日中国人民银行公布的人民币对美元汇率的中间价。

时代周报记者注意到,此次交易中,白云山向联合美华授出一项售股权,联合美华可选择在行权期内向白云山出售其所持有的广州医药剩余20%股权。售股权的行权期为本次交易交割日后满六个月之日起,至交割日后满36个月之日止。

也就是说,自交易交割日后满半年起,至交割日后满3年之日止,联合美华有权在此期间,向白云山出售其所持有的余下20%的广州医药股权。

“这只是一个权利,对方卖不卖都行。”白云山证券部相关人士表示。

白云山表示,在该项售股权的行权期内,若交易对方行使该项售股权,则上市公司将完成对标的公司剩余20%股权的收购,广州医药将成为上市公司的全资子公司;若交易对方未行使该项售股权,则白云山仍将持有标的公司80%的股权,广州医药仍系控股子公司。

## 财务并表利弊

作为白云山持股50%的合营企

业,广州医药此前并未纳入上市公司合并报表范围,上述白云山证券部相关人士此前指出,“其主要是体现在投资收益上,业绩不合并报表。”

白云山在公告中表示,“本次交易有可能实现公司对广州医药的控股并表。以2016年度财务数据测算,如广州医药纳入公司合并报表范围,公司营业收入将增长超过100%”。

2015年、2016年以及2017年前三季度,广州医药营收分别为293.93亿元、330.05亿元以及272.71亿元,2016年广州医药营收同比增长12.29%。

2016年度广州医药主营收入较去年同期增长35.98亿元,增长幅度达12.26%。主要在于,广州医药继续加强拓展品类,下沉终端,加强成员企业业务协同、资源共享,实现共同发展,同时提升终端的控制力和覆盖率,结合品种结构调整拓展,支持公司业务增长等。

此次收购完成后,一旦并表将对白云山的业绩造成较大影响。在此次资产购买书中,白云山已列出了交易后对经营业绩的影响。本次交易完成后,上市公司营业收入将得到大幅提高。

根据白云山公告,根据立信会计师事务所出具的《审阅报告》,假设本次交易于2016年1月1日完成,2016年度,白云山的营业收入将由交易前的200.36亿元,增加至交易后的511.19亿元,增长率达155.14%;2017年1-9月,白云山的

营业收入将由交易前的159.67亿元,增加至交易后的425.38亿元,增长率达166.41%。

在交易完成后,相比营收成倍增长超过150%,白云山的净利润增长幅度却相对微小。

同样按照上述交易完成时间,2016年度,白云山的

净利润将由交易前的15.59亿元,增加至交易后的16.94亿元,仅增长8.68%;2017年1-9月,白云山的净利润将由交易前的15.29亿元,增加至交易后的16.33亿元,仅增长6.80%。

除此之外,负债还将大幅增加。根据《审阅报告》,假设本次交易完成,上市公司的总资产、净资产均有所提升;上市公司的负债总额和资产负债率大幅上升。

截至2016年12月31日,白云山负债合计为82.43亿元,交易完成后将达到228.77亿元,增长率达177.52%;截至2017年9月30日,白云山负债合计为82.86亿元,交易完成后将达到246.93亿元,增长率达198.01%。

时代周报记者注意到,此次一旦完

成对广州医药的收购,白云山的资产负债率将由交易前的30%左右,上升至交易完成后的超过55%。

作为中国第五大医药流通企业,广州医药主要从事药品及医疗器械的批发和零售业务。报告期2015年度、2016年度和2017年1-9月,药品及医疗器械得批发收入分别为289.05亿元、323.45亿元和266.81亿元,报告期各期内该类收入占主营业务收入比例均在98%以上。

其中,受两票制影响,批发业务中医疗机构所占业务比重在报告期内呈增长趋势。但是,广州医药主营业务中的药品批发行业具有销售额大、毛利率低的行业特点。

时代周报记者发现,广州医药2015年和2016年批发业务毛利率分别为5.10%、5.05%,低于可比公司同期平均毛利率。这一毛利率还低于同期民营医药流通巨头九州通的毛利率。2015年度和2016年度,九州通的批发业务毛利率分别为7.11%和7.22%。

因此,从短期来看,此次控股广州医药可能将对白云山商业分销业务造成影响,“如果公司应对不力,将对公司经营发展造成不利影响;长期来看,两票制的深入实施将整体利好行业龙头,但具体的影响存在不确定性。”白云山指出。

55%

时代周报记者注意到,此次一旦完成对广州医药的收购,白云山的资产负债率将由交易前的30%左右,上升至交易完成后的超过55%。



# 吃下医药流通超百亿订单 康美药业抢夺医改红利

(上接B07)

据康美药业披露,2016年度,其销售给广东省中医院药品及器械约3.6亿元。今年以来,双方的合作继续深化,前三季度的业务量已超全年。康美药业称,2017年1-9月,其销售给广东省中医院药品及器械约3.66亿元。

据康美药业透露,此次中标预计每年新增供应金额约5亿元,占公司2016年度经审计的营业总收入的2.31%。服务期限5年合计约25亿元,中标合同的履行将对公司未来的经营工作和经营业绩产生积极的影响。

值得一提的是,在康美药业的“大本营”揭阳市,作为当地最大的经济支柱产业之一,其拿下了揭阳市直公立医疗机构药品及医用耗材物流延伸服务招标项目。

据康美药业此次公告,2017年12月18日,公司收到国义招标发给公司的中标通知书,其为此次揭阳市直公立医疗机构药品及医用耗材现代化物流延伸服务招标项目的中标人,服务期限10年,中标金额80亿元。

时代周报记者从国义招标网查

询到,康美药业公布的此次项目,与其一同参与竞标的,同样是广州医药、国药广州、华润广东、广东通用等企业。康美药业在该项目综合得分排名榜中位列第一,其他企业排名均靠后。

康美药业称,公司2016年度和2017年1-9月,销售给本次中标揭阳市直公立医疗机构药品及器械分别为约0.32亿元和约0.30亿元。而未来10年,康美药业将牢牢掌控揭阳市直公立医疗机构医药商业配送市场。

“本次中标预计每年金额约8亿元,每年新增供应金额约7.6亿元,占公司2016年度经审计的营业总收入的3.51%,服务期限10年合计约80亿元。”康美药业称。

## 加码政企合作

除了在广东省内开展医药商业配送业务外,康美药业在全国多个省份也开始陆续布局。

今年,康美药业的医药流通业务已在重庆“落地生根”。2017年5月,其以861万元的价格,收购了一家在当地拥有12年医药流通企业重庆瑞泰医药有限公司(以下简称“重庆瑞泰”),“公司

80亿元

据康美药业此次公告,12月18日,公司收到国义招标发给公司的中标通知书,其为此次揭阳市直公立医疗机构药品及医用耗材现代化物流延伸服务招标项目的中标人,服务期限10年,中标金额80亿元。

在重庆地区开展医药流通业务,必须拥有一家具备资质的医药商业公司。”

重庆瑞泰主营化学药、中成药和医疗器械(含一、二、三类)的销售,主要向医院等终端直销和向医药客户配送,“在当前医药流通监管政策环境下,收购完成后,有利于公司通过重庆瑞泰的终端渠道和配送资质拓展重庆市场的药品销售”。

在重庆当地,拥有国资背景的重庆化医控股(集团)公司(以下简称“重庆化医”)旗下的重庆医药,是中国西南地区最大的医药流通企业,营收规模排名全国第十位。

重庆医药在今年一度借壳\*ST建峰(000950.SZ)上市,在登陆资本市场后,这家医药流通企业势必将实力大增。除此之外,重庆当地医药巨头还有太极实业(600667.SH)等企业。

在“健康中国”以及全面深化医改的背景下,各地正在井然有序地进行医疗体制改革,从而释放更大改革红利。

据时代周报记者观察,康美药业在中医药全产业链模式的运作下,擅长以投入重金的形式,与地方政府合作,以嫁接更多的医疗资源,这对于后

续业务拓展,显得尤为重要。

根据康美药业官网消息,2016年9月22日,马兴田亲赴重庆,参与康美药业与重庆市政府的签约仪式。

据悉,康美药业将投资50亿元。根据协议,双方将就中医药创新研究平台建设、道地药材种苗培育、中药饮片生产、中药配方颗粒及中成药生产、“互联网+医疗”服务、参与公立医院改革、公立医院药品耗材采购配送服务、中药材大宗现货交易中心建设、中医药健康养生、中医药博物馆及文化广场建设等领域开展全面深度合作。

同一天,康美药业董事会会议决定,与重庆化医共同投资15亿元在重庆南川区合建“康美药业(南川)生产加工基地”。

两个月后的2016年12月8日,康美药业与荣昌区政府签订战略合作协议,将在荣昌投资打造三级联动医联体和分级诊疗示范工程、医养健康基地,打造医药综合物流配送基地,构建辐射“成渝城市群”的大健康全产业链生态圈。

不过,截至目前,上述签约项目仍未投入。

据康美药业最近公告,截至2017年12月15日,上述南川生产加工基地和荣昌项目均尚未投入,“荣昌项目规划涉及国有资产处置等程序,需等待国资部门批复”。

在重庆业务拓展还未完全投入的同时,康美药业又向西南腹地贵州省挺进,准备在当地开展总投资金额约50亿元人民币的项目。

12月4日,康美与贵州省政府签订了《战略合作协议》(以下简称“协议”)。根据协议,康美将全面参与贵州省大健康医药产业的改革、发展,双方决定在中医药产业精准扶贫、中医药(苗药)集约化制造、医疗设施建设与管理、医疗健康大数据、智慧药房、现代医药物流延伸服务、中医药(苗药)创新研发中心、国家级康养综合项目等领域开展全方位合作。

作为西南重要的交通枢纽,贵州大健康医药产业发展势头迅猛,2016年大健康产业实现增加值942亿元,占GDP的8.03%,已成为贵州的支柱产业。

而贵州当地医药龙头企业众多,包括贵州百灵(002424.SZ)、益佰制药(600594.SH)等。

# 瞄准“一带一路” 清新环境谨慎“出海”

时代周报记者 李星郡 发自广州

“为了进一步完善公司国际化战略布局,开拓全球工业大气治理及其他新领域环境治理市场,为公司海外业务打造新的国际平台”,北京清新环境技术股份有限公司(以下简称“清新环境”,002573.SZ)12月15日发布公告称,拟与德国ERC Emission-Reduzierungs-Concepte GmbH(以下简称“德国ERC公司”)共同设立合资公司。

对此,时代周报记者致电清新环境品牌部,对方以“该项目由公司国际部负责,相关负责人认为还在沟通中,时机不够成熟,不建议过多解读、分析和报道”为由拒绝了采访。

一位不愿具名的业内人士在接受时代周报记者电话采访时表示:“这是正常的经营行为,各取所需,但并不意味着与国外的公司合作将成为大气治理的主要途径,事实上大气治理领域国外技术并没有比国内强很多,只是在某些细分领域国外企业优于国内。”

## 在德设立合资公司

公告显示,清新环境与德国ERC公司拟各出资25万欧元在德国设立Primarine GmbH(暂定名,以当地主管机关最终核准登记为准),经营范围为工业及其他领域大气治理、节能减排工程相关的技术研发,产品开发、生产、销售和与其相关的业务。

2017年半年报显示,清新环境营业收入为15.49亿元,扣非净利润为3.16亿元,是一家以工业污染治理为主业,集技术研发、项目投资、工程设计、施工建设以及运营服务为一体的综合性环境服务商。燃煤电厂烟气脱硫脱硝除尘业务是目前的核心业务,同时钢铁、有色、石化等工业领域的烟气治理、废水处理等相关业务的研究开发、工程应用、市场开拓与资产

并购也是推动方向。

ERC公司则隶属于ERC集团,目标是以更低的排放改进燃烧过程,生产用于燃料消耗的添加剂,脱硝装置和烟道气净化剂以及控制系统。早在1993年就已经成立,现在有4家子公司,ERC公司是为其三家子公司提供会计、物流和采购。

另外三家公司中,ERC Additiv GmbH主攻燃料添加剂的开发和生产;ERC Technik GmbH是开发和生产燃烧器和燃烧设备以及用于发电厂和工业的专用燃烧系统,长于烟气脱硝;ERC MSR则是工业、发电厂和废物管理的控制和计量系统,以及制冷和空调系统制造商。

基于合作事项,时代周报记者致电ERC Technik GmbH,截至发稿,对方尚无回复。

除了12月与清新环境合作开设公司,烟气超低排放工程SNCR脱硝部分改造工程采购公示显示,至少从2016年5月至2017年3月,山西华仁通电力科技有限公司是德国ERC公司在国内唯一合作方,时代周报记者试图采访该公司,但多方联系未果。

清新环境表示:“本次投资有利于公司进一步拓展海外市场,实现国际化布局。通过打造新的海外平台,公司与合资方能够信息共享、优势互补,提升公司在节能环保领域的综合服务能力、市场竞争力及国际知名度。”

出资金额上,仅为25万欧元,约合人民币194.38万元。对此,清新环境解释为“投资金额较小,风险可控,对当前主营业务不构成重大影响”。

据上述不愿具名业内人士透露,自己所在的企业在选择是否与国外的企业合作时,主要看对方技术实力,外方有好的技术都会考虑;同时,由于大气环保领域国外没有太大市场,所以合作后业务开展也主要在国内进行。

15.49  
亿元

2017年半年报显示,清新环境营业收入为15.49亿元,扣非净利润为3.16亿元,是一家以工业污染治理为主业,集技术研发、项目投资、工程设计、施工建设以及运营服务为一体的综合性环境服务商。

## 谨慎的国际化布局

除了设立合资企业,目前,清新环境还拟设立或拟设立三家境外全资子公司,分别在波兰、中国香港和印度,并表示是“结合国家‘一带一路’建设,为开拓海外市场业务,积极参与国际竞争,循序渐进开展国际业务对接和合作,打造公司境外分支机构和对外投资平台”。

其中,最早、也是投入金额最大的,是在2014年设立的波兰全资子公司

公司SPC欧洲有限公司,主要业务是对波兰及周边市场进行能源、环保、投资建设,以及大型燃煤电厂的烟气治理。目的是充分利用国际市场资源,积极参与国际竞争,推广公司自主知识产权技术,打造国际品牌,开拓国际业务市场,实现公司国际化发展战略。

2013年2014年和2015年年报显示,SPC欧洲有限公司注册资本为993.95万元,占到2013财年净资产的0.45%。但是,总资产由2014年的728.40

万元降低到2015年的550.34万元,净利润从亏损276.52万元到亏损213.82万元,营业收入则始终为0。

此后,年报中再无披露波兰子公司运营情况。三年后,清新环境才进行其他的国际化布局,投入金额上已经大幅减少。即便是波兰子公司,也由此前公告的不超过960万美元的投入变成实际投入的994万元人民币。

2017年4月,清新环境拟以不超过1,000万港元在香港出资设立全资子公司,负责工程承揽,贸易,投资,管理,咨询,服务等。目的是利用香港作为亚洲金融中心和国际贸易中心的区位优势,打造境外分支机构统一管理平台及对外投资融资平台,同时充分享受优惠政策,加快公司国际化发展进程,更加便利、高效地积极响应境外市场的需求。

短短几个月后,清新环境又拟以不超过300万元人民币在印度出资设立全资子公司,在香港子公司经营范围的基础上,增加环境污染治理工程设计、销售环境污染治理专用设备及材料。目的是结合印度及周边市场的客户资源,提供更好的产品与服务,加快公司的海外市场拓展和国际化发展进程。

国际化战略布局的同时,清新环境也紧贴国家“一带一路”建设,年报中对此屡屡提及。

在2017年4月份投资者关系活动上,对于是否有“一带一路”布局,清新环境回应,已经在波兰设立了子公司,同时在土耳其、巴西各有一个EP项目。项目订单较小,以提供核心设备为主。“一带一路”范围内,东南亚、南亚、中欧有很多不发达的经济体,包括印度,这些国家的环保产业类似于我国的十年前,尚未起步。公司设立了国际部,一直在拓展交流海外项目,长期的发展战略是提前做好布局储备,以便未来时机来临时及时抓住市场。



视觉中国 供图

# 三大主力产品线齐聚深圳 泰禾发力加码广深区域

从豪掷57亿元将尖岗山单价地王收入囊中,到信达泰禾·金尊府首次登场,短短两年时间,泰禾集团在深圳的布局愈发深入。如今,院子系、府系、中央广场系等三大主力产品线都在落地,秉承“文化筑居中国”品牌理念的泰禾,正以新中式文化撬动深圳这座集现代化与国际化于一体的城市。“未来的产品要变,要满足人民不断增长的物质需求。我们希望通过不同的产品类型,在深圳打造泰禾式的美好生活。”日前,泰禾集团营销副总经理刘伟在接受南都记者专访时如是表示。

## 不同主力产品线布局深圳 打造泰禾式美好生活

12月8日,一场主题为“舞中国大美,启一府之尊”的全球发布盛典在深圳拉开序幕,这是信达泰禾·金尊府的首次公开亮相,距离它以坪山地王之姿横空出世,已经过去整整两年。

当初高达219.6%的溢价率曾引发业内一番热议,如今融入了新中式基因,并以深圳第一豪宅的顶级标准建造而成,信达泰禾·金尊府甫一面世就成为深圳业界关注的焦点。“作为泰禾集团布局坪山的一个重磅项目,信达泰禾·金尊府承袭院子系的造院元素,打造成全新的府系产品。”刘伟告诉南都记者,为应对地块的高容积率,项目以城市山林概念进行规划,为城市精英人群打造一个经典中式园林结合的理想社区,提供融合东方传统神韵的住宅感受。

事实上,信达泰禾·金尊府并非泰禾在深圳的第一个楼盘,与其一路之隔,泰禾中央广场早已在几个月前揭开神秘的面纱。公开资料显示,泰禾中央广场位于坪山大道与比亚迪路交汇处,毗邻坪山区重点打造

的创新企业总部基地,周边拥有规划中的地铁14号线。这块泰禾豪斥57.2亿元拿下的土地,被打造成一个集办公、商业、酒店、生态休闲于一体的全新地标性综合体,其230米的超高层天际会所刷新了坪山片区的天际线。

“泰禾集团首次进入深圳,带来了不同的主力产品线,这是因为我们希望通过不同的产品类型,为购房者提供更多元的选择,打造泰禾式的美好生活。”刘伟告诉南都记者,对美好生活的定义,必须从生活方式、细节、经验去考量。

也正是基于这种对美好生活的追求,尽管今年以来,一轮轮此起彼伏的调控大潮在中国房地产市场“落地开花”,但在刘伟看来,未来的房地产市场依然可以期待。“开发商需要做的,是转变思路开创新的玩法,以更好地适应这个市场。”

刘伟强调,泰禾不会单纯通过降价的方式来提振销售。“我们将紧跟十九大的政策,致力于提升房产的居住功能,从增加住户的权益角度出发,加大投入,为客户提供涵盖全生命周期的售后服务,强化资产运作能力。”

## 深圳豪宅市场仍处于成长期 深圳院子将于明年下半年入市

从2015年高调进军深圳,除了上述的府系、中央广场系两大主力产品线之外,泰禾更加备受瞩目的,是在尖岗山布局的项目。2015年圣诞节当日,泰禾集团斥资57亿元将深圳宝安尖岗山片区两宗居住用地收入囊中,不仅刷新当时深圳单价地王记录,也超过彼时北京拍出的7.5万元/平方米的单价地王,一跃成为全国单价地王。

“尖岗山地块是政府近年在土地市场上少有的招拍挂出让的低密住宅用地。地块拥有四山三水三公园的绝版的生态资源,同时也享受到粤港澳大湾区和前海自贸区的多重红利。”聊起这个两年前曾造成一

番轰动的项目,刘伟非常笃定地表示,这个项目确实具备非常稀贵的土地价值。

尖岗山片区历来是深圳八大豪宅地之一,当前周边已汇聚了招华曦城、新世界名缇、中海九号公馆等一批低密度的豪宅物业。“从拿地伊始,我们就坚定地要将项目打造成泰禾集团广深的旗舰产品——院子系列。”刘伟称。

拥有10年造院经验的泰禾,院子系是其“新中式院落别墅”的名片,如今已在全国形成17城29院的布局。刘伟透露,院子系产品所到之处均是七分传承、三分创新并举,深圳院子将植根于深圳未来更国际化的特征,在外观上结合岭南元素,打造出国际化视野下的新中式豪宅。“目前项目报建方案已经批复,正在启动建设,计划将于明年下半年入市。”

在持续加码的限价限购等调控之下,今年以来,深圳豪宅市场的成交不尽如人意。深圳中原研究中心提供的月报数据显示,上个月,深圳一手住宅成交402套,环比下降2.2%,成交均价为92682元/平方米,相比10月份也下跌了5.4%。“短期内,由于政策的影响,深圳豪宅市场成交量呈现回调迹象,但根据市场最近的监控数据来看,深圳豪宅片区还是出现了结构性补涨趋势,深圳湾片区的豪宅尤为明显。”谈及对深圳豪宅市场的看法,刘伟仍持乐观态度,他举了一个例子,纽约市场的豪宅与普通住宅单价的对比在5:1,反观深圳,豪宅市场与普通住宅市场的单价比仅约为2.5:1。“深圳的豪宅市场仍在成长期,尚未见顶。”

## 广深区域将成为泰禾地产板块利润贡献的重要来源

不仅是深圳,从2015年以来,泰禾就加快其在广深区域的布局脚步,广州、东莞、佛山、珠海、惠州等多个城市也被纳入泰禾的战略版图之中。

按照刘伟的分析,目前泰禾在广



深区域已获取众多优质的土地资源,货值储备超过一亿元。除了深圳的3个楼盘,2018年泰禾在销售及新入市的项目还包括东莞泰禾新天地、珠海泰禾中央广场、泰禾佛山院子、惠州泰禾金尊府等4个。

## 从实践效果来看,“泰禾+”持续落地所带来的市场效应也已经开始显现,北京泰禾昌平拾景园作为首个受益者,在整合泰禾旗下所有高端资源服务之后,实现了3个月破5亿的销售。

早在今年9月份泰禾广深区域品牌战略发布会上,泰禾集团副总裁丁毓琨就指出,粤港澳大湾区时代,这片土地将是未来泰禾布局的重中之重。刘伟也坦言,2018年将持续加码粤港澳大湾区,预计广深区域2018年的销售规模将占这个集团地产业务的25%以上,广深区域也将成为泰禾集团地产板块利润贡献的重要来源。”

值得关注的是,当产品附加值成

为房企获取市场高度认同的强力后盾时,在地产、金融、医疗、教育、文化等五大板块齐头并进的泰禾,也正式开启“泰禾+”战略。“业主们对居住以外的需求越来越强烈,能不能提供医疗、教育服务,能不能提供丰富的精神文化精神,已经成为房地产领域中不可或缺的组成部分。”刘伟解释,产业的多元化发展与地产主业产生良好的协同效应,可以迎合业主对美好生活的向往。

而从实践效果来看,“泰禾+”持续落地所带来的市场效应也已经开始显现,北京泰禾昌平拾景园作为首个受益者,在整合泰禾旗下所有高端资源服务之后,实现了3个月破5亿的销售。据了解,深圳泰禾中央广场和信达泰禾·金尊府也将引入“泰禾+”模式,将依托商业、教育、文化、健康等领域的优质资源,一站式解决业主的教育、购物、社交、文化和医疗等方面的生活需求。

# 青岛啤酒二股东易主 复星豪掷逾55亿接盘

时代周报记者 李宛珊 发自广州

从英博到朝日集团再到如今的复星集团,在近25年的时间里,青岛啤酒的二股东经历三次变换。

12月21日,青岛啤酒股份有限公司(以下简称“青岛啤酒”,600600)发布公告称,公司第二大股东朝日集团已同复星国际有限公司(以下简称“复星国际”)旗下五家实体公司分别签署股份购买协议,拟将朝日集团所持有的2.43亿青岛啤酒H股(约占青岛啤酒总股本的17.99%)转让给复星集团。与此同时,朝日集团将其所持剩余青岛啤酒股权转让给青岛啤酒母公司青岛啤酒集团有限公司(以下简称“青啤集团”)旗下的子公司香港鑫海盛投资发展有限公司(以下简称“鑫海盛”),交易完成后,朝日集团不再持有青岛啤酒任何股份。

根据公告,复星集团将支付66亿港元(折合人民币55.4亿元),此次交易预计将于2018年第一季度完成。

接替朝日集团成为青岛啤酒第二大股东的复星集团,此前从未从事过啤酒生意。该消息公布后不久,郭广昌便发表了一篇名为《我和青岛啤酒的故事》的文章,其在文章中表示,“在和朝日的谈判沟通过程中,我们也一直在思考,作为第二大股东如何更好地促进青岛啤酒的发展。这不仅是一个历史责任,也是一个值得想象的话题。”

对于复星集团来说,本次投资青岛啤酒属于财务投资还是战略投资?业内人士众说纷纭,时代周报记者分别向复星集团及青岛啤酒方面发送采访提纲询问此问题,然而截至发稿,复星方面并未回复,青岛啤酒方面则回应称:“一切以公告为准。”

## 朝日撤资

2009年1月23日,当时的中国啤酒

行业正处于突飞猛进的状态,朝日集团以每股19.78港元的价格从当时全球最大的啤酒商英博手中买入青岛啤酒2.62亿股H股股权,总额达6.67亿美元。这个价格较前一天青岛啤酒的收盘价高出38%。

当时朝日集团承诺,青岛啤酒是其在中国啤酒市场的唯一啤酒战略合作伙伴,五年内朝日集团不得向任何人(朝日或其全资附属公司除外)出售或以其他方式处置其所持有的青岛啤酒股份。

在持有青岛啤酒股份前,青岛啤酒同朝日集团早有合作。1998年,朝日集团旗下朝日啤酒成为青岛啤酒旗下子公司的股东,而后该子公司的名称变更为“深圳青岛啤酒朝日有限公司”(以下简称“深圳青啤朝日”)。2017年3月,深圳青啤朝日同朝日啤酒签订《新朝日委托生产协议》,该协议的生效期至2019年年底,主要内容为朝日啤酒委托深圳青啤朝日为其生产朝日啤酒产品。

啤酒专家方刚向时代周报记者表示,朝日啤酒出清股份并不会影响双方在经营层面的合作。

朝日集团出清青岛啤酒股份早有预兆。今年1月底,《华尔街日报》曾报道,朝日啤酒集团总裁小路明善在接受采访时曾表示,朝日集团对青岛啤酒的投资完全从财务角度出发,他希望同青岛啤酒发展一种更广泛的、能够充分利用朝日啤酒技术或品牌的关系。

彭博社曾报道,小路明善在接受采访时曾暗示,如果到2017年底,青岛啤酒同朝日啤酒加深合作的想法还没有落实的话,就会考虑撤资,并聘请摩根士丹利作为顾问。随后青岛啤酒发布澄清公告,表示“经本公司与朝日集团确认,小路先生并未就涉及朝日集团持有本公司的股份转让的可能性发表评论”。

但青岛啤酒同朝日啤酒之间终究没能熬过“七年之痒”。2017年10月13日,青岛啤酒发布公告称,朝日啤酒正在“出于商业安排考虑,研究其转让其所持本公司的全部或部分股权的可能性”。

值得注意的是,青岛啤酒第八届董事会及监事会任期已于今年6月届满。当时青岛啤酒发布公告称,由于公司新一届董事会候选人及监事会候选人的提名工作尚未结束,公司董事会、监事会的换届选举工作将适当延期进行。

时代周报记者向青岛啤酒方面询问董事会延期选举是否同朝日啤酒出售股权有关,青岛啤酒方面向时代周报记者表示,一切以公告为准。

数据显示,2017年前三季度,青岛啤酒实现营业收入233.8亿元人民币(约合35亿美元),实现净利润18.7亿元人民币(约合2.76亿美元)。

而本次出售青岛啤酒为朝日啤酒带来73.52亿港元的收入,关于这些年持股青岛啤酒是盈是亏,则是一个问号。

## 复星+青岛前景可期

接替朝日成为青岛啤酒二股东的复星此前从未涉足啤酒领域,但在高度集中的啤酒行业,青岛啤酒的选择并不多,复星集团似乎并不是一个坏选择。

“现在还看不出是财务投资的属性多一些还是战略投资的属性多一些。”方刚如是向时代周报记者表示。此问题也没有得到青岛啤酒和复星集团方面



视觉中国 供图

的正面回复。

但是在收购公告发出后,郭广昌在《我和青岛啤酒的故事》的文章中表示,交易完成后,复星会向青岛啤酒分享推动管理激励机制优化的经验,也会“坚定依赖青岛啤酒优秀的企业文化和管理团队”,同时双方还将在营销领域加强复星体育、娱乐资源的嫁接,推动复星投资企业在酒店、餐饮、商业地产等领域开放协作,包括在移动互联网时代的C端共享合作。

针对双方是否已有明确的合作方案,复星集团方面并未回复时代周报记者。

鉴于复星在跨国并购方面积累了

很多经验,复星集团同青岛啤酒的结合存在一定的想象空间。

中国产业研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬告诉时代周报记者,不排除两者会在收购国外精酿啤酒品牌方面进行合作的可能。

“目前在中国市场,工业啤酒疲软,而精酿啤酒势头正猛,青岛啤酒的位置有些尴尬,在中低端面临来自华润雪花的激烈竞争;中高端还有百威英博、嘉士伯等品牌。自己打造精酿啤酒又需要较长的时间,如果在海外收购一些美誉度较高的精酿啤酒品牌不失为一种好选择。”朱丹蓬对时代周报记者表示。

# 热烈庆祝又有两家幸福就好未老乐园店开业!

随着两个多月改造升级工作的完美落幕,今天上午,焕然一新的上海普陀区西乡路与虹口区宝安支路两家幸福就好未老乐园店,在飘舞的礼花与阵阵欢呼声中,一起盛大开业!至此,他们将以崭新的面貌,整装启航。无疑的,两店齐开的背后,是幸福就好品牌专项服务老人战略的实际落地,代表着幸福就好在店面形象、服务质量与品牌化战略上又迈出了坚实的一步。当天,幸福就好创始人王磊、COO冯萍等领导出席了活动,上海热线、网易等知名媒体也应邀出席。

一大早,仪式还未开始,西乡路未老乐园门口已被闻讯赶来的新老会员老人们围得满满当当,更有老人自发地送来了花篮和蛋糕以表庆祝与祝福。开业现场互动问答、舞狮、店内体验、座谈会、放飞气球等精彩环节反响热烈,不断引发大家的欢笑声。其中,精湛的舞狮表演尤为令人惊叹,在精彩连连的舞狮过后,幸福就好创始人王磊和门店负责人共同完成了点睛环节。

感受到了老人们对幸福就好浓浓的喜爱之情,剪彩后幸福就好创始人王磊表示:“治未病,养未老”是今年2月幸福就好提出的全新养老概念,源自于“未老先衰”一词,我们希望大家能够未病先防,未老先养,希望通过我们幸福就好门店满足你们物质与精神多方面需求,为街坊邻居们带来更多健康、活力和快乐,努力提高老人们的幸福指数、延长老人们的寿命和活力期!

随后,会员代表吴群超也激动地发表了致辞:“尊敬的各位领导、各位来宾,大家上午好!能成为最健康最快乐的活力老人,是我们的幸运,两年前加入幸福就好以来,每一天我都是幸福的!乐园店的每一位爱心大使都尊重我们,始终把尊老、敬老放在首位,时时刻刻把我们的健康和放在第一位。今

后,我希望在座的兄弟姐妹们都能团结友爱,健康快乐,感谢幸福就好乐园店所有的领导和员工,为养老事业做出的贡献,让我们幸福就好越办越好,谢谢大家!”

其实,今天像吴叔叔一样激动的老人还有许多。今年69岁的罗阿姨和她的老伴都是最早加入幸福就好会员的,此前由于子女工作忙,离得远,不能天天陪伴,在社区同龄老人的推荐下来到了之前的幸福就好,久而久之,这里就成为了他们的另一个家。今天罗阿姨和老伴也早早来到了现场,看到门店新的变化,她欣喜地说:“过去的幸福就好挺好的,就是看过去没这么亮堂,功能也少,现在好了,设施和服务全面升级,是老有所养、老有所乐的好地方,我们肯定天天来。”

家住附近的郭叔叔则说:“娱乐文化休闲设施样样齐全,养身养心又养老,今后能在这里活动,是一种享受和幸福。”在幸福就好,不少老人找回了年轻时的活力,也给那些不想住在养老院的老人带来了新的生活选择。

开业庆典结束后,老人们在幸福就好体验新的理疗设施、打牌、聊天……开始了他们一天的幸福生活。走进全新乐园店,映入眼帘的店面形象一改传统的风格装饰,取而代之的红、黄等鲜艳色彩,喜庆与活力扑面而来。在硬件方面,幸福九号的室内空间布局、无障碍设施、装饰和家具设计均进行适老化设计,为老年人营造了一个舒适、安全、便捷的养老环境。

除了装修风格以外,店面功能空间规划也得到了大幅提升。据门店负责人介绍,宝安支路未老乐园店新增了五项体验设备以及部分功能区域,整个店面分为一二两层楼:一楼分为理疗设备体验区、KTV区、棋牌区;二楼则为心脑血管体验区、艾灸养生美容区、多



## 创新改革

此次幸福就好改变是面对当今老人需求的一次积极改革,也是对自身服务老人心态的一次积极调整,对于优质服务执着与坚持,期待未来中国的两亿老人都能得到这样的全方位服务。

功能活动区。项目不仅设施齐全,而且从细节上下功夫,以服务暖人心,贴心的关怀,以及人性化的服务,让老年人倍感温馨,乐享晚年。

根据门店负责人介绍,升级后的西乡路未老乐园,布局更加合理化、多功能化。整个店面占地600平方米,也分为一、二两层:一楼分为理疗设备体验区;二楼则分为心脑血管体验区、艾灸养生美容区、多功能活动区、KTV,盐疗,沙疗,棋牌,休闲区,睡吧,还增设了专业的医师团队,时刻为老人的健康保驾护航。更难能可贵的是,落座于普通区老



龄最高的甘泉街道,西乡路乐园店附近高达23个社区,可辐射覆盖2万余名老人。

据了解,店面升级是为了更好地服务老人,从店面形象、服务质量、服务方式、人员培训、硬件和软件的全面标准化升级等方向,向更先进、更合理、更暖心的服务模式迈进,今后,上海地区将持续将改造重心转移到店面形象、服务质量、品牌化战略的改造升级之中,挖掘活力老人需求,积累为老服务经验,从而提升会员老人的体验,拉近与老人之间的距离感。我们相

信,此次两个门店的升级会为会员老人提供更为细致、优质的服务。

近年来,中国经济形势面临着系列新转变和改革,许多养老企业逐渐落寞,因此在新环境下,如何升级转型成为重中之重。业内专家认为,新的养老环境背景下,传统养老门店需要改变现有模式,此次幸福九号的改变是面对当今老人需求的一次积极调整,也是对自身服务老人心态的一次积极调整,期待未来中国的两亿老人都能得到这样的全方位服务。

# 姚天山辞任CEO 中国圣牧造血难题待解

时代周报记者 李宛珊 发自广州

一手创办中国圣牧的姚天山决定离开。

12月17日,中国圣牧有机奶业有限公司(以下简称“中国圣牧”,01432.HK)发布公告表示,公司创始人姚天山离任CEO一职,和他一同离开的还有从蒙牛时候一直跟随他的财务总监崔瑞成,接替他们的分别是邵根伙和王跃华。

这一抉择,与中国圣牧在2016年的一串选择并不无关系。

中国圣牧的2016年并不平静。2016年,中国圣牧当时的大股东,亦可被称作“圣牧合伙人”的World Shining通过两次交割,合计向邵根伙控股的Nong You出售19%的股份,在股份交割的最后阶段,邵根伙带着张家旺进入中国圣牧的董事会担任非执行董事。

在邵根伙成为中国圣牧第一大股东后不久,即11月22日,中国圣牧同伊利股份(600887)同时发布公告表示,伊利愿意通过收购中国圣牧37%的股份将这家中国最大的有机奶生产商收入麾下。

姚天山同蒙牛之间的前缘以及蒙牛同伊利之间的恩怨让这一场收购变成了舆论关注的焦点。但是这场交易最终未能实现。

“截至二零一七年四月二十一日,买卖协议项下的先决条件尚未获全部达成,特别是尚未收到商务部反垄断局就有关交易的经营者集中申报的批准。”中国圣牧在公告中如是解释交易失利原因。

截至2017年6月底,邵根伙持有中国圣牧20.48%的股份,已成为这家中国最大有机奶企业的实际控制人。

2017年6月29日,邵根伙接替姚天山成为中国圣牧董事会董事长,当时公告表示,这样的安排更符合港交所“董事长及首席执行官不由一人担任”的规定。然而仅半年后,邵根伙便以董事长的身份兼任公司的首席执行官。

姚天山的离职是否意味着中国圣牧的股权结构从此趋于稳定?时代周报记者多次拨打中国圣牧投资者关系办公室电话,但截至发稿,电话无法接通。

“不管怎么说,姚天山将中国圣牧在沙漠中一手建起来,十分不容易。”一位不愿具名的乳业人士向时代周报记者表示。

## 股权分散

蒙牛注定将成为中国乳业史上一个特别的存在,不仅在于其业绩和体量,更在于“蒙牛系”对中国乳业人事上的影响:前副董事长邓九强创办了国内最大的原料奶生产商——现代牧业(01117);前总裁杨文俊现在为内蒙古赛科星繁育生物技术(集团)股份有限公司(以下简称“赛科星”,834179)的董事长;前副总裁孙先红曾是内蒙古和信园蒙草抗旱绿化股份有限公司(以下简称“蒙草抗旱”,300355)的股东。

姚天山也被业内人士视为“蒙牛系”的一员。同邓九强等人不同的是,在加入蒙牛前,姚天山曾在建设银行内蒙古分行等金融机构任职,而后在2001年成为蒙牛的首席财务官。

蒙牛于2004年在香港联交所上市,姚天山功不可没。事实上,姚天山自来到蒙牛后便帮助蒙牛建立一套较为完善的内控体系。有媒体报道称,这套内控体系在当时得到了摩根士丹利的高评价,认为蒙牛的财务质量、管理以及稳健性,在中国国内是很少见的。

不过,完善的企业内控制度并不构成一个企业顺利发展的充要条件。2008年,重营销轻奶源的蒙牛同国内很多乳企一样被卷入到“三聚氰胺事件”中,蒙牛股价接连跳水。

当时,姚天山被派到香港成为蒙牛应对媒体的唯一发言人,这件事令姚天山受到了很大的触动。后来姚天山曾在公开场合表示,这件事也是他出走创业,进军乳业上游牧业的重要原因之一。

2010年3月,姚天山离开蒙牛,创办中国圣牧。

中国圣牧的第一桶金主要来源于姚天山及其合伙人们的“自身财务资源及/或出售其于中国蒙牛乳业有限公司及其附属公司之股权之所得款项”。而从股权结构上看,刚成立的中国圣牧的股权结构相当分散,其中姚天山仅持股5.71%,位列第五大股东。

2013年底,为了实现在香港上市,姚天山及其创业伙伴们成立一家境外持股公司World Shining,为中国圣牧的第一大股东,姚天山同该公司的部分股东签署了一致行动协议。

姚天山对中国圣牧控制权及管理权的实现,主要是通过同股东们签订的“一致行动协议”实现。根据中国圣牧发布的公告,这份协议是为了方便圣牧控股(即中国圣牧的前身)可以快速达成一致意见以实现初期的高速增长目标。

然而,这种模式却为姚天山日后的离开埋下了伏笔。

## 新股东入主

同蒙牛前元老邓九强一样,姚天山也选择向牧业,即乳业的上游发展,并选择了一条更为细分的道路——有机奶。

2011年,蒙牛旗下的蒙牛投资出资成为中国圣牧的股东,持股比例达5.44%。

而蒙牛集团亦是其第一大客户,在2013-2015年间,公司近50%的原料奶销售收入来自于蒙牛集团,中国



在邵根伙成为中国圣牧第一大股东后不久,即11月22日,中国圣牧同伊利股份(600887)同时发布公告表示,伊利愿意通过收购中国圣牧37%的股份将这家中国最大的有机奶生产商收入麾下。

圣牧在发债报告中坦承,公司对蒙牛集团的依赖程度很高。

同现代牧业不同的是,中国圣牧并不排除同伊利的合作。2016年11月,中国圣牧和伊利一同发布了收购公告,按照原定计划,伊利将以每股2.25港元的价格收购王福柱、王振喜、杨亚萍等股东手中的股份,协议收购完成后,伊利将持有中国圣牧37%的股份并成为其第一大股东。

就在收购公告发出的一个月前,中国圣牧才刚刚同由邵根伙控股的Nong You完成第二阶段的股权交割。公开资料显示,Nong You是北京智农投资有限责任公司(以下简称“北京智农”)的全资子公司,而北京智农的唯一股东为邵根伙,邵根伙的另一重身份为大北农集团(002385)的控股股东。

仅从公开资料来看,大北农集团并不直接持股中国圣牧,但在股权交割的最后阶段,两位有大北农集团背景的董事邵根伙及张家旺进入中国圣牧的董事会。

而在邵根伙控股中国圣牧的时候,World Shining之间的一致行动协议也随之终止,这不仅是双方协议的要求,还是将“一致行动协议之当事方早已形成之意图付诸现实”。

中国圣牧在公告中表示,在公司上市一年后,多位World Shining前股东有着各自不同的目标、财务安排以及来自其他经营活动的资金需求,在此情况下,“解除一致行动协议项下的安排已变得势在必行”。

根据中国圣牧的统计,在World Shining的21名前股东中,只有姚天山等5人决定不出售任何股份,其他人皆准备出售部分或全部股份。一致行

动协议的解除以及新股东的人主,意味着姚天山无法从股权关系上控股中国圣牧。

此前,姚天山曾向Nong You承诺将在2016年9月28日起18个月的期间内与中国圣牧订立雇佣协议维持雇佣关系,但在18个月之期结束之前,姚天山便已离开中国圣牧。

今年6月,邵根伙接替姚天山成为中国圣牧的董事长,6个月后兼任首席执行官。

## 下游扩张艰难

在中国产业研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬看来,中国圣牧目前的董事会变动意味着新股东同老股东之间在经营理念、战略目标等方面存在一定差异,“新股东也想扭转困境,所以才会采取这么快速的动作”。

对于乳企来说,稳定且高质量的奶源十分重要,但在乳业产业链中,牧业的话语权并不强且容易受到行业周期影响,此外牧业属于重资产经营,企业需要源源不断地投入大量资金。

数据显示,在2014年,中国圣牧超过一半的收入来源于奶牛养殖业务。

“圣牧同现代牧业、辉山乳业这些企业一样,都是重资产包袱太重,圣牧之前大力发展上游,但上游是不能造血的,反而需要企业不停地对其输血,于是圣牧向下游产品端发展。但从目前来看,下游的输血能力有限。”朱丹蓬如是告诉时代周报记者。

2014-2016年,中国圣牧投资活动现金流量净额分别为-19.15亿元、-13.71亿元以及-12.34亿元;与之相对应的经营活动所得现金流量净额分别为4.27亿元、9.29亿元以及9.42亿元。

而作为中国圣牧旗下的重要公司,2017年前9个月,内蒙古圣牧高科牧业有限公司实现营业收入20亿元,相比去年同期的25亿元,同比减少20%;净利润2.3亿元,去年同期为8.2亿元,同比减少约72%。



# 蚂蚁金服82亿增资旗下小贷公司, 场景金融获青睐

近日,时代财经从蚂蚁金服方面了解到,即日起蚂蚁金服将对旗下重庆市蚂蚁小额贷款有限公司和重庆市蚂蚁商诚小额贷款有限公司两家小贷公司增资82亿元,将其注册资本从现有的38亿元,大幅提升至120亿元。后续将视业务开展情况和相关的监管要求,继续增加注册资本和资金实力。

对于此次增资的目的,蚂蚁金服相关负责人回复时代财经称,旗下花呗和借呗是依托电商场景和支付宝app的消费信贷类产品,帮助满足了广大消费者合理的消费需求。此次增加注册资本主

要是为了进一步增强蚂蚁小贷服务客户的能力,更好地满足消费者合理的消费金融需求。

“近期,互联网金融风险专项整治工作领导小组办公室、P2P网贷风险专项整治工作领导小组办公室发布《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》,《小额贷款公司网络小额贷款业务风险专项整治实施方案》。蚂蚁金服坚决拥护监管部门规范“现金贷”业务,清理整治行业乱象的举措,并将采取切实措施落实各项监管要求。”上述负责人称。

对于此次增资,业内则普遍认为这

与近期监管限制网络小额贷款渠道和规模有关。

12月1日发布的《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》中指出,禁止网络小贷公司通过互联网平台或地方各类交易场所销售、转让及变相转让本公司的信贷资产。禁止通过网络借贷信息中介机构融入资金。以信贷资产转让、资产证券化等名义融入的资金应与表内融资合并计算,合并后的融资总额与资本净额的比例暂按当地现行比例规定执行,各地不得进一步放宽或变相放宽小额贷款公司融入资金的比例规定。

对于超比例规定的小额贷款公司,应制定压缩规模计划,限期内达到相关比例要求,由小额贷款公司监管部门监督执行。

据时代财经了解,蚂蚁金服两家小贷公司所在的重庆地区关于网络小贷公司融资最高杠杆为2.3倍,按照监管“表外融资”均需纳入“表内融资”计算杠杆率的要求,在此次完成增资后,蚂蚁金服旗下网络小贷公司最高的融资规模为396亿元。

蚂蚁金服方面也对时代财经表示,在新规发布前,蚂蚁小贷消费金融的杠

杆率符合监管政策要求;新规发布后,资产证券化并表的口径和方法还在等待监管出具细则,蚂蚁正在与相关监管部门沟通。政策明朗后,若确实需要,蚂蚁将以包括但不限于继续增加注册资本和资金实力等方式,进一步贯彻落实监管要求。

此外,近期监管对于网络小贷提出了一系列整改要求,蚂蚁金服旗下网络小贷业务是否会面临调整?蚂蚁金服方面回应称,将根据最新的监管政策要求,进一步规范、优化产品功能,坚持发展普惠、健康的消费金融产品。

## 富士康转型工业互联网谋A股 鸿海大举进军新能源产业

# 郭台铭代工帝国转型关口

时代周报记者 王媛 发自广州

人口红利渐退,让郭台铭庞大的代工生意走到了转型的十字路口。

对于未来的忧虑,显示在了鸿海集团(富士康母公司)总裁郭台铭密集跨领域投资上,他正在努力让鸿海摆脱代工的模式。

苹果公司成为了全球最大的智能手机厂商,让富士康逐渐对苹果形成了依赖。仅苹果业务便超出了鸿海的一半营收,让鸿海不得不与苹果共“荣辱”。

12月下旬,据台湾媒体报道,由于iPhone X销售不如预期,苹果将iPhone X原订单季5000万部大减四成至3000万部,降幅超预期。独家组装iPhone X的鸿海富士康,旗下郑州厂区紧急宣布暂停招工作业。

苹果的创新桎梏让郭台铭不得不谋划打造一艘新的航母。近几年时间里,鸿海加速向其他领域布局,算上之前投资的公司,郭台铭仅在大陆便已投资了100多家企业。而鸿海旗下最为重要的子公司富士康正在酝酿一场重大的变革。

12月13日晚,据台湾证交所公告,鸿海精密(2317.TW)董事会通过子公司富士康工业互联网股份有限公司首次公开发行人民币普通股股票,并申请在上海证券交易所上市提案。郭台铭近两年屡次提及精心铺陈的工业物联网战略逐渐浮出水面。

同时,鸿海还大举进入新能源领域。台湾首富郭台铭究竟在下一盘怎样的棋?

### 扑向A股

早在2015年12月底的第二届乌镇世界互联网大会上,鸿海集团董事长郭台铭便表示,富士康已经在打造一个虚实结合的工业互联网生态系统。

而在今年12月4日的第四届乌镇世界互联网大会上,郭台铭进一步宣布:“富士康正在从传统制造业内部转成先进制造+工业物联网,将逐步开放工业互联网的数据和平台,帮助中小企业实现转型升级。”

话音刚落,便传来子公司征战A股的消息。

12月13日晚,据台湾证交所公告,鸿海精密(2317.TW)董事会通过子公司富士康工业互联网股份有限公司(下称Fii)首次公开发行人民币普通股股票,并申请在上海证券交易所上市提案。

据记者了解,鸿海集团将在2018年1月31日召开2018年第一次股东大会,讨论子公司富士康工业互联网股份有限公司在A股的上市案。外界所关注的进一步详实事宜仍待披露。

时代周报记者查阅Fii工商资料获悉,该公司成立于2015年3月,注册资本为177亿,机器人控股有限公司和鸿富精密工业(深圳)有限公司分别持股75%和25%。而鸿海精密三季报显示,100%持股Fii,截至今年前三季度,Fii投资损益为2951万新台币,折合人民币约为645万元。

Fii官网显示,作为全球领先的工业互联网智能制造和科技服务解决方案供应商,该公司已通过整合制造、连网技术、数据分析、云端存储及工业互联网解决方案应用等平台,为客户提供新型态的电子设备和科技服务解决方案。官网于显眼处显示,该公司亦正积极投入下世代5G通信技术、8K影像数据、高效能运算中心的研发工作,全力打造从体制层、传感层、向云网层、平台层和应用层的工业物

联网生态系统。

对于Fii的战略规划,鸿海方面向时代周报记者提供的资料显示,工业互联网在上交所上市为集团发展既定战略方针,这契合鸿海近年来在中国大陆及欧美日投资的全球化布局。在全球大步迈向工业4.0、+互联网、8K+5G时代之际,中国大陆工业互联网发展蓬勃,具有广泛的市场前景。“此次Fii申请上市,将给鸿海发展带来发展机遇,不仅将有助于集团留住本地关键人才,共享发展红利,同时可将充分运用大陆人才、资金、市场以构建工业互联网生态系统,以落实集团‘长期、稳定、发展、科技、国际’的经营目标。”

实际上,鸿海科技集团目前是全球3C(计算机、通信、消费性电子)代工领域规模最大、成长最快、评价最高的国际集团,囊括当前台湾最大企业、捷克前三大出口商、大中华地区最大出口商、富士康及财富全球五百大企业,及全球3C代工服务领域龙头等头衔。除了台湾地区,鸿海集团旗下公司还于香港、伦敦等证券交易所挂牌交易。

值得一提的是,郭台铭实际上早就看中了大陆A股市场。早在两年前的一场股东大会上,他就曾毫不讳言对大陆市场的觊觎以及鸿海的分拆上市计划,期望未来3-5年内,将鸿海旗下某些资产分拆并推上沪深股市,谋求鸿海业务的更大发展。

事实上,早在2015年,郭台铭便曾溢价参与光伏玻璃、天然气概念股安彩高科定增,实现A股首秀。财报数据显示,截至今年9月底,鸿海旗下全资子公司富鼎电子科技(嘉善)有限公司持股17.04%,位列第二大股东。

此前,于今年的10月19日,台湾印刷电路板企业臻鼎-KY举办股东大会,通过了子公司鹏鼎控股申请A股挂牌案。鹏鼎控股冲击IPO,拟于深交所募资54亿,用于印刷电路板扩产项目。而根据其披露的数据,臻鼎持股鹏鼎控股约81%股权,而臻鼎控股第一大股东则为鸿海旗下全资子公司富士康。这意味着,如果鹏鼎控股成功在明年底上市,将会是鸿海集团首家子公司在中国挂牌成功的案例。

### 盈利之困

值得一提的是,在发布“富士康拟登录A股”当晚,鸿海还一口气披露了四个赴大陆投资案。包括1.2亿美金投资富智康(南京)智能科技有限公司、2.5亿美元投资富智康电子科技(南京)有限公司、5000万美金投资联谱科技(深圳)有限公司,以及1500万美金投资富圣光电科技(昆山)有限公司。前两个公司为手机研发生产领域,后两个企业涉及新型电子元器件以及光通讯、新能源汽车领域。

截至今年第三季度,鸿海科技在大陆总共投资了143家企业。截至今年12月,鸿海科技核准赴大陆投资额为114.27亿美元,实际赴大陆总投资额为86.62亿美元。

在郭台铭急于转战大陆及布局新兴领域之时,足见鸿海对未来发展的担忧。

11月14日,鸿海精密发布的2017年第三季度财报显示,该季度营收为1.08万亿元新台币(约2380亿元人民币),与上年同期基本持平。但第三季度净利润为210.28亿元新台币(约合46亿元人民币),去年同期为346.35亿新台币,同比下滑39.3%,这是9

年来的最大降幅。

业内人士分析称,由于苹果为iPhone X采用了对技术要求苛刻的面部扫描传感器,这一决定最初让部分供应商的生产陷入困境,也阻碍了鸿海的生产。

其2015年财报显示,苹果业务占据了鸿海53.67%的营收,因此,一定程度上,鸿海业绩好坏,全靠苹果的“表现和发挥”,这个硬伤不得不刺痛鸿海。深受成本上涨和利润率微薄困扰的鸿海,正在努力摆脱代工模式。

在日前的广州财富论坛上,郭台铭坦言,最反感别人说自己是世界最大的“代工厂”,“我们的产品精准度很高,也为客户提供量身定制的服务”。

首先,在制造业的生产技术层面上,早在2011年,郭台铭就透露将会在未来几年内部署100万台机器人到工厂当中,解决劳动力问题。

2016年财报中,鸿海强调,作为最顶尖的“一站式服务”企业,集团在创新研发上不遗余力,顶级的专业研发机构遍布亚、美、欧。此外,将积极寻找全球性的投资合作机会,集结世界的技术与人才进行业务互补,强化集团的长期竞争优势。

其中,鸿海明确提出的一点,就是将借由提供创新软件与科技服务,拓展环保、能源产业。新能源将是鸿海下一个进军的重点方向。

### 转型之路

12月14日,鸿海旗下公司鸿准(2354.TW)宣布,其旗下5家子公司共斥资港币14.85亿元(约新台币57亿元),取得香港IDG能源投资集团股权24.37%。

这一次,鸿海从面板领域的多元布局,再一次大步迈进了天然气产业。

实际上,近年来鸿海一直致力于新能源产业的扩张。在光伏能源领域,已在山西、江苏等多个地方建设光伏能源基地,计划在内地太阳能光伏领域投资1000亿。在新能源汽车领域,早在2014年便与腾讯、和谐汽车展开投资合作,更于今年初出资10亿元入股动力电池龙头企业宁德时代,并拟在昆山建设投资新能源汽车研发中心及产业基地。

而近期,包括中集集团在内的不少上市公司都加大了对天然气行业的投资力度,天然气概念股更是备受资本市场追捧。

市场认为,此次富士康联手IDG能源进军天然气领域,源于对中国天然气市场高速成长的看好。IDG能源作为著名股权投资机构IDG的能源板块投资平台,在天然气领域早已投资布局多时。资料显示,今年IDG能源接连拿下两个天然气项目,一个是美国鹰滩上游油气资产项目,一个是广东东莞的LNG接收站项目,这两个项目一举抢滩布局中美天然气贸易产业链上的核心通路和资源。

# 美团进军网约车 滴滴外卖暗度陈仓

时代周报记者 陆一夫 发自北京

滴滴出行的创始人程维曾讲过一个故事:

2012年决定离开支付宝出来创业后,程维拿着滴滴的初版产品给王兴看。当时的程维信心满满,即使后台上的北京地图只显示16个司机在线。

没想到王兴看了一眼说了两字:垃圾。理由是:“你看看现在的互联网产品,哪里还需要注册的。”

王兴比程维大四岁,两者在早年有着完全不同的经历。王兴出身名校,从美国放弃学业后就开始选择创业,并且顺风顺水——2012年美团打赢了“百团大战”,是为数不多能存活下来的团购网站。相比之下,当王兴创办饭否时,程维只是阿里销售团队“中供铁军”的一员,甚至一度被派到赣州开拓市场。

这个故事的真实性待考,在去年的乌镇峰会上,当被问及这个故事时,王兴说“我不习惯用垃圾这种词”,而程维则回应说“我也认为那个设计其实挺垃圾的”。

后面的故事大家都比较清楚了,程维和王兴分别缔造了中国最有影响的两个独角兽企业。根据胡润研究院发布的《2017年胡润百富中国独角兽指数》显示,目前蚂蚁金服位居榜首,滴滴出行紧随其后,小米、新美大并列第三。

在中国互联网的激烈竞争中,王兴和程维的旧交曾被视作是另类。在BAT占据着各自势力版图的时候,美团点评、滴滴和今日头条等后起之秀的抱团取暖显得格外和谐。

但这种和谐如今却很有可能一去不复返。

### 交战同城配送

2017年的最后一个月,美团点评和滴滴之间的战斗终于打响。

12月1日,美团点评宣布成立出行事业部,业务首先从网约车和分时租赁开始;接着12月12日,有媒体报道称滴滴正在秘密研发外卖业务,虽然滴滴官方不予置评,但接近滴滴的内部人士向时代周报记者确认了这一消息的真实性。

然而事情并没有结束。在滴滴进军外卖行业的信息传出一周后,美团点评宣布网约车业务全面上线,正式从南京向北京、上海、成都、杭州、福州、温州和厦门7座城市扩散。据了解,为了吸引司机加盟,美团点评的抽成仅为8%,而滴滴则达到20%。

面对美团点评的进攻,滴滴以40亿美元的融资进行回击。12月22日,滴滴出行宣布完成第16次融资,这一次融资金额高达40亿美元,再加上今年4月55亿美元融资,滴滴在今年获得了将近百亿美元的弹药。

虽然滴滴没有表明新一轮融资将用于外卖业务,但对于美团点评的进攻程维不得不提防。此前美团点评在南京测试网约车业务时投入了大量的补贴,除了8%的抽成外,美团点评还向司机提供各种各样的订单奖励。

而滴滴进入外卖行业,更多地瞄准同城配送业务。同城配送是近年发展最为迅速的O2O物流领域之一,国家邮政局统计数据显示,未来5年同城配送将保持30%的增速,预计到2020年市场规模将超2000亿元。以顺丰为例,其今年最新拓展包括外卖在内的

同城配送等业务,较去年同期增长超180倍,成为增长最快的新业务。

在国外, Uber在“出行+外卖”上的探索上非常领先,自2016年推出Uber Eats进入外卖市场后, Uber在所有外卖平台中排名第一,周活跃渗透率也是远高于其他平台。最新数据显示, Uber Eats的流水已占Uber全球总流水的10%。

事实上,滴滴也留意到Uber Eats的发展迅猛,并早在2015年已经战略入股了饿了么,程维也成为饿了么董事会的董事。虽然与饿了么联手做大外卖业务是顺理成章之事,但考虑到饿了么与阿里之间的关系更紧密,饿了么是否能够与滴滴产生化学反应更多地取决于阿里而非张旭豪,滴滴最终选择自主研发外卖业务。

### 重启烧钱大战

在外界看来,美团点评和滴滴终有一战,原因在于互联网公司之间的竞争边界日益模糊。在移动互联网诞生之际,外卖和出行领域泾渭分明,但随着业务的纵深发展,两者不但产生了交集,而且还可能产生化学反应。

与出行业务相比,外卖业务的场景更加复杂和繁琐。对于网约车司机而言,交易的过程只是从用户上车至下车,然而外卖却是连接商家和用户,骑手需要将外卖从商家送至用户手中,这一过程需要耗时更多,以及更精准的算法系统进行运力调度。

因此在王兴眼中,网约车同样是基于位置服务(LBS),美团点评自然有优势介入,更何况外卖业务的流程更加复杂,既然美团点评有能力征服外卖市场,那么出行领域自然不会放过。

滴滴出行优秀事业部总经理汪莹此前在接受时代周报记者采访时表示,滴滴并不害怕竞争对手进场,理由是过去两年多团队累积的经验:“一个事情,不管新的市场还是旧的市场,你得知它的关键点在哪里。别的领域经验他们可以借鉴,但是(移动出行)很不一样。”

根据时代周报记者采访几位南京的用户来看,美团点评的网约车业务仍处于非常早期的阶段。有用户向记者表示,目前美团点评和滴滴打车的价格差不多,前者有时会推出优惠活动,但整体而言美团点评的车辆数量不多,等车时间较长。

此外,美团点评的各条战线上仍存在激烈的市场竞争,进入出行领域无疑增加公司负担。目前美团点评到店服务已经完成一统,但酒旅业务面临着携程、飞猪的压制,外卖业务则与饿了么斗得难分高下,而且尚未实现盈利。

最不愿意看到烧钱大战重启的,自然是双方背后的投资者,尤其是滴滴和美团的共同股东腾讯,马化腾也未能阻止左右手互博的局面发生。事实上,腾讯本想在美团点评的融资中追加20亿美元投资,条件是美团不做打车业务,但最终遭到王兴拒绝。

在网约车新政落地后,以C2C为主要模式的滴滴曾遭遇短期的挫折,司机离职潮引发的运力下降让网约车市场一度遇冷。但在无人驾驶和新能源汽车的刺激下,滴滴仍然获得了全球资本市场的青睐。

今年以来,滴滴的融资主要瞄准国际化和新能源两大方向。滴滴官方表示,本轮融资后滴滴将进一步加大对AI交通技术的投入,加速推进国际化以及包括新能源汽车服务在内的创新业务。

在国际层面,手握百亿现金储备的滴滴以投资入股的形式形成自己的反Uber联盟。过去两年间,滴滴先后投资了巴西的九九约车、印度的Ola、欧洲的Taxify、中东的Careem和东南亚的格步Grab,以及美国的Uber和Lyft。



视觉中国 供图

12月14日,鸿海旗下公司鸿准(2354.TW)宣布,其旗下5家子公司共斥资港币14.85亿元(约新台币57亿元),取得香港IDG能源投资集团股权24.37%。



# 魅族的春天 还有多远？

时代周报记者 陆一夫 发自北京

黄章归来已经将近一年，但魅族的调整依然没有结束，紧缩的阴影仍然笼罩在这家珠海公司身上。近日魅族下达了内部邮件，对公司组织架构和相关高管职务进行调整，其中最重要的莫过于黄章开始亲自掌管多个核心业务部门，而不再是埋头打磨“梦想机”。

2016年初时，恐怕最悲观的行业分析师也不曾料到，这家出货量高达2000万台、销售额超过200亿元的国内手机巨头，会在短短两年时间里迅速掉队。

因为整体销量不佳，今年魅族的线下专卖店已经大批关闭，有媒体报道称缩水接近500家；由于旗舰手机PRO7系列的销量乏力，库存高企之下销售部门已有多名高管离职，同时北京的广告营销组整体业务团队也由北京调整至珠海。

与魅族经历过的危机不同，这一次黄章所面对的是一个更加复杂和艰难的环境——旗舰机PRO7销量不佳严重打击了魅族品牌的形象，相比之下竞争对手华为、OPPO、VIVO、苹果、小米已经牢牢占据国内智能手机市场的前五位，留给魅族腾挪的空间几乎可以忽略不计。

从销量冠军到陷入销售危机，魅族正经历着一轮寒冬。

在大多业内人士看来，魅族今天的遭遇，并非单纯因为PRO7销量不佳，这是一个日积月累的过程。第一手机界研究院院长孙燕飏向时代周报记者表示，魅族目前的状况是长期因素累积而成，当年魅族违反商业规律，每个月推出一款新机型，如今渠道和产品线的全面收缩是回归正常商业规律的结果。

## 明年高通归来

对于近期有关PRO7销量低迷的消息，魅族相关负责人向时代周报记者表示，魅族PRO7的销量是高于之前魅族的旗舰产品。“从整个市场上以及产品本身的定价来看，目前是一个消费升级的阶段，而现在各家厂商产品本身的定价是相较于去年来说是增长的，当然魅族也不例外。”

根据近期魅族公布的数据来看，情况并未如外界预想般差。早前魅族官方对外宣布了今年年度业绩表现的

数据预测：总体出货量接近2000万台，销售额超过200亿元，并保持了健康稳定的盈利。

至于渠道优化的问题，上述相关负责人向时代周报记者表示，2018年魅族在线下渠道将采用精耕细作战略，建立一套低成本高效的渠道运作体系，包括优化专卖店体系，升级专卖店形象，提升专卖店服务质量。“除了优化线下门店外，魅族计划与运营商合作。2018年要让我们的合作伙伴赚到钱，让消费者买到自己喜欢的魅族手机。”

魅族还表示，明年将实现两位数的增长率。据魅族方面透露，为了加快移动互联网业务的发展，魅族计划在西南地区新增研发中心，为5G布局；另外，明年魅族品牌将全面告别联发科处理器，会推出一系列搭载高通骁龙芯片的中高端机型。

第一手机界研究院院长孙燕飏向时代周报记者表示，各大手机厂商对旗舰机的研发周期普遍在一年以上，虽然魅族急需拿出新产品赢回消费者的信任，但估计PRO 8上市也需要等到明年7月底。

## 抓不住的风口

2014年前后，小米等互联网品牌的异军突起对魅族形成正面冲击，一直不擅于进行资本运作的魅族一改保守作风，从阿里处获得5.9亿美元的融资。

这一笔钱在短时间里促使魅族开始向全产品系列扩张，价格延展到千元以下，将盘子做大。2015年底，魅族副总裁李楠在宣布当年魅族手机总销量突破2000万台，同比增长350%。其中，魅蓝系列手机总销量超过1000万台。

但这只是手机红利消失前最后的落日余晖，它掩盖了魅族的核心问题，也导致后续魅族的动作变形。销量压力之下，去年魅族共合计发布了14款新机型，但全年出货量只是提高了两百万台，并未能完成2500万台的目标。

**至于渠道优化的问题，上述相关负责人向时代周报记者表示，2018年魅族在线下渠道将采用精耕细作战略，建立一套低成本高效的渠道运作体系，包括优化专卖店体系，升级专卖店形象，提升专卖店服务质量。“除了优化线下门店外，魅族计划与运营商合作。2018年要让我们的合作伙伴赚到钱，让消费者买到自己喜欢的魅族手机。”**



视觉中国 供图

这与手机行业的变局不无关系。在消费升级的大潮下，小米、魅族等厂商遭到华为、OV的狙击，市场份额节节败退。

与此同时，由于和高通的专利战一直僵持不下，魅族在旗舰机的战场上底气不足。2016年，魅族拒绝向高通支付高达5亿元的专利费，继而选择跟三星、联发科合作。但市面上三星的处理器不支持全网通，而联发科处理器配不上旗舰机，这导致魅族产品结构以低端机为主。据媒体报道称，2016年魅蓝系列占据了魅族总销量的7成以上。虽然去年年底魅族和高通达成和解协议，但高通的芯片至少要到2018年才能上市。

## 挺进IPO走出寒冬

虽然魅族今年保住了2000万台的出货量，但主要竞争对手已经远远走在了前面。根据国际数据调研公司GfK发布的今年国内10月份智能手机销量报告显示，华为以22.77%的市场销量份额稳居市场第一的位置，OPPO、vivo、苹果、小米等分列二、三、四、五位，这前五大品牌共占据国内智能手机超过82%的销量份额，寡头趋势非常明显。

优化渠道、调整架构和重掌大权，黄章在2017年结束前，为魅族走出了这三道药方。

12月11日，魅族以内部邮件的形式宣布，公司增设海外事业部、配件事业部和电商事业部。原本这三大业务级别较低，但经过此次调整后地位有了明显的提高。今年5月，魅族实施了拆分计划，将魅族、魅蓝和Flyme划分为三大事业部，有意将魅族和魅蓝进行独立运作。

今年以来，魅族陆续关停了国内数百家专卖店，对渠道优化的迫切性却是显而易见。魅族副总裁李楠在接受媒体采访时表示，目前最紧要的任务是升级魅族的专卖店，“魅蓝魅族会一同扩充店内品类。”而此次设立配件事业部，明显是为营收多元化做准备。

随着组织架构调整后，高管职务也出现了新变化，例如Flyme事业部总裁杨颜接手了电商事业部和配件事业部，郭万喜为魅族事业部副总裁，负责魅族事业部销售相关业务及团队管理，同时兼任海外事业部总裁，负责海外事业部相关业务及团队管理。

最值得注意的是，白永祥职权范围被缩减，侧重协助管理各事业

部和业务共享平台，而CFO 戚为民升任高级副总裁，直接向黄章汇报。公开信息显示，戚为民曾经在多家企业担任财务总监等职务。2014年12月26日起，戚为民担任天音通信控股股份有限公司财务负责人，在今年5月卸任。

而天音通信正好是魅族的投资方之一。去年10月，天音控股发布公告称，将以自有资金2亿元投资魅族，获取后者0.655%的股权。不再单纯追求出货量，转而向利润为主要目标，这是魅族为IPO埋下的伏笔。今年8月，珠海国家高新技术产业开发区公示了最新一版的珠海高新区上市后备企业名单，其中魅族榜上有名。

根据天音通信此前发布的公告显示，魅族2015年营收168亿元，但净亏损10.37亿元。不过魅族去年曾宣称已经实现盈利，按照目前国内“连续三年盈利”的门槛，魅族只要在明年继续盈利，就能够符合国内主板的上市要求。

“魅族的目标一直都是推进IPO计划，目前公司已经保持两年盈利。明年继续保持盈利，魅族就会进行IPO。”魅族相关负责人向时代周报记者表示。

# 陶企寻求资本力量 产业转型升级探新路

时代周报特约记者 梁耀丹 发自广州

12月9日，随着深交所上市大厅钟声徐徐敲响，佛山陶瓷业领军企业蒙娜丽莎集团股份有限公司（下称“蒙娜丽莎”）终于圆梦。

9年，这是蒙娜丽莎从筹备、申请、排队、到敲钟上市所用的时间。很快，蒙娜丽莎在二级市场实现了“开门红”。在前四个交易日中，蒙娜丽莎连续收获了4个涨停板。

中国建筑环境设计产业联盟副理事长、中国建筑卫生陶瓷协会驻会副会长夏高生告诉时代周报记者，蒙娜丽莎的上市对行业而言具有启发意义，“未来整个建筑陶瓷产业都将面临资本市场的介入，资本的力量让原有的产业链发生变化，整个

行业将迎来产业转型裂变和扩张。”

## “环保”曲线上市

早在2008年，蒙娜丽莎就启动了上市计划。在2008年以前，仅有斯米克一家陶瓷企业在深交所上市，直到2010年，长城集团才成为继斯米克之后第二家在国内上市的企业。蒙娜丽莎筹备上市历经了9年，而之前已经从港交所退市私有化的东鹏控股，筹备上市也花了将近10年的时间。陶企

**中国建筑环境设计产业联盟副理事长、中国建筑卫生陶瓷协会驻会副会长夏高生告诉时代周报记者，蒙娜丽莎的上市对行业而言具有启发意义，“未来整个建筑陶瓷产业都将面临资本市场的介入，资本的力量让原有的产业链发生变化，整个行业将迎来产业转型裂变和扩张。”**

上市难度和稀少程度可见一斑。

夏高生告诉时代周报记者，上市要求严谨透明的企业管理制度和持续成长的业绩。“过去把陶瓷产业定性‘三高’（高污染、高耗能、高消耗）产业国家政策规定，让很多企业望而却步，而对无法实现的陶瓷企业而言，即使上市了，也将被退市或被他人并购，因此借资本的力量去实现产业链的跨界整合与扩张十分重要。”

夏高生认为，蒙娜丽莎之所以能成功IPO，“是走了产业科技转型的捷径”，与研发超大规模陶瓷薄板等环保产品有关。

近几年，“无科技不上市”几乎成为陶瓷行业的共识。为了配合上市，蒙娜丽莎开创了陶瓷薄板和轻质板。同年，蒙娜丽莎在更名中将“陶瓷”换成了“新型材料”。相关负责人曾公开表示，坚持节能环保的薄板项目最终目的是为了符合上市需求。

近年来，由于建筑陶瓷产品的薄型化可以从源头上降低建筑陶瓷生产所耗用的矿产资源和能源，国家持续鼓励、扶持具有节能、节材、轻质、坚固特点的陶瓷薄板等新型薄型化建筑陶瓷材料的发展。

业内人士认为，随着房地产行业调控的持续以及环保标准不断趋于严格，未来我国建筑陶瓷行业竞争将会进一步加剧，落后产能以及环保不达标的企业将会被逐步淘汰及关停。

也许正是看到了该趋势，招股书显示，蒙娜丽莎拟募集资金15.08亿元，资金计划用于超大规模陶瓷薄板及陶瓷薄板生产线技术改造等项目绿色智能制造方向。

“公司将继续加大在研发技术、绿色环保制造升级、品牌形象建设

上的投入，持续提高核心竞争力和品牌影响力，有效防范和化解经营风险，实现业务规模、盈利能力及综合实力的全面提升。”蒙娜丽莎在公告中表示。

成立于1992年的蒙娜丽莎，前身为樵东陶瓷厂，是一家集体企业。改制后，2000年12月，樵东陶瓷厂正式更名为蒙娜丽莎陶瓷。该公司董事长和法定代表人为萧华，与霍荣銓、邓棠和张旗康三位自然人共同持有蒙娜丽莎100%的股份。萧华于1998年6月17日正式入主樵东，并出任董事长。

蒙娜丽莎近年的营收成绩颇为优异。招股书显示，2014-2016年及2017年1-6月，公司主营业务收入分别为14.33亿元、15.73亿元、23.19亿元和12.36亿元，其主营业务规模和盈利能力一直保持着持续增长。

蒙娜丽莎的“丰收”，得益于近年来国内建筑陶瓷的市场规模不断扩大。相关数据显示，2010-2015年，规模以上建筑陶瓷企业的主营业务收入从2010年的2302亿元增长到2015年的4354亿元，复合增长率达到13.60%。

而据艾媒咨询发布的《2017上半年中国互联网家装市场研究报告》显示，2016年中国互联网家装市场规模2103.7亿元，预计市场规模将保持高度增长，在2019年市场规模将达到5941.2亿元。

## 或开启行业上市潮

国内建筑陶瓷企业素有“上市魔咒”之说。1999年，鹰牌陶瓷成功登陆新加坡交易所，一年后宣布退市。而谋求上市近10年的东鹏控股，2013年底成功赴港挂牌上市后，2016年6月进行私有化退市。而就在去年，在英国伦敦证券交易所上市的

亚洲陶瓷也黯然退市。

“上市对于陶企而言是一把双刃剑，关键要看它资本运作的的能力。”夏高生告诉时代周报记者。

而随着此次蒙娜丽莎IPO成功，曾经在上市路上备受打击的陶瓷企业也许将重新看到希望的曙光。近两年，多家陶瓷企业在资本圈动作频频。如2016年底欧神诺被帝王洁具收购；4月5日惠达卫浴股份有限公司登陆上海，而就在不到四个月以前，陶瓷行业另一巨头东鹏控股在证监会官网披露了招股说明书，这是从港股退市后，东鹏正式开启二次上市；还有一批建陶卫浴企业正在积极地准备上市。

中装协住宅部品产业分会副秘书长、瑞研家居智库首席专家告诉时代周报记者，继蒙娜丽莎之后，建筑陶企上市潮或将持续，“并不是说蒙娜丽莎上市引起大家的跟风，而是已经到了这个时机。大多数企业发展已经成熟，并且有上市的需求，而且对如何上市也已经比较了解。”唐人说。

此外，业内人士认为，建筑陶瓷行业整体呈现“大市场，小企业”的特征，从目前整体情况来看，国内建筑陶瓷行业集中度低，总体产能过剩，竞争较为激烈。而随着资本的介入，行业或将迎来“大吃小”的拐点。

“市场集中度低是因为行业原本以民营企业为主，通过资本并购，产业集群度自然就会提高。”夏高生说。

“仅仅关注做产品是局限的，企业应该思考的是，如何运用资本的力量发展和延伸产业链，做跨界投资。”在受访过程中，夏高生多次提到他接触的许多陶企经营者均有很强烈的上市危机感。“他们觉得，要么上市，要么被吃掉。这是很现实的。”



蒙娜丽莎陶瓷

视觉中国 供图

# 全棉时代产品组合式打法 传统快消品现代化运营

时代周报记者 吴怡 发自苏州

近两年,在国内日用消费品市场上杀出了一匹黑马——全棉时代。今年双11这一天,全棉时代单日销量超4亿元,位居天猫双11尿布洗护类第一,这已经是全棉时代连续三年登顶。

进入12月以来,全棉时代迎来了门店密集开业热潮。据悉,全棉时代将有12家新店分别在西安、南京、成都、贵阳、哈尔滨等全国11个城市相继开业。

12月24日,全棉时代首家千平米大店落户苏州,至此,全棉时代旗下门店数量也增至148家。在受电商冲击掀起关门潮的传统零售行业,全棉时代却选择逆势增长,并宣布未来5年内做到200家直营店。

“我觉得零售企业不能全部做线下或线上。以前大家羡慕电商的流量,现在又反过来注重线下的服务和体验,像京东阿里都在大举布局线下,这就是一种新的趋势。”全棉时代总经理李建全先生接受时代周报记者专访时表示。

李建全带领的全棉时代,被外界称为“把一朵棉花做到了极致”。全棉时代选择的是从棉类用品的垂直细分市场入手,与国内传统日用品品牌主要进驻连锁商超、便利店货架不同的是,李建全坚持以直营门店的模式进军国内一二线城市的核心商圈。

用李建全的话来讲,“我们走的路是别人完全没有走过的”。

## 消费品组合打法

新落地的全棉时代苏州门店,位于商圈苏州中心广场。时代周报记者现场观察到,除了传统的全棉全品类产品区,全棉时代还增设了多个功能区:场景化的产品展示区、全棉定制区、全棉咖啡区、Hello Kitty Life专区。

谈及这些新增功能区,李建全显得一脸兴奋:“我们把咖啡、定制这些东西作为应用性消费品。我们不是单纯卖传统的快消品,而是让不同的消费品有机组合,提升消费环境整体的服务体验。”

据了解,Hello Kitty Life专区,是基于全棉时代联手国际企业利鸥品牌策划有限公司展开的授权合作,主要针对年轻消费者,展区内打造了亲子讲堂、书吧、DIY空间。而在全棉定制区,消费者可享受绣字、绣花、印花等个性化服务,还可以根据自己的需求动手打造专属的全棉创意单品。

以往,日用消费品品牌普遍定价不高,为了节省销售成本,主要进驻商超、便利店、杂货店等等,与其他品牌排列在一起供消费者选择。与传统日用消费品企业发展路径不一样的是,全棉时代选择通过场景化的产品展示来塑造品牌。

李建全把全棉时代的发展模式与日本最大的生活用品零售商无印良品对标,而后者以“贩卖生活方式”的姿态受到了年轻一代消费者的青睐。除了苏州中心广场门店,全棉时代的其他门店,如深圳首家概念店、北京来福士广场店、深圳cocopark店等都是这种“大店模式”发展。

按照计划,全棉时代打算未来5年之内做到200家直营店,其中包括5家旗舰店,预计面积达260-550平方米,主要选址在一二线城市和省会城市的商圈。

然而,“大店模式”也意味着线下投入所带来的铺租、人力成本等压力并不小。“自己开店肯定费用更高,成本也更高,但它可以日积月累,消费者可以在店里去体验,消费者需要一个认知的过程。”在李建全看来,直营连锁店是作为全棉时代与消费者零距离

离接触的战略销售平台。

不过,直营门店的顾客引流也带动了营收的大幅上涨。全棉时代在2015年、2016年直营连锁门店的销售收入增幅连续超过60%。

## 推倒重来

“2009年,我54岁,可以想象这个年龄第二次创业,会经历怎样的推倒重来。”李建全把全棉时代的创立称为人生的第二次创业。

事实上,全棉时代还有一个兄弟品牌“Winner”,前者主要是面向普通消费者的日用品,后者则是医疗行业的医用敷料。跟饮料大王宗庆后相似,李建全在人生的37岁才开始创业,在1991年创建了稳健医疗。

早期,稳健医疗主要为欧美发达国家代工生产医疗卫生用品,然而受制于OEM贴牌生产的模式,企业的议价能力较差,毛利率并不高。一次产能过剩的危机,却让李建全意外发现了转型民用消费领域的商机。

2009年,稳健医疗成立了全棉时代科技有限公司,切入高端消费品民用市场并启动“医转民”的战略。此后,李建全把旗下的两部分业务分为稳健医疗旗下两个独立运作的子品牌,“Winner”和“PurCotton全棉时代”。

公司内部业务改革后,稳健医疗从代工制造转向了品牌经营,也从医疗用品扩大至民用消费品,然而如何跨越产品和市场壁垒是摆在眼前的



难题。

一开始全棉时代走了不少弯路。起初,运营团队的经营策略是“快速扩张占领市场”,线下门店以销售为导向的小规模店铺为主,从大卖场覆盖到地铁商城,然而结果却不尽如人意。

通过市场调查,全棉时代及时调整了方向,以“母婴”产品为突破口,把核心竞争力放在纯棉柔巾、棉尿裤、婴童和孕产服饰等产品。此外,公司放弃了聘请职业经理人的方式,选择内部培养团队,确定新的开店规则,并关闭了不盈利的门店。

连续四年人不敷出,全棉时代终于在2014年实现了盈利。2016年日用消费品营收占公司总营收50%,超越医用敷料成为了最大的营收来源。

全棉时代产品也已经从日用消费品延伸到其他品类,包括服装服饰、家用纺织品、婴幼儿用品等多个领域。

“做品牌不能那么急功近利。未来三年我们开店的目的是,希望在每一个地区的每一个商场里,别人都很尊重我们的店。医疗的背景,全棉的理念,品质的基因,这是全棉时代。”李建全说道。

## 经营消费者

去年12月21日,在2016亿邦未来零售大会上,李建全发表了题为《匠人精神,让商业回归产品——5年时间,从1亿到16亿,回头看其实并没有秘诀》的演讲。

“我们开创全棉时代的时候,很多人不理解,哪一个纤维可以开创一个品类、一个公司,当时真的没有人相信全棉时代能够走得出来。”李建全在会上说道。

而如今,全棉时代为母公司稳健

医疗贡献了大部分的营收。与其他传统消费品行业线上销售占比较小不同,全棉时代日用消费品在线上和线下渠道销售额相近。官方表示,随着公司官网的进一步推广以及社区营销模式的推进,公司O2O社区商务模式将日渐清晰。

“现在不是说新零售吗?就是线下和线上要融合。”李建全经常把“新零售”挂在嘴边,他把线下门店看作是全棉生活体验馆,通过场景体验而构建起全棉时代的社区营销模式。

“在我们的门店里,会员才应该是主角,我们必须珍惜他们。在全棉社区,你可以看见会员关于各种产品的交流互动,我们也可以更好地得知,他们需要怎样的产品,而不是一味地埋头设计。”李建全说道。

官方资料显示,全棉时代品牌通过口碑传播建立起粉丝群体,目前已累计核心会员400余万。未来,公司将建立高黏性的网络社区,做好客户关系管理。此外,公司将会在全国建立仓库,实现一线城市当日达、二线城市次日达,提供门店下单送货上门服务,真正实现O2O社区商务模式。

“海尔集团创始人张瑞敏说过一句话,‘整个家电有没有出路?肯定没有出路了,只能从卖产品转向社群经济’。”联商网新零售顾问团高级咨询师鲍跃忠表示,全棉时代社群营销发展模式,是未来所有零售品牌调整的一个方向。

鲍跃忠指出,未来看全棉时代的发展关键是看它的社群经济体系构建,能否打造门店的体验价值,门店做成社交化的门店,做成流量入口,尽快构建社群模式的新营销体系,核心是由营销商品变为营销顾客。

# 阿坝州京东便利店店主袁娜 从对京东充满“敌意”到“化敌为友”

茂县,这个位于四川西北部、面积4000平方公里的小县城,隶属于阿坝藏族羌族自治州。其地处青藏高原向川西平原过渡地带,跨越岷江和涪江上游高山河谷,高山耸峙、峰峦叠嶂、河谷深邃、悬崖壁立。就是一个偏远的小县城,也成为了电商巨头争夺的焦点。

目前中国超600万的小店中,70%以上在3-5线城市及农村。随着移动互联网流量费用的持续下降,以及网络速度的提升,加之智能手机的普及,为这些非一二线城市的零售市场互联网改造带来巨大的想像空间。

袁娜的前半生称不上幸运——既经受过幼年失去慈父的悲痛,5·12汶川大地震的残酷,也经历了高考失利、职场勾心斗角的迷惘。成年后,在不懈地努力和打拼下,她拥有了自己的事业,却从未对现状感到满足。

2017年,在敏锐商业嗅觉的驱使下,袁娜被无界零售的浪潮裹挟着,加入到这场零售行业的剧变中。按照她现在的说法,“除了眼前的苟且,她还有了诗和远方。”

## 艰辛的创业之路

尽管才29岁,茂县的羌族小店主袁娜,已经是个经验丰富的老手。2009年,年仅21岁的她和老公一起在茂县经营了一家65平米的小超市。然而,面对着从未接触过的行业,欺骗和挫折成了家常便饭。

重灾之后的茂县,交通不便,从进货地点成都到茂县,更是需要十几个小时路程。她和老公每天起早贪黑,从凌晨四点工作到晚上十二点,每天只有四个小时的睡觉时间。

起初拿货,由于批发商不批零,加之二人经营经验有限,店里积压了大量的货物,资金经常难以周转。更让袁娜感到气愤的是,一些不良商贩向自己调换质量不好、销路不畅的货品。

商品质量的不稳定、经常推迟发货时间导致的货品不全,使店里失去了很多客人。和许多小地方的店主

一样,袁娜和爱人的生意在摸索中艰难前行。

随着时间推移,袁娜积累了不少经验,店里的经营状况逐渐得到了改善,超市也从最初的65平米扩展到了285平米。“我对自己的名誉、诚信看得很重,反而金钱不是那么重要。”袁娜像很多经商的“大人物”一样总结自己的经营之道。

最近几年,随着年龄增长,袁娜开始感到力不从心。“创业几年时间,我们真的很累。”她觉得自己和老公就像“战斗机”一样,每天都在战场上冲锋。

“改变”两个字,就像一个不小心扎在袁娜心中的刺,每日都折磨她,提醒着她,让她觉得必须要做点什么。

## “电商巨头”的线下战略

袁娜不知道,在她为未来迷茫的时候,经营“网购”业务的电商巨头,正在三四线城市、县城甚至偏远乡镇,掀起一场没有硝烟的零售战争。她也从未想过,这些看上去和自己八竿子打不着的大企业,能给自己的事业带来什么变化。

2016年1月,京东集团董事局主席兼首席执行官刘强东在年会上对外宣布,由2015年末才成立的新通路事业部承接集团“火车头一号”项目。

按照刘强东在年会上的说法,新通路将渗透到“零售最后一公里”,帮助京东成为3-6线城市乃至农村大量中小门店的供货商。

京东掌柜宝是“火车头一号”项目的头号产品,是由京东新通路研发的一站式B2B订货平台。依托丰富的商品和服务资源、强大的仓储物流体系和高效的地勤团队,2017年京东新通路实现了令业内震惊的高速增长。2017年7月,京东掌柜宝已基本覆盖全国各省,截至年底,服务中小门店数量已超过50万家。同时,2017年“11·11”期间,京东掌柜宝24小时销售额再创奇迹,同比去年增长2400%。



12月16日,是新通路2周岁生日,京东新通路也发布了最新的战略目标:2018年底覆盖100万家中小门店,其中包括5万家京东便利店。其实袁娜的门店就是100万家中小门店中的一员。

## 从“假想敌”到“合作伙伴”

目前中国超600万的小店中,70%以上在3-5线城市及农村。随着移动互联网流量费用的持续下降,以及网络速度的提升,加之智能手机的普及,为这些非一二线城市的零售市场互联网改造带来巨大的想像空间。

事实上,“大家都去网上买东西的话,这不是抢店里的生意吗?”这样的疑问,存在于千千万万

的中小店主脑海里。最初网络购物兴起的时候,袁娜曾考虑过开淘宝店,但这个想法很快

被自己和周围的朋友打消了。

“上面的东西良莠不齐,质量有好有坏,顾客不能买到满意的东西,而且退换货制度也不完善,很多人买了东西就是在浪费钱,所以我觉得淘宝不适合我,不符合我自己的规划。”再谈及为什么不开淘宝店时,袁娜表示。

2017年3月,袁娜的老同学许先生知道了她的苦恼。许先生是京东配送员,一直对自己的东家很满意,他跟袁娜介绍了京东的产品和好处。更让袁娜惊喜的是,京东竟然还能跟她的实体店合作。“京东保证正品,送货和售后也跟不上。我很想了解有这种文化和担当的企业。”袁娜说。

在老同学的推荐下,袁娜安装了“京东掌柜宝”APP,一种惊喜的感觉贯穿她的全身:里面分类十分清晰,有“为您推荐、本周推荐、本地热卖、品牌馆、新品试销”等栏目,很多产品是店里没有的,一些店里已有的产品,平台上的进货价格优惠也十分明显。

袁娜立刻开始在京东掌柜宝上小批量进货,晚上九点半下单,第二天早

上配送站的工作人员就把货送到了家门口了,这让曾在路上花费十几小时进货的她,感到十分惊讶。

此外,相比其他进货渠道,京东掌柜宝的产品质量也让看重诚信的袁娜十分安心。“以前进货,产品不一定有官方编码,但是京东的产品都有编码,确实是货真价实。”

随着时间的推移,不甘于现状的袁娜开始在京东掌柜宝上挑选更多有特色的产品。其中,新希望牛奶,进货量从起初的2提到现在一个月60提;新进的德拉克进口啤酒每个月进货量增长到30件;进口红酒,也从最初的1件上升到40件……

店铺的SKU就这样得到了快速扩充。“以前我们店以销售国产牛奶为主,现在我们在原来基础上增加了10种进口牛奶,饮料增加了20种,方便面增加了8种,还有进口红酒、洋酒等。”袁娜兴奋地说道。这些新产品吸引了更多喜欢进口产品、消费能力更强的客户。

2017年9月,袁娜正式升级成了京东便利店。小王、小马、小岳,成了她经常提到的三个名字。事实上,这三人是京东新通路事业部的作业人员,负责京东便利店的对接业务。

按照袁娜的说法,在跟三名工作人员的相处中,她对京东的企业文化有了更加深刻的理解和认可。而升级成京东便利店,让她觉得自己“是跟得上时代的”。京东便利店的区域保护策略,则给了袁娜更多的安全感。

“现在我知道当地市场哪些货品最畅销,加之京东物流的协助,我的库存周转率提高了50%。”袁娜骄傲地说,她现在有了更多的资金为自己的小店引进新的货品。

“电商”二字,对于袁娜来说,也早已从最初的“假想敌”,成为了最忠实的合作伙伴。

# 遭遇增长瓶颈 快时尚巨头H&M开启 电商自救计划



视觉中国 供图

时代周报特约记者 梁耀丹 发自广州

广州的正佳广场地处该城市最繁华的“天河路商圈”，著名快时尚品牌H&M在这里布置了占地两层、面积达1300平方米的实体店。上周六(23日)晚上7点半左右，H&M正佳广场店里人潮如流，不少顾客正在试衣。不过，尽管店内处处悬挂着大减价，结账台前却门可罗雀。

H&M的财报或许能更具体说明其面临销售下滑的尴尬处境。12月15日，H&M公布了2017年第四季度的初步业绩。业绩显示，在该季度内H&M的销售额同比下降4%，远低于公司预期。消息一经公布，H&M当日股价午盘下跌15%，创下8年来最大跌幅。

而就同一天，H&M高调宣布与天猫达成战略合作，旗下核心品牌H&M和H&M Home将于2018年春季入驻天猫。

H&M当下的境遇是整个快时尚行业在中国市场走向颓势、不得不联合本土电商巨头刺激销售增长的市场缩影。“市场已经趋于饱和，竞争的品牌也在变多。目前几乎所有快时尚品牌的销售增长都在放缓，这是不可避免的趋势。”No Agency分析师唐小唐对时代周报记者表示。

## 遭遇业绩瓶颈

在竞争对手Zara得益于电商业务，业绩表现亮眼的同期，H&M交出了一份糟糕的成绩单。

H&M方面表示，尽管全年销售维持增长，但是服装行业正在发生巨变，该公司四季度表现未达到预期，其中实体店客流量持续下滑，导致销售低

迷，H&M实体店销售下滑，季度销售录得10年来最大跌幅。不过，H&M方面表示，集团同名品牌在线业务以及其他品牌销售仍保持增长。

目前，H&M在大中华区有超过500家实体店和线上店，财报显示，进入中国10年，H&M一共赚了13亿美元。

不过，到了近两年，H&M在中国市场的表现开始走下坡路。据财报数据显示，2016财年H&M在中国市场的销售额仅录得5%的增长，到了2017年，情况仍不乐观。前9个月中国市场的销售额同比上涨8%，但仍低于预期水平。

反观竞争对手，Zara母公司Inditex在2017年前9个月销售同比增长6%。分析师认为这是因为其电商表现出色的原因。

为更好地挽留中国消费者，H&M于今年10月正式在中国推出积分会员体系H&M CLUB。据悉，日本和中国是第一批引入H&M会员制度的亚洲国家。H&M发言人表示，推出会员活动有利于品牌进一步强化H&M与消费者之间的联系。

H&M呈现的低迷业绩增长也引发了资本市场的强烈关注。四季度财报公布后，H&M股价一度重挫16%，创2001年以来最大跌幅。而早在11月，巴克莱银行(Barclays)将H&M的股票评级下调为“减持”，并指出H&M的增长主要源自增开新店，然而指望新店是无法从长远角度解决问题的。

对此，H&M集团CEO Karl-Johan Persson在公告中表示，“为了更快地应对客户快速变化的行为，公司正在加速转型，包括继续整合实体店和数字商店，并加强对H&M品牌门店

组合的优化——关闭更多的门店，减少开店数量。”

“H&M管理层自10年前就开始意识到电商渠道的重要性，并开始将电商渠道进行投资。至今为止，我们已经在电商渠道投资了多年，从而使我们可以在电商以及数字化领域完成各个阶段我们想要做的事情，以及获得良好的商业回报。”H&M中国区公关经理陈硕莹给时代周报记者发来的回复中指出。

## 全面接入天猫

也许意识到了电商对新的销售增长点的重要性，H&M集团终于宣布，旗下核心品牌H&M和H&M Home将于2018年春季入驻天猫。此前，天猫上已经云集了优衣库、Gap、Zara等三大快时尚巨头。

“H&M集团旗下品牌Monki自从在2016年于天猫开设旗舰店以来，在中国的发展表现十分强劲，这也给我们信心将两家集团之间的合作于2018年初延伸至H&M和H&M Home品牌。”H&M方面回复时代周报记者表示，与天猫合作后，原有线上商店和天猫两个线上平台都将是实体店的重要补充，目前暂时没有计划对官方网上商店做出转型。

“目前我们把重心放在中国大陆地区，这也是绝大部分天猫顾客所在的地区。但我们不排除在合作地域方面的进一步扩张。”H&M方面对时代周报记者表示，H&M门店、网上商店和天猫商城都是H&M为顾客提供更好的时尚选择的重要平台。在集团层面，双方也在探讨H&M集团旗下其他品牌入驻天猫的可能性。

“业绩因素以及天猫的渠道流量优势，是H&M做出这个选择的原因。”

5%

据财报数据显示，2016财年H&M在中国市场的销售额仅录得5%的增长，到了2017年，情况仍不乐观。前9个月中国市场的销售额同比上涨8%，但仍低于预期水平。

资深服装行业分析师马岗对时代周报记者表示，覆盖线上平台与线下开店是互补策略，由于互联网时代的消费行为在全渠道，线上和线下对于快时尚品牌而言一样重要，不可偏废。

电商对快时尚品牌的业绩加成作用不可小觑。就在今年双十一当天，优衣库在天猫的单日销售额就突破了6亿元，而去年这一数字约为2.6亿元。在此前的9月份，GAP参与天猫的超级品牌日，利用天猫的数据能力，为全球门店消费者同步推出“抓盖小喵”的游戏，当日有100万消费者参与游戏。

No Agency分析师唐小唐对时代周报记者表示，在中国市场，与天猫这类电商巨头合作，几乎是所有服装品牌无法回避的选择，“一方面，服装品牌需要更多的渠道去抢占市场空间，但比起线下开店，电商的成本是相对较低的；另一方面，中国的消费者已经习惯了在相关品牌的电商渠道进行消费了。再次，如果品牌独立建设电商渠道，无论是在物流成本方面还是用户量方面都是不划算的。”唐小唐说。

## 销售集体放缓

H&M的境遇，是整个快时尚行业在中国市场销售增长放缓、业绩遇到瓶颈的缩影。近年来，快时尚品牌销售增速集体走下坡路，关店、撤店的消息时不时被放出。

ZARA的母公司Inditex集团毛利率自2013年开始下滑，2017上半年甚至降至56.4%，净利润仅增长1.5%至7.12亿欧元，在中国开店增长速度从前几年的10%降低到6%-8%。今年2月，Zara关闭了中国区最大旗舰店，这还

是Zara首次在中国关店。

优衣库母公司迅销集团的2016年销售收入增长也有显著放缓。其增长率从2015财年的21.6%降至6.2%，净利润暴跌56.32%至480亿日元，2017年也已关闭了数家中国门店。

GAP集团的日子同样也不好过。经历了连续七个季度的销售额下降后，GAP集团在2017年第一季度迎来史上最大跌幅，亚洲地区销售额大跌20.5%至2.83亿美元。

“首先，中国市场经过快时尚品牌迅速扩张发展之后，市场已经趋于饱和；其次，由于通货膨胀物价上涨等原因，中国消费者在服饰支出比例方面减少了，消费需求也相应降低了；第三，现在人工成本上涨了；最后，品牌之间的竞争也越来越激烈了。”唐小唐对时代周报记者分析。

面对快时尚品牌普遍面临的业绩增长难题，马岗认为，“如何取得95后、00后这样的新兴消费群体的欢心，把服装和新兴的二次文化、消费元素结合，是厂商需要研究的。”

不过，H&M中国区相关负责人对时代周报记者强调，“作为H&M集团发展最快的市场之一，我们在中国仍在继续进行扩张。”

她表示，“第四季度财报声明中所提到的‘继续整合线下实体店和线上销售渠道，优化H&M品牌门店组合’，意味着加速实体店的调整，并集中拓展更好的门店选择，当然这包括关闭部分表现不佳的门店，同时更优化我们对之充满信心度的门店。2018年我们还将更积极地调整线下实体店的组合，并使之与网上商店更加紧密地相结合。”

# 幸福九号未来两年计划在这个三线城市开100家店!

老人是天下最可爱的人，也是最需要关爱的人。“幼有所育，弱有所扶，老有所养”，给新时代我国老龄事业的发展提出新的发展理念。

## 10家分支机构孝养老人1万多人

幸福九号让生活在水城的市民如今都不再陌生。足不出户享受专业养老服务，“未病先防，未老先养，寓乐于养”的服务特色和服务理念，替儿女尽孝，让家人安心，让老人开心的目标，让幸福九号逐渐成为聊城居家养老的一张靓丽名片。

2016年，聊城幸福九号被省民政厅列为养老服务亮点企业，被市民政局列为“社区综合养老服务中心示范点”。

幸福九号老人乐园发展到今天，在聊城共有10家分支服务机构，包括聊城市社区服务中心5家，东阿县1家，茌平县4家，共孝养老人1万多人，其中空巢老人7000多人，独居老人1200多人，失独老人100多人。

据介绍，到2020年，幸福九号计划打造社区养老服务中心将达到100家，养老床位将达到1000张，孝养老人达到10万人，努力实现和打造孝养老人占比最多的地市级智慧健康养老示范基地，形成品牌示范效应，为创建文明城市做出贡献。

## 一个老年乐园满足老年人五大需求

幸福九号以居家养老、日间照料、保健理疗、文体娱乐为主要内容，在每个服务场所为老人配备二十余种至五十余种不等的保健理疗设施和文化娱乐设施，再加上全方位的亲情服务，老年人在这里每天平均费用不足三元，就能开心地玩一天，成为真正的养老乐园，满足了老年人休闲、娱乐、理疗、养生、社交、文化等物质与精神需要，有效延长了老人的活力期，缩短了失能期，解决了老年人生活扶助和精神慰藉等诸多问题。

在中心乐园他们为老人提供助餐服务，10元钱三菜一汤，主食馒头或米饭，部分解决了空巢老人、单身老人的吃饭问题。为了丰富老年人的娱乐生活，他们还专门聘请了10个专业的老师，定制专业的课程：时装走秀、手鼓、大合唱、钢琴、太极拳、剪纸；还有相亲活动，各种文体比赛，节假日举办各类主题活动，组织孤寡老人吃年夜饭等。同时，还定期邀请医疗专家前来为老年人义诊；邀请聊城大学心理学专家，在中心服务区为老年人进行心理慰藉，改善他们的精神状态。

另外，他们还成立了文化艺术中心，引进和成立了百花艺术团，大运河书画院，培养了100多名具有专业水平的演员

和书画艺术人才，参与全市各种文化活动，更加丰富了老年人的精神文化生活。

可以说，幸福九号在服务功能上，满足了老年人的五大需求：一是生活照料；二是医疗康复；三是精神文化；四是快乐陪伴；五是老年人的社会参与愿望。

## 政府支持开创新型养老服务模式

11月8日，聊城市工商行政管理局颁发的“消费维权联络点”授予聊城幸福九号。

在幸福九号，老人消费的所有信息同步给儿女。为了让老人理性消费，让儿女掌握老人消费状况，幸福九号将在会员系统里全面登记老人的儿女信息与联系方式。系统将绑定老人儿女的手机并把消费信息同步给儿女，让儿女随时关注和掌握父母在幸福九号的消费情况。

11月10日上午，位于柳园路聊城幸福九号迎来德国访问团。访问团在聊城市民政局、东昌府区委等领导同志的陪同下，对聊城幸福九号一店，进行了详细的参观考察。

他们一致认为，幸福九号为广大的空巢老人、丧偶老人、失独老人、半失能老人提供了第二个家。使老人们生活得极有尊严感；并且为我们在新形势下，出了一条中国式居家养老的新模式，值得在国际间交流推广。

幸福九号的服务特色得到各级党委、政府的重视和充分肯定，良好的服务也赢得社会各界及广大群众的广泛赞誉。随着政府对幸福九号不断加大扶持力度，也使得他们走人发展快车道，逐步形成了政企结合、公建民营、政府购买服务或由社区提供服务场所搭建平台。他们提供设施与服务特色，开创了一条中国式新型养老服务模式。填补了养老服务业一项空白，实现了养老与养己的有机结合。

聊城幸福九号总经理王娟表示，今后，在各级党委、政府的支持下，他们将进一步规范管理，完善服务功能，加快推进医养结合、智慧养老和文化养老新进程，以创新思维和创新模式加快发展。



# 笑果文化的“幽默”生意： 从内容制造者到布局脱口秀产业链

时代周报记者 吴怡 发自上海

在搜狗影视近期综艺热播TOP50的排行榜上,《吐槽大会》、《脱口秀大会》和《冒犯家族》都被列入了榜单,而它们背后都有一个共同的制作公司,上海笑果文化传媒有限公司(以下简称“笑果文化”)。

“如果能用资本来碾压的话,那其实是最简单的问题,难的是钱花不出烧不掉,脱口秀不是几个人就能玩起来的。”坐在对面的笑果文化联合创始人兼董事长叶烽叼着一根烟,呼出的烟随着冷空气缓缓游荡。

12月24日,上海龙吴路4191号红房子摄影棚内,《吐槽大会》的第五期主要部分录完,已是深夜10点多,而接下来还有一场拍摄将会持续到1点。匆匆坐下的叶烽略显疲态,翻出一包烟抽了起来。叶烽奔波于节目的录制片场,亲自监制这部“爆款”的诞生。

2017年,《吐槽大会》第一季收割了近20亿人次的播放量。11月份,笑果文化对外透露,节目第二季招商金额已近3亿元,创下了喜剧脱口秀网综招商的新纪录。

作为一家成立了仅三年的文创公司,短短两年时间内拿下了三轮融资,受到外界瞩目。除了制作爆款喜剧脱口秀综艺,笑果文化频频宣布发力于线下选秀,组建线下俱乐部等。显然,它并不满足于单纯内容制作者的角色,而是有更大的蓝图:打造喜剧脱口秀的全产业链。

## 布局子公司矩阵

“跟其他综艺节目最大不同的是,脱口秀必须要行业资源做支撑,才有可能收割一个好的节目。”叶烽告诉时代周报记者。

笑果文化是国内为数不多提出

要把脱口秀发展为全产业链的文创企业。2014年5月笑果文化成立,叶烽、贺晓曦、李诞和张英杰成为了笑果文化的联合创始人,他们搭建起了笑果文化的框架。贺晓曦担任笑果文化CEO,负责对外联络和商务。李诞负责内容创作和策划,张英杰则统筹节目制作。

叶烽深谙要把最好的资源聚集在这个架构下,才有可能制作出好的作品。早期担任《今晚80后脱口秀》节目制作人的经验,让他因此结识了十几位民间脱口秀编剧和演员。

“笑果文化成立后大概一年左右,把全国最喜欢脱口秀、最专业的又聚到了一起,我们来做更大的事业,推动这个行业的发展。”《吐槽大会》首席编剧程璐告诉时代周报记者。

这三年来,贺晓曦和叶烽带领的团队逐渐摸索出了脱口秀节目制作的商业化模式:通过爆款综艺IP捧红艺人,在线下商演、广告代言、艺人IP、周边产品等渠道中实现价值变现。

为了完善这条产业链,笑果文化创立了一系列的全资子公司,包括上海笑果文化传媒有限公司、上海笑友文化传媒有限公司、上海笑亿广告有限公司,以及所投资的新沂威鸿飞影视文化工作室。

根据叶烽的介绍,笑友文化主要负责新人的选拔和培训,以及组建大学校园脱口秀社团和城市俱乐部,相当于整个生态里比较紧迫和最基础的一部分,也是目前最需要落地的部分。笑亿广告则主要跟进商务广告,负责内容商业化变现。而笑画文化则承担企业发展未来的使命,在不同阶段引爆重点头部内容和产品。

笑果文化目前的收益主要是线上头部内容授权、线下商业演出和艺人经济这三大块。叶烽向时代周报记者

透露,在目前布局的喜剧脱口秀商业生态中,笑果文化开始实现从B端内容生产商向C端内容消费提供者角色的转变。

## 从线上打回地面

事实上,国内的脱口秀是舶来品。广发证券研究指出,国内脱口秀节目源自美国,美国喜剧脱口秀产业已经成熟,市场规模庞大,以制作Roast节目的Comedy Central为例,一年订阅用户超过9800万。

笑果文化把自己的定位对标美式脱口秀,但为了适应国内的水土,也做了诸多本土化的尝试。

美式脱口秀如今的繁荣是基于100多年的历史,先从地面演出逐渐发展演变成小舞台、大剧场,等到培养出极具个人风格的脱口秀明星之后,再在媒体平台上开设个人的脱口秀节目,或者更高规格的全美巡演,整个产业一点点往上生长。

与美式脱口秀自下而上的产业链布局相反的是,笑果文化采用的是从上而下的方式,从线上内容开始打起。

“市场不会容忍我们再花100年的时间,来打造行业的轮廓和结构。当下,你没有办法匍匐在地面,一定要跳起来高举高打,从上往下打,才能让大家认识接纳这个行业,所以我们必须找到一个引爆点。”在叶烽看来,《吐槽大会》就是这个点,这也是基于笑果文化团队自身具备较强的综艺节目制作基因。

而对于2018年的规划,笑果文化打算重回地面,把线上的爆款重新打回到线下。按照计划推进,明年笑果文化将尝试做《吐槽大会》的线下演出版,发展线上直播、线上卖票等,拓宽内容变现的渠道和模式。同时,笑果文化也在着手筹备脱口秀新星的个人

秀,例如池子、李诞。

“这是一套新的玩法,从线上做好一个爆款,再去打地面的演出,这要比从地面完全生长出来轻松很多。把整个生态一把打通之后,线下的资源可以被吸引到这个行业,提供更多新鲜血液供给线上内容,形成良性循环。”叶烽说道。

广发证券研究指出,对比美国脱口秀、喜剧产业发展,以笑果文化、开心麻花为代表的国内喜剧龙头正处在起步阶段,用户收看节目类型越来越丰富,国内脱口秀产业体现出较大潜力。

## 资本的态度

笑果文化的产业链布局离不开资本的“撑腰”。2017年以来,笑果文化接连获得王思聪的普思资本、黎瑞刚的华人文化、南山资本、天图投资、游资资本近2亿元融资,完成了A轮、A+轮两次融资,估值达到12亿元。而企业工商资料显示,2014年笑果文化的注册资本只有约174万元人民币。

在资本和市场的刺激之下,2017年网络综艺市场全面爆发。今年12月初的第五届中国网络视听大会公布了这样一组数据:2017年,上线网络综艺节目197档,增幅高达53%;播放总量总计552亿次,同比增长10%。

网综市场的繁荣,反过来也为综艺内容制作公司的壮大提供了土壤。

信达证券文化传媒行业首席研究员温世君告诉时代周报记者,“在细分垂直



2017年,上线网络综艺节目197档,增幅高达53%;播放总量总计552亿次,同比增长10%。

领域类型视频存在一定的市场机会,例如嘻哈、脱口秀等。目前整个市场而言,或许美式脱口秀在中国尚不成气候,但脱口秀有着广泛的受众基础和长久的生命力。视频网站未来的重点是垂直领域,脱口秀只是其中之一。”

今年5月份,笑果文化完成了A+轮融资,融资额度近亿元,其中领投方为天图投资。负责笑果文化投资项目的天图投资企业合伙人潘攀告诉时代周报记者,当初天图投资错过了笑果文化A轮的融资,所以当笑果文化准备发起A+轮的时候,就把这个投资敲定了下来。

“我们比较看好脱口秀这个品类。笑果文化是中国脱口秀行业里做得最深的企业。我们看到的成果,是因为他们前面做的那些事,才会有这个结果,不是有了这个结果才去做那些事。所以,当时我考虑的是做得好和更好的问题,而不是成与不成的事。”潘攀说道。



# 和昌喊话千亿 武磊二次创业: 战略要激进, 技术应保守

从偏安中原一隅到站在全国地产舞台中央,时间和复利的力量让和昌集团(以下简称“和昌”)华丽转身。十岁和昌再出发。掌门人武磊依据对大势的把握,重新部署和昌的未来之路。日前,他已向2020年郑重喊话,层层分解的各项任务都在为和昌冲刺千亿规模服务。

武磊希望和昌能在楼市大周期中胜出,谋定而后动。坚定这条商业逻辑,他带领一群活力敢为的年轻人开启二次创业,想要做房地产马拉松里的一枚短跑长跑兼备型选手。

这场磨练心与智的漫长征程,也是和昌穿越周期做百年老店的资本。武磊带着拓荒精神前往目的地,他要带着和昌有质量的增长,而不是简单给资本市场送上一条漂亮曲线。

## 千亿闯关

2017年,从160亿元到6000亿元,是地产百强到首强的差距,高下立现。

这是巨头纵横捭阖的时代,夹缝中的中小房企正拼命刷新成长路径。政策市下的刀光剑影里依旧笼罩着整个行业,但城市化和消费升级却也孕育着“破局”的曙光。

武磊思考着和昌的未来之道,他参透了这场地产马拉松的游戏规则,“未来市场,1000亿元应该是一个活下来的安全水平。你如果进不到这个圈子,就上不起了桌牌。”

这家保守200亿元规模的地产小兵,正在努力拼一张入场门票。武磊为自己和团队设定了千亿时间表,节点放在三年后的2020年。

和时间赛跑,他们不容许有一丝慌乱。接下来,和昌所有的生意经和行动计划,都天然围着这个核心任务起舞。

“我们的千亿计划,并非传统意义的千亿销售,”武磊为和昌勾勒的千亿路径,其实包括两条分支,“一支是开发建设平台,销售规模要冲着800亿去,一支是资产管理平台,管理规模要突破200亿元。”

从销售200亿元连番涨到800亿元,也并非易事。这背后隐藏的是一条连续3年50%的复合增长曲线。眼

下,整个地产市场和政策环境,并不存在如此自然增长的窗口环境。

武磊心里明白,和昌要破解这道超常规命题,与其你追我赶的弯道超车,不如另辟一条新赛道。他要为千亿战役储备大量弹药,大并购时代给了他机会——用较小的投入,获取大量优质土储,并撬动成倍的销售。

正在交割的130亿元莱蒙国际资产包,就是和昌轰动并购界的集大成之作。待交易完成,深圳、杭州、南京、广州、常州、南昌六个城市的8个项目,近200万方体量,将纳入和昌的地产版图。今年,和昌共计新进25个项目,其中有17、18个都是收并购回来的项目。

“和昌正处在生命周期的左边,连续几年打着滚的往上生长,这是我们可预期的未来。”密密麻麻分布在19个城市的2000亿元土储,是武磊的底气,“今年地产30强大概在600亿-700亿元的规模,和昌离他们有多远?我们手上的货均匀释放的话,就差一年!”

武磊和他的团队还在寻找稳定且安全边际高的并购资源,“今年,大家都在抢资料、抢种子,谁抢得更多,未来规模就会更大。一些离场的房企,让和昌看到了机会。”

和昌寻求精准投资,他们的智库——和昌城市研究院,对城市和客群进行了切片式研究,为拿地或收购提供了决策支撑。在和昌绘制的城市地图里,长三角、珠三角和环渤海内的20个核心城市和大都市圈旁的20个周边城市,是和昌深耕与耕耘的目标所向,量入为出,且不恋战。

## 微笑曲线

在规模与速度游戏中,和昌要的是规模与质量,周转与持有的平衡,并最终落在“安全”这两个字上。

“我们是一家战略激进、技术保守的公司,”和昌的征途是星辰大海,但武磊并不会为这样的目标透支能力和经验,他不愿意损失现在,损失利润、损失未来,“我们在战略上可以激进,积极甚至冲动,但在战术上一定是保守的,比如对问题项目的处理,对收

并购的尽调或者是对市场的预期,以及财务制度上,我们都是保守派。”

这也是和昌能够走到今天的一个重要基石。他们靠一条条内部铁律,来推动和昌上下往前奔跑。

“房地产本质上是资本、成本的游戏,房地产和金融如影随行,既不能走得太近,又不能离得太远。”武磊把“控成本,长利润”定为和昌发展的信条。

70%以下全年净负债率,是和昌内设的财务红线,他们不

愿意过度的加杠杆。武磊甚为感慨,“和昌从不过分依赖金融支持,我们就按照正常的交易原则和金融逻辑来配置负债表。”也正因此如此,那张收紧的金融大



网,才未对和昌的再出发产生束缚。

这个“70%”关键指标,严格把关和昌的拿地节奏和融资手段,并对账目现金提出高要求。武磊透露,和昌强持有10%到15%的账面粉底,这是保证金融安全的底线。

和昌投资基本遵守三个细分指标进行衡量,即销售净利率不低于10%,而ROE不低于20%,以及现金流回正在12个月以内(收并购项目放宽要求至18个月)。

“和昌是一个从经营上要现金的公司,我们对销售回款等资金安排都有缜密的计划安排,”武磊透露,“我们去年的销售回款达到95%以上,今年到11月底为止,也依然做到了将近92%的销售回款率。”

和昌对利润同样有诉求。武磊强调,规模和利润其实并不矛盾,只要平衡好就可以。冲刺千亿路上,和昌也不会放弃追求利润,这也倒逼他们在投资上精挑细选。

强调有质量增长的和昌,正画出一条资本微笑曲线。比如2016年和昌的利润与某TOP10内房企一样多,但TOP10内房企销售规模却是和昌的10倍。今年,和昌新增了500亿元货值,净利润率水平也接近13.1%。

这是武磊甚为满意的答卷,他这一年打了90分,“整个行业利润率一定会下降,未来,和昌能够稳定8%净利润率水平我也会非常满足。8%的净利润率,意味着有16%的投资回报率,如果杠杆率再加50%,意味着有32%的ROE,就是一家非常健康的公司。”

## 鱼与熊掌

鱼与熊掌,武磊想要兼得。在房地产这个光鲜而凶险的行业,他想聚合更多的人,跑着前进,少走弯路。

在和昌管理金字塔顶端,武磊和总裁胡博分工明确,“业绩的事胡博来负责,定方向的事我来做。”他们都是进攻型选手,对自己、对高管的要求是去一线听听炮火声。

和昌的野战军,如何跟上武磊手中那根快节奏的指挥棒?武磊将狮性文化布道到整个和昌,“我们的

人既要能够团队作战,也要能够单兵作战,既要凶猛无比,但是也不能没有底线。”

有人在冲、有人在跑,有人在看着,还有人在想着。这是武磊搭建的理想团队体系。他稳住团队的秘诀只有七个字,信任、授权、合伙人。

“小企业是呼唤英雄的,需要一个人站出来推动一件事情的完成,推动一件事情的解决,哪怕这个过程当中有一些瑕疵,但发展的速度足够快,很快的把瑕疵解决掉,或者过去,实现最终的目的。”武磊给予了团队平等对话机制,和昌信息链和决策流程都很短,最基层的同事可以跟他来直接对话。同样,他也给予了团队高度信任和授权,让他们有底气去跟合作伙伴、同行和政府谈判生意。

如何保证创新力和战斗力,如何把人变得更值钱,更有能耐之后还留在和昌?和昌版合伙人机制也早已推出,所有项目都有合伙人。

这也是武磊致力搭建的软实力护城河。在这家员工平均年龄仅有29岁,核心高管的平均年龄不超过33岁的企业里,年轻就是资本,就是核心竞争力。武磊孤注一掷用年轻人,他看中的是这群人快速学习,激情进取的能力。

2015年,33岁的武磊以职业经理人的身份履职和昌集团董事长。在此之前,他在一家TOP10房企工作十年时间,从一名基层员工成长为高层管理人员。做正确的事,走正确的路,做大概率事件,是他认为的“做企业的核心”。

“草根、活力、专业”是武磊给和昌贴上的标签,这三个关键词也是支撑和昌未来成为一家百年老店的基本前提、基本假设。

不断开拓商业边界,成为大多房企的必然选择。和昌也有过尝试,武磊也腾出精力放在资产投资和运营上,并计划收购一些资产管理和投资的公司,让专业的人去做专业的事。“我们希望在2020年初见规模,初具雏形,但还需要一段时间的培育。”

武磊在等待蓄力、发力的绽放一刻。

(文/赛亚)

# 碧桂园长租公寓战略: 不设考核指标, 首店落户上海每间租金2700元起

时代周报记者 胡天祥 发自佛山

在确立传统地产开发、海外、产城融合三大业务板块后, 碧桂园(02007.HK)又借助政策机遇, 把触角延伸至“长租公寓”领域。

12月20日, 碧桂园正式对外发布其长租公寓品牌“BIG+碧家国际社区”, 并与美的集团、OFO等30多家单位战略签约。碧桂园集团总裁莫斌在会上提出要在2020年做到100万套长租公寓, 其中40万自主开发, 60万靠创新模式拓展。

“第一个吃螃蟹”的是上海区域。碧桂园上海区域公司于2015年8月宣告成立, 今年7月刚晋升为碧桂园“一级区域”的公司, 不仅承担着集团布局一线城市重任, 还是集团探索多元业态的“试验场”。

时代周报记者获悉, 由上海区域打造的碧桂园首家长租公寓(国家会展中心店)将于今年12月底正式对外开放, 该项目位于上海青浦区徐华公路1199号, 租金采用押一付三方式, 每间2700元起(一年起租, 情况特殊者可申请6个月), 明年1月将继续安排入住。

## 不亏钱就是赚

“上海是地产市场风向标, 市场政策变化快, 上海区域要解放思想, 提前布局, 合法合规的尝试多业态组合。同时也要向优秀的同行学习, 并和兄弟区域做好联动。”对于上海区域试水长租公寓的举动, 莫斌曾在今年一次内部会议上明确给予支持: 长租公寓只有支持指标没有考核指标, 希望上海区域能从长租公寓的运作中总结经验, 摸索出一套碧桂园自持的新路。

而碧桂园上海区域总裁高斌给团队的考核指标则是: 不亏钱就是赚的。

“至于出租率, 开业至少8成, 理想状态是维持在9成到9.5成, 尽量减少一些房源的浪费, 从而压缩成本。”

据悉, 上海区域计划于3年内上海开出10万间长租公寓。而在具体产品定位上, 碧桂园希望做长租公寓的中高端产品, 其在上海的第一批公寓定位是平均面积30-40平方米之间, 同时在目前市场上的批量长租公寓产品中加入园林景观。

除此之外, 上海区域还希望在长租公寓信息化建设方面“快人一步”。今年7月底, 在高斌的邀请下, 碧桂园信息中心(下称“信管中心”)一行到访上海区域, 就确定信息系统平台搭建目标、方案和建设策略, 与上海区域长租公寓团队展开座谈。

信管中心总经理陈立艳在座谈会上说, 集团长租公寓信息系统平台建设, 要以上海区域为试点, 一期满足开业需要, 后续优化完善; 同时还要聚合接入碧桂园相关资源, 如软装、酒店、凤仪度假, 统一积分、权益交换。

除了上海区域, 去年国庆节前成立的深圳区域也从今年5月份开始, 陆续签下位于东门、塘坑、坂田等地共6个长租公寓项目, 其中有两个项目将在2018年1月开业。

碧桂园集团副总裁兼营销中心总经理程光煜在今年11月赴深圳区域考察时曾说, 深圳是一个青年发展型的城市, 人口净流入增量巨大, 非常适合长租业务的培育。“(深圳区域)要根据不同项目的特点, 不同层级青年的需求, 打造特色各异的长租产品。”他要求坂田项目在长租公寓、联合办公和创意商业的规划比例上, 要以效益最大化为规划依据。

## 隶属“商管中心”

时代周报记者获悉, 除上海、深

圳两个城市外, 北京、厦门和武汉等城市也纷纷开始“试水”长租公寓。区域方面, 莞深区域、沪浙区域、沪苏区域、广州区域、广清区域等也纷纷于近期开始“招兵买马”, 意图在长租公寓市场分一杯羹。

其中莞深区域为集团首个特级区域(不设拿地成本限制的区域), 沪苏和广清均为集团一级区域(拿地时可直接交由土地决策委员会审议通过)。土地决策委员会则是碧桂园内部拥有土地投资事物的最终决策机构, 其组长为碧桂园董事局主席杨国强, 成员包括莫斌、程光煜等。

大举布局之后, 碧桂园还需要对现有组织架构进行梳理。如碧桂园在去年8月宣布借由科技小镇全面进军产城融合领域。从职能设置上, 碧桂园同期设立了产城事业发展部, 并在今年6月成立产城融合发展中心。至此, 碧桂园内部职能部门增至16个。

而在长租公寓组织架构搭建上, 深圳与上海区域分别成立了长租公寓管理部。在集团层面, 目前长租公寓业务则由“商管中心”统筹负责。对此, 商管中心一位高层向时代周报记者确认了上述说法。

碧桂园商管中心创立于2005年, 此前一直依托于营销中心协同运作。2013年8月, 商管中心独立成为碧桂园控股子公司(广州碧桂园商业管理有限公司), 成为碧桂园内部职能部门之一。其业务包括碧桂园持有型商业体的开业筹建和经营管理, 以及集团社区商业移交后的二次定位、二次招商和经营管控等。

商管中心在今年8月成立了佛山碧函公寓管理有限公司, 这是碧桂园旗下专门从事长租公寓运营管理的公司之一。其注册资本为5000万元人民



币, 经营范围包括公寓管理、住宿服务等。另一家从事长租公寓业务的公司叫上海碧蓝公寓管理有限公司, 该公司于今年5月在上海成立, 注册资本1000万元。高斌任执行董事, 其股东为上海碧桂园企业管理有限公司。

高斌在座谈会上回应, 结合碧桂园在上海市场的拓展计划, 尤其是上海区域已落地的7区17个项目, 上海区域愿与华夏银行上海分行在沪长期合作、共同发展。

## 解决资金痛点

虽然租赁市场正被激活, 但在碧桂园上海区域总裁高斌看来, 长租公寓该如何获取稳定融资渠道, 实现规模化经营的问题仍有待探索。

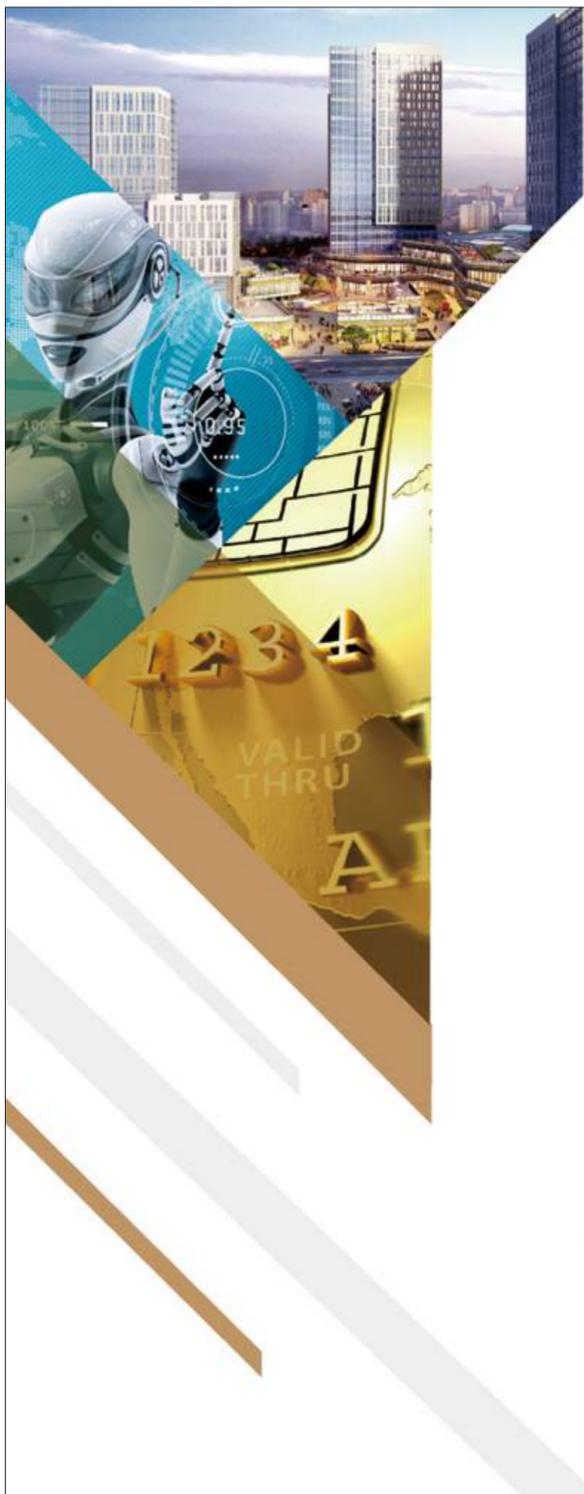
今年9月以来, 上海区域开始不断邀请农业银行、大亚信托等金融机构洽谈长租公寓融资事宜, 以期实现现金流快速流转。

9月19日, 华夏银行上海分行行长黄伟华到访碧桂园上海区域。座谈会上, 黄伟华透露了一个重要信息: (目前)上海房地产市场正在转型, 长租公寓方兴未艾, 包括碧桂园在内的各大房企纷纷试水新业务。为适应市场变化, 华夏银行将针对长租公寓类项目设计多层次、差异化融资方案, 以解决企业施工方、承租人的不同融资需求, 为上海区域发展添柴加火。

10月25日, 江苏银行为上海区域长租公寓玻璃博物馆项目发放一笔5年期2500万元的装修贷款。据悉, 该融资为碧桂园集团轻资产长租公寓融资首例。12月5日, 中国建设银行上海市分行与上海区域签订《全面战略合作框架协议》。根据协议, 建行意向性为上海区域提供的200亿元人民币授信额度, 将重点用于长租公寓建设运营。

在集团层面, 碧桂园集团分别与中信银行、中国建设银行广东省分行签署合作协议, 其中中信银行将在未来三年为碧桂园在长租住宅领域提供300亿元保障性基金。而在与建行的合作上, 碧桂园将向建行长租平台提供房源, 建行则为碧桂园提供针对企业、项目和消费者的三重金融服务。此外, 建行还将同碧桂园合作上线新的租赁服务, 届时, 房子使用权交给建行, 房东一次性获得租赁收入, 运营权则委托给像碧桂园一样的长租公寓运营商。





**SINCERE 协信**

# 协信2018 虚位以待

协信控股集团创建于1994年6月, 经过多年的深耕突破, 依托专业、透明、规范的企业机制, 高效经营、开拓创新, 已经成功覆盖环渤海、长三角、珠三角、成渝版块都市圈, 遍布北京、上海、天津、深圳、重庆等20多个重点城市, 管理资产规模超过1600亿。

二十多年来, 协信坚持“简单、专注、持久、坦诚、阳光”的价值观, 秉承“不动产是基础、金融是手段、科技是未来”的战略思想, 努力打造一流的不动产投资、运营、管理专家和金融资产、科技资产的投资集团, 并最终实现控股集团“平台的平台”的战略定位。

长期以来, 协信以开放的“协信+”精神, 与绿地集团、平安集团、清华控股、中民投、南山集团、正泰集团等优秀企业保持了良好的合作关系。未来, 协信将在“推动价值聚变”的企业理念指引下, 依托成熟的组织和专业的人才, 对各类社会资源实现“横向到边、纵向到底”式的全面整合, 促进企业的内生外延协同增长, 推动各方价值的高效聚变。

**站在更大的平台, 发现更好的世界!**  
**协信控股集团、地产事业部、金融事业部、科技产业投资事业部,**  
**诚聘英才, 共鉴巅峰未来。**  
**招聘邮箱: zhangjun1@sincere.com.cn**

---

上海市闵行区兴虹路187弄协信中心T6栋8层  
 电话: 021-80227666

重庆市江北区观音桥街道洋河一路68号协信中心C座403  
 电话: 023-67029888



# 5年布局近20个产业 佳兆业用多元做大规模



视觉中国 供图

10  
万间

佳兆业集团副总裁黄国钧告诉时代周报记者,公司计划三年内打造长租公寓10万间,联合办公卡位5万个。

化版图再度扩容。佳兆业在其官网介绍称,公司目前业务涵盖金融服务、城市更新、文化体育、旅游产业、酒店餐饮、航海运输、科技产业、足球俱乐部近20个产业。

## 增强拿地竞争力

佳兆业为何要走多元化道路?“多元化实际上有很多价值可挖。”接近佳兆业的人士告诉时代周报记者,通过并购一些公司,可以迅速把规模做起来,把市值做起来。

“恒大也做多元化,但主业还是房地产。”在刘斐凡看来,佳兆业布局多元化,其本意并非为了冲规模,“别的行业都太小了,目前很难有哪个行业的规模可以和房地产相比”。刘斐凡告诉时代周报记者,现在政府进行土地出让,一般都会考虑你能帮我带来多少产业导入,如果企业自身有很多产业布局的话,在拿地上会更具优势。

中国银河国际在与佳兆业管理层会面后也发布研报称,由于高品质地块的数量不断下降,佳兆业必须寻求新的驱动力,使自己从竞争对手中脱颖而出。该公司开始研究和投资旅游、酒店和医疗保健行业。这使其能向地方政府作出不同主题的提案。

佳兆业亦在财报中表示,集团有选择性地发展包括文化及体育等在内的业务,将有助于增强集团获取土地资源的竞争力,同时也为集团在激烈竞争中开展新的利润增长点,实现可持续发展。

11月14-22日,佳兆业成功签订了4个产业小镇战略合作协议,锁定了18635亩可用产业土地。据悉,目前佳兆业已签约并运营近50个产业项目,总面积近200平方公里。除了较为容易地拓展产业小镇项目。多元化的优势还体现在获取城市更新(旧改)项目上。

2015年以来,深圳政府开始不断收缩住宅用地,提高产业土地供应。转变背后,是政府希望企业在拿地后,能够为当地带来丰富的产业导入,继而推动产业升级。这也意味着,如佳兆业这般的拥有丰富旧改经验(已成功改造项目17个)且多元化布局的企业,在竞争新的旧改项目时,往往能给政府更为合理的规划方案,且其自身能整合旗下产业资源,对项目进行产业导入。

郭英成也强调,佳兆业在做多业态板块,主要是城市更新方面,我们不能小看这一块,相对而言,它会给我们公司未来带来很好的表现,这一项工作从房地产角度来说非常有竞争力。

截至2017年6月30日,佳兆业拥有占地1400万平方米的旧改土地资源。时代周报记者获悉,接下来,佳兆业将在深耕深圳的同时,做大“城市更新版图”至全国10大核心城市,包括北京、南京、成都、武汉等。

时代周报记者 胡天祥 发自广州

12月6日,A股创业板公司明家联合(300242)发布公告称,经过股份转让协议后,该公司的控股股东变更为深圳市一号仓佳速网络有限公司,实际控制人变更为郭英成和郭英智。郭英成系佳兆业集团董事长。郭英智则是郭英成的弟弟。

佳兆业认为,本次收购使得公司拥有以移动数字营销为主业的境内上市公司平台的同时,还将提升佳兆业多元化产业协同。

借以收购明家联合,佳兆业多元化版图得以再度扩容。2012年开始,佳兆业在主攻地产的同时,加大了旅游、酒店、金融、健康医疗、文化体育等领域的投入。截至目前,佳兆业多元化产业已近20个。

佳兆业为什么要走多元化道路?接近佳兆业的人士告诉时代周报记者,一方面佳兆业规模已经落后了,还是按照以前的“老路”走,肯定赶不上去的。通过并购一些公司,可以迅速把规模做起来,把市值做起来。

而在国泰君安分析师刘斐凡看来,现在政府进行土地出让,一般都会考虑你能帮我带来多少产业导入。他告诉时代周报记者,如果企业自身

有很多产业布局的话,在拿地上会更具优势。

## 布局近20个产业

从深圳地铁1号线国站站出来,步行300米即可到达嘉里中心。这里是佳兆业总部所在地。而7楼,则是健康集团、科技集团、创想空间公司的办公地点。

在郭英成的战略构想中,2015年正式组建的健康集团要打造以中药为切入点的药类、以口腔及上下游为原点的环医疗器械、以康复医院为核心的医疗服务共三大业务体系,总规划投资达200亿元。

据悉,佳兆业已洽谈和考察了在中药领域具有资源或产品优势的项目20余个,并已落地两家健康服务机构。2016年,佳兆业还与以色列政府计划合作成立“中以创新中心”。此外,佳兆业还控股了一家港股上市公司-美加医学,该公司主要从事义齿业务。接近佳兆业的相关人士告诉时代周报记者,佳兆业增持美加医学时非常低调,连很多内部员工都不知道。

另据时代周报记者从全国企业信用信息公示系统上获悉,目前佳兆业旗下已有多家从事与健康产业有关的公司。其中佳兆业医疗投资(深圳)有限公司(下称“佳兆业医疗”)成立

于2014年4月,佳兆业医疗器械(深圳)有限公司成立于今年8月。

佳兆业医疗原名为佳兆业医药(深圳)有限公司。2016年4月26日,在正式更名佳兆业医疗后,其经营范围也在原有基础上,新增了医疗项目投资、生物、医药项目投资等。今年1月,佳兆业医疗管理层发生变更。由罗军接替郑毅,出任该公司执行董事兼总经理。两人均为佳兆业集团高层,其中郑毅现任集团执行董事,负责城市更新、健康产业、专业市场工作;罗军现任集团副总裁,同时出任健康集团主席、总裁。

佳兆业医疗下设健康小镇事业部、投融资事业部等部门,一个多月前,该公司还对外招聘医疗投融资副总裁、健康小镇运营总经理等多个要职。另自去年开始,佳兆业医疗还对外投资了包括深圳市佳兆业健康养老服务有限公司、惠州市佳兆业健康管理服务有限公司、绥中佳兆业健康服务有限公司共3家公司。

科技集团正式组建于2016年初,其业务包括特色小镇综合开发、产业园区运营、产业基金等。科技集团下设科技产业园、商务管理部、青渡园项目部、特色小镇事业部、产业园区运营部等多个部门。

另自2017年11月7-10日,佳兆业科

技还接连成立了佳兆业人工智能创新科技(深圳)有限公司、佳兆业环保产业研究发展(深圳)有限公司、佳兆业大数据创新科技(深圳)有限公司共三家公司。

除了上述两个产业板块,今年6月13日,佳兆业集团还宣布正式进军长租公寓和联合办公,意图切入共享空间经营领域。

佳兆业集团副总裁黄国钧告诉时代周报记者,公司计划三年内打造长租公寓10万间,联合办公卡位5万个。黄国钧于今年1月加入佳兆业,并兼任商业集团主席、创想空间有限公司总裁。

佳兆业创想空间下设运营部、空间发展部、投融资部、新金融部等。喻建清在该公司任董事长,黄国钧任董事、总经理。前者还是佳兆业集团执行董事兼地产集团主席,负责地产、战略研究院、创想空间、乐园运营等管理工作。

新业务的进入,使得佳兆业多元

**在郭英成的战略构想中,2015年正式组建的健康集团要打造以中药为切入点的药类、以口腔及上下游为原点的环医疗器械、以康复医院为核心的医疗服务共三大业务体系,总规划投资达200亿元。**

# 宝龙商业地产转型:内部建创想实验室 “三轮驱动”战略支撑发展

时代周报记者 杨静 发自上海

身躯庞大的商业地产开发商能在新零售上走出一条怎样的道路?面对线上电商巨头对线下发起的围剿,商业地产运营商有何应对之道?对于宝龙地产(01238.HK,下称“宝龙”)而言,命题并不难解。

一切在12月21日那天交出了答案。上海宝龙艾美酒店,宝龙地产总裁许华芳携一众高管登台亮相,释放公司在新零售、商业地产和未来战略上的新一步。

他们要向外界传递一个信号:线下线上两者本身不应被割裂看待,在零售生态中完全可以和谐共生。理清思路,拥有线下优势的商业地产运营商,能完成巨大反转。

宝龙的底牌也在清晰,公司的拳头产品宝龙广场的沉淀和扩张,将是开启下一个发展高潮的蓄水池。此外,公司还要给池里注入“新商业、新技术和新零售”的基因。

## 创想实验室的朋友圈

许华芳的大招之一是内部一个名为创想实验室的新部门。六个月前,他找来了在互联网投资领域有着丰厚经验的邵子鉴,担任部门总经理,组建团队。

创想实验室的初步思路是,大力投入商业线下资源,建立对新零售和新物种的研究和进一步发掘,为新零

售新技术提供线下资源和验证平台,成功孵化并投资有价值的创新项目,探索灵活可变的新商业模式。

邵子鉴总结把未来能占据消费者时间和钱包的内容做扎实——即产品和体验。

“我们也不知道未来的商业会是什么样,但我和许华芳先生达成的共识是要做先知先觉的洞察,而不是后知后觉的跟随。”他对时代周报在内的媒体说道。

产品的维度,核心是对业态的升级。邵子鉴框定了几大业务板块,包含生鲜消费、个性化消费、亲自业态、严选业态等。这些都是被宝龙视为是未来线下商业发展的机遇。

升级这些业态并不足够,具体的打法和策略上也要明确。邵子鉴总结为用电商的玩法来玩零售——即新商业的目标是,生态圈的连接和建立。

“因为商业的本质还是人和商品的连接。传统的线下思路靠招商的经验、靠产品设计的经验、靠地段的经验,但电商靠的是对每一位用户精准的理解。这就要求我们要做好线下的运营,将人货场数据化。”他判断道。

连接和建立,包含方方面面。按照时代周报记者的了解,宝龙的“朋友圈”阵容强大。和京东的智慧零售的合作,实现在数据上的互相打通;和滴滴打车启动线下流量战略合作,解决线下商业和销售半径之间的壁

垒;与地平线这家人工智能公司的合作,来解决人脸识别客户系统的成本问题;此外还有洪泰基金在资本上的助力等等。

值得一提的是,宝龙还跟上海交通大学团队合作,研发被邵子鉴称为秘密武器的全新终端。按照他的介绍,不同于其他友军大力投入商场APP的研发,宝龙将追求的是解放消费者双手的场景革命。

“未来,你来到宝龙的商场,就会像是来到科幻世界里一样。”邵子鉴卖了关子。

创想实验室有着对自身更高的要求,那便是建立创新业态的自营和深度联合。目前已经在四大方面做了探索,一是直接深入到底层的消费场景,引入了全国领先的智能无人餐饮业态;二是建立无人零售咖啡生活空间;三是创立共享电竞吧;最后是打造CD虚拟平台入口。可喜的是,这些让人“脑洞大开”的新应用,在不远的将来,对外亮相。

“我希望创想实验室对未来行业有一点贡献,寻找未来商业空间的变化,与合作伙伴创造出更好的未来。”许华芳当天坦言。

## 商业地产蝶变

创想实验室将带来宝龙形象的一次大颠覆。这些新型商业理念可以和遍布在全国的36个城市综合体项目进行合力,成为公司发展中的“超级

武器”。

回到地产发展本身,许华芳带领的职业经理人团队也对外表明决心。宝龙地产副总裁兼商业集团总经理王寿庆已经接过了军令状,他要带头实现宝龙在商业地产上的跨越式增长。

产品线的梳理已经明确。目前,宝龙的城市综合体分为宝龙一城、宝龙城和宝龙广场三大产品线,对应为(超)高端、高端(中高端)列和中端主流,定位为区域的商业综合体、社区的商业综合体到主题商业街区。

宝龙的综合体扩张计划已经按照三年为时间点推进:2018-2020年计划开业14个城市综合体。当中,不乏看点的将是2018年的超高端产品——厦门唯一的六位一体的商业综合体宝龙一城。

宝龙的战场聚焦在长三角。“从土储来说,宝龙是目前在浙江拥有商业面积最高的开发商。”王寿庆透露。反映在2019-2020年计划开业的111项目中,浙江就占据了7个,分别为宁波诗美地、宁波天水、宁波远大、临安白湖畔、临安青山湖、杭州大江东和杭州未来科技城。

**当然,公司也在试图形成“地产为文化助力,文化为地产添彩”的发展格局。这就意味着,五大产业板块中的文化板块将和商业地产融合发展,实现互相增值。**

上海也是宝龙的重要的一处。按照王寿庆的表述,宝龙在上海拥有商业面积仅次于百联。自2013年12月以来,宝龙在上海开设了6家新商场,这些新购物中心通常的成本收益率超过11%。

“在过去几年,曾经有很多新的想法和变化,但是最后还是坚持自己的特色,坚持专注自己的商业地产。”许华芳认为,公司的长三角战略很成功。

宝龙也在加大对长三角的投入。据时代周报记者了解,今年以来,公司在长三角区域拿下20个地块。

宝龙期待的是以“三轮驱动”战略来重塑在商业地产领域的发展。早在2016年初,许华芳就已经做过解读,三轮驱动是为三个家:坚持打造高品质产品,成为品质地产专家;进一步锻造和升级商业运营能力,成为商业运营行家;增加物业租金收益,寻求多元融资渠道,成为资产管理赢家。

当然,公司也在试图形成“地产为文化助力,文化为地产添彩”的发展格局。这就意味着,五大产业板块中的文化板块将和商业地产融合发展,实现互相增值。

成绩单至少让外界舒了一口气。截至2017年中期报告,宝龙的商业租金及管理费收入实现8.51亿元人民币,预期全年达17.5亿-18亿元人民币的水平,自2013年以来年复合增长率达25.7%。

# 押注粤港澳大湾区 雅居乐多元化布局冲击千亿俱乐部

时代周报记者 蔡颖 发自广州

联手中山本地房企世光创建立合作协议,宣布将共同开发位于中山8个项目的8个多月后,近日,雅居乐为其中的3个项目引进了更多的投资方。

12月14日,雅居乐集团控股有限公司发布公告,其全资附属公司中山雅景与凯利易方、国信证券(002736,股吧)、世光实业签订有限合伙协议,成立总注册资本200.05亿元的有限合伙企业。

三家公司的开发项目分别为雅居乐花生唐项、东城及深中壹号。据雅居乐2017年中期报告显示,雅居乐在今年上半年以收购方式获得了包含上述3项目的8个联营项目,总账面价值约为6.43亿元,总金额约27.7亿元。

至此,雅居乐已经在包括中山在内的粤港澳大湾区内拥有约1200万平方米,占比约为30%的土地储备,可以支撑其未来3至5年的发展。

房地产行业迈入寡头时代,冲千亿、拼规模成为房企的共识。雅居乐作为一家目前销售百亿级的开发商,可获取的资源有限。为突破困境,雅居乐提出千亿销售目标。如何登上千亿台阶,将企业带进规模增长的快车道,雅居乐将面临一场硬仗。

## 布局粤港澳大湾区

根据雅居乐发布的公告,截至2017年11月30日,在11个月内,其累计预售金额达到813.2亿元人民币,同比增长36.89%。按照公司年初定下的650亿元的销售目标,雅居乐已提前完成任务。而在超额完成目标之后,雅居乐正保持全力冲刺并以持续扩张土地规模来支撑进一步发展。

在补充土地储备方面,雅居乐采取积极而审慎的购地策略,优先考虑

具竞争优势的现有项目所在城市及增长潜力雄厚的一二线城市寻找机遇,通过招标、拍卖、挂牌及股权收购等方式,多渠道策略优化土地储备。

在雅居乐新收购土地列表中可以看出其在中山地区呈现出积极的投资态度。今年上半年,雅居乐在中山购下5大地块预计总建筑面积达到158.87万平方米(应占权益50%),占该公司上半年增加总建筑面积342万平方米的46.5%。这意味着在上半年新增的土储中,中山土地占到将近一半。

进入下半年后,想在业绩上冲一冲的雅居乐在中山频繁落子。继9月初拿下中山神湾镇地块后,9月26日雅居乐宣布以37亿元收购中山西北部东凤沙岛地块。该地块位于中国广东省中山市东凤镇穗成村,地盘面积约为1005亩,规划建筑面积约为149万平方米,用作兴建房屋、低层住宅楼宇、商业地区及学校等。在12月1日,12月12日,雅居乐连续又拿下中山三乡雍陌村两幅商业住宅地块,新增面积约7万平方米。

目前雅居乐在中山的土地开发正在稳步推进当中,而不久之后将进入红利兑换期。

深耕粤港澳大湾区是雅居乐重要的发展方向。这一目标在其8月30日公布的中期报告里也有体现。除了中山地区之外,雅居乐继续深入华南一二线城市群,以期获得联动效应。12月5日,雅居乐合作首次进驻江门市,与美的地产携手发展江门市蓬江区社阮地块,为其粤港澳大湾区的战略版图再下一城。

雅居乐陈卓林曾在接受媒体采访时表示,雅居乐在粤港澳大湾区“已经先跑起来”,于大湾区之内,雅居乐有1000万平方米的土地储备,“这是我们的家底,未来雅居乐最大的收获会

是在那里”。

除了加速土地扩张的步伐之外,位于粤港澳大湾区几何中心的中山雅居乐民森迪茵湖小镇于今年11月正式拉开运营序幕。作为产业度假小镇,迪茵湖小镇占地约3500亩,目前建有产业科技园、希尔顿酒店、迪茵湖农田生态农场、马术训练营等配套。

国内“特色小镇”概念的提出与发展已有三年。目前不少城市都在抢占特色小镇的红利先机,光是中山地区特色小镇就已经达到18个之多,而迪茵湖小镇是发展得最为成熟的项目之一。在未来,雅居乐地产将会继续加入到中山的特色小镇的建设队伍当中,目前正在推进2-3个项目的合作了。

## 三年冲击千亿

在调控政策相继出台的背景之下,中国楼市开始步入深度调整期。拿地-开发-销售-拿地这种单一的模式逐渐褪色,房地产领域面临转型之痛与机遇。

成立25年,雅居乐迎来转型之变。2015年,雅居乐业务由“以地产为重”调整为“以地产为主,多元业务并行”的运营模式。2016年,雅居乐地产正式更名为雅居乐集团,用这个不具备地产符号的新名称,雅居乐开始了以“1+N”运营模式为核心的多元化发展。

雅居乐环保集团是多元化发展的重点方向,主要聚焦固废处理、环境修复和水务三大业务板块,形成技术研发、装备制造、工程建设、运营咨询、终端处置和再生利用的全产业链格局。同时也致力于技术、资本、平台资源多方整合。

截至目前,环保集团已与广州黄



1200  
万平方米

雅居乐已经在包括中山在内的粤港澳大湾区内拥有约1200万平方米,占比约为30%的土地储备,可以支撑其未来3至5年的发展。

埔区签订产业导入及城市更新合作协议,与西安高新区签订合同打造西安国际化产城融合示范小镇,将打造“环产业+地产开发”的协作模式。

作为雅居乐在房地产外的四大业态之一。雅居乐预计,未来两至三年,环保业务对集团整体业绩会有明显的贡献,力争达到1000亿元市场规模,并力争3年内登陆资本市场。

以雅生活为代表的物业板块,正在显示出积极的成长性。截至2017年6月,物业总建筑面积增加至7054万平方米(2016年同期为5346万平方米)。此前,通过收购绿地物业,雅生活在规模上获得了一位强有力的援手,增加物管面积417万平方米。

物业面积的增加一定程度上提升了其盈利水平,上半年集团获得物业管理费收入为5.48亿元,较2016年同期的4.75亿元上升15.3%。物业管理的经营利润为1.60亿元,较2016年同期的0.91亿元上升75.7%。

2017年9月14日晚,雅居乐发布公告,物业业务雅生活的规模已经增长至足以进行拆分上市,已向香港联交所递交上市申请表格。

陈卓林对于雅生活寄予厚望,并希望这项业务,能成为未来雅居乐最重要的竞争力之一。到2020年,雅生活的目标是实现百亿产值和十亿利润。

在教育领域,幼教、K12、国际教育、职业教育、社区教育、在线教育等六大业态板块并行发展。目前教育集团已经在40多个城市投资达到10多亿元,拥有超过60所学校,有10万名学生在雅居乐教育体系中接受教育。而未来也将在西安、常州、贵阳、成都等地陆续开办雅居乐双语学校。

在备受关注的产业地产方面,2017年雅居乐成立了自己的产业中心,目前主要专注于发展特色小镇。未来山东威海的体育小镇、西安和南京的项目、广州黄埔项目以及天津影视小镇都将陆续地推出市场。

陈卓林表示,2016年启动多元化战略,力争三至五年的贡献,除地产集团外的其他产业能占到集团总利润的50%。

目前业界普遍关注开发商探索多元业务发展,而房企新业务的探索仍需规模和数据来证明。



普及高端科技,让更多人分享优质生命关怀

**mindray 迈瑞**



视觉中国 供图

时代周报记者 蔡颖 发自广州

房地产行业爆发式增长红利已成为过去式,承载房企转型重任以及依托于增值业务等新兴商业模式的物管行业俨然已经成为一座待掘的金矿,吸引了资本市场的极大关注。

2016年11月,商务部、发改委、工信部等10部门联合发布关于《国内贸易流通“十三五”发展规划》显示,到2020年社区服务市场规模可达到13.5万亿元。未来物业管理市场发展空间巨大。

国海证券亦认为,房地产市场目前累积了巨量住房存量,如何在现有存量市场为住户提供增量服务成为房企市值重建的平台作用开始显现。

在此背景下,新一轮的残酷赛马由此展开。立足于兄弟开发公司的各物业管理企业纷纷开始抢占市场先机。那么,谁将提前掌握话语权?

### 金地样本

金地在这场“物业赛马”的角逐游戏提供了样本。

金地2017年半年报显示,上半年集团物业管理收入8.24亿元,高于物业出租业务的3.69亿元,是仅次于房地产开发的主营业务之一,服务面积超过1.7亿平方米。在2016年金地物业更是凭借42.01亿元的品牌价值位列物业行业第二。

以合作运营为主的外延式增长是金地扩充规模的主要手段。12月21日,金地物业联手信达集团签约物业管理协议。协议表明,以信达集团位于陕西渭南市的三处住宅为战略合作项目,建立地产开发与服务运营合作模式。

在进行跑马圈地的同时,金地物业也采取内生增长法,凭借“互联网+”和智能化转型升级。

金地物业推出了享系列APP,其中包括享家社区APP、享当家APP、享家物业管理平台,其应用目前已经覆盖全国60多个城市,服务项目累计达900个,至少已经为100万用户提供服务。

金地物业从2015年开始布局“智慧生态圈”。通过线上线下相结合的方式搭建产业联盟,“智慧生态圈”的战略合作单位已经涵盖金融、娱乐、健康、出行、购物、家居等。智能化管理建设进程中,在去年金地物业就建立自己的智慧社区管理系统,同时在今年4月26日,金地物业管理集团发起与蚂蚁金服的合作,就智慧社区进行深度合作。

在当前融资渠道收紧的情况下,金地物业也在寻求传统融资路径之外的创新融资方式。9月25日晚间,金地集团发布公告称,公司成功发行30.5亿元规模的物业费ABS资产证券。这一融资规模更是创下了近年来物业费ABS的历史最高纪录。

金地物业管理集团董事长蔡占宁此前曾表示,2017年金地物业在规模上有望突破3亿平方米。除了继续深耕一二线城市之外,扩大市场占有率之外,未来金地物业将触角延伸至三四线城市。力争3年内突破10亿平方米,成为千亿级物业管理企业。

### 规模之争

近几年来,雅居乐、金地、万科、龙湖、碧桂园等房企纷纷宣布要将旗下物业管理业务做大。目前,物业管理行业仍处于盈利模式探索阶段,行业内未形成统一的发展模式,规模正在成为重要竞争赛道。

转型“城市配套服务商”的万科,旗下的物业板块在2014年全面启动市场化发展之后,也在逐步寻求规模的扩张。

万科物业通过品牌全委、睿服务

286.9  
亿元

目前市场上共发行了将近30单物业费证券化产品,累计发行金额达到286.9亿元。



视觉中国 供图

托管、股权合作三种形式来扩张规模。2015年,万科物业组建睿联盟,到2015年底睿联盟伙伴增加到70多家,增加面积1亿多平方米,在管面积翻番,实现净利润3.78亿元,截至目前,联盟伙伴已经有200多家。

今年5月25日,北京首都开发股份有限公司公告宣布,拟与北京首开鸿城实业有限公司、万科物业发展有限公司合作成立“北京首开万科物业服务服务有限公司”,三方持股比例为25%:25%:50%。而此次万科物业

透过联手扩大规模,为其带来的潜在新增面积至少达4500万

平方米。万科物业的数据显示,截至2017年9月底,万科物业已布局中国69个最具发展潜力的大中城市,合同项目共计2107个,其中住宅项目1745个,商写项目362个,合同面积近4.1亿平方米。

日前,万科高级副总裁、物业事业本部首席执行官朱保全在出席万科媒体交流会上透露,过去三年,万科物业重点聚焦规模扩张,而未来三年万科物业的主要工作则是提升住户对物业管理的满意度。

同样追逐规模的还有雅居乐旗下物业板块雅生活,6月30日,绿地控股宣布,拟将旗下上海绿地物业100%股权以10亿元的价格转让给雅居乐物业。此番雅居乐收购绿地物业,将增加物管面积417万平方米。截至2017年6月,雅居乐物业管理面积为7054万平方米。此外,绿地集团将于未来五年每年向雅生活提供1000万平方米的物业管理面积。

此外,作为第一家上市的物业公司,彩生活的规模扩张也在加速。

### 物业管理的资本玩法

在地产融资渠道逐渐受限的背景下,物管行业因为缺乏可供抵押的物资、竞争格局分散、劳动力成本高等因素难以获得银行贷款,上市便成为开发商们普遍选择的融资渠道。

根据公开资料显示,物管行业资本化进程加速,彩生活、中海物业、中奥到家等先后登陆港股市场。目前在新三板上市的物业服务企业达58家,南都物业首发申请过会,即将成为A股物业服务第一股。

成立于2002年的彩生活于2014年率先在港交所上市,为国内首个上市的物业管理公司。其在上市3天后,市值达到55.6亿港元,一度反超母企花样年,这让港股市场上的物管企业为

之一振。彩生活之后,2015年10月23日中海物业成为第二家独立分拆上市的物业公司。

随着物管行业的持续发展,加入战队的玩家越来越多。2015年11月,中奥到家在港交所敲钟上市。2016年7月,绿城服务上市,成为国内第四家赴港上市的物业公司。

此外,雅居乐的“雅生活”、富力等房企旗下的物业公司也将分拆物业上市纳入议程。

房地产物业板块扎堆排队上市,面临着等待时间漫长的困境,而通过多种证券化的手段来为物业板块融资,有望借此进入发展的快车道,成为房企流动性的补充。

“有了充足的资金,才能支撑规模的进一步扩张、增值服务的开发才能加快。”相关业内人士对时代周报记者如是说。

在此背景之下,物业ABS持续发酵。自2015年世茂发行首单物业ABS之后,很多开发商开始试水以物业费作为资产基础的资产证券化融资方式。例如,2015年金科发行了15亿元的物业ABS;雅居乐在2016年抵押了旗下若干物业未来五年的应收款项权力,推出了物业服务债权资产支持专项计划,专项计划所得款项净额约9.74亿元。今年8月,新和昌2.2亿元物业ABS也在深交所成功发行。

目前市场上共发行了将近30单物业费证券化产品,累计发行金额达到286.9亿元。未来将成为物管企业的重要融资渠道。

中指研究院的研究表明,2016年,百强物业公司在管面积占市场总量近30%,市场集中度并不高。这意味着,大型物管公司将迎来更多并购、收购的机会,而中小型物管公司亟待寻求合适的运营模式来实现突围。

## 中骏的后规模时代: 聚焦型战略, 转型城市运营服务商

时代周报记者 杨静 刘娟  
发自上海、北京

12月23日,中骏集团大厦落成,中骏集团(下称“中骏”)董事局主席黄朝阳携众多高管出现在上海虹桥,为公司成立30年的庆生,也是开启下一个30年公司发展的起点。

从福建泉州到厦门,再到现在的上海,两次迁移总部之间,中骏的全国化发展进入全面提速期。

黄朝阳和他的团队思考过企业未来的生存之道。他们透视了城市化和消费升级视角下的地产行业机会,最后得出结论:在中国,中小型特色房企仍将长期存在,只要能生存下来,就一定能够做大。

中骏的下一步,也因此锁定在了千亿级企业的实现。接下来,它要在全国的23个城市中,着力打造“Fun+幸福生活”生态圈。除了传统的地产业务之外,它还要把触角伸向长租公寓、联合办公、健身健康管理中心以及教育医疗。

中骏更大的愿景则成为让人受尊重的百年企业,成为全球领先的城市运营服务商。

具体来说,要如何实现?当天,黄朝阳对包括时代周报在内的媒体吐露了背后的故事脉络。

### 明晰战略打法

在此之前中骏只是一家在福建

发展的区域性公司,而截至目前中骏的土地货值储备已经超过千亿。今年,中骏拿下了44块地,这些地块分布在环渤海、长三角、珠三角、长江中游和成渝区域城市群。

按照管理层的预期,地产板块的中骏置业(01966.HK),今年销售额将超过300亿元,算上公司建筑机械和电力设备两大业务,集团整体销售额将达到近400亿元规模,明年预计中骏置业会冲击500亿元规模。

这是过去很多年里,中骏并不敢想象的快节奏。要知道中骏置业首次突破百亿,时间还是在2013年。

在实现百亿之前,中骏内部做了个聚焦战略——聚焦于一二线城市房地产开发。基于此,中骏到来上海,就更容易理解。

“中骏需要一个和自身战略匹配的高地。”黄朝阳说道,“经过了30年发展沉淀,经济基础、管理能力、人力资源积累丰厚,我们有能力,也有理想,应该向更大的平台去发展。”

战略、流程和人力,被视为是企

业管理的三大核心要素。首要的是战略,做什么,怎么做以及不做什么,都是需要被清晰明确的。回忆起过去,黄朝阳庆幸自己坚决抵制住了诱惑,聚焦于建筑机械、电力设备和房地产开发三件事情。

为自己心中的梦想,他让公司搬了两次家,一次是从泉州到厦门,再一次是厦门到上海。“每一次搬家,都是为了一个梦想。”中骏置业副总裁王勤对时代周报在内的媒体如是总结。

按照王勤的判断,未来3-5年地产行业的竞争激烈程度将像以前的家电行业一样,不变的定律是规模即意味着话语权,“前30强的企业占据50%市场份额,中骏志在前30强。”王勤表示。

### 区域聚焦

黄朝阳很喜欢的一句话是,“路选对了,路再遥远,都能达到目标”。

在王勤看来,战略解决方向的问题。“我们内部说,方向错了加上超强的执行力对企业来说就是灾难。所以战略方向的正确对一家企业来说是先决条件。”他认为。

中骏的战略选择便是“区域聚焦,多业态发展”。按照时代周报记者的了解,中骏锁定的是环渤海、长三角、珠三角、长江中游和成渝区域这五大城市群。具体来说,未来,公司会深耕一线、核心二线,以及包括人口密度在500万以上的强三线城市。

“我们觉得未来三年的时间,长效机制将会形成,这就形成从之前2-3年的短周期向5年左右的中周期过渡。”王勤对时代周报记者强调中骏的周期论,正因为无法脱离周期,中骏会考虑在土地投资上的全覆盖,以理性的态度来进行拿地。

对企业的风险控制上,中骏将进一步进行把控。按照中骏置业副总裁郑全楼的理解,从三个方面展开:一是更加全面深刻评判土地价值,不高价拿地;二是快速开发,保证现金流安全;三是以销定产,踏准市场的节奏。

可喜的是,目前中骏的平均拿地成本是5200元/平方米,处在行业的较低水平。此外,目前的土地货值已经为未来3年的发展提供了弹药。

### 城市运营服务商

那么三十岁的中骏,接下来还有哪些改变,成为“全球领先的城市运营服务商”,正式浮出水面。

目前中骏已经建立了住宅、商业、物业、文化地产、文化旅游地产、产业地产为主的业务模块。但还并不足够。

黄朝阳经常对自己强调。未来属于新生代的年轻人,这些年轻人决定着未来,未来又决定着中骏的现在应该做什么。

于是,中骏把长租公寓、联合办公和健身健康管理中心以及教育医疗结

合了起来,分别推出了长租公寓方隅Funlive,联合办公Funwork,超燃健身Funsuper及大健康等新型业务板块。黄朝阳将这些战略,归纳为“FUN+幸福生活”生态圈。

据了解,中骏未来3年将投资1亿元打造iFun人工智能系统,基于空间的人工智能系统,打通包括居住空间、办公空间、健身空间、医疗、教育在内的联动方案,满足未来智慧生活在衣食住行全方位需求。

在长租公寓,中骏在今年8月已经迈出了步伐。美国知名的长租公寓地产平台睿星资本Greystar Capital已经和其达成战略合作,未来双方将在北上广深和杭州、南京、天津、厦门等一线及核心二线城市布局长租公寓,三年目标是做到50万间,长远的愿景是打造50万间、1000个项目。

同时,旗下联合办公品牌Funwork已在上海、北京、杭州、厦门、武汉等地先后开业运营,已入驻了金融、创意、电商、教育等55个不同行业的近千家企业。

按照50万间长租公寓的规划目标,中骏未来将孵化出四五百家连锁健身中心,小到两三万平方米,大到一两万平方米,并伴随着体检等大健康管理项目。

“我们不想单纯地盖一些房子,而是构建从居住到办公到大健康的一个幸福生活的生态圈。”黄朝阳表示。

# 宝能66亿元控股观致 加速跑入新能源汽车赛道



视觉中国 供图

时代周报记者 刘阳 发自北京

观致陷入收购案已有很长时间了，不过，从业内传出的消息，始终是宝能来接手，只是奇瑞和观致始终秘而不宣。直到圣诞节前，观致汽车CEO刘良揭开了盖子。宝能集团董事长姚振华才从幕后走到台前。

12月21日，很多媒体都收到观致汽车发来的新闻稿，邮件开头就正式宣布：观致汽车有限公司迎来战略投资者——宝能集团。观致汽车CEO刘良博士表示，热烈欢迎宝能集团战略投资观致汽车，同时感谢奇瑞汽车和量子公司两个股东多年的支持，相信三方股东将为观致带来更好的资源，助力观致汽车进入一个全新的时代。

这几句落地有声的话表明：宝能集团、奇瑞汽车和量子公司都是观致汽车的股东。股比方面，据业内人士透露，宝能集团占51%、奇瑞汽车占25%、量子公司占24%。不过，时代周报记者就这个核心问题求证宝能大品牌媒体部相关负责人，但是这位负责人始终不接电话，也不回复短信。

不管怎样，宝能集团由虚向实，准备造汽车了，而且直接指向火热的新能源汽车。观致此后的命运，就交给这位新任控股股东掌握了，市场拭目以待。

## 66亿控股观致

观致缺钱，这在业内已经不是秘密。总体算下来，各家股东给观致前期的投入高达150亿元左右，但在过去3年中，观致的总亏损金额甚至超过60亿元。直到今年上半年，观致亏损的额度有所收窄，不过依然达到6.4亿元。最新的财务报表显示：今年前三

季度，观致汽车营收11.99亿元，净利润为-10.69亿元；负债达到92.1亿元，占113.87亿元资产总额的80%以上。

面对这家负债率高达八成而且经营持续亏损中的汽车企业，让奇瑞汽车和量子公司两个股东很难继续输血，挂牌求援势在必行。

那么宝能集团到底花了多少钱，才将控股股东的位置揽入怀中的呢？

一位不愿透露姓名的业内人士给时代周报记者算了一笔账。首先是今年的12月14日，也就是观致汽车在长江产权交易所挂牌转让25%的股权，这些全部是奇瑞汽车的股权，宝能集团花费16.25亿元购得；接着，宝能集团又从美国Quantum LLC公司获得26%的股权，按照和奇瑞汽车交易的价格算，宝能集团这次出资16.9亿元。两者加在一起，差不多是33.15亿元。

不过，宝能集团的花费并没有就此结束，因为根据相关协议，宝能集团、奇瑞汽车、Quantum (2007) LLC还将共同增资65亿元，来进一步支持观致汽车的发展。那么，按照最新的股比来计算，这65亿元的分配额度是：宝能集团33.15亿元、奇瑞汽车16.25亿元、Quantum (2007) LLC15.6亿元。也就是说，宝能集团在这次投资交易中，总共拿出去了66.3亿元。所以，此前有媒体报道称，宝能集团拿出超过65亿元，才买到观致汽车的控股权，看来情况基本是这样。

如果这些投资全部到位，那么，观致汽车的账面上将一下子多出98.15亿元，日子一下子就富裕起来。不过，也有业内人士认为，奇瑞汽车和量子公司都不会继续投钱了，这两家公司的“增资”部分，其实也就是通过卖股份获得的，由此看来，还是宝能集团一家

出资在挽救观致。

## 观致亟待重生

观致汽车自2013年推出第一款观致3轿车以来，一直是叫好不叫座。目前，观致汽车旗下共有5款在售产品，分别是观致5 SUV、观致3都市SUV、观致3五门版和观致3GT。奇瑞曾对观致寄予厚望，期望其能在中国市场中占据一席之地。但由于各方面的原因，观致汽车的销量始终惨淡。

在最新一期的今年11月销量榜单中，观致的表现依然低迷，其中观致3都市SUV只售出4辆，观致3售出225辆，月均销量不到700辆的观致5，因为合作关系，11月的销量飙升至3231辆。不过，如果不计算11月份的异常销量数据，那么，观致在今年1-10月的总销量还不到1万辆。

去年，是观致汽车表现最好的一年，当年的批发销量从2015年的14247辆直接突破到24188辆，同比增幅高达70%，是2016年中国乘用车市场整体增幅的5倍多。其中，2016年3月上市的观致5 SUV就贡献了10878辆，占比45%，这正是赶上了中国市场对SUV车型的疯狂需求时期。

此外，观致2016年的销量增长，还得益于经销商网络的扩展，到2016年年底，观致经销商网络达到了115

目前，观致汽车旗下共有5款在售产品，分别是观致5 SUV、观致3都市SUV、观致3轿车、观致3五门版和观致3GT。奇瑞曾对观致寄予厚望，期望其能在中国市场中占据一席之地，但由于各方面的原因，观致汽车的销量始终惨淡。

家，另有18家在建、18家意向，而且单店季度销售的汽车数量从2016年一季度的57辆增加到四季度的73辆。但是，经销商的布局数量远远没有达到此前设定的目标，自然也就没有完成年初观致汽车董事长陈安宁制定的“2016年销量目标将增长170%-200%，达3-5万辆”的销售目标。

其实，观致汽车自有车型推出以来，年销量最高也没有达到过3万辆。这样，也直接造成观致汽车很难达到盈亏平衡线，持续处于亏损状态。

然而随着宝能的人局，观致在明年或能迎来其发展史上最好的时光。最近据媒体报道，得益于宝能关系，观致拿下了深圳前海联动汽车租赁有限公司近万辆的订单，目前公司正在加班加点生产。而除获得联动云租车订单外，今年8月10日，观致还与家和众信集团签下3万辆车订单，预计在24个月内分批执行。

## 宝能的布局

在外界看来，宝能集团入股观致汽车，将成为其正式进入新能源汽车领域的开始，甚至是从金融转向实业的开始。事实上，汽车行业资深分析师张志勇对时代周报记者表示，梳理宝能集团的业务布局，其实早就涉及汽车产业链的上下游了，比如今年3月，宝能集团以10亿元注册成立宝能汽车有限公司；10月份，与杭州市富阳区政府签订项目合作框架协议，总投资约140亿元的新能源汽车配套设置项目；11月份，与昆明市政府签订战略合作协议，包括

建设50万辆新能源汽车整车及零部件项目。因此，宝能借观致之手，只是快速切入造车领域，继而获得新能源汽车的生产资质。

此前，观致汽车在推行的便是发展传统汽车的同时，推进新能源汽车，也就是“两栖战略”。正是奔着新能源汽车这块“大蛋糕”，宝能集团才不惜重金地杀人进来，勇于修补观致汽车几年来遗留下来的百亿元大窟窿。

反过来说，观致抛给宝能的“诱饵”也是非常大的，根据刘良透露给媒体的说法，观致与宝能的新能源汽车合资企业将在近期就对外公布，观致新能源则将在现有车型基础上进行开发，同时2016年广州车展亮相的观致3Q·ELECTRIQ电动车将于2018年初正式量产，另外观致2020年会推出全新新能源汽车平台。

另一方面，刘良还表示，宝能旗下有诸如共享汽车、车联网、租赁业务等很多资源可以马上被观致利用，同时，宝能在全国拥有的很多商业地产，都能帮助观致进一步扩展经销网络。

虽然截至记者发稿，宝能大品牌媒体部相关负责人依然没有回信，但是，通过各方传来的消息显示，人主观观致后，宝能将按照全新思路重整观致，把观致推到以新能源汽车为主的汽车“四化”方向上来。届时，观致品牌是否继续保留、跨国公司的员工是否替换等诸多问题，还存在不确定性。

虽然宝能集团壮志满怀，但是，对于新能源汽车行业来说，有钱并不一定能成功，多少失败的企业已经躺在那里，宝能集团面临的挑战依然很大。

# 中高级车市变革序幕拉开 全新第八代凯美瑞开局热销

虽然距离广汽丰田第八代凯美瑞上市仅过了1个月，但中高级车市沉寂已久的气象已然打破。

根据广汽丰田方面提供的数据，自11月16日发布以来，全新第八代凯美瑞预订火爆，截至12月16日，累计订单突破2万台。这对一直被SUV以及入门级豪车夹击下的中高级车市来说，可谓是一个让人振奋的现象。

那么，作为首款完全基于TNGA架构开发的车型，这款被喻为“很不凯美瑞”的第八代凯美瑞，是如何在产品、技术甚至营销上如何再度引领如今的中高级车市，值得一究。

## 销售火爆

11月16日，广汽丰田终于在广州车展前夕推出了消费者期待已久的全新第八代凯美瑞。17.98万-27.98万元的价格，搭载2.5L、2.5L HEV、2.0L三大动力总成，广汽丰田这次一口气推出了包括凯美瑞、凯美瑞运动及凯美瑞双擎三大系列九款车型。

“全新第八代凯美瑞不仅传承了优异的全球车品牌基因，更聚合了TNGA架构下所有的优质资源和先进科技，它全面响应消费者对个性化、豪华感及高品质轿车的需求，将成为引领中高级轿车复兴浪潮的明星车型！”广汽丰田执行副总经理李晖在发布会当天振奋地说道。

在上市一个月后，全新第八代凯美瑞也正用着过人的销售增速来回应。

数据显示，截至12月16日，全新第八代凯美瑞累计获得订单突破20000台，其中2.5L排量车型(含混合动力双擎)占比接近70%，混合动力双擎订单占比达到20%；同时，凯美瑞运动系列需求强劲，开拓运动型轿车细分市场。

有分析指出，这是中高级轿车上市市场多年未见的火爆现象。广汽丰田内部人士表示，在广州车展现场，由于预定情况非常火爆，甚至有销售人员在闭馆后仍打开手电筒为顾客

签单。

近年来，随着国内SUV热潮高居不下，加上豪华入门级车型竞争加剧，令到中高级车市市场遭受到前所未有的冲击。可以看到的一个现象是，2016年中高级车前20强中有13款车型都出现了同比负增长的情况。

踏入2017年以来，中高级车市的竞争更为戏剧化。本来被大众和现代霸占的前三强席位，都出现了变化。数据显示，截至今年11月，国内中高级车市场的前三强依次为迈腾、迈锐宝以及雅阁。值得注意的是，以往的中高级车王者帕萨特似乎风光不再，11月销量相比去年同期的销量下降了39.45%。

而全新第八代凯美瑞一经上市便斩获众多订单，说明产品已经重新唤起了消费者对中高级车的期待，中高级车市场的桂冠之争将更加激烈。

事实上，从广汽丰田于2006年引入凯美瑞以来，该车型早已在中国市场上积累了不少口碑。凭借全面均衡的产品力，广汽丰田一次又一次地创造了引人注目的“凯美瑞速度”。11年来凯美瑞累计销量超过162万台。每一代凯美瑞的演进，都引领市场潮流方向。这一次，全新第八代凯美瑞再次屹立潮头。

## 科技卖点引爆市场

据广汽丰田内部人士透露，在没有发布价格和车辆具体配置的前提下，全新第八代凯美瑞单凭外观和一些产品的资料，已经收获了超过一万个订单，而且这些都是有定金的客户。这也从侧面证明了，消费者对第八代凯美瑞的期待，而广汽丰田从一开始就有意欲把第八代凯美瑞打造成为明星车型。

“我们希望消费者用20万元左右的价格，就能购买一款拥有全新技术的、接近豪华车的轿车。”广汽丰田副总经理黄永强寄望。而他的底气，也正是来源于丰田的全新TNGA架构，而诞生于TNGA之下的全新第八代凯美瑞，可以说是真正意义上的



全新第八代凯美瑞不仅传承了优异的全球车品牌基因，更聚合了TNGA架构下所有的优质资源和先进科技，它全面响应消费者对个性化、豪华感及高品质轿车的需求，将成为引领中高级轿车复兴浪潮的明星车型！

彻底换代。

TNGA (Toyota New Global Architecture, 丰田新全球架构)，是流水线及TPS丰田生产方式后，又一次汽车生产机制的全面革新。它真正从零开始，对几乎全部零件重新研发，对核心部件全部采用最新技术，对整体产业链全面升级。因此，全新第八代凯美瑞诞生之初就在外观、驾驶、安全方面拥有显著的产品优势。

“第八代凯美瑞核心部件全部采用最新技术，包括全新2.5L Dynamic Force Engine发动机、全新Direct Shift-8AT变速箱、全新底盘及悬挂，同时在造型设计、驾驶乐趣和安全性能方面均实现前所未有的变革。”上述内部人士对记者说道。

根据最近公布的一份汽车消费趋势调查报告，消费者在购买新车时，品牌、品质、颜值、技术成为他们购车时的主要决定因素。其中，如今的消费者更愿意为技术买单。为此，全新第八代凯美瑞拥有的大量高科技和人性化装配，也恰是打动消费者的关键原因之一。

比如除了全系标配十个安全气

囊，除了入门级车型，全新第八代凯美瑞在中高端车型上更全系标配Nanoc纳米负离子发生器。同时，在进一步考虑到北方消费者的需求下，全新第八代凯美瑞装配了双循环同步制热·除霜空调，让他们不用再为开空调导致玻璃起雾的问题而烦恼。这些正是TNGA为消费者带来的实在好处。

此外，更让人感到惊喜的是，为了让驾乘者能有更出色的头顶和脚下的空间，TNGA在不减少离地间隙的前提下，把车辆的地板降低了20毫米，虽然重心变低了，但整体的乘坐空间没有减少。

“我觉得这一次第八代凯美瑞的改变，满足了中国汽车市场中高级市场消费升级的一个需要。”黄永强表示，以前第六代、第七代凯美瑞是谦谦君子，因为当时的消费升级或者说消费的变化不像现在那么大。现在中高级车市场已经由原来的35岁到45岁已经扩展到20岁到45岁，所以此次推出的三大系列九款车型将满足不同年龄段的用户需求。

可以预见，在未来几年内，精致感和豪华感将会成为决定中高级轿

车市场发展的主要推动力量。同时，驾驶质感也将成为越来越多消费者在选择中高级车时关注的一个关键因素。而第八代凯美瑞的动力总成集结了丰田的最新黑科技，全新开发的2.5L Dynamic Force Engine直列四缸发动机是TNGA的重要成果之一，采用了大量尖端科技，实现了高性能、高燃油经济性和低排放的高度融合。与之搭配的全新Direct Shift-8AT变速箱，搭载多片式锁止离合器，可实现接近全域锁止，带来直接顺畅的加速感受。此外，还采用与雷克萨斯同源的高响应EPS转向助力系统，令到转向质感精确、迅速、紧凑，有效减少驾驶员疲劳感，增加驾驶乐趣。同样的例子还有很多，TNGA确实赋予第八代凯美瑞超越中高级车的实力，是真正、彻底的全新换代车型。

按照广汽丰田方面的规划，全新第八代凯美瑞将打破当前中高级车市场的竞争格局，重回地位，并与汉兰达一同，构建起“双旗舰”格局。12月下旬，随着全新第八代凯美瑞陆续到店，其上市销量也将持续火爆。



# 销量渐回暖 神龙深度调整显成效

时代周报记者 倪佳 发自广州

老牌合资企业神龙汽车的发展一直磕磕绊绊。虽然伴随着过去几年施行中期战略的成功，令神龙汽车整体表现恢复到了主流合资品牌的行列，但是过于追求销量和渠道扩展的结果，则是令其遭遇更多困境。

因此，自去年以来，神龙汽车及其旗下两个子品牌东风标致与东风雪铁龙就一直处于深度调整当中。有神龙公司内部高管曾对时代周报记者坦言，过去的一波增长数据上不错，但是实际上渠道过度扩展，经销商并不赚钱。加上神龙公司的市场管理能力又没有跟上，最终恶性循环导致崩盘。

近期，深度调整当中的神龙汽车似乎正在逐渐恢复当中，根据最近5个月的销量表现来看，神龙汽车旗下两大品牌均呈现复苏的迹象。与此同时，神龙公司此前制定的亚太地区的战略也开始奏效，神龙公司制造的东风标致SUV开始向东南亚地区出口。

有分析人士指出，经历过密集人事和构架调整的神龙汽车，正在逐步调整自己的定位和战略部署，与此同时，法系品牌也需要借机重新确立自己的品牌形象。

## 重点优化产能和结构

今年以来，神龙汽车一直处于深度调整之中。于最近召开的神龙汽车内部战略研讨总结会上，神龙汽车下调了其原本制定的年度销售目标，由年初设定的70万辆下调至40.2万辆。

此前神龙汽车董事长安铁成曾对神龙的现状表示：“现在追求的并不是上量，而是打品牌、拼服务，希望经销商在服务满意度方面不断进取，争取做到排名第一。”

在战略大调整之下，神龙也进行了一系列相应的人事调整。

今年以来神龙汽车的人事调整极为频繁：9月8日，东风雪铁龙品牌部副总经理车艳华离职；9月25日，神龙汽车干部会议上正式宣布，东风标致总经理李海港离职，东风标致销售部部长周海波暂时代理总经理职务；9月30日国庆长假的前一天，东风雪铁龙总经理饶杰也宣布调任神龙产品企划部新事业部战略推进办公室负责人，主要负责新能源、二手车、备件服务等业务；东风雪铁龙销售部部长任光，兼任代理东风雪铁龙品牌部总经理。

一时间，神龙汽车旗下两大事业部总经理职位全部空缺。除两大品牌总经理职位外，神龙汽车的公关行政部、营销总部营销支持部、营销总部备件服务部、东风雪铁龙服务部等部门负责人也进行了调整。

有接近神龙的内部人士对时代周报记者表示，此次调整除了人事和销售目标之外，也涉及职能和构架的调整，像东风标致已经把事业部办公地点从北京搬回了神龙的总部武汉，未来效果显著的话，东风雪铁龙或将参照执行。

处于深度调整当中的神龙汽车，除了自身的一系列人事和构架变动之外，在战略上也有所调整，首先就是更加注重西南市场的表现，神龙成都工厂第10万辆正式下线，标志着神龙汽车逐渐在西南市场表现稳定。

此外，成功超越17万辆，还意味着中国成功取代美国，成为凯迪拉克全球第一大单一市场。在过去两年里，凯迪拉克在美国本土的销量也就维持在17万辆左右。整体看来，凯迪拉克稳居二线豪华品牌首位，年销量跨入20万辆区间，恐怕也就是明年的事。

## 战略重心有所转移

12月1日上午11:18，随着一辆披红

挂彩的东风标致5008驶出总装生产线，神龙公司成都工厂第10万辆新车正式下线，标志着成都工厂生产经营正逐渐恢复元气。

成都地区是神龙公司“战略西进”的重要基地，也是东风汽车集团“西部战略”的“桥头堡”。资料显示，自2016年9月投产以来，先后成功投放东风标致4008、5008，东风雪铁龙SUV天逸C5 Aircross三款具有战略意义的重要产品。

神龙公司的战略已经从此前的主打C6、508等中高端车型，向从SUV产品入手，集中力量进军SUV市场。

与此同时，神龙汽车的母公司东风汽车集团此前入股PSA时的亚太战略开始显现成果，即亚太市场由神龙公司运营。

由神龙公司生产制造的4008、5008整车以CKD散件方式批量出口东南亚，未来五年，

出口总量将达到2.5万辆。

神龙汽车内部人士对此向时代周报记者表示，东风标致的整车CKD散件方式批量出口试水东南亚，意义在于神龙公司积极抢抓中越关系，不断开创新局面的良好机遇，立足越南市场，开启东盟合作新大门；其次则是东风汽车集团与PSA集团持续深化全球战略联盟合作。

资料显示，该项目自今年3月份立项，由法国PSA集团发起，利用神龙公司现有资源，与越南THACO集团开展合作，以整车CKD散件出口方式，在越南THACO工厂进行生产组装，使用标致品牌在越南市场投放，4008、5008两款SUV车型的导入，进一步完善了现阶段由标致208及508组成的当地产品线。

## 调整之后销量逐渐回暖

或许是源于神龙汽车开源节流和深度调整的付出，今年下半年以来神

龙汽车销量表现呈现复苏的迹象。

数据显示，从今年下半年开始，神龙公司势头就开始转变。从7月开始，神龙公司交付量已连续5个月环比正增长，其中9月环比8月增长26%；8月开始，神龙公司开票量连续4个月环比正增长，其中9月环比8月增长52.7%；9月、10月开票量稳定在4万辆水平。

最新的销量数据显示，11月份神龙汽车销售达到了50230辆，创年内新高。其中，新上市的天逸表现抢眼，目前已累计实现开票1.6万辆，提前1个月完成预定计划目标，订单累计量已经达到了2万辆。

随着11月份销量数据的提升，表明神龙公司一系列的调整手段为产品在终端市场的表现起到了较大的推动作用，伴随着安铁成逐渐对神龙的熟悉和了解，明年神龙公司或将迎来新的表现。



## 二线豪车阵营呈橄榄形布局 年销20万辆或成新门槛

时代周报记者 刘阳 发自北京

凯迪拉克、捷豹路虎、雷克萨斯、沃尔沃，这四大二线豪华汽车品牌齐刷刷地跨进了“10万+俱乐部”。于是，今年在中国市场，除了德系BBA传统三强之外，二线阵营也由“三足鼎立”变为“四国争雄”。二线豪华品牌趁着中国消费者的需求多元化和市场的年轻化，迎来了高速增长的新机遇。

相关统计数据表示，截至今年11月份，“10万+俱乐部”的二线豪华品牌车企，年度销量增长率都在20%以上，甚至超过30%，特别是“领头羊”凯迪拉克，本年度总销量预计超过17万辆，整个二线阵营已经呈现出以凯迪拉克为“一极”，捷豹路虎、雷克萨斯和沃尔沃为中流砥柱，以及末端小体量品牌共同构成的橄榄形布局。

## 由“三足鼎立”到“四强争雄”

中国车市，今年经过11个月的艰难鏖战，凯迪拉克、捷豹路虎、雷克萨斯和沃尔沃这四大豪华品牌车企的各

自累计销量，已全部超过去年的全年销量，而且清一色实现两位数同比增长。

豪华车细分市场的这个二线军团，与去年相比，由“三足鼎立”之势演变为“四国争雄”之态。此外，今年二线品牌“10万+俱乐部”还发生了一个重大变化，那就是去年的“先锋官”是捷豹路虎，凯迪拉克仅以1000辆稍稍出头的微弱差距惜败，而今年凯迪拉克成功扳回一局，前11个月的累计销量抛离捷豹路虎将近3000辆。

具体来看，凯迪拉克前11个月累计销量158175辆，同比增长36%，一举夺得二线豪华品牌单月和累计销量“双料冠军”。紧随其后的是捷豹路

虎，再随后依次是雷克萨斯和沃尔沃，值得注意的是，它们的增速都平均在20%以上。要知道，中国广义乘用车市场1-11月份累计销量增速仅有1.6%。

汽车行业资深分析师张志勇对时代周报记者表示，豪华车未来发展将呈现两大趋势：一是二线豪华品牌与一线豪华品牌的销量数据在不断缩小，两者之间的竞争会更加激烈；二是新能源车是未来豪华品牌角逐的重点，谁在新能源方面凸显优势，谁将进一步拉近与一线大牌的距离。

## 凯迪拉克提前锁定销冠

早在今年夏天，凯迪拉克就最先迈进了“10万+俱乐部”。截至11月份，凯迪拉克已经实现连续21个月的两位数销量同比增长，月均销量稳定在1.5万辆之上，而且前11个月的累计销量同比增速接近40%，遥遥领先于“10万+俱乐部”的其他成员，预计本年度总销量能超过17万辆，拿下今年二线豪华品牌销冠已经是板上钉钉，成为豪华车坛仅次于奔驰、奥迪和宝马的第四

大国产豪华品牌。

此外，成功超越17万辆，还意味着中国成功取代美国，成为凯迪拉克全球第一大单一市场。在过去两年里，凯迪拉克在美国本土的销量也就维持在17万辆左右。整体看来，凯迪拉克稳居二线豪华品牌首位，年销量跨入20万辆区间，恐怕也就是明年的事。

可以说，凯迪拉克在与捷豹路虎的比拼过程中，已经取得了较大的领先优势。去年这个时候，捷豹路虎是凭借着年底冲量的契机，完成了对凯迪拉克的反超，凯迪拉克屈居第二。今非昔比，面对来势汹汹的凯迪拉克，捷豹路虎完全是心有余而力不足。因为除了发现神行和揽胜极光在起价上与凯迪拉克XT5较为接近外，捷豹路虎的其余车型都处于较高价位水平，在目前国内市场的购买力之下，很难实现快速走量。即便年底再祭出降价冲量的大旗，收效也不会太明显。

## 二线豪华阵营你追我赶

近日，沃尔沃年内第10万辆车才

在上海交车，是最晚一个进入“10万+俱乐部”的。不过，这也标志着这个瑞典豪华品牌的复兴之路正式步入正轨，今年1-10月，沃尔沃在中国的销量就达到93085辆，亚太区以20%以上的增长率持续走高，中国市场更是以近30%的销量增长领跑全球。沃尔沃汽车集团全球高级副总裁、亚太区总裁兼CEO袁小林曾对时代周报记者介绍说，目前的沃尔沃正处于品牌复兴的第二阶段，其主要任务是扩大业务规模和提高盈利增长。看来至少在业务规模上，中国作为沃尔沃全球最大的市场使始终保持快速增长。

此外，捷豹路虎与雷克萨斯之间的竞争愈发激烈，单月销量差距不足千辆。前11月，雷克萨斯在华累计销量达119831辆，与捷豹路虎仅相差1万多辆。在雷克萨斯销售的各系车型中，混合动力车型的销量在多个月份已经占到当月销量的30%左右。这正是雷克萨斯在众多二线豪华品牌中脱颖而出的杀手锏。

## 新实力中级SUV东风风神新AX7正式上市 自动挡车型市场建议价10.78万元起

2017年12月21日，历经135项升级，集新颜值、新品质、新动力、新智慧四新优势于一体的新实力中级SUV——东风风神新AX7正式上市，率先推出4款自动挡车型，市场建议价10.78万—13.18万元。

同时，为回馈车主，东风风神专为首批1万名购车客户推出上市专享四大礼包，包括：3成首付2年0息金融礼、最高5000元置换补贴置换礼、基础服务终身免费，送3年流量(12G/年)的流量礼；整车5年15万公里超长质保的质保礼。

东风风神新AX7是为拥有生活智慧的务实主义者打造的实力座驾，作为家庭骨干的他们，事业稳中求进，生活注重品质且不失持家智慧。基于对目标消费者的精准洞察，新AX7定位新实力中级SUV，并在颜值、品质、动力和智慧科技方面进行了由外而内的全方位升级。

## 新颜值 实力更有范

新AX7继承了备受消费者认可的大气硬朗外观，并进一步提升了整车精致感。乾元素设计的一体式格栅，与鹰眼大灯一气呵成，配合LED光带式日间行车灯，以及飞燕造型的雾灯，硬朗而又

失精致。如雕刻般清晰鲜明的鹰风腰线，从前翼子板延伸至尾部，简洁利落，让力与完美交融。18英寸双色钻石切割轮毂，时尚而又炫酷。光带设计立体熏黑尾灯，夜间点亮后呈现东风“D”字母造型。以“风神”英文“AEOLUS”作为车尾点睛之笔，精致感更进一步。

## 新品质 呵护更周到

为营造品质出行，新AX7按照产品3.0标准打造，在视觉、听觉、触觉、嗅觉和驾乘上都有“质”的飞跃。内饰方面，奢享的座舱设计，从仪表盘至中央通道呈“Y”字布局，行云流水。中央通道被有意抬高，加上对标豪华座驾全新设计的座椅、超大面积软包内饰、高档缝线设计，给用户带来高档跑车的驾乘感受。

驾乘舒适方面，新AX7延续了引以为傲的超大空间，4696×1850×1712mm的大车身、2712mm的超长轴距所带来的更加宽适的横向、纵向和头部驾乘空间，领先同级竞品。NVH方面，新AX7通过车身隔音降噪、优化悬架调教的结构降噪，以及发动机附件包裹等功能降

噪，怠速噪音低至40dB，打造出图书馆级别的静音环境。底盘方面，新AX7配备四轮独立悬架系统，由原萨博团队资深底盘性能专家调校，底盘滤振能力突出，行驶厚重扎实。此外新AX7还配备带自动回正的EPS电动助力转向系统，其特性为低速轻盈，高速沉稳，能耗低。

在新AX7上，品质不单体现在驾乘舒适上，健康与安全同样是不可忽视的重点。新AX7大量应用低散发、高环保材料，并在前排座椅下方设计了极少数合资品牌才会应用的活性炭无纺布，确保车内环境绿色健康。在国家强制要求的八大类VOC指标中，实测数据远低于国标，其中强致癌、致畸性的苯和苯乙稀含量为0。在安全方面，新AX7车身高强度钢比例达到65%，相比竞品提高9%，辅以全系标配的ESC、6安全气囊等核心安全配置，安全如影随形。

## 新动力 更省更高效

针对消费者格外关注的油耗，新AX7以兼顾超低油耗与高效性能为目标，自动挡车型配备了1.4TD和1.6T两款涡轮增压直喷发动机。其中1.6T发动机+

爱信6AT变速箱的“超合资”铂金动力组合，具备超低油耗、全时高效、成熟可靠、输出平顺的优势。

1.6T发动机是PSA与宝马联合打造，最大功率123kW，峰值扭矩245N·m，曾凭借超可靠品质和发动机的动力性/经济性等优异表现，连续八年荣膺“国际年度发动机”大奖。

该发动机采用CVT连续可变进气正时、电控变排量机油泵、全铝合金缸体、低摩擦高强度活塞组等先进技术，匹配传动效率更高的第三代爱信6AT变速箱，辅以全系标配的STT智能启停系统，自动挡车型百公里综合油耗低至7.0L。

该发动机采用独有的Twin scroll双流道涡轮技术，有效改善低速扭矩，涡轮在1000转介入，1400转输出峰值扭矩，可谓全时高效T动力。而爱信6AT具备多项档位保持技术(弯道、坡道)，避免了频繁换挡，保证了动力输出的平顺。

## 新智慧 出行更轻松

移动互联网在生活中越来越不可缺少，新AX7拥有超远程控制、语音识别、自动挡车、360°全景影像、盲点监测，等

诸多实用性的科技配置。其中，超远程控制可实现超远距离的车窗、车门以及空调的开启和关闭。无论是寒冬、还是炎夏，只需坐在办公室里，轻点一下手机APP上空调开启按钮，当你从办公室走到车旁时，车内已经是最适宜的温度了。而语音识别系统，可以在驾驶过程中通过语音控制导航、空调等功能的开关和设置等，完全解放驾驶员的双手，使其更加专注驾驶。

此外，新AX7还配备了自动挡车系统以及全景影像、盲区监测等功能。自动挡车可实现水平、垂直车位的泊出及泊入，全车配备12个超声波探头，车位探测距离0.5~1.8m，最小泊车尺寸为车辆尺寸+1m。自动挡车系统与盲点监测功能集成，可探测车辆后方两侧3米区域内是否有其它车辆接近，并及时发出警报，进一步保障了行车安全。

作为一款按照产品3.0标准升级而来的战略车型，东风风神新AX7无论在颜值和品质方面，还是动力与智慧科技搭载方面，都展现了超越同级的新实力。懂用户所需，东风风神新AX7以“新实力”之名，再次向中级SUV市场发起冲击。

# 广汽三菱新能源战略落地: 创新合资思路 导入自主品牌祺智

时代周报记者 倪佳 发自广州

三菱汽车自身早已陷入发展困境多年,虽然今年已经成功并入雷诺-日产联盟中并获得不少支持,但是远水解不了近渴,三菱汽车短时间内难有新产品推出早已是板上钉钉的事实。

在传统燃油车车型供应不足的眼下,希望通过三菱汽车来导入新能源新品,去解决双积分考核并不现实,而凭借欧蓝德出色的营销,广汽三菱已经步入了双积分考核的领域,如何解决积分考核,成为广汽三菱解决了营销难题之后的又一难题。

行事历来务实的广汽集团想到了导入广汽乘用车的电动车产品到广汽旗下,助力其成功考核渡过难关。由广汽乘用车导入合资企业产品的首款产品:广汽三菱祺智,成为了目前合资企业销售网络在售的第一款挂自主品牌车标的产品。

广汽三菱汽车有限公司执行副总经理张跃赛对时代周报记者表示,“祺智是广汽三菱从广汽研究院导入的第一款车型,标志着广汽三菱正式实现双品牌战略,为广汽三菱的进一步发展奠定了基础。”

## 黑马之后的积分烦恼

已经正式公布并进入最后缓冲期的双积分政策,影响着每一家传统燃油车企。

原本由于产品较少(只有两款)销量一直未能超过10万辆的广汽三菱,随着今年欧蓝德的突出表现,成功迈过10万辆的门槛,大喜之余,也因此正式进入了双积分待考的领域。

根据官方数据显示,广汽三菱11月再创单月销量历史新高,月销量实现15030辆,1-11月份累计销量106081

台,同比增长116%,成为增长幅度最快的合资企业之一。

广汽三菱今年销量的高速增长,依靠的是产品力扎实。今年年初,广汽三菱和旗下产品欧蓝德双双登上“2016-2017中国汽车质量总评榜”。同时,在日前J.D. Power亚太公司发布2017年中国新车质量研究报告中,劲炫以99分A的优异成绩位列紧凑型SUV新车质量第一,而广汽三菱则以100分的评分位列日系三甲。

在此基础上,凭借欧蓝德的成功营销,广汽三菱11月份就实现了年度销售目标任务,并且连续11个月高速增长。

广汽三菱的突出表现,令中国市场成为三菱汽车在全球最大的单一市场,因此对中国市场的也更为倚重。广汽三菱母公司的三菱汽车在并入雷诺-日产联盟后,其中期计划中提出将在3年间提升37.4万辆的销量,其中1/3的增额将由中国市场来实现。

广汽三菱内部人士对时代周报记者表示,根据三菱汽车的战略规划,未来对于广汽三菱的新品导入也将会是令人期待的,明年11月就会导入一款名为Eclipse Cross的全新紧凑型SUV。

资料显示,广汽三菱Eclipse Cross采用了溜背式的造型设计,新车未来或命名为“奕驰”,并搭载一台1.5T涡轮增压发动机,传动部分,与之匹配CVT变速箱,并配备一套全新的电控四驱系统。

有分析人士指出,尽管三菱汽车如今得到了喘息的机会,但是短时间内其产品难以快速跟上市场主流的技术设计,因此,首先要解决的就是“双积分政策”事实后如何过关的问题。

## 新合资思路由此诞生

在依靠三菱汽车基本无解的前提

下,广汽三菱另一方母公司的广汽集团另辟蹊径,成功说服了三菱汽车同意导入广汽集团旗下新能源车型,以解即将到来的燃眉之急。

12月19日,广汽三菱首款插电式混合动力SUV祺智下线暨上市发布会在湖南长沙广汽三菱总装车间隆重举行。此次发布会也受到来自湖南省长沙市政府领导的重视,湖南省委常委、副省长张剑飞等省领导,长沙市委副书记、市长陈文浩等市政府领导,广汽集团总经理冯兴亚、三菱汽车(中国)管理有限公司董事长下里俊一等股东方代表,广汽三菱董事长陈茂善等相关领导,都参加了此次新车发布会。

有分析评论认为,对于一款纯电动车而言,这是很高的重视和礼遇,也是多方努力下的结果,未来或将影响中国汽车市场合资发展的新思路。

作为广汽三菱的首款新能源战略车型,祺智在不改变消费者用车习惯的前提下,兼顾长短途用车需求,为车主带来新能源车特有的超低油耗体验,百公里综合工况油耗仅1.8L,续航里程超600公里。

以2017年深圳地区的补贴为例,祺智20.98万-21.98万元的指导价,在享受国家及地方补贴后最高可优惠至17.38万元的起步价。

祺智是从广汽集团导入广汽三菱的首款车型,基于传祺GS4 PHEV打造。值得注意的是,新车前脸悬挂广汽LOGO,车尾标则是“广汽三菱”及“祺智”标识字样。

如此一来,祺智则成为了目前合资企业销售网络在售的首款挂中方股东车标的产品。此举颇具划时代意义,标志着广汽三菱的股东双方是处于一种真正意义上的平等、合作、共赢的

50  
万辆

广汽三菱高管表示,对于未来的表现信心满满,广汽三菱将于2020年冲刺30万辆目标,2025年冲击50万辆销量目标。

发展新阶段,而非其他诸多合资企业,外方来决定导入什么产品,中方只负责制造和营销。

## 2020年冲击30万辆

在今年的销量表现当中,欧蓝德十分抢眼,其11个月销量占据广汽三菱总销量的72%。虽然SUV市场依旧火爆,但是广汽三菱依然坚持其“SUV+新能源”的战略。

有分析指出,欧蓝德助力实现广汽三菱SUV战略的实质性推进,祺智上市则让广汽三菱的新能源战略正式落地。

广汽三菱总经理葛城慎辅对此向时代周报记者表示:“祺智新能源车下线,将成为广汽三菱加速发展的新起点。公司也将进一步集中人力、物力,在新能源车这一重要发展板块上,实现新突破。”

广汽三菱内部人士对此表示,三菱在新能源的储备并不弱,欧蓝德PHEV车型的引进也在推进中,但尚需一些时日,预计明年会在国内上市。在此之前,面



# 以品质为根基成就品牌向上之路 广汽传祺塑造“中国质造”发展新模式

今年以来,源于1.6L及以下乘用车购置税优惠政策的边际效益逐渐减弱以及宏观经济的整体求稳,中国汽车市场进入了微增长阶段。中国车市竞争已从增量竞争转变为存量竞争,竞争日趋白热化。与此形成鲜明对比的是,以广汽传祺为代表的优秀自主品牌实现了逆势快速增长,为中国汽车品牌的向上突破奠定了良好的基础。近年来,得益于坚持正向研发与国际标准带来的高品质积累,广汽传祺成功实现了跨越式发展,6年来年复合增长率超85%,发展速度和盈利水平均位居中国汽车品牌前列,完成今年50万台的产销目标指日可待,开创了“品质+”新时代。

## 品质突破,助力从“制造大国”到“质量强国”的升级变革

近年来,中国质造的改革浪潮正加速掀起。十九大报告明确指出,我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期,要以供给侧结构性改革为主线,推动经济发展质量变革、效率变革、动力变革,提高全要素生产率。作为深化供给侧结构性改革中需要着力提升的环节之一,高品质供给已成为当前汽车企业改革的重中之重。

值得一提的是,中国自主品牌在品质、安全等方面均取得长足进步,已经具备了比肩合资品牌的实力。据全球领先的专业市场研究机构J.D. Power发布的2017年中国新车质量研究(IQS)报告显示,中国自主品牌与国际品牌新车质量的差距连续七年缩小,2017年两者的每百辆车问题数(PP100)已缩小至仅13分。J.D. Power中国区汽车产品事业部总经理蔡明表示:“我们看到自主品牌在质量提升方面取得了一定成绩,正在一步步迎头赶上国际品牌,也逐渐得到了中国消费者的认可。”

作为中国汽车品牌的品质标杆,广汽传祺已连续五年位列中国品牌榜首,充分体现了其产品质量的一致性与可靠性,彰显了中国汽车领导品牌的品质实力,成为引领中国品牌向上、高端突破的品质样本。



广汽集团执行委员会副主任、广汽乘用车总经理郁俊在第十五届广州国际汽车展览会上致辞。

前不久,凭借颠覆式的创新设计理念,传祺GS8从10044件参评产品中脱颖而出,获得中国设计界奥斯卡的“2017中国设计红星奖”。此外,传祺GS8还以577分的总分,通过2017年度C-NCAP五星评价,超过汉兰达(55.5分)、锐界(56.5分),成为C-NCAP采用新测试标准以来的中大型SUV“安全冠军”,成就了中国品牌品质荣誉的“大满贯”。

## 世界级品质厚积薄发,打造业内领先的质量管理体系

从整体发展大势来看,打造高端品牌和高品质产品已成为自主品牌车企的一致共识,车企需要不断提升品牌自身的品质,不断满足消费者个性化、多元化的需求。广汽传祺近年在中国汽车市场制造出的多个“传祺现象”背后,正是源自于其设计开发、生产制造、供应链管理等方面的不懈努力,构建了独具特色的品质管控模式,形成了“以市场为导向,以品牌为核心,以产品为主线,以体系为支撑”的战略体系布局,为企业战略的实施提供全面保障。

在设计开发方面,广汽传祺以制造为中心服务现场,面向开发控制产品指标达成、面向市场提高顾客满意度、面向供应链提高零部件开发水平,研发出满足客户需求、性价比高、质量优良的产品。与此同时,广汽传祺以“平台化,系列化,模块化”为开发策略,坚持市场为导向,以体系化建设和人才培养为基础,产品、工艺、信息、管理四大模块为支撑,通过高精度的工装和自动化设备,及严苛的试验验证,确保

开发产品的质量耐久稳定可靠。

在生产制造方面,为了确保品质的一致性,广汽传祺实施生产全过程的品质保证体系,严苛的“6520”质量管控体系以“止呼待”和持续改善为基础,以“0缺陷”为目标,通过“六大特色管理活动”、“五大监督”、“两大关口流防体制”的质量管理手法,全方位提升产品质量水准,实现“0”零故障、零不良,始终确保高品质的产品输出。广汽传祺还采用标准化作业,推进自工序完结活动,并围绕自工序完结活动开展品质管理,按照“不接收、不制造、不流出”不良品的原则实现每个工序的自工序完结。

在供应链管理方面,广汽传祺在完善内部品质管理的同时,致力于打造完善的供应商品质管理体系,通过覆盖Q/C/D的全面评价和品质培育,带动供应商提高品质意识及品质解析能力,与重点供应商建立战略合作伙伴关系,实现共赢协调发展。目前世界排名前10的供应商均为传祺配套,确保了传祺的国际品质。



380辆传祺GA8、GS8和GM8服务2017广州《财富》全球论坛。



广汽传祺总装车间第二生产线。

## 以品质为基石,广汽传祺实现速度与质量并重的全面飞跃

广汽集团执行委员会副主任、广汽乘用车总经理郁俊认为,随着国内消费市场的升级迭代,消费者对高品质及个性化产品需求日益旺盛。面向未来,广汽传祺将继续恪守品质,决不以牺牲产品品质为代价开展市场竞争,同时进一步在渠道能力、品牌向上、产品投放、售后服务等方面持续提升,推动传祺品牌实现高品质增长,并最终打造成为世界级中国品牌和产销研全球化的国际企业。

这是个最好的时代,也是个充满变数的时代。对于面向普罗大众的汽车品牌尤为如此:一方面,中国车市整体增速放缓,竞争激烈,分化严重;另一方面,消费理念在不断转变、升级,互联网和造车新势力带来了另一个维度的冲击。谁能率先实现“进化”,谁就能在下一个阶段领跑。

据悉,广汽传祺将进一步强化在轿车、SUV和MPV细分市场的产品布局,更好地满足市场需求。与此同时,广汽传祺也在有序推进产能扩充和异地工厂建设。广汽传祺杭州工厂即将在今年12月底竣工投产,宜昌、新疆工厂也将于明年年初相继动工、投产,为2020年实现传祺100万辆销量目标提供强有力的品质产能支撑。

业内人士表示,广汽传祺近年来主动适应国家经济发展与大众消费升级的新常态,依托创新驱动与国际品质,成功推动其实现了高质量、高效益增长。近年来广汽传祺蝉联J.D. Power中国品牌五连冠、传祺GS8荣膺C-NCAP中大型SUV“安全冠军”等,无疑将进一步巩固其“中国质造”的标杆形象。

