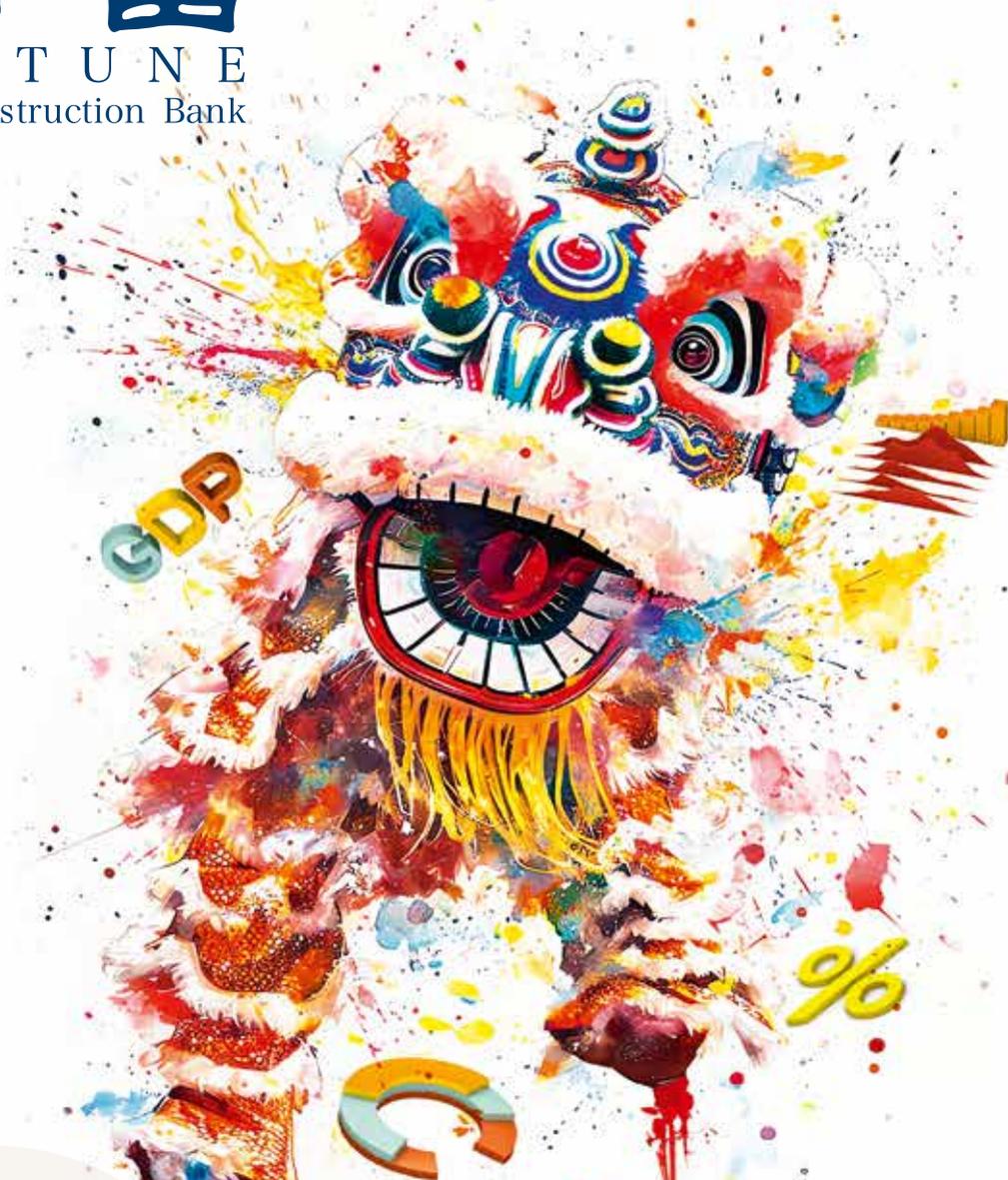


建行 财富

F O R T U N E
China Construction Bank



财富新气象

- 20 踏浪高质量数字化发展，企业要修炼哪些秘籍？
- 36 寻找 2024 年
大类资产配置“最优解”
- 39 如何做好“活钱”管理？
- 43 中国汽车出海加速度！
- 63 哈尔滨破圈记
- 79 有趣的春节年俗大不同

ISSN 1674-988X



9 771674 988246



扫描二维码加官方微信

2月

建行私人银行
客户专享刊物



立春

2024. 2. 4

开启财富管理新篇章

25 万亿美元!

这是在毕马威发布的《未来财富管理——全球及中国行业趋势及展望》中 2025 年中国财富管理市场规模的数字。

中国人民银行发布的《金融从业规范财富管理》将财富管理定义为：贯穿于人的整个生命周期，在财富的创造、保有和传承过程中，通过一系列金融与非金融的规划与服务，构建个人、家庭、家族与企业的系统性安排，实现财富创造、保护、传承、再创造的良性循环。

随着我国经济复苏向好确定性的不断增强，我国财富管理市场稳健发展。同时，居民对于财富管理的需求也将不断增长。

从整体趋势上看，越来越多财富人群的财富管理目标逐渐从单纯的财富保值增值，转向财富的传承、慈善、社会责任等方面。

具体来说，如今，财富人群的财富管理偏好正从传统的金融产品，向更加多样化的资产类别和投资渠道转变；同时，全生命周期的财富管理理念以及定制化服务开始兴起，财富管理由资产配置逐步转变为涵盖投资咨询、税收筹划、养老投资等多样化的金融服务；随着国家“双碳”目标推进、整个社会可持续意识提高，可持续投资成为财富人群关注的新热点；更为重要的是，在“共同富裕”目标的指引下，越来越多的投资者关注社会责任、

积极参与公益慈善事业，回馈社会。

与此同时，近年来，我国持续推进金融市场改革，支持金融机构不断丰富财富管理产品与服务，以及不断完善法律监管体系，为财富管理行业的健康发展创造了良好的环境。技术进步带来的无限可能进一步助推财富管理的高质量发展，通过数字化、人工智能等技术手段，财富管理机构能够提供更加个性化、高效的服务。

对广大财富人群和投资者来说，要想

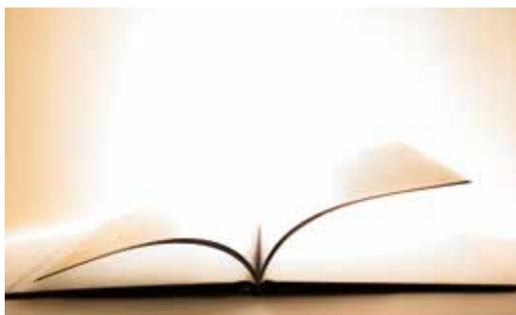
更高效、更从容地应对市场变化和进行财富管理，需要更多专业服务的支持。根据自身的财富管理需求，投资者应选择能够提供全面、配套、定制、专业的财富管理服务的机构，来实现自身财富管理的多元化

化和专业化。只有选择专业的财富管理机构，投资者才能更有效地利用财富管理的资源和技术，实现财富管理的多元化和专业化。

2024 年 2 月，适逢中国农历新年。享受美食、休闲娱乐，是可以在假期中尽情去做的事。本期《建行财富》我们就为您推荐一份“美食”书单，体味这些最抚凡人心的人间烟火气。

值此新春佳节之际，《建行财富》编辑部给您拜年啦！祝您新的一年财源滚滚、平安喜乐。

《建行财富》编辑部



目录 CONTENTS

P1

卷首语

开启财富管理新篇章

大势

MEGATRENDS



P6

2024 年 1 月大事件

12、2024 新春贺词

封面

COVER STORY

- 16、2024 财富管理再出发
- 20、踏浪高质量数字化发展，企业要修炼哪些秘籍？
- 24、消费：壮大生产发展，增进民生福祉
- 28、投资：聚焦高质量发展，精准发力
- 32、出口：保持韧性，挖掘新增长点
- 36、寻找 2024 年
大类资产配置“最优解”
- 39、如何做好“活钱”管理？
- 43、出海加速度！
2023 年中国汽车出口剑指全球第一



59

财智人物

FEATURE

- 48、李佳恩：追寻美的绽放
- 54、市场波动之下，怎样走好下一步？

59、黄金投资价值几何？



79

闲谈

LIFESTYLE

- 63、哈尔滨破圈记
- 70、冰雕之美：永不重复的童话
- 74、万物生长，这样养生不负春日好时光
- 79、“年味儿”满满，有趣的春节年俗大不同
- 85、南北方元宵节大PK，你 PICK 哪一个？
- 91、热爱美食，就是热爱生活

建行 财富

F O R T U N E
China Construction Bank

2024年第2期 总153期

刊名：建行财富 国内统一连续出版物号：CN31-2052/F 国际标准刊号：ISSN1674-988X

主管单位：中国建设银行股份有限公司

主办单位：中国建设银行股份有限公司

出版单位：《建行财富》编辑部

出版人：刘建忠 副出版人：胡萍 主编：高婷婷 副主编：姜玲

执行主编：屈丽丽

资深编辑：张荣旺 石丹 编辑：吴悦文 朱紫云 王柯瑾

艺术总监：尤越

艺术副总监：焦震楠

美术编辑：王哲

地址：北京市海淀区玉泉山路23号北坞创新园北区7号楼（《建行财富》编辑部）

邮政编码：100097

电话：010-88890428

印刷单位：北京华联印刷有限公司

发行单位：《建行财富》编辑部 出版日期：2024年2月10日 发行范围：全国 定价：0（赠阅）

本刊保留一切版权，所有本刊编辑、记者原创作品，本刊享有该职务作品完整的著作权，
未经本刊许可不得转载或摘录。

图片合作：视觉中国、摄图网（除标注外）

风险提示：本刊所涉及的观点仅供参考，不代表任何投资建议和承诺。



更多精彩内容请扫码
关注官方公众号



更多精彩内容请扫码
识别官方小程序



大 势

中央经济工作会议明确了 2024 年经济工作的总体要求和政策取向，系统部署了 9 个方面的重点任务，强调要坚持稳中求进、以进促稳、先立后破。新年首月相关部门在保障能源资源、完善社会保障制度、保护数据安全、发展数字经济、防范化解重点领域风险等方面出台了相关政策，巩固和增强经济持续回升向好态势。

· 2024年1月大事件

2024年1月大事件

1

2024年起购买新能源汽车可减免车辆购置税

财政部、税务总局、工业和信息化部联合印发的《关于延续和优化新能源汽车车辆购置税减免政策的公告》规定，对购置日期在2024年1月1日至2025年12月31日期间的新能源汽车免征车辆购置税。其中，每辆新能源乘用车免税额不超过3万元；对购置日期在2026年1月1日至2027年12月31日期间的新能源汽车减半征收车辆购置税，其中，每辆新能源乘用车减税额不超过1.5万元。该规定可以进一步发挥税收政策激励作用，扩大新能源汽车消费，推动技术创新和产品创新，不断提升产业核心竞争力，助力新能源汽车产业高质量发展。

2

北京市调整灵活就业社会保险补贴发放方式

人社部消息显示，自2024年1月起，北京市调整灵活就业社会保险补贴发放方式，主要有两个变化：一是北京市灵活就业社会保险补贴实行“先缴后补”，就业困难人员灵活就业后，要先缴纳社会保险费，再根据实际缴费情况享受社会保险补贴；二是领取社会保险补贴的就业困难人员可以根据自身经济条件和参保需求，自主选择参保险种和缴费标准。

3

四部门联合发布车网互动新规

1月4日，国家发展改革委、国家能源局、工业和信息化部、市场监管总局联合印发了《关于加强新能源汽车与电网融合互动的实施意见》。车网互动指的是，新能源汽车通过充换电设施与供电网络相连，构建新能源汽车与供电网络的信息流、能量流双向互动体系，可有效发挥动力电池作为可控负荷或移动储能的灵活性调节能力，为新型电力系统高效经济运行提供重要支撑。车网互动主要包括智能有序充电、双向充放电等形式，可参与削峰填谷、虚拟电厂、聚合交易等应用场景。

4

进一步增强金融对住房租赁市场发展的支持

1月5日，中国人民银行、国家金融监督管理总局发布《关于金融支持住房租赁市场发展的意见》（以下简称《意见》），自2024年2月5日起施行。《意见》要求，金融支持住房租赁市场发展应突出重点、瞄准短板，主要在大城市，围绕解决新市民、青年人等群体住房问题，支持各类主体新建、改建和运营长期租赁住房，盘活存量房屋，有效增加保障性和商业性租赁住房供应。其中明确，加大住房租赁开发建设信贷支持力度；满足团体批量购买租赁住房的合理融资需求；支持发放住房租赁经营性贷款，拓宽住房租赁市场多元化投融资渠道等。

5

两部门：建立城市房地产融资协调机制

1月5日，住房和城乡建设部、金融监管总局发布《关于建立城市房地产融资协调机制的通知》，指导各地级以上城市建立城市房地产融资协调机制，以发挥城市人民政府牵头协调作用，因城施策用好政策工具箱，更加精准支持房地产项目合理融资需求。这是贯彻落实党中央、国务院促进房地产市场平稳健康发展重要决策部署，防范化解金融风险，更好满足广大人民群众住房需求的关键举措。

6

财政部印发指导意见加强数据资产管理

财政部网站1月11日消息，为深入贯彻落实党中央决策部署，规范和加强数据资产管理，更好推动数字经济发展，近日，财政部制定印发了《关于加强数据资产管理的指导意见》（以下简称《指导意见》）。《指导意见》提出了加强数据资产管理的五方面原则和主要任务，特别是对具有国有属性的公共数据资产管理作出针对性规定，以更好地对相关主体管好用好公共数据资产提供政策指导。

7

证监会召开今年首场发布会，就IPO和上市公司分红等问题重磅发声

1月12日下午，中国证监会召开2024年首场新闻发布会，证监会发行司、上市司、机构司负责人回应了近期市场关心的热点话题。下一步，证监会和交易所将继续把好IPO入口关，从源头提升上市公司质量，做好逆周期调节工作，科学合理保持新股发行常态化，更好促进一二级市场协调平衡发展。证监会将在尊重公司自治基础上，更好发挥监管的引导约束作用，推动上市公司不断增强分红意识，优化分红方式，培育分红习惯，同时约束异常分红，促进上市公司整体分红水平稳中有升。此外，以加大中长期资金引入力度为重点，以优化资本市场投资生态为基础，以建设一流投资机构为抓手，全面推进资本市场投资端改革等。

8

2023年我国经济运行“成绩单”出炉

1月17日，国家统计局公布的数据显示，初步核算，全年国内生产总值1260582亿元，按不变价格计算，比上年增长5.2%。分产业看，第一产业增加值89755亿元，比上年增长4.1%；第二产业增加值482589亿元，增长4.7%；第三产业增加值688238亿元，增长5.8%。总的来看，2023年我国经济回升向好，供给需求稳步改善，转型升级积极推进，就业物价总体稳定，民生保障有力有效，高质量发展扎实推进，主要预期目标圆满实现。

9

三部门联合印发《关于跨境税费缴库退库业务管理有关事项的通知》

中国人民银行、财政部、国家税务总局在1月17日联合印发《关于跨境税费缴库退库业务管理有关事项的通知》（以下简称《通知》）。《通知》针对近年来使用人民币跨境缴纳税费业务需求逐渐增多的趋势，将由税务机关负责征收的跨境税收缴库退库业务范围扩大到税收、非税收入、社会保险费等各项税费款项缴纳，以及相应税收、非税收入退库业务，同时明确了不同方式下跨境税费缴库退库的业务流程、账户使用方法、信息申报要求等，为包括人民币在内的各币种跨境税费缴库退库业务完善了制度依据。

10

“报行合一”新政助力银保行业高质量发展

1月19日，国家金融监管总局办公厅发布《关于规范人身保险公司银行代理渠道业务有关事项的通知》，旨在进一步规范人身保险公司银行代理渠道业务，督促保险公司严格执行经备案的保险条款和保险费率（以下简称“报行合一”），促进相关业务平稳健康发展。我国《保险法》规定，人身保险公司应严格执行经备案的保险条款、保险费率，对于未严格执行的，监管部门应当依法对其进行查处。此前，监管部门曾数度发声，全面推行“报行合一”，倒逼行业回归有序的竞争赛道。

11

2024年2月5日起下调金融机构存款准备金率

1月24日，中国人民银行在官网宣布，自2024年2月5日起，下调金融机构存款准备金率0.5个百分点（不含已执行5%存款准备金率的金融机构）。本次下调后，金融机构加权平均存款准备金率约为7.0%；自2024年1月25日起，分别下调支农再贷款、支小再贷款和再贴现利率各0.25个百分点。中国人民银行将灵活适度、精准有效实施稳健的货币政策，加大宏观调控力度，强化逆周期和跨周期调节，保持流动性合理充裕，促进社会融资规模、货币供应量同经济增长和价格水平预期目标相匹配。

12

市值管理或纳入央企负责人业绩考核

1月24日，在国务院新闻办公室举行的发布会上，国务院国资委产权管理局负责人谢小兵介绍，国务院国资委将进一步研究将市值管理纳入中央企业负责人业绩考核。前期，我们已经推动央企把上市公司的价值实现相关指标纳入到上市公司的绩效评价体系中，在此基础上将把市值管理成效纳入对中央企业负责人的考核，引导中央企业负责人更加重视所控股上市公司的市场表现，及时通过应用市场化增持、回购等手段传递信心、稳定预期，加大现金分红力度，更好地回报投资者。

2024年 新春贺词

日月其迈，时盛岁新。值此辞旧迎新之际，向尊敬的客户朋友及社会各界同仁致以衷心感谢和美好祝福！

2023年，建行私人银行在广大客户坚定陪伴下，认真落实党中央决策部署，坚持金融工作的政治性、人民性，以新金融行动推进业务高质量发展，各项工作稳中有进、再上新水平。

奋楫笃行，臻于至善。回首过往，建行私人银行始终秉持“人民至上”的初心，践行价值创造的理念，培育客户信任的根本，筑牢合规稳健的基石，立足于“美好生活服务者、高尚价值佑护者、长青基业助力者、金融方案撮合者”的价值定位，坚守“以心相交，成其久远”的服务承诺，致力于为客户交付卓越的财富管理和金融服务综合解决方案，提供更充分的私行专属权益。在全面建设社会主义现代化国家的新征程上，守正创新、踔厉奋发，坚毅履行服务中国式现代化的金融使命，与客户双向奔赴，共同成长。

优化资产配置，以稳健管理客户资

产助力客户财富管理目标实现。坚持为客户提供丰富产品服务，多元化引入银行理财、保险、信托、私募股权等财富管理产品，引导私行客户资金顺应经济发展趋势，支持国家战略和实体经济增长；坚定开展私行买方投研、培育财富顾问队伍，专注为客户提供中立、专业的投资建议，解决客户投资难题。在经济发展转向“创新驱动”的过程中，建行私人银行已引入私募股权等专属产品近千亿元，精准投向国家重点建设项目、“专精特新”、ESG等领域；创设专项产品，对接满足优质房企合理融资需求；开展住房租赁项目储备，推动不动产基金、REITs战略投资等中长期创新私募产品代销工作。

健全财富架构，以综合服务方案响应客户全方位财富管理诉求。全面深入洞察客户在代际传承、家业发展、社会认同、个人情怀等多方位的诉求。练就财富架构深厚功力，在家庭成员关爱、财产保护、跨代传承等十大类服务方案基础上，持续丰富家族信托顾问服务内涵；创新



推出全委托资产管理、家族基金、财富架构设计等服务，进一步探索家庭办公室模式创新；依托建行集团综合服务优势，为客户提供家族财富服务品种齐全、品牌美誉度高、服务体验佳的综合服务方案。

精益求精服务，以智能便捷交互提供一致性优质客户体验。围绕构建“一个客户、一家建行”优质体验，持续提升完善总部、分行的决策和传导中枢，持续加强、深化私人银行中心关键阵地建设，走好数字化经营之路，为客户提供便捷、实用的工具方案，建好国内首家数字化私行资产配置服务平台，持续提升智能应用服务触达敏捷性，运用好私行手机银行、网上银行专版，与客户共享建行新金融行动、第二发展曲线发展成果与数字化变革的时代红利。

履践社会责任，以温暖生动的客户连接佑护财富向上向善。为满足客户回馈社会等公益慈善需求，融合建行集团及社会力量，为客户搭建参与公益慈善的平台，推出慈善理财、慈善信托、慈善基金会等产品服务，累计捐赠近 5500 万元；组织开展扶贫助残、乡村振兴、医疗救助、青少年成长等公益活动上百场，让近百名贫困家庭儿童通过植入人工耳蜗回归到了有声世界，众多的医务工作者在疫情期间得到关爱和帮助，600 多名安康“一区三县”贫困地区的人民群众得到免费体检和医疗服务；开展“裕农服务 健康关爱”公益活动，在河北、山东等 9 家分行捐赠布放血压仪 1200 台，覆盖“裕农通”服务点 1200 个。

秉持专业专注、稳健合规的经营作风，建行私人银行荣膺 2023 年度《银行家》“家族信托管理创新优秀案例”、《中国银保传媒》“中国金融产品传播典范”、《零售银行》“总行特色经营奖”，连续六年蝉联《财富管理》“金臻奖”中国大陆最佳私人银行奖项、连续三年荣登“薪火奖”中国家族办公室 TOP50 榜单，连续两年荣膺《亚洲货币》“中国最佳家族办公室”。

上述成绩的取得，离不开广大客户朋友和社会各界同仁的宝贵信任与支持。在此，谨向所有关心关注、信任支持建行私人银行的客户朋友和同仁表示衷心感谢！

云程发轫，万里可期。展望未来，建行私人银行将坚定不移贯彻落实党的二十大精神，以中央金融工作会议、中央经济工作会议精神为指引，锚定建设金融强国目标，围绕“五篇大文章”，发挥财富管理专业优势，保持专业定力，坚定以客户为中心，为客户创造价值理念，以高素质财富管理专业队伍为发展根本，以产品服务创新转化为发展驱动，以科学技术和数据信息为发展依托，全力打造私人银行家族财富、资产配置、私行责任担当三大核心竞争力，全方位满足客户“人、家、企、社”服务需求。

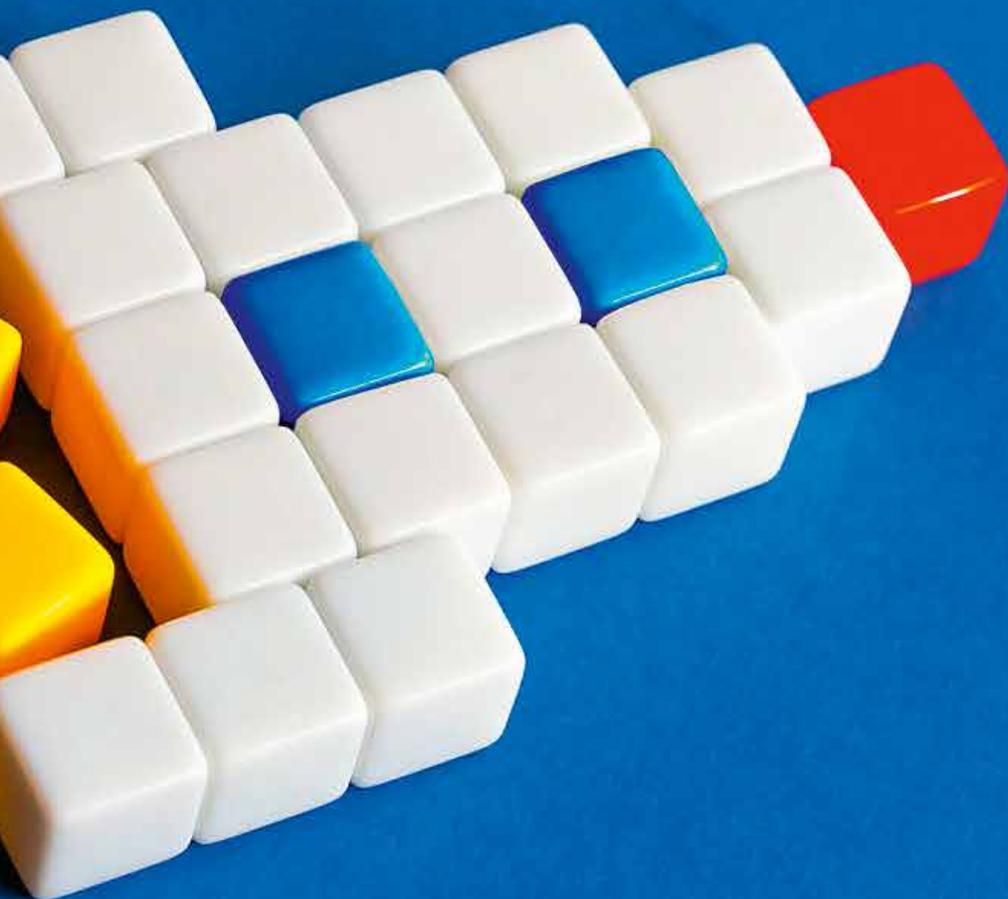
值此新春佳节，恭祝广大客户朋友及社会各界同仁身体健康，家业兴旺，龙腾盛世，宏图大展！

建行私人银行
2024 年新春



封面故事

2 月份迎来我国农历新年，在万家团聚、辞旧迎新的重要时刻，广大投资者也寄希望于今年财富管理旅程可以遇见更多机遇和希望。2 月刊我们以“新年财富管理新动态”为主题，与投资者一起展望新趋势、把握新方向、赢得新机会。



-
- 2024财富管理再出发
 - 踏浪高质量数字化发展，企业要修炼哪些秘籍？
 - 消费：壮大生产发展，增进民生福祉
 - 投资：聚焦高质量发展，精准发力
 - 出口：保持韧性，挖掘新增长点
 - 寻找2024年大类资产配置“最优解”
 - 如何做好“活钱”管理？
 - 出海加速度！2023年中国汽车出口剑指全球第一

2024财富管理再出发

2024年财富管理面临新的机遇，将开启新的篇章。

文 | 王柯瑾

2024年是中华人民共和国成立75周年，也是实施“十四五”规划的关键一年。

2023年年末的中央经济工作会议提出，2024年要坚持稳中求进、以进促稳、先立后破，多出有利于稳预期、稳增长、稳就业的政策，在转方式、调结构、提质量、增效益上积极进取，不断巩固稳中向

好的基础。

社会经济平稳健康运行，是财富管理行业发展的坚实基础，随着我国经济复苏向好确定性的不断增强，居民对于财富管理的需求也将不断增长。与此同时，技术进步带来的无限可能进一步助推财富管理的高质量发展，2024年财富管理将开启新的篇章。

乘大势之风

2024年，投资者的财富管理需求将更加多元化和个性化。

新的一年，财富管理机遇与挑战并存。

国际环境方面，全球经济有望复苏，从而推动财富管理需求的增长。同时，地缘政治紧张、贸易摩擦、气候变化等因素也给全球经济发展带来不确定影响。

国内环境方面，一方面，多年来我国经济的持续增长和居民财富的积累为财富管理提供了广阔的市场空间。毕马威发布的《未来财富管理——全球及中国行业趋势及展望》显示，到2025年，中国财富

管理市场规模有望达到25万亿美元。另一方面，我国经济复苏向好发展趋势明显，将继续推动我国财富管理市场稳健发展。

《2023中国私人财富报告》显示，预计到2024年年底，我国个人可投资资产总规模将突破300万亿元关口。

与此同时，近年来，我国持续推进金融市场改革，支持金融机构不断丰富财富管理产品与服务，以及不断完善法律监管体系，为财富管理行业的健康发展创造了良好的环境。

如今，随着科技的发展，数字化和智能化已经成为财富管理市场的主流趋势。随着技术的迅速发展，特别是金融科技的

崛起，也为财富管理提供了更高效、便捷的服务手段。通过数字化、人工智能等技术手段，财富管理机构能够提供更加个性化、高效的服务。同时，金融科技也使得投资者能够更方便地获取投资信息，更好地做出投资决策。

依托上述背景，2024年我国财富管理市场将向着更加优质、更加成熟的方向迈进，同时投资者的财富管理需求也将更加多元化和个性化，给财富管理机构的服務提出更高质量的要求。

第一，越来越多财富人群的财富管理目标逐渐从单纯的财富保值增值，转向财富的传承、慈善、社会责任等方面。根据中国社会科学院的调查，2023年中国高净值人群的平均遗产规划比例为36.7%，高于2019年的28.9%。同时，中国高净值人群的平均慈善捐赠金额为28.6万元，高于2019年的18.9万元。这表明财富人群对财富的价值观和社会意义有了更深的认识和追求。

第二，财富人群的财富管理偏好也从传统的金融产品，向更加多样化的资产类别和投资渠道转变。根据诺亚财富的报

告，2023年中国高净值人群的平均资产配置比例为：现金及存款占23.1%，股票及基金占21.7%，房地产占18.2%，债券及理财产品占16.8%，另类投资（如私募股权、对冲基金、艺术品等）占13.4%，保险占6.8%。与2019年相比，高净值人群对另类投资和保险的配置比例有所提高，对现金及存款和房地产的配置比例有所降低，表明财富人群对财富管理的多元化和专业化有了更高的要求。

第三，全生命周期的财富管理理念以及定制化服务开始兴起。财富管理由资产配置逐步转变为涵盖投资咨询、税收筹划、养老投资等多样化的金融服务。例如，近年来，资产隔离、遗产规划、代际传承、慈善公益等财富保障和财富传承类需求快速上升。随着投资者需求的多样化，定制化服务已经成为财富管理市场的重要趋势。投资者可以根据自己的风险偏好、投资目标和时间规划，选择适合自己的投资组合和服务。

第四，可持续投资成为新热点。随着整个社会环保意识的提高，可持续投资逐渐成为财富人群关注的新热点。投资者越来越关注企业的社会责任和环保意识，将可持续投资作为重要的投资理念。

第五，社会责任意识大幅提升。在“共同富裕”目标的指引下，越来越多的投资者关注社会责任、积极参与公益慈善事业，回馈社会。根据《2023中国私人财富报告》，高净值人群作为“先富”人群，积极响应号召，主动热心公益、践行慈善、回馈社会，其综合需求从专注于个人、家庭、企业，扩展到社会责任、公益和慈善领域。

随着我国经济复苏向好确定性的不断增强，居民对于财富管理的需求也将不断增长。

稳走脚下路

投资者可以根据市场变化和自身需求，把握财富管理的新技术和新产品，实现财富的创新增长和价值提升。

中国人民银行发布的《金融从业规范财富管理》将财富管理定义为：贯穿于人的整个生命周期，在财富的创造、保有和传承过程中，通过一系列金融与非金融的规划与服务，构建个人、家庭、家族与企业的系统性安排，实现财富创造、保护、传承、再创造的良性循环。

在世界经济复杂演变、我国经济结构转型的重要时期，个人、家庭、企业财富管理需要更加有韧性。面对 2024 年财富管理市场的新形势和新需求，投资者应如何做好财富管理？

首先，以正确的财富观，把握财富的本质和目的。越来越多的投资者不仅关注财富的数量和质量，还关注财富的意义和价值，实现财富的可持续发展和对社会贡献。在共同富裕目标的引领下，财富人群在投资前可以有一个清晰的财富愿景，明确自己的财富管理是为了什么，是为了满足自己的生活需求，还是为了传承给下一代，抑或是为了支持公益事业发展。

其次，制定合理的财富规划。投资者可以根据自身的财富状况、风险偏好、生命周期等因素，确定财富管理的目标、策略、预期收益和风险控制等方面，实现财富的有效配置和优化组合。合理的财富规划是财富管理的核心和关键，也是财富管理的手段和方法。只有制定合理的财富规

划，才能有效地配置和组合自己的财富，才能充分地利用财富的收益和风险，进而实现财富稳健地增长，最终满足和超越自己的财富目标。

再次，要想更高效、更从容地应对市场变化和进行财富管理，投资者需要更多专业服务的支持。根据自身的财富管理需求，投资者应选择能够提供全面、配套、定制、专业的财富管理服务的机构，来实现自身财富管理的多元化和专业化。专业的财富管理机构是财富管理的支撑和保障，也是财富管理的伙伴和朋友，只有选择专业的财富管理机构，投资者才能更有效地利用财富管理的资源和技术，实现财富管理的多元化和专业化。

最后，关注财富管理的新趋势和新机遇。投资者需要根据市场变化和自身需求，灵活调整财富管理的方向和方式，把握财富管理的新技术和新产品，实现财富的创新增长和价值提升。还需要密切关注国内外经济、政治和市场动态，以及政策调整和监管动向，以便及时调整自己的投资策略和资产配置。在此基础上，投资者也需要定期回顾和调整财富管理策略，定期审视自己的投资组合和资产配置，根据市场变化及时进行调整，以确保投资策略与市场环境相匹配。

总体而言，2024 年是充满希望和机遇的一年，让我们共同期待这一年的经济发展、共同书写财富管理新篇章、共同迎接更加美好的未来，让财富管理在实现民族复兴和全体人民共同富裕的目标上体现出应有的价值。☞

踏浪高质量数字化发展， 企业要修炼哪些秘籍？

发展数字经济已成为企业拥抱新一轮科技革命的必然之路。

文 | 单志广

当前，世界进入新一轮动荡变革期，推动数字化转型成为全球经济发展的大趋势。

发展数字经济、数字金融，是拥抱新一轮科技革命、开创新的“技术—经济”范式的必然之选。

新一代信息技术的广泛应用促进了生产要素和生产方式的变化，极大地提高了生产效率，也改变了社会结构和社会整体运作方式，促进了不同组织间的协同整合，数字化转型成为企业可持续发展的必然选择。

但数字化转型并非简单的技术升级。企业数字化转型，需要以数据生产要素为核心，以数据流引领物流、人才流、技术流、资金流，形成产业链上下游和跨行业融合的数字化生态体系。

迎接数字化转型大势

随着新一轮科技革命和产业变革深入发展，数字化转型已经成为大势所趋。

当今世界，互联网、大数据、云计算、物联网、人工智能、区块链等数字技术加速创新，不仅给人类的生产、生活和思维方式带来重大变革，也深刻影响着经济社

会发展方式以及国家治理模式，其正在成为重组全球要素资源、重塑全球经济结构、改变全球竞争格局的关键力量。迎接数字时代，以数字化转型整体驱动生产方式、生活方式和治理方式变革，是我国实现高质量发展的必由之路。

近年来，国家数字化政策不断出台，数字化转型逐步成为企业实现高质量发展的必由之路，成为企业实现可持续发展乃至弯道超车的重要途径。

2023年2月，中共中央、国务院印发《数字中国建设整体布局规划》，提出加快制定修订各行业数字化转型应用标准，优化数字化发展环境，在农业、工业、交通等重点领域加快数字技术创新应用，推动实体经济与数字经济的深度融合。

2023年10月末，中央金融工作会议提出了做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇大文章。

2023年12月25日，国家发展改革委、国家数据局印发《数字经济促进共同富裕实施方案》，提出到2025年以数字经济促进共同富裕在缩小区域、城乡、群体、基本公共服务差距上取得积极进展。

工业和信息化部电子第五研究所发布

的《中国数字经济发展指数报告(2023)》指出,数字经济具有高度发展驱动性,各地区数字经济发展指数与地区综合经济实力具有高度正相关性,数字经济对于促进地区经济发展的驱动能力强劲。

从地方发展看,数字化转型已经成为各地推进信息技术在经济社会的深度融合应用,促进全社会范围内资源配置优化,重塑经济社会发展的新范式。从企业实践看,数字化转型强调利用数字技术对企业经营的深度融合,以数据驱动行业产业链和价值链优化升级,构建起新的生产范式和知识体系,进而引领企业经营、业务流程和价值创造的转变,以全面提升行业效率和发展质量。工业和信息化部智能制造试点示范项目数据显示,相关制造企业在数字化转型后,其生产效率平均提升37.6%,运营成本平均降低21.2%。

数字技术重构生产关系

数据资源成为数字化转型关键驱动要素。

数字化转型本质是新一代信息技术与传统经济社会固有秩序和利益的博弈,通过数据资源畅通流动、开放共享,倒逼和颠覆传统的管理体制,使得产业发展、服务模式、治理结构更加合理优化、透明高效的过程,也是数字时代生产力和生产关系重构的更高级别发展形态。主动求新、结果优化是数字化转型内生的价值导向。

从概念上看,转型指事物结构形态、运转模型和人们观念的根本性转变,是适应数字时代要求主动求新求变、以先进取

代落后的创新过程,转型过程包含了改革的配套,转型结果体现在效率的提升和结果的优化上。总体看,数字化转型是在制度创新激励下,充分运用数字技术和数据资源持续推动经济高质量发展、实现城市高效能治理、构建高品质生活的优化提升过程,是技术创新和制度创新双重叠加的结果,是数字时代构建竞争新优势、生活新方式、治理新模式、发展新范式的必然选择,最终将引发社会生产力质的跃迁,进而引发社会生产关系和上层建筑领域的深刻变革。

数字技术推动生产方式发生深刻变化。随着互联网、大数据、云计算、人工智能和区块链等数字技术的广泛渗透,数据无处不在、网络无处不在、计算无处不在、软件无处不在和连接无处不在成为数字时代的常态,大数据成为新的生产资料,区块链构建新的生产关系,云计算成为新的生产工具,互联网、物联网、5G等通信网络构建了新的生产环境,软件、算法正在定义新的生产方式。以数字技术为主导的新技术变革正在世界范围内推动生产方式变革,对整个经济体系产生渗透和重构,并引发全球生产、投资和贸易格局的深刻调整。

数据资源成为数字化转型关键驱动要素。数据是继土地、劳动力、资本、技术之后的第五大生产要素,在人们从信息网络空间观察实体物理世界的过程中,起到了数据望远镜、显微镜和透视镜的作用,可以跟踪处理社会发展中不易被察觉的细节信息。通过数据融合洞察数据背后的本质,综合运用“数据、算力、算法”可进

一步加快决策过程，可为科学决策提供参考信息。此外，大数据具有全范围渗透、全领域扩展特性，将会对传统农业经济、工业经济形成的层级结构、管理模式带来冲击，提高信息的透明度、降低信息不对称，倒逼不合理的治理结构、管理制度、服务模式革新优化，形成适应数字时代发展的新模式。

生产力提升驱动生产关系重构。伴随移动互联网、智能硬件和物联网的快速普及，世界加速进入万物互联时代，原来的信息隔离和信息垄断被新的数据链路打破，人与人、人与物、物与物的链接更加普遍，人机协同更加高效，传统依赖人的生产力可以实现更加自动化、智能化，同时，数字平台加速供需有效对接，有利于打破组织内部、内外部合作原有边界，改变组织管理模式，进一步推动政企协同，提高全社会资源配置效率。

企业数字化转型的五大着力点
这不仅是一次技术层面的升级，更是一场全面变革，影响着企业的战略规划 and 未来发展路径。

面对不可阻挡的趋势，企业数字化转型的着力点该如何选择？

借助线上与线下、软件与硬件、制造与服务、产品与服务、流量与数据、场景与内容相结合，充分把条块分割的、泾渭分明的技术张力、企业边界、商业疆域、产业界限予以贯通，形成产业跨界融合、企业互联互通、商业结构再造、技术集成应用的发展态势，均是企业需要深挖的方向。

企业数字化转型是否成功，与企业本身在产品、制造、交付、服务等具有领先性，具有极强的产品力、获客力、交付力、口碑力、收益力带来的市场竞争力等正相关。只有这五大能力已经积累于其自身业务流程之中，再匹配相应的资源，如战略考量、技术、人才、能力等，数字化方能实现企业价值的倍增。

第一，以数字化转型锻造更好的产品力。产品研发不仅仅影响企业价值链的开端，还影响企业供应链的全过程，因此构建产品在市场上实现商业成功的产品研发管理体系，使企业长期拥有开发优秀产品的能力，尤为重要。

而数字化技术让企业的产品在形态、功能、价值、服务等方面更优：新一代数字技术可以对传统企业的产品实现数字化重构、重塑、再造和重组。从产品形态看，核心是从物理设备转向数据算法；从产品功能看，核心是从自动控制转向智慧感知；从价值再造看，核心是从技术创新到模式创新；从价值提供看，核心是从单一产品到全程服务；从服务重心看，核心是从前端前台转向云端云台，从而打造人无我有、人有我优的高竞争力的产品。

第二，以数字化转型取得更强的获客力。营收降低是最令企业焦虑的，因而需要建立识别、连接、管理客户的能力。目前很多消费品类的企业，八成的销量来源于经销商多层级的线下分销，在新零售方面则开通了京东、天猫、一号店等各个电商店铺，部分企业还建立了私域、售后、社群、直达号等平台，寻求与客户的持续

数字化转型是数字时代构建竞争新优势、生活新方式、治理新模式、发展新范式的必然选择。

价值互动。

而在这个过程中，企业与经销商的利益共享共赢机制如何管理，企业与经销商之间的业务信息如何共享？企业的私域流量如何有效地管理？流量转化为客户订单以后，与企业的供应链如何对接？这些分配与分工决定了企业的效益与效率。通过数字化技术，可以构建多层次多通路类型下可组装的数字应用，包括订货云、渠道云、电商云、零售云及各类营销中台化应用。

第三，以数字化转型实现更好的交付力。产品的交付能力是制造企业的立命之本，包括供应商的响应速度，全局库存的精准度，企业自身对成本、交期、质量的流程管理，广泛协作的发运计划，精益的现场生产管理等。新算法、新连接、高协同是对供应链和生产的基础要求。

可以通过数字化转型，构建各类型计划及执行类应用，这其中特别强调端到端及全局数字运营的价值，例如 MOM（制造运营系统）、供应链塔、各类孪生类（数字孪生工厂）等，为企业高质高效的产品交付力提供根本保障。

第四，以数字化转型实现更好的口碑力。在数字经济时代，一切皆连接，口碑是最好的营销，来自于客户可信圈的推荐往往更具真实性，企业需要从经营产品向经营客户转变。因而在完成交付力之后，如何持续地管理服务全生命周期使用的过程，在客户满意的基础上实现相关产品的关联销售，实现企业营销网络从单向传导转向生态闭环、从单点突破转向跨界融合；同时，根据客户的口碑，回溯至研产供销的业务流程各环

节实现优化，从而持续保持对客户的敏捷响应，这是企业的重大选择，也是必然选择。

第五，以数字化转型打造更高的收益力。取得收益的能力是企业生存、发展的基石和终极目标。当下，企业如何响应时代的要求，尽快实现财务与业务的统一？如何科学地实现各组织的自主经营来提高组织绩效？如何通过管理各个业务流上各环节成本，提高整体供应链的绩效？

企业可以利用各类数字化财务应用，可以通过平台化可配置的核算应对业务需求的变化，并在此基础上，满足财务报表及合规要求。企业也可以充分利用预算资金共享等各类财务视角的管控应用，以及经营会计这类融合于业务、贴近业务经营质量的应用，促进企业管理效率的提升和商业模式的创新，拓展企业的价值创造边界，创造更高的收益，并带来商业成功。

总的来看，通过数字化转型，企业可以实现更高效的运营、更好的客户体验、更快速的创新以及更具竞争力的市场地位。这不仅是一次技术层面的升级，更是一场全面变革，影响着企业的战略规划和未来发展路径。■

（作者系国家信息中心信息化和产业发展部主任单志广；文字整理为郝亚娟）



导 言

2024年是实施“十四五”规划的关键一年，2023年年末的中央经济工作会议强调，要激发有潜能消费，扩大有效益的投资，扩大高水平对外开放。2024年，拉动经济增长，发挥消费的基础作用、投资的关键作用和出口的支撑作用依然是重中之重。

消费：壮大生产发展，增进民生福祉

随着我国经济回稳向好，居民消费信心进一步增强，消费市场潜力有望进一步释放。

文 | 王柯瑾

作为拉动经济增长的“三驾马车”之一，消费一头关系着生产发展，一头关系

着民生福祉。

激发有潜能的消费、培育壮大新型消

费、稳定和扩大传统消费、推动大规模设备更新和消费品以旧换新……都是 2023 年年末中央经济工作会议对 2024 年着力扩大国内需求的具体要求。

当前，我国消费规模不断扩大。国家统计局数据显示，2023 年全年社会消费品零售总额达 47.15 万亿元，比上年增长 7.2%。展望 2024 年，业内专家预计，随着我国经济回稳向好，居民消费信心进一步增强，消费市场潜力有望进一步释放。

发力“消费促进年”

2024 年，随着“消费促进年”活动的开启，企业也面临更多新机遇。

商务部曾把 2023 年确立为“消费提振年”，多措并举推动消费持续恢复和扩大。

国务院发展研究中心市场经济研究所原所长、二级研究员王微在《经济日报》撰文指出，从 2023 年的数据看，我国消费呈现多方面特点：一是消费持续恢复、稳中向好，成为稳增长的主要动力；二是服务消费需求快速释放，引领消费市场加快复苏；三是创新消费活力强劲，带动作用更为明显；四是收入水平稳步增长；五是国际旅游市场加快恢复，带动我国市场回暖。

综合判断，王微认为，2024 年，我国经济仍将保持持续向好稳定增长态势，经济循环更加畅通，应对各类风险挑战的能力将不断增强，消费拉动经济增长的主动作用也将进一步加强。

值得注意的是，王微也指出，当前我

国消费持续扩大的基础依然不牢，存在着部分行业产能过剩与高品质产品和服务供给不足并存的结构性矛盾。一方面，一些传统产业及出口导向型产业面临国际市场需求下降和国内消费需求升级的压力，部分行业出现产能过剩；另一方面，高品质产品和服务供给相对滞后，与多层次、多样化的需求难以匹配。

为了进一步推动消费持续扩大，2024 年商务部继续部署消费促进工作。2024 年 1 月 7 日至 8 日召开的全国商务工作会议（以下简称“会议”）指出，要统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革，统筹新型城镇化和乡村全面振兴，统筹高质量发展和高水平安全，推动消费从疫后恢复转向持续扩大，巩固外贸外资基本盘，扩大高水平对外开放，防范化解商务领域风险，着力推动商务高质量发展，为推进中国式现代化建设和推动构建人类命运共同体作出新贡献。

会议还强调，推动消费持续扩大，完善市场和流通体系。以“消费促进年”为主线，办好各类促消费活动。激发消费潜能，培育壮大新型消费，稳定和扩大传统消费，推进服务消费品质升级。

2024 年，随着“消费促进年”活动的开启，企业也面临更多新机遇，企业可以通过创新产品、创新服务、创新模式等方式，提供更多优质的消费选择，满足消费者的需求，推动消费升级。还可以利用现代科技手段，推动线上线下融合发展，拓宽销售渠道，提高销售效率，为消费者提供更加便捷、智能的购物体验。再进一步，可以加强与国际市场的交流与合作，

提升本土企业的竞争力和影响力，推动中国制造向中国创造转变。

培育壮大新型消费

培育壮大新型消费是推动经济高质量发展的重要举措之一。

中央经济工作会议强调，要培育壮大新型消费，大力发展数字消费、绿色消费、健康消费，积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。

为什么要培育壮大新型消费？

培育壮大新型消费就是培育新的经济增长点。培育壮大新型消费，能够进一步激发市场活力，促进消费结构升级，释放更大消费潜力。随着科技的发展和人民生活水平的提高，新型消费逐渐成为消费领

域的新趋势，新型消费能够满足人们日益多样化的需求，促进消费升级和产业升级。同时，新型消费的发展还能带动相关产业的创新和发展，为社会创造更多的就业机会和经济效益。因此，培育壮大新型消费是推动经济高质量发展的重要举措之一。

以新型消费中的文娱旅游为例，2024年开年，居民出行热情高涨，全国各地冰雪主题文旅活动备受欢迎，刺激了文旅消费的增长。以哈尔滨为例，根据哈尔滨市文化广电和旅游局提供的大数据测算，截至2024年元旦假日第3天，哈尔滨市累计接待游客304.79万人次，旅游总收入59.14亿元，游客接待量与旅游总收入达到历史峰值。根据哈尔滨市商务局相关监测数据，激增的游客量带动了各行业的收入增长，直接拉动住宿、餐饮量上升，住宿、餐饮企业销售额同

2023年全国居民人均消费支出情况

26796元

同比名义增长 9.2%

城镇居民

32994元 ◀分城乡看▶

同比名义增长 8.6%

农村居民

18175元

同比名义增长 9.3%

资料来源：国家统计局

作为拉动经济增长的“三驾马车”之一，消费一头关系着生产发展，一头关系着民生福祉。

比增长 129.4%。

实际上，2023 年年末开始，各地“冰雪”文旅相关支持政策就层出不穷。

2023 年 12 月，国家体育总局、文化和旅游部发布“跟着赛事去旅行”2023 ~ 2024 全国冰雪赛事目录提出，结合冰雪赛事特点，立足本地特色文化资源、生态资源、产业资源，深入推进文体旅融合发展。

《北京市进一步促进冰雪消费三年行动方案（2023 ~ 2025 年）》明确，充分运用冬奥遗产，推动冬奥遗产利用效益最大化，释放消费潜力，提高消费品质，不断满足人民群众对冰雪运动和冰雪消费的新需求。

吉林省文化和旅游厅发布的《2023 ~ 2024 新雪季吉林省冰雪政策》提出，在冰雪消费券方面，面向省内外游客，将发放 3000 万元消费券。在冰雪交通方面，设立总额 1000 万元冰雪交通补贴，便利游客出行，降低出游成本。

除文娱旅游、体育赛事等外，2024 年绿色和可持续发展消费领域机会有望增多。

近年来，我国高度重视绿色消费的发展，出台了一系列政策措施，包括推广绿色产品、限制过度包装、鼓励再生资源回收利用等，以推动绿色消费的发展。随着

环保意识的普及和消费者对健康、环保的关注，越来越多的消费者开始关注绿色消费，并愿意为绿色产品买单。

随着绿色消费意识的增强，绿色产品的市场需求也将不断增加，越来越多的企业开始推出绿色产品，满足消费者的需求。同时，为了实现可持续发展，越来越多的企业开始建立绿色供应链，从原材料采购、生产、运输到销售等各个环节都注重环保和可持续发展。

此外，近年来，以网络购物、线上线下融合等新业态新模式为特征的新型消费也在迅速发展，在保障居民日常生活需要、推动消费恢复和升级、促进经济企稳回升等方面发挥了重要作用。国家统计局数据显示，2023 年全年全国网上零售额 15.43 万亿元，比上年增长 11.0%。其中，实物商品网上零售额 13.02 万亿元，增长 8.4%，占社会消费品零售总额的比重为 27.6%。

展望 2024 年，业内分析认为，个性化消费和体验式消费有望成为消费市场的新趋势。消费者将更注重个性表达与情感体验，对产品和服务的定制化、场景化需求将不断增加。同时，跨境电商和农村电商也将迎来更大的发展空间，成为消费市场的新增长点。☞

投资：聚焦高质量发展，精准发力

2023年年末的中央经济工作会议指出，要扩大有效益的投资，形成消费和投资相互促进的良性循环。

文 | 王柯瑾

投资是拉动经济增长的重要因素。在当前，我国的投资主要分为政府投资和企业投资两大类。

政府投资是指使用预算安排的资金进行固定资产投资建设的活动，是全社会固定资产投资的重要组成部分。

企业投资则是指企业在生产、研发等领域的投资。企业的投资可以带动相关行业的发展，增加就业机会，提高经济效益。

2024年我国投资发展趋势将如何演变？2023年年末的中央经济工作会议给出答案：要扩大有效益的投资，形成消费和投资相互促进的良性循环。发挥好政府投资的带动放大效应，重点支持关键核心技术攻关、新型基础设施、节能减排降碳，培育发展新动能。完善投融资机制，实施政府和社会资本合作新机制，支持社会资本参与新型基础设施等领域建设。

加大有效投资力度

政府投资作为一项重大政府职能，事关经济社会发展全局。

投资是经济增长的“三驾马车”之一。2023年我国投资发展稳中有进。国家统计局数据显示，2023年，全国固定资产投资（不含农户）503036亿元，比上年增长3.0%（按可比口径计算）。其中，制造业投资增长6.5%，增速加快0.2个百分点；基础设施投资（不含电力、热力、燃气及水生产和供应业）增长5.9%，增速加快0.1个百分点。从环比看，12月份固定资产投资（不含农户）增长0.09%。

为深入贯彻中央经济工作会议精神，落实全国发展和改革工作会议要求，总结2023年投资工作，布置做好2024年投资工作，国家发展改革委在北京召开全国

发展改革系统投资工作会议（以下简称“会议”）。会议指出，做好投资工作对推动高质量发展、推进中国式现代化，对扩大国内需求、巩固增强经济回升向好态势，对统筹发展和安全、防范化解重大风险都具有重要意义。要求各级发展改革部门要着力加强政府投资管理，着力调动民间投资积极性，着力扩大有效益的投资。

会议还强调，要高质量推进增发国债项目工作，加快清单转发下达和项目实施，切实加强项目监管。要发挥中央预算内投资效益，加快下达投资计划，提高计划执行质量。要用好地方政府专项债券，抓紧做好项目准备，加快项目开工建设。要努力调动民间投资积极性，加强服务保障，让民间资本有得投、投得好、进得来、退得出。要深化投融资体制改革，加强项目可研论证，提升投资管理效能，创新投资

在线平台应用。要进一步加强项目谋划储备,做好项目前期工作,切实提高项目质量。

2024年1月18日,国务院新闻办公室召开新闻发布会,国家发展改革委副秘书长、国民经济综合司司长袁达在会上表示,“扩大有效益的投资,要拓展有效投资空间,持续优化投资环境,切实提高投资综合效益”是今年的工作重点之一。“发挥好政府投资带动放大效应。政府投资更多投向打基础、利长远、固根本的能力建设项目,今年将加大对关键核心技术攻关、新型基础设施、节能减排降碳的支持力度,加快培育发展新动能。”

政府投资作为一项重大政府职能,事关经济社会发展全局,既是实施宏观调控、落实国家发展战略的重要手段,也是引导和带动社会资本扩大有效投资的有力抓手,在稳增长、促改革、调结构、惠民生、防风险以及补齐发展短板、优化供给结构、增强发展后劲等方面发挥着关键作用。

2024年伊始,全国各地重大项目密集落地。比如,上海自贸试验区临港新片区举行1月份重点建设项目开工仪式,开工项目33个,总投资约146亿元,涵盖产业、商文体旅、市政交通等多个领域,战略性新兴产业和未来产业是重点发力方向。广东深圳2024年首批205个新项目

建设集中开工,分布在重大科技和产业项目、基础设施项目、民生项目等领域。福建厦门举行2024年新年“开门红”重大项目集中开工仪式,63个重大项目总投资1152亿元……

激发民间投资活力

2024年的民间投资有望继续保持健康发展的态势,但也需要关注一些潜在的风险和挑战,并采取有效措施加以应对。

民间投资作为民营经济的重要组成部分,是民营经济发展的重要环节。

党的二十大报告提出,优化民营企业发展环境,依法保护民营企业产权和企业权益,促进民营经济发展壮大。

2023年,为促进民营经济发展壮大,国家发布重磅意见——《中共中央国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》,对促进民营经济发展壮大作出了新的重大部署。国家发展改革委也发布了《关于进一步抓好抓实促进民间投资工作努力调动民间投资积极性的通知》(以下简称《通知》)。

《通知》强调,要激发民间资本投资活力,鼓励和吸引更多民间资本参与国家重大工程、重点产业链供应链项目建设,为构建新发展格局、推动高质量发展作出更大贡献。充分发挥民间投资的重要作用,力争将全国民间投资占固定资产投资的比重保持在合理水平,带动民间投资环境进一步优化、民间投资意愿进一步增强、民间投资活力进一步提升。

2024年民间投资实现高质量发展,需要政府和民营企业共同努力。

同时，为健全保障机制，促进民间投资项目落地实施，《通知》强调要优化民间投资项目的融资支持。国家发展改革委按照“成熟一批、推荐一批”的思路，向有关金融机构推荐全国重点民间投资项目库项目；有关金融机构按照市场化法治化原则，独立评审、自主决策、自担风险，自主选择符合条件的项目给予金融支持。国家发展改革委将与有关政策性开发性银行、国有商业银行、股份制银行加强对接，依托全国投资项目在线审批监管平台，适时共享有关民间投资项目前期手续办理情况，以及是否获得中央预算内投资等资金支持信息，引导加大融资支持力度。有关金融机构及时向国家发展改革委反馈向重点民间投资项目及其他民间投资项目提供银行贷款或股权投资等资金支持情况。

在国务院新闻办公室召开的新闻发布会上，袁达也表示，完善投融资机制，实施好政府和社会资本合作新机制，全面梳理适宜民间资本参与的项目清单，依托投资项目在线审批监管平台进行项目推介，支持社会资本参与新型基础设施等领域建设。在市场准入、要素获取、公平执法、权益保护等方面，进一步打通制约民间投资的堵点、难点、痛点。

从地方推进来看，2024年1月23日，上海市第十六届人大二次会议开幕，上海市市长龚正作《政府工作报告》表示，上海要坚持“两个毫不动摇”，优化民营经济发展法治环境，进一步加大力度支持民间投资发展，加大专精特新中小企业培育力度。

广东省《政府工作报告》透露，2024年，

广东要发挥有效投资关键作用。全年安排省重点建设项目1508个、年度计划投资1万亿元。加快推进保障性住房建设、“平急两用”公共基础设施建设、城中村改造等“三大工程”，新增筹集建设配售型保障性住房1万套、保障性租赁住房不少于18万套（间），新开工改造城镇老旧小区1100个以上。用足用好中央预算内投资、增发国债等资金，提高存量资产盘活效率。实施政府和社会资本合作新机制，持续向民间资本推介示范项目和应用场景，让民间投资进得来、退得出、有得投、投得好。

随着政策大力支持，2024年的民间投资有望呈现以下趋势：

第一，民间投资项目数量和总投资额有望继续增加。随着国家对民营经济的支持和鼓励政策不断加强，民间投资的活力和积极性将得到进一步激发。

第二，制造业和科技行业有望成为民间投资的重点领域。国家鼓励创新和制造业转型升级，这些领域的发展将为民间投资提供更多机会和空间。

第三，民间投资的质量和效益有望得到进一步提升。国家加强对民营经济的监管和服务，民间投资的质量和效益将得到进一步提升，推动经济高质量发展。

总体而言，2024年民间投资有望继续保持健康发展的态势，但也需要关注一些潜在的风险和挑战，并采取有效措施加以应对。民间投资实现高质量发展，需要政府和民营企业共同努力，优化营商环境，加强金融服务，促进科技创新，引导民间投资方向，加强国际合作，推动绿色发展，建立民间投资服务体系等。

出口：保持韧性，挖掘新增长点

随着政策效应逐步显现和高水平开放稳步推进，我国进出口稳增长、提质量、增效益的基础将进一步夯实。

文 | 王柯瑾

2023年，面对外需收缩等不利影响，我国加力推动外贸稳规模、优结构，出口实现了正增长。

国家统计局数据显示，2023年全年货物进出口总额达41.76万亿元，比上年增长0.2%。其中，出口23.77万亿元，增长0.6%；进口17.98万亿元，下降0.3%。进出口相抵，贸易顺差5.79万亿元。

2024年出口走势如何？2023年年末的中央经济工作会议强调，2024年扎实

做好经济工作要扩大高水平对外开放。具体包括：加快培育外贸新动能，巩固外贸外资基本盘，拓展中间品贸易、服务贸易、数字贸易、跨境电商出口。

业内专家分析认为，从中长期看，2024年我国的外贸形势会出现明显改善。一方面，美欧进入降息通道，宽松货币政策将会带动企业主动补库存，引起全球贸易改善。另一方面，大宗商品价格目前已处于较低水平，从而对我国出口起到支撑作用。

机遇与挑战并存

我国国内国际双循环取得积极进展，但国内大循环还存在一些堵点。

2023年，我国顶住外部压力、克服内部困难，全面深化改革开放，加大宏观调控力度，经济持续回升向好、高质量发展扎实推进，货物贸易进出口好于预期、实现了促稳提质目标。

应该说，2023年我国进出口数据的稳中向好，离不开我国构建新发展格局、国内国际双循环相互促进的重要推动作用。

国家统计局局长康义在国务院新闻办公室举行的新闻发布会上表示，产业体系健全、生产能力稳定的优势得到了发挥，出口促稳提质带来了国内相关产业的发展，为经济整体好转提供了助力。2023年，我国货物出口额再创历史新高。其中，机

电产品出口比上年增长了2.9%。电动载人汽车、太阳能电池、锂离子蓄电池为代表的“新三样”产品出口额也首次突破万亿元大关，增长达到29.9%。

同时，康义也提示道，在看到我国国内国际双循环取得积极进展的同时，也要看到国内大循环还存在一些堵点，世界经济持续低迷，全球产业链供应链深刻调整，国际循环也面临一些困难和挑战。下一步，要统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革，统筹高质量发展和高水平安全，统筹推进深层次改革和高水平开放，打通制约经济循环的关键堵点，推动国内国际双循环相互促进。

海关总署副署长王令浚在国务院新闻办公室发布会上表示，展望2024年，外部环境的复杂性、严峻性、不确定性上升，进一步推动外贸稳增长需要克服一些困

难、付出更多努力。但同时更要看到的是，我国经济回升向好、长期向好的趋势不仅没有改变，而且支撑高质量发展的要素条件还在源源不断集聚增多。相信随着政策效应逐步显现和高水平开放稳步推进，我国贸易发展新动能将加快培育，外贸外资基本盘将持续巩固，进出口稳增长、提质量、增效益的基础将进一步夯实。

根据《中国经济金融展望报告（2024年年报）》（以下简称《报告》）预计，2024年中国出口同比增长2%左右，增速有望较上年回升约6.2个百分点。从出口目的地看，中国对新兴经济体出口仍是重要支撑。

展望2024年，《报告》认为，中国出口上行与下行因素并存，结构升级有望延续。

从上行因素看，中国出口结构性新亮点有望持续凸显。在全球碳中和背景下，中国新能源产业链相关产品在价格、技术、质量等方面具备全球领先优势，新能源车、光伏等产品的出口增速有望保持在较高区间。随着ChatGPT等终端应用场景和云计算、大数据、物联网等业态的进一步发展，全球半导体行业逐步筑底回升，中国机电相关品类出口增速也有望因此回升。目前，美国依然是中国的重要贸易伙伴。2024年，美国大部分行业即将进入补库存周期，消费电子、家具和建材、食品及农产品、纺织服装等商品进口需求或将扩大。这也有利于中国出口情况的改善。

而从下行因素看，国际环境不确定性

仍然存在。保护主义和地缘政治风险因素增多，世界主要经济体政治选举陆续展开，国际局势仍将处于动荡变革期，不利于全球经贸稳定与发展。同时，欧美发达经济体紧缩货币政策滞后效应犹在。虽然欧美加息周期即将进入尾声，但利率水平仍处于历史较高区间，对私人消费、企业投资的抑制作用仍将持续。这对全球增长动能修复和国际需求回暖也将带来不利影响。

培育外贸新动能

国家培育外贸新动能，既有其必要性和重要性，也将为企业带来多方面的机遇将为企业带来多方面的机遇。

相较2022年年末的中央经济工作会议将“更大力度吸引和利用外资”列为重点工作，2023年年末的中央经济工作会议强调“扩大高水平对外开放”，并指出要加快培育外贸新动能，巩固外贸外资基本盘，拓展中间品贸易、服务贸易、数字贸易、跨境电商出口。

培育外贸新动能有多方面的重要性和必要性。

首先，随着全球经济格局的不断变化和新兴市场的崛起，传统外贸模式已经面临诸多挑战，需要寻找新的增长点。培育外贸新动能有助于企业拓展国际市场、提高产品附加值和竞争力，从而在激烈的国际竞争中立于不败之地。

其次，培育外贸新动能是推动我国经济高质量发展的重要途径之一。出口作为

随着全球经济格局的不断变化和新兴市场的崛起，传统外贸模式已经面临诸多挑战，需要寻找新的增长点。

我国经济的“三驾马车”之一，对于经济增长的贡献举足轻重。通过培育外贸新动能，可以推动外贸转型升级和高质量发展，为我国经济社会发展注入新的动力。

再次，培育外贸新动能也有助于提升我国在全球经济中的地位和影响力。随着国际贸易保护主义抬头和全球贸易摩擦加剧，国际贸易环境变得日益复杂。通过培育外贸新动能，可以加强我国与世界各国的经贸合作与交流，积极参与国际贸易规则制定和全球治理体系改革，推动构建开放型世界经济，提升我国在全球经济中的地位和影响力。

最后，培育外贸新动能也是推动我国改革开放向纵深发展的需要。改革开放以来，我国外贸实现了快速发展，但同时也面临着诸多体制机制的制约。通过培育外贸新动能，可以进一步深化外贸领域的改革开放，打破制约外贸发展的体制机制障碍，推动外贸领域的创新发展，为我国全面深化改革提供有力支撑。

国家培育外贸新动能，既有其必要性和重要性，也将为企业带来多方面的机遇，将为企业带来多方面的机遇。

首先，企业可以借此机会拓展国际市场。随着国家加大培育外贸新动能的力度，将进一步推动企业拓展新兴市场，扩大市场份额。企业可以加强与“一带一路”共

建国家的经贸合作，开拓新的市场空间，实现出口市场的多元化发展。

其次，企业可以抓住机遇提高产品质量和附加值。国家鼓励企业加大科技创新投入，推动外贸企业向智能化、数字化、高端化转型。企业可以通过引进先进技术和管理经验，提高产品质量和附加值，增强自身实力和国际竞争力。

此外，企业可以参与国际贸易规则制定和全球治理体系改革。随着国际贸易环境的变化，国际贸易规则和治理体系也在不断调整和完善。国家鼓励企业积极参与国际贸易规则制定和全球治理体系改革，这将为企业提供更多参与国际经贸合作与交流的机会，提升企业在国际市场的地位和影响力。

最后，企业可以深化内部改革和创新发展。国家深化外贸领域的改革开放，鼓励企业加强内部改革和创新发展。企业可以借此机会加强内部管理，优化组织结构，提高运营效率。同时，可以积极探索新业态新模式，推动外贸与互联网、大数据等新技术的深度融合，实现外贸转型升级和高质量发展。

总之，国家培育外贸新动能将为企业带来多方面的机遇，企业可以借此机会提升自身实力和国际竞争力，实现可持续发展。■



寻找2024年大类资产配置“最优解”

2024年，国内政策稳健偏松，美联储逐步进入降息周期，对A股估值环境较为有利。

文 | 郭起瑞 张佳男

回望2023年，我国经济整体延续复苏步伐，符合2023年年中召开的中央政治局会议关于“经济恢复是一个波浪式发展、曲折式前进的过程。我国经济具有巨大的发展韧性和潜力，长期向好的基本面没有改变”的定调。

综合考量宏观环境

2024年政策端对国产替代、专精特新、补链强链等领域支持力度或将进一步提升，支撑相关行业投资意愿。

宏观经济方面，从消费来看，2023

年消费场景修复，消费活力提升，社会消费品零售总额同比增速快速反弹，2023年12月召开的中央经济工作会议强调“着力扩大国内需求”“推动消费从疫后恢复转向持续扩大”，为2024年消费整体发展奠定了基调，预计各地将拓宽消费场景和服务业场景的供给，在多渠道增加居民收入的同时刺激消费，消费潜力有望稳步渐进式释放。

从制造业来看，当前我国处于制造业高质量发展的关键时期，2023年国家已推出多项支持产业转型升级、促进民营经济发展的措施，2023年12月中央经济工作会议进一步强调以科技创新引领

现代化产业体系建设。2024 年政策端对国产替代、专精特新、补链强链等领域支持力度或将进一步提升，支撑相关行业投资意愿。

从房地产市场来看，2023 年以来，中央部委及各级政府均针对房地产市场出台多项优化政策，包括支持房企合理融资需求、调整住房信贷政策、下调存量房贷利率等，但由于居民整体购房需求与预期偏弱，地产销售与投资仍然承压。2023 年年末中央经济工作会议提出要积极稳妥化解房地产风险，结合商业银行“三个不低于”等支持政策，2024 年房企融资路径有望进一步打通，同时在房地产“三大工程”加速落地进程下，有利于带动住房需求释放，推动房地产市场平稳运行。

从出口来看，2024 年全球经济增长中枢可能继续回落，全球外贸总量增长或进一步放缓。一方面，新兴市场、“一带一路”共建国家对我国制造业依赖逐步提高，产业合作更加紧密，有望带动出口进一步增长；另一方面，在政策支持下，需进一步发挥我国机电类产品产业优势，把握发达国家能源转型机会，提升汽车及上下游产品渗透率。

政策方面，一是财政政策将适度加力，持续推动地方债务化解。在节奏上，财政政策可能“前置”发力，以确保与 2023 年发行的特别国债有机衔接；结构上，在保证经济事务、住房建设等支出的基础上，有望更向民生和社会保障等领域倾斜，更好地助推经济转型和疏通经济修复过程中的堵点和痛点。二是货币政策发力空间加

大。结构性货币政策工具在支撑总信贷规模层面或将起到更大作用，同时更加注重盘活存量、提升效能。

中长期来看，我国人口年龄结构变化对经济潜在增速的影响不容忽视。

社科院预测数据显示，从 2026 年开始，中国潜在经济增速降至 5% 以下，2035 年的潜在经济增速为 4.16%，而到 2050 年，潜在经济增速预计降至 2.87%；当前 10 年期国债收益率已下调至 2.50% 水平。

我国人口结构的变化趋势一方面将掣肘经济增长，另一方面将促使长端利率继续下行，综合考虑我国经济增速放缓、转型发展压力、利率下行因素，建行自 2019 年提出“胜者为王”和“剩者为王”的中期判断，当前资本市场呈现结构分化特征，也持续印证了中期判断逻辑。

如何把握资产配置机遇？

在“存量”经济中找寻自由现金流稳定的上市公司投资机会，以获取红利为投资目标，适合长期资金配置。

在 2024 年资产配置策略上，一是把握 A 股与港股市场结构性机会。当前 A 股整体处于政策底和盈利底的区间中，但从长周期角度来看，全球政治经济环境复杂，需关注“百年未有之大变局”的进一步演变，我国权益市场底部区间相较历史持续时间将被拉长。2024 年，国内政策稳健偏松，美联储逐步进入降

结构性货币政策工具在支撑总信贷规模层面或将起到更大作用，同时更加注重盘活存量、提升效能。

息周期，对 A 股估值环境较为有利，但企业盈利仍处于修复期，将持续分化，权益市场或将更多体现为震荡行情、结构性机会。配置上，在“存量”经济中找寻自由现金流稳定的上市公司投资机会，以获取红利为投资目标，适合长期资金配置；在“增量”经济中挖掘代表新经济动能的投资机会，布局国产替代、专精特新、补链强链等成长类资产。同时港股基本面修复有望跟随国内经济修复的节奏，当前 AH 股溢价已达到十年历史高位，可根据投资者风险偏好，适当关注 H 股配置价值。

二是把握债券市场中长期配置机会。2024 年，财政政策发力前置，国债增发可能推动财政脉冲进一步上行，外部货币政策环境对我国货币政策的制约减弱，长端利率向上突破概率较低，配置方面，应关注利率债作为底层资产的基础配置作用。结合发布的银行“资本新规”要求和支持实体的导向，银行将加大资本补充力度，风险权重调升的资产或带来一定的配置空间。从历史收益率情况来看，二永债收益率和十年期国债走势相似，并且票息收入更高，以系统重要性银行二永债替代国债、利率债，在保证

较低信用风险的同时，更具票息优势。因此，投资者可重点关注国有大行二永债产品的配置价值。

三是关注保险类资产配置价值。2023 年在国内外多种因素的冲击下，我国权益市场整体表现不佳且波动性相对较高。中长期来看，在人口老龄化背景下，总需求扩张面临较大压力，利率及投资回报率整体易下难上。保险类资产具备相对稳健的资产管理能力，在市场整体风险偏好下行的情况下，为投资组合提供相对稳定的收益，可以作为居民财富管理中的“压舱石”与“安全垫”。

四是关注境外债券资产丰富组合收益来源。在境外货币政策由加息转向降息周期的过程中，美债收益率仍有回落空间，中长期债券资产因其具备更高的确定性、更小的波动、更高的到期收益率，值得投资者重点关注。从交易层面来看，把握美债波段机会难度较大，收益率逢高加仓、持债不炒可能是更优的策略。对于有子女海外教育等需求的投资者，建议适量增加海外利率债、高等级信用债产品配置，丰富投资组合收益来源。■

（作者系中国建设银行总行私人银行部郭起瑞、张佳男）

如何做好“活钱”管理？

现金管理类产品是适合闲钱理财、现金管理的低风险投资工具，不仅可以满足个人和企业不时之需，也是平衡多元化投资风险的“稳定器”。

文 | 郝亚娟

“手有余粮，心里不慌。”在当前存款利率走低、金融市场波动的背景下，现金管理类产品日益受到投资者关注。

西南财经大学中国金融研究院常务副院长罗荣华分析，这一现象背后的根本原因是投资者对资产管理产品的风险偏好和

流动性偏好发生变化。

在全面净值化时代，现金管理类产品因具有起存金额低、风险低、流动性强、收益较高等特点，成了投资界的“香饽饽”。

不过，要注意的是，从风险角度，现金管理类产品虽然具有稳健低风险、流动

性好的特点，但其仍是理财产品，在极端情况下也有出现亏损的可能，投资者需要关注流动性风险隐患，并根据资金用途进行多元化资产配置。

现金管理“风从何起”？

一方面是金融机构加大产品创新，在现金管理类产品上“下功夫”，另一方面是投资者越来越青睐“活钱”管理。

现金管理类产品，指由金融机构或第三方机构发行的一种投资工具，旨在帮助个人和机构管理其现金流。它包括了多种不同类型的金融产品，例如货币基金、短期理财产品、定期存款等，具有出入灵活、流动性好、风险较小、收益稳定等特点。

货币基金是我国最早的现金管理类产品。追溯至2012年11月，汇添富收益快线货币市场基金获批，这是证券市场首只场内T+0理财产品，1000元起买，0手续费，股民保证金账户的资金可购买货币基金，在交易时间随时买入股票，实现了流动性与收益率的结合。

之后，在2013年6月，蚂蚁金服推出余额宝，成为中国互联网金融领域里的一款基金理财产品。在余额宝诞生后，各大互联网平台与商业银行纷纷上线了“宝宝类”货币基金产品。

截至目前，金融机构纷纷推出现金管理类产品，在功能上类似于余额宝，具有起存金额低、风险低、流动性强、收益较高等特点。

普益标准研究指出，从现金管理类产

品和新增居民存款规模的变动趋势来看，现金管理类产品规模走势多呈现“季末月下降、季初月回升”趋势，与新增居民存款变动趋势相反，这一变动趋势反映出银行存款和现金管理类产品之间存在一定的“替代性”。

一方面是金融机构加大产品创新，在现金管理类产品上“下功夫”；另一方面是投资者越来越青睐“活钱”管理。罗荣华分析，主要有三方面原因：

首先，从投资者风险偏好的变化来看。在2022年年末“破净潮”影响下，叠加2023年股票市场和基金市场表现不佳，投资者风险偏好容忍度进一步降低，更倾向于持有低风险偏好资产以穿越经济周期，现金管理类产品的低风险特征与之相符。

其次，从投资者对流动性的偏好来看。在面临较大的不确定性时，投资者特别是高净值投资者对流动性的要求更高，一方面以更低成本、更便捷地应对可能的流动性冲击，另一方面更灵活地应对可能出现的投资机会。这两方面的倾向性变化，特别是前者让投资者更偏好流动性好的现金管理产品。

最后，从利率调整对高替代性储蓄客户的影响来看，2023年国内商业银行先后三次调降存款利率，存款利率下行的趋势相对明朗。在“替代效应”影响下，银行储蓄的吸引力有所下降，部分储蓄客户开始关注低风险理财产品。与银行存款相比，现金管理类产品兼具流动性和低风险特征，收益也具有相对吸引力，因此受到更多投资者的关注。

任何投资理财都很难同时兼顾——高收益、高流动、低风险这三个特征。

平衡收益率、流动性与风险

现金管理类产品的“不可能三角”——高收益、高流动、低风险。

现金管理类产品并不是投资的“万能钥匙”，同样遵循投资中的“不可能三角”规律：任何投资理财都很难同时兼顾——高收益、高流动、低风险这三个特征。

安全性是指风险的程度，按期能够收回本金的可靠程度；流动性是指各类资产的变现能力，不同资产的流动性差别很大，比如房地产因为交易周期较长，流动性较差，活期存款的流动性最强；收益性是指投资回报的程度，一般来说，风险高的资产收益性相对较高。

融 360 数字科技研究院分析师刘银平指出，现金管理类产品并非保本保息产品，收益率存在一定波动性；很多现金管理类产品为 T+1 交易机制，大额资金赎回只能在下一个工作日到账，可能存在资金不能及时赎回到账的情况；此外，如果现金管理类产品遭遇大额赎回，金融机构也可能会限制客户赎回。

罗荣华指出，如果现金管理类产品规模增加速度过快，机构可能发行过度雷同的产品，产品管理模式和底层资产过于相似，这可能会带来两方面的危害：一方面，产品相似度太高，不容易为投资者提供多

元化的选择，即使投资者购买了多只产品但可能并没有真正地分散风险，还可能支付过多的手续费和管理费。另一方面，在面临货币政策突然转向的公共冲击时容易产生交易拥挤，过高的持仓和交易相似度增加产品的尾部风险，届时产品的收益率可能受影响比较大。

那么，个人做现金管理投资时需要注意什么？罗荣华建议，需考虑以下三方面：

首先，要正确认识产品的收益特征。由于会存在部分现金管理类产品在成立初期收益短暂冲高或建仓期收益过低等“极端现象”，所以投资者应在购买新发产品时综合考虑产品的长期收益表现，避免过度关注短期收益指标，可在参考同系列产品的过往收益表现和配置差异的同时，结合费率水平、申赎灵活性和资金到账时间来全面计算真实的持有收益率，并参考产品的底层资产特征遴选适合自己的产品。

其次，要全面评估产品（或者产品组合）的流动性特征。“现金管理新规”对现金管理类产品的快速赎回额度作出了一定限制，虽然“组合销售”服务一定程度上缓解了这个问题，但程度相对有限，机构近期也在减少组合销售布局。因此投资者在购买现金管理类产品时，可以考虑将资金分散到多个产品中，避免单产品 1 万元的

快速赎回额度限制了整体资金的流动性。

最后，要综合收益率、流动性和风险对产品进行全面评价。不同现金管理产品在不同维度可能有所侧重，不存在收益率高同时风险低、流动性好的产品，投资者在挑选优势机构、优势系列产品时，可以从布局力度、资产配置、相对收益和风险控制上进行综合比较，关注管理年限较长、在投资团队和销售模式上经验丰富的机构，并结合自身对流动性的需求和在风险上的偏好选择最适合自身的产品，以做好个人的配置规划。

兼顾财富安全和传承

合理安排家庭账户、有效进行多元化资产配置是投资者的必修课。

《2023 中国高净值家庭现金流管理报告》指出，全球政治经济的不稳定性和各种风险因素对高净值家庭的财富安全和可持续发展构成了挑战。

从外部因素来看，去年以来，通胀高位运行、美联储持续加息、地缘政治冲突加剧等冲击导致了全球资本市场大幅震荡，投资者避险情绪较浓。

从内部因素看，财富安全是投资者普遍关注的目标。清华大学五道口金融学院中国保险与养老金研究中心、中国人民银行金融研究所等单位联合发布的《中国家庭风险保障体系白皮书(2023)》显示，我国家庭普遍对疾病、意外伤害、死亡、养老、财富保值增值、财富安全六类风险的关注度较高，针对财富安全风险，众多人

将目光聚焦在资产保全传承、财富风险管理等方面。

2023 年 12 月，普益标准发布的《2022 ~ 2023 中国家庭资产配置白皮书》显示，通过将投资组合分散到不同资产类别，投资者可以平滑任何一个特定资产价格波动对整个投资组合的风险，同时可以利用长期投资策略平滑短期市场波动带来的影响。整体来看，中国家庭的风险偏好较为保守，将大部分资金投资于存款、货基、国债等风险较低的产品，较少投资于股票、基金等较高风险产品的家庭，占比达到 38.33%；选择将资产均衡配置于存款、货基、国债、银行理财、信托产品、保险、股票、基金等产品中的家庭，占比 37.55%。

总的来看，《2023 中国高净值家庭现金流管理报告》显示，高净值人群在现金流管理上的主要思路是“现金为王、稳健为重、保障先行”，应提高风险意识、调整资产配置结构、配置年金保险产品来降低潜在现金流风险。

具体如何操作？在资金安排上，根据资金用途把家庭资产分到不同账户，主要包括日常开销备用金、保障应急杠杆、高风险投资和长期稳定理财。

在投资目标上，除了财富安全，高净值人群的财富管理要考虑更多目标。当前，全生命周期的财富管理理念开始兴起，财富管理正逐步转变为涵盖投资咨询、税收筹划、养老投资等多样化的金融服务，高净值人群的资产隔离、遗产规划、代际传承、慈善公益等财富保障和财富传承类需求快速上升。■



出海加速度！ 2023年中国汽车出口剑指全球第一

中国汽车企业通过并购国际知名品牌、建立海外工厂、参与国际车展等多种方式加入到全球竞争中，中国汽车品牌也正在不断扩大其在全球的影响力。

文 | 袁佳

随着全球经济一体化的深入发展，中国汽车产业迎来了历史性的飞跃。从最初的技术引进到自主创新，再到如今的产品输出，中国汽车品牌正以前所未有的速度和规模驶向国际市场。海关总署的数据显示，2023年，中国汽车出口量达到522.1万辆，同比增长57.4%，剑指全球第一。

中国汽车企业已经不再满足于国内市场的成就，而是将目光投向了更为广阔的海外市场。通过并购国际知名品牌、建立海外工厂、参与国际车展等多种方

式加入到全球竞争中，中国汽车品牌正在不断扩大其在全球的影响力。

汽车海外出口成关键

2023年中国新能源汽车产业实现了飞跃式发展，成为全球新能源汽车市场的领头羊。

2023年，中国汽车出口量大幅增长，这不仅是中国汽车产业发展的硕果，更是推动中国汽车产业不断向前的重要力量。

据乘用车市场信息联席会的数据显

示，2023年中国汽车产销量双双突破3000万辆。回顾历史，2017年我国汽车产销也曾创下历史纪录，产销量分别达到2901.5万辆和2887.9万辆。然而，当时的出口数量仅为89.1万辆，可以看到，中国汽车工业在2023年度的产销量实现巨大突破，出口的大踏步前进起到了至关重要的作用。

在新能源汽车领域，2023年中国新能源汽车产业实现了飞跃式发展，成为全球新能源汽车市场的领头羊。海关总署数据显示，中国每出口3辆汽车中就有一辆是电动载人汽车，全年出口177.3万辆，增加67.1%。这一数据充分展示了中国在新能源汽车产业方面的巨大优势。中国新能源汽车以高品质、高性能、高性价比赢得了全球用户的青睐，为全球绿色低碳转型作出了不可磨灭的贡献。

此外，海关总署数据显示，2023年中国汽车出口金额达到7165.1亿元，同比增长76.8%。这一数字不仅突破了7000亿元大关，更让中国在全球汽车出口金额方面处于领先水平。这表明中国

汽车产业在技术创新、品质提升、品牌建设等方面取得了显著成果，并得到了国际市场的广泛认可。

多元化市场的精耕细作

通常来讲，如果能被欧洲市场认可的车型，在其他市场也不会太差。

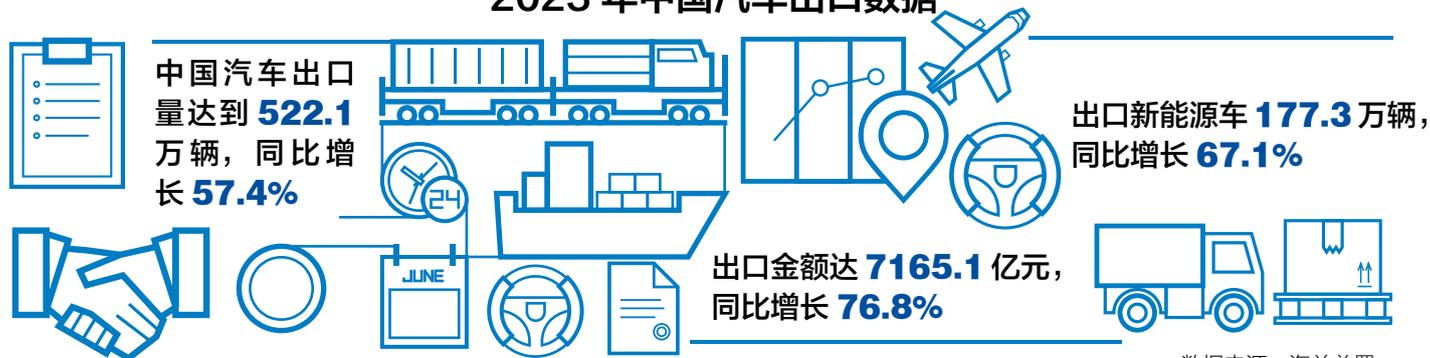
从出口目的地看，2023年，俄罗斯市场已成为中国汽车的最大买家。

受到俄乌局势影响，欧美日韩车企先后退出俄罗斯市场。这一市场空缺迅速被中国汽车品牌补上。根据中汽协整理的数据显示，2023年1—10月，我国整车出口423.9万辆。其中，俄罗斯市场以73.6万辆成为中国汽车出口的第一大市场，占比为17.4%。

在过去一年，中国车企一方面深耕俄罗斯市场，另一方面还加快以欧洲、北美为代表的海外新能源市场布局。

在欧洲“2035年起禁售化石燃料新车”的新规影响下，过去两年里欧洲成为了中国新能源车企热衷出海的大市场，

2023年中国汽车出口数据



数据来源：海关总署

且这种势头仍在延续。

奥纬咨询董事合伙人张君毅表示，中国乘用车品牌在出海过程中对各国家市场的业务定位各有侧重，通常会以欧洲等主流市场作为品牌向上的锚点。相比其他市场，欧洲市场消费者的准入门槛较高，通常来讲，如果能被欧洲市场认可的车型，在其他市场也不会太差。

此外，在“一带一路”倡议、中国—东盟自由贸易区建设以及《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）全面生效等利好因素叠加下，东南亚、中东、南美、亚非等国家和地区的汽车市场也不容小觑。

过去两年，以泰国、印度尼西亚、马来西亚等为代表的东盟国家，纷纷出台了针对新能源汽车产业的各种扶持政策，以此来促进各地新能源汽车转型，并吸引更多的投资。随着这些支持政策陆续出台和落地，车企纷纷加大了对这块价值洼地的布局。

以泰国为例，2023年新注册电动汽车数量达到76314辆，较2022年的9729辆增加了66585辆，同比大幅增长684.4%。在这些新注册的电动汽车中，中国品牌纯电动车在泰国市场占据了70%至80%的份额，在全年销量前四名中，全都是中国车企。

总的来看，中国汽车企业在出口方面已经采取了多元化策略，不局限于某一单一市场或区域。从东南亚到中东，从非洲到欧洲，中国汽车品牌正在逐步进入并适应不同市场的需求，赢得越来越多海外消费者的信任和青睐。

新能源技术创新彰显核心竞争力

除了动力电池是我国新能源汽车的亮丽名片，智能座舱和智能驾驶是海外年轻消费群体青睐我国新能源汽车的重要因素。

中国汽车不仅在出口销量上大幅增加，在品质上也不断提升。

对于新能源汽车来讲，以宁德时代和比亚迪等为代表的中国企业，在全球动力电池制造商中已经占据了领先地位；激光雷达技术是智能驾驶的重要支持技术，中国车企在这方面也取得了重要突破，高级辅助驾驶激光雷达装备方面的数量和份额都超过了全球其他国家，禾赛科技也成为全球最大的激光雷达装备供应商之一。

其次，在新能源汽车续航里程这一关键议题上，我国车企纷纷在极寒条件下对于新能源汽车进行了长达6000公里的测试。这些数据返回到电池企业，以改进电池材料和电池结构，提升电池密度，保证续航里程均不低于400公里。

中国汽车流通协会新能源汽车专家章弘指出，为了改善动力电池的耐寒性能，各大厂家都在加大科研力度，在动力电池智能热管理、电池热隔膜、电池密度等层面取得了重大突破发展，这些标准都保证了我国新能源汽车高质量，赢得了海内外消费群体的信赖。

除了动力电池是我国新能源汽车的亮丽名片，智能座舱和智能驾驶是海外年轻消费群体青睐我国新能源汽车的重要因素。

截至2023年11月底，我国智能座舱

尽管在营销方面取得了一定成就，但供应链的国际化才是中国车企面临的最大考验。无论是造车新势力还是传统车企，都需要在供应链管理上做出战略布局，以确保在全球市场中的竞争力和可持续发展。

相关专利共申请 51376 件，专利申请量从 2020 年开始进入爆发式增长阶段，整车企业、零部件供应商、通信企业、科技公司等纷纷发力布局该领域，预计此增加趋势仍将保持下去。

中国汽车的国际形象塑造

中国车企正通过智能化、高端化、差异化的宣传策略来树立品牌形象。

欧洲汽车工业历史悠久、成熟度高，本土品牌享有极高的知名度，中国品牌想要在当地打响名号并非易事。尽管中国车企较早进入欧洲市场，但在品牌营销方面并未有显著突破。面对大众、宝马、戴姆勒等拥有百年历史的强势品牌，以往中国车企往往只能依靠性价比吸引一部分价格敏感型消费者，或者花费漫长时间逐步积累客户基础。

然而，随着近年来智能驾驶技术的兴起，中国车企开始找到了新的突破口——通过智能化、高端化、差异化的宣传策略来树立品牌形象。

例如，比亚迪在海外市场大力宣传其

智能属性，以及智能化带来的高附加值和高溢价能力；吉利则将重点放在其高端子品牌极氪上；新兴的造车势力，如蔚来和小鹏，则凭借互联网思维和创新营销策略，在树立国际品牌形象方面取得了显著成效。蔚来在海外市场采取了内容创意驱动的营销模式，向消费者展示蔚来式的生活蓝图。小鹏则擅长利用社交媒体、与 KOL 合作以及创意活动来提升品牌知名度。

在汽车行业资深分析师和车评人钟师看来，尽管在营销方面取得了一定成就，但供应链的国际化才是中国车企面临的巨大考验。无论是造车新势力还是传统车企，都需要在供应链管理上做出战略布局，以确保在全球市场中的竞争力和可持续发展。

经过多年持续努力，我国建立了结构完整、有机协同的新能源汽车产业链供应链体系，涵盖基础材料、零部件、整车、制造装备等全链条，涌现出了一批领军企业。中国正在形成珠三角、长三角、西南、中部等多个新能源汽车产业生态群，它们共同为中国新能源汽车参与全球竞争奠定了坚实的基础保障。■



财智人物

区域经济的发展壮大是实现国家高质量发展目标的重要支撑。我国幅员辽阔，不同区域经济支柱产业、文化特色鲜明。探寻不同区域的经济动力与投资机会，可以助力财富管理行业因地制宜，创造更多价值。

- 李佳恩：追寻美的绽放
- 市场波动之下，怎样走好下一步？
- 黄金投资价值几何？



李佳恩：追寻美的绽放

面对新的形势、新的挑战，十余年深耕在医美前线的李佳恩敏锐地意识到：重塑品牌竞争力、打造本地“第一品牌”势在必行。

文 | 秦玉芳

“求美”是千百年来人类社会不曾放弃的追求，对于人生美好状态的向往，更是根植于我们民族文化基因中的一道亮丽底色。在科技主导的当下，人们对美的追求，也达到了更高的层次。

作为一个致力于追求“让人变得更美”的企业创始人，禾丽医疗美容医院集团总裁李佳恩在带领企业从一穷二白到行业龙头的十年“拼杀”中，见证了行业

的兴衰跌宕，也引领了国内逆龄求美的潮流趋势。

软硬兼具：塑造核心实力

随着中国经济发展，人民生活水平提高，富裕起来的中国大众，追求美的意识逐渐觉醒。如何内外兼修，成为“更好的自己”，成为一种潮流。

此时，美与医疗技术的相遇，在这种



禾丽医疗美容医院大堂

市场沃土中迸发出新的活力。2010年以来，中国医美产业加速发展，民营机构如雨后春笋般涌现。

彼时，还在江汉大学文理学院兢兢业业教书育人的李佳恩从未想过，有一天会与医美结缘。

回忆起创业初衷，李佳恩坦言：“当初我只是帮医美门诊撰写文案而已，谁知写着写着，我们一帮朋友认为这个行业能帮助更多人‘成为更好的自己’，是一个很有前景的行业。”被“逼”牵头，就这样，她开启了自己的医美创业之路。

2013年，李佳恩和几个合作伙伴在武汉万松园开起了第一家名为“康美”的医美门诊。彼时，店面仅有400平方米，

没有成熟的团队，也没有知名的品牌，凭借对“安全变美”的执着和信念，李佳恩和创业伙伴一步一阶，在群龙混战的医美市场杀出了一条路。到而今，禾丽医美已经成为在武汉、长沙、深圳、合肥、南昌、襄阳等多地拥有10家医疗美容机构的集团企业。

在李佳恩看来，十年来医美行业起起伏伏，禾丽医美能在激烈的竞争中存活下来，靠的是先进的技术和设备这两个硬实力。

李佳恩感慨，医美从来就不是一个轻资产的行业，要想做好医美，配置各种昂贵的前沿设备，聘用和培养高水平专业医疗团队，都需要大量的资本投入。医美是实实在在的重资产行业，成本压力是非常大的。“因为医美的项目都是作用在人脸和身体上，安全是第一位的，没有过硬的设备和技術，安全就难以保障。”

她回忆道，“从成立第一家店开始，我们就坚信安全无创是医美客户最重要的追求。因此，我们花了很大成本购买了一台热玛吉设备。当时这种设备在美国正火，刚刚进入中国市场，在湖北还从来没有，甚至在国内都没有几台。但它具备无创、安全和无恢复期的优势，且效果得到市场认证。我们觉得，无论多贵，一定要引进这种设备。”

事实证明，李佳恩的坚持是值得的。尽管设备投入高，但其不破皮、不打针的无创医美方式，赢得了客户的高度认可，成为禾丽医疗留住客户、抢占市场的杀手锏。在热玛吉引发的热潮之后，禾丽医美持续加大在无创、微创医美设备方面的投



禾丽医疗美容医院荣誉墙

入，像半岛超声炮、少女枪、黄金微针等各种无创或微创抗衰设备也分外齐备。“多年来禾丽医美始终坚持走在科技前沿，不断引进升级最先进的抗衰设备，每年在皮肤科的设备投资都达到千万元。”李佳恩透露道。

如果说先进的技术设备是禾丽医美稳居市场潮头的硬件基础，那么透明、公正的服务体系，就是其赢得客户信赖的软件依仗。

用李佳恩的话说，让客户放心最关键的因素是产品要保真、价格要合理。在她看来，医美产品并不神秘，但是很多企业遮遮掩掩、虚虚实实，让客户看不懂，就不放心。“只要你用的是真正合格的产品，

就应该大方透明地让客户知道。”

李佳恩不无自豪地说：“为了让客户更放心，我们在店里的配药台、操作间都装配了摄像头，将监视器直接摆到客户面前，让客户亲眼看到配药和操作过程的实时情况，让客户知道用的什么药、是谁在操作、过程是怎样的，这样一来，客户对我们的信心更充足，忠诚度和黏性也更高。甚至疫情几年，我们都靠着老顾客的青睞支撑了下来。”

创新升级：致力打造地方“第一品牌”

随着医美市场的成熟和发展，客户需求日益多元化，竞争者也不断增多。医美从一个参与者不多的窄赛道，发展为参与



者众多的宽赛道。同时，医美市场也在从高端人群向大众客户下沉。原来依赖高价格体系支撑的业务模式难以为继，行业也正在进入新一轮洗牌阶段。面对新的形势、新的挑战，十余年深耕在医美前线的李佳恩敏锐地意识到：重塑品牌竞争力、打造本地“第一品牌”势在必行。

什么是“第一品牌”呢？李佳恩说：“‘第一品牌’就是当客户提到这个领域，第一个想到的品牌。比如，在我们这个城市，说起金融领域，我第一个就会想到建行，这就是‘第一品牌’的影响力。我们就是要做医美领域的‘第一品牌’。”

作为一心打拼事业的职业女性，李佳恩个人和家庭乃至一部分公司的金融业务

都交给了建行。李佳恩感慨：“平时我工作比较忙，基本跟个人有关的金融和非金融业务，都会找建行的客户经理帮忙，甚至子女教育方面的问题，他们都会毫不犹豫地给予我帮助。多年来一直如此，这种毫无保留为客户的态度让我非常放心、安心和省心。这也正是建行成为我们当地金融服务‘第一品牌’的原因，建行‘以心相交，成其久远’的服务理念，也是我们所追求的。建行的服务令我觉得满意和感动的同时，也会给我们企业服务理念的打造提供一些有益的启示。”

在李佳恩看来，医美是一个服务行业，要从客户的角度考虑他们的需求。“我们要去适应客户，而不是让客户来适应我们。”

客户永远是对的，假如客户抱怨价格贵，我们不应该先考虑降价会不会影响利润，而是应该研究如何在保证服务质量的前提下，给客户更优惠的价格。”

她常对团队强调：“现在客户太难得了，我们的服务要更细致、更精准、更到位，才能留住他们。”为此，她和团队每天都会看抖音、美团等各大网络平台仔细翻看客户对公司产品、服务等各方面的评价。“看到认可的，我们会放在服务标准中，进一步加强；看到批评的，我们就有针对性地调整优化。我们重视每一位到店顾客的体验细节，虚心接受顾客的批评，不为自己服务不到位的地方找借口。”

A professional portrait of Li Ji'en, a woman with short dark hair, wearing a white blazer and a necklace, smiling. The background is a light blue gradient.

李佳恩

禾丽医疗美容医院
集团总裁

正是这种忠于顾客的服务理念，让禾丽医美十余年来口碑居高不下，一次又一次地顶住了行业风波侵袭。

不过，李佳恩也清醒地认识到，打造第一品牌，仅靠好的服务是不够的。“新的审美就要有新的体系，不仅是设备的更新迭代，更强调技术和理念的日新月异，尤其是医师团队专业技术水平的不断进步提升至关重要。”

十余年来，李佳恩坚持医师要“引进来”也要“走出去”，不仅从欧美、韩国等引进最先进的医美理念、技术，对禾丽医美医师团队进行升级培训，还会定期筛选优秀医师去各地交流学习。“像皮肤管理、微整等领域，我们的团队技术和理念一直是在最前沿不断更新的。”

基于此，李佳恩认为，专业能力的不断提升和服务体系的持续完善，是构建品牌竞争力的核心。“第一品牌建设过程中，技术理念、硬件设备和服务标准缺一不可。”

深谙媒体运营之道的李佳恩还反复强调，企业要把力量重点放在提升自身能力上，而非营销上。在她看来，在传统业务模式中，营销成本占医美企业营收比重重大，但随着毛利率的下降和移动互联网的普及，单纯靠营销获客的方式行不通了，好多医美机构可以通过抖音、美团等移动互联网平台直接向客户展示自己的专业能力和服务水平，从而直接获客。

李佳恩兴致勃勃地介绍道：“2023年开通抖音直播后，我们的专业科普直播吸引了数百万粉丝，很多顾客都是因为看我直播买了项目后到店里来体验的。”

在李佳恩看来，做医美不仅仅是为了做好企业，还有一份坚守的初心——让大家都做更好的自己。

坚守初心：彰显责任担当

品牌的建设，从来都不是一帆风顺的。忆及往昔，李佳恩一度感慨道：“其间无数次都不想干了，实在是太难了！”

最令她印象深刻的是2018年前后那段跌宕起伏的日子。彼时，医美贷盛行，大量小额贷款公司纷纷找上门，为做医美项目的顾客提供宽松的分期付款业务，一度让各家医美机构生意爆棚。

“甚至连刚刚毕业的大学生，都能很容易地获批几万元的医美贷款。他们还都是没有稳定工作的孩子，就因为医美背上几万元的贷款，以后拿什么还？一旦还不上贷款，且利息越滚越高，对他们来说不仅是违约的问题，甚至可能影响到今后的学习、工作和生活。”李佳恩说。

在这种担忧下，面对巨大的利润诱惑，李佳恩毅然决定哪怕业务下滑，也要停掉所有医美贷项目。

即便时隔多年，回忆起此事，李佳恩依然庆幸自己的这一决定。“尽管当时因为一刀切导致业务营收断崖式缩水，但我们控制住了潜在的风险，后来医美贷频频爆雷，也未伤及到企业。”

在她看来，做医美不仅仅是为了做好企业，还有一份坚守的初心——让大家都做更好的自己。正是这份淳朴的初心，支撑着李佳恩在企业的发展过程中稳扎稳打，

时刻不忘一个企业家的社会责任。

在团队的管理上，李佳恩也有自己独到的见解。在她眼中，团队中多数都是80后、90后。“现在带年轻的员工就像在游戏中一起‘打怪兽’一样，要给他们设立分阶段的目标，随着目标一个个地实现，工作也变得更有趣、更有成就感，最重要的是我和他们始终在一起，在一线奋斗，共同进步成长。”

为了让年轻人对这份事业更加热忱，更有归属感，也更有信心，李佳恩独创了“孝顺金”这个薪金科目。“孝顺金”是李佳恩在建行武汉市分行的支持下，为员工设立的回报父母的一项专项收入。企业为员工的父母在建行专门开设了一个银行账户，每个月企业存入500元，再把员工工资内的500元存入其中。李佳恩认为，这笔钱是发给员工父母的，虽然钱不多，但是能让员工父母体会到孩子对自己的孝心，也能让员工父母对子女的工作情况感到放心，还能让员工在父母和家人面前更加自信，更有“面子”。

展望未来，在李佳恩看来，新的阶段有新的需求，企业也将迎来更大的机遇和挑战。如何带领团队提高专业素质和服务能力，为客户提供更精准、更个性化、更周到的服务将是企业不断前进的动力和目标。■



建行私人银行
CCB Private Bank



建行青岛市分行私人银行中心门口迎宾处

市场波动之下，怎样走好下一步？

在多变的环境下，专业的投资机构、团队和产品，对于投资者的资产配置更有助益。

文 | 张漫游

面对当前经济形势的挑战，金融市场的波动性加剧。投资者需要保持警惕，在决策时必须对各种数据进行细致分析、谨慎判断，以便准确把握市场走向，合理配置资产。

然而，这对于多数投资者而言，并非易事。在错误的时点买入或卖出、频繁交易是许多投资者亏损的根源。隔离风险、稳健投资成为当下高净值客群财富管理的重要方向。

此外，值得关注的是，当下随着创富

一代到了退休的年龄，中国的家族企业在追求稳健发展的同时，也迎来了代际传承的高峰期。

那么，面对市场波动，高净值人群应如何进行资产配置策略调整？如何实现稳健发展、家企风险隔离？如何实现家企传承？《建行财富》与建行青岛市分行私人银行中心的财富管理专家王晨菲、吕爱军、张晓君、牛莉、张通道共同围绕相关话题，进行了深入探讨，为高净值人群下一步财富管理发展提供新思路。

有效应对投资市场波动

《建行财富》：在市场震荡行情下，投资者该如何从焦虑情绪中走出来，调整优化资产配置方案？

张通道：在目前的经济政治环境下，首先投资者要做到分散投资。尤其是权益市场表现较差的时候，分散投资更有保障。

需要提示的是，在做资产配置的时候，一般不是看重配置资产的种类数量，而是看不同收益来源的资产的分散程度。一般收益来源低相关性的产品组合，在市场上胜率相对较高。比如权益市场表现欠佳的时候，增加黄金市场指数的另类投资，或原油产品、大宗商品的投资，通过分散的投资组合，可以减少投资风险。

其次是要遵守自己的投资纪律。很多投资者对于一些风险高、收益波动大的产品有特别的偏好，在投资中没有遵从自己的投资纪律，常会在不恰当的时间点买入卖出。从多年帮助客户投资的经验看，坚守自己的投资纪律，在投资组合中适时做好平衡，把自己的资产组合调整到自己的投资纪律范围内十分重要。

最后是要多考虑监管政策变化。这几年，监管的政策、法规时有变化，投资者在做投资的时候，对于比较敏感的投资，比如外汇、跨境产品、房产投资等，需要更多地考虑政策法规监管在这些方面的要求。

王晨菲：过去几年中，新冠疫情、俄乌冲突等，使得投资市场出现结构性变化，通过一类产品或单一策略“躺赢”的时代已一去不返。在此背景下，投资者更适宜进行多元化配置。

此前，我接触到的投资者的资产配置主

要依赖于他们的习惯。例如，在过去的一段时间里，投资者接触较多的是常规理财产品、公募基金、存款产品等。通常，他们在购买一款产品后，如果觉得购买体验不错，便会习惯于继续购买。近来，随着对信息的接受能力不断增强、对更丰富多元的金融产品有了更深入的了解，投资者的资产配置理念也越来越丰富。多元化的资产配置对于投资者来说，可能会有更好的效果。

另外，在多变的环境下，专业的投资机构、团队和产品，对于投资者的资产配置是更有益处的。当今不管是外部形势，还是国内的经济整体弱复苏态势，对投资者的投资而言都带来一定的挑战。在这种背景下，专业的金融机构在资产配置方面具备丰富的经验，往往能从专业的角度出发为客户制定资产配置方案。以建行为例，每次为客户进行资产规划之前，我们都会根据客户的财务状况、财务需求、年龄、风险偏好等维度进行资产配置系统的综合评估，最后形成一份包括现有资产状况、以往配置各类产品比例、建议配置资产以及资产配置前后综合收益和风险水平比较四大模块的资产配置建议书。

张晓君：自1995年大学毕业至今，我一直在建行工作，2011年年底到私人银行担任私行客户经理一职，至今已有12年多，对专业投资感触颇深。专业的投资都是围绕着投资者资产配置的核心需求、经过全方位评估而制定方案的。建行私人银行一方面整合了集团各子公司的资源，另一方面加强了同外部机构的合作，丰富了多元化产品线。并针对每个客户不同的需求，

针对投资期限、收益等提供定制化方案。

我们团队私人银行业务的专业度在本地是受到客户广泛认可的。这与团队中每个人的个人努力是分不开的；同时，建行总行每月、每季度通过宏观市场分析和策略指引，包括发布每日私享播报等，也让我们的团队在面对市场波动时，时刻保持警醒，给予高净值人群更合适的风险提示和建议。

吕爱军：我们在与客户交流时最大的底气便是建行的全牌照优势。同时，建行还通过邀请行内财富顾问及外部专家的方式将最新的研究成果自上而下地输出给我们，为我们给客户 provide 资产配置建议提供了非常好的支撑。

如果投资者对市场的客观规律足够了解，就能在市场出现大波动时，对相关影响因素、涨跌原因具有一定的判断，从而保持冷静。

构建家庭财富顶层设计

《建行财富》：在市场波动的情况下，高净值人群的财富管理需求与此前相比有哪些不同？

王晨菲：最近几年，国内外的经济形势、投资环境都发生了一些变化，我们接触到的高净值客群的需求也随环境而变。主要变化之一就是客户的需求趋向多元化。

从我们产品体系的演变可以看出客户需求的变化。过去我们采用的是标准化的市场投资产品体系，近年来，则探索了诸多新产品。前阵子，我们讨论过一款理财产品，是挂钩了纳斯达克 100 指数的看涨期权结构产品；基于现在的市场环境，我们增添了二永债等固收类资产作为产品标的打底；我们还增加了全球利率债配置，在欧美央行加息尾部的时候来锁定中长期



的高票息收益。

另外，还有一个变化，就是高净值客群的投资需求更稳健了。近两年，一些客户认为持有现金才是最稳妥的方式，以往聊起产品，多数投资者先关注的是预期收益，现在则会把风险放在第一位。

吕爱军：我在建行已经工作了27年，其中在私人银行的工作经历也有12年之久。从接触到的客户的情况看，相比前些年，如今高净值人群的投资需求更倾向于稳。部分人在经历了多年打拼后，从过去的创富阶段，过渡到了守富、传富的阶段。之前，这些客群可能更想获得高收益，现在则倾向于“稳字当头”。

尤其是在近几年的经营过程中，很多高净值客户的企业也遇到了比较大的困难或瓶颈，企业面临的风险比较大。在此背景下，风险隔离十分重要。



建行青岛市分行私人银行团队

《建行财富》：如今高净值人群有了稳健投资、风险隔离和传承需求。基于此，对于高净值人群财富管理有哪些建议？

王晨菲：传承是每个人都需要面对的问题，我们永远不知道明天和意外哪个先来，时不我待，因此，谋划要趁早。

另外，传承不仅涉及现金，还包括房产、股权、债券等多元化资产，传承工具也有不同的选择，因此需要专业的机构来出具专业的方案。

前阵子我接触过一个案例。孩子不想继承父亲原有的出版产业，而是更喜欢化工行业，并对此颇有研究。这家就面临两个需求，一是代际传承、接班需求，二是开展实业需求。针对这两方面需求，我们出具的方案是设立家族信托，一方面借股权家族信托实现父辈家业传承的架构设计，另一方面是借家族信托进行投融资事务管理。

财富传承规划最主要的工具之一是家族信托，家族信托是以家庭财富的保护、传承和管理为主要信托目的，不仅能实现风险隔离，还能提供财产规划、资产配置、子女教育、家族治理、公益慈善等定制化事务管理和金融服务的信托业务。

吕爱军：家族信托已经衍生出许多创新架构，如非上市公司股权信托、上市公司股票信托、外籍受益人信托等满足委托人财富传承、分配、风险隔离等多样化的需求，该规划需要较高的专业性，需要专业团队根据委托人的需求进行专门的设计和规划，也需要专业律师或税务师对相关的条款出具法律意见或税务意见，是家庭财富的顶层设计安排。

一个好的财富规划，需要从业人员的

长期陪伴。我在私人银行领域工作的12年中，经历了很多客户不同的人生阶段，深深地体会到，全生命周期的财富规划，不只包含了企业主本人的生命周期，还包括其家族的生命周期以及其企业的生命周期，基于这三个生命周期的叠加，每一项产品和工具承载的功能定位就会不一样。

在国内，建行是较早开展家族信托这一业务的机构之一，具有丰富的经验。随着投资者个人、企业及家庭生命周期的变化，家族信托要实现的作用越来越综合化，架构设计越来越复杂，其基本内涵逐渐延伸至精神、文化传承与成员培养，从二代向跨代际传承，其包含的内容也从单一的现金资产不动产向企业股权、知识产权、艺术品等另类资产拓展。

牛莉：投资者在准备设立家族信托之前，通常会货比三家，对比各家机构综合服务能力来为自己筛选适合的家族财富管理服务机构。

我来到建行私人银行中心担任私行客户经理后，接触过一个高净值客户，他在建行了解家族信托业务的同时，还接触着其他财富管理机构。我们也鼓励客户要以谨慎的态度去筛选家族信托服务机构，毕竟找到值得信赖的受托人是成立信托最重要的环节之一。这位客户彼时先选择了一家保险机构，并购买了保险产品，然而，客户在办理了业务后总有疑惑，觉得自己的很多问题没有解决。于是，我从客户的需求出发，并联合私人银行中心财富顾问、总行专家团队，为他出具了一个家族信托方案，解决了他的所有疑惑，最终其成为了建行的家族信托客户。

家族信托涉及诸多受益人，法律关系比较复杂，一旦服务机构没有能力去识别受益人未来行为过程中的潜在风险点，便会影响受益人的工作、生活安排。建行私人银行的理念是“以心相交，成其久远”，围绕不同客户的需求，我们会为其提供专属定制化方案，包括定制一些非金融的活动。

王晨菲：机构的专业化还包括团队的专业性，这也是投资者筛选家族信托服务应该重点考量的方面。

青岛地区的私人银行业务竞争很激烈，但我们的团队能获得诸多高净值客户的认可，作为建行青岛市分行私人银行中心的团队负责人，我很有感触。

我们团队的工作人员年龄跨度大，有工作了10余年、经验丰富的资深老员工，也有富有朝气、不怕苦不怕累的新员工，要想打动高净值客群，团队的专业度、服务能力十分重要。对于投资者来说，设立家族信托时需要重点考虑设立后机构的持续服务能力和执行能力，这些能力需要强大的专业化团队去支撑。

为了强化团队的专业性，应对市场、经济周期、行业因素变化的波动，降低投资组合风险波动，我们通过多种方式提升了资产配置人员的服务能力。如总行私人银行部邀请了诸多知名的私募基金管理专家，举办了私享甄选、资本市场展望和资产配置策略交流会；建行私人银行私享配置系列的赋能培训，优质的外部合作机构、建行内部的优秀财务顾问会分享他们的财富管理经验，这些都在持续提升我们团队人员的专业能力，为我们服务高净值人群提供了强大的智囊支持。■



黄金投资价值几何？

黄金具备一定的中长期投资价值，且由于其与股票、债券等资产相关性较低，具备分散配置的价值。
文 | 中国对外经济贸易信托有限公司

对每个人而言，黄金并不陌生，自古以来黄金就具有非常广泛的用途，其作为货币、首饰等被大家所熟知。

黄金是以美元计价，复盘长期黄金走势可知，自布雷顿森林体系结束后至今，黄金的年化收益超过 9%。黄金价格在这期间共经历了四次大规模的上涨：第一次发生在 1971 年~ 1974 年期间，金价从 39.6 美元 / 盎司涨至 179.5 美元 / 盎司，涨幅达 354%；第二次发生在 1976 年~ 1980 年期间，金价从 103.5 美元 / 盎司涨至 850.0 美元 / 盎司，涨幅为 721%；第三次发生在 2001 年~ 2011 年期间，金价从 256.0 美元 / 盎司涨至 1895.0 美元 / 盎司，上涨 640%；第四次发生在 2018 年~ 2020 年期间，金价从 1284.2 美元 / 盎司涨至 2067.15 美元 / 盎司，涨幅为 61%。

在国内，黄金较早作为投资工具被广泛放入资产组合内是在 2013 年，即黄金 ETF 正式上市时点。对于投资者而言，正确认识黄金，从中长期角度来看待黄金的投资及配置价值，并通过研究黄金价格的驱动因素，对黄金进行一定择时的配置，可进一步提升投资收益水平。

如何研判黄金价格？

哪些因素可以影响黄金的价格？

供需关系方面，众所周知，供求关系是大宗商品的定价基础，然而金价与黄金的供需缺口存在一定背离，尤其在 2019 年及 2020 年表现得最为明显，金价在黄金需求下滑明显的年份出现了大幅的上涨。通过测算，黄金供需缺口对黄金价格解释力度较弱，甚至两者呈现负相关关系，

可见黄金的供需关系并非黄金价格的核心驱动因素。

美元走势方面，黄金在历史上长时间作为货币存在，布雷顿森林体系结束后，虽然美元与黄金脱钩，但时至今日黄金仍是各国央行资产负债表的重要组成部分之一，其涨跌体现出它与信用货币的地位博弈。黄金作为美元的替代品，当美元居于弱势时，黄金和其他货币作为价值储藏的地位就会上升，黄金趋于升值。然而复盘历史黄金价格与美元指数关系，两者呈现出非显著负相关关系，如 2019 年到 2020 年年初，黄金与美元指数均呈现上涨走势，根据回归分析，两者呈现负相关，但结果并不显著。可见，虽然美元走势对金价有一定影响，但也并非核心驱动因素。

避险情绪方面，采用 VIX（恐慌指数）代表市场的避险情绪，当 VIX（恐慌指数）越高时，表示市场参与者预期后市波动程度会越剧烈，如果 VIX（恐慌指数）越低时，则反映市场参与者预期后市波动程度越趋于缓和。然而，研究表明，VIX（恐慌指数）走势与黄金价格相关性比较弱，甚至根据相关统计结果，两者呈现一定负向关系。

复盘历史上出现重大风险事件时黄金的走势，不难发现金价在大多数风险事件下确实表现较好，如 2022 年俄乌冲突时期、2001 年“911”恐怖袭击时期等，但也有部分风险事件发生时持有黄金并未取得正向回报，如 2008 年 3 月到 11 月金融危机期间，美国实际利率处于高位，持有黄金的机会成本较高。

通胀方面，通过观察可知，历史上金价变动与通胀的正相关性主要体现在

对于投资者而言，从中长期角度来看待黄金的投资及配置价值，对黄金进行择时配置，可进一步提升投资收益水平，或起到风险对冲的作用。

三个时期，即 1972 年 ~ 1980 年、2006 年 ~ 2012 年及 2020 年至今，其他时期则并不显著。鉴于通胀在这几个时期的波动明显加大，可以看出通胀对金价的驱动是有条件的，即只有在当通胀大幅波动时，才可以对金价产生主导性的影响。

实际利率方面，观察长期实际利率（名义利率减去通胀预期，将通胀指数国债 TIPS 作为观测指标）与黄金价格的关系，不难发现二者呈现显著的负相关性。从历史上看，如果仅根据单一指标来判断金价的走势，则长期实际利率可被视为最优的指标。

从经济学含义角度上看，一方面，黄金是一种无息资产，投资者获取回报的方式为黄金价格的上涨，无风险资产美债（有息）是持有黄金的机会成本，美债收益率下跌会提升黄金吸引力；另一方面，黄金作为实物资产，受到长期通胀预期的影响，所以在通胀的高波动时期，通胀预期的大幅波动会影响长期实际利率的变动，进而影响黄金的价格。即通过判断美债实际利率的走势有助于判断黄金未来价格的走势。

如何进行黄金资产配置？

黄金是以美元计价，那么从国内视角来看，黄金是否具备配置价值？投资研判

框架是否依然适用？

从国内黄金资产表现情况看，AU9999 是含金量为 99.99% 的国内黄金现货，其价格自有统计数据以来收益达 466.7%，年化收益为 8.62%；从风险角度上看，黄金区间波动率为 15.77%，小于股票资产的波动率。

从内外盘黄金走势差异方面看，整体上，国内金价与国际金价走势基本一致，黄金价格研判框架依然适用，在部分节点存在短期的偏离，主要是受到汇率因素影响。对于国内金价而言，不利的情况为，人民币相对美元升值，则国内金价涨幅不及国际金价。但基于资产配置视角，在人民币相对美元升值时期，A 股往往表现较好，一定程度上可对冲相关风险。

那么，黄金的配置方式有哪些？根据目前了解，在实操中，投资者可以通过投资实物黄金、黄金 ETF、纸黄金、黄金期货、黄金现货、黄金 T+D 几种方式进行黄金的配置。综合来看，通过观察历史数据不难发现，黄金具备一定中长期投资价值，且其与股票、债券等资产相关性比较低，具备一定分散配置价值。■

（免责声明：本文仅供一般性参考。本文介绍的信息及资料并非旨在为任何投资者或第三方提供任何形式的投资建议。）



闲谈

春节与“年味儿”，不仅仅是农历新年的开始，更是一段跨越千年时间和空间的文化遗产，是一种深植于每个中国人心中的情感象征。百节年为首、四季春为先，春节是中华民族最隆重的传统佳节。每一道传统的年菜，每一个习俗的细节，都承载着中华文明的丰富文化内涵和深深的家庭情感连接。

- 哈尔滨破圈记
- 冰雕之美：永不重复的童话
- 万物生长，这样养生不负春日好时光
- “年味儿”满满，有趣的春节年俗大不同
- 南北方元宵节大PK，你PICK哪一个？
- 热爱美食，就是热爱生活

哈尔滨破圈记

得天独厚的城市氛围和特色城市文化的传播，为哈尔滨乃至整个东北地区的旅游业发展注入了新的活力和动力。

文 | 袁佳

今年，哈尔滨这座冰城以超高的人气，吸引了无数游客的目光。这个冬天，哈尔滨成为了当之无愧的“冰雪之王”，频频登上热搜，成为了网红城市中的翘楚。

哈尔滨市文化广电和旅游局提供的大数据显示，截至 2024 年元旦假日第三天，哈尔滨市累计接待游客 304.79 万人次，旅游总收入高达 59.14 亿元，创下了历史新高。

携程网的统计数据更是让人惊叹，哈尔滨冰雪大世界在元旦第二日就宣布暂停售票，可见其人气之旺。元旦假期内，哈尔滨的异地客群占比高达 75%，主要来自上海、深圳以及北京等地。3 天假期旅游订单量同比大增 158%，天南海北的游客纷纷涌入冰城，体验这独特的冰雪之旅。

始于一场退票风波

回到事情的最开始，此次哈尔滨“出圈”始于一场“退票风波”。

在今年哈尔滨冰雪大世界正式开园前，网上便已传出“今年是有史以来最大的冰雪大世界”的说法，2023 年 9 月，哈尔滨文旅部门开始策划推出“历史上最大的冰雪大世界”“索菲亚版的霍格沃兹大教堂”等出圈视频，吸引了网友的关注。

到了 2023 年 12 月 18 日开园首日，

大滑梯、摩天轮、冰秀等热门项目难以满足游客需求，有游客因在寒冬中排队时间过长齐喊“退票”，一时间现场混乱不堪。

本来是一件网络危机舆情事件，但后来，哈尔滨市立马发布了一封面向游客的道歉信，并给出了扎实有效的解决举措，比如延长营业时间、丰富体验活动等，为哈尔滨重新赢得了游客的认同与好感。

从哈尔滨冰雪大世界退票事件上热搜，到稳稳接住了“泼天的富贵”，往后哈尔滨的每一个动作都迅速引发了网友围观。

哈尔滨成功出圈，让人们看到了旅游业在服务国家战略、带动地方经济发展、重塑城市形象方面的重要作用，看到了真诚待客、品质服务的产业发展至高逻辑，也为其他旅游目的地城市的未来发展提供了全新思路。

一个“陌生”的哈尔滨

在哈尔滨的“出圈”事件中，网友“吐槽”自己家乡的视频在网络上引发的热议一直居高不下。

他们在视频中纷纷表示，自己生活了几十年的城市，在这个冬天却变得如此“陌生”。甚至还有人调侃道：“哈尔滨讨好型‘市格’，实锤了。”

为了能够让“南方小土豆”在享受特色美食时依旧保持优雅，原本拿起就啃的冻梨，居然被做成了精美的摆盘。就连东北人习惯的咸口豆腐脑，都改成南方游客们习惯的甜口，只为能够满足每一个人的口味……

哈尔滨位于中国东北的黑龙江省，是中国最寒冷的城市之一。纵观我国发展的历程，哈尔滨这座城市也不仅这一次集荣誉和光芒于一身。

随着 19 世纪末 20 世纪初中东铁路的修建，哈尔滨一跃成为了当时屈指可数的国际化商埠。在前苏联援建的 156 个项目中，近三分之一坐落在东北，其中更是有

13 个项目坐落在哈尔滨。

超 2000 多家外资企业、银行，以及保险公司定居于此，让它成为了当时我国最为繁华的一个城市，没有之一。

新中国成立后，得天独厚的交通优势，更是让哈尔滨工业发展迅速，担当起国家经济发展的重任。无论是钢铁、煤炭等重工业，还是粮食加工、纺织、食品加工等轻工业，都聚集于此，让哈尔滨成为了国内最重要的重工业和装备制造业基地。

改革开放初期，哈尔滨的 GDP 也稳居全国前十，跻身于我国繁华大都市之列，被誉为“东方小巴黎”，其所在的东北地区被誉为“共和国长子”。



随着沿海城市的不断崛起和发展，哈尔滨逐渐褪去了曾经工业重镇的光环，经济发展速度逐步减慢。曾经令无数人向往的国际化大都市，却面临着人口流失的窘境，甚至成为了首个退出千万人口的省会城市。

2023年上半年，哈尔滨的GDP在15个副省级城市中排名垫底。纵观东北三省，哈尔滨其实只是其中一个缩影，过去十年中近1000万人口的流失，让曾经许多人人为之向往的土地，逐渐失去发展的动力，在投资领域更长期流传着“投资不过山海关”的说法。

然而，哈尔滨如今突然爆火，络绎不

绝的人群充斥着曾经冷冷清清的中央大街，城市热闹了起来，也难怪本地人直呼“陌生”。

充分挖掘特色旅游资源

北京冬奥会成功举办后，冰雪运动热度持续升高。滑雪、冰球、冰壶等冰雪运动逐渐从专业领域走入大众视野并成为热潮。本次哈尔滨的出圈爆火，便是凭借了得天独厚的冰雪资源和优越的冰雪运动环境。

在这之中，除了久负盛名的冰雪大世界，还有以索菲亚教堂、哈尔滨火车站、哈药六厂为代表的异域风情特色，哈尔滨还是联合国授予的“音乐之城”。得天独





厚的城市氛围和特色城市文化的传播，为哈尔滨乃至整个东北地区的旅游业发展注入了新的活力和动力。

北京第二外国语学院旅游科学学院教授厉新建认为，哈尔滨本来就有很不错的文化和旅游资源。其中，哈尔滨冰雪大世界是每年冬季旅游市场的宠儿，哈尔滨极地公园“淘学企鹅”已是资深网红。此外，马迭尔冰棍、哈尔滨烧烤、中央大街、索菲亚教堂、巴洛克街区、松花江畔、太阳岛上等等，知名度都很高。好资源为好评价奠定了坚实的基础，要都是些“草台班子”“花拳绣腿”，那很快就会在实打实的、澎湃的客流前露出破绽、败下阵来。

可喜的是，这次哈尔滨没有躺在资源禀赋上止步不前，而是铆足了劲、想尽了办法，在既有资源基础上创新性地带来了

更多新玩法、好玩法、意想不到的玩法。

无论是广受好评的无人机飞出的月亮、插上翅膀的黑马还是鸵鸟企鹅齐上阵，都说明了，只有“会整活”“超有趣”“很快乐”，目的地才有可能通过社交媒体在受众心中丰富起来、立体起来、活跃起来，才有可能为社交媒体的自愿接力传播源源不断地提供“信息炮弹”。

厉新建认为，哈尔滨此次很好地察觉了现代社会“隐身人”强烈的主体性表达需求，人们在惯常环境下一本正经的日常生活中隐形得太久了，正需要一个释放的载体和借口，网络上各种各样的金句说明在隐形之下的大众其实有着无穷的生活智慧和多样的生活趣味。只要有合适的场景和空间，这些有智慧有趣味的人很乐于在目的地这个大舞台上释放自己、展示自己。这样一来，游客基于主动创作、主体性的



哈尔滨极地公园“淘学企鹅”雪雕

自我表现甚至自恋而产生的诸多具有创造力的玩法，就成了社交媒体传播重要的素材，在主客共创中，给持续推高市场热度提供了可能。

立体化宣传助力城市出圈

实际上，很多人将哈尔滨看作是第二个爆火的“淄博”，但黑龙江省文化和旅游厅党组书记、厅长何晶却不这么认为。何晶表示，今年哈尔滨的火爆并非偶然，从2023年年初，他们就开始利用新媒体平台多维度宣传黑龙江，还邀请了头部文旅博主为黑龙江冰雪游引流，索菲亚霍格沃兹大教堂等等背后都有官方的身影。

何晶认为，哈尔滨文旅看似一夜之间爆火，实际是长期积累的成果。“已经准备一年了，游客需要什么，我们就上什么。”从这个角度来看，哈尔滨出圈更像是在一

个契机下的厚积薄发。

元旦前夕，哈尔滨文旅各平台账号就推出了一系列短视频进行冰雪旅游宣传。其中，太平国际机场空姐跳舞迎客，商场内交响乐团表演，鄂伦春族同胞带着驯鹿现身街头与游客互动等内容，一经发布就登上热搜，哈尔滨由此吸引了全国的目光。

厉新建表示，通过社交媒体在网络空间蹿红并带动线下流量剧增已经是现在各地屡试不爽的“绝招”。因为现在人们越来越多通过网络来建构地方形象和认知，也越来越多根据网络文本和图像来选择和消费的地方。这些年火起来的那些目的地，几乎无一例外都是“网红”，都是通过网络重新走进现代人们的视线，进入人们旅游消费的心愿清单的。

在厉新建看来，网红大致可以分为“自发性的网红”和“设计性的网红”。自发性的网红即自己莫名其妙就红了，是社交媒体空间自发传播的结果，多数网红目的地或打卡点属于此类。哈尔滨的火多少也有点这个意味，毕竟任何一个目的地火起来都不希望是以负面舆情的扭转作为有意为之的精心策划。但当地通过对这个迅速扩散的负面舆情的处理作为切入点，很好地完成了传播热点的切换。

而设计性网红则有主动策划的成分，是社交媒体对策划产生应激反应的结果。这种网红之路不能说没有，但总体上似乎不多见，因为这有点像开盲盒，不知道开出的结果会是什么。

厉新建指出，哈尔滨晋级“顶流”不应该是工作的终点。如何有效处理好线上热闹线下也火爆、旺季潜力挖掘到位淡季

发展机会也适配等问题，已经成了还沉浸在全网宠爱中的哈尔滨从“网红阶段”向“后网红阶段”进而“全面繁荣阶段”平滑过渡的必答题。相信哈尔滨真正要追求的也不会只是一时的“泼天的富贵”。

从长期发展的角度看，能成为大众关注的焦点、好评的对象，当然是好事，但成为网红不应该成为旅游目的地唯一追求的目标或大而化之的目标，要避免“一俊遮百丑”的思维。目的地必须走培育型的发展模式，必须走可持续发展的路子，只有坚持长期主义、平台思维、优化环境、稳定预期，才能保证总有一茬接一茬的繁花盛开，有一拨又一拨的游客到来，有一拨又一拨的投资者进来，从而让目的地持续释放吸引力，带来消费力，形成发展力。

理性看待“出圈”

哈尔滨因冰雪旅游而火出圈，收入在元旦三天内即达到 59.14 亿元。哈尔滨市的“冰雪经济”也逐渐转化为“热经济”，迎来了文旅的“春天”。

哈尔滨爆火之后，也迅速调动了各地旅游局的积极性，为接住这波泼天富贵，最开始行动起来的，是同样来自“东三省”的吉林和辽宁两名“老大哥”。比如辽宁省丹东市文旅局局长徐敏，亲自现身哈尔滨知名商业街中央大街，给往来游客免费派发丹东草莓，邀请游客们去丹东玩雪、吃草莓和黄蚬子。还有主打“有求必应”的沈阳市文旅局局长刘克斌，在各大平台上喊话“南方小土豆”，对于网友提的各种意见，都诚恳采纳，且深夜还在 5G 冲浪回复网友的评论意见。出差途中也不忘

回复网友的评论，多变的 IP 地址被网友打假，最后账号只能被沈阳文旅官方号认领。

看到东北各地文旅局的花式整活，各地网友对自家文旅局也是操碎了心，不少网友开始 @ 自己家乡的文旅局局长出战。

“我们山东文旅局局长能十分钟爬上泰山”

“我们北京文旅局局长能一口气喝下一百碗豆汁”

“我们甘肃文旅局局长能一边表演敦煌飞天一边拉牛肉面”

“我们山西文旅局局长一口气可以炫五斤醋”

“我们重庆文旅局局长可以一人喝完火锅汤”

“我们湖北文旅局局长每天早上八点



定时到神农架抓野人”……

另一边，各地文旅局官方账号开始“听劝”地疯狂输出宣传内容。1月11日，河南文旅账号发布了35条视频，剪辑的视频全是有着八块腹肌的大帅哥，吸引了一大批网友赶往河南，截至发稿时，河南抖音官方数据已经增至179.7万。这一举动被大家调侃为“题海战术”。

随着河南文旅的“觉醒”，山西文旅也坐不住了，平均1小时要更新5条。在评论区，网友们也是操碎了心，自发地“监工”，督促自家文旅账号不要被其他地区抢先。而说到“题海战术”，河北文旅则喊话：谁都不能夺走我“河北卷王”的称号。

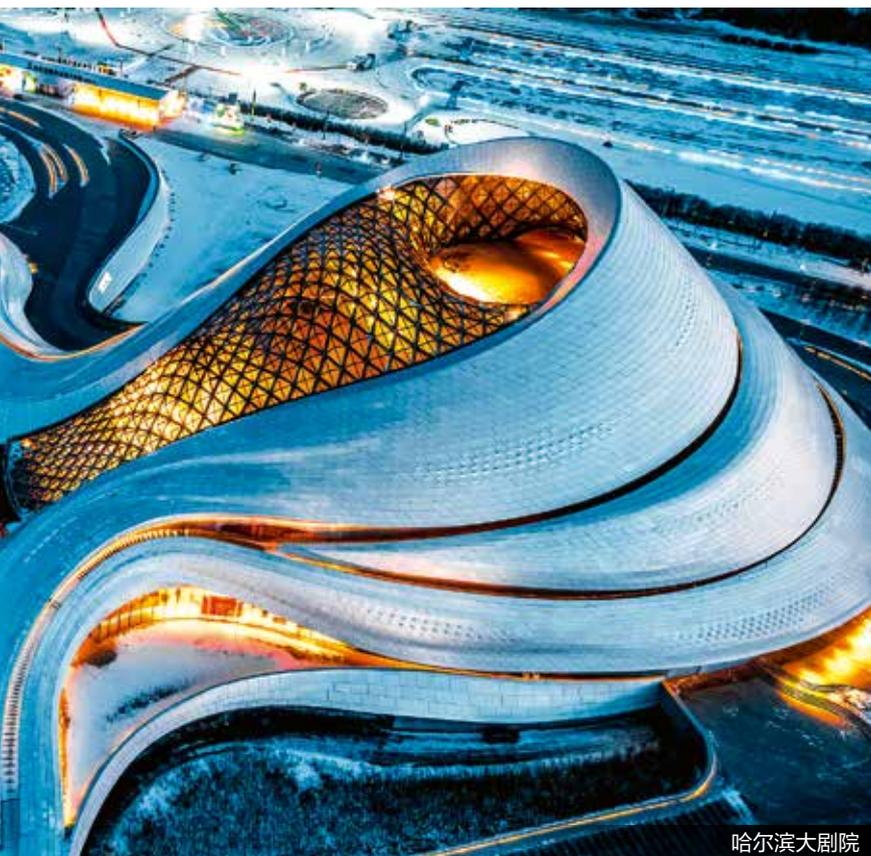
于是，河北抖音官方账号一天更新75条视频，发完微博接着发视频。通宵剪视

频还不忘喊出口号：“好好好，河南文旅、山西文旅、山东文旅，半夜不睡觉是吧？偷偷卷我是吧？你怕是不知道我河北卷王的厉害。今天这个大哥我当定了，不是电脑冒烟就是我冒烟。”

不只“山河四省”，在哈尔滨的土味喊麦神曲《我姓哈》流行之后，随之出现了河南的《我姓河》、山东的《我姓东》、四川的《我姓川》，这股喊麦热潮很快席卷了大江南北，那些没有及时跟上的省市还会被当地网友催促，赶紧推出自己的版本。

厉新建认为，对于网红目的地而言，“出圈”意味着流量的增长和形象的宣推，是好事，但对于整个旅游经济而言，网红的出现或许从另一个侧面反映了当下发展上的困境和尴尬。网红打卡点或许在流量的欣喜之外，还意味着人们把自己交给了他人（的攻略），意味着目的地更深刻地被现代媒介所塑造，意味着加速度下人们对旅游意义的偏离（人们成了随大流的大众中的一员）。

当旅游经济欣欣向荣的时候，或许人们并不会在意哪个是网红目的地而哪个不是网红目的地，因为足够的市场份额能够支撑起足够的目的地。而当市场景气不足时，目的地需要千方百计让自己成为网红从而争夺市场有限的流量，同时也需要用超高流量为疲软的地方发展增加人气。不过，网红目的地不少时候的确更多的只是表现为“网上富贵”，如何将“网上富贵”转化为“在地效益”还是一个需要持续破解的难题，所谓的“泼天的富贵”并不是那么容易就可以接住的。☞



哈尔滨大剧院



冰雕之美：永不重复的童话

在这个快速变化的世界中，冰雕以其独特的魅力，提醒着人们要珍惜当下，欣赏那些即使短暂也值得铭记的美好时刻。

文 | 袁佳

在冬季的北方，大地换上了银装素裹的新衣，一片片雪花如同天使轻轻摇曳的羽毛，静静覆盖在这个世界的每一个角落。在这极致的寒冷中，人们以冰雪为画布，以刀具为笔，创造出一个个令人惊叹的艺术品——冰雕。它们在阳光的照耀下闪耀

着晶莹的光芒，如同时间凝固的瞬间，演绎着一个个永不重复的童话故事。

从水到艺术的蜕变

冰雕艺术最初源于居民对冰雪的自然崇拜和利用，在欧洲的文艺复兴时期，冰



雕作为一种艺术形式开始受到重视。随着时间的推移，这种利用逐渐演变成为一种艺术表达方式。冰雕师们选取晶莹剔透的冰块，通过锯、凿、削等手法，将之转化为栩栩如生的雕塑作品。

作为一名冰雕设计师，李真光表示，冰雕不仅需要精湛的技艺，更要有丰富的想象力和创造力，因为每一块冰都是独一无二的画布，每一次创作都是不可复制的经历。

例如，人们熟知的“冰城”哈尔滨，自1963年冬天开始在兆麟公园举行冰雪游园会，1999年正式诞生冰雪大世界，

后来几乎每一年的冬季，这些晶莹剔透、独一无二的冰雕雪塑从未缺席，组成了哈尔滨的冰雪盛会，成为了冬季里的一道风景线。

李真光介绍，通常所说的冰雪建筑是由“冰雕”和“雪雕”共同组成的，冰雕是以冰为载体来雕刻的艺术形式。同其他材料的雕塑一样，冰雕也分圆雕、浮雕和透雕三种。冰雕也讲究工具使用、表面处理、刀痕刻迹。而雪雕的雕字其实是有塑形的意思，跟冰雕是雕刻的意思不太相同，堆雪人算是一种最简单的雪雕。冰雕有晶莹剔透之美，雪雕则是

不透明的白色，有朴实的造型之美。故此冰雪雕出的形象共同呈现出了冰雪建筑的独特魅力。

依照惯例，如今的哈尔滨已经开始为明年的冰雪大世界存冰了。哈尔滨冰雪大世界的冰都是来自松花江的自然冰。每年入冬，松花江靠岸边的地方水流慢，会先冻冰。随着气温越来越低，冰冻面积越来越大，直至封江。当冰面冻到江心时，打出的冰颜色有点发蓝，这才是最理想的冰雕的原材料。采冰师傅把冰从松花江采出来后，会第一时间送往验冰现场，合格的冰体会被送到存冰场储存起来，以待来年进行艺术创作。

随着全球气候逐渐变暖，天然冰雕的数量和规模逐渐减少。这一现象引起了人们的关注，人们开始尝试借助科技的力量。人工制冷技术的不断创新和完善，使得人们可以更为便捷地获得稳定、优质的冰雕材料。这不仅解决了天然冰雕减少的问题，还为冰雕艺术家们提供了更为广阔的创作空间。

如今，各地的冰雕比赛和展览如雨后春笋般涌现，吸引了无数冰雕爱好者和专业人士的参与。这些比赛和展览不仅为人们提供了欣赏冰雕艺术的机会，还促进了冰雕技术的交流与合作。通过比赛和展览，人们可以相互学习、切磋技艺，共同推动冰雕艺术不断向前发展。

寒冷中的文化意蕴

冰雕不仅是一种视觉艺术，它还承载着深厚的文化内涵。

在不同的地区和文化中，冰雕被赋予



冰雕不仅需要精湛的技艺，更要有丰富的想象力和创造力

了不同的象征意义。例如，在中国，冰雕作品常常展现出中国传统文化的元素，如龙凤、京剧脸谱等，这些作品不仅展示了中国的传统美学，也成为了传递中国文化的窗口。

冰雕节庆活动本身就是一个文化的聚集地，它吸引了来自世界各地的游客和艺术家。人们在这里交流思想、分享故事，冰雕成为了连接不同文化的桥梁。此外，冰雕还常常与节日庆典相结合，如春节、圣诞节等，成为节日氛围中的一部分，增添了节日的喜悦和温馨。

以哈尔滨冰雪大世界为例，与其他主题乐园不同，作为大型冰雪艺术雕刻项目，冰雪大世界每年只有2个多月的展期，哈尔滨冰雪大世界的主题每年都不尽相同，每一件作品都是绝版的艺术品，每年的主塔也格外引人注目。

2023年的冰雪大世界主塔建筑为“冰雪之冠”，总用冰量为1.3万立方米，位于冰雪大世界园区恢宏的主轴线上，整体高43米，相当于14层楼高，采用工艺复



在不同的地区和文化中，冰雕被赋予了不同的象征意义

杂的体块旋转盘升结构建造而成，是园区内最高、单体最大的冰建景观。

哈尔滨冰雪大世界设计师团队在今年冰雪建筑设计中融入了“龙元素”，主塔“冰雪之冠”与园区的龙形冰面呼应，从冰面到主塔，从平面到立体，幻彩流光蜿蜒浮动，汇聚于主塔，如飞龙出水，直冲琼楼玉宇，寄托着龙江腾飞的美好寓意。

凝固时间的技艺

从创作过程上来看，冰雕设计复杂而精细。

首先，冰雕师需要选择合适的材料。理想的冰块应该是清澈透明、结构均匀且没有气泡或裂纹。选好材料后，冰雕师会根据设计图纸进行初步的切割和成型。这一阶段需要大量的体力劳动和精准的操作，任何一个小小的失误都可能导致整个作品的失败。随后，冰雕师会进行更细致的雕刻工作，这是创作过程中最为关键的部分。他们用各种雕刻工具精心塑造每一个细节，从人物的表情到动物的毛发，都

需要一丝不苟的打磨。最后，为了增加冰雕的观赏性，还会进行照明和着色的工作，通过灯光的投射和颜色的渲染，冰雕才会在夜晚变得生动起来。

李真光表示，随着科技的不断进步和人们审美观念的多样化，在未来，大家有望看到更多创意十足、形式多样的冰雕作品。设计师们将会不断探索新的雕刻技巧和表现手法，以呈现更加生动、立体的形象。同时，随着环保意识的增强，冰雕作为一种可降解的艺术形式，有望在绿色艺术领域发挥更大的作用。

此外，冰雕艺术也将更加注重与观众的互动体验。通过引入虚拟现实、增强现实等先进技术，观众可以更加深入地了解冰雕作品的创作背景、过程和意义，从而获得更加丰富的审美体验。

每一件冰雕作品都是对自然美的赞歌，也是对人类智慧的展现。在这个快速变化的世界中，冰雕以其独特的魅力，提醒着人们要珍惜当下，欣赏那些即使短暂也值得铭记的美好时刻。❄️



立春作为“四立”之首，也是二十四节气之首，是象征着新生与希望的美好时节

万物生长，这样养生不负春日好时光

“立春，正月节；立，建始也；五行之气往者过来者续于此；而春木之气始至，故谓之立也。”

文 | 李婷

春意渐浓，万物苏醒。

“一二三四五六七，万木生芽是今日。”（唐·罗隐）意思是今天是万木开

始发芽的日子，其中的“今日”便是中国二十四节气中的“立春”。

2024年2月4日，我们步入了立春节气。



在立春日吃春饼和春卷也被称为“咬春”

《月令七十二候集解》里说：“立春，正月节；立，建始也；五行之气往者过来者续于此；而春木之气始至，故谓之立也。”立，是“开始”之意；春，代表着温暖、生长。立春是春天树木开始焕发新机的开始。这颇有不待冬日末梢淡去，便有“水文新绿微”的景象。

立春，万物生长

立春作为“四立”之首，也是二十四

节气之首，是象征着新生与希望的美好时节。在这个时期，冰雪逐渐消融，草芽开始萌动，春意逐渐席卷大地，岁之轮回，亦始于此。

如果按照地区来看立春，我国的北回归线（黄赤交角）及其以南一带，如今就可以明显地感觉到早春的气息。而我国的广东、广西、云南南部、福建东南部等地已然入春；但四川东南部、福建北部等地则会在2月逐步入春；中东部的大部分地区会在3-4月入春，在北方如内蒙古、黑龙江和青藏高原大部分的春天就要等到5-6月。

入春意味着回暖。民间谚语有云：吃了立春饭，一天暖一天。意思是立春之后，天气逐渐变暖。这个过程被古人仔细地分为三个阶段，即立春三候：“一候东风解冻，二候蛰虫始振，三候鱼陟负冰。”

在立春时节的第一阶段是东风送暖，大地开始解冻；第二阶段是立春五日后，蛰居的虫类慢慢在洞中苏醒；第三阶段是再过五日，河里的冰也开始融化，鱼群在尚未完全融化的冰块和冰片间开始向水面上游动，鱼尾摆动泛起阵阵涟漪。万物涌动，新的一年四季从此开始。

“一年之计在于春”，立春时节，乡土间也要开始春耕了。民间素来将“立春”称为“打春”或“鞭春”，意思是用鞭打在春牛身上，以盼望来年勤奋耕作，获得丰收。不过，这里的春牛可不是真的牛，而是用泥土塑成的牛。古时人们认为土牛是寒冷的象征，所以要“出土牛以送寒气”。

民俗资料显示，古时人们会在立春前就用泥土塑好春牛，在立春当天就用鞭



立春喝好酒，一年好兆头

子抽打，直到土牛被打碎为止。而有的地区的人们也会欢笑着将打碎的泥土抢着带回家扔进牛棚，期望能保佑牛在新的一年里平安健康，象征槽头兴旺。到了明清时期，朝廷对农业重视程度加深，“鞭春”的仪式也更为隆重，会由朝廷组织，文武百官参与，很是壮观。此外，每年的皇历上也都有春牛图，可见古人对立春的重视。在唐代诗人元稹《生春》

诗中就写道“鞭牛县门外，争土盖春蚕”；宋代诗人王镒也在诗词《立春》中写道“泥牛鞭散六街尘”。

“咬春”，在唇齿间品春

好事配佳肴，佳肴配美酒，人们在“迎春”的同时，对于立春的饮食也十分重视。那么，立春时节人们都在吃些什么呢？

民以食为天。中国自古有“不时，不食”之道，讲究的是在正当的时节吃正当的食物。

电影《立春》里有一句台词：“立春一过，城市里还没有什么春天的迹象，但风真的就不一样了。”因此，人们在感知天气变化后，其饮食也会顺应时节发生变化。“立春”作为重要的节气更替、物候循环之际，其饮食智慧也在民间习俗中体现。

1. 吃春饼、吃春卷

相传，在古时立春这天，皇帝会亲自驾驭犁头，犁开农田，祈求当年五谷丰登。随后，百姓们效仿皇帝，以庆祝春天的到来。同时为了纪念这个节气，民间会制作春饼来象征地皮和薄薄的一层春天。不过，这通常发生在北方地区，南方地区则是吃春卷，而在立春日吃春饼和春卷也被称为“咬春”。

春饼的制作简单，家家户户都能做。主要是用面粉加水擀制成薄饼，涂上油（或芝麻油）在平底锅中小火烙至两面微黄后取出，其馅料则多用时令蔬菜如黄豆芽、韭菜、菠菜、胡萝卜和肉类如炒肉丝等调味炒熟，最后用春饼卷馅料以食用。

不过最早的春饼与蔬菜（馅料）放在一个盘子里，方便食用，又因满盘绿色的时令蔬菜而被称为“春盘”。最早的春盘可以追溯到晋代周处《风土记》记载的五辛盘，一般认为春盘是由五辛盘演变而来，“五辛”最早指的是大蒜、小蒜、韭菜、云苔、香菜，后来演变有茼蒿叶、白萝卜等更多内容。

在唐宋时期，吃春盘、春饼已在民间盛行，杜甫的《立春》诗写道：“春日春盘细生菜，忽忆两京梅发时。”晚年的杜甫在偏远之地，也依旧能吃到春盘，可见立春吃春盘的习俗在民间流传很广。在清代则变得更为精致，清代诗人蒋耀宗和范来宗的《咏春饼》中对春饼如是写道：“匀平霜雪白，熨帖火炉红。薄本裁圆月，柔还卷细筒。纷藏丝缕缕，才嚼味融融……”清代诗人袁枚的《随园食单》中描述春饼为：“薄若蝉翼，大若茶盘，柔腻绝伦。”

说完了北方的春饼，来看看南方的春卷。春卷的做法大致与春饼相同，只是会将炒好的馅料在春卷皮上卷起来，再用少许面糊黏合，最后放入油锅中炸制成金黄酥脆，也可以选择烤制或者蒸制。民间有谚语“一卷不成春，万卷春如醉”，寓意春之吉兆。

有意思的是，春卷在南方因为其形状像金条，所以也寓意着财富和好运。春卷不仅是民间小吃，还成为了宫廷糕点，在清朝宫廷中的“满汉全席”128种菜点中，春卷是9道主要点心之一。

春饼与春卷虽然是不同的吃法，但都是在立春之日庆祝春天的到来，其中吃的各类时令春菜，也是人们祈求自己在当年

更加勤（芹）劳，生命长长久久（韭）。人们从一盘春菜中品出了盎然春意，祈求在新一年迎春接福、消灾去难。

2. 吃萝卜、饮春酒

立春除了吃春饼、春卷之外，“咬春”的典型食物也包括吃萝卜。《明宫史·饮食好尚》记载：“立春之时，无贵贱皆嚼萝卜，名曰‘咬春’。”

但是为什么立春要吃萝卜呢？从中医的角度来看，在立春后，人的阳气会节节升高，气温也在回暖，因此春季保健，人们应该对肝脏进行保养。因为春季是属于阳气开始升发的特点，所以应多吃些辛甘发散性质的食物，而少吃些具有酸收作用的食物。其中，萝卜就是立春时节最佳的保健食物。同时，萝卜也有较高的营养价值和药用价值，素有“小人参”的美称，民间也有“萝卜上市，医生没事”的口头禅。

有意思的是，民间在立春吃萝卜也有解春困和子孙繁育的寓意。清代的《燕京岁时记》记载：“妇女等多买萝卜而食之，谓可以却春困也。”白萝卜，又称芦菔，苏东坡有诗云：“芦菔根尚含晓露，秋来霜雪满东园，芦菔生儿芥有孙。”因此，立春萝卜又称为“子孙萝卜”。

佳肴必然少不了美酒。都说“立春喝好酒，一年好兆头”，立春是一年中全新的开始，要终结前一季寒冬的凛冽，一壶春酒正好暖身又驱寒，可谓美事。

据《仪封县志》和《考城县志》载：“立春：迎春，观土牛，饮春酒。”而在陆游的《木兰花·立春日作》诗中也吟道：“春

据《仪封县志》和《考城县志》载：“立春：迎春，观土牛，饮春酒。”而在陆游的《木兰花·立春日作》诗中也吟道：“春盘春酒年年好，试戴银幡判醉倒。”

盘春酒年年好，试戴银幡判醉倒。”试想
在立春之日，大家欢欢喜喜吃着美食，喝着美酒，觥筹交错，灯红酒暖，全家合乐融融的画面。因此立春饮酒除了庆祝春回大地，也有阖家欢乐的寓意，同时因为立春是新一年的开始，还有驱除恶秽、保佑长寿的作用。

另一方面，春酒也是一种养生方式。早在西周时期，人们就注意到立春伊始，万象更新的变化，但民间俗语“春捂秋冻”，也是乍暖还寒的时候，还需注重保暖，而适量的饮酒能促进血液循环，帮助身体提高免疫力，跟上季节变化的节律。有研究表明，春天适当饮酒可松弛神经，缓解疲劳感；还可促进血液循环，缓解身体酸痛；同时也能增加食欲，有利于更好地摄取营养物质。

因此，春日翩然而至，如今虽立春庆祝不及古时的隆重和热闹，但依旧有不少人喝酒庆贺，庆祝一年的丰收和祈求新的一年五谷丰登、吉祥如意。

“养春”，在作息间延寿

“东风吹散梅梢雪，一夜挽回天下春。”立春之际，人们除了在吃食方面有很多习俗，也会在活动上展现迎春之意。如文人会书写文字工整的春帖相互赠送。北宋欧阳修就写有春帖子词二十首，其一曰：“气候三阳始，勾萌万物新。雷声初发号，天

下已知春。”

再如民间在炕头贴春条，女子会用彩色绢或纸剪成小幡、燕、蝶、花朵等形状，戴在头上表示迎春，称为“彩胜”。不过，在立春迎春活动期间，大家也会多注意穿得保暖，因为都说“春捂秋冻”，立春正是乍暖还寒时，此时也是呼吸道疾病的易发时期，如感冒、扁桃体炎、支气管炎等。

那么，立春时节还该如何“养春养息”？

在穿衣方面，因为春季气候多变，温差较大，因此不能过早减衣，建议穿衣要保暖，以免受凉感冒。同时，立春时节，万物复苏，人体内阳气也在逐渐升发，新陈代谢旺盛，因此可以在适当晚些时候再脱掉厚重的衣物。穿衣风格宜“下厚上薄”，注意养护阳气，为接下来一年的健康打下基础。

此外，“一年之计在于春，一日之计在于晨”。春季早晨被认为是一年中最有生机的时候，因此日常作息可以较冬天晚一点睡觉、早一点起床，早起之后进行适当的户外运动，可以顺应春季的阳气升发之机，还能有助于人体气血流通，加快身体的新陈代谢。但应注意运动量不宜过大，应达到微汗即止的程度，避免汗出当风感受风邪。适合春季的柔和运动项目可选择体操、慢跑、散步、郊游、气功、太极拳或八段锦等。🌿

“年味儿”满满，有趣的春节年俗大不同

俗话说：“十里不同音，百里不同俗。”那么，南北方在春节习俗上有哪些有趣的差异？各地的人们又有哪些珍贵的过年记忆？

文 | 李婷

说起“年味儿”，你会想到什么？

是北方小巷里飘出的饺子香，还是南方厨房中炖鱼的温暖气息？是大街小巷张灯结彩的热闹装饰，还是走进超市循环往复的欢庆过年歌曲？是每年都要新衣服的孩子们的欢喜，还是家家户户热气腾腾的年夜饭？

春节与“年味儿”，不仅仅是农历新年的开始，更是一段跨越千年时间和空间的文化遗产，是深植于每个中国人心中的

情感象征。“百节年为首、四季春为先”，春节是中华民族最隆重的传统佳节。在这个特殊的时刻，无论是繁华的都市还是静谧的乡村，“年味儿”无处不在，每一道传统的年菜，每一个习俗的细节，都承载着中华文明的丰富文化内涵和深深的家庭情感连接。

俗话说，过了腊八就是年。从腊八开始各地就开始热闹了。从成年人的视角来看，你可能早早订好了回家的车票，给手

头的工作做一个完美的收尾，掰着手指头数着日子等着回家；或者是早已和父母朋友开始按照过往的习俗准备好了年货；又或者已经收拾好了大包小包，在跨越或远或近的旅途中。

从孩童的视角来看，过年就是嬉闹和开心。“新年到，放鞭炮，噼噼啪啪真热闹。耍龙灯，踩高跷，包饺子，蒸甜糕，奶奶笑得直揉眼，爷爷乐得胡子翘。”童谣《新年》如此记录着年味儿。

不过，年的意味，除了春运、年货、大红灯笼、春联、鞭炮这些经典的元素符号，留存在中国人心中的，总有些独特又珍贵的习俗或事物，更能代表过年。

中国地大物博，新春的习俗在南北方也有各自不同的丰富多彩，也许是地域间有趣的风土差异，也许是民族之间的文化习俗，也许是独属于你们家庭小小的仪式感和家人最动人的回忆……

俗话说：“十里不同音，百里不同俗。”那么，南北方在春节习俗上有哪些有趣的差异？各地的人们又有哪些珍贵的过年记忆？

春节习俗的南北派系

PART 1. 小年日期不同

北派：腊月二十三

南派：腊月二十四

“二十三，糖瓜粘，灶君老爷要上天。”意思是在小年农历腊月二十三这天，一定要吃糖瓜、关东糖，因为在传说中，人间每家灶王爷都要在小年这天回到天庭向玉帝禀报这家人一年来的善恶，要用又甜又黏的糖瓜“粘住”灶王爷的嘴，



让其“上天言好事，下界降吉祥”。于是家家户户都会在灶神像前供放糖瓜、糕点等，并更换新的灶神画像，祈求来年平安和财运。

因此，小年也被称为“祭灶节”。不过，这一天也是北方的“小年”。南方的小年是在农历腊月二十四。为啥南北方小年日期不同？

对于小年日期在南北方不同的原因，其争论不亚于南北的“咸甜粽子”。但民间有说法称，传统上的小年是在腊月二十四，因清朝中后期帝王家提前一天在腊月二十三拜灶王爷，北方地区百姓随之效仿，也提前一天在腊月二十三过小年。所以随着时间的推移，北方地区逐渐将小



年定为腊月二十三，南方地区则多半把腊月二十四定为小年。

不过，无论是南北方，小年这天人们都会进行大扫除。“二十三糖瓜粘，二十四扫房子。”流传至今的民谣也让小年这天成为扫尘日，家家户户都会清洗衣物、清洗器具、拆洗被褥和窗帘等，寓意着窗明几净，能干干净净过个好年。

PART 2. 除夕夜

北派：守岁

南派：围炉

春节的前一天是除夕，也被称为“岁除”或“逐除”，即岁末除旧布新的日子。民

间将除夕的前一天称为小除，即小年夜；除夕是大除，即大年夜，也就是大家说的大年三十夜。在这一天，全家欢聚一堂，孩童也会在热闹的爆竹声中开心地对长辈说“恭喜发财，红包拿来”，再说些吉利话。不过，除夕夜里在北方地区主要是守岁，南方地区则是围炉。

有什么不同呢？

守岁，又称守岁火，即在除夕夜全家团聚，围坐在一起闲聊，通宵守夜。因为传说，名为“年”的怪兽会在春节前夕从山里出来，祸害人间，但是“年”害怕红色、火光和爆炸声。所以人们都会在除夕夜团聚在一起，通宵守夜，鞭炮齐响，防止“年”的侵袭。象征着把一切邪瘟病疫照跑驱走，并期待新的一年吉祥如意。北方会多一个步骤就是包着饺子话家常。

而南方的围炉，和北方的围炉不同，南方围的是放有火锅的圆桌，火锅也可以做成炖鱼锅，旁边是丰盛的年夜饭，全家老小一起围坐在圆桌旁边，吃着年夜饭，嗑着瓜子，聊着一年的酸甜苦辣。

不过，无论是守岁还是围炉，都象征着人们辞旧迎新，祈求新的一年平安健康的美好愿景。

PART 3. 初一拜年吃个啥？

北派：饺子

南派：年糕

为了讨吉利，北方人往往把硬币、糖、花生、枣子、栗子等与馅料一齐包入新年的饺子内。作为农历新年的第一天，讲究

的就是一个开门大吉，因此大年初一早晨人们开门就要放爆竹，叫作“开门炮仗”，“噼里啪啦”热热闹闹除秽气，在新的一年里红红火火。爆竹声后，碎红满地，灿若云锦，称为“满堂红”。之后就是大家早早起床，穿戴整齐，走亲访友，相互恭祝新年了。

不过，在吃食方面，南北派系依旧有着有趣的差异。北方初一要吃饺子，取谐音“交子”，即“新旧交替，更岁交子”。而且饺子形状似元宝，煮熟后一盆盆地端上桌，也寓意着“新年发大财，元宝滚进来”的好兆头。有意思的是，为讨吉利，有的饺子中会放些糖块、橘子，意味来年生活甜美；有的在饺子里放硬币，吃到则意味着财运亨通。

南方则是吃松糕、年糕、汤圆等。谐音“年高”“团子”“圆子”，前者取生产和生活“年年高”，是吉祥如意的好兆头，后两者取“全家团圆”之意。不过，如今在汤圆里，人们也会放下硬币、糖、花生等代表不同吉祥寓意的东西，增添趣味性的同时也增加了喜庆。

PART 4. 初五迎“财神”

北派：放鞭炮

南派：派利是

时间来到大年初五，俗称“破五”，即在这天人们要恭恭敬敬“迎财神”、快快乐乐“赶五穷”（智穷、学穷、文穷、命穷、交穷）。

由于初五这天肩负着送穷神、接财神的重任，这天在南方也非常重要，南方地

区在交叉路口接财神，也称“抢路头”。正所谓：“五日财源五日求，一年心愿一时酬。提防别处迎神早，隔夜匆匆抢路头。”而北方则是很多店铺都结束假期要开张了，所以会放鞭炮，寓意崩走往日晦气，称为“鬼崩祟”。

此外，在南方，初五做生意的人还会派开工利是（即红包）给员工，“利是”也谐音“利事”和“利市”，寓意一年生意都顺顺利利、大红大紫。《易杂注》记载：“营商利市，营达利事。”

PART 5. 春节玩什么？

北派：逛庙会

南派：舞龙灯

过春节不能总是待在家里和走亲访友，总得出门热闹热闹。北方地区人们喜欢赶庙会，既能进香祈福，还能看各种庙会赶集的技艺、杂耍，百戏名曲，聚戏朋游，鸣鼓聒天，热闹非凡。同时，赶庙会还有各种小吃、年货、衣服可以购买，不少人都喜欢全家一起或者约上三五好友一起逛逛吃吃喝喝，热闹热闹。

在南方地区，更多是舞龙灯，类似于流动的庙会，不同的是，南方会集“舞狮、舞龙、划彩船、跑竹马、踩高跷、舞鱼灯”等形式于一体。晚清诗人张春华《沪城岁事衢歌》里有一首这样描绘道：“艳说年丰五谷登，龙蟠九节彩云蒸。譬如声涌惊涛沸，火树千条抢滚灯。”舞龙灯，就是其中最主要的了。在西南地区，还有铜梁火龙舞出漫天的火花，十分精彩。人们舞龙通常是祈祷上天保佑，以求得新的一年





风调雨顺、五谷丰登。

PART 6. 有趣的吉祥物

北派：葫芦

南派：金橘

随着新年的钟声敲响，家家户户或多或少都有吉祥物的身影。在热闹喜庆的南方，人们更偏爱金橘。谐音南方方言的“吉”，金橘挂满枝头的装饰通常是南方家庭喜爱的，象征着富贵和大吉大利，摆出来颜色亮丽，寓意着“金玉满堂”。

在北方地区，葫芦则是主要的吉祥物，葫芦通常被人们挂在屋檐下或门前。因为上窄下宽且可爱圆润，其形状也似长寿瓶，被认为是长寿的象征。此外，葫芦也谐音

“福禄”，代表着一家的福气和财富，所以也象征着福寿双全和事事如意。因此，北方人除了吃冰糖葫芦、西葫芦饺子之外，还会买一些葫芦的挂件。

不过，在春节这个特殊的节日里，无论是南方的金橘还是北方的葫芦，都承载着人们对新一年的美好祝愿。

看，珍藏这拨网友们的春节回忆吧！

@ 蔡蔡

每年大年初一我家都会煮一锅饭，糯米+红豆+红枣+年糕，红豆不够酥软，红枣皮会粘在口腔中，糯米+年糕噎得人吞不下去，每年最讨厌吃这个东西了。但是今年不回家过年，我打算自己煮一碗来吃。

每一道传统的年菜，每一个习俗的细节，都承载着中华文明的丰富文化精华和深深的家庭情感连接。

@ 这河狸吗

记得小时候，炮仗声大得听不到春晚声音的，小时候春节0点时外面烟花漫天，鞭炮声齐鸣，电视里主持祝我们新年快乐，那时候我们几个小孩还在拿仙女棒，在夜晚飞奔，家里人挤在一间房，聊天嗑瓜子，氛围感满满。

@ 波澜不惊

“每个大街小巷，每个人的眼里……”
只要到商场听到这首歌，年味儿就来了！

@ 脏哥 DiuMia

赛神会是家乡特有的过年习俗，迎神前夜需要调大仙，通灵神问询第二日的事业保佑参与人员平安顺遂或是今年风水如何，并且为每一尊神像画龙点睛。所有工作人员守夜，准备出游事宜。选择每个街道，距十多户会设置一个迎神的祭奠台。第二日，到吉时，由十多人为一组，供奉一尊神像，用轿子将神像送出大殿，神像后面跟着神像的神牌、香炉等，伴随鞭炮声阵阵，场面震撼，此为抬佛队列。还有各类愿意祈福的人扮演诸位神将、某某将军、某某娘娘等民间或是地方有名望有贡献最终为善修仙的人，组成骑马队列。还有舞龙舞狮、踩高跷、扮演《西游记》《七仙女》之

类神话人物等，其中有通灵者脚踩大刀、倚坐针毡而无事者，归纳为技艺队列。还有西洋、中式、电子音三类音乐队列辅助……

@ 几点云

好怀念小时候年的味道！跟着父母赶大集、买鞭炮、买花花绿绿的糖果……

@ Tianmy

记得小时候的过年是从除夕通宵不睡开始的，从帮着大人把所有的碗筷都拿出来，阿嬷说吃饭碗数不能是单数，必须成双，如果是单数也要多盛一次开始，从和家人一起贴对联、看烟花开始……

@ 玉米酱

记得小时候走门串户，嘴比蜜甜，恭喜发财、万事如意、大吉大利这些祝福语换回的是口袋鼓鼓囊囊的红包，然后爸妈就说，先替你“存”着，以后给你。这可能是童年时父母最大的谎言，也是长大后和家人最多笑谈的事。但妈妈在春节时候又总会给我买新衣服，新衣服特有的气味到现在还记得。另外还能和好多表兄妹一起玩，到了晚上大人就一起打麻将，小孩出门放鞭炮……

南北方元宵节大PK，你PICK哪一个？

元宵节被人们寄寓了团圆、自由、丰收、幸福等众多美好的情感和愿望，这也注定了元宵节在民俗生活中有着不同寻常的意义。

文 | 李婷



“正月里来正月正，正月十五闹花灯。”

闹花灯和猜灯谜作为农历正月十五元宵节传统习俗在民间广为流传，所以元宵节也被称为灯节，又称上元节或元夕。据公开资料显示，“元宵”一词最早源于北宋。古人将正月称为元月，“元”意为开始，“宵”指夜晚。而正月十五是农历新年的第一个月圆之夜，于是这一天就被称为“元宵”。

此外，在传统的乡土社会，过完农历正月十五元宵节，“年”才算真正过完。作为年节的尾巴又是独立的节日，同时“一年明月打头圆”，也作为新年的第一个月圆之时，元宵节被人们寄寓了团圆、自由、丰收、幸福等众多美好的情感和愿望，这也注定了元宵节在民俗生活中有着不同寻常的意义。

每逢传统节日，南北方文化的差异也会更直观和富有趣味性，比如南方的汤圆、北方的元宵，明明看似一个东西却有不同名字；又比如南方的花灯、北方的庙会……那么，南北方文化不同带来的元宵节大PK，你会 Pick 哪一个？

找相同！聊聊元宵节的渊源

元宵节是新年的第一个月圆之夜，于是这天民间的欢庆和铜锣鼓音也十分热闹。在元宵之夜，明月高悬、人影攒动。欧阳修曾诗云：“去年元夜时，花市灯如昼。”还有大词人辛弃疾对元宵节盛况的千古传诵：“东风夜放花千树，更吹落，星如雨。宝马雕车香满路，凤箫声动，玉壶光转，一夜鱼龙舞。”



北方“滚”元宵，寓意着新年财源滚滚



到如今，元宵之夜依旧是万家灯火，喜气盈庭。可谓是明月皎皎千门秀，华灯盏盏万户春，自此良宵，春回大地。那么，元宵佳节的渊源流传到底是来自哪里？

根据公开资料显示，元宵节的形成有一个较长的过程，根源于民间开灯祈福古俗。民间的开灯祈福通常在正月十四夜便开始“试灯”，十五夜为“正灯”，民间要点灯盏，又称“送灯盏”，以进行祭神祈福活动。

而祭神祈福的最开始与佛教相关。相传，正月十五这一天，释迦牟尼展现神变降妖伏魔，所以这一天也被定为佛祖神变日，信徒需要燃灯法会来庆祝。因此正月十五的燃灯是受到佛教文化的影响而进一步在中国民间扩展开来。最早可以追溯到

汉明帝永平年间，汉明帝为了弘扬佛法，下令正月十五夜在官中和寺院“燃灯表佛”，于是元宵放灯的习俗由宫廷中流传到民间。

到了南北朝时期，元宵张灯渐成风气。梁武帝笃信佛教，于是每逢正月十五，宫中就会大张灯火；在隋朝时期，正月十五元宵节就已经盛况空前。《隋书·柳彧传》记载：“每正月望夜，充街塞陌，聚戏朋游。鸣鼓聒天，燎炬照地。”当时的长安城居民都会出来观灯看戏，街头表演也丰富有趣。“人戴兽面，男为女服，倡优杂伎，诡状异形。”而唐代这个国力空前强大的朝代，其元宵佳节更比隋朝热闹，这个时期中外文化交流密切，佛教兴盛，“燃灯供佛”也成为仕官百姓们的活动之一。唐刘肃《大唐新语》就有记载：“京城正月望日，盛饰灯影之会，金吾弛禁，特许夜行。贵臣戚属及下俚工贾，无不夜游。”从唐代起，元宵张灯便成为法定之事。而元宵节也成了我国全民性的狂欢节，大部分地区的元宵节习俗有吃元宵、观花灯、猜灯谜，还有擂鼓、舞龙、舞狮等活动，丰富多彩，可谓是将“闹元宵”体现得淋漓尽致。

闹元宵，闹元宵，有灯火光彩之闹，也有铜锣鼓音之闹，还有游人喧哗之闹，那么，就来闹闹南北元宵大不同！

找不同！南北元宵节大PK

元宵 VS. 汤圆

元宵灯影尽团圆。说到团圆，大家都对元宵节有个共识，就是元宵节日吃元宵、汤圆的习俗。南宋政治家、文学家周必大的《平园续稿》中有“元宵煮浮圆子”的记载。浮圆子就是汤团、汤圆，元宵煮食



南方“包”汤圆寓意“包”团圆，皮由糯米做成，类似于年糕，预示着“年年高升”

浮圆子即意寓团圆。

在明代，开封就把元宵作为上元节的食品。元宵多是用糯米细面做皮，包多种口味，如芝麻、豆沙、玫瑰、果仁、枣泥等，到现在还有许多水果和创新甜味的元宵，如草莓、榴莲、奥利奥、巧克力等口味的。不过有趣的是，北方称之为元宵，南方则称之为汤圆，谓之北方“滚”元宵，南方“包”汤圆。

为什么这么说？这之中的区别在于汤圆就是把馅包到皮里，就像包饺子一样，然后搓圆成型，在南方“包”汤圆寓意“包”团圆，皮则由糯米做成，类似于年糕，预示着“年年高升”！元宵则是将和好、凝

固的馅切成一小块一小块的，过一遍水，然后扔进盛满糯米面的器具里滚来滚去，反复过水反复滚，直到沾满糯米面成了大圆球就可以，或煮食或油炸皆可。而这样的“滚”也寓意着新年财源滚滚。但无论是汤圆还是元宵，虽然不同做法但含义相同，都是为了庆祝元宵节团团圆圆和祈愿未来的美好生活。

庙会 VS. 舞龙灯

“闹元宵”的“闹”，生动地体现了元宵节当日人们活跃的民俗文化，比如元宵的锣鼓和灯火，游人的喧嚣和街上的杂耍。

其中，北方的庙会是元宵节里最“抢眼”



元宵节舞狮，祈望生活吉祥如意，平平安安



的地方之一，庙会也是我国集市贸易形式之一，发展到如今也是一个集拜拜、祭神和吃喝玩乐的场所。在庙会上，除了可以祭拜祈福还能看到如狮子舞、花棍、跑竹马、踩高跷等热闹的各式杂耍。

南方的“闹元宵”更多是舞龙灯，也叫耍龙灯，华夏崇尚龙，很多地方会把龙作为吉祥的象征。早在黄帝时期，在名为《清角》的大型歌舞中，就出现过由人扮演的龙头鸟身的形象，其后又编排了六条蛟龙互相穿插的舞蹈场面。除了龙灯，在正月十五的晚上，街头巷尾都是红灯高挂，有宫灯、兽头灯、走马灯、花卉灯、鱼灯等等，看花灯的同时还能看到舞龙等的杂耍。

武狮 VS. 文狮

在元宵节，舞狮成为了传统的民间“节目”，在如今也有不少民间社团在节假日到固定的场所上舞狮。古人将狮子当作勇敢和力量的象征，认为它能驱邪镇妖、保佑人畜平安。所以人们逐渐形成了在元宵节及其他重大活动里舞狮子的习俗，以祈望生活吉祥如意，事事平安。

早在唐朝就有元宵节舞狮的传统，诗人白居易《西凉伎》诗中就对舞狮有生动的描绘：“西凉伎，西凉伎，假面胡人假狮子。刻木为头丝作尾，金镀眼睛银帖齿。奋迅毛衣摆双耳，如从流沙来万里。”而经过千年的发展，舞狮也有着南北派系，



“闹花灯”是元宵节的“保留项目”

作为历史悠久的元宵佳节，既有着相当丰富的文化内涵，也有十分繁华热闹的欢乐氛围，新年初望，龙腾之年的元宵弥漫着南北方团圆幸福的味道，愿灯火璀璨，万家平安团圆！

虽然南方舞狮的名气远传八方，但北方舞狮也颇有特色。

民间有“南狮重意、北狮重技”的说法，所以北方舞狮更着重于技艺的体现。北狮以表演“武狮”为主，即魏武帝钦定的北魏“瑞狮”。小狮由一人舞，大狮由双人舞，一个人舞狮头，一个人弯腰舞狮身和狮尾。北狮的外形与真狮相像，全身狮皮覆盖，舞狮者只露双脚，双脚穿着和狮身相同毛色的绿狮裤和金爪蹄靴，会表演腾翻、扑跌、跳跃、登高、朝拜等技巧，并有走梅花桩、窜桌子、踩滚球等高难度动作。有意思的是北狮还有雌、雄之分，此外还有文狮、武狮、成狮、崽狮之分。

南方的舞狮则重意思的演绎，以表演“文狮”为主，表演时讲究表情，有搔痒、抖毛、舔毛等动作，惟妙惟肖，逗人喜爱，也有难度较大的吐球等技巧。主要以广东为中心，盛行于港澳，南狮也是双人舞，但舞狮人穿着的是灯笼裤，上面仅仅披着一块彩色的狮被进行。据了解，南狮流派众多，有清远、英德的“鸡公狮”，广州、佛山的“大头狮”，高鹤、中山的“鸭嘴狮”和东莞的“麒麟狮”等。

精致丰富 VS. 原汁原味

要说南北方的最明显的不同，或许就是菜肴了。在吃文化上面，南方以精致细

微见长，格外讲究情致，以广东菜最为明显，上桌的菜都是小碟且精致，不仅仅是食材的选料，还有盛放的器具花色、菜盘细节装饰等。同时以烹饪方法来说，无论是烤、焖、蒸、炖，炙、熘、炒、拌，南方人的程序都较为繁杂和讲究，追求的是鲜、嫩、香、滑。

北方在吃文化上则以色艳味重见长，最大的特点是就地取材，原汁原味，讲究火候。原料虽然没有南方的种类丰富，也没有太多花样，但用普通的食材也能烹饪出独特的味道。如兰州有名的烤羊头，先将羊头煮得半熟，然后一刀剁成两半，刷上一层羊油，再放在烤炉上用急火烧烤。烤羊头的整个工序很复杂，共计要刷油九次、酱油两次、醋两次、孜然两次、辣椒油三次。做好后，整个羊头呈紫黑色，虽不是很好看，但味道却格外诱人。还有北京的涮羊肉，讲究用清水涮羊肉，吃的是肉的本味，也广受大众的喜爱。以及北方的铁锅炖也十分出名，粗犷但味道诱人。

元宵节时，无论是桌上饭菜的不同还是街市活动的不同，都是人们分享着自己的人间团圆。天寒难锁新春意，元宵灯影尽团圆。作为历史悠久的元宵佳节，既有着相当丰富的文化内涵，也有十分繁华热闹的欢乐氛围，新年初望，龙腾之年的元宵弥漫着南北方团圆幸福的味道，愿灯火璀璨，万家平安团圆！

热爱美食，就是热爱生活



北京大学中文系教授谢冕认为，美食不仅丰富我们的人生，还能从一个侧面为我们指点世道人心乃至格物致知的迷津。本期《建行财富》就带您一起“看看”这些舌尖美味，体验人生百味。

宋朝人的吃

《宋宴》

北宋开封、南宋杭州绝对是当年最发达的大城市，居民人口超百万，集中了数量相对多的富裕人士。由于拥有一大群需求旺盛的顾客，因此饮食业蓬勃发展，食摊与门店遍布街衢巷陌。人们的消费观念因此改变，即使是平民也习惯在街边食肆解决一日三餐，很可能是为了节省时间，或是避免在逼仄的木结构房子里生火引发火灾。购买现成的食物实在太方便、太实惠，况且可选品种丰富，于是整个饮食市场，从清晨至深夜，适时供应早餐、午餐、晚餐甚至是消夜。

在星级酒楼（樊楼、熙春楼、三元楼

之类）里饮宴绝对是一种享受。那里建筑别致、环境舒适，室内外的装潢彰显档次。盘盏、酒壶、注碗、菜碟、水碗等餐具一律白银质地。菜肴随点随做，店里缺少某道菜的现成品时，还欢迎顾客从他处叫外卖。

囊中羞涩的民众通常去被称为“打碗头”的散酒店消费，好处是可以零买二三碗。这种地方空间逼仄，装潢也简陋，门面只用竹栅布幕简单装点。低档酒店的下酒之物不过是些血脏、豆腐羹、爇螺蛳、煎豆腐、蛤蜊肉之类的廉价菜。更方便、便宜的充饥办法是购买面点。买一张刚出炉类似饅的硕大胡饼、缀满芝麻的“满麻”或者又大又薄口感香脆的“宽焦薄脆”花不了几文钱。

到东海，寻海味之鲜

《东海寻鲜》

白蟹，两端尖尖，如一把织布梭子。白蟹一身清冷的铠甲，如深秋守边关的将士，一副张牙舞爪的凶相，竖起来的眼睛，骨碌碌地转，用手指触一下，立马伏在眼眶里，一动不动，仿佛老谋深算之徒，静观其变。

每年八月是吃货们的嘉年华，扑面而来的东海鲜味，大大提升了吃货的幸福感。八月一日小开渔后，东海第一鲜梭子蟹带着透骨新鲜强势回归，迎来了自己生命中的高光时刻。开渔节的当晚，第一网海鲜就急送到码头，凌晨三点半的万济池菜场，一车肥壮的梭子蟹刚拉到，“轰”的一声，起早买鲜的行贩和吃货一拥而上，一下子就把梭子蟹抢光了。

鲜活白蟹吃多了，人生感悟也就出来了。老家的吃货常拿白蟹说事，以“满肚黄膏”比喻那些能力出众、行事低调之人，以“燥白蟹”指代那些大大咧咧者。那些看起来厉害，实质没花头的银样镗枪头，被称为“死白蟹”。以“落镗白蟹”形容醉汉的面容。以“漏浜蟹”指代外表强健、内里空虚有病之人——白蟹因铠甲在外，即便干瘦少肉、内里变质也难以看出。

美食引导我们走向美的人生

《觅食记》

《论语·乡党》中，夫子把日常饮食与祭祀仪式联系起来，使这日常吃食顿然有了庙堂之上的庄严感。《乡党》所述，

除了人们耳熟能详的“食不厌精，脍不厌细”那些句子，还有“不时，不食；割不正，不食”，以及“唯酒无量，不及乱”，等等，都可理解为夫子对于饮食的主张。

典籍上说：“食、色，性也。”食不仅非异端，且食中有道，俗云“味道”即是。人们因精于食，从中悟出许多人生的道理。首先是体味人生，人生百味，饮食悉数寓之，不同的是，它诉诸味觉，即舌尖上的五味杂陈：甜、咸、酸、辣、麻、苦。而更妙的是，美食有它更为宽泛的领域，它不仅仅凭借味觉，而且兼及视觉乃至听觉。一款松鼠黄鱼，甜酸焦脆是味觉，而它华丽的造型，又是诉诸视觉的享受。诗人郭沫若为厦门南普陀一份素汤命名为“半月沉江”，此命名完成的不仅是美食，而且为厨艺加入了诗学的意味。这是餐桌上的美学。

美食给人的启悟是多方面的，食材、配料、刀工、盛器、装盘、酒具、席次的安排，上菜的次序、其中涉及的社交礼仪等，也是含蕴多多。世界广阔，中西有别，风俗各异，烹调的学问博大精深。只说火候，文火慢炖，急火爆炒，快慢之间，差之厘毫，谬以千里。❶



《宋宴》

作者：徐鲤 郑亚胜 卢冉
出版时间：2024年1月
出版社：中信出版社



《东海寻鲜》

作者：王寒
出版时间：2023年4月
出版社：浙江人民出版社



《觅食记》

作者：谢冕
出版时间：2022年6月
出版社：北京大学出版社

WIN WIN



《建行财富》杂志读者互动问卷

尊敬的读者朋友：

感谢您对《建行财富》杂志的关注、关心与厚爱！为不断提高办刊质量，进一步凸显刊物的特色性、贴近性和悦读性，更好地服务读者，2024年3月刊内容，我们将以“她力量和消费者权益保护”为主题，对所有女性致以节日的问候和祝福，以及展现金融消费者权益保护的发展及成就。

真诚欢迎您参与问卷调查，并提出宝贵意见或建议。我们坚信，有了您的参与，将是我们办好这本杂志的源泉和动力。让我们携起手来，为《建行财富》的“茁壮成长”共同努力！

以下互动问卷，请您将选择的答案编号填入（ ）

1.对于“她经济”，您关注哪些方面的发展？（多选）（ ）

A.消费领域 B.就业与创业 C.投资 D.其他_____

2.您认为女性群体在财富管理方面有哪些优势（多选）（ ）

A.注重长期的投资目标 B.理财学习意识强 C.更注重ESG（环境、社会和公司治理）和可持续投资 D.其他_____

3.对于女性权益保护，您最关心哪些方面？（多选）（ ）

A.政治权利方面 B.劳动和社会保障方面 C.财产方面 D.人身权利方面 E.婚姻家庭权益方面 F.其他_____

4.对于女性消费趋势，您关注的方面有哪些？（多选）（ ）

A.情感愉悦和满足 B.多样化 C.自主化 D.休闲化 E.其他_____

5.对于消费者权益保护，您关心哪些方面？（多选）（ ）

A.立法保护 B.行政保护 C.司法保护 D.社会保护 E.其他_____



欢迎扫码参与问卷互动

问卷参与方式：

方式一：填写问卷后，拍照发至《建行财富》编辑部邮箱ccbpb@cbnet.com.cn;

方式二：填写问卷后，撕下问卷转交给建行私人银行客户经理；

方式三：扫描左图二维码，填写问卷并提交。

LOSE

辞旧迎新除夕夜
普天同庆团圆时

除夕

2024.2.9

