

封面故事

全球产业链加速重构， 中国向价值创新中枢跃迁

私人 银行

智观世界

可为灵魂、之为大脑，玩具产业进化论

家企欣荣

星河动力：太航天时代的逐梦者

川联万象

全球化重构下的黄金投资价值

传承之道

工银传媒宣传片创作手记：传家之德，承业之道

私银社群

诚如金石信如鼎：历史长河中流淌的诚信之道

文以行远

夏日限定好展！送你一份暑期艺术地图

见筑生活

走进地球秘境三江源

财经
CAIJING

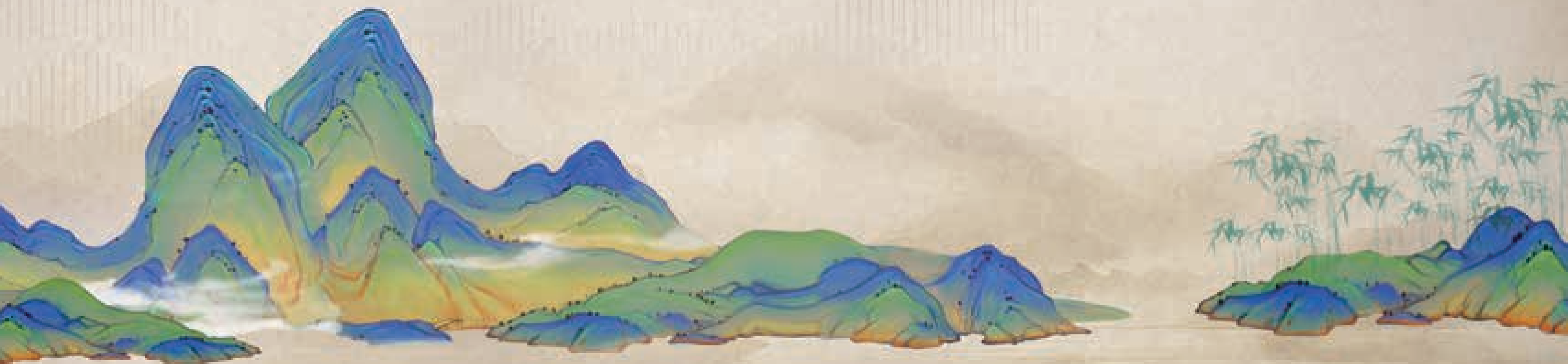
私人
银行

二〇二五年六月



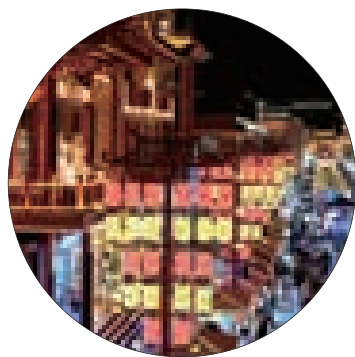
工银传诚家

| 传家之德 承业之道 |





P8



P22



P35



P46

封面故事

智观世界

家企欣荣

川联万象

前言

智启新程 奋楫争先 / 5

封面故事

全球产业链加速重构，中国向价值创新中枢跃迁 / 8
大国博弈胜负手，谁是代表新秩序的创新产业链？ / 17

智观世界

宏观洞察

扩大内需：战略选择而非权宜之计 / 22

产业趋势

IP为灵魂、AI为大脑，玩具产业进化论 / 25

寰宇资讯

工银私人银行荣获《欧洲货币》
2025“最佳全球合作网络奖” / 30

家企欣荣

管理商学院

全球化裂变下的供应链博弈 / 32
——评《供应链攻防战》

银企相对论

星河动力：大航天时代的逐梦者 / 36

偕行以致远

从3000年前的海外购到境外消费“返现时代” / 40

川联万象

投资韬略

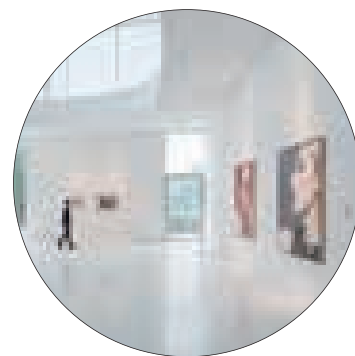
全球化重构下的黄金投资价值 / 46



P53



P62



P70



P78

传承之道

私银社群

文以行远

见筑生活

传承之道

传承与发展

工银传诚家宣传片创作手记：传家之德，承业之道 / 52

共富未来

深化高净值人群慈善研究，以金融力量推动财富向善 / 55

百家训格

瑰伟文妙绝当世，孝友行追配古人 / 58
——黄庭坚的家风故事

私银社群

君子伙伴

诚如金石信如鼎：历史长河中流淌的诚信之道 / 62
客户至上，勤业协作 / 66
——工银私人银行“卓越顾问联盟”正式成立

文以行远

文化

夏日限定好展！
送你一份暑期艺术地图 / 70

见筑生活

旅行

云南的东西南北中 / 78
走进地球秘境三江源 / 82
“君子伙伴慈善服务”生态圈助力三江源生态保护 / 88



主办单位

中国工商银行私人银行部

协办单位

《财经》杂志

采编中心

出版人 / 郑允弢

主编 / 高东 郑琇煦 辛峰 赵洋 赖志骏

编审 / 毕培艺

副主编 / 陈如一 郭子枫

统筹 / 方璐 许卓俊 肖沛辰

联合出版人 / 刘霄 何刚

主编 / 康娟

主笔 / 江玮

编辑 / 王小 路平 林一丹 吴海珊

视觉中心

视觉总监 / 黎立

美术编辑 / 颜斌 于宗文 张玲

运营统筹

崔毅

*版权所有 侵权必究

免责声明：

本刊文中观点和建议仅供参考，在任何情况下，我行及作者均不对由于依赖文章中的任何意见或观点而导致的损失承担任何责任；文中观点受制于市场及其他条件的变化，不应作为对未来事件发展的预测或对未来投资的保证。

智启新程 奋楫争先

白驹过隙，人类已经迈进以数字化、网络化为特征的智能时代。面对全球经济增速放缓、产业链供应链重构的大变局，科技创新比以往任何时候更具核心竞争力，金融也成为撬动经济高速发展的关键杠杆。从实验室到生产线，从科研成果到市场价值，科技、产业与金融深度耦合，正在重塑经济的底层逻辑，催生新的增长极。

“致天下之治者在人才”，在科技创新时代更显意义深远。科学家与企业家，如同驱动创新发展的“双轮”，缺一不可。科学家以探索真理的执着精神，为技术突破提供源头活水；企业家以敏锐的市场洞察力和卓越的资源整合能力，将科研成果转化为满足市场需求的产品和服务。无论是在追求真理的科学殿堂，还是在竞争激烈的商海战场，他们志向高远、挺膺担当，在未知的征途上无畏启航，持续推动着昂扬奋进的时代洪流。

科技金融是金融“五篇大文章”的首篇。纲举目张，构建科技金融体制在当下尤为重要。“工欲善其事，必先利其器。”以制度创新为纽带，打通“科技研发—成果转化—产业落地”链条，形成“科学家创新+企业家创业+金融资本助力”的良性循环，科技金融在经济高质量发展的长卷上挥毫泼墨，必将描绘出叹为观止的崭新篇章。

作为落实“五篇大文章”、构建科技金融体制的重要组成部分，私人银行在服务科学家、企业家方面应大有作为。作为财富管理市场的领跑者，工银私人银行以“精耕细作”之姿，依托“圈链台”不断拓展“科学家+企业家”服务新生态。星耀、星智、星伴三维度“星熠”专属体系服务科学家，丰富产品和权益供给；“兴企万里行”“企业家加油站”助力企业家，多牵线、广搭桥，推动产业资本有效结合。公私一体协同，一手破题科学家股权项目投融资，推进科研项目成果转化；一手聚焦科技型企业、专精特新“小巨人”企业成长，提供涵盖全周期的综合服务，护航企业做大做强。每一次蝶变突破，不仅是对金融服务实体使命的践行，更是对创新驱动发展战略的有力回响。

纵观历史，唯创新者进，唯创新者强，唯创新者胜。国家如此，机构亦是如此。置身智能时代，工银私人银行以匠心雕琢服务，用智慧点亮未来，愿与每一位追光者并肩同行，在时代的浪潮中奋楫争先，书写属于创新者和奋斗者的璀璨华章。

《私人银行》编辑部

伙伴同行 家企欣荣



封面
故事



工银私人银行相伴中国企业家，聚焦企业家“人、家、企、社”四大维度需求，构建境内外一体、投融资一体、公私一体的综合服务生态，赋能企业家长远发展，助力财富管理、家族传承和社会责任担当，以伙伴银行姿态，共擘家企欣荣未来蓝图。君子偕伙伴同行！

网站: www.icbc.com.cn | 服务热线: 95588



扫描二维码
了解家企综合服务



全球产业链加速重构， 中国向价值创新中枢跃迁

文/胡安娜

只有以开放护航，以合作开道，以安全筑底，以创新突围，从“规模红利”跃迁到“价值红利”，将“中国制造”升级为“全球智造”，方能在重构进程中破局而立

今

年4月以来，特朗普政府推行的“对等关税”在资本市场掀起了惊涛骇浪，此后的态度反复和对抗升级也令全球见证了美国政策朝令夕改的闹剧。虽然中美双方在5月12日就贸易问题达成了阶段性协议，在90天的时间内暂停一个月以来阻碍中美贸易的大部分关税，但分析人士普遍认为，暂时停火只是为两国下一轮的激烈博弈蓄力。

特朗普的“关税叠罗汉”策略不仅针对中国，还涵盖了美国的全球贸易伙伴，不仅在短期内增加了中美双边贸易成本，还系统性破坏了多边贸易体制，大幅提高中间品及产业链成本，进一步影响了跨国公司在世界范围内的生产决策布局。全球产业链分工体系面临着自世界贸易组织成立以来最严峻的制度性挑战，其趋势性影响远大于上一轮关税战，甚至未来也不会因为关税的停止而停止。

本质上，关税战是产业链主导权的争夺，更进一步说，是一场关于“价值制高点”和“全球创新中枢”的争夺。对企业影响最大的，不是关税本身，而是由此带来的不确定性。

对中国制造业而言，面临着高端回流、中低端分流的双重挤压。一方面，欧美等发达国家实施再工业化战略，通过产业链回迁、实施先进制造计划等途径，重塑制造业竞争力；另一方面，后发经济体的人口与资源红利逐步释放，积极承接劳动密集型产业和低附加值环节转移。

面对冲击，4月初，中国政府时隔十二年再次召开中央周边工作会议，明确共建“一带一路”平台的重要地位；4月底举行的中央政治局会议提出，加大服务业开放试点政策力度，加强对企业“走出去”的服务，加快推动内外贸一体化，积极维护多边主义。5月国务院召开的做强国内大循环工作

推进会提出，要把做强国内大循环摆到更加突出的位置，统筹实施扩大内需战略和深化供给侧结构性改革，不断提升经济循环的质量和层次，以国内大循环更好牵引国际循环。这些行动彰显了中国政府以高水平对外开放和高质量发展的确定性应对外部环境急剧变化的不确定性的信心和决心。

伴随着全球“产业链、供应链、价值链”三链的解构与重构进程提速，中国企业也从被动防御转变为更深层次的主动升级与变革，在产业链供给端和需求端寻求双向突围，一面积极布局，主动构建跨境产业链，一面加速向全球价值链上游发展，向高端化、自主化转型，迎来更具韧性的全球化新阶段。

地理迁移，掌握产业链布局主动权

千帆竞发，两轮出海

当前，中国企业正以千帆竞发之势，推动以我国为主的区域化、短链化、弹性化的跨境产业链布局。

数据显示，2024年，我国境内投资者共对全球151个国家和地区的9400家境外企业进行了非金融类直接投资，累计投资额1438.5亿美元，同比增长10.5%，已经连续五年实现正增长。2025年一季度，中国非金融类对外直接投资357亿美元，同比增长4.4%，其中对“一带一路”共建国家非金融类直接投资89亿美元，同比增长15.6%，占同期总额的25%。

从产业外迁的角度看，中国企业已经经历了两轮出海潮。第一轮发生在2010年前后，劳动密集型、OEM工厂起家的企业跟随外资企业外迁，以在海外建设新厂的形式，将生产转移至越南、印度尼西亚等低成本经济体。

2014年，中国对外直接投资首次超过利用外资(对外直接投资1231.2亿美元，利

用外资1195.6亿美元)，成为资本净输出国。2016年，中国对外直接投资创历史峰值，达1961.5亿美元，其中非金融类对外直接投资1701.1亿美元，占全球直接投资比重13.5%。

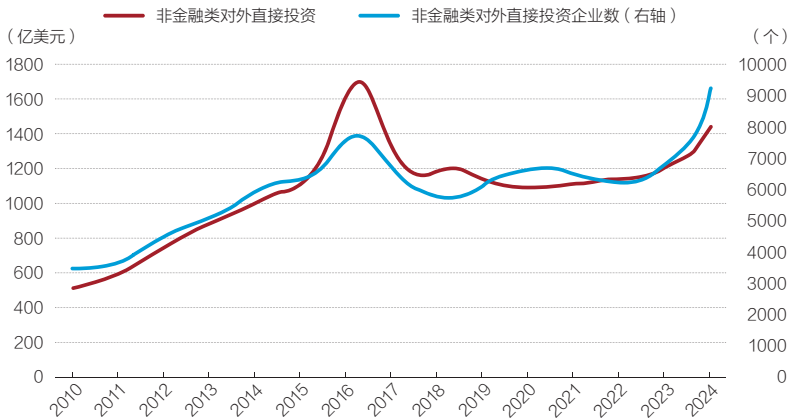
作为苹果核心供应商的立讯精密，已在越南、印度尼西亚、马来西亚、泰国、美国、墨西哥、罗马尼亚等国家与地区搭建产能基地与研发中心。其中越南是其重要据点，当地3个大型生产基地获得立讯精密多次增资，员工人数10多万人。

消费电子精密功能件制造商领益智造目前在全球拥有58个生产与服务据点及8个精品组装基地，包括土耳其、巴西、印度、美国等多个国家和地区，集成商务、研发、工程、设计、制造能力，能快速响应客户需求，实现生产本地化管理和产品全球化交付。

当前正在经历的第二轮出海潮始于2021年前后，2023年企业出海数量猛增，被称为“出海元年”。去年7月，比亚迪泰国工厂投产，年产量15万辆，这是比亚迪海外首个全资乘用车基地；12月，钢铁巨头新峰钢铁(埃及)股份有限公司宣布计划在埃及苏伊士运河经济区内投资16.5亿美元建设先进工业园区，涵盖九座工厂，专注于汽车零部件、家电零部件及钢材加工；今年3月，盛泰智造集团与摩洛哥王国签署《投资协议》，计划投资约17亿元人民币，打造摩洛哥绿色纺织产业基地。

粤开证券首席经济学家罗志恒指出，新一轮企业出海有四大新特征：一是企业主体的差异，上一轮出海企业以纺织服装、电子加工等劳动密集型企业为主，新一轮出海企业多集中于汽车、机械设备和电气设备行业，且在全球具备强劲竞争力；二是出海动力的差异，在美欧经济体的打压和内部内卷式竞争的双重冲击下，中国企业通

图1：中国对外非金融投资金额及企业数量



资料来源：Wind

过出海开拓新市场，提升盈利能力；三是出海目的地的差异，除越南、印度尼西亚等具备人口红利优势的东南亚经济体外，美国、德国、匈牙利、墨西哥等发达经济体及其周边国家成为企业出海的新去向；四是相比全产业链的“脱钩”式迁出，本轮出海企业将产业链关键环节留在本土，仍依赖国内供应链体系。

从规避关税到贴近市场

不过这一轮出海潮的种子早在2018年中美贸易战期间便已埋下。规避关税与贸易壁垒、分散地缘政治风险，是中国外贸企业向海外迁移产能的一个直接目的，但在选择目的地时，除了要看当地税收政策及贸易政策，尤其是美国对该国进口商品的税率，以及与出口目的地国的地理距离及交通，还要重点考察相关基础设施、生产要素成本及产业带集群优势等。

东南亚由于年轻的人口结构、快速的经济增长和较低的生产成本等优势，成为了电子电器、纺织服装、家具家居、汽车零部件等行业的热门目的地；墨西哥则凭借地理位置靠近美国、有较好的基础设施和相关产业人才储备等优势，成了电子产品、汽车制造、食品饮料加工等行业的热门目的地；东欧的捷克、波兰等国，由于地理位置

优势、欧盟政策优势、相对其他欧洲国家更低的人力成本优势等，成为中国企业出海欧洲市场的生产基地。

与我国海陆相邻的越南，政治环境相对稳定，是近十年中企海外建厂的最大热门。这其中，电子信息制造业扮演了重要角色，在苹果的带头下，富士康、立讯精密、歌尔声学、京东方、领益智造、裕同科技等十余家果链企业落户越南。

受益于中资企业主导的供应链迁移，越南对美国的贸易顺差从2017年的383亿美元增至2024年的1235亿美元。越南海关方面的数据显示，今年4月，越南对美国的出口超过120亿美元，同比增长34%，而同期越南从中国的进口激增至150亿美元，同比增长近31%。其中消费品仅占10%左右，绝大部分是资本品和中间品。越南纺织服装协会副主席陈如松（Tran Nhu Tung）表示，越南纺织厂使用的原料中，约有60%是从中国进口。

这种从中国买入中间品、零部件，经过不太复杂的加工、组装后，再将最终产品卖给美国盈利的模式，被媒体称为“越南胜利方程式”。而在越南制造声名鹊起背后“深藏功与名”的是已经连续12年位居全球中间品出口第一大国的中国。

不过，在美国对越南加征46%的“对等关税”后，这种模式也增加了变数。美国正通过多轮谈判对越南施压，其“加工转口”模式正是美国的核心靶点。越南《西贡投资金融报》称，越南若想缓解关税压力，提升输美商品本地化率已成为绕不开的关键议题。这对在越中资企业释放的信号是，单纯依赖“中国采购+越南加工”的模式面临政策风险，有必要通过合资公司、技术培训等方式进一步提升越南本地生产能力，加快供应链本地化建设，增强应对关税波动的能力。

中国社会科学院世界经济与政治研究所副所长徐奇渊指出，即使不考虑特朗普关税冲击，中国的主要产业承接国自身也存在诸多限制和风险。越南、墨西哥等国劳动力成本和土地价格近年上涨明显，部分地区工业园土地租金甚至高于中国沿海，承接能力也达到了一定的限度。中国企业势必更加注重多元化布局，避免产能过度集中于单一国家。

在实施“多点布局”过程中，除了要考察能否降低供给端风险，也要将需求端的市场、合规等因素纳入考量。作为仅次于中美全球第三大汽车市场，欧洲新能源车整体渗透率约22%。比亚迪在积极推进在匈牙利的新工厂，计划于2026年投产；奇瑞、零跑、长城、上汽名爵、吉利、小鹏等多家车企已计划或正考虑在欧洲建厂。5月20日，宁德时代在港交所挂牌交易，此次募资额的9成即约300亿元人民币，将投向规划总产能100GWh的匈牙利的电池工厂。

东南亚地区凭借其庞大的人口基数、快速增长的经济以及积极的新能源政策成为全球汽车产业新的增长极。东盟成员国之间的零关税框架也为中国车企提供了理想的产业落地跳板。

长城、长安、奇瑞、五菱等车企都采用了CKD模式在东南亚实现本地化生产。在3月的曼谷车展上，中国品牌占据了半壁江山，并一举包揽订单量前十中的五席。

不过，建立海外供应链对人力、物流、资金、合规等方面的考验都非常大。比如欧洲在电池回收、数据管理、知识产权和环境保护、劳动保障等方面有非常严格的标准和法规，要在本地建厂就要直面这些现实课题。

工信部智库专家林雪萍建议，中国要改变单兵作战方式，学习日本的“合成营”出海，在国外进行产业布局的时候，供应链跟



2024年3月27日，观众在泰国曼谷国际车展上参观长安Lumin汽车。图/新华

金融、物流、法规等一起打包进入。国家要大力发展信息服务、咨询等公共支撑平台，通过一种现代生产服务体系，在海外建立中国制造的优势。

复旦大学全球供应链研究中心对中国上市公司海外设点情况进行梳理发现，目前中国上市公司在海外设有近7000家子公司。相关数据显示，中国企业海外资产与GDP之比约为16%，而在发达经济体中，这一比例普遍接近或超过50%。“这说明中国企业‘走出去’仍有广阔空间。”复旦大学全球供应链研究中心副主任刘志阔说。

区域合作，政策护航

值得注意的是，中国产业大密度的跨境迁徙离不开政策的预见性设计和保驾护航。

在2000年之前，中国的对外投资政策主要集中在严格控制和限制上。2000年“走出去”战略提出，我国的对外开放从过去侧重引进为主，发展为“引进来”和“走出去”

相结合，政策开始鼓励和支持中国企业进行海外投资，充分利用国内和国外“两个市场、两种资源”，以促进企业的国际化经营。

2013年，中国提出了“一带一路”倡议，旨在加强共建国家的经济合作和区域一体化。目前我国已同152个国家和32个国际组织签署了200多份共建“一带一路”合作文件，也进一步带动中国对共建国家的投资快速增长。2022年《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）全面生效，包括中日韩澳新和东盟十国在内的15个成员国的合计人口、GDP和出口总额占世界比重均在30%左右，是当前世界上人口最多、经贸规模最大、最具发展潜力的自由贸易区，也让中国的生意“朋友圈”进一步扩大。

中国还在加快构建更具战略主动性的对外经贸网络。3月30日，韩国、中国、日本三国在首尔举行部长级会谈，共同表示要加强自由贸易、加快全面三边自贸协定

谈判；4月8日，中国商务部部长王文涛与欧盟委员会贸易和经济安全委员谢夫乔维奇举行视频会谈，双方同意尽快启动磋商，支持重启中欧贸易救济对话机制；5月13日，中国—拉美和加勒比国家共同体论坛第四届部长级会议在京举行。目前有三分之二拉美国家加入了“一带一路”倡议。

中欧国际工商学院经济学与金融学教授许斌认为，中国正逐步构建自身主导的区域合作网络，这一发展方向正呼应了国家倡导的“开放的区域主义”理念。在全球正经历新一轮地缘政治重塑的背景下，如何赢得第三方国家的信任与倾斜，是中国在对美博弈之外的关键“加分项”，这将决定未来多边合作的走向，也关系到中国在全球博弈中的战略主动权。“我们要让世界上的其他国家真正意识到，中国是一个可以长期合作的稳定力量。”

价值跃迁，构建产业链韧性和竞争力

中间品贸易持续增长，外迁趋势可控

一方面是国家积极支持企业出海做大做强，但另一方面，关于产业外迁造成制造业过快过早减速、产业“空心化”、全球市场份额被蚕食的担忧之声也不绝于耳。不过，国际秩序的转变影响的只是产品内分工的体系，也就是分工的参与者是谁、参与者承担的环节，以及地理区位等问题，而不会改变产品内跨境分工的事实。

从数据看，2024年，中国制造业总体规模连续15年保持全球第一，制造业增加值占全球比重约三成。林雪萍认为，中国工业体系具有很强的完整性，拥有联合国产业分类中全部工业门类，包括41个大类和666个小类。这些大小门类，不断交叉组合，相互竞争、进化，形成了中国制造特有的“超级连接力”。

从货物贸易出口规模看，2024年首次

突破25万亿元，达25.45万亿元，同比增长7.1%，连续8年保持增长态势。2024年前三季度，中国出口金额全球占比为14.5%，预计全年达到14.6%，相较2015年的13.7%不降反增。

中间品在这一进程背后扮演着日益重要的角色。中金公司研报指出，从2017年到2023年，中国出口中，中间品占比从42%提升到46%，消费品份额从36%下降到33%，资本品份额从21%下降到19%。中国中间品出口的增长主要体现为对新兴市场的出口增长较快。分国别看，我国对越南、墨西哥等新兴市场国家的中间品出口增速较高。

2023年博鳌亚洲论坛发布的报告数据显示，在交易量最大的22种中间品中，中国有20种处于领先地位，包括橡胶轮胎、纸和纸板、纱线、纺织品、龙头、轴承等。近年来出口表现亮眼的外贸“新三样”（电动汽车、锂电池、光伏产品）中，生产锂电池需要的电芯、生产光伏板需要的涂锡铜带等，都是中间品贸易的热点产品。

中间品是指用于生产其他商品和服务的产品，包括生产过程中的原材料、零部件、半成品等。根据全球价值链理论，一国在国际分工中向他国供给中间品，意味着该国在他国上游位置。因此，一国中间品出口越多，越是能在全球价值链中占据核心地位，他国对其依赖性越强。从日本、德国等外贸发达国家发展历程看，在其贸易高速发展时期，中间品占其贸易比重均较高，占进口比重约为40%-50%，占出口比重约为65%-75%。

2023年中央经济工作会议和2024年《政府工作报告》都提到了“拓展中间品贸易”。惠誉公司的分析指出，中间品主要供应国的身份为中国提供了至关重要但又不显山露水的优势，使得中国得以在动荡的

全球政治经济格局中比其他许多国家表现出更强的韧性。

罗志恒表示，产业链外迁趋势可控，因为中国有更高的创新能力、良好的基础设施建设和高水平的劳动力素质，在中高端制造业环节仍保有较强的竞争力。另一方面，产业链梯度转移也能为国内产业升级转型腾挪空间。

以技术和市场为驱动，向价值链高端攀升

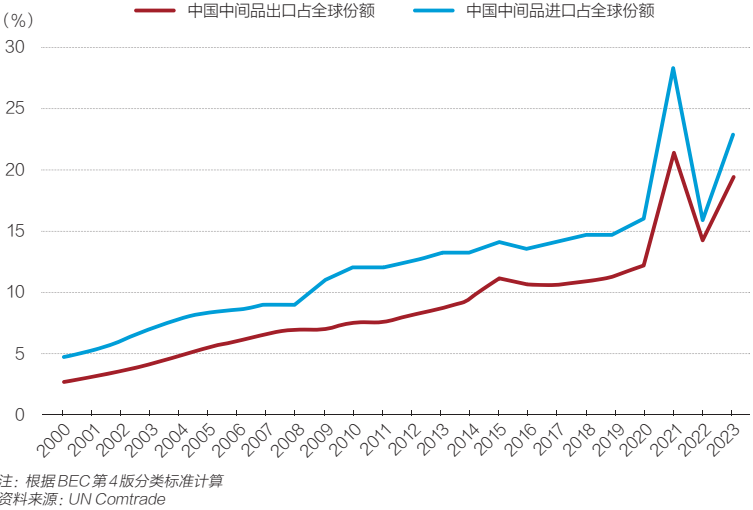
仅仅防御还不够，想在产业链重构中赢得主动，还要更加积极地向“三链” 高端环节攀升，通过短板产业补链、优势产业延链、传统产业升链、新兴产业建链全面提升韧性与竞争力，逐步建立起由我国本土企业主导的全球价值链。

美国学者加里·格里芬（Gary Gereffi）将价值链的升级驱动力分成两种类型，一种是生产者驱动（即技术驱动），常见于资本密集型和技术密集型产业；另一种是购买者驱动（即市场驱动），多集中于劳动密集型产业。能够整合上下游资源、驱动产业链运转的链主企业扮演了组织者和价值分配者的角色。波音、联想是生产者驱动型的代表，耐克、沃尔玛、家乐福等具有品牌竞争力和营销渠道的跨国公司则是以销售网络主导生产网络的典型。

因此，“科技”和“市场”是提高全球产业分工地位的关键。华为通过自主研发突破芯片封锁，比亚迪在东南亚推广“中国标准”电动汽车，已经证明技术自主是立足之本。

前者是技术突破的典型案例，也就是沿着现有的价值链分工体系，按照“组装加工—配件生产—创新研发”的工序自下而上攀升，通过“突破卡脖子技术”来实现技术升级。美国的技术遏制和封锁打破了我们过去依赖的“引进—消化—吸收—再创新”的技术升级路径。美国新一届政府不仅升级了

图2：中国中间品进出口占全球份额情况



对中国高端芯片出口的封锁，5月还全面禁止美国EDA厂商为中国服务，这进一步增加了中国在卡脖子技术领域的“断链”风险，但包括比尔·盖茨、黄仁勋在内的美国科技企业领袖都认为，出口管制只会加快中国的研发和突围速度。

以比亚迪为代表的新能源企业则是通过研发新技术或新产品，直接占领技术高地，然后自上而下建立新的分工体系，也就是实现“科技革命”。《国家创新驱动发展规划纲要》中重点培育和扶持的产业包括5G技术、人工智能、工业机器人、新能源汽车、智能电网等。

数字经济时代，苹果、谷歌、微软、亚马逊等平台型链主的崛起给生产端和市场端都带来了颠覆。它们的特征是数据、软件、品牌等无形资产规模庞大，并以数字平台型业务为主。中国也诞生了以Temu、SHEIN、速卖通AliExpress、TikTok Shop为代表的具有国际竞争力的跨国电商平台企业和以小米为代表的科技型平台企业，有的甚至实现了“弯道超车”。

SHEIN以“小单快返”为基础搭建的柔性供应链，利用实际市场需求数据来预测销售和控制生产、反哺研发，甚至将数字化



2024年10月9日，2024全球跨境电商年会(珠海-横琴)上的希音(SHEIN)展台。图/新华

改造深入到了前端的原料采购、工艺流程等多个环节，降低库存周转天数至7天，远超行业平均；海智在线是聚焦非标零部件的数字平台，帮助国内中小加工企业与全球采购资源进行对接，即便是在4月关税战打响后，依然有很多美国买家客户在线发布询盘；小米集团等企业构建了商业生态圈，来替代由发达国家跨国公司构建的生产者驱动的产业链。

抓住链主企业就抓住了产业链、供应链的“牛鼻子”，能带动一大批产业链关键技术片段上的“隐形冠军”、生产性服务业企业和高端消费品牌的成长。比如，联想笔记本有120种机型配置，其所有产品的各级供应商超过5000家，其中专精特新企业35家，单项冠军企业15家，单项产品冠军企业7家。

重庆市原市长黄奇帆表示，只有品牌创新、产品创新、技术创新的企业，才有能力

把握“三链”，管控“代工”龙头企业，并根据“产地销”和“销地产”的原则在全球布局产业链。

结语

产业链、供应链、价值链重构是一场国家顶层设计与企业战略决策相互叠加的复杂博弈。既有成本、市场、避险驱动的产业外溢，也有竞争倒逼和价值导向的产业升级；既有平行供应链间的竞争，也有中国制造和产业能力的主动投射。正如林雪萍所言，这场攻防战考验的是“高效互动的连接力、关键价值节点的控制力和整体设计力”。

只有以开放护航，以合作开道，以安全筑底，以创新突围，从“规模红利”跃迁到“价值红利”，将“中国制造”升级为“全球智造”，方能在重构进程中破局而立。

(编辑：李奥)

大国博弈胜负手，谁是代表新秩序的创新产业链？

文/子不语

全球只有一个产业链，这在历史上是一个意外，不是一个通例

对 站在全球贸易链每一个环节上的参与者来说，2025年都是一个坎坷的开始。

美国总统特朗普在社交平台上每发出一条关税信息时，全球的股票交易屏幕都可能为之变色。另一方面，全球化进程在近两年的倒退趋势却是如此明显：区域化、本土化、多元化牵动着各国政府的神经——推动产业链回迁、新一轮科技革命加速以及跨国企业追求效率与安全平衡等多重因素影响下，产业秩序重构和变革交错滚动，在未来一个时期必将持续演进。

我们处在一个特殊的历史时期，还是一个发展的必然阶段？是什么促使全球价值链进入重组？旧有的产业秩序和新技术的冲突根源在哪里？为此，本刊记者与清华大学经济与管理学院教授，清华产业创新MBA学术主任朱恒源进行了一次深度对话。

问：您认为当前全球产业链的重构，本质上是一次“技术—经济范式的转移”过程，请谈谈历史是否已经提供了足够证据？目前全球呈现出哪些特征？

朱恒源：技术—经济范式的特征，首先是一个社会发展到一定阶段后，在重要的、基础的领域里出现了一些关键性突破，这些通用技术的突破会向有关的产业扩散，带动原有产业的生产效率发生极大提高。

一个简单的案例，就是1865年英国通过“红旗法案”，规定汽车上路，必须有人手持红旗在前面开道，且汽车时速不得超过5英里。这种“马车优先”的制度，显然不利于新兴的汽车市场需求的形成。而美国不仅把汽车变成了一个民族特征产品，并且把它的汽车生产方式和管理方式输出到全球，比如红绿灯、保险、驾照培训等。还有汽车的生产标准、供应链和供应商的管理体系。

这就是第二条，新的技术需要市场需求的“滋养”，也需要一系列面向未来的配套制度改进，才能以商业的方式，推动制度改进和产业变迁，继而推动整个社会结构、规则和规范，以及生活方式的转变。

第三，就是看上一代的技术—经济范式是不是走到了头？因为从技术上来讲，在产业范式变迁的端口，产业发展的瓶颈不是技术本身，而是技术过剩。



朱恒源，清华大学经济与管理学院教授，清华产业创新MBA学术主任

这个逻辑简单地讲，是因为初期新的核心技术是找不到市场的，也就是没有天然存在的需求。之所以人们愿意创造出这个需求并接受它，是因为产业在原有需求的经济体系里已经卷得不能再卷了，也就说竞争使得它的价值已经被稀释得差不多了。所以，人们必须去围绕新的技术，去寻找新的开发、新的需求、新的市场，从而创造新的产业。

我个人判断，大概率我们正好处于这样一个历史时期——一个技术—经济范式变迁的转换期的开头。原因在于，上一轮以信息技术和通信技术为主导的范式所能够开发和利用的产业空间已经差不多了，表现为原有的新的用户不再增长，新的产业形态不再出现，大家都在原有的需求赛道和供给技术上竞争。

当竞争不再能刺激出新东西的时候，那么必然要推动整个社会体系转向，而在转向的这个过程中，就可能从技术到产业，再到经济到社会的整个范式变迁，所以也就造成不同的经济利益集团主体之间的矛盾和冲突。

问：这是否说明当下全球贸易摩擦、产业链重构都是一个不可避免的过程？

朱恒源：因为上一轮的信息化产业范式已经没有容纳空间了，大家就开始争谁拿的份额多，谁拿的少，在不同的经济体或不同的国家之间就出现了所谓地缘冲突，这个是以国家为代表的经济和贸易冲突，同样各个经济体内部也会出现矛盾。

而发达国家一旦自己内部的矛盾暴露出来，比如2008年全球金融危机，接着欧债危机，再到后来整个发达国家内部的矛盾，就促使他们要重新保护自己原有的产业结构和就业结构。

问：不管特朗普上不上台，这种贸易和产业的冲突也是一定会发生的？

朱恒源：对，有没有特朗普都会出现这样的矛盾和冲突。仔细看美国前总统拜登和特朗普，他们在产业政策上有完全不同的取向，但是目的是相同的，就是要让制造业回归，提升本土产业的竞争力。所以，他们在国内政治上是对手，但对中国的制造业和科技进行封锁的态度是一致的。

根源还在于两个问题。一个问题是一个国家在全球格局中的产业份额下降，话语权就应该下降。而中国已经成为全球产业中的一支重要力量，因此对产业秩序应该有自己的发言权，应该对秩序有影响。但发达国家还希望能够保持在鼎盛时代对全球产业格局的影响。

第二是内部矛盾激化。美国因为产业格局的相对回缩，希望通过用对外的斗争，来解决国内已经出现的因为产业革命导致的社会结构分裂的问题。在美国国内，受损和受益的群体不同，说明内部的分配没做好。这是因为在第三次产业革命创造的新的通用基础技术——电子通信和互联网的广泛应用，每一个企业都会基于商业、利润最大化原则，把自己的活动在全球进行重新分布。

历史上，基本有两种解决思路，一条思路就是发展出新的范式，即在发展中解决原有的问题和矛盾。如克林顿当总统时，政府一方面推动信息高速公路政策，另一方面想办法把得克萨斯州的石油工人送去培训电脑。还有一个思路，就是去分原来产业范式的蛋糕，谁把我的蛋糕拿走了，我就跟谁斗。

像“卡脖子”这种事，就是基于原有的产业秩序形成的。这是结构性的矛盾，是不以某一个政党的产业政策为依托去改变的，也不以个人意志为转移的，只要结构性的矛盾还在，冲突必然存在。

问：这一轮和之前的技术—经济变迁有

何不同，中国的机遇有哪些？

朱恒源：逻辑非常不一样。主要有两个特征，一个是在产业上，当我们提出工业化时，目标是完成机械化，而机械化是第一次产业革命的范式通用技术。大概在2009年以后，中国才算真正完成工业化的进程。要注意我们不是迭代升级的，实际上是将第一次产业革命、第二次产业革命和第三次产业革命的范式通用技术一次性吸收了，也就是说中国做的是三次产业革命的一个综合体。

一个巨量的人口大国完成了一个新型工业化的道路以后，遇到一个不错的时机。第三次产业革命的信息技术、互联网突飞猛进，这让产业可以全球分布。这让整个中国的产业体系顺利嵌入到一个新的国际产业格局中。仅就制造业看，中国GDP占世界总量的比重不到20%，而制造业增加值占全球比重约1/3。

第二个就是，在政治上，后冷战时代形成的单级体系，导致了全球金融市场的一体化，形成贸易自由化和投资便利化这样一个浪潮。

一头是金融，一头是技术，促进了发达国家把制造业外包给一个好学生——中国，开始为全球制造。

在信息技术和互联网的产业革命中，中国其实是一个后来居上者，不仅体量增加，份量也增加了，但是中国在原有秩序上要想再增加，很困难，只有在不断的斗争、平衡中才能够得到一些话语权。

问：在新旧产业秩序交替时期，大家的竞争力如何体现？

朱恒源：所有新的产业秩序，都脱胎于原有的产业秩序，并且是从原有产业秩序的斗争中萌芽新的。在一个经济体内部出现的创新产品，超越国家边界扩散，然后影响到全球，你就自然而然有了对未来产业秩



深圳一家机器人技术公司内，技术人员在调试人形机器人。图/新华

序的话语权。这就是我说的大家要竞争的是下一轮产业范式的领先者。

但是，一个像当年“汽车替代马车”那样的具有典型性的颠覆性产业链还没有出现。可以说中国现在还是一个青春期的孩子，你长个子了，长得比大人高，但是家里买什么房子、置什么地，你还是说了不算。因此我们要创造一些新东西，如果能扩散到全球的话，那么，我们就有了影响力。比如在人工智能方面创造一个新的现象级的产品，进一步引领第四次产业革命。

要注意，新范式轨道上的领先者，不一定是原有范式轨道上的领跑者，而有可能是抢先移动到新范式轨道上的“跃迁者”。

问：中国企业已经在着手跟进，在这个历史窗口，进一步要做什么？

朱恒源：为什么这一轮中国会有那么多的关于出海、“一带一路”的讨论？它的本质就是我们用了全球原有的一个制度体系，去做产品贸易。在这个过程中，我们创造了另外一些有意思的东西，就是中国在产业上有了一些类似于丰田生产方式那样的现象级的创新，是可以普遍地、广泛地被应用的那种创新。全球学丰田，学的就是它的质

量控制和它的效率。

中国企业这一轮的现象级的创新，就是将信息技术与先进制造技术融入传统制造业，简单说就是“智能外卖”。如希音（SHEIN）的“小单快反”，提出一个按需生产柔性供应链模式，它比竞争对手，比如亚马逊更好的就在于它把信息化和数字化结合，去改造了原来的那个传统制造业的小工厂的连接方式。美国的工厂还在用Excel表管理它的供应商、供应链，管理它的上下游，而希音早就开始用手机APP和小程序来管理了，这个很了不起，因为它直接链接那些小工厂，这种连接协调会很快，整体效率就上来了。

全球电商排名前十的多数为中国企业或者华人华裔创建的，就是因为他看得懂中文，他能学会拷贝中国的美团这帮外卖企业的做法。这是中国的产业效率管理模式在扩散，就是一个创新的扩散。

再看中国的新能源汽车，为什么便宜？很重要的一个原因在于它的供应链管理体系，传统汽车的供应链如果算三级半，新能源汽车只有一级半，这之间效率差多少？另外，用数字化技术武装的车企从营销到客户体系，降低了60%-70%。

这和电商的做法异曲同工。虽然在别人的赛道上，但是我们在速度和适应性上领先了，如“小单快返”的这个案例，中国企业将自动化技术、信息化技术和数字化技术结合在一起，创造出一些新的东西，而这些新的东西会慢慢地随着产品和生产方式扩散到全球去。

问：对企业而言，如何绕过壁垒？

朱恒源：哪个国家的居民不希望有价廉物美的产品？最本质的是，中国发展的产业能力能跨地区外溢，只要能力足够高，和其他国家的产品产生差距，贸易就会想各种办法绕着去流，形成一个新的产业格局。

有需求的地方就会有供给，只是这个供给以什么方式来获得而已。所以中国电商的效率越来越高，形成了一个在全球范围内的网络结构。原来是单向结构，卖给美国的，美国一卡，就变成了一个网络结构。当有了网络结构，增加了我们应对这个产业上的限制的能力，供应链韧性随之增加，所以核心问题是你的产业能力和国外存在差距的时候，它就仍然有贸易空间。

贸易战不可能把所有的东西都堵死。所以我觉得，原来的那个产业范式已经到顶了，另一轮的产业范式正在探索的过程中，它总归是往前走的。

问：这说明，未来，在很长一个时期内全球会形成平行的产业链？

朱恒源：这很正常。全球只有一个产业链，这在历史上是一个意外，不是一个通例，就是说只要产业格局和产业秩序的冲突存在，就会出现产业系统各自做冗余，比如美国会做冗余，中国也会做。极端情况如在全球全部封锁的情况下，会有无数个产业链产生。

我认为，未来的格局是一个以中国和美国为双中心，各自建立的两个双重网络，而这个网络中会有大量的中间缓冲地带。很多经济体的内部市场非常狭小，一大堆的人就会去做中间缓冲地带，所以未来格局会像一个哑铃。

未来的十年、二十年，可以视全球自由贸易为中间缓冲地带，各国政策会向两头稍微摇摆，但摇摆的范围和幅度是有限制的，摆向哪个方向、高度，取则决于国内政治的波动。

假设未来，中美之间有一个国家探索出新的产业范式，然后进行了有效的社会治理的改革，而且这个产业范式在全球开始扩散的时候，大家就会跟随。

（编辑：李奥）

智 世界 观

扩大内需：战略选择而非权宜之计

文/徐奇渊

我们应当坚持短期刺激与中长期改革并重，在通过财政货币政策提振总需求的同时，加快推动各项结构性改革，为经济注入持久动能

今年5月，在经历一个多月惊心动魄的“关税拉锯战”后，中美两国在瑞士日内瓦举行的高层经贸对话中达成重要共识，宣布将相互削减关税并暂停部分关税措施，以缓解长期存在的贸易摩擦。6月，中美在伦敦谈判中原则上就落实两国元首6月5日通话共识以及日内瓦会谈共识达成了框架。这显示出美国

放弃了与中国全面“脱钩”的极端设想。然而，这种短期缓和也引发了新的疑问：扩大内需的紧迫性和必要性是否因此减弱？对此，中央经济工作会议上提出的“扩大内需不是权宜之计，而是战略之举”给出了明确回应。面对当前形势变化带来的新挑战，有必要结合最新情况进一步阐释这一重大判断。

中美关系的短期缓和难掩长期不确定性

此次中美之间达成的关税削减协议有效期为90天，本质上属于战术层面的妥协，并不意味着双方结构性矛盾的根本化解。美方多次强调将以实际结果为导向评估后续政策走向，这意味着未来局势仍存在高度不确定性。尤其在高科技、关键矿产资源、能源等核心领域，美国对中国的遏制策略并未放松。

美国财政部长贝森特在协议签署后表示，虽然无意与中国“全面脱钩”，但仍将继续推动“有选择的战略脱钩”。就在5月13日，美国总统访问中东期间又出台了新一轮针对中国人工智能产业的出口限制措施，重点打击华为相关AI芯片供应链。这表明，中美之间的根本性分歧依然存在，短期内的关税调整并不能掩盖深层次的战略竞争。

那么，为何美国最终放弃与中国全面“脱钩”的设想？原因在于中国经济体量庞大、产业链完整且具备强大的市场吸纳能

力，使得任何突然切断经济联系的行为都可能带来巨大冲击。在这种背景下，“规模”本身成为一种抗风险能力的体现。Too big to fail（太大而不能倒）、too connected to break（联系太深而难以割裂），也是一种安全机制。通过扩大内需来增强国内市场活力，不仅是稳定经济增长的重要抓手，更是维护国家经济安全的关键手段。

从长远看，进一步提升中国经济总量，有助于提高美国实施战略“脱钩”的成本。因此，经济体量不仅是一种发展成果，更是一种战略优势。当国内市场规模足够庞大时，才能更好地抵御外部冲击，实现自主可控的发展路径。扩大内需作为强化国内市场、提升整体经济韧性的核心战略，在此过程中发挥着不可替代的作用。

扩大内需有助于改善地缘经济环境，拓展国际空间

在全球GDP构成中，除中美以外的其他经济体合计占比约为60%，这些中间力量在中美博弈中的作用日益凸显。欧盟、东盟、中东、拉美、非洲等地区均是中国重要的贸易伙伴。近年来，中美两国都在积极争取这些国家的支持，特别是在全球经济格局加速重构的当下，这种争夺更为激烈。

尽管中国与这些国家之间不存在根本利益冲突，但在地缘经济层面仍存在一定摩擦。根据世界贸易组织（WTO）数据，中国所面临的贸易保护主义措施中，约有三分之二并非来自美国，而是来自欧洲、印度、巴西、东盟等经济体，甚至包括巴基斯坦等传统友好国家。这一现象值得我们深入思考。

此外，数据显示，在中国与全球160个经济体的双边贸易关系中，有120个处于顺差状态。这也引发了一些国家对中国出口压力的担忧，尤其是在美国推行“对等关税”

2025年5月31日，游客在甘肃省敦煌夜市商业街游览。图/新华



政策之后，许多国家担心中国会将出口压力向他们转移，进而加剧其国内产业的竞争压力。

面对这一现实，我们需要站在对方角度换位思考，积极推动构建更加平衡、开放、包容的国际贸易体系。只有实现更加均衡的开放模式，才能真正促进全球经济的可持续发展，推动建设一个普惠、共赢的全球化新格局。而要实现这一目标，扩大内需是不可或缺的重要举措之一。

扩大内需不仅仅是指短期的刺激性政策（这类政策当然也很重要），更应包括一系列深层次的结构改革。通过持续扩大国内消费和投资需求，能够有效缓解对外部市场的依赖，同时也有助于改善与第三方国家的贸易关系，拓展国际合作空间。在此背景下，扩大内需不仅是应对当前复杂国际局势的重要工具，也是塑造有利地缘经济环境的关键抓手。

即便没有外部冲击，扩大内需也具有紧迫性

即便在特朗普政府未提出所谓“第二轮关税冲击”之前，我国内需不足的问题就已经显现出来。

去年末召开的中央经济工作会议以及今年初发布的政府工作报告中，都明确提到了当前国内消费疲软、有效需求不足的现状。截至2025年第一季度，我国GDP平减指数已连续8个月为负值，4月初的物价指数也继续呈现下行趋势，反映出供需结构失衡问题仍在加剧。

与此同时，消费者信心指数、居民储蓄倾向调查、制造业PMI以及非制造业就业景气度等多项指标也显示，当前就业市场面临较大压力。综合来看，目前我国经济运行水平明显低于潜在增长能力，亟须通过扩大内需来激活市场活力。

造成内需不足的原因，与我国正处于经济结构转型期密切相关。过去房地产行业曾是带动信贷扩张和经济增长的核心动力，但随着房地产业增速放缓，其拉动效应显著减弱。制造业虽然具备较强产能扩张能力，但居民消费需求正在发生深刻变化——按照马斯洛需求层次理论，随着基本生活需求得到满足，人们对于教育、医疗、文化、旅游等发展型和享受型服务的需求迅速上升，这对供给体系提出了更高要求。

此外，收入分配机制、社会保障制度、户籍制度改革、国企治理、土地流转等方面进展缓慢，也在一定程度上制约了资源配置效率和消费潜力的释放。长期以来，我国经济增长过度依赖投资和出口，居民消费占GDP比重偏低，这种结构性失衡必须通过扩大内需进行系统性调整，才能实现高质量发展的目标。因此，扩大内需不仅是解决当前经济困境的迫切需要，更是推动经济结构优化、迈向现代化强国的必由之路。我们应当坚持短期刺激与中长期改革并重，在通过财政货币政策提振总需求的同时，加快推动各项结构性改革，为经济注入持久动能。

综上所述，扩大内需是一项具有全局意义的重大战略安排。无论从应对中美关系的不确定性，还是从改善地缘经济环境、推动经济高质量发展来看，扩大内需都具有不可替代的重要作用。它既是增强国内经济韧性的关键路径，也是提升国家综合实力和国际影响力的坚实支撑。

我们必须以更高的站位、更宽的视野来认识扩大内需的战略价值，坚定不移推进扩大内需的各项政策措施，确保中国经济行稳致远。（作者为中国社会科学院世界经济与政治研究所研究员；编辑：王延春）

IP 为灵魂、AI 为大脑，玩具产业进化论

文 / 李奥

从潮流玩具到AI玩具，中国企业已经摆脱了“代工—低价—同质”的旧循环模式，通过“文化叙事+技术赋能+渠道运营”，把玩具变成了文化与技术的超级接口

2024年美国进口了价值177亿美元的玩具，其中75%来自中国。今年4月中美贸易争端再起，玩具行业成为受关税风暴冲击最严重的行业之一，“中国停止生产出口美国玩具”的话题一度登上热搜。而故事的另一面是，4月24日，泡泡玛特旗下人气IP LABUBU 3.0系列“前方高能”在全球发售时，泡泡玛特在美国的线下门店出现了大排长龙的盛况，次日品牌APP还登顶美国App Store购物榜。

在关税压力和全球消费变革下，以泡泡玛特为代表的新一代潮玩公司展现出了强大的抗风险能力和议价能力，成为“中国创造”时代最显著的文化符号之一。

玩具潮品化，从实用主义到情绪价值

中国玩具制造行业起步于20世纪60年代初，彼时，国内低廉的劳动力吸引全球玩具企业进入中国建厂，带动了玩具行业的发展；2000年开始，传统玩具制造商开始转型生产电子玩具、智能玩具等高科技产品；2010年起，玩具行业与动漫、电影、游戏产生紧密联系，进入快速发展阶段，众多

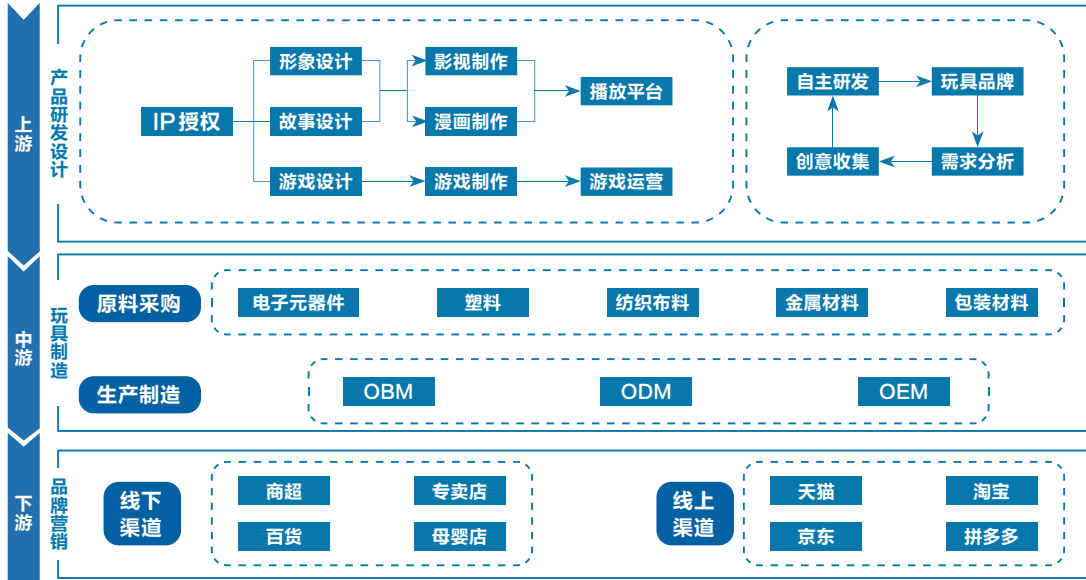
潮流玩具涌入市场。也是在2010年前后，奥飞动漫、高乐股份、星辉车模、骅威股份与群兴玩具五家玩具公司结队完成A股上市。其中，奥飞动漫以“动漫+玩具”的模式成为“动漫第一股”。值得注意的是，这五家玩具公司，全部来自粤东的普宁和汕头澄海区。因此，行业内一直有“世界玩具看中国，中国玩具看粤东”的说法。

不过，当时的中国玩具企业，80%都是OEM的代工厂模式，缺乏核心技术和自主创新，同时市场与客户结构单一，利润率低且抗风险能力较弱，特别容易受到行业上下游以及宏观环境的影响。

2016年，泡泡玛特联合香港艺术家Keny Wong推出首个自主品牌潮流玩具——Molly第一代星座系列盲盒，预售上线4秒钟就被抢购一空。以此为标志，潮玩这个小众玩具品类走向大众视野，中国本土潮玩市场迅速崛起，中国玩具行业也进入了创新发展期。

诞生于20世纪90年代香港的潮玩（Pop Toy）也被称为艺术家玩具（Art Toy）或设计师玩具（Designer Toy），是以潮流文化为主题，由设计师、艺术家设计制作，

图1：潮玩产业链



资料来源：天风证券研究所

融合了绘画、雕像、艺术等多种元素的具有独特艺术风格的玩具，包括盲盒、组装玩具&积木套装、手办、玩偶、艺术玩具等品类。

潮玩的品类是圈层化、垂直化、分散化的，它的受众也呈现这一趋势。潮玩不仅是商品，更是一种文化现象，反映了Z世代为主的当代年轻人的审美趣味和生活方式。中国玩具和婴童用品协会授权行业分会数据显示，2023年中国18岁-25岁人群贡献33%的IP消费，他们的消费决策更多源于文化认同而非实用价值。中国潮玩行业发展的10年，也是玩具行业从实用主义主导到为情绪价值付费过渡的过程。

今天，潮玩已经成为中国乃至全球玩具市场的核心。根据咨询公司的报告，中国的潮流玩具零售市场规模从2015年的63亿元人民币增长至2021年的345亿元人民币，2017-2021年复合年均增长率达到34%。预计2022-2026年复合年均增长率将达24%，2026年零售额将达到1101亿元。

潮玩产业链可以分为上游的产品研发设计、中游的玩具制造和下游的品牌营销

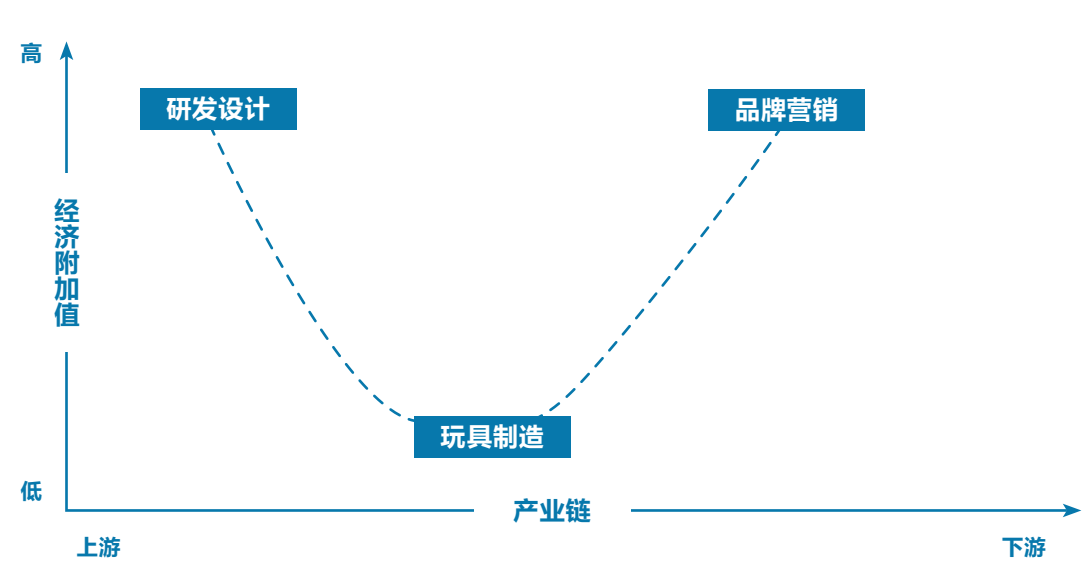
三大环节。

IP是整个产业生态最核心的部分，主要分为内容型IP和形象型IP两大类。前者由故事内容支撑，如文学、影视、动漫、游戏等，由单一媒介经由多媒介改编，价值观深入人心，如迪士尼、环球影城、腾讯等出品的经典IP。后者由独立设计师或企业内部创作，通过赋予形象身份背景传递理念，靠“颜值”出圈；起初没有清晰的内容支撑，消费者更容易将自己的理解和情感投射到IP之上，在社群讨论的过程中形成UGC文化。成功案例如泡泡玛特的MOLLY、迪士尼的玲娜贝儿等。

根据IP来源，潮玩产品也可分为两种：授权IP产品，其毛利率可达到40%-60%，而自有IP的毛利率可以达到60%以上。比如被誉为“中国版乐高”的布鲁可，以授权IP产品为主，2024年的毛利率为52.6%；以自有IP为主的泡泡玛特，2024的毛利率则达到了66.8%。相比传统玩具上市公司的整体盈利指标，高出一倍不止。

在4月份刚结束的第37届深圳玩具展

图2：玩具行业价值微笑曲线



资料来源：中商产业研究院、天风证券研究所

上，从传统玩具到潮玩，均呈现出显著的IP化趋势。星月动漫公司带来的潮玩新品均来自经典IP，分别为“驯龙高手”“侏罗纪世界”“加菲猫家族”“三丽鸥”；德必胜玩具公司现场展出了最新合作IP“甄嬛传”系列产品等；还有“史迪奇”“小熊维尼”“变形金刚”“小马宝莉”“喜羊羊与灰太狼”“熊出没”“咖宝车神”“飞狗MOCO”等国内外经典IP衍生品都在展会上亮相。

值得注意的是，围绕ACGN（动画、漫画、游戏、小说）中的潮流IP角色开发的泛二次元衍生品，还有个特定的说法，即“谷子”（GOODS的中文音译），其品类更加繁多，包括吧唧（徽章）、海报、卡片、挂件、立牌、流麻（流沙麻将）、棉花娃娃等。2024年，“谷子经济”概念成为市场新风口，“吃谷”“晒谷”频频出现在社交媒体热门话题里。

同时，伴随着中国的网文、国漫动画、潮玩的全球化发展，一批有中国特色的IP逐渐深入人心。今年春节以来，随着电影《哪吒之魔童闹海》爆火，相关衍生玩具销

售火爆，印证了中国特色IP的生命力和影响力。

零售行业专家、百联咨询创始人庄帅表示：“真正的超级IP必须同时驾驭内容叙事力、商业裂变力与全球化破壁术，在虚实交融的商业战场上构建三维竞争力。IP产业的竞争规则已然改写，其中内容叙事力是价值锚点，让符号升华为精神图腾；商业裂变力是增长引擎，使IP价值在多元场景中指数级释放；全球化破壁术则是边界突破器，用文化适配消解地域国别的差异。”

作为一种文化产品，中国潮玩的全球市场在不断扩大，已经成为继短视频、电商、游戏、新茶饮之后，中国品牌出海的又一个成功案例。作为行业龙头的泡泡玛特2024年海外收入同比激增375.2%，占总营收38.9%，2025年第一季度海外收入增速进一步攀升至475%-480%，其中欧美市场表现尤为亮眼（欧洲增长600%-605%，美洲增长895%-900%）。泡泡玛特还计划在2025年新增100家以上海外门店。市场预计，2025年，泡泡玛特海外市场收入将超

越中国市场。

玩具智能化，市场尚在产品定义阶段

玩具IP化的浪潮方兴未艾，另一个推动中国玩具快速增长的核心催化剂，也在开始发力。

伴随着AI大模型能力持续进步，AI玩具被赋予了“活起来”的能力，即对话交互、答疑解惑、情感陪伴三重能力。如果说潮玩的消费主体是有一定购买能力的女性群体，谷子的消费主体是在校学生群体，那么AI玩具则有望辐射全年龄段市场，其中毛茸茸的情感类陪护玩具将覆盖学龄前儿童，具身智能类的机器人玩具将覆盖有购买力的男性消费者。

根据咨询公司IMARC集团的数据，2024年全球AI玩具市场规模已达181亿美元，预计到2033年，全球市场规模将增长至600亿美元，其中亚洲市场占据主导地位。东北证券预计，AI玩具2026年、2028年、2030年国内渗透率有望分别达到29%、41%、47%，2030年国内市场有望接近850亿元。

AI玩具的前身是电子宠物，最初出现在上世纪末，比如1998年推出的菲比小精灵(Furby)，通过触觉传感器与主人互动。索尼公司于1999年推出首款AIBO机器狗ERS-110，这是世界上第一款量产的家用娱乐机器人，配备了智能感知/情感交互/运动能力等多维系统，可以基于外部刺激采取行动并作出决定，通过各种面部表情以及学习和成长的能力，与人进行交流。2018年全球开售的新一代AIBO-ERS-1000通过联网还可以与其他小工具和家庭设备连接。

2024年4月，国内消费级机器人厂商乐森(ROBOSEN)推出了“威震天”变形金刚玩具机器人，通过内置马达和高精度

芯片，利用自主设计的MCU芯片、算法及动力输出系统，实现全自动变形、自动驾驶和双足行走等功能。当马斯克在社交平台上转发“威震天”的变形视频时，忍不住发出了“awesome”(牛)的感叹。

不过比起售价高达2000元-10000元的具身机器人，更多产品还是聚焦于借助AI技术开发毛绒玩具的陪伴、早教益智、情绪安抚属性，因其产品功能相对单一，应用的AI技术也比较简单，众多玩具公司、互联网大厂、大厂背景创业者往往选择从这个赛道切入。

2024年，多个此类AI玩具产品密集发布或发售。比如，科大讯飞推出了利用星火大模型开发的布娃娃“AI Kids”，侧重于早教功能；深圳跃然创新科技有限公司Hai-vivi推出了全球首款基于AIGC技术的对话交互式挂件玩具BubblePal，支持仿生记忆功能；初创公司FoloToy对原本只会重复话语、扭动身躯的跳舞仙人掌玩具进行改造，搭载最新AI芯片，并通过服务器端的语音识别、语音合成和智能体Agent配置，让它不仅鬼畜，还能尬聊、搞笑。有了AI加持，原本只卖19.9元的普通跳舞仙人掌，一下子卖到了258元；2024年中秋节期间，字节跳动在中秋礼盒里推出一款搭载豆包模型的AI毛绒玩具“显眼包”，这个情感陪伴玩偶迅速出圈，在二手交易平台闲鱼上的价格已经达到200元-1000元不等。

AI玩偶这一赛道也吸引了不少手握知名卡通IP的玩家入局，奥飞娱乐就是其中典型代表。2024年5月，奥飞娱乐推出了“喜羊羊”首款AI智能产品——“喜羊羊超能铃铛娃娃”，产品结合“喜羊羊”形象和小冰大语言模型，可进行AI智慧畅聊；汤姆猫公司围绕汤姆猫家族IP角色形象打造了汤姆猫AI情感陪伴机器人，产品采用MOE(混合专家模型)架构，搭载了公司与西湖心辰



定制的“汤姆猫情感陪伴垂直模型”，同时也调用了豆包、DeepSeek等模型的部分能力。

这些案例表明，IP与AI玩具的结合已经成为行业未来发展的关键趋势之一。根据Character.ai的数据，用户更倾向于与知名动漫或游戏IP角色进行互动。AI玩具通过与IP的结合，不仅可以提升产品的吸引力，还可以为IP授权带来新的增量市场。

虽然AI玩具概念很火，淘宝平台上带有AI及人工智能关键词的玩具已经突破1000款，但很多是内置了少儿故事和百科全书的“蓝牙音箱+毛绒玩具”的低门槛产品。而很多在DeepSeek爆火出圈后推出的主打互动、陪伴的产品，一般是调用豆包、百度、声网等第三方语音识别或合成方案，再接入大模型，本质上还是接入了大模型的蓝牙音箱。大模型决定了聊天助手的智慧，语音识别、合成等环节决定了语音聊天的效果，比如响应速度、拟人化程度、情感

理解能力。这些都不是玩具厂商自己能控制的因素。

目前整个行业还没有出现一个有足够标杆性、颠覆性意义的AI玩具玩家。可以说，AI玩具市场尚在早期产品定义阶段，而这对新兴品牌而言也意味着更多入局机会。

从潮流玩具到AI玩具，中国企业已经摆脱了“代工—低价—同质”的旧循环模式，通过“文化叙事+技术赋能+渠道运营”，把玩具变成了文化与技术的超级接口，进入“以IP为灵魂，以AI为大脑”新发展时代。海关数据显示，我国玩具去年实现出口额为398.7亿美元，同比下滑1.7%。但自主品牌出口占比升至6成以上，标志着品牌出海渐成主流。

相信一批以泡泡玛特为代表的中国玩具公司，终将成长为像乐高、孩之宝一样能不断推陈出新、穿越周期的伟大公司。

(编辑：康娟)

人们在上海一家泡泡玛特专卖店选购Labubu等玩偶。图/视觉中国

工银私人银行荣获《欧洲货币》 2025“最佳全球合作网络奖”

文/中国工商银行私人银行部

在跨境服务协同中，工银私人银行境内外分支机构，严格遴选全球行业头部合作伙伴，通过境内外一体化服务响应机制，为“人、企、家、社”等多元场景提供全周期、跨市场的一站式解决方案

近日，工银私人银行凭借卓越的全球服务网络与跨境协同能力，在《欧洲货币》(Euromoney) 2025年度评选中荣膺“最佳全球合作网络奖”。

这一国际权威奖项，是对工银私人银行在全球资源整合、客户服务及风险管理领域的充分肯定，也彰显了中国工商银行集团全球化布局的战略成果。

全球服务网络，全球联动多维赋能

依托中国工商银行集团在69个国家和地区建立的境外机构，工银私人银行构建的海外私银服务体系在13家境外机构提供私人银行客户服务，深度辐射亚太、中东、美洲等主要国际金融中心和经贸区域。通过境内外资源高效联动，为客户提供“一点接入，全球响应”的跨境财富管理解决方案，助力企业家与高净值家庭实现全球资产配置与家族财富传承。

三大服务场景，精准对接多元需求

对于私人银行客户来说，他们需要全球化的资产配置、多元化的投资选择以及定制化的风险管理。基于客户全球化发展的核心诉求，工银私人银行打造差异化跨境服

务场景：海外企业家加油站，在8个企业家出海高频地区设立本土化服务站点，提供金融支持与非金融增值服务；“请进来”，联动工商银行境外机构、权威专家等，为国内客户解读海外营商政策与市场机遇，搭建全球资讯对接平台；“走出去”，依托工商银行境外机构，为出海企业家提供当地金融和非金融服务，深度链接全球金融服务资源，助力企业家深化国际合作布局。

专业能力与风控，稳健护航全球资产

截至2024年末，工银私人银行服务客户超29万户，资产管理规模(AUM)突破3.47万亿元。专业团队覆盖境内外市场，通过动态监控技术与全球统一风控标准，确保客户资产安全。在跨境服务协同中，工银私人银行境内外分支机构，严格遴选全球行业头部合作伙伴，通过境内外一体化服务响应机制，为“人、企、家、社”多元场景提供全周期、跨市场的一站式解决方案。

未来，工银私人银行将始终秉持“君子伙伴，寰球同行”的全球服务理念，以专业团队、定制化方案与稳健风控为基础，持续完善全球服务体系，深化跨境协同能力，助力客户的全球化布局与代际传承。



全球化裂变下的供应链博弈

——评《供应链攻防战》

文 / 赵凡

供应链是利益、技术与制度的交叉点，不能靠行政命令简单复制，而需要长期的战略谋划与制度性安排



当今世界正经历一场深刻的全球供应链重组，如何在安全、效率、主权和成本之间权衡，是每一个国家和企业必须面对的课题。成本与效率曾经是影响供应链布局的最重要因素，但在地缘政治和新冠疫情等因素的影响下，供应链的安全和韧性被前所未有地重视。在产业回流、近岸外包和友岸外包等政策影响下，如今全球供应链的发展相较前些年呈现出区域化、本土化和碎片化的趋势。

《供应链攻防战》作者林雪萍先生接触产业20余年，每年深度走访数十家企业，既包括供应链链主企业，也有供应链条上不起眼的小企业。在2018年研究中兴通讯受制裁一事时，林雪萍提出从“供应链攻防战”的角度看待全球制造业的变化，开始针对性地对供应链主题内容展开收集和调研。《供应链攻防战》一书既有对供应链的一线考察，也有全景思考，探讨了如何“从攻防战的角度来分析供应链的变化，用

全球化的视角来应对大变局之下的博弈”。

在供应链成为国家角力场的当下，《供应链攻防战》提供了一种中国视角的全球化叙事。林雪萍认为美国政客抱怨中国制造抢走了美国工人的就业机会，是一种典型的历史虚无主义，因为他们未能注意到供应链的实际情况。“转移并不是企业容易作出的决定，但如果企业因为坚守过时的原则而消亡，则没有人会从中受益。这正是当年美国制造供应链向外迁移的真相，也是今天难以回流的制约。”他在书中写道。

全球化2.0

《供应链攻防战》分为五个章节，由浅入深，既涵盖基本概念的澄清与界定，也囊括美国“去中国化”战略的溯源、关键产业链的“卡脖子”案例、中国在逆境中突围的尝试，以及未来供应链竞争格局的预测。

本书先回顾了供应链的演变，并将近年来的新变化视为重新认识全球制造格局的起点。作者从供应链的视角将全球化分

为两个阶段：第一阶段从1992年到2015年，是“全球化1.0”；第二阶段从2016年开始至今，被称为“全球化2.0”。

在全球化1.0阶段，中国于2001年加入世界贸易组织是全球化走向成熟的标志性事件。“中国制造”在这一阶段大放异彩，中国制造业规模连续十几年位居世界首位。美国的资金和技术、中国的劳动力和市场，两者的默契配合使中美实现了共赢。苹果公司一度有90%的手机是在中国工厂里制造的。连续多年为世界五百强之首的沃尔玛，在中国的供应商多达两万家。“全球化分布制造让中国变得更强大，让美国变得更富有。”林雪萍写道。

然而从2016年开始，全球化的形态逐渐发生变化。效率至上的逻辑被安全至上的理念所取代。通过推行近岸外包和友岸外包，一场供应链去中国化运动开始上演。

受益于北美自贸协定和后来的美墨加协议，与美国处在同一个自由贸易区的墨西哥承接了很大一部分从中国转移的供应链企业。全球最大的电子代工厂富士康试图在这里复制十几年前在中国河南郑州建立的苹果手机制造基地，大批来自中国的汽车零部件企业也在墨西哥落地。通过友岸外包，美国与盟友一起重塑关键矿产资源、芯片的供应链。

但在特朗普那里，制造业回流才是终极目标，他希望这能为美国创造更多就业机会。然而如同作者指出，美国期望的回流只会发生在一小部分产业，绝大部分产业无法实现回流。在林雪萍看来，美国制造所面临的系统性问题，并不是缺乏高端制造，而是缺乏低技术制造业，这往往是密集吸收劳动力的领域。相比之下，先进制造业能够创造的就业机会非常有限。书中援引的数据显示，2023年初，模拟芯片巨头德州仪器宣布在美国犹他州建厂，投资110亿

美元，创造800个工作岗位。这相当于每投入1250万美元，只能带来8个岗位。

在全球化2.0年代，中国制造进入一场供应链保卫战的关键时期。认清供应链的规律将使中国具备更大的胜算。

三个维度

在供应链迁移的争夺战中，供应链的三个维度逐渐显现。作者将其总结为高效互动的连接力、关键价值节点的控制力和整体设计力。连接力展现了供应链的效率和韧性，控制力是领先公司能够获取最大价值的关键手段，设计力则事关顶层设计的能力。

就连接力而言，它体现了企业之间互动的紧密程度。作者以苹果公司为例，这个年营收约4000亿美元的企业，在全球的核心供应商大约有200家，分布在近400个工厂基地。而这些供应商又以几乎同样的辐射方式，向外扩展自己的供应商网络。

一个企业的运营效率不是来自一个企业，而是来自整个系统。2022年秋，美国福特汽车四万多辆已经装配完毕的车辆滞留在工厂无法出货，原因是车标没有库存。负责生产车标的供应商因为向下水道排放工业化学品，而被环保部门责令停止运营。为此福特不得不面临高昂的额外支出成本，而此消息又使福特的股票大跌。看似微不足道的车标却极大地影响了福特这个工业巨头，供应链的连接力就是要确保一个运行良好的系统在出现异常时，能够迅速复原。

“一个地区的供应链完备性越高，企业之间的连接性就会越好。当出现意外风险的时候，连接力越强，企业的自我修复能力就越强。”林雪萍写道。

控制力体现在供应链中的关键价值节点。供应链的控制力很容易被当成一种武

器来限制对手的发展，也就是所谓的“卡脖子”现象。作者认为“卡脖子”可以分为“造不出来”（目前技术能力还无法达到的结果）、“嵌不进来”（能造出来但无法与现有生态适配）和“用不起来”（与产品质量可靠性有关）。

想要建立一条供应链上的控制力，需要从全链条的角度，控制多个供应链节点。苹果公司的高额利润正是来自对供应链关键节点的把控。通过平衡供应商、自购设备和自主研发零部件，苹果公司得以保持对供应链的控制，把全球200多个供应商串联成一张服务其战略的网络。

制定标准是领军企业抢占利润的常见手段，也由此形成了对供应链的控制。国际标准决定了哪些产品可以被全球接纳。谁制定标准，谁就设定了游戏规则，掌控了进入全球链条的“通行证”。以日本的灯泡为例，为了进入欧洲市场，日本展开了“灯泡标准外交”。日制标准最终在2000年得到国际电工委员会的认可，为日本灯泡进入欧洲市场铺平了道路。日本灯泡被纳入国际标准之后，灯泡供应链条上的企业也随之迅速发展。中国拥有666个工业小类，其中也存在着无数对国际化标准的争夺。虽然中国在制造上占有优势，但目前在标准、设计和关键节点上仍受制于人。

设计力则展示了人为的规划如何影响了供应链的发展。供应链的设计不仅是看企业的商业活动，政府也是重要的参与者。从供应链的“攻”与“防”的角度来看，广义的供应链设计是思考一个国家如何选择自己的优势产业，以及保留哪些供应链能力。狭义角度的供应链设计则是从企业角度考虑，建立企业之间业务关系的过程。

作者指出，公共政策、法律规范以及良好的组织设计构成了供应链的设计力。美国在航空航天、芯片、软件和生物制药

领域通过供应链的设计力取得了巨大成功，但在光伏和机床领域却未能如愿。

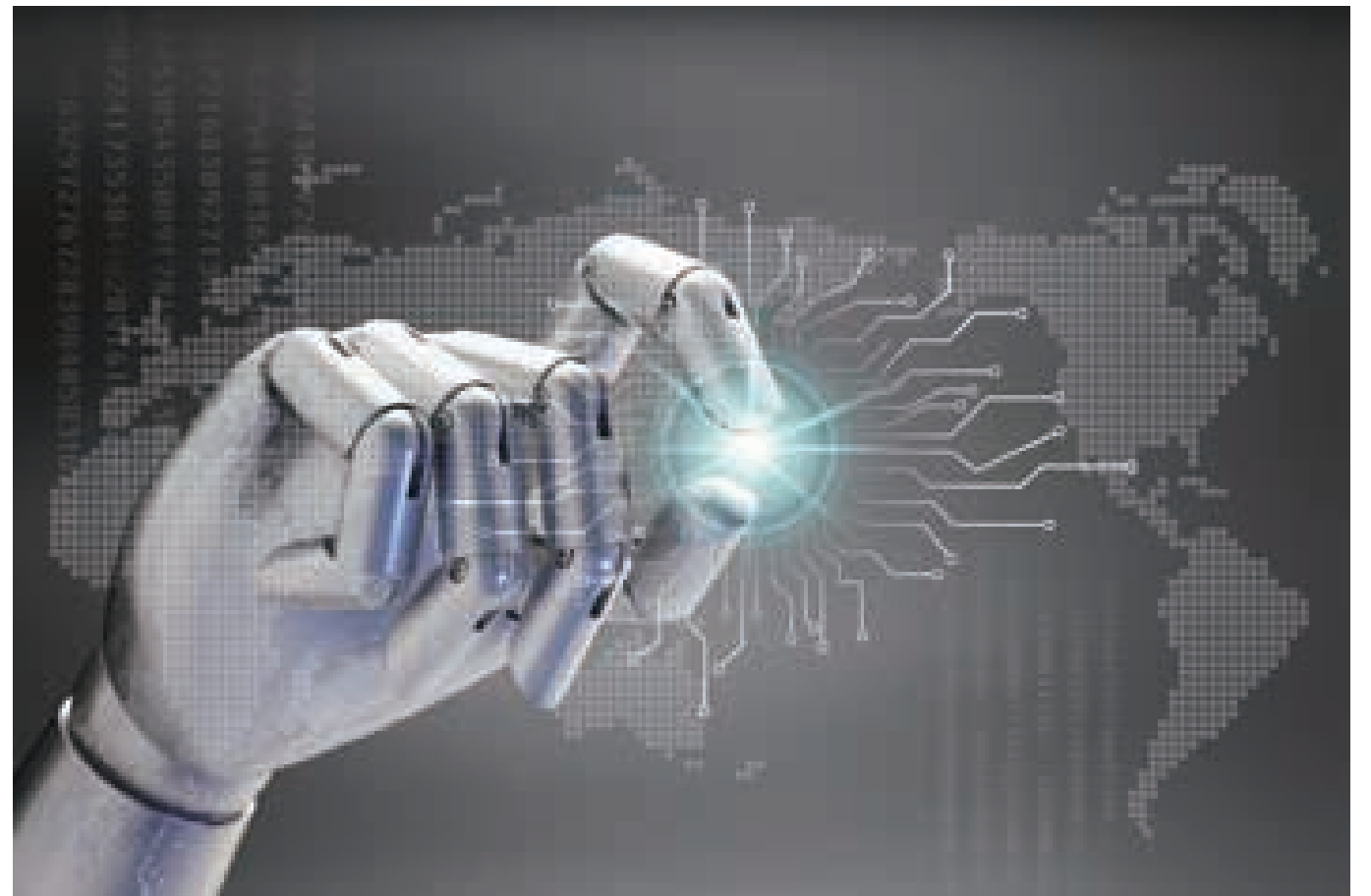
为了扶持国内的太阳能供应链，美国对中国以及东南亚国家的光伏产品加征高额关税，希望以此减少国内光伏产品面临的国外竞争压力。但供应链的成长需要时间，美国发现如果不从东南亚国家进口光伏组件，美国光伏发电的成本将大幅提升。为了留给美国国内光伏产业足够的发展时间，美国时任总统拜登一度决定暂停对从马来西亚、柬埔寨、泰国和越南进口的太阳能电池板征收关税。

截至目前，美国通过贸易和产业政策发展光伏制造业的努力收效甚微。林雪萍指出，在这一领域，美国需要补齐的链条非常多。而在漫长的建设过程中，光伏产品又在快速迭代。

由此可见，对供应链的设计并非易事。通过设计在本土培育供应链都未必能达到想要的结果，在海外发展供应链更难上加难。供应链的落地并非只是上下游配套企业的跟进，它往往需要辅之以更复杂的周边配套条件。日系车在印度尼西亚占据了95%的市场份额，虽然美国和德国的车企都曾试图撼动日系车的垄断地位，但均以失败告终。日本车何以独占印度尼西亚市场？林雪萍认为，这是因为日本在全球布局产业时，并不只是生产基地的转移，而是一个综合性的工业体系转移，从物流、金融到供应链和法规同步展开布局，使企业获得强大的支援。

一场持久战

在此书的最后一章，作者围绕供应链的三种特性，对中国产业进行了攻防策略的设计，并对下一步供应链的发展格局作出预测。林雪萍指出，美国政府对中国展开所谓的“脱钩断链”之战，正是围绕三条线索



进行，即收紧供应链控制力，加强供应链设计力，同时动摇中国的供应链连接力。

供应链的连接力、控制力和设计力构成了供应链的一种韧性。供应链韧性是攻防之道的基础，而要加强韧性，就需要将中国供应链与国际供应链紧密交织在一起，形成供应链不可分割的局面。连接力越是多样化，供应链之间的脱钩就变得越困难。通过推动供应链的不断创新，企业可以获得关键节点的控制力。而以大工程共识的建立为起点来设计供应链则可有效地组织供应链，获得新的竞争力。

面对全球化挑战，中国企业更应该主动迎接挑战。相对于“卡脖子”的难点，全球化进程还有许多非技术性的规则障碍。主动参与甚至领导国际标准的制定过程，

将有助于中国企业把握主动权。林雪萍指出，中国的动力电池产能全球排名第一，市场占有率接近60%，在继续扩大优势的同时，建立标准是当务之急。反观德国，尽管在电动汽车和电池生产方面都落后于中国，但大众汽车仍然对电芯标准展开定义，希望未来主导动力电池标准。

林雪萍最后指出，供应链攻防战是一场持久战。供应链竞争力不仅是所有供应链节点的合力，更是一个国家制造能力的总和。在此书的写作中，作者既不盲目鼓吹完全自主，也不妄想重返全球化的黄金时代。在他看来，供应链是利益、技术与制度的交叉点，不能靠行政命令简单复制，而需要长期的战略谋划与制度性安排。

供应链的落地并非只是上下游配套企业的跟进，它往往需要辅之以更复杂的周边配套条件。图/IC

（编辑：李奥）

星河动力：大航天时代的逐梦者

文 / 第一财经

中国作为一个航天大国，正在向航天强国迈进。在整个航天发展的战略中，中国民营航天企业应该有自己的思考和定力

从星空梦想，到商业化落地，民营火箭公司怎样“从无到有”，打破原有路径？技术拓荒后，如何叩问苍穹？近日，星河动力创始人兼首席执行官刘百奇做客由工银私人银行冠名的第一财经《中国经营者》节目，分享了中国商业航天的星辰传奇。星河动力成立于2018年，是国内第一家实现连续、稳定发射的民营火箭公司，截至目前，已经成功完

成19次火箭发射，将81颗卫星送入预定轨道，致力于为人类低成本、高频次进入空间提供解决方案。除此之外，一同参与对话的还有汉理资本创始人钱学峰，从资本的角度来解读商业航天赛道。

良性竞争助推商业航天发展

问：首先想请问刘百奇先生，为什么选择在2018年的时候创建星河动力？当时您看到

了哪些未被满足的市场机会？

刘百奇：2018年我们看到国家出台了一系列政策来支持鼓励民营企业、民营企业进入航天领域，从事商业航天活动。从市场需求上来看，我们也看到通信、遥感、导航这些应用场景不断涌现，让商业航天活动有了落地的可能。此外我们还看到资本对航天这样的硬核科技开始更加关注，更多的投资机构开始进入这个领域。

问：作为民营火箭公司，星河动力和国家队之间是竞争的关系还是竞合的关系？

刘百奇：不管我们是国家的还是民营的企业，都是在市场的规则下有序地良性地竞争。最开始创业的时候，我们曾经说过，希望我们的供应链都是民营企业的。但是现在，随着产业的发展，我们认为这是不对的，我们的供应链应该也是商业化、市场化的。我们选择供应链的时候，是基于它的产品质量、它的成本、它交付的进度这样一个市场化公平的原则去选择。

问：我们来听听钱总从投资人角度的看法。早期看这种商业火箭公司，您怎么去考量它未来成功的概率、它的风险、怎么去挑选这个创始人？

钱学峰：刘总是从2018年开始创业。从资本市场角度，其实2018年是一个不错的年份，甚至是一个高峰期。实践中商业航空有巨大的不确定性。所以对创始人有各种全方位的考量，作为一个优秀创业者，他的执行力、甚至他的融资能力都很重要。他不能是个单项冠军，他必须是个全能冠军，也就是说他不能有明显的短板。

民营火箭公司面临的最大拷问

问：在您研制首发火箭到成功发射的过程中，最接近失败的时刻是哪一刻？

刘百奇：2020年9月份，我们带着研制的首枚谷神星一号到中国酒泉卫星发射

中心执行首次发射任务。但在抵达发射场、做第一项测试的时候就发现发动机的气密是失效的，当时有一种“出师未捷身先死”的感觉。发现问题是9月29日，然后接连的几天，整个实验团队都没有怎么休息，逐一地进行排查分析，直到10月5日我们完成了故障的定位和解除。出现问题的时候，你是来不及去紧张、焦虑，更多的是需要尽快让自己冷静下来，去分析问题、解决问题。

问：商业航天的技术要求是很高的。所以大部分的创业者可能是技术背景出身，他能不能运营好这家公司没有被验证过。问一下刘总，投资人对您最大的拷问是什么？

刘百奇：我们做商业航天，当时最难的是大家都觉得这件事情特别难。因为投资人如果认为这件事情很难，干不成，那么他就不会轻易地去投资。我们要组建专业的研发团队，如果我们的伙伴都认为这个很难，那么这些专业的工程师们也不会愿意加入到这个创业队伍中来。所以说，当时我们在融资过程中，投资人最大的拷问其实还是对这个行业。我们到底能不能用更少的人、更少的钱做出更有性价比的火箭，对于早期成立的火箭公司来说，面临的更多的是质疑，包括对这个产业的质疑，也包括对团队的质疑。

火箭公司如何商业化落地？

2024年，商业航天作为“新增长引擎”，首次被写入政府工作报告。目前，中国商业航天企业已超500家，其中火箭制造企业近50家。《中国商业航天产业市场前景与投资战略规划分析报告》显示，2024-2029年，中国商业航天产业将进入发展黄金期，预计2029年中国市场规模将达到6.6万亿元。

问：早期我们说航天梦，我们往往指的



刘百奇，星河动力创始人兼首席执行官

星河动力创始人兼首席执行官刘百奇在《中国经营者》节目分享了中国商业航天的星辰传奇。



是火箭升空，但对于一家公司，尤其是一家民营企业，航天梦就是一个商业行为，那我们来聊一聊星河动力的商业模式。

刘百奇：我们的火箭把客户的卫星或者飞船这样的航天器从地面运送到太空中，运送到他指定的轨道上，向客户收取发射服务费，火箭公司实质上就是一种太空快递公司。我们可以有多种的模式，有专车模式：整个火箭所有的运力都卖给一家客户。也有拼车的服务模式：我们可以把不同客户的卫星，放在一枚火箭上，然后一次性地把它们送到太空中去。针对这个模式，我们也设计了不同运力的火箭，从小到大一共是四型火箭。

问：目前您的主要的客户大概有多少家，有哪些未来的可能性？

刘百奇：目前星河动力已经成功完成了19次发射，为25家卫星公司客户发射了81颗卫星。这些卫星涵盖物联网卫星、光学遥感卫星、气象卫星。我们现在发射这些火箭，目前还属于小运力的火箭。公司今年有运力1.6吨和8吨的两型火箭。完成首飞之后，我们会面向国家的宽带通信卫星，采用一箭多星，进一步地提升我们的发射能力，也为客户提供更低成本、更高效率的发射服务。

问：想请问钱总，从投资人的角度来看，中国的商业航空领域什么时候才能迎来规模经济的拐点？

钱学锋：从商业航天角度来讲，尤其是对于民营资本参与的航天发射，成本是最重要的，因为成本收益比不对的话，它就不是商业行为了。所以我们现在中国民营的商业航天公司在技术创新方面潜力无穷，市场正在期待商业航天的“iPhone时刻”或者“DeepSeek时刻”。

问：中国的火箭什么时候能够真正地实现回收，目前的挑战在哪里？

刘百奇：现在我们要做的事情是两步。第一步，就是火箭在实现回收之前，对一个商业企业说，应该也做到一个足够低的成本，每公斤发射的成本能够降到2万元以下。在实现回收之后，我们希望能够降到1万元每公斤以下。其实关于火箭回收的很多关键技术，国内基本上已经攻克了。我们做的是要通过工程去验证，实现火箭把卫星送入轨道返回来，并且能够多次很稳定地返回来。如果有一天我们的火箭实现回收了，但是一个火箭如果只重复使用了一次，并没有降低它的成本，一定是要使用多次，可能至少要五次或者十次以上，才能够实现成本的下降。

问：现在中国商业航天市场竞争很激烈，同时还有国家队的竞争，还要面临海外巨头的竞争，在刘总看来，哪一个战场的仗最难打？

刘百奇：对我们来说，这几处战场其实都是同一场战争。因为商业航天产业会越来越国际化，所以星河动力从产品定位上来看是既有错位竞争，又有同位竞争。在小卫星、小星座这个被许多商业航空公司忽略的领域，星河动力属于是错位竞争，已经实现了商业闭环。而在一些大卫星、大星座的建设上，其实多家公司仍然处在相同的起跑线上，所以这块我们也在持续发力。

钱学锋：商业航天是一个非常有潜力的赛道，但竞争非常激烈，淘汰率也非常高。民营企业起步比较晚，如何得到国家资源配置的支持还是很重要的。我认为，中国在这个领域有可能诞生一家全球性的商业航天公司，因为商业航天是没有地域性的，相信中国优秀的创业者可以突破重围。

商业航天未来发展的新路径

2025年，政府工作报告明确提出“推



2023年9月5日，星河动力研制的“谷神星一号海射型（遥一）”商业运载火箭发射升空。图/视觉中国

动商业航天安全健康发展”，并两次将商业航天置于新兴产业首位。目前，我国已有6家商业火箭公司先后实现入轨级火箭发射。以星河动力为代表的民营火箭公司不仅在技术创新上取得显著成就，更在细分市场中展现出强大的竞争力。在政策和资源的引领下，中国商业航天该如何抓住机遇走向更远的目标？

问：对星河动力未来十年，您有什么规划？

刘百奇：我们一般认为2015年是中国商业航天元年，相关的政策从那一年开始陆续地出台。现在我们走过了十个年头，对于中国的这批创业者来说，我们在第一阶段要解决的首要任务是从航天事业到航天产业。

第一步是先解决低轨卫星互联网建设，如果说这一步我们建成了，第二步是围绕地月经济圈，去建设月球基地，开发月球上的氦3资源。氦3资源它是一种非常有经济价值的资源。再往远走才是去往深空更远的地方，可能是火星，也可能是小行星采矿。我们公司把小行星采矿作为了一个远期目

标，它需要运载能力更大更强的运载火箭。

但是针对火星上，是否要建立火星基地，是否要到火星上去建立移民。这个商业上的策划还需要我们进一步去论证。中国作为一个航天大国，正在向航天强国迈进。在整个航天发展的战略中，是应该有自己的思考和定力的。

问：我们也看到国家近期出台了《中华人民共和国航天法》的征求意见稿。所以民营企业未来参与这个深空探测卫星互联网的机会和限制有哪些？

刘百奇：在讨论中的《中华人民共和国航天法》对民营经济主体合法化有重要意义。这意味着民营企业除了我们现在从事的这些纯商业的行业活动之外，也可以参加国家的这些深空探测。所以我认为这是一个非常重要的机遇。

可能还面临一些自身的挑战。因为要走向深空探测，我们可能有些更多的技术需要去突破。对重大任务的执行能力也需要去提升。参与到国家重大任务是一种机遇，我认为也是一种挑战。

（编辑：林一丹）

从3000年前的海外购到境外消费“返现时代”

文/三联生活

我们通过消费链接世界、融入世界的速度，比以往任何时候都要快得多。相较过去3000年，最复杂的支付难题早已变得畅通无阻，成为境外消费过程中最简单的一环

毫不夸张地说，中国人的境外消费热情至少已经延续了3000年。

在几年前大火的网剧《长安十二时辰》里，有一个或许被许多人忽视的桥段。两位不良人（类似于今天的辅警）在执勤之余聚在一起炖肉打牙祭，其中一个神秘兮兮地掏出一个口袋，说要放些“宝贝”胡椒进去，另外一个一边感叹胡椒的价格昂贵，一边瞪直了眼睛，看着胡椒被撒进肉汤。这种感觉，和现代人看着松露被刨进法国鹅肝差不多，情绪价值被无限拉满。

从名字上看，胡椒以“胡”为名，自然不是中国原产，而唐朝人之所以能吃上胡椒，还是源自一次距今2000多年前的“境外购物”。

据《史记》和《博物志》记载，西汉元狩年间，张骞奉命第二次出使西域。此次出使，张骞不仅多方斡旋，与大宛、康居、大月氏、大夏等国建立了政治联系，而且还从大宛买回汗血宝马，从中亚诸国买回了胡椒、葡萄、苜蓿、石榴、胡麻、黄瓜、香菜、核桃、大蒜等舶来农作物。

这些“张骞严选”被带回长安后，令汉朝皇室欣喜若狂。可以说，张骞掀起了中国人第一次境外消费潮。而自此开始，中国人的境外消费热情被延续了几千年了。

在古代，除了由张骞打通的陆上丝绸之路，由泉州为起点的海上丝绸之路，是中国人另一条境外消费的重要通路。在宋代，为了方便中国商人购置船只前往海外进行商贸活动，官方在泉州设立了市舶司。在那部知名的游记中，马可·波罗将泉州称为刺桐城，他这样描绘彼时刺桐港的“海淘”盛景：“若亚历山大或他港运载胡椒一船赴诸国，乃至此刺桐港者，则有船舶百余艘。”

当今的考古发现从侧面印证了马可·波罗看似夸张的描述。1973年，考古学家在泉州后渚港附近的海滩下，也就是宋元时期的泉州古港遗址中，发现了一艘沉没的南宋末年的远洋货船。随船出土的，还有购自海外的胡椒、龙涎香、乳香、沉香、玳瑁、槟榔等货物，它们就像一份千年前中国人的“境外消费清单”。

到了明朝，中国人的海外消费热情依旧没有停止，甚至消费的品类还被进一步扩大。在郑和七下西洋的过程中，三宝太监的船队不仅购买了香料、种子等传统“海淘热门商品”，还开拓了境外消费的全新类目，在“大明境外消费list”中，不仅有



图/视觉中国

红宝石、蓝宝石、祖母绿、金绿宝石等四大名贵宝石，还从南亚、非洲等地，买回了六足龟、斑马、白鹿、狮子、金钱豹等异兽，其中，从非洲购入的长颈鹿，被当作麒麟进献给明成祖朱棣。

时至今日，今天的我们依旧对境外消费充满热情，Fastdata极数发布的《中国出境游行业发展趋势报告2024》显示，2023年全年，全国仅出境旅游人员的境外消费金额就已达到1965亿美元，中国已经取代美国，成为世界上最大的境外旅游消费国，如果再加上商务出境和出境留学人员的境外消费，这一数字还将被大幅提升。

今天，我们在境外的商场或机场的免税店中见到那些琳琅满目的商品时的心情，大抵和当年张骞在西域第一次见到胡椒、郑和在非洲见到大象时的心情别无二致。我们这份对于境外消费的酷爱已经延续了

起码3000年。

境外消费，为什么？

透过现象看本质，当我们看到了中国人如此悠久的海外消费史，我们不禁要问，我们对于境外消费的热情的原动力是什么？境外消费除了获得等价的商品与服务外，意义究竟是什么？其实，在很大程度上，从过去到现在，全球物质大交换的意义始终没有改变。

首先，通过境外消费，我们所收获的是一种文明的碰撞与融合。张骞两次出使西域、郑和七下西洋，他们所凿通的远非商路，而是中国与世界的链接。他们通过自己的海外消费，所带回的不仅仅是香料、植物、珠宝、动物本身，更带回了香料种子、种植技术、铸造经验和物种多样性，物质的交换直接引发了生产的进步。往往物质交换越频繁的国度，文明总是会变得越发达。例如地处两河流域的巴比伦之所以能够成为世界中心，正是因为其得天独厚的地理位置，可以便利地同时和东西方产生物质交换，从而不断催生生产力的升级。

其次，通过境外消费，我们还能收获对于广袤世界和陌生国度的了解。在古代，从海外购得的商品与服务，能够让我们对世界产生更加具象的认知，这些切实的认知，可以帮助我们形成更为立体的全球化视野。所谓全球化视野并非什么宏大的概念，它只是一种看待世界的角度。在真正了解世界之后，我们才能更加了解自己，了解自己在这个世界中所处的位置。而即便到了今天，哪怕对于普通人来说，通过消费所带来的全球化视野同样具有非凡的意义。就像对于“吃货”们来说，只有你真正坐在了巴黎的街头，买上一份通心粉亲口尝尝，你才会真正弄明白炸酱面为何才是你真正的“心头好”。这就是消费带来的全

球化视野。

另外，由境外购得的新奇商品，无疑会通过全新的使用体验，为我们带来丰富的“情绪价值”。如同《长安十二时辰》中那两位品尝胡椒的不良人一样，海外香料所带来的既是口舌上的新奇体验，也是心理上的幸福感受。哪怕是在全球化如此深入的今天，这种独属于境外消费的“情绪价值”依然存在。设想你的爱人是一名忠实的英超利物浦队球迷，尽管利物浦队的队服在国内的电商平台上可以轻易买到，但如果是一件购自利物浦队主场安菲尔德球场的球衣，其所承载的情绪价值则完全不同。

因此，境外消费的意义远不止货币与物品的等价交换这么简单，文明的交融、全球化视野的建立、情绪价值的输出，都是我们通过境外消费所获得的附加价值。这些价值不论是对于古代的人们，还是对于今天的我们来说，都意义非凡。中华民族自古以来都是一个对于世界充满好奇的民族，我们将这些好奇灌注在一次次的境外消费当中，也正是通过一次次的境外消费，我们得以走进世界、融入世界并成为这个广袤世界的一部分。

境外消费的支付难题

尽管境外消费的益处良多，但在中国人的境外消费史中，也曾出现过诸多麻烦与困难。如果让今天的人们想象，阻碍古人们在海外消费的障碍可能是商路受阻或者运输方式。而实际上，在中国人的境外消费史中，最频繁出现也最棘手的问题是——支付。

曾随郑和下西洋的通事（类似于今天的翻译）马欢，根据自己的亲身经历，著有一本名为《瀛涯胜览》的书，其中详细记录了郑和船队在17个国家进行消费的货币与汇率情况。从马欢的记录中可以看出，

彼时各国的支付情况皆不相同，甚至可以用纷繁复杂来形容。

据马欢记载：在占城国（今越南中南部），需用“七成淡金或银”进行支付，即用金或银进行贸易，没有铸币，成色为七成。在暹罗国（今泰国），用“海蚬”即海贝作为货币，金、银、铜钱并用。在满刺加国（今马来西亚马六甲），用该国特产“锡斗”作为货币，也不是铸币。国王及当地首领拥有锡矿，开采提炼后铸成小块的斗样，每块重官秤一斤八两或一斤四两，每十块用藤缚为小把，四十块为一大把。在锡兰国（今斯里兰卡），以金作为货币，每钱可重官秤一分六厘，也用宝石、珍珠易货交易。在天方国（今沙特阿拉伯麦加），当地金币名为“倘伽”（Tanga），每个径七分，重官秤一钱，相对中国的金子，是有12分成色的赤金。



由此可以看出，郑和船队想要进行海外消费，首先要解决支付难题。

当时，世界上没有形成完善的金本位货币制度，也没有全球性的金融组织，更没有银行和跨国信用卡。每到一地，想要消费，或是以物易物，或是通过复杂的兑换流程，将明朝的金银兑换成当地的货币。货币间如何兑换，以怎样的价值进行兑换？这些都是需要在当时当地进行临时勾兑的麻烦事。

这些情况，不仅让郑和一行人因复杂的支付流程深感头疼，“消费体验”大打折扣，更引发了一系列的严重问题。在没有汇率体系的情况下，在以物易物或货币兑换的过程中，自然免不了是否等价的扯皮。直到今天，郑和下西洋在一通卖货与消费之后，究竟是赔是赚始终是一桩历史公案，在这桩公案里，支付问题想必必要背下不小的“锅”。

所以，当我们的先祖们一次次通过境外消费不断增进自己与世界的联系时，他们所遭遇的困难是难以想象的。相比郑和，今天的我们要幸福得多。在境外消费的过程中，支付已不再是一个令人挠头的问题。当下，仅仅凭借一张信用卡，每次花费几秒钟的时间，我们便可以完成自己想在境外进行的几乎所有消费，并由此享受境外消费所带来的诸多益处。

当境外消费进入“返现时代”

如果说中国人的境外消费热潮延续了3000年，那么我们的境外支付难题也几乎延续了3000年了。

而在当下，我们通过消费链接世界、融入世界的速度，比以往任何时候都要快得多。相较过去3000年，最复杂的支付难题早已变得畅通无阻，成为境外消费过程中最简单的一环。以工银信用卡为代表

的现代支付手段，正在愈发成为我们便捷、实惠、可靠的“好伙伴”。

年中正值暑假出境游旺季，境外入学申请的高峰也即将到来。现在，通过工银信用卡，我们不仅不会在境外支付的环节中产生任何麻烦，也不会因为汇率和货币兑换问题产生不必要的损失，甚至还能从中得到实惠，获得相应的“消费返现”。

早在2016年，工银信用卡就推出了工银万事达“爱购全球”活动（以下简称“爱购全球”）。通过“爱购全球”，当我们使用工银万事达卡在境外如Lululemon、始祖鸟、星巴克、Costco超市、Tesco超市等众多指定商户消费时，每笔消费均有机会获得随机最高10%的返现，每卡每月最高50美元。更有可参加报名的活动，每笔消费境外线下满20美元即可返现2美元，每月每卡最高享5次；每卡每月累积消费3000美元以上后，每笔消费的超出部分也有机会获得10%的返现，每卡每月最高50美元。

“爱购全球”不仅能为我们在境外订购机票、酒店、餐饮、消费时获得返现，而且在境外免税店购物时，也能提供不同额度的返现优惠。并且针对留学生群体，通过工银万事达卡进行包括留学入学缴费以及衣食住行相关的境外生活消费，同样可以获得返现。

如果说，我们对于境外消费的热情持续了漫长的3000年，那么今天，在工银万事达“爱购全球”活动的加持下，我们终于走入了境外消费的“返现时代”。作为与我们生活息息相关的品牌，工银信用卡正在用这种方式，鼓励我们走出去看看。因为工银信用卡和我们都愈发明白，只有看到了世界的全貌，才能真正看清自己、看清他人、看清世界。

（编辑：乔安娜）



全球化重构下的黄金投资价值

文 / 工商银行贵金属业务部 徐铨翰

随着二战后全球化的叙事离我们远去，当各国不得不去面对“华盛顿共识”所带来的全球治理框架中的缺陷时，金融市场也需要对资产的内在价值进行重新定义



冷战结束以来，以“华盛顿共识”为代表的一系列新自由主义政策，长期指导着各国的经济改革和全球经济治理框架。在这一理念的推动

下，各国间贸易不断扩大，国际间合作也不断加深。不过，在全球经济总量持续保持稳定攀升的同时，由于全球贸易自由化的不断推进，各国的经济结构也在不断地



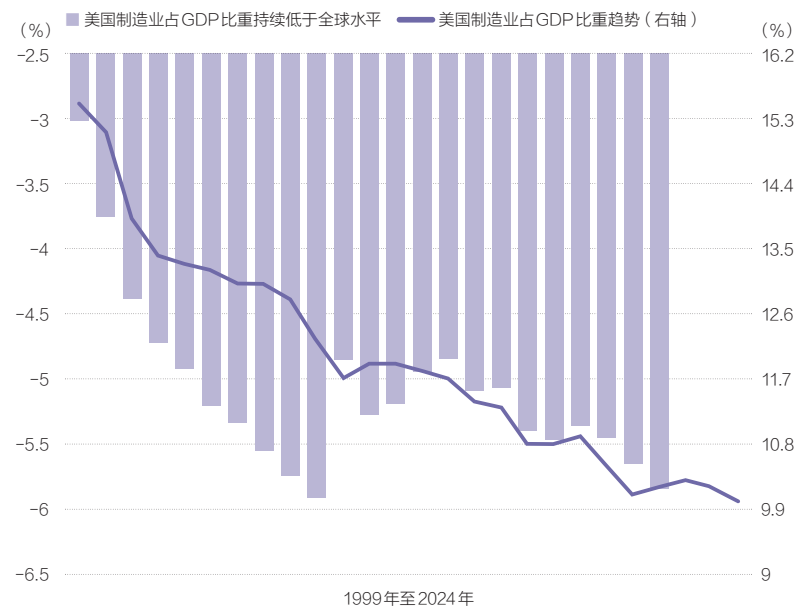
图/IC

进行调整。随着西方国家的服务业在经济中的占比持续攀升，制造业空心化的趋势也日益显现。这当然符合当代社会发展的客观规律，因为伴随着生产力的提高，服务业开始越来越多地渗透到常规的制造业中，推升了其在国内生产总值中的占比。但是，西方国家经济所面临的低增长、低通胀、低利率和高债务，这种“三低一高”的局面，也反映了新自由主义所带来的一系列弊端，其中包括贫富差异、过度杠杆和债务货币化等问题。

2008年国际金融危机爆发，房地产泡沫引发的金融市场崩溃，令私人部门备受打击。欧美的主权机构通过采取前所未有的债务货币化措施来设法化解危机，并打破了长期以来奉行的财政纪律，使得以“华盛顿共识”为标志的国际经济治理模式出现明显转型。

2016年特朗普政府上台后，其具有重商主义特征的政策，宣告了美国这个全球主要经济体的经济政策出现重大转向。尽管分配制度的缺陷令欧美国家内部出现严重的撕裂，但是通过污名化贸易自由化、激化社会矛盾、推动民族主义情绪，特朗普政府在不断强调“美国优先”的同时开始采取激进的贸易保护政策，对二战后所形成的全球秩序进行重塑。经济方面，贸易保护主义和关税冲击所带来的全球供应链重构，使得消费国面临高通胀压力，而生产国则陷入通缩的困境。在经济转型尚未匹配的情况下，这种分化又加剧了各国国内的政治压力。极端民粹主义抬头所引发的政治动荡，使得各国内部矛盾逐步外化，并引发了国家间的军事对峙。地缘政治的不稳定则继续对全球供应链形成冲击，使得各国的经济不确定性进一步上升。这也是过去几年黄金作为一种天然的避险资产，不断受到追捧的内在逻辑。

图 1: 美国制造业呈现空心化态势

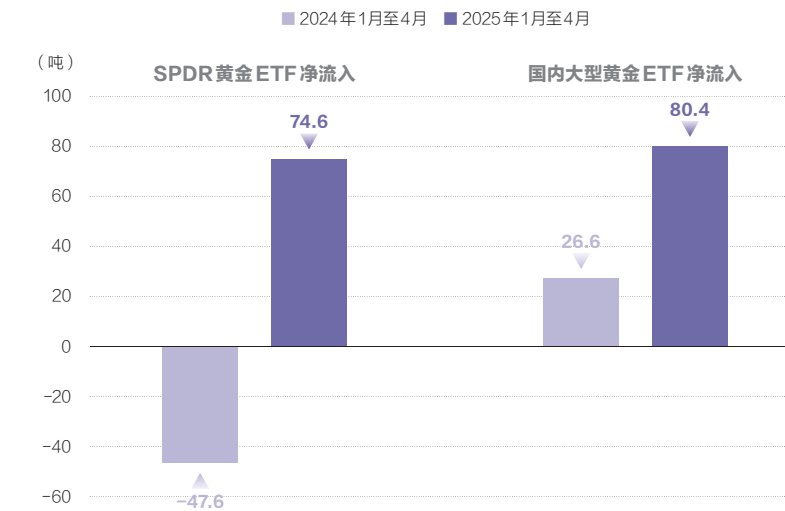


资料来源: Wind, 工商银行贵金属业务部

2025年，黄金依然保持着强劲的市场热度，一季度国际金价上涨了19%，远超去年同期。根据世界黄金协会统计，今年一季度全球黄金总需求（包括场外交易）达1206吨，同比增长1%，创下自2016年以来同期最高纪录。这反映了在全球经济面临诸多不确定性和通胀风险高企的背景下，黄金作为避险资产的吸引力稳步上升。具体来看，今年一季度黄金投资需求同比增长5%，而饰品需求同比下降21%，投资需求超过了饰品需求，成为黄金总需求增长的主要动力。全球央行净购金同比出现下滑。工业类黄金消费同比变化不大，主要因为电子、医疗等领域需求平稳。总体来看，2025年一季度黄金需求结构出现明显变化，投资需求占比提升，对黄金市场走势产生显著影响。

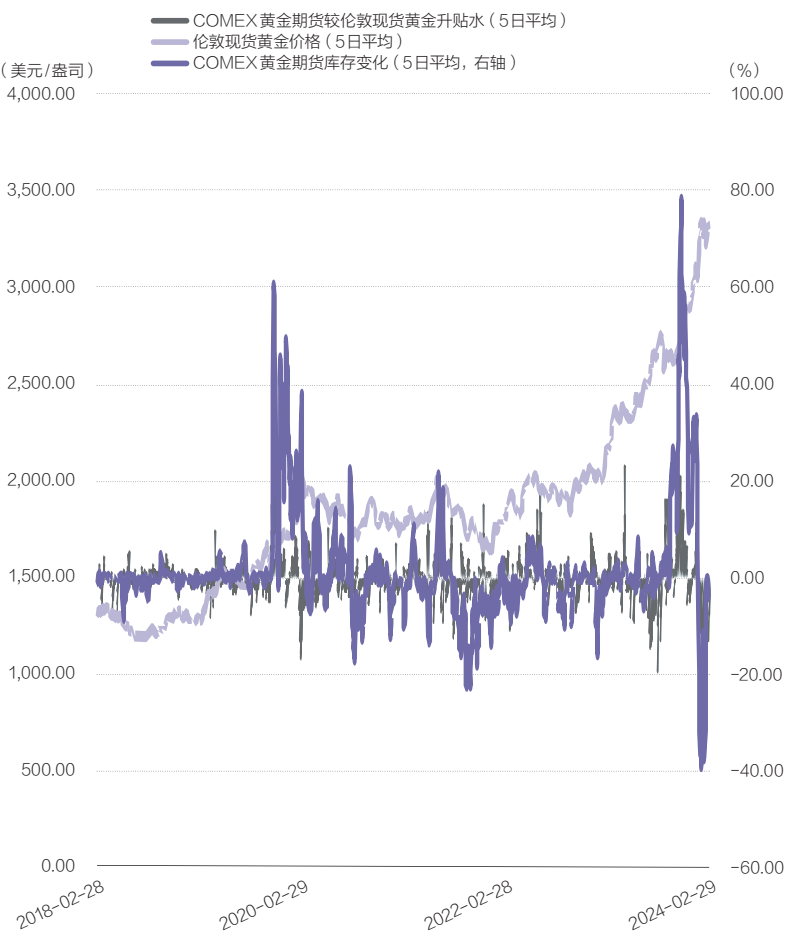
投资需求方面，一季度全球黄金投资总需求达到552吨，同比增长170%，创下2022年一季度以来新高。驱动投资需求增长的因素主要包括全球经济衰退预期

图2：今年1月-4月全球黄金投资需求大幅攀升



资料来源：Wind，工商银行贵金属业务部

图3：市场投机情绪有所消退



资料来源：Wind，工商银行贵金属业务部

增强、避险需求提升以及美元信用持续遭质疑。在具体的数据方面，2025年一季度美国消费者信心下降和贸易逆差加大导致GDP萎缩0.3%，投资者对美国经济前景感到担忧，因此加大了对黄金资产的配置以对冲风险。其中，一季度全球黄金ETF实现净流入227吨，较去年同期的净流出113吨实现了大幅反转。同期，全球金条和金币需求量达到325吨，同比增长3%，较五年季度均值高出15%，处于历史高位，成为稳定黄金需求的重要支撑。值得注意的是，黄金行业也受到了特朗普政府的关税政策影响。一是年初特朗普声称要对黄金加征20%关税，令市场参与者纷纷购入伦敦现货黄金，导致COMEX黄金期货价格大幅上涨。二是4月2日特朗普政府又宣布实施“对等关税”政策，加剧了市场对全球贸易战升级的担忧，进一步提升了黄金的避险需求。

今年全球金饰消费需求出现明显下降。一季度黄金首饰消费量为380吨，同比下滑21%，降至2020年疫情以来的最低水平。金饰需求减弱，主要原因包括在金价走高和避险情绪增强的背景下，越来越多消费者倾向于选择投资属性更强的金条以替代金饰。

在央行购金方面，今年一季度全球央行净购入黄金244吨，同比减少32%。从价格因素来看，由于今年一季度国际金价收盘价较去年同期上涨了33%，国际金价的快速上涨成为抑制全球央行购金规模的关键因素。然而，若以购金总金额衡量，今年一季度全球央行的购金金额依然处于近三年季度正常区间，显示整体需求韧性。实际上，美国财政赤字规模不断扩大，同时美国对外贸易政策频繁调整带来较大不确定性，导致海外投资者对美国国债的兴趣持续下滑。今年以来，美国长期国债



收益率持续上升。同时，在投资者不断抛售美债的背景下，美元指数年内累计下跌3.95%，显示市场对美元信心减弱。这些因素促使各主权机构将优化资产结构，并仍然以增持现货黄金作为对冲策略。

在各细分领域中，工业用金需求基本稳定，一季度的用金需求量为80吨，较去年基本持平。值得关注的是，电子行业用金需求达到67吨，同比增长2%。随着人工智能技术在智能手机、自动驾驶、数据中心等领域的快速普及，对高性能电子元件的需求上升，进一步拉动了电子行业对黄金的消费。

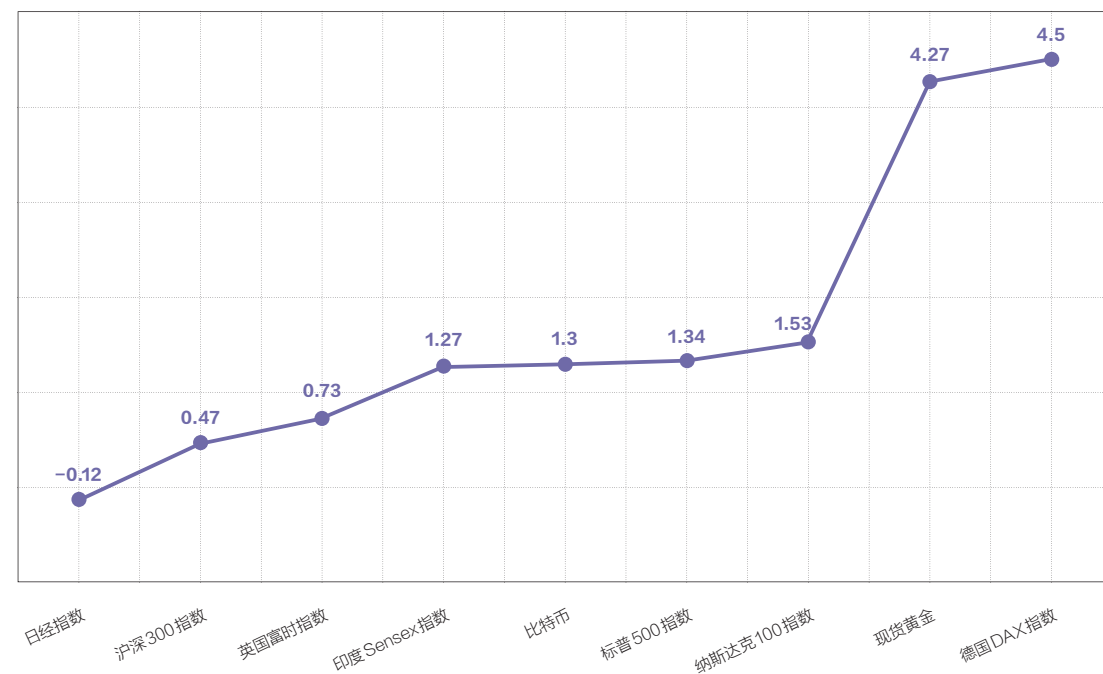
总体来看，特朗普的关税战导致全球经济和政治的不确定性上升，使得今年黄金受到全球投资者与央行的格外青睐。不过，随着中美间达成了第一阶段的贸易协

定，近期市场的避险需求有所减少。从市场指标来看，进入4月下旬，COMEX黄金库存呈现净流出的态势，SPDR黄金ETF的持仓数也出现下降，而境内外黄金价差从最高的31元/克调头回落。此外，美联储在5月份的议息会议上没有给出进一步宽松的市场引导，美元指数有所反弹，对金价同样形成了打压。贸易争端有所缓和以及美国的鹰派货币政策，共同作用下促成了黄金在创下3500美元/盎司的历史新高后的调整。

当然，短期的价格回落，只是长期上升趋势中的一个小小的修正，中长期黄金价格的上涨空间依然巨大。一是全球去美元化趋势依然存在。根据国际货币基金组织公布的官方外汇储备货币构成（COFER）数据，截至2024年底，全球外汇储备中的

短期的价格回落，只是长期上升趋势中的一个小小的修正，中长期黄金价格的上涨空间依然巨大。图/新华

图4: 2024年-2025年全球部分资产的夏普比率



资料来源: Macrobond, 工商银行贵金属业务部

美元占比为54%，而2018年为58%。除了汇率变化带来的影响外，数据表明各国央行的非美元储备占比进一步上升。在同一时期，全球央行官方黄金储备持有量上涨了6.6%，合计2265吨，显示黄金的储备地位进一步得到提升。在当前全球矛盾突出的情况下，未来各国对于外汇储备结构的调整将进一步支撑央行对于黄金的购买。二是配置黄金能够帮助个人投资者进一步分散风险。在面对通胀压力、货币贬值和金融市场波动加大的情况下，如何有效分散风险，持续提升整体投资的安全性和收益稳定性，始终是投资者需要面对的难题。从过去一年以来，黄金和德国股市的夏普比率都远超其他资产，就足以证明黄金的投资价值。夏普比率是指每承担1美元的风险，可以获得多少回报。2024年至2025年，黄金的夏普比率是4.27，而

DAX指数是4.5，表现最差的日经指数则只有-0.12。这体现了投资黄金在不确定的环境中，在高风险调整后所能带来的收益优势。此外，从长期来看，黄金滚动10年3的夏普比率中位数，也令其均值表现明显好于传统的固定收益类产品。

展望未来，随着二战后全球化的叙事离我们远去，当各国不得不去面对“华盛顿共识”所带来的全球治理框架中的缺陷时，金融市场也需要对资产的内在价值进行重新定义。黄金这个人类社会中跨越千年的货币，随着全球经济治理结构的转型，其价值将会被再次发现。不论是作为官方储备多样化的投资标的的安全资产，还是分散化个人投资风险的金融资产，黄金将会继续体现其安全资产的价值。

(编辑: 李奥)

免责声明: 本文内容仅供参考, 不构成投资建议。



工银传诚家宣传片创作手记： 传家之德，承业之道

文 / “工银传诚家”创作团队

以“传”为源、以“诚”为基、以“家”为本，
工银私人银行创新构建“工银传诚家”家业服务体系

工银私人银行始终坚守“人民金融底色”，创新构建“工银传诚家”家业服务体系，包含一个家业品牌、五项核心服务、多元化生态和数智化基座，以“传家之德、承业之道”为品牌语，坚持以“传”为源、以“诚”为基、以“家”为本，助力企业家价值提升，在共

同富裕框架下，推动社会价值共创。

创作缘起：以德传家，以道承业

在中国传统文化的智慧长河中，“德”与“道”始终是家族延续、事业传承的根本。工银私人银行深刻理解高净值客户在家族传承中的核心诉求，推出“工银传诚

家”品牌，以“传家之德，承业之道”为核心理念，构建起贯穿家族精神与企业传承的价值体系。

“诚是家的土壤，用挚诚滋养幼苗；诚是企业的根基，用信任凝聚力量。”

在改革开放四十余年的发展历程中，中国企业家在多个经济、科技领域取得了显著成就。而今，如何将物质财富与精神财富完美传承，成为新时代的重要命题。“工银传诚家”以“德”与“道”为双轨，通过真实动人的情感叙事，展现工银私人银行在家业传承领域的专业服务与君子之风。

核心理念：以诚为核心的传承哲学

传家之德：竹根相连的精神血脉

影片开篇以“诚”为切入点，通过祖孙三代共同阅读家训的温馨场景，展现“以德传家”的深刻内涵。镜头特意环绕院落中挺拔的翠竹，成为“传家之德”最生动的诠释——正如竹子地下连根、地上成林，生生不息，家族精神亦是同气连枝代代相

传，节节向上。

承业之道：竹韧如刚的商业智慧

影片中段聚焦企业交接的关键时刻，通过父子关于经营发展的对话，展现“承业之道”的现实意义。工银私人银行的财富顾问以专业服务搭建起两代人沟通的桥梁，助力企业实现平稳过渡。

风雨无阻前行，薪火相传不息，如竹经霜更显其节。

德道合一：竹心向上的家国情怀

影片高潮处，家族成员与私行财富顾问共同见证孩子们种下一棵树苗。此时，镜头巧妙捕捉竹林摇曳与家族成员共同成长的平行蒙太奇，以竹子虚心、有节、向上的品格，隐喻家族“达则兼济天下”的企业家情怀，完美呼应“若家家灯火明亮，则家国星空璀璨”的美好愿景。

艺术表达：传统美学的现代表达

视觉符号体系

影片构建了完整的视觉符号系统：以





“笔墨”象征精神传承，以“印章”代表承诺信守，以“竹林”贯穿家族繁衍与企业成长。特别是祖传印章在重要文件上落印的特写镜头，与竹节年轮的交替出现，成为“承业之道”的经典画面。

音乐情感铺陈

配乐采用中国古风与交响乐融合的方式，传统曲调的变奏贯穿全片，在家族重要时刻以不同编曲形式出现，形成情感纽带。

“让传承的火炬，因信任而托付；让慈善的歌谣，因真诚而传唱。”

文案金句设计

影片关键节点设置品牌金句：“诚，是心的写照，用真诚凝望大地，山水皆有善意。以家业服务，伴君子同行；愿林风长续，与山川同歌”等，强化“传家之德，承

业之道”的核心诉求。

创作结语

“工银传诚家”宣传片不仅是一部品牌影片，更是对中国传统传承智慧的当代诠释。通过“德”与“道”的双重维度，以及贯穿始终的以“竹”代诚，使得工银私人银行展现了其在家业传承领域的独特价值主张。

竹子四季常青，节节高升，正如家业长青，德行永续。在这个快速变迁的时代，“传家之德”守护着家族的精神内核，“承业之道”指引着企业的发展方向。工银传诚家，愿以专业服务与君子之风，陪伴每个家族如竹般坚韧成长，书写属于自己的诚之荣光。

（编辑：李奥）

深化高净值人群慈善研究，以金融力量推动财富向善

文 / 中国工商银行私人银行部

慈善信托爆发式增长，这离不开金融机构的深度参与。工银私人银行积极发挥平台优势，逐步构建了生态化、集约化、网络化、场景化、平台化的慈善服务体系

为加强对高净值人群参与慈善的规律研究，助力我国慈善事业高质量发展，工银私人银行联合北京师范大学社会治理与公共传播研究中心，于5月23日在江苏无锡成功发布了《中国高净值人群慈善研究报告（2024）》（以下简称《报告》）。

《报告》共分为十四章，从高净值人群客群分析、捐赠模式、慈善顾问服务模式、跨境慈善实践等方面开展研究，以扎实的数据和深入的洞察，揭示了高净值人群的慈善行为特征与发展规律，对加强捐赠人慈善意愿、提升慈善服务质效、完善慈善相关制度等提供了科学依据，对全社会构建“大慈善”发展格局具有重要意义。

《报告》主要研究发现

政策驱动慈善迈向战略化与制度化

国家持续推动共同富裕与第三次分配，政策红利（如《慈善法》修订、税收优惠

探索）为慈善信托、家族基金会等提供制度保障。高净值人群慈善行为从“被动捐赠”转向注重长期社会价值与家族传承的“战略慈善”。例如，美的何享健通过“信托+基金会”双轨模式，实现慈善资产永续运营，体现了慈善与家族传承的结合。

企业家直接捐赠仍为主流，教育领域高度集中

2023-2024年高净值人群直接捐赠总额达140.3亿元，制造业、科技行业企业家是主力。教育领域（尤其是高等教育）占比超60%，但资源过度集中于头部高校，加剧教育公平的“马太效应”。如雷军向武汉大学捐赠13亿元，虞仁荣捐资300亿元筹建宁波东方理工大学，宁德时代李平捐赠股权支持复旦大学科研，韦尔股份创始人捐赠股票支持教育。

家族基金会稳步增长，但治理能力待提升

截至2023年底，中国家族慈善基金会达434家，占全国基金会总数的4.5%。发

起人及家族成员在基金会中担任核心职务的占比达66%，治理透明度不足。教育、扶贫、文化艺术是主要关注领域，但新成立基金会领域集中度提升，创新性不足。如安踏家族设立的“和敏基金会”聚焦医疗与教育，但多数基金会仍依赖家族成员直接管理。

慈善信托爆发式增长，模式创新显著

截至2024年底，全国备案慈善信托2244单，高净值人群慈善信托单均金额达758万元（为整体的2倍）。典型案例包括何享健“顺德社区慈善信托”（双受托人模式）、鲁冠球“三农扶志基金信托”（股权捐赠+永续运营）。金融机构深度参与，如工行私人银行推出“君子伙伴”系列，整合资源推动慈善信托普及。

区域慈善呈现特色，行业捐赠分化加深

东南沿海（浙江、广东、福建）是高净值慈善核心区域，捐赠人占比超60%，依托侨乡文化形成乡贤捐赠特色。中西部地区依赖政策引导，民生基础行业捐赠贡献较低。互联网、制造业、金融业参与度最高，而小微密集型行业（如住宿餐饮）捐赠规模有限。

工银私人银行创新打造慈善服务生态圈

随着社会主体对慈善的需求更加多元，工银私人银行围绕客户慈善需求，积极发挥平台优势，逐步构建了生态化、集约化、网络化、场景化、平台化的慈善服务体系，形成了行业引领、工行特色的慈善金融新范式。

强化顶层设计，构建“君子伙伴慈善信托”服务生态圈

整合多方资源：工银私人银行以客户

“人企家社”需求为核心，联合政府部门、信托公司、慈善组织、资管机构等主体，打造“慈善+金融”服务生态圈，形成跨领域慈善合力。

优选慈善项目：相较于同业聚焦单一慈善工具，工银私人银行凭借集团品牌、信誉和平台优势，通过贯通中国慈善联合会、中华慈善总会等权威机构，在各重点慈善领域储备形成优质的、符合国家发展战略的慈善项目库，持续吸引更多有情怀的客户参与慈善事业。

坚持强化风险管控：公信力是公益慈善事业的生命线，工银私人银行坚持执行严格的信息披露机制和监督机制，设立慈善信托管理委员会，由工商银行、慈善组织、信托公司等多方共同组成，统筹决策信托财产的慈善运用，全程监督资金使用，确保慈善透明合规。

优化推动方式，以“集约化+网络化”打造搭建慈善服务平台

总行层面，坚持集约化运营，实现全行办、广参与。在行业首推永续集合型慈善信托服务平台——“君子伙伴慈善信托”平台，在此基础上借鉴捐赠人建议（DAF）模式，打造“君子伙伴慈善信托”平台2.0，运用数字化手段，支持客户在手机银行自主选择慈善项目，有效提升捐赠便捷性、规范性与透明度。全行超400位客户参与了捐赠，助力客户广泛参与公益慈善。

分行层面，坚持网络化推动，实现优特色、强落地。进一步发挥区域慈善特色，探索落地区域型慈善信托，目前在上海、浙江均已落地区域型慈善信托，分别支持“一老一小一特”客群服务保障、科技助残项目，成为全国慈善服务的新样板。

深化社会意义，以慈善服务国家重点战略

工银私人银行立足国家所需，引导慈善

力量汇聚绿色、普惠、养老、科技等领域，创新助力金融“五篇大文章”。比如，通过开拓慈善助力重点高校科研新模式，支持高等院校基础科学研究与科研人才培养，助力科教兴国；通过支持乡村振兴领头雁计划，助力培养了一批乡村振兴企业家，惠及超4万“新农人”；通过定向捐赠支持三江源野生动物保护、生态林建设，以慈善力量保护“中华水塔”生态价值和青山绿水；通过助力四川帮扶四县学校基础设施，改善当地儿童就学条件；向甘肃积石山地震、华北特大洪涝受灾地区捐赠客户善款，第一时间打通救灾绿色通道，惠及数千名受灾群众，展现扶危济困的担当。

坚持守正创新，持续打造“慈善+”金融场景

工银私人银行将慈善金融作为服务重点客群的新场景，根据客户差异化需求提供更加精准适配的慈善服务模式。

“慈善+科学家”服务场景，一方面，精准服务广大科学家的爱国情怀与公益善心，目前已落地两院院士的定制型慈善信托综合顾问业务；另一方面，汇聚社会各界慈善力量，引导慈善资金助力科技研发，形成连接社会公益与科学研究的爱心枢纽。

“慈善+家业”服务场景，将慈善信托设置为家族信托的受益人之一，通过设置长期甚至永续分配条款，实现慈善捐赠安排，将客户家族信托与慈善信托无缝衔接，有助于完善家族慈善理念，培养下一代使命感，实现优良家风传承。

“慈善+财富管理”服务场景，优选头部资管机构，创新发行“普善”类慈善产品，目前已募集产品超10亿元。超千名客户参与了部分超额收益的捐赠，实现客户资产多元配置与慈善爱心传递的双重价值。

（编辑：李奥）

工银私人银行立足国家所需，引导慈善力量汇聚绿色、普惠、养老、科技等领域，创新助力五篇大文章。图/IC



瑰伟文妙绝当世，孝友行追配古人——黄庭坚的家风故事

文 / 朱晔

无论在哪个位置上，他始终保持士大夫清正廉洁和“不以民为梯，俯仰无所忤”的品行操守



朱晔，安徽望江人，中国作家协会会员，中国金融作家协会常务副主席兼秘书长，就职于中国工商银行总行研发中心，出版文学类著作《理说宋朝》《银圈子》《一乡一世界》等七部，作品散见于《文艺报》《金融时报》等报刊杂志，字数超300万字。

2010年，在北京保利的一场拍卖会上，一件宋代的书法作品经过70多轮的竞拍，最终以3.9亿元的价格成交，加上佣金，总价超过4亿元。这件书法作品的名字叫《砥柱铭》。有人算了一下，这幅作品一共407个字，按照总价计算，作品中的每个字价值107万，创造了当时中国书法作品的拍卖纪录。书法作品出自北宋的书法家、文学家黄庭坚之手。

“瑰伟之文妙绝当世，孝友之行追配古人。”这是苏轼对他的好友黄庭坚的评价。在北宋，评价黄庭坚最到位的非苏轼莫属。在诗文上，苏轼与黄庭坚被时人并称为“苏黄”；在书法上，北宋历史上有著名的四大书家“苏黄米蔡”，黄庭坚与秦观、晁补之、张耒并称为“苏门四学士”。

当代人大多知道黄庭坚的书法厉害，却未必了解他的诗文水平同样高超。明朝初年的大学士宋濂将苏轼和黄庭坚直接比喻为唐代的李白和杜甫，他说“元祐之间，苏黄挺出，虽曰共师李、杜，而竞以相

高。”仔细分析确实如此，苏轼大起大合的豪放词风，确实如李白诗歌的豪情万丈。黄庭坚坚持以杜甫为宗作诗，他被后人称为“江西诗派”的开山祖师。

除了诗文和书法，黄庭坚还是一位孝子，二十四孝中的“涤亲溺器”的主人公就是黄庭坚。故事中说，他的母亲有洁癖，每次如厕完毕，黄庭坚都会给母亲清洗马桶，几十年如一日无怨无悔。

苏轼对黄庭坚的评价是准确的，对于黄庭坚的为人，苏轼的评价更高：“黄庭坚如精金美玉，不即人而人即之，将逃名而不可得。”黄庭坚拥有的一切当然不是天上掉下来的，而是黄门家风经岁月积淀后绽放出来的光辉。

家风醇厚，耕读继世

北宋庆历五年（1045年），黄庭坚出生于洪州分宁（今江西省修水县）双井村，双井黄氏是当地的名门望族，黄家始祖可以追溯到西汉的丞相黄霸。这个家族一直重视家族教育，在黄庭坚之前，双进村出了



黄庭坚故里——江西省九江市修水县杭口镇双井村的黄庭坚墓园。图/中新

18位进士。最鼎盛的时候是黄庭坚的祖父黄湜那一辈人，他们兄弟十三个人中，有十个中了进士，当时人称为“十龙”。

有这样的一群好儿孙，需归功于黄庭坚的曾祖父黄中理，他编写了《双井黄氏家规》。家规对行孝、交友、择业、治学等方面的内容做了20条规定，如对祖宗“犹如水木之源，不可忘也”；对待父母“犹如天地之大，务宜孝也”；对待兄弟“犹如连枝之人，须互助也”；对待乡邻“犹如唇齿之依，必相敬也”。关于读书，家规中说得更加明晰：“读书乃诚身之本，显扬宗祖之要务也。教育后生，务期典籍精通，文章晓畅；更且敦励行谊，以成大器，斯真读书矣。”《双井黄氏家规》不仅影响了黄氏后人，当地的老百姓也从家规中获益不尽，当地人将其尊为“黄金家规”。

继黄庭坚之后，黄氏家族又先后出了22名进士，整个黄氏家族共有进士45名，所以江西修水双井村有“中华进士第一村”的美誉。

黄庭坚40岁才有儿子黄相，他对儿子

寄予厚望，亲自教儿子读书写字，为此，他还专门写了一篇《黄子家训书》，内有“八无”，即“修身四无”：无思贪之欲，无横费之财，无以猜忌为心，无以有无为怀。“齐家四无”：无你我之辩，无多寡之嫌，无以小财为争，无以小事为仇。这“八无”为敦睦之本，假如做好了，黄氏的敦睦必将永远地得到传承下去，将黄氏门庭发扬光大。

为了强调敦睦的重要性，黄庭坚指出敦睦的前提是多读书。他曾经说过：藏书万卷可教子，遗金满籝常作灾。关于读书，他还有很多说法，如“一日不读书，尘生其中。两日不读书，言语乏味。三日不读书，面目可憎。”再如：“常思天下无双祖，得读人间未见书。”

重视教育，兴办私塾

黄庭坚的曾祖父黄中理是北宋的举人，他在江西修水创办了芝台书院、樱桃书院，是当时驰名江西的一位大教育家。黄庭坚幼年就是在芝台书院接受了基础教育，中

进士后步入官场。他在当地兴办教育，最典型的成绩是在黔州（彭水）设立私塾并授课讲学。

黄庭坚仿照杜甫在成都建草堂的事迹，他在黔州修建茅屋，称为“山谷草堂”，办私塾教育侄儿和彭水学子，白天讲四书五经，晚上讲授杜甫的诗。黄庭坚开办的摩围私塾，是彭水历史上最早的私塾。他也是授课学历和水平最高的老师，巴蜀人们纷纷把自己的子孙送到摩围私塾读书学习。他还经常被邀请到郁山为大人讲学，所讲学的地方被黄庭坚题为“万卷书堂”。

在此期间，他还多次前往重庆涪陵讲学，为程颐的讲学堂题名“钩深堂”。在宜宾市期间，黄庭坚收集杜甫在巴蜀创作的诗文，把所收集的300余首诗全部书写成文；在丹棱（今四川省眉山市丹棱县）人杨素的资助下，全部刻成诗碑。

黄庭坚对杜甫实在是太崇拜了，他的诗以杜甫为宗，提倡诗要有“无意于文，夫无意而意已至”的精髓。他特别推崇杜甫诗句中“点铁成金”和“夺胎换骨”的写作手法。

因为黄庭坚的才学，在他讲授期间，巴蜀学子都纷纷前来听讲，凡经黄庭坚指点过的文章都有点睛之处，他的教育影响一直延续到明代及以后，对涪陵当地的教育事业作出了卓越的贡献。

清正廉明，刚正不阿

相对于黄庭坚在文学和书法领域取得的成就，黄庭坚的官运实在是不值一提，官场生涯大多在不得志之中，甚至最后被贬到广西，并老死异乡，想起来让人唏嘘不已。即便如此，无论在哪个位置上，他始终保持士大夫清正廉洁和“不以民为梯，俯仰无所怍”的品行操守。

1080年-1083年，黄庭坚任太和县（今安徽省太和县）知县，他整吏治，抗盐税、察民情，关注民生疾苦，呵护百姓利益，被百姓称为“黄青天”。泰和的老百姓感念黄庭坚的恩情，将很多公路、学校、商店等以“山谷”命名，以纪念黄庭坚在太和的政绩。为了表明自己为官的立场，他亲笔书写了孟昶《戒石铭》中“尔俸尔禄，民膏民脂。下民易虐，上天难欺”的十六字箴言，并刻成石碑，立在官署衙前，表达和传扬匡扶社稷、廉洁从政、敬民爱民的心志。宋绍兴二年（1132年）六月，宋高宗将黄庭坚手书的《戒石铭》颁发到全国各州县，敕令刻成石碑，警诫各级官吏心怀百姓、为民分忧。

宋元祐元年（1086年），在司马光的推荐下，黄庭坚校定《资治通鉴》。不久，黄庭坚参与编修《神宗实录》。宋哲宗绍圣间，新党重新掌权后，他们从《神宗实录》中摘出千余条内容，以此来控告黄庭坚诬蔑宋神宗。为了整垮黄庭坚，新党采取了一系列迫害手段。但无论怎样威逼利诱，黄庭坚始终不承认有诬蔑之辞，他不折腰、不惧怕、不屈服，他身上的凛然正气和铮铮铁骨，让整个士大夫阶层都交口称赞。

面对文字狱，黄庭坚绝不向恶势力低头，由此，他受到的迫害比别人都要多，结局自然也更加凄惨。他先被贬到涪州，接着被贬黔州，再后来被贬戎州，最后是被剥夺官职，羁管广西宜州。

在他最后的岁月里，黄庭坚面对宰牛的案板焚香读书，用三文钱买来的鸡毛笔为朋友写文章，像他的老师苏轼一样，处变不惊，笑对生活，用乐观豁达迎接生命中的所有际遇，黄庭坚以卓越的文学、书法作品奉献社会，为中华民族的历史和文化积累了丰厚的宝藏。

（编辑：李奥）

私塾群





图/IC

诚如金石信如鼎： 历史长河中流淌的诚信之道

文 / 路平

守信重诺的商道传统，成为中华文明抵御风险、存续发展的精神锚点

“徙木立信存国本，一诺重若千钧金。”商鞅变法时移木赏金的典故，不仅奠定了秦国崛起的根基，更揭示了诚信对于社会运行的基石作用。诚信作为中华民族的传统美德，在历史的长河中熠熠生辉，流淌千年而不息。当诚信这一美德融入金融领域，这种“言出必行、行必有果”的文化基因，沉淀凝结为中国特色金融文化中“诚实守信，不逾越底线”的核心要义，恰似穿越时空的精神纽带，串联起千年商道的智慧结晶与现代金融的创新实践。从丝绸之路的

驼铃票据，到数字时代的智能投顾；从古代钱庄的信用契约，到私人银行的财富管理，诚信始终是金融业安身立命的根本。

千年商道中的诚信密码： 金融文明的历史注脚

“得黄金百斤，不如得季布一诺。”这句流传千年的“一诺千金”的谚语，生动地展现了古人对诚信的推崇。在中国古代金融的发展进程中，诚信早已融入商业活动的血脉，成为支撑金融体系运转的核心力量。

虽然很难明确指出诚信与金融形成自

洽的时间，但西周时期的借贷活动可能是较早有相关记载的。《周礼》中提到“凡民之贷者，与其有司辨而授之，以国服为之息”，其中虽然没有明确记载诚信相关内容，但表明当时官府在借贷活动中已有一定的规范和管理，据此推测当时已存在对借贷守信的要求，体现了对信用关系的初步重视。

古老的丝绸之路上，黄沙漫卷，驼铃声声，一队队商队满载丝绸、瓷器、茶叶和香料，穿越戈壁与绿洲。在他们的行囊中，“飞钱”不可或缺。这是一种早期的汇兑凭证，在跨越万里的集市上，他们用手势交流，用“飞钱”交易，仅凭这一纸书信即可实现异地兑付。敦煌莫高窟出土的唐代文书中，记载了多起商队凭信用完成巨额交易的案例。这种跨越地域与民族的诚信精神，成为连接东西方文明的重要纽带。

北宋时期，世界上最早的纸币——交子在四川诞生，这一金融创新的背后，是商户们对诚信的共同坚守。交子最初由十六家富商联合发行，他们以各自的资产为担保，承诺随时兑付。为了维护信誉，这些商户定期公开账目，接受同业监督。据《宋史·食货志》记载，交子发行初期，“收买蓄积，广置邸店，以通贸易”，正是凭借诚实守信的经营理念，交子才得以在市场上广泛流通，推动了宋代商业的繁荣。

明清时期，钱庄与票号更是诚信经营的典范。宁波钱庄业独创“过账制”，客户只需在钱庄开立账户，通过钱庄过账即可完成资金的交付，实现了资金的非现金结算。这种现在看来非常简单的金融服务，当时能够顺畅运行，所依赖的是钱庄与客户之间的高度信任。在钱庄业，“银折”制度同样是诚信文化的精妙实践。明清时期，商贾持银折可在异地钱庄通兑，仅凭一纸凭证和信用背书。苏州钱业公所留存的史料显示，

当时钱庄同业间建立了严格的信用评估体系，对失信者实行行业禁入。这种自发形成的信用约束机制，使江南水乡的商业网络得以顺畅运转，为近代金融监管提供了宝贵借鉴。

“一纸信符报万金，汇通天下守初心。”平遥古城的日升昌票号旧址里，斑驳的账册仍在诉说着诚信铸就的商业传奇。作为中国近代银行业的雏形，晋商票号创造性地建立了“认票不认人”的信用体系。在那个没有现代防伪技术和电子支付的年代，一张小小的银票能够在各地顺利兑换，靠的是票号东家、掌柜以及全体员工对诚信的坚守。日升昌票号作为晋商票号的杰出代表，创立之初便立下“诚信为本，童叟无欺”的经营原则。无论是达官显贵，还是普通百姓，只要手持日升昌的银票，都能在各地分号顺利支取银两。1900年庚子国变，日升昌票号虽遭八国联军劫掠，仍以窖藏白银兑付客户存单，宁可破产亦不肯弃承诺。正如梁启超所言，“中国商业道德之高尚，实为欧美所不及”，守信重诺的商道传统，成为中华文明抵御风险、存续发展的精神锚点。

现代金融的诚信基石： 不逾越底线的重要性

“天下熙熙，皆为利来；天下攘攘，皆为利往。”司马迁在《史记·货殖列传》中的这句话，道尽了人性与利益的纠葛。在现代金融市场的高速发展中，充满了复杂性和高风险性。然而，当利益诱惑让受益者踏破了诚信底线，崩塌的不仅是市场体系，更是整个金融伦理的基石。

此前发生的多起上市公司财务造假案、互联网P2P乱象等血淋淋的教训时刻警示我们，必须坚守诚实守信的原则、严守底线，方能保护广大投资人权益，增强市场信心。在数字时代的背景下，区块链技术使

“智能合约”自动执行，大数据算法可预测客户生命周期价值。然而，技术赋能在提升效率的同时，也带来“算法黑箱”“信息茧房”等伦理新挑战。部分银行AI投顾系统曾因过度推荐高佣金产品遭监管问责，暴露出“技术中性论”的认知局限。同时仍需警惕不法分子利用大数据、人工智能等手段，通过实施精准诈骗、伪造篡改信息、智能洗钱、操纵市场等获取私利或非法利益的行为。

金融安全是国家安全的重要组成部分。从打破“刚性兑付”到“资管新规”落地，从“三铁”（铁账本、铁算盘、铁规章）到穿透式监管体系，监管层面以“治乱象、防风险”的决心重构着行业底线。“要诚实守信，不逾越底线”成为当代金融健康发展的首要坚守。

中国特色金融文化的核心： 诚信和底线的融合

“诚者，天之道也；思诚者，人之道也。”《孟子》中的这句话，将诚信提升到了天道与人道的高度。习近平总书记提出的中国特色金融文化中，“要诚实守信，不逾越底线”既是对这一古老智慧的传承，又赋予了其新的时代内涵。它融合了中国传统文化的精髓与现代金融发展的需求，成为中国金融行业的独特标识。

中国特色金融文化强调金融服务实体经济的本质。金融作为经济的血脉，其存在的意义就在于为实体经济提供资金支持，促进资源的优化配置。这需要金融机构以诚信为本：一方面完善信息披露，杜绝误导宣传，让资金精准滴灌实体需求，遏制脱实向虚；另一方面将合规管理嵌入业务全链条，严守监管红线，拒绝违规操作与无序创新。市场层面，需发挥资源配置的决定性作用，通过优胜劣汰机制，对诚信者给予正

向激励，对违规者实施市场惩戒。行业协会则应牵头构建诚信评价体系，推动金融机构共建信用生态，以多方协同筑牢金融诚信根基与安全底线。只有将诚信与底线意识贯穿于金融服务的全过程，才能构建起健康、稳定、可持续的中国特色金融体系。

私人银行的诚信实践： 穿越周期的经营哲学

在共同富裕的时代命题下，作为财富管理的“皇冠明珠”，中国私人银行管理着超20万亿元的高净值资产，其业务本质已然超过单纯的财富增值。“欲筑百年基业，必立诚信丰碑。”国际上经得起世纪检验的金融机构都深谙一个真理：唯有以诚信为锚，才能在惊涛骇浪的财富海洋中行稳致远。

私人银行的服务边界由诚信标定。当客户将财富托付，私人银行收到的是客户的信任，理应以诚信回馈，方能不负所托。如工银私人银行立业之初即将“诚信相守 稳健相传”作为经营理念，为客户提供专业、安全的产品和服务，万千企业家的成长轨迹中，都刻有“君子偕伙伴同行”的印记。

价值观认同是诚信的精神内核。这里有两个维度。对外，私人银行用透明的沟通和真挚的服务搭建信任的桥梁，明确服务的边界。这种价值观前置的筛选机制，容易使机构与客户形成道德共同体。对内，建设浸润式诚信文化，以系统教育滋养员工，使员工形成“诚信是职业生命线”的共识。

“千淘万漉虽辛苦，吹尽狂沙始到金。”从晋商票号的铜掌柜到智能投顾的算法模型，变的是技术手段，不变的是诚信初心。当私人银行从业者以“勿以善小而不为”的坚持守护每份托付，私人银行才能真正成为财富传承的守护者、金融文明的践行者，在新时代续写“一诺千金”的金融传奇。

（编辑：胡安娜）

ICBC 工银私人银行

牡丹君子信用卡

与君相伴
共赴家企欣荣

88元全球豪华酒店住宿（1间夜）
88元星级酒店健身房/瑜伽礼遇（8次/月）
88元网球场馆随心订（2次/月）
免费代驾服务（1次）
免费道路救援（1次/月）
运通高端医疗权益
运通境外返现活动
及更多精彩礼遇



权益详情请参阅信用卡背面官网一息阁手册或工银私人银行APP

扫码立即办理君子卡

客户至上，勤业协作

——工银私人银行“卓越顾问联盟”正式成立

文 / 中国工商银行私人银行部

5月16日是中国工商银行第七届“个人客户经理日”。为全面践行人民金融初心，以服务实体经济为己任，持续锻造一支精通业务、客户至上的精兵，工银私人银行“卓越顾问联盟”（以下简称“卓越联盟”）应运而生。“卓越联盟”由专业队伍中120位素质过硬、业绩突出的财富顾问和投资顾问组成，旨在搭建一个高标引领、交流互通平台，既输出有益业务经验，又自驱学习提升，带动全行专业队伍以真诚真情，赢得客户信赖和市场口碑；以勤业协作，提升专业水准和服务能力；以品质细节，深化服务内涵和品牌价值。本期，让我们一睹20位“卓越联盟”理事的风采和服务宣言吧！



北京分行 孙凯
专业护航 用心服务



北京分行 赵刚
学而致知 行之如实
思而成慧 知行合一



江苏分行 程成
精研筑财 诚伴每一程



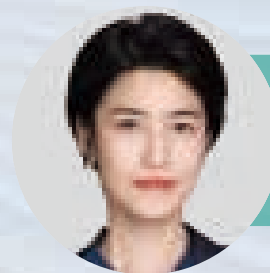
浙江分行 刘异
坚守初心强服务
砥砺前行勇担当



山西分行 古慧文
践行长期主义 做客户的朋友



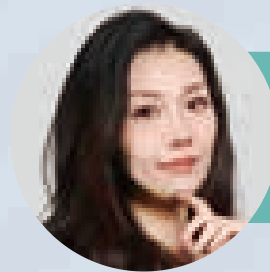
吉林分行 马浩伦
君子伙伴 财智共赢



浙江分行 莫莉
心有猛虎 细嗅蔷薇



安徽分行 齐亚妮
点滴专注 成就长远
专业护航 温暖同行



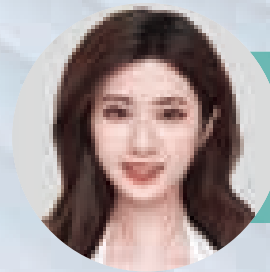
上海分行 邵雯婷
慧中方能秀外



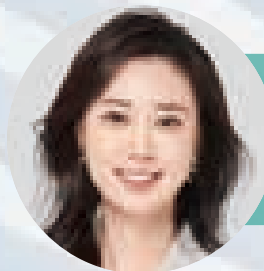
上海分行 薛竹君
专业深耕 客户为本



山东分行 董志艳
专精致远 以心相交



山东分行 赵曼彤
行远自迩 笃行不怠



河南分行 董婷
初心如炬 笃行致远



湖北分行 江红霞
天道酬勤，恒者能胜



湖南分行 肖克境
着眼宏观 着手微观



广东分行 丘婷
君子以言有物 而行有恒



重庆分行 周洪杰
精工铸财 智领未来



四川分行 陈博
广纳八方客 会友四方茶

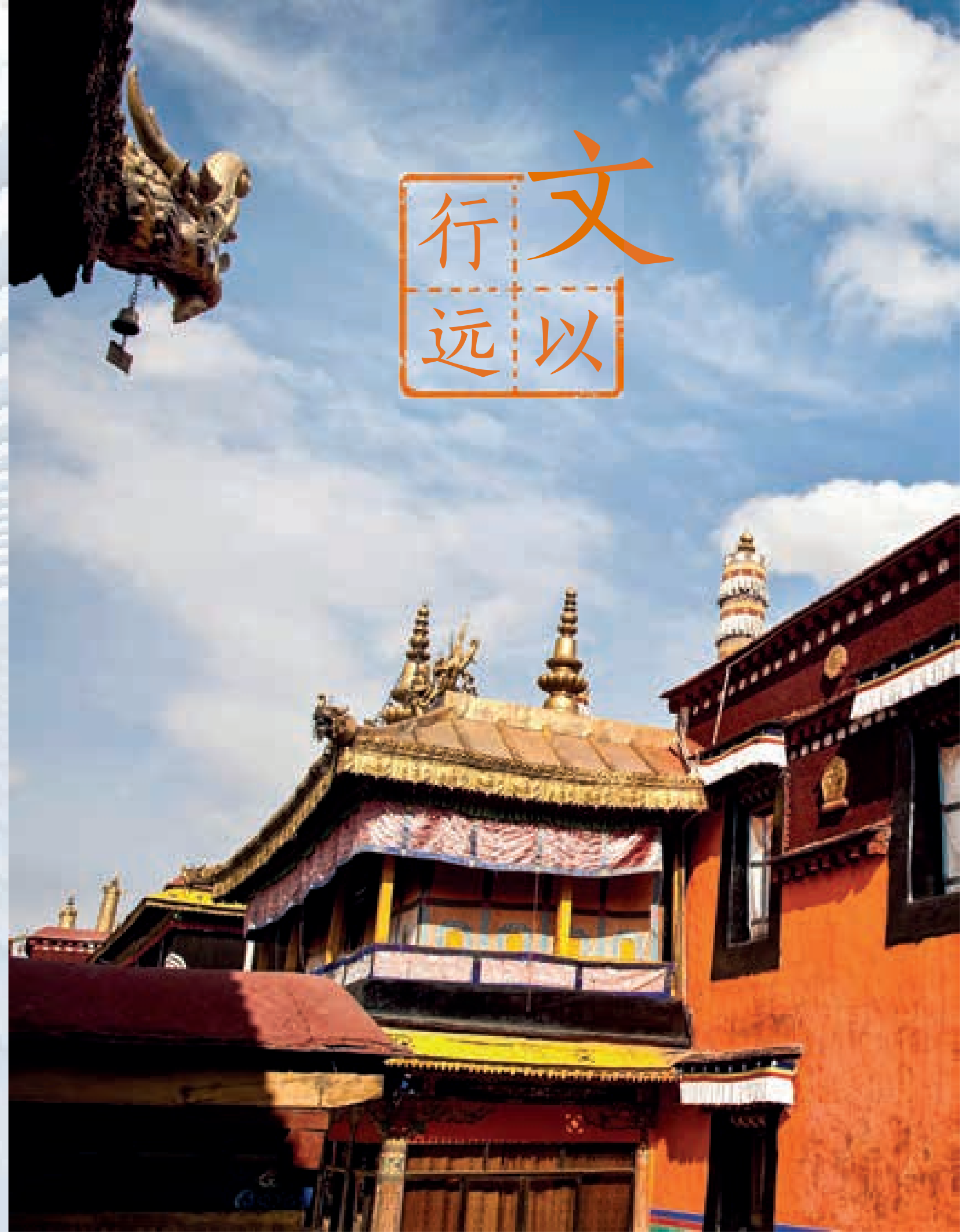


四川分行 刘千立
专业为舵 温度为帆



广州分行 江凯君
策略先行 财富守护

文以
行远



夏日限定好展！ 送你一份暑期艺术地图

文 / 王潋娇

从北国到江南，从沿海到内陆，探寻各具特色的艺术展览，感受每座城市独特的艺术气息和与文化脉络

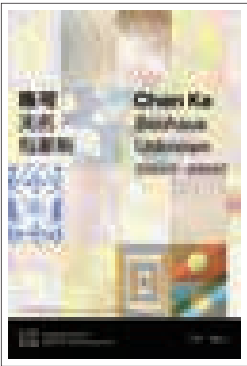
入夏，带着对远方的向往，我们踏上旅途。走过山川湖海，感受着大自然的壮美，内心却被一种声音召唤——“看山看海，你是否想过换一种方式去遇见世界？”所以，这个夏天，让我们暂别热门的打卡地，开启一场独特的艺术探索之旅。

从北国的京津冀到江南的长三角，从繁荣的大湾区到神秘的西南地区，各大地域都藏着别样的艺术宝藏，等待着你去一一解锁。

在这些艺术空间里，有上海龙美术馆为代表的顶级私人美术馆，它承载着收藏家的独到眼光和对时代的深刻思考，成为城市的文化灯塔。走进美术馆，就像走进收藏家的内心世界，通过展品，我们看到了个人与时代的紧密联系。还有一些机构，诸如香港 M+ 博物馆、X美术馆等，秉持国际视野，把世界各地的艺术大师与新锐艺术家的作品带到我们眼前。在这里，古典艺术大师的细腻笔触与现代艺术大师的大胆创新相互碰撞，最前沿的新潮艺术为我们打开了通往未来的大门。

从传统到现代，从国内到国际，这些艺术空间就像一个多棱镜，折射出艺术世界的多元与丰富。背上行囊，跟随这份艺术地图，让艺术成为旅途的向导吧。

京津冀



UCCA 尤伦斯当代艺术中心

展览名称:“陈可：无名包豪斯”
展览日期:2025年5月17日至9月7日

展览看点:陈可，中国70后最具代表性的艺术家之一。本次展览聚焦其“包豪斯女孩”系列的60余件新作，涵盖布面绘画、纸本创作及特定场域毛毡壁画。作品在UCCA展厅与798厂房的德绍设计学院建筑语境中，通过档案文献与场域元素的互文对话，构建出一场关于现代主义乌托邦理想的视觉叙事。



红砖美术馆

展览名称:“静寂之空：盐田千春个展”
展览日期:2025年3月23日至8月31日

展览看点:盐田千春，当代艺术领域最具影响力人物之一。红砖美术馆“静寂之空”展览呈现盐田千春多件重磅装置作品，艺术家结合红砖美术馆空间与东方元素，创作全新特定场域装置。展览以《通往静寂之门》《意识的蜕变》《时间的回响》《生根的记忆》等作品，融合东方哲思，为观众带来独特艺术体验。红砖美术馆的空间特质完美契合盐田千春的创作理念，为作品提供独特展示背景，增强观众的沉浸感与体验感。



X 美术馆

展览名称:“抽象的收藏 303”
展览日期:2025年5月25日至10月12日

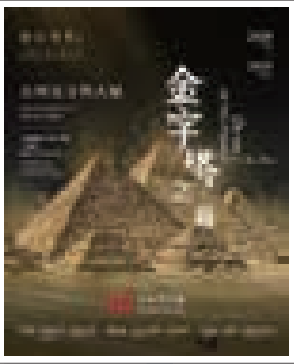
展览看点:X美术馆的第四届馆藏展，聚焦15位国际现当代艺术家的抽象绘画与雕塑作品，将抽象大师与青年一代的作品并置，捕捉抽象艺术在其当下的切片与跳点，以平等视角构建形、色、结构、情绪的对话，寻找“非具象”不断变革的新可能。



故宫博物院

展览名称:“达古今之宜—清代宫廷设计潮流展”
展览日期:2025年7月5日至10月8日

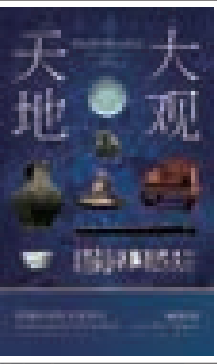
展览看点:这是故宫博物院与嘉德艺术中心的第七次联袂合作，也是历次合作中覆盖文物门类最多、体系最完整的一次展览，从277件故宫珍藏文物中探究清代宫廷设计如何慕“古”求“新”。展览汇聚清代宫廷御用工艺品，涵盖青铜器、瓷器、玉器、织绣、珐琅器、书画、古籍等，展现皇家艺术的奢华与精湛工艺。展品不仅呈现传统美学的巅峰，还探讨其对现代设计的深远影响，观众可通过互动环节近距离感受宫廷文化的魅力。



上海博物馆

展览名称:“金字塔之巅：古埃及文明大展”
展览日期:2024年7月19日至2025年8月17日

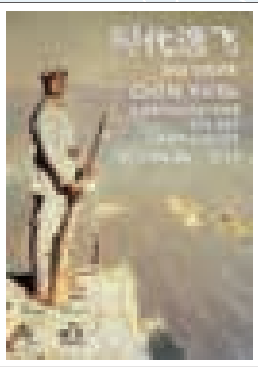
展览看点:这是有史以来全球最大规模、亚洲最高等级的古埃及文物出境展，也是中国官方博物馆首次与埃及政府合作的重磅大展。展览汇集492组788件古埃及文明不同时期的珍贵文物，涵盖从社会制度、日常生活到精神世界的各个方面，通过“法老的国度”“萨卡拉的秘密”“图坦卡蒙的时代”三个版块展开独立叙事，为观众揭秘古埃及文明面貌。同时，上海博物馆还为本次展览特别打造了一系列沉浸式体验活动和文创产品，为观众提供更加丰富的观展体验。



龙美术馆（西岸馆）

展览名称:“天地大观——跨越时光的文明印记”
展览日期:2025年3月21日至6月29日

展览看点:龙美术馆是由中国收藏家刘益谦、王薇夫妇创办的中国顶级私立美术馆。本次特展呈现200多件（套）从商周至明清的珍贵文物，包含甲骨文、青铜器、玉器、瓷器、佛像、家具等，按“金石寿”“器载道”“思无邪”“无尽藏”四个板块依次铺陈，讲述三千年华夏文明故事与技艺，见证帝王意志、文人雅趣与民间智慧的融合。



浦东美术馆

展览名称:“时代逸飞：陈逸飞回顾展”
展览日期:2025年4月26日至10月12日

展览看点:陈逸飞（1946—2005）是当代美术界杰出的艺术家，“大美术”和“视觉艺术”的倡导和践行者。展览以陈逸飞诞辰80周年纪念为契机，全方位呈现其创作生涯每个阶段的整体样貌和思想转变，展览分为“成长岁月”“心灵之桥”“海上风华”“大视觉时代”四个板块，汇集逾150件展品，涵盖绘画、雕塑、影像等多种媒介。从现实主义的恢弘叙事，到东西文化的深度交融，从海派风华的时代映照，再到视觉艺术的跨界突破，展览印证了陈逸飞通过持续一生的探索创新，塑造中国视觉文化产业崭新格局，为观众提供沉浸式的艺术体验。

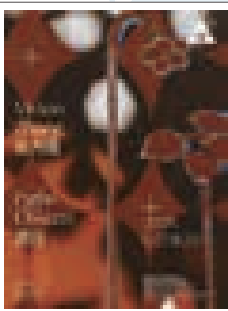


苏州博物馆（西馆）

展览名称:“从拙政园到莫奈花园”
展览日期:2025年7月15日至10月23日

展览看点:苏州博物馆“世界文化遗产系列”第三期展览聚焦苏州园林，展览汇集国内外13家公立机构的160余件珍品，包括36件/套国家一级文物，涵盖诗文书画、古器文玩等。展览分为五部分，探讨园林与文人隐逸理想、明代苏州园林实践等主题。特别展出7件宋元书画，系统展示文徵明家族五代九人的17件作品。此外，展览呈现苏州园林的精致美学，汇聚宋代瓷器珍品，并分两次展示明代《寄畅园五十景图》的全部50景册页。还探讨苏州园林对欧洲造园理念的影响，以莫奈“睡莲”系列作品彰显东西方艺术交流。

长三角



阿那亚艺术中心（天津）

展览名称:
“大卫·奥斯特洛夫斯基个展：让我这么说过”
“张月微个展：匿径”
“马西尼萨·塞尔马尼个展：距离”
“朱迪·沃森个展”
展览日期:2025年5月27日至11月23日

展览看点:阿那亚艺术中心推出4档展览，涵盖拼贴艺术、身份建构、文化解读及原住民艺术，展现多元艺术魅力。阿那亚艺术中心由知名建筑师设计，外观如同坚韧岩石，内部螺旋楼梯连接各展厅。北岸馆由坂本一成和柳亦春合作设计，是北岸艺术展览和活动的核心。在这个夏天，阿那亚艺术中心北岸馆推出4档展览，涵盖拼贴艺术、身份建构、文化解读及原住民艺术，展现多元艺术魅力。



木心美术馆（浙江乌镇）

展览名称:“木心美术馆十周年特展：贝多芬：英雄与”
展览日期:2025年5月3日至8月3日

展览看点:展览汇聚多家知名机构的珍贵藏品，包括四尊贝多芬雕像、版画、照片及贝多芬死亡面模等。1825年初版的《第九交响曲》乐谱本及八幅木刻板画也一起展出。众多贝多芬乐稿真迹首次亮相，如《奥菲尔之歌》《皇帝》钢琴协奏曲手稿等。贝多芬、歌德等人的亲笔信件亦在其中。《第五交响曲》《第六交响曲》《第九交响曲》乐谱初版印本等古董文献也与观众见面。这些展品全方位展现贝多芬的艺术成就与情感世界。

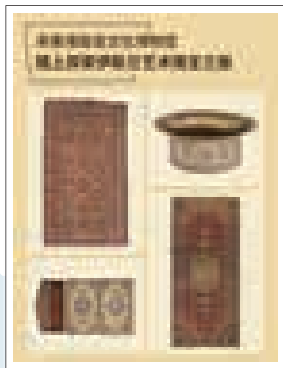
大湾区



海上世界文化艺术中心（深圳）

展览名称：“NovoTypoOffgrid自创艺展”
展览日期：2025年5月24日至9月21日

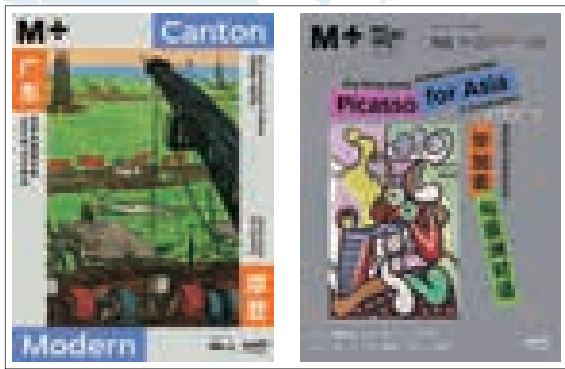
展览看点：作为首个被联合国教科文组织授予“设计之都”称号的中国城市，深圳以开放姿态拥抱全球设计思潮。海上世界文化艺术中心（SWCAC）呈现“Novo Typo Offgrid自创艺展”，展示国际著名字体设计大师马克·范·瓦格宁根团队的突破性实践。除此之外，作为深圳蛇口的艺术明珠，海上世界文化艺术中心将艺术展览与海滨旅游完美融合。这里汇聚了1979画廊、hiart space、万一空间、今格空间、荣宝斋深圳等多家知名艺术机构。漫步其中，既能欣赏到来自世界各地的精彩艺术展览，又能随时漫步至海滨，感受海风轻拂与波涛声声。



香港故宫文化博物馆

展览名称：“天方奇毯——伊斯兰与世界文明的交织”
展览日期：2025年6月18日至10月6日

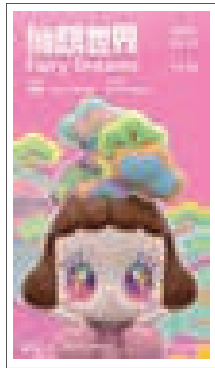
展览看点：香港首个聚焦伊斯兰和中华文明文化交流的展览，分为四个单元，展示了萨法维伊朗、莫卧儿印度和鄂图曼土耳其的艺术结晶，并追溯了自十世纪以来伊斯兰世界与中国之间的跨文化交流。展出约100件珍贵文物，包括地毯、瓷器、金属工艺品、彩绘手稿及玉器等，主要来自卡塔尔多哈伊斯兰艺术博物馆，同时也有故宫博物院和香港故宫文化博物馆的珍贵藏品。这些罕见珍品首次在香港展出，为观众呈现了不同文化交织的迷人故事。



香港M+ 美术馆

展览名称：“广东摩登：艺术与视觉文化，1900至1970年代”
展览日期：2025年6月28日至10月5日

展览看点：本次展览呈现20世纪广东艺术与视觉文化的复杂性及其重要地位，汇集200余件珍贵作品，不少为首次公开展出。展览分为“图像与现实”“身份与性别”“地方与国家”“平行世界”等四个主题单元。此外，还隆重推荐特别展览，香港赛马会呈献系列：毕加索——与亚洲对话，展览至7月13日。M+携手巴黎国立毕加索艺术馆，带来十多年来首个在香港举办的大型毕加索展览，以开创性视角首次审视毕加索对于亚洲历久弥新的影响力。展览展出超过60件毕加索真迹，与约130件M+藏品展开对话。



谢子龙影像艺术馆（长沙）

展览名称：“‘仙想世界’——张维个展”
展览日期：2025年5月24日至10月8日

展览看点：展览呈现艺术家张维全新创作的沉浸式跨媒介作品，构建融合东方哲思、童话幻想与治愈美学的梦幻宇宙。原创IP“仙想想”原型首次全面蜕变，以“小女孩原型”形象登场，展览汇集多种媒介形式，通过六大章节层层展开，引领观众走进幻想世界。



龙美术馆（重庆馆）

展览名称：“龙美术馆10周年特展50——90”
展览日期：2025年4月29日至8月3日

展览看点：展览从刘益谦、王薇夫妇收藏的全球当代艺术作品中，精选出了生于20世纪50年代至90年代的艺术家的佳作近90件呈现给公众。



A4美术馆（成都）

展览名称：“成都嘻哈 ChengduHipHop”
展览日期：2025年5月31日至8月10日

展览看点：A4美术馆（A4 Art Museum）推出全国首个大型嘻哈文化展览，震撼呈现嘻哈文化多元魅力。展览深度对话过去半个世纪的全球嘻哈文化，融合艺术、音乐、舞蹈、街头文化等形式，打造沉浸式体验空间。通过互动装置、经典影像、珍贵手稿等，展现嘻哈文化历史脉络与艺术价值。

结语：全国艺术宝藏众多，佳展如云，以上推荐只是冰山一角。从北国到江南，从沿海到内陆，各具特色的艺术展览等待着你去探寻。每座城市都有其独特的艺术气质与文化脉络，当你踏上旅途，不妨放慢脚步，用心感受当地的艺术气息，也许在转角处就能邂逅一场意外的艺术盛宴。
（编者注：票务信息请在官方渠道查询。编辑：胡安娜）

其他地区



君子伙伴 善行致远

工银私人银行“君子伙伴慈善信托服务”生态圈



工银私人银行“君子伙伴慈善服务”生态圈，充分发挥平台的聚焦和共享效应，集合集团内外资源，建立慈善项目库，开创性地打造基于银行端、客户端、信托端、项目端的慈善信托服务新生态。围绕私行客户需求，提供集合型、定制型、区域型等慈善信托综合顾问服务，让客户更放心、更省心做慈善，与客户共同推动社会财富向善。



见
生活筑

云南的东南西北中

以非物质文化遗产为标尺，制一份夏季云南旅游线路，让我们以楚雄为中心，在它的东西南北各选择一座城市，

大理崇圣寺三塔。
图/视觉中国

暑

期将至，出游如何选择？避暑抑或是拥抱炎热，北上还是南下？云南大概是一个可以让您避免纠结的选择，这里有热带风光，也有避暑佳处，还有四季如春的春城。

地理知识告诉我们，云南在祖国西南，但若说云南的中点是哪个城市，恐怕要打开地图看一看了。从地图上看云南的中点，大体在楚雄彝族自治州。让我们以楚雄为中心，在它的东西南北各选择一座城市，以非物质文化遗产为标尺，制一份夏季云南旅游线路。

首先，让我们从楚雄向东看——昆明。昆明，云南省会，闻名遐迩的春城，往往也是游人落地云南的第一站。孙髯翁撰写的大观楼长联中五百里奔眼底来的滇池，是昆明的招牌。不在滇池喂一次海鸥，简直算没来过昆明。西南联大和云南讲武堂旧址则为昆明涂上一抹厚重的历史底色。在西南联大毕业生汪曾祺笔下，昆明翠湖幽静闲适，为身处抗日战争紧张空气中的联

大师生，提供了一个放松身心的去处。现在来到昆明，依然可以到翠湖公园去体验一下昆明的市井文化，看看翩翩起舞的叔叔、阿姨，听听他们用低沉舒缓的昆明话聊一聊家长里短。这里还有硕大的荷叶、高耸的芦苇，足够您消磨半日时光。

汪曾祺还曾写过昆明的吃，过桥米线、汽锅鸡、饵块……昆明真是米线爱好者的天堂，各种吃法满足你对米线的所有遐想。当然还有近年火爆中秋节的云腿月饼和遍布大街小巷的菌子火锅店。如果赶上菌子上市的季节，一定要去昆明的菜市场逛逛，无数叫不上名字的菌子，仿佛打开新世界的大门。

说了不少，似乎偏离非物质文化遗产的主线，现在就言归正传。“马铃薯响来哟玉鸟儿唱，我陪阿诗玛回家乡。远远离开热布巴拉家，从此妈妈不忧伤，不忧伤”。听到电影《阿诗玛》中这句歌词，生于1950年代、1960年代的长辈们，要打开记忆闸门了。作为我国第一部彩色宽银幕立体声



昆明滇池的红嘴海鸥。
图/视觉中国

昆明石林彝族自治县小石林景区的阿诗玛石。图/IC

歌舞片，《阿诗玛》让无数人对云南自然风光和少数民族风情有了最初认识。杨丽坤主演的阿诗玛也成为多少人心中美的化身。

《阿诗玛》是云南彝族撒尼人的传统民间文学，也是昆明的国家级非物质文化遗产。故事讲的是，贫苦又美丽的姑娘阿诗玛和阿黑哥追求真爱，与地主热布巴拉斗争的浪漫神话故事。故事最后热布巴拉勾结崖神，趁阿诗玛和阿黑过河时，放洪水卷走了阿诗玛。十二崖子的应山歌姑娘救出阿诗玛并把她变成石峰和回声神。你呼唤她，她就用你呼唤的声音回答你。

阿诗玛最后化的石峰就在昆明石林彝族自治县小石林景区。石林彝族自治县的石林风景区是国家5A级风景区，包括大石林、小石林、步哨山、李子园箐和万年灵芝五个片区，是到昆明必玩的景点。

石林是纯灰岩剑状喀斯特的典型集中区，主要由浅灰色的纯灰岩和茅口组白云质灰岩构成。其中石峰呈现为剑状、柱状、塔状、蘑菇状等样式。用现在年轻人的说法，是可以出“人生照片”的地方。

在昆明吃吃逛逛之后，我们再到楚雄，这次向西看——大理白族自治州。金庸小说是70后、80后的最爱。爱金庸的人没有

谁不爱《天龙八部》。《天龙八部》中的家国情怀、兄弟情谊、爱情纠葛，牵动着读者心弦。《天龙八部》的宏大叙事中，不可少的是大理的旖旎风光。如今，大理依然用他独特的魅力吸引着无数游客，到大理开民宿也成为了文艺青年创业的首选项之一。徜徉在大理古城、洱海之滨，登苍山，观三塔，在蝴蝶泉边许下爱情誓言。品尝剑川八大碗、品味白族三道茶，还要和当地白族朋友一起过个“白族情人节”。

每年农历七月二十七剑川的石宝山歌会被称为白族的情人节。千年来，白族年轻人在石宝山歌会上，用歌声寻找伴侣。小伙子们弹起龙头三弦，唱着对姑娘的思念之情，这时如果有姑娘对小伙心有所属，便会回歌一首，一段美满姻缘或许就此开始。在歌会上，人们还会赛歌，用歌声打擂台。即兴创作的歌词，如果没有人能对上来，这位歌者便取得胜利。如果连战连捷，更会让歌会上所有人刮目相看。即便错过了七月二十七的歌会开幕也没关系，歌会会一直持续到八月初一，想看歌会盛况的朋友要规划好时间。

离开大理，再站在楚雄视角，这次向北看。楚雄的正北是四川攀枝花，不妨事，向西偏一点——丽江市。

丽江的名气不逊于大理，也是云南旅游的头牌。巍峨的玉龙雪山、碧波荡漾的泸沽湖、古老神秘的东巴文以及各种美味佳肴，不用我再废话，小红书上有太多攻略和无数美丽照片。我只说当身心俱已愉悦，准备打道回府时，总得带点丽江特产。鲜花饼、东巴纸，丽江还有一项列入国家级非物质文化遗产的银胎掐丝珐琅器，也是自用欣赏、馈赠亲友不错的选择。

掐丝珐琅器非中国原创，大约宋元之际自波斯地方传入中国，由于成器美观、制作繁复，受到宫廷重视。北京著名工艺品

“景泰蓝”就是掐丝珐琅器，“景泰蓝”这个名称过于有名，使人以为掐丝珐琅器始自明代，颜色都是蓝色，实则不然。

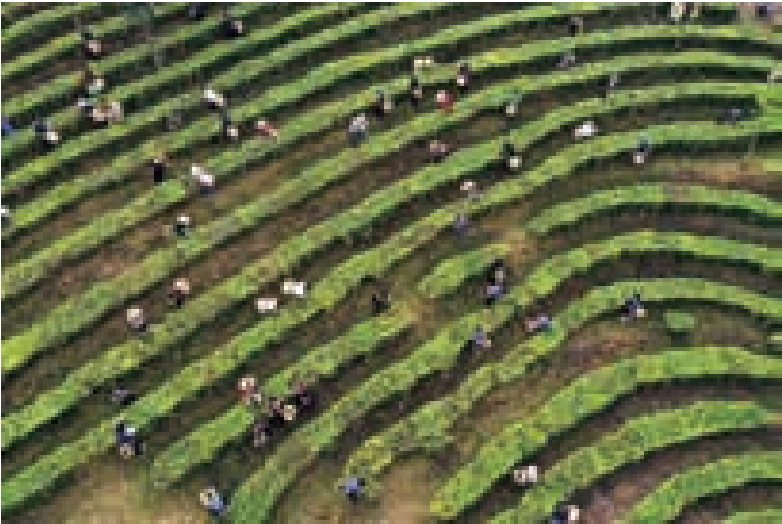
大理的掐丝珐琅器一般认为是元军攻破大理国时由北方传来，主要在丽江永胜县传承发展。永胜珐琅器与北京不同，北京珐琅器内胎往往选用铜胎，故也称为铜掐丝珐琅，而在永胜采用了更为贵重的银制作胎体，称为银胎掐丝珐琅。这也与云南是重要的银产区有关吧。

掐丝珐琅的制作，先用银制作出胎体，比如一只手镯、一个花瓶，在表面用银丝盘成中空的造型，依据图纸在中空处填入各种颜色的珐琅料。珐琅料由石英、硼砂等粉末混合而成，为呈现不同颜色，加入不同金属物质。填好珐琅料的器物经过烧制，冷却后可以呈现出玻璃状的质感和鲜艳的色彩。这两年珐琅器出炉冷却后异彩纷呈的视频，在各大视频网站着实火过一段，有兴趣的朋友可以找找看。早先永胜银胎掐丝珐琅器多是制作首饰，耳环、手镯一类，现在器型丰富，有酒具、茶具、首饰盒、摆件众多样式。

再回到楚雄，向它的南面走，就是普洱市。普洱市还有一个名字思茅，或者说普洱市曾经叫思茅。2007年思茅市更名为普洱市。既然以普洱为名，普洱市自然少不了普洱茶。普洱市宁洱哈尼族彝族自治县的普洱茶制作技艺（贡茶制作技艺），在2008年列入了第二批国家级非物质文化遗产。

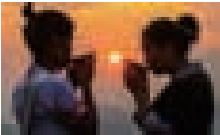
宁洱普洱茶制作技艺，是技艺也是当地千百年来形成的文化。每当采茶前，先要祭祀茶神，向茶神献礼后方可采摘。手工采摘的茶叶原料，经过杀青、揉晒、蒸、揉、压、定型、干燥、包装，才成了一饼普洱茶，不仅为茶客们品评，也成了具有金融属性的特殊产品。

在普洱旅游也少不了茶元素。景迈山



普洱市宁洱哈尼族彝族自治县的普洱茶（贡茶）开采节。图/新华

在普洱景迈山芒洪古寨品尝烤茶。图/新华



古茶林是进入“世界遗产”名录的景观。在这个由5片茶山、9个村寨组成的区域，您可以看到300多年的古茶树和布朗族、傣族村寨风情，当然也少不了一杯醇厚的普洱茶。在这里还可以遥想千年来，在茶马古道上，一路马铃叮当，马帮的汉子踏着风霜向我们走来。

再回到楚雄，这次不走了，火把节要到了，我们要载歌载舞，我们要痛饮美酒。

火把节是彝族等少数民族的传统节日。楚雄的彝族火把节是第一批全国非物质文化遗产。火把节在农历六月二十四日，古时也称为星回节。火，招引光明、迎接福瑞。在火把节这天，人们以火熏田，祈望消灭虫害、驱逐灾疫、五谷丰登。完成了祭祀仪式的人们沉浸在欢乐中，弹唱、跳舞、赛马、斗牛、射箭、摔跤、拔河、荡秋千……彻夜不眠，直到太阳再次将光明洒向人间。在这个彝族最重要的节日，每个来到楚雄的游客都能和彝族朋友们一样，感受着浓郁的节日氛围，由衷地快乐兴奋。

上面便是我的一份云南夏日旅游线路，这里只有云南的一鳞半爪，在这片土地上还有太多地方值得我们去看看、去尝尝、去感受。彩云之南必不虚此行。📍



丽江永胜珐琅彩银器。图/IC

丽江古城雪景。图/新华





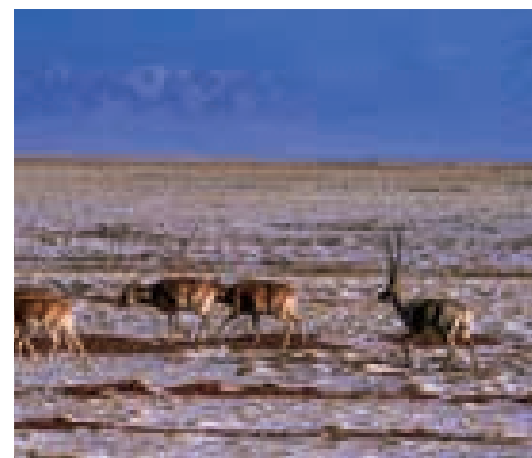
走进地球秘境三江源

文 / 郝耀华

欲了解、认识我国三大阶梯的地理生态特征，包括历史文化和现实状况，最好追溯江河的源头，完成“从山顶到海洋”的旅行和巡礼

当

你面对一幅凸凹不平的中国地貌图时，就会清晰地看到，我们中国的地势西高东低，呈三级阶梯状分布。处在第一阶梯上的青藏高原人烟稀少，不少区域设为了自然保护区；第二阶梯的主体是内蒙古高原、黄土高原和云贵



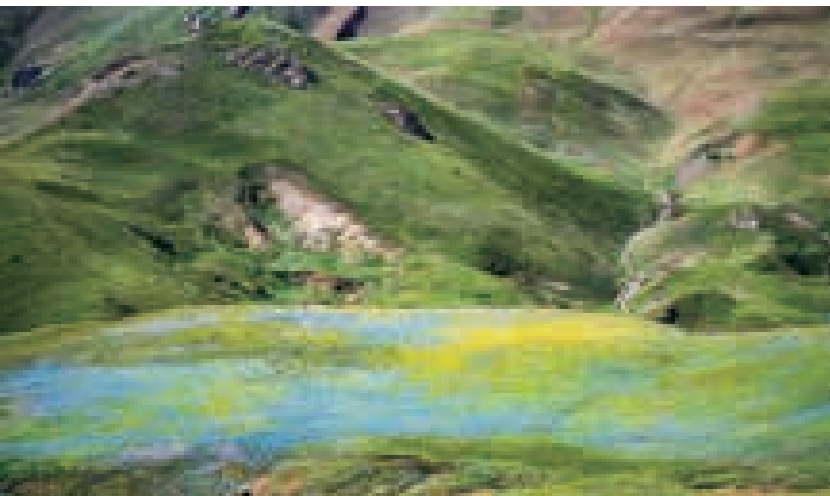
可可西里索南达杰保护站西北侧，12月份藏羚羊进入发情期时，正在追逐的藏羚羊小群繁殖群体。摄影/王方辰

左图：长江源头格拉丹东雪山的姜根迪如冰川全景。摄影/杨勇

高原，以及新疆范围内的大盆地；第三阶梯就是人口密集的东北、华北和长江中下游平原地区，包括其间的丘陵地带。最引人注目的高耸起的青藏高原，其平均海拔在4700米以上。在这个“世界屋脊”上还有天造地设的“中华水塔”，那就是位居五个首批国家公园之首的三江源。

我曾写过一首题为《三江源》的荒野诗——白色是三江之源的原色，铺着连绵的雪山，盖着沉睡的冰川。绿色是高原草甸的基色，浸透了这方土地，密密麻麻的脉管。一群藏羚羊站在通天河畔，远眺那挂在月牙上的云杉。无数小星星从星星海逸出水面，点燃了守护生灵的灯盏。佛光映着地球第三极的容颜，绿风吹着唐蕃古道上的经幡。水流涓涓，水花溅溅，带着大自然的馈赠，带着对母亲的眷恋。告别扎陵湖，流过可可西里古原，一路奔波着，叙说着文明的变迁。江河回望雪山冰川，游子梦游高原草甸。愿那雪白草绿，亘古永世不变……

是的，我对三江源有着一一种近乎崇拜的神圣情感，因为它是黄河、长江和澜沧江的源头，自然也是中华文明的源头。这里是我国高寒地区的生物种质资源库和生态系统的典型代表。欲了解、认识我国



上组图（由左向右）：
三江源地区的微孔草。图/新华

黄河源头约古宗列曲。图/视觉中国

三江源区通天河支流辫状水系。图/新华

三江源国家公园长江源园区曲麻莱县境内的通天河。图/新华



三大阶梯的地理生态特征，包括历史文化和现实状况，最好追溯江河的源头，完成“从山顶到海洋”的旅行和巡礼。

山地是形成江河的基础，多视角认识三江源，首先须了解一下这里的岩石圈。西北侧的昆仑山和南部的唐古拉山，从高空俯瞰就像一个倾斜的等号，将三江源夹在中间。流水经久不息地冲刷山体，冰川则在冰封雪裹中悄然镌刻着尖峰与深谷，二者交替施以自然魔力，令这片莽原沟壑纵横。它高而且厚，在地球整个岩石圈内，属于亚欧板块的青藏高原是最厚的部分。三江源国家公园所在区域最高峰海拔达到6600米，平均高程值也有4700多米。它是一座岩石砌筑的坚实塔基，稳稳地托起了“中华水塔”，形成了岩石圈之上的水圈。

置身于黄河正源卡日曲河和约古宗列曲，你会随着这九曲回肠般的天上之水，接受黄河文明的洗礼；来到长江的源头沱沱河，冰川融水清澈、透明，矗立于各拉丹东雪山之麓的“长江源碑”，如同长江文明史的一个凝固体“序言”，引导出源远流长且又博大精深的流域文化；澜沧江尚未正式定源，在其水系发达的源区，你会感恩大自然，这条贯穿南北的大江不仅造

福我国的大西南，还泽被东南亚广袤地区。从高空俯瞰，整个河源区的水系就像藏族姑娘的发辫一样，被地理学家形象地称为“辫状水系”。

【独特高寒生态系统】

依赖天赐之水系，山谷间、草甸上水草茂盛、物产丰美。其独特的高寒生态系统构成了别开生面的生命繁衍区，是许多动植物分布的边缘区和极限区，孕育了众多高原独有的生物物种。植物分布情况由东南向西北呈梯度变化，垂直分异明显，分布有唐古红景天、羽叶点地梅、水母雪兔子等国家重点保护野生植物。野生动物也非常丰富，拥有藏羚、野牦牛、雪豹等24种国家一级重点保护动物，以及岩羊、棕熊、藏原羚、猓猓等60种国家二级重点保护动物。

青藏高原的藏羚羊，与非洲大草原的角马、北极冰川的驯鹿一样，具有集体迁徙的习性，这三种有蹄类动物的大迁徙被称为“世界三大自然奇观”。每年5月到7月，上万只雌性藏羚羊从三江源出发，跋涉千里，与来自西藏羌塘和新疆阿尔金的

伙伴们一起，在可可西里的腹地卓乃湖产崽。科考团队长达十多年的跟踪监测表明，其迁徙行为深植于种群基因中的古老本能，源于长期进化过程中形成的生存优势，促使母藏羚羊遵循固定路线完成迁徙。近年来，随着三江源国家公园及周围保护区的建立，藏羚羊迁徙路线的研究与保护措施不断完善。卓乃湖等传统产崽地具有以下关键生态特征：可以补充钙、盐等有助于幼崽骨骼发育的微量元素；平坦草滩和冰

雪覆盖后的湿润环境适合产崽；产崽地水草丰茂，可满足哺乳期母羊的能量需求。这条迁徙之路，也是它们从濒临灭绝到再度活跃的逆袭之路，更是一条人与自然和谐共生的绿色发展之路！

三江源区曾是远离尘嚣的一方净土，然而随着全球气候变暖和人为干扰等诸多因素，冰川、雪山逐年萎缩，生态环境变得脆弱起来，特有的野生动植物濒临险境。雪豹是三江源国家公园生物多样性的旗舰



三江源国家公园黄河源园区的扎陵湖。图/新华

三江源国家公园长江源园区曲麻莱县境内的藏野驴。
图/新华



物种，也是山地生态系统是否健康的指示器。调查显示，这一区域栖息着上千只雪豹。本世纪初，为恢复并扩展高原野生动植物的生境、维护三江源生态系统的平衡，近十万原住民腾退出36万多平方公里的土地。这个了不起的大举动，显示着当代人在生态保护上的觉醒和智慧。

【 多样文化熠熠生辉 】

藏族同胞等世代生存于兹的原住民在雪域高原表现出“物我相合”的生态智慧，并创造出民族特色浓郁的江源文化，具有很高的价值。从广角视野看，出自三江源的三条大江河造就了广阔的陆地冲积平原，在为中华民族提供生存空间的同时，孕育了北方的黄河文明、南方的长江文明和西南地区的澜沧江文化；澜沧江还是中国与东南亚地区跨界交流的重要通道，黄河、长江入海的沿海地区，也是我国“海上丝绸之路”的出发地。三大流域是我国的文化遗产富集区，从这个意义上说，三江源也是文明之源。

黄河源头的约古宗列盆地藏语意为“炒青稞的锅”，它也是我国高海拔地区农

牧文明的一个象征。每逢藏历新年的第一天，藏人拂晓就起来在家里煨桑，更隆重的是去山顶和寺庙祭拜天地诸神。“桑”在藏语中的本意为净化之意，煨桑就是往火里投放松柏枝条、香草、藏红花等中药材，还会撒上青稞粒、糌粑、茶叶，当烟雾缭绕时，他们会兴高采烈地唱起民歌：“你点燃雪芭，我烧起糌粑……”用青稞祈福表明青稞不仅是原住民的主食，还具有宗教文化意义。传说中的格萨尔王曾当众唱道：“煨名贵柏桑之叶，祭四方神灵护法。”藏历五月十五也是传统的煨桑吉日。

三江源的文化多样性，在第三极上熠熠生辉。我最为关注的是高原生态文化和绿色风俗。在江源区流传的神话和民间故事里，常常有动物化身为人后与人相处等情节，表现了原住民对自然的敬畏与浪漫想象力。藏传佛教主张众生平等，认为世间万物皆有佛性。他们还认为神山神湖是神灵的居所，绝不能随意破坏。即使偶尔砍伐了神山上的树木，也会立即用土把树桩埋上，以祈求神灵的宽恕。传统信仰与现代环保理念相互交织，让生活在这里的牧民成为三江源的虔诚卫士。

新华社记者曲麻莱县曲麻河乡采访

时，时任乡长的尕塔带他来到措池村，地处黄河源区的这个村子村容整洁，看不到一丁点儿垃圾。尕塔告诉记者，可可西里是藏羚羊的“大产房”，它们真正的家园就在曲麻河乡的勒池草原。尕塔组织了一只60余人参加的藏羚羊义务护卫队，每年到了藏羚羊的迁徙期，护卫队员都会一路陪伴一路护送，以免它们被盗猎者和猛兽侵扰，帮助它们应对风云突变的极端气候。

上世纪80年代初，澳大利亚人乔治·米勒执导的电影《疯狂的麦克斯》续集上映。银幕上所呈现的是一个核战之后满目疮痍的世界，水被污染了，每一滴干净的水都成为残存生命争夺的目标。水本来是地球上最丰富的资源，占到地球表面的2/3以上。然而淡水资源分布并不均匀，降雨量差别很大，地球上1/4的人口生活在水资源贫乏地区，加上气候异变、江河断流，水污染严重，米勒影片的警告愈来愈具有现实意义。藏区的白塔凝聚着藏民的精神信仰，

同时也反映了藏传佛教尊崇自然的宇宙观，我们时常可以看到藏族信众围绕白塔诵经，乃至匍匐祈祷。纯洁的白塔与自然界的“水塔”之间，似乎有一种能够起到维系作用的精神纽带。显而易见：至高无上的“中华水塔”事关我国乃至亚洲的生态安全，保护三江源就是保护中华民族生存繁衍、永续发展的命脉！

最后，我想引用我在《三江探秘——三江源国家公园自然科普大全》“后记”中的一段话作结：“滔滔三江，不舍昼夜地奔流入海，体现了中华民族自强不息、百折不挠的品格，在惊涛骇浪中跃动着永不衰竭的中华魂。从山顶到海洋，也蕴含着志向远大、生生不息的文化内涵。保护三江源，不是一朝一夕的事情，必得如江河一般长流不绝，久久为功，以期真正实现人与自然和谐共生的崇高目标。”

（作者系“人与生物圈”中国国家委员会专家咨询委员、新华社高级记者）

在青海省果洛藏族自治州玛多县扎陵湖乡勒那村，三江源国家公园黄河源园区生态管护员在巡护。
图/新华



“君子伙伴慈善服务”生态圈 助力三江源生态保护



三江源位于青藏高原腹地，被誉为“中华水塔”，且三江源国家公园内特有珍稀动物分布范围广、种群数量大，野生哺乳类、鸟类物种多样化水平高，具有重要的生态价值。

玛可河是青海三江源国家级自然保护区保护分区之一，其地理位置独特，大面积的原始林区使得该地区物种资源较为丰富。

“青海省玛可河保护分区野生动物救助项目”就是致力于野生动物救助及救助能力升级和基础设施改造、促进生物多样性保护的救助项目。该项目也是首批被批准进入工银私人银行“君子伙伴慈善信托捐赠项目库”的项目之一，生态意义巨大。

在中国慈善法制体系建设加速推进、社会各界踊跃参与慈善事业的时代背景下，工银私人银行坚持守正创新，围绕客户慈善需求，积极发挥平台优势，持续优化服务生态、服务模式、服务场景、服务网络，逐步构建起具有行业引领效应的慈善服务新范式。荣获“2021-2022年度上海金融创新奖”“金臻奖·2024年度中国大陆最佳私人银行-最佳公益慈善服务奖”。

围绕客户不断丰富的慈善需求，工银私人银行汇聚政府部门、慈善组织、信托公司、资管机构等专业力量，携手合作伙伴创新构建“君子伙伴慈善服

务”生态圈，推进“金融+慈善”深度融合，实现客户“人企家社”的四维串联。2021年9月，首推永续集合型慈善信托服务平台——“君子伙伴慈善服务”平台，2023年3月，充分借鉴国际先进经验，联合合作机构升级推出国内首个捐赠人建议基金（DAF）模式慈善信托。截至目前，已形成了集合型慈善信托、定制型慈善信托、区域型慈善信托“三条路径”，支持个人、企业、家族信托、慈善基金会、金融产品等多主体捐赠模式，推动慈善服务生态建设迈上新台阶。

工银私人银行联合生态圈合作伙伴，共同建立了完善的底层慈善项目推荐及筛选机制。根据国家战略导向和客户需求变化，积极对接各地政府、慈善基金会，优选高质量慈善项目，建立君子伙伴慈善项目库，涵盖乡村振兴、环境保护、科教兴国、文化传承等重点领域。玛可河项目就是其中之一。

下阶段，为持续推动黄河流域生态保护，君子伙伴慈善服务将助力黄河上游千亩经济生态公益林建设，聚焦位于黄河上游和黄土高原向青藏高原过渡带重要生态安全屏障区的贵德县，通过协助当地政府建设高标准梨树经济林，加强黄河流域生态环境保护。项目建成后，经济林收益将由当地享受，对乡村振兴整体目标实现有着深远而又重大的意义。

ICBC 工银私人银行

君子伙伴 寰球同行

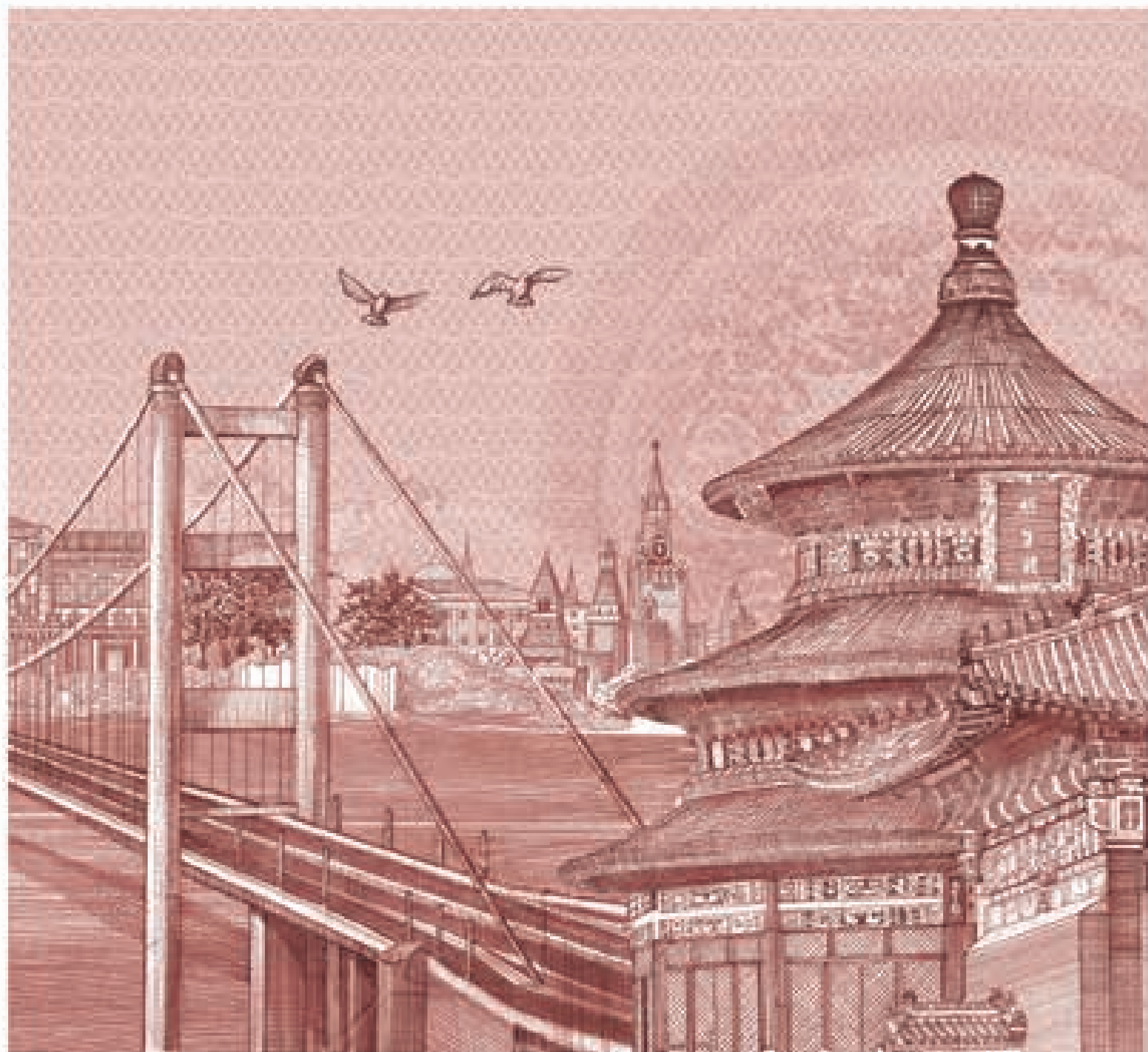


依托工银集团的全球布局，我行为您提供全方位、一站式服务，响应您在企业经营、子女留学、全球财富管理等领域专业服务需求。作为私人银行客户综合服务的重要组成部分，境内分行可根据您的需求联动我行境外机构，由其为您提供专业服务。

服务以“君子伙伴，寰球同行”为基本理念，寓意我们将与私人银行客户构建平等、信赖、共赢的伙伴同行关系，竭诚为客户迈向国际舞台助力，为客户的家企繁荣护航。

网站 www.icbc.com.cn 服务热线 95588

ICBC 中国工商银行



Your Global Partner.
Your Reliable Bank.
您的环球金融伙伴

www.icbc.com.cn



ICBC

中国工商银行

您身边的银行 可信赖的银行