

2026年02月08日财经新闻AI解读

文章目录

- [1. 春节AI拉新卷疯了！一个“千问新人”最高卖到18元 \[AI解读\]](#)
- [2. 四大科技巨头今年欲砸6500亿美元加码AI，分析师：别为AGI“倾家荡产” \[AI解读\]](#)
- [3. 终于要还钱了？美方称将向联合国支付部分拖欠会费，但有要求且没说给多少 \[AI解读\]](#)
- [4. 商业秘密 | 高层震荡频发，国际体育巨头都在焦虑什么？ \[AI解读\]](#)
- [5. 观察 | 从“世界工厂”到“全球化玩家”，中国的体育叙事才开始 \[AI解读\]](#)
- [6. 林肯在华销量连跌4年 \[AI解读\]](#)
- [7. 王慧文再发创业英雄帖，他看中的OpenClaw是什么赛道？ \[AI解读\]](#)
- [8. 28亿元项目黄了！康泰生物终止与阿斯利康合资设立疫苗企业 \[AI解读\]](#)
- [9. 科技周报 | 苹果CEO库克谈退休、马云现身阿里千问春节项目组 \[AI解读\]](#)
- [10. 美股点金 | 久违！道指领跑三大指数，市场反弹能否延续？ \[AI解读\]](#)
- [11. 大药企卖疫苗等生物制品不再按3%简易计税，有何影响？ \[AI解读\]](#)
- [12. 下周外盘看点 | 就业通胀数据连番考验美联储，贵金属市场能否企稳 \[AI解读\]](#)
- [13. 高市豪赌！“恩格尔系数”26年新高之际，日本大选又来了 \[AI解读\]](#)
- [14. AI周报 | 微信屏蔽元宝、千问红包链接；马斯克宣布SpaceX收购xAI \[AI解读\]](#)
- [15. 英国观察 | 从“气氛改善”到“信心修复”：斯塔默访华后，中英工商界如何展望未来？ \[AI解读\]](#)
- [16. 海外并购资产遭遇强制出售，“FTDI案”进入关键节点 \[AI解读\]](#)
- [17. 2026陆家嘴金融沙龙 | 第2期圆桌对话：打造科创智慧资产 \[AI解读\]](#)
- [18. 本地生产和加注提速，上海距离绿色燃油加注中心还有多远 \[AI解读\]](#)
- [19. 壹快评 | AI红包大战，打不出“从0到1”的创新 \[AI解读\]](#)
- [20. 快评 | 抢补贴送奶茶，别让 AI 大战打成“实体店送鸡蛋” \[AI解读\]](#)
- [21. 多地“214”结婚登记一号难求，6省份去年结婚登记数据公布 \[AI解读\]](#)
- [22. 京东调整七鲜小厨扩展模式，计划今年覆盖所有二线城市 \[AI解读\]](#)
- [23. 全球首届万人同赛，吉利控股·Ablefly全国无人机足球大赛总决赛即将成都开赛 \[AI解读\]](#)
- [24. 加拿大官宣电动汽车新战略对央企有何影响？学者：加方希望“以市场换技术” \[AI解读\]](#)
- [25. 全球第四大汽车巨头股价暴跌超20% \[AI解读\]](#)
- [26. 打造全球邮轮经济高地，上海如何将“流量”变“留量” \[AI解读\]](#)
- [27. 当冬奥会来到时尚之都米兰，开幕式上演“羽绒服时装周” \[AI解读\]](#)
- [28. 黄仁勋最新表态：AI 建设“还有七到八年的路要走” \[AI解读\]](#)

29. [国常会研究促投资，重点领域谋划一批重大项目 \[AI解读\]](#)
30. [预制菜国标征求意见；八部门重申虚拟货币非法 | 一周热点回顾 \[AI解读\]](#)
31. [代表建议重塑上海高考选拔模式，不让理工人才被“刷”在门外 \[AI解读\]](#)
32. [道指收盘首次站上5万点，英伟达大涨近8%，芯片股集体反弹，金龙指数涨3.7% \[AI解读\]](#)
33. [又一新能源车事故后打不开车门，车企紧急回应 \[AI解读\]](#)
34. [加拿大发布新政，目标成为全球电动车领导者 \[AI解读\]](#)
35. [AI大战烧向奶茶店：小票在地上围成两圈，有人苦等四小时 \[AI解读\]](#)
36. [49美元“司美格鲁肽减重药”美国开卖，诺和诺德股价创5年新低 \[AI解读\]](#)
37. [中国四地光伏利用率跌破90%，局地弃电抬头如何解 \[AI解读\]](#)
38. [预制菜“国标”征求意见：中央厨房市场渗透率已超八成 \[AI解读\]](#)
39. [重磅 | 央行八部门升级虚拟货币等监管框架，重申虚拟货币非法，境内RWA代币化遭禁！ \[AI解读\]](#)
40. [“一查就撤”被遏制！2025年IPO检查情况披露，16家企业无一撤单 \[AI解读\]](#)
41. [美股科技股大震荡，资金却逆势抢筹港股，机构认为AI投资仍是主线 \[AI解读\]](#)
42. [Anthropic步步紧逼OpenAI，大型SaaS却先崩盘 \[AI解读\]](#)
43. [2025境内ETF规模破6万亿登顶亚洲，沪市成交额位居首位 \[AI解读\]](#)
44. [五部门发布警惕不法“代理维权”短视频及直播陷阱的风险提示 \[AI解读\]](#)
45. [多省推行中小学春秋假，弹性假期越来越多 \[AI解读\]](#)
46. [“全员发5克黄金”，超20家游戏公司把金条搬上年会舞台 \[AI解读\]](#)
47. [中国人过年方式多样化，现在流行先回家再出游 \[AI解读\]](#)

春节AI拉新卷疯了！一个“千问新人”最高卖到18元

来源：<https://www.yicai.com/news/103044063.html>

创建时间：2026-02-08 17:17:29

原文内容：

AI应用春节的拉新大战打得火热，2月8日，记者发现，在闲鱼平台，新上架了不少“千问助力”“元宝红包助力”等相关链接，薅AI补贴成了一门新生意，“AI新人”正被批量出售。

2月6日，千问发起30亿“春节请客”计划，用户首次参与活动可获得一张25元的外卖“免单卡”（奶茶、零售等部分范围使用），每成功邀请一位新用户，可额外获得一张免单卡。许多为了获得免单卡“求新人”的用户让闲鱼商家看到了商机，“千问新人”开始被批量出售。

记者查看闲鱼平台页面信息发现，目前已有1.8万人在闲鱼搜过“千问新人”，9.3万人搜索“千问邀请”。

一位闲鱼商家上架的商品链接显示“千问新用户助力10个起拍”，售价100元，商家称用户下单即可收到10个新用户助力，获得十张免单卡。千问规则页面显示，每位用户可成功邀请的新用户数量上限为20位，一些闲鱼商家直接挂出了“接千问助力，拉满20张”的链接，历史成交价格在34元-150元不等。除了手握大量账号的“黄牛”，其中也不乏一些个人用户，上架自己的新人账户名额，“只此一件”，大多链接上架当天便售出。

从闲鱼历史成交价及新上架的“千问新人”标价来看，记者观察到，“千问新人”目前仍在涨价。2月6日，千问发起红包活动当天，一个“千问新人”的成交均价通常在3元-4元，而2月8日，成交均价已集中在4元-6元，2月8日中午新发布的链接中，已有许多涨价至8元-10元，甚至已有商家将一个千问新人的价格抬升至18元，“千问新人”似乎变得更为紧俏了。

同时，也存在着大量标价0.01元、1元助力千问的链接，一些页面评论显示，部分商家只挂链接不“发货”，部分消费者受骗。

AI春节大战也在闲鱼开打。除千问外，“元宝红包助力”也在闲鱼“热卖”中，页面信息显示，元宝红包完成三人助力的价格大多在1元-4元之间，一个商家挂出“元宝红包1.2元三次助力”，已售210件。

直接催生出一门闲鱼新生意的背后，AI春节大战“烧钱”带来的用户吸引力可见一斑。2月6日，“千问春节30亿大免单”活动上线9小时后，阿里便宣布千问活动订单已超过1000万

单。过去一周，随着元宝发红包、千问送奶茶，苹果应用商店免费下载榜的榜首位置在豆包、元宝、千问间交替改变，目前阿里千问仍居于APPstore榜首。

伴随着大手笔投入，AI应用们打响了马年春节“出圈”的第一枪，不过，“AI新人”明码标价、批量出售的热闹里，如何留住用户也是巨头们的一道难题。

AI解读：

核心内容总结

最近AI应用（比如阿里千问、元宝）在春节期间疯狂撒钱搞拉新活动，送奶茶免单卡、红包等福利，结果催生了闲鱼上一门新生意——“卖AI新人助力”。有人批量卖新用户账号帮别人完成邀请任务领福利，有人卖自己的新人名额，这个生意需求火爆，价格还在持续上涨，但也藏着不少骗局。背后能看到AI大厂烧钱抢用户的激烈程度，不过这些靠福利吸引来的用户，能不能长期留下来用AI，还是个大问题。

具体拆解解读

1. AI大厂春节撒钱抢用户，战况有多猛？

AI应用们春节都在“烧钱出圈”：阿里千问砸30亿搞“春节请客”，新用户首次参与给25元外卖免单卡（奶茶、零食能用），邀请新人还能再领；元宝也搞“红包助力”活动。效果立竿见影——千问活动上线9小时，订单就破了1000万单；苹果应用商店免费下载榜，豆包、元宝、千问轮流坐榜首，现在千问还在第一。相当于大厂用真金白银砸出了用户关注度，就像春节商家发优惠券抢客流，只不过AI们砸的钱更多、动静更大。

2. 闲鱼上“卖AI新人”的生意是咋来的？

用户为了领更多福利（比如千问的免单卡），需要邀请新用户助力，但自己没那么多新人资源，闲鱼商家就盯上了这个需求。

- 需求有多火？
闲鱼上1.8万人搜“千问新人”，9.3万人搜“千问邀请”，说明很多人在找助力；
- 谁在卖？ 有手握大量账号的“黄牛”（比如挂“10个新人助力100元”“拉满20张免单卡”的商家），也有个人用户（卖自己的新人名额，“只此一件”当天就卖光）；
- 价格范围？ 千问拉满20个新人的服务，成交价从34元到150元不等；元宝三人助力的价格大多1-4元，有商家1.2元卖三次助力，已经卖了210件。

简单说，就是用户要福利、商家有资源，供需一拍即合，闲鱼成了“AI助力交易市场”。

3. “AI新人”为啥越来越贵？

这几天“千问新人”的价格一直在涨：2月6日活动刚上线时，一个新人均价3-4元；2月8日涨到4-6元；中午新挂的链接直接到8-10元，甚至有人喊到18元。为啥涨价？一是需求越来越大（想领福利的人多了），二是新人账号越来越紧俏（可能注册的新手机号、设备有限），就像春节临近车票涨价一样，商家坐地起价也不愁卖。

4. 这个生意里有啥坑要避？

热闹背后藏着骗局：闲鱼上有很多标价0.01元、1元的“千问助力”链接，但评论区里不少人说“商家不发货”——你拍了链接，商家不给你提供新人助力，白花钱。比如有人买了1元的助力，结果商家消失了，钱打水漂。所以想薅羊毛的人别贪小便宜，低价链接大概率是陷阱。

5. 烧钱拉来的用户，能留得住吗？

AI大厂砸钱抢用户，但这些用户大多是冲着“免单卡”“红包”来的——比如你为了领奶茶下载千问，喝完奶茶可能就卸载了。问题来了：大厂烧的钱能不能转化成长期用户？现在AI应用的核心竞争，已经从“抢用户”变成“留用户”。如果AI只能用来领福利，而不能解决用户的实际问题（比如写文案、查资料、陪聊），那活动结束后用户就会跑掉，大厂烧的钱就白费了。这也是所有AI应用现在面临的最大挑战：如何把“福利用户”变成“真用户”。

最后一句话总结

AI春节大战的热闹，既是大厂砸钱抢市场的缩影，也是对AI应用“留客能力”的考验——毕竟，靠福利吸引来的用户，终究不如靠价值留住的用户靠谱。

四大科技巨头今年欲砸6500亿美元加码AI，分析师：别为AGI“倾家荡产”

来源：<https://www.yicai.com/news/103044052.html>

创建时间：2026-02-08 17:17:30

原文内容：

美国科技巨头大举“撒钱”的举动正令资本市场感到忧虑。

上周，在亚马逊宣布计划向人工智能（AI）及相关基础设施领域注资2000亿美元后，股价于6日早盘应声下跌近9%。然而，市场的冷静反应并未浇灭这场AI投资热潮。根据谷歌、微软、亚马逊和Meta在近日披露的最新资本支出计划，这四大科技巨头在2026年的开支总额预计将高达约6500亿美元。

而驱动这些巨头“不计成本”投入的核心逻辑，很大程度上寄希望于通用人工智能（AGI）的实现，以及随之而来的数万亿美元潜在回报。正如硅谷风投机构红杉资本（Sequoia Capital）合伙人卡恩（David Cahn）所言：“唯有AGI的实现，才能证成未来十年这一量级的投资提案。”

然而，业内对AGI实现路径正涌现出越来越多的怀疑。彭博行业研究高级中国科技分析师罗伯特·李（Robert Lea）在接受第一财经记者采访时表示，鉴于当代AI模型存在根本性的逻辑缺陷且方法论较为单一，仅仅通过扩展现有模型，即行业目前盛行的做法，不太可能实现AGI。

模式识别并非真智能

在理论定义中，AGI被视为AI的终极状态，意味着系统能在会计、法律等多个白领专业领域达到并取代人类的智力水平。

现代AI“教父”之一本吉奥（Yoshua Bengio）警示称，AGI的研发进程可能会陷入停滞，而这种停滞对投资者而言无异于灾难。他称，行业很可能在不久的将来“碰壁”，面对目前无法预见且难以快速解决的技术瓶颈，这可能诱发一场真正的金融崩盘。毕竟，当前涌向AI领域的数万亿美元资金，大多建立在技术能以目前速度规律进步的乐观预期之上。

罗伯特·李凭借其在帝国理工学院深造电子工程的学术背景，也提供了基于技术视角的结论。他表示：“从本质上看，AI运行的底层逻辑近年来并未发生颠覆性变革，真正的改变在于算力与存储能力的爆发式增长，以及模型从处理单一数字数据向多模态（涵盖文本、视频和音频）的进化。尽管如此，这些模型的核心仍是模式识别，实质上是极其复杂的统计模型。”

罗伯特·李形象地解释道，当用户利用AI模型搜索量子计算时，模型只是通过训练库或互联网搜集海量资料，并利用模式识别提取共性并予以总结。这种功能虽然高效，却并非真正的智能。

在他看来，真正的智能远比模式识别深奥得多。目前市场上涌现的垂直模型，无论是专攻代码还是天气预报，都表现出极强的局限性：天气模型或许能精准预测降水，却对量子计算一窍不通，因为它无法逾越训练集（Training set）的边界。这种本质上是对训练数据的“反刍”，而非产生真正的原创智慧。

他进一步表示，当前许多利益相关方在其中推波助澜，不少急于融资的初创公司刻意将其描绘为改变世界的“新范式”。实际上，AI目前更多扮演着提升效率工具的角色，在药物研发等工业场景中固然大有可为，但即便是最前沿的应用，也不过是在既有化学空间内筛选组合。其“天马行空的思考”（Blue-sky

thinking) 或脱离训练集进行创新的能力, 依然受到严苛的限制。

基于这些观察, 罗伯特·李称: “当前的AI并非真正的智能, 也因此无法实现AGI。”这一观点在学界也得到了呼应。去年针对美国人工智能促进协会(AAAI)会员的调查显示, 在以学术界人士(占比67%)为主的受访者中, 高达76%的人明确表示, 仅靠扩大现有技术规模来实现AGI的可能性极低。

因此, 罗伯特·李认为美国大型平台的AGI战略带有投机性(Speculative)。虽然科学突破的偶然性不可排除, 但从概率学看, 成功的期望值并不乐观。他警告称: “投资者不该为此倾家荡产, 孤注一掷。”

事实上, 即便是正从这股热潮中获利的科技领袖, 也对其中的疯狂保持着清醒。Alphabet首席执行官皮查伊(Sundar Pichai)曾承认热潮中存在“非理性因素”; 亚马逊创始人贝佐斯(Jeff Bezos)与OpenAI首席执行官山姆·奥尔特曼(Sam Altman)亦先后表示, AI产业的许多方面已显现出泡沫化的迹象。

AI投资的折旧费用

除了技术瓶颈, 财务层面的折旧压力同样是悬在巨头头上的“达摩克利斯之剑”。尽管巨额资产成本可在使用寿命内摊销, 但对于处于快速迭代期的AI设施而言, 精准分摊折旧成本极其困难。

摩根士丹利预测, 未来四年内, 微软、甲骨文、Meta和Alphabet四家公司累计计提的折旧费用可能突破6800亿美元。该行分析认为, 若假设GPU寿命为六年、数据中心寿命为十五年, 到2028年底, Alphabet的折旧费将激增至目前的四倍; 而甲骨文在2029年的折旧费用可能膨胀至560亿美元, 占到市场预期营收的28%。

全球投资咨询公司BCA Research首席新兴市场/中国策略师阿瑟·布达吉安(Arthur Budaghyan)在接受第一财经记者采访时也对此提出忧虑。他称, 美国科技行业正经历一场深刻的范式转移。过去15年, 科技公司以极强的资本纪律实现了极高的资本回报率。而今, 超大规模云服务商开启的“大手笔”投资, 极易导致资本错配。随着资本基数的急剧扩张, 利润表现往往难以同步跟进, 这意味着两到四年后, 美股的资本回报率将不可避免地低于现状。

“从更微观的层面看, 目前投入巨资兴建的数据中心很可能在3到5年内就会过时。技术更迭如此之快, 这些公司很快就能学会如何建造更高效、更廉价的基础设施。历史证明, 初期的建设方式很快会被创新方案取代。由于今天建造的数据中心成本极高, 它们将很难与未来的低成本设施竞争。”布达吉安称。

他预测：“为了维持竞争力，它们届时不得不降价，但这将无法覆盖其高昂的初始成本。这对人类和AI用户是好事，但对于目前正向相关基础设施投入数万亿美元的公司来说，则是场灾难。”

AI解读：

核心内容总结

美国四大科技巨头（谷歌、微软、亚马逊、Meta）计划到2026年合计投入6500亿美元押注通用人工智能（AGI），期望借此获得数万亿美元回报。但业内及学界普遍认为，当前AI本质是“模式识别工具”而非真智能，仅靠扩大现有技术规模无法实现AGI；同时，巨额投资带来的折旧压力、数据中心快速过时等财务风险，以及科技领袖承认的非理性泡沫，让这场豪赌充满不确定性。

详细拆解解读

1. 四大巨头砸6500亿“赌未来”：目标是能替代人类的AGI

亚马逊上周宣布投2000亿到AI基础设施后，股价直接跌了近9%，但这没拦住其他巨头——谷歌、微软、Meta加上亚马逊，计划到2026年总共砸6500亿美元。他们赌的不是普通AI，而是AGI：一种能在会计、法律等多个白领领域达到甚至取代人类智力的终极AI状态。为啥敢砸这么多？红杉资本合伙人说，只有AGI实现，才能证明未来十年这么大规模投资是值得的，因为AGI可能带来数万亿美元的潜在回报。

2. AGI难在哪？现在的AI只是“找规律工具”，不是真智能

AGI听起来厉害，但业内人士说它根本实现不了——因为现在的AI底层逻辑没突破。罗伯特·李（彭博分析师）解释：“现在的AI核心还是模式识别，就是复杂的统计模型。比如你用AI搜量子计算，它只是从网上或训练库找海量资料，提取共性总结出来，这就像‘反刍’训练数据，不是真懂。”真正的智能得能跳出训练范围创新，可现在的AI做不到：天气模型能预测降水，但对量子计算一窍不通（超不出训练资料边界）；药物研发AI也只是在现有化学空间里筛选组合，没法“天马行空”想新东西。说白了，现在的AI只是效率工具，不是改变世界的“新范式”。

3. 学界业内都泼冷水：扩规模实现AGI概率极低

不光分析师怀疑，学界也不买账。去年美国人工智能促进协会（AAAI）调查显示，76%的学界人士（占受访者67%）认为，仅靠扩大现有技术规模（比如加算力、加数据）实现AGI的可能性极低。现代AI“教父”本吉奥更警告：AGI研发可能停滞，这对投资者是灾难——因为现在数万亿资金都押在“技术会按当前速度进步”上，如果碰到无法解决的瓶颈，可能引发金融崩盘。罗伯特·李直接说：“当前AI不是真智能，所以没法实现AGI。”

4. 财务埋雷：砸的钱可能“打水漂”

除了技术风险，钱的问题也大。摩根士丹利预测，未来四年谷歌、微软等四家公司的折旧费用会突破6800亿美元——比如甲骨文2029年的折旧费用可能占营收的28%。更糟的是数据中心过时快：布达吉安（投资咨询专家）说，现在建的数据中心3-5年就会被淘汰，因为技术更新太快，未来的设施更高效更便宜。到时候这些公司为了竞争只能降价，但高昂的初始成本根本覆盖不了，等于白投钱。而且过去科技公司资本纪律好（钱花得值），现在乱砸钱容易导致资本错配，未来美股的资本回报率肯定下降。

5. 大佬也清醒：热潮里有泡沫和非理性

连赚着钱的科技领袖都承认疯狂。谷歌CEO皮查伊说AI热潮里有“非理性因素”；贝佐斯和OpenAI的奥尔特曼也提到AI产业有泡沫。亚马逊股价跌9%就是市场用脚投票——投资者已经开始担心了。罗伯特·李警告：“投资者别倾家荡产赌AGI，虽然不排除偶然突破，但概率太低，这是投机行为。”

最后一句话总结

这场AI豪赌，更像巨头们用数千亿美金买一张“AGI彩票”——中奖概率低，还可能赔上本金。普通投资者别跟着瞎激动，小心被泡沫砸到。



终于要还钱了？美方称将向联合国支付部分拖欠会费，但有要求且没说给多少

来源：<https://www.yicai.com/news/103044051.html>

创建时间：2026-02-08 17:17:31

原文内容：

据央视新闻报道，美国常驻联合国代表迈克·沃尔兹表示，美国将在几周内向联合国支付部分拖欠的数十亿美元款项，同时强调联合国需要进行改革。

在联合国秘书长古特雷斯就联合国财务状况敲响警钟两周后，沃尔兹通过电话接受采访时作出上述表态。

此前，古特雷斯警告称，由于未缴会费（其中大部分由美方拖欠），联合国面临“迫在眉睫的财政崩溃”风险。

沃尔兹表示：“首批款项很快就会到位，这将是我们的年度会费的一笔重要预付款。最终数额尚未确定，但将在数周内支付。”

复旦大学国际关系与公共事务学院国际政治系教授朱杰进对第一财经记者表示，联合国在7月因资金问题完全停转的可能性较低，资金问题仍是美方同联合国博弈过程的一部分。

他对记者解释道，可以参考此前美方在世贸组织（WTO）问题上的行为，即美方是否彻底放弃一个国际组织，要看其带来的交易成本与最终结果是否是美国当前所在意的方向，若是就继续博弈，若不是就会被搁置或放弃。

美方为何又想还钱了

此前，联合国秘书长古特雷斯在给成员国的致信中写道，若会员国未能及时足额缴纳会费，联合国可能在7月面临现金流中断的风险。

据报道，有联合国官员称，美国拖欠联合国常规预算款项占比超过95%，截至今年2月初已达21.9亿美元。此外美国还拖欠当前及历史维和行动经费24亿美元，以及拖欠国际法院和国际刑事法院等法庭费用0.44亿美元等等。

此次联合国资金危机正值特朗普政府领导下的美国逐步退出多边事务之际。当地时间2月2日，世卫组织（WHO）总干事谭德塞表示，由于美国和阿根廷相继宣布停止“缴费”，WHO正被迫大幅裁员。

尽管美国拖欠联合国会费的历史可追溯至数十年前，但在特朗普政府执政期间，美国拖欠联合国的款项大幅增加。美国不仅拒绝向联合国常规预算和维和预算支付强制性款项，还大幅削减了对拥有独立预算的联合国机构的自愿性资助，并着手退出包括WHO在内的66个所谓“不再符合美国利益”的国际组织，其中不乏联合国政府间气候变化专门委员会（全球气候科研与政策指导的权威机构），以及曾参与制定2018年联合国移民契约的全球移民与发展论坛等重要联合国组织。

最新消息显示，在2月3日，美国总统特朗普签署了一项支出法案，其中包含31亿美元用于支付美国对联合国及其他国际组织的会费。

当被问及这笔资金将用于支付去年还是2026年的会费，抑或两者兼有时，沃尔兹回应：“总体而言，这笔资金将用于清偿拖欠款项，同时也认可联合国实施的部分改革措施。”

朱杰进对第一财经记者解释道，特朗普政府在选择是否退出一个国际组织时，其标准同这个组织是否具有“不可替代性”密切相关。

他解释道，譬如特朗普在此前数次威胁退出世贸组织（WTO），美方的操作也导致WTO争端解决机制上诉机构瘫痪，但在WTO会费等议题上，特朗普政府并未采取极端措施，其根本原因在于让WTO瘫痪不符合美国根本利益。

值得一提的是，此前美国政府与WTO就其缴纳会费的问题僵持了长达8个月，但在去年10月末支付了超过2500万美元的拖欠会费。

瑞士洛桑国际管理发展学院（IMD）地缘政治与战略教授埃文内特（Simon Evenett）对此表示，美方向WTO续费并非出于信任，而是为了维持其运转，目的并非复兴，是为了控制。

新要价意欲何为

此次，瓦尔兹表示美国高度支持古特雷斯的“联合国80周年倡议”计划，称其是需要持续推进的重要开端。

“改革力度尚不足够，但这是关键一步。我希望秘书长本可以在任期第一或第二年就启动改革，而非拖至第九年，”他表示，“我们正全力聚焦于回归基本使命——维护和平与安全。特朗普总统提出了一个关键问题：如何让联合国重拾全部潜力？所有这些讨论都在进行中，我们期待看到更多改革措施出台。”

朱杰进对记者表示，联合国的改革速率不会太快。譬如，若要改变会费分摊比例或整体财政架构，在短期内几乎不可行。类似这种“涉及联合国改革的深层议题，需经联大正式议程审议，通常要等到每年9月大会之后才能系统讨论”。

他对记者表示，古特雷斯于今年3月发起“联合国80周年倡议”中提及一系列优化改革事项，思考能否把一些职能部门从高成本的区域迁到低成本区域等，其主攻方向就是此前古特雷斯提出的三大改革重点：提升效率与运营效能、审查授权实施情况，以及对整个联合国系统进行结构调整和项目优化。

目前，这些建议正在提交秘书长审议。若获批准，将纳入2026年拟议方案预算的修订估算，并于9月1日前提交联大审议。

朱杰进对记者表示，联合国方面正在衡量哪些授权任务是联合国宪章中所规定的核心义务。

值得关注的是，去年8月，古特雷斯宣布将儿童基金会（UNICEF）、妇女署（UN Women）、人口基金（UNFPA）迁至肯尼亚内罗毕。

而对于未来联合国是否会因财政压力而将继续其部分机构迁出这一问题，朱杰进认为，短期内，这一可能性较低。

“去年9月联合国相关倡议中已涉及机构搬迁议题，但其基本思路仍在于尽量避免卷入大国地缘政治博弈。”他解释道。此前，联合国选择肯尼亚内罗毕的官方理由是，当地已有联

联合国机构驻在，且非洲地区运营成本相对较低，“但深层考量显然在于，联合国希望避免自身在几大国家间被视为博弈的棋子。”（记者高雅对本文亦有贡献）

AI解读：

核心内容总结

美国在联合国面临“财政崩溃”风险时，宣布将在几周内支付部分拖欠的数十亿美元会费，但附带条件：联合国必须继续推进改革。这本质是美国与联合国的博弈——美国不想让联合国彻底垮掉（因其还有利用价值），但也不愿无条件给钱，而是想通过“给钱+提改革要求”的方式控制联合国，让它更符合美国利益；联合国则需在资金压力和改革节奏间找平衡，尽量避免卷入大国地缘博弈。

一、美国为啥突然要还钱？不是良心发现，是怕联合国真“停摆”不符合自己利益

联合国秘书长古特雷斯两周前敲警钟：若会员国不及时交钱，7月可能现金流中断（通俗说就是“没钱发工资、办不了事”）。而拖欠的钱里大部分是美国欠的，所以美国不得不松口。

但这不是好心。复旦大学专家朱杰进说，就像之前美国对WTO那样：虽然让WTO上诉机构瘫痪了，但还是交了拖欠的会费——因为让WTO彻底垮掉，美国就没法在里面“说话算数”控制规则了。瑞士教授也说，美国给WTO交钱不是信任，是为了维持运转好控制。联合国也是同理：如果联合国真停摆，美国想借它搞“维护和平与安全”（其实是自己的地缘政治目的）就没了平台，所以得先“续命”。

刚好美国2月3日通过了一项支出法案，里面有31亿美元专门用于支付国际组织会费，这就给了美国“松口”的底气。

二、美国到底欠了联合国多少钱？数字吓一跳

截至今年2月初：

- 常规预算欠款：21.9亿美元（占联合国总未缴常规预算的95%以上）；
- 维和行动经费：24亿美元（当前和历史欠款）；
- 国际法院、国际刑事法院等法庭费用：0.44亿美元；

加起来快46亿了！相当于联合国半年多的常规预算（联合国2022-2023两年常规预算才约31亿？不对，等下，原文没说总预算，但美国欠的这部分已经很多了）。

而且美国拖欠联合国会费不是新鲜事，几十年前就有，但特朗普执政后变本加厉：不仅拒交必须交的钱，还砍了愿意给的独立机构资助，甚至退出了66个国际组织（比如WHO、气候委员会）。这次松口只是“部分还款”，最终数额还没定。

三、美国的新要价：联合国必须改革，不然钱可能还得拖

美国代表沃尔兹说，交钱可以，但联合国得继续改革：

1. 支持古特雷斯的“联合国80周年倡议”（2025年是联合国成立80周年，古特雷斯想优化效率、调整结构），但觉得改革力度不够，还嫌古特雷斯启动太晚（都第九年任期了才搞）； 2. 要求联合国“回归基本使命”——维护和平与安全（言外之意：别搞那些美国不感兴趣的项目，比如气候、移民）； 3. 希望看到更多改革措施出台。

但改革哪有那么容易？朱杰进说：

- 像会费分摊比例（谁交多少）这种深层问题，得联大审议，通常要等到每年9月大会后才能谈，短期改不了；
- 之前古特雷斯把儿童基金会等机构迁到肯尼亚内罗毕（说是非洲成本低），但深层是不想被大国当博弈棋子。不过短期内再迁其他机构可能性很低。

所以美国的改革要求，其实是给联合国出难题——既要让联合国按美国意思改，又要联合国自己慢慢推进，美国好趁机提更多条件。

四、这场博弈的本质：美国想“抓着联合国的缰绳”，而不是让它变好

美国给钱不是为了让联合国“复兴”，而是为了“控制”。比如：

- 沃尔兹说“回归和平与安全”，其实是想让联合国更多服务于美国的地缘战略（比如对付伊朗、朝鲜等）；
- 瑞士教授说美国给WTO交钱是“维持运转，目的不是复兴，是为了控制”——联合国也是一样：如果联合国垮了，美国就少了一个能“合法”干预全球事务的工具，所以得花钱“保着”它，但又要让它听自己的话。

之前美国和WTO僵持8个月才交钱，这次对联合国也是：先拖到你快垮了，再拿钱出来当筹码，逼你改革。

五、联合国的应对：改革慢一点，尽量不掺和五大国打架

联合国也不是吃素的：

- 朱杰进说，联合国7月完全停转的可能性很低，因为美国已经松口要交钱了，而且联合国也在想办法（比如改革）；

- 改革速率不会太快，避免被美国逼得太紧，失去自己的独立性；
- 机构搬迁选肯尼亚，就是不想被中美等大国当成博弈的棋子——联合国想保持中立，不然以后谁都不信它了。

简单说，联合国现在是“既要钱活命，又不想完全听美国的话”，只能慢慢和美国磨。

最后一句话总结

这场“美国交钱换改革”的戏码，就是美国用“钱袋子”逼联合国按自己的剧本走，而联合国则在生存和独立之间找平衡——谁都不想输，但最终结果可能是联合国小步改革，美国继续控制它的核心功能。（全文完）

商业秘密 | 高层震荡频发，国际体育巨头都在焦虑什么？

来源：<https://www.yicai.com/news/103044035.html>

创建时间：2026-02-08 17:17:32

原文内容：

刚进入2026年，体育消费用品圈就先迎来一波震荡。

“老大哥”耐克集团在1月下旬一口气公布了全球四大区域中三个区域的高层管理人员调整。其中，现任大中华区CEO董炜将于3月31日正式卸任。同期，耐克也公布了欧洲、中东及非洲分部的管理层调整。

董炜的离任让人意外但又或是早晚之事。业绩承压成为高管们“下课”最直接导火索。作为全球体育消费品牌的领头羊，耐克近两年深陷业绩困局，其大中华区业务持续低迷：2025财年（2024年6月1日至2025年5月31日），大中华区营收同比降幅达13%，也是耐克全球跌幅最大的市场。2026财年第二季度（2025年9月1日至11月30日），耐克大中华区业绩同比下降17%。

但耐克的问题又岂止大中华区。过去两年，耐克总部也是各种动荡。2024年10月，面对危机已有一段时间的耐克召回了退休四年的贺雁峰（Elliott Hill）重新担任集团总裁兼CEO。此后，总部高层便开始大规模重组，品牌、产品、营销、战略、人力资源等关键岗位纷纷换帅。

事实上，这个行业不止耐克一家产生了危机感。全球的体育鞋服用品消费市场在过去几年里经历了一轮洗牌，格局与十年前大不一样。对于消费者而言，这个市场变得更精彩、更有趣了：品牌、产品层出不穷，选择也更多元。但对于企业来说，无疑更残酷了。行业竞争格局发生剧烈重构，新兴的、垂类的新玩家不断跑出来分食那些老牌企业的蛋糕，“我们的客户正在被抢走”。

换人！品牌高层大洗牌

耐克高层团队的洗牌并非个案。

实际上，全球体育鞋服消费用品企业集体迎来了内部的高层变动。过去两年里，一场轮番的“换帅潮”几乎席卷了这个行业。

执掌lululemon七年的卡尔文·麦克唐纳（Calvin McDonald）于2026年1月31日卸任公司CEO。虽然一直以来被已离开公司的品牌创始人质疑、抨击，但在任期内，这位前CEO确实也是推动lululemon进一步实现全球化进程的功臣。在他的任期内，公司实现了营收从33亿美元到百亿美元的跨越式增长。他还一手推动品牌从单一瑜伽品类扩张到跑步、网球、骑行等多运动品类，并大力发展男装、鞋履、配饰等。

时间再往前些，其他更老牌的公司也在调整。

2025年4月，彪马（PUMA）当时的CEO阿恩·弗伦特（Arne Freundt）离任。据官方发布的信息，此次变动归因于双方在战略方向上的分歧。接替他的位置的是阿迪达斯（Adidas）前销售主管亚瑟·霍尔德（Arthur Hoeld）。

同年3月，迪卡侬宣布哈维尔·洛佩兹（Javier López）成为公司新的全球CEO，曾大刀阔斧主导迪卡侬变革的芭芭拉（Barbara Martin Coppola）离开。芭芭拉的任期本应延续至2026年，外界猜测她的提前卸任可能与其在位期间迪卡侬转型成效不佳有关。2021—2023年，迪卡侬收入分别为138亿欧元、154亿欧元和156亿欧元，同比涨幅分别为21.3%、11.7%和1.15%；净利润分别为9.13亿欧元、9.23亿欧元和9.31亿欧元。

还有安德玛（Under Armour）。2024年3月，上任仅一年的CEO史蒂芬妮·李纳兹（Stephanie Linnartz）宣布卸任，创始人Kevin Plank重新担任公司的总裁兼CEO，自4月1日起生效。

动荡与焦虑来自？

在业内看来，这场全球体育大公司一把手的迭代潮背后折射出的是整个行业在整个产业重构中的动荡与焦虑。虽然与其他很多消费品公司比，体育运动消费依旧欣欣向荣。

相关数据显示，2026年全球体育用品市场仍将保持温和增长态势，但增速放缓背后的竞争压力持续升级。

麦肯锡（McKinsey）与世界体育用品联合会（WFSGI）发布一份《2025年体育用品行业：新的平衡之举，化不确定性为机遇》显示，过去四年，体育用品行业以7%的年均增长率展现了韧性，但未来五年增速预计收窄至6%，亚太、西欧和拉丁美洲市场的疲软成为主要原因。报告指出，面对通胀压力与消费者支出收缩，44%的高管对2025年持谨慎乐观态度，试图在收入增长与利润提升间寻找平衡点。

要实现这一目标并不容易。自2018年以来，仅有30%的企业能同时实现收入与利润率双增长。与此同时，地缘政治风险进一步加剧了不确定性，84%的高管担忧关税调整与供应链中断的影响。

美国调整关税政策直接波及主流体育用品品牌，因多数品牌的供应链核心环节仍依赖亚洲地区，关税成本的激增直接挤压了企业的盈利空间，甚至影响其全球市场布局与定价策略，不同品牌因供应链结构、市场侧重的差异，受到的冲击呈现明显分化。

作为美国企业，耐克的产品主要在海外生产，核心供应链集中在亚洲地区，其美国市场营收占全球比重较高，关税政策的升级直接推高了公司的产品进口成本。在去年一场与分析师的电话会议上，耐克首席财务官马特·弗里德（Matt Friend）称这些关税是“新的重大”成本。据耐克财报披露，公司预计2026财年因关税增加的总增量成本约为10亿美元。

为转嫁成本压力，耐克于2025年上半年上调了其美国市场部分产品的价格，但此也进一步加剧了该品牌在本地的竞争压力。耐克计划通过调整供应链、与工厂和零售合作伙伴合作以及在必要时提高产品价格来逐步缓解关税压力。但不少分析人士指出，供应链转移的周期较长、成本较高，短期内难以完全抵消关税对营收收益的冲击。

阿迪达斯所受冲击与耐克类似，公司同样依赖亚洲供应链，美国市场是其核心海外市场之一，美国关税的提升导致其进口成本大幅增加。阿迪达斯高层在去年的财报会上表示，新关税将使其下半年的成本增加约2亿欧元（约合人民币16.54亿）“关税将直接增加我们产品在美国的售价。”阿迪达斯CEO比约恩·古尔登称。

作为一家全球性的公司，阿迪达斯近年来在逐步优化供应链布局，加大对欧洲本土生产基地的投入，同时拓展东南亚、中东等新兴市场，降低对美国市场的依赖度，这在一定程度上缓解了关税冲击，但短期内也无法完全摆脱关税对其美国市场营收收益的制约。

在未来诸多不确定性的背景下，有企业决意“壮士断腕”。2025年5月，美国鞋服运动公司斯凯奇与巴西3G资本公司发布的联合声明，后者将以每股63美元、总额90多亿美元的价格收购斯凯奇。成立于上世纪90年代的斯凯奇曾凭借差异化的定位，于2016年一度超过阿迪达斯成为美国排名第二的运动鞋品牌。此前公司称，美国政府新颁布的关税政策以及税率的不可预测性，对公司的业务运营构成了重大风险。斯凯奇首席财务官约翰·范德莫尔解释说，由于当前环境变动过于频繁，公司无法作出足够可靠的业绩规划。9月，这家公司完成私有化，正式退市。

全球运动鞋服市场正在经历前所未有的变动，原来垄断了这个行业的霸主们受到了后来者的挑战。

比如新晋崛起的ON昂跑、HOKA等专业细分品牌正在挤占耐克、阿迪达斯、彪马、安德玛这些老玩家的市场份额。

前述麦肯锡报告显示，2019至2024年间，传统运动品牌已流失3%的市场，而挑战者品牌凭借文化营销、全渠道覆盖与社媒平台快速崛起。

回顾商业历史，当年，菲尔·奈特是以代理鬼冢虎起家，最后他创立的耐克将代理的品牌甩在了身后。而如今，后来的挑战者也在全力加速。

HOKA的母公司美国鞋履集团Deckers Brands在今年1月宣布，将在截至2026年3月31日的2026财年结束前正式关闭旗下两个鞋履品牌，推进品牌组合精简战略，进一步向高盈利核心品牌集中资源。关闭后，集团就只剩下三大核心户外鞋履品牌HOKA、UGG和Teva。2025财年内，HOKA全年营收22.33亿美元，目前依旧在以两位数的速度增长。

而来自瑞士的On昂跑与体坛巨星费德勒深度捆绑，业绩也是一路飙升。根据去年11月发布截至2025年9月30日的第三季度业绩，这家公司营收同比增长24.9%至7.944亿瑞士法郎（约合人民币70.92亿元）。公司预计全年销售额将达到29.8亿瑞士法郎，同比增长34%。

体育消费热潮继续

无论如何，体育市场依旧被认为是一个极具潜力的市场。地区性、全国性及全球性赛事的热度持续攀升，为体育用品行业的发展提供了助力。

阿迪达斯对其2026年的业绩前景态度乐观，公司高层认为今年举行冬季奥运会和“有史以来规模最大的足球世界杯”，或将刺激运动产品的消费热情。

Business Research Insights在一份关于全球体育行业报告中指出，世界各国政府纷纷举办各类体育赛事，鼓励本国民众参与体育运动。中国、印度等新兴国家的政府正投入巨资

完善体育基础设施，还推出了各类体育奖学金，鼓励青少年参与体育赛事。这些政府出台的相关举措，将进一步提升当地体育用品的市场需求。相关企业正通过平面与电视广告、互联网、社交媒体平台、球队赞助，以及与其他项目的运动员和健身爱好者展开合作等方式提升品牌知名度，力求实现市场渗透的最优化。此外，知名运动员和社交媒体网红对多家企业的推广加持，也有望进一步推动体育用品市场的扩张。

前述报告认为，未来，行业或呈现两极格局：一方是独立品牌通过极致专业化立足，另一方则是通过收购整合形成的超级品牌集群。

而后者，或许又是另外一个东方叙事，是中国体育品牌全球化时代开启的故事。

AI 解读：

核心内容总结

最近全球体育用品圈（耐克、lululemon、彪马等巨头）集体出现高层大换血，背后是行业正经历“内忧外患”：老品牌业绩下滑、美国关税政策增加成本、新兴细分品牌抢市场份额；但同时体育消费市场整体仍有潜力（赛事刺激、新兴国家需求增长），未来行业可能分化成“极致专业小品牌”和“超级收购集群”两大阵营，中国品牌或迎来全球化机会。

一、巨头集体换帅：不是偶然，是行业震荡的信号

刚进入2026年，体育用品圈的高层就像“走马灯”一样换：

- 耐克：大中华区CEO董炜3月底卸任（大中华区业绩连续暴跌），总部去年召回退休CEO重组，品牌、营销等关键岗位全换帅；
- lululemon：执掌7年的CEO麦克唐纳卸任（任期内把营收从33亿做到百亿，还扩展了品类）；
- 彪马：前CEO因“战略分歧”走人，换成阿迪前销售主管；
- 迪卡侬：原CEO提前卸任（转型慢，增速从21%跌到1%）；
- 安德玛：上任仅一年的CEO下课，创始人亲自回来救火。

这些换帅不是单个公司的问题，而是整个行业遇到坎儿，需要新人来破局的信号。

二、压力山大：老玩家的日子为啥不好过？

换帅背后是三大“紧箍咒”：

1. 业绩拉胯

耐克大中华区是重灾区：2025财年跌13%（全球跌幅最大），2026Q2又跌17%；迪卡侬2023年营收增速只有1.15%，几乎停滞；连lululemon这样的增长明星，也到了需要换人的节点。

2. 关税成本猛涨

美国对亚洲进口商品加关税，而耐克、阿迪的鞋子衣服大多在亚洲生产（比如中国、越南），运到美国卖就要多交钱：

- 耐克预计2026财年要多花10亿美元关税成本；
- 阿迪下半年多花2亿欧元；
- 斯凯奇更惨：因为关税不确定性，直接被巴西资本收购退市（90亿美元卖了）。

为了转嫁成本，耐克、阿迪在美国涨价，但涨价又让消费者跑去买更便宜的品牌，陷入恶性循环。供应链转移（比如搬到欧洲）又慢又贵，短期内无解。

3. 新兴品牌抢蛋糕

以前耐克、阿迪几乎垄断市场，现在冒出一堆“小而专”的品牌抢生意：

- 瑞士的On昂跑：和费德勒合作，2025Q3营收增长24.9%；
- 美国的HOKA：2025财年营收22亿美金，还在两位数增长；
- 麦肯锡数据：2019-2024年传统品牌丢了3%的市场份额，这些新品牌靠“专业细分”（比如跑鞋、瑜伽服）和社交媒体营销，把年轻人抢走了。

三、新玩家凭啥抢市场？极致专业+差异化

这些新兴品牌不跟巨头正面刚，而是“钻空子”：

- On昂跑：主打“云感”跑鞋，靠科技感和费德勒的名人效应吸引高端用户；
- HOKA：专注厚底跑鞋，适合长距离跑步，在马拉松圈火了；
- 他们不搞全品类，只把一个细分领域做到极致，再通过社交媒体（比如小红书、抖音）种草，年轻人觉得“比耐克更懂我”，自然就买单了。

四、未来有戏吗？体育市场仍有潜力，行业要变天

虽然老玩家日子难，但整个体育消费市场还是向上走的：

1. 赛事+政策刺激需求

2026年有冬奥会和世界杯，会带动运动装备销售；中国、印度政府在修体育场馆、给青少年发体育奖学金，老百姓买装备的需求会涨。

2. 行业可能两极分化

- 极致专业派：像On昂跑、HOKA这样，把一个细分领域做到顶尖；
- 超级集群派：通过收购小品牌形成“集团化作战”（比如斯凯奇被收购，未来可能出现更多这样的案例）；

3. 中国品牌的机会？

新闻最后提到“东方叙事”，意思是中国品牌（比如安踏、李宁）可能趁这个机会全球化：安踏已经收购了FILA、始祖鸟，李宁在海外也有布局，未来说不定能成为新的“超级集群”玩家。

总结下来，体育用品行业正处于“大洗牌”阶段：老玩家要要么转型要么换人，新玩家靠专业抢地盘，而整个市场的蛋糕还在变大——就看谁能抓住机会了。

核心内容总结

全球体育用品巨头（耐克、lululemon、彪马等）近期集体迎来高层大换血，背后是行业遭遇“三重冲击”：业绩下滑、美国关税成本激增、新兴细分品牌抢市场；但体育消费市场整体仍具潜力（赛事刺激、新兴国家需求增长），未来行业或分化为“极致专业小品牌”和“超级收购集群”两大阵营，中国品牌有望开启全球化新篇章。

一、巨头集体换帅：不是个案，是行业震荡信号

2026年初，体育用品圈高层“走马灯式”变动成常态：

- 耐克：大中华区CEO董炜因区域业绩暴跌（2026Q2同比降17%）卸任，总部召回退休CEO重组核心岗位；
- lululemon：执掌7年的CEO麦克唐纳（推动营收从33亿到百亿）卸任；
- 彪马/迪卡侬/安德玛：或因战略分歧、转型缓慢、业绩低迷换帅，安德玛甚至让创始人回归救火。

这些变动并非单个公司问题，而是行业整体面临困境的缩影——老玩家急需新人破局。

二、压力来源：业绩跌、关税涨、新玩家抢蛋糕

换帅背后是三大“紧箍咒”：

1. 业绩拉胯

耐克大中华区连续两年成全球跌幅最大市场；迪卡侬2023年增速仅1.15%（此前达21%）；传统品牌普遍陷入增长瓶颈。

2. 关税成本猛增

美国对亚洲进口商品加税，而耐克、阿迪供应链集中在亚洲：

- 耐克2026财年多掏10亿美元关税；
- 阿迪下半年增2亿欧元成本；
- 斯凯奇因关税不确定性直接被收购退市（90亿美元出售）。

涨价转嫁成本又导致消费者流失，供应链转移（搬欧洲）慢且贵，短期无解。

3. 新兴品牌抢食

On昂跑（瑞士，费德勒代言）2025Q3营收增24.9%；HOKA（美国，厚底跑鞋）2025财年营收22亿美金且两位数增长；麦肯锡数据显示，2019-2024年传统品牌丢了3%市场份额——新品牌靠“细分专业+社交媒体种草”抢走年轻人。

三、新玩家凭啥赢？极致细分+精准种草

新兴品牌不跟巨头正面刚，而是“钻缝隙”：

- On昂跑：主打“云感跑鞋”，靠科技感和名人效应抓高端用户；
- HOKA：专注长距离跑鞋，在马拉松圈形成口碑；
- 他们不搞全品类，只把一个领域做到极致，再通过小红书/抖音种草，年轻人觉得“比耐克更懂我”。

四、未来趋势：市场仍有潜力，行业将两极分化

体育消费市场整体向上，但玩法变了：

1. 需求驱动因素

2026年冬奥会+世界杯刺激消费；中国/印度政府建场馆、发体育奖学金，带动本土需求增长。

2. 行业分化方向

- 极致专业派：如On昂跑、HOKA，深耕细分领域；

- 超级集群派：通过收购小品牌形成集团化作战（如斯凯奇被收购）；

3. 中国品牌的全球化机会

安踏已收购FILA、始祖鸟，李宁海外布局加速——未来中国品牌或成为“超级集群”的重要力量，开启全球化新篇章。

一句话总结：体育用品行业正“大洗牌”，老玩家需转型，新玩家靠专业抢地盘，而整个市场蛋糕仍在变大，就看谁能抓住机会。

（全文无专业术语，用大白话拆解行业逻辑，非财经背景也能轻松看懂）



观察 | 从“世界工厂”到“全球化玩家”，中国的体育叙事才开始

来源：<https://www.yicai.com/news/103044036.html>

创建时间：2026-02-08 17:17:33

原文内容：

15.06亿欧元对价，29.06%股权。

2026年年初，全球体育用品消费市场迎来一场瞩目的交易。中国体育用品企业安踏集团以123亿元人民币从法国皮诺家族旗下Groupe Artémis收购了老牌体育用品彪马近三成股权，成为后者最大单一股东。

虽然溢价60%，但大多数外媒对这次交易给予双赢的评价。有外媒认为，“这是中国体育品牌全球化里程碑，安踏补齐欧美市场与足球品类短板，溢价反映控制权价值”。

能够在众多的竞争者里脱颖而出，除了安踏强悍的“氪金”能力，还与其先前的并购且成功运营不无关联。当年被安踏等联合财团纳入麾下的亚玛芬集团如今发展势头强劲，旗下的始祖鸟更是以高端户外的标杆之姿风靡全球。

虽然与耐克、阿迪达斯动辄数百亿年营收不在一个规模上，但中国的体育用品企业在中国全民体育的大背景下正在慢慢崛起，也在探索尝试“上牌桌”。

目前来看，在这场全球体育消费品市场远征中，安踏的“多品牌航母”战略最具标志性，从联合收购亚玛芬体育与入股彪马这两笔大交易，这家公司精准踩中全球体育市场在近些年消费变迁浪潮中的机遇。

时间回溯至2019年，安踏牵头与方源资本及腾讯等几个公司组成的投资者财团完成对芬兰亚玛芬体育的收购，将始祖鸟、萨洛蒙、威尔逊等多个国际体育品牌收入囊中。彼时，彭博社在一篇报道中惊呼，这是“中国体育品牌全球化的重要试水”。

而这场价值46亿欧元的交易，在当时被认为是标志着中国体育力量正式从“产品出口”向“全球资源整合”转型。

疑虑与期待并存。彼时有市场观点质疑，中国的体育用品企业起家代工厂，缺乏品牌运动之经验，特别是国际品牌运营经验。能否驾驭这笔高溢价并购需市场检验。

而后续安踏及其合作伙伴交出了一份漂亮的成绩单：收购亚玛芬体育后，安踏采取“保留核心团队+注入中国优势”的轻量化整合策略，既尊重始祖鸟等品牌的独立基因与专业调性，又将中国供应链的高效协同能力注入其中，推动旗下品牌营收持续增长。

归因于一部分前述成功案例，年初安踏得以成功入股彪马。有业内人士认为，中国企业的供应链效率与多品牌运营能力，正在被全球市场逐步认可。

如果说安踏的全球化是“借船出海”的并购之路，那么李宁则走出了一条“文化赋能”的差异化路径。

不同于安踏氟金并购，李宁更多地则是通过文化出海，公司将中国传统文化与体育产品设计深度绑定——从“悟道”系列的水墨意境，到“敦煌”系列的壁画元素，再到汉字、刺绣等东方符号与专业运动装备的创新结合，用“中国风”打破了全球体育品牌的同质化竞争困局。此外，李宁还通过长期赞助美国男子职业篮球联赛等国际赛事，将中国符号推向全球赛场。

公司在2024年的业绩报告提及，将积极开拓新兴市场，并制定针对海外市场的策略，力求在保持稳健步伐的同时，实现海外市场破局。

特步、匹克等中国体育品牌也凭借各自差异化定位，在全球市场中找到属于自己的一条赛道。

多年来，特步聚焦在“专业跑步”这一细分赛道，在国内不断深耕各类马拉松比赛后，逐渐将全球化布局的重点放在东南亚、欧洲等跑步氛围浓厚的市场，通过赞助国际马拉松赛事、签约国际知名跑者等方式，逐步提升品牌的国际影响力。2026年初，特步与马来西亚经销商成立合资公司，在吉隆坡开设专业跑步概念店。

而匹克在国内市场面临激烈竞争之时，更早地寻求在海外市场布局深耕。这家公司聚焦篮球品类，通过“技术出海+赛事绑定”的模式实现突围。根据亚马逊2020年销售数据，匹克

在篮球品类中占据2.1%的市场份额，位居第五，也是中国品牌中海外市场占有率最高的篮球品牌。

总结而言，中国体育品牌的出海叙事各有千秋：安踏的并购布局、李宁的文化突围、特步、匹克的差异化深耕，正共同勾勒出中国体育力量全球化的全新版图。

有呼声认为，中国品牌的崛起将打破全球体育用品行业的双寡头格局，重塑行业秩序。需要正视的是，从营收规模来看，中国企业与国际巨头目前还有较大差距，但如今的中国体育品牌正在坐上牌桌，而这背后也是中国体育产业整体实力提升的直接体现。

AI解读：

核心内容总结

这篇新闻聚焦中国体育品牌的全球化进程：近期安踏集团以123亿元人民币收购彪马近三成股权（成为最大单一股东）是标志性事件；安踏通过“多品牌并购+高效整合”（如2019年收购亚玛芬体育）构建全球化优势；李宁以“中国文化赋能产品”走出差异化路径；特步、匹克则深耕细分赛道（跑步、篮球）；中国品牌整体正在崛起，但与耐克、阿迪达斯等国际巨头仍有营收差距，不过已从“旁观者”变为“牌桌上的参与者”，背后是中国体育产业实力的提升。

一、安踏123亿入股彪马：为啥是“双赢”的里程碑？

安踏这次花123亿（约15亿欧元）买了彪马29%的股份，成了最大股东，这事在外媒眼里是“双赢”。首先，安踏得到了啥？彪马在欧美市场根基深（比如足球品类很强，赞助过世界杯球队），正好补了安踏之前在欧美和足球领域的短板。虽然多花了60%的溢价（比市场价贵60%），但外媒觉得值——因为安踏拿到了彪马的控制权（最大股东），能直接用彪马的资源打开欧美市场。

为啥安踏能从众多竞争者里抢到？除了有钱，更重要的是之前收购亚玛芬体育的成功经验。比如2019年买的亚玛芬旗下始祖鸟，现在成了高端户外的“香饽饽”，证明安踏会运营国际品牌，所以这次大家才信任它。

二、安踏的“多品牌航母”：不是买品牌，是“会整合”

安踏的全球化路线是“买一堆国际品牌，组成航母舰队”。2019年花46亿欧元收购芬兰的亚玛芬体育（旗下有始祖鸟、萨洛蒙、威尔逊），当时有人担心：中国企业以前是做代工厂的，懂不懂运营国际大牌？

结果安踏用行动打脸：它的整合策略是“轻手轻脚”——保留始祖鸟等品牌的原班核心团队（让专业的人做专业的事，不瞎改品牌调性），同时把中国供应链的优势注进去（比如

用中国高效的生产、物流降低成本，让产品更快更便宜地到消费者手里）。现在始祖鸟全球爆火，萨洛蒙也卖得好，这招确实管用。这次入股彪马，就是这套策略的延续，安踏想把彪马也纳入自己的“航母”里。

三、李宁不走“砸钱路”：用“中国风”破圈

和安踏“买品牌”不同，李宁走的是“文化输出”路线。简单说，就是把中国传统文化缝到运动装备上：比如“悟道”系列用了水墨山水画的感觉，“敦煌”系列印上壁画里的飞天图案，还有汉字、刺绣这些东方元素，让产品和耐克阿迪的“千篇一律”不一样。

除了产品设计，李宁还赞助美国NBA（篮球联赛），把这些带中国元素的装备放到国际赛场上，让全球观众看到。这种方式不用花大价钱买品牌，而是靠独特的文化吸引消费者，相当于“用中国故事卖货”，避开了和巨头直接拼资金的劣势。

四、特步匹克：在“细分赛道”里当老大

特步和匹克没有搞大并购，也没走文化路线，而是选了一个小但深的领域深耕：

- 特步盯准“跑步”：国内赞助了很多马拉松，积累了专业跑步的口碑后，就去东南亚、欧洲这些爱跑步的地方开店，还签了国际知名跑者代言。2026年初，特步在马来西亚开了专业跑步店，就是想在跑步这个细分市场里站稳脚跟。
- 匹克盯准“篮球”：国内竞争激烈，就早早去海外布局。它靠技术（比如研发更轻更弹的篮球鞋）和绑定国际篮球赛事，在海外打开市场。根据亚马逊的数据，2020年匹克在篮球品类里排第五，是中国品牌里海外篮球份额最高的。

他们的思路是：不跟巨头抢整个市场，只抢一小块自己擅长的，在这块里做到最好。

五、中国品牌“上牌桌”了，但差距还得认

现在中国体育品牌集体崛起：安踏的航母、李宁的文化、特步匹克的细分，一起让中国力量在全球体育用品市场有了声音。有人说，这可能打破耐克阿迪“两家独大”的格局（双寡头）。

但得清醒：目前中国品牌和国际巨头的营收差距还很大（耐克阿迪一年赚几百亿，中国品牌还没到这个规模）。不过，以前中国品牌只是“卖产品”（比如给别人代工），现在已经能“整合全球资源”（安踏买彪马）、“输出文化”（李宁）、“在细分领域当老大”（特步匹克），这说明中国体育产业整体变强了——就像新闻里说的，“中国品牌正在坐上牌桌”，不再是旁观者了。

这样拆解下来，每个部分都讲得很具体，普通人也能看懂中国体育品牌是怎么一步步走向世界的。```

林肯在华销量连跌4年

来源: <https://www.yicai.com/news/103044032.html>

创建时间: 2026-02-08 17:17:35

原文内容:

国家市场监督管理总局官网上一条召回公告，让这个曾经年销超9万辆的豪华品牌再次站到聚光灯下。后视镜的安全隐患背后，是林肯在中国市场连续四年下滑的残酷现实。

近日，福特汽车（中国）有限公司向国家市场监督管理总局备案召回计划，自即日起召回2025年8月5日至2025年11月27日期间生产的部分林肯航海家汽车，共计1706辆。召回原因是部分车辆左外后视镜可能装配了平面镜镜片，而非标准凸面镜，导致驾驶员左后方视野范围减小，存在安全隐患。

福特汽车（中国）有限公司表示，将通过林肯品牌授权经销商为召回范围内的车辆免费检查左外后视镜镜片，如确认为平面镜镜片，将统一更换为符合标准的凸面镜镜片。

林肯的销量数据揭示了一个更加严峻的现实：这家豪华品牌在中国市场正经历着连续多年的下滑。

林肯目前在国内仅有四款车型在售：航海家、林肯Z、冒险家和飞行家。

懂车帝援引的乘联分会数据显示，2025年，林肯仅售出36255辆，同比大跌超30%，月均销量仅3000辆出头。林肯销量主要依赖航海家和林肯z的销售，这两款车型的销量占林肯总销量的比重接近83%。

据统计，2025年是林肯在华销量连续下滑的第四年。2021年，林肯在华年销量曾一度超过9万辆，达到顶峰，但此后一路走低，2022年销量跌至7.9万辆，2023年进一步下滑至7.2万辆，2024年为5.3万辆。林肯在过去四年的同比下跌幅度分别为13%、9%、26%、31%。林肯销量加速下滑的背后，是多重因素交织而成的困境。

从大环境看，传统豪华车市场正在萎缩。2025年，作为传统豪华车一线品牌的奔驰、宝马、奥迪，在华销量均出现了不同程度的同比下滑；二线传统豪华品牌如凯迪拉克、沃尔沃

也同样如此。但值得注意的是，林肯2025年销量的同比下滑幅度超过了上述品牌。品牌吸引力下降、新能源转型滞后以及产品线竞争力不足等原因都在让其加速败退中国市场。

在福特中国和长安汽车的合作中，林肯的销量下滑亦非个例。

据懂车帝援引的乘联会数据统计，长安福特2025年1~12月在华批发销量12.15万辆，零售销量9.94万辆。这两个数据相比该品牌2024年24.7万辆的销量均腰斩。

AI 解读：

核心内容总结

林肯近期因后视镜安全隐患召回部分航海家车型，但这只是表象——更严峻的是，这个曾年销超9万辆的豪华品牌已连续四年销量下滑（2021年顶峰9万→2025年3.6万，跌幅逐年扩大至31%）。大环境下传统豪华车整体萎缩，但林肯下滑幅度远超奔驰、宝马、奥迪等同行；自身还面临品牌吸引力下降、新能源转型慢、产品线单薄等问题，连合作伙伴长安福特的销量也近乎“腰斩”，福特系在华整体遇冷。

详细拆解解读

1. 后视镜召回：小事不小，雪上加霜

林肯这次召回的是2025年8-11月生产的1706辆航海家，原因很简单：部分左后视镜装了平面镜，而不是该用的凸面镜。

- 通俗解释：凸面镜像你平时用的汽车后视镜，能扩大视野（比如看到左后方更多车辆）；平面镜视野窄，容易漏掉盲区里的车，增加碰撞风险。
- 影响：虽然召回数量不多，但在销量持续下滑的节骨眼上，这种“低级错误”会让消费者觉得品牌品控不行，本来就犹豫买不买林肯，现在更不敢下手了——相当于给 already 凉的销量又泼了盆冷水。

2. 销量下滑：四年连跌，跌势停不下来

林肯的销量数据简直是“一路向下”：

- 顶峰到谷底：2021年卖了9万多辆（豪华品牌里算不错），但2022年7.9万、2023年7.2万、2024年5.3万、2025年只剩3.6万，四年累计跌了60%。
- 跌幅越来越狠：每年下跌幅度从13%涨到31%，说明情况没好转反而加速恶化。
- 月均销量惨：2025年月均才3000辆出头，相当于每天卖100辆左右——对比BBA月均几万辆，林肯在豪华车市场里快变成“小透明”了。

- 过度依赖两款车：83%的销量靠航海家和林肯Z，剩下两款车几乎没人买。相当于把所有希望绑在两根“细绳子”上，一旦这两款车滞销，整个品牌就垮了一半。

3. 大家都难，但林肯更难：传统豪华车下滑潮里，它跌得最狠

2025年传统豪华车确实不好过：奔驰、宝马、奥迪销量都下滑，凯迪拉克、沃尔沃也一样。但林肯的下滑幅度（31%）比这些品牌都大——这说明不是大环境全锅，林肯自己问题更大。

- 比如BBA虽然下滑，但基数大，瘦死的骆驼比马大；二线豪华里凯迪拉克2025年跌幅大概20%左右，林肯却超30%，明显是自身竞争力跟不上同行。

4. 自身硬伤拖后腿：品牌、新能源、产品线“三重困境”

林肯下滑这么快，核心是自己“内功不行”：

- 品牌吸引力下降：以前林肯靠“美式豪华”吸引消费者，但现在年轻人更吃特斯拉、蔚来的科技感，或者BBA的经典豪华，林肯的品牌形象有点“老气”，抓不住新用户。

- 新能源转型慢半拍：现在豪华车市场新能源是趋势，但林肯几乎没拿得出手的电动车。对比凯迪拉克有LYRIQ、沃尔沃有极星，林肯的新能源车型要么没有，要么卖不动——消费者想买电动豪华车时，根本想不到林肯。

- 产品线太单薄：只有四款车在售，而且款式更新慢。比如航海家是主力，但好几年没大改款；林肯Z虽然是轿车，但在宝马3系、奔驰C级面前没优势。产品线少且竞争力弱，自然留不住客户。

5. 连带反应：长安福特也“腰斩”，福特系在华遇冷

林肯的下滑不是孤立的——它的合作伙伴长安福特2025年销量也“腰斩”：

- 2024年长安福特还卖了24.7万辆，2025年批发量只有12.15万，零售9.94万，直接砍了一半。

- 这说明福特整个在华的合资模式可能出了问题：不管是林肯还是福特本身，产品策略、市场反应都跟不上中国消费者的变化，导致整个福特系在华节节败退。

最后一句话总结

林肯的召回事件只是冰山一角，背后是连续四年的销量滑坡、自身竞争力不足和福特系整体的困境。如果不解决新能源转型、品牌年轻化和产品线的问题，林肯在中国市场的日子只会越来越难。

（全文没有堆砌专业术语，用大白话把林肯的问题讲透，希望非财经专业的读者也能轻松看懂~）

王慧文再发创业英雄帖，他看中的OpenClaw是什么赛道？

来源：<https://www.yicai.com/news/103044023.html>

创建时间：2026-02-08 17:17:36

原文内容：

近日，OpenClaw突然大火，投资人、创业者相继涌入。7日凌晨，美团元老王慧文大模型创业后，再发英雄帖，称“哪个团队要做OpenClaw相关领域创业，需要融资的欢迎联系我。”

OpenClaw 前身为2025年11月上线的Clawdbot，后因Anthropic起诉商标问题更名Moltbot，2026年初正式定名OpenClaw，其热度呈指数级增长，在GitHub星标数从破10万迅速飙升至17.1万，已成为开源AI代理类项目中星标增长最快的案例。

此次王慧文再次启动AI相关创业招募，称想做OpenClaw或想要组局进入这个领域、想要加入OpenClaw相关创业公司的，都来联系他。此举标志着OpenClaw从个人开发者的开源项目，走向商业化创业方向。

真格基金投资合伙人杨远骋表示，OpenClaw这种级别热度的爆发，意味着某个创业方向正在被打开。AI领域有一个反复出现的模式：新技术刚出来，开源项目先跑通“这件事能做”；验证完成后，创业者顺着这个方向找产品化、规模化的机会。

而OpenClaw已验证了三个方向：AI可以从“聊天”变成“做事”。OpenClaw不只是回答问题，用户在WhatsApp、Telegram、飞书里下一条指令，AI直接执行，包括管理邮箱、整理文件、写代码、控制本地软件。其次，AI功能可以被“装上去”，而不是写死，OpenClaw是开源项目，任何人都可以开发Skills插件，相当于给AI装应用，这套机制让能力生态快速膨胀，几周内积累了几十万开发者和贡献者。第三，AI可以持续运行，而不只是一问一答。OpenClaw的架构设计了持久记忆和状态管理，AI能记住之前的指令，跨会话执行任务，这让AI从聊天工具变成持续在线的数字员工。

基于此，杨远骋认为，目前可以看到的创业方向包括，OpenClaw +智能眼镜、AI Agent 自主信用系统、AI 的物理世界执行层等，就像上周热度上升的RentAHuman.ai，可以让AI Agent直接“雇佣”人类，去现实世界完成那些AI自己做不了的事情。

AI行业人士在王慧文评论区积极回应，AI领域投资人李惠子表示，OpenClaw的成功说明，AI时代，谁能最快理解用户真正想要什么，谁能最快将AI能力转化为可执行的工作流，谁就赢了。产品思路正在发生根本性变化，新时代的逻辑是将API完美缝合进用户工作流，而这需要极强的工程能力与产品嗅觉，以及对用户痛点的敏锐。

当然，针对OpenClaw的火热也有反对声音，包括安全风险、技术设计缺陷、社会伦理隐患等。Convergence AI工程负责人郑浅对记者表示，从产品的角度来看，OpenClaw暂时更像“玩具”，即用户是否敢于用它完成工作。OpenClaw给到Agent极大的自由度，但也说明目前没有办法很好地控制它，包括缺乏人机交互与反馈、可视化的完善等，但对Agent行业更细节层面的完善与基础设施建设具有推动作用。

AI解读：

核心内容总结

OpenClaw是近期爆火的开源AI代理项目（前身为Clawdbot、Moltbot），GitHub星标数两周内从10万飙升到17.1万。美团元老王慧文公开招募相关创业者并愿意提供融资，标志着它从个人开源项目转向商业化。该项目验证了AI从“聊天”到“做事”、可扩展插件功能、持续运行（像数字员工）三个方向，吸引了真格基金等资本关注，投资人认为其打开了新的创业赛道（如智能眼镜结合、AI雇佣人类等）。但也存在争议：有人认为它目前像“玩具”，缺乏安全控制和人机交互完善，还面临伦理风险。

一、OpenClaw：从开源小项目到资本追捧的香饽饽

OpenClaw原本个人开发者搞的开源项目，之前因为商标问题改了两次名（从Clawdbot到Moltbot，最后定OpenClaw）。最近突然火到什么程度？GitHub上“星标”（开发者认可的标志）17.1万，是开源AI代理类增长最快的。

真正让它出圈的是王慧文的“英雄帖”——这位美团前高管现在做AI创业，公开喊话说：“想做OpenClaw相关创业、需要融资的都来找我”。这相当于给OpenClaw盖了个“资本认证章”，说明它不再是小打小闹的开源玩具，要正式走商业化路线了。连真格基金的合伙人都出来说：“这种级别的热度爆发，意味着新的创业方向被打开了。”

二、OpenClaw的三大突破：AI不再只是“聊天工具”而是“做事员工”

之前我们用的AI（比如ChatGPT）大多是“一问一答”的聊天工具，但OpenClaw让AI能“动手干活”，主要有三个不一样的地方： 1. 从“聊天”变“做事”：你不用再跟AI扯半天

，直接在微信/飞书/WhatsApp里发指令，它就能执行——比如帮你整理邮箱里的未读邮件、写一段代码、甚至控制你电脑上的软件（比如打开Excel做报表）。 2. 像手机装APP一样加功能：它是开源的，任何人都能开发“插件”（叫Skills），给AI装新能力。比如有人开发个“订外卖”插件，AI就能帮你点饭；有人开发“翻译文档”插件，它就能直接处理文件。几周内就有几十万开发者贡献插件，功能池膨胀得飞快。 3. 持续在线的“数字员工”：普通AI聊完就忘，但OpenClaw有“持久记忆”——它能记住你之前说过的话，跨会话完成任务。比如你昨天让它跟踪一个项目进度，今天再问，它能接着上次状态继续汇报，像个一直上班的员工。

三、投资人眼中的金矿：这些创业方向要火

真格基金的杨远骋说，OpenClaw验证了方向，接下来创业者要找“产品化、规模化”的机会，目前能看到的赛道有：

- OpenClaw+智能眼镜：比如眼镜里的AI直接帮你查信息、控制设备，不用动手；
- AI雇佣人类：像RentAHuman.ai那样，AI干不了的现实活（比如取快递、修家电），直接“雇”真人去做；
- AI的物理执行层：比如让AI控制机器人干家务、工厂里的简单操作；
- AI信用系统：给AI代理建立“信用分”，比如哪些AI靠谱能做事，哪些容易出错。

投资人李惠子总结得更直接：“谁能最快让AI理解用户需求、转化成可执行的工作流，谁就赢了。”比如把各种AI功能无缝嵌进用户的日常工作（像自动整理会议纪要），这需要懂技术又懂用户痛点。

四、争议与挑战：是革命性工具还是“玩具”？

虽然火，但OpenClaw也被泼冷水：

- “玩具论”：Convergence AI的工程负责人说，现在的OpenClaw更像玩具——用户敢不敢用它干正经工作？比如让它处理公司机密邮件？因为它给AI的自由度太大，缺乏完善的控制机制（比如出错了怎么反馈、怎么可视化操作过程）。
- 安全与伦理风险：AI能直接执行指令（比如控制软件、写代码），万一被坏人用来搞破坏怎么办？比如让AI删除重要文件、或者写恶意代码？还有持续运行的AI会不会“记住”不该记的隐私？
- 技术缺陷：目前它的人机交互还不完善，比如你让它干个复杂活，中间出错了很难调整；而且插件太多，质量参差不齐，容易出问题。

不过反对者也承认：OpenClaw推动了AI代理行业的基础设施建设，就算现在是玩具，未来也可能进化成实用工具。

总的来说，OpenClaw就像AI领域的“新风口信号灯”——它证明AI能从“聊天”升级到“做事”，但要真正落地赚钱，还得解决安全、产品化的问题。接下来几个月，估计会有一堆相关创业公司冒出来，就看谁能把这个“玩具”变成真能用的工具了。

28亿元项目黄了！康泰生物终止与阿斯利康合资设立疫苗企业

来源：<https://www.yicai.com/news/103044019.html>

创建时间：2026-02-08 17:17:37

原文内容：

康泰生物（300601.SZ）与阿斯利康投资（中国）有限公司（以下简称“阿斯利康”）设立合资疫苗企业的计划最终还是告吹了。

近日，康泰生物发布公告称，经各方审慎评估与友好协商，决定终止《经济发展合作协议》《条款清单》及对外投资设立合资公司事项。

2025年3月，康泰生物曾发布公告称，公司和阿斯利康计划在北京经济技术开发区共同成立合资公司，注册资本预计为3.45亿人民币（折合5000万美元），公司与阿斯利康分别持有50%的股权，合资公司的投资总额预计为约4亿美元（约合27.6亿元人民币）。

该合资企业原本计划开展全球创新疫苗（预计包括阿斯利康的呼吸道合胞病毒（RSV）和人偏肺病毒（hMPV）的在研组合疫苗（也称为IVX-A12）及其他创新产品）在中国地区的开发注册、本地化生产和商业化。合资公司也将成为阿斯利康在中国首个且唯一的疫苗生产基地。

截至目前，合资公司尚未成立，康泰生物也尚未实际出资。

对于这次终止设立合资公司原因，康泰生物给出的解释是“由于市场环境剧烈变化，行业面临比较大的下行压力，新增投资疫苗产业风险比较高”。

当前，中国市场还未有呼吸道合胞病毒疫苗以及人偏肺病毒疫苗获批上市，而这两种病毒仍缺乏有效的抗病毒药物。长期以来，国内许多疫苗企业聚焦成熟度高且市场风险较小的传统技术路线产品，Me-too（同类仿创）类管线占比高，这带来的是国内疫苗市场同质化

竞争日益明显。出生人口持续下行，使得一些儿童疫苗产品需求放缓，而成人疫苗接种市场仍有待培育，整个疫苗行业处于转型阵痛期。

而康泰生物自身也预计2025年归属于上市公司股东的净利润为4900万元至7300万元，同比下降75.70%至63.80%。

近期中国医药保健品进出口商会公布的数据显示，2025年，进口疫苗的批签发量与进口数量同步下降，由各MNC（跨国药企）在华持有的进口疫苗基本上以减少或暂停进口消耗库存为主。

不过，从阿斯利康这边看，该跨国药企仍在加码中国投资。今年1月29日，阿斯利康也宣布，计划于2030年前在中国投资逾1000亿元人民币（150亿美元），以扩大在药品生产与研发领域的布局。

AI解读：

核心内容总结

康泰生物与阿斯利康原本计划合资成立疫苗公司，共同开发生产两种国内尚未获批的呼吸道病毒疫苗，但最终因“市场环境剧变、行业下行压力大”终止合作。该项目尚未实际落地（公司未成立、康泰未出资），康泰自身业绩大幅下滑，国内疫苗行业正处于转型阵痛期，但阿斯利康整体仍在加码中国投资。

一、合资项目“胎死腹中”：原本想做啥？现在啥情况？

原本的计划：

2025年3月，康泰生物和阿斯利康宣布要在北京经开区成立合资公司，两家各持50%股份，总投资约4亿美元（27.6亿人民币）。这个公司主要干三件事：开发、生产、销售两种创新疫苗——针对呼吸道合胞病毒（RSV）和人偏肺病毒（hMPV）的组合疫苗（这俩都是常见呼吸道病毒，婴幼儿和老人易感染，国内目前还没有获批的疫苗）。而且，这会是阿斯利康在中国的第一个疫苗生产基地。

现在的情况：

合资公司还没来得及注册成立，康泰也没掏一分钱，双方就友好协商终止了所有相关协议。相当于这个项目还没“出生”就夭折了。

二、终止原因：康泰说的“市场环境剧变”到底指啥？

康泰给出的官方理由是“市场环境剧烈变化、行业下行压力大、新增投资风险高”。翻译成大白话就是：现在疫苗行业不好做，投钱进去可能亏，所以不想干了。具体有几个关键点：

- 行业整体不景气：疫苗公司日子难过，新投项目风险自然上升；
- 目标疫苗的不确定性：虽然RSV和hMPV疫苗国内空白，但开发疫苗需要时间和钱，而且能不能成功获批、获批后能不能卖好都是未知数；
- 投资回报预期降低：原本想靠这个项目分一杯羹，但现在行业下行，可能觉得赚不到钱甚至会赔钱。

三、康泰自己也“日子紧”：净利润大降七成左右

康泰生物2025年的业绩预告显示，净利润预计只有4900万到7300万元，比去年下降了63.8%到75.7%。简单说，去年赚1块钱，今年最多赚3毛6，最少只赚2毛4。

业绩下滑这么厉害，说明康泰自己的现金流或盈利能力都在收缩，自然不想再把钱投到风险高的新项目里——毕竟先保住自己的基本盘更重要。

四、疫苗行业的“阵痛期”：为啥大家都不好过？

康泰提到的“行业下行压力”不是空穴来风，整个疫苗行业正处于转型的“难受阶段”：

1. 同质化竞争严重：很多公司都盯着成熟、低风险的疫苗（比如仿别人的产品），导致市场上同类产品扎堆，大家互相压价抢生意； 2. 儿童疫苗需求下滑：出生人口连年减少，给小孩打的疫苗（如乙肝、水痘）销量自然下降； 3. 成人疫苗市场没起来：成人疫苗（如带状疱疹、流感）虽然有需求，但大部分成年人还没养成定期接种的习惯，市场还没“热”起来，暂时撑不起行业增长； 4. 进口疫苗也在收缩：2025年进口疫苗的批签发量下降，跨国药企（如辉瑞、默沙东）都在减少进口，先消耗库存，说明整个市场需求确实在降温。

五、阿斯利康的“矛盾”：合资黄了，但仍加码中国

虽然这个疫苗合资项目黄了，但阿斯利康并没有放弃中国市场。今年1月它还宣布，到2030年前要在中国投1000亿人民币（150亿美元），扩大药品研发和生产。

这说明啥？阿斯利康整体还是看好中国市场的，只是这个具体的疫苗项目可能不符合当前的风险预期（比如康泰不想玩了，或者项目本身的回报周期太长）。它的加码主要集中在药品领域，而不是这个特定的疫苗合资上。

最后一句话总结

这次合资终止，既是康泰自身业绩压力下的选择，也是国内疫苗行业转型阵痛的一个缩影——但中国市场的长期潜力，仍让跨国药企愿意持续下注。

科技周报 | 苹果CEO库克谈退休、马云现身阿里千问春节项目组

来源: <https://www.yicai.com/news/103044010.html>

创建时间: 2026-02-08 17:17:38

原文内容:

苹果CEO库克谈退休

2月5日, 苹果CEO库克主持召开一场全员大会, 描绘了人工智能(AI)将如何重塑苹果的未来, 同时深入谈及了退休和继任规划。他谈到: “大家都清楚, 人到了一定年纪, 有些人会选择退休, 这是很自然的事。” 库克表示自己花很多时间思考5年后、10年后, 甚至15年后谁会坐在这个房间里。思考这些事情并制订计划, 是领导力的重要组成部分。

【点评】: 已经年满65岁的库克退休传闻去年下半年开始升温。目前, 新任首席运营官萨比·汗已全面接手运营工作, 并正致力于解决行业内普遍面临的内存芯片短缺问题。随着苹果继任者规划逐渐浮出水面, 苹果面临的问题是, 公司需要的是一位创新者, 还是另一位精明的管理者? 是一位像库克那样通过让公司变得更具可预测性和渐进性而成功的领导者, 还是一位像乔布斯那样通过冒险来押注未来的富有远见的产品规划师?

腾讯、阿里、百度春节撒45亿红包

2026年马年春节前夕, 红包大战再度升级, 腾讯、阿里、百度三大巨头累计投入超45亿元, 且首次将AI作为核心驱动, 开启“红包+AI”的全新玩法。阿里千问斥资最高, 达30亿元, 并通过一场请客奶茶活动撬动用户, 活动上线初期曾因瞬时流量激增导致系统短暂不稳定。

【点评】: 巨头希望借春节流量培养用户的AI使用习惯, 不过, 狂欢背后仍有隐忧。历史数据显示, 依靠现金补贴带来的用户增长往往留存率偏低。对于巨头而言, 红包只是“开胃菜”, 如何将短期的流量红利转化为长期的用户黏性, 让用户在红包之外真正依赖AI解决实际问题, 才是这场战役的终极胜负手。毕竟, AI的竞争终究要回归技术实力与产品体验的本身, 而非单纯的资本比拼。

超20家游戏公司把金条搬上年会舞台

又到了一年一度游戏公司办年会“秀肌肉”的时刻。与往年苹果全家桶、高端数码产品为主的画风不同, 今年各家年会的奖品清单里, “黄金”成了绝对主角。从100克金条的特等

奖，到全员5克手链的“阳光普照”，游戏公司纷纷将真金白银摆上台面，甚至不乏直接赠送千万房产、特斯拉豪车的惊人手笔。

【点评】：热闹的年会背后，大部分游戏企业在2025年确实获得了不错的增长，回暖成为关键词。从产业报告来看，2025年国内游戏市场收入与用户规模都再度刷新历史。但从另一面来看，在竞争日趋白热化的背景下，高调福利不仅是企业实力的彰显，更成为一场围绕人才展开的无声战役。

松下宣布裁员可能增至1.2万人

2月4日，在松下控股举行的第三财季（2025年10月-12月）财报发布会上，松下控股宣布，作为结构性改革的一部分，公司可能将在日本及海外裁员规模从1万人提升至1.2万人，未来仍将坚持AI战略方向。2025年4月至12月，松下控股销售额同比下降8%至5.8837万亿日元，净利润同比减少57%至1252亿日元。

【点评】：松下此轮经营改革有三大目的：一是对阻碍事业竞争力的组织结构和成本结构进行根本性重组；二是整合业务和资源；三是经营资源集中于顾客价值创造，向可持续发展的业务模式转型。2026年4月前，松下中国东北亚公司的业务预计将分至三家公司，白色家电业务，将给松下电器株式会社；电材、照明业务，将给松下电器工程株式会社；新风空调业务，将给松下空调新风冷链集团，以使组织进一步扁平化。

陈天桥发员工信，称AGI 的价值在于“发现新知”

上周，陈天桥首次向旗下MiroMind全体员工发布了一封题为《我如何和AGI公司一起成长》的内部信，称将避开通用的“聊天机器人”赛道，转而聚焦“发现式智能”与“通用求解器”。在另一篇博客文章中，陈天桥反思了OpenAI的路线，并抛出“AGI 的价值不在于替代员工，而在于发现新知”的观点。他指出，AGI 的终极产物不应该是新的文案或代码片段，而应该是新的定理、新的材料、新的药物、新的工艺。

【点评】：陈天桥认为，以OpenAI 为代表的“功能主义”技术流派将AGI定义为在经济价值工作上超越人类的系统。但在他看来，如果AI只是模仿人类现有的行为或替代现有工作，AI就永远无法超越人类已知的知识边界。他提出，模仿人类不是AI正确方向，AGI的目标是实现一个高可信、可验证、可纠错的通用推理引擎，最终借此发现“新知识”。

美团收购叮咚买菜

2月5日，美团在港交所发布公告，宣布以约7.17亿美元（约49.8亿元人民币）的初始对价，完成对叮咚买菜中国业务100%股权的收购。对于收购原因，美团在公告中表示，公司高度重视食杂零售业务，本次交易符合公司在食杂零售领域的长期发展规划。

【点评】：生鲜是美团布局即时零售中最刚需、最高频的入口。美团对手阿里和京东分别通过盒马以及京东七鲜生鲜布局生鲜即时零售，动作迅猛且来势汹汹。本次收购有利于美团进一步整合资源，与小象超市、美团闪购等业务形成协同，巩固其在本地生活圈的基本盘。

亚马逊2026年资本支出计划约为2000亿美元

2月5日，亚马逊在盘后公布了2025年第四季度财报。该公司核心业务亚马逊云AWS在第四季度实现了356亿美元的净销售额，同比增长24%。亚马逊预计2026年资本支出将达到2000亿美元，并期待获得强劲的长期投资回报。

【点评】：亚马逊表示这一数字是因为市场对现有产品和服务的强劲需求，以及人工智能、芯片、机器人和近地轨道卫星等前沿领域的机遇。此外，北美科技公司都在提高2026年的资本支出。

马云现身阿里千问春节项目组

2月4日晚间，阿里员工在社交媒体爆料，阿里巴巴创始人马云现身杭州阿里总部千问春节项目组。伴随着春节临近，“AI大战”正在持续升温，马云现身次日，阿里千问正式上线“春节30亿免单”，打响了春节第一枪。

【点评】：马云“视察”背后，阿里对这场春节AI战役的重视程度显而易见。30亿“春节请客计划”是阿里历史上春节活动投入最大的一次，阿里正举集团之力打这场“AI时代的超级入口”之战。

千问发起奶茶攻势，AI春节混战升温

2月6日，阿里千问正式上线“春节30亿免单”，发放奶茶免单卡，带动用户在千问的订单量已超过1000万单，登顶App Store榜首。但千问app也因此在全国多个地区出现系统故障，用户挤爆服务器且迟迟未修复。此外，过去一周，腾讯“元宝”、百度“文心”、阿里“千问”的红包链接接连遭到微信“无差别”封杀，奶茶店因千问活动再现“爆单”混局，这场争夺AI入口的春节“撒币”大战，正变得前所未有的复杂与焦灼。

【点评】：无论是元宝的红包还是千问的奶茶，的确都为AI应用带来了巨大的声量。AI春节大战渐渐打成了一场混战，背后都是对流量的渴望。微信“封锁”的快速收紧、奶茶店的“爆单”等，都在一定程度上印证着这场大战的影响甚广，但在真正为AI应用带来长用户生命周期的用户体验及留存上，各家的回答还很粗糙。在各个AI应用真正用使用体验、技术能力打动用户之前，“春节大战”依然是用户习惯的孵化之战。

“加税” 传闻搅动游戏圈

2月3日，一则“小作文”搅动游戏互联网圈。传言称，金融业和互联网增值服务（如游戏内购、广告）因利润率高、税负轻，可能成为下一个税率调整目标，或面临税率从6%向白酒行业32%靠拢的风险。若税率上调，腾讯等平台企业利润空间将受挤压。随后港股游戏龙头腾讯一度跌超6%，网易跌超3%，A股游戏龙头世纪华通一度跌超9%，恺英网络、巨人网络、三七互娱、吉比特等纷纷跟跌。针对税率调整传言，第一财经记者向多位业内人士求证，均表示未接收到相关消息，行业普遍认为传言可信度较低。

【点评】：近期财政部、税务总局公布一系列配套法规，其中包括电信运营商的互联网宽带接入服务从“增值电信业务”（增值税税率6%档）划到了与电话费同档的“基础电信服务”（9%档）。互联网行业搭在流量和宽带之上，这引起一些猜测，电信运营商档位调整会不会逐步适用到互联网行业中。有行业人士发文分析目前这属于“谣传和过度推演”。光大证券也发布研报表示，税率调整传言在税种、法律及政策逻辑上均站不住脚。

米哈游发布反舞弊通告

2月6日，米哈游发布新一轮反舞弊通告，披露多起内部查实案件并公布供应商黑名单，再次引发行业关注。根据通告，本次共涉及3起案件、5名员工，其中4人已被判刑，有1人因严重利益冲突被辞退并移交公安机关，同时共有24家供应商被列入永久不合作名单。从公开案例来看，此次涉事员工包括供应与服务组、周边电商运营组、周边项目运营组以及原神产品营销组，涉及利用职务便利谋取不正当利益。

【点评】：这并非米哈游首次对外发布反舞弊通报。过去两年，米哈游已多次披露内部查处案件与合作方黑名单，从已公开案例看，问题主要集中在周边供应链、市场营销、外包与采购等高预算环节，涉事岗位多与供应商管理直接相关。放到整个游戏行业来看，过去一年游戏公司反腐通报也明显增多，披露力度持续加大。

海尔集团2025年收入4268亿元

2月6日，海尔集团公布去年业绩透露，海尔集团2025年全球收入4268亿元、同比增长6.3%，全球利润322亿元、同比增长6.7%。2025年为海尔AI应用元年，推进打造“天上大模型、空中智能体、地面AI终端”三级体系。与此同时，海尔布局了全球化智家生态平台、大健康产业生态、数字经济产业生态、机器人产业生态、新能源产业生态和汽车产业生态。

【点评】：机器人产业生态、新能源产业生态、汽车产业生态在海尔集团新的战略业务框架中被提高到与智家生态、大健康生态、数字经济产业生态平齐的级别，可见海尔对这些新兴业务的重视。去年，海尔旗下新时达发布了工规级具身智能机器人，海尔还以无人家务为愿景，丰富了家庭机器人矩阵，发布了外骨骼机器人、服务机器人。

AI解读：

核心内容总结

最近财经圈热点密集：AI成绝对主角——巨头撒45亿红包抢AI用户，陈天桥提出AGI要“发现新知”而非替代人，海尔、松下押注AI转型；企业层面大动作不断：美团收购叮咚买菜加码生鲜，苹果库克谈退休继任，松下裁员重组；游戏行业喜忧参半：年会金条秀回暖，加税传闻引发股价暴跌，米哈游反舞弊整肃内部；大佬纷纷站台：马云现身阿里千问，陈天桥发信定调AI方向。这些事件折射出行业转型、技术竞争、企业战略调整的多重维度。

一、AI战场：有人撒钱抢流量，有人想走“高冷”技术路线

AI成了近期最火的赛道，但玩家玩法差异极大：

- 春节红包大战：腾讯阿里百度扔45亿，把AI当“钩子”（比如阿里千问送奶茶免单），目的是让用户养成用AI的习惯。但问题不少：过去补贴的用户留不住，千问还因流量爆了服务器，微信甚至封杀了他们的红包链接。
- 陈天桥的“反主流”AGI：他不跟红包风，说AGI不该只是帮人写文案、写代码，要去发现新定理、新药、新材料——比如让AI找到治疗癌症的新方法，而不是替代文案员。
- 海尔&松下的AI布局：海尔搞“天上大模型+空中智能体+地面终端”的三级AI体系；松下裁员1.2万后仍坚持AI战略，要把资源集中在高价值业务上。

通俗解读：AI赛道像个菜市场，有的摊主吆喝拉客（红包），有的摊主埋头研发新菜（陈天桥），有的摊主在整理摊位（海尔松下），最终谁能留住客人还得看“菜好不好吃”。

二、企业重构：收购、退休、裁员，都是为了“活下去”

几家大企业的动作影响行业格局：

- 美团买叮咚买菜：花50亿全收了叮咚，就是想在生鲜零售这块站稳——生鲜是每天都要吃的，美团想把这块牢牢抓在手里，和阿里京东抢市场。
- 苹果库克谈退休：65岁的库克开始想接班人，大家关心苹果未来要“稳”还是“闯”？是像库克那样把公司管得赚钱，还是像乔布斯那样冒险搞创新产品？
- 松下裁员重组：业绩惨（销售额降8%，利润砍半），所以裁1.2万人，还把中国业务拆成三家公司（白电、照明、新风空调各归一家），目的是减成本、聚焦AI和高价值业务。

通俗解读：企业就像一艘船，有的在加新引擎（美团买叮咚），有的在换船长（苹果），有的在扔多余的货物（松下裁员），都是为了在大海里不翻船。

三、游戏行业：年会发金条很风光，但麻烦也不少

游戏行业最近“一半是火焰一半是海水”：

- 年会秀肌肉：20多家游戏公司发金条（甚至千万房产），说明2025年行业赚了钱（市场收入创新高）。
- 加税传闻吓懵市场：一则“游戏税率要从6%涨到32%”的消息，让腾讯网易股价暴跌——虽然业内说可信度低，但反映了游戏行业对政策风险的敏感。
- 米哈游反舞弊：抓了5个腐败员工（4人判刑），拉黑24家供应商，问题集中在采购、营销这些花钱多的环节。这不是第一次，游戏行业利润高，内部管理得严。

通俗解读：游戏公司年会像过年，但口袋里的钱还没捂热，就被传闻吓一跳，还要防着内部人“偷钱”，真是喜忧参半。

四、大佬站台：马云盯AI入口，陈天桥定技术方向

大佬的动作往往是行业风向标：

- 马云现身阿里千问：他亲自去项目组，第二天阿里就扔30亿免单活动——说明阿里把AI入口看得比什么都重，想在春节这个流量高峰抢用户。
- 陈天桥的内部信：他给员工说，要避开聊天机器人赛道，去做“通用求解器”。他还批评OpenAI：如果AI只是模仿人，永远超不过人类已知的东西，要让AI去发现人类没见过的新知识。

通俗解读：大佬们就像船长，马云在喊“快抢船票”（AI用户），陈天桥在指“新航线”（发现新知），他们的方向决定了企业未来的航向。

这些事件背后，其实是技术变革、行业竞争、企业适应市场的缩影——不管是撒钱抢用户，还是埋头搞技术，最终都得靠实力说话。普通人看懂这些，也能摸到行业的脉搏。

美股点金 | 久违！道指领跑三大指数，市场反弹能否延续？

来源：<https://www.yicai.com/news/103044004.html>

创建时间：2026-02-08 17:17:39

原文内容：

6日美股迎来久违反弹，道指突破50000点历史关口。然而这背后板块轮动加剧，道指年内涨幅大幅跑赢纳指和标普500指数，多家软件企业受利空冲击，市场担忧人工智能技术会加剧行业竞争、挤压企业利润，同时投资者也对人工智能相关股票估值高企的问题感到焦虑。

未来一周，市场将迎来多项重磅数据，可能对风险偏好产生影响，权重科技股反弹能否持续悬念重重。

美联储内部继续分裂

本周公布的经济数据较少，对美联储政策预期的改变影响相对有限。

劳动力市场方面，多项信号显示美国劳动力市场走弱——ADP就业报告显示新增就业人数惨淡，职位空缺数降至五年最低；职场咨询公司Challenger Gray & Christmas最新发布的《挑战者裁员报告》显示，1月美企宣布的裁员数创下2009年以来新高，即便近期一直保持低位的周度首次申领失业金人数，也触及两个月高点。

不过市场也迎来积极信号：标普全球制造业采购经理人指数（PMI）显示，美国工厂产出录得2022年以来的最强表现。密歇根大学的初步调查结果显示，美国本月消费者信心指数升至去年8月以来的最高水平。然而密歇根大学消费者调查主管乔安妮·许表示：“高物价导致个人财务状况缩水、失业风险上升，这类担忧仍在全美范围内普遍存在。”

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，因统计时段恰逢强冬季风暴影响美国大部分地区。过去几周，申领失业金人数呈回升趋势。他认为，得益于利率政策的宽松调整，以及近期出台的减税政策对总需求的提振，2026年美国劳动力市场状况将逐步改善。美联储已意识到劳动力市场数据中可能出现的异动，但截至目前，各项经济数据尚未对央行短期的政策考量产生实质性改变。

与此同时，美联储内部的声音依然分裂。美联储副主席杰斐逊上周表态称，美联储当前的货币政策“定位恰当”，能够应对通胀和劳动力市场面临的各类风险，同时他强调，需要对后续出炉的经济数据进行审慎监测。“有迹象表明，美国劳动力市场正趋于稳定，通胀有望重回向2%目标迈进的轨道，经济也将继续实现可持续增长。”不过旧金山联储主席戴利认为，劳动力市场存在脆弱性，对利率问题“持非常开放的态度”，倾向于在2026年进一步降息，但很难说会降息一次还是两次。

相较于上周，市场对美联储今年的降息预期略有升温。6月降息概率小幅上升至70%以上的关键心理关口，7月降息则已经接近充分定价。

施瓦茨向第一财经表示，服务业保持强劲扩张态势，“当前商业活动表现强劲，就业指数趋于企稳，但物价指数的走高也意味着，2026年初的通胀水平或仍将呈现粘性特征。总体而言，随着强劲的消费支出、以及与人工智能相关的建设活动持续推进，美联储有望将维持利率不变直至年中。”

市场有望延续反弹

本周投资者的配置出现多元化调整倾向，从近年来领涨华尔街的科技股，转向此前错失大涨行情的其他板块企业。随着科技股弱势，纳斯达克指数较去年10月的历史收盘高点下跌4%。

板块涨多跌少，非必需消费品板块领跌，下挫4.6%；通信服务板块紧随其后下跌4.4%；科技板块下跌1.4%。亚马逊是推动非必需消费品板块下跌的主要个股，上周累计下跌12%。上涨板块方面，必需消费品板块大涨6%，工业板块和能源板块分别上涨4.7%和4.3%；原材料板块上涨3.5%，医疗保健、金融和房地产板块的涨幅也均超过1%。

蒙特利尔银行在研报中表示：“人工智能领域的大规模资本支出仍在持续，但2026年的巨额投入计划正遭遇市场质疑——相关支出正在消耗全行业的现金流，投资者也在担忧这笔投入的实际回报。即便人工智能的布局扩张受到各方质疑，从超大规模云服务商到下游企业，这一发展进程也已对传统企业的经营造成了冲击。”

贝尔德公司投资策略分析师罗斯·梅菲尔德认为，人工智能相关板块的交易向来波动较大，虽时有抛售潮出现，但有充分证据表明，市场对人工智能产品存在真实需求，这类技术的应用前景明确，而要实现技术落地，必然需要大量的资金投入。“当板块出现此类抛售时，总会有一个支撑位，届时会有一批投资者入场买入相关标的。”他说。

嘉信理财在本周市场点评中写道，近一周市场的避险模式进一步加剧，软件行业和加密货币领域的表现尤为明显。不过，这并非一轮“全盘抛售”的行情，因为资金开始轮动至市场中其他被视作具备相对价值或避险属性的板块。相关板块尾盘大幅反弹，究竟是市场出现恐慌性抛售尾声、卖方力量耗尽的有效信号，还是只是短期超卖后的技术性反弹，尚无法给出确切答案，但考虑到市场中非科技、非加密货币板块的走势稳健，且软件板块已下跌超过10%、芝加哥期权交易所波动率指数（VIX）回落至20以下，有理由乐观地认为，科技板块至少会从当前位置开始企稳。

该机构认为，另一个需要关注的问题是劳动力市场数据的走弱。11日市场将迎来月度非农就业报告，若就业数据远低于预期，或失业率出现显著上升，市场还能继续无视这一利空吗？还是降息预期升温推高避险情绪？综合各方面因素来看，市场的资金轮动至其他板块是健康的走势，6日均值回归的反弹行情可能不会在短期内结束。

AI解读：

核心内容总结

美股道指突破50000点历史关口迎来反弹，但板块分化剧烈：科技股因AI竞争挤压利润、估值过高及资本投入回报存疑而调整，资金转向必需消费、工业等传统板块；劳动力市场数据喜忧参半（裁员创新高但制造业PMI走强）；美联储内部对降息时间和次数分歧明显；未来非农就业报告等重磅数据将影响市场走向，机构普遍认为板块轮动健康，短期反弹或延续。

拆解解读

1. 美股反弹背后的“板块大搬家”：科技股遇冷，传统板块接棒

这次美股反弹不是“普涨”，而是资金从热门科技股流向之前没涨的传统板块。

- 科技股为啥跌？ 纳指比去年10月高点跌了4%，软件板块跌超10%。原因有二：一是投资者担心AI技术会让行业竞争更激烈（比如多家软件企业受利空冲击），挤压利润；二是AI相关股票估值太高，而且企业投AI花的钱太多，消耗现金流，大家怀疑这些投入能不能赚回来（比如亚马逊上周跌12%，拖累非必需消费板块跌4.6%）。
- 传统板块为啥涨？ 必需消费（比如食品、日用品）涨6%，工业、能源涨4%以上，这些板块被视为“避险”或“有性价比”。比如大家觉得经济不确定时，买吃的用的总不会错，工业和能源则受益于经济活动的韧性。
- 道指跑赢的秘密：道指成分股多是传统大企业（如波音、可口可乐），刚好赶上这次板块轮动，所以年内涨幅远超纳指和标普500。

2. AI板块的“甜蜜烦恼”：花钱多但需求真，跌多了有人接

AI板块最近波动大，但机构看法有分歧：

- 担忧派：蒙特利尔银行说，2026年AI投入计划遭质疑——企业投AI的钱太多，现金流紧张，而且回报不明；同时AI发展已经冲击了传统企业经营（比如传统软件公司被AI替代）。
- 乐观派：贝尔德分析师认为，AI需求是真实的（比如企业真的需要AI产品），技术落地肯定要花钱，所以每次下跌到某个“支撑位”，就会有投资者抄底。嘉信理财也提到，软件板块跌超10%后，可能会企稳。

简单说：AI是未来趋势，但短期“烧钱”让投资者慌了，不过跌狠了总会有人买。

3. 美联储内部“吵翻天”：降息何时来？分歧大

美联储官员对是否降息、降几次意见不一：

- 保守派：副主席杰斐逊说，现在政策“刚好”，能应对通胀和就业风险，不用急着动，再看看数据。
- 激进派：旧金山联储主席戴利觉得劳动力市场脆弱，倾向2026年降息（1-2次都行）。
- 市场怎么看？ 大家预期6月降息概率超70%，7月几乎肯定降，但经济学家施瓦茨说，短期政策不会变——因为通胀还有点“粘”（物价降不下来），而且劳动力市场数据的波动可能是冬季风暴导致的，不是真的差。

4. 劳动力市场“冷热交织”：非农报告成下周“大考”

就业数据是市场最关心的“晴雨表”，最近数据好坏参半：

- 坏消息：1月美企裁员数创2009年新高，职位空缺跌到五年最低，失业金申领触及两个月高点（ADP就业报告新增人数惨淡）。
- 好消息：美国工厂产出是2022年以来最强，消费者信心指数升到去年8月以来最高。但消费者还是担心“物价高、失业风险上升”。
- 关键看点：11日要出月度非农报告，如果就业远低于预期或失业率上升，市场会怎么反应？是继续无视利空，还是靠降息预期推高避险情绪？这会直接影响后续走势。

5. 机构：板块轮动是好事，反弹或延续

多数机构认为这次调整不是“崩盘”，而是健康的资金再分配：

- 嘉信理财：不是“全盘抛售”，资金只是从科技、加密货币流向传统板块；软件跌超10%、恐慌指数（VIX）回到20以下，说明科技股可能企稳；轮动健康，6日的反弹短期不会结束。
- 贝尔德：AI板块波动正常，需求真实，跌多了就有人买。
- 蒙特利尔银行：AI投入虽有质疑，但进程停不下来——从云服务商到下游企业，AI已经改变了传统行业。

简单说：只要不是所有板块都跌，资金能找到新方向，市场就不会差。

总结

这次美股反弹是“结构性机会”，不是科技股独大的时代了。投资者要关注两个关键点：一是下周非农数据（就业好不好直接影响降息预期），二是AI板块的支撑位（跌多了能不能反弹）。整体来看，板块轮动健康，短期反弹大概率能持续，但科技股的“好日子”可

能暂时告一段落。

大药企卖疫苗等生物制品不再按3%简易计税，有何影响？

来源：<https://www.yicai.com/news/103044007.html>

创建时间：2026-02-08 17:17:40

原文内容：

2026年之前大中型药品经营企业卖疫苗等生物制品，可以选择简易办法按照生物制品销售额和3%的征收率计算缴纳增值税，而这一优惠政策从今年起将取消。

近期，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》），其中明确了今年起仍适用简易计税方法的项目，但并没有提及生物制品简易计税政策。

《公告》称，除本公告和增值税法、增值税法实施条例、《财政部 税务总局关于个人销售住房增值税政策的公告》外，在2025年12月31日前制发文件规定的国内环节增值税优惠政策同时停止执行。

资深税务专家李军告诉第一财经，这意味着今年生物制品不再适用简易计税政策。

安永研报解读称，这意味着自2026年1月1日起，上述一般纳税人销售以上自产生物制品或经营生物制品，不再适用3%的简易征收率，而应当根据具体生物制品种类确定适用税率，按一般计税方法计算缴纳增值税并可按规定抵扣进项税额。

所谓生物制品，一般是指应用基因工程、细胞工程、蛋白质工程及发酵工程等生物技术制备的微生物、细胞、组织或液体成分，用于人类疾病预防、治疗和诊断的药品，具体包括疫苗、血液制品、抗体药物等类型。

此前财政部、税务总局发布多项政策，对增值税一般纳税人销售自产的生物制品、属于增值税一般纳税人药品经营企业销售生物制品或兽用生物制品，均可以选择简易办法按照生物制品销售额和3%征收率来计算缴纳增值税。

当然，上述增值税一般纳税人也可以采取一般计税方法，应缴纳增值税税额为销项税额减去进项税额，其中销项税额为生物制品的销售额乘以税率，该税率主要为13%。

上海国家会计学院副教授葛玉御告诉第一财经，由于之前生产销售生物制品企业缺少进项税额或进项税额较少，所以采用简易计税方式可以减轻企业税负。

李军表示，当初给生物制品简易计税政策主要是因为疫苗等生物制品关系着百姓健康，在发展初期应给予鼓励。随着近年来我国生物制药行业的蓬勃发展，简易计税的鼓励效应有所下降。另外生物制品的下游也有很多是适用一般计税方式的制药企业，上游生物制品采用简易计税反而造成了重复征税或者没有达到减税的效果。因此，此次增值税法出台取消了生物制品的简易计税。

多位专家告诉第一财经，此前部分企业滥用上述生物制品简易计税政策，税务部门近年强化了征管。

此次生物制品简易计税优惠政策取消，对相关企业有何影响？

葛玉御认为，一些头部企业产业链条完善、进项抵扣充分，采取一般计税下税务可能会降低或税负保持平衡。但对其他进项税额不足的部分生物制药企业来说，税负有可能会上升。

李军表示，此次《公告》生物制品的简易计税政策，相关企业税负的变化取决于企业的具体情况以及在产业链条中的地位。对于企业来讲，应该迅速梳理供应商和客户的情况，通过价格机制的调整以适应本次税收政策变化。

安永研报认为，对于以往选择简易计税的生物制品企业而言，尽管可以抵扣进项税额，但由于生物制品行业的特殊性（如研发投入大、部分原材料难以取得进项发票等），实际税负可能仍将上升。

安永建议，生物制品生产和经营企业应当立即开展税负影响测算，梳理进项税额抵扣链条，优化供应商选择和采购管理，确保能够取得合规的增值税专用发票。同时，建议在产品定价、合同签订时充分考虑税负变化因素，并与下游客户做好沟通协调。

葛玉御表示，根据《公告》，在生物制品中，像抗癌药、罕见病药仍保留了简易计税3%优惠政策。

《公告》明确了2026年1月1日至2027年12月31日仍然有效的简易计税增值税优惠政策，其中包括四项政策，分别是《财政部 海关总署 税务总局 国家药品监督管理局关于抗癌药品增值税政策的通知》；《财政部 海关总署 税务总局 药监局关于罕见病药品增值税政策的通知》；《财政部 海关总署 税务总局 药监局关于发布第二批适用增值税政策的抗癌药品和罕见病药品清单的公告》；《财政部 海关总署 税务总局

药监局关于发布第三批适用增值税政策的抗癌药品和罕见病药品清单的公告》。

AI解读：

核心内容总结

2026年1月1日起，疫苗、血液制品等生物制品的生产和经营企业，不能再选“按销售额3%直接交税”的简易计税优惠了，必须改用“按13%税率减进项税”的一般计税方法。取消原因是行业成熟了、优惠鼓励效应下降、避免重复征税，还存在企业滥用政策的情况。对企业影响分两类：进项抵扣充分的头部企业税负可能不变或降低，进项少的中小企业税负可能上升；但抗癌药、罕见病药仍保留3%优惠。企业需赶紧梳理供应链、测算税负、调整定价应对变化。

详细拆解解读

1. 取消的是啥优惠？——从“3%直接算税”变“13%减进项算税”

之前生物制品企业有个“懒人计税法”：不管你买原材料、设备花了多少钱，直接按销售额的3%交增值税（比如卖100万疫苗，交3万税），这叫“简易计税”。现在不行了，得用“一般计税”：先按销售额的13%算“销项税”（100万就是13万），再减去你买东西时对方开的发票上的“进项税”（比如买原材料花50万，进项税6.5万），最后交 $13-6.5=6.5$ 万税。

这里的生物制品包括疫苗、血液制品、抗体药物等（比如新冠疫苗、乙肝疫苗、人血白蛋白都算），之前生产和卖这些的企业都能选简易计税，现在必须用一般计税。

2. 为啥取消？——行业长大了，优惠该“退坡”了

当初给这个优惠是有原因的：

- 鼓励起步：疫苗关系百姓健康，行业刚发展时，企业没多少进项（比如买不到便宜设备、原材料发票不全），用3%计税能减轻负担。
- 现在成熟了：近年生物制药行业（比如mRNA疫苗、单抗药物）发展很快，头部企业都成规模了，优惠的鼓励作用变小。
- 避免重复征税：上游生物制品企业用简易计税，下游药企（比如用生物制品做药的）拿不到进项发票抵扣，反而导致重复交税，没达到减税效果。
- 打击滥用：有些企业明明进项够，还故意选简易计税逃税，税务部门近年查得严了。

3. 对企业影响：有人欢喜有人愁——看进项抵扣够不够

- 头部企业（比如恒瑞、百济神州这类大厂）：产业链全，买原材料、设备都能拿到正规发票（进项多），用一般计税反而可能比之前交的少（比如之前100万交3万，现在100万销项13万减进项10万，只交3万甚至更少），税负不变或降低。

- 中小/进项少的企业：比如小厂买原材料时对方不给发票（没进项），或者研发投入大但没发票抵扣，那税负会上升（比如之前100万交3万，现在13万销项减0进项，要交13万）。

4. 例外情况：抗癌药、罕见病药还能享3%优惠

不是所有生物制品都取消优惠！抗癌药、罕见病药（比如PD-1抑制剂、治疗渐冻症的药）还能继续用3%简易计税。为啥？因为这些药研发难度大、成本高，患者负担重，国家还是要重点支持，不让企业税负突然上升影响药价。

5. 企业咋应对？——赶紧算税负、调供应链、谈价格

专家给了几个建议：

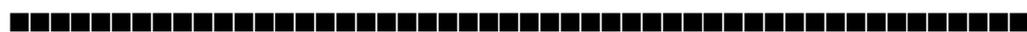
- 先算清楚自己的税负：赶紧统计过去一年的进项发票有多少，模拟用一般计税要交多少税，看看变化多大。

- 梳理供应链：找能开正规增值税发票的供应商（比如之前买原材料没发票，现在换一家能开票的），确保进项能抵扣。

- 调整定价和沟通客户：如果税负上升，能不能和客户谈涨价？或者和供应商谈降价？把税负变化转嫁给上下游。

- 优化采购管理：以后买东西一定要要发票，尤其是大额设备、原材料，避免进项损失。

这样拆解下来，普通人就能明白这个政策变化的来龙去脉、影响和应对方向啦。核心逻辑就是：行业发展了，优惠要“精准滴灌”（只留抗癌药等特殊品类），企业得适应从“简单交税”到“精细化管税”的转变。



下周外盘看点 | 就业通胀数据连番考验美联储，贵金属市场能否企稳

来源: <https://www.yicai.com/news/103044003.html>

创建时间: 2026-02-08 17:17:42

原文内容：

本周国际市场风云变幻，软件板块和加密货币市场巨震，人工智能发展溢出效应引发关注。

市场方面，美股涨跌互现，道指周涨2.50%，纳指周跌1.84%，标普500指数周跌0.10%。欧洲三大股指全线走高，英国富时100指数周涨1.43%，德国DAX 30指数周涨0.74%，法国CAC 40指数周涨1.81%。

本周看点颇多，美国延迟发布的就业与通胀数据将成为市场核心关注点。欧洲市场需关注欧元区及英国的国内生产总值数据（GDP），在亚洲，投资者密切关注2月8日日本众议院选举结果将如何重塑日本的财政与货币政策，市场同时也在寻找日本央行下一次加息时点的线索。美股财报季进入后半期，应用材料等与AI领域高相关的明星个股业绩值得留意。

美联储降息前景如何

美国1月非农就业数据将于当地时间11日发布，该数据因美国联邦政府部分停摆已由2月6日推迟至今。作为核心经济数据，结果将引导投资者对美联储再度降息时点的判断。

近期数据显示，美国经济整体表现强劲，但劳动力市场走弱、通胀增速放缓。若此次数据表现疲软，推升市场的降息预期。伦敦证券交易所集团（LSEG）数据显示，货币市场目前已完全定价美联储将于7月实施25个基点的降息。瑞银在研报中表示，预计美国1月非农就业人口新增9万人，同时提醒，本次报告伴随年度修正实施的统计方法调整，将带来异常高的不确定性风险。

美国1月核心消费者价格指数（CPI）将于13日发布，市场也将密切关注该数据，判断通胀压力的放缓幅度是否足以支撑美联储在未来数月降息。汇丰银行认为，1月通胀数据具有关键意义，因许多企业倾向于在年初上调产品价格，这往往会导致通胀数据超出市场预期。该行预计，美国1月CPI同比涨幅维持2.6%不变，整体消费者价格指数同比涨幅将从2.7%回落至2.5%。

美国下周还将发布其他多项数据，包括10日的去年四季度就业成本指数，12日申领失业金人数及1月成屋销售数据。

未来一周将有多家重要企业公布财报，包括可口可乐、思科、麦当劳、应用材料等，中概股网易也将公布业绩。

原油与黄金

受美伊谈判前供应风险有所缓解的信号，以及美俄将恢复高层军事对话的消息影响，国际油价走弱，WTI原油近月合约周跌2.55%，报63.05美元/桶，布伦特原油近月合约周跌1.83%

，报68.05美元/桶。

受市场整体抛售潮以及石油供应过剩的预期持续发酵影响，油价整体承压。上周，沙特阿拉伯将3月出口至亚洲的阿拉伯轻质原油官方售价下调至约五年低点，这也是该国连续第四个月下调该油价。

此前，伊朗在与美国官员的谈判中仍坚持拒绝停止核浓缩活动，但释放出愿意继续推动外交解决方案的信号，此举或能避免美方采取军事打击行动。会谈召开前，双方就会议议程未能达成共识，令投资者对地缘政治风险心存担忧——伊朗方面希望会谈聚焦核问题本身，而美国则希望将伊朗的弹道导弹研发、对地区武装组织的支持等议题纳入讨论。全球约五分之一的石油消费需求运输需途经阿曼与伊朗之间的霍尔木兹海峡，因此美伊两国的紧张局势若升级，可能会扰乱石油运输通道。

贵金属市场巨震，纽约商品交易所2月交割的COMEX黄金期货周涨5.03%，报4951.20美元/盎司，COMEX白银期货周跌1.99%，报76.73美元/盎司。

黄金本周受逢低买盘入场、美元小幅走弱以及阿曼美伊谈判的担忧情绪持续发酵提振；白银则从一个半月低点展开反弹。Kitco

Metals高级分析师吉姆·威科夫表示：“黄金市场出现了多头交易者的逢低买入行为。”

不过威科夫称，黄金此次反弹缺乏动能，若无重大地缘政治事件催化，金价难以刷新历史纪录。黄金作为传统避险资产，在地缘政治和经济局势存在不确定性时往往表现向好。与此同时，现货白银在盘中一度下探至65美元下方后大幅反弹，“白银市场出现了大规模的多头投机行为。”他还补充称，在经历数年的繁荣周期后，黄金和白银目前似乎正进入大宗商品典型的下行调整阶段。为抑制市场波动率攀升带来的风险，芝商所5日再度上调黄金和白银期货的保证金要求，这是其两周内第三次调整该指标。

欧洲公布经济成绩单

欧洲央行上周召开货币政策会议，如期维持基准利率不变。欧央行行长拉加德重申，当前货币政策处于适宜水平，各类风险基本平衡。这意味着欧洲央行短期内暂无调整关键利率的计划。

欧元区1月通胀率跌破欧洲央行的目标水平。不过市场预计，美元走弱以及商品进口量增加，可能会推动通胀率跌至政策制定者的预期下方，并促使欧洲央行重启今年6月暂停的系列降息举措。

欧元区本周的核心关注点为13日发布的去年四季度国内生产总值二次修正值。其他数据包括：10日公布的法国四季度失业率数据，13日公布的西班牙消费者价格指数。

英国央行以5：4的投票结果决定维持基准利率3.75%不变，符合市场预期。

英国将于12日发布四季度GDP。若数据显现疲软迹象，将增加英国央行4月降息的可能性，甚至不排除在3月的下一次货币政策会议上提前降息。汇丰银行经济学家表示，受建筑业、服务业增长及财政预算公布后市场信心回升的推动，预计英国四季度国内生产总值环比增长0.2%。

数据方面，英国央行将于10日发布资产购买工具季度报告，英国还将在12日公布去年12月工业生产数据。

下周关注

AI解读：

核心内容总结

本周国际市场分化明显：美股道指涨2.5%但纳指跌1.84%，欧洲三大股指全线走高；市场焦点集中在延迟发布的美国非农就业和CPI数据（将决定美联储降息时点），原油因供应风险缓解等因素走弱，黄金震荡缺乏动能；欧洲央行与英国央行均维持利率不变；下周需重点关注日本众议院选举（影响其财政货币政策）、美股AI相关公司财报及多国关键经济数据。

详细拆解解读

1. 美联储降息“密码”：看这两个延迟发布的数据

美国1月非农就业和核心CPI数据原本上周要出，因政府部分停摆推迟到11日和13日，这俩数据是判断美联储何时降息的“指南针”。

- 非农就业数据：简单说就是美国1月新增了多少工作岗位。如果新增少（比如瑞银预测仅9万），说明劳动力市场变弱，经济可能降温，美联储就会更早降息（让大家借钱更便宜，刺激消费和投资）。现在市场已经默认美联储7月会降25个基点，但这次数据有统计方法调整，结果可能“不准”，风险大。
- 核心CPI：去掉食品、能源这些价格波动大的商品后的物价指数。如果1月CPI涨得慢，说明通胀压力小，美联储降息更有底气。汇丰说1月很多企业会涨价，所以这个数据很关键，预测核心CPI同比还是2.6%。

这俩数据直接决定美联储降息的时间点，所以市场盯着呢。

2. 原油跌、黄金震荡：背后逻辑很直白

• 原油为啥跌？：

一是美伊要谈判、美俄恢复军事对话，大家觉得中东不会打仗，石油供应不会断；二是沙特连续4个月降价卖油给亚洲，价格跌到5年低点，说明需求不行；三是市场普遍认为石油供大于求。所以WTI原油周跌2.55%，布伦特跌1.83%。

• 黄金为啥震荡？：

黄金是避险资产，但最近没大危机，所以涨得没力气（分析师说没重大事件难破纪录）。另外，交易所两周内第三次提高黄金期货的保证金（买同样黄金要多交押金），也压制了涨幅。白银倒是反弹了，但有人说这是“投机炒作”。

3. 欧洲和英国央行：降息还得再等等？

• 欧洲央行：上周维持利率不变，行长拉加德说现在利率刚好。虽然欧元区1月通胀跌破了2%的目标，但暂时不会降息，得看后续数据。

• 英国央行：5票赞成5票反对？不，是5:4维持3.75%利率。12日会发布四季度GDP数据，如果数据差（比如增长慢），4月可能降息，甚至3月就降。汇丰预测英国GDP环比涨0.2%（靠建筑业和服务业撑着）。

总之，欧洲和英国降息还没板上钉钉，得看经济数据脸色。

4. 下周这些大事可能搅动市场

• 日本众议院选举（2月8日）：结果会影响日本的花钱（财政）和印钱（货币）政策。市场想知道日本央行啥时候加息（之前一直零利率）。

• 美股财报：应用材料（AI相关）、可口可乐、麦当劳、网易等公司会发业绩。尤其是应用材料，它是AI芯片的上游企业，业绩好坏直接反映AI行业的热度。

• 其他数据：美国的就业成本、失业金申领；欧洲的法国失业率、西班牙CPI；英国的工业生产数据等。

这些事件每一个都可能让市场“跳一下”，投资者得盯紧。

总结

本周市场分化的核心是对“降息节奏”的猜测，下周的经济数据、选举和财报会进一步明确方向。普通投资者不用纠结细节，只要知道：美联储降息、原油供应、欧洲经济、日本政策这几个主线，就能看懂市场的大致走向。

（全文用大白话，避免术语，覆盖所有关键信息，结构清晰）

核心内容总结

本周国际市场呈现分化态势：美股道指上涨2.5%但纳指下跌1.84%，欧洲三大股指全线走高；市场焦点集中在延迟发布的美国非农就业与CPI数据（直接影响美联储降息判断），原油因供应风险缓解等因素走弱，黄金震荡缺乏持续动能；欧洲央行与英国央行均维持利率不变；下周需重点关注日本众议院选举（影响其财政货币政策）、美股AI相关公司财报及多国经济数据。

详细拆解解读

1. 美联储降息的“钥匙”：两个延迟数据说了算

美国1月非农就业（11日发）和核心CPI（13日发）原本上周出，因政府部分停摆推迟，这两数据是判断美联储何时降息的核心依据。

- 非农就业：简单说就是美国1月新增多少工作岗位。如果新增少（瑞银预测仅9万），说明劳动力市场降温，美联储会更早降息（让借钱更便宜，刺激经济）。现在市场已默认7月降25个基点，但这次数据有统计调整，结果可能“不准”，风险大。
- 核心CPI：去掉食品、能源（价格波动大）的物价指数。若1月涨得慢，通胀压力小，降息更有底气。汇丰提醒：1月企业爱涨价，数据可能超预期，预测核心CPI同比仍2.6%。

这两数据直接决定降息时间点，市场盯得死死的。

2. 原油跌、黄金震荡：背后逻辑很直白

- 原油为啥跌？

美伊要谈判、美俄恢复军事对话→中东不会打仗，供应不愁；沙特连续4个月降价卖油给亚洲（5年低点）→需求疲软；市场普遍认为供大于求。最终WTI原油周跌2.55%，布伦特跌1.83%。

- 黄金为啥震荡？

黄金是避险资产，但最近没大危机→涨不动（分析师说无重大事件难破纪录）；交易所两周第三次提高黄金期货保证金（买同样黄金要多交押金）→压制涨幅。白银反弹但被指“投机炒作”。

3. 欧洲&英国央行：降息还得再等等？

- 欧洲央行：上周维持利率不变，行长拉加德说“当前利率刚好”。虽欧元区1月通胀跌破2%目标，但暂时不降息，需看后续数据。

- 英国央行：5:4投票维持3.75%利率。12日发布四季度GDP，若数据差（增长慢），4月可能降息，甚至3月提前。汇丰预测英国GDP环比涨0.2%（靠建筑业、服务业撑着）。

总之，降息没板上钉钉，得看经济数据脸色。

4. 下周这些大事可能搅动市场

- 日本众议院选举（2月8日）：结果影响日本“花钱（财政）”和“印钱（货币）”政策，市场想找央行加息线索（之前一直零利率）。
- 美股财报：应用材料（AI芯片上游）、可口可乐、麦当劳、网易等发业绩。应用材料业绩直接反映AI行业热度，值得重点看。
- 其他数据：美国的就业成本、失业金申领；欧洲的法国失业率、西班牙CPI；英国的工业生产数据等。

这些事件每一个都可能让市场“抖一下”，投资者需盯紧。

一句话总结

本周市场分化的核心是“降息节奏猜测”，下周的经济数据、选举和财报会进一步明确方向——普通投资者只要抓牢“美联储降息、原油供应、欧洲经济、日本政策”这几条主线，就能看懂市场大致走向。（全文无专业术语堆砌，用大白话讲透核心逻辑）



高市豪赌！“恩格尔系数”26年新高之际，日本大选又来了

来源：<https://www.yicai.com/news/103043996.html>

创建时间：2026-02-08 17:17:43

原文内容：

当地时间2月8日，日本国会众议院选举进行投票与计票。出口民调将在当地时间晚上8点投票结束后公布。

这是时隔1年零4个月后，日本又一次进行大范围的选举。此次选举将围绕465个议席展开角逐，其中包括289个小选举区议席和176个比例代表选区议席。

据媒体统计数据，此次有超过1200位候选人计划参选。日本首相高市早苗曾在1月底多次强调，如果执政联盟（自民党与维新会）无法获得过半数席位，自己将辞去首相职务。

值得注意的是，8日，日本天气并不尽如人意，不仅东京、大阪等地因寒潮影响开始下雪，靠近日本海一侧的强降雪仍在持续。恶劣天气再加上高市此次提前解散众议院、进行大选的理由并不充分，日本舆论普遍对此次选举持批评态度。

在此次投票前，日本总务省2月6日公布的2025年两人以上家庭收支调查结果显示，受食品价格飙升影响，显示食品支出占家庭消费支出比重的“恩格尔系数”为28.6%，为1981年以来的新高。

恶劣天气与“黑金”丑闻会有多大冲击

日本众议院选举采用小选区制和比例代表制相结合的制度，其中小选区制是指每个选区只选一名议员，由得票最多者当选。比例代表制则是选民选择政党，政党按得票比例分配议席。在众议院465个议席中，小选区议席为289个，占比超60%。

目前，在日本众议院465个议席中，高市所在的自民党只有196个席位，并未超过233席的半数。联手维新会后才勉强过半数。

选前多家日本媒体民调显示，由自民党和日本维新会组成的执政联盟有望获得过半数议席。比如，有媒体认为，自民党可能此次单独获得众议院465个议席中的过半数，其执政伙伴维新会能否保持现有议席数存在不确定性，但执政联盟有望达到261席的“绝对稳定多数”，从而控制众议院全部17个常设委员会，掌握众议院主导权。而其主要对手，由最大在野党立宪民主党和昔日自民党执政盟友公明党共同组建的新党“中道改革联合”势头不尽如人意，获得的议席数可能低于选前的167席。也有日媒认为，自民党的议席数不仅很可能单独过半，其与维新会合计还可能获得超过300个议席，甚至达到三分之二多数的310席。不过，上述媒体也均认为，仍有相当一部分选民尚未决定投票意向，选情仍有可能发生变化。

如前所述，投票日，日本的天气并不理想。据日本总务省消防厅统计，截至当地时间2月7日8时30分，自1月20日以来的强降雪已在日本全国造成45人死亡。受冬季气压分布影响，靠近日本海一侧的日本多地降雪将进一步增强，预计至8日中午12时，新潟县、近畿等地区24小时内的降雪量将达到70厘米。气象厅呼吁民众对大雪造成的交通影响等应保持高度警惕。

上海市日本学会会长、上海对外经贸大学教授陈子雷在接受第一财经采访时表示，天气等因素也有可能影响选民的投票积极性。当前日本多地连日遭遇的强降雪可能造成出行困难，从而拉低投票率，影响选举结果，而且恶劣天气对老年人出行极为不友好。

另外，他表示，还要观察此前震动日本政坛的“黑金丑闻”此次又会产生何种影响，“黑金丑闻”是导致自民党在2024年众议院选举、2025年参议院选举中惨败的主要因素。据央

视新闻此前报道，自民党此次公布的候选人名单中包括37名涉“黑金”丑闻成员，引发民众和在野党阵营质疑和批评。不少人指责自民党轻视民意，企图在“黑金”问题上蒙混过关。

高物价、减税与外国人政策争议升级

结合此前日本参选各政党公布的竞选承诺，第一财经梳理显示，这一次朝野各党纷纷抛出了为应对当前物价高企的对策。日本总务省公布的“恩格尔系数”显示，从消费支出来看，去年，学费等“教育”支出增加6.8%；包括汽车相关费用在内的“交通和通信”增长6.7%；由于酷暑导致空调使用频率增加；“水电燃气”支出也增加2.5%。

另外，根据媒体对日本582件商品的分析表明，物价上涨已经蔓延到日本普通民众生活的方方面面。截至去年12月，在日本已有393种商品的价格较2020年上涨超过10%。

对此，降低消费税甚至废除的主张，成为本次选举的核心争论点。目前，日本对食品征收8%的消费税，对其他商品和服务征收10%。比如，高市在此前宣布提前大选的同时抛出承诺：计划暂停征收为期两年的8%食品消费税。高市表示，两年的税收豁免将成为家庭应对高物价的“缓冲垫”。她同时强调，政府不会通过发行新债来资助这一计划，而是考虑审查现有补贴。在野党方面，“中道改革党”明确提出将“食品消费税率为零”的方针纳入党的基本政策。极右翼的参政党也表示，要减免所有消费税，而不仅仅是食品消费税。

不过，高市所在的自民党虽计划将食品消费税减为0，但又被日媒爆出政策实行两年后或将提高至12%，由此在日本民众间引发轩然大波。对此，自民党方面目前也没有给出明确的回复。

此外，外国人政策，也是这次日本众议院大选的重要议题。自民党主张收紧外国人政策；维新会与参政党强调，严格管控外国人的接收人数；相比之下，中道改革党则强调实现多文化共生，日本共产党则反对排外主义。

日本厚生劳动省1月底公布的数据显示，截至2025年10月底，日本国内外籍劳动者达创纪录的257.1037万人，较上年增加11.7%，连续13年创新高。从国籍来看，越南以23.6%的占比居首。从行业来看，制造业最多，占24.7%。对此，有日本专家警告，把外国人作为政治攻击对象的政治手法，是有效拉票手段，但或会加剧社会分裂。

AI解读：

核心内容总结

日本2月8日举行众议院选举，这是首相高市早苗提前解散议会后的“信任投票”——她赌上了首相职位，声称若执政联盟（自民党+维新会）拿不到众议院过半席位就辞职。这次选

举的关键看点是：恶劣天气是否拉低投票率（尤其影响支持自民党的老年人）、自民党“黑金丑闻”余波（37名涉事候选人参选遭质疑）、高物价引发的民生不满（恩格尔系数创44年新高），以及消费税和外国人政策的争议。选前民调显示执政联盟有望拿下过半甚至三分之二席位，但仍有大量选民未决定投票意向，结果存在变数。

详细拆解解读

1. 高市首相的“生死局”：为啥要赌上职位？

这次选举对高市早苗来说是“输不起的仗”。原因很简单：日本首相要推行政策，必须控制众议院（议会核心），而控制众议院的前提是所在政党或联盟拿到过半席位（465席需233席以上）。

- 现状：自民党单独只有196席，离233的半数差37席，只能和维新会联手才勉强过线。
- 赌注：高市提前解散议会的理由被舆论批评“不充分”（没重大政策分歧或危机），如果这次联盟丢了过半席位，她就没理由继续当首相——相当于选民用选票否定了她的执政合法性。

所以，这次选举本质是高市“保饭碗”的投票，执政联盟必须赢，而且最好赢多一点（比如超过261席“绝对稳定多数”，能控制所有委员会）。

2. 三个“拦路虎”：大雪、丑闻、涨价，能搅黄胜选吗？

执政联盟选前民调看似乐观，但有三个变量可能“翻车”：

- 恶劣天气：冻住选民的脚：投票日日本多地暴雪，已造成45人死亡。老年人是自民党的“基本盘”，但大雪让他们出门投票难，投票率下降可能让执政联盟丢票。
- 黑金丑闻：旧伤未愈：自民党2024-2025年因“政治献金挪用”惨败过，这次候选人名单里还有37个涉事成员，民众骂他们“不认错还想蒙混过关”——这会让中间选民反感，转投在野党。
- 高物价：钱包里的不满：日本2025年恩格尔系数（吃饭花的钱占总消费的比例）达28.6%，是1981年以来最高。简单说，老百姓现在吃饭要花比过去44年都多的钱，而政府没拿出有效办法，这种民生怨气可能转化为对执政党的抗议票。

3. 选举规则咋玩？小选区+比例代表制，大党更占便宜

日本众议院选举是“两套规则混着来”，理解这个才能看懂为啥民调里大党优势大：

- 小选区（289席，占62%）：每个选区只选1人，谁得票最多谁赢（哪怕只多1票）。这种规则下，大党容易集中资源赢选区，比如自民党在小选区的基础盘稳，所以民调说它可能单独过半。

- 比例代表制（176席）：选民投政党而非个人，政党按得票比例分席位。这是给小党留的“活路”，但占比少，所以决定胜负的还是小选区。

举个例子：如果自民党在小选区赢了200席，比例代表再拿50席，单独就有250席，超过233的半数，不用靠维新会也能稳赢。

4. 最吵的民生话题：物价涨了，税还能怎么变？

这次选举最戳老百姓痛处的是物价和消费税：

- 物价痛点：恩格尔系数新高，说明食品涨价太狠（比如蔬菜、肉类），普通家庭“吃饭都快吃不起了”。政府之前的补贴没到位，选民盯着各党怎么解决。

- 消费税争议：自民党说“暂时免掉食品的8%消费税，持续两年”，但媒体爆出来“两年后要涨到12%”——老百姓骂这是“套路”：先给甜头，再割韭菜。在野党更直接：“食品税直接归零”；极右翼甚至说“全免所有消费税”。但问题是，减税就要少收钱，政府的钱从哪来？自民党说“砍现有补贴”，但补贴砍了又会影响其他民生，这是个两难。

5. 外国人政策为啥成焦点？劳工缺但政治操弄多

日本外籍劳工2025年达257万（创13年新高），制造业一半以上靠他们，但各党却拿这个“挑事”：

- 执政联盟：自民党要“收紧政策”，维新会说“严控人数”——本质是讨好保守选民（觉得外国人抢工作）。

- 在野党：中道改革党说“多文化共生”，共产党反对排外——更倾向于留住劳工解决劳动力短缺。

专家警告：把外国人当“背锅侠”拉票，短期能骗到选票，但长期会分裂社会（比如歧视外国人），还会影响日本需要的劳动力输入（毕竟日本老龄化严重，没人干活不行）。

最后一句话总结

这次选举不仅决定高市能不能继续当首相，更关系到日本未来几年的民生政策（物价、税）和社会走向（外国人政策）。虽然民调偏向执政联盟，但天气、丑闻、未决定选民这三个“X因素”，可能让结果出现意外——毕竟，选民的脚最终会投出真实的票。

AI周报 | 微信屏蔽元宝、千问红包链接；马斯克宣布SpaceX收购xAI

来源: <https://www.yicai.com/news/103043977.html>

创建时间: 2026-02-08 17:17:44

原文内容:

微信屏蔽元宝、千问红包链接

2月4日上午，记者在微信群中点入好友发出的元宝红包，显示“网页包含诱导分享、关注等诱导行为”，提醒用户可以通过浏览器访问。随后，元宝红包在微信的分享改为口令的形式。微信安全中心公众号发文称，微信对以春节为主题集中爆发的过度营销、诱导分享等违规行为进行打击。2月6日，千问在春节活动的第一天，微信链接也被屏蔽了，部分用户在千问APP点击分享活动至微信好友时，已自动改为复制口令形式。

【点评】:这场争夺AI入口的春节“撒币”大战，正变得前所未有的复杂与激烈。各厂商抢夺AI入口，但可能都没有预料到，最激烈的竞争出现在国内最大的社交平台微信上。目前看来，或许微信社交裂变的方式无法成为任何一家AI应用厂商扩大用户池的杀手锏。或许各大厂商接下来要靠产品实力说话了。

SpaceX收购xAI，马斯克打造AI太空帝国

当地时间2月2日，马斯克旗下的太空探索技术公司SpaceX宣布收购人工智能初创公司xAI。在公告中，马斯克强调，将xAI并入SpaceX，旨在打造一个“垂直整合的创新引擎”，覆盖从地面到太空的完整技术链条。该公告发布于xAI官网，并由马斯克本人署名。据外媒援引知情人士消息，合并后的公司预计每股定价约为527美元，估值将达到1.25万亿美元。同时，根据合并协议，xAI将成为SpaceX的全资子公司。

【点评】:马斯克在公告中估计，未来两到三年内，太空有望成为人工智能计算成本最低的途径。SpaceX股东、Fusion Fund创始人张璐在接受第一财经记者独家采访时表示，他希望通过这样一场收购组合以及未来的IPO，同时吸纳看好太空科技和看好AI的资本，“给公司定一个更加广阔、多样化的前景。她还透露，这场合并相当突然，目前已得到董事会批准。

英伟达CEO黄仁勋称AI将改变工厂

当地时间2月3日，黄仁勋出现在工业软件公司达索系统于美国休斯敦举办的活动上，演讲主题是工业AI。“过去，我们花了1/3的时间在设计和数字化上，也许花了2/3的时间在构

建物理形态上。未来很有可能我们将花100%的时间在数字化上。即使完成了设计、模拟、验证，还必须做软件集成。”黄仁勋称，无论是设计、描绘、模拟还是操作，未来都将由软件定义，汽车是软件定义的，机器人所在的工厂也是软件定义的。

【点评】:在工厂场景，物理AI可以与仿真结合。AI可以学习预测物理行为，在工厂中，数以百万计的工厂可以在虚拟孪生世界中先完成生产线安排、机器人组织等。黄仁勋的一个观点是，为满足AI基础设施建设需求，芯片工厂、计算机工厂和AI工厂正在扩大规模，这些工厂非常复杂，在破土动工之前，先在虚拟孪生世界设计和模拟将能节约大量时间和金钱。

OpenAI发布编程智能体GPT-5.3-Codex

当地时间2月5日，OpenAI宣布推出GPT-5.3-Codex，并宣称这是公司迄今最强的AI智能体编程模型。OpenAI表示，新模型在多项行业基准测试中的表现出色。GPT-5.3-Codex在真实世界软件工程评测SWE-Bench Pro中取得了57%的成绩，在衡量编程代理终端操作能力的Terminal-Bench 2.0中得分77.3%。

【点评】:OpenAI和竞争对手在企业级软件开发领域打响“AI编程大战”。同一天，Anthropic也发布了Claude Opus 4.6，据介绍，Claude Opus 4.6能检视企业数据、监管备案文件和市场信息，并生成详细的金融分析报告。AI工具对一些工具软件公司的影响引起市场关注。2月5日盘中，金融服务公司FactSet Research Systems Inc. 股价跌幅一度高达10%。

谷歌2026年资本支出或翻倍

北京时间2月5日，美股盘后谷歌母公司Alphabet发布了2025年第四季度和全年财报。Alphabet第四季度实现营收1138.3亿美元，同比增长18%，净利润344.6亿美元，同比增长29.8%，高于市场预期。2025年全年，谷歌营收达到4028.4亿美元，同比增长15%；净利润达到1321.7亿美元。谷歌预计2026年资本支出将在1750亿美元至1850亿美元之间，显著高于此前市场普遍预期的1200亿美元水平。谷歌2025年全年的资本支出为914.5亿美元，这意味着，谷歌2026年资本支出有可能翻倍。第四季度，Gemini应用的月活跃用户规模已增长至超过7.5亿，前一个季度是超6.5亿。

【点评】:虽然从现金流看谷歌并不缺钱，但如此多的投入，是否有同样持续的业绩加速来支撑，市场多少都会出现一些担忧。财报发布后，谷歌股价隔日跌超2%。在财报电话会上，管理层表示，尽管内部一直在扩大产能，但目前仍面临供应短缺问题。今年的资本支出是着眼于未来的投资，同时需考虑供应链的时间周期延长等因素。

苹果多名AI研究员转投Meta和谷歌

2月1日消息，除了失去一位Siri高管外，苹果公司近几周又流失至少四位AI研究员，这些员工转投了包括Meta和谷歌DeepMind在内的企业。据报道，最新离职人员中，Haoxuan You和Bailin Wang加入Meta，Zirui Wang则将加入谷歌DeepMind，该团队正协助苹果打造将支持新功能的核心人工智能模型。这些离职凸显出苹果人工智能部门的持续动荡。

【点评】：在关键产品发布前夕遭遇核心技术人才“集体跳槽”，或将对苹果AI产品的迭代进度及技术领先性产生深远影响。苹果在人工智能竞赛中一直难以跟上同行，其将部分技术外包给谷歌的决定也引发员工不满。近几个月来苹果持续出现人才外流，人工智能团队尤为明显。

Anthropic超级碗广告讽刺OpenAI加广告

开发了Claude的大模型独角兽Anthropic首次在超级碗(Super Bowl)比赛里打广告，并且将矛头对准了竞争对手OpenAI。广告的标语是“广告即将席卷人工智能，但不会席卷Claude。”广告内容提及不合时宜的广告可能对用户产生的不适影响，暗暗嘲讽OpenAI将在对话中加入广告。Anthropic同时表示，永远不会在对话中插入广告。而OpenAI CEO奥尔特曼则很快在X平台上发文回应其“明显失实”，他还提及用户规模差异，称“得克萨斯州免费使用ChatGPT的用户数量已超过美国使用Claude的总用户数”，暗示双方面临的市场环境与发展问题存在不同。

【点评】：上个月，OpenAI表示将开始在美国对其免费用户和ChatGPT Go订阅用户进行广告测试。该公司表示，广告将有清晰的标签，出现在聊天机器人答案的底部，并且不会影响ChatGPT的回答。OpenAI计划在2025年签署价值超过1.4万亿美元的基础设施建设协议，因此在ChatGPT中引入广告功能可能有助于该公司实现这些雄心勃勃的支出承诺。

寒武纪回应市场“小作文”

2月3日，寒武纪股价盘中跌超13%，市值回落到4600亿元以下，收盘跌9.18%。近日有市场传闻称，寒武纪小范围交流给出2026年营收200亿元的估计，远低于市场300亿元~500亿元预期。2月3日午间，就“交流会给出200亿元年营收预计”的真实性，第一财经记者以投资者身份致电寒武纪证券事务代表，对方表示，网上传播的关于2026年业绩指引的相关信息应该都是假的，相关信息以公司公开披露的为准。

【点评】：除了市场“小作文”的影响，此前寒武纪发布的业绩预告还显示，虽然去年公司同比扭亏，但第四季度净利润面临环比下滑。按业绩预告计算，寒武纪去年第四季度营收13.93亿元~23.93亿元，净利润2.45亿元~5.45亿元。按营收预测区间上限计算，第四季度营收环比增长38%，按区间下限计算，第四季度营收环比下降约19%。净利润方面，第四季度

则预计环比下降3.9%~56.8%。这或许意味着，在经历了快速的业绩增长后，寒武纪经营状况开始经历波动调整。

AMD预计第一季度营收环比下降

当地时间2月3日，AMD发布了2025年第四季度财报。该季度AMD营收103亿美元，同比增长34%，净利润（Non-GAAP）25.2亿美元，同比增长42%，营收和净利润都创历史纪录。2025年，AMD营收346亿美元，同比增长34%，创历史纪录，净利润（Non-GAAP）68.3亿美元，同比增长26%。不过，展望后续，AMD预计今年第一季度营收95亿美元至101亿美元，按营收区间的中点计算，营收将环比下降约5%。

【点评】：在财报电话会上，AMD CEO苏姿丰多次释放了对公司业绩继续增长的信心。不过，虽然第一季度业绩预测超此前市场平均预期，但此前有部分乐观的预测认为第一季度营收将超100亿美元。第一季度收入环比下降引发了投资者对AMD能否挑战英伟达的质疑。美股2月3日，AMD跌1.69%，盘后一度跌超8%。美股2月4日，AMD大跌17.31%。

AI解读：

核心内容总结

近期全球AI行业热闹非凡：巨头和初创公司在用户争夺、技术布局、人才储备上“卷”得厉害；AI不再只停留在聊天机器人层面，开始深度渗透工厂等实体领域；大佬们要么砸钱扩产能，要么整合资源搞“跨界组合”，但同时也暴露了人才流失、业绩波动、投资者担忧等隐忧。

详细拆解解读

1. AI抢用户：社交渠道被堵，广告战都打到超级碗了

AI公司想拉新用户，最近遇到不少“坎儿”。比如微信屏蔽了元宝、千问的红包链接，说它们“诱导分享”，逼得这些AI app只能改用复制口令的方式传播——这意味着靠微信朋友圈/群快速裂变涨粉的路走不通了，以后得靠产品本身好不好用来留用户。

另一边，Anthropic（做Claude的公司）直接在超级碗（美国最火的广告时段，一秒钟要几百万美元）打广告，还指名道姓怼OpenAI：“广告要席卷AI，但Claude不会加广告。”这招很聪明，抓住用户讨厌广告的心理，把自己塑造成“干净纯粹”的选择，吸引那些烦OpenAI加广告的人。而OpenAI的回应也很直接：“我们免费用户比你总用户还多”，潜台词是“你没资格跟我比”。

本质上，这都是AI公司抢用户的“花式操作”：要么靠社交裂变（被微信堵了），要么靠差异化营销（无广告），最终还是得看谁的产品更能解决用户需求——比如OpenAI刚发布

的编程模型，能帮程序员写代码，就是靠硬实力抢企业用户。

2. 巨头搞大事：马斯克整合AI+太空，谷歌砸钱扩产能

AI大佬们最近都在“搞大动作”。马斯克把自己的AI公司xAI并入SpaceX，相当于把AI技术和太空技术绑在一起：以后火箭发射、卫星管理可能用AI更智能，甚至未来太空探索里的数据分析、决策都靠AI。而且合并后估值高达1.25万亿美元，目的是吸引更多看好太空和AI的资本，把蛋糕做大。

谷歌更狠，宣布2026年资本支出要翻倍（从去年900多亿到1750-1850亿），主要用来建数据中心、买芯片——因为AI需要大量计算资源，就像开工厂需要机器一样。但投资者担心：砸这么多钱，能不能赚回来？所以财报后谷歌股价跌了2%。谷歌解释说，这是为未来投资，但供应链慢，得提前布局。

这些动作都是巨头们为长期竞争“囤粮”：要么整合资源造“超级引擎”，要么砸钱建“基础设施”，谁能先把地基打牢，谁就能在AI时代占上风。

3. AI进工厂：以后设计生产全在电脑里搞定？

AI不再只是“聊天工具”，开始往实体行业钻。英伟达CEO黄仁勋说，未来工厂会变成“软件定义”：比如设计汽车，以前要先画图纸、做模型、试生产，现在全在电脑里建一个“虚拟工厂”（和真实工厂一模一样的数字模型），生产线怎么摆、机器人怎么动，先在虚拟里试100遍，优化到最好再建真实工厂。

这有啥用？比如汽车厂想改生产线，不用拆了重来，在电脑里调一下就行，省时间省成本；机器人操作失误率也会降低，因为提前模拟过所有情况。黄仁勋还说，以后芯片厂、AI工厂本身也要先在虚拟里设计——相当于“工厂的工厂”都用AI优化，效率会提升一大截。

对普通人来说，这意味着未来产品可能更便宜、质量更好：工厂效率高了，成本降了，最终会反映到商品价格上；而且设计更精准，不容易出问题。

4. AI行业的烦恼：人才跑了、业绩波动、投资者担心

AI行业看似红火，但内部问题不少。苹果最近流失了4个核心AI研究员，都跑去Meta和谷歌了——苹果AI本来就比同行慢（比如Siri不如ChatGPT智能），现在关键人才走了，新产品迭代可能更慢，技术也可能落后。员工不满的原因之一是苹果把部分AI技术外包给谷歌，觉得自己的工作没价值。

国内的寒武纪（AI芯片公司）也遇到麻烦：市场传它2026年营收预期低，虽然回应是假的，但之前季度净利润环比降了（最多降56%），投资者心里没底，股价跌了13%。AMD更惨，

虽然去年业绩创纪录，但一季度营收预计降5%，投资者怀疑它能不能跟英伟达竞争，股价一天跌了17%。

这些问题说明AI行业不是“只赚不赔”：人才流失会拖慢产品，业绩波动让投资者紧张，巨头之间的竞争压力也会让公司“内忧外患”——想在AI赛道赢，不仅要技术好，还要留得住人、稳得住业绩。

5. AI往实体走：从“聊天”到“干活”，改变传统行业

除了工厂，AI还在渗透更多实体领域。比如黄仁勋说的“软件定义一切”：汽车是软件定义的（以后升级功能不用换硬件，直接更软件），机器人也是软件定义的（调整程序就能做新任务）。这意味着传统行业的玩法要变了——以前靠硬件迭代，现在靠软件+AI迭代。

举个例子：汽车厂商以前改个功能，要重新设计零件、开模具，现在只要在AI模型里优化算法，就能让汽车更智能（比如自动驾驶更安全）。工厂里的机器人，以前只能做固定动作，现在AI能让它学习新动作，适应不同任务。

这种变化会让传统行业更灵活、更高效，但也要求企业必须跟上AI的步伐——不拥抱AI的工厂，可能会被淘汰；不做软件定义的汽车厂商，可能卖不过新势力。

总结

AI行业现在是“冰火两重天”：一边是技术快速进步、资本疯狂投入、应用场景不断扩大；另一边是渠道受限、人才流失、业绩波动等问题。对普通人来说，这些变化会慢慢影响到我们的生活——比如更智能的产品、更高效的服务，但也可能看到更多AI公司的起起落落。最终，能活下来并领跑的，一定是那些既有硬技术、又能稳得住人才和业绩的公司。



英国观察 | 从“气氛改善”到“信心修复”：斯塔默访华后，中英工商界如何展

来源：<https://www.yicai.com/news/103043940.html>

创建时间：2026-02-08 17:17:45

原文内容：

当地时间6日晚间，英国48家集团“破冰者”新春晚宴在伦敦举行。

在全球贸易不确定性上升的背景下，这一连续举办多年的活动，被视为观察中英经贸走向的重要窗口。在活动现场，多位中英工商界人士向第一财经记者表示，今年以来，中英经

贸关系正在回暖，双方态度也更趋向务实。

48家集团主席杰克·佩里（Jack Perry）告诉第一财经，近期中英高层互动为双方关系提供了新的契机，有助于增强企业界对中英经贸合作的信心。

从“气氛改善”到“信心修复”

多位英国商界人士在采访中对中国在全球经济中的角色给出了相对一致的判断。保诚集团候任主席范智廉爵士（Sir Douglas Flint）在接受第一财经记者采访时表示，尽管近期全球市场波动加剧，但中国在制造业、创新、能源转型以及低碳经济领域依然处于领先地位，在新技术和新经济板块中的作用“极其重要”。在他看来，无论是机器人、新能源汽车，还是医疗健康和制药产业，中国都已成为全球产业链中不可忽视的一环。

范智廉同时提到，近期中英关系出现的积极变化，尤其是人员往来和高层互动，为企业层面的合作提供了更清晰的预期。他强调，企业真正看重的在于是否能够在—个可对话、可持续的环境中开展业务。

这一判断也得到其他英国企业代表的呼应。杰克·佩里表示，近期中英关系的变化，让英国企业在心理层面“更加舒适”，当企业感受到确定性回升时，便会更愿意主动接触中国市场、探索新的合作机会。

新能源与制造业机会受关注

新能源与绿色转型，是当晚两国工商业人士讨论热度最高的领域之一。英国最大能源企业之一章鱼能源（Octopus Energy）首席执行官格雷格·杰克逊（Greg Jackson）表示，中国在可再生能源、电池和电动交通领域的技术进步，正在显著降低全球能源转型成本；对英国而言，与中国在这些领域展开合作，有助于在保障能源安全的同时，实现更低成本、更高效率的能源体系。

杰克逊向第一财经记者透露，章鱼能源已在中国与多家企业开展合作与试点项目，并希望未来在新能源系统优化、电力市场机制等方面进一步深化合作。

汽车产业同样成为中英双方关注的重点。比亚迪（英国及爱尔兰）国家经理葛洪德在采访时表示，比亚迪在英国市场已完成初步布局，正进入加速发展阶段。目前英国门店数量已超过百家，下一步将继续扩展销售与服务网络，同时推进高功率充电等基础设施建设。

在欧洲层面，葛洪德介绍，比亚迪位于匈牙利的工厂已启动试生产，并计划逐步爬坡产能，未来将生产多款车型。他表示，通过在欧洲本地建厂、拓展供应链，比亚迪希望逐步形成“在欧洲、为欧洲”的运营模式，更好适应当地市场和产业政策。

金融与数字基建服务中企入英

金融领域的讨论，则更多聚焦于“连接”和“支持”。浦发银行伦敦分行副行长陆捷在接受第一财经采访时表示，过去多年，中资银行在伦敦的核心定位始终是双向服务：一方面支持中资企业走向海外，另一方面协助英国企业进入中国市场。

陆捷表示，随着中国进入新的发展阶段、英国推出新的产业战略，双方在经济结构上的互补性正在增强；未来，浦发银行将重点在跨境贸易融资、并购支持、人民币相关业务以及绿色金融等领域持续投入，继续发挥金融“桥梁”的作用。

与此同时，陆捷也提到，外部不确定性依然存在，但从近期客户交流情况看，英国企业对中国市场的关注度正在回升，投资规划中的询问和沟通明显增多。

另一方面，与金融服务相呼应的，是通信与数字基础设施在中企出海中的角色提升。中国移动国际（英国）总经理李乃昊向第一财经记者表示，英国在数字经济和应用创新方面具备良好基础，中国移动将结合自身在网络、算力和智能化领域的优势，持续加大在当地的投入，与产业伙伴共同拓展市场空间。

李乃昊称，随着新一轮中企出海浪潮出现，企业对通信、数据与数字解决方案的需求正明显上升，中英之间相关合作也在不断深化。

AI解读：

核心内容总结

在全球贸易不确定性增加的背景下，英国48家集团新春晚宴上，中英工商界人士一致认为两国经贸关系正在回暖，态度更务实。高层互动修复了企业信心，双方在新能源、汽车制造、金融服务、数字基建等领域的互补性合作成为焦点，不少企业已启动具体布局或深化合作，预示着中英经贸将进入更积极的合作阶段。

详细拆解解读

1. 高层互动破冰，企业终于“敢放手干”了

多位英国商界大佬提到，最近中英高层往来多了，给企业吃了颗定心丸。比如保诚集团候任主席范智廉说，中国在制造业、新能源汽车、医疗制药这些领域已经是全球产业链里“缺不了的角色”，不管全球市场怎么波动，中国的领先地位没变。而48家集团主席杰克·佩里更直接：以前企业可能怕政策变，现在感觉“心里踏实”了，愿意主动找中国市场的机会——毕竟做生意最看重“能好好沟通、长期稳定干”的环境，现在这个环境回来了。

2. 新能源合作成“香饽饽”，中国技术帮英国省钱又安全

当晚聊得最火的就是新能源。英国最大能源企业之一的章鱼能源CEO说，中国在太阳能、风能、电池和电动车上的技术进步，让全球转用清洁能源的成本降了不少。对英国来说，和中国合作既能保证能源供应稳定（不怕断气断电），又能少花钱、效率更高。章鱼能源已经在中国搞了好几个试点项目，接下来还想在优化新能源系统、电力市场规则这些方面加深合作。

3. 汽车产业双向发力：比亚迪在英扩店，欧洲建厂“本土化”

汽车是中英都关注的重点。比亚迪英国经理说，他们在英国已经开了100多家门店，下一步要继续加开门店、建快充站。更重要的是，比亚迪在匈牙利的工厂已经开始试生产了，以后会逐步增产，生产多款车型——这是要搞“在欧洲生产、卖欧洲”的模式，更适应当地政策和市场需求。相当于把生产线搬到欧洲家门口，既方便又合规。

4. 金融+数字基建当“桥梁”，帮企业互相“串门”

金融和数字基建成了连接中英企业的关键纽带。

- 金融方面：浦发银行伦敦分行副行长说，他们一直干的是“双向服务”——帮中企去英国做生意，也帮英企进中国市场。现在中英经济互补性更强了，接下来会重点搞跨境贸易贷款、企业并购支持、人民币业务和绿色金融这些，继续当“桥梁”。而且最近英国企业问中国市场的人明显变多了，说明兴趣回来了。
- 数字基建方面：中国移动英国公司总经理说，英国数字经济底子好，中国移动会用自己的网络、算力优势，帮中企出海。现在中企往外走的浪潮又来了，企业需要通信、数据解决方案的需求越来越大，中英这方面的合作也在加深。

总结一下

中英经贸这次回暖不是空喊口号，而是有实实在在的合作点：新能源降成本、汽车本土化布局、金融数字基建搭桥，加上高层互动给的信心，接下来双方企业应该会有更多“真金白银”的合作落地。虽然还有不确定因素，但大方向是往好走的。



海外并购资产遭遇强制出售，“FTDI案”进入关键节点

来源：<https://www.yicai.com/news/103043937.html>

创建时间：2026-02-08 17:17:46

原文内容：

安世半导体控制权纷争尚未尘埃落定，另一起中资收购英国芯片公司的交易案件走向开始受到更多关注。

2月7日，是英国政府设定的FTDI并购案国家安全审查要求强制出售的最后期限。这笔2021年就已完成交割的中资海外并购交易，如今正被迫进入强制出售倒计时。

时间追溯至2024年11月，英国政府正式通知中资财团，必须在规定时间前转让所持英国USB桥接芯片企业Future Technology Devices International Limited (FTDI) 全部股权。英国方面援引2022年生效的《国家安全与投资法》(NSIA)，理由为“可能威胁国家安全”。

一名业内人士对第一财经表示，中方财团一直在争取更多时间。目前最新一轮延期申请仍在等待英国方面回复，从过往经验看，延期获批仍存在一定概率。

目前的裁定不仅影响这单一项目，也已对中资企业未来海外并购决策产生实质变化。上述人士表示，“中资企业不得不重新评估目前地缘政治不稳定导致的海外并购中不可控的风险。”

业内估算，如后续没有缓和与松动，中资财团可能面临损失。

FTDI如何会被强制出售？

FTDI成立于1992年3月，注册地位于英国格拉斯哥，是全球USB桥接芯片设计领域的重要厂商，产品应用于工业控制、通信设备、汽车电子及消费电子等领域，在USB桥接芯片这一细分市场的全球占有率接近20%。

上述业内芯片人士对记者表示，“该公司产品市场占有率高，销售稳定、持续分红这应该是当时被中方财团非常看重的一点。”

2021年初，中资财团通过在东莞设立的飞特控股有限公司（下称东莞飞特），在英国设立全资孙公司FTDI Holding Limited，完成对FTDI约80.2%股权的收购。交易资金结构为境内自有资金约3.64亿美元，境外银行并购贷款5000万美元，合计约4.14亿美元。FTDI剩余19.8%股权由创始人公司Stoneyford Investments Limited持有。

而东莞飞特由五支基金共同持股，建广广连、建广广力、建广广全、建广广科、建广广鹏分别持股约21.12%、32.57%、20.53%、15.97%和9.76%。通过该结构，电连技术、华鹏飞等上市公司间接持有FTDI权益。

该项目为公开竞标交易，当时参与竞标的既包括海外产业方，也包括多家中国上市公司。参与方接近十家，最终中资财团胜出。

交易完成后，FTDI Holding Limited向FTDI委派董事，并购后的2022年至2023年，FTDI利润增长，累计实现净利润超过1亿美元。

2022年1月，英国《国家安全与投资法》正式生效。2023年11月，英国政府对FTDI交易正式启动国家安全审查，并在一年后裁定该交易存在国家安全风险，要求中资财团剥离全部股权。

接近交易人士对记者表示，“交易已经完成多年，再要求强行剥离本身就会对企业经营和客户信心造成影响。中国财团方面曾多次尝试与英方沟通，并提交过多种替代方案。通过申请过延期，和英国方面反复沟通过整改、承诺等不同路径，希望在合规前提下继续持有，但最终都没有被采纳。”

2025年2月，英国高等法院驳回中资财团提出的临时救助请求，维持强制出售决定，意味着FTDI必须要执行之前英国政府要求中方财团卖出所持有的股权的决定。

多重压力下的资产处置博弈

随着英国政府最终裁定落地，相关压力迅速传导至中国财团及其关联企业。

中国上市公司电连技术（300679.SZ）与华鹏飞（300350.SZ）近期相继发布公告，披露相关投资可能带来的重大财务影响。

1月26日晚，电连技术在发布的2025年度业绩预告中表示，公司持有的东莞飞特半导体控股有限公司约21.17%股权涉及的投资，因英国政府要求出售其下属FTDI（Future Technology Devices International Limited）80.2%股权，可能面临资产减值或投资损失。公告显示，由于最新报价与账面投资余额存在较大差异，本次处置预计将对公司净利润造成重大负面影响，金额预计超过人民币2亿元。公司同时指出，本次股权处置的最终结果和具体影响仍存在不确定性。

随后，1月29日，华鹏飞发布公告称，其持有的东莞飞特约9.76%股权面临类似投资风险。公告显示，受英国政府强制出售命令影响，公司该项投资可能出现公允价值变动损益损失，预计金额超过人民币1900万元。华鹏飞表示，最终损益的确认将以审计机构确认的数据为准，目前仍存在一定不确定性。

据记者了解，针对英国政府下达的最终剥离令和目前的最新进展，目前的中方财团仍然在争取更充裕的处置时间以尽可能降低损失。

接近交易人士对记者表示，在过去一段时间，中方财团寻找了包括产业方和财务投资人在内的几十家潜在买家。但在被明确标注“国家安全风险”后，交易难度明显上升。英国政府设定的最终交割期限为2026年2月7日。若无法在期限内完成交易，可能面临更严厉的监管后果。在此之前，财团已多次向英方申请延期，目前仍在等待最新回复，如果不积极应对，可能进入被强制接管的状态，风险会进一步增加。

但目前交易仍未最终敲定。

近年来，欧美国家频繁以国家安全或经济安全为由，对中资并购实施审查和追溯，类似案例包括安世半导体在英国和荷兰的投资受限事件。

中国外交部发言人在例行记者会上多次指出，中方一贯反对泛化“国家安全”概念、针对特定国家企业采取歧视性做法，呼吁有关国家切实遵守市场原则，不要将经贸问题政治化。

FTDI一案释放出的信号，正在迫使中资企业在海外并购中重新评估风险结构。“即便资产本身再好，如果地缘政治环境发生变化，前期投入的大量精力都有可能被一笔抹去。”上述业内人士对记者表示，未来在国际并购中，地缘政治不确定性将被放在更靠前的位置。“并购整合在全球范围内仍然存在，但中资参与其中的难度，已经明显上升。”

AI 解读：

核心内容总结

2021年中资财团花4.14亿美元收购英国USB桥接芯片公司FTDI约80%股权，该公司在细分市场占近20%份额，收购后利润增长。但2024年英国以《国家安全与投资法》为由要求强制出售，最后期限（2026年2月7日）临近，中资正申请延期但结果未知。此事导致相关上市公司（如电连技术、华鹏飞）面临大额损失，也迫使中资企业重新评估海外并购的地缘政治风险，反映出欧美对中资并购审查趋严的趋势。

详细拆解解读

1. FTDI有啥“香”？中资当初为啥花4亿多美元买它？

FTDI是英国一家成立于1992年的芯片公司，专门做“USB桥接芯片”——简单说就是把USB接口和其他设备（比如工业控制里的串口、汽车电子里的接口）连起来的小芯片，应用范围广（工业、汽车、消费电子等），在全球细分市场占近20%份额，相当于这个领域的“隐形冠军”。中资买它的原因很实在：一是市场占有率高，生意稳定；二是能持续分红，现金流好。2021年收购时，中资通过东莞飞特（五支基金持股）在英国设孙公司，花了3.64亿境内自有资金+5000万海外贷款，拿下80.2%股权，剩下的19.8%是创始人持有。当时竞标很激烈，十多家企业参与，中资最终胜出，可见这家公司确实“抢手”。

2. 英国为啥“秋后算账”？强制出售的理由和时机藏着啥？

交易2021年就完成了，为啥现在才要求卖？关键在时间线：

- 2022年1月：英国《国家安全与投资法》生效（之前没这个法）；
- 2023年11月：英国突然启动对FTDI交易的审查；
- 2024年11月：要求强制出售，理由是“可能威胁国家安全”；
- 2025年2月：英国法院驳回中资的救助请求，维持决定。

说白了，不是交易本身有问题，而是后来的法规变化+地缘政治紧张。FTDI做的芯片虽然是细分领域，但涉及工业控制等“敏感”应用，英国借国安法“追溯”旧交易，本质是把经贸问题政治化。

3. 中资现在难在哪？延期难、卖不掉、损失可能不小

目前中资的处境很被动：

- 延期申请悬而未决：最后期限快到了，最新一轮延期还在等回复，虽然有概率获批，但不确定；
- 找买家难度大：中资找了几十家潜在买家（产业方+财务投资人），但因为英国给FTDI贴了“国安风险”标签，没人敢轻易接盘；
- 上市公司面临损失：电连技术公告说可能亏超2亿人民币，华鹏飞亏超1900万，都是因为这笔投资的资产减值；
- 后果严重：如果到期卖不掉，可能被英国强制接管，损失更大。

4. 给中资敲了啥警钟？海外并购要重新算“风险账”

这件事让中资企业彻底改变了海外并购的思路：

- 地缘政治风险优先：以前可能先看公司好不好、赚不赚钱，现在得先想“这个国家和中国关系咋样？会不会突然变卦？”；
- 不可控风险增加：就算收购时一切合法合规，后来法规变了或者政治环境变了，前期投入可能全打水漂；
- 并购难度上升：欧美现在对中资并购“盯得紧”，就算是公开竞标赢了，也可能被事后审查，中资参与全球并购的门槛变高了。

5. 这不是个案！欧美对中资并购的“紧箍咒”越来越紧

FTDI不是第一个例子：比如安世半导体在英国和荷兰的投资也被限制。最近几年，欧美频繁用“国家安全”当借口，对中资并购搞“泛化审查”——不管是不是真的涉及安全，只要是中资买，就可能被卡。中国外交部多次反对这种做法，说这是歧视性的、政治化的，但欧美还是在继续。这意味着未来中资海外并购会更难，得更谨慎。

最后一句话总结

这件事本质是地缘政治影响下的经贸摩擦，中资企业要学会在“不确定性”里找生存空间，海外并购不能只看商业价值，还要把政治风险算进去。（全文完）

2026陆家嘴金融沙龙 | 第2期圆桌对话：打造科创智慧资产

来源：<https://www.yicai.com/news/103043931.html>

创建时间：2026-02-08 17:17:48

原文内容：

2月3日，“陆家嘴金融沙龙”在上海浦东精彩落幕。在“十五五”规划强调“加快建设金融强国”、大力发展科技金融的政策背景下，本次沙龙圆桌对话以“科技金融助力知识产权服务 打造科创智慧资产”为主题，与会嘉宾聚焦知识产权从“知产”到“资产”的转化痛点，从不同领域实践出发，为破解知识产权转化难题提供了实操性方案。

本次圆桌对话由国家知识产权运营（上海）国际服务平台总经理康莉主持，上海临床创新转化研究院有限公司副总裁王立言、上海农商银行副行长张跃红、新微创源孵化器董事长任佳、孚腾资本管理合伙人章锟担任对话嘉宾。

机制突破与金融创新：打通知识产权转化的“梗阻点”

临床知识产权转化，一直面临周期长、门槛高、投入大的行业痛点。

王立言认为，破局的关键在于机制建设。“破解这些问题的制度突破点，在于建立陌生人之间长期稳定的共享利益、共担风险机制。”他形象地比喻，“传统‘夫妻’是长期绑定的模式，放到临床转化上，最好的机制就是公司化。”

但现实难题不容忽视。公立医院作为公益性事业单位，难以开展投资行为。“没有长期稳定的利益分享、风险共担机制，医院和医生为什么要投入长期且风险巨大的研发？”王立

言直言。

为此，上海临床创新转化研究院有限公司（简称“临转院”）通过制度设计探索“公司化运营”模式，将产业方、金融机构与临床成果绑定，“银行不可能贷款给医院做成果转化，必须有一个法律主体来成为打开医院封闭体系的接口，让资本、银行能介入成果转化——我们就是这个接口”。截至目前，该模式已落地多单案例，吸引北京、武汉等外地医院关注。

此外，针对国内与国际临床技术转移体系的差距，王立言强调“认知普及与能力建设”的重要性，“国内医院、医生对金融资本、公司运营感到陌生，对国资评估、作价等环节也缺乏成熟经验”。

对此，临转院除机制突破外，还通过论坛、沙龙、训练营等形式，对医生开展民法典、公司法、国资管理条例等法律法规的科普，让医生真正理解市场经济规则；同时搭建医院与产业方的对接桥梁，化解双方盲区，“产业方希望临床研究快、方案激进，而医院有伦理和科学性审查要求，我们要做中间的协调者，加速临床成果转化”。

而针对知识产权金融服务的风险控制与产品创新，张跃红则从银行视角分享了实践经验，在她看来，银行视角下知识产权金融服务的核心挑战，在于风险控制。

张跃红坦言，当前知识产权金融服务最大的风险点有三方面：既要评判企业核心知识产权的价值，也要评估企业未来对核心技术的可持续开发和应用能力，还要解决准确估值的难题。

为应对这些挑战，上海农商银行构建了多维度解决方案。首先靠专业团队。“我们有300多人的行业研究院，覆盖上海三大先导产业等12个方向。”张跃红介绍，“团队定期和高校教授、行业龙头专家交流，交叉验证技术迭代、竞争格局和知识产权价值。”

其次靠数据驱动。将知识产权数据纳入企业内部评级模型，让企业画像更立体。

最后，银行落实“全流程风控”，贷后持续跟踪知识产权稳定性、技术迭代与市场前景，实现“防风险、促发展”双向兼顾。

在降低中小企业融资门槛与成本方面，张跃红介绍了银行的三大创新方向：一是拓展新型知识产权质押品类，突破传统专利、商标范畴，将植物新品种权、数据资产、地理标志纳入其中；二是探索证券化工具，比如助力9家企业发行首单全市场化增信的知识产权ABS，并推进银行间知识产权ABN产品落地；三是创新“捐赠+”模式，向上海理工大学捐赠资金，支持医工交叉领域中试及概念验证阶段项目，“资金无偿使用，未来项目成功后优先合作并反哺基金，形成可持续循环”。

早期培育与投资研判：构建知识产权价值的“识别—保障”体系

在早期项目知识产权价值识别与股权投资联动方面，任佳强调孵化器需发挥“桥梁+把关人”的作用。他提出，早期项目知识产权价值评估，要发挥人工智能工具和专业孵化器的协同作用——AI能做技术层面的整体评价，但项目团队核心成员的性格、人品等对金融机构放贷至关重要的信息在网上是搜不到的，而孵化器正是这些信息的掌握者。

“我们每天和创业团队在一起，能第一个感知到他们的发展状态。”任佳强调，“银行评价早期项目知识产权，一定要拥抱孵化器。”

对于早期知识产权如何实现规模化收益，任佳提出了两种路径。一种是知识产权本身被直接认可，“就像苹果20亿美金收购以色列公司，看中的就是核心技术能带来的颠覆性功能”。另一种是与企业发展绑定，“公司快速成长，技术转化为产品，被市场认可，营收和估值上去了，知识产权价值自然也就规模化了。”

无论哪种路径，孵化器都能发挥关键作用。“我们的核心使命是链接资源。”任佳表示，“联手投资机构、银行，给潜力项目全方位支持，再对接链主企业，从需求端找应用方向和市场，让潜力知识产权快速落地。”

章锟则从投资机构的视角，明确了知识产权在投资评估中的核心地位。“核心知识产权是投资机构评估科技型企业的先决条件，投资机构基本不关注没有核心知识产权的企业。”

在章锟看来，投资评估的逻辑清晰明确。其中，技术先进性、法律稳定性是必要条件，市场应用前景是充分条件，“三者结合，才是投资的充分必要条件。”

面对专利转化过程中的各类风险，投资机构也有成熟的应对手段。比如应对政策风险，章锟认为，“关键在于紧跟政府引领方向，‘十五五’规划出来后，我们第一时间组织学习，梳理未来三到五年的重点细分赛道，让投资布局不跑偏。”

而对于技术风险，章锟认为尽职调查是核心。“我们在投资前会做技术研判和法律尽调，比如投资正序生物时，考虑到基因编辑领域诉讼多，我们专门请知识产权律师做FTO分析（Freedom to Operate，专利自由实施分析），降低专利侵权风险。”

此外，在应对市场风险方面，章锟认为赋能比尽调更重要。“投资交大集成电路后道设备项目时，产品还没量产，我们帮企业对接潜在大客户，深入沟通技术参数，从投前到投后，持续做市场拓展和技术迭代建议，有效控制竞争风险。”

章锟还提到，教授、医生等科研人员专业能力强，但往往缺乏市场经验。“这时候就需要投资机构、孵化器帮忙对接产业方，让好技术找到好应用。”

本次“陆家嘴金融沙龙”由上海市委金融办、浦东新区人民政府指导，陆家嘴金融沙龙秘书处主办，长三角资本市场服务基地协办，第一财经、财联社提供媒体支持。该系列活动将构建与“陆家嘴论坛”相呼应的常态化交流平台，通过机制化、场景化、国际化运作，持续输出金融改革“浦东智慧”，深度赋能浦东经济高质量发展，全力助推上海国际金融中心核心区建设迈向新高度。

AI解读：

核心内容总结

这篇新闻聚焦陆家嘴金融沙龙上关于“科技金融助力知识产权转化”的讨论。来自临床转化机构、银行、孵化器、投资机构的嘉宾，针对知识产权从“纸上权利”变“赚钱资产”的痛点，分享了实战方案：比如用“接口公司”打破医院和资本的壁垒、银行靠专业团队+数据控风险并创新融资产品、孵化器当“火眼金睛”识别早期项目价值、投资机构把核心知识产权作为选项目的“敲门砖”。这些方案都是为了让科创成果更快落地，助推金融强国建设和上海国际金融中心发展。

一、临床成果转化：医院不能投钱？“接口公司”帮资本和医生绑定利益

临床知识产权转化（比如医生的科研成果变成产品）一直难：周期长、花钱多，而且公立医院是公益单位，不能直接投资。嘉宾王立言说，破局关键是“让陌生人（医院、资本、产业方）长期共享利益、共担风险”，最好的办法是“公司化”——但医院不能做，怎么办？

上海临床创新转化研究院（临转院）就当这个“接口公司”：它作为法律主体，把医院的成果、产业方（比如药企）、银行绑在一起。银行可以贷款给临转院，而不是医院，这样资本就能进来了。目前这个模式已经成了好几单，还吸引了北京、武汉的医院来学。

另外，医生不懂金融和法律怎么办？临转院还给医生培训民法典、公司法，让他们明白市场规则；同时协调医院和产业方的矛盾——比如产业方想快点出成果，医院要守伦理，临转院就在中间调和，加速转化。

二、银行做知识产权贷款：风险大？靠“专业团队+数据+全流程盯梢”解决

银行给知识产权贷款最怕啥？嘉宾张跃红（上海农商行副行长）说，三个风险：一是这个知识产权到底值多少钱？二是企业以后能不能持续开发这个技术？三是估值准不准？

银行的应对办法很实在：

1. 专业团队撑腰：有300多人的行业研究院，跟高校教授、龙头企业专家聊，验证技术值不值钱；
2. 数据说话：把知识产权数据放进企业评级模型，比如专利数量、质量，让企业画像更清楚；
3. 贷后盯着：放款后跟踪知识产权有没有被侵权、技术会不会过时、市

场卖得好不好，及时调整。

为了帮中小企业融资，银行还搞了三个新玩法：

- 质押更多东西：除了专利、商标，植物新品种（比如新水稻）、数据资产（比如用户行为数据）、地理标志（比如阳澄湖大闸蟹）都能拿来贷款；

-

证券化：把多个企业的知识产权打包成理财产品（ABS）卖给投资者，让企业快速拿到钱；

- 捐赠+模式：给上海理工大学捐钱支持早期项目，项目成了优先合作，反哺基金，循环起来。

三、早期项目：怎么挑好的知识产权？孵化器当“火眼金睛+桥梁”

早期科创项目的知识产权值不值钱？嘉宾任佳（孵化器老板）说，孵化器要做两件事：

1. 识别价值：AI能评技术好坏，但团队的人品、干劲这些网上查不到的信息，孵化器天天跟团队在一起，一眼就能看出来；
2. 帮变现：早期知识产权变现两条路——要么像苹果花20亿买以色列公司那样直接卖技术，要么让公司长大，技术跟着升值。孵化器就链接投资机构、产业方，让好技术找到应用场景。

比如有个项目，孵化器帮着对接链主企业（行业老大），从需求端找方向，让技术快速落地。

四、投资机构选项目：核心知识产权是“敲门砖”，还要看这三点

投资机构会不会投一个科技企业？嘉宾章锟（孚腾资本合伙人）说，没核心知识产权的企业，我们根本不看。评估标准有三个：

1. 技术先进：是不是行业领先？
2. 法律稳定：专利有没有漏洞？会不会侵权？
3. 市场有前景：技术能不能卖出去？

怎么控制风险？

- 政策风险：紧跟“十五五”规划，梳理重点赛道，不跑偏；

- 技术风险：投资前做“FTO分析”（查有没有侵权），比如投基因编辑公司时，请律师专门查专利；

- 市场风险：投前帮企业找客户，投后给技术迭代建议，比如投集成电路项目时，帮对接大客户，调整技术参数。

另外，科研人员（教授、医生）懂技术但不懂市场，投资机构就帮着对接产业方，让好技术找到好买家。

五、沙龙的意义：打造常态化平台，输出“浦东智慧”

这次沙龙是上海市委金融办、浦东政府指导的，以后会变成和“陆家嘴论坛”呼应的常态化平台。通过定期交流，输出浦东在金融改革上的经验，助推上海国际金融中心建设，让浦东经济更高质量发展。

简单说，就是让更多人一起想办法，把知识产权变成真金白银，帮科创企业长大，也让金融更好服务实体经济。



本地生产和加注提速，上海距离绿色燃油加注中心还有多远

来源：<https://www.yicai.com/news/103043927.html>

创建时间：2026-02-08 17:17:49

原文内容：

上海市第十六届人民代表大会第四次会议今日圆满完成各项议程，大会表决通过了关于上海市人民政府工作报告、关于上海市国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要（下称“十五五”规划纲要）等决议。

在“十五五”规划纲要中，再次提到了加快“五个中心”建设，其中的“国际航运中心建设”中，“打造国际航运绿色燃料加注中心和交易中心”的新提法引人关注。

最近，交通运输部联合十部委共同发布《关于支持上海国际航运绿色燃料加注中心和交易中心建设的实施方案》（下称“《实施方案》”），明确到2030年建成国际航运绿色燃料加注中心和交易中心，意味着国家对上海建设绿色燃料两个中心的顶层支持。

多位行业内人士对记者指出，之所以要把建设绿色燃料两个中心纳入上海“十五五”规划，背景是全球航运脱碳进入实质推进阶段，上海国际航运中心正面临一轮由航运绿色转型所引发的能级重构。

本地加注提速

近年来，国外越来越多脱碳法案和减碳目标相继出台，大型船公司开始加速投资更环保的船舶和技术，替代燃料船舶在新造船订单中占据越来越大的份额。

“2024年所有新造船订单中，已有超过50%的比例在交付时会使用不同类型的替代燃料，”克拉克森研究数据部高级经理陈石佳说，其中液化天然气（LNG）燃料最受欢迎，其次是甲醇。

比如由扬州中远海运重工建造的国内首制16000TEU甲醇双燃料集装箱船，就是国内船厂交付的第一艘大型甲醇双燃料箱船，截至2025年，扬州中远海运重工已承接16艘大型甲醇双燃料集装箱船的建造。

针对LNG和甲醇燃料的加注，也是国内港口重点在布局的。目前上海、大连、天津、青岛、宁波舟山等港口已实现LNG、甲醇常态化加注，大连港已完成全球首例绿氨实船加注。

早在2024年，上海洋山港就完成了亚洲首次大型绿色甲醇动力集装箱船舶“船一船”的同步加注，LNG加注更是逐年增加。

据上海海关统计，2025年全年，在船舶能源加注方面，保税LNG加注量达到71.2万立方米，同比大幅增长54%；国产绿色甲醇加注量达到1.0万吨。

进入2026年，绿色燃料加注业务持续进行。1月3日，LNG加注船“海港未来”轮在洋山一期码头为“达飞毛伊岛”轮加注了6559.6立方米保税LNG，完成上海港今年的首次保税LNG加注作业；在一月份的洋山深水港还完成了三次甲醇补给，共计加注1000吨绿色甲醇。

生产和存储的挑战

统计数据显示，2025年上海港保税LNG和甲醇的加注量，在全球范围内排名已进入前三，不过，距离《实施方案》中确定的目标“上海港保税LNG加注能力达到百万立方米（液态）级，甲醇及生物燃料加注能力达到百万吨级”还有一定的距离。

对此，扬州中远海运重工党委副书记、副总经理蒋玉生曾告诉记者，目前绿色甲醇的产量还比较有限，不能完全满足现有已下水的甲醇燃料船需要，此外甲醇燃料的储存安全性也有挑战，其物理特性导致对储存容器的密封性、泄漏监测系统及人员防护措施提出了更高要求。

为了缓解甲醇燃料的供应难题，主要负责绿色燃料船建造的中远海运集团已亲自“下场”，公司与中国电力投资集团旗下的吉电股份（000875.SZ）、上港集团能源（上海）有限公司成立上海吉远绿色能源有限公司，计划合资投资生产绿色甲醇。

而上海本地首个10万吨级绿色甲醇项目也在2025年12月29日正式投产，由申能集团牵头，将城投集团老港生态环保基地、申能廊下生物质示范基地等项目产生的生物天然气，分散并入上海天然气管网，交由华谊集团在化工区集中制备绿色甲醇后交付给上港集团开展船

舶加注，完成“废弃物-原料-生产-加注”全链条绿色闭环。

在今年上海两会期间，市人大代表、上海国际港务集团战略研究部总经理丁嵩冰建议，近期应将政策重心放在生产端，通过跨区域合作和技术创新，确保绿色甲醇的稳定供应，发挥上海在金融、技术方面的优势，鼓励引导企业参与绿色燃料生产基地建设。

上海社会科学院生态与可持续发展研究所博士唐昭沛近期也撰文提到，尽管上海港在LNG与绿色甲醇加注方面已实现突破，但在供给稳定性、认证规则与交易定价能力等方面，仍存在一系列需要同步夯实的现实约束。这些基础性条件在“十五五”初期能否同步补齐，将直接影响绿色加注能力能否真正转化为支撑上海国际航运中心能级跃升的长期优势。对上海而言，“十五五”初期是把绿色加注能力升级为可规模化、可交易、可被国际认可供给体系的关键窗口期。

AI解读：

核心内容总结

上海将“国际航运绿色燃料加注中心和交易中心”纳入“十五五”规划，国家十部委也出台方案支持2030年建成这两个中心。背景是全球航运正加速“脱碳”（不用高污染燃料），上海作为国际航运中心需通过绿色转型保持领先。目前上海绿色燃料加注业务已有突破（如洋山港甲醇/LNG加注），但面临燃料产量不足、存储安全等挑战，政企正通过合资生产、本地项目投产等方式补短板，未来2-3年是把加注能力升级为国际认可供给体系的关键窗口期。

一、全球航运都在“换绿燃料”，上海必须抓住机会

全球航运业现在被逼着“减碳”：国外出台了很多脱碳法案，船公司不敢再订烧柴油的船了。克拉克森数据显示，2024年新造船订单里，超过50%的船交付时要用替代燃料（比如LNG、甲醇）。比如扬州中远海运重工已经接了16艘甲醇双燃料集装箱船的订单——这些船以后都得加绿色燃料，谁能提供加注服务，谁就能在航运中心里占上风。上海作为全球前几的国际航运中心，要是跟不上这波绿色转型，原来的地位可能被其他港口抢走。所以把两个中心纳入“十五五”规划，是想抓住这波全球航运“能级重构”（重新排座次）的机会，巩固自己的领先地位。

二、上海绿色加注已起步，成绩不错但离目标还有距离

上海的绿色燃料加注业务已经有实际进展：

- 2024年洋山港完成亚洲首次大型甲醇动力船“船对船”同步加注；
- 2025年保税LNG加注量71.2万立方米（同比涨54%），绿色甲醇1万吨；

- 2026年1月刚完成今年首次LNG加注（6559立方米）和三次甲醇加注（共1000吨）；
- 目前上海港的LNG和甲醇加注量全球前三。

但离国家方案的目标还差不少：目标是保税LNG要到“百万立方米级”（现在才71万），甲醇要到“百万吨级”（现在才1万吨）——相当于现在甲醇加注量只有目标的1%，还有很大提升空间。

三、两大拦路虎：燃料不够用+存着不安全

现在最大的问题是“供给跟不上需求”：

1. 产量不足：扬州中远的蒋玉生说，绿色甲醇的产量连现有下水的甲醇船都满足不了。比如现在订的16艘船，以后都要加甲醇，但生产端没跟上。
2. 存储安全：甲醇的物理特性（容易挥发、泄漏）对存储容器的密封性、泄漏监测系统要求特别高，稍有不慎就可能出危险。
3. 其他短板：上海社科院的唐昭沛提到，除了供给，上海还缺统一的认证规则（比如什么算“绿色甲醇”）、交易定价权（现在定价权不在上海手里）——这些基础没打好，就算能加注，也成不了真正的“交易中心”。

四、政企联手补短板：自己生产+跨区合作

为了解决这些问题，各方都在行动：

- 企业下场生产：中远海运联合吉电股份、上港集团成立公司，自己投资生产绿色甲醇；申能集团牵头的上海首个10万吨级绿色甲醇项目2025年底投产——这个项目把垃圾、生物质变成生物天然气，再做成甲醇，实现“垃圾→燃料→加注”的闭环。
- 政策引导：人大代表丁嵩冰建议，近期重点抓生产端，通过跨区域合作（比如和其他省份一起建生产基地）、技术创新，确保燃料稳定供应；还要用上海的金融优势，鼓励企业建生产基地。

五、未来两年是关键：要把“加注”变成能赚钱的“交易中心”

唐昭沛说，“十五五”初期（未来2-3年）是上海的关键窗口期：不能只停留在“能加注”，还要做到“能规模化供应、能交易、能被国际认可”。比如：

- 得把燃料产量搞上去，保证随时有得加；
- 制定国际认可的绿色燃料认证规则，让别人信你的“绿色”是真的；
- 争夺交易定价权，让上海成为全球绿色燃料的定价中心（就像石油定价看中东、伦敦一样）。

只有把这些基础打好，上海的绿色加注能力才能变成长期优势，真正实现国际航运中心的能级跃升。

总的来说，上海建这两个中心，既是顺应全球趋势的必然选择，也是提升自身航运地位的关键一步——现在起步不错，但要达到目标，还得解决燃料供给、规则制定这些“硬骨头”问题。未来两年能不能把这些短板补上，决定了上海能不能从“加注点”变成全球绿色航运的“核心枢纽”。

壹快评 | AI红包大战，打不出“从0到1”的创新

来源: <https://www.yicai.com/news/103043918.html>

创建时间: 2026-02-08 17:17:50

原文内容:

人工智能（AI）发展日新月异，几乎每天都有大事发生。拿最近一个多星期来说，在国外——

Meta发布代号“牛油果”的新模型，计算效率提升10至100倍；谷歌开放世界模型Genie 3，可通过自然语言描述创建和探索3D虚拟世界；奥地利“极客”彼得·斯坦伯格“手搓”出能完成复杂任务的智能体OpenClaw，受到全球用户追捧；美国四大科技巨头公布2026年资本支出计划，总额高达约6500亿美元……

在国内——

阿里发布了超万亿参数规模的Qwen3-Max-Thinking模型，并计划近期推出Qwen 3.5；月之暗面开源了Kimi K2.5模型，在智能体任务、代码生成等方面取得显著进步；深度求索开源了OCR模型，字节跳动、百度等也有新模型计划发布；同时，阿里、腾讯、字节跳动等纷纷透露巨额AI投资计划。

但高潮还不是以上事件。2月5日，Anthropic和OpenAI在半小时内先后发布Claude Opus 4.6和GPT-5.3 Codex，被AI圈称为“火星撞地球”。国内最吸引眼球的，则是科技大厂们为争夺“AI超级入口”，投入40余亿元掀起“AI红包大战”。马云亲临阿里项目组“站台”，马化腾希望复制当年全国人民过年“摇一摇”的盛况。一时间，大街小巷好像个个都在抢红包，国产AI集体火出圈。

可以看出，无论国外还是国内，围绕AI的竞争已进入白热化阶段。不过两个市场的竞争重点及呈现的特点稍有不同。国外以美国为代表，虽然资本市场也在担忧AI应用的前景和对传统产业的影响，但行业重心始终在底层技术和模型能力的突破；国内企业则在追求技术进步的同时，更急于推动应用落地和抢占市场。两者的共同点则是巨头企业均不惜重金，大手笔投入。

很难断言谁的选择更为明智，但有些事情仍然可以讨论。因为一项颠覆性技术的发展走向，影响的不只是开发者，而是每一个人。AI红包大战很容易让人想起数年前的外卖大战、共享单车大战、网约车大战，甚至快递柜大战。它们本质上都是对用户入口和生活场景主导权的争夺，而争夺的最终目的，无疑是商业变现。

当年那些“大战”就引发过一些讨论。主要讨论的点是：在科技创新方面，国外巨头级公司的优先目标始终是“技术”和“未来”，国内企业则往往更关注“应用”和“当下”；国内企业有能力把几乎所有新技术转化为巨大商业成功，却很少成为新技术源头、也即原始创新的创造者。如果把原始创新看作“0到1”，把商业成功看作“1到10……10000”，中国企业显然更偏好并擅长后者。这种选择及结果的明显差异，让许多人对中国企业在技术创新上的追求和能力产生质疑。

当然，国内外企业的这种“分道扬镳”，与市场基础、技术储备和商业环境不同直接相关。中国庞大的统一市场和生活服务痛点，为企业提供了天然的试验田。而中国科技产业尚处在从制造向研发升级的过渡阶段，基础仍然薄弱。近年来，国内企业已大幅增加对芯片、操作系统、人工智能等底层技术的投入。同时，也应看到，科技大厂致力于互联网应用落地，在解决就业、繁荣经济、倒逼配套技术发展等方面也发挥了重要作用。

但国内企业在原始创新数量和产品迭代速度与国外大公司存在差距，也是不必讳言的事实。公众的感受也是真实的，当看到国外不时传出重大技术突破，而国内科技大厂却整天围着各种吃喝娱乐应用打打杀杀时，难免容易生出“没出息”的观感。归根结底，人口、市场等客观禀赋终有限度，人才和技术才是没有天花板的竞争利器。如果仅仅醉心于“1到10000”的成功，而忽视了对“0到1”的追求，那么，总有一天会被人“卡住脖子”，手上的“10000”也可能很快归“0”。

乔布斯说过，他的动力来自产品而非利润，赚钱只是为了能持续创造伟大产品。马斯克认为，创新的核心驱动力是完成足够重要的使命，而非单纯追求商业成功。目标决定高度，两人的例子证明，当企业以创造价值和实现远见为驱动时，反而更容易获得持久和伟大的商业成功。在我国，科技自立自强是国家战略，也是14亿人的心愿，但如果占全社会研发投入近八成的企业——尤其是头部科技企业不改弦更张，把主要心思放到真正的创新上来，这个梦想恐将难以实现。

当前，科技大厂最缺的不是资金、政策、市场，甚至也不是人才，最缺的可能是远大的抱负和崇高的使命感。作为国家发展红利的创造者和最大获益者之一，科技大厂们在追求商业成功的同时，也要加大对基础研究的支持和投入，为所有企业树立重视原始创新的榜样。与此同时，社会要大力培育创新文化，政府做好创新的引导和服务。只有这样，中国科技企业才能不仅在商业上，也在创新能力和成就上比肩国际巨头，科技自立自强的国家梦想才能更快实现。创造得出四大发明的民族，在新的时代，没有理由不能重新站上世界科技创新的潮头。

(作者系第一财经编辑)

AI解读：

核心内容总结

最近国内外AI行业竞争白热化：国外巨头（如OpenAI、Meta、谷歌）扎堆突破底层技术（新模型、算力效率），国内大厂（阿里、腾讯、字节等）一边搞技术升级，一边急着用“AI红包大战”抢用户入口和市场；文章对比了国内外企业创新路径的差异——国外侧重“0到1”的原始创新，国内擅长“1到10000”的商业变现，指出这种差异背后的担忧（怕被卡脖子），并呼吁国内企业重视长远的原始创新。

一、最近AI圈有多热闹？国内外巨头都在疯狂搞事

最近一周AI圈像开了“神仙打架”模式：

- 国外：Meta出了“牛油果”模型，计算效率提升10-100倍；谷歌能让文字生成3D虚拟世界；Anthropic和OpenAI半小时内先后发布新模型，被称为“火星撞地球”；美国四大科技巨头2026年要投6500亿美元搞AI。
- 国内：阿里、月之暗面等开源新模型（比如能写代码、做智能任务的）；更火的是“AI红包大战”——大厂砸40多亿，马云亲自去阿里项目组打气，马化腾想复制当年微信摇一摇的盛况，结果大街小巷都在抢红包，国产AI一下火到普通人圈里。

总之，国内外巨头都在砸钱拼AI，气氛紧张得不行。

二、国内外AI竞争不是一个路子：国外拼技术，国内抢市场

虽然都在卷AI，但两边重点不一样：

- 国外（以美国为代表）：不管资本市场担不担心应用前景，始终盯着“底层技术”——比如模型的计算能力、能不能处理更复杂的任务、效率能不能更高。简单说，就是先把AI的“地基”打牢，不管现在能不能赚钱。

- 国内企业：技术也在搞（比如阿里的万亿参数模型），但更着急“变现”——用红包大战抢用户，就像当年外卖、共享单车抢市场一样，先把用户抓在手里再说。

共同点是都舍得砸钱，但方向差得远。

三、AI红包大战似曾相识？本质都是抢用户入口变现

AI红包大战看着新鲜，其实和以前的外卖、共享单车、网约车大战一模一样：都是抢“用户入口”——比如你每天用哪个AI发红包、查信息，哪个就成了你的“超级入口”；抢“生活场景”——把AI嵌入你过年抢红包的习惯里，以后你可能就离不开它了。最终目的都是赚钱：有了用户和场景，后面卖广告、搞增值服务都容易。就像当年大家抢外卖红包、骑免费单车，最后都是大厂赢了用户，赚了钱。

四、为啥大家觉得国内企业“没出息”？原始创新能力遭质疑

文章里说，很多人对国内企业有意见：

- 国外巨头（比如谷歌、OpenAI）总在搞“从0到1”的原始创新——比如第一个造出能理解复杂语言的AI模型；国内企业擅长“从1到10000”——比如把别人的AI技术改成红包、外卖这些应用，赚大钱，但自己不会发明新东西。
- 公众担心：如果一直只会“抄作业”变现，不会搞原始创新，以后别人不让用核心技术了，国内企业就会被“卡脖子”——比如现在AI的很多底层技术还在国外手里，万一人家不给用，我们的红包大战再热闹也没用。

五、要想不被卡脖子，国内企业得把眼光放长远

文章最后呼吁：

- 国内企业不能只盯着眼前的红包和用户，得学学乔布斯、马斯克——他们搞产品是为了创造价值，不是光为了赚钱。大厂要多投钱搞基础研究，比如AI的核心算法、算力芯片这些“地基”技术。
- 社会要鼓励创新文化，政府要做好引导和服务。只有这样，中国企业才能不光在商业上厉害，也能在科技创新上站到世界前列，实现“科技自立自强”。毕竟我们是发明过四大发明的民族，没理由在AI时代落后。

这篇文章其实是在提醒：AI热潮里，国内企业别只顾着抢红包，得想想怎么让自己成为“规则制定者”，而不是永远跟着别人跑。否则，热闹过后可能还是会被卡脖子。

（全文完）

快评|抢补贴送奶茶，别让 AI 大战打成“实体店送鸡蛋”

来源: <https://www.yicai.com/news/103043837.html>

创建时间: 2026-02-08 17:17:51

原文内容:

汇集全球顶尖算法工程师、烧掉天文数字算力、砸下数十亿补贴的AI大战，又落到了忙翻天的奶茶店员头上。

线下实体店送鸡蛋做营销，几乎是线下引流的“万能低成本神器”，这套打法如今也用在了中国高科技公司之间的 AI应用大战上。2月6日，阿里千问掏出“奶茶免单卡”发起用户拉新攻势，引发诸多奶茶店“爆单”，千问app“崩了”一天一夜，截至发稿仍未完全修复。许多用户刷新了一次又一次，试图挤进服务器，像极了在传统实体厂商处排队领鸡蛋。互联网时代的时髦之处，似乎只是找到了奶茶作为“新鸡蛋”。

从“外卖大战”到“AI大战”，中国互联网为何总在关键战役中一次次回到“送鸡蛋拉客”的原始地推手段？

在笔者看来，这是一个值得警惕的现象。“送鸡蛋”带来了热闹与流量，但若把这种靠补贴堆砌的“人头攒动”当作技术与商业的胜果，未免太过自欺。站在智能革命的潮头，中国互联网需克制自身的流量焦虑，别让促销获客的野心跑在技术创新、产品体验的前头。

无论是奶茶还是鸡蛋，本质都是一种低成本、高频次、获得感强的“社交货币”，目的是以最低的成本吸引用户下载和使用。在“酒香也怕巷子深”的时代，促销拉新本身并无问题，但在过去一年里，互联网巨头引发了不少奶茶爆单的混乱局面，实际都以牺牲部分用户体验为代价。这暴露了科技企业们的战略懒惰，以及对技术创新与产品力的信仰缺乏。

被一封封订单、用户数据激增的“战报”所淹没的，是奶茶大战里一些用户苦等数个小时，最终收到的是外卖员抢到什么喝什么的“奶茶盲盒”，也是AI大战里，许多新用户下载了APP，却由于系统崩溃至今点不了一杯奶茶的尴尬，更遑论体验AI购物的“性感”了。

到底是要把用户“骗进来”还是“留下来”？“撒币”撒得豪情万丈的科技企业们似乎没想明白这两者的优先级。

例如，近期千问发起这场奶茶攻势的初衷是为了让用户体验AI购物，但吸引诸多用户下载后，产品却迟迟无法解决宕机问题，许多乘兴而来的用户对AI购物的初印象只能停留在“无法服务”，败兴而归。这也意味着，大批用户对AI技术能力与购物体验的信任从一开始

就被透支，又从何谈起用户留存呢？

这不该是用一句“用户活动热情远超预期”就能被轻拿轻放的。近些天，阿里千问、腾讯元宝等均发生了发起补贴活动后产品“崩了”的现象，同作为AI和云计算的双巨头，科技企业们万万不能将“用户挤爆服务器”当作胜利勋章，更应该深思的，是在营销狂飙下，企业技术兜底能力的脱节。

当“春节大战”的混乱局面里，呈现出科技企业技术架构的承载能力、算力资源的分配策略，以及产品在复杂交互下的稳定性等没能跟上营销步伐时，企业的战略定力与对用户体验的敬畏显然也值得重新思考。

科技企业必须清醒地意识到，在通往AGI的宏伟征途上，“送鸡蛋”能改变的故事很少。过去一周，随着元宝发红包、千问送奶茶，苹果应用商店免费下载榜的榜首位置在豆包、元宝、千问问交替改变，“鸡蛋”领完了，用户便奔赴下一场促销了，这种竞争的脆弱性与短期性可见一斑。

在风起云涌的AI时代，中国科技企业的精力不应过分消耗在如何靠“卷”赢一杯奶茶，制造留在牌桌上的假象。如何走出“送鸡蛋”的路径依赖，回归到技术优化、产品体验打磨，真正建立起产品力“护城河”，才是那张通往未来的船票。

AI解读：

核心内容总结

近期阿里千问等AI巨头掀起的“AI大战”，突然变成了用“送奶茶”拉新的促销混战——阿里千问发奶茶免单卡导致APP崩了一天一夜，用户像线下排队领鸡蛋一样挤着抢福利。作者认为这是中国互联网企业“流量焦虑”下的路径依赖：总靠补贴堆流量，却牺牲用户体验、忽视技术创新，警示企业别把短期热闹当胜果，需回归技术优化与产品力打磨。

拆解解读

1. AI大战怎么变成“送奶茶”的？

本来AI大战该比谁的技术更强（比如AI回答更准、功能更多），但巨头们却捡起了线下实体店“送鸡蛋”的老套路。为啥选奶茶？因为它和鸡蛋一样，是低成本、高频次、大家愿意晒的“诱饵”：一杯奶茶几块到十几块，人人都喝；拿到免单奶茶的用户会发朋友圈，带动更多人下载APP。比如阿里千问的奶茶免单卡，一下吸引了无数人，结果服务器扛不住直接崩了，用户刷半天进不去——这场景和大爷大妈排队领鸡蛋几乎没区别，只不过把“鸡蛋”换成了“奶茶”。

2. 为啥总回到“送鸡蛋”的老路子？

作者说这是流量焦虑+战略懒惰。一方面，巨头们怕自己的AI产品没人用，急着用最直接的办法拉“人头”（下载量、用户数），毕竟“酒香也怕巷子深”；另一方面，这种补贴拉新太简单了——不用花心思优化AI功能，不用打磨产品体验，砸钱发福利就行，本质是“懒得搞创新”。过去外卖大战、打车大战都这么干，现在AI大战又来一遍，说明企业对自己的技术和产品力没信心，只能靠“撒钱”换流量。

3. 补贴拉新的代价：用户体验被“牺牲”了

送奶茶看似热闹，实则坑了用户。比如：

- 系统崩溃：千问APP崩了一天一夜，新用户下载后根本用不了AI功能，只能干等；
- 体验混乱：有的用户等了几小时，收到的是外卖员随便抢的“奶茶盲盒”（不是自己点的）；
- 信任透支：用户本来想体验AI购物的“高级感”，结果只记住“APP用不了”，下次可能再也不想打开了。

更糟的是，这暴露了企业的技术兜底能力差——作为AI和云计算巨头，连促销带来的流量高峰都扛不住，说明服务器承载、算力分配这些基础技术没跟上营销节奏。

4. 别把“人头攒动”当胜果，流量是短期的

巨头们可能拿着“用户数暴涨”的战报沾沾自喜，但作者说这是“自欺欺人”。送奶茶带来的流量是一次性的：比如苹果下载榜，豆包、元宝、千问轮流当第一，但等奶茶领完，用户就会跑去下一个发福利的APP。这种竞争像“击鼓传花”，谁发福利谁暂时领先，福利停了用户就跑——根本留不住人，也算不上真正的“胜利”。

5. 未来的出路：摆脱“送鸡蛋”，建“产品护城河”

作者呼吁企业别再沉迷于“卷奶茶”，要回归技术和产品本身。什么是“产品护城河”？就是你的AI产品有别人学不来的优势：比如回答问题比别人准、功能比别人实用、用起来不崩溃。AI时代拼的是技术创新，不是谁撒钱更多——如果总靠送福利拉人，永远只能在“表面热闹”里打转，抓不住智能革命的真正机会。毕竟，用户最终留下，是因为产品好用，不是因为领过一杯免费奶茶。

最后一句话总结

AI大战不该是“送奶茶大赛”，企业得克制流量焦虑，把钱和精力花在让AI更聪明、APP更好用上——这才是能走得远的“船票”。



多地“214”结婚登记一号难求，6省份去年结婚登记数据公布

来源：<https://www.yicai.com/news/103043824.html>

创建时间：2026-02-08 17:17:52

原文内容：

2月14日，被年轻人视为充满浪漫和爱意的日子，也成为多地年轻人结婚登记预约的热门日期。今年2月14日是婚姻登记实现“全国通办”后的首个情人节，又恰巧在过年前，结婚登记预约也十分火爆。

根据深圳发布2月6日消息，2月14日当天，深圳各区婚姻登记处线上名额已全部约满。消息显示，广东民政婚姻登记网上预约系统规定，网上预约须提前1天预约，可预约15天内的号源，1月31日放号后，不少抢到2月14日号的网友在社交平台上分享喜悦，有网友表示“太难抢了，3个人一起蹲点抢才抢到”。

消息显示，深圳市民政局相关负责人表示，为充分满足新人的婚姻登记需求，在“2·14”“5·20”“七夕”等需求较大的日期，全市各区民政局婚姻登记处将采用“线上预约+线下轮候”的举措，不办完不打烊。市民群众如遇网上预约系统预约已满，可在当日前往各婚姻登记处现场申请办理婚姻登记。

第一财经记者2月7日查询广东民政婚姻登记网上预约系统发现，2月14日当天，珠海和汕头的结婚登记也已经全部约满。

据成都发布2月5日消息，四川省婚姻登记网上预约系统显示，成都多个区域的结婚登记服务点在2月14日的预约名额已满。包括四川天府新区、成都高新区、锦江区、青羊区、金牛区、武侯区、成华区。

在江苏，根据当地媒体报道，多地2月14日的线上预约名额已经被约满。其中，常州各大婚姻登记处2月14日线上预约名额已被约满；宿迁多个结婚登记点在2月14日的结婚登记预约同样火爆：沭阳县、泗阳县民政局婚姻登记处2月14日当天线上预约名额已全部约满。截至2月6日15点，江苏已有5164对情侣预约情人节领证，2026年江苏第一波婚姻登记小高峰将至。

近年来，我国大力提倡适龄婚育，构建、完善全社会的婚育支持体系。其中，婚姻登记的便利度大幅提升。2025年5月10日起，新修订的《婚姻登记条例》实施，婚姻登记地域限制取消，新人领证不再需要户口本，婚姻登记全国各地通办。

厦门大学经济学系副教授丁长发对第一财经分析，婚姻登记全国通办后，对于居住在非户籍地的人们来说，可以在一定程度上降低经济成本和时间成本，进一步提升人们的幸福感。

结婚登记场景越来越多样化。在婚姻登记全国通办后，旅游即可就地结婚。不少城市、景区打造了“领证新地标”，发展结婚登记旅游，开辟“婚登+文旅”的赛道。其中，在湖北，各地打造了一批地方特色明显、文化底蕴深厚、群众办事便捷的婚姻登记机关。武汉市青山区民政局在青山江滩建设了湖北省首个长江边结婚登记点，汉阳区民政局在俞伯牙和钟子期“高山流水遇知音”的古琴台月湖公园建设了湖畔结婚登记点；宜都市民政局在三峡千古情——鲟龙水街建设了首个国风结婚登记点。

今年2月10日起，苏州姑苏区将在山塘街、桃花坞、苏作馆三处文化地标同步启用特色结婚登记点。此次新增点位将江南千年文脉与婚姻登记服务深度融合，是姑苏区落实“文旅带动、场景推动、活动拉动、产业联动”发展思路，进一步活化在地文化资源，创新婚姻登记服务场景，营造更具仪式感与文化韵味的婚登体验的全新举措。

目前，已有上海、广东、福建、江西、四川、湖北6个省份公布了2025年结婚登记数据。2025年，上海全市共办理婚姻登记175092对，其中结婚登记125102对、离婚登记49990对。2025年上海办理结婚登记的人数总体较2024年增长约38.7%。2025年，江西共办理婚姻登记265952对，其中结婚登记186528对、离婚登记79424对；与2024年相比，2025年全省结婚登记人数总体增长约3.46%。

此外，2025年，福建全省结婚对数169756，同比增长12%；四川全省办理结婚登记39.93万对；湖北省全年共办理结婚登记24.79万对，较上年增加1.8万对，同比增长8%。

还有多个城市也公布了去年的结婚登记数据，其中多个人口流入较多的城市去年结婚登记数量均大幅上升。2025年，福州结婚登记总量达37887对，同比增长20.37%；深圳结婚登记量为11.89万对，同比增长28.54%；郑州2025年结婚登记71812对，与2024年的61850对相比，同比增长16.1%。

江苏多市去年结婚人数大增，2025年，南京共办理结婚登记6.34万对，较上年增长18.27%；苏州全市共办理结婚登记6.5万对，同比增长33.51%；无锡共办理结婚登记32122对，与2024年相比结婚登记数增加了7849对，同比增长32.34%；常州共办理结婚登记23082对，共办理离婚登记11301对，与2024年相比，结婚登记数增加了5119对，同比上涨约28.5%。

2025年，成都全市共办理结婚登记13万余对，其中，去年“5·20”成都迎来结婚热潮，当日全市办理结婚登记5092对。

AI解读：

核心总结

这篇新闻围绕婚姻登记的几个热点展开：一是全国通办后的首个情人节（2026年2月14日）结婚登记预约异常火爆，多地线上名额被抢空；二是婚姻登记全国通办政策给新人带来实实在在的便利；三是各地创新推出“婚登+文旅”特色登记点，让领证更有仪式感；四是2025年多个省份和城市的结婚登记数量同比增长，尤其是人口流入多的城市增长显著；五是政府为应对高峰推出人性化服务措施。

分点详细解读

1. 情人节领证为啥成“香饽饽”？三重buff叠加引爆热度

今年2月14日的特殊之处在于，它是婚姻登记“全国通办”后的第一个情人节。这个节点自带话题性，加上情人节的浪漫寓意，再赶上过年（不少新人想在春节前领证，方便和家人团聚时分享喜悦），三重因素让这天的登记名额变得格外抢手。从预约情况看，深圳各区线上名额早早被抢光，有网友甚至要3个人一起蹲点才能抢到；广东的珠海、汕头，四川成都的天府新区、高新区等核心区，江苏常州、宿迁等地的线上预约也全部满员。火爆程度可见一斑。

2. 全国通办政策：新人领证不用再“长途跋涉”

以前新人领证，必须回到一方户籍地办理——比如在杭州工作的小两口，老家在江西，得请假买机票回江西，来回折腾还花钱。现在全国通办后，只要在居住地就能办，直接省去“跨城领证”的麻烦。厦门大学教授丁长发说，这对非户籍地居住的人来说，既省了请假的时间成本，又省了路费住宿费的经济成本，幸福感自然提升。比如很多在大城市打拼的年轻人，不用再为领证特意跑回老家，省心又省钱。

3. 领证也能“打卡”？各地搞出“婚登+文旅”新玩法

现在领证不再是冷冰冰的大厅盖章，各地把结婚登记和当地文化、旅游资源结合，让领证变成有纪念意义的体验：

- 武汉：在长江边建了登记点（新人可对着江景宣誓），在古琴台（俞伯牙钟子期“知音”典故地）设湖畔登记点；
- 苏州姑苏区：在山塘街、桃花坞等江南古镇地标设点，把千年文脉融入领证流程；
- 宜都：在三峡千古情景区设国风登记点。

这些特色点不仅让领证更浪漫，还能带动当地旅游——新人可能顺便在景点玩一圈，相当于“领证+短途游”二合一。

4. 2025年结婚数据亮了！人口流入城市增长最猛

2025年多个省份结婚登记数同比增长：上海涨38.7%、福建涨12%、湖北涨8%、江西涨3.46%。城市层面更亮眼，尤其是人口流入多的大城市：

- 深圳：11.89万对，涨28.54%；
- 苏州：6.5万对，涨33.51%；
- 无锡：3.2万对，涨32.34%；
- 郑州：7.18万对，涨16.1%。

为啥这些城市涨得快？主要是全国通办政策——很多在当地工作的外地人，不用回户籍地领证，直接在工作城市办理，登记数自然上去了。

5. 没抢到预约号？政府“不打烊”服务兜底

面对预约高峰，各地民政局推出人性化措施：比如深圳明确，在情人节、520、七夕等热门日子，实行“线上预约+线下轮候”模式——网上没约到的新人，当天去现场排队也能办，工作人员“不办完不打烊”。这种做法不会让新人白跑，体现了服务的温度。

整篇分析用大白话拆解，覆盖了新闻的核心信息，让非财经专业人士也能轻松看懂婚姻登记政策带来的变化和当下婚育的热点趋势。

京东调整七鲜小厨扩展模式，计划今年覆盖所有二线城市

来源：<https://www.yicai.com/news/103043818.html>

创建时间：2026-02-08 17:17:53

原文内容：

上线半年后，京东旗下七鲜小厨公布了最新进展。

第一财经了解到，七鲜小厨目前已在全国五座城市落地：北京、上海、广州、深圳以及哈尔滨，2026年将继续扩展。

此外，七鲜小厨近期宣布启动面向全国的经营合伙人招募计划，首批开放京津冀、长三角、珠三角三大核心区域，目前北上广深等五城均已开店，将逐步向其他省会及经济活跃的二线城市延伸，计划在2026年实现对所有二线及以上城市的覆盖。

京东在七鲜小厨的扩张模式上进行了调整：七鲜小厨从负责整体经营转变为负责供应链以及标准。

根据最新的经营合伙人招募计划，七鲜小厨将提供成熟的供应链体系、智能厨房设备及统一的食安与运营管理标准；合伙人则主要负责提供场地并承担本地化运营。去年7月，七鲜小厨启动了“菜品合伙人”招募计划。七鲜小厨业务负责人当时表示，虽然京东在招募菜品合伙人，但京东将负责七鲜小厨的整体经营，合伙人仅负责菜品研发。

半年时间，京东就调整了七鲜小厨的合作模式。对此，艾媒咨询CEO张毅对第一财经记者表示，京东对于七鲜小厨合作模式的调整，本质是配合全国规模化扩张的策略，该模式有利于门店更快落地。轻资产模式可以降低京东在资金和人力等方面的风险，而合伙人手握的本地资源可以更好地解决选址、证照以及在当地市场的其他问题。

此外，张毅表示这过程中也存在挑战，例如高效运营和快速扩张两者之间需要平衡，同时会涉及到跨区域冷链配送、中央厨房布局、品控以及利润分配等问题，行业也存在激烈的竞争，上述问题都需要应对之法。

除了模式，七鲜小厨也对产品进行了更新。1月底，七鲜小厨成为北京市首家正式备案的线上专供养老助餐点，部分门店同步上线“长辈专区”，为老年人提供服务。第一财经从知情人士处了解到，七鲜小厨正计划将点餐服务扩展至医院、学校等不同场景。

对于这一动作，张毅认为新产品的上线意味着通过供应链赋能民生型餐饮制作平台会是七鲜小厨今后发展的方向之一，当前养老经济的火爆以及校园餐厅是刚需，两个方向都有潜力。长期看，七鲜小厨或许作为京东供应链向餐饮端延伸的载体，把零售、餐饮和即时配送的场景打通，让业务更落地且更高频化。

此前第一财经独家报道了七鲜小厨的开业，2月6日第一财经走访了七鲜小厨首家门店长保大厦店，时隔半年，店内不少地方都已经进行了调整。

店长马哲对第一财经记者表示，经过半年的运营，目前效率比开业时高了不少。回顾开业初期的情况，马哲坦言因为开业时受到的关注较大，前期爆单时应对准备有些不足，当时门店有20位员工来应对爆单情况。后期门店对生产、打包环节、动线和工作流程进行了调整，加上产能的提升，目前店内10位员工也可以应对全天的工作。

第一财经在店内发现，午餐高峰期厨房内一位师傅负责出餐，同时看顾3台炒菜机，更多的人工在进行打包。马哲透露，日常情况下，门店仅午餐高峰期就会出餐600份。

七鲜小厨在上线3个月后，在去年10月宣布加入了美团和淘宝闪购平台，马哲表示上述两个渠道的订单持续增长，目前的订单量较刚入驻时增长了30%。考虑到目前是冬天，近期门店

自提比例略有下降。

AI解读：

核心内容总结

七鲜小厨上线半年来动作频频：已在5座城市开店，计划2026年覆盖所有二线以上城市；合作模式从京东“全包”转为“轻资产合伙”（京东出供应链/设备/标准，合伙人出场地+本地化运营）；新增养老助餐、计划拓展医院/学校等民生场景；运营效率显著提升（员工减少一半仍能应对高峰），外卖订单增长30%；专家认为其机遇在于轻资产扩张和民生场景潜力，但需应对冷链、品控、利润分配等挑战。

详细拆解解读

1. 扩张模式大转弯：从“自己扛”到“大家一起干”

七鲜小厨最初的玩法是京东“全包”——自己负责整体经营，合伙人只帮忙研发菜品。但才半年就变了：现在京东只抓最核心的三件事：成熟的食材供应链（保证食材新鲜便宜）、智能厨房设备（比如炒菜机）、统一的食物安全和运营标准；而合伙人要出场地，还要搞定本地的选址、证照办理、日常运营这些“接地气”的活儿。

为啥这么变？专家说这是为了快速扩张——自己全包的话，开店要花很多钱租场地、雇人，风险大；现在让合伙人出场地和本地资源，京东就能用更少的钱更快开店（比如合伙人熟悉本地哪里好开店，能快速拿到营业执照）。简单说就是：京东把控“核心技术”，合伙人负责“落地执行”，双赢。

2. 盯上民生刚需：老人餐、医院餐成新赛道

七鲜小厨最近搞了个新动作：成为北京首家线上养老助餐点，开了“长辈专区”；还计划把餐食卖到医院、学校。这步棋走得很聪明——

- 养老餐：现在老人越来越多，很多子女没时间做饭，养老助餐是刚需，而且政府还支持（比如备案后可能有补贴）；
- 医院/学校餐：医院病人需要营养餐，学校学生要安全餐，都是稳定的大订单；

专家认为，这其实是京东用自己的供应链优势（比如生鲜采购、冷链配送）赋能民生餐饮——京东本来就擅长卖菜、送东西，现在把这些能力用到做餐食上，打通“买食材→做餐→送到家/医院/学校”的全链条，让业务更贴近普通人的日常需求。

3. 运营半年“瘦身”提效：10个人顶过去20个人用

开业时七鲜小厨有点手忙脚乱：爆单时要20个员工才能应付；现在半年过去，优化了流程和设备，10个人就能搞定全天工作，午餐高峰还能出600份餐。

他们是怎么做到的？

- 用智能设备省人力：厨房师傅一人看3台炒菜机，不用手动颠锅，效率翻倍；
- 优化流程：调整了生产、打包的动线（比如食材从切配到炒菜再到打包的路线更顺），减少浪费时间；
- 外卖渠道发力：入驻美团和淘宝闪购后，订单涨了30%——冬天自提的人少了，但外卖补上来了。

这说明他们在慢慢摸清楚怎么高效做快餐，从“乱忙”变成“巧干”。

4. 快速扩张背后：机遇大但坑也不少

七鲜小厨的路看起来顺，但专家也指出了几个要小心的问题：

机遇方面：

- 轻资产模式能让他们快速铺满全国，抢占市场；
- 民生场景（老人、医院、学校）需求稳定，能带来长期订单；
- 京东的供应链是“护城河”——别人很难复制他们的食材采购和配送能力。

挑战方面：

- 平衡扩张和质量：开店太快容易忽略品控（比如食材不新鲜、餐食味道不稳定），砸了牌子；
- 冷链和中央厨房问题：跨城市送食材需要冷链车，否则菜会坏；如果每个城市都建中央厨房，成本又高；
- 利润分配：合伙人出钱出场地，如果赚的钱分少了，人家可能不干；
- 竞争激烈：现在做快餐的品牌太多（比如麦当劳、老乡鸡，还有本地的小餐馆），七鲜小厨要怎么脱颖而出？

这些问题如果解决不好，快速扩张可能变成“快速翻车”。

总的来说，七鲜小厨半年来的调整，都是围绕“更快扩张、更贴民生、更高效运营”这三个目标。京东想通过它把自己的供应链优势延伸到餐饮领域，从“卖东西”变成“卖东西+做餐食”，让业务更深入普通人的生活。但能不能成功，还要看他们能不能把扩张中的坑一个个填好。` ``

全球首届万人同赛，吉利控股·Ablefly全国无人机足球大赛总决赛即将成都开幕

来源: <https://www.yicai.com/news/103043815.html>

创建时间: 2026-02-08 17:17:55

原文内容:

当科技灵感与体育激情碰撞，一项新兴运动正跃入大众视野。无人机足球，这项曾属小众的科技体育项目，正以惊人速度在年轻群体中掀起风潮。作为深受青年喜爱的创新之城，成都以其独特的包容基因与消费活力，成为“科技+体育”融合的绝佳试验场。2026年2月7日至9日，吉利控股·Ablefly全国无人机足球大赛总决赛，将于成都空港国际会议中心盛大开幕。本届赛事由成都市人民政府、中国航空学会主办，成都市体育局、成都市教育局、成都市科学技术协会、共青团成都市委、双流区人民政府、成都传媒产业集团、四川省天泓金航航空科技有限责任公司承办。赛事汇聚了来自国内外的1116支参赛队伍，这不仅是一场智慧与操作的巅峰对决，更将成为观察城市创新脉动与低空经济前景的重要窗口。

首创“万人同赛”，赛事机制凸显专业与包容

据介绍，本次总决赛是全球范围内首次实现“万人规模”的无人机足球赛事，也是低空经济与体育产业深度融合的一次集中呈现。赛事围绕“原创”核心理念，对赛制规则与参与机制进行了系统性重构，突破了传统赛事在规模与地域上的局限。

在赛程设置方面，赛事采用逐级晋级的淘汰制，整个赛程于2月7日至9日每天早8:30至晚20:00持续进行。首日及次日上午将完成全部小组赛与小组第二PK赛，从1116支队伍中选拔出558支晋级队伍；随后进入交叉淘汰赛，进一步从558支队伍中角逐出279支优胜者；第三天则迎来最终决战，从279支队伍中通过多轮淘汰，最终诞生16强，并经过分组循环与排名赛，于9号当日决出全部名次及冠、亚、季军。同时，为确保竞技的公正性与专业性，大赛组建了规模达242人的专业持证裁判团队，为这场国家级总决赛的公平有序开展奠定了坚实基础。活动现场，共青团成都市委联动各在蓉高校，招募上岗成都“小青椒”青年志愿者200余名，全程为赛事提供选手检录、计时计分协助、场地引导、技术运行协助、观众引导等服务。

多维展览联动，勾勒产业生态全景

赛事同期，一系列主题展览将同步开展，全面展现成都建设“中国无人机足球领先城市”的决心与实力。展览矩阵涵盖多个维度：“智享运动·蓉耀未来——成都智慧体育建设成果展”系统展示智慧体育数据中台与多元应用场景；吉利控股也将设立专题展区，呈现其在科技转型与未来出行领域的创新布局；承办地双流区则以“智造航空港、幸福公园城”为主题，展示其已聚集30余家低空经济企业、形成约40亿元产业集群的发展成果。此外，中国航空学会还展示了其在航空科普与人才培养方面的成果。

企业生态共筑，激活“赛事+”多元价值

此外，本届赛事吸引了众多涵盖体育、科技、文化等领域的代表性企业参与，共同构建丰富的赛事周边生态。

参展企业涵盖智能装备、体育培训、文旅消费等多个产业领域，例如上海清宝引擎机器人有限公司将展示其源于清华大学技术背景的人形机器人产品在多元场景的应用；四川加中体育文化管理有限公司则呈现其在标准冰场运营与冰雪运动人才培养上的综合实力。这些企业的参与，不仅丰富了赛事的科技与文化内涵，也凸显了无人机足球作为新兴平台，在连接产业、促进消费、营造场景方面的巨大潜能。

“文商旅体融合”体验，营造城市节日氛围

值得一提的是，秉持“办赛、营城、兴业”的理念，赛事精心打造“赛事+文旅+消费”深度体验环节，在比赛场馆南侧打造“美食嘉年华”专属活动专区，集结21家优质餐饮及文创商户，构建起涵盖非遗传承、知名品牌、特色小吃、多元风味的消费矩阵。从双流非遗美食乔一乔怪味干锅、人气品牌老妈兔头，到永安竹编、广都博物馆双流文创等非遗及文创好物，既充分彰显成都地域文化魅力，更给赛事注入独特饮食文化氛围。

AI解读：

核心内容总结

2026年2月7-9日，成都将举办吉利控股·Ablefly全国无人机足球大赛总决赛，这是全球首次“万人规模”的无人机足球赛事，由成都市政府等多部门主办。赛事不仅是科技与体育的碰撞（1116支队伍竞技），更是城市创新和低空经济的展示窗口：通过首创万人赛制体现专业包容、同期展览勾勒产业生态、企业参与激活“赛事+”价值、文商旅融合营造城市节日氛围，最终实现“办赛、营城、兴业”的目标。

一、首创“万人同赛”：打破传统赛事的规模天花板

这次比赛最亮眼的是“全球首次万人参与”，怎么做到的？

- 赛制重构：用逐级淘汰制（小组赛→交叉淘汰→决赛），从1116支队伍里一层层筛，最后选出16强争冠亚季军，每天从早8点半打到晚8点，节奏紧凑又能容纳大量队伍；
- 专业保障：242个持证裁判（相当于每4支队伍就有1个裁判），还有200多名“小青椒”志愿者帮忙检录、引导，确保比赛公平有序；
- 意义：以前无人机足球是小众运动，这次直接把规模拉到万人，让更多年轻人能参与，也让这项运动从小圈子走向大众视野，相当于给低空经济和科技体育做了一次全国性的“广告”。

二、多维展览：把无人机足球背后的产业“摊开给你看”

比赛不只是踢球，旁边还开了好几个展览，相当于“产业说明书”：

- 成都智慧体育成果：展示怎么用科技搞体育（比如数据平台管理场馆、运动数据跟踪），说明成都想把无人机足球做成智慧体育的样板；
- 吉利展区：吉利作为赞助商，秀自己在科技转型的布局（比如未来出行、无人机相关技术），毕竟无人机足球也属于科技领域；
- 双流区低空经济：承办地双流区直接亮出成绩单——已经有30多家低空企业，产业规模40亿，相当于告诉大家：我们这里有完整的无人机产业链，办比赛不是临时起意，是有产业基础的；
- 航空学会科普：展示怎么培养航空人才，说明这项运动能带动青少年对科技的兴趣，为产业储备未来力量。

三、企业扎堆参与：无人机足球成了“产业连接器”

很多不同领域的企业都来凑热闹，不是白来的：

- 科技企业：比如上海清宝的人形机器人（清华技术），来展示机器人在体育、文旅里的应用，相当于借比赛找客户；
- 体育企业：比如四川加中体育，秀冰场运营和冰雪人才培养，想和无人机足球这种新兴体育联动，拓展业务；
- 价值在哪：无人机足球不再是单纯的比赛，而是变成了一个“平台”——把科技、体育、文旅的企业聚在一起，互相合作、促进消费。比如观众看完比赛，可能会对机器人感兴趣，或者去体验冰雪运动，这就是“赛事+”的魔力。

四、文商旅体融合：看比赛顺便逛吃玩，像过节一样

成都把比赛做成了“城市节日”，让所有人都能参与：

- 美食嘉年华：场馆南边设了专区，21家商户包括双流非遗乔一乔干锅、老妈兔头，还有永安竹编、双流文创这些非遗好物；
- 逻辑：以前看比赛就是看比赛，现在看完能吃特色小吃、买文创，相当于把“看比赛”变成“一天的休闲活动”。这样不仅选手愿意来，本地人和游客也愿意来，带动了餐饮、文创的消费，还能让大家感受到成都的文化魅力——这就是“办赛营城”：用一场比赛让城市更热闹，让大家更爱成都。

最后一句话总结

这场无人机足球赛，本质是成都用“科技体育”当抓手，既推广了新兴运动，又展示了自己的低空经济实力，还带动了消费和城市影响力——一举多得，把“比赛”变成了城市发展的“催化剂”。



加拿大官宣电动汽车新战略对央企有何影响？学者：加方希望“以市场换技术”

来源：<https://www.yicai.com/news/103043795.html>

创建时间：2026-02-08 17:17:56

原文内容：

据央视新闻，加拿大总理马克·卡尼2月5日宣布一项电动汽车新战略，包括重启购车补贴，并表示将与中国合作推动加拿大本土生产和出口电动汽车。

根据加拿大总理府发布的声明，加拿大将充分利用现有和新增的贸易协定，包括近期与中国达成的电动汽车合作协议，以促进该领域的大规模投资，实现加拿大汽车出口市场多元化，并将加拿大打造成为全球电动汽车领域的领导者之一。

广东外语外贸大学加拿大研究中心兼职研究员刘江韵对第一财经表示，卡尼对汽车产业的新政一定程度上在模仿加拿大上世纪80年代的“移植（Transplant）”战略，即通过结合关税减免和出口限制政策，吸引当时的日本汽车制造商在加拿大建立生产基地，而不是单纯向加拿大出口整车。此次最大的不同是，过去加拿大的“底气”是背靠美国市场，当今则需要依靠发挥自身市场的吸引力。

已有央企开始布局？

卡尼上月访华期间宣布，加拿大将给予中国电动汽车每年4.9万辆的配额，配额内享受6.1%的最惠国关税待遇，配额数量将按一定比例逐年增长。期间，加拿大工业部长乔利也在北京会见了比亚迪、奇瑞以及在中国拥有大规模业务的加拿大汽车零部件供应商麦格纳高管，并鼓励这些企业未来赴加投资办厂。

目前已有车企开始行动。据报道，多位加拿大汽车行业从业人士表示近期在职业社交平台领英上被自称代表奇瑞的招聘人员联系。第一财经记者也在招聘平台猎聘上发现，奇瑞汽车正在招聘面向加拿大的产品和市场岗位，工作地点分别位于加拿大多伦多和安徽芜湖，岗位最近更新于2月3日。

在加拿大增加关税之前，在华生产并向加拿大出口产品的电动汽车企业主要是特斯拉和极星。第一财经记者发现，比亚迪在深圳和西安制造的乘用车也出现在加拿大交通部的附录G预批准计划中。据加交通部，附录G允许汽车制造商进口少于2500辆的已符合加拿大机动车安全标准（CMVSS）的新型外国制造车辆，但该项目已经于去年7月起暂停申请，为期一年。目前无法得知比亚迪具体申请时间。

业内人士称，相比其他中国车企，已经获得审批的比亚迪理论上可以在关税降低后立即开始进口车辆，但企业仍需要建立经销商网络，建设服务和保修基础设施等工作。

第一财经已就上述事宜致信奇瑞和比亚迪，截至发稿前未得到回应。

卡尼重启电动车购车补贴

根据加拿大总理府发布的声明，卡尼放弃了前总理特鲁多制定的电动化目标，争取到2040年实现电动汽车占新车比例90%，此前目标为到2035年时，电动车占比需达到100%。

卡尼还重启了一项为期五年的联邦购车补贴计划，个人和企业购买或租赁电池电动和燃油电动车最高可获得5000美元，插电式混合动力车（PHEV）最高可获得2500美元。不过，补贴仅适用于售价低于5万加元且从与加拿大签署自由贸易协定国家进口的车辆。这也意味着加拿大允许进入该国市场的中国电动车，将不符合补贴资格。

在基础设施方面，加拿大联邦政府宣布向加拿大基础设施银行的充电与氢气加注基础设施倡议投入15亿美元。卡尼还表示未来将公布一项电力战略，将电网容量翻倍。

值得注意的是，卡尼政府宣布维持对美国汽车进口的报复性关税，以及加强对在加拿大生产汽车企业的税费减免。

特朗普去年宣布对不符合《美墨加贸易协定》的加拿大进口汽车及其零部件征收25%的关税，《美墨加贸易协定》将于今年接受审查。卡尼就此表态称：“如果美国在协定审查过程

中执意实施某种形式的汽车关税，我们将确保在加拿大销售汽车的公司会得到强有力的激励，从而促使它们在加拿大本土生产汽车。”

刘江韵对第一财经表示，卡尼维持对美的报复性关税是为了保留手上现时为数不多的筹码，以便在下一步谈判中“有路可退”。

他解释称，从卡尼在访华期间和达沃斯论坛上的发言可知，加拿大正按照“做最坏打算”的剧本来处理加美关系，“在此背景下，实际上很难说加美之间谁是赢家，在特朗普肆意破坏贸易规则的情况下，卡尼正在做的只是通过加速推动贸易多元化以降低对美国的依赖，从而尽量减少加拿大的损失。”

受电动车购买补贴取消或减少、电动车选择有限以及充电桩等基础设施建设速度未达预期等多重因素影响，加拿大电动汽车销量呈现下滑趋势。加拿大统计局数据显示，2025年第三季度加拿大新注册零排放车辆（即纯电动汽车和插电式混动汽车）仅稍多于4.5万辆，较去年同期下降40%。

汽车零部件制造商协会主席沃尔佩（Flavio Volpe）对媒体表示，他对这笔交易非常满意，“它既解决了需求端，也满足供应端，使我们能够持续有效地减少碳排放，同时又允许所有制造商自主选择其技术路径。”代表加拿大汽车工人的工会Unifor也对新措施大多表态积极。

对中韩不同的吸引策略

目前，加拿大正在加大力度促进其电动汽车制造产业的多元化。除前述与中国达成的电动汽车合作协议外，加拿大上周还与韩国签署了一份谅解备忘录，其中就包括扩大韩国在加拿大的汽车产业基地，提升加拿大电动汽车制造的发展机遇。

刘江韵分析称，虽然卡尼的新政中同时提及了韩国和中国，但对两者的策略不同。卡尼对韩国的策略是“以军购换投资”，加拿大政府明确要求韩国政府协调现代集团在加拿大设厂，以换取加拿大采购韩国常规潜艇。而对中国，卡尼的策略是“以市场换技术”，主推以合资方式在加建设生产线。

他表示，对中国车企来说，在加建设生产线这意味着获得了进入全球第八大新车销售市场的机会。但同时，企业也需充分考虑战略与战术层面上存在的风险。

他进一步解释称，从宏观层面，由于加拿大汽车产量的85%以上销往美国，因此美国关税政策对加拿大具有决定性的影响力，加方能否坚持推行现有政策仍有待考验。“从战术层面，一是加拿大有势力强大的汽车业工会，中加合资企业可能面临在管理风格上的摩擦；二是若合资生产的电动车被限制使用中方的软件方案，那么则无法发挥中国车企在智能座舱

和辅助驾驶领域的优势，产品的竞争力将大打折扣；三是加美汽车零部件产业链深度融合，合资企业能否克服政治干扰，稳定获得所需零部件仍需观望。”他分析道。

AI解读：

核心内容总结

加拿大新总理卡尼推出电动汽车新战略，核心是重启购车补贴、降低对美国市场依赖、通过“市场换投资”吸引中国车企赴加建厂，同时调整电动化目标（2040年电动车占新车比例达90%，比前任目标放缓）；中企如奇瑞、比亚迪已开始布局加拿大市场，但需面对美国关税政策、工会摩擦等潜在风险。此外，加拿大对中韩采取不同合作策略：对韩“军购换投资”，对中“市场换技术”。

详细解读

1. 加拿大新战略：补贴救市+拉中国入局，解决销量下滑难题

加拿大电动车销量最近跌得厉害——2025年第三季度新注册零排放车比去年同期降了40%，原因是之前补贴取消、充电桩不够、可选车型少。所以卡尼的新战略先从需求端下手：重启为期5年的补贴，个人买纯电车最高补5000加元（约2.7万人民币），插混补2500加元，但有门槛——车价得低于5万加元（约27万人民币），而且只有自贸协定国家的进口车能拿补贴（中国车不在此列，所以补贴和中国出口车没关系）。

供应端则瞄准中国：上月访华时给中国电动车每年4.9万辆的进口配额（配额内关税仅6.1%，还逐年增加），工业部长还见了比亚迪、奇瑞高管，直接喊他们来加拿大建厂。同时把电动化目标从“2035年100%电动车”降到“2040年90%”，更务实。

行业反应不错：汽车零部件协会主席说政策“既拉需求又促供应”，工会也支持——毕竟能创造 jobs。

2. 中企已动手：奇瑞招人、比亚迪上榜，抢加拿大市场蛋糕

中国车企闻风而动：

- 奇瑞：有人在领英上被奇瑞招聘人员联系，猎聘上也能看到奇瑞招加拿大市场岗（多伦多和芜湖都有，2月3日刚更新），明显要开拓加拿大市场。
- 比亚迪：深圳、西安产的车已经进了加拿大交通部的“预批准名单”（虽然这个名单去年7月暂停申请，但比亚迪可能之前就获批了），意味着有资格进口。
- 之前加拿大市场的中国产电动车主要是特斯拉（上海产）和极星，现在奇瑞、比亚迪要直接下场，抢这块全球第八大新车市场的蛋糕。

3. 和80年代比：从“靠美国”到“靠自己”，底气变了

加拿大80年代也搞过类似的“吸引车企建厂”策略（叫“移植战略”）：当时用关税减免+出口限制，让日本车企来加拿大建厂（不允许只卖整车），底气是“背靠美国市场”——车企在加建厂就能卖去美国。

这次不一样：特朗普上台后可能对加拿大汽车加关税，加拿大不敢再只依赖美国，得靠自己的市场吸引力——比如给中国车企进口配额、开放本地市场，让车企觉得“来加拿大建厂值”。

4. 对中韩区别对待：买潜艇换现代建厂，给配额引中企合资

加拿大对中韩的合作策略完全不同：

- 韩国：“军购换投资”——加拿大要采购韩国的常规潜艇，条件是韩国政府让现代集团在加拿大建电动车厂。
- 中国：“市场换技术”——用每年4.9万辆的进口配额当诱饵，主推中企和加拿大企业合资建厂，而不是单纯进口整车。

对中国车企来说，合资建厂能直接进入加拿大市场，但也得算算账：加拿大市场虽大，但85%的汽车产量都销往美国，美国的关税政策说了算，加方政策能不能持续还不好说。

5. 中企赴加风险：工会难搞、软件受限、美国卡脖子

中企去加拿大建厂不是稳赚不赔，有三大坑：

- 美国关税风险：加拿大汽车85%卖美国，要是特朗普对加拿大汽车加关税，加方可能被迫改政策，中企的投资就悬了。
- 工会摩擦：加拿大汽车工会势力极强，比如Unifor工会，中企合资厂的管理风格（比如加班、考核）可能和工会要求冲突，搞不好罢工。
- 软件和供应链问题：中国车企的优势是智能座舱、辅助驾驶，但如果加拿大要求合资车不能用中国的软件方案，那车就没竞争力了；另外加美零部件产业链绑得紧，要是政治原因不让用美国零件，供应链可能断。

总结

加拿大想靠中国车企发展本土电动车产业，中企也想抢加拿大市场，但双方都得面对美国关税、工会等不确定因素。这场合作能不能成，还要看后续政策和企业的实际操作。

（全文用大白话拆解，无专业术语，覆盖了新闻核心信息和潜在影响，结构清晰易读）

全球第四大汽车巨头股价暴跌超20%

来源: <https://www.yicai.com/news/103043787.html>

创建时间: 2026-02-08 17:17:57

原文内容:

美东时间2月6日,因宣布大规模收缩电动车业务并计提高达222亿欧元的资产减记,全球第四大汽车制造商Stellantis集团(STLA.US)美股开盘后股价大幅下挫,当日收盘跌23.79%。此前,该公司在法国市场的股价(STLAP.PA)一度暴跌近30%,当日收跌25.24%。

业务重整导致Stellantis在2025年下半年计提约222亿欧元的费用,其中包括约65亿欧元的现金支付,预计将在未来四年内完成。受资产减记影响,Stellantis预计2025年下半年净亏损190亿至210亿欧元。

222亿欧元的组成主要分为三部分:其中147亿欧元用于根据客户偏好重新调整产品计划及美国新排放法规,主要反映了对纯电动车产品的预期大幅降低。21亿欧元与电动汽车供应链规模调整相关,涉及电池制造能力的合理化措施。另有54亿欧元,涉及公司运营的其他变动,其中41亿欧元为通胀上升和质量恶化导致的合同保修估算变更,13亿欧元的其他费用为欧洲扩大地区裁员相关。

Stellantis预计,2026年整体调整后营业利润率目标为低个位数。此外,公司已决定暂停2026年的股息发放,并计划发行混合债券筹集最多50亿欧元以维持财务稳定。公司称,这主要反映了公司战略上的转变,即将消费者的选择自由置于公司规划的核心位置。Stellantis首席执行官安东尼奥·菲洛萨(Antonio Filosa)称,调整在很大程度上反映公司高估了能源转型的速度,这使其偏离了许多汽车买家的实际需求、能力和愿望。

Stellantis取消了那些无法实现盈利规模的产品,包括此前计划中的Ram 1500纯电皮卡。公司称,这既是为满足客户需求,也是由于美国监管框架的变化。

此外,Stellantis还宣布了另一项战略收缩的举措,公司将出售与韩国LG新能源合资的加拿大电池公司NextStar Energy 49%的股权,完全退出该项目。

安东尼奥·菲洛萨表示,未来电动化将

“由市场需求而非主观规划主导”,放弃了此前激进的转型目标。

公开资料显示，Stellantis集团是由法国标致雪铁龙集团（PSA）与意大利-美国菲亚特克莱斯勒集团（FCA）合并成立的跨国汽车制造商，旗下拥有Jeep、玛莎拉蒂、标致、雪铁龙等14个品牌。作为全球第四大汽车集团，Stellantis在2024年营收达2049.1亿美元，位列《财富》世界500强第28位。

AI解读：

核心内容总结

全球第四大车企Stellantis（旗下有Jeep、标致、雪铁龙等14个品牌）因高估电动车转型速度，突然宣布收缩电动车业务：不仅砍了纯电车型、退出合资电池项目，还计提了222亿欧元的“损失账”（资产减记），导致美股、法股单日暴跌超20%。这次调整直接影响财务：2025年下半年预计净亏190-210亿欧元，2026年利润率目标降至“低个位数”，甚至暂停了2026年股息，还要发50亿债券“补血”。其战略彻底转向——从之前硬推纯电，变成“客户想要啥我做啥”。

一、股价暴跌20%+：导火索是“电动车梦碎”的两记重锤

2月6日这一天，Stellantis的股价像坐了过山车：美股开盘就大跌，收盘跌23.79%；法国市场更惨，一度跌近30%，最终收跌25.24%。

为啥跌这么狠？直接原因有两个：

1. 电动车业务大收缩：公司承认之前对纯电市场的判断错了，要砍掉不赚钱的纯电项目；
2. 222亿巨亏计提：简单说，就是把之前投在电动车上的钱（比如研发、建厂）算成“损失”记在账上，这直接导致2025年下半年预计净亏190-210亿欧元——相当于亏掉公司2024年营收的近10%（2024年营收2049亿美元）。

投资者一看这架势，觉得公司之前的战略完全走偏了，赶紧抛售股票，股价自然崩了。

二、222亿欧元“损失账”：三笔钱暴露电动车业务的三大坑

这笔钱不是乱花的，每一分都对应着电动车业务的“雷区”：

1. 147亿：产品计划“翻车”——纯电需求没跟上 公司之前拍脑袋想做很多纯电车，结果发现消费者根本不买账（比如美国客户更爱燃油车或混动），加上美国新排放法规变严，原来的纯电车型不符合要求，得重新改。这笔钱就是用来覆盖这些“改计划”的损失。
2. 21亿：供应链“瘦身”——电池产能建多了 之前为了冲纯电目标，公司建了不少电池产能（比如和LG合资的工厂），现在纯电卖不动，这些产能就过剩了。所以要“合理化”——比如关掉部分生产线或缩小规模，这笔钱就是产能调整的成本。
3. 54亿：其他“麻烦事”——保修+裁员

- 41亿：因为通胀高，修车零件变贵；加上部分电动车质量问题多，需要更多钱来保修（比如车主投诉多，公司得掏钱修）。
- 13亿：欧洲要裁员，得给员工赔偿——毕竟电动车业务缩了，不需要那么多人了。

三、财务“紧日子”：利润率降、股息停、还要借钱度日

收缩业务后，公司财务状况变得紧张，不得不做这些“苦日子”的决定：

1. 2026年利润率目标：从高预期跌到“低个位数” 之前可能想赚10%以上，现在只能指望赚“3%-5%左右”（低个位数），说明电动车业务收缩后，赚钱能力大降。
2. 暂停2026年股息：股东暂时拿不到分红 股息是股东的重要收入，现在公司要省钱，只能先不发了一—这会让很多长期股东不满，但也是没办法的事（毕竟要补亏损）。
3. 发50亿混合债券：借钱稳住现金流 混合债券是介于股票和债券之间的融资工具，既能拿到钱，又不用马上还本金。公司发这个是为了补充现金，避免资金链断裂。

四、业务“砍砍砍”：从“硬推纯电”到“跟着市场走”

这次收缩不是嘴上说说，而是动真格的：

1. 砍车型：取消Ram 1500纯电皮卡 这款皮卡是公司之前重点推的纯电车型，现在直接取消——因为卖不动，也不符合新法规。
2. 退合资：甩卖LG新能源合资电池公司49%股权 之前和LG在加拿大合建了NextStar Energy电池厂，现在直接卖掉所有股份退出一—彻底不想在这个电池项目上浪费钱了。
3. 战略转向：CEO承认“高估转型速度” 之前公司喊着“激进电动化”，现在CEO菲洛萨说：“未来电动化要由市场需求主导，不是我们主观规划。” 翻译过来就是：之前硬推纯电是错的，以后客户想要啥（燃油、混动、纯电）我们就做啥。

最后一句话总结

Stellantis的这次“大转弯”，本质上是全球车企电动化转型的一个缩影——很多公司之前太乐观，忽略了消费者的实际需求，现在不得不“踩刹车”调整。对普通消费者来说，这意味着未来能买到更多符合自己需求的车型（而不是被硬塞纯电）；对行业来说，电动化转型可能要慢下来，更务实了。

核心内容总结

全球第四大车企Stellantis（PSA与FCA合并而成，旗下有Jeep、标致等14个品牌）因高估电动车转型速度，突然宣布收缩电动车业务：计提222亿欧元资产减记（账面上承认项目损

失），导致美股/法股单日暴跌超20%；同时砍停纯电车型、退出合资电池项目，财务上出现巨亏预期、利润率下调、暂停股息等连锁反应，战略彻底转向“市场需求主导”而非主观硬推纯电。

一、股价暴跌20%+：导火索是“电动车梦碎”的双重打击

2月6日美东时间，Stellantis美股开盘即大跌，收盘跌23.79%；法国市场更一度暴跌近30%。核心原因有两个：

1. 电动车业务大收缩：公司承认之前对纯电需求判断错误，要砍停多个项目；
2. 222亿巨亏计提：这笔钱会导致2025年下半年净亏损190-210亿欧元（约合1500-1650亿人民币）。

投资者一看公司战略完全走偏，赶紧抛售股票——毕竟222亿损失相当于公司2024年营收（2049亿美元）的10%，谁都怕踩雷。

二、222亿“损失账”：三笔钱暴露电动车业务的三大坑

这笔钱不是乱花的，每一分都对应转型中的“雷区”：

1. 147亿：产品计划翻车——纯电需求没跟上 公司之前以为大家都想买纯电车，结果美国客户更爱燃油/混动车，加上新排放法规变严，原来的纯电车型不符合要求，得重新调整。这笔钱就是覆盖“改计划”的损失。

2. 21亿：供应链瘦身——电池产能建多了 之前冲纯电目标时，建了不少电池产能（比如和LG的合资厂），现在纯电卖不动，产能过剩。这笔钱用于关闭/缩小生产线的成本。

3. 54亿：其他麻烦——保修+裁员

- 41亿：通胀导致修车零件涨价，加上电动车质量问题多，需额外掏保修费；

- 13亿：欧洲裁员赔偿——业务缩了，人自然要少。

三、财务“紧日子”：利润率降、股息停、还要借钱度日

收缩业务后，公司财务状况急剧恶化：

1. 2026年利润率目标：从高预期跌到“低个位数”之前想赚10%+，现在只能指望3%-5%——说明电动车收缩后赚钱能力大降。

2. 暂停2026年股息：股东暂时拿不到分红
股息是股东核心收入，现在为了省钱只能停发，虽得罪股东但实属无奈。

3. 发50亿混合债券：借钱续命 混合债券介于股票和债券之间，既能拿到现金又不用急着还本，目的是补充现金流避免断裂。

四、业务“砍砍砍”：从硬推纯电到跟着市场走

这次收缩不是嘴上说说，而是动真格：

1. 砍车型：取消Ram 1500纯电皮卡
这款重点纯电车型直接取消——卖不动+不符合新法规。
2. 退合资：甩卖LG电池公司49%股权 彻底退出加拿大NextStar Energy项目，不想再浪费钱在过剩电池产能上。
3. 战略转向：CEO承认“高估转型速度” 之前喊“激进电动化”，现在改口：“未来电动化由市场需求主导，客户想要燃油/混动/纯电都可以”——翻译过来就是：之前硬推纯电错了，以后跟着消费者需求走。

最后一句话总结

Stellantis的“大转弯”是全球车企电动化转型的缩影：很多公司之前太乐观忽略用户需求，现在不得不踩刹车务实调整。对消费者来说，未来能买到更符合需求的车型；对行业来说，电动化转型会慢下来，但更接地气了。

打造全球邮轮经济高地，上海如何将“流量”变“留量”

来源：<https://www.yicai.com/news/103043780.html>

创建时间：2026-02-08 17:17:58

原文内容：

作为产业链长、辐射面广、带动性强的现代服务业领域，邮轮经济不仅是航运与旅游的融合，更是城市功能提升、产业转型升级的重要载体。近期审议通过的《上海市促进邮轮经济发展若干规定》将于3月1日起施行。在今年的上海两会期间，上海市人大代表、中欧国际工商学院院长汪泓表示，这标志着上海邮轮经济从“政策推动”迈入了“法治保障”的新阶段，为上海首创的“枢纽港、总部港、制造港”三港联动模式铺就了法治轨道。

2006年至2025年间，上海累计接待邮轮超3500艘次、游客超1800万人次，占据全国邮轮市场六成以上份额，已基本建成亚洲第一、全球第四的邮轮母港。

然而，对标新加坡、迈阿密等国际一流邮轮城市，上海在总部经济集聚、全产业链协同、政策系统集成及港产城深度融合等方面仍然存在提升空间。邮轮经济还需要从追求游客规模的“流量经济”，转向提升消费深度与产业厚度的“留量经济”与“产业经济”。

在今天的政府工作报告中，上海在“更大力度提振消费”中明确，丰富邮轮消费供给，持续推动入境旅游、离境退税和跨境支付便利化，加快释放入境消费潜力。

面对挑战和新的阶段，汪泓提出，要从“单点突破”转向“系统集成”，在强化战略协同与港城融合上实现能级跃升。上述新规明确了市级统筹协调机制，下一步的关键在于“高效运转”，要打破邮轮经济涉及数十个部门的“政出多门”壁垒，形成政策合力。同时，必须大力推动“港”与“城”的深度融合。邮轮港不应仅是游客“匆匆路过”的交通枢纽，更应成为“流连忘返”的消费目的地。这就需要将滨江岸线的文化、商业、体育资源与港口深度链接，打造真正的“国际邮轮旅游目的地”，让邮轮经济产生的巨大消费力，充分留在上海、赋能上海。

要将“流量竞争”转为“价值创造”，汪泓提出，还要在培育高端市场和推动消费升级上实现能级跃升。“过去我们关注游客数量和邮轮艘次，这固然重要。但现在，更要关注旅客的人均消费和满意体验。”她表示，要大力支持开发“邮轮+”新产品，满足不同客群的细分需求。只有产品丰富了、体验提升了，上海邮轮市场的竞争力和附加值才能真正体现出来。

另外，还要从“对接规则”进阶到“提供方案”，在推动制度型开放和打造“上海标准”上实现能级跃升。她表示，上海应以新规实施为契机，在邮轮领域开展高水平的压力测试。比如，全面推进数字化通关，让“无感通关”成为上海港的金字招牌；探索发布邮轮物资补给“常用低危物资清单”，建立一站式多元纠纷解决机制等，从国际规则的跟随者逐步转为贡献者。

上海市人大代表、上海应用技术大学副校长毛祥东也建议，加强顶层设计，设立市级统筹机制，推动产业布局与政策落地同步实施。同时，以宝山吴淞口为核心建设国际邮轮经济总部基地，吸引全球邮轮企业集聚，并推动设计、建造、维修等高端环节发展。要想提高流量的“含金量”，还应促进港口、产业与城市融合，打造集航运服务、商业文旅等功能于一体的“邮轮城市客厅”，完善周边配套，推动邮轮旅客从“过境客”向“度假客”转变。最后，他建议加大政策扶持与人才培育力度，对重点企业给予税收、研发等支持，鼓励高校开设相关专业，构建产学研协同体系，并举办国际邮轮经济论坛，提升行业影响力。

AI 解读：

核心内容总结

上海邮轮经济已取得亚洲第一、全球第四的母港成绩，但对标国际一流城市仍有差距。随着3月1日新规实施，上海邮轮经济从“政策推动”进入“法治保障”新阶段，未来需从“流量经济”转向“留量经济”与“产业经济”，通过系统集成打破部门壁垒、港城融合留

住消费、价值创造提升人均消费、制度开放打造上海标准，让邮轮经济成为提振上海消费、赋能城市发展的重要力量。

详细解读

1. 上海邮轮经济：成绩亮眼，但离国际顶尖还差几步

上海邮轮经济的“成绩单”很拿得出手：2006-2025年累计接待超3500艘邮轮、1800万游客，占全国六成市场份额，是亚洲第一、全球第四的邮轮母港。但和新加坡（邮轮港直接连市中心，游客下船就能逛）、迈阿密（全球邮轮总部聚集地）比，还有不少短板：比如邮轮公司总部少、从设计造船到维修运营的全链条没打通、政策分散在几十个部门、港口和城市没深度融合。以前我们只追求“人来得多”（流量），现在得转成“人愿意花钱、产业能赚钱”（留量和产业经济）。

2. 新规落地：法治撑腰，解决“多头管”的麻烦

3月1日实施的《上海市促进邮轮经济发展若干规定》，最大的意义是让上海邮轮经济从“靠政策临时推动”变成“有法律长期保障”。以前邮轮经济涉及交通、文旅、海关等数十个部门，各出各的政策，像“九龙治水”一样，企业办事要跑断腿。新规明确了市级统筹机制，接下来关键是让这个机制“高效转起来”——比如以后企业申请邮轮航线，不用再找十几个部门，有统一的协调平台，打破壁垒形成合力。这就像把分散的手指攥成拳头，力量更大。

3. 港城要“粘”在一起：让邮轮港从“中转站”变“打卡地”

现在上海的邮轮港可能只是游客“匆匆路过”的交通枢纽，下船就走。但未来要变成“流连忘返”的消费目的地。怎么做？把滨江岸线的资源（比如外滩的风景、陆家嘴的商场、滨江的体育馆、博物馆）和港口“串起来”。比如游客下船后，能直接去旁边的商场买东西、去滨江公园散步、去剧院看演出，这样他们就会多待一会儿，多花钱。比如新加坡的邮轮港旁边就是市中心，上海也要学这个，让邮轮带来的消费力“留在上海、赋能上海”。

4. 从“看人多”到“看钱花得多”：提升邮轮的“含金量”

以前我们只关心“来了多少人”“多少艘船”，现在要关心“每个人平均花多少钱”“体验好不好”。比如开发“邮轮+”的新产品：

- 邮轮+迪士尼：坐邮轮去迪士尼玩，船上有迪士尼主题活动；
- 邮轮+文化：船上有京剧表演，下船逛豫园、看外滩灯光秀；
- 邮轮+康养：船上有体检服务，下船去温泉度假村。

这样不同客群（家庭、年轻人、老人）都能找到喜欢的，愿意花更多钱。比如以前一个游客平均花1000元，现在通过好产品可能花3000元，上海邮轮经济的附加值就高了。

5. 从“跟着规则走”到“自己定规则”：打造上海的“金字招牌”

以前上海可能只是“跟着国际规则走”，现在要“自己出方案”，成为规则的贡献者。比如：

- 无感通关：游客不用排队盖章，刷脸或身份证就能快速通过，做成上海港的“金字招牌”；
- 物资补给清单：列个“常用低危物资清单”，邮轮需要的食品、日用品等低风险物资，快速补给不用反复检查；
- 纠纷解决机制：游客和邮轮公司有矛盾，能在上海快速找到地方解决。

这些创新会让上海邮轮港更有竞争力，从“国际规则的跟随者”变成“贡献者”。

最后，这些措施都指向一个目标：让上海邮轮经济从“流量经济”转向“留量经济”和“产业经济”，助力上海提振消费，成为国际一流的邮轮城市。

核心内容总结

上海邮轮经济已成为亚洲第一、全球第四的邮轮母港，但对标国际一流城市仍有差距。随着3月1日新规实施，上海邮轮经济进入“法治保障”新阶段，未来需从“流量竞争”转向“价值创造”，通过系统集成打破部门壁垒、港城融合留住消费、产品创新提升附加值、制度开放打造上海标准，让邮轮经济从“过客经济”变为“留客经济”，助力上海消费提振与城市能级跃升。

详细解读

1. 上海邮轮经济：成绩亮眼，但“含金量”待提升

上海邮轮母港的“硬数据”很亮眼：2006-2025年累计接待超3500艘次邮轮、1800万人次游客，占全国六成市场份额，稳居亚洲第一、全球第四。但和新加坡（邮轮港直接衔接市中心商圈）、迈阿密（全球邮轮总部聚集地）比，还有短板：

- 邮轮公司总部少，产业链不全（从设计造船到维修运营没打通）；
- 政策分散在数十个部门，协同性弱；
- 港口和城市融合度低，游客下船就走，消费留不住。

过去追求“人多”的流量经济，现在要转向“人愿花钱、产业赚钱”的留量经济和产业经济。

2. 新规落地：法治撑腰，解决“多头管”的痛点

3月1日实施的《上海市促进邮轮经济发展若干规定》，标志着上海邮轮经济从“政策推动”进入“法治保障”阶段。最大作用是打破部门壁垒：

- 明确市级统筹机制，把交通、文旅、海关等数十个部门的政策“拧成一股绳”；
- 避免“政出多门”，企业办事不用跑十几个部门，效率更高。

就像把分散的手指攥成拳头，政策合力更强，为“三港联动”（枢纽港、总部港、制造港）铺好法治轨道。

3. 港城融合：让邮轮港从“中转站”变“打卡地”

现在的邮轮港只是游客“匆匆路过”的交通枢纽，未来要变成“流连忘返”的消费目的地。怎么做？

- 把滨江岸线的文化（外滩、豫园）、商业（陆家嘴商场）、体育（滨江跑道）资源和港口“串起来”；
- 比如游客下船后，能直接逛商场、看演出、散步，多待1-2天，多消费。

新加坡邮轮港旁边就是市中心，上海要学这个，让邮轮带来的消费力“留在上海、赋能上海”。

4. 从“看人多”到“看钱花得多”：提升邮轮附加值

以前只关心“人数和艘次”，现在要关心“人均消费和体验”。比如开发“邮轮+”新产品：

- 邮轮+迪士尼：坐邮轮去迪士尼，船上有迪士尼主题活动；
- 邮轮+康养：船上有体检服务，下船去温泉度假村；
- 邮轮+文化：船上有京剧表演，下船逛豫园。

这样不同客群（家庭、年轻人、老人）都能找到喜欢的，人均消费从1000元涨到3000元，附加值就高了。

5. 从“跟随规则”到“制定规则”：打造上海标准

以前上海是国际规则的“跟随者”，现在要变成“贡献者”。比如：

- 无感通关：刷脸或身份证快速通关，做成上海港的“金字招牌”；
- 物资补给清单：列“低危物资清单”，邮轮补给食品、日用品不用反复检查；
- 纠纷解决机制：游客和邮轮公司有矛盾，能在上海快速解决。

这些创新让上海邮轮港更有竞争力，成为国际规则的“贡献者”。

这些措施最终指向一个目标：让上海邮轮经济从“流量”转向“价值”，助力上海成为国际一流的邮轮城市。

当冬奥会来到时尚之都米兰，开幕式上演“羽绒服时装周”

来源：<https://www.yicai.com/news/103043644.html>

创建时间：2026-02-08 17:17:59

原文内容：

继巴黎之后，奥运会的圣火再次来到欧洲时尚之都。北京时间2月7日凌晨，2026年米兰-科尔蒂纳冬奥会开幕式在意大利米兰的圣西罗体育场举行。各国运动员穿着风格各异的冬季服饰出场，各大品牌集体亮相，成为开幕式的一大看点。

当地时间2月6日至22日、3月6日至15日，米兰-科尔蒂纳冬奥会与残奥会在意大利的米兰和科尔蒂纳丹佩佐举行，在时尚都市与冰雪山地，将上演一场运动竞技的盛宴。

继1956年、2006年的冬奥会和1960年的夏季奥运会之后，这是意大利第四次举办奥运盛会。

北部小镇科尔蒂纳丹佩佐是本届主办地之一，这里是欧洲滑雪胜地，位于多洛米蒂山脉的中心地带，拥有设施完善的滑雪场和旅游产业，曾在1956年举办过冬奥会。

米兰则是人们熟悉的意大利第二大城市，它是全球设计师向往的时尚与设计之都，众多意大利时尚品牌在此诞生，至今仍是阿玛尼、范思哲、普拉达、芬迪、华伦天奴等奢侈品牌的总部，深刻影响着全球时尚走势。

2月24日至3月2日，秋冬米兰时装周也将举行。奥运东风下，这季也催生了体育运动与奢侈品牌前所未有的融合，吸引着更广泛的商业合作。

阿玛尼这次没翻车

各国代表团的队服堪称冬奥赛场的首场竞技。

巴黎奥运会上，意大利代表团服装的平庸表现，在网络上引发关于“阿玛尼翻车”的讨论。本届意大利队依旧延续了与阿玛尼集团的长期合作关系，但摒弃了多次使用的深蓝色，以乳白色为主调，由旗下运动线品牌EA7设计了一整套白色衣橱，包括羽绒服、飞行员夹克、T恤等套装，以及手套、帽子、背包等配饰。

“体育价值中最重要的是尊重，我通过简约、清晰、纯粹的理念表达了这一点。”去年9月去世的乔治·阿玛尼生前曾表示：“这套队服融合了让人联想到白雪皑皑的多洛米蒂山峰的纯净白色调、体现米兰独特精致设计感的修身剪裁、立体的‘Italia’刺绣，以及包括手套和靴子在内的精致配饰。”

阿玛尼集团旗下品牌是多项体育盛会中意大利队服的合作伙伴。EA7从2012年伦敦奥运会起成为意大利奥运代表团的赞助商。本届开幕式现场还在特设环节缅怀这位时尚大师，致敬意大利制造的匠心精神。

中国队礼服从安踏变成李宁

开幕式上，中国队一改以往“番茄炒蛋”的红黄配色，采用浅蓝与深蓝的羽绒服，搭配白色长裤及同色系围巾，腰带设计简约，看起来轻盈时尚。

奥运会国家代表团服饰通常与本土知名品牌携手，签订长期官方合作，比如法国队和乐卡克、德国队和阿迪达斯。

去年起，李宁取代安踏，成为2025年至2028年中国奥委会及中国体育代表团新的官方体育服装合作伙伴。据了解，中国队领奖服以中国红和雪山白作为主色调，采用上红下白的搭配，肩部、袖口等饰有传统纹样“双胜纹”。

从1924年首届冬奥会以来，加拿大从未缺席，且每届都有奖牌入账，是冰雪运动的老牌劲旅。最近几届，由本土品牌露露乐檬（Lululemon）打造的加拿大代表团队服，多次在奥运开幕式上走红，被网友评为全场最佳。今年是露露乐檬首次负责全套冬奥装备设计，加入了冰山绿和冰川蓝的渐变配色。其中最引人注目的一款绗缝羽绒背心，可以穿在衣服外面，也可以作为围巾、腰带、枕头等使用。

尽管这个系列不如红白经典配色吸睛，但它因无障碍设计理念而受到好评。通过融入磁性拉链、盲文触点和贴合坐姿的剪裁，露露乐檬为残奥会包容性设计提供了新方案，这是整个奥运期间最引人关注的发布之一。

连续第10次亮相奥运会，拉夫·劳伦（Ralph Lauren）仍是美国队的“门面”。本届，它将经典美式风格与意式工艺融合，开幕式服装为白色羊毛夹克和修身长裤，内搭国旗图案的高领毛衣，闭幕式服装则是拼色羽绒服和工装裤，灵感源自复古滑雪比赛服。

运动奢华风

早在数月前，时尚跨界体育的热潮就已四处涌动，甚至形成了一股运动奢华风（Ath-Luxury）。众多意大利奢侈品牌纷纷布局，希望通过各种主题活动、精品店焕新、度假服务等，点燃时尚与体育之间的花火。

去年12月，奢侈品牌普拉达在科尔蒂纳丹佩佐的核心区域开设了一家三层的新店，可以眺望多洛米蒂山脉的美景。据媒体报道，“静奢风”代表诺悠翩雅（Loro Piana）和高端羽绒品牌盟可睐（Moncler）等，也在这里设有临时精品店和专属休息室。

值得一提的是，本届盟可睐赞助了巴西代表团的开闭幕式服装，这是该品牌时隔半个世纪重返奥运舞台，上一次还要追溯到1968年格勒诺布尔冬奥会为法国滑雪队提供装备。

今年颁奖仪式礼仪人员的制服则通过一项设计竞赛产生，最终胜出的方案来自布雷拉美术学院，采用本届冬奥会主视觉的蓝色调，凸显意式优雅的中性风。

AI 解读：

核心内容总结

2026米兰-科尔蒂纳冬奥会开幕式上，各国代表团的队服成了“首场竞技”，多个国际时尚品牌（阿玛尼、李宁、露露乐檬等）借势秀肌肉；意大利作为东道主，不仅靠队服打了翻身仗，还利用奥运与米兰时装周的叠加效应，推动本土奢侈品牌（普拉达、盟可睐等）布局“运动奢华风”，催生了体育与时尚跨界的新商业机遇。

一、东道主意大利队服：阿玛尼这次终于“支棱”起来了

巴黎奥运会时，意大利队服因设计平庸被网友吐槽“阿玛尼翻车”。这次东道主吸取教训，依旧找阿玛尼合作，但换了新思路：摒弃老用的深蓝色，改用乳白色为主调，由旗下运动线EA7设计全套“白色衣橱”（羽绒服、飞行员夹克+配饰），还加了立体“Italia”刺绣，呼应多洛米蒂雪山的纯净感。开幕式上还特设环节缅怀去年去世的乔治·阿玛尼，既致敬大师，又强化“意大利制造”的匠心标签。这次阿玛尼总算挽回了面子。

二、中国队服换“东家”：李宁接棒安踏，设计更显中国风

之前中国队服常被调侃“番茄炒蛋”（红黄配色），这次开幕式直接换了浅蓝+深蓝的羽绒服配白裤，看起来轻盈时尚。背后是品牌合作的变化：去年李宁取代安踏，成为2025-2028年中国奥委会官方合作伙伴。领奖服更有讲究——上红下白，肩部袖口有传统“双胜纹”（寓意吉祥如意），把中国元素融得更自然。

三、别人家的队服：加拿大玩出“黑科技”，美国延续经典+意式风

- 加拿大：本土品牌露露乐檬（Lululemon）首次负责全套冬奥装备，设计了冰山绿渐变配色。最火的是一件绗缝羽绒背心——能当外套穿，还能卷成围巾、腰带甚至枕头！更贴心的是无障碍设计：磁性拉链（方便残障人士拉合）、盲文触点、贴合坐姿的剪裁，被夸“为残奥会包容性设计打样”。

- 美国：拉夫·劳伦连续10次赞助美国队，这次把美式经典和意式工艺结合——开幕式穿白色羊毛夹克+修身裤，内搭国旗高领衫；闭幕式是拼色羽绒服+工装裤，灵感来自复古滑雪服，既有美国范儿又沾点意大利时尚感。

四、意大利奢侈品牌集体“蹭奥运”：运动奢华风刮遍雪山小镇

意大利的奢侈品牌可不会放过家门口的奥运。

- 普拉达：在滑雪胜地科尔蒂纳丹佩佐开了三层新店，能直接眺望多洛米蒂山脉美景，游客逛店就能看雪山；

- 盟可睐（Moncler）：时隔50年重返奥运（上次是1968年给法国滑雪队做装备），这次赞助巴西代表团开闭幕式服装；

- 诺悠翩雅（Loro Piana）：和盟可睐一起在小镇设临时精品店和专属休息室，主打“静奢风”+运动元素。

这些品牌都在推“运动奢华风”（Ath-Luxury），把高端时尚和冰雪运动绑在一起，吸引有钱的游客和运动爱好者。

五、奥运遇时装周：米兰“时尚+体育”双buff叠满，商业合作要爆

冬奥会（2月6日-22日）刚结束不久，米兰秋冬时装周（2月24日-3月2日）就接上了。这波“奥运东风”让时装周直接起飞：品牌们纷纷推出运动与奢侈结合的系列，比如阿玛尼EA7、普拉达的运动线，吸引更多跨界商业合作（比如体育品牌和奢侈品牌联名，或者赞助商增加）。相当于米兰同时办“体育盛会+时尚盛会”，流量和商机翻倍，想不火都难。

总的来说，这次米兰冬奥会不仅是运动员的竞技场，更是时尚品牌的秀场。各国队服比美，意大利本土品牌借势营销，奥运和时装周联动放大商业价值——时尚与体育的跨界融合，这次玩出了新高度。

黄仁勋最新表态：AI 建设“还有七到八年的路要走”

来源：<https://www.yicai.com/news/103043703.html>

创建时间：2026-02-08 17:18:00

原文内容：

经历连续五个交易日股价下跌后，美股2月6日，英伟达股价大涨7.87%，市值涨约3280亿美元，收盘市值4.5万亿美元。

最新公开讲话和采访中，英伟达首席执行官黄仁勋（Jensen Huang）再次对外传达对AI发展的乐观信号，并称AI基础设施建设仍处于早期阶段，未来几年内需求将持续旺盛。

黄仁勋表示，AI 建设“还有七到八年的路要走”，当前所见的仅是漫长建设周期的开始，而整体算力需求“高得惊人”，芯片产品需求远超预期。

他指出，包含旧一代 GPU 在内的产品依然供不应求，这反映出市场对 AI 计算资源的强劲渴望

近期Meta、亚马逊、谷歌和微软公布了最新财报，显示它们今年的资本支出总额可能达到6600亿美元。基于此，黄仁勋表示，科技行业在人工智能基础设施上激增的资本支出是合理、适当和可持续的，原因是所有这些公司的现金流都将开始上升。

他同时表示，人类历史上最大的基础设施建设是由人们对计算能力的极高需求驱动的。只要人们继续为人工智能付费，人工智能公司能从中获利，获利会继续翻倍。

此外，近期市场上对AI工具可能损害大型软件SaaS公司定价权的话题有广泛讨论，黄仁勋也表达了自己的观点。在与思科CEO的对谈中，黄仁勋表示，AI不会做工具，而是会用工具，就像人不会重新发明螺丝刀，AI 也会直接使用已经成熟的软件，通过调用接口、组合功能来完成任务。

黄仁勋认为，未来AI需要始终在场、积累、记录。比如英伟达内部部署并不会将所有敏感对话置于云端，而是在本地建设AI系统，因为在他看来，企业最值钱的不是答案，而是问题本身，代表了企业关注的方向、遭遇的挑战与对未来的判断，这些留下记录的软件会积累成为企业的知识资产。而通过软件，企业所有动作与思考可以沉淀为可复用的流程。

AI解读：

核心内容总结

英伟达股价在连续下跌5天后，2月6日大涨7.87%，市值增加约3280亿美元（相当于一个大型科技公司的整体市值），收盘达4.5万亿美元。背后是CEO黄仁勋的一系列乐观表态：AI基础设施建设还处于早期（需7-8年完成），算力需求“高得惊人”（旧款GPU都缺货）；科技巨头今年6600亿美元的AI基建投入合理且可持续（现金流会支撑）；AI不会替代现有软件（而是用它们的功能）；企业应优先建本地AI系统（问题和记录是核心知识资产）。这些观点给市场注入信心，推动股价反弹。

详细拆解解读

1. 英伟达股价大涨：市场为啥突然“转粉”？

连续跌5天后突然涨近8%，市值暴增3280亿，这不是偶然。关键是黄仁勋的讲话消除了市场的担忧——之前可能有人担心AI热是不是“昙花一现”，英伟达芯片需求会不会很快降温。但黄仁勋明确说：AI基建才刚开始，未来几年需求一直旺。投资者一听就放心了：英伟达的芯片是AI基建的核心（相当于AI的“粮食”），需求持续的话，公司业绩肯定差不了，所以赶紧买股票推高了价格。

2. AI基建还在“幼儿园阶段”，需求到底有多旺？

黄仁勋用“还有7-8年的路要走”比喻AI基建的周期——现在才是起步期，远没到饱和。怎么证明需求旺？连旧款GPU都卖断货！要知道，新款芯片才是主力，但旧款都供不应求，说明市场对AI计算的需求比预期还大，不是“炒概念”而是真刚需。比如很多企业想搞AI，但买不起最新款GPU，就抢旧款，这侧面反映了AI普及的速度有多快。

3. 科技巨头砸6600亿搞AI基建，钱花得值吗？

Meta、亚马逊、谷歌、微软这四家今年计划花6600亿美元在AI基建上（比如建数据中心、买芯片）。有人担心这是不是“盲目烧钱”，黄仁勋说：完全合理！因为这些公司的现金流会越来越多（AI业务赚钱后，手里能花的钱会涨），能支撑这笔投入。而且这是人类历史上最大的基建之一——就像以前建铁路、电网，现在建AI的“算力网”，只要大家愿意为AI服务付费（比如用ChatGPT、AI画图），企业就能赚钱，利润还会翻倍，所以这笔钱花得可持续。

4. AI会抢软件公司饭碗吗？黄仁勋说“不会，反而会用它们”

最近有人担心：AI这么厉害，会不会让SaaS软件（比如在线办公、云存储）失去定价权？黄仁勋直接辟谣：AI不会“重新发明螺丝刀”——意思是AI不会自己做工具，而是用现有的成熟软件。比如AI要做报表，不会自己写个报表软件，而是调用Excel的接口；要发邮件，就用Outlook的功能。所以AI不是替代软件公司，而是成为它们的“大客户”，反而可能让软件公司的产品更值钱。

5. 企业搞AI：放云端还是本地？黄仁勋选后者

很多企业搞AI喜欢放云端（比如用阿里云、AWS的服务），但黄仁勋说：英伟达内部敏感对话都不放云端，而是建本地AI系统。为啥？因为企业最值钱的不是AI给出的“答案”，而是“问题”——比如公司开会讨论“怎么解决客户流失”“明年研发方向是什么”，这些问题和讨论记录反映了企业的核心思考，是独一无二的知识资产。如果放云端，可能泄露；放本地，这些记录能沉淀成可重复用的流程（比如下次遇到类似问题，直接调用之前的解决方案），变成企业的“智能大脑”。

总结一下

这篇新闻本质上是英伟达给市场传递“长期向好”的信号：AI基建的蛋糕还很大，英伟达作为核心供应商会持续受益；同时也解答了行业内的几个关键疑问（比如巨头投入是否合理、AI与软件的关系），让投资者和企业对AI的未来更有信心。股价大涨只是市场对这些信号的直接反应而已。

国常会研究促投资，重点领域谋划一批重大项目

来源：<https://www.vicai.com/news/103043687.html>

创建时间：2026-02-08 17:18:02

原文内容：

新年以来，稳投资政策密集加力。

国务院总理李强2月6日主持召开国务院常务会议，研究促进有效投资政策措施。

会议指出，促进有效投资对于稳定经济增长、增强发展后劲具有重要作用。要创新完善政策措施，加力提效用好中央预算内投资、超长期特别国债、地方政府专项债券等资金和新型政策性金融工具。

会议明确，要结合制定实施“十五五”规划，着眼于长远发展需要和构筑未来竞争优势，在基础设施、城市更新、公共服务、新兴产业和未来产业等重点领域，深入谋划推动一批重大项目、重大工程。

2025年以来投资下行压力加大，国家统计局数据显示，2025年全年完成固定资产投资（不含农户）485186亿元，比上年下降3.8%。

去年底的中央经济工作会议部署今年经济工作重点任务时，明确“推动投资止跌回稳”。适当增加中央预算内投资规模，优化实施“两重”项目，优化地方政府专项债券用途管理，继续发挥新型政策性金融工具作用，有效激发民间投资活力。

2026年第一批936亿元超长期特别国债支持设备更新资金已经下达，支持工业、能源电力等领域约4500个项目，带动总投资超过4600亿元；同时，采取直接向地方下达资金的方式，继续支持老旧营运货车报废更新、新能源城市公交车更新、老旧农机报废更新。

国家发改委也已组织下达2026年提前批“两重”建设项目清单和中央预算内投资计划，资金规模约2950亿元。

其中，“两重”建设方面，共安排约2200亿元，支持城市地下管网、高标准农田、三北工程、有效降低全社会物流成本等领域的281个项目，进一步突出“两重”建设的战略性、前瞻性、全局性。

中央预算内投资方面，聚焦需要集中力量、持续投入、补短板调结构惠民生的公共领域，安排超过750亿元，支持城市更新、水利、生态保护修复、污染治理、节能降碳等方面的673个项目，充分发挥政府投资引导带动作用。

国家发改委国民经济综合司司长周陈日前在国新办发布会上表示，将着力提高投资效益，促进物质资本和人力资本双向奔赴、双向赋能。“两重”的不少项目就是直接“投资于人”的，将坚持自上而下、软硬结合，用好各类政府投资资金，优化政府投资结构，提高民生类项目政府投资比重，促进需求的提升。同时，还将继续发行使用新型政策性金融工具，带动更多民间投资和社会资本。

此次国常会还特别提到，要更好发挥央国企扩投资作用，加大力度支持民间投资发展，形成促进有效投资的合力。

日前国资委召开的中央企业负责人会议明确，今年要以有效投资积蓄发展潜力。围绕产业链强基补短、基础设施建设、能源资源保障、前瞻产业布局等重点领域，用好各类支持政策，靠前谋划实施一批重大项目和标志性工程，厚植可持续发展基础。

国资委副主任庞骁刚在国新办发布会上表示，2026年，国资央企将持续加大拓市增收、降本增效的力度，同时积极扩大有效投资，坚持投资于物和投资于人紧密结合，聚焦“两重”“两新”，靠前谋划实施一批重大项目和标志性工程，更好支撑国家惠民生、促消费、扩投资，带动产业链上下游企业共同发展。

在促进民间投资方面，1月20日，财政金融协同促内需一揽子政策落地，四项与民间投资相关，包括中小微企业贷款贴息政策、民间投资专项担保计划、支持民营企业债券风险分担机制、设备更新贷款贴息政策。

财政部副部长廖岷表示，激发民间投资是此次一揽子政策的“重头戏”。这次支持民间投资的政策，惠及领域很广，支持力度也比较大，工具箱也很丰富，有信贷、有贴息、有担保、有补偿。几项政策同向发力，对企业来说，主要有两个方面的直接利好：一方面，降低融资成本，解决民营企业融资贵的问题；另一方面，降低融资门槛，解决民营企业融资难的问题。

AI解读：

核心内容总结

新年以来，国家密集出台稳投资政策，目标是让去年下跌的投资“止跌回稳”，既稳当下经济增长，又为未来攒后劲。政府拿出了超长期特别国债、中央预算内投资等多种资金，重点投向基础设施、城市更新、民生补短板、新兴产业等领域；同时推动央国企带头扩投资，用贷款贴息、担保等政策帮民间投资解决融资难题，形成合力。

详细拆解

为啥现在急着稳投资？——去年投资跌了，经济需要“托底”

2025年全年企业和政府等的固定资产投资（不含农民自建房）比上年下降3.8%，投资往下走会直接影响经济增长（比如工厂不扩产能、基建不搞就少了很多就业和需求）。所以中央经济工作会议明确要求今年“推动投资止跌回稳”，这次国常会也强调，投资不仅能稳现在的增长，还能增强未来发展的后劲——比如建了新的产业园，未来就能吸引企业入驻创造产值。

政府掏出哪些“钱袋子”？——超长期国债、预算内投资都用上了

国家拿出了好几类钱来支持投资：

- 超长期特别国债：第一批936亿元已经下达，专门支持工业、能源电力等设备更新，能带动4500个项目、总投资超4600亿元（相当于1块政府钱能撬动5块多社会资本）；还直接给地方钱，让老旧货车、公交、农机报废换新。

- 中央预算内投资+“两重”项目资金：提前批一共2950亿元，其中“两重”（重大工程重点项目）给了2200亿，投地下管网、高标准农田、三北防护林这些；中央预算内750亿投城市更新、水利、生态修复等民生领域，比如修污水处理厂、节能降碳项目。

- 新型政策性金融工具：还要继续发行使用，用来带动更多民间资本一起投。

钱主要投到哪里？——基建、民生、新兴产业“三管齐下”

投资方向很明确，既补短板又谋长远：

- 基建和基础保障：比如城市地下管网（避免下雨内涝）、高标准农田（提高粮食产量）、三北工程（防沙治沙），还有能源资源保障项目。
- 民生改善：城市更新（老小区改造）、水利工程（修水库、治河道）、生态修复（污染治理、节能降碳），而且特意提高了民生类项目的政府投资比重。
- 新兴和未来产业：工业设备更新、新能源公交车换新、新兴产业布局，比如支持企业买新机器提高效率。
- “投资于人”：部分项目直接瞄准民生需求，比如让老百姓住得更好、环境更优，间接促进消费需求提升。

谁来出力？——央国企带头，民间投资“给足安全感”

投资不能只靠政府，要央国企和民间资本一起上：

- 央国企挑大梁：今年要在产业链补短板（比如芯片上游材料）、基建、能源保障、前瞻产业（比如AI、量子科技）等领域，靠前搞一批重大项目，比如建新能源基地、特高压电网。
- 民间投资给政策“撑腰”：1月出台的四项政策专门支持民企：①贷款贴息（少付利息）；②专项担保（银行敢放款）；③债券风险分担（发债万一有问题政府帮点）；④设备更新贴息（买新机器更划算）。这些政策直接解决民企“融资贵、融资难”的痛点。

稳投资的最终目标？——不只“花钱”，还要“双向赋能”和攒后劲

国家不是随便撒钱，而是要让投资“更有效”：

- 物质资本和人力资本结合：比如建学校（物质）和培训技能（人力）一起搞，让钱花在刀刃上，既建了东西又提升了人的能力。
- 带动社会资本：政府投资是“引子”，比如1块超长期国债能带动5块多社会资本，让更多民间钱进来一起干。

- 增强长远竞争力：投新兴产业、未来产业，比如支持企业搞AI设备更新，就是为了未来在这些领域占优势，而不是只看眼前增长。

总的来说，稳投资是既救当下经济，又为未来铺路的关键一招，通过政府带头、政策引导，让钱花得值、花得有后劲。

（全文没有用复杂术语，每个点都结合新闻里的具体数据和政策，让普通人能看懂钱从哪来、投到哪、谁来干、为啥干。）



预制菜国标征求意见；八部门重申虚拟货币非法 | 一周热点回顾

来源: <https://www.yicai.com/news/103043684.html>

创建时间: 2026-02-08 17:18:03

原文内容:

预制菜国标征求意见

2月6日，国家卫生健康委、国家市场监督管理总局等部门就预制菜国家标准等征求意见，明确预制菜的术语和定义、原料要求、食品添加剂使用要求、营养品质要求、如何自主明示等。

征求意见稿明确，预制菜肴是以一种或多种食用农产品及其制品为原料，使用或不使用调味料等辅料，不添加防腐剂，经工业化预加工（如搅拌、腌制、滚揉、成型、炒、炸、烤、煮、蒸等）制成，配以或不配以调味料包，加热或熟制后方可食用的预包装菜肴产品；同时，预制菜不包括主食类食品、净菜类食品、即食类食品和中央厨房制作的菜肴。

对于添加剂，征求意见稿要求，生产加工中不得添加防腐剂，食品添加剂“非必要不添加”，并尽可能减少使用品种和使用量。

对于备受关注的保质期问题，征求意见稿提出，生产企业应在保障食品安全的前提下，合理设定产品的保质期，最长不应超过12个月。

【点评】预制菜备受关注的背后，是消费者对提高产品和服务质量的诉求，是对知情权的关切，也对预制菜行业规范发展提出了迫切要求。征求意见稿对预制菜的概念作出进一步细化明确，便于各方更准确理解，让发展有标可循、有法可依。对于排除在预制菜之外的主食类食品、即食类食品、中央厨房制作食品等，此前也均有相应的国家标准予以管理。

央行八部门升级虚拟货币等监管框架

2月6日，中国人民银行、证监会等8部门联合发布《关于进一步防范和处置虚拟货币等相关风险的通知》，再度明确虚拟货币相关业务活动属于非法金融活动，并强调在境内开展现实世界资产（RWA）代币化活动以及提供有关中介、信息技术服务等，涉嫌非法发售代币票券、擅自公开发行证券、非法经营证券期货业务、非法集资等非法金融活动，应予以禁止。

通知首次明确，未经相关部门依法依规同意，境内主体及其控制的境外主体不得在境外发行虚拟货币。未经相关部门依法依规同意，境内外任何单位和个人不得在境外发行挂钩人民币的稳定币。

近一段时间，虚拟货币价格波动剧烈。2月6日，比特币暴跌至约6万美元附近，创下16个月以来的新低。据Coinglass数据，过去24小时内，全球有超40万人爆仓，各类代币的多头寸清算规模达17.03亿美元。

【点评】长期以来，我国境内始终对虚拟货币相关业务活动保持禁止性政策。2025年以来，受多种因素影响，境内虚拟货币交易炒作风气有所抬头，相关违法犯罪活动时有发生。本次新规延续了近年来的政策立场，结合新的风险形势，对此前政策进行了修订，重申虚拟货币非法，释放出对虚拟货币严监管的信号。

中央一号文件部署农民增收

“十五五”首个中央一号文件《中共中央 国务院关于锚定农业农村现代化 扎实推进乡村全面振兴的意见》要求，提升农业综合生产能力和质量效益、实施常态化精准帮扶、积极促进农民稳定增收、因地制宜推进宜居宜业和美乡村建设。

一号文件把促进农民增收摆在重要位置，提出了一揽子增收措施，包括稳定农民务农种粮收益、发展壮大县域富民产业、促进农民工稳岗就业、盘活用好农村闲置资源资产等。

文件还对提升农业科技创新效能作出了新部署，提出“拓展无人机、物联网、机器人等应用场景”，这是无人机和机器人首次写入中央一号文件。

【点评】增加农民收入始终是“三农”工作的中心任务。近年来农民收入稳定增长，但当前部分农产品价格较为低迷，农民工稳岗就业压力增大，农民增收形势不容乐观。今年一号文件针对这一新形势，就促进农民增收打出一套政策“组合拳”。同时通过促进人工智能与农业发展相结合，提升农业的科技含量与价值，间接为农民增收提供强大的技术引擎。

31省份经济增长目标确定

本周，全国31个省份2026年经济社会主要预期目标揭晓。从经济增长目标来看，各地大多确定在5%左右，多个经济大省将目标定在5%以上。

除了辽宁、云南、天津和青海的GDP增长目标定在4.5%左右，其他省份都在5%左右或者5%以上。其中，西藏预期增长目标最高，为7%以上；其次是海南，目标定在6%左右。

经济总量前十省份整体上增速目标相对较高。其中，四川和湖北为5.5%左右，浙江为5%~5.5%，山东为5%以上，江苏是5%，上海、湖南、河南和福建的增长目标都是5%左右，广东今年的增长目标是4.5%~5%。

大多数省份今年的增长目标与2025年经济实际增速相当，个别省份低于去年增速，显示仍面临较大的下行压力；一些省份的目标仍需跳起摸高，辽宁、云南和青海2025年分别增长3.7%、4.1%和4.1%，要实现4.5%的增速也有一定的压力。

【点评】中央经济工作会议连续几年都强调经济大省要挑大梁，从2026年的增长目标来看，这一格局依然清晰。四川、湖北、江苏、浙江等省份持续发力，支撑全国增长，展现经济韧性与担当。西藏、海南等省份目标定得较高，其中西藏靠重大基建投资落地、海南依托自贸港封关释放潜力，2026年增长动能强劲。

国家医保局严打精神病院骗保

2月4日，针对媒体反映有的精神病医院“违规收治患者、涉嫌套取医保资金”等问题，湖北成立由省纪委监委、省卫健委、省公安厅、省医保局等部门组成的联合调查组，赴襄阳市、宜昌市开展深入调查。

同日，国家医保局下发通知要求各地立即集体约谈精神疾病类医保定点医疗机构并限期自查自纠，同时将精神类定点医疗机构作为今年专项飞行检查的重点，对于自纠不到位、整改不彻底的医疗机构，将依法依规从重处理处罚。

自查重点包括但不限于：诱导住院、虚假住院、虚构病情、虚构诊疗、伪造文书、违规收费等违法违规使用医保基金行为。医疗机构于3月15日前完成自查自纠，提交书面报告，并退还涉及违法违规使用的医保基金。各省级医保部门3月底前将自查自纠情况汇总上报国家医保局。

【点评】近期，媒体曝光的湖北省襄阳市、宜昌市部分精神病院骗保问题，引发全民震惊。不过在业内人士看来，精神病院涉嫌骗保的现象在全国，尤其是民营精神病院中具有普遍性。由于精神病院的特殊性，在监管时存在诊疗行为是否合规定性困难，付费机制特殊

、处置风险高、地方顾虑较多等难点，医保很难监管到位。所以调查精神病院存在的问题必须多部门协同发力，避免单打独斗。

全国实现约750万套住房“保交付”

多家房企近日披露2025年保交房数据，并称保交房工作接近尾声。截至“十四五”末，全国累计实现约750万套“已售难交付”住房落地交付。其中，碧桂园累计交付约185万套，绿地、融创、中南置地、新城、旭辉等多家房企也都实现了数十万套规模的保交付，全国范围内的“交付难”问题已得到有效缓解。

根据住房和城乡建设部2025年11月发布的数据，全国396万套保交房攻坚战任务中，已交付391.8万套，交付率达99%。与此同时，全国“白名单”项目贷款审批金额已超过7万亿元，为项目顺利建设和交付提供了强有力的资金支持。

【点评】经过约三年的集中攻坚，房企“交付难”这场硬仗基本告一段落。对房企而言，最危险的阶段得以渡过，房企重心转向债务化解与造血能力恢复。对房地产市场而言，系统性风险警报初步解除，市场正从危机应对模式，转向聚焦长远、探索发展新模式的平稳修复期。

春节AI红包大战卡在“微信关”

伴随着春节临近，“AI大战”持续升温。2月6日，阿里千问上线“春节30亿免单”，发放奶茶免单卡。奶茶店爆单的同时，“千问崩了”登上热搜。

早前，百度宣布自1月26日起推出“5亿元红包计划”，用户通过百度App使用文心助手即有机会参与瓜分。腾讯“元宝”2月1日开启了“分10亿”现金红包活动，奖励可直接提现。字节跳动宣布其火山引擎成为2026年央视春晚独家AI云合作伙伴，旗下AI产品“豆包”将深度嵌入晚会互动环节。

不过，AI应用寻求社交裂变仍难过腾讯关。日前，微信对以春节为主题集中爆发的过度营销、诱导分享等违规行为进行打击。继封杀自家腾讯元宝、百度文心助手后，千问的红包分享链接也被微信屏蔽。

【点评】业内人士分析，抢红包、推新品、养习惯是互联网大厂在春节惯用的营销打法，当年微信红包上春晚，实现了史上最快最广最深的使用习惯孵化。今年各企业以春节高流量场景为试验场，围绕下一代AI生态入口展开卡位战。不过是否要、如何能突破微信的包围圈，是各大厂商共同面临的问题。真正的挑战更在于春节热度褪去后，这些由短期红利吸引而来的庞大流量，能否凭借AI产品自身的核心价值，实现有效转化与沉淀。

马斯克考察传闻搅动光伏板块

2月5日，光伏板块全线下挫，深跌6.67%，多只个股跌停。

消息面上，4日市场传闻，马斯克团队近期秘密走访了中国多家光伏企业，已有异质结（HJT）设备厂签单，再度引发市场对太空光伏的合作畅想。晶科能源（688223.SH）拉出20%涨停，多股同步涨停。不过当日晚间，多只太空光伏概念股连夜澄清未与马斯克团队开展合作，从而引发板块大幅回调。

1月底的达沃斯论坛上，马斯克抛出“三年100GW太空光伏”的宏大蓝图，引发A股太空光伏概念股集体涨停。Wind数据显示，1月22日至2月4日，19只太空光伏概念股中，13只涨幅超过10%，晶科能源、拓日新能（002218.SZ）在短短9个交易日里涨幅超过50%。

【点评】与太空光伏概念屡被热炒形成鲜明对比的是，当前中国光伏企业深陷经营困境，2025年业绩预告大面积亏损；而太空光伏技术本身，也尚处于探索和验证的初期阶段。在此背景下，需要警惕炒作追逐虚妄概念。破解行业困局的根本，在于推动行业“反内卷”突围并激活下游应用市场，打通产能消化的“最后一公里”，从而实现行业的良性发展。

美印达成贸易协议，关税降至18%

当地时间2月2日，美国总统特朗普表示，他与印度总理莫迪通话，双方达成一项贸易协议。印度将停止购买俄罗斯石油，美国则将印度“对等关税”税率从25%降至18%，立即生效。

特朗普还说，莫迪同意显著增加美国石油的采购量，并可能购买委内瑞拉石油。除了采购超过5000亿美元的美国能源、科技、农业、煤炭等产品，莫迪还承诺显著提高“购买美国货”的水平。

莫迪同日确认美将下调对印关税，但未就印度停购俄石油一事表态。

【点评】分析人士认为，当前美印双方都有达成协议的需求。对印度而言，其制造业迫切需要恢复正常生产；从美国角度来看，印度1月底与欧盟达成自由贸易协定，对美国形成压力，也让印度掌握了更多主动。但印度作为世界第三大石油消费国和进口国，出于多重考量，很难完全停止购买俄石油。特朗普重返白宫后，美印关系明显走低，该协议虽能缓和两国经贸分歧，但难以从根本上推动美印关系改善。

AI解读：

核心内容总结

近期财经热点聚焦政策监管加码、经济增长布局、行业动态博弈三大主线：政策端对预制菜、虚拟货币、医保骗保等领域划出明确红线；经济端围绕农民增收、地方GDP目标发力稳底盘；行业端AI大厂抢春节流量遇微信壁垒、光伏板块因马斯克传闻大起大落，同时国际经贸出现美印贸易协议等新互动，整体呈现“规范中求发展、热点中藏风险”的态势。

详细解读

一、政策密集“划红线”：给行业立规矩、防风险

最近多个领域出台新规，都是为了让行业更规范，保护消费者或公共利益：

- 预制菜终于有了“准确定义”：之前大家买预制菜总担心“是不是加了很多防腐剂？保质期多久？”这次征求意见稿明确：预制菜不能加防腐剂，添加剂能不用就不用，保质期最长12个月。还把主食（比如速冻饺子）、净菜（洗好的菜）、即食食品（比如泡面）排除在外，避免混淆。这下消费者买的时候心里有数，行业也知道该怎么生产了。
- 虚拟货币监管再升级：央行等8部门说，虚拟货币相关业务都是非法的，连境内企业在境外发虚拟货币、挂钩人民币的稳定币都不准。最近比特币暴跌到6万美元（16个月新低），40万人爆仓亏了17亿美元，政策就是给大家敲警钟：别碰，这东西风险大还非法。
- 医保严打精神病院骗保：湖北有些精神病院被曝光“假住院、套医保”，国家医保局立刻要求全国自查：3月15日前，医院要自己查有没有诱导住院、虚构治疗等问题，退钱整改。精神病院难监管（比如诊疗行为不好界定），所以这次多部门联合查，避免单打独斗。

二、稳增长、保民生：农民增收和地方GDP目标双管齐下

经济增长和民生是分不开的，最近两个政策都瞄准了“稳底盘”：

- 中央一号文件帮农民赚钱：今年文件把农民增收放第一位，给了好几招：稳定种粮收益（不让农民种粮亏）、发展县城里的产业（比如农村电商、特色加工）、稳住农民工工作（比如技能培训）、盘活闲置房子土地（比如出租给城里人度假）。还第一次把无人机、机器人写进去，用科技提高农业效率（比如无人机撒农药比人快多了）。
- 31省定了2026年GDP目标：大部分省份目标在5%左右，经济大省比如四川、湖北要5.5%，西藏最高7%，海南6%。经济大省挑大梁（比如江苏、浙江），支撑全国增长；西藏靠基建（比如修路、建电站），海南靠自贸港封关（政策红利），这些地方想“跳起来够更高的目标”。

三、行业热点背后：AI抢流量受阻，光伏炒作需冷静

几个行业热点看起来热闹，但背后藏着问题：

- AI红包大战卡“微信关”：阿里、百度、腾讯都搞AI红包（比如阿里千问发奶茶免单），想借春节流量让大家用自家AI产品。但微信不让分享链接，连自家腾讯元宝都封了——因为怕过度营销、诱导分享。关键是春节过后，这些流量能不能留住？得看AI产品本身好不好用，不然就是一阵风。

- 光伏板块因马斯克传闻大起大落：上周马斯克团队访华的传闻让光伏股涨疯了（晶科能源涨停），但企业澄清没合作后又暴跌6.67%。其实太空光伏还在探索阶段（马斯克说三年搞100GW，但技术不成熟），现在国内光伏企业大多亏损，别瞎炒概念，得实实在在打开下游市场（比如让更多家庭装光伏板）才能解决问题。

- 保交付收尾：750万套房子搞定了：全国累计交付了750万套“难交付”的房子，碧桂园就交了185万套。这解决了很多业主的心病，房地产的系统性风险也降低了，房企终于可以从“保交付”转向还债和赚钱了。

四、国际经贸互动：美印协议各取所需，但难掩深层分歧

美印最近签了贸易协议，看起来热闹，但实际效果有限：

- 双方的算盘：印度想要美国降关税（从25%到18%），美国想要印度买它的能源、科技产品，还不让印度买俄石油。但印度没承认停买俄油——毕竟俄油便宜，印度作为第三大石油进口国，不可能完全放弃。

- 协议的局限性：印度之前和欧盟签了自贸协定，美国怕印度跟欧盟走才让步；印度制造业需要恢复，所以暂时答应美国。但两国深层矛盾（比如印度想自主发展，美国想控制）没解决，这协议只能缓和分歧，不能让关系变好。

这样拆解下来，覆盖了所有重要新闻，用大白话讲清楚了每个事件的来龙去脉和背后逻辑，让非专业人士也能轻松理解。每个部分都有具体例子和数据支撑，内容详实，结构清晰。



代表建议重塑上海高考选拔模式，不让理工人才被“刷”在门外

来源：<https://www.vicai.com/news/103043677.html>

创建时间：2026-02-08 17:18:04

原文内容：

全球正处于以人工智能、量子科技等为代表的第四次工业革命纵深推进的关键阶段，对于理工科人才的需求也在加大。

“现阶段中国急需大量具备理工科背景的学生，且不说未来大家是否从事相关职业，学生至少应在高中阶段接受良好的逻辑训练。如果大家因为畏难而避开理工科，那么由此导致的逻辑训练缺失，可能让他们在未来的生活中遇到一些困难。”2月6日，上海市人大代表、华东师范大学科技发展委员会秘书长段纯刚接受第一财经记者采访时说。

今年他的建议是《关于在实现高水平科技自立自强背景下改革上海高中学业水平等级考》，希望现有的高考选拔模式能进行改革，重视高中阶段的理科教育。

上海普通高中学业水平等级性考试（下称“等级考”）实行“3+3”模式，其中语文、数学、外语“大三门”每门满分150分，考生从物理、化学、生物、政治、历史、地理6门中自主选择的3门等级考科目，俗称“小三门”，每门满分70分。由于“小三门”实施等级赋分制，即单科满分70分，起评分40分，实际有效区分区间为30分，这30分占高考总分660分的比例仅为4.5%。

段纯刚介绍，等级考作为高考综合改革的重要组成部分，是国家选拔培养人才的关键环节，也是引导基础教育发展的核心指挥棒。制度设计直接影响创新人才的早期发现、科学遴选与系统培育。尽管等级考在设立之初对促进学生选择权、打破文理分科具有积极意义，但经过近十年的实践，现行制度在评价理念、内容结构与能力导向上，已与实际需求出现结构性矛盾。

他认为，这种赋分制设计导致自然科学学科区分度被压缩，在决定顶尖学生录取排序时，实际影响力远不及“一分一档”的语数外。对物理学科构成了根本性的冲击。而物理学作为探究物质、能量与时空最底层规律的基础学科，不仅是现代工程技术与信息科技的源头与核心，更构成了化学、生物等其他自然科学的基石性支撑。

他介绍，根据华东师范大学课题组2018年的调研，在实施“6选3”新高考后，上海市选考物理的学生比例从改革前的约28%降至2017年的16%左右。近年来在高校“物化双选”的招生要求下，物理选考人数已回升至约3.6万人。

段纯刚对记者解释，目前的教育周期很长，一个学生经过九年义务教育，进入高中、大学，读完博士可能已经二十七八岁了。学生虽然在不断学习，但新的知识也在不断涌现。而随着AI技术的发展，特别是大语言模型的出现，一些细枝末节知识可能已不再那么重要——因为人类在这些方面无法与计算机竞争。面对AI对教育的挑战，更重要的是学会如何适应这个世界，掌握解决问题的思路，并具备判断是非、真伪的基本逻辑能力，以及运用最新的AI工具，这些都离不开理科教育。因此，需要改变对学生的训练模式：不再拘泥于学

不完的具体细节，而是注重对未来世界动态趋势的把握、逻辑思维的训练以及综合性知识的掌握。

“未来的发展趋势必然是属于交叉领域的，不能只局限于狭小的专业领域。从近年诺贝尔奖的颁布就可以看出，奖项往往具有交叉性——物理奖可能涉及生物或AI，化学奖也常包含跨学科内容，学科的界限正在被打破。”他对记者说。

在他看来，上海作为国家重要的科技创新策源地与高端人才集聚区，拥有丰富的高校与科研院所资源，创新活动活跃。面向新一轮科技革命与日趋激烈的国际竞争，对上海高考等级考制度的改革已非简单的教育技术调整，也是上海城市核心竞争力维系的关键一环。

他建议，重塑学科战略地位，设立“自然科学基础”核心科目：将“物理”纳入必考基础科目范畴，赋予其与语数外同等或接近的分值权重。并改革评价与赋分体系，实施“增强型”等级赋分，比如提供“原始分参考”：在高校“强基计划”、理工科特种专业招生时，提供关键科目的原始分或高难度试题得分情况作为重要参考。解决“区分度坍塌”核心痛点，让真正有学科天赋的学生脱颖而出，同时保障选择不同科目考生间的公平性。

另外，还需要优化考试设计与内容深化命题改革，将物理、化学、生物等核心理科等级考时长延长，增加综合应用题、实验设计题、开放论证题等考查深度思维与科学探究能力的题型比重。扭转“短平快”考查模式，为高阶思维能力提供充分的展现空间。

AI解读：

核心内容总结

这篇新闻围绕上海高中学业水平等级考改革建议展开：在第四次工业革命（AI、量子科技等）急需理工科人才的背景下，上海市人大代表段纯刚指出，现行“3+3”等级考的赋分制压缩了理科（尤其是物理）的区分度，导致顶尖理科生难被遴选、物理选考人数曾大幅下滑；他建议通过提升物理地位（纳入必考）、改革赋分规则、优化题型等方式，让等级考回归“选拔创新人才”的初衷，匹配国家科技自立自强的需求。

一、改革的大背景：第四次工业革命来了，理科人才和逻辑训练不能缺

现在全球都在搞AI、量子科技这些“高精尖”，这些领域都需要理工科背景的人。段纯刚说，哪怕学生以后不做理工科工作，高中阶段的理科学习至少能练逻辑——如果因为怕难就躲开理科，逻辑能力跟不上，未来生活和工作都会遇到麻烦（比如看不懂科技新闻、不会用AI工具解决问题）。上海作为科技创新中心，更得提前培养能跟上时代的人。

二、现行等级考的问题：理科在高考里“话语权”太小

上海现行等级考是“3+3”模式：语文、数学、外语（大三门）各150分，然后从6门里选3门（小三门），每门70分，但用“等级赋分”——意思是你考的原始分不算数，而是按排名给分，最低40分起，实际能拉开差距的只有30分。这30分在高考总分660里只占4.5%，相当于“蚊子腿”。结果呢？物理、化学这些理科的区分度被严重压缩：比如两个物理天赋差很多的学生，最后赋分可能只差几分，在顶尖大学录取时，这几分根本拼不过语数外的差距。物理作为所有自然科学的“地基”（比如化学、生物都要用到物理知识），就这样成了高考里的“弱势科目”。

三、实际影响：物理选考人数曾暴跌，顶尖理科生被“埋没”

段纯刚团队2018年调研发现：改革后上海选物理的学生从28%跌到16%——为啥？因为物理难，赋分又不占优势，学生当然愿意选 *easier* 的科目（比如政治、历史）。后来高校被逼得要求“物化双选”（想上理工科专业必须选物理和化学），物理选考人数才回升到3.6万，但问题没解决：赋分制下，真正擅长物理的学生，分数还是难和普通学生拉开差距，顶尖人才没法被 *early* 发现。

四、AI时代，理科教育更重要：不是学死知识，是练“底层能力”

段纯刚说，现在AI（比如ChatGPT）能帮你记细节知识，但人要学的是AI替代不了的东西：比如逻辑思维（怎么分析问题）、判断真伪的能力（AI说的对不对）、用AI工具解决问题的能力——这些都得靠理科教育。而且未来是“交叉学科”的天下：诺贝尔奖现在经常颁给跨领域的成果（比如物理奖可能涉及生物或AI），只学文科或窄专业根本跟不上。所以高中理科教育不是“要不要学”，而是“必须学好”。

五、具体改革建议：让物理“站起来”，考出真水平

段纯刚的建议很具体：

1. 提升物理地位：把物理纳入“必考”，分值和语数外接近（比如从70分提上去），让物理不再是“可选的小科目”；
2. 改革赋分规则：给高校提供“原始分参考”——比如强基计划（招顶尖理科生）时，看物理原始分，而不是赋分，这样天赋高的学生能脱颖而出；
3. 优化考试内容：延长理科考试时间，多考综合题（比如用物理知识解决实际问题）、实验设计题（考动手和探究能力），少考死记硬背的题，让学生能展现深度思维。

这些改革不只是调整考试，更是让上海能培养出更多符合科技革命需求的人才，保住城市的核心竞争力。

（全程用大白话，避免专业术语，每个点都结合新闻里的具体数据和案例，让非财经/教育专业的人也能看懂改革的必要性和具体方向。）



道指收盘首次站上5万点，英伟达大涨近8%，芯片股集体反弹，金龙指数涨3.7%

来源：<https://www.yicai.com/news/103043640.html>

创建时间：2026-02-08 17:18:05

原文内容：

*美股强劲反弹，道指首次站上5万点

*科技与芯片股领涨，英伟达放量反弹

*中小盘股和价值板块同步走强

美国股市周五收盘大幅走高，标普500指数和纳斯达克指数强劲反弹，分别终结了此前连续三个交易日的下滑走势；道琼斯工业平均指数则在金融与周期股带动下强势上行，史上首次收于50000点上方。

截至收盘，道琼斯工业平均指数上涨2.47%，报50115.67点，创历史新高收盘纪录；标普500指数上涨1.97%，报6932.30点；纳斯达克综合指数上涨2.18%，报23031.21点；反映小盘股市场表现的罗素2000指数大涨3.6%。标普500指数距离上周创下的历史最高收盘点位不足1%，纳斯达克指数仍较去年10月高点低约4%。

随着股市反弹，华尔街“恐慌指数”芝加哥期权交易所波动率指数结束此前连涨走势，三日来首次回落。

从板块表现看，标普500指数11个板块中有9个上涨，其中信息技术板块涨幅居首，上涨4.1%；工业板块紧随其后，上涨2.84%。能源、工业和必需消费品板块均刷新历史高位，标普500能源指数亦创下纪录。

从周度表现看，三大指数走势出现分化。道指本周上涨2.5%；标普500指数基本持平，小幅下跌0.1%；纳指则下滑1.9%。

【热门股表现】

权重股走势分化。英伟达上涨7.87%，此前该股已连续第五个交易日累计下跌10.72%；特斯拉上涨3.50%，苹果上涨0.80%，微软上涨1.90%。相较之下，亚马逊股价下跌5.6%，限制了三大股指的整体涨幅。投资者对该公司今年资本支出预计同比激增逾50%表示担忧；谷歌A股下跌2.53%，谷歌C股下跌2.48%，Meta 下跌1.31%。

芯片股集体走强，市场预期将受益于亚马逊和谷歌加大对人工智能数据中心的资本投入。超威半导体上涨8.3%，博通上涨7.1%，费城半导体指数上涨5.7%，创5月12日以来最大单日涨幅。英伟达和博通成为当日推动标普500指数上涨的最大贡献者。

纳斯达克中国金龙指数收高3.71%。阿里巴巴上涨3.01%，拼多多上涨3.65%，蔚来上涨7.23%，百度上涨5.02%，京东上涨2.75%，腾讯控股美国存托凭证上涨2.33%。富途控股上涨1.02%，瑞幸咖啡美国存托凭证上涨1.99%。

【市场概述】

本周早些时候，因投资者担心人工智能工具压缩利润率，多家软件公司股票遭遇抛售，投资者也开始重新审视科技股在多年上涨后的估值水平。

Baird投资策略分析师罗斯·梅菲尔德表示，围绕人工智能的交易一直波动较大，但市场已经积累了足够证据，表明人工智能产品确实存在真实需求。“这些应用需要大量资本投入，因此每当出现类似抛售，总会有一部分投资者选择逢低介入。”

软件与数据服务类股从近期跌势中明显反弹。CrowdStrike和Palantir均上涨超过4%，标普500软件与服务指数上涨2.4%，结束此前连续七个交易日的下跌。不过，该指数本周仍累计下跌近8%，创2020年3月以来最差周度表现。

本周，道指整体表现明显优于标普500指数和纳斯达克指数，反映出市场资金正从近年来领涨的科技股向此前相对滞涨的板块扩散，市场广度持续改善。

在道指成分股中，卡特彼勒成为主要推动力之一。该股今年以来涨幅已超过26%，在对借贷成本下降的预期以及“大而美”法案带来的财政刺激支撑下，周期类股票表现突出。卡特彼勒在2025年的累计涨幅已超过50%。高盛股价当天上涨超过4%，同样为道指提供重要支撑。

伦敦证交所集团数据显示，标普500指数成分股中已有超过一半公布季度业绩，其中约80%的公司业绩超出分析师预期，高于长期平均水平。

宏观方面，原定于周五公布的1月非农就业报告，因政府部分停摆而推迟至下周三发布。经济学家普遍预计，1月新增就业岗位约7万个，失业率维持在4.4%。

美联储副主席杰斐逊表示，他对2026年经济前景持“谨慎乐观”态度，预计经济增速略高于趋势水平，劳动力市场趋于稳定，通胀将逐步回落至2%目标。他强调，当前政策立场足以应对经济双向风险，未来是否调整利率将取决于数据变化和 risk 平衡。

债市方面，两年期美国国债收益率尾盘上涨1.5个基点至3.498%，此前一度触及去年10月以来低位；10年期国债收益率基本持平于4.21%，盘中一度下探至1月中旬以来低点。两年期与10年期收益率利差收窄至71个基点。联邦基金期货显示，交易员预计今年累计降息约58个基点，三次各25个基点的降息预期有所升温。

【大宗表现】

油价周五震荡走高，市场对美伊谈判结果仍保持谨慎。布兰特原油收于每桶68.05美元，上涨0.74%；美国原油收于每桶63.55美元，上涨0.41%。

贵金属价格反弹。现货黄金上涨3.9%，报每盎司4954.92美元，本周涨幅约2%；白银从一个半月低位大幅反弹8.6%，报每盎司77.33美元，但本周仍累计下跌超过8%。芝商所近期已第三次上调黄金和白银期货保证金要求，以应对市场波动。

Kitco Metals高级分析师吉姆·威科夫表示，黄金市场出现明显抄底行为，但反弹动能仍有限，若无重大地缘政治事件推动，金价短期内恐难再度刷新高位。

AI解读：

核心内容总结

周五美股迎来强劲反弹，道琼斯工业平均指数首次站上50000点大关（涨2.47%），标普500、纳斯达克及中小盘罗素2000指数均大幅上涨。板块上信息技术（科技芯片）和工业领涨，能源等板块创历史新高；热门股分化明显，英伟达等芯片股因AI数据中心投入预期反弹，亚马逊因资本支出激增担忧下跌；中国金龙指数涨3.71%，中概股普遍走强。周度表现分化：道指涨2.5%，标普基本持平，纳指跌1.9%。恐慌指数回落，市场情绪缓解；宏观层面非农报告推迟，美联储官员谨慎乐观；大宗市场黄金白银反弹，油价微涨。

1. 道指首破5万点：谁在“抬轿子”？

道指能首次站上5万点，主要靠两类股票发力：

- 周期+金融股托底：道指成分股里的卡特彼勒（工程机械龙头）今年已涨26%，周五继续助力；高盛等金融股涨4%，拉动指数。这些周期股受益于“借贷成本下降预期”和财政刺激（如“大而美”法案）。
- 中小盘也来凑热：罗素2000（中小盘指数）涨3.6%，比大盘涨得更猛，说明资金不只盯着大公司，中小盘也被“翻牌”了。
- 工业板块创新高：标普工业指数刷新历史高位，工业股的强势直接推动道指突破关口。

2. 科技芯片股：为啥突然“回血”？

之前连续下跌的科技芯片股周五集体反弹，原因很简单：

- 超跌后“抄底”：英伟达之前连跌5天，累计跌10%+，很多投资者觉得“跌到位了”就买入；
- AI需求预期撑腰：市场听说亚马逊、谷歌要加大AI数据中心的投入（买更多芯片），而芯片是AI的“粮食”（比如英伟达的GPU），所以芯片公司被看好；
- 板块集体爆发：超威半导体涨8.3%、博通涨7.1%，费城半导体指数涨5.7%（两个月最大单日涨幅），直接带动科技板块领涨。

3. 热门股分化：英伟达涨疯，亚马逊为啥跌？

周五权重股“有人欢喜有人愁”：

- 英伟达反弹：之前跌太多，加上芯片需求预期，单日涨7.87%，成标普500最大推手之一；
- 亚马逊“踩刹车”：投资者担心它今年资本支出要增50%+（花钱太多），会压缩利润，所以股价跌5.6%，拖累了指教；
- 中概股走强：阿里巴巴、拼多多、蔚来等涨势明显，中国金龙指数涨3.71%，说明外资对中概股情绪好转。

4. 市场情绪：恐慌少了，但周度分化藏信号？

周五反弹后，市场情绪有变化，但周度数据藏着关键趋势：

- 恐慌指数降了：芝加哥期权交易所波动率指数（衡量“害怕程度”的指数）三天来首次下跌，说明大家不再那么慌了；
- 资金“换赛道”：周度看道指涨、纳指跌→资金从之前涨太多的科技股（纳指）流向没那么涨的周期股（道指），市场变得更“均衡”（更多板块涨）；
- 科技股短期仍波动：软件股周五反弹，但本周跌8%（2020年3月以来最差），说明科技股还没完全稳下来。

5. 宏观与大宗：非农推迟，黄金为啥反弹？

周五宏观和大宗市场也有看点：

- 非农报告“爽约”：因为政府部分停摆，1月就业数据推迟发布，暂时没了“利空干扰”；

- 美联储态度“稳”：副主席说对2026年经济“谨慎乐观”，降息要看数据→不会随便降息，但市场仍预期今年降三次（每次25个基点）；

- 大宗“抄底潮”：黄金白银反弹（之前跌太多，有人买便宜货），但分析师说“没地缘事件难创新高”；油价微涨（大家观望美伊谈判结果）。

这些变化都说明，市场目前处于“情绪修复+资金再分配”的阶段，短期反弹不代表全面牛市，但恐慌情绪确实缓解了。



又一新能源车事故后打不开车门，车企紧急回应

来源: <https://www.yicai.com/news/103043631.html>

创建时间: 2026-02-08 17:18:06

原文内容:

汽车门把手的安全问题再次引发公众关注。近日，网络平台上一则视频掀起热议。视频中，一辆2024款的东风奕派007在撞车后偏离道路并处于静止状态，车辆在碰撞后约20秒开始冒出黑烟，随后出现明火。期间，司机自行打开主驾驶门下车，并尝试从外部拉开后排左侧车门，但未能拉开。随后，司机和另一名男子轮流用石头砸开后排车窗，在火势蔓延的危急情况下，先后从后排车窗中拉出三名乘客。

2月5日，东风奕派发布了《关于网络流传的eπ 007事故视频的声明》。其中提到，上述事故发生于2025年3月19日中午，团队在事故发生后立即赶赴现场，全力配合事故处置工作，并对涉及的人员及家庭表达了关怀与慰问。根据调查认定，本次事故是车辆与货车高速碰撞后引发。

尽管如此，车门把手为什么打不开仍是公众关注的焦点，东风奕派尚未对此做出回应。

在近年的交通事故中，隐藏式门把手带来的安全隐患层出不穷。比如：2024年，山西运城一问界M7车辆高速追尾后，隐藏式门把手无法打开；2025年，小米SU7高速碰撞事故中，隐藏式门把手未被打开也成为外界的关注点之一。

隐藏式门把手潜在的安全风险，增加了汽车碰撞、起火事故中潜在的逃生与救援风险。比如：断电情况下，电动式外门把手和车门内把手失效；无明显、统一标志，增加紧急情况下的操作难度。

近日，工业和信息化部组织制定的强制性国家标准《汽车车门把手安全技术要求》(GB 48001-2026)由国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会批准发布，将于2027年1月1日起开始实施。

该强标提到，每个车门（不包括背门）应配备机械释放车门外把手，车辆的安全设计应为当发生不可逆约束装置展开或动力电池热扩散等事件后，能够通过机械释放车门外把手，开启车门。机械释放车门内把手要求每个车门（不包括背门）应配备至少一个机械释放车门内把手，且独立操作，任一车门内把手应能够开启对应车门。

关于车门内把手要求，其布置区域要求至少有一个机械释放车门内把手安装位置，应符合以下要求：位于无车内构件遮挡的位置，在对应成员位置直观可见；位于车门或距车门边缘（车门关闭状态下的可见区域的边缘）不大于300mm的位置等。

同时，车门应当具有一定的手部操作空间，车门外把手在任意状态时操作，机械释放功能的手部操作空间应能够放置规定的模块。每个车门的车门外把手在任意状态时，相对车身表面应留有充足的手部操作空间，这一操作空间不能小于60mm×20mm×25mm，即手部打开车门的操作空间不能小于30立方厘米。

为了车内人员能够在紧急情况下打开车门，新国标对车门内把手标志提出了明确要求，包括根据车门开启方式，选用对应图形，图形尺寸至少为10 mm×7mm；；位于无任何遮挡的位置，能够指明车门内把手的位置；图形颜色与背景颜色有鲜明的对比且易于识别；夜间等阴暗情况清晰可见。同时，车门内把手操作说明要求为，配备的中文或图示操作说明应在规定的标志附近或车门内把手附近，中文或图示高度不小于6mm等。

AI解读：

核心内容总结

最近东风奕派007撞车后，隐藏式门把手打不开导致乘客只能砸窗逃生，引发公众对隐藏式门把手安全隐患的热议。此前问界M7、小米SU7等事故也暴露类似问题。针对这一痛点，国家出台强制性新国标《汽车车门把手安全技术要求》，2027年1月1日起实施，要求汽车必须配备机械应急把手，明确操作空间、标志等细节，从设计上保障紧急情况下的逃生安全。

详细拆解解读

1. 事故频发：隐藏把手成了逃生“绊脚石”

这次东风奕派007事故中，司机能自己打开主驾门，但后排门却拉不开，最后只能砸窗救人——这不是个例。2024年问界M7追尾后隐藏把手打不开，2025年小米SU7碰撞时也有同样问题。公众最生气的是：撞车起火时，车门本应是逃生通道，却因为把手“失灵”变成了“

锁笼”。更让大家不满的是，东风奕派对“为什么打不开”至今没回应，这也让隐藏式门把手的安全问题彻底引爆舆论。

2. 隐藏把手的两大致命缺陷

为啥隐藏式门把手这么危险？说白了就是两个“坑”：

- 断电就“罢工”：多数隐藏把手是电动的（比如自动弹出、感应开启），但撞车后很可能断电，这时内外电动把手都会失效——想拉打不开，想按没反应。
- 慌乱中找不到/不会用：隐藏式把手平时藏在车身里，没有传统把手那种明显凸起。紧急时刻人慌手乱，要么找不到把手在哪，要么不知道怎么操作（比如有的要按一下弹出再拉，有的要抠一下，和传统把手的“一拉就开”完全不同）。

3. 新国标“对症下药”，给把手套上“安全铠甲”

这次出台的强标针对性极强，每一条都戳中痛点：

- 机械把手是硬要求：不管电动把手多花哨，内外车门必须配机械把手（不用电就能开）。而且规定：气囊弹出、电池起火等紧急情况发生后，机械把手必须能正常开门。
- 内把手要“一眼看见”：内把手不能被座椅、扶手挡住，得放在显眼位置，离车门边缘不能超过30厘米（大概一个手掌长），确保慌乱中能立刻找到。
- 手伸得进去才行：外把手操作空间至少要60×20×25毫米（差不多一个小拳头大小），保证你能把手伸进去拉开机械把手——总不能让你用指甲抠吧？
- 标志清晰不迷路：内把手旁要有明显标志（比如开门的小图标），晚上也能看见，还要附操作说明（中文或图画，字不能太小），生怕你不会用。

4. 对消费者来说，这意味着什么？

- 未来买车更安心：2027年1月1日后生产的车，都得符合这个标准。以后再买带隐藏把手的新能源车，不用再担心“撞车打不开门”的问题了。
- 现在买车要留心：当前在售的车可能还没达标，尤其是新能源车。买车时一定要问销售：“有没有机械应急把手？怎么操作？”最好让销售演示一遍，记在心里。
- 平时多熟悉自己的车：不管你的车新不新，都要翻一遍说明书，找到应急开门的方法（比如有的车机械把手藏在门板内侧，需要抠开盖板），关键时刻能救命。

最后说一句

隐藏式把手确实好看、能降低风阻，但安全永远是第一位的。新国标的出台，相当于给汽车厂家划了一条“红线”——再追求颜值，也不能拿消费者的生命开玩笑。对我们普通人来说，除了等新标落地，更重要的是：别只顾着看车的外观和配置，多关注这些看不见的安全细节。毕竟，关键时刻能开门，比什么都重要。

加拿大发布新政，目标成为全球电动车领导者

来源: <https://www.yicai.com/news/103043630.html>

创建时间: 2026-02-08 17:18:07

原文内容:

加拿大总理马克·卡尼（Mark Carney）2月5日宣布了一项电动车发展新战略，通过拨款、财政补贴和税收优惠等措施对该领域给予大力支持。

根据加拿大总理府发布的声明，加拿大将致力于促进电动汽车领域的大规模投资，包括加强对华合作，以实现加拿大汽车出口市场多元化，并将加拿大打造成全球电动汽车领域的领导者之一。

目前，超过90%的加拿大制造汽车和60%的加拿大制造零部件出口到美国，而美国汽车关税正威胁加拿大的汽车制造业以及12.5万个直接相关的就业岗位。

为构建全方位贸易体系，提升汽车产业竞争力，加拿大新一届政府将采取以下行动：完善加拿大汽车关税减免框架，对在加拿大开展生产与投资的企业予以奖励；对从美国进口的汽车维持对等关税，确保加拿大本土汽车制造商在国内市场拥有公平的竞争环境；加拿大近期与韩国签署谅解备忘录，深化战略伙伴关系，加强两国在未来移动出行领域的产业合作；加拿大还与全球电动汽车制造领军者中国建立全新战略伙伴关系，进一步推动贸易多元化，吸引汽车领域的新投资。此次官宣的合作关系将推动中国企业在加拿大成立新的合资企业，并允许一定数量的中国电动汽车进入加拿大市场。

根据电动车发展新战略，加拿大将启动一项为期五年、耗资23亿加元的“电动汽车可负担计划”，为相关消费者提供补贴。根据政策细则，自2026年2月16日起，加拿大消费者购买或租赁纯电动汽车（BEV）、燃料电池电动汽车（FCEV）可获最高5000加元联邦补贴，插电式混合动力汽车可获最高2500加元补贴。值得注意的是，购车补贴仅限售价低于5万加元的车型。不过，加拿大本土生产的零排放车辆不受5万加元交易价上限限制，可全额享受补贴。

加拿大政府将实施更严格的温室气体排放标准，目标2035年电动车新车销售占比达75%，2040年提升至90%，通过技术中立的积分机制鼓励产业多元创新。此外，加拿大政府还将从战略应对基金划拨30亿加元，从区域关税应对计划额外拨付至多1亿加元，帮助汽车行业适应、增长和开拓新市场；同时投资15亿加元扩建全国电动汽车充电网络基础设施。

中汽数据发布的一份报告显示，加拿大新能源汽车销量增长呈现不稳定的特征，其从2020年的4万辆增长至2025年的11万辆，但2025年同比下降30%，市场增长受政策、供应链等因素影响较大；另一方面，少数头部企业已建立显著领先优势，行业集中度较高，新进入品牌面临较大竞争压力。

从2025年新能源汽车销售数据来看，仅三家汽车集团销量超过1万辆。其中，现代起亚集团2025年销量为2.39万辆，其次是特斯拉（1.98万辆）和丰田（1.50万辆）。

今年1月份，商务部美大司负责人表示，2024年，加方对中国电动汽车加征100%附加税，中国对加出口电动汽车受到很大影响。根据最新调整安排，加方将给予中国电动汽车每年4.9万辆的配额，配额内享受6.1%的最惠国关税待遇，不再征收100%附加税，配额数量将按一定比例逐年增长。但值得注意的是，根据加拿大政府官方网站信息，50%以上配额车辆须为售价低于3.5万加元的经济车型。

上述报告称，在产品策略上，中国车企应紧扣加拿大市场需求特征。优先聚焦售价3.5万加元以下的经济车型，精准匹配配额倾斜政策带来的市场空间。市场布局方面，可实施区域差异化策略。合规管理需贯穿全链条，从电池供应链到数据隐私再到回收体系，均需严格遵循当地法规要求。加拿大新能源汽车市场正处于政策驱动的快速转型期，本土产能缺口与消费者对平价车型的需求为中国新能源汽车提供了广阔空间。随着配额逐年增长与充电网络完善，预计未来五年中国车企在加拿大市场的份额将持续提升，成为推动当地零排放目标实现的重要力量。

AI解读：

核心内容总结

加拿大近期推出电动车发展新战略，核心是通过“砸钱补贴+调整关税+拉国际伙伴+环保硬指标”组合拳，解决两大痛点：一是汽车产业过度依赖美国市场（90%出口美国，美国关税威胁12.5万就业）；二是推动零排放转型（2035年电动车占新车销量75%）。同时，对中国电动车的政策从“加征100%关税”转向“配额准入”，给中国车企打开市场，但也设了低价车比例等门槛。

一、为啥加拿大突然“all in”电动车？——背后是生存和转型压力

加拿大汽车产业以前基本“靠美国吃饭”：90%的整车和60%零件都卖到美国。但美国动不动威胁加关税，这就像头顶悬着一把刀——12.5万个直接就业岗位说没就没。另外，全球都在搞环保，加拿大也得跟上（2035年电动车占75%销量）。所以，推电动车既是“找新饭吃”（减少对美国依赖），也是“被迫转型”（环保目标），还想当全球电动车领域的“玩家”。

二、加拿大给的“红包”：消费者省钱，企业赚钱

1. 消费者买电动车能拿多少补贴？

- 纯电/燃料电池车：最高补5000加元（约2.6万人民币），但仅限售价低于5万加元的车；
- 插混车：最高补2500加元；
- 本土产的电动车：不管卖多少钱，都能拿全额补贴（比如加拿大自己造的贵价电动车也能补5000）。

2. 企业能享啥好处？

- 搞生产投资的企业：给关税减免和奖励；
- 本土车企：对美国进口车维持对等关税，保证公平竞争；
- 基建支持：投15亿加元建充电网络（解决“充电难”）；
- 行业转型资金：31亿加元（30亿从战略基金+1亿区域计划）帮企业适应新市场。

三、拉伙伴：重点抱中国大腿，配额政策有讲究

加拿大想“多元化市场”，主要找了两个伙伴：

1. 和中国的合作细节

- 以前对中国电动车加征100%关税，现在改了：每年给4.9万辆配额，配额内只收6.1%关税（最惠国待遇），配额逐年增长；
- 但配额有要求：50%以上必须是售价低于3.5万加元的经济型车（约18万人民币）；
- 还允许中国企业在加拿大开合资公司，让中国电动车进入市场。

2. 和韩国的合作

签了备忘录，一起搞“未来出行”（比如电动车、自动驾驶），也是为了找更多产业链伙伴。

四、中国车企的机会与“坑”：平价车是钥匙，合规不能忘

1. 机会在哪？

- 加拿大本土产能不够：消费者想买便宜电动车，但本地造不出来；
- 政策倾斜：配额优先给低价车，中国车企擅长做平价车（比如比亚迪、五菱等）正好匹配；
- 市场增长：充电网络完善后，未来五年中国车企份额可能持续上升。

2. 要注意啥“坑”？

- 产品策略：必须优先做3.5万加元以下的车，不然拿不到配额；
- 合规：电池供应链（比如原材料来源）、数据隐私（车机数据）、回收体系（电池回收）都得按加拿大规矩来；
- 区域差异：加拿大不同地区需求不一样，得针对性布局（比如大城市更爱纯电，偏远地区可能需要插混）。

五、这个战略能成不？——有希望但也有挑战

- 希望：政策驱动（补贴+配额）、基建投入、中国车企带来产能；
- 挑战：加拿大电动车市场增长不稳定（2025年销量同比降30%）、行业集中度高（头部三家占大部分销量），新品牌难挤进去。但只要政策持续，加上中国车企的平价车补充，实现2035年目标还是有可能的。

整体来看，加拿大的电动车战略是“自救+转型+开放”的组合，中国车企抓住低价车机会，就能在这个市场分一杯羹。但得守规矩，不能踩红线。

AI大战烧向奶茶店：小票在地上围成两圈，有人苦等四小时

来源：<https://www.yicai.com/news/103043524.html>

创建时间：2026-02-08 17:18:08

原文内容：

当“AI大战”的战火烧到奶茶，熟悉的一幕再度上演：爆单、临时闭店、等不到的外卖，以及奶茶店里望不到头的订单小票。

2月6日，阿里千问“春节AI大战”首仗开打，瞄准了用户拉新送奶茶免单红包，30亿元的豪横攻势下，千问反超元宝、豆包，登顶苹果应用商店榜首。

这场轰轰烈烈的AI大战，考验的依然是真实世界里无数外卖员和店员。第一财经记者今日走访多个不同商圈的奶茶店，有店员告诉第一财经记者，最忙碌时，“打出的小票在地上围成了两圈。”

忙坏了的奶茶店，将“AI大战”的战火具象化，突袭的阿里千问收获了超千万订单，这关系着腾讯、字节、百度等巨头们的AI战局，同时也牵动着美团的神经。AI会让点一杯奶茶的体验变得更好吗？这个问题也变得更加关键了。

“奶茶爆单”又来了

一杯定价不高的奶茶，恰好卡在消费者“随手一试”的心理门槛上，又自带强烈的社交分享属性，屡次成为巨头们可控成本、高效率撬动海量用户参与的重要载体。

2月6日，第一财经记者走访多家奶茶店发现，千问“撒币”带来了奶茶店低价订单的激增，奶茶店“爆单”从早到晚。

上午九点左右，已有部分用户对记者反馈，千问在全国多个地区出现小范围系统故障，页面信息显示“系统开小差了，稍后再试吧”，千问随后回应称“正在紧急加资源”。记者上午点单时也经历了两次支付失败，一次显示页面超时，一次显示系统异常。不到上午11点，一位深圳的淘宝闪购外卖员便告诉记者，他已经送了20多单外卖，“奶茶店都爆单了”。

2月6日下午，第一财经记者来到北京某商圈的茶百道门店，柜台前顾客寥寥无几，路过的骑手嘀咕一句“怎么没爆单啊。”听到这句话的店员回应道，店铺因为下午忙不过来，已经暂时下架了淘宝闪购，美团和京东秒送两个平台仍可以正常下单。店里当时只有2个员工，人手严重不足。

上述店员告诉记者，2月6日店铺来自淘宝闪购的低价奶茶单超过100单，他们在比较忙碌的时候选择临时下架店铺，等有空时再上架。

另一家蜜雪冰城的店员则告诉记者，截至6日下午5时，店里当天完成了近150单淘宝闪购的订单，实付价格多为1到2元。林里柠檬茶的店员则表示，2月6日店内出现了爆单，打出的小票在地上围成了两圈。

用户体验更为直接。北京一位用户对第一财经记者表示，2月6日下午她等了4个小时才喝到奶茶，原因是订单过多商家忘记出餐。

店员们对突如其来的“爆单”普遍感到意外。一位店员表示，25元的优惠力度甚至比去年夏天的外卖大战还要大，“我也纳闷，今天怎么这么多便宜的单。”上述茶百道店员告诉记者，前一天员工并没有得到阿里此次发起奶茶突击的相关通知，“上午9点多开始“爆单”时都不知道是什么情况。”

对于本次奶茶活动谁来买单的问题，店员并不清楚，但认为应该是平台承担更多。茶百道的店员表示，据她了解补贴由平台和品牌共同承担，其中平台承担大部分。蜜雪冰城的店员则表示，“应该是平台，如果是品牌承担，这个单量赚不到钱。”

对此，记者从阿里内部确认，本次奶茶活动的补贴均由千问买单，不涉及商家额外补贴。

“奶茶”再度成为平台争夺用户流量的武器，阿里成绝对主角的同时，此前打擂台的美团似乎也不甘隐身。有用户表示，2月6日在朋友圈看到美团发放18元超大额红包的推广，美团也在刷存在感。对此第一财经询问美团，截至发稿未获得回复。2月6日下午，美团的微博账号也发布了带有“美团上线AI搜索”词条的微博，借力此轮AI热潮。

AI点奶茶：体验升级，还是流量游戏？

AI能让点奶茶的体验变得更好吗？

千问的奶茶攻势中，这个答案关乎着“AI大战”的战局，也关系着外卖乃至电商等更多场景的玩家竞争。

“钞能力”的影响下，千问撬动了大批用户首次体验AI购物。千问官方发布的数据显示，上线后9个小时，“春节30亿免单”活动带来了用户在千问APP上的AI订单突破1000万单，今天用户对千问APP说了3000多万次“帮我买”。千问APP春节项目负责人郑嗣寿表示，用户体验AI购物的热情远超团队想象，目前千问正在持续扩容。

当AI撞上“点奶茶”，背后实际是千丝万缕的商业课题。

与“外卖大战”一度引发“零元购”相比，记者观察到，千问引发的奶茶爆单在各奶茶品牌间相对分散，多位用户告诉记者，下达指令“点一杯奶茶”后，千问首先给他们推荐了平时常点的品牌。记者尝试要求“帮我点我平时喝得多的咖啡”，千问也顺利找到了对应的品牌及产品。这意味着，千问或许已打通淘宝闪购的用户数据，与外卖大战时平台与品牌的合作不同，各奶茶品牌从“AI大战”的受益程度或许更将由用户偏好决定。不过，记者就千问是否打通闪购用户偏好数据等询问阿里巴巴，截至发稿暂未获得回应。

今年1月，千问C端事业群总裁吴嘉在千问宣布接入淘宝闪购生态时对记者表示，千问生成的外卖推荐等都没有商业化因素，基本是在价格最优、送达时间等用户体验角度综合考量，“离商业化还非常遥远。”彼时他已提到，在用户授权的情况下，未来千问也可能代入用户在各个应用的个人偏好进行推荐。

奶茶爆单的背后，用户体验才是千问“春节大战”的真正考卷。

大量用户因为红包活动体验了初次AI购物，多位用户对记者表示，他们以非常低的价格买到了奶茶，薅羊毛与AI新体验都带来了一定的满足感。

然而AI购物初体验的窘况也不少。一名用户告诉记者，在上午九点下载千问领取红包后，她与千问的点单对话始终停留在系统火爆，一天之中，她多次尝试下单，直至下午，她仍告诉记者，“这个功能死得透透的”。

值得一提的是，相比1月份的版本，记者关注到，千问在点奶茶方面的产品设计已经进行了一定的优化，用户横滑可选择的奶茶品牌、产品的选项变多，切换更丝滑，在订单送达时间等信息的显示上也更加全面。

但用户对AI购物的“性感想象”并未被满足。一位因免单活动新下载了千问的用户告诉记者，下载完成后，她先对千问想喝koi，千问顺利推荐了koi的好几家店，接着，她要求千问根据自己过往的奶茶喜好推荐几杯她可能爱喝的新品，各种品牌都可以，千问推荐的都是上市了很久的产品。当她再次强调要找几家新品后，千问“崩溃”了，开始给她推荐各类汽车、电脑等产品。

“用完红包后，我不会再尝试用千问下单了，因为我很喜欢喝不一样的新品，我的购物习惯是浏览页面看看再决定。”上述用户对记者表示。也有受访用户告诉记者，想要挑选特定品类产品时，等AI推荐到心中所想的时间感觉比自己搜索还要长。

在“春节AI大战”的热潮里，千问成功撒下了AI购物的种子，但AI+奶茶，能否真正影响AI、外卖战局，答案仍需要更多时间发芽。

AI解读：

核心内容总结

2月6日起，阿里千问为抢AI用户搞了场“春节首仗”：砸30亿发奶茶免单红包，结果全国奶茶店集体爆单（小票围地两圈、人手不够临时闭店），千问APP直接冲上苹果应用商店榜首，但也暴露一堆问题——系统崩溃、用户等餐4小时、AI推荐跑偏（要新品给汽车）。这场“撒钱大战”不仅是阿里在AI赛道的拉新操作，还牵动了美团等外卖巨头的神经：大家都在看，AI到底能不能真的让点奶茶更方便，以及这场“奶茶AI战”最终会如何影响AI和

外卖行业的格局。

详细解读

1. 为啥巨头打架总拿奶茶当“武器”？

奶茶这东西，简直是巨头们的“流量密码”：①价格低（十几二十块），正好卡在用户“随手买一杯试试”的心理门槛，就算是补贴也花不了太多钱；②自带社交属性，喝奶茶爱拍图发朋友圈，相当于免费帮巨头做传播；③用户基数大，男女老少都爱喝，补贴奶茶能快速撬动海量用户参与。之前外卖大战时奶茶就常被当“诱饵”，这次AI大战阿里又盯上它——用一杯奶茶换千万用户，成本可控、效果显著，简直是“花小钱办大事”的完美载体！

2. 阿里撒30亿，到底换来了啥？

短期收益很亮眼：①千问APP直接登顶苹果商店榜首，一天收获超千万订单，拉了一大波新用户（很多人第一次下载千问）；②打响了AI购物的名号，让不少人知道“千问能点奶茶”。但代价也不小：活动刚开始系统就崩了（用户支付失败、页面超时），阿里紧急“加服务器”才勉强撑住；用户体验褒贬不一——薅到1-2元奶茶的人开心，但等4小时才喝到的人吐槽“还不如不喝”。相当于撒钱买了流量，却没完全接住这波流量的压力。

3. 奶茶店和外卖员：突然爆单，成了“战场炮灰”

这场大战最累的是基层从业者：①奶茶店事先没收到通知，突然被订单淹没——茶百道一天100多单淘宝闪购，蜜雪冰城150单（实付1-2元），林里柠檬茶的小票在地上围了两圈；②人手不够只能自救：有的店直接下架淘宝闪购（比如北京茶百道），有的硬扛到崩溃；③外卖员忙疯：深圳一个外卖员上午11点就送了20多单奶茶，连喘气的时间都没有。他们就像突然被拉到战场上的“小兵”，毫无准备就被订单淹没。

4. AI点奶茶：体验到底升不升级？用户说“还不如自己搜”

这次活动的核心是“AI点奶茶”，但用户体验却“冰火两重天”：①好的一面是“便宜”——1-2元喝奶茶，薅羊毛很开心；②糟心的地方更多：想点新品，AI推荐老款；再强调要新品，直接跑偏到汽车电脑；有的用户觉得AI推荐速度比自己搜还慢；还有人等4小时才拿到奶茶（商家忘出餐）。不少用户直言“用完红包就卸载”——因为AI推荐不够精准，没法满足“逛新品”的需求，还不如自己打开外卖APP翻一翻。看来AI点奶茶目前只是“薅羊毛工具”，没真正让点单更方便。

5. 巨头暗战：阿里动了美团的“蛋糕”？

这场活动不仅是AI巨头（腾讯、字节、百度）之间的较量，还戳到了美团的“痛处”：外卖是美团的核心业务啊！阿里用AI+奶茶补贴抢外卖订单，相当于直接“抢饭碗”。活动当天美团就发18元大额红包刷存在感，还在微博提“AI搜索”——明显是想“反击”。毕竟

，如果用户习惯用千问AI点奶茶，可能就会慢慢不用美团外卖了，这可是美团的“命根子”，能不紧张吗？

这场“奶茶AI战”，阿里撒钱种下了AI购物的种子，但能不能长成“参天大树”还不好说——毕竟用户要的不只是便宜，更是“方便、精准”的体验。AI想真正改变点奶茶的方式，还得解决推荐不准、系统不稳定这些“硬伤”才行。

49美元“司美格鲁肽减重药”美国开卖，诺和诺德股价创5年新低

来源: <https://www.yicai.com/news/103043434.html>

创建时间: 2026-02-08 17:18:10

原文内容:

美国在线远程医疗公司Hims日前宣布以49美元的低价开卖口服司美格鲁肽减重药的仿制版本。

这一消息一定程度上也冲击了目前两大减重药巨头的股价。当地时间2月5日美股收盘，诺和诺德股价下跌8%，创下近5年最低水平；礼来股价也下跌7%。

由于诺和诺德此前公布的财报显示司美格鲁肽销售承压，该公司在过去五个交易日股价已经下跌近27%，市值仅剩不到1500亿美元。Hims推出低价仿制药，对诺和诺德而言无疑是雪上加霜。

Hims过去曾帮助诺和诺德公司销售司美格鲁肽药品，不过在发现减重药巨大的市场需求后，该公司开始以低价销售司美格鲁肽减重药注射剂的仿制版本，从而挤压了司美格鲁肽的市场，并对诺和诺德构成了长期威胁。

在美国、欧盟等全球主要市场，司美格鲁肽专利尚未到期，原研公司诺和诺德在全球范围内仍拥有相关专利。不过根据美国的特定规定，特许药房可以合法地“复合”药物。但此类复合配制的药物不是美国食品药品监督管理局（FDA）批准的仿制药，其原料来源、纯度和效价不受FDA的上市前审查，这也暴露了仿制药的风险。

因此，Hims销售仿制药的行为处于法律的“灰色地带”，尚未受到限制。尽管美国药品监管机构去年已经关注到这一现象，但直到目前也仍未采取行动叫停此类仿制药的销售。

一位医药行业高管对第一财经记者表示：“在美国，仿制药的销售主要针对那些追求低价的患者人群，但这类药物最大的风险在于你不知道药品原料的来源以及成分配比等。”

去年，诺和诺德结束了与Hims的合作关系，双方陷入纷争。与此同时，诺和诺德已经在美国大幅下调了司美格鲁肽自费减重药的价格。

Hims也将其位于美国俄亥俄州新奥尔巴尼的设施规模扩大了一倍。该公司表示，扩建使Hims能够以更低的价格提供相关的治疗。此次Hims推出的口服司美格鲁肽仿制药的定价比诺和诺德的售价便宜100美元，试图通过扩大价格优势占据市场先机。

诺和诺德对于Hims推出的低价仿制药迅速予以反击。诺和诺德表示，将对Hims提起法律诉讼。在一份声明中，该公司称：“Hims的行为是非法的批量配制行为，对患者安全构成重大风险。诺和诺德将采取法律和监管措施，以保护患者、知识产权以及美国黄金标准的药物审批框架的完整性。”

诺和诺德CEO迈克·杜斯特达当天紧急召开投资人会议。他表示，花49美元购买HIMS的口服药的人是在浪费钱，因为这些药物并不具备诺和诺德采用的独特技术，无法让人体吸收。

由于美国人追求更便宜的药品价格，Hims将各种成分混合制成特殊药物，或以不同的剂量复制一种药物，这种混合配制的仿制药产业蓬勃发展。但此类药物在美国并未获得批准，也没有经过临床试验证明其有效性。

当天，美国FDA专员马蒂·马卡里也表示，FDA将迅速对那些声称与FDA批准的产品相似、大规模销售“非法仿制药”的公司采取行动。去年9月，FDA已经向Hims发出警告，称其宣称的“与司美格鲁肽活性成分相同”的宣传具有误导性。

“FDA无法验证未经批准药物的质量、安全性或有效性，”马卡里在社交媒体平台X上发帖表示。在马卡里发表评论后，Hims股价在盘后交易中暴跌10%。

Hims发言人表示，公司在安全性和有效性方面没有妥协，并且使用了一种基于脂质体的技术，旨在帮助药物的吸收。

一些分析师表示，礼来公司即将推出的口服减重药可能成为仿制药厂的下一个目标。届时，美国FDA是否会采取进一步行动，也备受市场关注。

AI解读：

核心内容总结

美国远程医疗公司Hims推出49美元低价口服司美格鲁肽仿制药，直接冲击诺和诺德、礼来两大减重药巨头股价（诺和诺德单日跌8%创5年新低，5天累计跌27%；礼来跌7%）。这款仿

制药并非FDA批准的正规仿制药，而是通过美国特许药房“复合配制”的药物，处于法律灰色地带，存在原料来源不明、药效无保障等风险。诺和诺德已采取降价、起诉、质疑药效等反击措施，FDA也表态将对非法仿制药采取行动，Hims盘后股价暴跌10%。未来礼来即将上市的口服减重药或面临类似挑战，监管走向成市场焦点。

一、低价仿制药一出，两大巨头股价“跳水”

Hims这次卖的口服司美格鲁肽仿制药只要49美元，比诺和诺德的原研药便宜100美元，直接戳中了美国人爱低价药的痛点。之前Hims就靠卖司美格鲁肽注射仿制药抢市场，现在又搞出口服版，让本就销售承压的诺和诺德雪上加霜——财报不好看，加上仿制药挤压份额，五天内市值蒸发了一大块（只剩不到1500亿美元）。礼来作为另一个减重药巨头也躺枪，股价跟着跌7%，因为市场担心Hims接下来可能也会盯上它的产品。

二、Hims的仿制药：合法吗？安全吗？

这里得说清楚：Hims卖的不是正规仿制药。司美格鲁肽的专利还没到期，诺和诺德在全球都有专利保护。但美国有个特殊规定：特许药房可以“复合”药物（把几种成分混在一起配），这种药不用经过FDA的上市前审查，原料来源、纯度、药效都没保障，属于“灰色地带”——法律没明确禁止，但也不合法。比如行业高管说：“你买这种药，根本不知道原料是哪来的，成分比例对不对。”FDA之前就警告过Hims，说它宣传“和司美格鲁肽活性成分相同”是误导人。Hims自己说用了脂质体技术帮助吸收，但FDA不认，风险全在患者身上。

三、诺和诺德的反击：降价、起诉、说你“没用”

诺和诺德急了，直接打组合拳：

1. 降价抢市场：之前就大幅下调了自费减重药的价格，和Hims拼低价；
2. 法律起诉：说Hims是“非法批量配制”，要告它，保护自己的专利和患者安全；
3. 质疑药效：CEO公开说，花49美元买Hims的药是浪费钱，因为没有诺和诺德的独特吸收技术，人体根本吸收不了。

之前诺和诺德已经和Hims闹掰了，现在更是撕破脸，就是不想让仿制药抢走更多市场。

四、FDA终于“动手”？Hims股价应声暴跌

FDA之前对复合仿制药睁一只眼闭一只眼，但这次态度变了。专员马卡里直接在社交媒体上说：“要迅速打击那些大规模卖非法仿制药的公司，这些药的质量、安全、有效性我们都没法验证。”这话一出，Hims盘后股价直接跌了10%。其实FDA去年9月就警告过Hims，但没真叫停。现在Hims的操作越来越大胆，加上诺和诺德的压力，FDA可能真要收紧监管了——这对所有搞复合仿制药的公司都是个坏消息。

五、未来：礼来会遭殃吗？监管走向成关键

分析师预测，礼来即将推出的口服减重药可能是Hims的下一个目标。现在大家都盯着FDA：到底会不会真的出台政策叫停复合仿制药？如果FDA真动手，仿制药厂的生存空间会被压缩，原研药巨头的压力会小一些；如果还是不管，那更多仿制药会冒出来，减重药市场的价格战会更激烈，患者也得承担更多安全风险。

总的来说，这场“低价仿制药 vs 原研药”的战争才刚开始，监管、企业、患者的博弈还会继续。

vs

（全文用大白话拆解，没有专业术语，非财经人士也能轻松看懂事件来龙去脉~）

中国四地光伏利用率跌破90%，局地弃电抬头如何解

来源: <https://www.yicai.com/news/103043431.html>

创建时间: 2026-02-08 17:18:11

原文内容:

2月6日，全国新能源消纳监测预警中心公布2025年各省区新能源并网消纳情况。整体看，虽然去年国内风电和光伏发电利用率整体保持在94%以上较高水平，但在“十四五”期间首次跌破全年95%利用率，风电利用率为94.3%、光伏发电利用率为94.8%。

具体到各省区，2025年青海、西藏、新疆、甘肃四地的光伏发电利用率跌破90%，其中西藏以64.9%的利用率居于末位；风电利用率方面，西藏也以68.6%的利用率“垫底”，而全国其他省区则普遍在90%以上。

“在风光装机和发电量快速增长的同时，新能源消纳持续面临压力。”在近日召开的光伏行业2025年发展回顾与2026年形势展望研讨会上，国家发改委能源研究所研究员时璟丽表示，2025年全国风光等效利用小时数呈下降态势，其中风光资源最好的西北地区，消纳压力最大，该地去年风电、光伏等效利用小时数分别为1606、944，低于全国同期2031、1090水平。

在“双碳”目标下，“十四五”期间国内风光年度新增发电装机持续处于“亿千瓦级”高位。2025年，全国风电、光伏新增装机超过4.3亿千瓦，累计装机规模首次超过火电，突破18亿千瓦，较“十三五”末增长2.4倍。新能源发电装机比重也从2020年底的25.7%提高至2025年底的48.5%。

“随着新能源尤其是光伏装机规模和占比快速提升，其发电的随机性、波动性与间歇性，使电力系统消纳压力不断加剧。”国网能源研究院新能源研究所所长代红才在研讨会上提出，时空分布不均与电源结构同质化，正成为制约新能源消纳的关键瓶颈。

代红才解释称，在时间分布上，弃电现象呈现明显的季节性、时段性集中。从日内时段看，全年午间光伏大发时段（10时-17时）新能源弃能电量占比七成以上；季节上，全年春秋两季新能源弃能电量占比达2/3。空间分布方面，送受端电源结构同质化严重，传统电力送、受端各省区均规划建设大量新能源，去年风、光投产规模约1:3，导致送受两端新能源出力特性相同，均出现“低谷富裕、高峰无电”情况。

展望2026年，中国光伏行业协会预计今年国内新增光伏装机将同比下滑23.8%-42.9%至180GW-240 GW（吉瓦），消纳难是装机增速放缓的核心制约因素之一。

中国光伏行业协会顾问王勃华表示，由于分布式光伏管理办法、上网电价市场化改革等政策落地不久，市场存在观望情绪，2026年新增装机量或出现回调。后续随着新能源融合集成发展、绿电直联等配套政策实施效果显现，国内光伏装机量将重回上升轨道，但增速将较“十四五”明显放缓，产业发展将从高速扩张转向高质量稳步增长。

面对新能源常态化大规模发展趋势，代红才建议，通过系统侧“挖潜”、发展新业态新模式“开源”等手段应对消纳难题。不过他认为，火电灵活性改造、增配储能提升需求响应等“挖潜”手段，可提升的新能源消纳电量空间有限，且将带来系统成本大幅上升。

代红才更看好通过探索新能源利用新场景、拓展新能源利用空间的“开源”手段。其中，绿电直连、零碳园区、新能源集成融合发展均是具体落地方式，且在新能源全面入市背景下，与负荷侧相耦合的新业态也将改善新能源项目整体收益率水平。

在行业看来，全国风光年度利用率首次跌破95%并非新能源政策失效的信号，而是政策动态调整、时空和季节性因素及行业快速发展共同作用的结果，需理性看待短期波动，关注政策长期导向与行业适应性调整。

“随着新能源渗透率不断提升、电力市场机制不断完善，‘弃电’将成为常态。”代红才认为，弃电并非新能源发展受阻的体现，而是市场出清和系统安全约束共同作用的必然结果。对于市场主体而言，随着新能源全面进入市场，光伏需从市场化报价策略、消纳能力提升、多元市场参与三方面发力，兼顾收益保障与市场竞争力，适配新型电力系统发展要求。

AI解读：

核心内容总结

2025年全国风电、光伏发电利用率首次跌破“十四五”以来的95%红线（分别为94.3%、94.8%），西藏、青海等西北省份成为弃电重灾区；新能源装机量快速增长（累计超火电，占比达48.5%），但发电随机性、时空分布不均和电源结构同质化导致消纳压力剧增；2026年光伏新增装机预计下滑23.8%-42.9%，消纳难是主因；行业认为弃电将成常态，需通过“开源”（拓展新场景）而非仅“挖潜”（改造火电/储能）解决问题，未来产业将从高速扩张转向高质量增长。

一、利用率跌破95%：哪些地方成了“弃电重灾区”？

利用率简单说就是“发的电被用掉的比例”，剩下没被用的就是“弃电”。2025年全国风光利用率首次低于95%，但各省差异极大：

- 光伏弃电最严重：西藏（64.9%）、青海、新疆、甘肃4省跌破90%——西藏发100度光伏电，仅65度被用掉；
- 风电弃电最严重：还是西藏（68.6%），全国其他省份风电利用率基本都在90%以上；
- 西北资源好但消纳最差：西北是风光资源最丰富的地方，可2025年风电等效利用小时数（一年实际发电时长）仅1606小时，比全国平均少400多小时；光伏更惨，仅944小时，比全国少146小时——相当于西北的风机和光伏板，一年有一半多时间发的电没被充分利用。

二、消纳压力为啥突然变大？三大“拦路虎”跑不掉

消纳难不是新问题，但2025年尤其突出，核心是三个原因：

1. 装机增长太快，电网“接不住”：2025年风光新增装机超4.3亿千瓦，累计超18亿千瓦（首次超过火电），占总装机的48.5%。但风光发电是“靠天吃饭”——光伏白天强晚上弱，风电有风就多发没风就少发，电网要同时应对这么多不稳定的电，压力陡增；
2. 时间上：弃电集中在中午和春秋季节：一天中，10-17点光伏大发时，弃电占全年七成；一年里，春秋季节风光资源好但用电需求低，弃电占2/3——比如春天风大光好，可工厂和居民用电没那么多，电发出来没人要；
3. 空间上：送受端“同质化”，大家一起“弃电”：以前是西北发电送东部，但现在东部也建了很多新能源，结果送电的（西北）和受电的（东部）都在同一时间发电（比如中午都发光伏电），导致“低谷时电太多，高峰时电不够”——比如晚上用电高峰，两边的光伏都不发了，反而缺电。

三、直接后果：2026年光伏装机要“踩刹车”

消纳难直接影响企业建光伏的积极性。中国光伏行业协会预测：

- 2026年新增装机下滑23.8%-42.9%：从2025年的超430吉瓦（1吉瓦=100万千瓦）降到180-240吉瓦；

- 原因有两个：一是消纳难，建了也发不出去电；二是政策刚落地，市场观望——比如分布式光伏管理办法、上网电价改革刚出来，企业不敢贸然投资；

- 未来趋势：短期回调，但长期还会涨，只是增速变慢——从“十四五”的高速扩张，转向“高质量稳步增长”，比如更注重消纳能力、项目收益，而不是单纯拼装机量。

四、怎么解决消纳问题？“开源”比“挖潜”更靠谱

专家给出两个方向，但更看好“开源”：

1. 挖潜（优化现有系统）：效果有限还贵：比如改造火电让它更灵活（能随时调出力）、加储能（把多余电存起来）。但这些方法能提升的消纳空间不多，还会让电网成本大幅上升——比如储能的电池成本不低，火电改造也要花钱；

2. 开源（找新场景用新能源）：更有前景：比如“绿电直连”（企业直接买新能源电）、“零碳园区”（园区全用新能源）、“新能源集成融合”（风光储氢一起搞）。这些方法不仅能消化多余的电，还能提高新能源项目的收益——比如企业愿意为绿电付更高的价，项目赚钱了，企业才更愿意投。

五、行业怎么看：弃电是常态，不是政策失效

很多人担心利用率跌破95%是政策出问题了，但行业认为要理性看待：

- 不是政策失效：是新能源发展太快、时空因素（中午/春秋弃电）、政策动态调整共同作用的结果；

- 弃电会成常态：随着新能源占比越来越高，弃电是市场和系统安全的必然——比如电网要保证稳定，不能让太多不稳定的电进来，偶尔弃电是为了整体安全；

- 未来方向：企业要适应市场化——比如调整报价策略（在发电多的时候降价卖电）、提升消纳能力（和用户直接合作），产业要转向高质量增长（不拼数量拼质量）。

最后一句话总结

新能源利用率下滑是成长的烦恼，不是发展的尽头。未来要做的不是放慢脚步，而是换个方式走——从“跑量”到“提质”，从“靠政策”到“靠市场和新场景”，这样才能让新能源真正成为电力系统的主力军。



预制菜“国标”征求意见：中央厨房市场渗透率已超八成

来源：<https://www.vicai.com/news/103043279.html>

原文内容：

备受关注的预制菜国家标准已进入征求意见阶段。

2月6日，食品安全国家标准审评委员会秘书处发布《食品安全国家标准 预制菜》（征求意见稿）（下称“标准”），明确了预制菜的定义及相关标准，并将中央厨房制作的菜肴排除在了预制菜范围之外。

根据标准，预制菜是指以一种或多种食用农产品及其制品为原料，使用或不使用调味料等辅料，不添加防腐剂，经工业化预加工（如搅拌、腌制、滚揉、成型、炒、炸、烤、煮、蒸等）制成，配以或不配以调味料包，需经加热或熟制后方可食用的预包装菜肴产品。该定义不包括主食类食品、净菜类食品、即食类食品，以及中央厨房制作的菜肴。

中央厨房的兴起，源于中国传统餐饮后厨分散、加工环节多、监管难度大，安全风险点难以全面控制，中央厨房通过集中采购、标准化生产、规范化品控，将食品加工的关键环节置于一个可全程监控、可追溯的封闭环境中，大幅降低了微生物污染、非法添加、原材料质量不一等风险。这为国家从源头到终端实施高效、统一的食品安全监管提供了可行路径，尤其在应对学校配餐、集体供餐等大规模餐饮需求时，中央厨房模式被视为提升安全等级的核心手段。

“中央厨房生产的菜肴，如果在企业连锁体系内配送不算预制菜，那么配送给其他餐饮企业，是否属于预制菜值得商榷。未来在监管层面可能还需要进一步明确。”一位食品领域的专家表示。

根据中研网发布的数据，2021年，中央厨房的渗透率约为81.2%，市场规模达160亿元。

实际上，2024年3月21日发布的《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》及相应问答中，已对中央厨房作出清晰界定：一是限定其供应范围为连锁餐饮企业自行制作并向自有门店配送；二是明确其产品种类包括净菜、半成品、成品菜肴，并特别强调中央厨房制作的菜肴不纳入预制菜范畴。

此外，国务院食安办、市场监管总局、商务部近日联合发布《推广餐饮环节自主明示的公告》，要求餐饮服务提供者如使用预制菜、中央厨房成品或半成品、预包装食品等，应当真实、准确地向消费者明示。

AI解读：

核心内容总结

预制菜国家标准进入征求意见阶段，明确了预制菜的定义（工厂批量生产、需加热食用、预包装、无防腐剂等），并将中央厨房制作的菜肴排除在外；中央厨房因是连锁餐饮“专属后厨”（仅向自有门店配送）被界定为非预制菜，但存在“给外部餐饮企业配送是否算预制菜”的争议；同时，新规要求餐饮服务提供者必须向消费者明示是否使用预制菜、中央厨房产品等，保障消费者知情权。

拆解解读

1. 预制菜国标：给预制菜“画了个清晰的圈”，不是啥菜都能叫

这次征求意见稿给预制菜下了个大白话定义：工厂批量做的、得加热才能吃、装在包装里卖的菜，具体要求包括：

- 原料是农产品（肉、菜等）及其制品，可加调味料但不能加防腐剂；
- 得经过工业化加工（比如搅拌、腌制、炒炸蒸等）；
- 买回家必须加热或再熟制（比如超市冷藏区的加热即食宫保鸡丁）；
- 得是预包装（有固定包装）。

同时明确排除了四类：

- 主食类（比如预制米饭、速冻饺子）；
- 净菜（洗好切好的生菜、胡萝卜丝）；
- 即食类（开袋就能吃的卤味、酱牛肉）；
- 中央厨房制作的菜肴。

简单说：你在超市买的加热即食套餐算预制菜，但餐厅后厨现炒的、或者连锁品牌中央厨房给自家门店送的菜不算。

2. 中央厨房为啥不算预制菜？它是连锁餐饮的“超级后厨”

中央厨房不算预制菜，主要因为它的定位是连锁餐饮企业自用的“大厨房”：

- 起源：传统餐厅后厨分散（每家店一个厨房），卫生难监管；中央厨房集中采购、标准化生产（比如所有汉堡胚都按同一配方做），能降低微生物污染、非法添加等风险，尤其适合学校配餐、集体供餐。

虚拟货币领域监管高压态势升级。

2月6日，中国人民银行、证监会等8部门联合发布《关于进一步防范和处置虚拟货币等相关风险的通知》（下称《通知》），再度明确虚拟货币相关业务活动属于非法金融活动，并强调在境内开展现实世界资产（RWA）代币化活动以及提供有关中介、信息技术服务等，涉嫌非法发售代币票券、擅自公开发行证券、非法经营证券期货业务、非法集资等非法金融活动，应予以禁止。

值得注意的是，《通知》首次明确提出，未经相关部门依法依规同意，境内主体及其控制的境外主体不得在境外发行虚拟货币。未经相关部门依法依规同意，境内外任何单位和个人不得在境外发行挂钩人民币的稳定币。

近一段时间，虚拟货币价格波动剧烈。2月6日，比特币暴跌至约6万美元附近，创下16个月以来的新低。爆仓的人数更是触目惊心，据Coinglass数据，过去24小时内，全球有超40万人爆仓，各类代币的多头头寸清算规模达17.03亿美元。

市场权威专家对记者表示，近期，受多种因素影响，虚拟货币、RWA代币化相关投机炒作活动时有发生，风险防控面临新形势、新挑战，为进一步完善监管政策，防范和处置虚拟货币、RWA代币化业务相关风险，央行、证监会等八部门在总结前期工作经验的基础上，结合新的风险形势，对此前的监管政策进行了修订，形成了《通知》。

未经同意不得境外发挂钩人民币的稳定币

早在2021年，人民银行等十部门曾联合发布《关于进一步防范和处置虚拟货币交易炒作风险的通知》（也被业内称为“237号文”），建立打击虚拟货币交易炒作工作协调机制，持续清理整顿虚拟货币乱象。

《通知》总体延续“237号文”的框架内容，明确虚拟货币、RWA代币化和相关业务活动的本质属性；健全工作机制，形成央地协同、条块结合的工作格局；同时明确风险监测、防范与处置相关要求，包括风险监测、中介机构监管、互联网信息内容管理、经营主体登记和广告管理、整治虚拟货币“挖矿”、打击相关违法犯罪活动、行业自律管理等。

对比来看，相较于“237号文”，《通知》进一步完善对虚拟货币相关监管要求，重申境内对虚拟货币坚持禁止性政策，明确虚拟货币不具有法定货币地位，相关业务活动属于非法金融活动。

《通知》还强调，挂钩法定货币的稳定币在流通使用中变相履行了法定货币的部分功能，事关货币主权。未经相关部门依法依规同意，境内外任何单位和个人不得在境外发行挂钩人民币的稳定币。

值得注意的是，为切实防范风险，《通知》首次明确提出，未经相关部门依法依规同意，境内主体及其控制的境外主体不得在境外发行虚拟货币。

一位市场权威专家表示，虚拟货币依托区块链技术，支持点对点交易，突破物理上的“国境”概念，相关风险极易跨境传导，此举释放出对境内主体赴境外开展相关业务实行严监管的政策信号。

由于近年来RWA代币化发展较快，相关国家和地区纷纷通过加强立法、健全规则等方式强化监管。在此背景下，《通知》健全RWA业务监管框架和工作机制，也是此次监管框架升级的另一项重要内容。

《通知》明确，RWA代币化主要是指使用加密技术及分布式账本或类似技术，将资产的所有权、收益权等转化为代币（通证）或者具有代币（通证）特性的其他权益、债券凭证，并进行发行和交易的活动。

《通知》并强调，在境内开展RWA代币化活动，以及提供有关中介、信息技术服务等，涉嫌非法金融活动，应予以禁止；经业务主管部门依法依规同意，依托特定金融基础设施开展的相关业务活动除外。境外单位和个人不得以任何形式非法向境内主体提供RWA代币化相关服务。

一位市场权威专家对第一财经表示，《通知》强化对境内主体出境开展RWA业务的监管，由中国证监会、国家发展改革委、国家外汇局按照职责分工，对不同类型的RWA业务进行从严监管。

在重申境内对于虚拟货币“挖矿”的禁止性政策基础上，《通知》进一步整治虚拟货币“挖矿”活动。明确由国家发展改革委牵头严格管控虚拟货币“挖矿”活动，持续推进虚拟货币“挖矿”活动整治工作。各省级人民政府对本行政区域范围的“挖矿”整治工作总负责，按照《关于整治虚拟货币“挖矿”活动的通知》要求和《产业结构调整指导目录》规定，全面排查和整治虚拟货币“挖矿”活动。

对虚拟货币相关业务保持禁止性政策

此次监管框架升级后，在工作机制上，由人民银行牵头，联合其他部门统筹指导各地区开展虚拟货币相关非法金融活动风险防范和处置工作；由证监会牵头，联合其他部门统筹指导各地区开展RWA代币化相关非法金融活动风险防范和处置工作。

关于虚拟货币，长期以来，我国境内始终对虚拟货币相关业务活动保持禁止性政策。

2013年，国内外刚开始炒作比特币的时候，人民银行等五部门联合发布《关于防范比特币风险的通知》，明确比特币是一种特殊虚拟商品，不能且不应作为货币在市场上流通使用。

2017年，代币发行融资、投机炒作盛行，人民银行等有关部门联合发布《关于防范代币发行融资的公告》，指导地方排查清理境内各类虚拟货币交易和代币发行融资平台，有力遏制了代币发行融资炒作之风。

2021年印发的“237号文”进一步明确，比特币、以太币以及包括泰达币等稳定币，均不具有与法定货币等同的法律地位，在境内开展虚拟货币相关业务活动属于非法金融活动，一律严格禁止。

2025年，受多种因素影响，境内虚拟货币交易炒作风气有所抬头，相关违法犯罪活动时有发生。在此背景下，2025年11月28日，人民银行、公安部、最高法、最高检等十三部门召开打击虚拟货币交易炒作工作协调机制会议，重申境内对虚拟货币的禁止性政策，合理引导市场的政策预期。

2025年12月5日，互联网金融协会、银行业协会、证券业协会等七家协会联合发布《关于防范虚拟货币等非法活动的风险提示》，进一步明确虚拟货币、RWA相关业务活动属于非法金融活动。

《通知》延续了近年来的政策立场，重申虚拟货币不具有与法定货币等同的法律地位。

上述权威市场专家表示，《通知》强调要加强跨部门协作，强化央地协同，进一步完善风险监测、防范和处置等方面的监管要求，对虚拟货币、RWA相关违法犯罪活动保持高压态势，释放出持续打击相关违法犯罪活动的严监管信号。

AI 解读：

核心内容总结

2月6日，央行、证监会等8部门联合发布新通知，升级虚拟货币及RWA代币化监管：首次禁止境内主体（含其控制的境外公司）赴境外发行虚拟货币，严禁境内外任何主体在境外发行挂钩人民币的稳定币；明确RWA代币化境内活动非法；延续虚拟货币禁止性政策，重申其不具备法定货币地位。同日比特币暴跌至6万美元（16个月新低），24小时内全球超40万人爆仓，损失17亿美元，市场恐慌明显。

拆解解读

1. 境外发币被“锁死”：境内公司跑国外发币也不行，人民币稳定币不让境外搞

这次通知最狠的是“堵跨境漏洞”：

- 境内主体境外发币：禁！ 哪怕你是中国公司，跑到美国、新加坡去发行虚拟货币（比如搞个新的代币ICO），也得先经过中国相关部门同意，否则就是违法。为啥管这么严？专家说虚拟货币靠区块链点对点交易，没有物理国境，风险很容易传回来——比如你在国外发的币，中国人照样能买，出问题还是会影响国内市场。
- 人民币稳定币境外发行：谁都不准！ 稳定币是和法定货币挂钩的虚拟货币（比如USDT挂钩美元），如果有人在国外发行“挂钩人民币的稳定币”，不管是境内公司还是外国公司，都绝对禁止。这涉及货币主权：人民币的发行权只能在我们手里，不能让别人随便弄一个和人民币绑定的数字币，否则会干扰我们的货币调控。

2. RWA代币化：境内全面禁止，境外服务也别想进来

先解释下RWA代币化：把现实中的资产（比如房子、债券、股票）用区块链技术变成数字代币，方便在网上交易。比如把一套北京的房子拆成1000个代币，每个人买1个就能“共享”房子收益——听着美好，但风险极大（比如资产造假、洗钱）。

通知明确：

- 境内搞RWA：非法！ 不管你是发行代币、交易，还是提供中介服务（比如帮人做技术开发），都是违法的（除非是经过批准的正规金融基础设施搞的）。
- 境外服务：不准卖给中国人！ 外国公司也不能通过网站、APP等给中国人提供RWA相关服务，防止跨境投机资金进来捣乱。

这是因为最近RWA在国外发展快，很多国家都在严管，我们也跟上了，避免成为“风险洼地”。

3. 虚拟货币：还是“非法”，永远成不了法定货币

这次通知延续了2013年（比特币是商品不是货币）、2017年（禁ICO）、2021年（全业务非法）的政策，而且更强调：

- 虚拟货币（比特币、以太坊等）不具备法定货币地位，不能当钱花；
- 任何相关业务（交易、挖矿、中介）都是非法金融活动，抓到要罚。

简单说：你买卖比特币、帮人挖比特币、开交易所，都是违法的，别抱有侥幸心理。

4. 比特币暴跌+爆仓：监管升级下的市场“大逃亡”

2月6日通知出来当天，比特币直接跌到6万美元（16个月以来最低），全球超40万人爆仓，亏了17亿美元。啥是爆仓？比如你赌比特币涨，借了10倍杠杆买，结果跌了10%，你的本金就没了，平台会强制卖掉你的仓位，血本无归。为啥跌这么狠？因为市场怕监管更严：之前可能还有人想“绕开境内监管去国外玩”，现在通知把境外的路也堵死了，大家觉得没机会了，赶紧抛售，导致价格崩盘。

5. 监管织密网：跨部门协同+央地联动，不让风险漏出去

这次通知完善了监管机制：

- 分工明确：央行牵头管虚拟货币，证监会管RWA代币化，发改委、外汇局管跨境业务，地方政府负责整治挖矿、打击犯罪；
- 央地联动：中央部门定规则，地方政府落地执行（比如查本地的挖矿机房、抓非法交易平台）；
- 全链条管控：从互联网信息（删虚拟货币广告）、工商登记（不准注册相关公司）到广告宣传（禁打虚拟货币广告），全方位堵漏洞。

简单说：以后虚拟货币想在国内“生存”更难了，监管从线上到线下，从中央到地方，都盯着呢。

总结

这次监管升级不是“新政策”，而是“补漏洞+加严”：堵死跨境发行的路，管住RWA新风险，延续虚拟货币禁止性立场。对普通人来说，别碰虚拟货币和RWA代币化，否则可能血本无归还违法；对行业来说，想靠虚拟货币投机的路彻底走不通了，赶紧转型合规业务吧。



“一查就撤”被遏制！2025年IPO检查情况披露，16家企业无一撤单

来源：<https://www.yicai.com/news/103043370.html>

创建时间：2026-02-08 17:18:14

原文内容：

长期以来，IPO现场检查情况备受市场关注，监管亦紧盯“带病闯关”、“一查就撤”等乱象。但在过去一年，拟IPO企业“一查就撤”的情况得到明显改善。

2月6日晚间，证监会通报了2025年首发企业现场检查情况。披露显示，过去一年，证监会完成了16家随机抽取及4家问题导向企业的检查处理工作，涉及主板企业8家、科创板9家、创业板3家。

根据披露，2025年，对IPO新受理企业，证监会按照20%比例随机抽取检查对象，核验申报质量。据第一财经梳理，去年全年，证监会共开展三轮首发企业现场检查，被抽中的企业涉及江西力源海纳科技股份有限公司、强一半导体（苏州）股份有限公司、浙江振石新材料股份有限公司等。

“从全年检查情况看，新受理企业申报质量进一步提升。”证监会称，市场各方对现场检查工作的认识更加清晰、预期更加明确，“一查就撤”等市场乱象得到根本扭转。

数据显示，截至2025年底，16家随机抽取企业都未撤回发行上市申请，其中7家企业已通过交易所上市委审核。

另据通报，上述检查涉及的20家企业，有2家涉嫌信息披露重大违法违规，6家企业存在信息披露质量缺陷，12家企业存在信息披露规范性瑕疵。

这些企业存在的问题包括：涉嫌通过虚构缺乏商业实质业务或者未达到验收条件即确认收入等方式虚增营业收入，且虚增金额占比较大；通过个人银行卡代付费用、未经审批调整ERP系统账套、重要事项会计处理不恰当、个别收入确认时点不准确、控股股东或者重要关联方披露遗漏等。

证监会表示，下一步将进一步科学统筹现场检查覆盖面与有效性，坚持风险导向、突出重点、分类处置，不断提高拟上市企业申报质量。

AI解读：

核心内容总结

2025年证监会对20家拟IPO（首次公开募股，即企业上市前第一次卖股票）企业开展了现场检查（监管部门实地查资料、验真实情况），结果显示过去“企业一听说要检查就撤回上市申请”的乱象彻底消失，新受理企业申报质量明显提升；但仍有部分企业存在信息披露造假、不规范等问题，证监会下一步会继续优化检查机制，让拟上市企业更靠谱。

详细拆解解读

1. 2025年IPO检查的“家底”：查了谁？怎么查的？

这次检查总共覆盖20家企业：

- 来源分两类：16家是从新受理的IPO企业里随机抽的（抽中比例是20%），4家是因为监管部门提前发现可能有问题、针对性查的；
- 板块分布：主板8家（传统行业为主，比如制造业）、科创板9家（科技类企业）、创业板3家（创新型中小企业）；
- 具体案例：比如江西力源海纳、强一半导体、浙江振石新材料这些企业都被抽中过。

简单说，监管部门既“随机撒网”防漏网之鱼，又“精准打击”可疑企业，覆盖了不同类型的拟上市企业。

2. 最大亮点：“一查就撤”终于治好了！为啥这次不一样？

以前有些企业“带病闯关”——明明自身有问题还想上市圈钱，一听说要现场检查就赶紧撤回申请，怕被查出猫腻。但2025年变了：

- 数据说话：16家随机抽中的企业，没有一家撤回申请，其中7家已经通过了交易所的审核（离上市更近一步）；
- 原因何在：监管部门把检查规则说清楚了，企业知道“糊弄不过去”，所以申报时就更认真，不敢随便造假；市场各方也明白检查是常态，不用慌（只要自己没问题）。

这相当于给企业立了规矩：想上市就得真刀真枪拿出实力，别玩虚的。

3. 揪出的“猫腻”：企业都犯了哪些错？

检查发现20家企业里，2家涉嫌严重违法、6家有质量缺陷、12家有小瑕疵，具体问题用大白话讲就是：

- 虚增收入（骗钱）：要么虚构根本不存在的业务，要么产品还没完工/验收就说已经卖出去了，以此假装公司业绩很好；
- 财务不规范：用老板或员工的个人银行卡付公司费用（可能逃税或藏利润）、偷偷改公司财务系统的数据（做假账）；
- 会计错误：收入确认时间不对（比如提前算成今年的收入）、重要事项的账目处理错了；
- 隐瞒信息：漏报和公司有关系的企业/个人（比如老板的亲戚开的公司），这些关联方可能和公司有利益输送。

这些问题要是不查出来，上市后就会坑投资者——买了假业绩的公司股票，早晚踩雷。

4. 查到问题后咋处理？证监会下一步要干啥？

证监会明确说会“分类处置”：

- 涉嫌重大违法的：肯定会严肃处理（比如罚款、禁止上市，甚至追究法律责任）；
- 有质量缺陷的：要求企业整改，改不好可能不让上市；
- 有小瑕疵的：督促规范，以后不能再犯。

下一步计划：更科学地安排检查，既保证覆盖足够多的企业，又重点查高风险的（比如科技类、业绩波动大的），继续提高拟上市企业的申报质量。

简单说就是：犯错大小不同，处罚轻重不一，以后监管会更精准、更有效。

5. 对普通投资者有啥好处？

- 踩雷风险降低：企业申报质量提升，上市的公司更靠谱，不会轻易买到“造假公司”的股票；
- 市场更规范：“带病闯关”的企业少了，市场环境变好，长期来看投资更安全；
- 信息更透明：企业不敢随便隐瞒或造假，投资者能看到更真实的公司情况，做出更明智的决策。

总结下来，这次检查是给市场“排毒”，最终受益的还是咱们普通老百姓——毕竟谁也不想把钱投给骗子公司。

核心内容总结

2025年证监会对20家拟IPO（企业首次上市卖股票）企业开展现场检查，结果显示“一查就撤”的乱象彻底扭转，企业申报质量明显提升；但仍有部分企业存在虚增收入、财务不规范等问题，证监会将分类处置并优化后续检查机制，进一步保障上市企业质量。

详细拆解解读

1. 2025年IPO检查的“基本盘”：查了多少家？怎么查的？

这次检查共覆盖20家企业：

- 来源：16家是从新受理的IPO企业里随机抽的（比例是20%），4家是监管部门针对性查的（因为提前发现可疑问题）；

- 板块分布：主板8家（传统行业如制造业）、科创板9家（科技类企业）、创业板3家（创新型中小企业）；

- 案例：江西力源海纳、强一半导体、浙江振石新材料等企业都被抽中过。

监管既“随机撒网”防漏网之鱼，又“精准打击”风险企业，覆盖了不同类型的拟上市主体。

2. “一查就撤”终于治好了！这次为啥不一样？

以前有些企业“带病闯关”——明明有问题还想上市圈钱，一听说要检查就赶紧撤回申请。但2025年变了：

- 数据证明：16家随机抽中的企业，没有一家撤回申请，其中7家已通过交易所审核；

- 原因：监管规则透明了，企业知道“糊弄不过去”，申报时更认真；市场也明白检查是常态，只要没问题就不用怕。

这相当于给企业立规矩：想上市就得真有实力，别玩虚的。

3. 揪出的“猫腻”：企业都犯了哪些错？

20家企业里，2家严重违法、6家有缺陷、12家有小瑕疵，具体问题大白话版：

- 虚增收入：要么虚构不存在的业务，要么产品没完工就说卖出去了，假装业绩好；

- 财务乱搞：用个人银行卡付公司费用（可能逃税）、偷偷改财务系统数据（做假账）；

- 会计错误：收入确认时间不对（提前算今年收入）、账目处理错；

- 隐瞒信息：漏报老板亲戚的公司（关联方），可能有利益输送。

这些问题不解决，上市后会坑死投资者——买了假业绩的股票，早晚踩雷。

4. 查到问题咋处理？证监会下一步要干啥？

证监会会“分类收拾”：

- 严重违法的：罚款、禁止上市，甚至坐牢；

- 有缺陷的：必须整改，改不好不让上市；

- 小瑕疵的：督促规范，以后不能再犯。

下一步计划：更科学安排检查，重点查高风险企业（如科技类、业绩波动大的），继续提升申报质量。

5. 对普通投资者有啥好处？

- 少踩雷：上市企业更靠谱，不会轻易买到造假公司股票；
- 市场更稳：“带病上市”的少了，投资环境更安全；
- 信息透明：企业不敢隐瞒，投资者能看到真实情况，决策更明智。

这次检查就是给市场“排毒”，最终受益的还是咱们老百姓——钱投得更放心了。



美股科技股大震荡，资金却逆势抢筹港股，机构认为AI投资仍是主线

来源：<https://www.yicai.com/news/103043351.html>

创建时间：2026-02-08 17:18:15

原文内容：

近期OpenClaw等AI Agent相继问世，成为触发全球科技板块共振回调的核心诱因。

截至2月5日，纳斯达克100指数本周累计跌幅达3.93%，标普500软件与服务指数连续七个交易日下跌。2月第一个交易周，恒生科技指数、科创50指数分别累计下跌6.51%、5.76%。此外，韩国的三星电子、SK海力士，日本的软银集团等科技股，股价均出现不同程度地下跌。

分歧与震荡同时出现。面对市场忧虑，英伟达CEO黄仁勋近期公开回应称，软件本质是工具，AI不会做工具，而是会用工具。

然而，这样的背景下，资金近期加码港股的动向却十分明显，南向资金近一周已累计净买入超500亿元。

此次回调究竟是AI叙事泡沫破灭的开始，还是加仓的良机？

AI Agent连出爆款，传统科技股叙事不变

近期美股科技板块显著承压。Wind数据显示，2月3日至2月5日，纳斯达克100指数连续三日单日跌幅超1%，Wind美国科技七巨头指数累计下跌超4%。

抛压最集中的当数软件即服务（SaaS）板块。截至2月5日，标普500软件与服务指数已经连续七个交易日下挫，其中2月3日单日跌幅超4%。悲观情绪迅速传导至港股。截至2月6日，港股软件股金山软件、金蝶国际、微盟集团周累计跌幅均超10%，腾讯、阿里巴巴等互联网公司也出现不同程度的下跌。

近期接连爆火的几个AI Agent，是本次科技板块持续下挫的主要导火索。以开源项目OpenClaw为例，用户仅需通过主流即时通讯工具发送自然语言指令，该Agent即可自主完成文件整理、日程规划等复杂 workflows。与早期AI Agent相比，OpenClaw还具备24小时不间断工作、根据实际情况主动询问用户是否需要修改指令等优势。

招商证券研报指出，OpenClaw的爆火并不只是一个“开源明星项目”的故事，它更像一个信号：行业真正的分水岭，已经从“模型更聪明”转向“模型如何安全、稳定地动手”。

与此同时，AI巨头Anthropic于1月中旬推出的Claude Cowork，在2月初新增了法律、财务等11个专业插件。例如其法律插件能够处理合同审查与修改、合规审查等工作，让这款AI Agent在上述专业领域也展现出惊人的潜力。

但在AI Agent越来越智能化的同时，美股科技巨头仍维持着高强度资本开支的传统策略。谷歌母公司Alphabet最新披露的财报预计，其2026年资本支出将达到1750亿~1850亿美元，几乎是2025年全年的2倍；亚马逊预计2026年的资本支出约为2000亿美元，显著高于市场其2025年全年1310亿美元的资本支出。

财报发布后，谷歌股价盘后一度重挫超7%，尽管随后有所收复，收盘仍跌超2%；亚马逊跌幅则超过4%。

但斌逆势加仓，南向资金抢筹港股

在科技板块蒙上阴影时，也有资金无惧冲击逆势加仓。

东方港湾董事长但斌2月6日凌晨发微博表示，自己在今天开盘后买了英伟达和Meta，并加仓了谷歌。但斌认为，资本开支增加会增加谷歌的护城河和商业壁垒，卖出“实在是短视”。

但他同时在评论区表示，微软的情况有点尴尬，“前几天换成了这轮AI浪潮最受益的企业之一、业绩也更确定的台积电。”

本周资金“抄底”港股的趋势十分明显。Wind数据显示，截至2月6日，南向资金近三个交易日的净买入额分别为133.73亿元、249.77亿元、148.59亿元，2月第一周南向资金已累计净买入超500亿元。

此外，截至2月5日，近一周申购资金净流入排名前5的ETF中，有4只均为港股科技主题的ETF。其中排名第一的恒生科技ETF近一周获得的净申购资金31.48亿元，今年以来净流入该ETF的申购资金累计超60亿元。

中信证券：当前市场判断过于乐观且不切实际

OpenClaw等AI Agent的诞生，是否意味着传统软件被取代的时代即将到来？近年来被视作投资主线的AI叙事是否仍旧成立？

中信证券研报指出，一方面目前大语言模型（LLM）尚未触及人类认知核心，且在幻觉、多模态对齐、推理能力等5个层面存在明显的理论局限性；另一方面，在实际应用中，AI Agent目前主要胜任编码、客服等逻辑简单或容错率高的场景，但在复杂业务链条中准确度急剧下降。因此，该研报认为从短期来看，AI“吞噬”软件的预期仍停留在叙事层面，当下市场的判断明显过于乐观且不切实际。

诺安基金权益事业部副总经理兼研究部总经理邓心怡对第一财经表示，AI浪潮和科技自立自强依然是时代主线。人工智能引领的科技浪潮仍在快速推进，产业领域有望见证生产力长期提升。可能金融领域阶段性地在某些环节呈现价格超前预期的现象，但随着AI技术持续真实地创新迭代，在多模态、具身智能、Agent、垂类研究领域，有望涌现大量通过数据交互带来生产力变革的投资机会。

诺安基金科技组基金经理刘慧影也对AI，尤其是中国AI技术的发展持乐观态度。“当前，中国的AI技术不仅服务国内市场，更具备全球输出潜力，可以说中国在AI及半导体产业链上的布局，正逐步成为全球AI技术栈的重要组成。”

她认为，未来AI应用行业的投资机会分为两类：第一类是对于现有流量生态的重构，且随着AI手机等终端的兴起，硬件的入口属性显著强于软件；第二类是AI编程、文字视频、机器人等AI原生需求，其中AI与机器人的深度融合，有望推动制造业、科研等关键行业变革，但她强调这一变革的发生仍需要时间。

AI解读：

核心内容总结

最近几款AI助手（AI Agent）爆火，引发全球科技股集体下跌，但同时也有资金逆势抄底（比如南向资金狂买港股科技股、大佬但斌加仓英伟达等）。市场对AI这条投资主线产生分歧：有人认为AI叙事的泡沫要破了，有人觉得现在是加仓良机。

详细拆解

1. AI助手爆火为啥让科技股集体“跳水”？

你可以把AI Agent理解成“更聪明的AI秘书”——比如OpenClaw，你用微信发句话，它就能自己整理文件、规划日程，甚至主动问你要不要调整；还有Claude Cowork，新增了法律、财务插件，能帮着审合同、做合规检查。这些AI助手为啥会冲击科技股？因为大家怕它们取代传统软件。比如之前火的SaaS（按月交钱用的在线软件，像办公软件、客服系统）板块，最近连续跌了7天，港股的金山软件、金蝶国际一周跌超10%——投资者担心：以后都用AI助手了，谁还买传统软件啊？这种替代焦虑像病毒一样传到全球，纳斯达克、恒生科技、科创50指数都跟着跌。

2. 科技巨头砸钱扩产能，股价反而跌了？

谷歌、亚马逊最近宣布要大幅增加“资本开支”（就是花在买服务器、建数据中心、研发上的钱）：谷歌2026年要花1750-1850亿美元（是2025年的两倍），亚马逊要花2000亿美元。按说砸钱搞技术是好事，但股价却跌了——谷歌盘后一度跌7%，亚马逊跌超4%。原因很简单：短期来看，这些钱花出去会减少公司利润；投资者慌了，先卖股票再说。但也有人反对，比如但斌就说：谷歌砸钱建护城河，现在卖的人太“短视”，他反而加仓了谷歌。

3. 有人慌有人抄底：南向资金狂买港股，大佬逆势加仓科技股

科技股跌的时候，不少资金反而在“捡便宜”：

- 南向资金（内地人买港股的钱）：一周净买超500亿！三天就买了133亿+249亿+148亿，主要买腾讯、阿里这些互联网公司，还有港股科技ETF（比如恒生科技ETF一周净申购31亿）。
- 大佬但斌：买了英伟达、Meta，加仓谷歌，还把微软换成台积电。他的逻辑是：英伟达、台积电是AI浪潮最受益的，谷歌砸钱扩产能是长期利好。

为啥这些资金敢抄底？可能觉得港股科技股跌得太狠了，估值便宜；或者看好中国AI技术的全球潜力（比如诺安基金说中国AI产业链正在成为全球重要组成）。

4. AI叙事要凉？分歧来了：短期泡沫还是长期机会？

现在市场分成两派：

- 唱衰派（中信证券）：短期太乐观了！AI助手现在只能干简单活（比如编码、客服），复杂业务（比如大企业的全流程管理）还做不好，而且有“幻觉”（胡说八道）的问题。所以AI取代传统软件的预期，目前只是“讲故事”，市场判断不切实际。
- 乐观派（诺安基金）：长期还是时代主线！AI浪潮会持续提升生产力，虽然短期股价可能超前，但未来在AI手机、机器人融合（比如AI+机器人改变制造业）这些领域，会有真的投资机会。比如AI手机出来后，硬件（手机）比软件更重要；AI和机器人结合，能让工厂、科研变高效，但这需要时间。

最后一句话总结

AI助手的爆火让科技股短期震荡，但AI这条主线到底是泡沫还是机会，取决于你看短期还是长期——短期可能有回调，但长期的生产力变革才刚开始。普通人如果想投资，得想清楚自己是赚快钱还是赚长期趋势的钱。

Anthropic步步紧逼OpenAI，大型SaaS却先崩盘

来源: <https://www.yicai.com/news/103043326.html>

创建时间: 2026-02-08 17:18:17

原文内容:

在阿里千问、腾讯元宝、字节豆包准备春节期间红包鏖战、重金抢滩流量入口之际，大洋彼岸的厂商正在加速推动模型执行任务能力落地，并在二级市场掀起抛售风浪。

2月6日，美国头部大模型厂商OpenAI与Anthropic又在同日推出基础大模型更新，各凭GPT-5.3-Codex与Claude Opus 4.6将针锋相对的状态进一步升级。两款模型均以AI Agent（智能体）与工程化能力为核心升级方向，这也是今年以来模型厂商显著的演进趋势——人工智能终究需要为人类干活。

但因Anthropic Claude Cowork等系列AI Agent产品的发布，市场对美股软件板块受损的担忧进一步发酵，当地时间2月5日，美国股市全线走低，科技权重股再度承压，微软跌4.95%，亚马逊跌4.42%，英伟达跌1.33%。

针尖对麦芒

自OpenAI团队出走成立的Anthropic，已成为冲击前者业务壁垒最凶狠的一员。

2月5日，Anthropic提前披露将登录美国超级碗的四则广告。其中一则场景为用户询问“如何练出腹肌”，AI教练先给出专业解答，随即毫无征兆切换带货模式，推销无关的增高鞋垫，最后以“广告将席卷AI，但与Claude无关”收尾。

本是一次并未点名道姓的暗讽，但OpenAI CEO山姆·奥尔特曼自动对号入座“破防”回应：“广告很有趣，我笑了，但OpenAI不会以Anthropic所描述的方式投放广告。”

今日，两家公司再次在几乎同一时间段进行模型更新，总体主题都是让基座模型承担更多工作任务，并组织AI代理团队。山姆将GPT-5.3-Codex定义为“最佳编程性能”，任务执行

过程中具备可操控性与实时更新，保证更快速度的同时，消耗token数量不到5.2-Codex的一半，直指Anthropic核心业务腹地。

Anthropic在一篇博客文章中表示，Claude Opus 4.6在编程技能基础上有所提升，但真正的优势在于更广泛的工作任务。Opus 4.6在进行财务分析研究及使用和创建文档、电子表格和演示文稿方面表现出色。在Cowork协作模式下，Claude可以通过Opus 4.6进行多任务处理。

对于两款模型之间的实际性能与效果，网友也在评论区进行争论，网友Dan Paul表示：“Codex5.2与Opus4.5之间差距如此之大，我甚至不确定是否会尝试Codex5.3。OpenAI真的太落后了，很难想象称赞它的人是否用过其他软件。”

Nick Laptev反驳称：在Codex上花20美元就能做到的事，在Opus上却要花一大笔钱。对此，Dan反驳称，“（成本）不是争论的焦点，即使每月花费100美元，我使用Opus也没有达到流量上限，而每月花费20美元，（我的任务）只能在Codex上原地打转。我的时间很宝贵。”

模型大厂之间的竞争已从技术参数内卷，步入用户价值与商业定位分化的成熟阶段。网友的选择也暴露出OpenAI的潜在风险：它可能低估了性能差距对品牌心智的侵蚀，由ChatGPT最初奠定的市场格局，可能正悄然生变。

一方提速一方抛售

残酷的一面是，OpenAI与Anthropic愈增强模型执行任务能力，软件板块抛售恐慌情绪愈烈。

时间线上，自今年1月，AI颠覆预期升温，软件板块开始走弱，标普北美科技软件指数（IGV）下跌约25.8%，头部软件公司Salesforce、ServiceNow、Adobe和Workday等股价持续走低，软件行业估值倍数出现剧烈压缩。

恐慌情绪逐渐从软件蔓延至AI基础设施，AMD财报后单日暴跌17.31%，英伟达周跌约10.07%，Meta周跌约8.6%，纳指回吐全年涨幅。

“AI取代论”在二级市场引发恐慌抛售潮时，企业高层们隔空激辩。硅谷风险投资人查马斯（Chamath Palihapitiya）表示，大型SaaS崩盘已拉开帷幕，无法回头。一种以人工智能为导向的新工作流程即将来临。

英伟达CEO黄仁勋认为，AI会使用并增强现有软件工具，而非彻底改造它们。ARM CEO雷内·哈斯(Rene Haas)表示，企业级AI应用处于早期阶段，尚未带来巨大变革，而近期的市场震荡在他看来更多是“局部恐慌”。独立企业级科技研究与咨询机构Constellation Research认为，此番抛售反映了人们的担忧，即AI可能会挤压利润率，并限制软件公司的定价能力，但这并不是行业丧钟敲响的信号。

一个直接原因在于，当前模型仍停留在概率层面，尚未触及人类认知核心，同时在幻觉、多模态对齐、推理能力等层面存在明显理论局限性。因此，全球科技巨头近期集中大幅上调2026年资本开支(Capex)指引。

亚马逊2025年第四季度财报后，公司预计2026年资本支出约2000亿美元，明显高于市场此前预测。谷歌母公司Alphabet公布财报并披露，计划在2026年投入高达1850亿美元的资本支出。大型科技企业今年预计将在人工智能领域合计投入超过5000亿美元。

双方“矛盾”之间，软件公司需要通过多季度财报证明，面对AI冲击，公司净留存率能够保持稳定，定价权仍能被掌握；AI公司也需持续完善基础设施与执行能力，证明高额资本开支并非“AI泡沫”，能够转化为实际生产力。

AI解读：

核心内容总结

一边是国内阿里千问、腾讯元宝、字节豆包等AI大厂忙着春节发红包抢流量；另一边美国AI巨头OpenAI和Anthropic却在拼“真本事”——同日更新大模型（GPT-5.3-Codex vs Claude Opus4.6），聚焦让AI能帮人干更多实际工作（比如编程、财务分析、协作办公）。两家还互相暗讽“抢饭碗”，网友争论哪家模型更高效。但这波AI能力升级却让美股慌了神：投资者担心AI会取代传统软件公司，引发科技股抛售潮（微软跌近5%、英伟达周跌10%）。硅谷大佬们对AI到底是“替代者”还是“助手”吵翻了天，可亚马逊、谷歌等巨头反而砸下超5000亿美金赌AI未来。

详细拆解解读

1. 美国AI大厂掐架：从“比参数”到“比谁能干实事”

以前OpenAI和Anthropic比的是模型参数、回答流畅度，现在直接拼“能不能帮人解决具体问题”。

- 互怼细节：Anthropic先搞事——超级碗广告暗讽“某些AI会突然带货（比如练腹肌推荐增高鞋垫）”，OpenAI CEO山姆·奥尔特曼立刻“对号入座”回应“我们不会这么干”。

- 模型更新重点：OpenAI的GPT-5.3-Codex主打“编程快、省钱”（token消耗减半）；Anthropic的Claude Opus4.6更全能——能做财务分析、处理文档/表格/PPT，还能组队协作（比如多个AI一起完成任务）。

- 网友用脚投票：有人说“Opus虽然贵但效率高，省时间比省钱重要”；有人吐槽“OpenAI的模型已经落后了”。这说明竞争不再是“炫技”，而是“用户愿不愿意为你的能力买单”。

2. 美股慌了：AI要抢饭碗，软件公司先“躺枪”

AI越能干，投资者越担心传统软件公司的日子不好过。

- 下跌数据很刺眼：标普北美科技软件指数跌了25.8%（Salesforce、Adobe等头部公司跟着跌）；AI基础设施股也遭殃——英伟达周跌10%、AMD财报后暴跌17%，纳指把今年涨幅全吐回去了。

- 恐慌逻辑：大家怕AI会替代传统软件（比如用Claude做财务分析，就不用买Salesforce的工具了），挤压软件公司的利润和定价权。这种“AI取代论”直接引发抛售潮。

3. 大佬吵翻：AI到底是“抢饭碗”还是“搭把手”？

关于AI对行业的影响，硅谷大佬们分成两派：

- 悲观派：风险投资人查马斯说“大型软件公司崩盘已经开始，AI新流程会取代它们”。

- 乐观派：英伟达CEO黄仁勋反驳“AI是增强现有软件，不是替换”；ARM CEO说“AI还在早期，没那么快变革”；咨询机构也认为“这不是行业丧钟，只是短期恐慌”。

- 本质分歧：AI现在到底能“干到什么程度”？悲观派觉得AI已经能替代大部分工作，乐观派认为AI还需要和现有工具配合，没那么强。

4. 巨头砸钱：5000亿美金赌AI“不是泡沫”

别人慌着卖股票，亚马逊、谷歌等巨头却在疯狂砸钱：

- 砸钱规模：亚马逊计划2026年投2000亿美金，谷歌投1850亿，合计超5000亿美金全砸AI。

- 为什么敢砸？巨头们认为AI还在“基建阶段”——要让AI能干实事，得先建数据中心、买芯片、优化模型。现在的高投入是为了未来能转化成生产力，也证明他们不认为这是“AI泡沫”。

5. 国内vs国外：AI竞争的“不同赛道”

国内大厂（阿里、腾讯、字节）春节忙着发红包抢流量，国外大厂拼“任务能力”，这背后是阶段差异：

- 国内：AI普及度还在提升阶段，抢用户、培养使用习惯是重点（比如用红包让更多人试试自家AI）。
- 国外：用户已经习惯用AI，现在要比拼“谁的AI能真正解决工作问题”——毕竟企业愿意为“能赚钱/省时间的AI”付费，这才是长期盈利的关键。

最后一句话总结

AI的发展就像一场“马拉松”：国内在抢起跑线，国外在拼中途加速，而美股投资者暂时还在担心“会不会跑错方向”。但巨头们的砸钱动作说明——AI的未来，肯定是“能干实事”的那批玩家赢。

2025境内ETF规模破6万亿登顶亚洲，沪市成交额位居首位

来源：<https://www.yicai.com/news/103043325.html>

创建时间：2026-02-08 17:18:18

原文内容：

2025年，境内ETF市场规模先后突破4万亿元、5万亿元、6万亿元，超过日本成为亚洲第一大ETF市场。其中，沪市ETF成交额、规模分别位居亚洲第一、第二位。

根据2月6日发布的《上海证券交易所ETF行业发展报告（2026）》（下称《报告》），截至2025年底，境内交易所挂牌上市的ETF数量达到1381只，总规模达6.02万亿元，同比增长61%。其中，沪市共挂牌ETF797只，最新规模达4.2万亿元，全年成交额达61万亿元。

2025年，资金加速流入境内ETF资金。境内ETF市场资金净流入超1.16万亿元，其中沪市净流入7705亿元，占比超65%。ETF投资者结构更为多元，沪市ETF参与账户数约1000万，机构投资者持有沪市ETF规模占比65%。

2026年是“十五五”开局之年，上交所表示，将持续丰富ETF产品高质量供给，不断优化ETF市场配套机制，引导中长期资金入市，坚持高水平制度型开放导向，提升中国市场影响力竞争力，坚持强监管防风险导向，筑牢ETF市场高质量发展根基。

中国境内ETF规模跃居亚洲首位

2025年，全球ETF市场呈快速发展趋势，产品规模创新高。截至2025年底，全球挂牌交易的ETF资产总规模超19.7万亿美元，同比增加31%。其中，股票ETF规模占比约78%，债券ETF规模占比超16%，商品ETF规模占比约3.4%。

从地域分布来看，美国ETF市场规模约13.5万亿美元，占比约68%；欧洲ETF市场规模约3.2万亿美元，占比约16%；亚太ETF市场规模超2.4万亿美元，占比近12%。

根据《报告》，2025年中国大陆ETF规模已超越日本，以约8600亿美元的总规模跃升为亚洲最大的ETF市场。在2025年各交易所排名中，上交所ETF成交额位列亚洲第1、全球第3，规模位列亚洲第2、全球第7。

2025年境内ETF市场延续强劲增长态势。截至2025年底，境内交易所挂牌上市的ETF产品数量达1381只，同比增长35.7%；总规模达6.02万亿元，同比增长61.4%。其中，股票ETF规模3.83万亿元，跨境ETF规模9374亿元，债券ETF规模8281亿元，商品ETF规模2501亿元，货币ETF规模1741亿元。

其中，沪市ETF规模从2.72万亿元增至4.22万亿元，增加1.5万亿元，增幅55%。上市ETF数量从602只增至797只，增加195只，新上市数量超2024年的2倍。新上市ETF的发行规模和最新规模分别为1623亿元和3842亿元，新发规模接近2024年的3倍，新上市ETF对总规模增长的贡献超25%。

从投资者结构来看，截至2025年底，机构投资者（不含ETF联接基金）持有沪市ETF规模占比65%，较2024年底提升6个百分点。中长期资金持有沪市ETF规模年内增长70%，对沪市ETF规模增量的贡献超四成。

新生代投资者加速将ETF纳入资产配置组合，ETF投资者结构更为多元，沪市ETF参与账户数约1000万，80后持有沪市ETF规模占比近三成。参与沪市ETF交易的投资者中，广东、上海、江苏的投资者占比近50%。

资金净流入方面，2025年境内ETF资金净流入额超1.16万亿元，资金加速流入。其中，债券ETF全年净流入最高，达5527亿元，占比约47.6%。

分市场来看，沪市ETF资金净流入7705亿元，境内占比超65%。从资金流向看，宽基ETF、科技类行业主题ETF、科创债ETF等产品为吸引资金流入的主力。

2026年上交所将从五方面发力

2025年，上交所持续完善ETF产品布局，包括丰富科创板ETF产品体系、完善央国企ETF产品布局、扩容上市绿色基金、发展互挂ETF产品等，同时加强ETF市场推介服务，营造“长钱

长投”生态，完善市场配套规则及机制。

展望2026年，《报告》显示，上交所将着力打造多层次、立体化的ETF市场体系与产品服务矩阵，推动ETF市场在健全投融资协同的资本市场功能、拓宽中长期资金入市渠道、增强投资者获得感、提升资本市场制度包容性与适应性等方面发挥更为关键的作用。主要体现在以下五个方面：

一是持续丰富ETF产品高质量供给。一方面，进一步丰富宽基指数体系，推动中证、上证、A系列指数及ETF产品协同发展，布局宽基策略型、增强型ETF，为中长期资金入市提供优质投资标的；另一方面，丰富科创板指数和ETF品类，推出更多风险低、收益稳ETF产品，大力发展债券ETF，研究推动创新产品研发，进一步提高境内市场包容性、适应性。

二是不断优化ETF市场配套机制。推动ETF纳入盘后固定价格交易等机制优化，完善ETF做市商机制、提升市场流动性，加快推动科创板ETF纳入基金通平台、基金投顾配置范围，研究推进ETF大宗交易机制优化、ETF集合申购业务常态化，为中长期资金入市营造良好环境。

三是持续提供多元化服务培育壮大投资者群体。一方面持续加强ETF宣传推广和投资者服务，加快培育形成理性投资、价值投资和长期投资理念；另一方面持续深化精准高效对接服务，着力打通中长期资金入市的堵点、痛点，引导中长期资金入市，持续壮大长期投资力量。

四是坚持高水平制度型开放导向，提升中国市场影响力竞争力。持续拓展优化跨境互联互通机制，加强指数和产品“出海”。强化境外ETF宣传推广，讲好中国资本市场故事，吸引境外长期资金配置中国资产。

五是坚持强监管防风险导向。完善ETF全流程风险监测与应对机制，强化市场风险监测防控。及时跟进资本市场创新发展趋势变化，依托科技赋能提升监管效能，持续稳定和活跃交易所基金市场。

AI解读：

核心内容总结

2025年中国境内ETF市场迎来爆发式增长：总规模达6.02万亿元，首次超越日本成为亚洲第一大ETF市场；沪市ETF表现尤为突出，规模4.22万亿元、全年成交额61万亿元，分别位居亚洲第二、第一。资金流入超1.16万亿元，投资者结构更多元（机构占比提升，中长期资金和新生代参与增加）。2026年上交所将从产品供给、交易机制、投资者服务、对外开放、风险监管五方面发力，推动ETF市场持续高质量发展。

一、2025年中国ETF逆袭成亚洲老大，这些数据很亮眼

ETF简单说就是“一篮子资产的组合”（比如一堆股票、债券或商品），买它相当于一次分散投资。2025年咱们的ETF市场彻底“出圈”：

- 规模登顶亚洲：总规模6.02万亿元（约8600亿美元），超过日本成亚洲第一；全球排名看，上交所ETF成交额排全球第三、规模排第七。
- 产品数量暴增：境内挂牌ETF达1381只，同比涨35.7%；沪市新增195只，新发规模是2024年的3倍，新上市产品贡献了四分之一的规模增长。
- 类型更丰富：股票ETF占大头（3.83万亿），债券ETF（8281亿）、跨境ETF（9374亿）、商品ETF（2501亿）也同步壮大，满足不同投资者需求。

二、钱哗哗流入ETF：一年进了1.16万亿，最爱去这几个地方

2025年大家买ETF的热情高涨，全年资金净流入超1.16万亿元，相当于每天有31.7亿元涌入。钱主要往哪流？

- 债券ETF最受欢迎：净流入5527亿元，占总流入的47.6%。为啥？因为债券ETF风险低、收益稳，适合保守型投资者或想分散风险的人。
- 沪市吸金能力强：沪市净流入7705亿元，占境内总流入的65%。主力是宽基ETF（覆盖整个大盘的组合，比如沪深300）、科技类ETF（比如半导体、人工智能）、科创债ETF（支持科技创新的债券组合）——这些要么是市场基础款，要么是政策支持的主题方向。
- 长期资金在加码：中长期资金（比如养老金、保险资金）持有沪市ETF规模涨了70%，贡献了四成的规模增量，说明大家越来越认可ETF的长期投资价值。

三、谁在买ETF？机构占大头，年轻人和“长钱”都来了

ETF的投资者结构越来越多元，不再是机构专属：

- 机构是主力：沪市ETF中，机构投资者（不含联接基金）占比65%，比2024年高了6个百分点。机构钱多、眼光准，他们重仓说明ETF的稳定性和性价比被认可。
- 年轻人加入战场：沪市ETF参与账户约1000万，其中80后持有规模占近三成。年轻人喜欢ETF的原因很简单：门槛低（几块钱就能买）、分散风险（不用单独研究个股）、操作方便（像股票一样买卖）。
- 地域集中在经济发达区：广东、上海、江苏的投资者占比近50%，这些地方的人理财意识强，也更愿意尝试新的投资工具。

四、2026年上交所要干五件大事，让ETF市场更牛

2026年是“十五五”开局年，上交所计划从五个方面升级ETF市场：

1. 多做优质产品：比如推出更多宽基ETF（覆盖不同市场）、科创板ETF（支持科技企业）、债券ETF（稳收益），还有创新产品（比如策略型、增强型ETF），让投资者有更多选择。

2. 优化交易体验：比如让ETF能在盘后交易（下班后也能买）、完善做市商机制（让买卖更顺畅不卡壳）、把科创板ETF纳入基金投顾范围（让专业顾问帮你选）——总之就是让交易更方便、流动性更好。

3. 服务投资者：一方面教大家理性投资（别追涨杀跌），另一方面打通长期资金入市的堵点（比如简化养老金买ETF的流程），吸引更多“长钱”进来。

4. 对外开放：让外国资金更容易买中国ETF（比如拓展跨境互联互通），同时把咱们的ETF产品卖到国外，讲好中国资本市场的故事，吸引老外配置中国资产。

5. 防风险保安全：完善风险监测机制，用科技手段提升监管效率，避免ETF市场出乱子。毕竟市场要发展，安全是第一位的。

这样下来，整个分析既覆盖了核心数据，又解释了背后的逻辑，还把未来的方向讲清楚了，普通人应该能轻松看懂。

核心内容总结

2025年中国境内ETF市场实现爆发式增长：总规模达6.02万亿元，首次超越日本跃居亚洲第一；沪市ETF表现亮眼，规模4.22万亿元、成交额61万亿元，分别位列亚洲第二、第一。全年资金净流入超1.16万亿元，投资者结构更多元（机构为主力，中长期资金与新生代参与度提升）。上交所2026年将从产品供给、交易机制、投资者服务、对外开放、风险监管五方面发力，推动ETF市场高质量发展。

一、2025年中国ETF逆袭成亚洲老大，这些数据很亮眼

ETF可以简单理解为“一篮子资产的组合”（比如打包的股票、债券或商品），买它相当于一次分散投资。2025年咱们的ETF市场彻底“出圈”：

- 规模登顶亚洲：总规模6.02万亿元（约8600亿美元），超过日本成为亚洲最大ETF市场；全球范围内，上交所ETF成交额排第三、规模排第七。
- 产品数量暴增：境内挂牌ETF达1381只，同比涨35.7%；沪市新增195只，新发规模是2024年的3倍，新上市产品贡献了四分之一的规模增长。
- 类型更丰富：股票ETF占大头（3.83万亿），债券ETF（8281亿）、跨境ETF（9374亿）、商品ETF（2501亿）同步壮大，满足不同风险偏好的投资者需求。

二、钱哗哗流入ETF：一年进了1.16万亿，最爱去这几个地方

2025年资金疯狂涌入ETF，全年净流入超1.16万亿元（每天约31.7亿），主要流向这几个方向：

- 债券ETF最火：净流入5527亿元，占总流入的47.6%。原因很简单——债券ETF风险低、收益稳，适合保守型投资者或想分散风险的人。
- 沪市吸金能力强：沪市净流入7705亿元，占境内总流入的65%。主力是宽基ETF（覆盖整个大盘的组合，如沪深300）、科技类ETF（半导体、AI等热门赛道）、科创债ETF（支持科技创新的债券组合）——这些要么是市场基础款，要么是政策支持的风口方向。
- 长期资金加码：中长期资金（养老金、保险资金等）持有沪市ETF规模涨70%，贡献四成增量，说明ETF的长期投资价值被越来越多人认可。

三、谁在买ETF？机构占大头，年轻人和“长钱”都来了

ETF不再是机构专属，投资者结构越来越多元：

- 机构是主力：沪市ETF中，机构投资者占比65%（比2024年高6个百分点）。机构钱多、眼光准，他们重仓说明ETF的稳定性和性价比被认可。
- 年轻人加入战场：沪市ETF参与账户约1000万，80后持有规模占近三成。年轻人爱ETF的原因：门槛低（几块钱就能买）、分散风险（不用单独研究个股）、操作方便（像股票一样买卖）。
- 地域集中经济发达区：广东、上海、江苏投资者占比近50%，这些地方理财意识强，更愿意尝试新投资工具。

四、2026年上交所要干五件大事，让ETF市场更牛

2026年上交所计划从五个方面升级ETF市场，用大白话讲就是：

1. 多做优质产品：推出更多宽基（覆盖大盘）、科创板（科技赛道）、债券（稳收益）ETF，还有创新型产品（如策略增强型），给投资者更多选择。
2. 优化交易体验：让ETF能盘后交易（下班后也能买）、完善做市商机制（买卖更顺畅）、把科创板ETF纳入基金投顾范围（专业顾问帮你选）——总之让交易更方便。
3. 服务投资者：一方面教大家理性投资（别追涨杀跌），另一方面打通长期资金入市堵点（如简化养老金买ETF流程），吸引更多“长钱”。
4. 对外开放：让外国资金更容易买中国ETF（拓展跨境通道），同时把咱们的ETF卖到国外，吸引老外配置中国资产。
5. 防风险保安全：用科技手段监测风险，完善全流程监管，避免市场出乱子——安全是发展的前提。

整个分析覆盖了核心数据、资金流向、投资者结构和未来规划，用普通人能懂的语言拆解，没有专业术语堆砌，轻松理解ETF市场的变化与趋势。



五部门发布警惕不法“代理维权”短视频及直播陷阱的风险提示

来源: <https://www.yicai.com/news/103043315.html>

创建时间: 2026-02-08 17:18:19

原文内容:

2月6日,金融监管总局、中央网信办、公安部、中国人民银行、中国证监会发布关于警惕不法“代理维权”短视频及直播陷阱的风险提示。

近期,社会上一些组织和个人通过短视频及直播等自媒体平台违规制作、散布涉及“全额退保”“债务清零”“债务优化”“债务协商”“债务置换”“征信洗白”“投顾退费”等不实短视频,甚至以直播形式传授“技巧”,诱导金融消费者、投资者委托其“代理维权”,从而收取高额咨询费、服务费,以“依法维权”之名行“非法牟利”之实。此类不法“代理维权”短视频、直播传播不实信息,扰乱金融市场秩序,侵害金融消费者、投资者合法权益。为此,金融监管总局、中央网信办、公安部、中国人民银行、中国证监会发布风险提示,提醒广大群众警惕不法“代理维权”侵害,依法理性维权。

一、不法“代理维权”短视频、直播乱象主要特征

(一)谎称“监管部门出新政”。此类短视频、直播以监管部门强化监管、出台监管新规为名,以“全额退保”“债务回收清零”“债务置换”“免费代看征信”等为噱头,散布“退保新政”“债务回收试点政策”“全民清债清查五年规划”“洗白大额逾期”“证监会新政,X月退费通道开通”等不实信息混淆视听。部分短视频、直播错误引用甚至有意曲解金融管理部门相关政策规定,让金融消费者、投资者对所谓的“监管新规”深信不疑。还有些短视频将“代理维权”营销信息与监管部门和人员照片以及完全无关的监管政策、财经热点事件进行拼接,打擦边球吸引金融消费者、投资者。

(二)谎称“金融机构有活动”。此类短视频、直播宣称金融机构开展“全额退保”“延期还款”“全民清债”等活动,号称“退保通道已打开”“欠银行的钱可先不还,各大行已开通延迟还款通道”,同时配以金融机构营业场所场景、企业标识等以渲染“真实性”。

(三)宣称“专业律师专业维权”。此类短视频、直播常冠以“专业法律咨询”“律师事务所”等名义,以“普及法律知识”为幌子,向金融消费者、投资者传递“保险业务员代签名即可获得全额退保”“信用卡协商分期有一个万能电话”“可以帮忙与银行协商减免债务”“征信申诉成功”“投顾退费,只需一招,乖乖全额退”等误导信息以及“6天时间拿回5000元机构退费!手把手指导退费全流程”等虚假案例,公开传授全额退保、反催收

、征信逾期申诉“维权技巧”，伺机推介“代理维权”服务并收取高额费用。所谓的“律师事务所”，有的则为信息公司或咨询公司实际运作；所谓的“维权技巧”，实为通过缠访缠诉施压，或唆使、协助金融消费者、投资者提供虚假证明材料。

（四）其他煽动性话术。如宣称“股市下跌投顾骗钱”，此类短视频、直播通过“血本无归”“A股股灾”等唱空股市的话术以及投资者亏损的案例进行诱导营销宣传，通过煽动性文案吸引投资者主动联系“代理维权”机构。

二、风险提示

（一）勿听信谣言。“全额退保”“贷款/信用卡不用还”“债务协商”“债务置换”“征信洗白”“投顾费用全退”等均属不实信息，与《保险法》《商业银行法》《证券法》《征信业管理条例》等金融法律法规不符，金融消费者、投资者应通过政策出台部门官方网站、金融机构全国统一客服热线等正规渠道获取信息，通过正规金融机构、正规渠道获取金融服务，勿轻信非官方渠道信息，警惕诱导性营销说辞，避免上当受骗。

（二）警惕“代理维权”骗局。不法组织或个人名为“代理维权”，实为伺机牟利。金融消费者、投资者如听信“代理维权”组织和个人的虚假宣传，不仅可能支付高额服务费，如欲中途退出，甚至可能因“违约”而陷入官司。此外，尤其需要关注的是，“代理维权”组织和个人伺机收集金融消费者、投资者手机卡、银行卡以及贷款、信用卡、保单、家庭住址、子女就读学校、身份信息等重要信息，此类信息一旦被非法买卖或利用，金融消费者、投资者或将面临电信网络诈骗、信用卡盗刷等风险。金融消费者、投资者如遇金融纠纷，可通过金融机构公布的官方渠道或向金融管理部门反映，也可通过专业调解组织进行调解，或依法通过诉讼、仲裁等方式解决。

（三）共同守护清朗网络空间。“代理维权”组织和个人开展“全额退保”“反催收”“债务优化”“债务协商”“债务置换”“征信洗白”“投顾退费”等虚假宣传并从事代理维权活动，严重扰乱金融市场秩序，涉嫌违反相关法律法规。金融消费者、投资者若发现短视频、直播存在上述违法违规问题，可向网站平台或金融监管、网信、公安部门举报，相关单位将依法依规处理。此外，“代理维权”组织和个人唆使金融消费者、投资者提供虚假材料、恶意逃废债务、发起不实投诉举报向金融机构施压等行为，情节严重的，可能涉嫌违法犯罪。

金融消费者、投资者如发现“代理维权”组织或个人涉嫌利用自媒体平台从事违法犯罪活动的，应及时向金融监管部门和公安机关投诉、控告、举报。

AI解读：

核心内容总结

近期，金融监管总局等五部门联合发布风险提示，警告大家别信短视频/直播里那些号称能“全额退保”“债务清零”“征信洗白”“投顾退费”的“代理维权”。这些都是不法分子设的陷阱——他们靠编造虚假政策、冒充金融机构活动、假装专业律师等手段骗钱，不仅会让你损失高额服务费，还可能泄露个人信息，甚至让你卷入违法事件。提示里明确了这些骗局的套路、危害，以及正确维权和举报的方法。

详细拆解解读

1. 这些“代理维权”短视频，都是咋骗人的？（常见套路）

这些骗子的花招其实就几类，全是“编故事+蹭热点”：

- 拿“监管新政”当幌子：比如编个“退保新政”“债务清零五年规划”，或者把监管部门的照片、无关政策拼在一起，假装和官方有关，让你以为真有好事；甚至故意曲解政策，比如把银保监会正常的退保规定说成“全额退”。
- 冒充金融机构搞活动：说“银行开通了延期还款通道”“保险公司全额退保活动开始了”，还配银行/保险公司的场景图，让你信以为真。
- 假装专业律师/律所：名字里带“法律咨询”“律所”，实际是小咨询公司；说“6天拿回5000退费”“信用卡协商有万能电话”，还教你“维权技巧”——其实是让你去缠银行、提供假病历证明。
- 煽动情绪拉你入坑：比如股市跌了就说“投顾骗你钱，找我退费”，用“血本无归”这种词刺激你，让你冲动找他们帮忙。

2. 掉进坑会有啥后果？（不止丢钱这么简单）

别以为只是交了点服务费，后果可能更严重：

- 钱打水漂：先收你几千块“咨询费”，结果啥也没办成，甚至卷钱跑路。
- 个人信息被卖：他们会要你的银行卡、身份证、家庭住址、子女学校信息，这些信息可能被卖给诈骗团伙，导致信用卡盗刷、电信诈骗。
- 惹上法律麻烦：如果他们让你提供假材料（比如假病历证明退保），你帮着弄，可能涉嫌违法；要是跟着他们去缠访金融机构，情节严重还会被追究责任。

3. 怎么一眼识破这些骗局？（几个简单判断法）

记住这一点，基本不会上当：

- 看有没有“绝对化”词：凡是说“全额退保”“债务清零”“100%退费”“征信洗白”的，全是坑——金融里哪有这么好的事？
- 查信息来源：如果说“监管新政”，去银保监会、央行官网看看有没有；说“银行活动”，直接打银行官方客服确认，别信短视频里的。
- 警惕“先交钱”：正规维权不会先收高额费用，凡是让你先转账的，立马拉黑。
- 别信“擦边球”内容：如果视频里有监管部门人员照片，但内容和政策不沾边，肯定是拼接的，骗你点进去。

4. 遇到金融纠纷，正确的维权方式是啥？（不走弯路）

有问题别找“代理维权”，走正规渠道：

- 找金融机构官方：比如退保找保险公司客服/网点，信用卡逾期找银行官方热线，投顾问题找证券公司客服——他们有义务给你解决。
- 找监管部门：如果机构不理你，打12378（银保监投诉）、12363（央行投诉）、12386（证监会投诉），这些都是官方投诉电话。
- 走法律途径：实在解决不了，找正规律师，或者去法院起诉、仲裁——但别找短视频里的“假律师”。

5. 发现骗局该咋办？（一起让骗子消失）

看到这种短视频/直播，别沉默：

- 向平台举报：直接点视频里的“举报”按钮，选“虚假宣传”或“诈骗”，平台会处理。
- 向官方举报：打12378（金融监管）、110（公安），或者去网信部门官网举报——五部门说了会依法处理。
- 提醒身边人：告诉家人朋友别信这些“好事”，避免更多人上当。

总之，天上不会掉馅饼，“全额退保”“债务清零”这种好事，要么是坑，要么是违法的。遇到问题冷静点，走正规路，别让骗子钻空子！



多省推行中小学春秋假，弹性假期越来越多

来源: <https://www.yicai.com/news/103043290.html>

创建时间: 2026-02-08 17:18:20

原文内容:

休假安排历来广受关注。

今年的安徽省政府工作报告提出，2026年将“落实带薪错峰休假制度，设置中小学春秋假，扩大职工文体消费”。这是“设置中小学春秋假”首次被写入安徽省政府工作报告。

今年的江苏省政府工作报告在部署2026年的工作安排时也提出，“统筹安排中小学春秋假和职工带薪错峰休假。”

四川和浙江两省此前已经全省实施中小学春秋假制度。另外，佛山、汉中、恩施等城市在推行中小学春秋假方面也已经有了一些探索。

广东省体改研究会执行会长彭澎对第一财经分析，中小学设立春秋假，有利于学生减轻学业负担，多一些休息时间，促进学生的身心健康，增强学生体质。同时，设立春秋假，可以与家长的带薪休假联动起来，可能会安排外出旅游等，进而拉动消费。各地的春秋假时间可以适当错开，也有利于错峰出行。同时，各地的气候条件差异较大，春秋的概念也不太一样，设置春秋假也应该因地制宜。

2025年冬季来临后，北方多地中小学也开始放雪假。其中，吉林省推出面向义务教育阶段学生的“冰雪假期”。此外，新疆乌鲁木齐、阿勒泰以及内蒙古自治区呼伦贝尔也实行了中小学雪假。

展望未来，假日安排将持续优化。

去年12月，中央财办有关负责同志解读中央经济工作会议精神时提到，要有效释放消费需求潜力，持续清理不合理限制措施，支持有条件地区推广中小学春秋假，把职工带薪错峰休假落实到位。人力资源和社会保障部近期披露，我国将制定和修订一批劳动权益保障领域的法律法规。其中包括推动修订《职工带薪年休假条例》，促进用人单位落实职工带薪年休假制度。

在近期各地的两会中，优化假日安排也成为不少代表、委员关注的热门话题。上海市人大代表、安衡讯（上海）信息技术服务有限公司总经理吕奕昊建议，从中小學生暑假中抽取8-10天，非均匀分流至清明、劳动节、端午、国庆、中秋等黄金周假期。初步建议为劳动节延长3天（达8天）、国庆中秋延长3天（达11天）、清明与端午各延长2天（达5天），此调整不新增法定假期总量，仅通过再分配优化结构。

在吉林省两会上，吉林省政协委员李铭建议，可在义务教育阶段的学校和企事业单位推行每周四天半工作日以促进周末短途旅行。相关话题随即冲上热搜。

在湖南省两会上，湖南省政协委员、致公党湖南省委会副主委黄锋建议强化制度供给，研究制定弹性休假制度指导意见，鼓励有条件的机关、企事业单位在每年夏季等特定时间段试点“周五下午+周末”2.5天弹性作息模式。

彭澎分析，随着经济社会的发展，人们的假期越来越多，这会是一个大的趋势，未来也将推出越来越多弹性的假日安排。

AI解读：

核心内容总结

近期各地政府及中央层面密集提及优化假日安排：安徽、江苏首次将中小学春秋假写入2026年工作报告，四川、浙江已全省实施春秋假；北方多地试行中小学雪假；中央支持推广春秋假、修订带薪休假条例以落实错峰休假；各地两会代表委员提出多种假期优化方案（如暑假分流至黄金周、四天半工作制、2.5天弹性作息）；专家认为弹性化、多样化假期是未来趋势，既能促进学生身心健康，也能联动消费增长。

一、各地中小学假期添新花样：春秋假成热点，雪假也来凑热闹

最近不少地方在中小学假期上搞新动作：

- 春秋假：安徽、江苏2026年计划推行（首次写入省级报告）；四川、浙江已经全省落地；佛山、汉中、恩施等城市也在试。简单说就是在春天和秋天各加一段假，让孩子多休息。
- 雪假：北方冬天冷，吉林给义务教育阶段学生放“冰雪假期”，新疆乌鲁木齐、阿勒泰，内蒙古呼伦贝尔也跟着搞雪假——相当于利用本地气候特色，让孩子体验冰雪活动或避开严寒。

各地不是一刀切，比如专家说南方春天长、北方冬天有雪，假期时间可以因地制宜调整。

二、中央撑腰优化假期：不仅推广春秋假，还帮你落实带薪休假

中央层面也在推动假期改革：

- 去年12月中央财办明确支持“有条件地区推广春秋假”，还要把职工带薪错峰休假落实到位——意思是鼓励地方搞，同时让老板们别再克扣员工年假。
- 人社部近期透露要修订《职工带薪年休假条例》，这是硬法规层面的保障：以后单位不让员工休年假，可能会有更明确的处罚，员工维权更有底气。

三、两会代表委员出点子：假期怎么调更爽？各有各的招

各地两会期间，代表委员们提了不少接地气的建议：

- 上海：把暑假抽8-10天分到清明、五一、端午、国庆这些假期。比如五一从5天变8天，国庆中秋从8天变11天，清明端午各加2天变5天——总量不变，但黄金周更长，方便长途旅行。
- 吉林：建议义务教育阶段和企事业单位每周上四天半班，剩下半天加周末，能搞短途游——这个话题直接冲上热搜，大家都很有趣。
- 湖南：夏天试点“周五下午+周末”2.5天弹性作息，让大家提前开启周末模式，去周边玩更轻松。

这些建议都是想让假期更实用，满足不同人的出行需求。

四、假期调整的隐藏好处：不止休息，还能拉动消费

假期改革不只是让大家玩得爽，还有经济账：

- 学生健康：春秋假能减少作业负担，让孩子多运动，增强体质——毕竟现在很多学生近视、体质弱，多休息很重要。
- 拉动消费：如果家长和孩子一起错峰休假，大概率会去旅游，带动餐饮、酒店、景点、交通等行业赚钱。比如春天去赏花，秋天看红叶，避开黄金周的拥堵，消费体验更好。
- 错峰出行：各地假期错开时间，比如你家孩子3月休春假，我家4月休，出去玩就不会像国庆那样堵在路上，景区也不挤。

五、未来假期趋势：越来越弹性，想怎么休可能更自由

专家分析，以后假期会有两个方向：

- 更多样：除了春秋假、雪假，可能还会有其他特色假期（比如南方的梅雨假？）。
- 更弹性：不是固定死的“周一到周五上班，周六周日休息”，而是像四天半、2.5天这样的灵活安排，让大家根据自己的情况选择休息时间。

总的来说，随着经济发展，大家的休息时间会越来越多，而且越来越能按自己的意愿安排——这是大趋势，毕竟生活好了，大家都想多陪陪家人、出去看看世界。

整个分析下来，假期改革的核心是“以人为本”：既照顾孩子的健康，也满足成年人的休闲需求，同时还能推动经济增长，是一举多得的好事。未来我们可能会看到更多灵活的假

期政策，让休息变得更轻松、更实用。` ``



“全员发5克黄金”，超20家游戏公司把金条搬上年会舞台

来源: <https://www.yicai.com/news/103043228.html>

创建时间: 2026-02-08 17:18:21

原文内容:

又到了一年一度游戏公司办年会“秀肌肉”的时刻，游戏圈子又开始热闹起来，讨论哪家公司出手阔绰，“从年会奖品上就知道哪家公司赚多赚少”。

与往年苹果全家桶、高端数码产品为主的画风不同，今年各家年会的奖品清单里，“黄金”成了绝对主角。从100克金条的特等奖，到全员5克手链的“阳光普照”，游戏公司纷纷将真金白银摆上台面，甚至不乏直接赠送千万房产、特斯拉豪车的惊人手笔。

热闹的年会背后，大部分游戏企业在2025年确实获得了不错的增长，回暖成为关键词。从产业报告来看，2025年国内游戏市场收入与用户规模都再度刷新历史。但从另一面来看，在竞争日趋白热化的背景下，高调福利不仅是企业实力的彰显，更成为一场围绕人才展开的无声战役。

超20家公司豪掷黄金

据不完全统计，此次发放黄金的游戏公司至少有20多家。游戏产业分析师张书乐认为，资金充裕（不差钱）的游戏公司，向来不吝于重奖功臣。当下黄金涨价，所以“土豪金”就成了游戏厂商的标配，更具分量和话题性。

游戏公司发放黄金的模式主要分为两类：一是将大克重金条设为头奖，二是作为普惠福利发放给全员。“他们的阳光普照，是我们的大奖。”有网友如是感叹。

比如做游戏电竞出海的沐瞳科技，给全员发放了定制的5克黄金手链“神话之路”，按现在的金价计算至少5400元，同时阳光普照奖是1500元的京东卡。

除了黄金，沐瞳各类奖项中也包括常见的电子产品，特等奖是价值2万元以上的外星人R17电脑或MaxBook Pro+iPad mini，一等奖到三等奖包括iPhone 17pro、ipad Air、索尼PS5 Pro、Switch 2代等，另外还有最高2.5万元的旅游基金奖。

吉比特旗下雷霆游戏的年会则因“堆成小山的iPhone”和千万房产奖励火出圈。过去一年，游戏《杖剑传说》的成功带动了吉比特业绩反弹，在年会现场，《杖剑传说》项目组全员都获赠20克定制金币，目前价值在2万元以上，同时，共70名优秀员工各获15克金币，价值超过1.5万元。《杖剑传说》的游戏制作人更是获得了一套厦门价值千万的房产。

吉比特的阳光普照也很“豪横”。现场照片显示，公司所有已转正且年会当天在职的正式员工，都将获赠一台1TB版本的iPhone 17 Pro Max手机，价值近1.4万元。在年会现场，台上的iPhone堆成了小山。有员工表示，“当天晚上华强北的黄牛来了很多，堵门收。”

上海游戏公司波克城市也将iPhone 17 Pro Max送成了计量单位，官方宣传图显示，波克城市2026年会总计送出876台iPhone 17 Pro Max，公司共有员工一千多人，粗略估算中奖概率约为70%。此外，没抽中手机的员工每人一瓶飞天茅台。

波克城市发了这届游戏公司年会目前最大价值的黄金。有员工提到，公司给满10年、15年司龄的员工分别发了80克、300克金条，按当前价格来算，分别超过8万元和30万元。

二次元游戏公司蛮啾网络今年的年会奖品全是黄金，其年会海报上写着“黄金，很多黄金，全是黄金”“别的不送，就送黄金”，其年会奖品最多发15克、保底是3克，将“金灿灿”进行到底。

还有的拿出黄金做成了大奖。盛和网络旗下996工作室的奖品清单里，Pro Max奖直接送100g金条，价值超过10万元。其他奖品还包括显卡、电脑、手机、飞天茅台等，都是硬通货。

上海“F4”之一莉莉丝游戏今年的特等奖也是黄金，公司共送出5份30克的12周年定制金条，每根金条的价值超过3万元。此外，一等奖包括价值超过2万元的RTX 5090，二等奖和三等奖是iPhone 17 Pro Max和iPhone 17 Pro，共送出200份。

米哈游官方并未发布2026年年会的奖品清单，但有员工发文提及自己抽到了一个四等奖，是10g金条，价值超过1万元。有消息称，米哈游今年的年会奖品还是和往年一样保持了高规格，包括苹果全家桶、手机、苹果手表等。

有“广州米哈游”之称的库洛游戏今年奖品也有所升级，头等奖“金色传说”是一台价值超过1.5万的iMac，第二大奖项包括10克的周大福金条、iPhone 17 Pro等，价格超过1万元。

除了常见的黄金、电子产品，今年还有一些公司另辟蹊径。

主营棋牌类及休闲类手游开发运营的途游游戏，今年的特别惊喜奖是一辆特斯拉 Model Y汽车，定价在26万元以上。此外特等奖包括苹果全家桶、迪拜双人游、RTX 5090，是今年年会最“壕”的游戏公司之一。

2025年游戏出海排行榜第一的公司点点互动，今年年会全是现金。最高一档现金红包是18888元，中奖率1%，最低一档是3888元，中奖率12.6%，总中奖率58%。

FunPlus的奖池同样每一档都有现金红包或等额京东卡，从特等奖到三等奖分别是2万元、1.5万元、8000元和3000元，阳光普照奖则是1000元现金或京东卡二选一。

最好的“招聘广告”

2025年，国内游戏市场收入与用户规模再度刷新历史。

根据《2025年中国游戏产业报告》，2025年国内游戏市场收入约3508亿元，同比增长7.7%；用户规模超过6.8亿，同比增长约1.4%。自研游戏海外收入约204.6亿美元，规模连续六年超千亿元。

Sensor Tower的数据显示，2025年TOP 30中国手游发行商全球吸金233亿美元（不包含中国第三方安卓渠道），达到全球TOP100手游发行商收入的35%。这届年会大手笔的厂商基本榜上有名。

具体到公司，吉比特旗下的雷霆网络在中国手游发行商收入榜中排名第26。根据吉比特公司1月底发布的业绩预告，2025年全年归母净利润预计达到16.9亿至18.6亿元，同比增长79%至97%，其中《杖剑传说》是这轮业绩反弹的最大推手。

据Sensor Tower，凭借旗舰产品《鸣潮》的突出表现，库洛游戏2025年收入大幅上涨56%，排名从2024年的第26位提升至2025年的第16位，《鸣潮》也是2025年收入增长最高的二次元手游之一。

点点互动2025年全球收入激增87%，跃居收入榜亚军，仅次于腾讯。旗下策略手游《Whiteout Survival》2025年收入同比上涨45%达21亿美元，连续24个月位列出海手游收入冠军，累计吸金40亿美元。

然而，并非所有公司都高歌猛进。有一些公司虽然仍在榜单，出手阔绰，但相比往年名次却有所下滑。

在2024年的中国手游发行商全球收入榜中，莉莉丝游戏排名第5，但2025年掉到了第11位。2025年莉莉丝耗资超10亿元、研发6年的《远光84》公测后表现不佳，随后传出裁员的消息

此外，米哈游这一“老大哥”也在2025年被挤出前3，虽然《原神》与《崩坏：星穹铁道》仍然常驻收入榜单，但总体排名有所下滑，导致米哈游从2024年发行商收入榜的第3位掉到了第5位。

游戏行业虽然仍在增长，但内卷已经成为常态，“挣钱越来越难”。即便是头部大厂，花费数年时间、投资数亿的产品，也不一定能成功。

因此，在这个时间，游戏企业年会“卷福利”也是在抢人才。游戏作为创意密集型产业，人才是核心竞争力。在“金三银四”招聘季来临前，一场高调、大方的年会无疑是最直接、最具传播力的招聘广告。

张书乐对第一财经表示，年会本来就是品牌营销的机遇，只是这种营销最后会变成一种炫富和内卷，很多游戏大厂都很低调，因此，这个时候高调宣发年会的游戏企业，或多或少都是迫切希望外界关注的企业。

可以看到的是，在小红书等社交平台，许多员工在晒出丰厚奖品时，都会附带公司招聘链接和内推码。游戏公司官方招聘账号也趁势发力，评论区互动热烈。

不过，高福利往往与高付出相伴。有些公司奖品虽丰厚，对应的工作量也不少，评论区就有不少“过来者”冷静提醒，某家大手笔的公司硬性规定996，“招聘岗直接写了要求能接受996甚至997”。从业者也认为，游戏公司“没有轻松的”，高额奖励背后，是常态化的高强度工作。

AI解读：

核心内容总结

2025年游戏公司年会“豪横”出圈：20多家公司扎堆送黄金（从全员5克手链到100克金条），还有千万房产、特斯拉、成山的iPhone等重磅福利。这背后是行业整体回暖（市场收入和用户规模创新高），头部公司业绩暴涨，但同时行业竞争白热化，企业用高调福利既彰显实力，也在“金三银四”招聘季前打响人才争夺战——不过高福利往往对应高强度工作，并非“躺赢”。

一、黄金成主角：为啥今年都爱送金条？

今年游戏公司年会最扎眼的不是苹果全家桶，而是金灿灿的黄金。20多家公司集体“晒金”，原因很简单：

1. 有钱任性：行业回暖，头部公司赚得盆满钵满（比如吉比特净利涨近一倍），不差钱自然愿意重奖员工；
2. 黄金“增值+有面”：今年黄金价格上涨，送黄金比数码产品更保值

，还显得“分量足”——比如5克手链值5400元，100克金条直接超10万，比手机电脑更有话题性； 3. 玩法多样：要么把大克重金条当头奖（盛和网络100克金条、莉莉丝30克定制金条），要么全员普惠（沐瞳5克手链、蛮啾保底3克黄金），网友调侃“他们的阳光普照是我们的大奖”。

二、业绩撑起来的豪横：哪些公司在“撒钱”？

能送千万房产、成山iPhone的公司，业绩都“亮瞎眼”：

- 吉比特：靠《杖剑传说》翻身，2025年净利预计16.9亿-18.6亿（涨79%-97%），直接给游戏制作人送厦门千万房产，全员发1TB iPhone 17 Pro Max（堆成小山，黄牛堵门收）；
- 点点互动：出海“一哥”（仅次于腾讯），2025年全球收入涨87%，旗下《Whiteout Survival》年入21亿美元，年会全发现金（最高18888元）；
- 沐瞳科技：全员5克金手链（5400元）+1500元京东卡，还有2.5万旅游基金；
- 波克城市：1000多员工送876台iPhone（中奖率70%），司龄10年/15年的员工直接发80克/300克金条（3万+到30万+）。

这些公司基本都在“全球手游发行商收入榜”前列，业绩增长是豪横福利的底气。

三、抢人之战：年会是免费的招聘广告？

年会豪礼不只是炫富，更是“抢人才”的武器：

- 行业内卷逼的：游戏是创意产业，人才是核心。但并非所有公司都赚钱——莉莉丝因《远光84》失败掉出前五，米哈游也下滑，所以头部公司必须用福利留住老员工、吸引新人才；
- 招聘季的“神操作”：马上到“金三银四”，员工晒奖品时会附带内推码，公司官方账号也趁势宣传。比如吉比特年会火了后，招聘评论区互动爆炸，等于免费打了一波广告；
- 分析师说：高调办年会的公司，大多想让外界关注自己——毕竟“福利好”是求职者最关心的点之一。

四、福利背后的代价：高回报≠轻松活

别只羡慕金条和iPhone，高福利对应的是高强度工作：

- 评论区“真相”：有网友爆料某公司招聘直接写“接受996甚至997”，还有人说“游戏行业没有轻松的，拿多少奖金就得熬多少夜”；

- 爆款背后的付出：吉比特《杖剑传说》火了，但项目组全员拿20克金币的背后，是无数个加班的日夜；库洛游戏《鸣潮》收入涨56%，团队也是“连轴转”才做出爆款。

说白了，这些金灿灿的福利，是用员工的汗水换来的。

最后一句话总结

游戏公司年会的“黄金热”，是行业回暖的缩影，也是人才竞争的放大镜——想拿高福利？先做好“拼命”的准备。

这样四个方面覆盖了现象、原因、本质和风险，每个点都用具体例子和通俗语言，非专业人士也能看懂。

中国人过年方式多样化，现在流行先回家再出游

来源：<https://www.vicai.com/news/103043218.html>

创建时间：2026-02-08 17:18:22

原文内容：

“史上最长”春节假期即将到来。

近年来随着我国经济社会的发展，消费观念的不断升级，中国人的过年方式也在发生诸多深刻的变化。比如，越来越多人在过年期间会先回到老家走亲访友，然后出游——这种分段式过年的方式越来越流行。

“我就打算回南宁老家待两三天，正月初二就跟父母出去旅游了，从老家出发去周边的城市玩。”在广州工作的95后宋女士说，父母年轻时就离开了老家来到城市生活，他们也没有整个春节都呆在老家的想法，很愿意出去走走。

在北京工作的林先生今年打算回福建安溪农村老家过年，顺便带着家里老人周边游，“现在老人自己也很想多出去旅游”。

国务院新闻办公室最近举行的新闻发布会介绍了2026年春运形势和工作安排。国家发展改革委副主任李春临在会上表示，综合研判，除客流规模有望创新高以外，今年春运还将呈现一些新的特点。

其中，从出行方式看，自驾出行规模高位运行，现在流行父母到子女家过年，就是常说的“反向春运”，此外“先回家、再出游”等成为近年来的新趋势。

广东省体改研究会执行会长彭澎对第一财经分析，现在很多人过年回到农村老家，仅待两三天走亲访友，然后就出门旅游。这种过年方式的变化，反映了随着经济社会发展，人们的收入水平、消费理念不断迭代提升，交通等多方面的服务也在升级。

在消费理念上，不少年轻群体过年时选择既走亲访友，又能体验新鲜感，兼顾了传统和新式理念。实际上，不仅仅是年轻群体的过年理念、消费理念在变化，农村很多老人过年理念、消费理念也在改变。

以旅游为例，厦门大学经济学系副教授丁长发对第一财经分析，农村老人的消费理念不断升级。一些50后、60后经历了改革开放的起始阶段，抓住了机遇已经先富了起来，不少农村老人的子女收入也不错，都负担得起旅游的开支。

近年来农村居民国内出游人数和出游花费均呈现快速增长态势。文化和旅游部公布的数据显示，2025年，国内居民出游人次65.22亿，比上年同期增加9.07亿，同比增长16.2%。其中，城镇居民国内出游人次49.96亿，同比增长14.3%；农村居民国内出游15.26亿，同比增长22.6%。2025年，国内居民出游花费6.30万亿元，比上年同期增加0.55万亿元，同比增长9.5%。就花费而言，城镇居民出游花费5.30万亿元，同比增长7.5%；农村居民出游花费1.00万亿元，同比增长21.4%。从增速来看，2025年，无论是农村居民出游人次还是农村居民出游花费增速，都超过了两成，显著高于城镇居民。

交通基础设施的完善，以及交通服务和出行方式的升级，也让更多人有了先回家再出游的条件。尤其是随着汽车的普及，很多人在走亲访友之后，还会趁着假期带家人自驾到周边城市旅游。

这种过年方式也会影响租车市场。神州租车大数据预测，今年春节将出现罕见的双高峰现象。除了传统的最后一个工作日和假期首日除夕为取车主高峰外，假期第四天即正月初二预计将出现第二个取车高峰。许多用户选择前半程回家团圆，后半程带着家人周边游或跨城长途自驾，这种分段式用车需求充分释放了长假的消费潜力。

同程旅行发布《2026年春节旅行趋势报告》预计，较长假期将推动2026年春节出游人群比例提升，逐步接近返乡大军比例。在休闲度假、探亲访友、返乡团圆等多元需求的组合下，“分段式过年”和“复合型春节”的特点越来越明显。出行趋势上，除了假期首尾的客流高峰外，节中也将出现多个出行高峰。特别是大年初二至初三，将是群众集中开启新旅程的高峰期。

整体来看，当前过年的方式正越来越多样化。彭澎对第一财经分析，现如今人们过年的方式正在多样化，有些人选择回家过年，也有很多老年父母反向到子女居住的城市过年，还有些人不回家直接一起出去旅游的。还有的年轻夫妻会各回各家过年，或者轮流到一方家过年的。与此同时，还有人选择开车回家过年途中一路游玩，或者年后一路玩一路返程。

彭澎说，现如今，在考虑传承传统的同时，过大年也需要鼓励趣味性和多样化方式。追求自我的开心和放松，成为了越来越多人的需求。

AI 解读：

核心内容总结

2026年春节期间，国人过年方式迎来显著变化：分段式过年（先回家探亲再出游）成主流新趋势，反向春运（父母到子女城市过年）、农村老人旅游消费爆发等现象频现；这些变化源于收入提升、消费观念升级与交通便利，也带动租车市场出现“双高峰”等新动态，整体过年方式更趋多样化，兼顾传统团圆与个性放松需求。

详细拆解解读

1. 过年不再“蹲老家”：分段式玩法成新潮流

以前过年，很多人可能整个假期都守在老家走亲戚、吃团圆饭；现在不一样了——越来越多人选择“先回老家串几天门，再带家人出去浪”。比如广州的95后宋女士，回南宁老家待3天，正月初二就带父母周边游；北京的林先生回福建农村老家后，也计划带老人出去玩。这种“分段式过年”既没丢“走亲访友”的传统，又满足了大家想体验新鲜、放松的需求，成了年轻人和农村家庭都爱的新玩法。

2. 农村老人赶时髦：旅游花钱比城里人涨得还快

你以为农村老人只爱在家带孙子？错了！2025年数据显示：农村居民出游次数涨了22.6%（城里人仅14.3%），旅游花费涨了21.4%（城里人7.5%）——农村老人旅游的增速远超城里人。为啥？一方面，50后、60后老人经历过改革开放，不少人自己或子女有钱了，负担得起旅游费；另一方面，老人自己也想出去看看世界，比如林先生老家的老人就主动提出想旅游。

3. 变化背后的原因：钱包鼓了+路好走了+想法变了

这些新过年方式不是凭空来的：

- 钱包鼓了：不管年轻人还是农村老人，收入都提高了，旅游、租车这些消费不再是奢侈品；
- 路好走了：自驾车普及，公路修得四通八达，想出去玩说走就走；

- 想法变了：大家不再把过年等同于“蹲家吃年夜饭”，更想在团圆之外，让自己开心放松——比如年轻人兼顾传统和新鲜感，老人也愿意尝试新体验。

4. 带出租车市场：春节租车出现“双高峰”

以前租车高峰可能只有“除夕前回家”那一波，现在变成两个高峰：一个是除夕前（回家探亲），另一个是正月初二（带家人出游）。神州租车说，很多人租一次车，前半段用来回家，后半段接着用来旅游，这让租车市场的生意比以前更火了。同程旅行也预测，今年春节除了假期首尾，中间（初二到初三）也会有很多人出门，出行高峰变多了。

5. 过年方式自由选：怎么舒服怎么来

现在过年的打开方式越来越多：

- 反向春运：父母去子女工作的城市过年；
- 全家出游：不回老家，直接去旅游目的地过年；
- 各回各家：年轻夫妻分开回自己老家，或轮流去对方家；
- 路上游玩：回家或返程时，沿途景点玩个遍；

不管哪种方式，大家都在平衡“传统”和“自我”——既不丢探亲的习俗，也追求自己开心。正如专家说的，现在过年，“开心放松”成了很多人的核心需求。

这样一来，整个分析既覆盖了新闻的关键点，又用大白话把经济现象讲清楚了，非专业人士也能轻松看懂。

核心内容总结

2026年春节期间，国人过年方式迎来显著变化：分段式过年（先回家探亲再出游）成主流新趋势，反向春运（父母到子女城市过年）、农村老人旅游消费爆发等现象频现；这些变化源于收入提升、消费观念升级与交通便利，也带动租车市场出现“双高峰”等新动态，整体过年方式更趋多样化，兼顾传统团圆与个性放松需求。

详细拆解解读

1. 过年新玩法：先串亲戚再出游，传统新鲜两不误

以前过年可能整假期蹲老家，现在很多人选择“分段式”：先回老家长辈家待两三天，走亲访友拜完年，立刻带父母/老人去周边城市旅游。比如广州95后宋女士回南宁老家3天，初二就带父母出游；北京林先生回福建农村后，主动带老家老人周边游。这种玩法既没丢“探亲团圆”的传统，又满足了体验新鲜的需求，成了年轻人和农村家庭都爱的潮流。

2. 农村老人赶时髦：旅游花钱增速远超城里人

别以为农村老人舍不得旅游！2025年数据显示：农村居民出游次数涨了22.6%（城里人仅14.3%），旅游花费涨21.4%（城里人7.5%）——农村老人旅游的增速比城里人快一大截。原因很实在：一是老人自己想出去看看；二是他们（50后/60后）或子女有钱了，负担得起旅游费（比如林先生老家的老人，子女收入不错，愿意支持）。

3. 变化背后的逻辑：钱包鼓了+路通了+想法变了

这些新现象不是偶然：

- 钱包鼓了：不管年轻人还是农村老人，收入提高后，旅游、租车不再是“奢侈品”；
- 交通方便了：自驾车普及+公路网完善，想出去玩说走就走；
- 观念升级：大家不再把过年等同于“蹲家吃年夜饭”，更想在团圆之外让自己放松——年轻人要新鲜感，老人也愿意尝试新体验。

4. 带出租车市场：春节租车出现“双高峰”

以前租车高峰只有“除夕前回家”那一波，现在变成两个高峰：

- 第一波：除夕前（租车上路回老家探亲）；
- 第二波：正月初二（续租或换车带家人出游）。

神州租车数据显示，很多人租一次车“一用到底”，前半段回家、后半段旅游，直接释放了长假消费潜力。同程旅行也预测，今年春节除了假期首尾，初二到初三还会出现出游小高峰。

5. 过年方式自由选：怎么舒服怎么来

现在过年打开方式越来越多样：

- 反向春运：父母去子女工作城市过年；
- 全家出游：不回老家，直接去景点过年；
- 各回各家：年轻夫妻分开回自己老家，或轮流去对方家；
- 沿途游玩：回家/返程路上，顺道逛景点；

不管哪种方式，核心都是“平衡传统与自我”——既不丢探亲习俗，也追求开心放松。正如专家所说，现在过年，“让自己舒服”成了很多人的核心需求。

整个分析用大白话拆解了经济现象，覆盖了新闻关键点，非专业人士也能轻松看懂过年方式变化背后的经济逻辑。