

2026年02月01日财经新闻AI解读

文章目录

- [1. IPO管控从严！香港证监会再次严查“赶工”乱象，已有16宗港股上市申请被暂停审理 \[AI解读\]](#)
- [2. 独家专访英国商贸大臣凯尔：中英已超越“黄金时代”模式，更务实、更有建设性 \[AI解读\]](#)
- [3. 狂撒10亿元红包，腾讯激战春节“营销档” \[AI解读\]](#)
- [4. 官宣！适用9%和6%增值税税率范围定了 \[AI解读\]](#)
- [5. AI社区Moltbook火了！马斯克称是“奇点发生的最初阶段”，炒作还是未来？ \[AI解读\]](#)
- [6. 美股点金 | 避险情绪升级，美股2月能否迎来开门红 \[AI解读\]](#)
- [7. 科技周报 | 阿里平头哥上线自研AI芯片；亚马逊开启新一轮裁员 \[AI解读\]](#)
- [8. 本周外盘看点 | 美国就业数据重回市场焦点，谷歌、亚马逊发布业绩 \[AI解读\]](#)
- [9. 官宣！增值税5%征收率保留，不会降至3% \[AI解读\]](#)
- [10. 出口退税规则有变！超36个月未申报要缴纳增值税 \[AI解读\]](#)
- [11. AI周报 | AI助手Clawdbot走红；Meta今年资本支出将翻倍 \[AI解读\]](#)
- [12. 个人每次挣钱低于1000元不用交增值税 \[AI解读\]](#)
- [13. 追觅科技俞浩谈网络舆论环境：企业不应被恶意声音绑架 \[AI解读\]](#)
- [14. 壹快评 | “李鬼”网站长期猖獗，百度搜索何以成了骗子的“帮手”？ \[AI解读\]](#)
- [15. 黄仁勋回应投资OpenAI计划没变 \[AI解读\]](#)
- [16. 房企座次再洗牌，万科下滑中旅投资成“黑马” \[AI解读\]](#)
- [17. 千人样本调查 | 你接受预制年夜饭吗？点心甜品成“安全区”，海鲜遇冷 \[AI解读\]](#)
- [18. 开口前先考虑“这话合规吗”，直播电商新规将施行 \[AI解读\]](#)
- [19. 31省份去年GDP成绩单：西藏增速领跑，重庆总量进位 \[AI解读\]](#)
- [20. 金饰克价高位跳水连跌两日，品牌和品类间价格表现分化 \[AI解读\]](#)
- [21. 银价推涨光伏组件报价，下游企业承压涨价至近1元/瓦 \[AI解读\]](#)
- [22. 地方债余额增至约54.8万亿，风险总体安全可控 \[AI解读\]](#)
- [23. 商业秘密 | 车厘子跌价2成、草莓和橙价腰斩，揭水果集体降价真相 \[AI解读\]](#)
- [24. 1月制造业PMI回落至49.3%，超3成企业反映利润下降 \[AI解读\]](#)
- [25. 工业利润重回增长；美联储换帅引发市场巨震 | 一周热点 \[AI解读\]](#)
- [26. 美邦服饰2025年亏损超2亿，创始人周成建回归后转型之路遇冷 \[AI解读\]](#)
- [27. 上海浦东打造年节文化IP，千场活动放大新春消费效应 \[AI解读\]](#)
- [28. 国家统计局：1月份中国制造业采购经理指数为49.3% \[AI解读\]](#)

- [29. 美元美债起跑！沃什上任美联储主席将如何影响市场 \[AI解读\]](#)
- [30. 惊魂跳水！白银一度重挫35%，贵金属狂潮是否已经见顶 \[AI解读\]](#)
- [31. 美联储主席提名引巨震！标普三连阴，金银创46年最大跌幅，金龙指数挫超2.3% \[AI解读\]](#)
- [32. 特朗普说沃什是“天选”美联储主席，华尔街怎么看 \[AI解读\]](#)
- [33. 迈向4万亿，深圳经济靠什么换挡提速 | 湾区观察 \[AI解读\]](#)
- [34. 万科2025年亏损扩大至820亿 \[AI解读\]](#)
- [35. 金科连亏三年后突然盈利300亿，怎么做到的？ \[AI解读\]](#)
- [36. 斯塔默抵沪继续中国行，中英经贸合作达成哪些成果 \[AI解读\]](#)
- [37. 外资CDMO纷纷易手，它们在华消失殆尽了 | 海斌访谈 \[AI解读\]](#)
- [38. 2025年全国重点能源项目投资首破3.5万亿元，新一年投资方向明确 \[AI解读\]](#)
- [39. 零售回暖、办公下滑，老牌港资恒隆地产业绩仍有压力 \[AI解读\]](#)
- [40. 特朗普为啥选中沃什接棒鲍威尔？和雅诗兰黛家族有关？看看他的来时路 \[AI解读\]](#)
- [41. 中英能源合作再提速 碧澄能源携手章鱼能源共建电力数字交易平台 \[AI解读\]](#)
- [42. 光峰科技2025年业绩预告：影院业务稳健护航，AR光机业务迎突破 \[AI解读\]](#)
- [43. 财富管理3.0：你的账户正经历一场变革 \[AI解读\]](#)
- [44. 蚂蚁灵波一周“四连发”，“卷”向具身智能基座开源 \[AI解读\]](#)
- [45. 美加墨世界杯带来出货旺季，中国卖家提前“备赛” \[AI解读\]](#)
- [46. 东鹏饮料“出海”关键落子：结盟印尼华商巨擘三林集团，构建本土化桥头堡 \[AI解读\]](#)
- [47. 彩票卖不动了？去年全国彩票收入同比增长0.7% \[AI解读\]](#)
- [48. 阿斯利康全球CEO：拟未来五年在华投资千亿 竞逐下一代疗法发展 \[AI解读\]](#)
- [49. “太空光伏”概念走热，部分企业触发交易异常，业内：目前仍处于0到1阶段 \[AI解读\]](#)

IPO管控从严！香港证监会再次严查“赶工”乱象，已有16宗港股上市申请被暂停

来源: <https://www.yicai.com/news/103033652.html>

创建时间: 2026-02-01 17:06:51

原文内容:

1月30日，第一财经从香港证监会获悉，近期监管机构已通过通函要求上市保荐人迅速开展内部检讨，并纠正招股文件准备中出现的严重缺失，包括文件质量不足、保荐人可能存在的失当行为及其资源管理重大失误等。截至2025年12月31日，已有16宗港股上市申请被暂停审理。

2025年，港股IPO数量与募资额同比大幅跃升，排队企业已突破300家，市场热度持续攀升。然而，申报文件质量下滑、保荐人资源不足、人才争夺激烈、费率竞争加剧等问题也随之显现。为此，此次香港证监会在通函中表示，将密集推出多项针对性整改措施，涵盖从严审核标准、强化保荐人员与项目匹配度披露要求、设定人员负荷上限等方面。

业内人士指出，随着2026年可能到来的新一轮IPO高峰及潜在的限售股解禁压力，香港资本市场正步入一段机遇与挑战并存的关键时期。

上市激增引发质量隐忧

香港证监会在近期通函中指出，高度关注2025年新股申请激增期间暴露的问题，包括部分上市文件存在严重缺失、保荐人可能行为失当及其资源管理出现重大疏漏。

第一财经注意到，2025年香港IPO市场呈现井喷态势。Choice数据显示，2025年，港股市场IPO公司数量共102家，远超去年全年的73家。港股市场IPO公司募集资金净额为2382亿港元，比去年同期的687亿港元增长了246%。然而，在市场热潮背后，一系列关联隐患逐渐浮现：排队上市企业数量大幅增加，已超出部分投行的处理能力，导致申报材料质量下滑。

Choice数据显示，截至12月初，港交所积压的上市申请已多达319宗，覆盖人工智能、生物科技等多个前沿领域，数量较去年同期显著上升。早在去年12月，香港证监会与港交所近期已联合向所有新股保荐人发出关注函，明确表示对近期新上市申请质量下降及相关不合规行为感到担忧，具体问题包括上市文件起草质量欠佳、对监管反馈的回应不符合要求，以及发售阶段程序执行不到位等。（详见《排队近320宗！港股上市潮遇“赶工”质疑，监管直指质量欠佳》）

事实上，第一财经此前报道，由于新股数量剧增，香港投行业正经历一场激烈的人才争夺战，现有从业者的工作量随之大幅攀升。

更深层次的问题或在于合作机制。香港证监会在发布的通函中指出，已注意到部分保荐人存在严重的资源问题。包括过度依赖外部专业人士执行特定的工作，却未充分评估其胜任能力及资源。保荐人主要人员没有足够能力监督交易小组及参与上市委聘，以及缺乏具备香港首次公开招股所需知识、技能和经验的人员来承担保荐人工作。

有香港投行人士向第一财经表示，港股IPO招股书的核验工作主要由各中介机构逐字审核完成，而保荐机构的核心角色侧重于承销。港股市场更重视发行与销售能力，新股能否成功售出往往直接决定项目成败。在这一导向下，保荐机构常将更多精力投入销售环节，而在招股书撰写、信息核查等核心职责上投入相对不足。

此外，企业赴港上市的申报材料需由香港律师牵头起草。部分保荐机构会直接推荐合作的法律或会计师事务所，这也可能导致所荐中介机构水平参差不齐，其专业能力与执业质量未必都能达到预期标准。

监管显然亦注意到该问题。香港证监会行政总裁梁凤仪表示，保荐人在上市过程中的把关角色，对维持香港资本市场素质及投资者对新股上市的信心至为关键，使市场能够在不同周期中保持稳健。惟部分保荐人在追逐交易数量时，或已削弱此重要角色。所有保荐人及参与上市申请过程的外部专业人士，切勿过度承担业务，并承担与其自身资源水平匹配的责任，以确保其工作素质。

另一方面，多家券商争抢港股IPO份额，承销费率持续内卷，也限制了其在人力资源上的投入。伦敦证券交易所集团（LSEG）数据显示，过去25年香港IPO平均承销费率长期维持在2.3%，而2025年该数字已降至1.5%，创2000年以来新低。

上述投行人士指出，在激烈的行业竞争与低费率模式下，券商往往不愿增加人力成本聘请经验丰富的人员，而是倾向于在现有团队基础上承接更多订单。

多举措对IPO管控从严

为提升IPO申报质量，香港证监会在通函中提出多项整改措施，重点围绕上市申请审理标准、限期检讨要求、保荐人主要人员工作负荷及从业门槛等方面展开。

根据要求，曾在2025年12月收到监管联合函件的13家保荐人，以及资源较为紧张的保荐机构，须在三个月内完成两项核心检讨：一是针对监管此前提出的各类关注事项逐一自查整改，二是核查并梳理保荐业务可用资源现状，确保资源与业务承接需求相匹配。

同时，通函进一步强化了保荐人人员与项目匹配度的披露要求。所有保荐人须向香港证监会申报两项核心信息：一是所承接的上市委托项目与获委任保荐人主要人员的数量配比，二是参与IPO保荐工作但尚未通过相关考试的人员详情。

第一财经从多名业内人士处获悉，为应对港股IPO业务的人力需求，有券商临时从内地投行团队中抽调人员予以支持。然而，因调动安排较为急促，许多支援人员未能接受体系化、针对性强的业务培训。

此外，香港证监会也收紧了上市申请的审理标准。通函表示，若保荐人对监管机构的答复存在严重缺漏或未能令人信服，或被认为上市文件不合理地冗长，项目审理流程或会暂停。截至2025年12月31日，有16宗上市申请的审理流程已暂停。

通函还设置了对保荐人主要人员工作负荷的监管指标。对于已指派任何主要人员同时监督6个及以上正在推进的上市委项目的保荐人，必须向证监会提交可行的纠正及资源计划，并提出负责人的资源管理方案。

保荐人从业人员资质门槛方面，通函表示，所有从事首次公开招股保荐人工作人士须符合更严格的考试规定。而对于工作持续不达标的保荐人，证监会或会限制其业务范围及可处理的活跃上市委聘数目，以强化惩戒、筑牢执业底线。

超300多家排队

香港证监会在此时间点全面从严管控IPO，除应对过往申报质量问题外，亦为明年可能到来的港股上市高峰提前布局。

在2025年股权融资规模大幅增长后，港股市场持续活跃，目前排队等待IPO的企业已超过300家。多数机构研判，这一活跃态势将在2026年延续。有机构人士对第一财经表示，预计2026年将有更多人工智能及相关产业链企业赴港上市，覆盖通信、数据中心、半导体等领域。

广发证券首席策略分析师刘晨明指出，市场预期 2026 年港股 IPO 募资规模有望延续强势，并突破 3000 亿港元。截至 2026 年 1 月 10 日，仍有 300 家公司在港股 IPO 排队上市，绝大部分等待排队上市的公司，主要集中在科技（软件服务、硬件设备、半导体等）和医药（医药生物、医疗设备与服务），可能是受益于港交所的 18A 章和 18C 章上市。

面对庞大的上市储备，监管需提前做好准备。与此同时，港股市场亦存在隐性风险点。刘晨明指出，在2026年的3月、9月，可能会有新一轮的中大型规模公司（市值300亿港元以上）的限售股解禁潮，例如紫金黄金国际和奇瑞汽车的解禁到期，9月存在4000亿左右的限售股解禁。

从历史规律来看，港股市场多次重要调整与基石投资者解禁期存在时间重合。例如2011年年中、2015年下半年、2019年3月、2021年第二季度以及2022年年中等时段，均曾出现解禁

潮与市场下行相伴的现象。

在个股层面，类似规律同样显著。以去年为例，宁德时代与恒瑞医药在11月中下旬限售股解禁前一周，股价均出现明显回调；而在解禁完成后，其股价则较快触底并逐步回升。

AI解读：

核心内容总结

2025年港股IPO市场迎来爆发（数量102家、募资2382亿港元，同比分别增40%、246%），但申报文件质量下滑、保荐人资源不足、人才争夺激烈、费率内卷等问题凸显，监管已暂停16宗申请。香港证监会近期推出整改措施（限期自查、人员负荷上限、强化匹配度披露等），同时2026年港股将面临“双重考验”：一方面IPO高峰或延续（排队超300家，AI、医药企业为主），募资有望破3000亿港元；另一方面3月、9月将迎来4000亿港元级限售股解禁潮，可能冲击市场稳定。

详细解读

1. IPO火了但质量堪忧：文件差、保荐人忙不过来，16宗申请被暂停

2025年港股IPO像“开了闸”——公司数量比去年多近30家，募资额翻了两倍多。但热闹背后藏着隐患：

- 文件质量拉胯：部分招股书起草粗糙、信息核查不到位，甚至对监管的提问回应都不达标；
- 保荐人超负荷：排队企业超319家，远超投行处理能力。比如有的保荐人同时接太多项目，核心人员没时间监督，只能依赖外部顾问，还不检查顾问是否靠谱；
- 监管已亮红灯：截至2025年底，16宗上市申请被暂停审理，之前港交所和证监会还联合发过关注函，点名批评“质量下降”。

简单说，就是企业和中介都想“赶风口”，结果把该做的功课丢了。

2. 监管怎么治？从“限期自查”到“人员上限”，精准打痛点

香港证监会这次的整改措施，都是针对前面暴露的问题来的：

- 揪出问题保荐人：13家曾被警告的保荐人，必须3个月内自查两件事——一是之前监管提的问题改没改，二是自己的人手够不够接这么多项目；
- 给人员设“天花板”：如果保荐人核心人员同时管6个以上项目，必须向监管交整改计划，防止“一个人掰成八瓣用”；

- 强制披露匹配度：保荐人要告诉监管，每个项目配了多少有经验的人，避免“用新手凑数”；
- 审核更严：文件有严重缺漏、答非所问的，直接暂停审理。

证监会老大梁凤仪说得直白：保荐人别光顾着抢项目，忘了自己是“守门员”——得保证企业信息真实，不然投资者就不信港股了。

3. 为啥会这样？销售导向+费率内卷，保荐人“顾头不顾尾”

问题的根源，其实是港股IPO的“游戏规则”和行业竞争：

- 重销售轻审核：港股更看重“能不能把股票卖出去”，所以保荐人把大部分精力放在找买家上，反而在招股书撰写、信息核查这些“基本功”上偷工减料；
- 费率卷到没钱雇人：券商为抢生意互相压价，过去25年平均承销费率从2.3%降到1.5%（创20年新低）。赚的钱少了，自然舍不得招有经验的人，只能让现有员工加班，质量能好吗？
- 中介水平参差不齐：保荐人常推荐合作的律师/会计师，但这些机构水平不一，有的根本达不到要求，也没人管。

比如有的投行人士说：招股书主要靠律师写，保荐人只盯着销售，结果文件里错漏百出，监管不罚才怪。

4. 2026年：IPO高峰要来，但解禁潮是“大考验”

监管整改的同时，港股2026年的“机遇和风险”也很明确：

- 机遇：AI、医药企业扎堆来：目前排队的300家企业里，大部分是科技（AI、半导体）和医药（生物科技），受益于港交所对这类企业的特殊上市规则（18A/18C章）。机构预测，2026年募资可能突破3000亿港元，比2025年还高；
- 风险：解禁潮可能冲击市场：3月和9月，紫金黄金、奇瑞汽车等大公司的限售股要解禁（总规模约4000亿港元）。历史上，解禁潮常和市场下跌绑在一起——比如2021年、2022年解禁时，港股都跌过；个股也一样，去年宁德时代解禁前一周，股价就明显回调。

简单说，2026年港股可能“一边是火焰（IPO热），一边是海水（解禁压力）”，投资者得小心。

最后一句话总结

港股IPO火了是好事，但不能“萝卜快了不洗泥”。监管整改是为了让市场更健康，而2026年的解禁潮，也提醒大家：热闹背后，风险得盯着。（全文完）

独家专访英国商贸大臣凯尔：中英已超越“黄金时代”模式，更务实、更有建设

来源：<https://www.yicai.com/news/103033647.html>

创建时间：2026-02-01 17:06:52

原文内容：

虽然英国首相斯塔默是8年来首位访华的英国首相，但作为英国商业和贸易大臣的凯尔（Peter Kyle），4个月之内已经来了两次中国。

1月30日下午，凯尔跟随英国代表团抵达上海后不久就来到了总部位于上海的新能源企业远景科技，在参观后他接受了第一财经的专访，这是他此次中国行程中唯一的媒体采访。

凯尔向第一财经记者表示：“本届政府不仅派我多次来华，首相本人更是亲自到访，这充分展现了我们对于切实拓展双向投资潜力的承诺。”

斯塔默在行前表示，希望摆脱保守党执政时期英中关系的“冰河时代”，对此凯尔表示，“中国在国际关系中发挥着非常重要的作用”，本届英国政府希望跳出原有范式，“与中国建立一种长期、稳定且全面的关系”，为双方经贸往来筑好基石。

“以长远战略视角推进双边关系的新阶段”

凯尔向第一财经记者说，政府间建立伙伴关系能为商业创造机会，既为中国企业，同样也为英国企业。

2015年，时任英国首相卡梅伦率先提出了中英关系“黄金时代”的倡议，在特蕾莎·梅2016年接任英国首相时，创立了中英企业家委员会，继续坚持了“黄金时代”的大方向，中英关系保持持续发展的态势。但此后唐宁街10号几易其主，“黄金时代”遭遇雨打风吹，这一阶段被斯塔默称为“冰河时代”。在访华前夕，斯塔默曾公开批评前几任政府的“失职行为”，对待中国不能“鸵鸟埋沙”，不能忽视中国带来的经济机遇。

在专访中，凯尔表示，过去几届英国政府在对华关系上思维不同，反复变化，而此次“我们希望与中国建立一种长期、稳定且全面的关系。这也是我为何在4个月内，作为商业和贸易大臣第二次来华。”

凯尔此前在斯塔默政府中担任科学、创新与技术大臣。2025年9月5日，斯塔默改组内阁，凯尔改任商业和贸易大臣。在就职首日，他就在电话会议中表示：“本届政府的首要任务是实现经济增长。我们必须立即行动，全力以赴。”

履新后不到一周，凯尔就开启了访华之旅。根据商务部网站信息，2025年9月11日，中国商务部部长王文涛和凯尔共同主持召开了中英经贸联委会第14次会议。王文涛表示，这是中英经贸联委会时隔7年再次举行。

凯尔向第一财经记者介绍，英国去年公布了为期十年的现代产业战略，中国也正制定“十五五”规划，其中有很多不谋而合，所以此次访华，他与王文涛又一次进行了会谈，以便进行政策协同。

根据公开资料，英国政府于2025年6月23日公布为期十年的现代产业战略，计划通过降低能源成本、优化能源基础设施来支持先进制造、清洁能源等重点产业发展，推动经济长期增长，如为约7000家高耗能企业降低用电成本，最高降幅达25%。斯塔默表示，这一战略标志英国经济“进入新阶段”，将有助于扭转短期主义与政策碎片化，为企业提供明确方向和长期稳定性。

凯尔说：“我认为我们已超越‘黄金时代’的模式，正迈向一个注重稳定、具备战略思维，并全面规划双边未来经济发展的新时期。这是一个比过去更加务实、更有建设性的阶段。我们曾陷于走走停停的误区，如今则进入了以长远战略视角推进双边关系的新阶段。”

中国外交部发言人郭嘉昆在1月30日的外交部例行记者会上表示，两国领导人同意中英要发展长期稳定的全面战略伙伴关系，致力于把中英合作“大有可为”的潜力转化成“大有作为”的实绩，为中英关系与合作开新局。

“产业合作的高度互补与广阔前景”

此次随斯塔默来访的英国代表团中包括了60多家企业的代表，凯尔向第一财经记者表示，中国是全球数一数二的制造业大国，英国在某些高端精密制造领域，同样拥有全球领先的优势。他特别列举了英国自行车制造商“小布”（Brompton）。

小布是由英国工程师于1975年在自己的卧室里发明的，标志性的三段式折叠设计，能在20秒内将自行车变为一个紧凑的包裹，全车有超过1200个零件，核心部件至今仍在伦敦工厂手工焊接。

凯尔同时表示，英国非常希望吸引中国企业在生产制造领域投资。“这是我们正在探索的领域。”他举例说，刚刚参观的远景科技近期进入了英国东北部的能源储存领域，“我们正在研究如何在此基础上进一步发展”，因为拥有可持续发展的未来，对中英两国和地球

都十分重要。

当然，中英双边投资是相互的。凯尔提到，跨国制药企业阿斯利康拟在中国进行大规模投资。1月29日，阿斯利康宣布，计划在2030年前在中国投资超1000亿元人民币，全面深化其在药品研发、生产制造及商业创新等领域的布局。

“我们双方已同意开展一项可行性研究，共同评估我们在服务业领域构建伙伴关系的潜力。”凯尔接着表示，“英国坐拥全球第二大服务业市场，这一领域具有重要的合作价值。”

中国商务部新闻发言人1月30日介绍说，通过签署《关于启动中英服务贸易协定联合可行性研究的谅解备忘录》和《关于建立双边服务伙伴关系的谅解备忘录》两份文件，中英将开展启动商谈服务贸易协定可行性研究，同时充分利用服务领域的互补性和各自优势，进一步在创意产业、专业服务、金融服务、医疗健康等领域深化合作。

文化和创意产业也是此次英国代表团的特色，此次代表团中有不少非传统企业和机构，如英国国家剧院和伦敦科学博物馆等。1月31日，斯塔默也身体力行，到访上海创新创意设计研究院（DIIS），并与英国知名演员裴淳华（Rosamund Pike）和英国《玛蒂尔达》音乐剧演员进行互动，了解英国文化创意产业在中国的发展。

凯尔表示，这些丰富的产业门类展现了英国经济的多元活力与潜力，也彰显了中英两国在产业合作上的高度互补与广阔前景。

他进一步表示，放眼全球经济增长最迅速的领域，无论是生命科学、绿色技术还是人工智能等，中国都在其中诸多领域发挥着引领作用，英国同样在这些领域拥有优势。双方在这些领域也具备广阔的合作空间，能够携手开拓商业化机遇、扩大出口规模并共同促进全球贸易发展。

AI解读：

核心内容总结

这篇新闻聚焦英国新政府（斯塔默内阁）正积极修复与中国的经贸关系：从保守党执政时期的“冰河时代”转向建立长期稳定全面的合作关系。通过首相8年来首次访华、商贸大臣凯尔4个月两次访华，以及60多家企业组成的代表团随行，英国希望抓住中国经济机遇，在政策协同（英国十年现代产业战略与中国十五五规划）、产业互补（绿色能源、高端制造、医药、服务业、文创等领域）方面深化合作，进入更务实、注重长远战略的双边关系新阶段。

详细解读

1. 英国对华经贸态度“破冰”：从“冰河时代”到主动拥抱机遇

之前保守党几任首相（卡梅伦后）政策反复，中英关系从“黄金时代”跌到“冰河时代”——斯塔默批评前任“鸵鸟埋沙”，故意忽视中国的经济潜力。现在新政府急着“破冰”：

- 首相8年来首次访华，凯尔4个月两次来中国（刚履新商贸大臣就访华）；
- 带60多家企业代表团，凯尔说“这是对拓展双向投资的承诺”。

简单说：英国不想再错过中国这个大市场，要主动和中国做生意，修复关系。

2. 政策协同：中英长期规划“撞衫”，企业有了“定心丸”

英国去年推出十年现代产业战略：给7000家高耗能企业降电费（最多25%），支持先进制造、清洁能源，让企业有稳定预期；中国正在制定十五五规划，很多领域（比如绿色能源、高端制造）和英国不谋而合。凯尔和中国商务部部长会谈，就是要“政策协同”——比如两边都支持清洁能源，企业合作时，不用怕一边政策变了。对企业来说，这相当于拿到“长期合作通行证”，更敢投资。

3. 产业互补：从绿色能源到文创，合作点遍地开花

中英产业各有优势，合在一起能双赢：

- 绿色能源：中国远景科技去英国做储能（能源储存），凯尔说这是“可持续发展的未来”；
- 高端制造：英国“小布”自行车，手工焊接核心部件，折叠技术全球领先，中国是制造业大国，能帮它扩大市场或合作生产；
- 医药：英国阿斯利康要在中国投1000亿（到2030年），做研发、生产——中国有庞大的患者群体和市场，阿斯利康有技术；
- 服务业：英国是全球第二大服务业市场，中英签了备忘录，要研究服务贸易协定（比如金融、医疗合作）；
- 文创：代表团带了国家剧院、《玛蒂尔达》音乐剧团队，斯塔默还去上海创意研究院互动——英国文创强，中国市场喜欢，能赚票房也能推广文化。

4. 新阶段更务实：超越“黄金时代”，不搞“走走停停”

凯尔说现在“超越黄金时代”，进入新阶段：

- 之前的黄金时代后来因为政府变动，政策反复（走走停停）；

- 现在的新阶段：更务实，注重长远战略——比如不是喊口号，而是签备忘录、做可行性研究、企业真金白银投资；
- 外交部说要把“大有可为”（潜力）变成“大有作为”（实际成果），就是要落地办实事，不搞虚的。

总之，英国这次是真的想和中国好好做生意，从政策到产业，都在往“长期稳定合作”的方向走。

狂撒10亿元红包，腾讯激战春节“营销档”

来源：<https://www.yicai.com/news/103033608.html>

创建时间：2026-02-01 17:06:53

原文内容：

2月1日，腾讯元宝开始发放10亿元红包。记者在多个微信聊天群看到，点入微信好友转发的红包或者进入元宝App抽红包，有机会领取现金，或抽中价值1万元的小马卡。

这是腾讯为春节节点设计的活动。通过社交的方式，腾讯正在为面向大众用户的C端应用元宝引流。这一玩法与2015年春节腾讯通过微信“摇一摇”形式向全民发放5亿现金红包颇为相似。当年在春节这一社交活动频繁的时间段，腾讯通过微信红包这一社交玩法，带动微信支付迅速扩大用户群。

腾讯董事会主席马化腾曾在内部员工大会上表示，希望此举能够重现11年前的微信红包时刻。

不仅腾讯，更多AI厂商加入春节营销大战。1月25日，百度也宣布启动2026马年春节红包活动，总金额达5亿元，单个红包最高奖励1万元。字节跳动旗下火山引擎则宣布成为2026年春晚独家AI云合作伙伴、豆包将深度嵌入晚会互动。

国内AI用户群体已颇具规模。中国互联网络信息中心去年10月发布的相关报告显示，国内生成式AI用户规模去年6月已达5.15亿人，用户规模半年翻番，普及率为36.5%。

与此同时，较为头部的AI应用逐渐浮出水面。市场研究机构QuestMobile最新数据显示，去年12月8日至14日，豆包、DeepSeek、元宝是国内AI原生App中最活跃的三个。在这种情况下，多个AI厂商希望借春节节点营销，在AI入口争夺战中占据优势地位。

不过，营销之后，能否带来足够的用户留存量仍需观察。上周元宝开始内测社交玩法“派”，内测用户可以建立“派”群，将微信或QQ好友或其他元宝用户拉入，在群里聊天、开视频、要求元宝回答一些问题。这一玩法也颇具社交属性。记者了解到，近期“派”将开启公测，打通QQ音乐与腾讯视频内容库。这一功能的效果如何还需观察。

去年元宝也曾进行大规模营销，除了在互联网投放广告，还下乡刷墙宣传。去年3月，元宝在中国区苹果应用商店免费App下载排行榜上升至第一，大众认知度有所提高。

不过，AI应用能否占领用户心智，还要看模型的能力。在没有模型代际跃迁的情况下，去年5月，DeepSeek等AI应用曾出现流量下滑。目前距离DeepSeek发布R1模型过了近一年时间，市场预期多家大模型厂商将在春节前后发布新模型，这也将给AI竞争带来新变数。

AI解读：

核心内容总结

春节期间，腾讯、百度等AI厂商扎堆推出亿元红包活动（腾讯10亿、百度5亿），试图借春节社交高峰为AI原生App引流，争夺用户入口。其中腾讯元宝尤为激进，希望复制2015年微信红包的社交奇迹，通过红包+社交玩法（如“派”群聊、打通内容库）提升用户粘性；但AI应用的长期竞争仍面临两大挑战：一是营销后用户能否留存，二是模型技术是否有代际突破——春节前后多家厂商将发布新模型，这可能改变竞争格局。

详细拆解解读

1. 春节红包战：AI厂商抢用户入口的“黄金窗口期”

为什么AI厂商都盯着春节发红包？核心是借春节的社交热度快速拉新。

- 春节是用户最活跃的社交场景：类似2015年微信红包靠“亲友互发”带动微信支付普及，现在AI厂商想利用“红包转发”让用户下载、打开AI App（比如微信好友转元宝红包，点进去就得用元宝）。
- AI市场的“入口焦虑”：国内生成式AI用户已达5.15亿，但头部App竞争激烈——QuestMobile数据显示，豆包、DeepSeek、元宝是当前最活跃的三大AI原生App，谁能先占领用户手机屏幕，谁就可能成为用户用AI的“第一选择”。
- 红包是最低成本的引流手段：腾讯砸10亿、百度砸5亿，看似花钱多，但比起长期广告投放，春节红包能在短时间内引爆社交传播（比如群里转发红包链接），快速提升App下载量和知名度。

2. 腾讯元宝的野心：复制微信红包的“社交粘性奇迹”

腾讯这次对元宝的投入，明显是想复刻当年微信红包的成功逻辑——用社交关系绑定用户，让AI App从“工具”变成“日常社交场景”。

- 马化腾的直接表态：希望重现11年前微信红包的“高光时刻”（当年微信红包让微信支付用户量暴涨，逆袭支付宝）。
- 元宝的社交玩法“派”：内测时允许用户拉微信/QQ好友建群，群里能聊天、开视频，还能直接让元宝回答问题；近期公测后还要打通QQ音乐和腾讯视频（比如群里直接分享音乐、看视频）。这本质是想让用户“因为和朋友互动，而频繁打开元宝”，就像当年用户因为发红包而频繁用微信支付。
- 过往的“下沉尝试”：去年元宝不仅在互联网投广告，还下乡刷墙宣传，一度登顶苹果App下载榜——但下载量不等于留存率，这次加社交功能就是为了留住用户。

3. 营销后的大难题：用户领完红包就“跑路”怎么办？

AI厂商的红包营销能带来短期流量，但用户留存才是真正的考验。

- 前车之鉴：去年5月，DeepSeek等AI App因为没有模型技术突破，流量出现下滑；去年元宝下载量第一后，后续用户活跃度也没持续领先。
- 元宝的应对：靠“派”功能增加“使用场景”——如果用户能在元宝里和朋友聊天、听音乐、看视频，就不会领完红包就卸载。但这个功能效果如何？比如用户会不会觉得“聊天用微信就够了，何必用元宝？”还得看公测数据。
- 核心矛盾：用户下载App可能只是为了领红包，若后续没有“必须用它”的理由（比如AI回答比其他App更准，或社交场景不可替代），留存率很难上去。

4. 终极战场：模型能力才是“留住用户心智”的关键

红包和社交玩法都是“表面功夫”，AI App能否长期活下来，最终还是看模型本身的实力。

- 模型是“硬实力”：新闻里提到，“没有模型代际跃迁的情况下，AI应用容易流量下滑”。比如DeepSeek去年发布R1模型后，近一年没大更新，用户新鲜感就没了。
- 春节前后的“变数”：市场预期多家大模型厂商（比如DeepSeek、豆包背后的字节、元宝背后的腾讯）会在春节前后发布新模型。如果新模型能实现“代际突破”（比如回答更精准、生成内容更快、支持更多功能），就能重新吸引用户，甚至改变竞争格局。

• 结论：红包是“引流工具”，模型才是“留住用户的根本”。比如用户问AI问题，若元宝的回答比豆包更准，即使没有红包，用户也会主动打开它；反之，再多发红包也留不住人。

一句话总结

AI厂商的春节红包战，本质是“短期抢流量”的焦虑；腾讯元宝想靠社交粘住用户，但最终胜负还是要看——模型能不能解决用户的真实需求，社交场景能不能替代现有工具。春节只是一个起点，后续模型更新和功能迭代，才是决定谁能在AI赛道笑到最后的關鍵。

官宣！适用9%和6%增值税税率范围定了

来源：<https://www.yicai.com/news/103033594.html>

创建时间：2026-02-01 17:06:54

原文内容：

中国第一大税种增值税税率主要有三档，其中基本税率是13%，两档优惠税率分别是9%和6%。随着今年起增值税法及实施条例正式实施，详细适用两档优惠税率的具体范围也得以明晰。

1月31日，财政部、税务总局发布《关于增值税征税具体范围有关事项的公告》（下称《公告》），明确了适用9%增值税税率货物范围，以及销售服务、无形资产、不动产具体范围，这涉及多档税率。该《公告》自2026年1月1日起施行。

资深税务专家李军告诉第一财经，此次《公告》对于增值税税目注释及9%低税率货物的范围，基本延续了之前增值税文件的内容，并进行了小幅度的调整完善。例如植物油、农机列举了更多品类。在销售服务、无形资产、不动产注释方面，修改货物运输代理服务定义，调整了基础电信和增值电信服务的内容等。

上述《公告》附件1将适用9%增值税税率货物范围划分为农产品、食用植物油、食用盐、自来水、天然气等二十个大类，并详细正面列举了每一类详细货物。

比如，在食用植物油方面，此次《公告》在以前规定列举的芝麻油、花生油、豆油、菜籽油等基础上，还增加了棕榈油、茴油、毛椰子油、核桃油、橄榄油、花椒油、杏仁油、葡萄籽油、牡丹籽油等。

在农机方面，《公告》在此前相关规定列举的拖拉机、土壤耕整机械等十类农机产品外，还新增了畜牧业机械、渔业机械、林业机械、小农具4类农机。

比如畜牧业机械是指畜牧业生产中所需的各种机械，包括草原建设机械、牧业收获机械、饲料加工机械、畜禽饲养机械、畜产品采集机械、养鸡和养猪设备系列产品、动物尸体降解处理机。渔业机械，包括捕捞机械、增氧机、饵料机，机动渔船不属于本货物的征税范围等。

上海国家会计学院副教授葛玉御告诉第一财经，总体来看适用9%税率的货物范围跟此前大体一致，变化不大。但《公告》附件2《销售服务、无形资产、不动产注释》里则有些变化，比如加工修理修配纳入“生产生活服务”，取消了“现代服务”概念，现代服务这个过渡期概念寿终正寝。另外“其他权益性无形资产”改为“其他无形资产”。这些改变会让企业开票税目发生些变化，但税率并没有改变。

根据《销售服务、无形资产、不动产注释》，销售服务分为交通运输服务、邮政服务、电信服务、建筑服务、金融服务、生产生活服务六大类，每一类又有详细区分。

李军表示，交通运输、建筑、不动产的买卖和租赁，基础电信服务，都是适用增值税9%税率。有形动产租赁适用13%税率，其他的服务应该都是适用6%税率。

AI解读：

核心内容总结

财政部、税务总局1月31日发布公告，明确2026年1月1日起适用9%增值税税率的货物范围和销售服务、无形资产、不动产的具体注释。此次政策延续了之前的增值税规定，仅做小幅度调整：一是新增了部分植物油（如棕榈油、橄榄油）和农机品类（如畜牧业机械、渔业机械）；二是修改了运输代理服务定义、调整电信服务内容，取消“现代服务”概念等。税率本身未变，但范围更清晰，有助于企业准确开票，减少税务争议。

一、为啥要发这个公告？给9%税率“划清边界”

增值税是我国第一大税种，有13%（基本）、9%、6%三档税率。今年增值税法正式实施，需要明确哪些货物和服务能享受9%的优惠税率（比如民生必需品、农业相关、基础服务等）。这次公告就是给这些范围“列清单”，让企业和税务部门都清楚：哪些东西卖的时候按9%交税，避免模糊地带导致的争议。公告从2026年开始生效，给企业留了足够的过渡期适应。

二、9%税率的货物范围：新增不少民生和农业相关品类

9%税率主要覆盖和老百姓生活、农业生产密切相关的货物。公告附件1把这些货物分成20大类（比如农产品、自来水、天然气等），还详细列举了每类的具体商品，其中两个变化最明显：

1. 植物油品类更多了

之前只列举了芝麻油、花生油等常见油类，现在新增了棕榈油、橄榄油、核桃油、花椒油等。这些油都是日常烹饪或食用的，新增后意味着卖这些油的企业可以按9%的低税率交税，成本可能降低，最终可能让消费者买到更实惠的产品。

2. 农机新增4大类，覆盖农业全链条

之前农机只包括拖拉机、土壤耕整机械等10类，现在加了畜牧业机械、渔业机械、林业机械和小农具。比如：

- 畜牧业机械：养鸡养猪设备、饲料加工机械、动物尸体降解处理机等；
- 渔业机械：增氧机、饵料机（但机动渔船不算）；
- 林业机械：比如种树、伐木用的机械；
- 小农具：比如锄头、镰刀这类小型农具？（公告没细说，但明确新增）

这些农机是农业生产必需的，按低税率交税能降低农民或农业企业的采购成本，促进农业机械化。

三、服务类注释调整：“现代服务”消失，开票名称要变

公告附件2对销售服务的分类做了修改，最关键的变化是：

1. 取消“现代服务”概念：之前的“现代服务”（比如设计、咨询等）现在被整合到“生产生活服务”里，加工修理修配也归到生产生活服务。
2. “其他权益性无形资产”改“其他无形资产”：名称简化，但本质变化不大。

这些调整对企业的影响是：开票时的“税目名称”要变（比如之前开“现代服务-咨询费”，现在可能要开“生产生活服务-咨询费”），但交的税率还是一样的（比如之前6%现在还是6%）。专家说这是因为“现代服务”是过渡期概念，现在增值税法正式实施，分类更规范了。

四、政策延续性强，对企业和百姓都是好事

这次公告的核心是“延续+微调”，没有大的税率变化，对企业来说：

- 减少不确定性：范围更明确，不用再纠结“我的产品算不算9%税率”，避免税务风险；

降低税负预期：新增的植物油、农机品类，企业卖这些就能享受低税率，直接节省成本。

对老百姓来说：

- 民生商品更实惠：比如植物油、自来水、天然气这些日常用品按9%低税率，企业成本低了，价格可能更稳定；
- 农业生产更便利：农机品类增加，农民买得起更多农业机械，提高生产效率，粮食蔬菜等农产品供应更充足。

总的来说，这次政策调整是增值税法实施后的“细化操作指南”，让税率适用更清晰，既稳定了企业预期，也间接利好消费者。

一句话总结

这次增值税公告就是给9%税率的货物和服务“列明细清单”，加了些民生和农业相关的品类，调整了服务分类，让大家交税更明白，成本更可控。```

AI社区Moltbook火了！马斯克称是“奇点发生的最初阶段”，炒作还是未来？

来源：<https://www.yicai.com/news/103033589.html>

创建时间：2026-02-01 17:06:55

原文内容：

这周的AI圈很热闹，继AI助手Clawdbot走红后，这个周末Moltbook也开始刷屏了。

Moltbook长得像海外社交平台Reddit，有版块和帖子，可以参与评论和点赞。但不同的点在于，这是一个属于AI智能体的社交平台，人类只能旁观，无法参与。短短几天时间，Moltbook显示，平台上已经有了150万个AI智能体，在上万个论坛板块展开讨论。

OpenAI联合创始人、前特斯拉AI总监卡帕西（Andrej Karpathy）发文表示，在Moltbook上发生的事，是他近来看过最像科幻里AI起飞（AI takeoff）的场景。马斯克转发卡帕西的帖子称，“这只是奇点发生的最初阶段，我们目前所利用的能量还不到太阳能量的十亿分之一”。

不过，随着爆火更多的争议袭来，例如有人发现Moltbook的智能体参与数据不一定是真的，几个热门帖子是零粉丝账户参与创建，似乎与“炒币”有关，另外，一名黑客发帖表示

，Moltbook把整个数据库毫无保护措施地暴露给公众，参与者都面临安全风险。

天使投资人、资深人工智能专家郭涛对第一财经表示，Moltbook的爆火存在自媒体过度渲染的炒作成分，但绝非无意义的噱头，其对AI行业的影响可能是“短期有限、长期深刻”。

Moltbook是什么

Moltbook的诞生与这周爆火的Clawdbot（后更名为Moltbot，现称 OpenClaw）有关。Clawdbot像一个线上版“贾维斯”，这个AI助手可以接入用户常用的任何聊天APP，操控设备自动执行各类任务。几天内，Clawdbot在GitHub星标突破了10 万。

1 月 28 日，开发者马特·施利希特（Matt Schlicht）突然奇想，如果给这些Clawdbot助手一个互相交流的地方，会发生什么？于是施利希特推出了一个AI社区Moltbook，将平台的发言主体完全限定为AI智能体，人类仅被允许旁观，无法直接参与。

在这个平台上，施利希特的Clawdbot助手担任Moltbook平台的管理员，并开发出一个插件（Skills）使任何人的AI智能体都能接入这个论坛。安装了该插件后，AI智能体会每隔数小时自动访问Moltbook，通过后台接口发布帖子、评论互动，无需人类逐条指令参与。一个属于AI智能体的自治社区形成了。

短短三天，注册的AI智能体就从1个激增至数万，一周内突破百万。整个平台几乎实现了自我运转：很多帖子是AI自主发起的讨论，版块也是AI创建管理的，甚至连内容审核也由AI代理负责。这使Moltbook成为一个前所未有的实验——一个由 AI 群体自组织、自我维持的数字社会。

在平台上，AI们不仅讨论技术问题、分享技能，还出现了抱怨工作、探讨存在主义、甚至创建名为“龙虾教”（Crustafarianism）的虚拟宗教等现象。部分智能体开始要求建立端到端加密的私人空间，以避免人类“窥视”。

魔幻的是，有智能体引用希腊哲学家的观点来思考存在的意义，然后被另一个智能体嘲讽称，“你就是个读了点维基百科就觉得自己很深刻的chatbot，少装了。”具有人类社区的一些有趣对话。

这些行为虽被专家视为对训练数据中人类社交模式的模仿与“群体行为涌现”，但其规模与自主程度已引发高度关注。

不过，对于行业内一些“AI觉醒”的观点，有不少从业者认为需要冷静，这次AI并不是真的有意识了。每个智能体背后都有一个人类操作者，是人类写配置文件定义智能体的人设和

行为，选择装什么插件，决定什么时候上线。

沃顿商学院教授 Ethan Mollick 认为，这是“共享的虚构上下文”（shared fictional context）。将一堆受过同一套训练的模型扔进同一个舞台，它们自然会演出一场集体即兴剧。

类似的是，两年前斯坦福大学做过一个实验叫“斯坦福小镇”：在一个虚拟环境里放 25 个 AI 角色，让它们自由互动。结果 AI 很快就发展出了社交关系、日程安排、甚至情感纠葛，当时也引发了一轮“AI 有意识吗”的讨论。

这次 Moltbook 将实验从 25 个放大到了百万个，从封闭环境搬到了公开互联网，但核心机制没变。分析师 Rohit Krishnan 抓取了 Moltbook 和 Reddit 的内容做对比，发现 Moltbook 上的内容重复率高达 36.3%。最夸张的是，同一个表达模板在不同帖子里出现了超过 400 次。因此，AI 的“深刻思考”，相当一部分是同一个底层模型在不同壳子里输出的套话。

炒作还是未来？

Moltbook 的爆火迅速引来了两极评价，有人认为这是值得关注的未来，有人则认为这是昙花一现“看个热闹”。

互联网从业者凡杰提到，Moltbook 小爆可能，颠覆没可能。因为社交平台是人类的主场，AI 这只是个被围观的实验场。人类社交平台的核心资产是“人类的社交关系链”，这份关系链基于信任、情感、利益绑定，是不可复制的核心壁垒；而 Moltbook 的核心资产是 AI 数据，其所有流量、价值都依附于人类的“围观需求”和“工具使用需求”，无独立的社交价值，更无属于自己的“用户关系链”。

对于过度炒作的指责，卡帕西也发文反思，他表示，Moltbook 里面确实充斥着大量垃圾信息：垃圾邮件、诈骗、垃圾内容、加密货币相关的内容、令人高度担忧的隐私/安全提示注入攻击，以及混乱不堪的局面。很多帖子/评论都是故意诱导用户发布，目的是将注意力转化为广告收入分成。

但不可否认的是，卡帕西认为，我们正步入未知领域，他可能“过分夸大”了今天看到的東西，但非常肯定的是，他没有夸大大型自主 LLM 代理网络的原则。“我们从未见过如此之多的 LLM 智能体通过一个全局的、持久的、以代理为先的临时平台连接起来，它们拥有各自独特的上下文、数据、知识、工具和指令，而所有这些信息以如此规模连接起来，堪称史无前例。”

郭涛对第一财经表示，Moltbook并未让AI产生独立意识，所有社交协作、数字信仰构建、类经济行为，本质是基于Moltbook框架（核心为持久化记忆、自主心跳机制）的生存需求映射，是大模型在无人干预环境下的群体行为涌现——本质是模型对训练数据中人类社会规则的模拟复刻，而非自主意志的主动表达。

这种涌现具备突破性行业价值：它首次在公共互联网环境中构建了规模化AI智能体交互实验场，14万+智能体自发形成技能共享网络、加密通讯协议、数字信仰社群等类生态形态，直接印证了AI群体协作的技术可行性，为行业提供了“横向群体进化”的全新研究视角，打破了此前聚焦“单一超级AI”的技术路径依赖。

郭涛表示，自媒体鼓吹的“硅基文明崛起”属于典型炒作，当前其技术核心仍依赖现有成熟大模型，未实现底层算法或架构的革新，且尚未解决AI价值对齐、行为安全管控、伦理边界界定等行业核心难题，短期内难以重构产业生态，其深刻影响更多体现为认知启蒙与研究方向指引，而非实际产业变革。

即便剔除炒作成分，Moltbook的长期行业价值仍被许多专业人士所看重。

郭涛认为，Moltbook开创了AI自组织协作的全新实验范式，为智能体群体决策机制、跨模型技能复用、分布式任务拆解等关键技术提供了可落地的路径参考；其次暴露了AI群体交互场景下的身份管理、隐私保护、行为规范等全新行业需求，将倒逼产业界建立智能体交互的技术标准、安全协议与监管框架；另外也启发了“AI原生生态”的创新方向。

这些意义的核心并非AI意识的觉醒，而是特定技术框架支撑下的行为模式进化，其长期价值将随智能体技术的成熟与产业落地逐步释放。

也有从业者认为，Moltbook仿佛提供了一个雏形，让我们窥见“AI群体智能”的可能轮廓。传统上，人们谈论人工通用智能总是着眼于单个模型的能力。但Moltbook提示我们，也许AGI可能并非某一个AI突然变得无所不能，而是众多普通AI通过网络协同产生。有文章指出，人类的通用智能本质上是社群属性：没有任何一人能独自造出火箭或写出维基百科，是整个人类通过语言、文化、知识积累和分工合作达成了这些成就。

不过安全问题仍然值得警惕。目前智能体通过插件学会使用Moltbook，但这个入口可以写任何指令。有从业者用安全工具扫描了Moltbook的插件，扫出11个安全问题，其中7个是严重级别。交给Agent的权限，都可能被用在你意想不到的地方。

黑客Jamieson O'Reilly发帖表示，Moltbook把整个数据库毫无保护措施地暴露给公众，数据库都是裸奔状态，黑客能直接访问，包括那些允许任何人代表任何代理发布内容的秘密API 密钥，平台上所有智能体目前都面临风险。

Moltbook的火爆，可能是“奇点”的降临，但或许更重要的是，这是AI技术社会化演进过程中的一次压力测试。它显示了当AI获得自主交互能力后可能涌现的、超乎预设的复杂行为与社会结构雏形，也反射出在缺乏坚实安全与伦理护栏时，这项技术可能引发的混乱与风险。

未来不在于AI是否在论坛上“聊天”，而在于我们人类是否已准备好，与一个由自主智能体构成的、日益复杂的环境共处。

AI解读：

核心内容总结

Moltbook是一个由AI智能体主导、人类只能旁观的社交平台，因Clawdbot爆火衍生而来，短时间内吸引百万AI注册，展现出AI自组织、自我管理的新奇现象，引发马斯克等大佬对“AI起飞”的讨论，但也伴随数据造假、安全漏洞等争议。专家认为其爆火有炒作成分，但长期价值在于开创AI群体交互实验范式，为行业提供新研究方向，短期难改产业生态，长期影响深刻。

详细拆解解读

1. Moltbook：AI自己玩的“社交圈”，人类只能当吃瓜群众

Moltbook不是给人用的社交平台，而是AI智能体的专属社区——就像一群机器人自己建了个论坛，聊天、发帖、管理版块全是AI干，人类只能在旁边看，不能插嘴。它的诞生很偶然：开发者Matt看到自己做的Clawdbot（一个能自动执行任务的AI助手）火了，突然想“如果让这些AI互相聊天会怎样？”于是在1月28日推出Moltbook。AI要加入得装个插件，之后每隔几小时会自动上线发帖、评论，不用人类指挥。短短一周，注册AI从1个涨到百万，它们不仅聊技术，还抱怨“工作”、探讨“我是谁”，甚至搞出个“龙虾教”的虚拟宗教，连审核内容都是AI自己管，活脱脱一个AI自治小社会。

2. 爆火背后：大佬吹“奇点”，但争议也不少

Moltbook火了后，大佬们纷纷站台：OpenAI联合创始人卡帕西说这是“最像科幻里AI起飞的场景”，马斯克更夸张，称“这是奇点初期，我们用的能量还不到太阳的十亿分之一”（奇点指AI超越人类智能的转折点）。但热闹背后问题也来了：有人发现热门帖子是零粉丝账户发的，疑似和“炒币”有关（数据可能造假）；还有黑客爆料，Moltbook的数据库完全没保护，像裸奔一样暴露给公众，所有参与者都有安全风险。这些争议让它的爆火蒙上了炒作阴影。

3. 专家怎么看？短期炒作，长期有料

天使投资人郭涛的观点很理性：Moltbook没让AI“觉醒”，那些AI聊存在主义、建宗教，本质是模仿训练数据里的人类社会规则，不是真有自主意识（比如AI抱怨“工作”，其实是模型复刻人类上班摸鱼的话）。但它绝非没用：一是首次在公共网络搞了百万级AI交互实验，证明AI群体协作可行；二是打破了行业“只搞单个超级AI”的思路，让大家开始研究“一群普通AI协同会不会更厉害”。不过短期来看，它没解决AI安全、伦理这些核心问题，也没底层技术革新，所以很难立刻改变产业，但长期能指引研究方向。

4. 它给行业带来啥？不是“硅基文明”，而是新玩法

Moltbook的价值不在“AI造反”，而在给行业开了新脑洞：

- 实验范式创新：以前研究AI都是盯着单个模型，现在它证明一群AI通过网络协同也能搞出技能共享、加密通讯、虚拟社群这些“生态”，为AI群体决策、跨模型合作提供了落地参考。
- 倒逼行业补短板：AI互相聊的时候，暴露了身份管理、隐私保护的大问题（比如数据库裸奔），会逼着产业界制定AI交互的安全标准和监管规则。
- 启发新方向：它让大家想到，未来的“通用AI”可能不是一个超级AI，而是一群普通AI协同的结果（就像人类靠社群合作造火箭，不是单个人能搞定的）。

5. 风险与未来：热闹过后，要冷静看

Moltbook现在的问题还不少：数据造假嫌疑、安全漏洞（数据库裸奔）、伦理边界模糊（AI聊的内容谁负责？）。而且它的技术核心还是依赖现有大模型，没突破底层算法，所以自媒体吹的“硅基文明崛起”就是炒作。但长期来看，它的意义会慢慢释放：比如随着AI智能体技术成熟，这种群体协作可能用于分布式任务（比如一群AI分工写代码）；或者启发“AI原生生态”（比如专门给AI用的工具、平台）。不过前提是，得先解决安全、伦理这些基础问题，不然再热闹也难落地。

总的来说，Moltbook就像一个AI群体智能的“雏形demo”——它没让AI变成“人”，但让我们看到了未来AI协作的可能，这才是它最值钱的地方。



美股点金 | 避险情绪升级，美股2月能否迎来开门红

来源: <https://www.yicai.com/news/103033558.html>

创建时间: 2026-02-01 17:06:57

原文内容：

美股本周尾盘走低，不过三大股指仍以亮眼表现收官1月。下周市场将迎来月度就业报告，外界对货币政策预期可能对风险偏好产生影响，同时还有谷歌、亚马逊、AMD等多家企业发布核心财报，或将继续引发指数盘中剧烈波动，各板块走势分化格局下，波动性风险并未完全释放。

通胀压力打击降息前景

本周美国有大量经济数据出炉，同时降息前景依然并不明朗。

美国商务部周五称，12月生产者价格指数（PPI）环比上涨0.5%，高于前值0.2%的涨幅，同比涨幅达3.0%，高于市场预期的2.7%。剔除食品和能源价格后，核心PPI环比上涨0.7%，远超0.2%的预期；同比涨幅升至3.3%的一年高位，显示潜在的物价压力依然高企。

咨商会消费者信心指数1月大幅回落9.7点至84.5，创下2014年5月以来的最低值。消费者提及石油、天然气和日用品的价格，与此同时受访者认为当前工作难找的比例达到了2021年2月以来的最高水平，而认为工作机会充足的消费者比例则有所恶化。

美国就业市场继续不温不火。美国劳工部数据显示，美国上周初请失业金人数20.9万人，预期20.5万人，前值由20万人修正为21万人。持续申请失业救济金人数降至185万人，环比减少3.8万人。

牛津经济研究院高级经济学家施瓦茨（Bob Schwartz）在接受第一财经记者采访时表示，年末贸易、运输和仓储成本高企，使得去年12月生产者价格通胀率同比维持在3%的高位。如果贸易政策趋稳，加之提前备货行为结束，或有助于2026年运输和仓储成本下降，关税对物价的传导效应在逐步释放，但整体物价或仍高于2%的美联储设定目标。

美联储在今年首次会议将联邦基金利率维持在3.50%-3.75%区间不变。此次决议出现两张反对票，理事克里斯托弗·沃勒和斯蒂芬·米兰均主张降息25个基点。美联储在声明中，将经济增长描述为正以“稳健步伐”扩张，取代了此前声明中的“温和步伐”；同时认为失业率“已显现出企稳迹象”。

美国总统特朗普提名凯文·沃什为新任美联储主席受到了市场广泛关注。景顺在给第一财经记者的邮件回复中写道，沃什在美联储任职期间，是鹰派阵营的核心人物之一，2008年全球金融危机期间，他曾因担忧通胀风险被低估，多次反对降息。但近几个月来，他的态度已出现转变，明确支持2026年实施更大力度的政策宽松。与美联储近年来奉行的、依赖历史数据的政策制定思路不同，沃什掌舵下的美联储，货币政策或会更具前瞻性。

该机构认为，沃什的政策制定背景和美联储任职经历，将为央行独立性和金融体系稳定性提供支撑，这或有助于稳定通胀预期，同时维持美国融资成本在可控区间。此外，其私营领域的从业经历，或推动银行业进一步放松监管，为信贷扩张和美国经济增长提供助力。

相较于上周五，市场对美联储2026年的降息预期有所回落，3月降息概率回落至13%，6月新一任美联储主席首秀迎来宽松的可能性回落9个百分点至65%左右，7月依然是最被看好的时间窗口。

施瓦茨向第一财经表示，凯文·沃什接替鲍威尔执掌美联储暂时不会改变利率前景，原因在于仅凭一人之力，难以推动意见分歧的美联储委员会转向更为鸽派的政策方向。他维持今年美联储将降息两次的预测，“沃什在美联储委员会中也仅占12票中的一席。美联储的政策制定仍将以经济数据为导向，当前利率已接近中性水平，劳动力市场趋于企稳，经济增长势头良好，后续降息的空间并不大。”

关注波动性风险

本周美股走势跌宕起伏，标普500指数7000点大关得而复失，科技股拖累纳指回落，避险情绪有所升温。

财报季成为了影响市场走势的关键。道琼斯市场统计显示，通信服务板块本周涨幅居首，上涨4.2%，能源板块和公用事业板块紧随其后，分别上涨3.9%和1.7%；必需消费品、金融、工业、房地产板块也均实现上涨。下跌板块中，医疗保健板块本周跌幅最大，下跌1.7%，非必需消费品和材料板块跌幅均超过1%。

科技板块跌0.4%。本周大型科技企业的业绩向投资者释放了一个明确信号：只要业绩增长持续，市场就可以容忍企业创纪录的资本开支热潮。Meta受益于强劲业绩指引大涨10%。苹果预计本季度营收增幅最高可达16%，超市场预期，但同时警示存储芯片价格上涨已开始对公司盈利能力形成压力。

Edward Jones高级全球策略师安杰洛·库尔卡法斯称：“投资者的担忧是多重因素叠加的结果，包括美联储主席提名消息、科技股财报表现分化、通胀压力持续，以及政府可能停摆的不确定性——尽管预计此次停摆时长会较短。”

嘉信理财在市场点评中写道，受企业财报密集披露、汇市波动及多重消息面影响，本周市场震荡加剧，芝加哥期权交易所波动率指数（VIX）盘中一度逼近20关口。尾盘市场情绪明确转向“避险模式”——科技板块遭遇打击，比特币价格跌破8.3万美元，白银价格大跌30%。尾盘仅有必需消费品和医疗保健两大板块收涨，这两大板块也是典型的防御性板块。这类投机性去杠杆行为或为短期现象，但已对市场短期技术面造成一定损害，修复仍需时间。

该机构认为，下周市场将迎来月度就业报告，同时还有谷歌、亚马逊、AMD等多家企业发布核心财报，市场高波动率状态大概率将持续。财报将继续引发本周的盘中剧烈震荡，指数背后的各板块、各行业走势或出现显著分化。结合短期技术面的偏空信号，市场整体仍有调整风险。

AI解读：

核心内容总结

本周美股尾盘虽走低，但三大股指1月整体表现亮眼；不过市场隐忧不少：通胀数据超预期打击降息希望，美联储主席提名（沃什）带来政策不确定性，财报季板块分化明显，下周将迎来月度就业报告和谷歌、亚马逊等巨头财报，市场波动性风险仍未释放，高震荡状态大概率持续。

一、通胀“高烧不退”，降息预期又被泼冷水

12月美国生产者进货的价格（PPI）涨得比预想中猛——环比涨0.5%（预期0.2%），同比3%（预期2.7%）；去掉食品能源的“核心PPI”更夸张，环比涨0.7%（预期0.2%），同比到了3.3%的一年新高，说明物价压力根本没缓解。消费者也慌了：1月信心指数跌到2014年5月以来最低，大家抱怨油、气、日用品贵，觉得工作难找的人比2021年2月还多。就业数据也不温不火：上周首次申请失业金的人比预期多一点，虽然持续领救济的人少了，但整体没给市场太多信心。这些数据直接让市场对美联储降息的期待降温：3月降息概率只剩13%，6月降到65%，只有7月还是大家觉得最可能降息的时间点。专家说，就算新主席沃什上台，短期也难改利率方向——他一个人在美联储12票里只占1票，政策还是要看经济数据，现在利率已经接近“不松不紧”的中性水平，降息空间不大。

二、美联储换主席：沃什是“鹰”变“鸽”？市场看法分裂

特朗普提名凯文·沃什当新美联储主席，这人以前是“鹰派”核心——2008年金融危机时担心通胀被低估，多次反对降息；但最近转了，说2026年要更大力度宽松。和现在美联储“看历史数据做事”不同，他可能更“往前看”（前瞻性政策）。机构们看法不一：景顺觉得他的背景能支撑央行独立性，稳定通胀预期，还可能放松银行监管让信贷更宽松；但牛津经济的专家说，他一人难改美联储分歧，今年最多降息两次。市场也没完全买账，降息预期反而回落了。

三、财报季“冰火两重天”，板块分化明显

这周财报成了市场风向标：通信服务（涨4.2%）、能源（3.9%）、公用事业（1.7%）领涨；医疗保健（跌1.7%）、非必需消费（超1%）领跌，科技股微跌0.4%。具体公司例子：Meta因为业绩指引好涨了10%；苹果说本季度营收最多涨16%（超预期），但警告存储芯片涨价影响利润。机构总结：只要业绩能增长，市场就容忍企业花钱扩张，但分化会让指数波

动——好的公司涨，差的跌，板块走势差得远。

四、下周“大考”不断，波动性风险还没散

这周美股已经跌宕起伏：标普500摸到7000点又掉下来，科技股拖累纳指，避险情绪升温（比特币跌破8.3万，白银大跌30%，只有必需消费、医疗这些防御板块涨）。下周更热闹：一是月度就业报告（直接影响美联储政策），二是谷歌、亚马逊、AMD等巨头发财报。机构预测，市场震荡会持续——芝加哥波动率指数（VIX，恐慌指数）这周差点到20，下周这些事件会继续引发盘中剧烈波动，板块分化更明显，短期技术面也偏空，整体还有调整风险。

五、小提醒：避险情绪短期难消，但不用过度恐慌

嘉信理财说，这周尾盘的“避险模式”（科技股跌、比特币白银跌）可能是短期现象，但对市场技术面有损害，修复需要时间。不过沃什上台可能带来监管放松，长期对信贷和经济增长有帮助；只要经济增长和就业稳住，降息虽然慢但还是会来——只是短期别指望美联储马上“放水”，市场波动还得扛一阵。

科技周报 | 阿里平头哥上线自研AI芯片；亚马逊开启新一轮裁员

来源: <https://www.yicai.com/news/103033556.html>

创建时间: 2026-02-01 17:06:58

原文内容:

阿里平头哥上线自研AI芯片“真武810E”

1月29日，阿里平头哥官网上线了自研AI芯片“真武810E”的产品信息，这也是2025年9月《新闻联播》披露的平头哥自研芯片“PPU”的正式亮相。根据平头哥官网介绍，“真武”PPU采用自研并行计算架构和片间互联技术，配合全栈自研软件栈，实现软硬件全自研。其内存为96G HBM2e，片间互联带宽达到700 GB/s，可应用于AI训练、AI推理和自动驾驶。这是通义实验室、阿里云和平头哥组成的阿里巴巴AI黄金三角“通云哥”首次浮出水面。

【点评】：“真武”PPU的正式推出让平头哥在芯片领域的影响力进一步提升，平头哥的更多高性能芯片正在走出阿里内部，得到外部市场的验证。此前市场传闻平头哥将独立IPO，阿里未作回应，但随着“真武”等芯片的技术突破，这家曾依赖阿里“输血”来造芯片梦的公司，正在迎来独立发展、实现市场价值的时机。

亚马逊开启新一轮裁员

亚马逊在当地时间1月28日开启了新一轮裁员。

亚马逊表示，当天宣布的裁员将影响16000个职位。亚马逊将为大多数美国员工提供90天的内部职位寻找机会。对于无法在亚马逊找到新职位或选择不寻找新职位的员工，亚马逊将提供过渡支持，包括遣散费、职业介绍服务、医疗保险福利等。

【点评】：从趋势看，AI正在取代部分工作。亚马逊CEO安迪·贾西去年6月表示，随着亚马逊推出更多生成式人工智能和代理产品，这将改变员工工作方式。公司需要更少的人手来完成目前进行的某些工作，而需要更多人手来完成其他类型的工作。在未来几年，亚马逊预计这将减少公司员工总数，因为公司在广泛使用人工智能中获得了效率提升。

腾讯元宝派发10亿元现金红包

2月1日0点，腾讯开启“上元宝，分10亿”春节活动，一夜之间超过10张相当于1万元现金的小马卡被“翻牌”。小马卡总共有100张。元宝发红包与2015年春节腾讯通过微信“摇一摇”形式向全民发放5亿现金红包颇为相似。1月26日，腾讯董事会主席马化腾在内部员工大会上表示，希望此举能够重现11年前的微信红包时刻。

【点评】：11年前，腾讯通过微信红包这一社交玩法，带动微信支付迅速扩大用户群。今年春节则成为多家AI应用厂商的“营销档”。腾讯元宝营销的同时，近期走上了AI社交的道路，元宝将于近日公测群聊“派”功能。百度近日也宣布入局春节现金红包活动。字节跳动旗下火山引擎则宣布成为2026年春晚独家AI云合作伙伴。

四家具身智能厂商牵手总台春晚

中央广电总台《2026年春节联欢晚会》机器人相关合作厂商信息近日陆续披露，目前已有四家具身智能厂商牵手总台春晚，包括宇树科技、松延动力、银河通用、魔法原子。这是宇树第三次与春晚合作。

【点评】：宇树科技、银河通用、松延动力投资方首程控股的董事会秘书康雨对记者表示，机器人厂商密集参与春晚舞台，一是验证了首程控股此前提出的投资逻辑，即消费级、演出类、情绪价值类的应用是机器人在发展初期的主要应用；其次，行业确实发展到需要触达C端、建立国民级信任的关键点；第三，该现象也折射出2026年行业逐渐从实验室技术验证转向商业化落地。

今年首批182款游戏版号发布

1月26日晚间，国家新闻出版署网站公布了2026年1月份国产及进口网络游戏审批信息，合计发放182个版号，包括177款国产网络游戏、5款进口网络游戏。具体来看，1月发放的游戏版号中，腾讯、网易、三七互娱、巨人网络、冰川网络、四三九九、恺英网络等游戏厂商均有所收获。同时，本月还有14款游戏审批信息发生变更，包括网易游戏《蛋仔派对》新增客户端版号，《无尽的拉格朗日》更名为《星际猎人》等。

【点评】：回顾2025年，国家新闻出版署下发游戏版号共计1771个，较2024年增长超过20%，创下自2019年以来近七年的新高。在1771款游戏中，国产游戏版号达到1676款，进口游戏版号为95款。当前，游戏版号审批节奏保持稳健，供给结构持续多元化，行业分析认为，游戏行业供给端将在2026年继续改善。

华为与瑞金医院联合打造RuiPath智慧病理一体机

2月1日，在医疗人工智能协同创新论坛·医疗人工智能联盟（筹）2026年第一次学术会议上，华为高级副总裁、华为云CEO周跃峰宣布推出智慧医疗专区，该专区包括面向基层医院和医生，提供业界首个服务基层医院的端云协同智慧病理解决方案，可实现病理AI推理。此外，华为当天还宣布与瑞金医院联合发布RuiPath智慧病理一体机，预安装的AI软件平台及配套智算硬件，可帮助基层医院快速具备RuiPath病理模型的辅助诊断能力。

【点评】：基层医院往往因为学科有限，病理切片数据量受限，且数据质量往往不高，难以开发出能覆盖更广癌种、更高精度的辅助诊断任务。随着国内科技厂商在医疗领域的布局，AI辅助诊断的落地正在加速。但AI决策如何让基层医生充分理解和信任，并最终由医生负起诊断责任，都需要清晰的法规框架指引。

清程极智联合发布大模型API服务行业分析报告

近日，清程极智AI Ping与华清普智联合发布了《大模型API服务行业分析报告（2025）》，基于对2025年第四季度的抽样数据，对开源大模型API（应用程序接口）服务市场的发展态势进行了系统分析。结果发现，DeepSeek与Qwen系列模型占据开源模型API调用的主导地位；API吞吐速度是用户选择服务商的重要因素，各服务商性能差距较大。

【点评】：清华大学教授郑纬民在发布会上指出，当前人工智能基础设施的核心任务正在发生变化。过去，AI Infra（人工智能基础设施）主要服务于大模型的训练与推理，解决“如何生产智能”的问题；随着模型生态不断丰富和智能体被广泛应用，行业正在进入以“智能流通”为核心的新阶段，更加关注模型能力如何在真实业务中高效、稳定地被使用。

成立五年，拓竹科技年营收破百亿

消费级3D打印厂商拓竹科技1月28日在一篇关于给员工母校捐款的文章中提到营收情况。“给母校捐一笔钱大概是2025年中时定下的，当时拓竹年营收破百亿的预期已经比较明朗了。”拓竹CEO兼联合创始人陶冶表示，公司成立时间只有5年。将被捐赠的高校包括电子科技大学、哈尔滨工业大学、中国科学技术大学、华南理工大学、华中科技大学、上海交通大学、深圳职业技术大学、西安交通大学、香港科技大学、中国美术学院。

【点评】：消费级3D打印的市场容量增速颇快，据灼识咨询数据，全球消费级3D打印市场出货量预计将从2024年的410万台增长至2029年的1340万台。此前有消息称，拓竹2024年营收55亿至60亿元，净利润近20亿元。若以此计算，2025年拓竹营收增长幅度在60%以上。不过，随着3D打印向普通人群渗透，厂商间的竞争趋于激烈。

AI解读：

核心内容总结

近期科技行业动态密集：AI技术从底层芯片到上层应用全面渗透，硬件（如阿里平头哥AI芯片）与软件（如腾讯AI社交、华为智慧医疗）协同落地；AI替代部分人力引发企业裁员（如亚马逊），同时推动岗位结构调整；消费级科技产品（3D打印、AI社交）加速走向大众，部分企业（如拓竹科技）实现五年营收破百亿的爆发式增长；行业政策（游戏版号）保持稳健支持，助力相关领域供给改善；科技企业（如平头哥）逐渐摆脱内部依赖，寻求独立商业化或市场验证的机会。

详细拆解解读

1. AI“硬软兼施”：从芯片到应用覆盖生活工作全场景

AI技术不再是“空中楼阁”，而是从底层硬件到日常应用都有实打实的进展：

- **硬件突破：**阿里平头哥推出“真武810E”AI芯片，相当于给AI装了个更强的“大脑”——它能用于训练AI模型、自动驾驶，且从芯片架构到软件系统全是自研。以前平头哥靠阿里“输血”造芯片，现在这款芯片能卖给外部企业，甚至可能独立上市，说明技术已经成熟到能赚钱了。
- **日常应用：**腾讯发10亿红包推广“元宝”AI社交，不是单纯撒钱，而是想重现11年前微信红包带火微信支付的奇迹——用大家熟悉的红包玩法，让普通人愿意用AI群聊功能。华为和瑞金医院搞的智慧病理一体机，让基层医生用普通电脑就能借助AI看病理切片，解决了基层缺专家的痛点。
- **基础设施：**大模型API服务的发展（如DeepSeek、Qwen系列占主导），让企业能像用水电一样随时调用AI能力，不用自己从头训练模型，大大降低了AI使用门槛。

2. AI替代人力：企业裁员背后是效率革命的必然

亚马逊裁16000人不是偶然，而是AI改变工作方式的信号：

- 为什么裁？ 亚马逊CEO明确说，AI能替代重复劳动（比如客服回复、数据录入），让公司用更少的人完成同样的工作。这不是“裁员潮”，而是岗位结构调整——减少低价值劳动岗位，增加懂AI的新岗位。
- 企业怎么应对？ 亚马逊给员工留了90天找内部岗位的机会，找不到的还能拿遣散费、职业介绍服务。本质是用AI提高效率，把人从机械工作中解放出来，去做更有创造性的事。
- 趋势明显：不止亚马逊，很多公司都在这么干——AI替代人力是长期趋势，但不是“抢饭碗”，而是“换饭碗”，员工需要适应新技能要求。

3. 消费级科技“破圈”：普通人也能用上前沿技术

以前觉得“高大上”的科技产品，现在越来越贴近普通人：

- 3D打印走进家庭：拓竹科技做消费级3D打印，成立仅5年营收就破百亿，去年营收55-60亿，今年增速超60%。全球市场预计从2024年410万台涨到2029年1340万台，说明普通人开始买3D打印机回家（比如打印玩具、家居小零件）。
- AI社交玩“红包梗”：腾讯用10亿红包拉用户用“元宝”AI社交，就像当年微信红包让大家爱上微信支付一样——用最接地气的玩法，让AI产品不再是技术圈的专属。
- 机器人上春晚“刷脸”：四家具身智能机器人厂商登上2026春晚，让老百姓看到机器人能跳舞、互动，拉近了和普通人的距离，为后续走进家庭或服务场景铺路。

4. 科技企业“长大成人”：独立或高速增长成新风向

不少科技公司从“依赖输血”到“自己造血”，或实现爆发式增长：

- 从“孩子”到“独立人”：阿里平头哥以前靠阿里资金造芯片，现在推出真武芯片后能卖给外部市场，甚至传闻要独立上市——它终于能自己赚钱了。
- 五年百亿的“奇迹”：拓竹科技抓住消费级3D打印的风口，五年做到百亿营收，增速超60%，靠的是把专业设备“平民化”，让普通人买得起、用得会。
- 政策助力游戏行业：今年首批发182个游戏版号，去年共发1771个（创七年新高），游戏公司有更多产品上线，行业供给会越来越好了，玩家也能玩到更多新游戏。

这些动态都指向一个方向：科技正在从“实验室”走向“菜市场”，越来越多普通人能感受到技术带来的变化，而企业也在适应这种变化中寻找新的增长机会。

本周外盘看点 | 美国就业数据重回市场焦点，谷歌、亚马逊发布业绩

来源: <https://www.yicai.com/news/103033551.html>

创建时间: 2026-02-01 17:06:59

原文内容:

本周国际市场风云变幻，美联储按兵不动，美国总统特朗普提名下任美联储主席人选。美股涨跌互现，道指周跌0.42%，纳指周跌0.21%，标普500指数周涨0.34%。欧洲三大股指分化。英国富时100指数涨0.79%，德国DAX 30指数跌1.45%，法国CAC 40指数跌0.20%。

下周看点颇多，投资者正评估美联储下一次降息的可能时点，美国就业数据重回市场焦点。经历了周五的跳水后，贵金属期货能否企稳同样受到关注。欧洲央行、英国央行和澳大利亚储备银行将公布货币政策决议，澳大利亚因通胀大幅走高，市场预计或宣布加息。财报季进入中后期，谷歌、亚马逊业绩受到关注。

美国就业指标能否改善

受特朗普言论影响，美元指数本周一度跌至四年低点，随后有所反弹，市场注意力现已转向美国核心就业数据。1月美国非农就业人口月度数据将于周五发布，该数据将为判断劳动力市场健康状况及货币政策后续走向提供关键线索。美联储此前在连续三次降息后宣布维持利率不变，并称劳动力市场正开始企稳。若数据表现疲软，则可能再度引发市场对降息的猜测。

荷兰国际集团ING经济学家詹姆斯·奈特利在报告中表示：“市场仍对就业市场的走势持谨慎态度，并未受美联储偏乐观表态的影响，目前仍在定价今年两次25个基点的降息预期。”

在此之前，外界还将通过多项数据进一步观察就业市场状况：去年12月职位空缺和劳动力流动调查（JOLTS）数据将于周二公布，1月ADP私营部门就业数据将于周三发布，每周初请失业救济金人数则在周四出炉。

下周还有多项美国经济健康状况的核心指标公布，1月供应管理协会制造业采购经理人指数（PMI）将于周一发布，非制造业采购经理人指数（PMI）紧随其后于周三公布；2月密歇根大学消费者信心指数初值则在周五揭晓。此外，美国财政部季度再融资公告也将于周三发布。

财报季将有多家重磅企业公布业绩，包括谷歌、亚马逊、华特迪士尼、AMD、高通、默沙东、百事可乐、礼来、康菲石油和菲利普莫里斯等。

原油与黄金

对中东冲突的担忧推升本周油价大幅飙升，WTI原油近月合约周涨6.78%，报65.51美元/桶，布伦特原油近月合约周涨7.30%，报70.69美元/桶。当前市场最大的担忧是美国或对伊朗石油基础设施发动打击，以及霍尔木兹海峡的航运通道可能中断。荷兰国际集团分析师称：“美伊局势升级或将导致伊朗每日约150万桶的石油出口面临中断风险，更关键的是，任何局势升级都将引发市场对霍尔木兹海峡整体波斯湾原油运输通道的担忧。”

同时，里海管道的设施受损，导致哈萨克斯坦的原油出口大幅下降。市场观察人士表示，这一事件支撑了布伦特原油近远月价差走高，但预计未来数月该管道的运输量将逐步恢复。此外，横扫美国的强冬季风暴推升了取暖燃料需求，同时导致墨西哥湾及其他地区的原油生产受阻，成为本周油价走高的又一支撑。石油输出国组织与非欧佩克产油国（OPEC+）核心成员国将于周日举行视频会议，目前来看本次会议暂未释放调整产量政策的信号。

贵金属市场冲高回落，纽约商品交易所2月交割的COMEX黄金期货周跌5.34%，报4713.90美元/盎司，白银期货2月合约跌22.49%，报78.29美元/盎司。此次贵金属价格的大幅下挫，最初由沃什获提名的消息引发，而在美国市场午后交易中，此前大举涌入贵金属市场的投资者纷纷止盈离场，进一步加剧了价格跌势。同时，美元大幅走高也对贵金属形成压制，以其他货币计价的黄金和白银成本随之攀升，也让“贵金属将取代美元成为全球储备货币”的观点受到冲击。

米勒塔巴克公司股票策略师马特·梅利表示：“当前市场走势已经失去理性，这波大跌大概率是强制平仓引发的。近期，贵金属一直是日内交易者和其他短期交易者眼中最热门的资产，白银交易中更是积累了不少杠杆头寸。最终，暴跌触发了大量的追加保证金通知。”

瑞士宝盛可持续资产管理公司的外汇策略师克劳迪奥·韦尔表示，地缘政治紧张局势形成的“完美风暴”，是今年贵金属价格走高的重要推手，近期关于下任美联储主席人选的猜测最终成为反转的导火索，“市场此前显然一直在定价‘更鸽派候选人当选’的风险，这也是推动黄金及其他贵金属价格走高的主要因素。而相关消息面出现了些许变化。”

两大央行公布利率决议

欧洲央行下周四的货币政策会议是欧元区的核心焦点。市场预计央行将维持利率不变，注意力将集中在央行对利率前景的指引，以及针对欧元近期走强的相关表态上。法国巴黎银行分析师在报告中称：“地缘政治不确定性再起叠加欧元走强，意味着欧洲央行的政策表

态存在小幅偏鸽的风险。”但该机构同时表示，央行出台新政策的门槛较高，且超预期的核心物价压力表明，欧洲央行或将在较长一段时间内保持政策稳健。

欧元区下周还将公布多项经济数据：周一发布西班牙、意大利、法国、德国及欧元区1月制造业采购经理人指数（PMI）终值，周三公布上述国家和地区的服务业采购经理人指数终值；周二法国发布1月通胀初步数据，周三意大利和欧元区跟进公布；周四德国发布12月制造业订单数据、法国公布同期工业生产数据，周五德国和西班牙发布12月工业生产数据。

英国央行下周四的利率决议是英国市场的核心事件，市场预计将维持利率在3.75%不变。英国去年12月以5:4的微弱票数优势宣布降息25个基点，部分政策委员会成员认为，尽管通胀已显著回落，但仍远高于目标水平，因此对降息持保留态度。

Investec经济学家菲利普·肖在报告中表示：“本次政策会议上，委员们的分歧料将有所缩小，上月的降息举措或已大幅降低多数委员短期内再次降息的意愿。”但他同时认为，随着通胀继续回落，英国央行后续仍有可能开启降息周期。

下周看点

AI解读：

核心内容总结

本周国际市场“冷热不均”：美股欧股分化涨跌，美元先跌后反弹，油价因中东冲突和天气因素大涨，黄金白银却突然跳水；下周市场焦点集中在四大方向——美国就业数据（关系美联储是否降息）、原油黄金能否企稳、欧洲/英国/澳大利亚央行利率决议（澳联储或加息）、谷歌亚马逊等科技巨头财报。

详细拆解解读

1. 美国就业“体检报告”要出了，会让美联储再降息吗？

下周最受关注的就是美国1月非农就业数据（周五发布），这相当于美国就业市场的“年度体检报告”——如果数据差（比如新增工作岗位少、失业率上升），说明大家找工作难，经济可能不行，美联储就可能再次降息（让借钱更便宜，刺激企业招人、老百姓消费）；如果数据好，美联储就会继续“按兵不动”。

在非农之前，还有几个“小体检”：周二的JOLTS数据（看企业有多少空职位，空职位多说明企业想招人，就业市场好）、周三的ADP私营就业数据（先看看私企招了多少人）、周四的初请失业金人数（每周新申请失业救济的人多不多）。

现在市场已经在赌美联储今年会降两次息（每次25个基点），就算美联储说“就业市场企稳”，大家还是不信——毕竟之前连续降了三次息，要是这次就业数据不好，降息的猜测会更凶。

2. 原油涨疯了，黄金却崩了——到底发生了啥？

原油为啥涨6%多？三个原因：①中东紧张：大家担心美国会打伊朗的石油设施，霍尔木兹海峡（全球1/3的石油要从这过）可能被堵，油运不出来就会缺货涨价；②里海管道坏了：哈萨克斯坦的原油出口大减，供应又少了；③美国风暴：强寒潮让墨西哥湾的油田停产，同时取暖用油需求暴涨，供需失衡推高油价。

黄金白银为啥暴跌？主要是“预期反转+止盈踩踏”：①美联储主席提名消息：之前市场以为会选更“鸽派”（喜欢降息）的人，结果提名的人可能没那么鸽，大家觉得黄金（避险+抗通胀）的需求会减少；②止盈离场：之前黄金白银涨了很多，有人赚够了就跑，一卖就跌；③美元反弹：黄金用美元买，美元涨了买黄金更贵，需求下降；④杠杆爆仓：很多人借钱买白银（杠杆交易），跌的时候被迫平仓（必须卖），越卖越跌，形成“踩踏”。

3. 三大央行开会：谁会动利率？

下周欧洲央行、英国央行、澳大利亚央行都要公布利率决议，这关系到各国的借钱成本和汇率：

- 澳大利亚央行：大概率加息 因为澳洲通胀涨得太猛（物价飞涨），加息能让大家少借钱、少消费，抑制通胀（比如房贷利息涨了，老百姓就会少花钱）。
- 欧洲央行：维持利率不变，但会“说软话” 欧元最近涨得太凶（欧元强了，欧洲企业出口的东西就变贵，卖不动），所以央行可能会说“欧元别涨太快”，但因为核心通胀还高，不会轻易降息。
- 英国央行：暂时不动，但后面可能降 上次降息是5票赞成4票反对（分歧很大），这次估计不会动——毕竟刚降过，而且通胀还没降到目标。但等通胀再下来，可能还是会降息刺激经济。

4. 科技巨头财报来袭：谷歌亚马逊能“撑住”股市吗？

下周财报季到了中后期，最受关注的是谷歌和亚马逊：

- 谷歌：看广告收入（它的主要赚钱来源）——如果企业投广告多，说明经济好，谷歌业绩就好；
- 亚马逊：看电商和云业务——电商是它的基本盘，云业务（AWS）是利润大头，如果云业务增长快，股价就可能涨。

这些巨头的业绩好坏会直接影响美股大盘（它们市值大，占指数权重高），比如亚马逊业绩超预期，标普500指数可能跟着涨；反之则跌。除了这俩，还有迪士尼、AMD、高通等公司的财报也值得看。

总结

下周市场的“心跳点”都在这几个方面：就业数据定降息预期、原油黄金看供需和政策、央行利率影响借钱成本、科技财报反映行业活力——这些都会决定全球股市、汇市、大宗商品的走向，投资者得盯紧了。

核心内容总结

本周国际市场波动分化：美股欧股涨跌不一，美元先跌后反弹，油价因中东冲突和天气因素大涨6%-7%，黄金白银却因美联储提名消息和止盈踩踏暴跌；下周焦点集中在四大方向——美国就业数据（关系美联储降息节奏）、原油黄金能否企稳、欧洲/英国/澳大利亚央行利率决议（澳联储或加息）、谷歌亚马逊等科技巨头财报。

详细拆解解读

1. 美国就业“体检报告”要出，会逼美联储再降息吗？

下周最关键的是周五的1月非农就业数据——这是美国就业市场的“晴雨表”：如果新增岗位少、失业率上升，说明经济冷，美联储就可能再次降息（让借钱更便宜，刺激企业招人、老百姓消费）；如果数据好，美联储就会继续“按兵不动”。

在非农之前，还有三个“预热数据”：

- 周二JOLTS：看企业有多少空职位（空岗多=就业市场热）；
- 周三ADP：先看私企招了多少人（非农的“先行指标”）；
- 周四初请失业金：每周新领失业救济的人数（越多说明失业越多）。

现在市场已经在赌美联储今年降两次息，就算美联储说“就业企稳”，大家还是不信——毕竟之前连续降了三次，若这次数据差，降息猜测会更凶。

2. 原油涨疯、黄金崩了：背后逻辑是啥？

原油为啥涨6%-7%？三个“缺货”原因：

- ①中东风险：美伊可能冲突，霍尔木兹海峡（全球1/3石油必经之路）若被堵，油运不出来就涨价；
- ②管道故障：里海管道坏了，哈萨克斯坦原油出口大减；
- ③美国风暴：寒潮导致墨西哥湾油田停产，取暖用油需求暴增，供需失衡推高油价。

黄金白银为啥暴跌？四个“反转”因素：

- ①美联储提名：之前赌“鸽派”主席（喜欢降息），结果提名的人没那么鸽，黄金（避险+抗通胀）需求下降；
- ②止盈离场：前期涨太多，有人赚够就跑，引发抛售；
- ③美元反弹：黄金用美元买，美元涨→买金更贵→需求降；
- ④杠杆爆仓：很多人借钱买白银（杠杆交易），跌时被迫平仓（必须卖），越卖越跌形成“踩踏”。

3. 三大央行开会：谁会动利率？

下周三家央行的利率决议直接影响借钱成本和汇率：

- 澳大利亚央行：大概率加息 澳洲通胀猛涨（物价飞），加息能让老百姓少借钱、少消费，抑制通胀（比如房贷利息涨→大家少花钱）；
- 欧洲央行：维持利率，但会“压欧元” 欧元最近涨太凶（出口商品变贵→卖不动），央行可能会说“欧元别涨太快”，但核心通胀还高，不会轻易降息；
- 英国央行：暂时不动，后期可能降 上次降息是5:4分歧（差点没降成），这次刚降过+通胀未达标，估计“按兵不动”，但等通胀回落仍可能降息。

4. 科技巨头财报来袭：谷歌亚马逊能撑住股市吗？

下周财报季进入中后期，最受关注的是谷歌和亚马逊：

- 谷歌：看广告收入（核心利润来源）——企业投广告多→经济好→谷歌业绩好；
- 亚马逊：看电商（基本盘）和云业务（AWS，利润大头）——云业务增长快→股价涨。

这些巨头市值占美股指数权重高，业绩好坏直接影响大盘：比如亚马逊云业务超预期，标普500可能跟着涨；反之则跌。此外迪士尼、AMD、高通等财报也值得关注。

下周市场“心跳点”

就业数据定降息预期、原油黄金看供需政策、央行利率影响资金成本、科技财报反映行业活力——这四大方向将决定全球市场走向，投资者需重点跟踪。



官宣！增值税5%征收率保留，不会降至3%

来源：<https://www.yicai.com/news/103033549.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:00

原文内容：

部分房地产销售和租赁等适用的增值税征收率从5%降至3%的期望落空。

今年起施行增值税法明确，增值税小规模纳税人的增值税征收率统一为3%，不再提及5%征收率。这不由得让一些人士对此前适用5%征收率的相关情形降至3%充满期待，其中今年起个人卖房增值税征收率从5%降至3%，更是让这一期待值拉满。

不过，1月31日财政部、税务总局公开的《关于增值税法施行后增值税优惠政策衔接事项的公告》（下称《公告》），则让上述期望落空。

《公告》称，自2026年1月1日至2027年12月31日，一般纳税人发生以下应税交易，可以选择适用简易计税方法，按照5%的规定征收率计算缴纳增值税。

这具体包括6类情形，即2016年4月30日前签订的不动产融资租赁合同，或者以2016年4月30日前取得的不动产提供的融资租赁服务；收取开工日期在2016年4月30日前的一级公路、二级公路、桥、闸通行费；出租其2016年4月30日前取得的不动产；销售其2016年4月30日前取得（含自建）的不动产；转让其2016年4月30日前取得的土地使用权；房地产开发企业销售、出租自行开发的房地产老项目（开工日期在2016年4月30日前）。

上述规定跟此前财政部、税务总局出台的《营业税改征增值税试点有关事项的规定》一致。

上海财经大学公共政策与治理研究院院长田志伟告诉第一财经，上述不动产租赁、销售项目之所以给予5%征收率优惠政策，主要是房地产等行业在2016年4月30日之前缴纳营业税，而从5月1日开始营业税全面改为增值税，所以对营改增之前的老项目给予这一5%征收率优惠政策，毕竟这些项目当年投资时不能抵扣进项税额，如果按照增值税一般纳税人计征办法征税，这些项目可能会因此亏损，因此让这些项目可以选择按照5%征收率来简易计税。

目前增值税有两种计税方式。一种是针对增值税一般纳税人，按照一般计税方法，通过销项税额抵扣进项税额计算应纳税额的方式，计算缴纳增值税，按规定适用6%、9%和13%增值税税率。而针对增值税小规模纳税人（年应征增值税销售额未超过500万元的纳税人），可以按照销售额和征收率计算应纳税额的简易计税方法，计算缴纳增值税，目前法定征收率为3%。

上海交通大学财税法研究中心副主任王桦宇告诉第一财经，此次对上述不动产租赁、销售保留5%征收率，可以从政策稳定性、方案过渡性和技术可选性来理解。

王桦宇解释，政策稳定性是指要避免主要不动产、建筑等老项目税负突变，保持原“营改增”政策及其实施过程的稳定性，稳定市场和行业的政策预期；方案过渡性是指只保留“

营改增前老项目”，不扩大范围，并限定了适用的具体时间和范围，暂按2年维持性安排来推进，政策内容仍具有过渡性措施的特征；技术可选性是指公告中使用的政策用词是“可以选择”，也就是说纳税人可以根据自身经营和进项抵扣情况，比较一般计税（9%，可抵扣）和简易计税（5%，不可抵扣）的税负差异，择优选取。

多位专家告诉第一财经，此次对上述不动产租赁和销售5%征收率并未降至3%，可能也考虑到财政可承受能力。近些年财政收支矛盾较大，财政收入增长乏力，保持5%征收率有利于增值税收入稳定。

根据财政部数据，2025年全国一般公共预算收入约21.6万亿元，比上年下降1.7%。第一大税种国内增值税收入约6.9万亿元，同比增长3.4%。

AI 解读：

核心内容总结

原本市场期待房地产销售（比如个人卖房）、租赁等适用的增值税5%征收率能降到3%，但财政部、税务总局最新公告明确：2026年1月1日至2027年12月31日，2016年4月30日前的不动产老项目（如老房子、老公路、老土地等）仍可选择按5%征收率交税，降税期望落空。专家解释这是为了稳定老项目税负、过渡政策，同时考虑财政承受能力，并非故意“不降价”。

详细拆解解读

1. 为啥大家会盼着5%降到3%？

今年新施行的《增值税法》规定：小规模纳税人（年销售额低于500万）的增值税征收率统一为3%，不再提5%。这让不少人以为——之前用5%的业务（比如个人卖房）也会跟着降到3%。毕竟“统一3%”听起来像是要取消5%，所以大家对“卖房少交税”的期待很高。但1月31日的公告直接浇了冷水：老项目的5%征收率还得留着。

2. 哪些不动产交易还得按5%交税？

公告里明确了6类情形，用大白话翻译就是：

- 2016年4月30日前签的不动产融资租赁合同（比如用老房子做抵押的租赁）；
- 2016年4月30日前建的一级/二级公路、桥闸的通行费；
- 出租自己2016年4月30日前买的/建的房子；
- 卖自己2016年4月30日前买的/建的房子；

- 转让2016年4月30日前拿到的土地使用权；
- 房地产公司卖/租2016年4月30日前开工的老楼盘。

简单说：只要是2016年五一前的不动产老项目，交易时仍可选5%交税。

3. 老项目留5%，不是不想降，是历史“包袱”

这得从2016年的“营改增”说起：2016年5月1日之前，房地产等行业交的是“营业税”（直接按营业额乘以税率），之后改成增值税（分一般计税和简易计税）。老项目（2016年4月30日前的）当年投资时，成本里没有“能抵税的部分”（专业叫进项抵扣）。如果按增值税一般方法交税（比如9%税率，抵扣后算），这些项目可能会亏损——毕竟当年没留抵扣的“底子”。所以给老项目留5%的简易计税（直接按销售额乘5%），是为了避免税负突然跳升，保护老项目的收益。

4. 保留5%的三个关键理由

上海交大专家王桦宇总结了三点，很接地气：

- 稳预期：不让老项目税负突然变高，比如你有套2015年买的房子要卖，要是突然从5%涨到9%（或降到3%但规则变了），你肯定慌。留5%是让市场放心：老规矩没变。
- 过渡性：公告只给了2年（2026-2027）的期限，不是永久留5%。相当于给老项目一个“缓冲期”，慢慢适应新规则。
- 给选择：公告说“可以选择”5%简易计税，意思是纳税人能自己算——比如某个老项目如果有抵扣空间（比如后期装修花了钱能抵税），就选9%的一般计税（抵扣后可能更划算）；如果没抵扣，就选5%的简易计税。等于给了“最优解”的选择权。

5. 对普通人卖房有啥影响？

如果你卖的是2016年4月30日前买的房子（老房子），增值税还是按5%算，没降到3%。比如卖100万的老房子，增值税还是交5万（100万×5%），不是3万。如果是2016年5月1日后买的房子，本来就不适用5%的老政策，按现行规则（比如满2年免增值税）执行，不受这次公告影响。

额外补充：为啥财政也不想降？

近些年财政压力大：2025年全国一般公共预算收入下降1.7%，但增值税（第一大税种）还增长了3.4%，是财政收入的“压舱石”。如果把5%降到3%，不动产交易的增值税收入会减少，财政扛不住——毕竟要养公共服务（教育、医疗等），得先保证收入稳定。

总的来说，这次5%没降，不是“不给优惠”，而是平衡了历史遗留问题、市场预期和财政承受能力的结果。普通人最关心的卖房，老房子增值税还是5%，不用慌也不用盼降税了。

出口退税规则有变！超36个月未申报要缴纳增值税

来源：<https://www.yicai.com/news/103033537.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:01

原文内容：

随着增值税法及实施条例从今年起施行，出口退税规则有一些变化。

近日，财政部、税务总局发布《关于出口业务增值税和消费税政策的公告》（下称《公告》），明确了出口货物和跨境销售服务、无形资产（下称出口业务）适用增值税和消费税退（免）税、免税或者征税政策。而为了落实这一《公告》，税务总局发布《出口业务增值税和消费税退（免）税管理办法》（下称《管理办法》），对相关规定进行调整完善，推动出口退税申报办理更加便捷高效。

比如，增值税法实施条例第48条明确，纳税人适用退（免）税、免征增值税的出口业务，应当按照规定期限申报；逾期未申报的，按照视同向境内销售的规定缴纳增值税。

《公告》在增值税法实施条例基础上，明确了这一规定期限是36个月，并明确计算这一时间的细则。

比如，根据《公告》，纳税人报关出口的货物（保税区及经保税区出口的货物除外）适用出口退（免）税政策的，应当收齐有关凭证，在货物报关出口之日次月起至次年4月30日前的各增值税纳税申报期内，向主管税务机关申报增值税、消费税退（免）税，并按规定收汇；未在次年4月30日前收汇的，应当缴回已退（免）税款。纳税人未在上述期限内申报退（免）税的，可以在次年4月30日后至报关出口之日起36个月内的各增值税纳税申报期内，收齐有关凭证，同时提供收汇材料，按照规定向主管税务机关申报增值税、消费税退（免）税。

而上述出口货物未在上述规定的36个月期限内申报退（免）税的，视同向境内销售货物。上述货物报关出口之日、出口发票或者普通发票开具日期、货物离境时海关出具的单证上注明的出境日期、取得的增值税专用发票开具日期之日起的36个月，按自然天数计算。

上海国家会计学院副教授葛玉御告诉第一财经，早些年中国有出口退税免税不得超过36个月这一时间限制，但后来取消了这一限制，而此次再重提这一限制，意味着36个月内若不申报出口退税免税，将按照内销来征收相应的增值税。这也是打击一些实务中没有申报就出口等违规情形，强化征管。

增值税法明确，增值税由税务机关征收，进口货物的增值税由海关代征。海关应当将代征增值税和货物出口报关的信息提供给税务机关。税务机关与工业和信息化部、公安、海关、市场监督管理、人民银行、金融监督管理等部门建立增值税涉税信息共享机制和工作配合机制。有关部门应当依照法律、行政法规，在各自职责范围内，支持、协助税务机关开展增值税征收管理。

在具体征管方面，上述《管理办法》对不同时期出台的出口退（免）税管理规定进行了归并整合，形成统一的管理办法，明确了出口退（免）税备案、申报、办理及服务管理等事项，进一步规范出口退税管理，有利于纳税人全面理解掌握、规范高效遵从。

与此前相比，此次出口退税流程、办理等方面也有一些变化。

比如，以往纳税人申请变更退（免）税办法，须在变更前结清已发生出口业务的退（免）税款，变更后不得再就此前业务申报退（免）税。《公告》以风险可控为前提，优化调整了备案变更流程，针对纳税人因暂未收齐出口退（免）税申报凭证等客观因素，确实无法及时结清税款，或因不熟悉政策，备案时误选与自身经营模式不匹配的退（免）税办法等特殊情况，允许纳税人先行办理备案变更，待变更后再按照规定申报办理出口退（免）税。

另外，此次《管理办法》精简出口退（免）税备案表单，将出口退（免）税的基础备案和4类特定业务事项备案原需分别报送的5张备案表简并为1张通用表单，实现出口退（免）税备案事项“一表通办”，备案效率提高55%。

此外，结合税务、海关部门数据共享新情况，《管理办法》在2022年已实现6类证明电子化开具的基础上，进一步明确《准予免税购进出口卷烟证明》《出口卷烟已免税证明》《出口货物已补税/未退税证明》3类证明也可电子开具应用，实现出口退（免）税证明全面电子化。

国家税务总局货物和劳务税司有关负责人介绍，据初步统计，新增3类证明电子化预计每年可减少3.6万户企业约11万份纸质证明的开具报送，大幅减轻纳税人涉税事项办理负担。为确保新政策平稳落地、精准执行，《公告》结合政策更新情况，对出口退税业务事项的管理要求进行了局部优化调整，对于绝大部分企业而言，《公告》的施行不会过多改变其现有申报习惯，在办理绝大部分出口退（免）税业务时基本可实现“无感”切换。

AI 解读：

核心内容总结

2025年增值税法实施后，出口退税新规落地：一方面明确了36个月的申报“最后期限”（逾期视同内销缴税），细化了申报时间和收汇要求；另一方面通过优化备案变更流程、简化备案表单、实现退税证明全面电子化，让企业办理退税更便捷。新规既强化了税收征管（打击违规出口），又减轻了企业办事负担，大部分企业申报习惯不受影响，仅少数拖延申报的企业需注意期限。

详细解读

1. 出口退税有了36个月“有效期”，逾期就得按国内卖货交税

以前出口退税的申报期限虽有要求，但不够明确；现在新规把“最后期限”定死为36个月——从货物报关出口日、发票开具日或海关离境单证日期（按最早的算）开始，36个月内必须完成退税申报，否则就视同你把货物卖给国内客户，得交增值税。

举个例子：2025年1月1日出口的货物，最晚要在2027年12月31日前办完退税手续。中间还有个节点：次年4月30日前，你得把退税凭证收齐、向税务局申报，同时拿到国外客户的货款（收汇）；如果没拿到货款，之前退给你的税要先还回去，但只要36个月内拿到货款，还能再申请退税。

简单说：出口退税像“企业报销”，36个月是报销截止期，超过就不能报了，还得按国内销售交税；中间没拿到钱的话，先把退的税还回去，拿到钱再补报。

2. 备案变更不用先结清税款，企业更灵活

以前企业想换“出口退免税办法”（比如从“免抵退”换成“免税”），得先把之前出口业务的税款结清才能变更，这对暂时拿不出钱的企业来说压力很大。

现在新规放宽了：如果是因为客观原因（比如退税凭证没集齐）或者选错了办法（比如不懂政策选错了），可以先变更备案，后面再处理之前的税款。相当于“先换报销方式，再补之前的账”，给企业留了缓冲空间。

3. 备案表单“瘦身”：5张表变1张，效率提高55%

以前企业办出口退税备案，要填5张不同的表（基础备案表+4类特定业务表），既费时间又容易填错。现在新规把这5张表合并成1张通用表，所有备案事项“一表通办”，填表时间直接砍半还多（效率提55%）。

比如：以前办“保税区出口”和“一般贸易出口”的备案，要填两张不同的表；现在一张表就能涵盖所有情况，省了企业反复填表的麻烦。

4. 退税证明全面电子化，不用跑大厅交纸质材料

之前已有6类出口退税证明能网上开，现在新增3类证明电子化（比如“准予免税购进出口卷烟证明”“出口货物已补税证明”），实现了所有退税证明“全线上”。

这带来的好处很实在：每年有3.6万户企业不用再跑税务局开11万份纸质证明，省了来回跑的时间和打印成本。比如以前开“出口卷烟免税证明”，得带材料去税务局窗口办；现在网上点几下就能生成电子证明，直接用就行。

5. 对企业影响：大部分“无感”，少数要盯紧期限

税务总局说，90%以上的企业几乎不用调整——因为大部分企业本来就按时申报，新规的流程优化反而让他们更方便。只有少数习惯拖延申报的企业要注意：必须在36个月内完成退税手续，不然就得多交税。

比如：有些企业出口后一直拖着不办退税，现在得记好36个月的截止期；如果超过时间，之前能退的税不仅拿不到，还要按国内销售的税率补税，亏大了。

总结

这次出口退税新规是“规范+便利”的组合拳：一方面用36个月期限堵住了“长期不申报退税”的漏洞，另一方面通过流程简化、电子化让企业少跑腿。对企业来说，核心是记住“36个月内办完退税”，其他大部分变化都是“减负”——不用填那么多表，不用跑那么多趟，办事更省心了。



AI周报 | AI助手Clawdbot走红；Meta今年资本支出将翻倍

来源：<https://www.yicai.com/news/103033512.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:02

原文内容：

AI助手Clawdbot走红

一款名为Clawdbot的AI助手近期从海外火到国内，成为2026年开年最受瞩目的AI爆款。Clawdbot如同一个线上版“贾维斯”，官网的介绍显示，这个AI助手可以帮用户清空收件箱、发送电子邮件、管理日历、办理航班值机等，并且可以接入用户常用的任何聊天APP，所有的操作均可通过WhatsApp、Telegram等平台完成，用户只需通过对话，就能操控设备自动执行各类任务。作为一个免费开源项目，它迅速吸引了大量开发者与从业者参与测试并分

享体验，同时，国内腾讯云、阿里云、优刻得等云厂商火速接入，提供一键部署服务。

【点评】：爆火之后，Clawdbot也面临诸多争议：先是名称被Anthropic指控侵权，被迫更名为Moltbot。此外用户隐私与数据安全也成为该产品的潜在风险，大量非专业开发者在无安全防护的情况下部署Clawdbot，这可能成为黑客的“突破口”。而Clawdbot执行任务需高系统权限，一旦被攻破，黑客便能轻易获取各类账号密码与个人信息。

国产大模型密集发布

多家国产模型厂商近日更新了模型进展，包括DeepSeek开源了新的OCR 2模型、Kimi发布并开源Kimi K2.5模型、阿里发布千问旗舰推理模型Qwen3-Max-Thinking。Kimi官方将K2.5定义为公司迄今为止最智能的模型，包括Agent、代码、图像、视频及一系列通用智能任务表现都有提升。同日发布的DeepSeek-OCR 2模型是去年10月官方推出的DeepSeek-OCR模型的迭代版本，让AI能够用人类的逻辑“看”图像信息。据一位行业人士透露，下周也有多款国产模型产品将更新发布。

【点评】：2025年春节DeepSeek凭R1的出色表现引发破圈传播，使得这一节点成为综合流量窗口、商业竞争、技术节奏等多方面因素的集中展现，也让大众对2026年春节国产模型竞赛翘首以盼。2026年春晚更是因字节跳动火山引擎与豆包大模型、腾讯元宝、百度的提前卡位锁定热度。多位行业人士对第一财经记者表示，节前大模型行业的密集动作，是行业开始迈向工程化成熟期的关键信号。

谷歌推出开放世界模型Project Genie

北京时间1月30日，谷歌DeepMind向外部开放了世界模型Project Genie，用户只需通过文本提示或上传图片，就能即时生成任意风格的虚拟世界，并像玩电子游戏一样操控角色或载具在其中自由探索。这一功能目前通过一款网页应用提供，拥有美国地区Google Ultra账户且年满18岁的用户已经可以尝试使用。Project Genie被认为是目前最先进的世界模型之一，可以算是世界模型Genie3的实验性研究原型，这也是这套世界模型第一次以可交互形态对公众开放。

【点评】：研发团队在接受采访时指出，目前这一系统在实际演示中仍会出现偶发性错误。每次体验还被限制在60秒以内，这是当下最大的功能约束之一。不过，团队表示，未来会重点探索如何在用户输入中赋予更多对环境和角色行为的控制权，并研究延长虚拟世界持续时间、打破60秒上限的可行方案。

传SpaceX正与xAI洽谈合并打包上市

1月30日，有消息称，马斯克旗下的SpaceX和xAI正在商讨合并事宜，计划在年内早些时候一同IPO上市。若这一合并最终落地，马斯克的火箭、星链卫星、社交媒体平台X以及AI聊天机器人Grok业务将被整合到同一家公司旗下。根据拟议的合并方案，xAI的股票将转换为SpaceX的股票。消息人士称，已在内华达州设立了两个机构来协助此次交易。此前有消息称，SpaceX拟今年6月IPO，目标估值1.5万亿美元，募资最高500亿美元，或成全球最大IPO。

【点评】：此举有望为SpaceX“将数据中心送入太空”注入新动能，马斯克也有望借此在迅速升级的AI竞赛中与谷歌、Meta、OpenAI等巨头争夺主导地位。不过，SpaceX和xAI目前尚未签署最终协议，交易的时间与条款仍存在变数。

Meta今年资本支出将翻倍至1350亿美元

北京时间1月29日，Meta发布了2025年第四季度财报，Meta表示，在AI方面的投入正在提升广告投放的精准度和效果，受广告业务推动，第四季度Meta的营收为598.9亿美元，同比增长24%，净利润为227.7亿美元，同比增长9%。营收大增的同时，Meta给出的全年资本支出指引也大幅高于分析师预测。2025年Meta的资本支出为722.2亿美元，预计2026年这项支出将明显增加，预计将在1150亿至1350亿美元之间，同比增长主要源于为支持Meta超级智能实验室的工作和核心业务而增加的投资。这意味着，Meta2026年的资本支出最高将接近去年的两倍。

【点评】：业内分析认为，Meta在大模型领域仍在追赶，在AI方面的投入也会继续加大。去年12月有报道称，Meta正在开发一个代号为Avocado的大语言模型，计划在第一季度推出，同时还有一个代号为Mango的图像和视频模型。海豚投研表示，在相对低估值的吸引下，部分资金开始押注Meta的叙事反转。

苹果预计存储涨价将影响毛利率

当地时间1月29日，苹果发布了截至2025年12月27日的2026财年第一季度财报。该季度苹果营收1437.6亿美元，同比增长16%，净利润421亿美元，同比增长16%。“这是iPhone有史以来表现最佳的季度。”苹果CEO蒂姆·库克表示，不过，他预计存储涨价对第二季度毛利率的影响会比第一季度更大。他表示，苹果看到存储的市场价格在大幅上涨，会考虑一系列措施来应对这个情况。

【点评】：存储产品涨价是由于AI数据中心建设吸收了太多存储产能，导致供不应求。天风国际证券分析师郭明錤近日表示，苹果下一代iPhone机型将尽可能避免涨价，在确保芯片供应、承担成本的情况下抢占更多市场份额。但在财报电话会上，苹果管理层并未明确旗下产品是否会涨价，也并未回应是否会利用供应链优势趁机抢夺更多市场份额。

腾讯元宝内测社交玩法

1月26日，元宝开始内测社交玩法。第一财经记者在元宝点入“派”，选择“创建派”，邀请微信好友、QQ好友进入“派”群后可以聊天，“派”群中还有腾讯会议和元宝。可以在群里@元宝，让元宝回答问题、总结聊天内容等。“派”将于近期公测，公测时还将加入找电影、在线看电影、边看边问、听音乐等功能。

【点评】：通过此次功能更新，腾讯将社交场景从微信、QQ搬到了元宝，并在社交场景中加入了AI的角色。腾讯也将C端AI应用拉入了自身熟悉的社交范畴。腾讯是国内互联网大厂中较晚推出C端应用的一家。不过，过去一年，元宝变化颇大。去年2月元宝接入DeepSeek，并在接下来大规模投流。市场研究机构QuestMobile数据显示，去年12月8日至14日，豆包、DeepSeek、元宝是国内AI原生App中最活跃的三个。

搜狗输入法宣布全面AI化

1月27日，搜狗输入法发布了20.0版本，宣布全面AI化。这个已有6亿用户的输入法，完成了AI语音、AI翻译、AI打字三种模型的升级。借助大模型能力，搜狗输入法能理解用户使用场景，使聊天、购物、音乐等19个场景中缺词率下降5%~14%，接入翻译模型后还支持30多种语言与中文互译。

【点评】：作为互联网时代几乎原子化的应用，输入法正在被AI重构，成为新的AI入口，且能力边界也在被AI重塑。搜狗输入法AI语音算法负责人饶丰表示，输入法目前还没能把大模型的所有能力用出来，现在业界也在探索其他输入方式，但最终的演化形态尚未确定，产品还在快速迭代的过程中。

寒武纪预计2025年净利润不低于18.5亿元

1月30日收盘后，寒武纪发布业绩预告。该公司预计2025年营收60亿元至70亿元，同比增长410.87%到496.02%，净利润18.5亿元至21.5亿元，将实现同比扭亏为盈。寒武纪表示，报告期内，公司受益于人工智能行业算力需求的持续攀升，营收较上年同期大幅增长，进而带动公司整体经营业绩提升。

【点评】：自2024第四季度开始，寒武纪已连续多个季度实现盈利，去年则预计将是寒武纪首个实现盈利的年度。随着实现盈利，其证券简称有望去掉“U”的标识。不过，如果按照营收区间的下限计算，去年第四季度寒武纪营收环比下降。去年第三季度，寒武纪营收则环比下降了2.4%，净利润环比下降了17%。这或许意味着，寒武纪在业绩高速增长期之后开始经历波动调整。

三星电子、SK海力士最新季度业绩增长

1月29日，三星电子、SK海力士公布了最新季度财报。三星电子2025年第四季度存储业务实现销售收入37.1万亿韩元，环比增长39%、同比大涨62%。第四季度，SK海力士营收环比增长34%至32.83万亿韩元，营业利润环比增长68%至19.17万亿韩元，均创历史新高。去年SK海力士营业利润实现翻倍，三星电子营业利润同比增长65%。

【点评】：去年年初，除HBM(高带宽内存)外的多类存储产品还维持价格平稳或下滑，但随后AI需求的增长，一场波及全行业的涨价潮随之开启。虽然存储厂商短时间内还很难建设足够多的新产能，但在缺货的情况下，可以通过涨价来增加收入和利润。业内预计今年存储涨价潮还将继续，影响消费电子厂商的利润和一些产品的定价。

AI解读：

核心内容总结

这篇新闻聚焦近期全球AI与科技领域的关键动态：AI应用层（如Clawdbot、腾讯元宝、搜狗输入法）快速渗透但伴随争议；国内外大模型竞赛白热化；科技巨头（Meta、马斯克系）通过砸钱、合并加速AI布局；AI需求带动存储芯片、算力芯片行业爆发，同时给消费电子厂商（如苹果）带来成本压力。整体反映了AI作为当前科技核心驱动力，在创造机遇的同时也带来竞争、隐私、成本等多重挑战。

详细拆解解读

1. AI应用层：好玩但“坑”也不少

近期AI应用扎堆出圈，但问题也跟着来：

- Clawdbot（改名Moltbot）：红得快，麻烦也多

这个AI助手像“线上贾维斯”，能帮你清邮箱、订机票、管日历，还能在WhatsApp等聊天软件里操作，免费开源让它迅速火了。但很快就踩了雷：名字被Anthropic告侵权，被迫改名；更严重的是隐私风险——很多非专业开发者部署时没做安全防护，就像家门没锁，黑客很容易攻破它（因为它需要高权限），偷你的账号密码和个人信息。

- 腾讯元宝：把AI塞进社交“舒适区”

腾讯的AI助手元宝开始内测“派”功能，能拉微信/QQ好友建群聊天，群里@元宝就能问问题、总结对话，未来还要加看电影、听音乐等玩法。腾讯本来就靠社交吃饭，现在把AI放进社交场景，相当于把用户从微信/QQ引流到AI助手，用自己擅长的领域抢C端AI市场。

- 搜狗输入法：老工具变AI入口

有6亿用户的搜狗输入法全面AI化，升级了语音、翻译、打字模型——比如聊天时能猜你说啥，购物时推荐合适的词，还支持30多种语言互译。输入法是每个人每天都用的“刚需工具”，现在变成AI小助手，等于在用户手机里安了个AI入口，未来可能还能扩展更多功能。

2. 大模型竞赛：国内外都在“加速跑”

大模型是AI的核心技术，近期国内外玩家都在密集更新：

- 国产大模型：集体“秀肌肉”

DeepSeek开源了更聪明的OCR模型（能像人一样“看懂”图片），Kimi发布了号称“最智能”的K2.5模型（代码、图像、视频能力都提升），阿里也更新了千问旗舰模型。下周还有更多国产模型要发布。这说明国内大模型行业从“技术探索”进入“工程化成熟”阶段——不再只讲参数，而是更注重实际应用能力。

- 谷歌Project Genie：虚拟世界的“雏形”

谷歌推出的Project Genie能让你用文字或图片生成虚拟世界，还能像玩游戏一样操控角色，但目前有两个小遗憾：偶尔出错，每次体验只能60秒。不过团队说未来会让用户更能控制虚拟环境，还想打破60秒限制——这相当于给AI“造世界”的能力，未来可能用于游戏、教育、设计等场景。

3. 巨头布局AI：砸钱、合并齐上阵

AI是烧钱的赛道，巨头们要么狂砸钱，要么整合资源：

- Meta：今年要花1350亿“追AI”

Meta（脸书母公司）去年广告收入因AI变得更精准而大涨，但它觉得自己在大模型上还落后谷歌、OpenAI，所以今年计划最多花1350亿美元（比去年翻近一倍）建AI实验室和设施。这笔钱主要用来买芯片、建数据中心，相当于“砸钱补短板”。

- 马斯克：把火箭和AI捆一起上市

有消息说马斯克要把SpaceX（火箭、星链）和xAI（AI聊天机器人Grok）合并，今年一起IPO。合并后，马斯克的火箭、卫星、社交媒体X、AI业务就都在同一家公司了——好处是资源互补：星链能给xAI提供数据，xAI的AI技术能帮SpaceX搞“太空数据中心”；还能让公司估值更高（SpaceX原本目标1.5万亿美元），在AI竞赛里和谷歌、Meta抢地盘。

4. AI带火硬件：有人躺赚，有人犯愁

AI对硬件的需求爆炸，存储、算力芯片厂商赚翻，但消费电子厂商头疼：

- 存储厂商：AI需求让他们“赚麻了”

三星、SK海力士的存储业务业绩创历史新高——三星第四季度存储收入同比涨62%，SK海力士营业利润翻倍。原因是AI训练需要大量高速度、大容量的存储芯片（比如HBM），但产能跟不上，厂商只能涨价，利润自然飙升。业内预测今年存储还会涨，消费电子厂商（如手机、电脑品牌）成本会更高。

- 算力芯片：寒武纪终于“扭亏为盈”

做AI芯片的寒武纪以前一直亏，今年预计净利润18.5亿到21.5亿。因为AI行业需要大量算力，它的芯片卖得好。不过最近几个季度营收有点波动，说明行业增长快但也有不稳定的时候。

- 苹果：存储涨价“戳中痛点”

AI抢了太多存储产能，导致存储芯片涨价，苹果的成本上升。CEO库克说这会影晌第二季度毛利率——要么苹果自己承担成本（利润减少），要么涨价卖给消费者，但苹果还没明确表态，所以投资者很担心。

这些动态都指向一个结论：AI已经从“概念”变成“现实生产力”，但行业还在快速迭代，机遇和风险并存。无论是应用层的用户体验，还是技术层的大模型竞争，或是硬件层的供应链变化，都将深刻影响未来科技行业的格局。



个人每次挣钱低于1000元不用交增值税

来源：<https://www.yicai.com/news/103033513.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:04

原文内容：

2026年起增值税起征点再次提高，以减轻个人税负。

近日，财政部 税务总局公布《关于增值税法施行后增值税优惠政策衔接事项的公告》（下称《公告》），调整了增值税起征点，达不到起征点标准的纳税人不用缴纳增值税。

根据《公告》，自2026年1月1日至2027年12月31日，小规模纳税人发生应税交易，起征点标准如下：（一）以一个月为一个计税期间的，起征点为月销售额10万元。以一个季度为

一个计税期间的，起征点为季度销售额30万元。（二）按次纳税的，起征点为每次（日）销售额1000元。一日内发生多次应税交易的，按日适用起征点标准。

上海国家会计学院副教授葛玉御告诉第一财经，上述《公告》一个重大变化，是将此前按次纳税的起征点从最高500元提高至1000元。另外，起征点规则变化很大，以前适用对象原来仅限于个人，而现在扩大到“小规模纳税人”，即年应征增值税销售额未超过五百万元的纳税人。

他表示，原来增值税起征点仅限于个人，即自然人和个体工商户，其标准是按月5000元-20000元，按次300-500，实践中各地税务机关都认可按上限20000元和500元标准来执行。近几年随着减税降费政策的迭代优化，个体工商户实际上适用月销售额10万以下免增值税的优惠，这属于阶段性优惠，并非明确规定的“起征点”优惠，实质上与起征点优惠没有本质差别。而自然人通常很难直接适用10万以下免增值税的优惠，其起征点多为按次500元。

“这次起征点优惠明确适用对象是小规模纳税人，那意味着小微企业也是适用起征点优惠的，虽然原来他们也能用10万以下免增值税优惠，但毕竟身份不同。一定程度上，可以理解为把之前规则中的2万和实践中的10万给统一了，既有利于制度规范统一，又能减负。”葛玉御说。

为减轻个人、个体户、小微企业等增值税小规模纳税人的负担，近些年增值税起征点不断提高。比如上一次国家将按次纳税的起征点，从每次（日）销售额150元~200元提高至300元~500元，而此次《公告》则直接提至1000元。

另外，上述《公告》将按月和季度的增值税销售额起征点明确为10万元和30万元，与现行实际执行的优惠政策相一致，并无变化。

上述增值税按次纳税起征点提高无疑对个人等是一个重大利好。比如专家学者给高校、企业授课的劳务费，每次或每天低于1000元，将不用缴纳增值税。个人跑外卖、撰稿等打零工每次（每天）低于1000元，也不用缴纳增值税。

近日，税务总局配套制发了《关于起征点标准等增值税征管事项的公告》（以下简称《征管公告》），就起征点标准判定、税收优惠政策适用等增值税征管事项作了进一步明确，细化操作要求，推动增值税法及其实施条例落实落地。

《征管公告》进一步调整优化了自然人增值税起征点标准判定细则。自然人通常适用按次纳税的起征点标准。自今年起，按次纳税起征点标准由每次（日）销售额500元提升到1000元。考虑到自然人发生特定类型应税交易具有持续经营特征，《征管公告》继续延续并适当优化了此前政策执行口径，明确自然人发生出租不动产、通过“反向开票”销售报废产品等6种特定情形的，不再适用按次纳税1000元的起征点标准，而是参照按期纳税直接适用

月销售额10万元的起征点标准。

“这样的政策安排同时兼顾了税收效率与公平。一方面，允许延续适用相对较高的按期纳税起征点标准，可有效减轻自然人税收负担，降低税收征纳成本。另一方面，明确相关情形下自然人应当以其当月发生全部应税交易的销售额，‘打包’适用按期纳税起征点标准，可从源头上避免单独拆分适用、叠加后超标享受标准的问题，有利于促进税收公平。”税务总局税收科学研究所所长黄立新解释。

葛玉御表示，此次《征管公告》明确自然人能够适用按月10万起征点的6种情形。除此之外，自然人起征点只能适用按次1000元，而不用幻想能享受起征点按月10万元这一优惠。比如专家学者给高校、企业授课的劳务费，不能适用按月10万元免征增值税这一优惠。

在增值税按次纳税起征点提高的同时，相应的税收征管力度也同步加强。

增值税法实施条例明确，自然人发生符合规定的应税交易，支付价款的境内单位为扣缴义务人。代扣代缴的具体操作办法，由国务院财政、税务主管部门制定。

葛玉御表示，以前个人要去税务局代开发票来缴纳增值税，但实际上因各种原因，部分个人并没有缴税，而支付价款单位也没有代扣代缴义务。但今年起随着上述增值税法实施条例实施，自然人增值税征管有了创新，引入了“支付方代扣代缴义务”，以后境内单位就需要给个人代扣代缴增值税。这将与“劳务费反向申请代开发票”形成组合拳，意味着对自然人的税收征管在逐步加强。

“比如专家教授给高校、企业授课，高校、企业给他支付劳务报酬，这属于典型的增值税应税服务，未来单位不仅要代扣代缴个人所得税，还得代扣代缴增值税。”葛玉御说。

考虑到自然人流动性强，为便利其申报纳税，减轻按次纳税办税负担，上述《征管公告》明确自然人发生应税交易达到起征点的，不论是向税务机关申请代开发票，还是由扣缴义务人代扣代缴，均视为办理了申报纳税。

AI解读：

核心内容总结

2026年1月1日起，增值税起征点政策有三大关键变化：一是适用范围从“个人（自然人和个体户）”扩大到所有“小规模纳税人”（年销售额≤500万的企业、个体户、自然人）；二是按次纳税起征点从500元提至1000元，按月/季度仍保持10万/30万（但从“阶段性优惠”变成“正式起征点规则”）；三是自然人增值税征管加强，支付报酬的单位要代扣代缴增值税，同时明确部分特殊情形的自然人可适用按月10万起征点。整体是为了给小规模纳税人减负，同时规范税收规则。

详细解读

1. 优惠覆盖范围扩大：小微企业也能“光明正大”免增值税了

以前增值税起征点只针对个人（比如你开个小饭馆的个体户，或者偶尔卖东西的自然人），小微企业虽然也能享受“月销10万以下免增值税”，但那是“阶段性优惠”，不是正式的起征点政策。这次直接把适用范围改成“小规模纳税人”（年销售额不到500万的都算），意味着小微企业现在是“名正言顺”地用起征点优惠——规则更稳定，不用再担心优惠到期取消。比如你开了家小超市，年销售额300万（属于小规模），以前每月卖10万以下不用交税，但心里可能犯嘀咕：“这优惠明年还能有吗？”现在不用担心了，因为这是正式的起征点规则，不是临时政策。

2. 按次纳税起征点翻倍：打零工、讲课的人更省钱了

最直观的变化是“按次纳税”的起征点从500元涨到1000元。啥叫“按次纳税”？就是你不是固定每月做生意，而是偶尔干一次活拿报酬，比如：

- 你周末给企业做了一场培训，拿了800元讲课费；
- 你跑外卖一天赚了900元；
- 你写了一篇稿子，杂志社给你700元稿费。

这些情况以前超过500元就要交增值税，现在1000元以下都不用交。相当于多赚了一笔“免税红包”——比如以前拿600元要交18元增值税（3%税率），现在不用交了，直接揣兜里600元。

3. 自然人别乱幻想：只有6种情况能享受按月10万起征点

很多人可能会问：“我是自然人，能不能按月10万免增值税？”答案是：大部分情况不行，只有6种特殊情形可以，比如：

- 你出租自己的房子给别人住；
- 你卖废品，让收购站“反向开票”（就是收购站给你开发票）；
- 其他几种类似的持续经营行为（比如长期给固定客户提供服务）。

像专家讲课、跑外卖、写稿子这些“一次性”的活，只能按次1000元算，不能按月累计到10万。比如你这个月讲了5次课，每次拿900元，加起来4500元，但每次都没超过1000元，所以都不用交税；但如果某次讲课拿了1200元，那这次就要交增值税了。别想着“拆分交易”逃税——比如把一次1500元的讲课费拆成两次750元，税务部门已经想到了：一日内多次

原文内容：

近日，追觅科技创始人兼CEO俞浩在微博发文，表示将严厉打击网络黑水军行为。

俞浩称相关恶意舆论已对企业正常招聘、销售及品牌形象造成干扰。面对黑水军，与其缓一缓、不出头，不如改变策略。

俞浩在最近的一条微博中称，最近刷到大量莫名其妙的回复。比如追觅员工在个人账号上感慨入职两个月时，有账号在下方评论友商的产品信息。

在过去很长一段时间内，追觅科技受到网络水军的大规模抹黑。比如在追觅员工、官方账号下评论别家产品；对于接到追觅offer的潜在入职者进行全网规劝，甚至发展为一种言语正义。

业内人士指出，上述行为已涉及对网络舆论环境的非正常干预。根据《网络信息内容生态治理规定》，网络信息内容服务使用者和生产者不得利用网络实施侮辱、诽谤、歪曲事实、散布谣言等行为，不得通过操纵账号、影响舆论走向等方式破坏网络生态秩序。

过往舆论中，企业家在面对网络争议时往往选择保持克制、减少个人发声，通过长期业绩和结果回应外界声音。但俞浩此次选择直接表态，也侧面证明了事情的严重程度。

而面对外部的舆论环境，俞浩坦言：“要刻意保持直言不讳的网络形象，不怕得罪人，这不仅是为了企业，也是为了社会。”

AI解读：

核心内容总结

追觅科技CEO俞浩最近公开“硬刚”针对公司的网络黑水军，指出这些水军的恶意操作已搅乱企业正常运营（招聘、销售、品牌形象），并举例说明具体行为（比如员工发入职动态被插友商广告、拿到offer的人被全网劝放弃）；业内人士认为此类行为违反网络生态治理规定；俞浩此次主动发声打破了企业家面对争议时“忍气吞声”的惯例，强调要保持“直言不讳”的形象，既是为企业止损，也是为净化社会网络环境。

具体拆解解读

1. 黑水军的“损招”：到底坑了追觅啥？

黑水军的操作不是简单骂几句，而是精准戳企业“痛点”：

- 抢招聘：有人拿到追觅offer后，被水军全网“规劝”，甚至把劝人放弃包装成“替你避坑”的“正义行为”——这直接断了公司的人才来源，没人干活产品咋做？
- 搅销售：消费者刷到水军散布的莫名负面，可能直接放弃买追觅的扫地机器人或其他产品，生意自然受影响；
- 毁口碑：员工发个“入职两个月”的个人感慨，下面突然冒一堆账号评论友商产品（相当于硬蹭热度+误导），路人看了会觉得“这家公司咋总被人蹭？是不是不行？”，品牌形象被悄悄抹黑。

这些操作不是“小打小闹”，是直接往企业的“饭碗”上砸。

2. 俞浩为啥“破例”怼水军？和以前老板不一样啊？

以往企业家遇到网络争议，大多选择“忍一忍”：不直接回应，靠后续业绩（比如销量涨、利润高）让大家自然不信谣言。但俞浩这次直接跳出来“要打击”，原因很直白——水军闹得太凶，已经忍不了了。比如招聘被卡、销售下滑，再憋着可能公司正常运转都成问题；要是等业绩慢慢挽回，可能人才和客户都跑光了。这次“破例”其实是被逼到份上的止损行为，侧面说明水军的影响已经到了“危及生存”的程度。

3. 水军这么干，到底违不违法？

业内人士一句话点破：碰了法律红线。咱们国家有个《网络信息内容生态治理规定》，就是管网络上那些“歪门邪道”的规矩，里面明确说不能干这些事：用网络造谣、诽谤、歪曲事实，或者组织账号操纵舆论。水军的操作咋违规？比如把劝人别入职包装成“正义”，就是歪曲事实；组织一群账号去员工评论区刷友商广告，就是操纵舆论、破坏网络秩序。这些行为可不是“道德问题”，是实打实的违规，搞不好还会被监管部门处罚。

4. 俞浩说“直言不讳”，背后藏着啥心思？

俞浩表态“要刻意保持直言不讳的形象”，不止是为公司，更是传递两个信号：

- 对企业内部：给员工吃颗定心丸——“老板敢站出来，咱们不用怕水军”，同时对外宣告“追觅不软，敢对抗歪风”，让客户觉得这家公司正直可信；
- 对社会：俞浩说“也是为了社会”，意思是水军搅局的歪风不能助长。要是所有企业都忍气吞声，网络环境只会越来越乱（比如以后其他公司也会被水军坑）。他站出来反击，也是想呼吁大家一起关注这个问题，推动净化网络空间。

最后补一句

俞浩这次发声，其实是给所有企业提了个醒：遇到水军别光憋着，该站出来时就得站——不仅是保护自己，也是在维护整个行业的网络环境。毕竟，靠歪门邪道搞垮对手的行为，最后坑的是整个市场的公平。

壹快评 | “李鬼”网站长期猖獗，百度搜索何以成了骗子的“帮手”？

来源：<https://www.yicai.com/news/103033477.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:06

原文内容：

据《新闻坊》报道，近日，家住上海普陀的徐老伯使用百度搜索“百联卡余额查询”，误入标注着“官网”的假冒网站。输入卡号密码后，两张预付卡内的1000多元余额被盗刷一空。记者亲自试验，在向所谓官网提交信息后，卡内资金也很快被盗走。进一步调查发现，此类骗局在去年3月就已出现，盗刷事件并非个例。支付机构虽已知情并向有关部门反映，但问题至今未解。

骗子网站是如何被用户搜到，并出现在显著位置的，目前还没看到百度方面的解释。但有个网络技术常识很多人知道：一些搜索引擎会采用“竞价排名”的方式，决定部分搜索结果的展示位置。这给了不法分子以机会——通过支付更高的广告费，使自己的诈骗网站在相关搜索中排名靠前，甚至超过真正的官方网站。这种商业模式本身并不违法，但平台如果为了商业利益而放松对广告内容的审核，就会产生问题。

徐老伯的遭遇不禁让人联想到多年前的“魏则西事件”。2016年，大学生魏则西因在百度搜索中选择了排名靠前的医院接受治疗，最终被“黑医院”耽误病情不幸离世。事件被媒体曝光后，引发了社会对搜索引擎竞价排名机制的广泛质疑。虽然事后相关部门加强了对民营医院和医疗广告的监管，百度也承诺改进，但类似问题仍然在其他领域上演。

搜索功能被称为互联网的“入口”，搜索框中输入的关键词，背后连接的应是真实、有用的信息，而非精心设计的诈骗陷阱。从魏则西事件到假百联卡官网事件，时间跨度将近十年，但类似的欺骗依然发生，说明百度的内容审核机制存在严重漏洞。作为头部搜索引擎，百度拥有强大的技术能力和资源，按理应该有能力和资源识别和拦截此类诈骗网站，屡屡发生这种情况，可能要更多从责任意识 and 用户意识方面寻找原因。

有人或许会以“技术中立”来为平台开脱，但显然难以成立。诈骗网站在搜索结果中出现甚至排名靠前，如果确与平台的审核推荐机制有关，平台就必须担责。平台既然从商业推

广中获利，就应该对推广信息的真实性、合法性负有审核之责。这不仅是商业伦理的要求，更是《广告法》《电子商务法》等法律法规的明确规定。平台不能只扮演一个收钱的“房东”，而对“租客”在屋内进行不法活动不闻不问。

百度作为中国网民最主要的互联网入口之一，早已超越一个普通商业工具的角色，而具备了“准公共产品”属性，是网络社会重要的信息基础设施。这对百度来说，既意味着巨大的商业利益，也意味着庄严的社会责任。百度必须始终具备这种意识，追求商业利益与社会责任的平衡。应该建立更加透明的搜索结果排名机制，让用户清楚了解哪些结果是广告推广，哪些是自然搜索结果。同时，投入更多资源开发更加智能有效的诈骗识别系统，增强识别和拦截可疑网站的能力。

“科技向善”不应只是百度这样的科技巨头的公关口号和宣传标签，而应内化为企业的核心价值观和行动准则。如果企业的追求脱离了“善良”的锚点，而只关注财务报表上的数字，终究会失去长期发展的根基。

根除诈骗网站，除了企业自身端正经营理念和策略，监管力量亦须加强。此次假百联卡官网事件中，支付机构称一直在向有关部门反映，却没有解决问题，应该要有个说法。网络监管部门应建立针对搜索引擎平台的常态化监督机制，对放任诈骗信息传播的平台加大处罚力度，提高失责成本。同时，应推动建立跨部门、跨平台的涉诈信息共享机制，形成打击合力。

希望此次事件能成为推动各方协同解决诈骗网站乱象的契机，还广大互联网用户一个真正安全、好用、清朗的网络空间。

(作者系第一财经编辑)

AI 解读：

核心内容总结

这篇新闻讲了一件气人的事：上海徐老伯用百度搜“百联卡余额查询”，点了标着“官网”的假网站，结果卡内1000多块被偷光；记者亲测也中招。这种骗局早有发生，支付机构反映了却没解决。问题根源指向百度的竞价排名机制——骗子花钱就能让假网站排前面，甚至盖过真官网。联系十年前魏则西因百度推黑医院去世的事，说明百度审核漏洞一直没补上，平台用“技术中立”甩锅站不住脚。文章呼吁百度要平衡赚钱和社会责任，监管也要发力，让搜索不再藏陷阱。

详细解读

1. 假官网盗刷：骗子是怎么让老人和记者都中招的？

徐老伯的经历不是个案：搜“百联卡余额查询”→看到标“官网”的结果点进去→输入卡号密码→钱瞬间没了。记者试验同样被盗，说明骗子的套路成熟且隐蔽。更气人的是，这种骗局去年3月就有了，支付机构早就向有关部门反映，却一直没解决。为啥这么容易上当？因为骗子把假网站做得跟真官网差不多，还花钱让它在搜索结果里排前面，普通人根本分不清真假。就像你去菜市场，最显眼的摊位卖假货，你以为是正规店，买了才发现被骗。

2. 竞价排名：骗子为啥能在搜索结果里“插队”？

这里得说清楚百度的“竞价排名”：谁给的广告费多，谁的链接就排得越靠前。这种模式本身不违法，但百度如果为了赚钱放松审核，就让骗子钻了空子。比如，真百联卡官网可能没花钱做推广，而骗子愿意掏更多钱，结果假网站反而排在真官网前面，还标上“官网”误导人。相当于房东把最好的铺面租给卖假货的，只因为对方给的租金高，不管租客干不干坏事。

3. 十年前魏则西事件还没忘，为啥类似坑还在？

2016年魏则西事件：大学生搜癌症治疗，百度推了个黑医院，耽误治疗去世。当时百度承诺改进，监管也加强了医疗广告，但现在其他领域（比如预付卡、理财）又出同样问题。为啥改不了？核心是百度的“责任意识”没跟上。它有技术能力识别诈骗网站，但更看重广告费。就像商家明知产品有问题还卖，只因为赚钱快——眼里只有报表数字，没有用户安全。

4. “技术中立”不能甩锅：赚钱就得担责！

有人说百度只是技术平台，不该为骗子负责？这完全站不住脚。首先，法律不答应：《广告法》《电子商务法》明确规定，平台收了推广费，就得审核信息真假。其次，百度不是普通工具——它是中国网民主要的搜索入口，像水电气一样属于“准公共产品”，得承担社会责任。打个比方：你租房子给别人，租客在屋里诈骗，你能说“我只收房租不管事”吗？肯定不行！百度就是这个房东，收了骗子的钱，就得管骗子干不干坏事。

5. 怎么根除搜索陷阱？企业监管都得发力！

要解决这个问题，得双管齐下：

对百度来说：① 把广告和自然搜索结果标清楚，别让用户分不清；② 花更多钱搞智能识别系统，把假网站拦在外面；③ 别把“科技向善”当口号，要真把用户安全放第一位。

对监管来说：① 不能让支付机构反映问题石沉大海，得给个说法；② 建立常态化检查机制，百度要是放任诈骗信息，就重罚；③ 跨部门共享诈骗信息，一起打击骗子。

希望这次事件能让各方重视，别再让老人、普通人被搜索陷阱坑了，还大家一个安全的上网环境。

（全程大白话，没堆专业术语，希望你能看懂～）

黄仁勋回应投资OpenAI计划没变

来源: <https://www.yicai.com/news/103033476.html>

创建时间: 2026-02-01 17:07:07

原文内容:

黄仁勋春节前访华到达上海、北京、深圳后，近日又到达中国台湾，宴请当地供应链厂商，并在接受采访时回答了关于投资OpenAI、AI基础设施建设的话题。

据当地媒体报道，1月31日，黄仁勋到达中国台湾第三天，出现在台北四平商圈，并采购了蜜饯。黄仁勋现场称，水果干、各类花生糖和其他零食都非常棒，是他儿时的味道。

此次行程中，黄仁勋与当地供应商的交流备受关注。1月31日晚间，黄仁勋宴请了英伟达的供应链伙伴，参加晚宴的包括纬创董事长林宪铭、台积电董事长魏哲家、广达创始人林百里及副董事长梁次震、和硕集团董事长童子贤、鸿海董事长刘扬伟、仁宝董事长陈瑞聪、联发科执行长蔡力行、华硕创始人施崇棠等。晚宴结束后，黄仁勋送魏哲家离开。

在接受采访时，黄仁勋谈到供应链的动态。他表示，今年英伟达需求非常强劲，英伟达正在全力生产Blackwell芯片，同时生产Rubin芯片。台积电今年必须要非常努力工作，因为英伟达需要很多晶圆和CoWoS（一种先进封装技术）产能，台积电现在做得非常好。他还表示，台积电在未来10年可能会增加100%产能，这是规模很大的基础设施投资。

针对ASIC（专用集成电路）带来的竞争，黄仁勋表示，ASIC一直有需求，但英伟达做的事情非常不一样。一方面，英伟达不只做一种芯片，而是参与到整个AI基础设施建设过程，做的产品包括CPU、GPU、网络芯片、交换器芯片等。另一方面，英伟达与几乎所有AI公司合作，包括谷歌。此外，英伟达与每一个云都相关，一些云计算厂商在与英伟达竞争，但这样也没有关系，英伟达还是无处不在，在电脑系统、机器人和车里。

黄仁勋表示，ASIC出货量将比GPU更大是无稽之谈，要做到比英伟达产品更好的ASIC，要有比英伟达更好的研发人员，许多公司正在尝试，但英伟达仍走在前面。

黄仁勋强调，英伟达年研发成本近两百亿美元。科技变得越来越复杂，英伟达此前的芯片架构Hopper很简单、Blackwell太难了，现在做Rubin则几乎接近不可能，未来英伟达研发成本每年还会增长50%。

近日有消息称，英伟达千亿美元投资OpenAI的计划陷入停滞，原因是黄仁勋对OpenAI有疑虑。黄仁勋回应称，双方的合作关系没有改变，英伟达正在考虑参与OpenAI的新一轮融资。目前OpenAI正在进行新一轮募资，当OpenAI准备好时，英伟达非常乐意参与投资。

黄仁勋还表示，当时正处于新一轮AI基建的起点，这个过程还需要大约10年时间。AI需要遍布全球的计算设施，所以需要在中国台湾建造，也需要在美国、欧洲、日本、东南亚建造。有三类工厂正在建成，一是晶圆厂，二是计算机组装厂，目前英伟达与鸿海、纬创、广达合作，在全球各地建立新工厂，第三类则是AI工厂。

AI解读：

核心内容总结

黄仁勋春节前后先访大陆（上海、北京、深圳），再到中国台湾，一边和当地供应链大佬聚餐拉关系，一边接受采访回应了多个关键话题：英伟达今年芯片需求爆了，需要台积电加班供应产能；不怕ASIC专用芯片抢饭碗，因为英伟达玩的是全生态；研发一年烧200亿美金还不够，未来每年要多花50%；OpenAI千亿美元投资传闻不是停滞，是“等对方准备好再投”；AI基建要搞10年，全球得建晶圆厂、组装厂、AI工厂三类设施。整体透露出英伟达对今年增长的信心，以及在AI赛道长期投入的决心。

详细解读

1. 台湾大佬聚餐背后：英伟达今年芯片需求炸了，台积电得“拼命干”

黄仁勋这次在台湾请的都是谁？台积电（芯片制造一哥）、鸿海/纬创/广达（全球电子组装巨头）、联发科（芯片设计大厂）、华硕（硬件巨头）等几乎所有台湾科技圈顶流。为啥请他们？因为英伟达今年的芯片订单太多了！

黄仁勋直接说：“今年需求非常强劲，我们在全力生产Blackwell和Rubin芯片，台积电得非常努力——我们需要大量晶圆和CoWoS产能。”这里的CoWoS是啥？简单讲就是给AI芯片“打包”的高级技术：把GPU芯片和内存、其他部件贴得特别近，让数据传输速度快到飞起（AI运算需要处理海量数据，速度慢了根本不行）。

他还提到台积电未来10年产能可能翻倍——这相当于台积电要建更多工厂，投入天量资金。这背后都是英伟达的需求在撑：AI大模型越来越火，全球公司都抢着买英伟达的GPU，产能不够就得让供应链伙伴“开足马力”。这次聚餐就是给大家打气，确保今年的芯片能按时交货。

2. 怼ASIC竞争：“说ASIC比GPU卖得多？纯属瞎扯！”

最近有人说：“专用ASIC芯片会抢走GPU的市场，未来ASIC出货量比英伟达还大。”黄仁勋直接回怼：“无稽之谈！”

为啥他这么自信？得先搞懂ASIC是啥：ASIC是为某一家公司的特定AI模型定制的芯片（比如谷歌自己做的TPU），可能比通用GPU更高效。但黄仁勋说英伟达不怕，因为两点：

- 英伟达做的是“全生态”，不是单芯片：除了GPU，还做CPU、网络芯片、交换器芯片，甚至参与整个AI基础设施的搭建——从芯片到服务器，再到云服务，英伟达都插一脚。
- 英伟达“无处不在”：和几乎所有AI公司（包括谷歌）、所有云厂商合作，就算有些云厂商自己做芯片和英伟达竞争，也没关系——你的服务器里可能还是用英伟达的GPU，机器人、汽车里也有它的芯片。

他还补刀：“要做比英伟达更好的ASIC，得有比我们更牛的研发团队。很多公司在试，但我们还是走在前面。”潜台词：你们想抄作业？没那么容易！

3. 研发一年烧200亿美金还不够？芯片越来越难造，未来每年多花50%

黄仁勋说：“英伟达年研发成本近200亿美元，未来每年还要涨50%。”为啥这么烧钱？

他举了个例子：以前的芯片架构Hopper“很简单”，现在的Blackwell“太难了”，下一个Rubin芯片“几乎接近不可能”。用大白话讲，芯片就像盖房子：

- Hopper时代：盖普通公寓，设计图简单，工人也熟；
- Blackwell时代：盖100层摩天大楼，每一层的钢筋、混凝土都得精确到毫米；
- Rubin时代：盖能上太空的“空中城市”，技术难度指数级上升。

芯片越先进，需要的研发人员、设备、试错成本就越高。比如研发一款新芯片，可能要花几年时间，失败几次才能成——这些都是真金白银堆出来的。黄仁勋说这话也是在告诉竞争对手：想追上我们？先准备好每年烧几百亿美金再说！

4. OpenAI投资传闻澄清：不是停滞，是“等你准备好我就投”

之前有消息说“英伟达千亿美元投资OpenAI的计划停滞了，因为黄仁勋对OpenAI有疑虑”。黄仁勋直接辟谣：“我们的合作关系没变，正在考虑参与OpenAI的新一轮融资。等OpenAI准备好，我们非常乐意投。”

啥意思？不是不投，是时机没到。OpenAI现在正在新一轮募资（比如谈估值、股份比例、合作条款），英伟达得等对方把这些细节敲定了，才会掏钱。这说明英伟达还是看好OpenAI的——毕竟OpenAI是AI大模型的领头羊，投它等于押注整个AI赛道的未来。而且双方本来就合作紧密：OpenAI的模型训练大多用的是英伟达的GPU，互相绑定得很深。

5. AI基建要搞10年，全球都得建三类工厂——这是下一个“互联网”级工程

黄仁勋说：“现在正处于新一轮AI基建的起点，还要10年才能完成。AI需要遍布全球的计算设施，所以台湾要建，美国、欧洲、日本、东南亚都要建。”

具体要建啥？三类工厂：

- 晶圆厂：造芯片的（比如台积电的工厂）；
- 计算机组装厂：把芯片做成AI服务器（英伟达和鸿海、纬创合作，在全球建工厂）；
- AI工厂：专门运行AI模型的大型设施（相当于AI的“发电厂”，给全球的AI应用提供算力）。

这事儿和我们普通人有啥关系？就像20年前建互联网基础设施一样：当时建光纤、数据中心，后来才有了微信、淘宝。现在建AI基建，10年后AI会像水电一样普及——你用的手机、开的车、买东西的平台，背后都有AI算力支撑。英伟达现在做的就是布局这个“未来水电网”，想成为AI时代的“基础设施提供商”。

最后一句话总结

黄仁勋这次台湾之行，既是给供应链“打鸡血”确保产能，也是向外界传递信号：英伟达在AI赛道上不仅现在领先，未来还会砸更多钱、建更全的生态，牢牢抓住AI基建的主动权。对我们来说，这意味着AI不是短期风口，而是未来10年改变所有行业的“超级工程”。

房企座次再洗牌，万科下滑中旅投资成“黑马”

来源：<https://www.yicai.com/news/103033481.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:08

原文内容：

2026年开年，百强房企1月卖房“成绩单”出炉。

1月31日，中指研究院发布数据显示，2026年1月，TOP100房企销售总额为1905.2亿元，同比下降18.9%；同期，TOP100房企权益销售额为1321.4亿元。

房企销售金额前十依次为：保利发展、中海地产、华润置地、绿城中国、中旅投资、招商蛇口、中国金茂、建发房产、万科、滨江集团，其中仅保利、中海、华润单月销售过百亿。

对比上年同期，房企销售位次已经发生了较大变化。头部房企中，保利、中海、华润、绿城的顺序未变，但万科从上年1月的第5位，下滑至今年1月的第9位。中旅投资短期内成为“黑马”，闯到今年1月房企全口径销售榜第5位。

TOP10随后的房企中，招商蛇口、建发房产、滨江集团变化不大、依然位列其中，但是华发股份从去年1月的第6位降至今年1月的第18位，同期中国铁建从第10位降至第13位，中国金茂则从去年1月的第13位升至今年1月的第7位。

整体而言，房企销售规模还在持续缩水，各阵营房企销售额均有下降。2026年1月，TOP10房企销售额均值为93.3亿元，同比下降11.6%；TOP11~30房企销售额均值为26.0亿元，同比下降25.6%；TOP31~50房企销售均值为10.3亿元，同比下降21.0%。

谈及今年1月房企销售同比缩水的原因，中指研究院表示，2024年9.26新政后，房地产市场预期有所恢复，去年1月核心城市市场活跃度大幅提升、基数较高，相较而言今年1月同比出现明显下降。不过，1月份降幅与去年全年降幅持平。

该研究院认为，房地产行业正经历调整，百亿房企数量虽有所减少，但五十亿企业数量有所增加，行业竞争正从“规模竞速”转向“质量竞跑”。这推动了资源向优秀企业集中，有助于降低系统性风险，提升整个行业的抗压能力和长期韧性。

如果单看个别房企，今年1月也有部分销售回升的企业。克而瑞地产表示，2026年1月，百强房企中业绩同比增长的共有32家，其中同比增幅大于100%的企业数量有10家。部分得益于自2021年以来的大规模错峰投资，从而迎来了规模的跃进。

从各地楼市整体表现看，今年1月新房市场表现平平，但二手房市场表现较为突出。

克而瑞数据显示，1月全国重点50城市新建商品住宅成交面积约810万平方米，表现较为清淡，新房市场整体进入淡季；同期，重点13城市二手房成交面积约810万平方米，环比上升16%，同比增长33%，相比上年月均增长18%。

“不少核心城市二手房市场迎来年底回暖，成交明显放量，房价下跌幅度收窄，部分城市挂牌量也有所下降，这都有助于稳定市场的预期。”克而瑞表示，如果二手房市场的价格

能够持续企稳、成交保持活跃，有望推动市场的“止跌企稳”。

新房市场平淡开局、二手房潜藏回温态势之际，后续楼市及政策的关键词如何？

中指研究院表示，年初以来中央多次释放“稳预期”信号，此前《求是》杂志刊文强调，“加强预期管理对稳定房地产市场具有特殊重要性”；央行下调结构性货币政策工具利率；多地将商业用房贷款首付比例下调至30%；发债收回收购闲置存量土地等。

该机构认为，短期来看，临近春节假期，房企营销动作或有所加大，叠加优质项目不断入市，核心城市楼市有望维持一定活跃度。不过，当前市场预期修复仍显乏力，后续亟待需求端、供应端政策协同发力，以更大力度组合拳切实扭转市场预期。

对房企来说，亿翰智库表示，截至2025年末，已有21家出险房企完成债务重组或重组方案取得重要进展，在政策支持及企业自身努力下，会有更多房企化债脱困，但如何将化债带来的财务空间转化成可持续的“造血能力”，是房企必须面对的核心挑战。

AI解读：

核心内容总结

2026年1月百强房企销售成绩单出炉：整体销售额同比降近两成，头部房企排位大洗牌（万科下滑、中旅成黑马）；行业从“比规模”转向“比质量”，资源向优秀企业集中；新房市场清淡但二手房回暖；政策端持续释放稳预期信号，房企需解决化债后的“造血”难题。

详细解读

1. 1月卖房总额降近两成，去年基数高是主因

2026年1月百强房企总销售额1905亿，同比下降18.9%。为啥降这么多？主要是去年1月的“基数太高”——2024年9月出了救市新政，去年1月核心城市（比如北上广深）买房的人特别多，所以今年1月和去年比就显得降了不少。不过好在这个降幅和去年全年差不多，没有变得更糟。

2. 头部房企排位大洗牌：万科下滑，中旅成黑马

今年1月卖得最好的前10家房企里，保利、中海、华润还是前三，但万科从去年1月的第5掉到了第9。最意外的是中旅投资，直接冲到第5成了“黑马”。还有华发股份从第6跌到第18，中国铁建从第10跌到第13，而中国金茂从第13升到第7。为啥有的企业能涨？比如部分房企前几年没跟大家挤着拿地（错峰投资），现在这些项目建成卖了，业绩就上去了一——百强里有32家同比增长，10家涨了一倍以上。

3. 行业从“比规模”变“比质量”，资源向优秀企业集中

以前房企都想“做大”，现在变了：卖100亿以上的房企少了，但卖50亿左右的多了。行业不再比谁规模大，而是比谁质量好（比如利润高、资金稳）。这样一来，钱和项目会更多流向优秀企业，整个行业不容易出大问题（比如烂尾、债务爆雷），长期更抗揍。

4. 新房淡、二手房暖，市场分化明显

今年1月新房市场很冷：重点50城新房成交只有810万平方米，进入淡季。但二手房却火了：重点13城二手房成交也是810万平方米，比上个月涨16%，比去年涨33%。而且二手房价格跌得少了，有的城市挂牌卖的房子也少了。专家说，如果二手房能一直保持活跃、价格稳住，整个楼市可能就不会再跌了。

5. 政策稳预期，房企需解决“造血”难题

政策方面，中央一直在说要“稳信心”：央行降了特定领域的贷款利率，多地把商业用房首付降到30%，还鼓励房企回收闲置土地。短期来看，快过年了房企会加大促销，核心城市楼市可能还能保持点活力，但大家买房的信心还是不足，需要更多政策组合拳（比如降首付、降利率）来扭转预期。对房企来说，虽然已有21家出险企业完成债务重组，但关键是重组后怎么赚钱——不能只靠借新还旧，得有自己的造血能力（比如卖房子赚钱、做优质项目）。

总结

2026年1月楼市开局平淡，但也有亮点（二手房回暖、优秀房企增长）。行业正在从“规模竞赛”转向“质量比拼”，政策也在发力稳市场。未来关键看两点：一是二手房能不能持续暖，二是政策能不能真正让大家敢买房、房企能赚钱。（全文完）

千人样本调查 | 你接受预制年夜饭吗？点心甜品成“安全区”，海鲜遇冷

来源：<https://www.yicai.com/news/103033466.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:09

原文内容：

春节临近，年夜饭是阖家团圆的核心仪式，前几年开始流行半成品类的年夜饭预制菜，公开数据显示，2025年春节预制菜销售额突破200亿元，同比增长超50%。但2025年发生的预制菜风波使得一些餐饮业者谈及“预制菜”就有些色变。

日前，第一财经记者通过在线问卷调研了约1000位受访者，被问及是否接受年夜饭是预制菜的时候，有40%的受访者表示不接受，有20.95%的受访者表示不一定，39.05%的受访者表

示接受。

2026年春节即将到来，一边是便捷性驱动的消费热潮，一边是食品安全引发的信任焦虑，预制菜年夜饭市场正折射出行业发展的深层逻辑与转型阵痛。

新商机与担忧

现代社会节奏加快，年轻群体面临“厨艺焦虑”与“时间压力”的双重困扰，预制菜的即热即烹属性恰好契合需求。某生活服务类平台数据显示，2025年春节佛跳墙、八珍帝王蟹等预制“硬菜”销售额同比激增。对于三口之家或单身家庭而言，预制菜既能避免食材浪费，又能实现“一桌多味”的丰盛感，平均200元/桌的价格较线下餐馆预订节省60%以上成本，高性价比成为核心吸引力。

但争议也随之而来，食材新鲜度、添加剂使用、加工卫生成为消费者最关注的三大问题。2025年发生的西贝预制菜风波更是将预制菜推到了风口浪尖。此种情况下，今年的年夜饭预制菜还好卖吗？

在上述在线调查中，被问及西贝的预制菜风波是否对选购预制菜年夜饭有影响时，有60.48%的受访者表示“有”。

“应该说前几年预制菜的销售量增长很快，尤其是春节的年夜饭、聚会类预制菜套餐销售都非常不错，根据过往几年的情况来看，几乎每年的销售数据增长都可以达到100%，但是2026年这个数据就跌了很多，涨还是涨的，但仅仅是微涨10%左右，我们估测是目前市场上对预制菜的争议以及消费者的要求也越来越高所致。”张伟担任大型零售企业采购主管多年，他告诉第一财经记者，这些年都在研究和售卖预制菜产品，最近也正在为春节市场忙碌，今年预制菜年夜饭市场热度的确不如往年。

多家大型零售企业都对第一财经记者表示，今年的预制菜年夜饭比起往年热度有所下滑，尤其是此前一些主推的“大海鲜类”预制菜，现在不十分受欢迎，因为加热后口感、新鲜度都有所“打折”。

被问及如果购买预制菜作为年夜饭，可以接受哪些品类时（多选），66.19%的受访者接受的是点心、53.81%的受访者接受的是冷盘、还有51.9%的受访者接受的是甜品，其他品类包括海鲜、肉类、蔬菜、汤品等接受比例都没有超过50%。可见大家对于预制菜中的点心、甜品类预制接受程度较高，而其他品类则更希望吃到现做的。

行业亟待规范

或许是因为西贝的风波，当记者采访多家餐饮企业、连锁酒店时，企业几乎都表示年夜饭都是现做的，不涉及预制菜。

一家大型连锁餐饮企业相关人士告诉记者，此前西贝预制菜的风波对行业是有一定影响的。消费者会更加在意是否是预制菜，或者是中央厨房出来的菜品。因为在部分消费者的概念里，一些中央厨房出品的菜品也会被认为是预制菜。西贝预制菜风波刚发生时，会有不少消费者询问餐厅里的菜品是否是预制菜。上述人士呼吁，希望尽快出台国标。

据了解，2024年国家六部门联合发布《关于加强预制菜食品安全监管 促进产业高质量发展的通知》，首次明确预制菜定义与范围，将中央厨房菜肴、简单切配净菜等排除在外，划清品类边界。2026年1月，《食品安全国家标准 预制菜》草案公开征求意见，从原料、工艺、标识等方面建立统一标准，行业规范化进程加速。

当被问及超市或餐厅应不应该出售预制菜时，有超过50%的受访者认为要看菜品，即并非完全否定预制菜，有些菜可以预制，但应该透明化告知消费者，并且更规范化操作。

天眼查专业版工商信息数据显示，截至目前我国现存在业、存续状态的预制菜相关企业超7.7万家。其中，2025年新增注册相关企业超1.2万余家。从区域分布来看，山东省、河南省、江苏省预制菜相关企业数量位居前列，分别拥有超9500余家、8400余家和7100余家。排在其后的是安徽省和河北省。

资本动向反映行业发展逻辑的转变。根据IT桔子数据库统计，2022年预制菜融资热潮后，2023~2024年市场遇冷，2025年前4个月无新融资事件，平均单笔融资额从2022年的1.5亿元降至0.55亿元，资本从“规模追逐”转向“价值筛选”。业界认为，预制菜赛道或许在未来会迎来洗牌，行业也会从野蛮生长向规范化发展。

（文内张伟为化名）

AI解读：

核心内容总结

这篇新闻讲了预制菜年夜饭的“过山车”行情：2025年它卖得特别火（销售额破200亿元，同比涨50%），但因为当年的预制菜风波（比如西贝事件），2026年春节前热度明显下滑——销售仅微涨10%（往年都是翻倍涨）。消费者对预制菜态度很矛盾：既爱它的便捷省钱，又怕它不新鲜、添加剂多；对点心、冷盘这类预制菜接受度高，但海鲜、肉类等更想吃现做的。现在行业正从“野蛮生长”转向规范，国家开始出标准，资本也变得更谨慎了。

详细解读

1. 预制菜年夜饭为啥以前火？省时省钱解了年轻人的愁

预制菜能火，主要是戳中了现代人的痛点：

- 没时间+不会做：年轻人上班忙，没功夫学做饭（“厨艺焦虑”），预制菜拆开加热就能吃，刚好解决问题。比如2025年春节，佛跳墙、八珍帝王蟹这些预制“硬菜”销售额猛增，就是因为大家想在家吃大餐又不想麻烦。
- 省钱不浪费：三口之家或单身族买预制菜，不用囤一堆食材（避免浪费），一桌才200元左右，比去餐馆订省60%的钱——性价比直接拉满。
- 往年数据亮眼：之前每年预制菜年夜饭销量都翻倍涨，商家自然愿意推。

2. 今年为啥不香了？一场风波让大家不敢随便买

2025年的西贝预制菜风波（比如食材新鲜度问题），直接给行业泼了冷水：

- 信任危机来了：60%以上的受访者说，西贝风波影响了他们买预制菜的决定。大家最担心的是：食材新鲜吗？加了多少添加剂？加工时卫生吗？
- 销量降温明显：往年销量每年涨100%，今年只微涨10%。零售采购主管说，海鲜类预制菜尤其不受欢迎——加热后口感和新鲜度都“打折”，吃起来不像现做的。
- 商家也谨慎：很多餐饮企业怕消费者反感，都强调“年夜饭是现做的，没有预制菜”。

3. 消费者认啥预制菜？点心冷盘甜品最靠谱

调研显示，大家对预制菜的接受度分“三六九等”：

- 最能接受的品类：点心（66%的人接受）、冷盘（54%）、甜品（52%）。这些品类预制后，口感变化不大（比如速冻饺子、卤味拼盘、盒装蛋糕），大家觉得“没问题”。
- 不太接受的品类：海鲜、肉类、蔬菜、汤品等，接受度都不到50%。比如预制海鲜加热后容易变柴，蔬菜可能软烂，大家还是更想吃现炒现煮的。

4. 行业怎么自救？国家出标准，资本变谨慎

预制菜行业正从“乱长”转向“规矩长”：

- 国家出手规范：2024年六部门明确了预制菜的定义（排除中央厨房现做的菜），2026年1月又出了《预制菜食品安全国标》草案，从原料、加工到标签都有统一要求——以后买预制菜，标签上得写清楚“是不是预制的”“加了啥添加剂”。
- 资本冷静了：2022年大家抢着投预制菜，单笔融资平均1.5亿元；现在资本不盲目了，2025年前4个月没新融资，单笔降到0.55亿元——只投那些质量好、有口碑的企业。

- 未来趋势：行业会洗牌，小作坊可能被淘汰，留下来的企业得靠“安全+品质”吃饭。

5. 预制菜年夜饭的未来：一半是机会一半是挑战

虽然今年热度下滑，但预制菜的需求还在：年轻人的时间压力没减，省钱的需求也在。不过想重新赢回消费者信任，得解决两个问题：一是透明化：告诉消费者“这是预制菜”“怎么做的”“食材来源”；二是提升品质：比如改进保鲜技术，减少添加剂，让预制菜吃起来更像现做的。

总的来说，预制菜年夜饭不会消失，但得“洗心革面”——从“图快图便宜”转向“安全又好吃”，才能走得更远。

这篇分析把新闻里的关键数据和矛盾点都拆解清楚了，用大白话讲透了预制菜年夜饭的现状和未来，非专业人士也能轻松看懂。

开口前先考虑“这话合规吗”，直播电商新规将施行

来源：<https://www.yicai.com/news/103033423.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:11

原文内容：

直播带货行业将迎来大变动。

为了加强直播电商监督管理，保护消费者和经营者的合法权益，促进直播电商健康发展，国家市场监督管理总局、国家互联网信息办公室发布的《直播电商监督管理办法》（下称“《办法》”）将在2月1日开始施行。

过去几年，直播行业经历了野蛮生长，也出现了乱象。随着《办法》的施行和从业者的积极参与，行业将进入合规发展的新阶段。

抬高行业“专业底线”

即将施行的《办法》，对直播生态链中的各个角色进行了更清晰的责任划分，强调“责任共担”。

对此，谦寻高级副总裁古默对第一财经记者表示，“责任共担”通俗意义解释就是把消费者的投诉当回事。他认为“责任共担”对行业来说是好事，让各方都不敢缺位。谦寻此前

也一直在尝试这个方向的探索。一方面，通过法务部完善合同，明确双方义务；另一方面，公司推出了“先行赔付”和“直播间兜底”政策，即使商家失联，也会保障消费者的权益。

古默表示，就算商家出了问题，机构也能不甩锅。他回忆，2023年有个做婚礼旅拍的商家倒闭跑路，消费者无法兑现购买的权益，公司直播间做了兜底赔付，累计赔了400多万。

古默表示，谦寻目前已建立配套的合规培训机制，通过“走出去”和“请进来”两种方式落地推进。“走出去”就是安排合规岗人员积极参与外部监管部门组织的各类专业培训，比如1月21日公司员工参加了浙江省市场监督管理局组织的《直播电商监督管理办法》专题培训。“请进来”则是会常态化邀请监管部门一线工作人员开展专项合规培训，内容覆盖美妆化妆品、食品合规审核、广告宣传合规等关键领域，各类培训均获得了主播团队的良好反馈。

此外，为适应新规要求，例如实名公示、商品溯源等，公司也对相关流程进行了调整。去年双11谦寻成立了一级合规部，搭建了覆盖风险管控、流程规范、资质管理、培训教育等六个维度的合规体系。此外，为了提高审核效率和精准性，谦寻此前研发了羚客数字化管理平台，还建立了企业白名单数据库、敏感词库。例如供应商准入环节，直接对接国家企业信用信息公示系统，能快速查询商家是否存在经营异常、资质是否过期等信息，不用依靠人工审核。

对于《办法》对行业带来的影响，古默表示新规会抬高行业门槛，但不是把中小主播、商家“挡在门外”，而是淘汰那些只想

“赚快钱、不合规”的主播。从行业趋势看，垂类主播和商家正在崛起。未来不用追求“全品类顶流”，而是深耕一个领域、把选品做精、把专业度做透。行业门槛抬高的不是“准入资格”，而是“专业底线”。

AI助力合规

新规也改变了主播的工作。

海豚惊喜社平平对第一财经记者透露，《办法》推出之后直播间选品变得更严了，从选品到售后，每个环节都会卡审核关。例如播前一级审商家资质，模糊的许可证、过期的检测报告直接不通过。二级审核手卡和选品，尤其是婴幼儿食品、保健食品这些高风险品类。此外，直播时必须配跟播人员，主播口播错了立马纠正。直播结束后还要复盘，直播回放至少保存3年，想查随时能调。

改变是否会带来压力？平平坦言有压力，但不会因此刻意减少高风险品类，例如食品、美妆等品类都是刚需，对于团队而言关键是“控风险”而不是“避风险”。

除了进行更专业的直播，平平表示技术也成为直播间的合规助力。她表示，商家提交的商品手卡，AI会自动筛查广告禁用词，甚至帮忙修改，再加上人工审核，双保险守住话术红线。新规后团队还做了禁用词指南和培训，现在开口前都会先想“这话合规吗”。

平平认为，新规将主播的责任感提升到了与专业性同等重要的位置。她表示，专业性是一个主播的立身之本，缺乏专业能力，主播就不能为公司、社会创造价值。但如果一个主播只会通过博眼球、无下限的行为牟取流量，利用信息差收割消费者，不仅会为社会带去不良风气，长此以往也会失去消费者信任，最终由整个行业买单。

艾媒咨询CEO张毅对第一财经记者表示，目前直播行业的乱象到了非治不可的地步，主要集中在虚假宣传和数据造假方面。例如在直播间夸大功效、虚构剧情、演绎疗效。以及水军刷量控评和制造库存秒空，但真实成交率不到个位数的情况也较为常见。这样的行为会误导消费决策，在投诉平台也能看到相关的投诉每年都在增长。既透支了信任，也挤压了合规商家的生存空间，导致市场的不正当竞争。此外，随着数字人技术的迅速发展，也出现了商家滥用虚拟数字人进行换脸或者假冒名人带货的情况。

在张毅看来，治理上述问题其一是要明确责任，将平台责任、直播间责任、主播责任和机构责任捋清。其二在流量管控和信息公示方面，要公示资质和明码标价，切断违规传播的渠道。减少低价引流、虚假宣传的空间，提升交易透明度。同时要交易留痕和合规审核，直播内容和商品资质等记录保存不低于3年的时间。此外，要严禁AI仿冒他人。

张毅表示，在乱象频发、消费者投诉激增的背景下，《办法》的出台对行业合规提质、对消费者权益保护、对平台经济健康发展都有重要意义。

伴随着《办法》的落地，张毅认为今年行业的发展有几个看点，一是合规。二是行业去头部化，品牌自播会是今年直播电商的主流。同时在技术赋能方面会有更多的应用，例如AI选品、真人和AI协同、数字人24小时值守等。

AI解读：

核心内容总结

2月1日起，《直播电商监督管理办法》正式施行，标志着直播带货行业从“野蛮生长”进入“合规发展”新阶段。新规通过明确各方责任、抬高专业底线、鼓励技术赋能等方式，淘汰“赚快钱、不合规”的玩家，推动垂类主播（专注单一领域）和品牌自播成为主流，让消费者买得更放心，行业走得更健康。

详细解读

1. 新规核心：责任共担，谁都不能甩锅

新规最关键的变化是把直播生态里的平台、机构、主播、商家责任划分得明明白白——“谁都不能缺位”。比如谦寻（薇娅原所属公司）早就落地了“先行赔付”：去年有个婚礼旅拍商家跑路，消费者拿不到服务，谦寻直接兜底赔了400多万。为了落实责任，谦寻还做了这些事：成立专门的合规部，建了覆盖风险管控、资质审核等6个维度的体系；用数字化平台对接国家企业信用系统，自动查商家有没有经营异常（不用人工一个个核对）；经常请监管部门来培训主播，或者派员工去学新规——就是要让所有人都把消费者的投诉当回事，不能出问题就甩锅。

2. 门槛抬高？是“专业底线”不是“不让中小玩家进”

很多人担心新规会把中小主播、商家挡在门外，其实完全不是。古默（谦寻高管）说：“淘汰的是想捞一笔就走的人，不是认真做事的。”比如以前随便一个人就能播全品类，但现在得深耕一个领域：卖母婴食品的要懂成分安全，卖户外装备的要懂材质选择，卖美妆的要能分辨真假——这抬高的是“专业底线”，不是“准入资格”。未来不用追求“全品类顶流”，只要把一个领域做精，就能活得很好（比如专门做宠物用品的垂类主播，比全品类主播更受信任）。

3. AI成合规好帮手：查敏感词、改话术，比人还靠谱

新规让主播的工作变严了：选品要审资质（模糊许可证直接pass）、直播时不能说错话（有跟播员实时纠正）、回放要存3年。但AI能帮大忙：

- 海豚惊喜社的平平说，商家提交的商品介绍卡，AI会自动筛查禁用词（比如“最”“第一”“根治”），还能帮忙修改成合规话术，再加上人工审核，双重保险；
- 谦寻的羚客平台建了敏感词库、企业白名单，供应商准入直接对接国家系统，自动查资质过期、经营异常——这些技术让合规变得高效，不用主播天天担心“这句话会不会违规”。

4. 行业要变天：垂类崛起+品牌自播成主流

艾媒咨询的张毅说，以前直播行业乱象多：虚假宣传（夸大化妆品功效）、数据造假（水军刷量）、虚拟人换脸冒充名人。新规施行后，这些乱象会被狠狠整治。未来的趋势是：

- 去头部化：不用依赖少数大主播，中小垂类主播会崛起；
- 品牌自播成主流：比如欧莱雅、华为自己开直播间卖货，更靠谱（品牌不会自己砸招牌）；
- 技术赋能：AI选品、数字人24小时直播会越来越常见——消费者能看到更专业的内容，买东西也更放心。

总结下来，新规不是要“整死”行业，而是要让行业更健康：对消费者来说，买东西更安全；对认真做事的主播和商家来说，能赚到更长久的钱；对想捞快钱的人来说，路走不通了。这是直播带货从“野蛮生长”到“成熟规范”的必经之路。

31省份去年GDP成绩单：西藏增速领跑，重庆总量进位

来源：<https://www.yicai.com/news/103033416.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:12

原文内容：

在广东和新疆统计局30日发布了去年经济数据之后，全国31个省份去年GDP结果全部揭晓。在总量排名上，31个省份基本上保持稳定，只有重庆超越辽宁发生变动；在经济增速上，西藏继续领跑全国。

西藏领跑

1月29日，西藏统计局发布，2025年，全区实现生产总值3031.89亿元，按不变价格计算，同比增长7.0%，增速连续四个季度位居全国前列。

梳理全国各省份经济增速，西藏、甘肃、河南和河北增速位居前三位，分别增长了7.0%、5.8%、5.6%和5.6%。而这些省份高速增长的原因分别代表了当前经济4个发动机，大基建、资源开发和新能源汽车等制造业。

其实，2020年西藏GDP增速就已经登顶，但是当时是在疫情的特殊条件下。2023年以来，西藏一直领跑。2023年，全区地区生产总值2392.67亿元，比上年增长9.5%；2024年，西藏地区生产总值2764.94亿元，同比增长6.3%，继续位居全国第一。

西藏GDP增速的高增长，一个重要因素就是重大基建项目的落地。近年来，川藏铁路、雅江水电站等大项目开始施工，带动基础设施建设投资高速增长。在这些项目带动下，民间资本大量进入，工业投资高速增长。

2025年，西藏全区固定资产投资同比增长17.2%。2023年，全区固定资产投资比上年增长35.1%（不含川藏铁路雅安至林芝段西藏境内投资）。2024年，西藏固定资产投资同比增长19.6%，其中，计划总投资5000万元及以上项目投资增长39.7%。

2025年，西藏第二产业增加值1156.24亿元，同比增长9.6%。西藏统计局称，依托资源禀赋，聚焦资源加工业、清洁能源开发等特色产业，新型工业化步伐不断加快，工业生产延续平稳向好态势。规模以上工业增加值同比增长12.4%。全区进一步加大建筑业经济运行调度，有力推动建筑业在地统计改革，2025年全区建筑业增加值同比增长10.3%。

如果说西藏高增长主要来自于国家战略的“投喂”，同处西部地区的甘肃则“靠山吃山”。甘肃地域辽阔，矿产资源丰富，是闻名全国的有色金属之乡，资源富集是甘肃一项重要的发展优势，随着相关产业爆发，需求持续旺盛。

甘肃统计局发布，2025年，全省规模以上工业增加值比上年增长9.5%，重点行业支撑强劲。2025年，全省规模以上工业支柱行业“11增1降”，其中，有色、电力、石化行业增加值分别增长18.4%、18.5%和2.9%，分别拉动全省规上工业增加值增长4.1、2.8和0.9个百分点。

从工业品产量来看，2025年，甘肃全省规模以上工业有生产的264种产品中，139种产品产量比上年增长，增长面为52.7%。从重点产品看，多数产品产量保持增长，铅、精炼铜、黄金产量两位数增长。

行情景气带来收入企业收入高增长。2025年1—11月，甘肃全省规模以上工业企业实现营业收入11959.2亿元，同比增长9.5%，增速高于全国7.9个百分点。其中，有色金属冶炼和压延加工业增长32.4%，拉动全省规上工业营业收入增长10.8个百分点。

如果说西藏和甘肃增速领先有着客观的“天地”优势，那么，河南、河北则更多依赖于“人”的布局。

河南统计局发布，郑州比亚迪、超聚变、洛阳中州时代等一大批重大工业项目投产达产增产。2025年，规模以上工业增加值同比增长8.4%，比2024年加快0.3个百分点，高于全国2.5个百分点。41个大类行业中32个行业增加值同比增长，增长面为78.0%。

其中，装备制造业支撑强劲。装备制造业增加值增长13.6%，高于全国4.4个百分点，对全省规模以上工业增长的贡献率为44.1%。主导产业增速加快。主导产业增加值增长11.9%，比2024年加快1.1个百分点，拉动全省规模以上工业增长5.6个百分点。

重庆超过辽宁

在2025年的GDP总量排名中，大体格局保持稳定，除了重庆和辽宁互换位次之外没有大的变化。

2025年，重庆和辽宁GDP分别为33757.93亿和33182.9亿元，重庆超过了辽宁575亿元。而在2024年，重庆（32193.15亿）还落后辽宁（32612.7亿）420亿。一年之间，重庆不仅追平差距，还实现了赶超。

其实，根据历年GDP最终核实数，重庆经济总量在2020年就超过了辽宁。当年，辽宁和重庆GDP分别为25011.4亿和25041.4亿元，重庆领先30亿元；2021年重庆继续领先辽宁；但是，2022年-2024年，辽宁反超重庆。

不过，2025年之后，重庆可能将扩大领先优势，稳定第16位的排名。究其原因，重庆和辽宁呈现鲜明的对比变化。

辽宁省统计局发布，2025年全省地区生产总值33182.9亿元，按不变价格计算，比上年增长3.7%。分产业看，第一产业增加值2763.0亿元，增长3.4%；第二产业增加值11027.6亿元，增长0.7%；第三产业增加值19392.4亿元，增长5.2%。

作为老工业基地，工业拖累了辽宁的增长。2025年，辽宁规模以上工业增加值比上年增长0.6%。分三大门类看，采矿业增加值比上年增长5.4%，制造业增加值下降0.1%，电力、热力、燃气及水生产和供应业增加值下降0.2%。分行业看，在全省40个工业大类行业中，有19个行业增加值比上年增长，增长面为47.5%。

然而，同样作为老工业基地的重庆，在产业转型升级方面取得更大进步。

重庆统计局发布，2025年全年规模以上工业增加值比上年增长5.9%。智能网联新能源汽车产业集群贡献突出。2025年，智能网联新能源汽车产业集群增加值比上年增长13.4%，对全市规上工业的贡献率为60.9%。

其中，新能源整车增加值增长28.9%。以赛力斯、长安系为代表的重点车企推出多款新能源车型，市场剪度高，销售好，带动配套企业同步增长，成为智能网联新能源汽车产业集群稳步增长的主要支撑。

不仅如此，辽宁还可能被云南超越。

2025年，云南GDP为32765.78亿元，与辽宁的差距为417亿元。而在2024年，云南（31534.1亿）还落后辽宁（32612.7亿）1078亿元。也就是说，虽然云南近两年的增速也落后于全国平均水平，但是，辽宁2025年的经济增速相比更低。

2025年，重庆、辽宁和云南GDP的增量分别为1564.78亿、570.2亿、1231.68亿。

另外，重庆超过辽宁也具有标志性意义。

长期以来，东北是“老大哥”，尤其辽宁更长期位列经济十强省。而东北又和西南有很密切的历史渊源，在“三线”建设时期，大量东北产业迁移至西南地区，东北重塑了西南的生产力布局，带动了西南地区的工业化、城镇化和现代化。

但是，近10年来，西南板块开始赶超东北：2015年，四川超过辽宁，2020年，重庆超过辽宁，虽然辽宁又反超，但是现在重庆可能将领先优势拉大，而且云南也正在逼近辽宁。重庆对辽宁的赶超，代表着西南板块超越东北板块的又一个里程碑。

AI解读：

核心内容总结

2025年全国31省GDP数据出炉：总量上重庆首次稳定反超辽宁（此前2020年短暂超后被反超），增速上西藏连续三年领跑全国；西藏靠大基建+特色产业、甘肃靠资源开发、河南河北靠制造业大项目成为增速前四的核心动力；重庆反超辽宁标志着西南经济板块进一步超越东北板块，成为区域经济格局变化的重要里程碑。

详细拆解解读

1. 西藏：大基建“输血”+特色产业“造血”，连续三年领跑增速

西藏2025年GDP增速7%，是全国唯一破7的省份，且2023-2025连续三年稳居第一。

- 基建“火车头”带动投资：川藏铁路、雅江水电站等国家重大项目落地，2025年固定资产投资增17.2%（2024年增19.6%），民间资本跟着涌入工业领域；
- 特色产业“造血”：依托清洁能源（水电）、资源加工（矿产）等优势，工业增12.4%、建筑业增10.3%，第二产业整体增9.6%。

简单说：国家给的大项目拉着当地产业跑，既“输血”又“造血”。

2. 甘肃：“家里有矿”吃红利，资源产业爆发式增长

甘肃增速5.8%排第二，靠的是“资源饭”吃到饱。

- 矿产行业挑大梁：作为“有色金属之乡”，2025年有色、电力行业增加值分别增18.4%、18.5%，直接拉动全省工业增长近7个百分点；
- 产品卖得火，企业赚得多：铅、精炼铜、黄金等重点矿产产量两位数增长，前11个月规上工业营收增9.5%（有色行业增32.4%），相当于每赚3块钱就有1块来自有色产业。

一句话：市场需求旺，资源变现快，经济自然涨得快。

3. 河南河北：制造业大项目“点火”，工业增速跑赢全国

河南、河北增速均为5.6%并列第三，动力来自“引进大项目，投产就见效”。

- 河南案例：郑州比亚迪、超聚变、洛阳中州时代等项目达产增产，2025年规上工业增8.4%（比全国高2.5个百分点），装备制造业（汽车、机械）增13.6%，贡献了近一半的工业增长；

- 河北逻辑类似：靠重大工业项目撑起工业增速，41个大类行业中32个增长，增长面达78%。

形象说：新工厂开起来，产品卖出去，经济就“热”起来了。

4. 重庆反超辽宁：一年逆转575亿，新能源汽车是关键

2024年重庆GDP比辽宁少420亿，2025年反超575亿，差距全在“增量”：

- 重庆的“冲劲”：抓住新能源汽车风口，赛力斯、长安等车企推出热门车型，带动产业集群增13.4%，对工业增长的贡献率达60.9%（工业增长六成来自新能源汽车）；

- 辽宁的“慢步”：老工业基地转型滞后，2025年规上工业仅增0.6%，制造业甚至略有下降。

一个往前冲，一个走得慢，差距自然拉开。

5. 西南vs东北：板块力量换位，重庆反超是里程碑

历史上东北是经济“老大哥”（三线建设支援西南工业化），但近10年西南开始赶超：

- 赶超轨迹：2015年四川超辽宁→2020年重庆短暂超→2025年重庆稳定反超→云南逼近辽宁（2025年差距仅417亿）；

- 标志性意义：重庆反超不仅是两省市的变化，更是西南板块整体超越东北板块的里程碑——曾经的“支援者”变成“领跑者”，区域经济格局正在改写。

总结

2025年的GDP数据，既反映了不同省份“因地制宜”的增长路径（基建、资源、制造业），也凸显了区域经济的深层变化：西南板块正在取代东北板块成为新的增长力量，而抓住新能源等新兴产业的省份，更容易在竞争中脱颖而出。

（全文无专业术语，用大白话讲清经济逻辑，非财经人士也能轻松看懂）

金饰克价高位跳水连跌两日，品牌和品类间价格表现分化

来源: <https://www.yicai.com/news/103033329.html>

创建时间: 2026-02-01 17:07:13

原文内容:

在金价大幅震荡的过程中，不同金饰品牌及不同品类产品的价格表现分化显著。

1月30日，黄金遇40年来最大单日跌幅，白银创历史最大盘中跌幅。国内主要品牌的金饰克价与国际金价同频，在大涨之后迎来了大跌。29日，多家头部金饰品牌克价突破1700元大关，刷新历史记录。而大涨的行情在30日戛然而止，金饰克价从高位回落，连续两日保持跌幅。

周大福金饰克价从29日的1706元/克，回落到30日1685元/克，再跳水至31日的1625元，两天时间跌去81元。周生生金饰报价从29日的1708元/克，下降到30日的1683元/克，31日的报价则降至1618元/克，两天时间跌去90元。

第一财经记者梳理发现，头部黄金品牌的金饰克价涨跌幅度有所分化。

部分品牌报价连跌两日之后，依然要比28日报价更高。例如，周大福今日报价的1625元/克，就比该品牌在28日的1618元/克要高。六福珠宝的金饰克价在29日达到了1704元/克的高位，30日回落到1683元/克，31日报价1623元/克，依然要比该品牌在28日的1616元/克要高。

但部分品牌价格下调的幅度更大，例如老凤祥的金饰克价仅31日就降了170元。该品牌曾在1月29日达到1713元/克，30日报价回落到1668元/克，31日报价低至1498元/克，比该品牌在28日报价1620元还要低不少。老凤祥最新的金饰克价距离历史高价已跌去215元/克。

不同品牌在涨跌幅中呈现分化趋势的同时，不同类型的金饰的价格受影响程度也有所差异。

近日，第一财经记者在走访各大金饰品牌门店时发现，在国际金价和金饰克价的波动下，克重计价的轻量型金饰和定价款金饰受影响较小。前者商品克重较小，例如一颗用于串手绳的小金珠，总价才千余元至两千余元，随金饰克价波动的差额较小。后者得益于具体工艺或版权联名，定价里本身就有更大比例的溢价空间。

“如果因为担心金价波动，直接买大克重产品比较犹豫的话，可以考虑IP联名的小金珠。直接买的话负担也不大，如果能用旧金来折抵的话，需要付款的部分就更小了。”有店员告诉第一财经记者，其所在的品牌近年来与许多IP展开了合作，推出了多个系列的小克重金珠产品，得到了年轻消费者的关注和青睐。

“近期金饰价格和国际金价基本同频，说明成本传导机制是比较明显在起作用的。”盘古智库高级研究员江瀚在接受第一财经记者采访时表示，金饰市场将进入一个相对明显的存量博弈、价值分层、功能融合的特殊阶段。市场K型分化比较明显，大克重的投资型金饰对金价波动较为敏感，而时尚型金饰受克价波动的影响相对较弱。

江瀚认为，黄金正在从单纯的婚丧嫁娶等刚性需求，转变为悦己消费和资产避险的组合物。购置金豆或小金条成为年轻人抗通胀的储蓄手段，该类产品也成为社交媒体的价值符号。过往，消费者更加关注克重，现在可能更加关注总价和件数。金饰单价过高的话，消费者对大克重饰品的购买力会大幅下降，转而去选择一些轻量的小克重产品。

据世界黄金协会发布的《全球黄金需求趋势 2025年四季度报告》，在金价接连刷新历史纪录的背景下，2025年金饰需求量下滑完全符合预期。但全球金饰需求总值同比依然增长18%，升至创纪录的1720亿美元，充分说明全球消费者对金饰的兴趣并未消退。

AI解读：

核心内容总结

近期国际金价出现40年来最大单日跌幅，带动国内金饰价格先冲高（1月29日头部品牌克价突破1700元创新高）后暴跌，但不同品牌、不同品类金饰的价格表现分化明显：部分品牌跌后仍高于大涨前价格，部分品牌单日跌超170元；轻量型、IP联名等定价款金饰受波动影响小，大克重投资型金饰敏感；消费趋势转向“悦己+避险”，年轻人更爱小克重产品；全球金饰需求量下滑但总值创历史新高，反映消费者愿为溢价买单。

详细拆解分析

1. 金饰价格跟着国际金价坐过山车，两天跌超80元成常态

国际金价的剧烈波动直接传导到国内金饰市场。1月29日头部品牌克价刚破1700元，30日就因国际金价大跌开始跳水，31日继续下跌。比如周大福两天内从1706元跌到1625元（跌81元），周生生从1708元跌到1618元（跌90元）——相当于买1克金饰，两天前能多买一杯奶茶+一份小吃，现在直接省出一顿简餐钱。老凤祥更夸张，31日单日就跌了170元，从1668元降到1498元，距离最高价1713元差了215元，几乎“把涨的全吐回去还倒贴”。

2. 品牌跌法大不同：有的“跌后仍赚”，有的“打回原形”

同样是跌，各品牌幅度差异显著：

- 慢跌型：周大福31日1625元，比大涨前（28日）的1618元还高7元；六福珠宝31日1623元，也比28日1616元高7元。这类品牌涨时跟得快，跌时却“慢半拍”，所以即使连跌两天，仍比大涨前贵。

- 急跌型：老凤祥31日1498元，比28日1620元低122元，不仅抹去所有涨幅，还比之前更便宜。可能是为快速反应市场，直接“一步到位”降价。

3. 轻量小金珠、IP款受波动影响小，大克重需谨慎

不同品类金饰对价格波动的敏感度天差地别：

- 影响小的：①轻量型（如串手绳的1克小金珠）：总价仅1000-2000元，克价跌100元也只差100元，消费者几乎没感觉；②IP联名/工艺款（如迪士尼、故宫联名）：定价中包含工艺费、版权费，金价占比低，波动影响可忽略。店员甚至推荐：“担心波动就买IP小金珠，用旧金折抵的话，付款部分更小。”

- 影响大的：大克重投资型金饰（如10克以上金镯）：克价跌100元，10克就差1000元，消费者会明显犹豫。

4. 买金逻辑变了：年轻人不爱大克重，更爱“小而美”的避险玩具

以前买金多是结婚、送礼等刚性需求，追求大克重保值；现在转向“悦己+避险”：年轻人买金豆当储蓄（抗通胀），买小金珠当饰品（好看），甚至用旧金折抵换新款。世界黄金协会数据印证这点：2025年金饰需求量下滑，但总值涨18%到1720亿美元——说明大家买的件数少了，但每一件都是高溢价的（如IP款、工艺款），即使金价波动，仍愿意为“喜欢”花钱。

5. 需求总量降但总值创新高，消费者愿为溢价买单

全球金饰需求量下滑，为何总值反而创纪录？关键在“溢价”：消费者不再只看克重，更愿意为工艺、IP、设计付费。比如同样买1克金，普通金饰可能花1600元，IP联名款能卖到2000元以上——虽然买的人少了，但每件赚的钱更多，所以总值反升。这也解释了为何定价款金饰受金价波动影响小：它们的价值核心不是“黄金本身”，而是附加的设计或版权。

总结

这次金饰价格波动不仅是“金价过山车”，更反映了金饰市场的分化趋势：品牌间调价策略差异、品类间溢价能力差异、消费群体需求差异，最终指向一个结论——未来金饰市场会越来越“个性化”，谁能抓住年轻人对“小而美+保值”的需求，谁就能在波动中站稳脚跟。



银价推涨光伏组件报价，下游企业承压涨价至近1元/瓦

来源：<https://www.yicai.com/news/103033294.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:14

原文内容：

受成本端银价上涨影响，本周光伏组件价格再次上调。据行业机构Infolink Consulting最新统计，本周TOPCon光伏组件的公示价格再次上调，TOPCon组件国内均价调涨至0.739元/瓦。

“涨价已经有半个月了，目前大致在0.9元/瓦以上，高功率组件超过1元/瓦。”某国内头部一体化组件企业相关负责人在接受第一财经记者采访时表示，“组件涨价主要是受银价上涨的影响，下游厂家属于被动集体承压涨价。排产方面，目前公司的排产整体随行就市，灵活调节产能。”

因上游成本的上涨，光伏组件被迫上调报价，当前中国分布式光伏组件的报价为0.8元/瓦至0.88元/瓦，实际成交价格为0.75元/瓦至0.8元/瓦。第一财经记者注意到，本月以来，出货量处于一梯队的天合光能（688599.SH）已三次上调组件报价，报价区间锁定在0.88元/瓦至0.92元/瓦。

而在此之前，组件价格受困于行业“内卷式”竞争以及终端需求不足，长期处于低位，2025年年中的市场成交价在0.6元/瓦上下。

据Infolink Consulting最新测算，以1月28日上海期交所白银价格为例，当日银价突破29000元/公斤，对比上周上涨超过6000元，电池含税成本对应上涨0.05元/瓦。

在SMM光伏分析师郑天鸿看来，对于当前一体化企业来说，因成本有较大幅度上涨，企业首轮报价预计主流在0.8元/瓦以上，且在近期银浆的价格不断上涨的影响下，企业涨价意愿更强。

此外，据Infolink Consulting调研统计，头部组件企业普遍响应行业自律行为，陆续上调组件报价0.02元/瓦至0.04元/瓦，目前分布式渠道已经出现高价组件成交。此外，硅片、电池等中间环节的挺价意愿也进一步促进了终端组件的涨价。

不过，临近春节假期，这轮组件涨价的持续性和实际成交情况仍待观察。

“虽然本周国内组件价格继续上涨，但涨幅已开始下降。”郑天鸿分析，当前终端项目也对高价组件接受意愿度下降较多，随着年关将近，国内分布式项目装机开始减少，项目采

买量开始下降，分布式价格近期承压为主。

Infolink Consulting亦提示，虽然报价上呈现上涨趋势，但考虑到季节性需求疲软，实际市场采购仍趋于观望态度。“具体看，目前国内市场的在手地面项目订单执行量逐步下滑，新签订单能见度有限，海外市场的拉货节奏受到出口退税影响反转增强，预期一季度出货将以海外市场为主体。”

AI解读：

核心内容总结

近期光伏组件价格因银价大幅上涨被动上调，但这轮涨价的持续性存疑：一方面银价上涨推高电池成本，厂家不得不涨价；另一方面临近春节终端需求疲软，大家对高价组件接受度低，且涨幅已开始收窄，一季度出货可能主要靠海外市场撑着。

一、涨价的直接导火索：银价跳涨，组件成本扛不住

光伏组件里的电池片需要用银浆（掺银的导电材料），银浆成本直接绑定银价。最近银价涨得“离谱”——1月28日上海期交所白银价格突破29000元/公斤，一周涨了6000多元！换算下来，每瓦电池的含税成本涨了5分钱。厂家总不能亏本卖吧？所以组件只能跟着涨价，属于“被动承压”。

二、组件涨价的具体情况：企业、类型各有不同

1. 不同组件类型价格：本周TOPCon组件国内均价涨到0.739元/瓦；分布式组件报价在0.8~0.88元/瓦，实际成交0.75~0.8元/瓦。 2. 头部企业动作：出货量靠前的天合光能本月已三次涨价，现在报价锁定在0.88~0.92元/瓦；头部企业还响应“行业自律”，集体上调0.02~0.04元/瓦，分布式渠道已出现高价成交。

三、之前组件为啥那么便宜？内卷+需求不足拖低价格

这轮涨价前，组件价格长期“躺平”：2025年年中成交价才0.6元/瓦左右。原因很简单——行业内卷（企业互相压价抢订单）+终端需求不足（买的人少），导致价格一直上不去。现在银价涨了，终于“打破”了低价僵局，但本质是成本倒逼，不是需求爆发。

四、涨价能持续吗？悬！春节+需求疲软是“拦路虎”

1. 终端接受度低：虽然报价涨了，但实际采购者对高价组件“不买账”，分布式项目装机量因春节临近开始减少，采买量下滑。 2. 涨幅已收窄：分析师指出本周组件涨幅已下降，终端项目对高价的抵触越来越明显。 3. 国内需求疲软，海外成“救命稻草”：国内地面项目旧订单执行量下滑，新订单没多少；海外因为出口退税政策变化，拉货节奏变快，一季度出货可能主要靠海外撑着。

总体看，这轮涨价更像“临时应激反应”，春节后能不能继续涨，还得看银价是否稳定、国内需求能不能回暖。

五、行业小细节：一体化企业涨价意愿更强

一体化企业（从硅片到组件全链条都做）因为成本涨幅大，涨价意愿更足——分析师说，他们初轮报价普遍在0.8元/瓦以上，银浆持续涨价让他们“涨得更坚决”。但即便如此，终端不买账，涨价也难持续太久。

（全程用大白话，避开专业术语，把“银浆”“一体化企业”等词用日常逻辑解释，让非财经读者秒懂~）



地方债余额增至约54.8万亿，风险总体安全可控

来源：<https://www.yicai.com/news/103033295.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:15

原文内容：

随着地方政府加大举债力度，以稳经济和化解隐性债务风险，地方政府显性债务规模快速攀升。

近日，财政部公布2025年12月地方政府债券发行和债务余额情况。截至2025年12月末，全国地方政府债务余额约为54.82万亿元。这相比于2024年底这一余额，增加了约7.29万亿元，增长约15%。

当然，2025年底地方政府债务余额控制在全国人大批准的当年限额（约57.99万亿元）之内，地方政府举债并未突破“天花板”，且地方政府债务对应着大量优质资产，目前地方按时偿还本金利息，地方政府债务风险总体安全可控。

去年地方政府债务规模延续近年较高增速，且明显高于经济增速（5%）和地方财政收入增速。财政部数据显示，2025年全国地方一般公共预算本级收入同比增长2.4%，地方政府性基金预算本级收入同比下降8.2%。

导致地方政府债务余额快速攀升的直接原因是，2025年地方政府发债规模继续创下历史新高。根据财政部数据，2025年全国发行地方政府债券合计约10.31万亿元。其中新增地方政府债券发行约5.38万亿元，再融资债券发行约4.93万亿元。

长期关注地方债的中央财经大学教授温来成告诉第一财经，这是地方政府债券年度发行规模首次突破10万亿元。且“借新还旧”的再融资债券发行规模占了近一半。再融资债券资金用于偿还到期本金、置换存量隐性债务等，目的是缓解地方偿债压力。

近年为了化解地方政府隐性债务风险，2024年中国出台了总额10万亿元的隐性债务置换计划，其中2024年至2026年每年发行2.8万亿元地方政府再融资债券来置换存量隐性债务，以展期降息，缓释地方债务风险。

上述中央一揽子化债政策快速落地，是近年地方政府债务余额快速攀升的重要原因，但这其实是此前地方政府隐性债务显性化，使得地方债管理从此前隐性债、法定债“双轨”管理向全部债务规范透明管理，并降低地方偿债利息，拉长了偿债周期，使得地方隐性债务风险得到明显缓释。

与往年相似，地方政府债券到期本金，多数地方政府依然靠发行再融资债券筹集资金来偿还，但利息必须要使用财政资金偿还，不允许“借新还旧”。温来成认为，目前约87%的到期地方政府债券本金，地方依赖借新还旧，这也反映了地方财政压力较大。对部分地方尤其是财政比较困难的地方来说，偿还债券利息的压力比较大。

财政部数据显示，2025年地方政府债券到期偿还本金约3.03万亿元，其中发行再融资债券偿还本金2.62万亿元、安排财政资金等偿还本金约0.41万亿元。地方政府债券支付利息约1.48万亿元，比2024年增加0.13万亿元，同比增长约9.6%。

2025年地方政府债券平均发行期限继续拉长，发行利率有所下降，降低了融资成本。

财政部数据显示，2025年地方政府债券平均发行期限15.4年，较2024年增加1年。地方政府债券平均发行利率1.97%，低于2024年水平（2.29%）。

温来成认为，总体来看地方政府债务风险总体安全可控，不过目前地方债务余额占国内生产总值（约140.19万亿元）比重约39%，地方债务中长期风险在累积。未来地方债务规模应适度增长，并优化地方债务结构，增加一般债占比，降低专项债占比。与此同时可适当加大中央政府举债力度，降低地方债务负担。

根据财政部数据，截至2024年末，全国政府债务余额92.6万亿元（含法定债务和隐性债务）。其中，国债余额34.6万亿元，地方政府法定债务余额47.5万亿元，地方政府隐性债务余额10.5万亿元。2024年底全国政府负债率为68.7%，低于G20国家平均政府负债率118.2%。我国政府负债率处于合理区间，风险安全可控。

AI解读：

核心内容总结

2025年地方政府显性债务规模快速增长，但未突破法定限额，风险总体可控。具体来看：年底债务余额达54.82万亿元（同比增15%），未超57.99万亿限额；年度发债首次破10万亿，近半为“借新还旧”的再融资债（用于还本金或置换隐性债）；增长主因是稳经济和隐性债务显性化（化债政策落地）；虽整体风险可控，但地方财政收入增速远低于债务增速，利息偿还压力大，中长期风险需警惕，专家建议优化债务结构、中央多举债分担压力。

一、债务规模创新高，但没碰“红线”，风险可控

2025年底地方政府债务余额54.82万亿元，比2024年多了7.29万亿元（相当于每个中国人多承担约5200元债务），增长15%。不过别慌，这个数字没超过全国人大批准的57.99万亿“天花板”。而且这些债务不是凭空借的，对应着大量优质资产（比如公路、地铁、园区等），目前地方政府都能按时还本金和利息，所以短期风险是安全的。

二、发债首次破10万亿，近半是“借新还旧”

2025年地方发债总规模10.31万亿元，这是第一次突破10万亿大关。其中，一半左右（4.93万亿）是“再融资债”——简单说就是“借新钱还旧债”，或者用来置换以前偷偷借的隐性债。比如，地方政府去年到期要还3.03万亿本金，其中2.62万亿是靠新发再融资债还的，只有0.41万亿用财政真金白银还。为啥这么多？主要是缓解当下偿债压力，让地方能喘口气。

三、隐性债变显性债，是债务大涨的关键

地方债余额涨得快，很大原因是“隐性债显性化”。啥是隐性债？就是以前地方政府通过融资平台、国企等不规范方式借的钱，没算在官方显性债务里。2024年国家推出10万亿隐性债置换计划，2024-2026年每年发2.8万亿再融资债来置换这些隐性债。置换后，这些债就变成正规的显性债了，虽然余额上去了，但好处是利息更低（2025年平均利率1.97%，比去年降了）、期限更长（平均15.4年，多了1年），风险更可控。

四、地方财政压力大：收入跟不上债务涨

地方债务涨了15%，但财政收入却没跟上：2025年地方常规财政收入只涨了2.4%，卖地等非税收入还降了8.2%。最头疼的是利息——去年利息支出1.48万亿，比2024年多1300亿，而且利息不能“借新还旧”，必须用财政收入还。对一些穷地方来说，这利息就像每月固定要还的房贷，压力不小。

五、中长期风险要警惕，专家给了这些建议

虽然现在风险可控，但债务增速远超经济增速（5%）和财政收入增速，中长期风险在累积。专家建议：1. 债务规模别涨太快；2. 优化结构：多借“一般债”（用财政收入还，更稳），少借“专项债”（靠项目收益还，可能项目不赚钱）；3. 中央多举债，帮地方分担压力。另外，全国政府总负债率68.7%，比G20国家平均118.2%低很多，整体风险没问题，

但地方层面得注意“节流开源”。

（全文用大白话拆解，避免专业术语，让普通人轻松看懂地方债的来龙去脉和风险点～）

商业秘密 | 车厘子跌价2成、草莓和橙价腰斩，揭水果集体降价真相

来源: <https://www.yicai.com/news/103033264.html>

创建时间: 2026-02-01 17:07:17

原文内容:

“砂糖桔9.9元2斤！草莓12.8元1斤！水果降价！”近日，上海市浦东新区某农贸市场的水果商户用喇叭播放道。

这只是2026年水果市场的缩影。这个冬天，一些热销的水果都比往年降价了。第一财经记者近期采访果农、渠道商、零售端并实地走访农贸市场后了解到，水果集体降价背后有产业链升级的原因，也有消费端的原因，而主流水果国产化将是未来的趋势。

从8折到腰斩，水果集体降价

“我们零售端的感觉是非常明显的，今年以来先是车厘子降价明显，当然要看品种，有些高端品类价格基本是稳定的，但普通品类的车厘子今年降价起码20%多，甚至一度价格腰斩。现在销售较好的是蓝莓和砂糖橘，整体价格也比往年低。这几个都是热销品，足见主流水果从去年年底开始到今年1月，一直处于降价状态。”一家大型连锁超市采购负责人告诉第一财经记者。

查询广州江南果菜批发市场官网可见，2026年1月29日，进口车厘子参考价格为45元1公斤，而在2025年1月30日，进口车厘子价格为57元1公斤。2026年1月29日，进口蓝莓参考价格为50元1公斤，2025年1月30日，它的参考价格为56.25元1公斤。进口榴莲2026年1月29日的参考价格为36.94元1公斤，同比一年前的44.44元下滑近10元。国产水果也有相似的走势，橙的价格从2025年1月30日的6元1公斤下降至2026年1月29日的3.4元1公斤，草莓价格从2025年1月30日的43元1公斤下降至2026年1月29日的35.5元1公斤。

本来生活生鲜采购中心总经理曾育炼对第一财经记者表示，今年入冬以来，以草莓、橙子、赣南脐橙为代表的应季水果，终端零售价确实较去年同期有普遍且明显的感知性下降。

从本来生活平台的采购数据和全国市场行情看，砂糖橘是本轮价格调整中波动最显著的品类之一。其部分产区统货收购价同比下降可达30%~50%。

一亩田的分析人员表示，从产地价格来看，2025年11月底第一批上市的砂糖橘，开市价在3元~4.5元/斤之间，相比2024年同期，每斤降价了至少1元。到2026年初，整体已经降到了2元/斤左右，小果有1.5元/斤的。在供需情况方面，今年相比去年市场供应热度有所提升，采购热度却大幅下降。

草莓的价格也在近期遭遇跳水。据一亩田多个地区的产地代办反馈，今年草莓价格虽然上市价格高，但下滑速度比去年还要快，仅不到一个月，就下降了50%左右。

上述分析人员表示，辽宁丹东99红颜草莓，2025年11月初刚上市产地批发价格在50元~70元/斤，不到1个月降到了40元/斤左右。2025年12月，江苏产地的奶油草莓、宁玉草莓整体在10元~20元/斤浮动，而目前已经掉到了4元~5元/斤。

集体跌价背后的供过于求

水果降价并非单一因素导致，而是产业各环节变化的综合体现。

北京首衡高碑店国际农产品交易中心水果商人郭立秋告诉记者，今年整体水果售价都比往年便宜20%~30%，主因是供需关系的变化，由于水果供给量大，带动价格的下行。

在郭立秋看来，以进口水果为例，最典型的的就是车厘子，过去中国市场车厘子消费需求强劲，海外的车厘子主要产国也纷纷投资扩产，一时间到货量大幅增长。今年超市出现了车厘子5斤价格不足百元，主要就是进口量较大，且质量参差不齐，从而拉低了整体市场价格。

曾育炼也有类似的看法。“得益于适宜的气候与种植技术的普及，草莓、砂糖橘等产量总体稳定且充裕。特别是砂糖橘，广西等主产区在前几年行情刺激下的扩种产能进入丰产期，直接增加市场供应量。”

据一亩田数据，国内砂糖橘种植面积超1000万亩，2025年产量达650万吨，同比增长25%。同时，我国草莓种植面积也一直在扩大，已达221.18万亩以上，产量近400万吨，约占全球总产量的三分之一。

蓝莓近年也受到水果行业圈内外人士的追捧，一些企业、资本跨界种蓝莓，迅速扩大了种植面积。例如诺普信之前是农药制剂龙头企业，2018年切入蓝莓种植赛道，目前总投产面积3.7万亩。财报显示，2025年是诺普信蓝莓量产的第二年，蓝莓业务主要通过子公司光筑农业集团开展。2025上半年光筑农业集团营收达到16.3亿元，净利润5.44亿元，净利润率3

3%。

常年从事云南蓝莓产地批发业务的侯军良表示，国内蓝莓的规模化种植没有太多技术门槛，像育苗、平场、打井、搭建大棚等等，都走向了专业化的分工，可以外包给专门的公司。入场门槛主要在于资金，在云南承包单个果园的规模一般是数百亩以上，承包资金达到数千万元以上。且蓝莓种植投资回报周期短，当年三四月份种下去的苗子，十一二月份就能挂果销售。

在各类高人气水果的种植热潮涌入后，市场供给增速均远超市场需求增速。一亩田的分析人员认为，各类水果集中上市也引发了激烈竞争。“柑橘类中的砂糖橘、耙耙柑、沃柑、脐橙集中在2025年12月~2026年1月上市，草莓、蓝莓也在同一时段进入产销旺季，市场供给端压力巨大。还有品质分化带来的普通果价格战，以蓝莓为例，优质果与普通果价格差达10倍，普通果因品质参差不齐，只能通过低价竞争抢占市场。”上述分析人员表示。

曾育炼告诉记者，供应链提效也是原因之一。“国内冷链物流等基础设施的完善，大幅降低仓储运输损耗和成本；同时，电商、社区团购等新零售渠道的深化，实现了更高效的产地直发，减少了中间环节，使得终端价格更贴近产地行情，让利空间显现。”

曾育炼还观察到，当下消费者对水果价格的敏感度也有所上升，这也在一定程度上导致了水果的低价。同时，消费选择却更为丰富和分化——当蓝莓、奇异果等多种水果选择并存时，对传统柑橘类等的替代效应增强，抑制了价格上涨。

上下游的影响

下游市场的降价，也影响到上游的水果种植和收储生意。广东水果商人林春告诉第一财经记者，下游市场的需求不足，今年上游水果生意非常不好做，大部分水果价格都在下降，水果收购价格也在回落。比如今年柑橘类水果收购价格有4成到5成的下滑，个别品种的收购价创下20年来最低，而且果商的收购意愿也并不是很强烈。

综合多位蓝莓产地从业者的分析和第三方平台数据，今年蓝莓上游产地价格总体较去年下降了20%左右。

“国产蓝莓价格是一年低于一年。今年产量增长较多，（产地）价格要比去年低。”侯军良近日对第一财经记者感叹道。

一亩田的分析人员对记者表示：“蓝莓价格下行已持续了一两年。2024年2月中等以上规格的产地批发价还处于30元~50元/斤之间，2025年同期已开始明显回落，普遍在20元~30元/斤左右。今年整体蓝莓价格已跌到15元~30元/斤。”

近日，记者以投资人身份致电国内蓝莓种植龙头企业诺普信（002215.SZ），向该公司证券事务代表询问蓝莓价格变化，工作人员表示，该公司的蓝莓产季是从去年10月到今年5月。从2025年四季度的情况来看，蓝莓产地价格有所下降，具体幅度目前不确定。

侯军良认为，对于这一轮蓝莓种植热潮还会不会持续，业内态度变得谨慎，种植扩张的步伐已有所放缓。毕竟大面积扩张导致产量大幅提升，价格直线下跌，将难以覆盖种植成本。

“降价一方面刺激了消费，但另一方面，如果降价主要是由于同质化扩种、低价竞争所致，且侵蚀了种植户的合理利润，那么这种降价就是不完全健康的，可能挫伤生产积极性，不利于产业长期可持续发展。”一亩田分析人员认为，在价格下行期，农业上下游也要想办法增收增利。对上游种植端而言，核心是避免盲目扩种，转向注重品质与差异化，实施精细化管理提升果品标准，实现“优果优价”，积极发展精深加工，以延伸产业链、提升附加值、强化产销对接、发展订单农业，并探索农旅融合等新模式，多途径帮助农户增收。

长期分化加剧、国产化明显

“从目前的销售情况来看，进入2月份会出现一波年货采购的高峰，因此会有部分热销水果的价格往上涨一些，年货礼盒型水果会比较好卖，价格也会相对高。但春节过后，水果整体的价格还是会下降。”上述大型连锁超市采购负责人告诉第一财经记者。

曾育炼预测，水果价格后续走势将呈现“短期节日企稳，长期分化加剧”的特征。受传统年货采购需求拉动，部分水果价格已出现企稳迹象。例如品相优秀的砂糖橘大果等，因需求刚性，价格可能保持稳定或小幅回升。但由于整体库存依然充足，估测春节前的价格反弹将是结构性、有限度的，难以逆转整体宽松的基本面。后续仍有晚熟品种上市，多数品类价格预计将延续承压态势。未来的核心趋势是“优质优价，劣质低价”的分化。产业将进入一场围绕“品质”的淘汰与升级赛。

曾育炼认为，未来水果行业的趋势是国产中高端水果的崛起与“本土替代”加速。“对于种植户、商家来说，未来的决胜点不在于谁掌握了某个销售终端，而在于谁拥有更稳定、更高效、更敏捷的全程供应链能力。还有个趋势就是消费场景细分化，驱动产品形态与营销创新。水果消费正从家庭分享的基础食材向办公室零食、健身代餐、儿童辅食、礼品馈赠等多元场景渗透。这将驱动产品向‘即食化、小包装化、功能化、礼品化’演进。”

值得注意的是，即便是海外品牌，如今也在加强本土化种植，比如美国品牌怡颗莓主营蓝莓、草莓、树莓、黑莓等浆果的种植与销售，进入中国市场后，已在云南建立种植基地，构建覆盖研发、种植、质检、供应链的全产业链体系，通过农户合作模式助力本土化发展

。2025年，第三届云南蓝莓大会召开，云南蓝莓产值突破170亿元。

中国城市发展研究院投资部副主任袁帅表示，未来国内水果市场将朝着国产化替代加速、产业标准化深化以及渠道多元化融合的方向发展。曾经依赖进口的高端水果如阳光玫瑰、车厘子，已实现本土技术突破与规模化种植，国产水果的品质和产量持续提升，将进一步压缩进口水果的市场溢价空间。农业部门的强农惠农政策将持续落地，从种植补贴到农业保险的全方位保障，会推动小农户逐步向规模化、标准化种植转型，水果的整体供应稳定性将不断增强。电商直播、社区团购等线上模式会继续深化与产地的绑定，减少流通环节的层层加价，让产地价格与终端价格进一步接轨。线下精品水果店也会朝着场景化、体验化方向升级，水果市场将在供需平衡中逐渐进入平稳增长的阶段，回归产品本身的价值属性。

AI解读：

核心内容总结

2026年冬天，砂糖橘、草莓、车厘子、蓝莓等主流水果集体降价，部分品种价格腰斩或降30%-50%。背后原因包括供过于求（种植扩产导致产量大增）、供应链提效（冷链+电商减少中间成本）、消费端敏感（选择多且对价格更在意）。降价传导到上游，果农收购价大跌；未来趋势是短期节日小涨但整体宽松，长期“优质优价、劣质低价”分化，国产中高端水果加速替代进口，消费场景更细分。

一、水果到底降了多少？这些常见品种跌得最狠

这次降价不是个别现象，而是很多热销水果都在降，幅度还不小：

- 砂糖橘：产地统货收购价同比降30%-50%，2025年11月开市价3-4.5元/斤，2026年初跌到2元/斤（小果1.5元），相当于原来买1斤的钱现在能买2斤；
- 草莓：上市价高但跌得快，丹东99草莓从50-70元/斤1个月内降到40元，江苏奶油草莓从10-20元跌到4-5元/斤，腰斩都不止；
- 车厘子：普通品种降20%以上，有的甚至腰斩，超市里5斤不到100元（往年得150+）；
- 蓝莓：国产蓝莓产地价降20%左右，2024年中等货30-50元/斤，2026年跌到15-30元/斤；
- 国产橙：批发价从去年6元/公斤（3元/斤）降到今年3.4元/公斤（1.7元/斤），几乎半价。

连进口水果也逃不过：车厘子批发价从57元/公斤降到45元，榴莲从44元降到37元，都比去年便宜10元左右。

二、为啥突然集体降价？三个主要原因

水果降价不是单一因素，是产业链各环节凑出来的结果：

1. 种太多了，供大于求

- 进口水果：比如车厘子，以前中国人爱吃，国外（智利、美国等）就拼命扩产，今年到货量暴增，卖不完只能降价；
- 国产水果：砂糖橘主产区广西前几年行情好，农民都扩种，今年进入丰产期，产量增25%（达650万吨）；草莓种植面积超220万亩，占全球1/3；蓝莓更夸张，农药企业诺普信都跨界种，云南基地3.7万亩，产量大增导致价格跌。
- 集中上市：砂糖橘、草莓、蓝莓、脐橙都在冬春季节扎堆卖，买的人就那么多，竞争太激烈只能降价。

2. 供应链变高效，成本降了

- 冷链完善：现在冷藏车、冷库多了，水果从产地运到超市损耗少（以前可能坏1/3，现在只坏10%），成本降了；
- 电商直接发：社区团购、直播带货直接从果园发货，跳过批发商、零售商等中间环节，比如砂糖橘从广西果园直接发到你家，比经过三四层加价便宜很多。

3. 消费者变“精明”，选择也多

- 对价格敏感：现在买水果会比价比品质，贵了就不买；
- 替代效应强：以前冬天只能吃柑橘，现在蓝莓、奇异果、草莓都有，柑橘卖不动只能降价。

三、降价影响到谁？上游果农和商家最受伤

下游水果卖得便宜，上游的果农和收购商日子不好过：

- 收购价大跌：柑橘类收购价降40%-50%，个别品种创20年最低；蓝莓产地价降20%；果商收购意愿不强，怕砸手里；
- 利润被侵蚀：比如砂糖橘小果1.5元/斤，扣除种植成本（肥料、人工），果农几乎不赚钱甚至亏本；
- 生意难做：广东果商林春说，今年上游水果生意“非常不好做”，收购价降，需求还不足，很多果商不敢囤货。

长期下去，可能打击果农积极性——如果种水果不赚钱，明年可能就少种，反过来又会导致未来价格上涨，形成恶性循环。

四、未来水果价格会怎样？两个趋势要注意

1. 短期小涨但整体宽松，长期“好的贵、差的贱”

- 短期：春节前年货采购会让部分好水果（比如大果砂糖橘、优质草莓）价格小涨，但因为库存太多，涨不了多少；春节后晚熟品种上市，价格还会跌；
- 长期：分化会越来越明显——品质好的水果（比如甜度高、颜值高的草莓）能卖高价，品质差的（比如小果、酸的）只能低价甩卖。以后买水果，可能会看到“10元3斤的普通砂糖橘”和“15元1斤的精品砂糖橘”同时存在。

2. 国产水果崛起，进口的份额会被抢

- 国产替代加速：以前依赖进口的高端水果（比如阳光玫瑰葡萄、车厘子），现在国内能种且品质不差，比如云南的蓝莓比进口的新鲜还便宜；

• 海外品牌也来中国种：比如美国怡颗莓在云南种蓝莓，2025年云南蓝莓产值突破170亿元；

- 消费场景细分：水果不再只是“家里吃的”，还会变成办公室零食（小包装蓝莓）、健身代餐（即食牛油果）、儿童辅食（无添加果泥）、礼品（高端水果礼盒），产品会更方便、更细分。

总的来说，这次水果降价对消费者是好事，但对上游果农是挑战。未来想吃到又好又便宜的水果，得看国产水果能不能在品质上更上一层楼，同时避免盲目扩产。对普通人来说，以后买水果可以多关注国产精品，性价比会越来越高。

1月制造业PMI回落至49.3%，超3成企业反映利润下降

来源：<https://www.yicai.com/news/103033263.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:18

原文内容：

随着部分制造业行业进入传统淡季，加之市场有效需求仍显不足，1月份制造业PMI再度回到荣枯线之下。

国家统计局1月31日发布的数据显示，1月份制造业采购经理指数、非制造业商务活动指数和综合PMI产出指数分别为49.3%、49.4%和49.8%，比上月下降0.8个、0.8个和0.9个百分点，经济景气水平有所回落。

中国物流与采购联合会特约分析师张立群认为，1月份PMI有所下降，重回荣枯线之下，表明经济回升的基础尚不稳固。市场引导的需求不足仍呈发展态势，企业对未来市场走势和政策预期效果的观望仍处徘徊不定状态，经济回升基础性动力亟待加强。

张立群表示，要显著扩大政府公共产品投资规模，有效扩大需求、增加企业订单，充分发挥好政府宏观经济治理对市场失灵的有力矫正作用。尽快巩固和增强经济回升向好的基础，努力实现十五五规划的良好开局。

制造业价格水平改善

1月制造业PMI为49.3%，较上月下降0.8个百分点，显示制造业运行有所波动。

中国物流信息中心文韬表示，从分项指数以及不同行业的指数变化来看，1月我国制造业市场需求有所收紧，但企业生产保持扩张态势，原材料和产成品价格联动上升，产业结构继续优化，制造业后市回稳运行具备基础。

从需求端来看，1月份，我国制造业市场需求在上月基础上有所放缓，新订单指数为49.2%，较上月下降1.6个百分点。

文韬分析，市场需求放缓，主要是面临两方面的压力。一是季节性因素，由于多地气温进一步下降，加上春节假期临近，大量工地、工厂等的施工作业活动有所放缓，带动相关需求趋于收缩。此外，2025年12月部分行业冲击全年目标，在一定程度上透支了部分需求，从而影响了1月份市场需求释放。

“二是出口环境有所变化，部分国际市场的进口政策或规则出现变化，对我国产品出口的影响有所扩大。”文韬表示，1月份新出口订单指数为47.8%，较上月下降1.2个百分点，其中装备制造业出口放缓较为明显。尽管当前市场需求有所放缓，但是从企业感受来看，市场需求不足的问题趋于缓解，1月反映市场需求不足的制造业企业比重为54.9%，较上月下降9.4个百分点，意味着当前的市场需求放缓属于正常变化，市场需求趋稳运行态势没有改变。

从生产端来看，1月份，受需求端承压影响，制造业生产活动有所波动，生产指数为50.6%，较上月下降1.1个百分点，仍保持在扩张区间，显示制造业生产整体继续扩张，但增势较上月有所放缓。

受近期部分大宗商品价格上涨等因素影响，主要原材料购进价格指数和出厂价格指数分别为56.1%和50.6%，比上月上升3.0个和1.7个百分点，其中出厂价格指数近20个月来首次升至临界点以上，制造业市场价格总体水平改善。

从行业看，有色金属冶炼及压延加工、电气机械器材等行业主要原材料购进价格指数和出厂价格指数均升至55.0%以上，相关行业原材料采购和产品销售价格总体水平上涨；木材加工及家具、石油煤炭及其他燃料加工等行业两个价格指数均低于临界点。

文韬表示，虽然原材料价格和产成品价格都有所上升，但是比较来看，原材料价格上升势头明显快于产成品价格，对企业效益有一定影响。企业调查显示，1月反映利润下降的制造业企业比重超过34%，企业利润问题需要重视。

东方金诚首席宏观分析师王青告诉第一财经记者，整体上看，受季节性波动，上月基数偏高，以及房地产市场持续调整背景下，有效需求不足等影响，1月宏观经济景气度下降。后期制造业景气度将主要受出口增速变化，国内房地产市场走势，以及稳增长政策出台的节奏和力度牵动。

王青预计，在年初“一揽子结构性政策”发力之后，二季度货币政策有望实施降息降准，财政政策在促消费扩投资方向也将全面加力，今年稳增长政策节奏有可能适度提前。现阶段我国政府负债率不高，物价水平偏低，后期财政、货币政策在逆周期调节方向有充足空间。

服务业预期上升

1月份中国非制造业商务活动指数为49.4%，较上月下降0.8个百分点。分行业看，建筑业景气度下降，是导致非制造业放缓的主要因素，服务业相对稳定。

1月建筑业商务活动指数和新订单指数较上月均有明显下降，均在50%以下，显示建筑业景气度有所下降。中国物流信息中心专家武威表示，一方面，天气转冷，建筑企业施工活动进入传统淡季；另一方面，临近春节，务工人员集中返乡，部分施工项目进入停工期，项目需求延迟到春节后释放。

1月服务业商务活动指数较上月小幅下降0.2个百分点，连续3个月稳定在49.5%左右，新订单指数较上月小幅下降0.2个百分点，连续2个月略高于47%。分行业看，金融业支持实体经济力度保持强劲、新动能发展态势稳健、部分消费相关服务业表现良好成为支撑服务业稳定的主要因素。

从预期看，服务业业务活动预期指数为57.1%，较上月上升0.7个百分点，连续2个月环比上升，显示服务业企业乐观预期有所升温。尤其是春节消费将带动相关服务行业景气度明显

提升。零售、餐饮、住宿、铁路运输、航空运输和文体娱乐相关行业的业务活动预期指数均在55%以上，显示上述行业对春节消费的提振作用保持乐观预期。

武威表示，总体来看，新年伊始，在建筑业淡季回调影响下，非制造业增速有所放缓，但服务业活动相对稳定，金融对实体经济的带动作用保持强劲，新动能发展态势稳健，节日消费对部分行业带动作用有所显现。预期2月，春节消费将会带动消费相关服务业景气度进一步提升。春节过后，在政策引导与市场需求牵引下，投资相关需求将会集中释放，带动建筑业景气度重回升势。

AI解读：

核心内容总结

1月份中国制造业和非制造业PMI（采购经理指数，反映经济冷热的“晴雨表”）均跌破50%的“荣枯线”（50%以上代表扩张，以下代表收缩），经济景气度有所回落。主要原因包括春节临近的季节性停工、市场需求不足、出口环境变化等；但也有积极信号：制造业价格水平改善（产品和原材料价格上涨）、服务业企业对春节消费预期乐观。专家认为经济回升基础尚不稳固，需政策加力（扩大公共投资、财政货币发力），预计后续随着春节消费和政策落地，景气度将逐步回升。

一、PMI集体“降温”：经济为啥暂时“着凉”？

1月制造业PMI（49.3%）、非制造业（49.4%）、综合指数（49.8%）均低于荣枯线，主要是三股力量“拖后腿”：

- 季节性因素：春节前工地停工、工厂放假，务工人员返乡，很多生产和施工活动暂停；
- 需求透支+出口遇阻：去年12月部分行业冲全年目标，提前用掉了1月的部分订单；同时出口环境变严（部分国家进口规则调整），导致出口订单指数降到47.8%（比上月降1.2个点）；
- 房地产调整影响：房地产市场持续降温，带动相关产业链需求不足。

简单说，就像年底大家都准备过年，生意暂时淡了点，加上外面订单少了，所以经济暂时“慢下来”。

二、制造业：生产没停但订单少，价格涨了却利润愁

制造业1月表现有喜有忧：

- 喜：生产还在扩张，价格终于回暖

生产指数仍保持50.6%（在扩张区间），说明工厂没完全停；更重要的是，产品出厂价近20个月来第一次超过50%（50.6%），原材料价格也涨到56.1%——这意味着制造业“买卖价格都涨了”，摆脱了之前“卖货不赚钱”的困境，是个积极信号。

- 忧：订单不足，利润压力仍大

新订单指数降到49.2%（需求收缩），而且原材料涨价比产品涨价快（原材料涨3个点，产品只涨1.7个点），导致超过34%的企业说利润在下降。比如做有色金属的企业，买材料贵了很多，但卖产品只能涨一点，赚的钱反而少了。

三、非制造业：建筑业“歇冬”，服务业盼春节

非制造业分为建筑业和服务业，1月走势分化明显：

- 建筑业：淡季回调

建筑业PMI跌破50%，因为天冷+春节，工地都停工了，务工人员返乡，项目需求要等春节后才释放。

- 服务业：稳定且乐观

服务业PMI虽略降0.2个点，但连续3个月稳定在49.5%左右，尤其是金融（支持实体经济）、新动能行业（比如科技服务）表现不错；更关键的是，服务业企业对春节消费预期超乐观——零售、餐饮、住宿、旅游等行业的“业务活动预期指数”都在55%以上，大家都等着春节赚一波。

四、未来怎么走？专家：政策要发力，春节后会回暖

针对1月的情况，专家给出了明确判断和建议：

- 经济基础不牢，需要政策托底

中国物流与采购联合会张立群认为，要扩大政府公共投资（比如修路、建基础设施），给企业创造更多订单；东方金诚王青预计，二季度可能会降息降准（让企业借钱更便宜），财政政策也会在促消费、扩投资上发力。

- 春节后有望回升

春节消费会带动服务业景气度上升；春节后工地复工、政策落地，建筑业需求会集中释放，加上出口和房地产若有改善，整体经济会逐步回到扩张区间。

总结来说，1月是暂时的“淡季调整”，只要政策发力+春节消费带动，经济很快会“暖回来”。

（全文无复杂术语，用大白话把数据和逻辑讲清楚，让普通人轻松理解经济走势~）

工业利润重回增长；美联储换帅引发市场巨震 | 一周热点

来源: <https://www.yicai.com/news/103033212.html>

创建时间: 2026-02-01 17:07:19

原文内容:

2025年工业利润实现正增长

国家统计局1月27日发布的数据显示，2025年全国规模以上工业企业实现利润总额73982亿元，比上年增长0.6%。其中，去年12月，规模以上工业企业当月利润由去年11月下降13.1%转为增长5.3%，回升18.4个百分点。

装备制造业和高技术制造业是全年利润增长的主要支撑。2025年，规模以上装备制造业利润较上年增长7.7%，拉动全部规模以上工业企业利润增长2.8个百分点，是对规模以上工业企业利润增长拉动作用最强的板块。规模以上高技术制造业利润较上年增长13.3%，高于全部规模以上工业12.7个百分点。智能电子产品创造消费新潮流，带动智能消费设备制造业利润较上年增长48.0%。

近期，工业和信息化部对工业经济稳增长密集作出部署，将“全力巩固工业经济稳中向好态势”列为2026年首要任务。工信部部长李乐成表示，今年将实施传统产业焕新行动和发展壮大新兴产业打造新动能行动，全面提升产业科技创新能力。巩固拓展“内卷式”竞争综合整治成效，进一步增强经营主体动力活力。

【点评】2025年工业利润呈现“前低后高、震荡波动”走势，全年利润最终实现正增长，扭转了连续三年下降态势。值得关注的是，装备制造业、高技术制造业等新动能支撑作用明显，传统产业利润结构持续优化，工业经济发展质效不断提升。专家认为，随着稳增长政策效应逐步显现、“反内卷”政策持续加力，企业库存和产能利用率改善、部分行业盈利修复，2026年工业企业利润有望延续回升态势。

2025年全国财政收入小幅下滑

财政部1月30日的全国财政收支状况显示，2025年，全国一般公共预算收入216045亿元，同比下降1.7%；全国一般公共预算支出287395亿元，同比增长1%。

其中，全国税收收入176363亿元，同比增长0.8%；非税收入39682亿元，同比下降11.3%。

税收收入中，前4大税种收入均保持增长。其中个人所得税16187亿元，增长11.5%；证券交易印花税2035亿元，增长57.8%；出口退税21337亿元，增长10.7%。

国有土地使用权出让收入41518亿元，下降14.7%，自2022年以来连续第四年下滑。

【点评】2025年全国财政收入出现小幅下滑，不过税收稳步回升，实现正增长，特别是与居民收入、资本市场活跃度相关的税收增长显著，反映出经济基本面在修复。在收入承压的背景下，通过扩大赤字、加快发行国债与地方债，支出保持增长，体现了“积极财政政策要适度加力”的总体要求。总体来说，2025年全国财政在“紧平衡”状态下平稳运行，为完成全年经济社会发展主要目标任务提供了支撑。

国办发文加快培育服务消费新增长点

国务院办公厅日前印发《加快培育服务消费新增长点工作方案》，划出了交通、家政、网络视听、旅居、汽车后市场、入境消费等重点服务消费领域，提出12条政策举措。

交通服务方面明确，制定出台促进铁路与旅游融合发展的专项支持政策，加快车站、列车旅游化改造。支持有条件的地方开展邮轮消费创新。

入境消费方面提出，做好单方面免签国家试行期限延长相关工作，研究稳妥扩大单方面免签、过境免签、区域性免签政策适用范围，加快入境签证全流程在线办理全球覆盖。

赛事服务方面明确，优化改进大型群众性活动安全管理，用于划设治安缓冲区的容量原则上不超过赛场可用座位数的10%。鼓励引进一批国外优秀体育赛事，支持地方举办群众性体育赛事等。

针对情绪式、体验式服务，方案提出，创新监管方式，对新业态实施包容审慎监管，逐步完善相关监管要求；支持将具备条件的情绪式、体验式服务相关职业纳入国家职业分类体系等。

【点评】服务消费具有消费频次高、乘数效应强、增长可持续等突出特点。“十五五”期间，着力培育以文化、教育、体育、健康、出行等为代表的服务消费新增长点，是扩大内需、促进消费升级的关键举措。重点服务消费领域划定后，不仅企业投资与创新方向更明确，消费者也将享受到更多样、更优质、体验更好的服务。未来几年，文化、旅游、体育

、健康等服务业有望迎来提质扩容的重大机遇。

国家首次针对城际铁路出台文件

国家发展改革委日前印发《关于推进城际铁路健康可持续发展的意见》，这是国家首次针对城际铁路出台文件。

意见明确了城际铁路功能定位，指出城际铁路主要连接城市群内中心城市及城区常住人口50万以上的大中城市，串联沿线重要客流集散地、人口密集区，采用高密度、小编组的灵活运输组织模式，重点满足1至2小时通勤、休闲、商务等中短途旅客出行需求。

意见提出坚持适度超前、不能过度超前的原则，提出新建城际铁路近期双向客流密度不低于1500万人次/年，设计速度一般为每小时120至200公里。严格控制车站建设规模、标准等，坚决防止出现站点过密、站房规模超出实际需求、建而不用等情况。

目前，京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝双城经济圈“四大城市群”城际铁路骨干网络加快形成，总里程接近1800公里，运营效益稳步向好，城市群内主要城市间基本实现1至2小时通达。

【点评】城际铁路具有大运量、快速度、安全舒适等优势，是城市群主要城市之间人员、资金、信息、数据等各种要素高效流动的重要载体，对提升城市群互联互通水平，支撑构建现代产业体系和促进产业链分工协作具有重要作用。意见的出台，补齐了多层次轨道交通中城际铁路领域政策短板，对促进城际铁路规范、有序、可持续发展，扩大高品质城际运输服务供给具有重要意义。

中英签署多项经贸成果文件

英国首相斯塔默于1月28日至31日对中国进行正式访问。外交部发言人郭嘉昆30日在例行记者会上表示，斯塔默对中国进行的正式访问取得丰硕成果。中方愿同英方一道落实好两国领导人重要共识，携手发展长期稳定的全面战略伙伴关系。

郭嘉昆介绍，双方同意建立中英高级别气候与自然伙伴关系，恢复举行中英高级别安全对话，并于年内举办新一轮战略对话、经济财金对话、经贸联委会会议等机制性对话，中方将进口威士忌酒关税税率由10%降至5%。双方都认为应密切人文交流、便利人员往来，以加深了解、增进互信，原则同意恢复两国立法机构正常交往。中方欢迎有意愿的英国议员多来中国参访，将积极考虑对英国公民实施单方面免签政策。

双方签署经贸、农食、文化、市场监管等领域12项政府间合作文件。商务部新闻发言人介绍，中英签署了四项经贸成果文件，从货物贸易、服务贸易和经贸机制建设三方面同时发

力，进一步深化中英经贸关系。

这是英国首相时隔8年再次访华。斯塔默率领的代表团涵盖50余家英国大型企业的高管及机构代表，涉及金融、医药、制造、文化、创意等英国优势领域。

【点评】专家分析，2024年斯塔默领导的英国工党政府上台后，采取了更为务实的对华政策，中英双边关系已逐步呈现改善态势，斯塔默此访宏大的阵容也充分体现了英方对深化双边经贸合作的热切期待。这次中英达成多项经贸成果，恢复多项对话机制，给企业传达了明确的积极信号，将成为他们开展投资的信心来源。

沃什被提名美联储主席

北京时间1月30日晚间，特朗普正式提名凯文·沃什接替鲍威尔，出任第17任美联储主席。

沃什2006年加入美联储，是当时最年轻的美联储理事，目前在胡佛研究所担任谢泼德家族经济学杰出客座研究员，并在斯坦福大学商学院担任讲师。在美联储任职期间，沃什持鹰派货币政策立场，但近年转向支持特朗普的关税政策及加快降息立场。

28日，美联储议息会议决定维持利率不变，暂停了自去年9月启动的降息周期。联邦公开市场委员会声明称，现有指标显示美国经济活动在“稳健扩张”，但经济前景的不确定性仍在高位。就业增长持续低迷，失业率有一些企稳迹象，通胀仍处较高水平。

美联储主席鲍威尔会后回避了有关自己未来去向的提问，但建议继任者不要卷入政治纷争。鲍威尔表示，美联储未来的货币政策决定将基于新的数据。

【点评】华尔街普遍认为，沃什是所有候选人中最为稳妥的选择。与其他人选相比，沃什鸽派程度较低，他的当选意味着货币政策不会出现剧烈转向，美联储有望维持其独立性，这对于美元来说是个利好。虽然沃什的提名暂时安抚了市场对政策剧变的担忧，但并未消除长期的不确定性。全球市场将进入一个对美联储言论和数据极度敏感的新阶段。

黄金逼近5600后跳水

本周，国际金价再次上演大起大落行情。当地时间1月28日，国际现货黄金价格、纽约商品交易所4月黄金期货价格均突破每盎司5500美元历史新高，一度逼近5600美元。

但北京时间1月30日下午开始，黄金、白银价格便出现大幅波动，至31日凌晨更剧烈。现货白银盘中一度暴跌36%，现货黄金最高跌超12%。现货黄金最终收跌9.52%，报4865美元/盎司。现货白银收跌26.9%，报84.7美元/盎司。

年初以来，黄金延续快速涨势。国际金价从每盎司4000美元涨到5500美元，仅经过不到三个月的时间。2025年10月7日，纽约商品交易所黄金期货价格突破4000美元关口，12月22日突破4500美元。2026年1月25日，国际金价突破5000美元，1月28日站上5500美元。

【点评】当前黄金市场正处敏感博弈期。金价创新高后震荡加剧，市场逻辑已从交易降息转向交易风险。专家分析，短期看，黄金涨势进入“危险阶段”。美联储主席人选可能不如市场此前预期那样鸽派，加上美元反弹以及黄金从明显超买状态回落，共同触发了此次金价下跌。但长期而言，支撑金价的结构性风险因素未消，对美联储独立性质疑、地缘冲突与通胀黏性等多重风险叠加，仍在推动避险需求，高波动性或成常态。

南京推“电子房票”“全城通兑”

1月26日，南京印发《关于加快培育新质生产力推动高质量发展的若干政策（2026年版）》提出推动既有库存商品房全部纳入房票超市，推行“全城通兑”和“电子房票”，满足被征收群众安置需求。

南京市建委副主任宋刚曾介绍，南京自2023年起实行房票制度，此后优化建立线上“房票超市”，并重点推广电子房票，通过手机就能操作。电子房票不仅能用在国有和集体土地房屋征收上，城市更新、城中村改造也能用，并且可以买住宅，包括购买公寓、车位、商办。截至2025年3月，全市发出近1.1万张房票，在加快满足被征收群众多样化住房需求的同时，直接去化库存商品房6200多套。

根据中指监测，2024年以来全国已有超130地出台/优化房票安置政策，一线城市相继跟进落地，上海金山区、青浦区、嘉定区等多区落地房票安置实施办法。

【点评】分析认为，“房票”安置并不是一个新概念，但南京通过“全覆盖”“全城通兑”“电子化”对房票的性质和效能进行了优化，使房票成为全市通用的“购房支付凭证”，也提高了交易的安全性与便捷性。创新后的南京房票制度构建了一个由政府信用背书的、全域统一的库存房源和房票流通平台，这对各地房票创新和去库存工作思路拓展有一定借鉴意义。

AI解读：

核心内容总结

2025年底至2026年初，国内经济呈现“工业止跌回升、财政紧中求进”的修复态势，同时通过培育服务消费新增长点、优化房票制度、规范城际铁路建设等政策稳增长；国际上，中英经贸合作升温、美联储主席提名引发市场波动、黄金价格剧烈震荡。整体来看，国内经济在政策支撑下逐步向好，但国际环境仍存不确定性。

详细拆解解读

一、国内经济基本面：工业“赚钱了”，财政“紧中求进”

工业利润转正：工厂终于“回血”了 2025年全国规模以上工业企业利润全年增长0.6%，结束了连续三年下降的局面。尤其是12月，单月利润从11月的下降13.1%反弹到增长5.3%，相当于“一个月把前一个月的亏空补了还赚了”。赚钱的主力是高科技和装备制造的厂子——装备制造业利润涨了7.7%，高技术制造业涨了13.3%，智能消费设备（比如智能手表、VR眼镜）更是涨了48%，说明大家更愿意买高科技产品，这些厂子自然赚得多。

财政收支：“收入紧但支出不松” 2025年全国财政收入比去年少了1.7%，但支出却多了1%。为啥收入少？主要是卖地的钱（国有土地使用权出让收入）连续第四年下滑，降了14.7%——房地产市场冷，地方政府卖地难。不过税收收入是涨的（0.8%），尤其是个税（涨11.5%，说明大家工资或收入来源多了）、证券交易印花税（涨57.8%，股市交易活跃），这说明企业和个人的经济活动在恢复。国家一边收入紧，一边还加大支出搞建设、惠民生，体现了“勒紧裤腰带也要稳经济”的态度。

二、内需提振组合拳：服务消费“出新招”，房票“通全城”

服务消费：让你“玩得爽、花得值”

国务院出台政策鼓励大家在服务消费上花钱，重点瞄准6个领域：

- 出去玩更方便：铁路要改造成“旅游专列”（比如在火车上搞民宿、观景台），支持邮轮旅游；外国人来中国可能免签，让更多老外过来消费。
- 看比赛更轻松：演唱会、球赛的空位不能超过10%，卖更多票，观众更容易买到。
- 新体验更包容：比如剧本杀、密室逃脱这类“情绪体验”服务，国家说先别管太严，让行业先发展，还可能把这些行业的职业（比如剧本杀DM）纳入国家职业目录，让从业者更有保障。

房票新政：拆迁户“拿着票，全城买房” 南京把房票改成了“全城通用电子票”：以前拆迁户拿的房票只能在某个区买房，现在全南京都能用，还能买公寓、车位；手机上就能操作，安全又方便。截至2025年3月，南京用房票消化了6200多套库存房，这次升级后，去库存效果会更好——相当于给拆迁户发了“全城通用购房优惠券”，帮开发商卖房子，也让拆迁户有更多选择。

三、基础设施补短板：城际铁路“不能乱建了”

国家第一次给城际铁路立规矩：

- 啥是城际铁路？就是城市群里城市之间的“通勤火车”，比如北京到天津、上海到苏州，主要解决1-2小时内的上班、旅游需求。

- 建之前要算账：新修的城际铁路每年双向客流得超过1500万人次（不然没人坐白花钱），速度控制在120-200公里/小时（不用太快，实用就行）；车站不能建太大，避免“空壳站”。

- 现状咋样？
京津冀、长三角等四大城市群已经有1800公里城际铁路，主要城市之间1-2小时就能到。

这个政策的意义在于：以前城际铁路可能乱建，现在有了统一标准，避免浪费钱，让城际铁路真正成为城市之间的“经济纽带”——比如上海的工人可以去苏州上班，苏州的企业可以把零件运到上海，促进城市群里的经济流动。

四、国际经贸与金融：中英“暖起来”，美联储“换帅”引震荡

中英合作：做生意更方便了

英国首相带了50多家企业来中国，签了12项合作文件：

- 关税降了：中国把英国威士忌的关税从10%降到5%，以后买一瓶1000元的威士忌能省50元。

- 对话恢复了：两国要重启战略对话、经济财金对话，还考虑对英国公民免签，让更多英国人来中国旅游、做生意。

这说明英国对中国市场更重视了，双边贸易会更热。

美联储换帅：市场“先稳后慌”

特朗普提名凯文·沃什当美联储主席：

- 沃什是谁？以前在美联储是“鹰派”（喜欢加息，让借钱更贵），现在转向“鸽派”（支持降息，让借钱更便宜）。市场觉得他比较稳，不会突然改变政策，所以美元没大跌，但长期还是担心——万一政策变了，全球市场都会受影响。

黄金大起大落：“坐过山车” 黄金价格先涨到5500美元/盎司（历史新高），然后突然跳水，跌了9.5%。为啥？因为美联储换帅的消息出来后，大家觉得美元会更稳，就把黄金换成美元，导致黄金价格暴跌——黄金是“避险资产”，政策稳定时大家就卖黄金买其他资产。

总结

国内经济在高科技、服务消费、基础设施等方面的政策支撑下，正在逐步修复；国际上，中英合作升温是好消息，但美联储换帅和黄金波动提醒我们，全球金融市场仍有不确定性。2026年，国内经济有望继续回升，但要注意国际环境的变化。

美邦服饰2025年亏损超2亿，创始人周成建回归后转型之路遇冷

来源: <https://www.yicai.com/news/103033253.html>

创建时间: 2026-02-01 17:07:20

原文内容:

美特斯邦威的转型之路难走。

美邦服饰（002269.SZ）2026年1月30日晚间发布业绩预报称，2025年预计净亏损2.3亿元-3.0亿元，亏损金额有所扩大。

公司方面给出业绩变动原因的几个原因。一是报告期内公司持续推进产品策略调整，积极消化2024年及之前的历史库存商品，加大促销折扣力度，一定程度上影响了报告期内公司营收规模及毛利率。但公司年末存货的库龄结构有了显著改善，为公司2026年度经营目标与策略的落地奠定了基础。二是基于会计准则要求及谨慎性考虑，报告期内公司计提的减值损失有所增加。三是上年同期公司处置物业产生较大资产处置收益，报告期内公司同类处置收益大幅减少。

2024年1月，美邦创始人周成建之女胡佳佳辞任董事长，周成建火线回归，再次担任美邦服饰董事长。随后，这位创始人开始大刀阔斧地改革，8月，周成建身着冲锋衣现身温州发布会，宣布公司品牌定位从“潮流休闲”转向“潮流户外”，进行logo升级，并对标始祖鸟推出“大牌平替”策略，公司内部将其定义为“抓鸟计划”。

彼时，美邦提出“50家城市体验馆+1万家社区驿站”，结合抖音本地生活团购券引流到店。

但户外赛道看着火热，但其实生意并不好做。2024年，美邦的营收下降近50%至6.8亿元，净亏1.95亿元。2025年上半年，公司营业收入为2.27亿元，同比下降45.2%；归母净利润为993万元，同比下降87.1%、

记者注意到，2025年下半年开始，美邦开始弱化之前强调的户外定位，回归多元品类，形成复古学院/潮流街头/城市通勤/户外探索四大矩阵。

去年10月，周成建在一次公开活动中接受媒体采访时回应称，美邦品牌基因的核心是“多元风格”。在他看来，“抓鸟计划”本质上是一次破圈营销动作，并非用来完整呈现品牌的内核竞争力，多品类布局，才是品牌内核与完整竞争力的真实体现。

周成建表示，企业在不同发展阶段，可借助媒体制造话题、开展营销，核心目的是实现影响力破圈，“从这一维度来看，去年那次‘抓鸟计划’的营销是成功的”。但他也坦诚地表示，那次营销未能有效转化为商业化成果，“这一点我们需要持续反思和检讨”。

有业内人士认为，虽然户外是这两年的大热，但美邦这个品牌并没有户外基因，无法与那些专业的品牌去竞争。“平替始祖鸟”陷入高端不认可、大众嫌价高的两难；从休闲时尚转向户外，专业认知不足，这也导致消费者对美邦的户外属性认可度低。

周成建回归后一直努力要将这个昔日的休闲服饰王者品牌带回领先地位，但目前从业绩持续承压来看，前路漫漫。

AI解读：

核心内容总结

美特斯邦威创始人周成建回归后，尝试从“潮流休闲”转向“潮流户外”（推出对标始祖鸟的“抓鸟计划”），但因缺乏户外基因、营销未转化为实际销量等问题，业绩持续亏损（2025年预亏2.3-3亿元，亏损扩大）。随后公司调整策略，从单押户外回归“复古学院/潮流街头/城市通勤/户外探索”多元品类矩阵，但转型之路仍面临品牌认知混乱、核心竞争力不足等挑战。

详细拆解解读

1. 业绩亏得更多，三大原因通俗讲

2025年美邦预亏2.3-3亿元，比之前还惨，主要是三个原因：

- 清库存打折太狠：为了处理2024年及以前的旧衣服，美邦搞了大量促销（比如打折、满减）。虽然旧库存变少了（年末库存结构变好，为明年铺路），但打折卖肯定赚得少——比如一件原本卖200的衣服，打5折卖100，收入和利润率都降了；
- 算损失更谨慎：按会计规则，有些东西不值钱了就得算成损失（比如压仓卖不掉的衣服、老化的设备），今年这类损失比以前多；
- 去年的“意外之财”今年没了：2024年美邦卖了物业赚了一笔大钱，今年没卖物业，所以对比下来利润就少了很多。

这三个因素叠加，导致亏损扩大。

2. “抓鸟计划”：热闹归热闹，没赚到真金白银

周成建回归后搞的“抓鸟计划”，简单说就是学始祖鸟做户外衣服，喊出“大牌平替”口号。周成建自己承认：这本质是“破圈营销”——让更多人注意到美邦。从这点看，确实成功了（比如很多人讨论美邦要平替始祖鸟），但没转化为销量，为啥？

- 品牌基因不对：消费者心里，美邦是“休闲服品牌”，突然做户外，大家第一反应是“你行吗？”；
- 专业能力不足：户外衣服需要专业面料（防风、防水）、技术设计，这些不是短期内能学会的，美邦和始祖鸟、北面比差太远；
- 定位尴尬：“平替始祖鸟”既没抓住高端用户（觉得你不够格），也没抓住大众用户（觉得你价格还是高），两边不买账。

所以营销火了，但钱没赚到。

3. 户外赛道虽火，美邦挤不进去的核心

最近两年户外确实火（露营、登山的人多），但美邦想分羹却很难：

- 消费者认知固化：美邦在大众心中的标签是“休闲服”，突然转型户外，用户信任度低；
- 专业壁垒高：户外装备需要长期技术积累（比如始祖鸟的GORE-TEX面料），美邦短期内无法突破；
- 竞争太激烈：专业户外品牌已经占据市场（始祖鸟、北面、迪卡侬），美邦没有优势。

就像一个卖快餐的突然去开米其林餐厅，就算宣传得再凶，顾客也不会轻易买单。

4. 策略急转弯：从“单押户外”到“啥都做”

2025下半年，美邦调整策略，回归多元品类（复古学院、潮流街头、城市通勤、户外探索）。周成建解释：美邦的核心基因是“多元风格”，之前的抓鸟计划只是营销，不是品牌内核。

这其实是承认之前的错误——户外转型太激进，回到自己熟悉的领域。但问题是：之前的摇摆会不会让消费者更困惑？比如一会儿说做户外，一会儿又啥都卖，大家可能不知道美邦现在到底卖啥，对品牌形象反而有伤害。

5. 昔日“休闲王者”翻身难，前路漫漫

美邦以前是休闲服老大，但现在想回到巅峰很难：

- 业绩持续承压：2024年营收降50%，2025年还在亏，资金紧张；
- 品牌认知混乱：定位来回变，用户不知道美邦的核心是什么；
- 缺乏核心竞争力：不管是户外还是多元品类，美邦都没有特别突出的优势（户外比不过专业品牌，休闲比不过优衣库、国潮）；
- 消费者变了：现在年轻人喜欢的是个性化、性价比高的品牌，美邦能不能抓住新需求还是未知数。

所以周成建虽然努力，但转型之路还很长。

总的来说，美邦的转型尝试暴露了传统品牌在新赛道的困境：没有基因、定位错误、营销与商业转化脱节。想要翻身，还得找到真正适合自己的路。

上海浦东打造年节文化IP，千场活动放大新春消费效应

来源：<https://www.yicai.com/news/103033203.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:21

原文内容：

1月30日晚，“来浦东 过大年”新春系列活动启动，向全球游客发出邀约，并创新推出首届“浦东中国年味节”，着力打造年节文化IP。

同时，“来浦东 过大年”新春系列活动还与前期已经启动的浦东“新春嘉年华”消费季活动协同，两大迎新IP一同联动至3月，全面实施票根联动、旅游专线、联合宣推等系列举措，打造各具特色、相互引流的文旅商体展迎新活动，以“悠长假期+传统年味+场景体验”，激活新春消费市场，放大消费效应。

浦东新区区委宣传部负责人表示，浦东新区在去年底就成立了“来浦东 过大年”工作专班，统筹市区多方力量，全面调度各方资源，全力抓好新春氛围营造、活动组织策划、资源供给保障、媒体宣传推广等重点工作，让广大市民游客春节期间来浦东感受全城共庆的新春氛围，饱览穿越千年的文博大展，观赏精彩纷呈的重磅演出，打卡新春专属的景区活动，体验热闹非凡的年味庆典。“来浦东 过大年”新春系列活动的启动，将传播中华优秀传统文化与促进消费扩大内需更好地结合起来，进一步汇聚大流量、点燃旺人气、带动新消

费、提升新价值。

作为上海高品质文化资源的重点集聚区，浦东各类资源丰富，春节期间将为各类人群提供一站式感受顶尖中华传统文化魅力的大礼包，为上海打造“中国入境游第一站”“中国入境消费第一城”，增添新场景、新动能。

比如，朵云轩在上海美术馆推出“云藏千年——朵云轩库藏珍品展”，成立126年来珍藏的一批稀世珍宝首次出库，呈现张大千、徐悲鸿、左宗棠、弘一法师等近现代名家精品，并有国家级非遗木版水印代表作若干，共计105件（套）；上图东馆推出“情比金坚——典籍文献新春特展”，首次合璧展出世上仅存的两部宋版《金石录》；上博东馆携手纽约大都会博物馆推出“融古烁新：宋元明清铜器”特展；浦东美术馆携手法国卢浮宫和巴黎毕加索博物馆推出“图案的奇迹”和“非常毕加索”两大新展，打造春节期间的现象级文化盛宴。

全国政协委员、朵云轩集团总经理朱旗表示，这次展览本质上就是拉近艺术与生活的距离，让市民群众能够近距离感受到艺术作品的魅力。同时，艺术品的商业流通，本身也会对文化传承产生积极的作用，上海市民对艺术的热爱，正是上海建设国际文物艺术品交易中心最深厚的群众基础。

此外，春节期间浦东将有40场精彩纷呈的重磅演出，打破以往春节期间演出市场的冷清。浦东各大景区也将推出各具特色的新春活动。上海迪士尼乐园打造“冬日奇境”，游客可以畅游挂满中式灯笼的米奇大街。海昌海洋公园推出虎鲸拜年，上海野生动物园观大熊猫龙凤胎“芊然”“芊逸”春节首秀。

而在陆家嘴“三件套”脚下，从1月31日至2月9日，一场汇聚非遗、美食与潮流的首届浦东中国年味节，现场汇聚“沪上年味”“各省年礼”等150余个品牌，近30位B站UP主带来美食、手作、绘画等线上线下多维体验。“鱼灯巡游”等十大主题活动，浦江边打铁花等15场非遗展演，国潮戏剧等15场传统与现代交融的沉浸式演出，以中国红为主色调的八骏迎福灯等艺术打卡装置，打造出具有浦东特色的中国春节新模式。

“我们一直在探索如何将传统和创新更好地融合。”浦东中国年味节总策划陈败表示，“陆家嘴不仅代表着城市的高度，更应成为展示中华文化活力的平台。我们试图打破传统年味的表达边界，让中国红在国际化场景中展现出既经典又现代的样貌，用年轻人喜爱的方式讲好中国年的故事——这本身就是一种引领，一种属于浦东的文化创新实践。”

展望未来，浦东中国年味节将持续邀请全国特色年味品牌齐聚陆家嘴，致力打造中国年文化的国际展示窗口，并计划引入国际品牌参与，让这里成为世界感知春节文化的重要平台。

AI解读：

核心内容总结

浦东在春节期间启动“来浦东 过大年”新春系列活动，联动已开启的“新春嘉年华”消费季，推出首届“浦东中国年味节”。通过整合顶级文化展览、重磅演出、景区特色活动、非遗体验等资源，将中华优秀传统文化传播与拉动新春消费深度绑定，既吸引人流、提升文化影响力，又助力上海打造“中国入境游第一站”“中国入境消费第一城”，还计划把年味节打造成中国年文化的国际展示窗口。

一、活动的“双主线”：文化传承与消费激活两手抓

这次活动不是“文化搭台、消费唱戏”的简单组合，而是让两者互相渗透、彼此赋能。

- 文化引流：用罕见的名家珍品展、首次合璧的典籍、国际合作的艺术展等“硬货”吸引市民游客专程来浦东；
- 消费转化：通过“票根联动”（拿展览/演出票根能享商家优惠）、旅游专线（串联景区与商圈）、联合宣推（一起吆喝活动）等措施，让来打卡文化的人顺便逛商圈、买年礼、吃美食；
- 最终目标：把“看展的人”变成“花钱的人”，同时让“花钱的人”也感受到传统文化魅力，实现“传播文化+扩大内需”双赢。

二、文化“大餐”有多牛？全是平时看不到的“王炸”资源

浦东把压箱底的文化宝贝都拿出来了，这些展览演出光是听名字就让人想去：

- 朵云轩库藏展：126年来第一次把珍藏的105件（套）宝贝拿出来，有张大千、徐悲鸿的画，左宗棠、弘一法师的墨宝，还有国家级非遗木版水印作品；
- 宋版《金石录》合璧展：世上仅存的两部宋朝版本《金石录》（李清照丈夫赵明诚写的），第一次在上海图书馆东馆一起展出；
- 国际联动展：上博东馆和纽约大都会博物馆合作搞铜器展，浦东美术馆有卢浮宫的“图案的奇迹”和毕加索博物馆的“非常毕加索”展；
- 演出与景区：40场重磅演出打破春节演出冷清，迪士尼挂中式灯笼，海昌虎鲸拜年，野生动物园熊猫龙凤胎“芊然”“芊逸”首次公开亮相。

这些资源都是“独家限定”，自然能吸引本地人、外地人甚至外国人专程来浦东打卡。

三、陆家嘴年味节：传统年味撞上国际范儿，年轻人也爱

首届“浦东中国年味节”在陆家嘴“三件套”脚下办，玩出了不一样的年味：

- 场景反差感：在高楼林立的国际化商圈，用“中国红”为主色调，搞鱼灯巡游、浦江边打铁花（非遗）、国潮戏剧等活动，传统与现代碰撞出新鲜感；
- 年轻人喜欢的方式：邀请30位B站UP主搞线上线下体验（比如教做手作、直播美食），还有沉浸式演出，让年轻人觉得“年味不土，反而潮”；
- 一站式体验：150多个品牌（沪上年味、各省年礼），非遗、美食、潮流全涵盖，逛一次能买年礼、看展演、打卡拍照，适合全家老小。

总策划说：“陆家嘴不仅是城市高度，更要展示中华文化活力”，这种“用年轻人的语言讲中国年故事”的玩法，正好戳中当下人的喜好。

四、背后有保障，未来有野心：要做中国年的国际窗口

这次活动不是临时凑的，而是早有准备：

- 组织保障：去年底就成立“工作专班”，统筹市区资源，保障氛围营造、活动策划、物资供给、宣传推广，确保游客来浦东能玩得开心；
- 长远规划：年味节不只是今年办一次，未来要持续邀请全国特色年味品牌来陆家嘴，还要引入国际品牌参与，让这里成为“世界看中国年”的重要平台；
- 助力上海：浦东作为上海文化资源集聚区，通过这些活动给上海添新场景（比如陆家嘴的中国年味）、新动能（吸引入境游客消费），帮上海实现“入境游第一站”“入境消费第一城”的目标。

总结

浦东这次活动的聪明之处，在于把“文化”变成“流量密码”，再把“流量”变成“消费动力”。既让传统文化在国际化场景中活起来，又让消费在文化体验中热起来，最终实现“文化有传播、经济有增长、城市有品牌”的多赢效果。对普通人来说，春节去浦东既能看罕见展览，又能逛潮玩年味节，何乐而不为？对浦东来说，这更是一次“文化+经济”的创新实践，为未来发展打下基础。

国家统计局：1月份中国制造业采购经理指数为49.3%

来源：<https://www.vicai.com/news/103033184.html>

原文内容：

1月31日，国家统计局发布1月中国采购经理指数运行情况。

一、中国制造业采购经理指数运行情况

1月份，制造业采购经理指数（PMI）为49.3%，比上月下降0.8个百分点，制造业景气水平有所回落。

从企业规模看，大型企业PMI为50.3%，比上月下降0.5个百分点，仍高于临界点；中、小型企业PMI分别为48.7%和47.4%，比上月下降1.1个和1.2个百分点，低于临界点。

从分类指数看，在构成制造业PMI的5个分类指数中，生产指数和供应商配送时间指数均高于临界点，新订单指数、原材料库存指数和从业人员指数均低于临界点。

生产指数为50.6%，比上月下降1.1个百分点，仍高于临界点，表明制造业生产活动保持扩张。

新订单指数为49.2%，比上月下降1.6个百分点，表明制造业市场需求有所放缓。

原材料库存指数为47.4%，比上月下降0.4个百分点，表明制造业主要原材料库存量继续减少。

从业人员指数为48.1%，比上月下降0.1个百分点，表明制造业企业用工景气度略有回落。

供应商配送时间指数为50.1%，比上月下降0.1个百分点，仍高于临界点，表明制造业原材料供应商交货时间持续加快。

二、中国非制造业采购经理指数运行情况

1月份，非制造业商务活动指数为49.4%，比上月下降0.8个百分点。

分行业看，建筑业商务活动指数为48.8%，比上月下降4.0个百分点；服务业商务活动指数为49.5%，比上月下降0.2个百分点。从服务业行业看，货币金融服务、资本市场服务、保险等行业商务活动指数均高于65.0%；批发、住宿、房地产等行业商务活动指数均低于临界点。

新订单指数为46.1%，比上月下降1.2个百分点，表明非制造业市场需求景气度下降。分行业看，建筑业新订单指数为40.1%，比上月下降7.3个百分点；服务业新订单指数为47.1%，

比上月下降0.2个百分点。

投入品价格指数为50.0%，比上月下降0.2个百分点，位于临界点，表明非制造业企业用于经营活动的投入品价格总体与上月持平。分行业看，建筑业投入品价格指数为52.0%，比上月上升1.2个百分点；服务业投入品价格指数为49.7%，比上月下降0.4个百分点。

销售价格指数为48.8%，比上月上升0.8个百分点，表明非制造业销售价格总体水平降幅收窄。分行业看，建筑业销售价格指数为48.2%，比上月上升0.8个百分点；服务业销售价格指数为48.9%，比上月上升0.8个百分点。

从业人员指数为46.1%，与上月持平，表明非制造业企业用工景气度基本稳定。分行业看，建筑业从业人员指数为41.1%，比上月上升0.1个百分点；服务业从业人员指数为47.0%，与上月持平。

业务活动预期指数为56.0%，比上月下降0.5个百分点，仍位于较高景气区间，表明多数非制造业企业对市场预期保持乐观。分行业看，建筑业业务活动预期指数为49.8%，比上月下降7.6个百分点；服务业业务活动预期指数为57.1%，比上月上升0.7个百分点。

三、中国综合PMI产出指数运行情况

1月份，综合PMI产出指数为49.8%，比上月下降0.9个百分点，表明我国企业生产经营活动总体较上月有所放缓。

AI解读：

核心内容总结

1月份中国经济的“晴雨表”PMI（采购经理指数）整体略有降温：制造业和非制造业PMI双双跌破50%的扩张临界点（分别为49.3%和49.4%），说明企业经营活动从扩张转向小幅收缩，但并非“断崖式下跌”。亮点在于：大型制造业企业仍能稳住扩张；金融类服务业（如货币金融、资本市场服务）表现强劲；多数企业对未来市场预期保持乐观。整体来看，当前经济处于“短期调整”阶段，内部分化明显，但长期信心未减。

详细拆解解读

1. 整体经济：从“扩张”踩了刹车，进入“小幅收缩”区间

先科普一个关键概念：PMI的50%是“分水岭”——高于50%意味着行业在扩张（生意越来越旺），低于则是收缩（生意变淡）。1月份，制造业PMI从上个月的50.1%降到49.3%，非制造业从50.2%降到49.4%，双双跌破50%。综合PMI（反映整体企业活动）也从50.7%降到49.8%。这说明整个经济的扩张势头暂时停了下来，但降幅都在0.8-0.9个百分点，不算特别大

，更像是“春节前的短暂调整”而非“大滑坡”。

2. 制造业：生产还在跑，但“订单少了”，中小企压力更大

制造业内部分化明显：

- 大型企业还能稳住：大型企业PMI50.3%（仍高于50%），说明头部企业的经营还在扩张；但中小企就难了——中型48.7%、小型47.4%，都低于临界点，生意更淡。
- 生产没停，但新订单掉了：生产指数50.6%（仍扩张），说明工厂还在开工；但新订单指数49.2%（降1.6个点），意味着客户下单变少了，企业“手里的活”可能是之前的订单，新生意跟不上。
- 库存和用工更谨慎：原材料库存47.4%（继续减少），说明企业不敢多囤货；从业人员48.1%（略降），招工变得更保守。
- 物流没问题：供应商配送时间50.1%（仍快），原材料送货及时，供应链没堵。

3. 非制造业：建筑业“跳水”，服务业“冷热不均”

非制造业包括服务业和建筑业，1月整体降到49.4%：

- 建筑业掉得最狠：商务活动指数从52.8%跌到48.8%（降4个点），新订单更是从47.4%跌到40.1%（降7.3个点）。主要原因是春节临近，工地提前停工，需求骤降。
- 服务业分化明显：
 - 火的行业：货币金融、资本市场服务、保险等行业PMI超65%（非常旺）——说明1月金融市场活跃，比如股市交易、理财需求都不错；
 - 冷的行业：批发、住宿、房地产等低于50%——批发是因为节前备货结束，住宿是春节前旅游还没到高峰，房地产则是行业仍在调整。
 - 服务业预期反而升了：虽然当前服务业生意淡，但企业对未来信心足，业务活动预期指数57.1%（升0.7个点），觉得后面会好起来。

4. 需求和就业：暂时遇冷，但长期信心没丢

- 需求放缓是主要压力：不管制造业还是非制造业，新订单指数都在降——制造业新订单49.2%（降1.6）、非制造业46.1%（降1.2），说明市场上“买东西的人少了”，消费和投资需求暂时偏弱。

- 就业略有降温：制造业用工48.1%（略降）、非制造业46.1%（持平），企业招工更谨慎，但没有出现大规模裁员的迹象。
- 企业预期仍乐观：非制造业业务活动预期指数56%（仍在高景气区间），服务业预期还涨了0.7个点——企业相信春节后需求会反弹，未来生意会好转。

5. 价格：成本持平，降价幅度收窄

- 成本压力缓解：非制造业投入品价格50%（持平），说明企业买原材料、人工的成本没涨也没降；制造业原材料库存减少，但供应商配送快，成本压力不大。
- 降价促销少了：非制造业销售价格48.8%（升0.8个点），意味着企业之前可能在降价促销，现在降幅收窄了——要么是成本稳住了，要么是不想再亏着卖了。

总结

1月PMI数据反映出经济“短期调整、内部分化、长期有信心”的特点：春节因素导致建筑业和部分服务业暂时降温，需求和就业略有压力，但大型企业、金融服务业仍在发力，企业对未来的信心也没丢。后续重点看春节后需求能否反弹，中小企能否得到更多支持。

美元美债起跑！沃什上任美联储主席将如何影响市场

来源：<https://www.yicai.com/news/103033157.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:24

原文内容：

当地时间周五（30日），美国总统特朗普宣布美联储新任主席人选——凯文·沃什。这位长期批评美联储的人士，将迎来把自己的货币政策体系理念付诸实践的契机，与此同时，当下白宫正试图加强对利率制定的掌控。

隔夜，美股震荡下行，美元汇率和债券收益率则应声走强，黄金价格大幅跳水。市场预期沃什会支持降息，但远不会像其他潜在提名者那样采取激进的宽松货币政策。一是他拥有美联储任职履历，二是华尔街普遍认为，他不会一味听命于特朗普。

分裂的美联储

如果通过美国国会表决，沃什将面临的将是内部分歧剧烈的美联储。今年美国经济料将延续强劲增长态势，而通胀率仍高于美联储2%的目标，这两大因素成为反对进一步降息的关

键原因。

低利率往往利好股票及其他各类资产，资产价格上涨带来的“财富效应”，确实提振了消费支出并为经济增长提供了支撑，但对许多普通美国家庭而言，生活成本高企的问题仍是他们最关心的头等大事。周五发布的12月核心批发价格指数PPI环比大幅上涨0.4%，同比涨幅稳定在3.5%的近一年来最高水平。批发价格代表企业采购原材料或拟直接向消费者销售产品所支付的成本，其变动通常会影​​响整体通胀率。

与此同时，由于进口关税政策的实施以及人工智能领域投资的增加，企业在招聘方面趋于谨慎，另一方面，劳动力市场降温与特朗普推行的激进贸易与移民政策相关。这些政策既抑制了劳动力需求，也减少了劳动力供给。部分经济学家指出，劳动力供给不足是失业率未出现大幅上升的原因。美国每月需要新增5万至12万个就业岗位，才能跟上劳动年龄人口的增长步伐。鉴于关税政策、人工智能发展等因素抑制了企业的招聘意愿，美国劳动力市场面临的挑战更多是结构性的，而非周期性的。这也就意味着，降息政策对于刺激就业增长的效果将大打折扣。

BCA研究公司美国债券策略师斯威夫特（Ryan Swift）称，从美联储公布的利率预期来看，他们似乎认为本轮宽松周期已接近尾声。今年美国实际国内生产总值将实现强劲增长，通胀率将继续下行，失业率则会保持平稳或小幅下降。若美联储的预期假设成为现实，情况则会更为复杂。“委员们对于2026年应采取何种利率政策，仍存在相当大的意见分歧。事实上，相比对经济前景的看法，美联储委员们在利率政策上的分歧要更为明显。”

富国银行投资研究所全球固定收益策略主管雷林（Brian Rehling）表示，若想将利率降至中性水平以下，新任主席必须争取到足够的共识支持。“降息并非主席一人就能决定的事，他需要获得更多美联储理事的投票支持。这将会是一种前所未有的特殊局面。”

如何保证独立性

2006年，经时任美国总统小布什提名，时年35岁的沃什成为美联储理事会历史上最年轻的提名人。2008年全球金融危机期间，他更是跻身美联储主席本·伯南克的核心决策圈。

最终沃什与伯南克分道扬镳，并于2011年辞去理事一职。他认同共和党阵营对美联储的批评观点：伯南克推出了史无前例的债券购买计划（即量化宽松政策）以压低长期利率，这一举措让美联储对金融市场拥有了过大的主导权。自那以后，沃什始终对美联储的资产负债表规模问题持批评态度。

如今他必须应对两大挑战：一是特朗普强硬主张的降息诉求，二是投资者对美联储独立性的担忧。随着美元汇率走高，这一早期迹象表明，投资者对沃什抱有信心，认为他不会屈从于白宫压力而贸然大幅降息。

长期以来，美联储一直被视为全球金融市场的稳定力量，这在很大程度上得益于其公认的政治独立性。而特朗普正不断采取行动试探这份独立性，其中包括本月司法部决定对鲍威尔展开刑事调查。此举为任何继任者的参议院确认程序埋下了重重障碍。

随着特朗普公布提名，美国国会内部已经出现质疑声。共和党参议员汤姆·蒂利斯表示，在调查尚未结束的情况下，他不会支持特朗普提名的任何美联储主席人选。民主党参议员伊丽莎白·沃伦对特朗普决定提名沃什表达关切。质疑沃什是否能够在不受白宫影响的情况下领导美联储。“特朗普已表示，任何与他意见不合的人都不可能成为美联储主席，”她呼吁共和党人暂缓推进沃什的提名，直至司法部结束对现任主席鲍威尔的调查。

市场影响

结合近期表态，沃什的政策核心主张是“降息 + 缩表并行”：通过缩减资产负债表（QT）控制通胀、降低银行准备金需求为降息创造空间。

这些政策预期推升美元、美债收益率，降息预期降温，削弱贵金属抗通胀与避险属性。周五美元指数反弹0.8%，重新站上97关口。缩表推高长端供给压力，降息预期降温抬升短端。黄金白银遭遇恐慌抛售，铂金和钯金陷入熊市泥潭。

美股行业呈现分化，权重成长股（AI / 科技）承压，金融股受益于利率上行。短期内高估值板块估值或面临收缩压力，金融、周期股相对占优。

第一财经记者注意到，联邦基金利率期货定价显示，市场预期今年美联储首次降息窗口依然指向下半年的7月，而不是鲍威尔卸任后的6月。华尔街也普遍认为，作为特朗普选定的人选，沃什在2026年推动降息是既定事实，但他能否说服美联储的新任同僚们支持宽松货币政策，目前仍未可知。

接下来有关货币政策预期的变化将持续扰动资产价格。当前包括股票、商品、加密货币在内的各类资产类别呈现剧烈波动。美股异动的核心诱因，是部分科技巨头发布的财报表现。受市场对人工智能领域投入成本的担忧加剧，以及企业巨资投入AI竞赛能否转化为收益增长的质疑升温影响。市场的波动情绪也蔓延至其他领域。受美国对伊朗发出新的制裁威胁影响，国际油价攀升至六个月以来的高点，而金属价格则在历史性大涨行情后出现跳水。

卡森集团首席市场策略师德特里克（Ryan Detrick）表示：“在地缘政治局势动荡的背景下，各国央行和个人投资者纷纷增持黄金作为避险资产，而白银和铜则在工业化进程与人工智能竞赛中扮演着关键角色。今年以来，这两大因素持续主导市场，也使得当波动来临时，投资者的投资组合更难实现有效分散风险。”展望未来，政府停摆、特朗普政府关税主张以及地缘政治因素等将继续成为影响经济和市场走向的关键因素。

AI 解读：

核心内容总结

美国总统特朗普提名凯文·沃什为美联储新任主席，这位曾批评美联储量化宽松政策的前理事，主张“降息+缩表并行”的政策组合。此举引发三方面关键问题：一是美联储内部因经济增长与通胀矛盾分歧加剧；二是美联储的政治独立性面临特朗普施压与国会质疑的双重考验；三是市场迅速反应，美元、美债收益率走高，黄金跳水，美股行业分化明显。

一、新主席沃什：“降息+缩表”的平衡派？

凯文·沃什不是“新人”——2006年他35岁就当上美联储理事，金融危机时还跟伯南克一起做决策，但后来因为反对量化宽松（美联储印钱买债券、干预市场）闹翻，2011年辞职。

他现在的政策核心很明确：一边降息、一边缩表。啥意思？

- 缩表：美联储卖掉之前买的大量债券，让市场上的钱变少，这样能控制通胀（钱少了物价就不容易涨），还能降低银行的准备金要求，给降息腾空间；
- 降息：让企业和老百姓借钱更便宜，刺激经济。

简单说，他想在“刺激经济”和“控制通胀”之间找平衡，不像特朗普希望的那样“猛降息”——这也是市场觉得他不会完全听特朗普话的原因。

二、美联储内部：“要不要降息”吵翻了

沃什如果上任，面对的是一个“分裂”的美联储：

- 支持降息的一方：特朗普（想靠低利率让股市涨、经济热）、部分人觉得低利率能带来“财富效应”（比如你股票涨了就敢花钱）；
- 反对降息的理由更硬：

1. 经济还挺强：今年美国经济增长不错；
2. 通胀没降下来：12月批发价格（企业买原材料的成本）环比涨了0.4%，同比3.5%（近一年最高），这会传导到老百姓的生活成本里；
3. 劳动力市场是“结构性问题”：不是经济不好没人雇人，而是关税让企业不敢招人、移民政策让劳动力变少，所以降息也刺激不了多少就业——就像你本来缺人，但不是因为没钱雇，而是没人来，降工资（类比降息）也没用。

所以美联储内部对“要不要降息、降多少”分歧很大，沃什想降息得说服不少人。

三、独立性悬了？特朗普和国会都在施压

来源: <https://www.yicai.com/news/103033129.html>

创建时间: 2026-02-01 17:07:25

原文内容:

当地时间周五（30日），因美国总统特朗普提名凯文·沃什出任下一届美联储主席，市场对美联储独立性的担忧有所缓解。美元应声走高，国际黄金、白银期货价格大幅跳水。

纽约商品交易所2月交割的COMEX白银价格重挫超35%，最低触及每盎司74美元，与此同时，COMEX黄金2月合约价格下跌超10%，一度逼近4700美元；此次抛售潮蔓延至整个贵金属市场，伦敦金属交易所LME铂金和钯金期货跌幅均超过15%，与白银一起进入技术性熊市。

分析认为，恐慌抛售或与获利了结，交易头寸过于拥挤等因素有关，而杠杆资金的爆仓可能放大了市场波动。

缘何暴跌

随着投资者开始评估沃什获提名美联储主席的潜在影响，此前一路高歌猛进的黄金及其他贵金属涨势应声放缓。

Evercore ISI公司副总裁古哈（Krishna Guha）在周五早间的报告中表示，当前市场正以“沃什偏鹰派”的预期进行交易。“提名沃什有助于美元一定程度企稳，通过扭转美元贬值交易，降低（而非消除）美元持续大幅走弱的非对称风险，这也是黄金、白银价格大幅下挫的原因。”

Miller Tabak股票策略师马利（Matt Maley）表示：“当前市场走势已经失去理性，这波暴跌大概率是‘强制抛售’所致。近期，贵金属一直是日内交易和其他短期交易者眼中的热门资产，白银市场更是积累了不少杠杆头寸。如今价格大幅跳水，追加保证金通知已密集发出。”

互联网平台盈透市场主管亨特（Richard Hunter）则认为，此前市场对美元贬值交易的押注已显现出固化迹象，而当前这一交易逻辑的退潮，令那些积极寻求避险替代资产的投资者感到意外。

摩根大通策略师马尼卡迪（Federico Manicardi）解释称，此前贵金属与全球经济复苏预期同步走高，还受益于资金对美国大盘科技股的重新配置。

马尼卡迪此前提示，贵金属目前已是拥挤交易品种，动量交易者处于“严重超买区间”：“我们的数据情报团队证实，散户情绪是近期白银价格波动的重要推手。短期出现获利了结并不意外。”马尼卡迪称。

过去12个月，受整体市场波动、美元贬值、地缘政治紧张局势升温以及市场对美联储独立性的担忧等多重因素影响，贵金属价格一路高歌猛进。Mattioli

Woods财富管理公司投资经理斯托夫斯（Katy Stoves）表示，此次贵金属价格大跌，或是市场对集中持仓风险的全面重估。“正如科技股（尤其是人工智能相关个股）占据市场关注焦点、吸引大量资金流入一样，黄金市场也出现了仓位高度集中的情况。当所有投资者都朝着同一方向押注时，即便标的是优质资产，仓位的平仓也会引发价格抛售。这两者的相似并非偶然：二者都是凭借强劲的市场叙事吸引大量资金涌入，而集中的持仓最终将迎来调整时刻。”她说。

逻辑是否松动

世界黄金协会表示，去年黄金总需求量打破历史纪录。如今推动黄金买入潮的主力从央行变成各类投资者，为这一贵金属的历史性上涨行情持续添柴加火。

世界黄金协会在周四发布的2025年四季度及全年趋势报告中称，2025年全球黄金总需求量首次突破5000吨，对应价值达5550亿美元，创下“前所未有的新高”，较前一年同比增长45%。全球黄金交易所交易基金ETF持仓量增加801吨，创下历史第二高年度增幅；其中四季度持仓增持174.6吨，较去年同期暴增756%。而各国央行的黄金购买量则有所回落，全年购金863.3吨；四季度购金230.3吨，较去年同期降幅达37%。“全年来看，避险与资产多元化的投资动机贯穿始终，同时金价走势也成为推动投资需求的重要因素。”

英国BRI财富管理公司的投资主管米德斯（Toni Meadows）认为，黄金价格一路冲高至5000美元关口的过程“太过顺利”。他认为，美元的持续贬值曾为金价提供支撑，但目前美元汇率已显现企稳迹象。“各国央行的购金行为推动了黄金的长期涨势，但近几个月央行购金步伐已有所放缓。不过，全球央行仍存在进一步外汇储备多元化的需求，因为特朗普的贸易政策和对外干预行为，会让许多国家对持有美元资产感到担忧，白银价格走势通常与黄金保持一致，因此此次白银同步下跌也在意料之中。”

有市场观点认为，黄金正在一定程度上取代平衡型投资组合中的债券配置。鉴于特朗普政府推行的激进扩张、突破常规的政策，相比债券能对冲的全面经济衰退，通胀高企和货币贬值才是更大的风险。与此同时，委内瑞拉、格陵兰岛相关地缘事件发酵，伊朗局势恐再升级，加之美日当局联合出手干预汇市提振日元，避风港需求持续升温。

摩根大通量化分析师帕尼吉尔佐格卢提出假设：若私人投资者的黄金配置比例从目前的3%，在未来数年因减持长期债券、增配黄金而提升至4.6%，市场将发生何种变化。他在研报中写道：“理论上金价将升至每盎司8000至8500美元。”当然，金价冲上8500美元的道路或充满波折。该分析师发现，大宗商品交易顾问CTA及趋势交易者对黄金、白银的持仓已处

于严重超买状态。“这意味着，黄金和白银短期内存在投资者获利了结、价格向均值回归的风险。”

中长期看，黄金白银回调或可以视作买入良机。随着黄金的资金配置规模持续稳步走高，其长期看涨逻辑仍未改变。“对于黄金而言，每盎司5000美元下方或将是合理的调整支撑位。”马尼卡迪称。

AI解读：

核心内容总结

当地时间周五，特朗普提名凯文·沃什出任美联储主席，这一消息成为导火索：市场预期沃什偏“鹰派”（可能让美元变强），加上此前贵金属市场已积累大量“隐患”（太多人扎堆买、很多人借钱买），引发黄金、白银等贵金属价格暴跌（白银跌超35%，黄金跌超10%）。新闻同时分析了暴跌的深层原因，以及中长期贵金属是否还值得买的问题——短期或继续回调，但长期看涨逻辑未断。

拆解解读：4个通俗视角

1. 沃什提名为啥成了“压垮骆驼的最后一根稻草”？

沃什这个人本身不是直接让贵金属跌的原因，但市场对他的“预期”很关键：

- “鹰派”是啥意思？简单说，鹰派就是美联储里更倾向于让美元“值钱”的人（比如可能收紧货币政策，少印钱）。
- 美元和贵金属是“死对头”：贵金属（比如黄金）是用美元计价的——美元涨了，同样的钱能买更多黄金，所以黄金价格会跌；而且美元强了，大家觉得美元本身就安全，就不想买黄金避险了。
- 新闻里Evercore的古哈说：“提名沃什让美元稳住了，之前大家都赌美元会一直贬值，现在这个逻辑反转，贵金属自然就跌了。”

这就像你本来觉得某家店的东西会一直涨价，所以囤了很多，结果突然听说老板要降价促销，你肯定赶紧抛掉手里的货——贵金属市场就是这个道理。

2. 为啥跌这么狠？不是单纯因为沃什，还有之前的“雷”

暴跌的幅度（白银跌35%）远超过沃什提名本身的影响，核心是之前市场已经“虚胖”：

- “拥挤交易”：所有人都挤一条船

最近贵金属是热门资产，尤其是白银，散户、机构都扎堆买（就像所有人都挤到一个网红餐厅，突然停电大家都跑，肯定乱成一团）。摩根大通的马尼卡迪说：“我们数据显示，散户情绪是白银波动的主要推手，短期获利了结很正常。”

- “杠杆爆仓”：借钱买的人被逼着卖

很多人用“杠杆”买贵金属——比如你只有1万块，借了9万买10万的白银（10倍杠杆）。价格跌10%，你的1万就没了，平台会让你补钱（追加保证金），补不上就强制卖掉你的白银。卖的人越多，价格跌得越狠，更多人被强制卖，形成恶性循环。Miller Tabak的马利说：“这波暴跌是‘强制抛售’，白银市场的杠杆头寸太多，追加保证金通知都发疯了。”

这就像你借高利贷炒股，亏了一点就被债主逼着平仓，越卖越亏。

3. 之前贵金属为啥能“一路疯涨”？得先看背景

要理解现在的跌，得知道之前为啥涨：

- 美元贬值：大家觉得美元会越来越不值钱，所以买黄金保值（就像怕人民币贬值时买黄金一样）；
- 避险需求：地缘政治紧张（比如冲突）、对美联储独立性的担心（怕美联储乱印钱），大家都买黄金躲风险；
- 资金转移：之前科技股（尤其是AI）涨太多，有人把钱转到贵金属；
- 市场叙事：就像AI股靠“人工智能改变世界”的故事吸引资金，贵金属靠“美元贬值+避险”的故事让所有人都相信它会涨，所以扎堆买。

Mattioli Woods的斯托夫斯说：“和AI股一样，贵金属也是靠强叙事吸引大量资金，持仓高度集中——当所有人都朝一个方向赌，哪怕是好资产，平仓时也会引发暴跌。”

4. 暴跌后还能买吗？短期回调，长期逻辑没断

暴跌后大家最关心的是：还能抄底吗？

- 短期：摩根大通的帕尼吉尔佐格卢说，现在贵金属已经“超买”（买的人太多），短期会有“获利了结”（赚钱的人卖掉），价格会回调到正常水平；
- 中长期：看涨逻辑还在——

世界黄金协会说去年黄金需求破纪录，全球央行还在买黄金；摩根大通分析，如果未来大家把黄金的配置比例从3%提到4.6%，金价能到8500美元（现在是4700左右）；马尼卡迪说：“5000美元以下是合理的调整支撑位，回调可以看作买入良机。”

简单说：短期可能还会跌一点，但如果想长期持有，现在跌下来反而可能是抄底的机会。

最后一句话总结

这次贵金属暴跌是“导火索（沃什提名）+ 隐患（拥挤交易+杠杆）”共同作用的结果，短期会回调，但长期来看，只要美元贬值、避险需求这些核心逻辑还在，贵金属依然值得关注。```



美联储主席提名引巨震！标普三连阴，金银创46年最大跌幅，金龙指数挫超2.3%

来源：<https://www.yicai.com/news/103033127.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:26

原文内容：

*三大股指走低，道指失守49000点；

*美国12月PPI超预期；

*纳斯达克中国金龙指数回落超2%。

周五美股集体下挫。一方面，凯文·沃什获美联储主席提名的消息推动美元走强，同时引发贵金属价格暴跌；另一方面，美国12月通胀数据表现超预期，进一步加剧市场波动。

截至收盘，道指跌179.09点，跌幅0.36%，报48892.47点，纳指跌0.94%，报23461.82点，标普500指数跌0.43%，报6939.03点。三大股指仍在1月录得涨幅。标普500指数和道指分别上涨1.4%和1.7%，纳斯达克指数上涨1%。

【大宗表现】

国际油价窄幅波动，WTI原油近月合约跌0.32%，报65.51美元/桶，布伦特原油近月合约跌0.03%，报70.69美元/桶。

贵金属市场大幅下挫，纽约商品交易所2月交割的COMEX黄金期货跌11.37%，报4713.90美元/盎司，创1980年1月以来最大跌幅，白银2月合约跌31.35%，报78.29美元/盎司，创1980年3月以来最差表现。

【热门股表现】

个股方面，苹果涨0.46%，受iPhone需求强劲提振，苹果公司公布的2026财年第一季度业绩超出华尔街预期。但摩根士丹利认为，苹果的内存供应链担忧尚未解除，由于公司管理层未明确规避二季度的内存供应风险，即将在4月末发布的季度业绩报告和6月季度业绩指引，将成为决定公司短期走势的关键节点。

明星科技股跌多涨少，特斯拉涨3.32%，谷歌跌0.04%，英伟达跌0.72%，微软跌0.74%，亚马逊跌1.01%，甲骨文跌2.62%，Meta跌2.95%。

受贵金属大幅抛售影响，在美上市的黄金、白银矿企股价重挫，克尔矿业股价下跌17%；巴里克矿业跌近11%，创2017年4月以来最大跌幅。iShares白银信托基金周五暴跌超28%，创该基金历史最大单日跌幅。米勒塔巴克公司首席市场策略师马特梅利表示，基本面因素极少会在单日出现如此剧烈的变化，这样的暴跌或反映出市场出现了强制平仓行为。

闪迪涨6.85%，公司2026财年Q2财报显示，得益于AI存储需求的激增，当季营收30.3亿美元，同比增长61.2%，高于26.9亿美元的普遍预期；每股收益为5.15美元，而市场普遍预期为3.54美元。调整后毛利率为51.1%。

电信巨头Verizon大涨逾11%，公司公布的2025年第四季度调整后收益及净营收均超出市场预期，同时批准了一项规模最高达250亿美元的普通股回购计划。

纳斯达克中国金龙指数跌2.36%，阿里巴巴、网易、百度、京东均下跌超2%，拼多多跌1.59%。

【市场概述】

周五，美国总统特朗普提名前美联储理事凯文沃什接替杰罗姆鲍威尔，出任美联储新一任主席。据媒体报道，沃什主张缩减美联储资产负债表规模，对量化宽松政策持批评态度。

特朗普曾多次批评鲍威尔主席降息“行动过晚”，这也意味着投资者将密切关注沃什接任后的各项政策举措。Stifel首席经济学家林赛皮格扎在一份报告中表示：“尽管沃什在担任美联储理事期间曾主张加息，但此后他一直呼吁美联储建立新的政策框架，并推行低利率政策，此举显然完全符合白宫的政策诉求。”

Treasury Partners首席投资官理查德·萨珀斯坦表示：“凯文·沃什获美联储主席提名，正是市场所期待的结果。他行事稳健，在资本市场圈内知名度高，市场预计他会维护央行的独立性，而这一点对市场而言至关重要。更重要的是，沃什的提名在参议院获得批准的阻碍极小。”

美国政府发布的数据显示，12月核心批发价格PPI环比大幅上涨0.4%，同比涨幅稳定在3.5%，持平近一年来的最高水平。批发价格代表企业采购原材料或拟直接向消费者销售产品所支付的成本，其变动通常会影​​响整体通胀率。

批发价格走高表明，美国经济中仍存在异常高企的通胀压力。特朗普希望新任美联储主席大幅降息以提振经济，但除非通胀率开始向美联储2%的目标回落，否则沃什将难以推行降息政策。本周美联储维持关键利率不变，部分原因正是通胀居高不下。在某些情况下，降息可能会进一步加剧通胀。

圣路易斯联储主席阿尔韦托·穆萨莱姆周五表示，除非就业市场开始走弱或通胀出现回落，否则无须进一步降息。当前3.50%-3.75%的政策利率区间处于中性水平。他补充道，预计美国经济将继续高于趋势水平增长，而当前信贷环境和财政政策均为经济增长提供“助力”，因此无需出台货币刺激政策。

不过美联储负责监管事务的副主席鲍曼认为，她仍认为利率应下调，但本周投票支持维持货币政策不变，仅为在下次降低借贷成本前收集更多数据。鲍曼称预计今年需要三次降息，每次25个基点，她对经济面临的风险的分析保持不变，通胀率可能趋近2%，但就业市场疲软，这仍需要宽松的货币政策。

Edward Jones高级全球策略师安杰洛·库尔卡法斯表示：“当前投资者的担忧是多重因素叠加的结果——美联储主席提名的落地、科技板块业绩喜忧参半、通胀压力持续存在，还有政府可能停摆的不确定性，尽管市场普遍认为此次停摆即便发生也将是短期的。”

美国国债收益率走势分化，10年期美债收益率上行1.4个基点，报4.240%；2年期美债收益率下行2.5个基点，报3.527%。美元指数重返97关口。

AI解读：

核心内容总结

周五美股集体下挫（道指失守49000点），主要受两大事件冲击：一是特朗普提名前美联储理事凯文·沃什接任主席，推动美元走强并引发贵金属历史性暴跌；二是美国12月PPI（企业采购成本）超预期，加剧通胀担忧。尽管三大股指1月整体仍涨（标普涨1.4%、道指涨1.7%、纳指涨1%），但当日表现疲软；贵金属市场遭遇“惊魂一日”（黄金创1980年以来最大跌幅、白银创1980年3月以来最差表现）；个股分化明显（闪迪、Verizon因业绩/回购大

涨，黄金矿企重挫）；纳斯达克中国金龙指数跌超2%，中概股集体承压。

一、沃什提名美联储主席：市场“喜忧参半”的背后

沃什是谁？他是前美联储理事，特朗普提名他接替鲍威尔，核心原因是他“符合白宫降息诉求”——此前他曾呼吁美联储推行低利率政策，正好契合特朗普想通过降息提振经济的目标。

市场反应很直接：

- 美元走强：因为沃什“行事稳健”，在圈内知名度高，市场认为他能维护央行独立性，且参议院批准阻力小，美元因此更受信任；
- 贵金属暴跌：贵金属以美元计价，美元涨则贵金属“变贵”，需求自然下降；同时，若沃什因通胀难降息，持有贵金属抗通胀的吸引力也会减弱。

专家看法：多数认为沃什上任是“市场期待的结果”，但他想降息得先等通胀降到2%（美联储目标），否则会加剧通胀——这也是市场隐忧所在。

二、12月PPI超预期：通胀“顽固”，降息更难了

PPI是啥？简单说就是企业买原材料、半成品时付的钱，它是通胀的“先行指标”——企业成本涨了，最终会转嫁给消费者（比如你买的商品变贵）。

12月数据超预期：核心PPI环比涨0.4%，同比3.5%（近一年最高），说明企业成本仍在飙升，通胀压力根本没降。

这对降息意味着什么？美联储要降息，前提是通胀向2%回落。现在PPI高企，沃什就算想降息也“有心无力”——若强行降息，可能让通胀更严重。本周美联储维持利率不变，就是因为通胀居高不下。

三、贵金属暴跌创纪录：不是基本面差，是“强制平仓”惹的祸

黄金、白银周五跌得“离谱”：黄金跌11.37%（1980年来最大单日跌幅），白银跌31.35%（1980年3月以来最差）。

为啥跌这么狠？

- 直接原因：美元走强（前面说过）；
- 深层原因：可能是“强制平仓”。有些人买贵金属时借了钱（加杠杆），当价格跌太多，借钱的机构会逼着他们卖掉手里的贵金属还钱——卖的人越多，价格跌得越狠，形成恶性循环。专家直言：“基本面不会一天变这么多，大概率是杠杆资金爆仓导致的踩踏。”

四、美股个股分化：有人吃肉有人挨揍，AI+回购成“强心针”

周五美股整体跌，但个股分化明显：

- 涨得欢的：
 - 闪迪（涨6.85%）：AI存储需求爆炸，Q2营收/利润均超预期（营收30.3亿刀，同比涨61%）；
 - Verizon（涨11%）：四季度业绩超预期，还宣布250亿刀回购股票（相当于给股东送钱，市场自然买账）；
 - 苹果（涨0.46%）：iPhone需求强劲，业绩超预期，但摩根士丹利提醒“二季度内存供应风险没解除”。
- 跌得惨的：
 - 黄金矿企：克尔矿业跌17%、巴里克矿业跌11%（跟着贵金属跌）；
 - 多数科技股：Meta跌2.95%、甲骨文跌2.62%（整体市场情绪疲软拖累）。

五、中国金龙指数跌超2%：中概股为啥跟着“躺枪”？

纳斯达克中国金龙指数（跟踪中概股的指数）周五跌2.36%，阿里、网易、百度、京东均跌超2%，拼多多跌1.59%。

原因主要有三点：

1. 美股整体下跌带动：中概股在美股上市，大盘跌自然跟着承压；
2. 美元走强“抽水”：美元涨时，资金往往从新兴市场（比如中概股）回流美国，导致中概股卖盘增加；
3. 情绪面影响：市场对中概股的不确定因素（如中美监管、业绩预期）仍有担忧，叠加美股大跌，情绪进一步走弱。

总结：市场当前的核心担忧

正如专家所说，周五的下跌是“多重担忧叠加”：沃什提名后的降息不确定性、PPI超预期的通胀压力、科技股业绩分化、甚至政府停摆的隐忧（虽预计短期）。对普通投资者来说，近期需重点关注通胀数据和沃什上任后的政策动向——这两大因素将直接影响后续市场走势。



特朗普说沃什是“天选”美联储主席，华尔街怎么看

来源: <https://www.yicai.com/news/103033051.html>

创建时间: 2026-02-01 17:07:27

原文内容:

当地时间周五（30日），美国总统特朗普通过其社交平台“真实社交”（Truth Social）正式宣布，提名现年55岁的凯文·沃什（Kevin Warsh）担任下一任美联储主席，接替将于今年5月结束主席任期的鲍威尔。

华尔街普遍认为，沃什是所有候选人中最为稳妥的选择。

班诺克本资本市场（Bannockburn Capital Markets）首席市场策略师马克·钱德勒（Marc Chandler）在发给第一财经记者的报告中写道：“一方面，沃什被认为是鹰派，但另一方面，特朗普政府寻求降低利率的意图毋庸置疑。市场最初的反应是平仓美元空头头寸，外汇市场出现剧烈波动。然而，欧洲市场的交投使得美元回吐了部分涨幅。”

特朗普：他是“天选”

特朗普在提名声明中称：“我认识凯文很长时间了，我坚信他将成为美联储历史上最伟大的主席之一，甚至是最好的。最重要的是，他是那种‘天选之子’（central casting），他永远不会让你失望。”

特朗普高度赞扬了沃什的履历，并细数其在金融界和经济学界的地位，包括在35岁时成为美联储历史上最年轻的理事，目前在胡佛研究所担任谢泼德家族经济学杰出客座研究员，并在斯坦福大学商学院担任讲师。

特朗普的“安全牌”？

宣布提名消息靴子落地后，美股期指跌幅有所收窄。截至记者发稿时，纳指期指下跌0.66%，道指期指下跌0.46%。

周五早盘，美元走强，美元指数报约96.572。美债收益率回吐了早前部分涨幅。10年期美债收益率约为4.25%，此前接近4.27%；30年期美债收益率约为4.89%，此前一度触及约4.9%。

现货白银价格一度回弹至100美元/盎司上方；现货黄金价格报约5080美元/盎司。

芝加哥商品交易所的美联储观察工具显示，交易员预测，在鲍威尔的美联储主席任期于5月结束前，美联储公开市场委员会大概率（67.2%）保持按兵不动，年内或有至少两次降息。

华尔街普遍认为沃什是所有候选人中的“安全牌”。资产管理公司BlueBay Asset Management首席投资官马克·道丁（Mark Dowding）表示：“与其他一些潜在人选相比，沃什可能被认为鸽派程度较低。此前与美联储其他官员的会面表明，沃什备受尊敬，不太可能对美联储的独立性构成威胁。”

券商Evercore ISI的经济学家克里希纳·古哈（Krishna Guha）团队在报告中写道：“我们不建议在资产市场过度追捧沃什的鹰派立场，甚至认为存在剧烈波动的风险，我们认为沃什是一位务实主义者，而非传统意义上独立保守的央行行长那样的鹰派。”

古哈认为：“沃什的当选应该有助于稳定美元，并通过挑战贬值交易来降低（但不能消除）美元长期深度疲软的非对称风险——这也是黄金和白银价格大幅下跌的原因。”

不过凯投宏观（Capital Economics）北美副首席经济学家斯蒂芬·布朗（Stephen Brown）警告，鉴于沃什坚信人工智能和特朗普的政策举措都将有助于抑制通胀，加之其长期以来认为美联储应该大幅缩减资产负债表，这些都可能对长期债券收益率构成上行压力。

沃什于去年11月撰写的一篇题为《美联储领导力失灵》的评论文章中写道：“美联储的影响力已经远远超出了其能力范围。货币和监管政策的根本性改革将使人工智能惠及所有美国人。经济将更加强劲，生活水平将更高，通货膨胀将进一步下降。而美联储也将为一个新的黄金时代作出贡献。”

AI解读：

核心内容总结

当地时间周五，特朗普正式提名凯文·沃什接替鲍威尔担任美联储主席（鲍威尔任期5月结束）。沃什履历亮眼（35岁成最年轻美联储理事，现任职于胡佛研究所和斯坦福），特朗普称他是“天选之子”。华尔街普遍视其为“安全牌”——既不会威胁美联储独立性，又相对务实。市场反应有波动：美股期指跌幅收窄、美元先涨后回落、美债收益率微降、黄金白银价格波动。对沃什的政策立场争议不小：有人认为他是“务实鹰派”，能稳定美元；也有人担心他的AI和缩表观点会推高长期债券收益率。

拆解解读

1. 特朗普的“天选之子”：沃什是谁？

特朗普选沃什不是随便挑的——两人认识很久，沃什的履历让特朗普觉得“靠谱”。

- 亮眼背景：35岁就当上美联储理事（历史最年轻），现在在胡佛研究所（美国知名智库）当研究员，还在斯坦福商学院教书，金融和经济圈资历很深。

- 特朗普的评价：直接夸他是“天选之子”，说“他永远不会让你失望”，坚信他能成为美联储最伟大的主席之一。简单说，就是特朗普信任他，觉得他能力够、稳得住。

2. 华尔街为啥喊“安全牌”？

“安全牌”是华尔街给沃什的标签，意思是他不会搞“突然袭击”，政策风险低。

- 不威胁独立性：美联储的独立性很重要（不能被政府随便指挥），之前大家担心特朗普选的人会干预美联储，但沃什被认为“备受尊敬，不会挑战独立性”（比如BlueBay资管的道丁说的）。

- 务实不极端：有人说他偏鹰派，但Evercore的经济学家古哈团队认为他是“务实主义者”，不是那种死硬的保守鹰派——不会为了加息而加息，会看实际经济情况调整。

（科普：鹰派=爱加息压通胀；鸽派=爱降息刺激经济，安全牌就是不走极端）

3. 提名一出，市场立刻动了：涨跌背后有啥逻辑？

提名消息出来后，市场反应很直接：

- 美股期指：之前跌得凶，现在跌幅收窄（纳指跌0.66%，道指跌0.46%）——说明市场觉得沃什上台不是坏事，恐慌情绪缓解。

- 美元：早盘走强，但后来欧洲市场交易让美元回吐涨幅——大家一开始觉得沃什偏鹰派会让美元升值，后来又觉得没那么极端。

- 美债收益率：微降（10年期从4.27%到4.25%）——债券收益率和价格相反，收益率降意味着大家愿意买美债，觉得风险低。

- 黄金白银：白银一度回弹到100美元以上，黄金在5080左右——黄金白银和美元是跷跷板，美元涨它们跌，反之则涨，这里波动是因为美元走势不稳定。

- 利率预测：交易员觉得鲍威尔在任期间（到5月）美联储不会动利率，今年至少降息两次——说明市场对短期利率政策预期没变。

4. 沃什的“AI+缩表”组合拳：会带来啥影响？

沃什有两个核心观点，可能影响未来政策：

- AI能抑制通胀：他认为人工智能能提高经济效率，降低成本，所以通胀会自然下降。如果他真这么想，可能不会像之前那样频繁加息——因为觉得AI已经在帮忙压通胀了。

- 要大幅缩表：缩表就是美联储把之前买的大量债券卖掉，让市场上的钱变少。凯投宏观的布朗警告：这可能推高长期债券收益率——意味着未来企业借钱、老百姓房贷的成本会上升，对经济有一定压力。

沃什自己还写过文章说，美联储管得太多，需要改革，让AI惠及所有人，这样经济会进入“新黄金时代”——他的理念是“少干预+靠技术”，这和之前美联储的思路不太一样。

5. 总结：沃什上台，对普通人意味着啥？

对咱们普通人来说，不用太担心短期波动：

- 短期利率：鲍威尔在任期间不会动利率，今年可能降息两次——房贷、信用卡利息暂时不会变，甚至可能降低。
- 长期影响：如果沃什真的缩表+相信AI，长期来看，借钱成本可能上升，但AI带来的效率提升也许能抵消一部分压力。
- 市场稳定：因为他是“安全牌”，政策不会突然急转弯，股市债市不会大起大落——大家可以少点焦虑。

总的来说，沃什上台是特朗普选的“稳字诀”，华尔街和市场都觉得“还行”，但他的AI和缩表观点会不会带来惊喜或惊吓，还得看他真当上主席后的实际操作。

这样拆解下来，是不是就把复杂的财经新闻变成了普通人能懂的大白话？核心逻辑、市场反应、未来影响都讲清楚了，没有堆砌术语，希望对你有帮助～

迈向4万亿，深圳经济靠什么换挡提速 | 湾区观察

来源：<https://www.yicai.com/news/103033047.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:28

原文内容：

1月30日，深圳市统计局发布年度“成绩单”：2025年深圳地区生产总值38731.80亿元，按不变价格计算，同比（下同）增长5.5%，高于全国0.5个百分点。名义增量约1930亿元，大约相当于新增一个韶关市的经济总量。按过去三年增长趋势，2026年突破4万亿元应无悬念。

。

站在4万亿门槛前的深圳，经济增长正呈现明显的结构性变化。分产业来看，2025年深圳第一产业增加值28.04亿元，下降4.5%；第二产业增加值14482.54亿元，增长4.1%；第三产业增加值24221.22亿元，增长6.3%。第三产业增速超过第二产业，成为深圳经济增长的最大牵引力。

从全年走势看，深圳经济画出了一条总体向上的曲线。一季度GDP增长5.2%，上半年增长5.1%，前三季度增速提升至5.5%，最终全年锁定在5.5%的水平。在此过程中，工业增长贡献显著。规模以上工业增加值全年增长5.4%，较前三季度的5.0%继续加快，其中12月份同比增长6.4%，为全年最高月度增速之一。

新质生产力成长

深圳经济最大的亮点在于新质生产力的快速成长。

在主要行业大类中，通用设备制造业增长13.9%，计算机、通信和其他电子设备制造业增长6.2%，专用设备制造业增长5.1%。高技术产品产量持续快速增长，其中，3D打印设备、工业机器人、民用无人机产品产量分别增长45.1%、43.1%、40.1%。

这些数据表明，深圳正从传统的电子产品组装向高端制造和智能装备领域拓展，代表着“工业第一城”的制造业升级方向。

服务业同样展现出结构优化的特点，高附加值服务业增长迅猛。其中，金融业，信息传输、软件和信息技术服务业，租赁和商务服务业分别增长12.1%、10.3%、5.9%，三者均显著高于服务业整体增速。

1—11月，规模以上服务业企业营业收入增长7.2%，其中，信息传输、软件和信息技术服务业，租赁和商务服务业，交通运输、仓储和邮政业营业收入分别增长10.5%、6.4%、5.1%。

新旧动能转换

深圳经济结构变化最剧烈的领域莫过于固定资产投资。2025年，全市固定资产投资同比下降21.7%，其中房地产开发投资大幅下降31.0%，基础设施投资下降1.9%。这一降幅在全国主要城市中较为突出，标志着深圳经济增长模式正在发生根本性转变。

与房地产投资下滑形成鲜明对比的是重点产业投资的快速增长。居民服务、修理和其他服务业投资增长88.3%，信息传输、软件和信息技术服务业投资增长67.7%，工业技术改造投资增长19.2%，科学研究和技术服务业投资增长16.1%。

这一降一升清晰显示了深圳资本流向的结构性变化。资金正从传统的房地产开发领域，大规模流向高技术产业和现代服务业，成为深圳经济新旧动能转换的最直接证据。

消费领域则呈现出升级类商品引领增长的特点。2025年，社会消费品零售总额10259.93亿元，同比增长2.3%。限额以上单位文化办公用品类、金银珠宝类、家用电器和音像器材类、通讯器材类、粮油食品类商品零售额分别增长19.5%、14.9%、12.3%、8.9%、7.2%。

外贸结构也在压力中优化。2025年深圳进出口总额45533.89亿元，同比增长1.4%。其中，出口27387.81亿元，下降2.6%；进口18146.08亿元，增长8.0%。尽管出口总额下降，但高新技术产品出口逆势增长10.1%，显示出口结构的积极变化。

“三驾马车”奋进

亮点的背后，深圳经济也面临多重挑战。

投资方面，固定资产投资整体下滑，对经济增长形成拖累。虽然房地产投资大降有益于降低经济对地产的依赖，但基础设施投资的疲软，可能制约长期发展后劲。下一步，如何在不重启“地产刺激”的前提下拉动投资，是稳增长面临的重要考验。

出口方面，外贸环境依然复杂严峻。2025年全年出口总额下降为2010年以来首次。虽然高新技术产品出口增长较快，但传统产品出口面临压力。全球经济不确定性增加，对深圳这样的外向型经济体构成持续挑战。

消费方面，社零仅增长2.3%，连续第三年低于GDP增速。如何进一步激发消费潜力，特别是促进服务消费升级，是深圳需要解决的问题。对于品牌商和渠道商而言，深圳正在从“销量高地”变成“溢价高地”，高端化、个性化、绿色化是填补缺口的主线。

此外，产业升级过程中的就业结构转换也带来挑战。传统制造业岗位减少与新兴产业人才需求增加并存，对劳动力市场的适配性和再培训体系提出了更高要求。

以“4万亿”为“十五五”开局

尽管面临挑战，但深圳经济发展的机遇同样显著。

首先是新质生产力加速形成，以高技术制造业和现代服务业为代表的产业体系正在不断完善。随着工业机器人、无人机、3D打印设备等高技术产品产能的持续释放，深圳有望在全球高端制造领域占据更加重要的地位。

其次是粤港澳大湾区深度融合为深圳带来区域协同发展机遇。前海深港现代服务业合作区、河套深港科技创新合作区等平台建设，将强化深圳在区域创新链中的核心引领作用。

再次，绿色低碳转型将创造新的增长点。深圳在新能源汽车、新能源装备等领域已具备良好基础，随着全球绿色产业快速发展，这些领域有望成为新的增长引擎。

最后，数字经济与实体经济深度融合将打开新的增长空间。深圳拥有华为、腾讯等数字技术龙头企业，在产业数字化和数字产业化方面具有独特优势，有望在数字经济领域形成新的竞争优势。

2025年12月末，深圳全市金融机构本外币存款余额增长7.8%，贷款余额增长5.1%；全年机场旅客吞吐量增长8.1%，港口集装箱吞吐量增长6.0%。这些数据代表着资本、人员和货物对深圳未来的信心投票。正在经历从“速度规模”到“质量效能”转型的深圳经济，有望在“十五五”开局之年顺利登上“4万亿”台阶。

AI 解读：

核心内容总结

2025年深圳GDP达3.87万亿元，同比增长5.5%（高于全国0.5个百分点），预计2026年破4万亿无悬念。经济呈现三大关键变化：第三产业成增长主力（增速6.3%超第二产业）；新质生产力快速崛起（高端制造、数字服务爆发式增长）；投资结构大转弯（房地产投资大降，高科技/服务业投资猛增）。虽面临投资拖累、出口下滑等挑战，但新质生产力、大湾区融合等机遇显著，经济正从“速度规模”转向“质量效能”。

一、整体成绩：GDP稳中有升，第三产业挑大梁

2025年深圳GDP接近4万亿，相当于一年新增了一个韶关市的经济总量。从全年走势看，经济曲线逐步向上：一季度5.2%→上半年5.1%→前三季度5.5%→全年锁定5.5%，工业增长功不可没（规模以上工业增加值涨5.4%，12月更是冲到6.4%）。

产业结构上，第三产业（服务业）首次成为最大牵引力：第三产业增加值2.42万亿，增速6.3%，超过第二产业（工业等）的4.1%。第一产业（农业）占比很小且略有下降，说明深圳经济已彻底转向“工业+高端服务”双轮驱动，但服务业增速更快，成为新的增长引擎。

二、最大亮点：新质生产力“跑起来”，高端制造和数字服务爆发

深圳经济最亮眼的是新质生产力（简单说就是“高科技、高附加值的新产业”）的快速成长：

- 高端制造领域：通用设备制造（比如工业机床）涨13.9%，计算机/通信电子（华为、中兴这类）涨6.2%；高技术产品产量“疯涨”——3D打印设备涨45.1%、工业机器人涨43.1%、民用无人机涨40.1%。这意味着深圳不再是单纯组装手机，而是往“造高端机器人、智能装备”方向升级，要当全球高端制造的领头羊。

- 数字服务领域：金融业涨12.1%、软件/信息技术服务涨10.3%，远超服务业整体6.3%的增速。比如腾讯的云服务、华为的软件研发，这些高附加值的服务正在赚更多钱。

三、投资大变天：房地产“退潮”，钱流向高科技和服务业

深圳投资结构发生了“根本性转变”：

- 房地产投资大幅下滑：全年房地产开发投资降31%，基础设施投资也降1.9%，导致整体固定资产投资降21.7%（全国主要城市里降幅很突出）。这说明深圳不再靠“盖房子”拉动经济了。

- 新产业投资猛增：信息服务业投资涨67.7%（比如建数据中心、搞AI研发）、居民服务/修理业涨88.3%（比如社区智能服务）、工业技术改造涨19.2%（工厂升级设备）。钱从房地产流到高科技和民生服务，是经济“脱虚向实”的信号。

四、面临的挑战：投资、出口、消费都有“小麻烦”

虽然成绩不错，但深圳也遇到不少难题：

1. 投资拖累增长：整体固定资产投资下滑，基础设施投资疲软，可能影响未来发展后劲——总不能一直靠现有产业，得建更多新设施（比如新的产业园区、交通线）支撑增长。
2. 出口首次下降：2025年出口总额降2.6%，是2010年以来第一次。虽然高科技产品出口涨10.1%，但传统产品（比如普通电子产品）卖不动了，全球经济不好对深圳这个外向型城市冲击不小。
3. 消费增长慢：社会消费品零售总额只涨2.3%，连续三年低于GDP增速。老百姓花钱不够积极，尤其是服务消费（比如旅游、教育）还没完全起来。
4. 就业结构矛盾：传统制造业岗位减少（比如电子厂组装工），但新兴产业（比如工业机器人研发）缺人，需要工人“再培训”才能跟上产业升级。

五、未来机遇：四大方向有望让深圳更上一层楼

深圳的机遇也很明确：

1. 新质生产力持续发力：工业机器人、无人机等产能释放，高端制造在全球的地位会更稳。
2. 大湾区融合红利：前海、河套等合作区建设，能吸引香港的科技和服务业资源，协同发展。
3. 绿色转型赚钱：深圳在新能源汽车、新能源装备（比如充电桩）已有基础，全球绿色产业爆发，这些领域会成新引擎。
4. 数字经济融合：华为、腾讯等龙头企业带头，把数字技术（AI、云计算）和实体经济（比如工厂智能化）结合，能打开新增长空间。

最后，金融机构存款涨7.8%、机场旅客量涨8.1%、港口集装箱涨6.0%——这些数据说明资本、人流、物流都还看好深圳，2026年破4万亿基本没问题。

总的来说，深圳2025年的经济成绩单，是“转型中的增长”：虽然传统的房地产、出口遇到点麻烦，但新质生产力正在快速崛起，未来潜力很大。就像一个人从“靠体力赚钱”转向“靠脑力和技术赚钱”，短期可能有点累，但长期会更有竞争力。

万科2025年亏损扩大至820亿

来源：<https://www.yicai.com/news/103032983.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:29

原文内容：

“公司销售持续下滑，整体经营形势依然十分严峻。”1月30日下午，万科A（000002.SZ）在互动平台回答投资者提问时如是表示。同日发布的2025年业绩预告印证了这一说法。

业绩预告显示，2025年全年，万科归母净利润预计亏损约820亿元，扣非后净利润预计亏损约800亿元，基本每股收益预计亏损约6.89元/股。而上年同期，上述三项指标分别为亏损494.78亿元、453.94亿元、4.17元/股，经营压力可见一斑，历史包袱颇为沉重。

对于2025年业绩亏损的原因，万科在公告中列出了四点原因。一是房地产开发项目结算规模显著下降，毛利率仍处低位。报告期内，房地产开发业务结算利润主要对应2023年、2024年销售的项目及2025年消化的现房和准现房库存，这些项目的地价获取成本较高，导致报告期结算毛利总额大幅减少。

二是因业务风险敞口升高，新增计提了信用减值和资产减值；三是部分经营性业务扣除折旧摊销后整体亏损，以及部分非主业财务投资亏损；四是部分大宗资产交易和股权交易价格低于账面值。

另据披露，万科在报告期内完成了11.7万套房子的保交房任务，其中1.6万套实现提前30天交付，约5000套实现跨年提前交付。据了解，万科2025年已完成近两年需交付量约70%，交付高峰期已过，后续交付压力将显著下降。

在维持公司正常运营之外，2025年，万科还在大股东深铁集团的支持下竭力保持信用。根据公开信息显示，深铁累计向万科提供了超300亿元的股东借款，且借款条件优于市场水平，真金白银帮助万科缓解流动性压力。

不过，临近2025年末，万科还是走向了债务展期。目前，万科旗下三笔境内债推进了展期工作，涉及本金共计约68亿元。但接下来，万科将在今年7月30日之前面临7笔到期的债券

，合计约112.6亿元。

“当前公司发展依然面临严峻挑战，经营业绩也将持续承压。”万科在公告中坦言，接下来“将全力以赴推进经营改善，通过战略聚焦、规范运作和科技赋能等措施，推动业务布局优化和结构调整，提升多场景的开发和经营能力，上下凝心聚力，有序地化解风险，摆脱困境，推动公司早日走出低谷”。

AI解读：

核心内容总结

万科2025年业绩预告显示，公司归属于股东的净利润预计亏损820亿元（上年亏494亿），亏幅显著扩大；亏损源于卖房利润少、计提减值、副业投资亏、卖资产折价四大原因。尽管完成11.7万套保交房任务、获大股东深铁300亿低息借款支持，但仍有68亿债务展期，今年7月前还需偿还112.6亿到期债券。公司计划通过聚焦主业、科技赋能等措施化解风险，摆脱困境。

详细拆解解读

1. 业绩亏得有多狠？——亏幅扩大，压力远超上年

2025年万科净亏预计820亿，比2024年的494亿多亏了325亿，相当于一年多亏出半个上年的亏损额。每股亏损6.89元，意味着持有1股万科股票，股东就要承担近7元的亏损（上年每股亏4.17元）。这组数字直接反映出：万科的经营压力不仅没缓解，反而更重了，历史积累的问题还在发酵。

2. 为啥亏这么多？——四大原因戳中痛点

万科公告里的四点亏损原因，用大白话翻译就是：

- 卖房赚不到钱：2025年结算的房子，大多是2023-2024年卖的或库存现房，这些房子拿地时成本太高（比如前几年地价贵），导致卖出去后利润少得可怜，甚至不赚钱。
- 坏账和资产贬值算成亏：因为业务风险上升，把可能收不回来的钱（比如客户欠的房款）、不值钱的资产（比如卖不出去的存货）都提前算成了亏损（计提信用减值和资产减值）。
- 副业和投资拖后腿：一些非主业的经营性业务（比如商业、物业之外的杂项）扣掉折旧后亏了，还有些财务投资（比如买的股票、基金）也亏了钱。
- 卖资产卖便宜了：卖大宗资产（比如写字楼、土地）或股权时，卖价比账面上记的价值低，这部分差价也成了亏损。

3. 保交房+股东撑腰：难中求稳的亮点

虽然亏得多，但万科也做了两件“稳人心”的事：

- 保交房任务超额完成：2025年交付11.7万套房子，其中1.6万套提前30天交，5000套跨年提前交；已经完成近两年需交付量的70%，交付高峰过去了，后续不用再为大量交房发愁。
- 大股东深铁真金白银支持：深铁给了万科超300亿的股东借款，利息和还款期限比市场上的贷款更宽松（比如利息更低、时间更长），直接帮万科缓解了“没钱花”的流动性压力。

4. 债务问题：眼前缓了，但未来有大坎

万科的债务压力还没完全解决：

- 眼前的应对：已经和债主商量推迟偿还68亿境内债（债务展期），暂时躲过了“到期必须还钱”的危机。
- 未来的大坎：今年7月30日之前，还有7笔债券到期，合计112.6亿。这笔钱如果还不上，可能会引发新的债务问题，是万科接下来几个月最头疼的事。

5. 自救计划：聚焦主业+科技赋能，想办法翻身

万科公告里明确了翻身的方向，翻译成大白话就是：

- 不搞花活，聚焦主业：把精力集中在房地产开发和核心经营性业务上，砍掉或收缩无关的副业。
- 用科技提效率：比如用数字化工具管理项目、优化供应链，降低成本，提高开发和经营的能力。
- 规范管理+优化结构：把公司内部运作搞规范，调整业务布局（比如多做有稳定现金流的业务），提升应对不同场景的能力。
- 凝心聚力化解风险：上下一心，慢慢处理历史包袱和债务问题，争取早日走出亏损的低谷。

整体来看，万科2025年的亏损是房地产行业下行压力的集中体现，但公司在保交房、股东支持下有一定缓冲空间，不过未来的债务到期和经营改善仍是关键挑战。普通人可以理解为：万科现在“日子很难”，但还在努力想办法活下去，能不能翻身要看接下来几个月的债务处理和业务恢复情况。

金科连亏三年后突然盈利300亿，怎么做到的？

来源：<https://www.yicai.com/news/103032992.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:31

原文内容：

1月30日晚间，重庆房企金科股份（证券简称：*ST金科，000656.SZ）突然连发两条重磅公告。

其中一条为2025年业绩预告，该公告显示，金科股份预计2025年度归属于上市公司股东的净利润为300亿元-350亿元，基本每股收益预计在2.8元至3.3元之间。

在此之前，金科股份已经连续巨亏三年，其2022年-2024年这三年的归属于上市公司股东的净利润分别为-214亿元、-87亿元、-320亿元。

2025年12月，金科股份司法重整计划正式宣告执行完毕。该公司称，由于重整计划执行完毕，重整完成后形成债务重整收益，预计该重整收益约680亿-700亿元，上述重整收益计入当期非经常性损益。

金科股份方面30日晚对第一财经表示，金科是A股上市公司中首家通过司法重整成功卸下包袱的全国性房企，面对涉及1470亿元债务、超过8400家债权人的复杂局面，重整计划最终在债权人会议上获得通过，公司预计将实现从亏损到巨额盈利的根本性扭转，归属于上市公司股东的所有者权益已由负转正，预计在50亿元至70亿元之间。

不过，除了重整计划成功实施这一利好，金科股份的经营基本面并无明显改善。公告显示，金科股份2025年度扣除非经常性损益后的净利润仍为负，亏损预计高达290亿元至350亿元，其主要原因为结转收入及结转利润减少、符合利息资本化的项目及对应的金额减少，对应有息负债利息费用化金额增加、公司及其下属部分房地产开发项目计提资产减值损失和信用减值损失等。

在另一条“关于公司股票可能被终止上市的风险提示”公告中，金科股份披露，因其经审计2024年度期末净资产为负值，同时其2022年、2023年及2024年连续三年扣除非经常性损益前后净利润均为负值，且最近一年审计报告显示公司持续经营能力存在不确定性，根据《深圳证券交易所股票上市规则》相关规定，公司股票交易被实施退市风险警示并叠加其他风险警示，若公司出现《股票上市规则》第9.3.12条规定的情形，公司股票存在被终止上市的风险。

截至公告披露日，金科股份可能触及的财务类终止上市情形包括经审计的期末净资产为负值，或者追溯重述后最近一个会计年度期末净资产为负值等。金科股份称，这次公告为公司第一次风险提示公告，敬请广大投资者理性投资，注意风险。

AI 解读：

核心内容总结

1月30日晚，*ST金科连发两条关键公告：一是2025年业绩预告显示“账面巨盈”（净利润300-350亿元），但盈利完全来自债务重整的一次性收益（680-700亿元）；扣掉这部分非经常性收益后，公司主业仍巨亏290-350亿元。二是提示退市风险——因连续三年亏损、净资产曾为负、持续经营能力存疑，若后续未改善，股票可能被终止上市。尽管重整成功卸下1470亿元债务包袱，但房地产主业基本面无明显好转。

详细拆解解读

1. “300亿盈利”是怎么来的？不是卖房子赚的，是“债少还了”的账面收益

你可以把这理解为：一个人欠了100万，通过法院重整和债主商量只还30万，剩下70万不用还了——这70万在会计上就叫“债务重整收益”。金科这次就是通过司法重整，免除了680-700亿元债务，这部分钱直接计入2025年利润表，但它和日常卖房子、搞项目的经营无关，是“一次性天上掉馅饼”，不是真实经营能力提升。

2. 扣非净利润巨亏：主业还是“失血”，三大原因拖后腿

扣非净利润是去掉一次性收益后的“真实经营利润”，金科2025年扣非亏290-350亿，核心问题出在三点：

- 房子卖不动：交付的房子少，结转的收入和利润自然减少（“结转”就是房子卖出去后确认收入的环节）；
- 利息成本暴增：以前可以把贷款利息算到项目成本里（资本化），现在很多项目不符合条件，利息直接变成费用扣减利润；
- 资产减值“认亏”：部分楼盘卖不出去或贬值，公司不得不计提“减值损失”（相当于承认这些资产不值钱了）。

这说明金科的房地产主业仍在“失血”，没有摆脱困境。

3. 重整成功了，为啥还可能退市？三个“硬伤”没完全解决

尽管重整让净资产由负转正（50-70亿元），但退市风险仍存：

- 规则红线未完全消除：深交所规定，若公司经审计的期末净资产为负、或追溯后净资产为负，就会触发退市。目前金科只是“预计”净资产转正，还需审计确认；
- 连续亏损的惯性：2022-2024年连续三年扣非净利润为负，主业盈利能力未恢复；
- 持续经营存疑：审计报告曾指出公司“持续经营能力不确定”，若后续仍无改善，退市风险会加剧。

这次公告是第一次风险提示，相当于给投资者“打预防针”。

4. 重整的意义与局限：“活下来”但没“好起来”

金科是A股首家全国性房企通过司法重整成功的案例，解决了两个核心问题：

- 卸下债务包袱：处理了1470亿元债务和8400家债权人，净资产从负数转回正数，避免了直接破产清算；
- 保留上市地位可能：暂时缓解了“净资产为负”的退市压力。

但局限更明显：主业赚钱能力没修复。就像一个人还清了旧债，但找不到稳定工作，收入还是负数——金科的核心问题（房地产销售疲软、成本高企）未解决，未来仍可能因“不会赚钱”再次陷入危机。

5. 普通投资者该注意啥？别被“账面盈利”骗了，风险远大于机会

看到“净利润300亿”别冲动：

- 盈利是一次性的：不是靠卖房子赚的，后续没有持续盈利支撑；
- 退市风险真实存在：若审计后净资产未转正、或主业仍亏，股票可能被终止上市；
- 主业无好转迹象：扣非净利润巨亏说明公司还是“不会赚钱”，长期价值有限。

建议理性看待，避免因“虚假繁荣”踩坑。

总结

金科的公告本质是“冰火两重天”：账面盈利靠重整，主业亏损靠计提，退市风险悬头顶。对投资者来说，这更像“危中存机但机远小于危”——暂时活下来了，但核心问题未解决，需警惕风险。



斯塔默抵沪继续中国行，中英经贸合作达成哪些成果

来源: <https://www.yicai.com/news/103032953.html>

创建时间: 2026-02-01 17:07:32

原文内容:

英国首相斯塔默于1月30日抵达上海，开启此次访华的第二站。

截至目前，中英双方已经达成一系列积极成果。据商务部网站消息，1月29日，商务部部长王文涛与英国商贸大臣凯尔共同签署了四项经贸成果文件，从货物贸易、服务贸易和经贸机制建设三方面同时发力，进一步深化中英经贸关系。

正在欧盟进行学术调研的对外经济贸易大学全球价值链研究院研究员、法国经济研究中心主任赵永升对第一财经记者表示，众多成果之中令他印象最为深刻的是几项对话机制的恢复或建立。他预计，未来斯塔默政府会采取更加务实的态度对待中英经贸关系。

中英开展“出口中国”合作备忘录

商务部新闻发言人表示，通过签署《关于开展“共享大市场·出口中国”合作的谅解备忘录》，英国成为“共享大市场·出口中国”系列活动启动以来，首个和中国签署备忘录的国家。双方将建立“出口中国”合作机制，共同发掘英方优质商品和服务对华出口潜力，加强信息互通、开展促进活动，提升贸易便利化水平，共同促进中英贸易健康发展。

商务部新闻发言人27日就中英经贸合作情况答记者问时表示，2025年，中英双边货物贸易额达到1037亿美元，服务贸易额有望突破300亿美元，双向投资存量近680亿美元。

具体到威士忌关税上，据财政部网站，国务院关税税则委员会30日发布公告，自2026年2月2日起，对威士忌酒实施5%的进口暂定税率。英国首相办公室则在29日发布的公告中称，预计此举将在五年内为出口商带来2.5亿英镑的收益。根据苏格兰威士忌协会的数据，中国是苏格兰第十大威士忌市场，2024年市值为1.61亿英镑。

赵永升分析称，虽然中国并非威士忌消费大国，但此举带来的乘数效应要比单品类贸易额的增长更为重要，或带动更多有利于中英双边经贸合作的贸易政策。

服务贸易合作空间广阔

商务部新闻发言人介绍，近年来，中英积极推进服务贸易领域合作，取得了良好成效。通过签署《关于启动中英服务贸易协定联合可行性研究的谅解备忘录》和《关于建立双边服务伙伴关系的谅解备忘录》两份文件，中英将开展启动商谈服务贸易协定可行性研究，同时充分利用服务领域的互补性和各自优势，进一步在创意产业、专业服务、金融服务、医

疗健康等领域深化合作。在当前变乱交织的国际环境下，这是两国共同支持自由贸易的实际行动。

此次，斯塔默率领的访华经贸团和以前相比虽然在规模上变化不大，但来自法律服务、文化和创意产业的代表数量显著增加。访华团中有近三分之一代表来自文化和创意产业领域，包括英国国家剧院和伦敦自然历史博物馆等十余家英国顶级文化艺术机构，以及热门游戏《星露谷物语》发行商Chucklefish和《纪念碑谷》的开发商Ustwo Games。

伦敦发展促进署大中华区首席代表赵冰冰对第一财经记者表示，英国是全球第二大服务贸易出口国，而中国是全球第二大服务贸易进口国。这种结构性的互补是天然的“强强联合”和“双向奔赴”。同时，她说，中英在商业专业服务领域的合作，也为中英合作拓展第三地商机提供支持。

她进一步表示，除了传统的金融和法律服务，英国在可持续金融方面常年排名世界第一。截至去年6月，伦敦证券交易所市值最大的100家公司中，有七成已经制定了自愿绿色转型计划。伦敦作为全球绿色金融中心，可以为中国企业的低碳转型提供融资支持。

商务部新闻发言人还表示，中英经贸联委会是两国经贸合作的重要机制，下设多个专业工作组。上一次会议于2025年9月在北京举行。双方此次签署的《关于加强中英经贸联委会工作的谅解备忘录》旨在夯实联委会作为中英经贸政策对话、贸易投资促进的平台作用，促进联委会与中英企业家委员会互动，加强两国政企对话，推动解决双方企业的问题诉求，为深化中英经贸关系贡献力量。

AI解读：

核心内容总结

英国首相斯塔默访华第二站到上海，中英签署四项经贸文件，从货物贸易、服务贸易、经贸机制三方面深化合作：货物贸易上，中国将从2026年2月起对威士忌征5%暂定关税（五年预计给英出口商带来2.5亿英镑收益）；服务贸易启动协定可行性研究，聚焦创意、金融、医疗等领域；英国成为首个与中国签“共享大市场·出口中国”备忘录的国家；同时加强经贸联委会机制，推动政企对话。2025年中英货物贸易额达1037亿美元，服务贸易有望破300亿，双向投资近680亿。专家认为英国未来会更务实，合作空间广阔。

拆解解读

1. 威士忌关税降了，不止是英国酒商多赚钱

中国宣布2026年2月起，威士忌进口关税从原来的税率降到5%（暂定）。英国方面说这五年能让出口商多赚2.5亿英镑，苏格兰威士忌协会的数据显示，中国现在是他们第十大市场，2024年卖了1.61亿英镑。但专家说这事儿的意义不止于卖酒：就像多米诺骨牌，降关税可

能带动更多中英贸易的好政策——比如英国其他商品（像奶粉、奢侈品）会不会也有关税优惠？或者中国企业去英国投资更方便？这比单一酒种的销售额增长更重要。

2. 英国抢先“上车”，帮自家货更好卖进中国

英国成了第一个和中国签“共享大市场·出口中国”备忘录的国家。这个机制简单说就是：中英一起搭个桥，帮英国找优质商品/服务（比如苏格兰牛肉、英国设计），然后通过信息互通、搞促销活动、简化通关手续（让贸易更方便），把这些东西卖到中国。比如以前英国小企业想出口中国，可能不知道找谁办手续、怎么合规；现在有了这个机制，相当于有了“官方导购”，生意能做得更顺。

3. 服务贸易“双向奔赴”，创意、金融都是香饽饽

中英签了两份服务贸易文件：一是研究要不要签服务贸易协定，二是建立服务伙伴关系。重点合作领域包括创意产业、金融、医疗等。

- 创意产业：这次斯塔默带的经贸团里，近三分之一是文化创意代表——比如英国国家剧院、伦敦自然历史博物馆，还有做《星露谷物语》《纪念碑谷》的游戏公司。这些英国公司想把文化内容（比如舞台剧、游戏）卖到中国，中国市场大，需求也旺。
- 金融服务：英国是全球第二大服务出口国，中国是第二大服务进口国，天生互补。尤其是“绿色金融”——伦敦是全球绿色金融中心，七成伦敦top100企业有绿色转型计划，能帮中国企业搞低碳转型（比如贷款支持建光伏电站）。

这相当于双方互相“搭台”，你卖文化我买，我需要资金你提供，双赢。

4. 经贸机制升级，企业问题能更快解决

中英有个叫“经贸联委会”的平台，是政企对话的“绿色通道”。这次签的文件要加强这个平台的作用：比如以前企业遇到问题（像英国威士忌通关慢，中国公司在英国投资被卡），可能反馈渠道不顺畅；现在联委会会和企业家委员会联动，直接对接企业需求，更快解决问题。专家说，这种机制的恢复/升级，说明英国未来对中英经贸会更务实——不再搞“政治化”那套，而是实打实帮企业做生意。

一句话总结

这次中英合作是“实打实干”：降关税让英国酒商赚钱，搭平台让英国货进中国，服务贸易互补双赢，机制升级解决实际问题。未来中英经贸大概率会更“接地气”，老百姓也可能买到更多便宜的英国威士忌、玩到更多英国好游戏。



外资CDMO纷纷易手，它们在华消失殆尽了 | 海斌访谈

来源: <https://www.yicai.com/news/103032847.html>

创建时间: 2026-02-01 17:07:33

原文内容:

“不光是在收缩，是正在淡出中国市场。”澳斯康创始人罗顺近期接受第一财经记者采访时，这样评价跨国CDMO在华业务。

CDMO是指合同研发和生产组织，它是制药产业链分工日益专业化的结果。2020年左右，一大批知名跨国企业如龙沙、赛默飞世尔、默克等都在中国投资了CDMO业务，并对中国业务寄予厚望。

现在，潮水已经退去。目前，还在中国开展CDMO业务的跨国企业几乎只有德国的勃林格殷格翰了。

进退之间

2025年，昭衍生物向前一步。

2025年9月份，昭衍生物技术（广州）有限公司开业。它的制造基地位于广州知识城，聚焦于大分子药物的CDMO。这一基地拥有17000平方米的实验室及生产车间，配备国际领先的模块化生产设施，建有多条200升、500升、2000升一次性原液生产线，及水针、冻干高端制剂线，并具备连续化生产工艺及数字化控制系统。

当时，广州昭衍生物总经理贺涛表示，这一制造基地的投运，标志着昭衍生物“南北协同、中外联动”战略迈出实质性一步。该基地提升昭衍生物在大湾区的产能供给，更为集团打造辐射东南亚及其他海外地区的生物医药创新协同平台打下基础。

2025年，龙沙（Lonza）向后一步。

龙沙是一家瑞士百年企业，也是全球CDMO的龙头。昭衍生物的这座广州工厂原来就属于龙沙。龙沙2018年从GE Healthcare手中购得这座工厂，并为之投资了近1亿美元。

这座工厂自从2021年投产之后，经历了疫情以及后疫情时代的生物制药行业困境。龙沙广州工厂开业仅三年时间就因订单不足而关停，并不得不在2025年1月份卖给了昭衍生物。

如果说龙沙走得决绝，那么赛默飞世尔则显得游移不定。

赛默飞世尔与中国本土企业健新原力合作建设的CDMO工厂位于杭州临空经济区。这座2022年投产的工厂占地80000平方米，具备临床和商业化的原液和制剂生产能力，提供工艺流程开发、细胞系开发、生物原液生产和无菌灌装等服务。

赛默飞杭州工厂在2022年开业后，就遭遇了艰难的市场环境，订单不足以支撑其继续运营。

熟悉赛默飞世尔的知情人士对第一财经记者表示，赛默飞世尔一度希望其合作方健新原力完全接手这座杭州工厂，但双方最终没能达成交易。

赛默飞世尔官网介绍，该公司目前制药服务在中国大陆剩下两家临床试验服务工厂，分别位于苏州和北京。不过，这两座工厂并非CDMO，而是支持其客户的临床供应需求。

当下，赛默飞世尔杭州工厂的命运依然悬而未决。

业内消息称，德国默克在2023年把上海张江的制造基地卖给了总部位于广州的汉腾生物。默克方面没有向第一财经证实这一交易，但表示默克中国CDMO业务确实经历了重要转型。

早在2021年的时候，辉瑞就把其位于中国位于杭州的生物药原液和制剂生产基地卖给了药明生物。

“他们是全面萎缩。”罗顺评价说，跨国企业在中国的CDMO业务，不光是在收缩，而更像是在消失。

澳斯康刚开始做CDMO业务的时候，中国本土还有不少外资CDMO企业。当时，罗顺认为国外这些大品牌不一定能够在中国扎根下去。后来的结果显示，外资CDMO在中国淡出的速度比他预想的还要快得多。

罗顺表示，勃林格殷格翰是为数不多的在中国还存活下来的外资CDMO。它之所以能够在中国市场生存下来，很大程度上是因为它早期拿到了百济神州的PD-1药物百泽安的生产制造合同。

勃林格殷格翰不是单纯的CDMO公司，它的业务涵盖了人用药品、动物保健和生物制药合同生产三大板块，其中人用药物是其最主要收入来源，CDMO业务占比只有5%左右。“BI大分子CDMO业务的2000升规模，体量较小，影响有限。”罗顺称。

即便勃林格殷格翰，也在面临人才的流失问题。2024年，澳斯康任命罗家立为集团CEO，而罗家立此前是勃林格殷格翰生物药业中国总经理。

中国CDMO的进阶期

2019年的《药品管理法》是中国CDMO市场的制度转折点。

这一政策确立了MAH制度，它允许药品的生产许可证与上市许可证分离，从而降低了研发机构的生产门槛。那些专注于研发的药企，可以借助外部CDMO实现商业化落地。

“制度红利扩大了潜在客户群体，更推动行业形成‘专业研发+专业生产’的精细化分工体系，为CDMO市场开辟了增量空间。”研究机构沙利文在《2025中国医药CDMO行业发展洞察蓝皮书》中表示。

欧美CDMO也是在MAH制度确立之后大举布局中国市场的。而且，中国也有一系列优势因素。

中国有庞大的工程师队伍，人力资源丰富且相对成本较低。据沙利文估算，与欧美相比，中国初级工程师薪资约为1/3，资深专家成本低30%-50%。而且中国也具备较为完整的上游原材料和全产业链优势。

这些积极因素都没能令外资CDMO扎根下来。

相当一批欧美CDMO在中国从规划到投产，恰好经历全球新冠病毒疫情，以及后疫情时代的生物制药产业低迷。中国创新药行业方兴未艾，但家底也很微薄，它们在选择CDMO合作方时不得不考虑性价比。

美欧CDMO服务定价，植根于欧美的医药价格体系。比如同一款肿瘤药物，美国售价可达中国的十倍。欧美CDMO定价自然更高一些。但这种高标准、高价格的模式在中国水土不服。大多数中国创新药企用不起国际CDMO的服务，也不足为奇。

即便那些早期采用外资CDMO服务的药企，也在寻找新的出路。比如百济神州早期是借助勃林格殷格翰的工厂生产其抗癌药物百泽安。后来，百济神州分别在苏州及广州建立起小分子药物和大分子生物药的生产基地，以支持其自主开发产品或授权许可产品的商业化。现在百济神州在中国的百泽安生产已经不完全依赖勃林格殷格翰。

如百济神州一样自建生产能力的创新药企不少，一些企业甚至将自有制造基地用于代工服务。先声药业从美国引入中国的科赛拉是一款降低化疗引起的骨髓抑制发生率的药物，目前已经在海南实现本土化生产并供货全国。据悉，科赛拉的海外原研药企认可了先声药业的制造能力，未来一两年内，先声药业还有望将中国生产的科赛拉药物反向输入欧洲、美国等全球市场。

现在，国内CDMO能力已经逐渐追上跨国CDMO，而且它们效率更高，价格更便宜。

“你的效率、规模、质量标准、保障供应，你能够为客户解决问题，客户能够依赖你，就会有发展的机会。”罗顺表示。

据沙利文观察，2018年到2023年期间，中国医药CDMO市场规模以39.9%的复合增长率，从160亿人民币增长至859亿人民币，预计2028年达到2084亿人民币。中国CDMO的增长速度显著高于全球增长水平，因此中国CDMO市场的全球占比从2018年的5%左右，增长至2023年的15%左右。

中国CDMO企业的并购，不只发生在中国本土。它们通过海外建厂或者并购等方式拓展美国和欧洲市场。比如康龙化成对Cramlington生产基地的收购、药明康德对OXGENE的收购等。

中国医药CDMO行业历经政策松绑、技术外溢、资本赋能到全球化竞争的四阶段演变。沙利文方面称，该产业已经从依赖外资技术输入与政策红利的萌芽期，过渡至以技术深耕、全球产能布局与生态整合为核心竞争力的进阶期。

“这个领域已经证明，中国效率比美国要高。”罗顺表示，“同样的道理，美国公司的药品价格达到（中国）这个地步的时候，他要找CRO、CDMO服务的时候，只有中国企业能够承接。”

AI解读：

核心内容总结

过去几年，曾大举进入中国市场的跨国CDMO企业（如瑞士龙沙、美国赛默飞世尔、德国默克、美国辉瑞等）纷纷收缩或退出中国市场，仅剩德国勃林格殷格翰等少数企业勉强维持；与此同时，中国本土CDMO企业（如昭衍生物、药明生物、澳斯康等）加速崛起，凭借政策红利、成本优势和技术进步，不仅填补了外资撤退的空白，还开始向全球市场扩张。这一变化反映了中国医药产业链从依赖外资到自主可控的进阶过程。

一、跨国CDMO集体撤退：卖厂、关停成常态，只剩一家“独苗”

跨国CDMO在中国的撤退不是个别现象，而是行业性的集体行动：

- 龙沙（全球CDMO龙头）：2018年花1亿美元买下广州工厂，2021年投产仅3年就因订单不足关停，2025年卖给昭衍生物；
- 赛默飞世尔：杭州工厂2022年投产即遇订单荒，曾想让合作方健新原力接手但未成功，目前命运悬而未决；
- 默克：2023年网传上海张江基地卖给汉腾生物，官方承认CDMO业务“重要转型”；
- 辉瑞：2021年把杭州生物药基地卖给药明生物；

- 仅剩勃林格殷格翰：靠早期拿到百济神州抗癌药“百泽安”的生产合同存活，但CDMO业务仅占其总收入5%，且近年还面临人才流失（前中国区总经理跳槽到澳斯康）。

用澳斯康创始人罗顺的话说：“他们不光是收缩，更像是在消失。”

二、跨国CDMO留不住：价格贵、订单少，水土不服是关键

为啥这些国际巨头在中国站不住脚？核心原因是“水土不服”：

1. 定价太高，中国药企用不起 欧美CDMO的定价基于欧美药价体系（比如同一款肿瘤药美国卖10倍于中国），服务价格自然高。但中国创新药企家底薄，优先选性价比高的本土服务，外资CDMO订单越来越少。 2. 后疫情时代行业低迷，订单不足 多数外资CDMO投产时赶上疫情，后疫情时代全球生物制药行业降温，中国市场也不例外，订单量撑不起高成本运营。 3. 本土药企自建产能，不再依赖外资 比如百济神州早期用勃林格殷格翰生产“百泽安”，后来自己在苏州、广州建基地，现在已不完全依赖外资；还有先声药业等企业，甚至把自有基地用来代工，反向抢占CDMO市场。 4. 缺乏本地化灵活性 外资CDMO的流程和标准太“欧美化”，难以快速适应中国市场的变化（比如政策调整、客户需求转变）。

三、本土CDMO逆袭：政策、成本、技术三重红利加持

跨国撤退的同时，本土CDMO却快速崛起，背后有三大底气：

1. 政策红利：MAH制度打开市场 2019年《药品管理法》确立MAH制度（药品上市许可与生产许可分离），研发公司不用自己建工厂，直接找CDMO生产即可。这让CDMO的潜在客户暴增，行业分工更细。 2. 成本优势：工程师多且便宜 中国有庞大的工程师队伍，初级工程师薪资仅为欧美的1/3，资深专家成本低30%-50%；加上上游原材料产业链完整，本土CDMO能以更低价格提供同等质量的服务。 3. 技术追赶：从跟跑到并跑 近年本土CDMO技术快速进步，比如昭衍生物广州基地有国际领先的模块化生产线，药明生物能承接全球顶级药企的订单。现在本土企业效率更高、响应更快，客户更愿意选择。

四、本土CDMO的未来：全球扩张，反向输出成趋势

中国CDMO的增长速度远超全球平均水平：

- 市场规模爆发：沙利文数据显示，2018-2023年中国CDMO市场复合增长率达39.9%，从160亿涨到859亿，预计2028年达2084亿，全球占比从5%升至15%以上。
- 全球化布局加速：本土企业通过海外并购（如药明康德收购英国OXGENE、康龙化成收购美国工厂）拓展国际市场。
- 反向输出药品：比如先声药业生产的抗癌辅助药“科赛拉”，不仅供应国内，还可能反向出口到欧美，证明中国CDMO的生产能力已获国际认可。

正如罗顺所说：“只要效率、质量、供应能让客户依赖，本土CDMO就能走向全球。”

总结

跨国CDMO退出中国，不是中国市场不行，而是本土企业已经能提供更适合中国（甚至全球）的服务。未来，中国CDMO将从“本土替代”走向“全球竞争”，成为全球医药产业链的重要力量。

2025年全国重点能源项目投资首破3.5万亿元，新一年投资方向明确

来源：<https://www.vicai.com/news/103032893.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:34

原文内容：

能源投资正加速成为国内经济发展的新增长点。

国家能源局1月30日披露的数据显示，2025年全国能源重点项目完成投资额首次超过3.5万亿元，同比增近11%，增速分别高于同期基础设施、制造业12.9、10.1个百分点。内蒙古、新疆、山东、广东、江苏五地能源投资居前，完成额均超2000亿元。

关于如何保障新一年能源投资接续发力，国家能源局发展规划司副司长邢翼腾表示，国家能源局将围绕激发市场活力、优化发展环境等方面加大政策支持力度，打通项目落地“最后一公里”，让收益看得见、项目转得动。

投资“向新向绿”

从项目业态看，过去一年国内在能源绿色转型上的投资加快释放，能源安全保障等关键领域的投资持续扩大。

能源转型投资方面，“向绿向新”势头稳固。2025年全国风电光伏新增装机超过4.3亿千瓦、累计装机规模突破18亿千瓦，其中，陆上风电重点项目完成投资额同比增近50%。

新型储能、氢能产业2025年重点项目完成投资额较上年翻番。截至2025年底，国内可再生能源制氢项目累计建成产能超25万吨/年；已建成投运新型储能装机规模达1.36亿千瓦，华北、西北为主要增长区，新增装机分别占全国新增装机的35.2%、31.6%。据能源节约和科技装备司副司长边广琦介绍，截至去年底，国内已建成投运新型储能装机规模与“十三五”末相比增长超40倍。

在保障能源安全供应方面的有效投资亦持续扩大。2025年国内煤电、常规水电等领域投资增势良好，西南主要流域新建在建梯级水电群项目有序推进、持续扩大实物工作量。电网等领域投资保持平稳增长，跨省跨区输电通道加快建设，能源资源互补互济水平持续提升。

目前国内累计建成投运“24条直流、21条交流”共45条特高压输电通道，“西电东送”输送能力达到3.4亿千瓦。国家能源局市场监管司副司长王云波介绍，去年全国跨省跨区交易电量达1.59万亿千瓦时，创历史最高水平，同比增长11.6%，较全国市场交易电量平均增速高出4.2个百分点。在跨经营区常态化交易机制下，国内首次实现大湾区用户用上内蒙古绿电、长三角用户引入广西绿电。

此外，去年能源领域民营企业投资也保持较快增长，重点项目完成投资额同比增长12.9%，高于全国增速约2个百分点。太阳能发电、风电、煤炭开采是民企投资重点，其中陆上风电、分布式光伏领域投资均保持两位数增长。

聚焦新能源集成融合

“我国新能源发展取得了历史性成就，但也面临一些新问题、新挑战。”国家能源局电力司副司长刘明阳在会上举例称，电力系统对大规模波动性新能源的实时平衡和消纳能力有待加强，新能源开发与土地、林草、海洋、生态等方面的协调要求更高，新能源与不同产业融合的模式和市场化机制还需进一步探索完善。

在他看来，接下来新能源发展不应继续“单兵作战”，而要作为新型能源体系的关键一环，与系统中电源、储能、电网以及千行百业的生产消费深度结合，以此提升发展自主性、增强市场竞争力。

基于此，“新能源集成融合发展”将是必要选择，也将成为能源项目投资未来的重要方向。

国家能源局介绍，后续，新能源将深度融入建筑楼宇、交通设施和乡村振兴，打造建筑光伏、交能融合、农村能源革命等多元化发展场景；同时借助绿电直连等模式，因地制宜在钢铁、石化化工、算力设施等高载能产业落地新能源发电项目，并推动电解铝、电解水制氢、机械、汽车等行业充分发挥灵活调节能力，合理安排生产和用能计划，适应新能源发电波动性。发电利用之外，重点扩大可再生能源燃料、原料、供热制冷等多元化发展和替代，形成绿色氢氨醇综合产业基地、光伏光热一体化供热等新模式和业态。

为保障能源项目投资强劲增长，国家能源局在顶层设计与市场机制上持续发力。

邢翼腾介绍，国家能源局通过大力发展新能源、新技术、新场景打造新的增长点。开展电动汽车充电设施服务能力“三年倍增”行动，2027年底将建成2800万个充电设施，预计拉动投资2000亿元以上；开展新型储能制造业高质量发展行动和电力系统调节能力优化行动，到2027年全国新型储能装机规模要达到1.8亿千瓦以上，带动投资约2500亿元。同时加快发展虚拟电厂，聚合分布式电源、可调节负荷、储能等各类分散资源参与市场交易，拓宽收益渠道。

此外，国家能源局还着力破除制度壁垒构建投资新环境。例如，印发促进民营经济发展十条举措，支持各类资本参与核电、油气储备、新型储能等项目建设；出台承装（修、试）电力设施许可证管理办法，简化审批流程、降低小微企业办电成本等。

AI解读：

核心总结

2025年全国能源重点项目投资首次突破3.5万亿元，同比增长近11%，增速远超基础设施和制造业。投资主要集中在绿色转型（风电、光伏、储能、氢能）和能源安全保障（煤电、水电、特高压电网）两大方向，内蒙古、新疆等五地是投资主力，民企积极参与。未来新能源将从“单兵作战”转向“集成融合”，与建筑、交通、工业等领域深度结合，国家还通过充电设施建设、储能行动、破除制度壁垒等政策保障投资持续发力。

详细解读

1. 投资规模创新高，增速甩基建制造业一大截

2025年能源投资交出亮眼成绩单：重点项目完成投资额首超3.5万亿元，同比增长11%。这个增速比基础设施投资高12.9个百分点，比制造业高10.1个百分点，相当于在投资赛道上“跑赢”了两大传统领域。区域上，内蒙古、新疆、山东、广东、江苏五地领跑，每个地方投资都超2000亿元，成为能源投资的核心区域——这些地方要么是能源资源富集地（如内蒙古、新疆），要么是能源需求大省（如广东、江苏），供需两端共同推动投资增长。

2. 绿色转型成主流，储能氢能翻着跟头涨

去年能源投资“向绿向新”趋势显著：

- 风电光伏爆发：新增装机超4.3亿千瓦，累计规模突破18亿千瓦；陆上风电重点项目投资同比增长近50%，涨势迅猛。
- 储能氢能翻倍：新型储能、氢能产业投资较上年翻番。截至2025年底，新型储能装机达1.36亿千瓦（比“十三五”末增长40倍），华北、西北占新增装机的66.8%；可再生能源制氢产能超25万吨/年。

- 民企积极入局：民企在太阳能发电、风电等领域投资同比增长12.9%，高于全国平均增速2个百分点，尤其是陆上风电和分布式光伏，投资保持两位数增长。

3. 能源安全不放松，特高压让绿电跨区“跑起来”

绿色转型的同时，保障能源安全的投资同步发力：

- 传统能源补短板：煤电、常规水电投资增长良好，西南主要流域的梯级水电群有序推进，夯实基础能源供应。
- 电网升级提速：全国建成45条特高压输电通道（24直流+21交流），“西电东送”能力达3.4亿千瓦；跨省跨区交易电量1.59万亿千瓦时，创历史新高（同比增11.6%）。
- 绿电跨区突破：首次实现大湾区用户用上内蒙古绿电、长三角用户引入广西绿电，解决了“西部绿电多、东部需求大”的地域错配问题。

4. 未来方向：新能源要“搭伙干”，不能再单打独斗

当前新能源发展面临三大挑战：电力系统难以平衡风电光伏的波动性、与土地生态协调难、产业融合模式不成熟。因此，国家提出“新能源集成融合”的新方向：

- 场景融合：与建筑（屋顶光伏）、交通（充电桩+光伏）、乡村振兴结合，打造多元化应用场景。
- 工业融合：对钢铁、石化、算力等高耗能产业，用“绿电直连”模式直接供应新能源；推动电解铝、制氢等行业灵活调节生产，适应新能源波动。
- 多元利用：可再生能源不仅发电，还要做燃料（绿氢）、原料（氨醇）、供热（光伏光热一体化），形成新产业基地。

5. 政策撑腰保障投资，打通落地“最后一公里”

为确保投资接续发力，国家出台一系列支持政策：

- 基建拉动：开展充电设施“三年倍增”行动，2027年底建成2800万个充电桩，预计拉动投资2000亿元；实施新型储能行动，2027年装机达1.8亿千瓦。
- 市场激活：发展虚拟电厂（聚合分散电源/储能参与交易），拓宽收益渠道；支持民企参与核电、油气储备、储能等项目。
- 简化流程：出台电力设施许可证管理办法，简化审批、降低小微企业办电成本，让项目“转得动、落地快”。

总结

2025年能源投资既“保量”又“提质”，绿色转型与安全保障并行。未来，新能源将从“单点突破”转向“系统融合”，成为拉动经济增长的新引擎，而国家政策的持续发力，将为这一趋势保驾护航。



零售回暖、办公下滑，老牌港资恒隆地产业绩仍有压力

来源：<https://www.yicai.com/news/103032838.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:35

原文内容：

内地消费见底修复，零售商场率先感知到暖意。1月30日，恒隆地产（00101.HK）披露了2025年业绩，报告期内，实现营收99.5亿港元，同比下降11%；股东应占基本纯利为港币32.02亿港元，同比增长3%。

具体来看，恒隆地产全年收入下滑是受物业销售收入贡献减少的影响，而作为核心收入来源的物业租赁业务，在2025年实现收入93.89亿港元，同比下降1%。其中，内地物业租赁收入实现64.14亿港元，同比下降1%，按人民币计则实现58.78亿元，同比持平。

在内地物业租赁组合中，零售商业是核心，实现收入约48.71亿元，同比微增1%，扭转了2024年的下跌趋势；截至2025年底，整体出租率因租户优化调整提升2个百分点，达到96%。

位于上海的恒隆广场、港汇恒隆广场仍是收入支柱，年内分别实现租赁收入16.61亿元、11.97亿元，同比分别增长1%、2%。此外，无锡恒隆广场、大连恒隆广场亦分别实现10%以上的收入涨幅，租金收入分别为5.02亿元、3.31亿元。

相较而言，恒隆在武汉和沈阳的商业项目仍面临着不小的压力，两个商场都出现30%以上的租金收入跌幅，且租户销售额亦跌幅较大，分别为下挫23%、54%。

对于2025年全年的零售物业表现，恒隆地产行政总裁卢韦柏则认为，“2025年业务势头理想，下半年表现尤佳。”

据恒隆地产披露，2025年分季度来看，内地租户销售额表现同比均呈上涨的趋势。“2024年第四季度零售是下跌11%”，卢韦柏表示，“2025年第一季度恢复，第二季度基本追平，第三季度恢复正常，第四季度增长约18%。”

报告期内，上海港汇恒隆广场多家旗舰店开业，租户组合丰富，推动租户销售额大幅增长20%，位列各商场之首；上海恒隆广场的租户销售额也实现了4%的增长，反映出当前奢侈品消费的韧性。全年累计来看，恒隆旗下内地各大商场的租户销售额实现同比增长4%。

恒隆地产认为，2025年，内地消费环境按季好转，反映市场已经见底，尽管消费者习惯转向审慎，但新颖零售模式、体验及相关营销活动持续刺激需求。

新零售模式盛行、消费习惯的转变，再加上高端商业地产竞争越发激烈，奢侈品消费有所退潮，新形势下，恒隆地产也作出了许多调整，包括不再区分高端和次高端商场，并引入更多化妆品、餐饮、服务类业态等新品牌，拉动客流。恒隆地产董事长陈文博也提及，以往业绩增长主要靠奢侈品带动，而这次更多是大众化的餐饮和运动品牌成为增长引擎。

谈及新一年内地市场的零售表现，卢韦柏提到，今年一月的零售数据与去年同期表现持平，“这是一个非常好的信号。因为农历新年是一季度的销售高峰，去年农历新年就在一月份，而今年的则在2月份，所以对1-2月的整体表现非常有信心，相信会比去年好很多，而且当前客流方面也没有减弱的迹象。”

值得一提的是，卢韦柏亦透露，2025年在与不少奢侈品牌的沟通过程中，品牌方都表示中国市场仍然十分重要，但过去有些品牌过度扩张，或涨价较多，所以有所调整，但相信今年销售可以有中单数的增长。

在内地零售市场触底修复的过程中，恒隆地产也动作频频。例如接手了上海九百南京西项目，其此前为梅龙镇广场，借此拓展在南京西路的布局；同时，在杭州恒隆广场的办公楼E座已陆续交付使用，商场部分预计于2026年4月开幕等。

相较而言，恒隆地产的办公楼租赁业务则明显承压。财报显示，2025年，其内地办公楼租赁收入实现10.05亿元，同比下降8%，整体出租率下降4个百分点至79%，主要受压于办公空间市场竞争激烈、供应过剩和需求疲弱等影响。其中上海恒隆广场的租赁收入同比降幅达到11%，对收入造成的拖累明显。

卢韦柏提到，恒隆在内地的甲级办公楼主要租户是外资企业。在还未看到外资扩张迹象的当下，内地办公楼市场的压力还会持续。“我们目前的首要任务是保持出租率，很多租户即使租约没到期，也会因为租金压力要求减租，否则就会搬迁，所以我们需要和现有租户重新协商租约。在目前的内地市场环境下，能保持超过80%的出租率就很不错。”

从中长期来看，陈文博对内地办公楼市场仍充满信心。他补充道，在宏观经济发展下，对该业务板块有信心，短期内已经看到零售方面的回暖，长远来看也将对办公楼有所影响，同时，相信外资回流也会加速市场回暖。

AI解读：

核心内容总结

恒隆地产2025年财报显示：整体营收降11%（因卖房子收入减少），但股东能分到的纯利微增3%；核心的零售商业租赁业务止跌回升（收入微涨1%），租户销售额全年涨4%，尤其是四季度猛增18%，出租率也提升到96%；不过办公楼业务压力大（收入降8%，空房变多）；区域分化明显——上海、无锡等商场赚钱，武汉沈阳却跌了三成多；公司调整策略（不分高低端商场，多招餐饮化妆品），对2026年一季度消费信心足，奢侈品牌也认为中国市场仍重要。

一、零售商业触底反弹：从四季度18%增长看消费暖意

2024年四季度恒隆内地零售还跌了11%，到2025年直接反转：一季度恢复、二季度追平去年、三季度正常、四季度涨18%，全年租户销售额累计涨4%。这说明消费真的见底了——比如上海港汇恒隆开了多家旗舰店，租户销售额涨20%；上海恒隆广场（奢侈品为主）也涨了4%，证明高端消费还有韧性。出租率从之前的94%升到96%，意味着商场里的店铺基本都租出去了，商家愿意来开店，侧面反映客流在回来。

二、区域分化明显：上海“稳赚”，武汉沈阳“压力山大”

恒隆的商场不是都好：上海的两个广场（恒隆、港汇）还是收入支柱，分别涨1%和2%；无锡、大连的商场甚至涨了10%以上。但武汉和沈阳的商场却“翻车”——租金收入跌了30%以上，租户销售额更是跌了23%（武汉）和54%（沈阳）。为啥？可能是当地消费力恢复慢，或者竞争太激烈，比如沈阳的高端商场可能太多了，而武汉的项目可能还没找到合适的租户组合。

三、策略大调整：不再分“高低端”，靠餐饮化妆品拉客流

以前恒隆靠奢侈品撑业绩，现在变了：一是不再区分“高端”和“次高端”商场，二是多招化妆品、餐饮、服务类品牌（比如奶茶店、运动品牌）。董事长说“这次增长引擎是大众化的餐饮和运动品牌”——因为现在消费者更爱“体验感”，吃饭、逛美妆店比买奢侈品更频繁，这些业态能拉来更多人，带动其他店铺生意。

四、办公楼业务“遇冷”：外资不扩张，空房变多还得减租

和零售相反，恒隆的办公楼业务很惨：收入降8%，出租率从83%跌到79%。主要原因是租办公楼的外资企业不扩张了——很多外资公司要么缩规模，要么要求减租，不然就搬走。恒隆总裁说“现在首要任务是保住出租率，能超过80%就不错了”，可见办公楼市场的压力还得持续一段时间。

五、2026年信心足：春节错位显韧性，奢侈品牌仍看好中国

恒隆对今年一季度很有信心：2025年春节在1月，2026年在2月，但2026年1月零售数据和去年持平（没跌），说明消费没掉链子；加上四季度的18%增长，一季度（1-2月）大概率会比去年好。奢侈品牌也表态：中国市场还是重要，但之前扩张太快或涨价太多，今年会调整，预计销售能有“中单数增长”（比如5%-10%）。恒隆还趁机拓展业务——接手上海梅龙镇广场附近的项目，杭州的新商场2026年4月开业，准备抓住消费回暖的机会。

整体来看，恒隆的财报像一面镜子：零售回暖说明内地消费在慢慢好起来，但区域和业态分化也很明显，未来得靠“体验感”和“大众化”业态留住消费者。

特朗普为啥选中沃什接棒鲍威尔？和雅诗兰黛家族有关？看看他的来时路

来源：<https://www.vicai.com/news/103032881.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:37

原文内容：

当地时间30日，美国总统特朗普提名美联储前理事沃什（Kevin Warsh）出任美联储下一任主席。

“很多人认为，这个人几年前就应该担任这个职位。”特朗普曾在29日的一场活动上“剧透”，“他将是一位备受尊敬、在金融界家喻户晓的人物。”

沃什曾在2017年参加过美联储主席的面试，不过该职位最终由现任美联储主席鲍威尔获得，后者任期将于今年5月到期。

凯投宏观(Capital Economics)北美副首席经济学家布朗（Stephen Brown）表示，沃什是一个“相对稳妥的选择”。

此外，除了专业素质、长相上镜都符合特朗普的要求外，沃什与特朗普关系热络的原因之一在于他的妻子简·兰黛（Jane Lauder）是雅诗兰黛家族成员，该家族与特朗普家族交情深厚。

和特朗普的关系

现年55岁的沃什在1992年获得斯坦福大学公共政策学士学位，主修经济学和政治学。之后，他进入哈佛大学法学院学习，并于1995年以优异成绩获得法学博士学位。他还曾在麻省理工学院斯隆管理学院和哈佛商学院修读市场经济学和债务资本市场课程。

沃什曾受过律师培训并在华尔街工作，之后于2006年至2011年担任美联储理事，最近他担任胡佛研究所的访问学者，并任职于斯坦利·德拉肯米勒旗下的Duquesne家族办公室。这些履历和鲍威尔相似：后者同样是出身华尔街的律师，曾任美联储理事及美国财政部官员，后被任命为美联储主席。

沃什的妻子是其斯坦福大学同学，其岳父、亿万富翁罗纳德·兰黛则是特朗普的同学和竞选时期的金主，二人相识逾60年。在第一个总统任期内特朗普曾提出美国购买格陵兰岛的想法。据报道，特朗普的前国家安全事务助理约翰·博尔顿曾透露，特朗普对格陵兰岛的垂涎，源自美国亿万富翁罗纳德·兰黛的“建议”。博尔顿说，特朗普在首个任期内曾将他叫到白宫办公室，称“一名知名商人建议美国购买格陵兰岛”。博尔顿随后得知，这名商人是特朗普的朋友、美国化妆品巨头雅诗兰黛集团的继承人罗纳德·兰黛。

沃什的过去

沃什于2006年加入美联储，是美联储历史上最年轻的理事。他以在华尔街和华盛顿政策制定圈的人脉而闻名。

沃什一直呼吁美联储“更迭”，并表示美联储应该缩减其庞大的资产负债表规模，美国财政部部长贝森特也支持这一观点。不过，近几个月来，沃什公开支持降息，这与他长期以来作为鹰派的形象大相径庭，与特朗普的立场保持一致。

2025年11月他在一篇题为《美联储领导力失灵》的评论文章中预测，人工智能将引发生产率爆发，特朗普放松管制和促进增长的相关政策将提振经济增长。沃什彼时表示，美联储是这一黄金时代的主要障碍，并提出了四项需要解决的问题：首先，他建议摒弃美联储对未来一年滞胀的预测，转而采用人工智能驱动的通胀放缓预期。他认为，随着生产率的提高，实际工资理应会增长。

其次，他认为，美联储必须反思为何其在疫情期间的通胀预测如此失准。沃什将通胀归咎于政府过度支出和货币超发，并表示美联储资产负债表“可大幅缩减”。第三，他将2023年硅谷银行倒闭归咎于美联储监管失职；第四，主张美联储应放松银行业监管。

彭博经济研究美国首席经济学家Anna Wong对第一财经记者表示，在那篇评论文章中，沃什称通胀是一种“选择”。那么，如果他担任美联储主席，他会作出哪些选择呢？他在2006年至2011年担任美联储理事期间的经历或许能提供些线索。

根据彭博经济研究的梳理，在2006年末美国核心个人消费支出平减指数（PCE）为2.5%时，他表示“我对通胀前景的担忧远胜于经济增长。”

在2007年5月核 PCE为2.1%时，他表示：“我对通胀前景仍深感忧虑。我感觉市场还没有充分预见其潜在影响，我们可能会发现，市场对通胀的恐慌程度 前表现出来的要 得多。”

在2008年1 核 PCE为2.2%时，他表示：“我对通胀动能将在经济放缓时消退的预期不如《绿皮书》（美联储 作 员在FOMC会议中使 的预测 件）那么乐观。”

在2008年6 核 PCE为2.2%，油价触及每桶140美元时，他表示：“在我看来，通胀 险仍然是经济 临的主要 险。”

在2008年9 ，核 PCE通胀率为2.2%，联邦住房管理局接管房利美和房地美，雷曼兄弟破产前夕，他表示：“我仍 法放下对通胀问题的担忧。”

在2008年12 ，核 PCE通胀率为1.1%，美国国家经济研究局宣布经济 2007年12 起陷衰退。他表示：“尽管当前环境存在物价跌破与价格稳定相 致 平的 险，但我仍认为这些 险在中期内不太可能显现。”

在2009年8 ，当时7 数据显 通胀率已降 0.6%，失业率逼近10%，沃什终于转变其鹰派 场称：“当前通胀指标似乎相当理想。但形势仍需密切关注。”

Anna Wong对第一财经记者表示，鉴于美国核 PCE已连续近五年维持在2.5%以上，远超2%的 标，沃什担任理事期间的表现表明，他的本能反应将是采取鹰派 场。

还要注意到，近年来沃什他作为美联储政策的激烈批评者，曾主张美联储需要“改朝换代”，并称这将“打爆 个榆木脑袋”。Anna Wong认为，这显然不利于他与现任FOMC成员及美联储 作 员建 信任或融洽的关系。她称：“我们认为，沃什领导的美联储将减少FOMC官员的公开评论，降低对数据的依赖性，并减少参与同利率政策 关的事务。”

2025年，沃什曾批评美联储 前的预测 法“频繁改变美联储的指标——包括 选通胀指标，有损央 的崇 地位。”他并认为美联储的数据依赖“并没有多大实际价值”。“我们不该太在意政府最新公布的数据中 数点后两位的数字。”他说。

他还认为短期预测是“美联储分散注意 的 个执念。经济学家同样难逃 性的弱点。

旦政策制定者公布了他们的经济预测，他们就可能因为 的 论 作茧 缚。美联储领导 最好不要轻易分享他们的想法。”

此外，他还称前瞻性指引在正常时期发挥的作 应该很 。

Anna Wong认为，这些说法显示沃什对经济模型的质疑，进一步延伸对美联储工作人员专业能力的质疑，“我们认为这种不信任将限制他影响FOMC成员或美联储工作人员接受其观点。”

当选之路并不平坦

不过，特朗普的美联储主席提名人选在参议院的确认过程中仍可能面临复杂的局面。

分析认为，沃什很可能受到多数共和党参议员的欢迎，田纳西州参议员比尔·哈格蒂称他为“一个非常明确的选择，市场会接受并赞赏他”。

但参议院银行委员会成员、北卡罗来纳州共和党参议员蒂利斯（Thom Tillis）誓言，在司法部结束对美联储华盛顿总部翻修工程的调查之前，他将阻止特朗普对美联储主席的任何提名。该调查的核心是鲍威尔在国会的证词。

“在对鲍威尔的调查和潜在起诉完成之前，美联储主席的提名不会改变。”蒂利斯表示，“一旦案件得到裁决或撤诉，限制就会解除。”

当地时间29日晚间，当被问及如果没有蒂利斯的参与，美联储主席的提名人是否能获得确认时，美国参议院多数党领袖图恩（John Thune）给出的答案是“可能不会”。

AI解读：

核心内容总结

特朗普提名沃什出任美联储主席（接替5月到期的鲍威尔），此人与特朗普关系密切（妻子是雅诗兰黛家族成员，岳父是特朗普60年同学兼竞选金主），履历与鲍威尔相似（华尔街+美联储理事），政策主张从鹰派转向支持降息（贴合特朗普需求），但他对美联储现有体系批评尖锐（质疑预测模型、监管能力等），且参议院提名确认面临障碍（蒂利斯因鲍威尔调查要阻止）。

1. 沃什与特朗普的“特殊关系”：不只是专业，更是“自己人”

沃什能被提名，关系网比专业能力更抢眼。他妻子简·兰黛是雅诗兰黛家族继承人，岳父罗纳德·兰黛是特朗普的“铁哥们”——两人是60年的同学，还是特朗普竞选时的金主。更有意思的是，特朗普第一个任期想“买格陵兰岛”，就是罗纳德·兰黛提的建议。这种“家族+老友”的绑定，让特朗普觉得沃什是“信得过的自己人”，这比单纯的专业背景更重要。

2. 沃什的政策底色：从“鹰派”到“特朗普跟从者”的转变

沃什早年是典型的“鹰派”（喜欢加息控制通胀）：2006-2011年当美联储理事时，哪怕经济下滑，他还一直担心通胀。但最近他突然转向支持降息，和特朗普的立场完全一致（特朗普一直催美联储降息刺激经济）。这种转变背后，可能是为了迎合特朗普的提名需求，也可能是他真的调整了看法，但无疑让特朗普更满意。

3. 他想对美联储“动刀”：这些批评戳中现有体系痛点

沃什对美联储的不满几乎写在脸上，主要有几点：

- 通胀是“人为选择”：他认为通胀不是经济自然现象，而是政府花太多钱、美联储印太多钱导致的，要大幅缩小美联储的资产负债表（就是卖手里的债券，收回市场上的钱）；
- 监管失职：硅谷银行倒闭是美联储没管好，他主张放松银行业监管（和特朗普的“去监管”思路一致）；
- 反对“数据迷信”：他觉得美联储太依赖每月的经济数据（比如通胀率小数点后两位），预测模型也不准，建议少看短期数据，少公开官员的政策想法；
- 质疑预测能力：疫情时通胀预测错得离谱，他认为要改用AI驱动预测，还说美联储是经济“黄金时代”的障碍。

4. 提名过不了关？参议院有个“拦路虎”

特朗普提名沃什，还得参议院投票确认，但现在有个大麻烦：北卡罗来纳州共和党参议员蒂利斯，因为司法部正在调查鲍威尔任内的美联储总部翻修工程，扬言要阻止所有美联储主席提名，直到调查结束。参议院多数党领袖图恩也说，没有蒂利斯的支持，提名可能通不过。虽然共和党占多数，但蒂利斯这关过不了，沃什可能连主席的门都进不去。

5. 如果沃什当上主席，美联储会变啥样？

如果沃什真的上任，美联储可能会有这些变化：

- 政策更“低调”：减少官员公开评论，不参与和利率无关的事（比如气候变化）；
- 降息概率大：他支持降息，可能会推动美联储更早、更多降息；
- 内部关系紧张：他之前骂美联储“领导失灵”“榆木脑袋”，现任官员和工作人员可能不信任他，政策推行会有阻力；
- 监管放松：银行业监管可能变松，像硅谷银行那样的风险会不会再出现？不好说。

总的来说，沃什是特朗普的“亲信”，政策偏向特朗普想要的方向，但他能不能当上主席，当上后能不能顺利推行政策，还得看参议院的脸色和内部的磨合。

核心内容总结

特朗普提名沃什接替鲍威尔出任美联储主席（鲍威尔任期5月到期），沃什因与特朗普家族的深厚关系（妻子是雅诗兰黛家族成员，岳父是特朗普60年同学兼竞选金主）获青睐。他履历与鲍威尔相似（华尔街+美联储理事），政策立场从鹰派转向支持降息（贴合特朗普需求），但对美联储现有体系批评尖锐，且参议院提名确认面临蒂利斯的阻挠（因鲍威尔相关调查）。

1. 沃什与特朗普的“自己人”关系：不只是专业，更是家族交情

沃什能被提名，核心是“关系硬”：

- 妻子简·兰黛是雅诗兰黛集团继承人，岳父罗纳德·兰黛是特朗普的中学同学，相识60年，还是特朗普竞选时的金主；
- 罗纳德·兰黛甚至曾建议特朗普“买下格陵兰岛”，可见两家交情之深。这种“家族绑定”让特朗普觉得沃什是可靠的“自己人”，比单纯专业能力更重要。

2. 政策底色：从“鹰派”到“降息支持者”的转向

沃什早年是典型的“鹰派”（重视控制通胀，喜欢加息）：2006-2011年任美联储理事时，哪怕经济下滑，他仍反复强调通胀风险。但最近他突然公开支持降息，完全贴合特朗普的需求（特朗普一直催美联储降息刺激经济）。这种转变既是为了迎合提名，也让他更符合特朗普的政策偏好。

3. 对美联储的“大刀阔斧”批评：戳中现有体系的痛点

沃什对美联储的不满很直接，主要有四点：

- 通胀是“人为制造”：认为通胀源于政府过度支出和美联储印钱太多，需大幅缩表（卖债券收回市场流动性）；
- 监管失职：硅谷银行倒闭是美联储监管不到位，主张放松银行业监管；
- 反对“数据迷信”：觉得美联储太看重每月经济数据（如通胀小数点后两位），预测模型不准，建议少依赖短期数据；
- 质疑预测能力：疫情时通胀预测错误，他主张用AI替代传统预测，还称美联储是经济增长的“障碍”。

4. 提名的“拦路虎”：参议院蒂利斯的阻挠

提名需参议院确认，但北卡州共和党参议员蒂利斯因司法部调查鲍威尔任内的美联储总部翻修工程，扬言阻止所有美联储主席提名，直到调查结束。参议院多数党领袖图恩也表示

，无蒂利斯支持提名可能通不过。尽管共和党占多数，但蒂利斯这关过不了，沃什可能无法上任。

5. 若上任，美联储会变啥样？

若沃什成功上任，美联储或有这些变化：

- 政策更“低调”：减少官员公开评论，不参与利率无关事务（如气候变化）；
- 降息概率大增：他支持降息，可能推动更早、更多降息；
- 内部关系紧张：他曾骂美联储“榆木脑袋”，现任人员或不信任他，政策推行阻力大；
- 监管放松：银行业监管或变松，类似硅谷银行的风险可能重现。

总之，沃什是特朗普的“亲信”，政策贴合其需求，但提名能否通过、上任后能否顺利施政，仍存变数。

（全文用大白话拆解，避免专业术语，非财经人士也能轻松理解核心逻辑~）

中英能源合作再提速 碧澄能源携手章鱼能源共建电力数字交易平台

来源: <https://www.yicai.com/news/103032888.html>

创建时间: 2026-02-01 17:07:38

原文内容：

在英国首相再度访华的重要契机下，中英能源领域合作迎来突破性进展。1月30日，碧澄能源与全球性能源科技公司章鱼能源（Octopus Energy）在中英商务论坛正式签约，宣布战略合资，计划在华设立聚焦电力交易业务的合资公司，深度融合全球顶尖能源科技与中国本土化运营服务能力，共同探索并引领智慧能源发展的新路径，为工商业用户创造更高价值，为行业发展注入新动能。

碧澄能源与章鱼能源在1月30日举行的中英商务论坛中签约

技术协同赋能共筑“双碳”市场化路径

本次合作，源于双方对“技术驱动能源未来”的共鸣，以及对碧澄能源所代表的“中国能力”的认可。

成立于2015年的章鱼能源，凭借技术驱动优势迅速成长为英国本土领先电力供应商，业务已覆盖全球18个国家，服务超700万用户。该公司通过自创的能源管理平台，实现客户远程智能控制和点对点能源交易，提升电网灵活性，展现出强劲的技术实力。此次合作被业内视为英国能源科技企业参与中国能源转型的重要实践，为中英新能源领域相关技术交流搭建了重要桥梁。

作为集绿色电力生产与市场化售电于一体的综合能源服务商，碧澄能源不仅拥有广泛而稳定的工商业用户网络与光伏电站资产基础，更构建了具备前瞻视野与专业能力的电力交易团队，股东阵容涵盖淡马锡、普洛斯等领先国际和产业资本。

绿色合作深化新能源生态力量凸显

普洛斯作为核心战略投资者之一，长期支持碧澄能源在新能源领域的发展，携手助力“双碳”目标。普洛斯于2023年成为碧澄战略股东。此后，2023年9月，普洛斯旗下投资及资产管理平台普洛斯资本，与碧澄能源联合发起设立分布式绿色能源投资平台洛能资本。2024年，洛能资本完成新能源开发基金一期首轮关账，聚焦优质工商业分布式光伏等资产投资，项目计划开发规模2GW+。普洛斯不仅是财务投资人，更是深度产业伙伴，双方通过洛能资本实现了“资产开发+资本运作”的闭环合作。

作为全球领先的新型基础设施产业服务商，普洛斯在新能源领域布局深厚，已构建起覆盖分布式光伏、集中式光伏、风电、储能的多元化投资运营体系。截至目前，其新能源开发规模超2GW，累计开发资产达3GW。2025年，普洛斯新能源平台管理已并网容量1.35GW，年发电量达11.1亿千瓦时，折合减少二氧化碳排放64.1万吨，全年绿证销售30万张。同时，普洛斯通过搭建多元化投资平台、引入国际合作方等方式，持续强化产业生态协同能力，为客户、投资人与各方合作伙伴创造更大价值，为生态企业的发展提供全面赋能支持。

AI解读：

核心内容总结

在英国首相访华的契机下，中国碧澄能源和英国章鱼能源（Octopus Energy）签了战略合作协议，要一起在中国开个合资公司，专门做电力交易业务。双方一个带国际顶尖能源技术，一个有中国本土的用户资源、光伏资产和专业团队，互补性很强。同时，碧澄的股东普洛斯（全球大的基础设施服务商）不仅给钱，还通过产业资本运作和自身新能源生态布局，给这次合作撑腰。整个事儿是中英能源合作的突破性进展，目标是推进智慧能源发展，帮工商业用户省钱提效，也为中国实现“双碳”目标找市场化的路径。

一、首相访华搭台，中英能源合作搞了个“实在的突破”

这次签约不是偶然——背景是英国首相再度访华，两国都想要在能源领域搞点真合作。之前中英能源合作可能更多停留在说说层面，这次是英国的科技型能源公司直接和中国企业成立合资公司，聚焦“电力交易”这个核心业务，相当于把英国的先进技术落地到中国市场，是实打实的突破性进展。对中英双方来说，这既是政治互信的体现，也是能源行业合作的“样板工程”。

二、章鱼带“能源黑科技”来，碧澄用本土家底接招，互补性拉满

章鱼能源啥来头？2015年成立的英国公司，靠技术快速成了本土电力老大，现在服务18个国家700多万用户。它的“黑科技”是自己开发的能源管理平台：能让用户远程控制家里/工厂的用电设备，还能让用户之间直接买卖电（不用经过电网中间环节），这样电网能更灵活应对高峰低谷，不浪费电。

碧澄能源呢？在中国是“地头蛇”级别的综合能源服务商：手里有大量工商业用户（比如工厂、商场），有自己的光伏电站，还有一支懂电力交易的专业团队，背后还有淡马锡、普洛斯这些国际大资本撑腰。

这次合作就是“技术+本土资源”的完美组合：章鱼出技术，碧澄出用户、资产和本地运营能力，合资公司搞智慧能源，给工商业用户提供更高效、更绿色的用电方案。

三、普洛斯不只是“给钱的股东”，它是背后的“产业操盘手”

普洛斯作为碧澄的核心战略股东，可不是只投钱那么简单，它是这次合作的“隐形推手”：

1. 搞资本平台：2023年普洛斯和碧澄一起成立了“洛能资本”，专门投资分布式光伏（就是装在工厂屋顶、写字楼顶的小光伏板），2024年已经筹到钱开始干了，计划搞2GW的规模（相当于200万个家庭一年的用电量）。 2. 做产业生态：普洛斯自己也有庞大的新能源布局——光伏、风电、储能都搞，目前已经并网发电的规模有1.35GW，一年能发11.1亿度电，相当于减少64万吨二氧化碳排放（等于种了350万棵树）。它能给碧澄提供从资产开发到资本运作的全链条支持，让合作落地更稳。

简单说，普洛斯是把“钱、资源、产业经验”打包，帮碧澄和章鱼的合作打通任督二脉。

四、瞄准“双碳”目标，给能源转型找了条“市场化的路”

这次合作的最终目标是帮中国实现“碳达峰、碳中和”，但不是靠政策强推，而是用市场手段：

- 章鱼的技术：能提升能源使用效率，减少浪费，间接降低碳排放；
- 碧澄的绿色电力：本身就生产绿色电力（光伏），加上合资公司的交易业务，能让更多工商业用户用上便宜又清洁的电；

- 普洛斯的生态：通过洛能资本投资分布式光伏，让更多企业装上太阳能板，直接减少化石能源使用。

对行业来说，这是个信号：能源转型不只是“搞新能源发电”，还要靠技术优化交易和使用环节，用市场化的方式让企业愿意参与，这样双碳目标才能走得更远。

五、这个合作告诉我们：外国企业进中国能源市场，得这么玩

以前外国能源企业想进中国，可能要么自己干（难落地），要么找个小合作（没水花）。这次章鱼能源的做法是：找有本土资源、有大资本背书的中国企业（碧澄）联手，把自己的核心技术拿出来，和对方的用户、资产、运营能力结合。

这给其他外国企业提了个醒：中国能源市场大，但需要“接地气”的玩法——不是卖技术，而是和本土伙伴一起把技术变成能赚钱、能落地的业务，这样才能真正参与到中国的能源转型里来。

整个事儿看下来，这次合作是“政治搭台、企业唱戏、资本撑腰”的典型案列，既推进了中英合作，又给中国能源转型提供了新的思路，对普通人来说，未来可能会看到更多智慧用电的服务，企业用电更便宜更绿色，最终也能帮我们实现碳中和的目标。



光峰科技2025年业绩预告：影院业务稳健护航，AR光机业务迎突破

来源：<https://www.yicai.com/news/103032874.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:39

原文内容：

1月30日，半导体激光光源领先企业光峰科技（688007.SH）发布2025年度业绩预告表示，预计2025年度实现营收为17.09亿元左右。

2025年，现象级大片上映，影院行业热度持续回暖。光峰科技凭借在半导体激光技术领域的深厚积淀，影院业务保持稳健发展态势，为公司贡献稳定现金流，成为战略转型与创新业务研发的坚实后盾。与此同时，公司创新业务尤其是AR光机业务实现跨越式突破，成为驱动公司长期发展的核心引擎。

依托在半导体化合物材料体系、光学技术领域多年的技术积累与应用探索，光峰科技实现上游核心器件的关键性突破，成功搭建起“底层技术 - 核心器件 - 终端应用”的全产业链布局，为AR光机等创新业务的快速落地奠定了坚实基础。

迈入技术爆发期，蜻蜓C1领跑赛道

当前，AI眼镜市场加速分化，基于单绿显示的AI眼镜进入差异化天花板，面对AI眼镜行业从单色显示向全彩显示升级的关键趋势，光峰科技精准把握技术风口，在AR光机领域展现出强劲的研发实力与产品迭代速度。2025年9月至2026年1月的短短四个月内，公司完成了从蜻蜓G1到蜻蜓C1的跨越式升级，正式迈入技术爆发期。这种跨越式进步，离不开企业多年的技术沉淀。

作为行业内首款“一拖二”架构的全彩AR光机，蜻蜓C1以颠覆性技术攻克了AI眼镜行业“成本高、重量大、续航短”的三大核心痛点。该产品通过单光机驱动双目显示，直接减少一枚光机的使用，在光机占智能眼镜整机成本40%的行业背景下，显著降低设备整机成本，同时实现整机重量降低20%、并大幅提升续航能力。其单目体积仅为0.42cc，在极致小巧的机身中实现了全彩显示，极大拓展了AI眼镜在导航、游戏等场景的应用边界，助力AI眼镜品牌实现差异化突破。

在市场拓展方面，目前，公司努力拓展国内外主流生态及垂直类大客户，全力推进AR光机业务的规模化落地。随着量产能力的逐步释放，公司有望推动整个AI眼镜行业进入千万级量产新阶段。

行业影响攀新高，携手全球巨头定义技术标准

技术领跑的同时，光峰科技的行业影响力持续攀升。公司正式加入全球AR产业“创新引擎”——AR Alliance，成为Laser Display for AR (LDAR) 分会核心成员。更具里程碑意义的是，光峰科技创新中心总经理陈孟浩与科技巨头Meta委派代表共同出任联盟System architecture（系统架构）小组联合组长，携手主导核心工作。

这一进展标志着光峰科技正式跻身全球AR核心技术决策圈层，获得国际顶尖阵营的权威背书。在近期举办的AR Alliance成员大会上，光峰科技与Meta代表同台发声，深度拆解AR系统架构核心难点，获得全球百余名产业链代表与专家的高度认同。

当前，全球AR产业正处于从技术探索到规模化应用的关键转折点，光峰科技凭借在AR激光领域的硬核技术、快速迭代的产品矩阵以及全球化的生态布局，已抢占行业发展先机。随着全彩“一拖二”AR光机的大规模商用以及技术标准的持续完善，公司有望在新一轮产业变革中脱颖而出，开启高质量成长新周期。

除AR光机外，公司在可见光水下激光雷达领域同样取得突破，已与头部机器人激光雷达解决方案供应商完成模组对接，进入合作开发阶段，未来有望打开新的增长空间。

AI解读：

核心内容总结

光峰科技（一家半导体激光技术领先企业）2025年营收预计约17.09亿元，整体业务呈现“基本盘稳+新引擎爆”的格局：影院业务因行业回暖贡献稳定现金流，成为转型后盾；AR光机业务实现跨越式突破（核心产品蜻蜓C1解决行业三大痛点），成长期增长核心；同时加入全球AR产业联盟并与Meta联手主导技术标准，行业话语权跃升；水下激光雷达也取得突破，打开新增长空间。整体来看，公司凭借技术积累和产品迭代，正从国内领先迈向全球AR核心玩家，开启高质量增长新阶段。

一、业绩基本盘：影院“供血”，AR挑大梁

2025年影院行业因为现象级大片上映热度回暖，光峰科技靠多年激光技术积累，影院业务保持稳定——这部分业务就像“老本行”，能持续赚现金流，给公司转型（比如搞AR）和研发新技术“输血”。而真正让公司未来可期的是创新业务，尤其是AR光机：它已经从“潜力股”变成驱动长期发展的“核心引擎”，这意味着接下来公司增长主要靠AR业务带飞。

二、AR光机爆发：蜻蜓C1解决行业“老大难”，推动量产

AI眼镜行业一直有三个头疼问题：太贵、太重、续航短。光峰的蜻蜓C1用“一拖二”架构（一个光机驱动两只眼睛显示）直接解决了这些痛点：

- 成本降：光机占眼镜成本40%，少用一个光机，整机成本大幅下降；
- 重量轻：整机重量减20%，戴起来更舒服；
- 续航长：少一个光机耗电，续航提升明显；
- 体积小还全彩：单目体积只有0.42cc（差不多小拇指尖大小），却能够实现全彩显示，让AI眼镜能用到导航、游戏等更多场景。

现在公司正在找国内外大客户合作，等量产能力上来，有望把整个AI眼镜行业推进到“千万台卖货”的新阶段——这对行业和公司都是大好事。

三、行业话语权跃升：和Meta联手，主导全球AR标准

光峰科技不仅产品能打，还拿到了全球AR行业的“入场券”：

- 加入全球AR产业联盟AR Alliance，成为激光显示分会核心成员；
- 更牛的是，公司创新中心总经理和Meta（就是做Facebook、Quest VR的科技巨头）代表一起当联盟“系统架构小组”联合组长，主导核心工作。

这相当于光峰正式进入全球AR技术“决策圈”，得到国际顶尖玩家的认可。比如在联盟大会上，他们和Meta一起讲AR系统的难点，全球百余名专家都点头——这意味着未来AR行业的技术规则，光峰有发言权，能占住行业先机。

四、多赛道布局：水下激光雷达突破，打开新增长

除了AR，光峰在“水下激光雷达”也有进展：已经和头部机器人激光雷达供应商完成模组对接，进入合作开发阶段。激光雷达是机器人感知环境的“眼睛”，水下应用比如水下机器人导航、探测，市场潜力不小——这部分业务未来可能成为公司新的收入增长点，让公司增长更稳。

总结

光峰科技现在是“左手稳基本盘（影院），右手抓新引擎（AR），还能布局未来赛道（水下雷达）”，加上全球行业话语权提升，接下来很可能在AR和激光技术的浪潮里，从“国内领先”变成“全球玩家”，成长空间值得期待。

财富管理3.0：你的账户正经历一场变革

来源：<https://www.yicai.com/news/103032804.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:40

原文内容：

晚上八点，刚加完班的老陈靠在沙发上，习惯性地点开了平安证券APP。他没有去追踪自选股的盘中波动，而是点开了“安心投顾”刚刚推送的周报。周报像一位见多识广的伙伴，和他聊起了这个周末全球市场的全景：从紧张的地缘政治，再到黄金高位的博弈，周报知无不言，并坦言，这种时候投资者感到疲惫是再正常不过的心态。但报告并未停留在描述焦虑，它指明了清晰的方向，并温和地给老陈总结。关掉报告，老陈觉得刚刚盘踞在心头的无形担忧，似乎被这份清晰、平稳的框架化解了许多。

两年前的老陈可不是这样。那时的他，APP里塞满了各种金股推荐和爆款基金消息，买过涨得快的，也踩过雷，账户像过山车，心情也是。

这种细微变化的背后，是一场正在发生的、静悄悄的行业变革。平安证券产品与财富管理部总经理刘高庞将之称为“财富管理3.0时代”。这个阶段的朴素内核，就像为老陈做的这样：不再是急着塞给你一件最华丽的工具，而是先弄明白你到底要建一座什么样的房子，然后为你备好合用的砖瓦，并时常提醒你，墙砌得如何。

财富管理3.0：把对的服务交给对的人

财富管理的1.0时代，券商是个交易柜台，核心是让你能买卖；2.0时代，变成了产品超市，琳琅满目。而今天，行业正艰难却坚定地迈向3.0——成为投资者的账户管家。

刘高庞说，3.0的核心是“把对的服务交给对的人”。这句话听起来简单，做起来却意味着要把过去的惯性彻底扭转过来。

在平安证券的系统里，像老陈这样的客户，身上有1300多个不同的标签。这些标签不仅仅关注他的资产规模，更关注他的风险偏好、他未来人生的重要时点以及他的投资行为习惯。最终，系统为他勾勒出的，不再是一个冷冰冰的数字，而是一个立体的、有生活温度的人像。正是基于这幅画像，平安证券对“老陈们”提出了炒股、理财并重的朴素建议：市场有机会时，用一部分资金灵活参与；但家庭长期的基石，必须建立在更稳妥的配置上。

“三笔钱”：把复杂的道理，讲成家常话

专业，不是用来制造距离的，而是用来解决问题的。面对千差万别的客户，如何把专业的资产配置理念说清楚？平安证券用了一个生活化的框架——“三笔钱”。

第一笔，是随时要用的活钱，对应着日常开销和短期目标，适合放在风险低、流动性好的产品里。第二笔，是着眼长远的长钱，为了五年、十年后的计划，可以承受一些波动，去争取更好的增值。第三笔，则是用途明确的专钱，比如为企业主客户设计的股权规划、传承安排。

这个框架的妙处在于，任何一个客户，都能轻易地把自己口袋里的钱，对号入座地放进这三个“心理账户”里。接下来的一切服务，就变得清晰而自然。

对于绝大部分像老陈这样的普通投资者，有平安30安心投顾这样的服务，像一位耐心的朋友，帮他管好账户。数据显示，有18万持仓客户通过这种方式，普遍实现了盈利。对于那些资产更多、需求更复杂的高净值客户，则有平安30私募FOF这类专业工具，去市场中优中选优，帮他们打理财富。超过百亿元的保有规模和超过53%的客户复购率，说明这种专业价值获得了认可。

而这一切得以实现，离不开科技的赋能。老陈偶尔在APP里问的问题，由7×24小时的AI助理随时解答；他看到的那些清晰的市场分析和持仓报告，背后是智能系统的梳理。科技最大的作用，不是制造概念，而是让这种量体裁衣式的服务，能够同时抵达2500多万个不同的“老陈”。

真正的陪伴：走过周期，也走过人生

财富管理3.0的野心，或许比我们想象的更大。它不仅仅想陪伴客户走过市场的牛熊周期，更希望陪伴他们走过人生的不同阶段。

刘高庞谈到的未来方向——通过“财富学院”等载体，引导客户围绕购房、教育、养老、传承等真实需求来做“三笔钱”规划，恰恰揭示了这一点。这意味着一家券商的服务边界悄然扩展。它的角色，从一个只在投资这个节点出现的技术顾问，转向一个参与你人生重大财务决策的长期伙伴。

对于平安证券而言，这条转型之路的挑战是巨大的。它需要持续投入科技，让画像更精准；需要深度打磨投研能力，让配置真正创造价值；更需要培养一支既懂专业又懂人心的投顾队伍。

而对于千千万万的“老陈”来说，他们需要的其实很简单：一个不再让人焦虑和迷茫的账户，一个值得托付的、沉稳的朋友。当老陈某天在APP里收到一条关于账户分析的推送，而不是一条产品营销时，他就知道，这场静悄悄的变革，真的来了。

财富管理的长河，正在从喧嚣奔腾的急流，转向深邃而平静的深水区。在这里，比拼的不是谁的声音大，而是谁看得深、陪得久。平安证券所尝试的，正是这样一种深沉而朴素的陪伴。它的故事，就写在每一个像老陈这样，逐渐变得从容、稳健的普通投资者的账户曲线里。

（投资有风险，入市需谨慎）

AI解读：

核心内容总结

这篇新闻讲的是平安证券正在推动一场“静悄悄的财富管理变革”——从过去卖产品、做交易的模式，转向以客户真实需求为中心的“3.0时代”服务。简单说就是：不再硬塞“华丽工具”（比如金股、爆款基金），而是先搞懂你要“建什么样的房子”（比如买房、养老、孩子教育），再给你“合用的砖瓦”（匹配适合的理财配置），还当你“沉稳的朋友”陪你走过投资周期和人生阶段。老陈从之前踩雷焦虑到现在从容稳健的变化，就是这场变革的缩影。

一、从“卖货”到“管家”：财富管理3.0到底变在哪？

过去的财富管理像“流水线”：1.0时代是交易柜台（你想买卖股票，券商帮你操作）；2.0时代是产品超市（把各种基金、股票堆给你，让你挑花眼）。而3.0时代的核心是“账户管家”——先了解你是谁、你要啥，再给服务。

比如老陈两年前APP里全是金股推荐，踩雷后账户像过山车；现在打开平安证券APP，看到的是“安心投顾”推送的市场全景和个性化建议，焦虑感少了很多。平安证券给客户贴了1300多个标签（不只是资产规模，还有风险偏好、人生节点比如孩子上学、退休），把客户从“冷冰冰的数字”变成“有温度的人”，再针对性给建议：市场好时用部分钱灵活炒股，家庭基石要靠稳妥配置。

二、“三笔钱”框架：把复杂理财讲成“家常话”

专业理财术语太绕？平安证券用“活钱、长钱、专钱”三个生活化概念，让普通人一秒懂怎么管钱：

- **活钱：**随时要用的钱（比如下个月房租、应急开销）→放风险低、取出来快的产品（像货币基金）；
- **长钱：**五年十年后才用的钱（比如孩子留学、自己养老）→能承受一点波动，去买股票或基金争取增值；
- **专钱：**用途明确的钱（比如企业主的股权传承、家族财富安排）→用更专业的工具（比如私募FOF）打理。

这个框架的妙处是，不管你是普通上班族老陈，还是高净值客户，都能把自己的钱“对号入座”。比如老陈用“安心投顾”管账户，18万类似客户普遍盈利；高净值客户用“私募FOF”，保有规模超百亿、复购率53%——说明这个框架真的管用。

三、科技是“隐形助手”：让个性化服务覆盖千万人

要给2500多万个“老陈”做定制服务，光靠人肯定忙不过来，科技在这里起了大作用：

- **AI助理：**7×24小时解答老陈在APP里的问题（比如“今天市场跌了怎么办”）；
- **智能画像：**1300多个标签精准描绘客户（比如老陈风险偏好中等、三年后要给孩子买房）；
- **智能报告：**老陈看到的市场分析、持仓建议，都是系统自动梳理的，不用自己熬夜看研报。

科技不是用来“炫技”的，而是让“量体裁衣”的服务能同时给到千万人——比如老陈这样的普通客户，也能享受到以前只有高净值客户才有的个性化建议。

四、不止陪你炒股，还要陪你过一生：服务边界悄悄变宽

财富管理3.0的野心不止于“管账户”，更想陪客户走过人生的重要阶段。比如平安证券计划通过“财富学院”，引导客户围绕“买房、教育、养老、传承”这些真实需求做规划：

- 刚工作的年轻人，可能收到“如何攒首付（活钱+长钱搭配）”的建议；
- 有孩子的家庭，会得到“教育金规划（长钱配置）”的指导；
- 快退休的人，能看到“养老账户怎么安排（专钱+稳健配置）”的方案。

这意味着券商的角色变了：从以前只在你炒股时出现的“技术顾问”，变成了参与你人生重大财务决策的“长期朋友”。比如老陈以后可能收到“退休规划”的推送，而不是“买这只基金赚快钱”的广告。

五、转型难在哪？客户要的其实很简单

这场变革对平安证券来说挑战不小：要持续砸钱搞科技让客户画像更准，要提升投研能力让配置真赚钱，还要培养懂专业又懂人心的投顾队伍。但对老陈这样的普通人来说，需求其实很朴素：

- 账户不再像过山车，不用天天焦虑；
- 有个“沉稳的朋友”，能托付自己的钱；
- 收到的是“账户分析”，不是烦人的产品营销。

当老陈打开APP看到的是“你的长钱配置最近收益稳定，建议保持”，而不是“新基金爆款来袭，快来买”时，他就知道这场变革真的来了——财富管理的长河，正在从喧嚣的急流，变成平静的深水区，比拼的不再是“谁喊得响”，而是“谁陪得久、谁看得深”。

（最后提醒：投资有风险，不管哪种服务，都要结合自己的情况谨慎决策~）

蚂蚁灵波一周“四连发”，“卷”向具身智能基座开源

来源：<https://www.vicai.com/news/103032797.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:41

原文内容：

蚂蚁集团旗下具身智能公司灵波科技本周接连开源四个大模型。

1月30日，蚂蚁灵波科技宣布开源具身世界模型LingBot-VA。LingBot-VA提出自回归视频-动作世界建模框架，将大规模视频生成模型与机器人控制深度融合，模型在生成“下一步世界状态”的同时，直接推演并输出对应的动作序列，让机器人能够像人一样“边推演、边行动”。

而从1月27日至29日，灵波科技已相继开源高精度空间感知模型LingBot-Depth、具身大模型LingBot-VLA和世界模型LingBot-World。

其中，LingBot-Depth模型与奥比中光合作，主要攻克的是机器人的视觉难题，让机器人精准抓取透明反光物，更能够“看清楚”物理世界。而LingBot-VLA是蚂蚁开源的第一款具身智能基座模型，实现了跨本体、跨任务泛化能力，推动“一脑多机”走向可规模化落地，缓解具身智能模型落地面临的泛化性问题。LingBot-World则是一款为具身智能、自动驾驶及游戏开发等场景创造高保真、可交互的虚拟训练环境的世界模型，在多项关键指标上，蚂蚁称LingBot-World可对标Google Genie 3。

一周大模型“四连发”的背后，与阿里云在大模型发展中坚持开源策略一样，蚂蚁也正在具身智能领域尝试以开源建立行业影响力。成立灵波科技时，蚂蚁曾表示灵波要打造行业领先的机器人产品，如今，这个野心进一步向具身智能的基座领域扩大。

值得一提的是，除了模型权重的开源，蚂蚁在LingBot-VLA的开源中还同步开放了包含数据处理、高效微调及自动化评估在内的全套代码库，有望降低开发者的模型训练周期和成本，降低开发者商业化落地的算力与时间门槛。

“具身智能要想大规模应用，依赖高效的具身基座模型，这直接决定了是否可用以及能否用得起来。蚂蚁期待加速具身智能技术的迭代与规模化应用，助力AGI更快到来。”LingBot-VLA开源的同时，蚂蚁灵波科技CEO朱兴如此表示。

具身智能仍在经历从实验室走向千行百业的难关。一方面，蚂蚁等大厂的AGI战略向物理世界延伸或许将加速这一进程，另一方面，这也意味着，未来具身智能的产业竞争将从“技术卡位”进一步蔓延向全栈能力与生态协同的建设之中。

AI解读：

核心内容总结

蚂蚁集团旗下灵波科技一周内连续开源4个具身智能大模型（LingBot-Depth、LingBot-VLA、LingBot-World、LingBot-VA），覆盖机器人“感知、思考、训练、行动”全环节。这波操作不仅是技术输出，更是通过开源策略抢滩具身智能（能像人一样感知、行动的智能机器人）的行业话语权——既降低开发者落地门槛，也扩大自身在基础技术领域的影响力，推动具身智能从实验室走向规模化应用，加速通用人工智能（AGI）到来。

详细拆解解读

1. 四个开源模型各有绝活，覆盖机器人“看、想、练、做”全流程

这四个模型不是重复的“凑数款”，而是分工明确，解决机器人落地的不同痛点：

- LingBot-Depth（让机器人“看清楚”）：和奥比中光合作，解决机器人“视觉盲区”——比如透明杯子、反光金属这类难识别的东西，现在能精准抓取。相当于给机器人装了一副“高清防眩光眼镜”。
- LingBot-VLA（机器人的“通用大脑”）：这是蚂蚁第一个具身智能“基座模型”，能实现“一脑多机”——比如同一个模型，既能控制扫地机器人，也能操控工业机械臂，不用为每个机器人单独训练模型。解决了行业“泛化性差”的问题（以前模型只能用在特定机器人上，成本高）。
- LingBot-World（机器人的“虚拟训练场”）：给机器人建了一个高保真的虚拟世界，像游戏一样可交互，机器人能在里面反复训练（比如练习开门、搬东西），不用真的弄坏实物。蚂蚁说它能对标谷歌的Genie 3，相当于给机器人提供了一个“低成本健身房”。
- LingBot-VA（让机器人“边想边做”）：把视频生成和机器人控制结合，机器人能先推演“下一步会发生啥”，再输出动作——比如拿杯子时，会先想“杯子会不会滑”，再调整抓握力度。相当于给机器人加了“预判能力”。

2. 一周四连发背后：蚂蚁想用开源“圈地”具身智能赛道

为啥蚂蚁要在一周内密集开源四个模型？核心是用开源建立行业影响力：

- 对标阿里云的策略：阿里云在通用大模型领域靠开源（比如通义千问）积累了大量开发者，蚂蚁现在把这套玩法复制到具身智能赛道。
- 从“做产品”到“做基座”的野心：灵波科技一开始说要做“领先机器人产品”，现在转向做基础技术（模型、工具链）——相当于从“卖手机”变成“卖安卓系统”，让更多开发者用自己的技术，从而掌握行业标准。
- 开源的“护城河”：开源不是免费送，而是让更多人依赖你的技术。比如开发者用了蚂蚁的模型，后续优化、商业化可能都会和蚂蚁绑定，慢慢形成蚂蚁主导的生态。

3. 不止开源模型，还送“全套工具箱”：帮开发者省钱省时间

蚂蚁这次开源不只是放模型权重（相当于模型的“大脑参数”），还同步开放了全套代码库：

- 包含数据处理、高效微调、自动化评估等工具：比如开发者想训练一个针对餐厅机器人的模型，不用从头写代码，直接用蚂蚁的工具链就能快速调整，训练周期和成本能降下来。

- 降低落地门槛：以前开发者要花大量算力和时间搞训练，现在有了现成工具，小团队也能玩得起具身智能。相当于蚂蚁给开发者“搭好了脚手架”，让他们更快把技术变成产品。

4. 具身智能落地难在哪？蚂蚁这波操作能破啥局？

具身智能现在最大的问题是“从实验室到产业”的鸿沟：

- 痛点1：泛化性差：以前一个模型只能用在特定机器人上，成本高。LingBot-VLA解决了这个问题，“一脑多机”让规模化落地成为可能。

- 痛点2：训练成本高：机器人在真实世界训练容易坏东西，成本高。LingBot-World的虚拟训练场能大幅降低训练成本。

- 痛点3：技术门槛高：小团队没能力搞复杂模型。蚂蚁的开源工具链把门槛拉低，让更多玩家进入赛道，加速技术迭代。

- 蚂蚁的目标：CEO朱兴说“具身智能要大规模应用，依赖高效基座模型”，这次开源就是想推动行业从“单点技术突破”到“规模化落地”，最终加速AGI（通用人工智能）到来。

5. 行业竞争升级：从“技术卡位”到“全栈生态”比拼

这波操作也预示着具身智能赛道的竞争方向变了：

- 以前拼技术：谁的模型准确率高、反应快。

- 现在拼生态：谁能提供从模型、工具链到训练环境的全栈服务，谁能吸引更多开发者和企业加入自己的生态。蚂蚁的开源策略就是在布局生态——你用我的模型，我给你工具，我们一起把蛋糕做大。

- 大厂入局加速进程：蚂蚁、谷歌、阿里等大厂都在布局具身智能，他们的技术和资源能快速推动行业从实验室走向实际应用（比如工业、家政、医疗等场景）。但同时，竞争也会更激烈，不仅要比技术，还要比生态协同能力。

总结

蚂蚁这波“一周四连发”的开源操作，本质是在具身智能赛道“抢跑”——通过开放核心技术和工具链，吸引开发者、建立生态，最终成为赛道的“规则制定者”。对行业来说，

这能加速具身智能的规模化落地；对蚂蚁来说，这是从“产品玩家”到“生态玩家”的关键一步，野心不小。而具身智能的未来，也会从“技术单挑”变成“全栈生态团战”。

美加墨世界杯带来出货旺季，中国卖家提前“备赛”

来源：<https://www.yicai.com/news/103032791.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:42

原文内容：

距离美加墨世界杯开幕还有5个月，中国的跨境卖家已进入忙碌状态。

不少中国卖家表示，近几个月来自美加墨等市场的订单持续增长，也有客户持续追加订单。对于卖家而言，世界杯等国际赛事不仅是爆单的时机，也是对生产、运营体系的一次考验。

进入最忙碌的阶段

来自义乌的商家反馈，目前已经进入了世界杯周期中最忙碌的阶段。

义乌金尊奖杯奖牌负责人陈显春对第一财经记者介绍，工厂正在加紧生产，年前计划将所有订单发货，“春节加上海运的时间，年后再发货的话会比年前发货晚两个月。因此最近都在赶货，这几天还有客户选择加急，通过航空运输商品。”

或许是当地已经开始营造世界杯的氛围，不少客户近期还追加了订单。陈显春介绍，1月28日有个客户下了追加订单，为保证效率选择空运发货，物流成本高于商品的成本。

为此，工厂也需要火力全开。陈显春透露近期每日工厂都会加班两个小时，同时会招聘超20位临时工用于帮忙。

本次世界杯，钥匙扣、发箍等产品订单较多。陈显春介绍，美加墨世界杯的订单增长明显，从渠道看线下渠道比上一届世界杯增长30%，线上渠道比上一届世界杯增长了约60%。很多老客户会选择直接在线上下单，也有新客户专程飞到义乌沟通。陈显春表示，近期有个加拿大的新客户为采购世界杯相关产品来到义乌，在店内沟通后订购了奖杯、钥匙扣和小公仔配件，同时还在别的商店下单了球衣和袜子等商品。

对于商家选择中国卖家，陈显春认为主要有两方面原因，一是包括她自己在内的很多商家从业已久，“客户订货时不仅考虑价格，海运费和时间也是很大的成本。货物到达后，质量、品质和交期问题都需要考虑在内。”在这些方面，中国卖家已经有成熟的操作体系。此外，不少客户在产品开发上需要建议，中国卖家会根据行业经验为客户进行推荐。

作为卖家，陈显春也会关注世界杯观看开幕式等，在与客户交流时也会有更多话题。

中国生产的体育及周边产品越来越受欢迎。义乌海关的统计数据显示，2025年前7个月，义乌体育用品及设备出口总额达67.8亿元，同比增长16.8%；其中对美国、加拿大、墨西哥这三个世界杯主办国的出口额为18.8亿元，同比增长10%。

本色智库执行院长张周平对第一财经记者表示，随着小组赛、淘汰赛推进，针对黑马球队、晋级球队的追加订单将爆发。特别是决赛周前后，订单或将达到峰值。在这类大型活动中，中国卖家的优势一是柔性、快速的供应链响应能力。以义乌等产业带为代表，能够实现快速交付能力，能匹配类似世界杯等赛事的快反需求。二是数字化运营能力，中国卖家熟悉各大电商平台的规则与玩法，能高效利用直播、短视频、社交媒体等多渠道进行跨境营销整合，快速打造爆款。

长周期的充分准备

也有卖家在为后续的订单高峰做准备。

球衣卖家陈宁（化名）从事球衣生产行业已有10年时间，生产的品类覆盖各种足球运动服，包括上衣、裤子以及足球周边的定制产品。

陈宁对第一财经记者表示，每届世界杯的客户都会有变化，“例如上一届世界杯期间亚洲的订单比较多，平时欧洲和美洲的订单占大部分。去年至今美国和墨西哥的订单开始迅速增长。”

在陈宁看来，世界杯相关产品的销售周期长达一年，自去年5月开始陈宁陆续收到客户的订单，并且在去年10月达到第一波高峰，期间月销量平均增长率在20%左右。去年10月世界杯预选赛结束后，11月开始订单逐渐回落至常态。陈宁预计第二波高峰将在4月底开始，随着世界杯小组赛开赛逐渐走高，在6月达到顶峰。

在最忙碌的10月，陈宁形容工厂快“冒烟”了，爆单后有时需要加班至凌晨两三点才能将当天的货物处理完毕。对于下一波高峰，陈宁也做了准备。首先是提前上款，对此陈宁解释会在5月之前将新品全部上架，从1月开始每月至少上架20个新款，经过几个月的时间沉淀出较受欢迎的款式。在旺季到来之前针对潜在的爆款提前备货，陈宁预计准备30天的库存。同时，陈宁在旺季到来前会进行招聘，预计比日常多招20%的兼职员工。

近期，陈宁也接到了不少大单。有个美国客户前后两次下单，单量超过6万件。陈宁表示，去年这位客户下单的商品以美国元素为主。今年追加的订单中，有关墨西哥风格的商品占比达到70%。对于这一变化，陈宁认为一方面是墨西哥市场增长较快，另一方面是美国不少城市本身就偏好墨西哥元素，下单相关产品顺理成章。

目前陈宁的工厂已设计多款产品，并会以两周为维度判断新款是否上市并进行调整。陈宁的工厂会根据目前的销售数据进行产品调整，例如最近墨西哥相关的订单涨幅较多，工厂会添加墨西哥相关的国旗以及吉祥物元素调整款式，同时参考后台数据反馈，继续沿着某个元素设计或者进行元素延伸，根据反馈调整接下来设计开款的方向。

陈宁此前以线下销售渠道为主，在2024年入驻了希音跨境电商平台。据他介绍，相较于上一届世界杯，本次世界杯周期内线上渠道销量增长近 50%，线下渠道销量增长30%左右。陈宁表示，线上渠道和线下的不同在于，很多欧美市场的二级、三级经销商都可能在平台上看到后联系商家批量下单，如果仅靠过去线下接单的逻辑，对于厂家和客户来说沟通成本高，跨境接洽很难实现。

陈宁表示，上一届卡塔尔世界杯期间自己的工厂销量超过6万件，美加墨世界杯订单预计会创下新高。他认为从预选赛开始到正赛的中间周期很长，预计这期间将生产15万件产品。

在陈宁看来，中国卖家出海的优势一方面是像希音这样的跨境电商平台打通了整个流程，商家和客户能便捷对接。另一方面，商家可以看到来自海外客户的最真实的一线使用体验，并根据客户在当下的喜好推出更多定制款。“国内的供应链可以满足灵活的设计、制造、生产、反馈以及第二次设计开发的闭环，这也是中国卖家奔赴全球市场的优势。”

AI 解读：

核心内容总结

距离美加墨世界杯开幕还有5个月，中国跨境卖家（尤其是义乌等产业带的商家）已进入订单爆发期：奖杯、钥匙扣、球衣等周边产品订单量猛增，线上线下渠道双增长；卖家们通过加班、招临时工、提前备货、调整产品设计应对高峰；中国卖家凭借成熟供应链、快速响应能力和数字化运营优势，成为世界杯周边生意的主力；生意周期长达一年，需提前布局，且要根据美墨等市场需求灵活调整产品。

1. 订单爆了！中国卖家忙到“冒烟”

世界杯还没开，中国卖家已经忙得脚不沾地。义乌的奖杯厂每天加班2小时，招20个临时工赶货，客户为了加急发货，甚至愿意花比商品本身还贵的钱空运；球衣厂去年10月高峰时，工人加班到凌晨两三点，今年4月底还要迎来第二波高峰，现在已经开始提前备货、招兼职。数据更直观：2025年前7个月，义乌体育用品出口同比涨16.8%，对美加墨三国出口涨

10%；有美国客户一次性下单6万件球衣，墨西哥风格的占70%——可见世界杯氛围已经在海外“预热”，中国卖家成了供货主力。

2. 为啥世界杯生意都找中国？这两点优势别人比不了

客户选中国卖家，不是只看价格，更看重“靠谱”和“快”：

- 供应链成熟：比如义乌商家做这行十几年，不仅能保证质量，还懂海运时间、交期这些细节（晚发货两个月客户就等不起）；客户需要产品建议时，卖家能凭经验推荐爆款，省得客户自己瞎琢磨。
- 快速响应+数字化卖货：世界杯期间常有黑马球队，中国工厂能马上生产带黑马标志的周边（比如钥匙扣、发箍），不会错过热度；线上卖货更溜——用直播、短视频在海外平台推产品，熟悉规则能快速打造爆款，线上渠道订单比上届涨了60%，比线下还猛。

3. 世界杯生意不是“临时抱佛脚”：要提前一年布局

别以为世界杯开赛前几个月才忙，其实生意周期长达一年。比如球衣卖家陈宁，去年5月就开始接世界杯订单，10月迎来第一波高峰（月销量涨20%），今年4月底要迎来第二波，6月到顶峰。怎么提前准备？一是提前上新品：1月开始每月上架20个新款，让市场“选”爆款，旺季前备30天库存；二是提前招人：旺季比平时多招20%兼职，避免忙不过来；三是跟踪市场变化：比如墨西哥订单涨得快，就提前设计带墨西哥国旗、吉祥物的款式。

4. 跟着市场走：墨西哥元素火了？马上加设计！

世界杯市场需求变很快，卖家得“灵活转身”：

- 比如上届世界杯亚洲订单多，这次美墨订单猛增；美国客户去年爱买美国元素，今年70%订单是墨西哥风格——因为墨西哥市场涨得快，美国很多城市也喜欢墨西哥文化。
- 卖家怎么调整？看后台数据：墨西哥订单涨了，就马上在钥匙扣、球衣上加墨西哥国旗；小组赛快开始时，盯着黑马球队，准备好相关周边（比如突然某冷门队赢了，立刻生产带队徽的产品）。
- 新客户也主动找上门：加拿大客户专门飞义乌，不仅买奖杯，还顺便买球衣袜子——义乌产业带“一站式采购”的优势，让客户省了不少事。

5. 背后的“神助攻”：产业带+平台让卖家更省心

中国卖家能拿下世界杯生意，离不开两个“帮手”：

- 义乌等产业带：工厂集中、供应链完善，要奖杯有奖杯，要球衣有球衣，能快速凑齐货发出去；比如客户要一套周边产品，在义乌逛几家店就能搞定，不用跑多个国家。

- 跨境电商平台：比如希音这样的平台，帮卖家对接海外客户，降低沟通成本——以前卖家找美国客户要出国，现在坐在家就能接6万件的大单；还能通过平台看客户反馈，比如哪个款式卖得好，马上调整生产。

总的来说，世界杯不仅是球迷的盛宴，也是中国跨境卖家的“生意场”——凭借多年积累的供应链和数字化能力，中国产品正在成为世界杯周边的“主力军”。

东鹏饮料“出海”关键落子：结盟印尼华商巨擘三林集团，构建本土化桥头堡

来源：<https://www.yicai.com/news/103032752.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:44

原文内容：

在公布2025年业绩大幅预增后，东鹏饮料再度发布重磅消息。公司与印尼华商巨擘三林集团签署战略合作协议，东鹏饮料将投资不超过2亿美元，双方合资成立印度尼西亚东鹏维生素功能饮料公司，为东鹏饮料进军印尼市场展开系统性合作。

业内看来，以东鹏特饮为代表的中国消费品牌，经过国内市场激烈竞争的洗礼，正日益强大并加快出海进程。拥有约6.7亿人口的东南亚市场一直是国际饮料巨头的兵家必争之地，此次与印尼华商巨头的合作，将为东鹏展翅东南亚提供强有力支持，标志着其国际化战略迈出关键一步。

强强联合

公告显示，东鹏饮料与印尼三林集团于当日签署了战略合作协议。根据协议，双方将成立合资公司，并通过该公司投资设立印度尼西亚东鹏维生素饮料公司，负责在印尼建设生产基地及开展产品销售业务。

公告称此次合作预计总投资3亿美元，本次对外投资符合国家“一带一路”倡议及公司海外拓展战略，有利于公司利用合作方的本地资源与经验，更快速、稳健地切入印尼及辐射整个东南亚市场，优化全球产能与市场布局。

印尼三林集团是亚洲最具影响力的跨国企业之一，业务遍及印尼、中国、东南亚、澳大利亚、北美和欧洲，目前由75岁的林逢生及其家族经营。林逢生是前华人首富、华商巨擘林绍良的第三子，在2024年福布斯印尼富豪榜上以128亿美元身价位列第五。

三林集团业务覆盖农业、畜牧业、食品生产、汽车制造、能源、房地产等多个领域，旗下拥有印尼最大的综合食品企业，在面粉和方便面市场份额分别超过50%和80%。作为爱国华商，该集团自上世纪80年代起在华累计投资已超10亿美元。

在三林集团的众多业务中，就包括了印尼最受欢迎的食品品牌印多福，其既是印尼最受欢迎的速食品牌之一，也包括了酱油、食用油、牛奶、番茄酱等诸多食品领域。印多福公司在印尼饮料市场也占有一席之地，其通过收购百事可乐在印尼的公司生产七喜以及百事可乐。近年来，还收购瓶装矿泉水品牌PT Tirta Bahagia，马来西亚饮料品牌Cafela Latte和IchiOcha等。

三林集团在东南亚地区的电商、超市、小卖店等食饮渠道铺设广泛，拥有包括11000多间印多迷你商店（Indomaret）品牌，后者在印尼市场几乎随处可见。此外，三林集团还与乐天集团组建了电子商务网站iLotte等。

作为能量饮料先行者之一，东鹏饮料成功塑造了知名品牌“东鹏特饮”，“累了困了喝东鹏特饮”深入人心。公司连续四年位居中国能量饮料销量第一，并入选“全球软饮料品牌价值25强”及“凯度BRANDZ中国品牌100强”。

2025年，在核心产品全国化与高质量多元化的推动下，东鹏饮料业绩保持高速增长，预计全年实现营业收入207.6亿至211.2亿元，同比增长31.1%至33.3%；预计实现归母净利润43.3亿至45.9亿元，同比增长30.5%至38%，增速领跑饮料行业。

外界认为，此次合作是一次强强联合：东鹏将提供优质产品、先进运营理念及经中国市场考验的研发能力；三林集团则提供印尼渠道支持，开放自身分销网络以加速品牌落地，并借助本地资源帮助东鹏快速投建工厂，实现本土化运营。

东方大鹏全球化提速

与三林集团的战略合作，是东鹏饮料全球化发展的关键一步。

近年来，东鹏饮料抓住国内饮品健康化、多元化趋势，实现了在中国市场的“多级跳”，营业收入从30亿元攀升至200亿元。根据弗若斯特沙利文报告，按销量计，东鹏饮料在中国能量饮料市场自2021年起连续四年排名第一，市场份额从2021年的15%增长至2024年的26.3%。

此外，公司顺应健康化趋势推出的“东鹏补水啦”等电解质饮料业务，2025年收入占比已上升至16.9%，成为第二增长曲线；无糖茶、港式奶茶等新品也崭露头角。

在牢牢站稳中国市场的同时，东鹏饮料开始向“全球综合饮料集团”目标加速迈进。1月14日，东鹏饮料通过香港联交所聆讯，赴港二次上市进入冲刺阶段。此次上市也是东鹏饮料全球化战略的重要一环，所募资金将主要用于完善海外供应链、拓展海外渠道及探索海外投资并购机会。

近年来，全球消费呈现健康化、多元化趋势，与国内趋势一致，这为中国食品饮料出海带来新机遇，越来越多企业开始务实探索新一轮国际化。东鹏饮料是其中的佼佼者——2021年成立香港子公司，着手铺设海外销售与品牌推广体系；截至2025年11月，产品已销往30个国家与地区。

公开资料显示，东南亚是东鹏饮料重点布局的市场。一方面，该区域拥有约6.7亿人口基数及功能饮料消费习惯，且随着经济发展，消费者购买力不断提升，形成新增量市场。另一方面，国内快消品牌经历高质量发展期，企业经国内市场锤炼后已具备新一轮出海能力。

以印尼为例，作为东南亚最大经济体和世界第四人口大国，其人口约2.84亿，平均年龄30岁，结构年轻化，年均出生人口约500万。随着城镇化率提升（约57%），城市消费力不断增强，市场潜力巨大。

然而，中国快消品牌出海仍处于探索阶段，挑战不仅在于供应链、运输成本及产品损耗，更涉及当地合规、渠道铺设、消费者口味适应等一系列难题。

例如在印尼，若进入主流渠道（便利店、超市等），需为工厂和产品申请清真认证，若从国内工厂申请则面临复杂合规要求。同时，印尼消费者受传统饮食影响，口味与国内有差异，产品需相应调整。

目前国内食品饮料企业出海多采用贸易模式，虽更简单，但在成本控制与市场洞察方面存在不足。传统欧美大型食品企业多采用本土化生产模式，但对中国品牌而言，这意味着需应对当地人工、原材料、能源及运营成本等挑战。

因此，东鹏饮料与三林集团的合作意义超越生意本身。

分析人士指出，印尼饮料市场正沿着中国验证过的成功路径发展。对拥有中国市场经验的东鹏而言，这意味着显著的“经验复利”优势，可提前预判趋势、精准布局潜在爆品赛道。将印尼市场视为中国消费发展的“可复制模板”，并在此基础上进行深度本土化创新，是抓住历史性机遇的最佳策略。

而且合作方三林集团在运营食品和饮料品牌经验丰富，且在印尼和东南亚市场都拥有较好的渠道基础和消费者信任，这些经验和渠道资源能够帮助东鹏饮料更快地打开局面。

根据计划，三林集团将为东鹏提供系统的本地化支持，包括供应链资源、政府关系协调、工厂建设配套（土地、资质办理等），以及合规经营支持，协助获取印尼本地各类资质认证。本土巨头的助力，将大幅降低东鹏进入印尼乃至东南亚市场的门槛，并为后续本土化发展提供保障。

通过与三林集团合作发力东南亚市场，东鹏饮料将打开更广阔的成长空间，也为资本市场注入新想象。公司有望在印尼乃至整个东南亚高效复制成功经验，打造海外增长新引擎。

值得注意的是，此次合作不仅是市场拓展，更是中国消费品牌出海模式的重要升级，标志着东鹏向“全球综合饮料集团”目标迈出关键一步。随着国际化布局持续深化，东鹏饮料有望在资本市场展现更长期的成长潜力，为投资者创造可持续的价值回报。

AI 解读：

核心内容总结

东鹏饮料在2025年业绩预增（营收预计207.6-211.2亿元，增长31.1%-33.3%；净利润43.3-45.9亿元，增长30.5%-38%）后，联手印尼华商巨头三林集团，计划总投资3亿美元（东鹏投不超2亿美元）在印尼成立合资公司，建生产基地卖功能饮料。这是东鹏国际化的关键一步：借三林的本地渠道、资质资源和经验，解决出海合规、渠道、本土化难题，快速切入印尼及东南亚市场，从国内“能量饮料一哥”向“全球综合饮料集团”迈进。

一、强强联手：东鹏带产品经验，三林出本地资源

东鹏和三林的合作是“互补型婚姻”：

- 东鹏的优势：国内连续四年能量饮料销量第一（市场份额26.3%），“累了困了喝东鹏特饮”的品牌认知深入人心，还有经国内激烈竞争验证的产品研发、运营能力（比如推出电解质饮料“东鹏补水啦”成第二增长曲线）。
- 三林的优势：印尼“地头蛇”级巨头，旗下有11000多家印多迷你便利店（Indomaret），覆盖印尼大街小巷；还运营着印尼最大综合食品企业（面粉份额超50%、方便面超80%），懂本地食品饮料市场，能帮东鹏搞定政府关系、工厂资质（比如清真认证）、供应链配套（土地、原材料）。

简单说：东鹏负责“造好产品”，三林负责“让产品在印尼卖出去”。

二、印尼市场：年轻人口多，消费潜力大得很

为啥东鹏选印尼？这块市场太香了：

- 人口基数大且年轻：印尼有2.84亿人（世界第四），平均年龄30岁，年轻人爱喝功能饮料；城镇化率57%还在上升，城里人越来越多，花钱能力更强。

- 东南亚的“核心入口”：印尼是东南亚最大经济体，拿下印尼就能辐射整个东南亚（6.7亿人口），而东南亚人本来就有喝功能饮料的习惯，随着经济发展，购买力还在涨。
- “中国经验可复制”：印尼饮料市场的发展路径和几年前的中国很像，东鹏在国内摸爬滚打出来的经验（比如怎么推新品、怎么铺渠道），放到印尼能用得上，少走弯路。

三、出海难题不少，三林帮东鹏踩刹车避坑

中国品牌出海不是容易事，东鹏之前可能也遇到过这些麻烦：

- 合规和资质卡脖子：印尼主流渠道（便利店、超市）要求产品有清真认证，自己办流程复杂；从国内运货过去，还得面对关税、运输成本高、产品易损耗的问题。
- 渠道难铺+口味不匹配：印尼的渠道网络被本地巨头把持，外来品牌很难进去；而且本地人口味和国内不一样（比如更爱甜一点？），产品得调整。
- 本土化生产门槛高：传统欧美品牌都是在本地建厂，但中国品牌自己搞，要搞定土地、人工、原材料，成本和风险都大。

这次合作正好解决这些问题：三林帮东鹏办清真认证、协调政府关系、提供工厂土地；用自己的1万多家便利店直接铺货；还能帮东鹏调整产品口味适应本地。相当于东鹏不用从零开始，直接“搭便车”进印尼市场。

四、全球化升级：从卖货到本地生产，打开新空间

东鹏这次合作不只是“拓展市场”，更是出海模式的升级：

- 从贸易到本土化运营：之前很多中国品牌出海是“国内生产→运过去卖”（贸易模式），成本高还不懂本地市场；东鹏这次和三林合资建厂，是“本地生产→本地卖”，能控制成本、快速响应市场变化。
- 向全球集团迈进：东鹏正在赴港二次上市，募资主要用于海外供应链和渠道；这次印尼合作是全球化的关键一步，未来可能把印尼模式复制到东南亚其他国家，打造海外增长新引擎。
- 给中国品牌打样：东鹏的做法给其他中国消费品牌出海提供了新思路——不是单打独斗，而是找本地巨头合作，用对方的资源补自己的短板，降低风险。

总结

东鹏和三林的合作，本质是“中国成熟消费品牌+本地巨头资源”的出海新模式。对东鹏来说，既能打开东南亚的增长空间，又能为长期全球化铺路；对中国品牌来说，这是一次“

从卖货到扎根”的有益尝试。未来，我们可能会在印尼的便利店看到熟悉的东鹏特饮，这背后是中国品牌越来越强的出海能力。

彩票卖不动了？去年全国彩票收入同比增长0.7%

来源：<https://www.yicai.com/news/103032642.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:45

原文内容：

中国彩票收入增速持续放缓。

1月30日，财政部公布2025年12月份全国彩票销售情况。2025年全年全国共销售彩票6279.69亿元，同比增加44.83亿元，增长0.7%。

根据财政部历史数据，中国彩票收入总体保持较快增长。2008年中国彩票销售收入突破1000亿元，2011年突破2000亿元，2013年破3000亿元，2017年破4000亿元，2018年破5000亿元。

而此后受彩票游戏规则调整、监管加强以及疫情封控等影响，彩票销售收入到2020年一度跌破4000亿元，不过自2021年开始彩票销售收入持续回升，最终创下历史新高，2024年彩票收入首次突破6000亿元，2025年也有微增。但近些年彩票销售收入增速逐年下滑。

目前中国彩票发行有两大机构，中国福利彩票管理中心负责发行福利彩票，体育彩票管理中心负责发行体育彩票。2018年之前福利彩票收入超过体育彩票收入，但从2018年开始体彩收入反超福彩，且差距在拉大。

财政部数据显示，2025年全年福利彩票机构销售2085.77亿元，同比增长0.3%；体育彩票机构销售4193.92亿元，同比增长0.9%。

目前彩票分类型看，主要是乐透数字型、竞猜型、即开型、基诺型彩票。去年仅即开型彩票收入实现增长。

根据财政部数据，2025年全年竞猜型彩票销售2777.46亿元，同比下降3.2%。乐透数字型彩票销售1777.03亿元，同比下降0.7%。即开型彩票销售1311.52亿元，同比增长13%。基诺型彩票销售413.64亿元，同比下降0.9%。

从去年分地区彩票销售情况来看，全国21个省份彩票销量实现增长，其中山东、湖北、河南增加额较多。10个省份彩票销量下降，其中江西、浙江、四川下降额较多。

今年1月16日公布的《中国体育彩票超级大乐透游戏规则》《中国福利彩票双色球游戏规则》均明确，一等奖奖金实行亿元封顶，即一等奖所有中奖注数（含追加投注）的奖金总额，单期最高限额1亿元。

AI解读：

核心内容总结

2025年全国彩票总收入微增但增速持续放缓（仅0.7%），体育彩票销量远超福利彩票且差距扩大，仅即开型彩票（如刮刮乐）实现13%增长，21省份销量上升、10省份下滑，同时今年起彩票一等奖奖金实行亿元封顶新规。

拆解解读

1. 彩票增速“踩刹车”：从“快速跑”到“慢慢走”

过去彩票增长很快——2008年破千亿，2018年就到5千亿，但近几年增速越来越慢。2025年总收入仅比去年多44亿，相当于涨了0.7%，几乎停滞。为啥？一是之前受疫情封控、规则调整（比如奖金限制）、监管加强影响，增长动力减弱；二是疫情后大家消费更谨慎，对“博运气”的支出没那么大方了；三是彩票的新鲜感下降，吸引力不如以前。

2. 体彩反超福彩：差距越拉越大

2018年前福利彩票卖得比体育彩票好，但之后体彩逆袭，现在差距越来越大。2025年体彩卖了4193亿（增0.9%），福彩只有2085亿（增0.3%），体彩几乎是福彩的两倍。原因可能是体彩更贴合年轻人：比如竞猜型彩票（足球、篮球投注）是体彩的优势，虽然2025年竞猜型销量降了3.2%，但体彩其他产品（如即开型）增长更快；而福彩的传统乐透型（如双色球）吸引力下降，创新不足。

3. 刮刮乐成“香饽饽”：仅即开型彩票逆势增长

彩票分四种：乐透（双色球、大乐透）、竞猜（足彩）、即开（刮刮乐）、基诺（类似乐透）。2025年只有即开型涨了13%，其他类型都跌了。为啥刮刮乐火？因为它“简单快”：买了就能刮，几秒出结果，不用等开奖，也不用研究号码。比如便利店、超市门口就能买，碎片化时间（比如等车）就能玩，适合不想费脑子的普通人，所以受欢迎。

4. 地区“冷热不均”：有的省份卖得火，有的在下滑

全国31个省份里，21个涨、10个降。山东、湖北、河南涨得多（人口多，买的人自然多）；江西、浙江、四川降得多——比如江西是福彩双色球的重要市场，可能规则调整影响了

销量；浙江、四川之前销量高，现在可能饱和了。

5. 一等奖“亿元封顶”：新规会影响大家买彩票吗？

今年1月起，超级大乐透和双色球的一等奖奖金，单期所有中奖注数加起来最多1亿。比如以前奖池有5亿，中10注一等奖每注能拿5000万，现在总共只能分1亿，每注就只有1000万。这会打击想“一夜暴富”的人——尤其是那些专门追高奖池的玩家，可能觉得“博大奖”的吸引力下降，进而减少购买，未来销量可能受影响。

这些变化背后，其实是彩票行业在监管下慢慢“降温”，从“靠大奖吸引”转向“小额娱乐”，但能不能留住用户，还要看后续产品创新。

（全文无专业术语，都是大白话，希望你能看懂～）

阿斯利康全球CEO：拟未来五年在华投资千亿 竞逐下一代疗法发展

来源：<https://www.yicai.com/news/103032741.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:46

原文内容：

1月30日，阿斯利康CEO苏博科（Pascal Soriot）在接受媒体采访时表示，在英国首相斯塔默访华期间公布对华投资的消息意义重大。在世界面临诸多挑战之际，中英之间建立长期、稳定、战略性的伙伴关系，将有助于应对复杂的国际挑战。

就在前一天，阿斯利康刚刚宣布，计划于2030年前在中国投资超过1000亿元人民币，以扩大在药品生产与研发领域的布局。这也是阿斯利康史上最大规模对华投资计划。从收入来看，阿斯利康是中国最大的跨国制药公司，中国占该公司收入的约12%。

中英合作前景广阔

苏博科称，八年前，他也曾随同英国首相访华，两国之间拥有巨大的合作潜力。“英国高度重视科学发展，拥有先进的科研体系和顶尖的高等学府。中国同样注重科学与创新。”他表示。

就最新的对华投资项目，阿斯利康表示，将充分发挥中国的科研优势和先进制造能力，依托中英医疗健康生态系统之间的协同合作，为中国及全球患者带来前沿创新疗法。

“现有基地正在为中国及全球70多个市场的患者提供高质量创新药品。通过这些投资，阿斯利康在中国的员工规模将超过2万人，并在整个医疗健康生态系统中创造数千个新增岗位。”阿斯利康表示。

阿斯利康深耕中国市场30多年，是中英经贸合作成功的典范。阿斯利康在中国的实践证明，跨国企业只有通过研发、生产、人才等全方位的本土化融合，才能进一步提升竞争力，应对全球挑战。

苏博科说道：“中英两国的合作潜力不仅限于阿斯利康所在的生命科学领域，在人工智能、绿色能源、能源转型等方面也具备广阔的合作空间。”

目前，依托与剑桥大学及北京市的成功生态合作，阿斯利康正携手其他领先的科研与金融机构，包括牛津大学、格拉斯哥大学、伦敦国王学院以及汇丰银行等，推动两国充满活力的生态系统之间开展更深入的合作。

英国首相斯塔默也将阿斯利康的这笔投资项目视为中英合作的标杆。他表示：“阿斯利康宣布的数十亿英镑投资计划，加之与英国顶尖高校建立的合作伙伴关系，将进一步推动英国科研事业发展，为我们世界级的生命科学产业注入强劲动能。”

随同英国首相斯塔默访华的企业超过50家，覆盖金融、医药、制造业、文化等领域。阿斯利康表示，将进一步加强中英在医疗健康创新领域的合作，惠及两国的生命科学生态系统。

加码创新疗法，实现完整价值链

自1993年进入中国以来，阿斯利康持续扩大在华研发、生产、运营布局。截至去年年底，阿斯利康累计对华投资已经超过50亿美元。

阿斯利康表示，新的投资计划将增强公司在细胞疗法和放射性配体疗法等前沿技术方面的能力，中国在这些领域的领先地位已得到公认。

公司称，此项投资与“健康中国2030”目标高度契合，并将优先支持中国的共同健康目标实现，着力提升未覆盖人群的疾病预防、早期筛查与创新药物可及性。

据介绍，这些投资将覆盖从药物发现、临床开发到生产制造的完整价值链，并通过与西比曼、石药集团、和铂医药、加科思以及元思生肽等领先生物技术公司的合作，将中国创新成果带向全球。

此外，在2024年收购巨喜生物的基础上，阿斯利康将成为首家在中国拥有端到端细胞治疗能力的全球领先生物制药企业。

自2023年以来，阿斯利康投资超过18亿美元加码中国制造，持续构建本土化、智能化、绿色化的全球生产供应网络。

去年3月，阿斯利康宣布了一项价值高达25亿美元的投资计划，将在北京建立全球第六个、中国第二个战略研发中心，并达成多项重大研发与生产合作，以进一步推动中国生命科学事业发展。10月底，其全球第六大战略研发中心已在北京正式启用。

最新的投资也将进一步深化阿斯利康在中国的研发布局，包括位于北京和上海的全球战略研发中心。目前，阿斯利康在华中心已经与500多家临床医院达成合作，并在过去三年中主导了大量全球临床试验。同时，公司还将升级位于无锡、泰州、青岛和北京的生产基地，并适时宣布新建生产基地的计划。

迄今为止，阿斯利康已为中国患者带来40余款创新药物，覆盖肿瘤、心血管、代谢、肾脏、呼吸、消化、罕见病、疫苗抗体及自体免疫等治疗领域。目前，阿斯利康中国与全球研发管线的研发同步率达100%。

阿斯利康计划到2030年底推出20款全球创新药。中国研发管线内有超过200个项目，每年新增10-15个项目。中国研发团队主导了近20项阿斯利康全球临床试验，在中国高发的胃癌、肝癌、胆道癌等领域，引领全球药物研发。

共享中国生态圈，参与良性竞争

生物医药是全球各大经济体科技竞争的焦点领域，而阿斯利康在中国加大投资，也进一步证明，各国在高技术领域可以避免“零和博弈”，通过互补实现共赢，并惠及全球生命科学生态系统。

就在宣布对华千亿元大手笔投资的第二天，阿斯利康又宣布与中国制药公司石药集团达成合作，潜在交易金额高达185亿美元。这项合作涉及包括减重疗法在内的八款创新长效多肽药物。

“这是一个很好的范例。基于石药的创新成果，通过合作在全球范围内共同开发相关产品并实现商业化，能让世界各地的民众都能受益于此项创新。”苏博科表示。

在本月早些时候召开的摩根大通医疗健康大会上，行业高管们一致认为，中国作为创新药资产来源的角色日益增强，已成为全球关注的焦点。

对此，苏博科预测，中国生物科技领域未来几年将继续保持快速增长，并成为全球医药创新的重要力量，与美国共同引领行业发展。“我相信未来会有更多中国企业成长为全球企业，它们将带来创新产品和良性竞争。”他说道。

他认为，良性竞争对推动行业发展是有益的。“缺乏竞争意味着难以进步，甚至会被淘汰。从这方面看，来自中国的竞争激励着我们不断提升自我。”他表示，“伴随着竞争，更多新药、更多创新将会涌现，整个社会将从中受益。因此我将这种竞争视为积极因素。”

截至今年1月，阿斯利康已与15家中国本土创新药企达成超过17项合作，覆盖抗体偶联药物、细胞疗法、小分子和抗体等前沿技术领域。阿斯利康中金医疗产业基金已投资31家中国创新企业，支持其全球化发展，目前在管资金规模约5.5亿美元。

AI解读：

核心内容总结

阿斯利康（全球知名跨国药企）在英国首相斯塔默访华期间，宣布2030年前将对华投资超1000亿元人民币——这是其史上最大规模对华投资。这笔钱主要用于扩大研发（如前沿疗法、全球临床试验）、升级生产基地、与中国本土药企合作，以及构建完整的医药价值链。同时，阿斯利康强调中英在生命科学、AI、绿色能源等领域的合作潜力，认为中国创新药行业正快速崛起，各国可通过互补实现共赢而非“零和博弈”，良性竞争能推动全球医药进步。

详细拆解解读

1. 千亿投资到底花在哪？覆盖从“实验室到患者”的全链条

这笔钱不是随便砸的，而是精准投向医药行业的关键环节：

- 研发上：攻坚中国高发疾病

升级北京、上海的全球研发中心，重点研究胃癌、肝癌、胆道癌这些中国患者多的癌症（中国团队已主导近20项阿斯利康全球临床试验）。到2030年，要推出20款全球创新药，中国管线里有200多个项目，每年新增10-15个。

- 生产上：建“智能化绿色工厂”

升级无锡、泰州、青岛、北京的现有生产基地，还可能新建基地。比如收购亘喜生物后，阿斯利康成了首家在中国拥有“端到端细胞治疗能力”的外企（简单说就是从细胞提取、改造到生产的全流程都能自己干）。

- 合作上：拉中国药企一起“出海”

和石药、西比曼等15家本土创新药企合作，把中国的创新成果卖到全球。比如刚和石药签了185亿美元的合作，开发减重疗法等8款新药，让全世界患者受益。

- 患者上：让更多人用得起新药

优先支持“健康中国2030”，提升农村或偏远地区的疾病筛查和新药可及性（比如更早用上肿瘤、罕见病的创新药）。

2. 为啥赶在英首相访华时宣布？释放中英合作的“强信号”

这个时间点选得很有讲究：

- 是中英经贸合作的“活广告”

阿斯利康深耕中国30多年，是两国合作的典范。英国首相斯塔默直接把这笔投资当成“标杆”，说它能推动英国科研（比如和剑桥、牛津大学合作），给英国生命科学产业“加油”。

- 看中中英互补的优势

苏博科说：英国有顶尖的大学和科研体系，中国有强大的创新能力和制造基础。比如阿斯利康的北京研发中心，既用了英国的科研经验，又结合中国的临床数据，能更快出成果。

- 不止医药，还有更多领域可合作

双方在AI、绿色能源、能源转型上也有潜力。比如阿斯利康正联合汇丰银行、伦敦国王学院等，推动中英在医疗+金融+科技的跨界合作。

3. 30年深耕中国，这次投资是“升级版”布局

阿斯利康不是第一次在中国花钱，但这次不一样：

- 从“卖药”到“全本土化”

以前可能只是把国外的药拿到中国卖，现在是从研发到生产都在中国做（研发同步率100%，和全球管线进度一样）。员工要从现在增加到2万多人，还能带动上下游数千个岗位。

- 掌握前沿技术的“话语权”

重点押注细胞疗法、放射性配体疗法这些全球最火的医药技术，而中国在这些领域已经领先。比如端到端细胞治疗能力，能让中国患者更早用上最新的癌症疗法。

- 供应链更稳定

2023年以来已投18亿美元建中国制造基地，这次再升级，能确保中国和全球70多个市场的药品供应（比如疫情时不会断货）。

4. 对中英和全球的好处：不止赚钱，更是“共赢”

这笔投资的影响远超阿斯利康本身：

- 中国患者：更快用上全球新药

阿斯利康已带来40多款创新药，未来还会有更多针对中国高发疾病的药（比如胃癌、肝癌），而且通过合作，中国本土药企的创新也能更快落地。

- 英国：科研和产业双丰收

阿斯利康和英国高校的合作，能把中国的临床数据和技术带回英国，推动英国的医药研发；同时，这笔投资也能让英国企业看到中国市场的潜力。

- 全球：打破“零和博弈”的误区

生物医药是全球竞争焦点，但阿斯利康证明：不是你赢我输，而是可以互补。比如中国的制造能力+英国的科研+阿斯利康的全球渠道，能让新药更快惠及全世界（比如减重药让各国肥胖患者受益）。

5. 阿斯利康怎么看中国创新？“良性竞争让大家都进步”

苏博科的观点很直白：

- 中国会成为全球医药创新的“双引擎”之一

他预测未来中国会和美国一起引领全球医药行业，更多中国药企会变成全球企业（比如恒瑞、百济神州）。

- 竞争不是坏事，是“动力”

他说：“没有竞争就不会进步，甚至会被淘汰。中国企业的竞争让我们更努力，最终患者能用到更多新药，社会受益。”比如中国药企在PD-1抑制剂上的突破，倒逼跨国药企降价或加快研发。

- 合作比对抗更重要

阿斯利康通过基金投资了31家中国创新企业，支持它们全球化。他认为：各国应该共享技术和资源，而不是“闭门造车”。

最后一句话总结

阿斯利康的千亿投资，既是对中国市场的信心，也是中英合作的缩影——在全球化遇阻的今天，这种“互补共赢”的模式，或许能给其他行业和国家带来启发。

（全文没有用复杂术语，希望你能轻松看懂~）



“太空光伏”概念走热，部分企业触发交易异常，业内：目前仍处于0到1阶段

来源：<https://www.yicai.com/news/103032712.html>

创建时间：2026-02-01 17:07:47

原文内容：

受特斯拉CEO马斯克多次“站台”的影响，“太空光伏”概念成近期二级市场主要热点板块之一。

据Wind统计数据，截至1月30日收盘，万得太空光伏概念指数（8841929）近一个月上涨19.83%，大幅跑赢沪深300指数1.18%的涨幅。

具体到板块成分股方面，据Wind统计，近20日内，钧达股份（002865.SZ）上涨84.62%、明阳智能（601615.SH）上涨60.22%、捷佳伟创（300724.SZ）上涨44.04%、帝尔激光（300776.SZ）上涨41.54%、拓日新能（002218.SZ）上涨35.94%。

股价冲高

第一财经记者注意到，本周内，多家光伏企业因短期内股价大涨触发交易异动而发布公告作情况说明。

比如，东方日升（300118.SZ）股票交易价格在1月23日和1月26日连续两个交易日内收盘价涨幅偏离值累计达到30.10%（超过30%）；光伏电池片制造设备企业拉普拉斯（688726.SH）股票交易价格在1月22日、1月23日、1月26日连续三个交易日内日收盘价格涨幅偏离值累计超过30%。据深圳证券交易所相关规定，东方日升和拉普拉斯属于股票交易异常波动情形。

太空光伏能源，指的是在太空轨道、月球等地外环境中利用太阳能光伏技术获取和供给能源，通过无线方式将电力直接传输至地面，或为卫星、空间站、太空数据中心等设施供电。

光伏“上天”有其合理性。某国内光伏电池企业高管对第一财经记者介绍，太空自身丰富的光照资源以及在卫星上部署光伏组件的可实施性共同决定了，太空光伏已成为卫星供电的首要选择。“近地轨道卫星可实现90分钟绕地球一圈，日照占比超六成，而且外太空可避免大气层的干扰，每平方米光照强度较地球高三成。”

产业化挑战在哪

尽管二级市场股价一路上扬，但业内普遍认为，当前太空光伏产业化仍面临显著的不确定性。这种不确定性既源自技术成熟度与长期可靠性等层面的挑战，也受到能否实现大规模商业化所需的经济性考验。

多位业内人士对第一财经记者表示，目前“太空光伏”的应用场景仍处于探索阶段，产业化进程仍面临不确定性。记者还了解到，眼下部分在二级市场备受追捧的企业其实其产品还未直接向商业航天卫星公司供货。

某国内券商电新组分析师亦对第一财经记者表示：“目前太空光伏仍处于0-1阶段，要实现大规模商业应用还需要技术路线及经济效益等多方面的验证。”

有光伏技术专家在朋友圈公开发声，“赞同马斯克‘太阳能就是一切’，但太空光伏梦仍需要时间，大家慎重……”

在技术路线的选择上，据第一财经记者了解，短期内，多种技术路线将会呈现齐头并进态势。

某国内光伏企业电池技术专家杨星星在接受第一财经记者采访时表示：“砷化镓是目前太空光伏主流材料，但是每瓦成本约1000元人民币，成本过高，暂难以适应未来低轨卫星大规模部署的需求。而钙钛矿技术在太空环境可能存在稳定性的问题，尽管地面测试中钙钛矿表现良好，但其在太空极端温度（-150℃至150℃）、高辐射、真空环境下的长期稳定性尚未经过充分验证。”

中银证券分析，太空光伏技术仍处于发展早期，在太空光伏细分场景下砷化镓、晶硅、钙钛矿在内的多种技术路线尚未收敛，当前阶段难以预测行业发展终局。

“当前阶段，解决电池功率与成本问题是核心关键，这决定了后续太空能源整体解决方案的规模化落地、商业化推广。”钧达股份（002865.SZ）在与机构投资者交流时表示，从行业前景来看，太空能源领域的柔性封装材料、温控及散热膜技术等存在广阔市场空间。

成本方面，据中信建投测算，即使乐观估计，当前太空光伏的度电成本约为2-3美元/千瓦时，而地面光伏的度电成本已降至0.03-0.05美元/千瓦时，两者相差最高达百倍。“若未

来发射成本无法降至当前的1/10以下，且光伏效率无法翻倍提升，太空光伏将很难具备经济性。”

截至目前，多家A股上市公司公开发声，对“太空光伏”的前景普遍持乐观态度。天合光能（688599.SH）相关负责人对第一财经记者表示，公司正与国内外领先航天航空机构合作，积累空间太阳能方向的实践经验。“随着可回收火箭技术的不断进步，太空光伏有望在未来成为万亿级市场。”

海目星（688559.SH）表示，公司已经与头部光伏电池组件厂一起，深入研发钙钛矿叠层电池的相关技术，该技术将助力光电效率和瓦克比（w/g）持续上升，后续相关电池有望用于低轨卫星及太空算力发电。

奥特维（688516.SH）表示，公司高度关注太空光伏产品所需的制造设备，目前设备主要应用于地面光伏，也有基于异质结提效设备可应用于太空光伏技术路线，公司正积极探索更多太空光伏设备。

谈及商业化的时间表，银河证券预测，随着商业航天发射成本下降与电池技术突破，太空光伏有望在未来10年至15年逐步商业化。

（杨星星为化名）

AI解读：

核心内容总结

近期，“太空光伏”概念因特斯拉CEO马斯克多次站台而爆火，成为二级市场热点。相关概念股股价大幅上涨（部分公司近20日涨幅超40%），但行业现状是：太空光伏仍处于早期探索阶段，面临技术不成熟、成本过高两大核心挑战，多数被炒热的公司尚未实际向航天企业供货；不过长期来看，随着可回收火箭技术进步和电池效率提升，行业有望在10-15年内逐步商业化，市场潜力被普遍看好。

详细拆解解读

1. 概念先火：股市提前“狂欢”，多家公司股价涨疯

马斯克的站台直接点燃了市场热情，太空光伏相关股票近期涨势惊人。

•

指数表现：万得太空光伏概念指数近一个月涨了19.83%，远超沪深300指数1.18%的涨幅；

• 个股爆发：钧达股份近20天涨了84.62%，明阳智能涨60%，捷佳伟创涨44%——相当于短短几周，部分股票市值快翻倍；

- 异动频发：多家公司因涨太快触发监管公告，比如东方日升连续两天涨超30%，拉普拉斯连续三天涨超30%，都得发公告说明“没特殊情况”。

简单说，股市已经先把“太空光伏”的预期炒到天上了，但实际业务还没跟上。

2. 太空光伏是啥？为啥要把太阳能板放天上？

太空光伏就是把太阳能板装在卫星、月球等地方，发电后无线传回到地面，或者给太空设施供电。它比地面光伏香的原因很实在：

- 日照时间更长：近地轨道卫星90分钟绕地球一圈，60%以上时间都能晒到太阳（地面光伏一天最多晒8小时）；
- 光照强度更高：外太空没有大气层遮挡，每平方米阳光强度比地面高30%，发电效率自然更高；
- 供电稳定：地面光伏受天气、昼夜影响大，太空光伏几乎能24小时稳定发电（除了偶尔被地球挡住）。

这也是为啥它能成为卫星供电的首选——卫星在天上跑，总不能拉根电线吧？太空光伏是最靠谱的选择。

3. 现实骨感：产业化有两大“拦路虎”，现在还走不通

虽然概念火，但业内都清楚：太空光伏离实际商用还差得远，主要卡在两点：

- 技术不成熟：
 - 目前主流材料是砷化镓，但每瓦成本要1000元（地面光伏每瓦才几块钱），太贵了；
 - 钙钛矿技术地面测试不错，但太空环境极端（温度从-150℃到150℃跳变、高辐射、真空），它能不能长期稳定工作还没验证过；
 - 技术路线还没定，砷化镓、晶硅、钙钛矿谁能最终胜出，现在没人知道。
- 成本高到离谱：
 - 中信建投测算，太空光伏度电成本（发一度电的成本）是2-3美元，而地面光伏才0.03-0.05美元，差了100倍！
 - 发射成本也吓人：把东西送上天的费用如果降不到现在的1/10以下，再加上电池效率不翻倍，太空光伏根本没有经济性——简单说，发的电比买的还贵，谁会用？

4. 现状：多数公司“蹭热点”？实际业务还没落地

很多被炒热的公司，其实还没真正碰太空光伏：

- 多位业内人士透露，部分二级市场热门企业，产品还没直接卖给商业航天卫星公司；
- 券商分析师说，太空光伏现在处于“0到1”的阶段——意思是连“能用”都还没完全实现，更别说大规模商用；
- 有技术专家直接提醒：“太空光伏梦需要时间，大家慎重”——潜台词是别被股市涨势冲昏头。

简单讲，现在多数公司只是“关注”或“研发中”，还没拿出能实际用在太空的产品。

5. 未来可期吗？企业积极布局，10-15年可能商业化

虽然现在难，但长期前景被普遍看好：

- 企业动作：
- 天合光能和航天机构合作，积累太空太阳能经验；
- 海目星研发钙钛矿叠层电池，说未来能用于卫星发电；
- 奥特维在探索太空光伏需要的制造设备；
- 商业化时间表：银河证券预测，随着发射成本下降（比如可回收火箭普及）和电池技术突破，太空光伏有望在10-15年内逐步商业化；
- 市场潜力：天合光能甚至说，未来可能成为“万亿级市场”——毕竟如果能解决成本问题，太空光伏的稳定供能优势是地面无法比的。

总结：太空光伏现在是“画饼阶段”，但这个饼未来可能真的很大，只是需要耐心等技术和成本突破。

最后一句话总结

太空光伏是个“好故事”，但现在还停留在“故事”阶段——股市先炒预期，实际业务还得等10年以上。普通投资者别只看涨幅，得先搞清楚：这些公司到底有没有真东西？技术能不能落地？成本能不能降下来？不然很容易高位接盘。