

建行财富

China Construction Bank
Fortune



AI进行时

建行私人银行一客户专享刊物

2025年第2期 | 总165期

ISSN 1674-988X

9 771674 988253

02>

扫描二维码加官方微信



立春

正月初六

与AI共舞，启财富新篇章

站在时代的交汇点，我们正见证着一场深刻而广泛的变革。2025年，全球经济格局在科技革命与产业变革的浪潮中加速重塑，财富管理行业也迎来了全新的篇章。

随着全球经济环境的复杂化和不确定性增加，财富管理的定义正日益丰富，投资者的需求从单一的资产增值转向愈加多元化、综合化的财富规划。

在财富增长之时，高净值人群也将目光投向了更深远之处——财富与责任的深度融合，可持续投资、绿色金融和影响力投资正成为财富管理的重要组成部分。家族财富传承与治理也成为高净值人群的核心关切。

此外，高净值群体对财富管理的需求日益个性化。从税务规划、法律咨询到健康管理、教育规划，财富管理机构需要提供全方位、定制化的解决方案，以满足客户的多元化需求。

而在2025年被誉为“AGI（通用人工智能）”元年之时，人工智能（AI）在财富管理的新篇章中被寄予了更多的期待。高净值人群需求的多元化与AI技术的深度结合，为行业注入了无限可能。

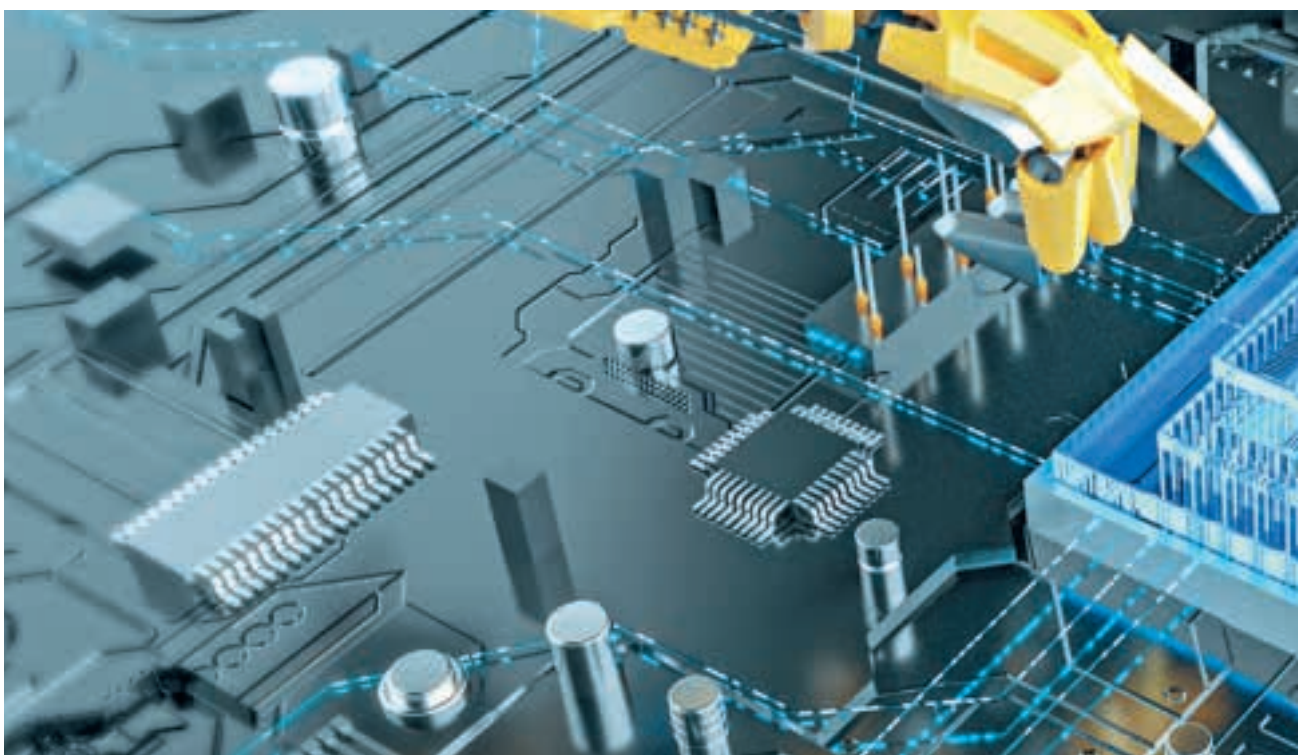
可以预见的是，财富顾问凭借其深厚的专业知识和人性化的服务，为客户提供情感支持与战略指导；而AI则通过数据分析和智能工具，提升决策的精准性与效率。这种“人机协同”的模式，将推动财富管理行业迈向更高的台阶。

蛇年已奔腾而至，财富管理的机遇正以恢弘之态绽放。无论是高净值群体的新需求，还是AI技术的赋能，都为我们描绘了一个充满无限可能与希望的未来。《建行财富》将一如既往关注财富管理最新动态，助力每一位客户开启财富新篇章，成就非凡未来！

《建行财富》编辑部

CONTENTS

目录



1 PROLOGUE 卷首语

与AI共舞，
启财富新篇章

5 VISION 宏观视野

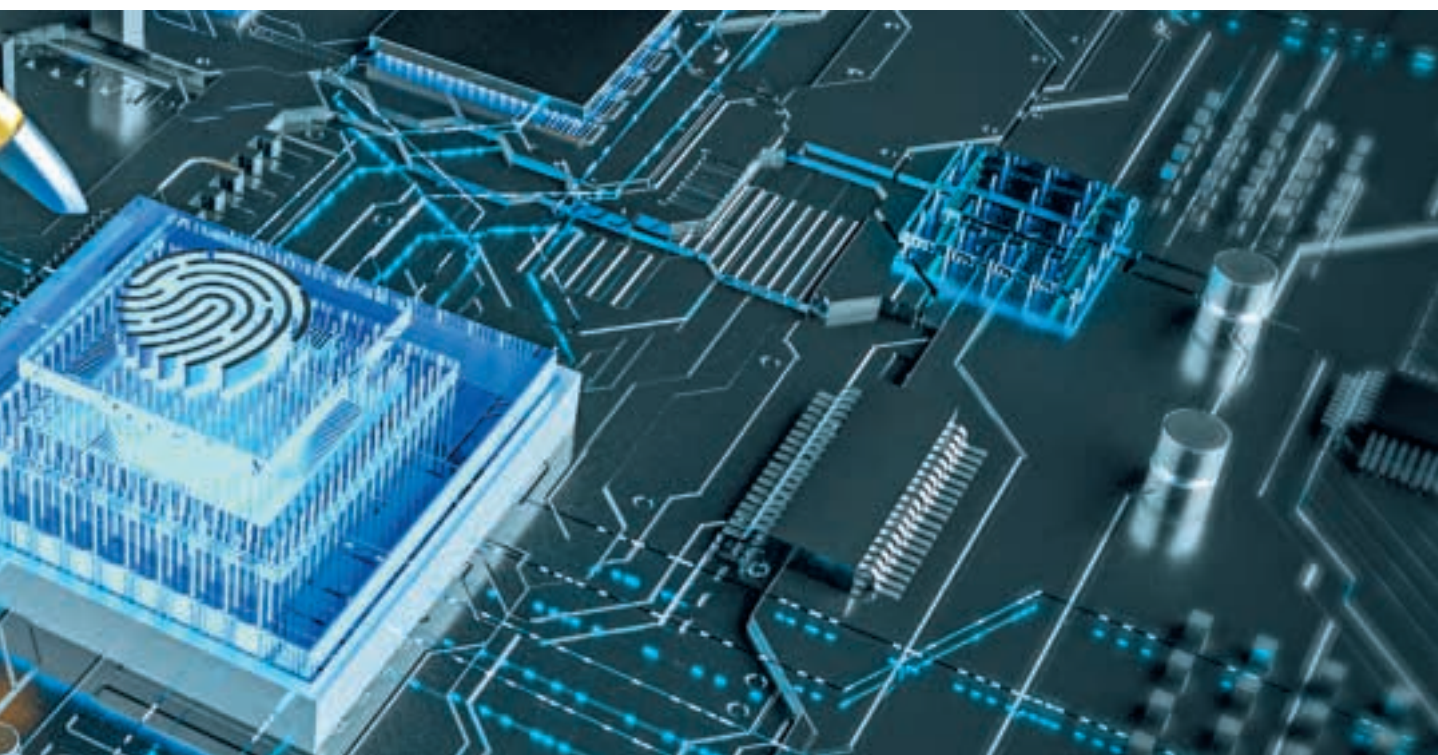
- 6 浓浓春节“烟火气”里，
大国经济韧性彰显
- 12 图解春节消费账单，
看内需潜力与经济活力
- 18 专访招银理财董事长吴润兵：
2025银行理财的机遇挑战与转型破局
- 22 中长期资金入市新政落地，
资本市场与宏观经济“双赢”共振

27 DYNAMICS 财富动向

- 28 DeepSeek惊艳亮相引资本追捧，
未来还将带来哪些机遇与挑战？
- 32 宇树科技引发市场热潮，
人形机器人何时能走进千家万户？



- 39 边缘AI迎来“高光时刻”，
人工智能如何触手可及？
- 43 由小红书意外爆火
看中国社媒出海新变



49 FORUM 财智论道

- 50 恒而思达刘彩霞：
银发产业非“概念经济”，
躬耕长期主义更需读懂本土需求
- 56 财富守攻传——
为爱筑堤 保险金信托守护婚前财产
建行家族办公室在公益慈善领域的实践
- 60 新消费时代：理解新趋势，把握新消费

65 PROSPECT 善建卓观

- 66 扎根黔贵大地，
建行贵阳私行助力客户绘就财富“新蓝图”
- 70 探秘苏州昆山私行中心：
“综合”和“特色”双驱动，
打造全方位金融服务体系

73 LIFESTYLE 格物私享

- 74 《哪吒之魔童闹海》：
东方美学的破界之战
- 80 赏金记 |
从权力符号到生活美学的千年嬗变



- 84 春日国潮养生之道：
静心调养，顺应四时

88 DIALOGUE 财富问答室

建行 财富

F O R T U N E
China Construction Bank

2025年第2期 总165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: 陈昕

副出版人: 胡萍

主编: 高婷婷

副主编: 姜玲

执行主编: 刘妙京

资深编辑: 张兆华

编辑: 吴广宇 杨洋 黄冀征

美术编辑: 黄雨薇 曹琼

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: 2025年2月

发行范围: 全国

全国定价: 0(赠阅)



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

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、东方 IC、站酷海洛(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。



宏观 视野

VISION

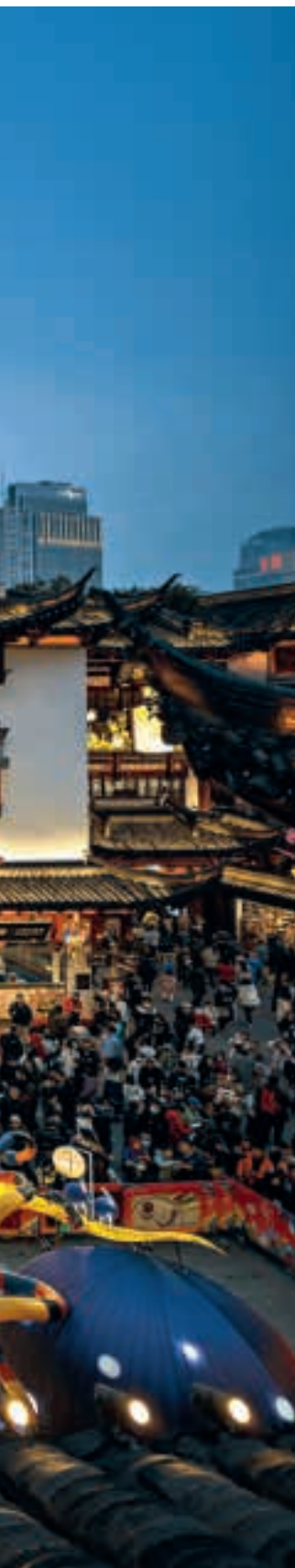
2025年春节期间，中国消费市场迎来“开门红”。商务部发布的春节消费数据显示，2025年春节期间，全国重点零售和餐饮企业销售额预计突破1.6万亿元，同比增长12%。

乙巳蛇年春节是“春节”申遗成功后的首个春节。在消费市场强势增长之时，消费升级的态势也愈发突出——消费者更加注重品质、体验和服务，个性化、多元化、定制化消费需求不断增长。这一抹“烟火气”，既是中国内生动力的直观体现，也是推动世界经济复苏的重要力量。

浓浓春节“烟火气”里，大国经济韧性彰显

文 | 王玉凤





新年伊始，中国消费市场迎来“开门红”，释放出澎湃的活力。据商务部商务大数据监测，2025年春节节日期间全国重点零售和餐饮企业销售额比去年同期增长4.1%，消费市场总体实现平稳开局。

数据背后折射出的是，这个春节，全国消费市场年味浓郁、人气高涨，各类活动丰富多彩，商品消费亮点突出，消费场景持续拓展创新。在哈尔滨，冰雪大世界璀璨晶莹的冰灯交相辉映，为寒冷的冬夜增添无限生机；江南水乡古镇的街巷张灯结彩，古色古香的建筑处处洋溢着浓厚的年节氛围；各地商圈更是人头攒动，摩肩接踵，展现出旺盛的消费活力。在这熙熙攘攘的热闹之中，一幅充满“烟火气”的经济画卷徐徐展开。浓浓的“烟火气”，不仅展现了十多亿人民对美好生活的向往，也让世界从这份热闹中读出了中国经济“稳中向好”的强劲信号——在全球经济的风云变幻中，中国正以独特的韧性和活力为世界注入了一股蓬勃的生机，展现出坚韧不拔的力量。

消费市场呈现爆发式增长

当前，全球经济正处于一个关键且复杂的十字路口——全球经济复苏动能不足，地缘政治复杂多变，又进一步加剧了全球经济的不稳定性。

不过，蛇年春节期间的中国消费市场以“开门红”的姿态，释放出经济复苏的活力和消费升级的信号。其中，消

费市场呈现爆发式增长，旅游、餐饮、电影等线下消费场景活力满满。经文化和旅游部数据中心测算，春节假期8天，全国国内出游5.01亿人次，同比增长5.9%；国内出游总花费6770.02亿元，同比增长7%。无疑，春节假期为全年旅游经济奠定了高开高走的坚实基础，有力提振了建设旅游强国和高质量发展的信心。

餐饮消费同样火爆，商务部重点监测餐饮企业营业额同比增长6.2%。一系列高品质国产电影的上映，也带动了观影热潮。据国家电影局统计，春节档（1月28日至2月4日）电影总票房95.1亿元，观影人次突破1.87亿，刷新了中国影史春节档票房和人次纪录。可以说，2025年春节档电影票房凭借多项历史性突破，为中国电影市场在新年伊始注入了强劲动力。电影的热映不仅带动了观影热潮，还催生了与影片相关的衍生品、食品及周边产品的销售热潮。

值得一提的是，乙巳蛇年春节是“春节”申遗成功后的首个春节。消费者对有着中华文化内涵和地域特色的精美文创产品、国潮年货等的消费热情大幅攀升。在某电商平台上，2025年货节（1月2日至22日）期间，各类文创节庆类产品日均成交额环比增长435%，非遗与生肖元素巧妙结合的文创产品成为大家争相购买的新奇年货。

拉动春节消费的新引擎

在消费市场强势增长之时，消费升

级的态势也愈发突出——消费者更加注重品质、体验和服务，个性化、多元化、定制化消费需求不断增长。零售企业绿色有机食品、高端服饰、金银珠宝等销售额快速增长，品质民宿、定制旅游等也受到热捧。

此外，新消费模式进一步蓬勃发展。直播电商、社群团购、即时零售等新模式为消费者带来了更加便捷、高效的购物体验，也进一步激发了消费活力，成为推动春节消费增长的新动力。直播间里，主播们热情洋溢地推介着各种年货，从特色美食到时尚服饰，从智能家电到文创产品，琳琅满目。社区邻里之间通过微信群、小程序等平台发起团购，既能享受优惠的价格，又能方便快捷地收货，这种购物模式也因此深受大众青睐。

春节期间，消费者对即时配送的需求激增，外卖平台、生鲜电商等即时零售平台纷纷推出“春节不打烊”服务，满足消费者节日期间的即时消费需求。据商务部数据，“2025全国网上年货节”活动期间，全国日均网上零售额同比增长6.2%，为节日经济再添一抹亮色。

春节消费的热潮激活了诸多产业链，激起的涟漪涉及各个相关行业，为经济增长注入了源源不断的活力。

冰雪运动攀向新高峰

春节期间，冰雪经济再次成为消费市场的亮点，展现出强劲的增长势头。哈尔滨冰雪大世界和亚布力滑雪场等



冰雪旅游目的地的热度创下历史新高，而刚闭幕不久的哈尔滨第九届亚洲冬季运动会（下称“亚冬会”）也为冰雪运动热潮注入了持久动力。

2024年12月21日，第二十六届哈尔滨冰雪大世界正式开园。用冰用雪量达30万立方米。园区内复现了亚奥理事会42个成员国和3个地区的标志性景观，成为历届呈现国家景观数量最多的一届。

据哈尔滨文旅局公布的最新数据，截至2025年2月11日，第二十六届哈尔滨冰雪大世界共运营52天，接待游客突破300万人次，创下最新纪录，为哈尔滨打造世界级冰雪旅游胜地和冰雪经济高地再添助力。

冰雪经济的魅力不仅仅体现在哈尔滨冰雪大世界。作为中国竞技滑雪



运动摇篮的亚布力，凭借其得天独厚的自然条件早已成为游客向往的冰雪胜地。多个平台数据显示，2月以来，“亚布力”已经成为热搜景区之一。

亚冬会的举办也为冰雪运动的火热添砖加瓦。亚冬会于2025年2月7日至2月14日举行，而据携程平台的数据，亚冬会期间哈尔滨入境游订单同比增长超210%。其中，哈尔滨冰雪大世界是游客青睐的重点景区之一。

新兴经济展现强劲活力

早在一两年前，哈尔滨因冰雪游爆火出圈被誉为2024开年第一个“顶流”城市之后，冰雪旅游市场就持续升温。

据中国旅游研究院日前发布的《中国冰雪旅游发展报告(2025)》，我国冰雪旅游市场进入提质增效的繁荣新阶段，展现出前所未有的活力，2024-2025冰雪季我国冰雪休闲旅游人次有望达5.2亿，旅游收入有望超过6300亿元。

不仅仅是景区迎来了“泼天富贵”，在冰雪旅游“热潮”滚烫之下，消费市场也焕发出强劲活力，周边诸多产业被迅速带动。哈尔滨及周边酒店预订量大幅攀升，特色民宿一房难求，餐饮店铺排起长队，旅游收入呈几何倍数增长。

在冰雪经济快速崛起之下，冰雪运动正从“小众爱好”转变为“大众潮流”，成为新的消费热点。未来，随着冰雪旅游、冰雪装备制造、冰雪培训等产业



的持续壮大，冰雪经济有望成为推动消费升级和经济高质量发展的重要动力。

不仅仅是冰雪经济大放异彩，2025年春节期间，其他众多新兴经济领域亦展现出强劲活力，共同点燃了消费市场的热情。

其中，绿色经济通过新能源车、环保年货等产品，满足了消费者对可持续生活方式的追求，成为春节购物清单中的新宠。数字经济在春节期间亦继续发力，直播电商、即时零售等新模式为消费者提供了便捷高效的购物体验，进

一步释放了线上消费潜力。与此同时，健康经济和银发经济顺应人们对健康的重视，推动了保健品、智能穿戴设备等健康类产品的热销……

全球经济格局中的中国力量

根据2024年12月举行的中央经济工作会议，“大力提振消费”位列2025年重点工作首位。而开年之后春节经济的火爆景象，有望为全年经济增长注入持续动力，推动各行各业在新的一年里




里实现高质量发展。

春节经济展现了中国发展模式的独特优势。在全球经济不稳定性加剧的背景下,中国通过扩大内需、促进消费,实现了经济平稳开局。这种以内循环为主体、内外循环相互促进的新发展格局,为全球经济治理提供了中国方案。

显然,春节经济火爆之下,中国经济内生动力之强劲一览无余——国内消费市场持续升级,创新驱动发展战略稳步推进,庞大的内需市场和完善的产业体系成为经济发展的坚实后盾。

强大的内生动力让中国经济在全球经济的惊涛骇浪中稳步前行,为世界经济的稳定与复苏注入了宝贵的确定性。

站在新的历史起点上,2025年春节的“烟火气”不仅温暖了无数中国人民,也为世界经济注入暖流。从冰雪经济的崛起到消费升级的推进,从内需市场的繁荣到全球影响力的提升,中国经济强大的韧性日益凸显。而这一抹“烟火气”,既是中国内生动力的直观体现,也是全球经济格局中“中国贡献”的生动注脚。

图解春节消费账单，看内需潜力与经济活力

2024年底，中央经济工作会议提出，“大力提振消费”位列2025年重点工作首位。话音刚落，今年的春节，消费市场就迎来了一场全方位的“开门红”：从旅游、电影票房到餐饮零售，再到冰雪经济和以旧换新政策等，多个领域呈现出强劲的增长势头，折射出中国经济的活力与韧性。

那么，有哪些账单记录了这些消费行为？这些账单反映了哪些消费升级趋势？又是如何折射出中国经济的蓬勃活力和巨大潜力？本文将通过六大关键词，深入解读2025年春节消费账单背后的趋势与变化。

春节消费热潮为餐饮业带来新机遇

据商务部商务大数据监测，春节假期前四天，

全国重点零售和餐饮企业销售额比去年同期增长 **5.4%**；

重点监测餐饮企业营业额同比增长 **5.1%**。



分析

民以食为天。“吃”无疑是中国春节的一大重要主题。

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬表示，春节假期的消费热潮，为餐饮行业带来了新的发展机遇，也为整体经济注入了活力。在消费升级、文旅融合等多重因素的推动下，2025年餐饮行业将迎来更为广阔的发展空

间，为经济增长持续贡献力量。

福州公孙策公关咨询有限公司合伙人詹军豪表示，2025年餐饮市场消费有望持续火热。一方面，随着人们生活水平的提高和消费观念的转变，消费者对餐饮品质、服务体验的要求不断提高；另一方面，文旅热为餐饮市场带来了新的机遇。

春节档电影票房创纪录

据网络平台数据，截至2月28日21时，

2025年2月总票房**160.83亿**，

刷新中国影史单月大盘票房、人次纪录，

其中，《哪吒之魔童闹海》2月票房超**123.19亿**，位居2月票房榜第一位，

《唐探1900》《封神第二部：战火西岐》分列二三位。



分析

这个春节，电影堪称服务消费中的最大亮点。为充分激发岁末年初电影市场消费活力，2024年底国家电影局启动全国电影惠民消费季，从2024年12月延续至2025年2月，覆盖贺岁、元旦、春节等重要电影档期，惠及全国电影观众，合计投入的观影消费补贴不少于6亿元。随后，广东、江苏、四川等省份纷纷推出本地电影惠民消费券，进一步激发了观影热情。

除了观影补贴的提振作用外，此次春节档票房表现强劲还得益于头部IP续作的热度以及影片类型的多元化。多个网络平台的数据

显示，《哪吒之魔童闹海》《唐探1900》《封神第二部：战火西岐》位列春节档票房前三位，头部效应明显。这些热门影片不仅票房表现亮眼，其衍生品开发也形成了巨大的市场。在部分购物平台上，服饰、文具、绘本、盲盒手办等衍生品上线即售罄，甚至带动了更长的产业链，如激光雕刻、3D打印、包装设计等相关产业的蓬勃发展。电影市场的火爆不仅丰富了节日生活，也进一步释放了春节假期的消费潜力，折射出服务消费升级的显著趋势，为经济增长注入了新的活力。

假期延长与消费升级共绘旅游新图景

根据 2025 年综合运输春运工作专班数据，

预计春运 40 天（2025 年 1 月 14 日至 2 月 22 日），

全社会跨区域人员流动量为 **90.25 亿** 人次。

其中，预计铁路客运量为 **51362.7 万** 人次，

公路人员流动量为 **839027 万** 人次，

水路客运量为 **3115.4 万** 人次，

民航客运量为 **9018.97 万** 人次。



分析

2024年12月，“春节”正式入选联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录，2025年春节成为申遗成功后的首个春节，且假期天数增加至8天，团聚属性与假期延长的双重效应使居民出行热情空前高涨，冰雪、避寒、非遗等主题成为旅游热点，休闲旅游需求持续释放，居民对体验型消费的支出意愿强劲，景区客流保持稳健增长，城市旅游需求尤为火热。

万联证券分析，假期延长有效释放了消费潜

力。在法定8天假期与“请2休11”弹性休假制度的政策叠加作用下，春节旅游市场从传统的“探亲型刚需”向“度假+探亲复合需求”转型。传统景区客流稳步增长，长线游仍以传统旅游城市为主，而选择周边游的游客更多是以自驾为出行方式。各地景区推出丰富多样的旅游产品，博物馆过大年成为热门选择，冰雪旅游持续升温，南下避寒旅游热度攀升，夜间文旅消费亮点频现，充分满足了游客多元化、个性化的需求。

冰雪经济崛起

据哈尔滨文旅消息，

第二十六届哈尔滨冰雪大世界于2024年12月21日开园，

2025年2月26日22时闭园，



历时**68**天累计接待游客**356万**人次。



其中，2025年2月1日（正月初四）单日接待游客数量突破**10万**人次，

创历届单日入园游客新纪录。



分析

冰雪经济以冰雪资源为依托，以冰雪运动为核心，通过与冰雪旅游、冰雪文化、冰雪装备等相关产业的深度融合，构建了一个覆盖面广、产业链长、附加值高的综合经济体系。

近年来，政策暖风不断，冰雪经济从快速成长转向高质量发展。2024年11月，国务院办公厅发布《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》，这一顶层设计文件为冰雪经济定调，将其明确为万亿

级赛道，进一步推动了产业的规范化、规模化发展。

国联民生证券表示，我国华北、东北、西北等北方地区处于北半球的“黄金冰雪旅游带”，是具有世界级开发潜力的冰雪资源集聚区。其中，黑龙江、吉林、辽宁、内蒙古、新疆等地冰雪资源与文旅资源空间组合良好，已经形成一定规模的冰雪经济产业链，正在释放示范引领效应。

以旧换新政策延续带动家电汽车等消费

据国家发展改革委, 2025年春节期间(1月28日至2月4日),

全国消费品以旧换新活动火热开展,

汽车、家电家居、手机等数码产品等以旧换新

销售量达到 **860万**台(套)、销售额超过 **310亿元**,

家电、手机销售收入同比大幅增长约 **166%、182%**。

有关电商平台数据显示,

在春节期间参与以旧换新补贴的家电和手机等数码产品中,

手机销售额占比近 **70%**。

商务部数据显示, 截至大年初三零时,

全国共收到2025年汽车以旧换新报废更新补贴申请 **5.7万**份。

分析

春节期间, 手机等数码产品消费引领形成“新年货潮”。

车市方面, 1月17日, 商务部等8部门印发《关于做好2025年汽车以旧换新工作的通知》, 扩大了报废旧车范围, 将符合条件的国四燃油乘用车纳入补贴范围。

太平洋证券表示, 以旧换新政策延续带

动春节家电消费, 头部企业表现或更佳, 预计政策延续之下, 头部企业有望凭借更强的品牌力、多品类布局及符合能效标准的高质量产品力而率先受益。

申万宏源证券首席经济学家赵伟提醒, 政策补贴之外, 消费设施场景建设、居民持续“减负增收”或是提振消费的关键。

春节在线消费预示电商市场将持续稳定增长

据商务部数据, 2025 年春节期间,

网上零售额以 **5.8%** 的同比增长率, 成为节日经济的亮点。

从快递业的数据看, 据国家邮政局权威发布,

2025 年春节期间(1月28日至2月4日),

全国范围内揽收的快递包裹数量达到 **11.45 亿**件, 同比增长 **31%**。

外卖行业也在春节期间迎来大批订单。

以叮咚买菜平台为例, 春节期间该平台水产销售同比增长 **3 倍**以上,

猪肉类商品整体销售也实现 **2 倍**的增长,

水果礼盒等销量更是大幅上涨 **60%**。



分析

有业内人士指出, 2025年春节线上电商的火爆表现, 不仅是对过去一年我国电商市场发展的有力证明, 更是对未来电商市场持续稳定增长的美好预示。随着消费者对线上购物体验的不断提升和电商平台的不断发展, 我国电商市场有望迎来更加繁荣的发展前景。

百联咨询创始人庄帅指出, 相较于“618”和“双11”的人工造节, 年货节属于中国传统消费节日, 具有独特的消费特征。春节是中国最重要的传统节日, 在春节前进行的年货采买属于全民参与的消费盛事, 用户规模比任何时候都要大, 平均客单价也会比其他大促高许多。建



专访吴润兵： 2025银行理财的机遇挑战与转型破局

文 | 罗曼瑜

吴润兵

现任招银理财董事长，拥有超过27年的金融行业经验，尤其在银行运营、理财业务创新及资管战略布局方面展现了卓越的领导力。

当前，全球经济格局正经历深刻变革，我国经济正处于转型升级的关键阶段。随着居民财富总量的不断攀升及财富结构的重塑，银行理财行业正站在一个全新的十字路口。

美国经济增长动力转换与货币政策的摇摆不定，持续影响着全球金融格局，我国亦受其波荡。招银理财董事长吴润兵深入剖析指出，于国内而言，居民财富积累引发的资产配置变革，

既是银行理财蓬勃发展的契机，也因低利率、净值化转型等因素使其深陷困境。银行理财机构唯有凭借精准的市场判断、创新的产品架构和卓越的投研服务，才能在复杂多变的经济浪潮中，驾驭风险，把握机遇，推动行业迈向新的发展高度，助力居民财富稳健增长。

美国经济政策风云： 全球涟漪中的理财外压之境

在全球经济格局深度调整的当下，各国经济联系愈发紧密，牵一发而动全身。美国经济作为全球经济的关键引擎，其运行态势及美联储货币政策的变动，如同蝴蝶振翅，在国际金融领域掀起波澜，对我国经济金融环境及居民财富配置格局产生着不容忽视的外溢效应。

2025年初，美国经济呈现出“增速放缓但仍具韧性”的复杂面貌。2024年四季度美国实际GDP年化季率初值为2.3%，低于预期的2.6%。消费支出成为支撑经济的重要力量，环比折年率达+4.2%，然而投资增速却显著下滑，环比折年率-5.6%，运输设备投资受波音罢工影响，降幅高达14%。与此同时，1月CPI同比升至3.0%，核心CPI同比3.3%，连续四个月反弹，能源、食品及核心服务分项价格全面上扬，“二次通胀”压力悄然浮现。

美联储货币政策随之进入“观望阶段”。1月议息会议决定暂停降息，

联邦基金利率维持在4.25%-4.50%区间。鲍威尔表示需审慎评估特朗普政策（如关税、移民政策）对通胀及经济的潜在影响，这使得市场对美联储年内降息预期从年初的2-3次大幅下调至1次，甚至可能维持利率不变，首次降息时间或推迟至9月。这种不确定性，围绕加息、加息暂停及缩表节奏的变动，成为全球金融市场波动的关键诱因，通过汇率、跨境资本流动及全球资产价格关联渠道，重塑着我国经济金融外部生态与居民财富国际配置版图。

我国居民财富格局重塑： 银行理财机遇与挑战并存

伴随我国经济长期稳健前行，居民财富总量持续攀升。据吴润兵透露，截至2024年6月末，个人投资者在全市场理财投资者中占比高达98.74%，其资金构成银行理财的坚实基础，凸显银行理财于居民财富管理体系的核心地位。过去数年，居民总资产以9.3%的五年年均复合增速稳步扩张，2023年已达718.2万亿元，为银行理财行业蓬勃发展孕育了肥沃土壤。

深入剖析居民资产配置结构，金融资产占比44.8%，与成熟资管市场相比存在显著差距，这一差距背后实则蕴含着巨大的结构优化潜力与金融市场发展机遇。尤其在房地产市场深度调整、财富增值功能趋缓之际，居民家庭资产配置重心加速

向金融资产转移，开启金融市场发展新篇章。

同期，居民存款规模持续上扬，2023年达137.9万亿元，较2018年近乎翻倍。在利率中枢下行趋势下，存款收益吸引力逐步减弱，居民财富迫切寻求收益与风险匹配更佳的再配置途径。银行理财产品凭借低风险、收益稳健特性，成为承接存款资金迁移的重要方向，为银行理财市场注入强大增长动力，迎来黄金发展机遇期。

吴润兵进一步指出，居民财富积累与理财意识觉醒，从总量与结构层面为理财行业带来双重利好，是推动银行理财市场发展的核心动力。然而，机遇与挑战如影随形。

一方面，在全球经济增速换挡、“低利率+资产荒”困境下，整体资产实际收益率下行，优质资产稀缺，理财产品获取理想收益难度剧增。传统投资领域回报空间压缩，新兴投资领域风险高企，银行理财投资团队在资产配置与决策过程中深陷困境，挖掘可持续收益来源成为棘手难题。

另一方面，银行理财主要面向风险偏好保守的零售客群，其对净值稳定性要求极高。截至2024年6月末，全市场二级（中低）及以下风险等级理财产品存续规模占比高达94.07%，充分彰显客户对本金安全与净值平稳的强烈诉求。但行业净值化转型大势要求产品净值如实反映市场波动，这一矛盾易引发客户焦虑误

解，对银行理财机构的投资者教育、投研及服务能力提出严苛挑战，机构需艰难探寻平衡客户收益预期与市场规律的路径。

低利率下产品结构重塑： 银行理财转型面临十字路口

面对低利率环境的持续影响，银行理财的产品结构势必将发生深刻变化。吴润兵表示，截至2024年6月末，全市场理财产品中固定收益类产品存续规模占比高达96.88%。但在低利率环境下，现金类、短债类、低波固收类等银行理财传统优势产品在中长期可能会受到冲击。

回顾日本资管市场低利率时代的演变历程，可为我国银行理财提供宝贵借鉴。自1990年日本经济泡沫破裂后，其资管市场格局历经多次剧烈变革。初期，权益市场大幅萎缩，债基顺势成为主流品种，债基占比在1990-1999年间从23.7%飙升至69.4%；步入2000-2009年，伴随十年国债利率降至1%左右，固收类基金规模急剧滑坡，短端货币基金首当其冲，至2009年末债基占比锐减至18.2%，而权益类占比则迅速蹿升，股基占比高达81.8%；2010年至今，在负利率与日元大幅贬值的双重夹击下，传统债基和货基近乎销声匿迹，截至2024年6月，债基占比仅6.7%，股基占比则高达93.3%。

在吴润兵看来，对标日本经验与我国理财市场现状，固收类业务虽短

期内仍将占据银行理财主导地位，但长远来看，权益类业务布局是突破发展瓶颈、提升竞争力的关键战略抉择。尽管当前权益类业务在银行理财领域占比极低且非传统强项，但积极探索契合银行理财特色的权益发展路径，对实现业务多元化、提升长期收益能力、增强市场适应性意义深远，是银行理财在低利率时代转型变革的必由之路。

居民大类资产配置趋势： 银行理财多元时代探索新航程

“展望2025年，全球经济形势不确定性加剧，或推高全球资产波动率。国内积极财政政策与宽松货币政策协同，有望带动债市延续牛市但下行节奏趋缓，权益市场亦迎来发展契机。”吴润兵说道。

在国内政策驱动下，债券市场“宽货币”政策促使短端利率下行，而经济修复节奏、外部环境变化等因素交织，使长端利率波动加剧，收益率曲线走陡，投资机遇与风险并存。对于银行理财而言，需精准洞察利率走势与信用风险变化，优化债券投资组合，在波动中寻求稳健收益。

权益市场方面，受益于财政政策发力、企业盈利修复以及居民风险偏好边际改善，有望走出慢牛行情。吴润兵强调，这将吸引居民在资产配置中适度提升权益资产的比重，银行理财机构也应顺势而为，在控制风

“展望2025年，
全球经济形势不确定性加剧，
或推高全球资产波动率。
国内积极财政政策与宽松货币政策协同，
有望带动债市延续牛市但下行节奏趋缓，
权益市场亦迎来发展契机。”

险的前提下，加强权益投资研究与布局，为投资者提供更具吸引力的权益类理财产品，助力居民分享经济增长红利。

此外，随着居民财富管理需求日趋多元及金融市场深度开放，另类投资、海外配置等领域关注度与参与度有望稳步提升。吴润兵建议，银行理财公司可凭借专业优势适度拓展业务边界，为投资者定制丰富多样的资产配置方案，满足不同风险收益偏好需求，在居民大类资产配置多元化进程中发挥引领支撑作用，开启财富管理新时代航程。

吴润兵强调，在2025年经济金融的复杂格局中，银行理财行业机遇与挑战交织。唯有深度洞察宏观经济形势、精准把握居民财富管理需求动态、积极推进产品结构优化与投资能力进阶，方能在激烈市场竞争中稳健前行，续写银行理财高质量发展篇章，守护居民财富保值增值，推动我国金融市场迈向成熟、高效、稳健新高度。



中长期资金入市新政落地， 资本市场与宏观经济“双赢”共振

文 | 王玉凤



新年伊始，证监会、财政部等多部门联合印发《关于推动中长期资金入市工作的实施方案》，从投资比例、考核周期、投资范围等多个维度大力推动中长期资金入市。

上述重磅政策一出台，就引发了市场的广泛关注与积极反响。宣布实施方案次日，A股三大指数集体高开，沪指涨0.75%，深成指涨0.95%，创业板涨1.15%，市场情绪显著提振。市场人士普遍认为，这一政策不仅将为资本市场注入“源头活水”，增强市场流动性和韧性，还将引导更多资金流向科技创新、绿色经济、高端制造等实体经济重点领域，助力经济高质量发展。

可以预见，随着政策的逐步落地，资本市场将在支持经济转型升级、推动高质量发展中发挥更加重要的作用。

资本市场迎来“源头活水”

证监会、财政部等多部门联合印发的《关于推动中长期资金入市工作的实施方案》，从具体投资比例、长周期考核、社保基金投资范围以及生态建设等方面细化了中长期资金入市的具体要求，重点引导商业保险资金、全国社会保障基金、基本养老保险基金、企业年金基金、公募基金等中长期资金进一步加大入市力度。

此次方案的要点归纳下来包括：一是提升实际投资比例，明确公募基金持有A股流通市值未来三年每年至少增长10%。对商业保险资金，力争大型

国有保险公司从2025年起每年新增保费的30%用于投资A股。二是延长了考核周期,进一步提出公募基金、国有商业保险公司、基本养老保险基金、年金基金等都要全面建立实施三年以上长周期考核,大幅降低国有商业保险公司当年度经营指标考核权重,细化明确全国社保基金五年以上长周期考核安排。三是进一步巩固形成了落实增量政策的合力。多部门紧密协同配合,共同推进形成了上述政策举措,在后续落实过程中,也将继续加强沟通协作,强化跟踪问效。

市场分析人士称,当前公募基金、保险资金、社保基金、养老金及企业年金等中长期资金在A股市场的投资规模尚存增长潜力。积极推动这些中长期资金进入股市,不仅能够为A股市场持续注入稳定的资金流,而且有助于改善投资者结构,提高机构投资者的比重,从而减少市场短期内的非理性波动,增强市场的内在稳定性。此外,中长期资金的长周期考核机制,从制度上引导资金投向那些具备长远发展潜力的优质企业,这不仅促进了资本市场资源的合理分配,也为A股市场实现长期稳定的“慢牛”走势提供了坚实的基础。

此外,该方案还允许机构投资者以战略投资者的身份参与上市公司定向增发,充分发挥耐心资本的长期性和稳定性优势。这一机制不仅有助于推动企业长期价值的提升,还能进一步完善“长钱长投”的制度环境,强化资金的长期属性与稳定性,同时增强市场整



体稳定性和抗风险能力,有效降低市场波动。

外界普遍认为,中长期资金入市不仅是资金层面的变化,更是资本市场生态的重塑。通过建立长周期考核机制,培育机构投资者的“长线投资”理念,才能真正推动长期价值投资的实现,为资本市场的健康发展奠定坚实基础。



与诸多政策合力促进经济增长

事实上，推动中长期资金入市的意义不仅在于完善资本市场投融资功能的协调性，更在于提升资本市场服务实体经济的能力——通过价格信号引导资源向新质生产力集聚，推动资金流向科技创新、绿色经济等重点领域，促进经济结构优化升级，从而更好地支

持实体经济发展。即，以资本市场改革为“先锋”，与促消费、稳投资、强产业等政策协同发力，充分激发居民和企业的积极性，进而为稳定经济增长提供有力支撑。

具体而言，2024年，我国消费结构持续优化升级，呈现出“多点开花”的鲜明特征。首先，出行、文旅等服务消费表现活跃，顺应了居民消费从商品

消费向服务消费升级的趋势；其次，在“以旧换新”政策的推动下，家电、汽车、家装等产品销售持续升温；最后，县域消费市场蓬勃发展，下沉趋势明显等。

而在2024年年底，中央经济工作会议更是将“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”放在2025年经济工作重点任务的首位。可以预见，2025年，在全方位支持政策的推动下，消费复苏势头将进一步增强，内需改善或将成为经济增长的重要支撑。从二级市场来看，消费板块也有望迎来业绩与估值的双重提升，2025年或将成为消费领域的“大年”。

与此同时，在更加积极的财政政策和适度宽松的货币政策的协同推动下，基建和房地产投资增速有望回升，而新质生产力的发展将进一步推动制造业投资向好。此次中长期资金的入市也为投资注入了新动能，政策通过提升权益类基金的规模和占比，进一步优化了资本市场的投资生态。


为全球经济复苏注入坚实的中国力量

拉动经济增长的“三驾马车”除了消费与投资，还有出口。2024年，中国对外开放水平稳步提升，外贸进出口保持较快增长。据海关总署公布的数据，2024年，中国进出口总值达到43.85万亿元人民币，同比增长5%，规模再创历史新高，我国作为货物贸易第一大国的地位更加稳固。尤为值得一提的是，在我

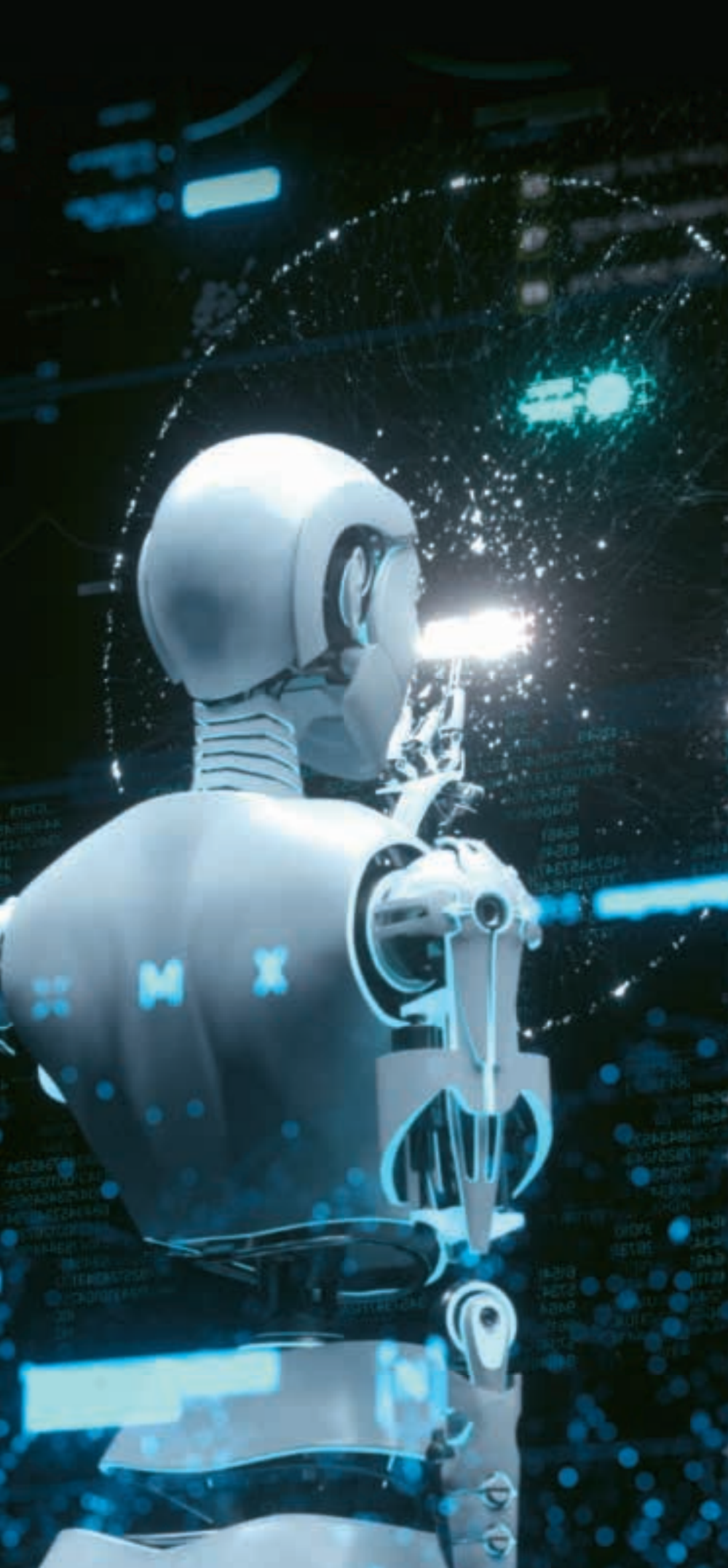
国外贸保持稳定增长之时，高附加值产品和服务贸易更是取得了积极进展，进一步优化了出口结构。

当前，在中国出口的转型升级进程中，“新三样”已成为一张亮眼的新名片。据海关总署公布的最新数据，2024年前三季度，我国出口电动汽车、锂电池和光伏产品达7578.3亿元，占我国出口总值的4.1%。“新三样”出口市场遍及200多个国家和地区，在全球受到广泛欢迎。

而此次中长期资金的入市，将为科技创新和产业升级提供有力支持，从而显著提升我国出口产品的国际竞争力。例如，AI硬科技和绿色经济领域投资的加大，将加速高端制造业和新能源产品的出口增长。在我国出口保持质量提升、规模稳定的良好态势下，2025年，后续政策有望持续加码，进一步培育和壮大中国经济的新增长点，为全球经济注入更多稳定动能。

显然，中长期资金的入市将为宏观经济带来深远而多维的影响。在消费升级、科技创新、绿色转型以及政策支持等多重动能的协同推动下，2025年推动经济持续向好的积极因素正加速汇聚与壮大。这不仅将进一步提升中国经济在全球经济版图中的核心地位，更将为全球经济复苏注入坚实的中国力量，谱写中国引领全球发展的崭新篇章。

(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。)



财富 动向

DYNAMICS

开年以来，以DeepSeek为代表的人工智能技术突破，在全球范围内掀起新一轮经济热潮。这场由AI驱动的产业变革，正在重塑全球经济格局，催生新质生产力，为经济发展注入强劲动能，它显著提升了各行业的生产效率这些应用场景的落地，直接推动了企业效益的提升。AI技术的商业化应用，正在激活新的经济增长点。

DeepSeek引领的AI热潮，标志着人类社会正加速迈向智能时代。随着AI技术的持续突破和应用深化，其引发的经济热潮必将持续升温，为全球经济复苏和长期增长提供新动能。

Deep

DeepSeek惊艳亮相引资本追捧，未来还将带来哪些机遇与挑战？

从中长期来看，当前AI产业链各环节利好不断，AI板块主线地位将进一步巩固。
文 | 刘常源

近期，A股市场的神经被一股神秘力量牵动。DeepSeek，这颗由幻方量化培育出的AI新星，凭借“低成本、高性能、开源生态”这三把利刃，在全球AI竞争的激烈格局中成功打开突破口。

在备受瞩目的达沃斯论坛上，微软CEO萨蒂亚·纳德拉与Scale AI创始人亚历山大·王的发言，让DeepSeek瞬间成为焦点。其中，亚历山大·王直言，DeepSeek开发的模型已与美国最顶尖的模型不相上下。

当下，从新能源汽车轻量化设计到企业智能办公系统，从医疗影像分析

到家庭智能终端，人工智能的技术触角正快速向现代社会的肌理渗透。这场由算法驱动的产业变革，不仅重塑了资本市场的估值逻辑，还在潜移默化中改变着人们的生活方式。

技术突围 以算法革命重塑 AI 发展模式

DeepSeek的惊艳亮相，归根结底是算法与工程化能力的重大突破。与OpenAI等模型依靠数亿美元高昂训练成本来实现发展的“大力出奇迹”

Seek

模式不同，DeepSeek借助稀疏注意力机制（MLA）、群体相对策略优化（GRPO）算法以及开源生态构建这三项核心技术，实现了“小力出奇迹”的颠覆性创新。

此前，许多AI模型的强化依赖于人类反馈，但人类的认知和精力有限，难以对AI的所有内容进行全面反馈。2024年9月，OpenAI发布了首个推理模型——o1模型，该模型能够不依赖人类反馈，自主进行推理和强化。然而，OpenAI采用闭源模式，并未公布o1模型自我强化算法的具体细节，且每月200美元的订阅费用让多数消费者望而却步。

OpenAI筑起的技术壁垒与高额收费门槛，反而凸显了DeepSeek的颠覆价值。

在算法方面，DeepSeek运用“群体相对策略优化（GRPO）”算法，使

模型通过自我博弈提升推理能力。在数学竞赛题解答、代码生成等任务中，DeepSeek的表现超越了GPT-4o等顶尖闭源模型。这种去人工化的训练模式，标志着AI迈向“自主进化”的新阶段。

更关键的是，DeepSeek将模型权重、训练方法、技术报告全部开源，允许开发者自由修改和商用。加州大学伯克利团队仅花费450美元算力，就复现出接近OpenAI o1水平的模型；斯坦福大学和华盛顿大学的人工智能研究人员，更是仅用不到50美元的云计算费用，便成功训练出具备“推理”能力的人工智能模型。这一举措极大地降低了中小企业在AI研发方面的门槛，逐步打破了硅谷巨头构建的闭源生态壁垒。

此外，DeepSeek“用智不用力”的设计理念，使其能够在RTX3090等消

费级显卡上运行，彻底打破了算力垄断的局面。

传统模型依赖密集注意力机制，推理时需调用全部参数，导致显存占用与参数规模呈指数级增长。而DeepSeek独创的稀疏注意力机制，通过压缩关键信息流，仅激活5%-10%的参数参与计算，将模型推理的训练成本降至OpenAI的1/100。

DeepSeek的崛起引发了一系列连锁反应，英伟达市值单日蒸发近6000亿美元，Cerebras等推理芯片新兴企业市值翻倍。

资本博弈

AI 板块有望持续保持活跃

DeepSeek一鸣惊人，中美科技股的估值差距逐渐缩小。随着以DeepSeek为代表的国内科技创新力量的崛起，中国科技资产的价值重估空间有望进一步拓展，资本市场的结构性投资机会也将不断增加。

在国内二级市场，DeepSeek的技术红利迅速引发资本市场的热烈反应。2025年春节后，A股DeepSeek概念指数累计上涨35%，并行科技、每日互动等30多只股票涨停。这场资本盛宴的背后，是市场对技术路线与商业模式的重新审视和定价。

兴业证券分析指出，春节以来，国内AI产业链各环节不断迎来重大利好，产业发展故事持续更新，推动行情持续活跃并屡创新高。目前，已形成一

个上中下游全产业链受益，且有望加速向各个应用场景拓展的良性循环，产业发展趋势愈发清晰。

在AI应用方面，各大云服务商、运营商、金融机构、大型企业、政务平台等纷纷加速接入。随着DeepSeek助力AI实现技术平权，AI应用落地的门槛大幅降低，将推动各行业AI渗透率不断提升，更多垂直领域的应用也将加速推出。


从中长期来看，在当前AI产业链各环节利好不断、产业发展前景持续向好，且后续仍有众多积极因素支撑的情况下，AI板块有望持续保持活跃，其主线地位将进一步巩固。在产业发展逻辑和政策环境的双重支持下，AI板块有望突破短期交易过热带来的压力，继续成为市场中长期关注的核心投资方向。

不过，需要警惕概念股泡沫与技术迭代风险。尽管DeepSeek点燃了市场热情，但部分相关标的存在“伪概念”风险。一些公司已明确否认与DeepSeek有合作关系，但其股价仍被游资炒作推高。此外，OpenAI即将推出的GPT-5以及特斯拉FSD进入中国市场，可能引发技术路线被替代的风险。

深入挖掘

技术转化中也会有确定性投资机会

在资本与技术狂欢的表象之下，DeepSeek的广泛应用正引发一场悄无声息却影响深远的文明范式转变。这



场变革已超越了单纯的技术工具范畴，成为重塑社会运行底层逻辑的重要力量——它打破了传统行业的固有架构，重构了人机交互模式，在一定程度上改变了人类认知世界的方式。


在制造业领域，劳动生产力的“新摩尔定律”或许正在悄然形成。据了解，由DeepSeek驱动的智能优化系统可使生产线效率提升40%以上。这种依靠算法实现的效率提升，正在削弱传统劳动力成本优势，推动全球产业链价值中枢上移。

在教育领域，DeepSeek-Chat的思维链展示功能，让复杂的推理过程变得可视化，一场针对数字原住民的“认知革命”即将到来。这种“认知增强”效应，正在重塑知识传播的方式。

在智能生活领域，从智能家居的

语音控制，到城市交通的实时优化，DeepSeek正将物理世界转化为可计算的数字信息流。这种“液态化”的社会形态，正在重新构建人、机器与环境之间的交互模式。

此外，尽管DeepSeek降低了AI应用的门槛，但算法偏见、数据隐私等问题依然严峻，在部分领域还暴露出技术通用性不足的问题。如何在获取技术红利的同时，履行好社会责任，将是决定AI文明价值的关键所在。

DeepSeek的崛起，本质上是算法开源与工程创新协同发展的成果。对投资者而言，与其盲目追逐短期概念，不如深入挖掘技术转化带来的确定性投资机会；对于普通大众来说，积极拥抱这场悄然而至的智能革命，或许是把握未来发展机遇的关键抉择。

宇树科技引发市场热潮， 人形机器人何时能 走进千家万户？

文 | 吴鸿森

2025年春晚舞台上，宇树科技的人形机器人精彩亮相。它们整齐划一地舞动身姿，表演了一段极具传统特色的扭秧歌，灵动流畅的肢体动作瞬间成为全场焦点。

实际上，这并非宇树科技的机器人首次登上春晚。早在2021年牛年春晚，其研发的四足机器狗“犇犇”就

已登台。与之相比，此次人形机器人受关注度明显更高。这种人形机器人不仅能更好地适应人类生活环境、满足多样化任务需求，还显著提升了机器人的社会接受度与应用价值，给观众带来了更为震撼的视觉冲击和认知体验。

宇树科技的爆火，背后是人形机



器人崭新时代的到来。在2025年的CES展会上，马斯克透露，Optimus将在2024年底至2025年初进行“重大的硬件改版”，并计划于2025年进入限量生产阶段。

对于前沿科技而言，“量产”意义非凡，往往预示着广阔的市场即将开启。市场普遍将2025年视为人形机器

人的商业化元年。高盛报告显示，到2035年，全球人形机器人市场规模有望达到380亿美元。

眺望科技的海平线，当前人形机器人技术发展到什么程度了？会在哪些场景改变人们的日常生活？何时能真正走进千家万户？让我们一同探寻人形机器人的发展现状。

“大脑”与“小脑”的技术协同

曾经，人形机器人是高端实验室的专属“奢侈品”，如今，它们正逐步走进工厂、物流、医疗领域，甚至人类家庭。

2月22日，美国人形机器人独角兽企业Figure AI推出具身智能模型Helix，展示了这款人形机器人的卓越性能及高效精准。演示过程中，人形机器人能将感知与人类语言理解有效融合。当收到“整理杂物”的指令后，两台机器人迅速分析语音内容，经过系统推理，准确识别并分类鸡蛋、牛奶、番茄酱等物品，随后整齐地放入冰箱冷藏。

在执行任务时，两台人形机器人配

合默契，相互理解、彼此协助。它们传递物品时相互接触的画面，被网友们截图定格，成为人形机器人发展历程中的经典瞬间。

人形机器人的逻辑架构由“大脑”“小脑”和肢体构成。肢体即构成机器人“人形”外观的零部件结构体，易于理解。而“大脑”和“小脑”的划分，并非完全参照人类大小脑的工作原理，更多是基于应对现实物理世界问题的策略。

其中，“大脑”负责感知外界环境，模拟人类思维进行决策，主要职能包括环境理解、智能交互与认知推理，其发展依赖机器视觉和大语言模型的进



步。“小脑”则主要承担运动控制、路径规划和步态平衡等任务，模仿生物实现复杂运动控制。

目前，多种传感器技术融合取得显著成果。激光雷达能实时构建周围环境的三维地图，为机器人精准定位，助其明晰自身位置与周围障碍物分布；摄像头借助先进图像识别算法，可准确识别物体、人物和各类场景特征。

语音识别技术也日益成熟。人形机器人具备强大的语音指令理解能力，无论是嘈杂的工厂车间，还是多人交谈的家庭客厅，都能精准捕捉关键信息并迅速回应。随着以DeepSeek为代表的大模型蓬勃发展，人形机器人“大脑”的智力水平飞速提升。

相较之下，提升“小脑”的灵巧操作能力成为当务之急。关节驱动系统作为机器人运动的核心部件，高性能电机和传动装置的不断涌现，使人形机器人的关节运动更加平稳、灵活，能快速切换动作、调整姿态。运动规划算法的优化，也让机器人在行动前可迅速规划出最优路径。

然而，受限于灵巧操作软件泛化能力较弱，人形机器人“小脑”在面对复杂新场景时仍显不足。简单来说，它们在熟悉的场景和任务中表现尚可，但遇到新情况时，适应能力较差。国金证券机械行业首席分析师满在朋认为，当下硬件生产制造已不再是制约人形机器人发展的主要因素，软件算法的进步才是提升其自主能力、拓展应用场景的关键。

从 B 端到 C 端的应用场景拓展

罗马并非一日建成，尽管人形机器人要完美融入各类生活场景仍有很长的路要走，但这并未降低人们对它的期待。

2025年，人形机器人引发了广泛的舆论关注。在今年的CES展会上，马斯克公布了Optimus的量产计划。按照特斯拉的规划，2025年将生产数千台Optimus（擎天柱）人形机器人，首先在特斯拉工厂进行测试。若进展顺利，2026年产量将提升至10倍，约5万-10万台，2027年预计进一步增至50万台左右。

马斯克关于人形机器人大规模量产的消息，在行业内引起轰动，也加快了人形机器人走进人们生活的步伐。不过，起初这一消息主要在机器人研发领域传播，真正让人形机器人概念破圈的，是宇树科技在央视春晚上的精彩展示。

宇树科技人形机器人的扭秧歌表演，引发了大众对人形机器人的热烈讨论和无限遐想。在大众的密切关注下，人形机器人丰富多样的应用场景逐渐展现在人们眼前。

场景的复杂程度决定了对人形机器人运动控制能力的要求。按照运动控制能力需求从弱到强排序，依次为工业制造、商用服务、极端作业和家用服务。人形机器人通常会率先在工业制造场景应用，积累经验后，最终走向家庭服务场景。高盛预测，

人形机器人最早于2024-2027年在工厂投入使用，2028-2031年进入消费市场。

工业制造场景以单一、重复性工作为主，这使其成为人形机器人最易落地应用的场景，也为人形机器人提供了获取高质量训练数据的机会。目前，特斯拉Optimus、优必选WalkerS等已在汽车工厂“上岗”，负责搬运、质检等重复性工作。

在餐饮快消、旅游/展馆、教育科研、医疗服务等商用服务领域，人形机器人的落地速度也不断加快。这些领域注重智能交互和替代人工培训环节，人形机器人无需复杂培训即可直接上岗，在小范围可控环境中能完成少量复杂任务，目前已在展览讲解、科研场景实现应用。

极端作业场景和家用服务场景，是人形机器人需要重点突破的领域。这两个场景具有细分场景环境差异大、非标准化的特点，对机器人在高随机性、复杂性场景下的运动控制能力要求极高，在某一特定特种场景下的训练成果很难应用到其他场景。

目前，Figure AI推出的具身智能模型Helix虽已能完成简单的厨房杂物归类，但距离完成更复杂的任务仍有差距。不过，随着算法技术持续优化，以及在工业、商用场景积累的经验不断增多，人形机器人从B端迈向C端是大势所趋。

走入万家前的成本控制难题

打开C端市场是人形机器人未来发展的必经之路。然而，看似炫酷的人形机器人背后却是个“烧钱”的无底洞。

国际上，以特斯拉Optimus为例，现阶段仅硬件成本就高达约46万元，还未算上研发、软件等费用。波士顿动力的Atlas机器人，能完成空翻、跑酷等高难度动作，但其制造成本预估达200万美元。在国内，尽管我国工业产品以低成本著称，但宇树科技基础款Unitree G1起售价为9.9万元，全尺寸纯电动机器人H1单台售价更是高达65万元。高昂的价格，成为人形机器人走进普通家庭的巨大障碍。

人形机器人的高额成本主要集中在硬件和软件两大板块，其中硬件成本占比极高。人形机器人的关键结构包括感知系统、旋转关节、线性关节、灵巧手等，这些结构由驱动器、减速器、编译器、传感器、丝杠、电机等部件组成，每一项成本都不低。

以感知系统为例，其核心器件是传感器，实现感知和平衡控制需要视觉（摄像头、激光雷达）、触觉（压力传感器）、惯性测量等多种高精度传感器，仅单个高精度激光雷达的成本就高达数千美元。

软件成本同样不容小觑。算法研发是关键，尤其是“小脑”负责的运动控制、路径规划等复杂功能，背后是无数科研人员长时间的钻研，需要投入

大量资金进行试验和优化。如今，大模型接入成为趋势，OpenAI等大模型可赋能机器人实现更智能的交互、理解复杂场景，但购买模型接入权限、训练定制模型等都需耗费巨额资金。

此外，人形机器人的后期维护同样是笔不小的开支。维护保养工作涵盖日常清洁、定期检查、关键零部件更换以及设备检修等方面。由于零部件价格昂贵，一旦需要更换零部件，费用不菲。

虽然现实是成本居高不下，但降低人形机器人的成本迫在眉睫。目前主要有两条途径：一是国产替代，这是基于现有工业水平较为现实的选择。近年来，国产零部件厂商发展迅速，在电机、减速器、传感器等领域不断取得突破。以谐波减速器为例，绿的谐波在国内市场占据一定份额，产品性能接近国外先进水平，成本相比进口产品降低约30%-40%。



二是创新设计与材料选用。通过拓扑优化算法优化机器人结构设计，可在保证强度和性能的前提下，减少零部件数量、减轻重量。碳纤维复合材料凭借高强度、低密度的特性，在机器人骨架制造中逐渐得到应用，相比传统铝合金材料，可减重30%-40%，有效降低材料用量和运输成本。此外，铂力特采用3D打印技术为机器人定制零件，将多个零件集成一体，制造时间缩短约40%，成本降低约30%，同时还提升了零件性能和可靠性。

从春晚舞台的惊艳亮相，到技术突破的艰辛探索；从成本控制的严峻挑战，到应用领域的美好展望，人形机器人正处于发展的关键节点。尽管目前面临诸多困难，但随着技术不断进步、成本逐步降低、应用场景持续拓展，人形机器人必将深刻改变人们的生活和生产方式，成为推动社会发展的重要力量。^[3]

在国内，尽管我国工业产品以低成本著称，但宇树科技基础款Unitree G1起售价为9.9万元，全尺寸纯电动人形机器人H1单台售价更是高达65万元。高昂的价格，成为人形机器人走进普通家庭的巨大障碍。

边缘AI迎来“高光时刻”，人工智能如何触手可及？

文 | 严兆鑫

郑文先

深圳云天励飞技术股份有限公司副总裁、集团党委书记。清华大学博士，北京大学光华管理学院EMBA，先后获得深圳市地方级领军人才、广东省科技型企业高级职称及荣誉。

2025年，DeepSeek人工智能模型横空出世，迅速在科技圈走红。与往年火遍全球的ChatGPT、Sora等传统云端大模型不同，DeepSeek实际上走的是“边缘AI”路线，通过剪枝蒸馏的精简模型与边缘推理芯片组合，成功将AI成本大幅降低，



迅速点燃了产业界与市场的热情。

如何更简单通俗地理解边缘AI?

作为拥有算法、芯片和大数据全栈式能力的人工智能企业，深圳市云天励飞技术股份有限公司（以下简称“云天励飞”）曾率先提出自进化城市智能体战略，并深耕边缘AI技术。云天励飞党委书记、副总裁郑文先这样解释——边缘AI实际上是相较于云端AI而言。目

前的大模型主要依托云端运行，用户只能通过手机、电脑等传统终端进行交互，应用范围仍集中在娱乐、办公等领域，尚未全面渗透至城市治理、市民生活等更广泛的场景。

要突破这一局限，郑文先认为，发展“边缘AI”是关键。“边缘AI”指的是部署在靠近数据采集端和任务执行端的人工智能技术。相比云端AI，它不仅具备更低的成本优势，而且更贴近用户和应用场景，能够实现实时响应，同时

在数据安全层面也更具保障。正因如此，边缘AI被视为推动大模型真正走进千行百业、加速人工智能普及的重要技术支撑。在郑文先看来，DeepSeek的成功是边缘AI时代到来的信号。

事实上，DeepSeek的爆火并非偶然。过去几年中，以华为Atlas系列、云天励飞算法芯片化方案、高通边缘芯片为代表的边缘AI技术早已默默布局，积累了充足的落地实践经验。如今，DeepSeek的成功，更像一把钥匙，开启了边缘AI大规模普及的大门，让整个行业迅速迎来了“高光时刻”。

从实验室到普通用户，边缘AI何时才能真正触手可及？当下的边缘AI发展到了何种阶段？又将如何改变人们的生产与生活？

边缘AI“出圈”，破解云端AI痛点

AI的算力之争，曾长期停留在云端超级算力的堆积上。动辄几百亿、上千亿参数的大模型，不仅成本高昂，且难以真正贴近用户终端。算力高门槛、AI幻觉频发、数据隐私难以保障，成为云端大模型无法大规模普及的“三座大山”。

正是在这一背景下，边缘AI的价值日益凸显。以DeepSeek为例，其选择将AI模型部署到靠近用户的设备端，真正实现了模型的“轻量化”与推理的“本地化”。这种技术路线并非孤例，深圳的云天励飞早在十年前便开始探索算法芯片化，将AI算法直接融入芯片，让AI计算在终端即可完成。如今，这种“就地推

理”理念，已逐渐成为产业共识。

根据IDC预测，到2028年，全球边缘AI芯片市场规模预计将达到194亿美元。国际巨头英伟达、高通、英特尔，以及国内的华为昇腾、寒武纪、云天励飞等企业纷纷布局边缘AI芯片和算法架构，正是看到了其广阔的商业前景。

对于市场来说，边缘AI最大的优势在于“低成本、低延迟、高隐私”。通过将计算下沉到终端设备或区域边缘节点，企业不仅能大幅降低AI部署成本，还能解决敏感数据上传云端可能产生的安全风险问题。这一模式，也被视作更符合中国国情的技术路径。

从工业车间到城市街头，边缘AI迅速落地

从技术层面看，边缘AI系统通常由“大脑”（算法模型）和“小脑”（边缘芯片）两部分构成。

其中，“大脑”负责感知数据、智能交互、决策推理，依靠云端大模型剪枝蒸馏而成的精简模型。以DeepSeek为例，其边缘模型在本地即可快速理解语义、做出决策，无需频繁与云端交互。而云天励飞也将自身研发的多模态算法模型经过精简优化后，集成在其自主研发的终端芯片中，用于人脸识别、场景分析等场景。

与“大脑”相辅相成的是“小脑”，也就是高效的边缘AI芯片。这类芯片功耗低、成本低，但具备足够算力支撑实时AI推理。例如华为Atlas系列AI处



理器，尺寸仅相当于银行卡大小，却能实时处理多路高清视频流，实现本地分析、即时响应。

通过这种“大脑+小脑”协作架构，边缘AI成功降低了AI的使用门槛，实现了端侧实时智能分析。这种模式迅速在工业制造、金融服务、城市管理等多个领域打开市场空间。相比于云端AI高高在上的技术形象，边缘AI的最大特点是“接地气”，尤其适合场景复杂、多元化需求明显的行业市场。

在工业制造领域，以富士康为例，过去产线上的视觉检测系统需将数据上传到云端服务器，成本高、效率低。如今，通过边缘AI芯片实时分析产线图像数据，可即时检测出产品缺陷，实现“零延迟”质检，大幅提高产能并降

低成本。这样的实践，正迅速在美的、比亚迪等多家制造业企业复制推广。

在金融领域，银行业也将边缘AI引入业务前端。某大型银行的智能柜员机内置了边缘AI芯片，可实时识别异常交易行为，毫秒级响应潜在风险，比传统云端分析节省数十倍响应时间。随着这一模式推广，金融诈骗防控能力明显提升，客户服务体验也得到大幅改善。

在智慧城市建设中，边缘AI的价值尤为突出。杭州的智慧交通系统已实现AI摄像头本地感知交通状况，并智能调节红绿灯周期；深圳、广州的社区安防摄像头，也纷纷升级为本地智能分析，实时识别异常行为并及时报警。边缘AI带来的“即时感知、即时反应”，正在让城市管理更为智能、高效。



走进消费市场， 边缘AI如何“飞入寻常百姓家”？

边缘AI要想真正触达普通消费者，还需经历从产业端到消费端的关键一跃。眼下，边缘AI正加速进入消费电子领域，让AI变得更为“平易近人”。

华为、小米等手机厂商早已开始在智能手机中搭载边缘AI芯片，通过本地模型优化拍照效果、提升语音识别速度，令用户感受到更加流畅的智能体验。此外，云天励飞、Rokid、OPPO等企业正积极推出智能眼镜、智能耳机等可穿戴设备，借助边缘AI实时分析环境声音、文字识别甚至即时翻译，让科技产品变成真正的生活助手。

在家居场景中，边缘AI也在快速铺开。科沃斯、石头科技等扫地机器人企业在产品中内置边缘AI芯片，可实时识别家居环境、即时规划清扫路径；智能冰箱、智能微波炉等设备也开始具备本

地语音交互、智能食材识别功能，真正实现了家居产品的“智能随行”。

不过，消费端边缘AI产品的普及并非一路坦途。边缘AI芯片的成本、能耗、算法泛化能力都是普及路上的关键难题。目前，华为、云天励飞、高通等头部企业正加大研发力度，推动高性价比的芯片大规模量产。同时，通过算法持续优化，边缘AI更容易适应丰富多变的用户场景。

从工业制造、智慧城市，到金融服务、消费电子，边缘AI的浪潮已势不可挡。虽然通向全民普及，还需攻克成本控制、标准化、安全运维等重重难关，但不可否认的是，边缘AI技术已站在了改变世界的关键节点。

或许就在不久的将来，人工智能将真正融入生活，成为触手可及的存在。到那时，再回顾今天的边缘AI热潮，或许会发现，它正如2025年人形机器人的扭秧歌表演一样，成为了时代发展的经典一幕。[▼](#)

由小红书意外爆火看中国社媒出海新变

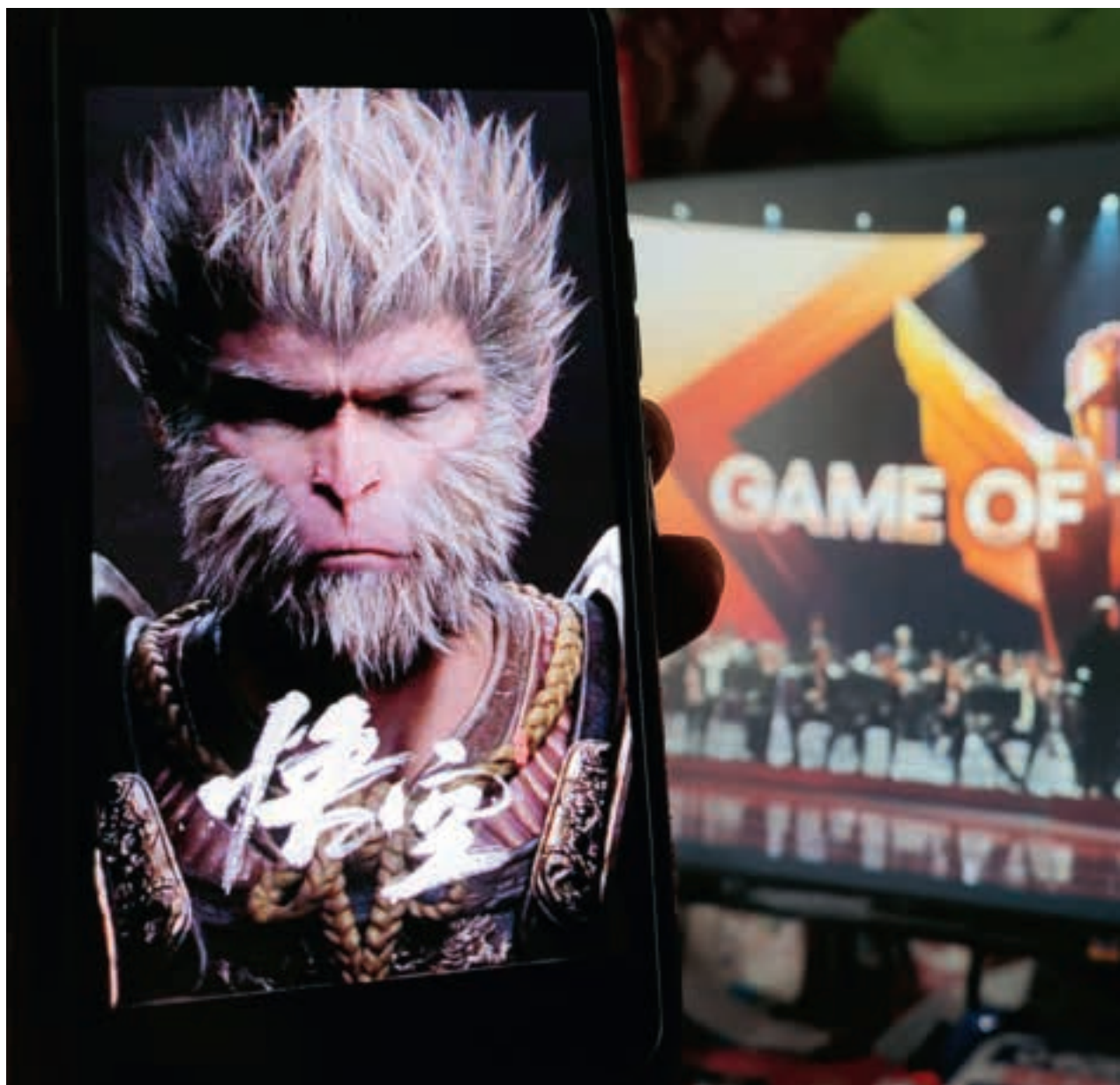
文 | 陈盈珊

2025年初，一场因TikTok美国禁令引发的连锁反应令世界瞩目。先是有小红书意外承接了“赛博移民”的泼天流量，让这个中国社交平台，从本土“种草社区”一跃成为国际社交媒体黑马，此后，TikTok禁令解封，源自中

国的“洋抖”，再度稳稳坐上全球应用下载榜头把交椅。

中国文化强势出海背后，蕴含着何样商业逻辑与机遇？从被动承接流量到主动布局文化输出，小红书在此轮流量狂欢中的“全球化战略”，





过去半年，有三分之二的西方市场消费者，在跨境电商“四小龙”等中国购物平台上至少完成过一次购买。

又为中国互联网企业提供了什么样的突破口？

中国泛娱乐圈粉全球用户

“不管是TikTok还是小红书的海外爆火，无不说明了中国社媒在



海外的影响力，这种热度已经深入到全球人的心目当中了。”在深圳跨境电子商务协会会长王馨看来，近年来，中国的泛娱乐，以短视频、直播、游戏为代表，早就在海外打开了市场。

比如，《黑神话：悟空》就

在有着“游戏界奥斯卡”之称的TGA（全球游戏大赏）中获得“最佳动作游戏”“玩家之声”等多个奖项。

再比如，《诡秘之主》《全职高手》《庆余年》等10部中国网络文学作品，在去年11月入藏大英图书馆。这是继2022年大英图书馆首次收录16部中国网络文学作品之后，中国网文再度入藏这一全球最大的学术图书馆之一。而把国内直播复刻到东南亚，欢聚集团也由此成为该赛道赴美上市的头部企业之一。

中国文化强势出海的背后，是中国外贸正改写着世界商业格局的全新篇章。2024年，我国货物贸易进出口总额为43.85万亿元人民币，同比增长5%，中国连续8年保持货物贸易第一大国地位。

我国外贸韧劲十足下，品类齐全的“中国制造”奔向全球各地。中国的产业升级红利也渗透到全球消费者全方位的衣食住行用当中。从生活上的物质场景到沟通中的文化场景，中国的泛娱乐也随着中国制造的出海，走进全球用户的心中。

新电商逻辑改变全球商业生态

而TikTok的爆火与遇冷，本质上也是这样一道商业命题。

实际上，2017年正式上线的TikTok，从2019年开始就遭遇了封禁疑云，各种要求彻查下架的声音始终

围绕。TikTok看似是一个短视频社交应用平台，但其作为中国跨境电商“四小龙”之一，也是备受国际关注的原因。

自2022年以来，以Temu、SHEIN、TikTok Shop、AliExpress为代表的国内跨境电商“四小龙”，规模快速增长。过去半年，就有三分之二的西方市场消费者至少在“四小龙”等中国购物平台上完成过一次购买。作为中国外贸的新引擎，2024年，中国跨境电商进出口总额为2.63万亿元，同比增长10.8%。

“四小龙”们借鉴国内电商平台的“成熟”打法，也让亚马逊等全球电商龙头不得不重新审视当下的市场策略。而针对TikTok所谓的“数据安全”论调，一定程度上也是因为短视频带货，或者直播带货的新电商逻辑，正快速改变着全球的商业生态。

正因为中国外贸新模式的崛起，且跨境电商被列进各国商业发展的重要战略，针对中国跨境电商的监管也愈发严苛。从2021年起亚马逊头部卖家们被查封账号，到如今清关收紧、小包裹免税待遇取消等，中国跨境电商平台与卖家们都面临着新挑战。

社交电商顺势开启全球化布局

危机中，也能看到转机。接住泼天流量的小红书，也顺势开启了全球化布局。



1月14日，小红书冲榜美区App Store免费应用榜首，紧随其后的是字节在海外的照片分享应用Lemon8和OpenAI的ChatGPT。得知TikTok要被禁的美国网友们，主动冲向了小红书，甚至主动玩起了梗。

“既然美国政府说中国在利用TikTok收集我们的数据，那我们自己过来，让他们更轻松获得”，一外国网友分享道。



这场“赛博移民”潮，让小红书获得了一大拨国际种子用户。如果说最初的泼天流量或许是一场巧合，那么在香港开启“国际办公”、招募海外MCN机构，则是小红书有意长期拓展国际市场之举。

据小红书透露，其随后在香港铜锣湾时代广场租用的办公室有7000平方英尺，不仅与阿里巴巴、字节跳动等大厂为邻，在其布局规划里，这也是辐

射东南亚的“战略枢纽”。而广罗贤才的海外MCN机构，则要求每月引入至少50名视频创作者。

小红书的出海，具备天时，也有地利、人和。

小红书的社区形态与TikTok有相似性：双列信息流、生活化内容、低学习成本的操作界面。这本质上也是中外文化的交流融合到了新阶段。诸如“萌宠税”“生活对账”等破冰话题，以及

薪资、医疗、教育等敏感议题的分享，一来满足了海外用户对中国生活的好奇，二来也是全球用户本身热爱交流的集中区域。

主动开启国际化，小红书这波操作也给当下中国互联网企业另一重思考。中国出海2.0的机遇，不只在拼制造红利、产业带资源，也可以在文化价值输出上。只要能抓住全球用户的精神共鸣，满足用户们的社交需求，随之衍生的电商商业模式，依旧大有市场。社交电商，也是新一轮出海中的新角力点。

这也在小红书的资本估值中得到印证。这一波被动流量下的主动出击，小红书的估值从2023年的140亿美元回升至170亿美元，股东谈判中甚至出现200亿美元估值预期。连带小红书概念股如壹网壹创、遥望科技，彼时的周涨幅都超过了30%。

合规与海外本地化能力 是出海新征程

万变不离其宗，商业价值的落点，还得回归交易。线上电商与线下零售，卖的都是货品。随着跨境电商的发展走向成熟，更前瞻的一步是整合海外线上线下的资源。


实际上，早有中国品牌和跨境电商服务商在布局这个事情。以名创优品为例，其早早把线下门店开进美国纽约曼哈顿SOHO店、纽约时报广场、牛津街等海外地标性的核心商业中心，甚至

与卖奢侈品的老佛爷百货成为邻居。光是2024年上半年，名创优品海外的门店数就达到了2753家，海外营收也突破27亿元，同比增长43%。

而跨境电商头部服务商，一年服务出海企业的营收规模在8000亿到10000亿元之间的雨果跨境创始人兼CEO翁耀雄，同样强调线下的布局。不管是海外仓，还是本地零售销售网络，乃至进驻线下优质门店，随着海外线上流量越来越卷，中国品牌进入海外市场的角逐，也不再满足于线上。提前部署线下资源，翁耀雄带领团队在三年前就物色海外线下资源，“帮助中国企业或者中国品牌，升级海外本地化能力，是未来的新展望”。

深圳跨境电子商务协会会长王馨给跨境电商们指出了未来发展的注意事项。她强调，中国从生产大国转变为贸易大国，中国互联网的发展确实给了我国弯道超车的机会。但过去十年，中国跨境电商从铺货时代起家，赚到的机会主义红利将难以为继，未来出海合规建设是重头戏。

“大国对于跨境电商的要求会更严格，比如涉及ESG、报碳税等，如果卖家仅仅把自己当做一个生产制造商，对于贸易合规的要求不了解，那么就会有很多大坑在等着。”王馨表示。

中国社媒的强势出海，蕴含着中国制造的强底气与文化输出的软实力。随着出海新纪元的到来，中国品牌的出海之路也将迈上新征程。



财智 论道

FORUM

在国家多次强调与各地加速布局下，“银发经济”频频出现在大众视野。如何掘金新赛道？在苏州恒而思达董事长刘彩霞看来，风口之下的银发产业是切实落地在衣食住行医用、文娱社交、金融科技等众多产业板块之上，找准细分领域长期深耕是制胜关键。

越来越多的父母，通过保险金信托的方式来保护子女的婚前财产。如何指定受益人？如何约定信托财产的分配时间和方式？福建省分行私人银行部财富顾问刘毓玮，为大家分享“为爱筑堤，保险金信托守护婚前财产”。

恒而思达刘彩霞： 银发产业非“概念经济” 躬耕长期主义更需读懂本土需求

文 | 陈盈珊

今年以来，DeepSeek席卷全球，AI掀起企业界与投资界的追捧热潮。而在AI之外，还有另一个万亿级“蓝海市场”同样火热，那便是银发经济产业。

2024年1月，国务院办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》。在国家多次强调与各地加速布局下，“银发经济”频频出现在大众视野，不少企业家与投资者跃跃欲试，希冀能在这个蓝海市场中抢占先机。

如何掘金新赛道？在苏州恒而思达董事长刘彩霞看来，风口之下的银发产业并非空洞的“概念经济”，而是切实落地在衣食住行医用、文娱社交、金融科技等众多产业板块之上，找准细分领域长期深耕是制胜关键。

“中国有好的制造优势，海外也不乏好产品和好经验，但要真正读懂中国银发族的需求依然是挑战。与其卷低价，我们宁可做360度丝滑的好产

品”，刘彩霞强调。从智能床椅到升降台盆灶具，恒而思达瞄准适老化改造，以智能康养辅具抢滩养老细分赛道。深耕高端制造二十余年，恒而思达近年持续走到前线收集分析长者康养需求，并把它们变成当前银发市场所急缺的数字资产。

连续创业，刘彩霞一手创立的苏州恒升机械是恒而思达的母公司。自2002年成立以来，恒升机械便专注于高端医疗影像设备及精密零部件研发生产，是国家级高新技术企业、国家级企业技术中心以及国家级专精特新“小巨人”，下设1个研发中心、5个生产基地、1个康养产品展示中心。目前累计获得发明专利超30项，实用新型专利300余项。

八年磨一剑

对标国际一流做中国自己的康养辅具

“我创业的第一个客户就是飞利浦，一路上我们的客户群都是世界500强。当中国要大力发展医疗和养老产业的时候，我会觉得这么多年把大头都贡献给了海外，我内心很想做一个中国的、世界一流的好东西出来。”作为连续创业成功的女性，刘彩霞身上有不破不立的英气，也有国际视野支撑的格局。

如今的恒升机械，其客户遍布欧美、日本、东南亚等地，产品涉及家电、医疗、智能升降系统等领域，拥有世界500强等一流企业客户群。而回到最初的起点——2002年，彼时的刘彩霞以仅有的4600元，买下一台机器、租起一个

“中国有好的制造优势，海外也不乏好产品和好经验，但要真正读懂中国银发族的需求依然是挑战。与其卷低价，我们宁可做360度丝滑的好产品。”



苏州恒而思达董事长刘彩霞

200平米的工作间、聘用一个工人开始了艰苦创业。恒升机械由此成立。

在制造业摸爬滚打、积累各项技术专利优势，2016年开始，恒升机械从精密零部件生产，升级为高清医疗影像设备生产商。也是从这一年开始，恒升机械开始搭建医疗康养设备的技术智库。2020年疫情暴发，做康养辅具自主品牌的想法瓜熟蒂落。一年后，恒而思达成立。2023年，辅具爆款产品陆续投产，打磨了近八年之久的国产康养辅具品牌，正式推向市场。

风口愈盛，刘彩霞愈谨慎。据国家统计局数据，2024年，60岁及以上人口达3.1亿人，占全国人口的22.0%。预计到2035年，中国银发经济规模有望达到30万亿元，占GDP的10%。越来越多的企业也因此入局到这一赛道，光是2024年，银发经济相关企业的新增注册数量就超过7.1万家，这当中既有开养老院的、专注老年文旅培养老年网红的，也有类似恒而思达这样做高科技老年辅具、适老化改造的。

“别人追短线，我越要慢，恒而思达在做难而正确的事情。”与众多企业蜂拥抄产品卷低价的路数不同，刘彩霞对标的是国际一流的产品。高端制造所积累的技术优势，足以让恒而思达的产品成本折至海外同款的一半，但怎么才能让中国本土的长者需求更好地被满足呢？

听懂中国长者的真实需求 适老化改造要 360 度丝滑

刘彩霞用的是“笨”办法，把女性

善于聆听、认真坚韧的特质发挥到极致。刘彩霞带领团队走到前线，与养老院机构员工、居家老人一对一沟通，多年来持续把中国本土银发族的用户需求数字化。与当年跑遍苏州各个角落找生意的精神无二，自称“最苏州”的刘彩霞角力国产康养辅具赛道时，照例把最难啃的骨头先吃下来。

“现在都说数字化时代，但当下中国老人的生活起居数据是很少的，恒而思达要做360度丝滑的康养辅具，就要真的听懂中国银发族的需求。”刘彩霞说道。

在苏州首个专门针对认知障碍老人的康养项目长者卧室中，恒而思达生产的多功能电动护理床已成为了标配。2022年，苏州市政府为深入实施“健康中国”战略，出台了《苏州市康养产业高质量发展行动计划（2022-2025年）》。苏州康养事业按下加速键，恒而思达也贡献了江苏适老化改造的空间范本。

卧室中的智能护理床，可以因应用户需求随时调节床架高度及靠背折叠角度，用户只要躺在床上就能实时监控睡眠数据，两侧扶手也可以按照护理需求拆卸重组。整张床也特意设置成能自由进出房门的宽度。卧室一侧，联动安装着视频监控，一旦识别长者出屋会有特别提示。

此外，卧室中的桌椅、厨房的灶具台盆、浴室中的坐便器，全部自带智能升降功能，满足长者轻松使用、不用大幅度调整身位高度的需求。比如，调整灶具台盆高度的遥控器，是一款可以随时摘取的冰箱贴。如果长者有其他同住人，冰箱贴可就长者的使用习惯、贴



恒而思达的升降台盆和灶具，即将走向千家万户的适老化改造中。

在顺手的高度位置，等到长者要使用厨房器皿时便可一键切换灶具高度。再比如，台盆上放置有智能温度监控器。一旦出现忘熄火关水的情况，会立刻发送提示给指定人士。

针对机构养老、办公养老、居家养老等众多场景，恒而思达开发了不同产品。从智能护理床、洗浴设施，到智能升降的桌椅台盆灶具，乃至能为长者出门提供站立支撑与行走牵引力的智能买菜车，无不透露着巧思。恒而思达的升降台盆和灶具，也即将走向千家万户的适老化改造中。

AI 入局前仍要教育市场 期待未来多方共建普惠养老

银发产业方兴未艾，人工智能的崛起也给了产业生态多元发展的可能性。未来，恒而思达会有哪些重点布局？用刘彩霞的话来讲，AI的崛起给了银发产

业更多新动能，但当前的康养辅具赛道，更需要教育市场、打开品牌声量，“这是一个酒香也怕巷子深的年代，国产康养辅具自主品牌真正走到消费者心中，还需要培养他们的消费习惯”。

1月26日，恒而思达高端医疗影像设备与智能康养产业总部项目正式获得施工许可，成为江苏吴中太湖新城2025年首个实现“拿地即开工”的项目。总建筑面积74786.56平方米，项目预计将实现医疗影像设备和康养产品的大规模生产，同一时间有效扩大恒而思达自有品牌的影响力。

刘彩霞指出，当前照护市场尚处在被动消费的起步期，距离真正的规模化主动消费爆发还需要一段时间。不过，随着社会老龄化加速，长者照护成为刚需。因此，未来，护理院、失智症照护专区、与失能失智照护相关的科技辅具、护理员培训将成为热门赛道。

从养老院等机构养老场景入手，



苏州首个专门针对认知障碍老人的康养项目长者的卧室内，已配备上恒而思达生产的多功能电动护理床。

刘彩霞看好居家养老的发展前景。目前，恒而思达有意识地开拓线下零售网络，并主推升降台盆灶具、助浴椅等爆款产品先行市场试水。

未来，康养辅具等银发细分赛道真正迈向成熟，还需要政府、企业、金融机构、行业协会等多方合力。“对比日本成熟的养老产业，中国还有广阔的发展空间，我期待各方联动，形成一个普惠的银发生态。”在刘彩霞看来，日本的康养辅具可以用极低的价格，渗透到日本国民生活的方方面面，离不开银行、保险等金融体系的大力支持。

2006年拿地建厂时就得到建设银行大力资金支持，刘彩霞这么多年来对建设银行私行的高效服务、全面托举赋能印象深刻。自2022年开始，建设银行就全面布局、建设“1314养老金融服务体系”，深入推进养老金金融、养老产业金融、养老服务金融、养老金融生态协同发展，积极构建具有建行

特色的养老金融服务体系。未来，恒而思达希望在养老产业协同上与建设银行深化合作。

其一，在供应链金融上与建行合作，优化资金周转、保障原材料采购与产能扩张；其二，考虑到当前机构采买康养辅具的价格门槛，恒而思达计划与金融机构共同推出“银发经济”专项产品，为养老机构提供分期采购及融资租赁方案。

“只有当市场真正打开，中国的银发产业才能落到实处，人工智能与康养的结合才更有意义”。在刘彩霞的规划里，2026年，恒而思达智能康养新总部投产后，除了渠道上与社区、机构共建养老生态外，还将联合高校研发、实现设备互联与数据化管理，并最终推出智能护理机器人、AI健康监测设备。在刘彩霞带领恒而思达奋力奔赴“万亿蓝海”的新征程中，建行私行也将持续为这样的“巾帼匠人”披上铠甲。■

为爱筑堤 保险金信托守护婚前财产

守得住、攻得远、传得久。本期《财富守攻传》邀请到福建省分行私人银行部财富顾问刘毓玮，为大家分享“为爱筑堤，保险金信托守护婚前财产”。

在2024年的8月12日，民政部发布了《婚姻登记条例（修订草案征求意见稿）》，取消了结婚需要户口本的规定。如果这一新条例实施，父母在子女结婚时的参与感和话语权可能会减少。尤其从财富规划的角度来看，婚前财产和婚后财产可能会混同。

我们知道，年轻人结婚不再需要户口本了，只需要手拉手去一趟民政局，就成了已婚人士，而他们的父母可能对此一无所知。在这种情况下，父母可能无法提前保护子女的婚前财产，甚至可能在不知情的情况下赠予子女财产，而这些赠予的财产可能会莫名其妙地变成了子女的夫妻共同财产。这边所说的财产不单指现金，还可能包括了房产和公司股权等等。所以，亲爱的父母们，在帮助子女做好婚前教育的同时，也要

做好婚前的财富规划。

现在，已经有越来越多的父母通过保险金信托的方式来保护子女的婚前财产。在保险金信托的架构中，父母可以作为委托人，子女作为受益人，并约定信托财产只能归子女个人，而不是夫妻的共同财产。信托合同的内容可以保密，这样就避免了签署婚前财产协议可能带来的尴尬。

除了指定受益人，委托人还可以详细地约定信托财产的分配时间和方式，帮助提升子女的生活品质，同时鼓励他们生育第三代。

与传统的资金型家族信托不同，保险金信托的信托财产不需要委托人一次性注入，而是可以通过分期缴纳保险费，使得保险金的规模符合办理保险金信托的要求。

最后，送给各位父母一句话：在为您的孩子设立婚前财产保护的安全港湾的同时，也要相信他们能够对自己的人生负责。祝愿天下有情人终成眷属！

主讲
刘毓玮



为爱筑堤 保险金信托 守护婚前财产

以更开放的对话和更多维的视角
与您一起探寻财富的意义和管理之道

扫码关注



建行家族办公室 在公益慈善领域的实践

守得住、攻得远、传得久。本期《财富守攻传》邀请到上海市分行周佳君为大家系统解析建行家族办公室在公益慈善领域的实践。

建行私人银行家族办公室始终秉持“以客户为中心”的服务理念，不断创新服务模式。围绕超高净值客户的家族财富传承、企业经营、家族治理以及社会慈善等一系列需求，构建了一个“四位一体”的服务体系，提供涵盖财富管理与传承、家族治理、企业经营和公益慈善的一站式解决方案。在公益慈善领域的实践中，始终坚持“以人民为中心”的理念，践行新时代金融的政治性、人民性，构建了一个由建行、爱心客户、政府、机构和基金会共同参与的“金融公益”生态圈。通过我们的专业专注，引导客户的财富向善，全面履行社会责任。


第一，成立慈善集合信托计划。这项服务主要面向那些希望以少量资金参与慈善的高净值客户。通过成立多期集合信托计划，我们将慈善与金融工具结合起来，通过基金会定向捐赠信托收益和产品管理费，用于我们公益慈善

平台上的各类项目。

第二，设立慈善信托。这项服务适合那些没有足够人力和物力来运作基金会的超高净值客户，我们会联动合作的信托公司，为单一客户提供慈善信托的设立服务，通过慈善信托传承家族精神，实现其公益慈善的需求。

第三，协助客户搭建公益慈善基金会。对于那些有足够资源运作基金会的超高净值客户，我们整合建行集团的各类资源，帮助客户设立公益慈善基金会，并协助其找到合适的公益慈善项目。

第四，探索体验式公益创新。我们鼓励客户的子女参与志愿者活动，激发下一代的社会责任感和使命感，这不仅丰富了私人银行家族办公室在公益慈善领域的服务内容，也为家族精神的延续与社会责任的履行注入了新动力。

建行私人银行家族办公室在公益慈善领域的实践，覆盖多个方面。不仅关注客户的财富，更致力于通过公益慈善实现家族价值观的传承与社会影响力的扩大。通过专业的慈善管理和投资服务，帮助客户家族在履行社会责任的同时，传承家族精神，并对社会作出更积极贡献。

主讲
周佳君



建行家族办公室 在公益慈善 领域的实践

以更开放的对话和更多维的视角
与您一起探寻财富的意义和管理之道

扫码关注



新消费时代：理解新趋势，把握新消费

回顾日本消费品的历史，一批优秀企业恰恰诞生于总人口见顶、内需增长出现瓶颈的时期。这揭示了一个核心启示：不必局限于宏观总量，而要从结构中寻找机会。

文 | 朱雀基金微信公众号

在国内经济稳增长的背景下，传统消费增长放缓，新消费却大有市场。回顾日本消费品的历史，一批优秀企业恰恰诞生于总人口见顶、内需增长出现瓶颈的时期。这揭示了一个核心启示：不必局限于宏观总量，而要从结构中寻找机会。近年来，户外服饰、宠物、潮玩等新消费领域备受关注。如何理解新趋势，把握新消费？

K型分化、国货崛起和品牌出海

在不确定性因素有所增加的背景下，消费领域仍然存在结构性机会，主要体现在以下三个方面：

第一个趋势是K型分化。高端和大众市场中仍然有很多品牌可以获得较高增长，中档价格带则受损比较明显。

图1 不同消费群体信心持续分化

乐观受访者占比 ■ >88 ■ 76-87 ■ 70-76 ■ 65-70 ■ <65
 □ 最乐观人群 □ 最悲观人群 □ 消费额占比 □ 日常消费增长预期

城市等级	月收入水平	Z世代 GenZ (18-25 周岁)		千禧一代 Millennial (26-41 周岁)		X世代 GenX (42-57 周岁) ⁴		婴儿潮一代 Babyboomer (58-65 周岁) ⁴		总计		收入分段总计	
一线城市	高 >30.1K ³	74		76	1.6	82	1.2	95	1.0	86	4.8	高 82	
	中 14.5-30.1K	21	3.3	60	6.5	71	5.2	88	0.8	70	13.9		17
	低 <14.5K	2.9		61	0.3	78	0.5	81	0.7	80	2.3		3.1
二线城市	高 >21K	74								81	3.8	中 75	
	中 14.5-21K	35	3.9	67	13.4	72	12.2	82	5.5	73	21.1		50
	低 <14.5K	2.3								74	10.1		2.5
三线城市	高 >21K	82								87	3.5	低 75	
	中 14.5-21K	24	2.3	83	1.1	93	0.4	87	1.2	89	10.7		34
	低 <14.5K	2.5		89	2.3	81	4.0	93	0.5	89	10.7		2.0
四线城市	高 >14.5K	82		77	1.5			75	0.9	80	2.9		
	中 7.6-14.5K	11	2.5	83	0.4			86	0.5	86	2.1		
	低 <7.6K	1.9		71	1.0			83	4.6	82	6.4		
农村	高 >7.6K	67	0.2	72	0.5			68	0.7	71	1.5		
	中 5-7.6K	9	0.3	47	0.7			62	1.1	60	2.2		
	低 <5K	1.9	2.0	86	1.4			51	1.5	68	4.9		
年龄分段总计		83	15	70	35	76	34	79	16	76	100		
			2.6		2.6		2.0		2.6		2.4		

数据来源：麦肯锡咨询、国家统计局、朱雀基金整理。统计时间短，不代表未来发展趋势，观点具有时效性，仅供分析参考，不构成对产品业绩的保证，也不构成任何投资建议或承诺。

图2 日本、韩国TOP10品牌均以本土品牌为主

日本		韩国	
品牌	占比	品牌	占比
DHC(DHC)	4.4%	后(LG)	9.8%
Pola (Pola)	3.3%	雪花秀(爱茉莉)	8.5%
Fancl (Fancl)	2.9%	蒂佳婷(原韩系, 雅诗兰黛收购)	2.9%
SK-II(原日系, 宝洁收购)	2.7%	香奈儿(香奈儿)	2.8%
怡丽丝尔(资生堂)	2.7%	兰芝(爱茉莉)	2.6%
苏菲娜(花王)	2.3%	悦诗风吟(爱茉莉)	2.1%
珂润(花王)	2.3%	艾诺碧(爱茉莉)	2.1%
澳尔滨(高丝)	2.1%	A.H.C (原韩系, 联合利华收购)	1.9%
黛珂(高丝)	1.9%	赫妍(爱茉莉)	1.9%
DUO(蓓安美)	1.9%	可熠(韩国科技)	1.9%
CR10	26.5%	CR10	36.5%

数据来源: 欧睿、朱雀基金整理。统计时间短, 不代表未来发展趋势, 观点具有时效性, 仅供分析参考, 不构成对产品业绩的保证, 也不构成任何投资建议或承诺。

从人口结构和时代背景出发, 这种分化现象存在内在逻辑。上世纪六七十年代出生的一线和三线中老年群体是婴儿潮一代, 人口数量多, 且受益于改革开放红利, 有着积极的消费观, 对提升生活品质有较高的诉求。因此, 高端户外运动服饰、美妆、黄金珠宝以及奢侈品等行业均有品牌实现快速增长。

Z世代群体虽然人口基数小, 但消费意愿较高, 更侧重于精神需求和体验消费, 催生潮玩、运动服饰、宠物用品等新兴赛道。同时, 在“消费降级”趋势下, 消费者更加理性, 追求更有质价比的产品。对于品牌而言, 通过提供兼具高品质和性价比的商品, 反而是一条弯道超车、开拓广阔下沉市场的路径。

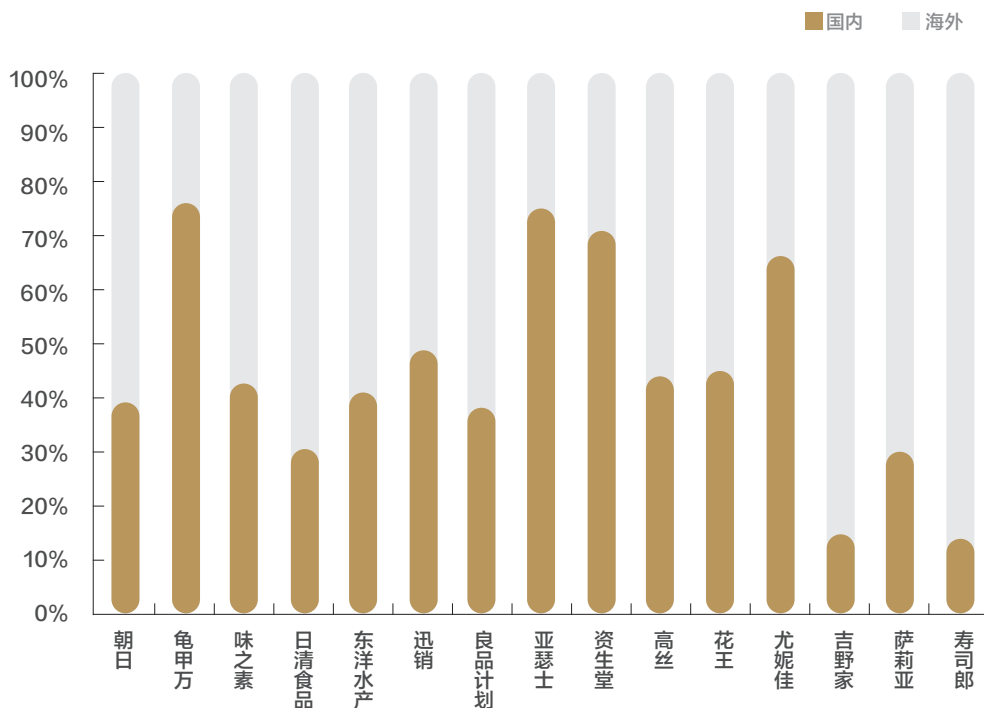
第二个趋势是国货崛起。随着国民文化自信度提升, 消费者更青睐具有本国特色的商品。比如日韩的美妆行业在经济发展到一定阶段均出现了本土

企业扭转竞争格局的现象; 我国运动鞋服行业也在2019年以后实现了国货的份额反超。

然而, 并非所有本土品牌都有机会突围, 关键在于找到有能力与国际巨头直接竞争的企业。本土品牌通常在市场洞察、反应速度、运营效率等方面都比反馈链条冗长的国际企业更具优势。近年来, 随着本土品牌对产品研发和科技创新的重视度提升, 越来越多的中国企业以产品力为驱动, 实现了对国际巨头的赶超。

第三个趋势是品牌出海。日本的大型消费品企业国际化探索成果显著, 海外营收占比过半。回顾日本消费品的出海历史, 其多发生在总人口见顶、内需增长放缓之际, 海外市场为产业链优势的企业提供了广阔的增量空间。成功经验表明, 具备全球供应链优势、强品牌心智和文化输出能力的企业出海成功率较高。此外, 复制国内成功零售运营模式或通过

图3 日本消费品企业海内外业务占比



数据来源: Bloomberg、野村证券、朱雀基金整理。统计时间短,不代表未来发展趋势,观点具有时效性,仅供分析参考,不构成对产品业绩的保证,也不构成任何投资建议或承诺。

并购海外品牌也能实现快速拓张。

当下,我国在跨境电商、潮玩、餐饮、零售等领域均有企业开展了出海的初步探索,纺织制造等具备产业链优势的领域也布局海外产能,对接全球需求。未来,更多消费品公司将把海外市场纳入战略规划,代表中国品牌、中国文化走向世界。

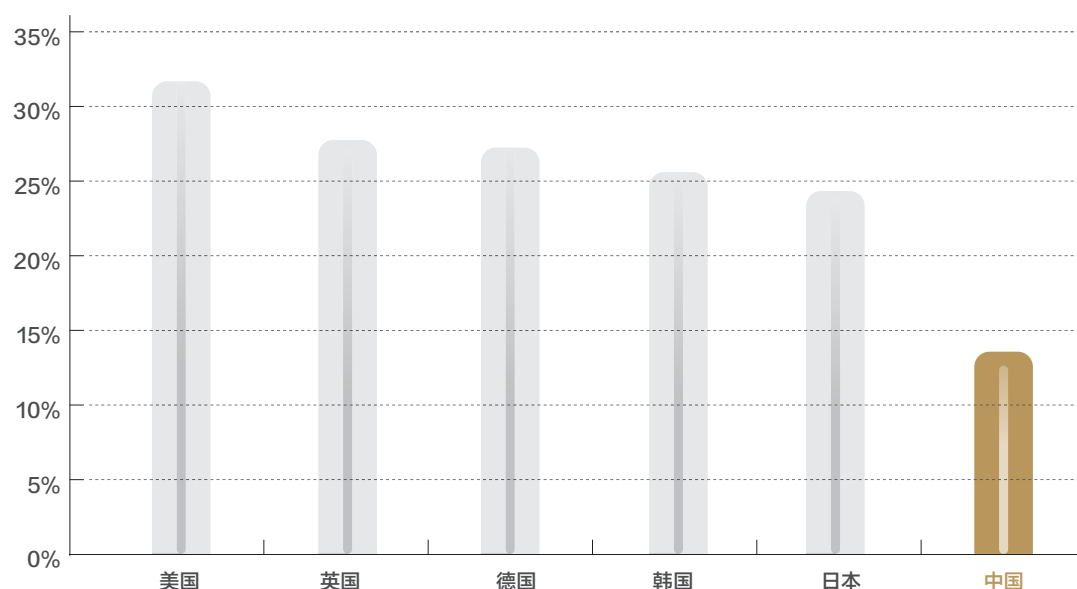
运动鞋服行业的国货“蜕变”

以上三个新趋势在运动鞋服行业中

均有体现,接下来我们就以运动鞋服行业为例,具体阐述上述趋势带来的启发。

首先,我们需要了解运动鞋服是一个怎样的行业。从成长空间角度,伴随经济水平和运动参与人数的上升,运动鞋服占总鞋服消费的比重呈长期提升趋势。据欧睿咨询统计,我国运动鞋服占鞋服总消费的比例与发达国家相比有1倍以上的提升空间;人均消费方面,日韩和美国是我国的3-4倍和6.5倍。因此,运动鞋服行业大概率是一个具备长期成长性的行业。

图4 各国人均运动鞋服消费在鞋服总消费的占比



数据来源：欧睿、朱雀基金整理。统计时间短，不代表未来发展趋势，观点具有时效性，仅供分析参考，不构成对产品业绩的保证，也不构成任何投资建议或承诺。

从竞争格局角度，运动鞋服行业格局清晰，优质企业相对集中。全球市值前十的纺服奢侈品企业主要分布在重奢和运动服饰两大行业，说明这两大行业具备培育大市值公司的核心壁垒。

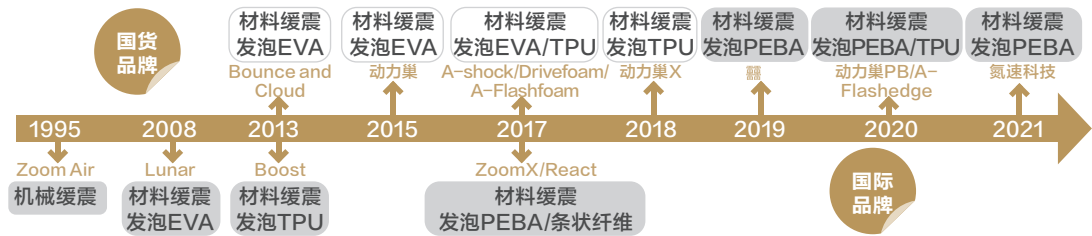
产品端，运动鞋服更讲求功能性，需要大型企业在中底技术、面料科技等方面持续进行研发投入。营销端，体育赛事和体育明星等稀缺营销资源大多集中在大型集团，为运动品牌积累品牌故事、丰富品牌内涵。渠道端，供应链和渠道资源向头部聚集，品牌方自

身形成的直接触达消费者的零售能力是其重要护城河之一。

在消费K型分化的趋势下，运动鞋服行业的细分垂类市场正在崛起。据欧睿咨询统计，户外运动细分市场在疫情后连续3年保持近20%的高速增长，是近年来十分重要的成长型赛道之一。

在消费环境不断变化和消费需求日趋细化的当下，具备多品牌运营能力的公司能更好地抓住市场机会，比如提前布局户外运动品牌以适应市场变化。此外，向海外复制国内成功的零售模式、布局

图5 运动品牌核心中底技术迭代历程



数据来源：朱雀基金整理。统计时间短，不代表未来发展趋势，观点具有时效性，仅供分析参考，不构成对产品业绩的保证，也不构成任何投资建议或承诺。

具有全球影响力的体育营销资源、直接并购海外知名品牌、在海外运营多品牌矩阵也被证明是企业出海的可行路径。

消费K型分化的另外一面是，“质价比”趋势和下沉市场扩容为国货品牌带来更多机会。传统消费品多层级分销体系模式链条冗长、加价环节多，难以直接接触达消费者，满足下沉市场需求。因此，不少品牌方开始创新零售模式。

抖音等线上渠道让品牌方可以利用店铺自播直接接触下沉市场消费者，增加直营门店的销售半径，充分利用店长资源。线下渠道的零售模式创新同样重要。日本的前四大零售集团，如7-11、唐吉河德和优衣库，基本都是在经济下行期通过零售模式创新突出重围。通过改变原有的供应链模式、加价率、店铺面积、货品呈现形式等等，来重塑更能满足下沉市场质价比需求的零售门店模型。

每一轮渠道变革都能催生出品牌方新的发展机会，运动品牌自建零售渠道的销售模式也让品牌方有更多的创新空间，有望进一步打通“人、货、场”，发掘下沉市场的增量空间。

从结果看，国货运动品牌的市场份额在2019年以后开始逐步赶超国际品牌，

运动鞋服行业的国货崛起趋势明显，这与国货品牌的产品力提升密不可分。

从产品角度，运动鞋的核心功能之一是缓震，其中底技术从机械缓震迭代到材料缓震，超临界发泡技术成为主流。过去，强大的中底技术是国际大牌的核心竞争力，如2013年推出的Boost科技、2017年推出的ZoomX科技，都对其企业的市场份额和业绩起到了重要的助推作用。国内品牌在2019年前也开展了对超临界发泡技术的研究，2019年前后才实现了对国际品牌的对标和反超。产品价值的提升和科技创新的持续投入，构筑了运动行业国货崛起的底层逻辑。

从运营角度，国货品牌在国内的零售管理能力、DTC占比、组织效率等多方面都更具优势，因此一旦补上了产品端的短板，相比国际品牌，其综合竞争力将大幅提升。

综上，虽然消费行业面临较大的需求压力和增长的不确定性，但行业整体仍然存在较多的结构性机会，竞争格局也向有利于国货品牌的方向倾斜，海外市场还有广阔的空间等待开拓。^[2]

（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。）



善建 卓观

PROSPECT

近年来，建设银行紧跟时代步伐，聚焦高质量发展目标，纵深推进私人银行专业经营，打造“私行标杆”品牌形象。建行已有11家私人银行入选“2024年百强私人银行中心”，其中，建行贵阳私人银行中心凭借在公益与客户服务领域的创新实践，赢得了广泛的社会赞誉和客户信赖；苏州昆山私行中心凭借“以客户为中心”的服务理念和卓越的综合经营能力，树立了独特标杆。

2025年，对于进一步提升私行客户服务质量，有哪些前瞻性规划和具体举措？本期，我们将走进这两家私行中心。

领
航
中
心

在时代浪潮的席卷下，金融领域正经历着一场深刻的变革，而银行作为其中的关键角色，正成为金融行业转型升级的“排头兵”。近年来，建设银行紧跟时代步伐，聚焦高质量发展目标，将财富管理战略顶层设计图转化为落地施工图，助力零售业务高质量发展。纵深推进私人银行专业经营，通过聚焦复杂产品稳健管理、专业赋能深维传导、集团力量融合运用，打造“私行标杆”品牌形象，满足社会各界日益增长的财富管理需求。为了顺应政策和时代的要求，也为了给客户提供更优质的服务，建行一直努力打造一流的私人银行服务。目前，建行已经有11家私人银行入选“2024年百强私人银行中心”，实力备受认可。本期，我们将走进获此殊荣的贵阳私人银行中心和苏州昆山私人银行中心。

扎根黔贵大地，建行贵阳私行助力客户绘就财富“新蓝图”

日前，建行贵阳私人银行中心（下称“贵阳私行”）凭借卓越的专业服务与创新实践，在全国金融业评选中荣获“2024百强私人银行中心”称号。

这一荣誉的背后，是贵阳私行多年来深耕本土市场、精准洞察客户需求的成果。自2018年成立以来，贵阳私行始终秉持“以心相交，成其久远”的服务理念，先后为2000余名高净值客户提供了专业化、个性化的财富管理服务，助力客户实现财富增值与传承。

那么，贵阳私行是如何在竞争激烈的金融市场中脱颖而出？又是如何通过创新服务满足贵州客户的独特需求？让我们一起探寻贵阳私行高质量发展的成功密码。

立足本土特色，打造服务新标杆

《建行财富》编辑部：贵阳私行在私人银行业务领域展现出独特优势。这些特色服务是如何为客户创造价值的？

贵阳私行：贵阳私行中心于2018年10月成立，是建行贵州分行在省会城市贵阳设立的唯一私人银行中心。

贵阳私行中心现拥有5名财富顾问、14名私人银行客户经理，服务约1300名客户；采用“1+1+1+N”的服务模式，由1名私行客户经理、1名财富顾问、1名网点客户经理以及各业务领域专家团队共同为私行客户提供专业专注服务。秉承“以心相交，成其久远”



的服务理念，践行尊贵、私密、专业、稳健、便捷的服务承诺。

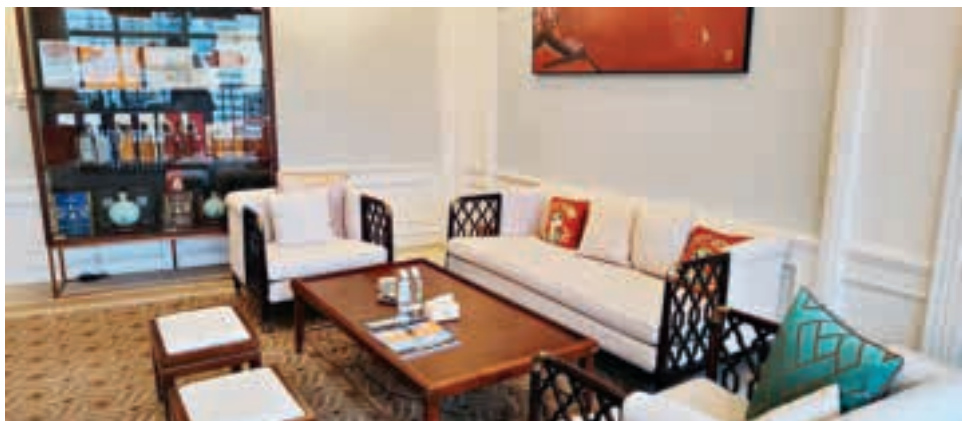
结合贵州高净值客户需求特点，贵阳私行中心推出以下特色服务：一是针对本土企业家财富传承需求，提供全方位家族信托服务，涵盖股权、不动产等非现金资产信托。比如说，为贵州某知名餐饮连锁龙头企业（由兄弟多人共同持股）量身设计股权信托架构，通过专业化方案实现了企业控制权与家族财富代际传承的平衡，不仅有效避免了股权分散带来的经营风险，还确保了家族企业的长期稳定发展，为企业的持续增长

奠定了坚实基础。二是依托绿色能源、助农等特色产业，推出“产业+金融”联动方案，通过供应链融资及“人家企社”综合服务，为新能源及农副产业企业主提供全方位支持。

以专业为基石，构建财富管理生态

《建行财富》编辑部：在竞争激烈的金融市场中，专业性是赢得客户信任的关键。贵阳私行在服务客户时，如何通过多维度专业能力提升客户体验？

贵阳私行：我们致力于满足私行客



户个人、家族及事业发展等全方位需求，提供以私人财富管理、综合金融和专享增值服务为核心的全面解决方案。

其中，金融服务以资产配置为核心，基于全面的客户需求理解、专业的资产配置模型、定制化的方案设计，依靠集团内或臻选市场头部产品管理人，形成多类别、多期限、多策略的优质产品货架，构建科学合理的投资组合，以满足客户不同人生阶段对风险隔离、财富积累、财富保全、财富增值、财富传承的全方位财富管理需求。

洞察客户需求，定制专属解决方案

《建行财富》编辑部：贵州产业特色鲜明，客户需求差异显著。贵阳私行采取了哪些针对性的策略与创新服务来满足本地客户的独特需求？

贵阳私行：我们围绕贵州重点行业，构建差异化综合服务体系，全面满足企业家客户的多元化需求。比如说，深度服务传统行业（白酒、矿产、旅游）及新兴行业（新农业、科创、大数

据），打造行业专属解决方案。同时，联动对公、对私等部门，围绕企业家客户的“人家企社”需求，整合行内资源，提供贷款提额、利率优惠、绿色通道等专属金融权益，确保服务精准适配。

在高净值客户服务领域，传统的金融服务已难以满足客户日益多元化的需求。越来越多的私行客户不仅希望获得高质量的金融产品，还期待借助金融机构的资源，实现商业、社交与投资等多方面的机会拓展。

为此，贵阳私行基于客户资源的互补性与潜在合作需求，创新推出“私行客户朋友圈”资源对接服务。以价值共创为纽带，整合各类优质资源，打造高端客户专属的社交与商务合作平台。通过精准匹配客户需求，提供定制化增值服务，助力客户实现优势互补、合作共赢。

锻造精英团队，夯实服务核心竞争力

《建行财富》编辑部：优质的服务离不开专业的团队。贵阳私行在打造服务团队方面，采取了哪些独特的人才选



拔标准与培养机制？

贵阳私行：中心现有主管1人，由省分行财富管理与私人银行部副总经理兼任。同时，拥有专职财富顾问5人、专职私行客户经理14人。

我们优先招募具备CFP/CFA资质及跨条线跨部门多岗位历练的复合型人才。目前，私行客户经理平均年龄42岁，均有近二十年的从业经验，学历均为本科以上学历，其中硕士以上学历占比7%。

14名私行客户经理持有相关专业资质证书，包括基金、保险、银行从业、AFP金融理财师，其中7人为CFP国际金融理财师持证人、4人为CPB认证私人银行家。

贵阳私行中心持续加强队伍建设，团队成员获得内外部多项奖项或荣誉称号：

2021年、2022年，被总行评为全国优秀私人银行中心；

2023年，被总行评为全国卓越私人银行中心；

2022年、2023年，连续获得总行资产配置大赛优秀产品管理奖；

近三年，在总行组织的“百里挑一”培训比拼中，均名列前茅；

近三年，多人在理财师大赛、私人银行精英赛中获奖，其中2人获评百佳金融理财师、6人获评优秀金融理财师；

2024年，获评2024全国金融业百强私人银行中心。

迈向未来，以创新引领服务升级

《建行财富》编辑部：展望2025年，金融行业的发展充满机遇与挑战。贵阳私行对于进一步提升服务质量，有哪些前瞻性的规划？

贵阳私行：在金融服务的广阔版图中，贵阳私行始终秉持着国有大行的担当与使命，不断探索与创新，致力于提升品质服务，为客户带来卓越的体验。

未来，贵阳私行将持续以“专业力+本土化”双轮驱动，赋能贵州特色产业，助力客户实现财富价值与社会价值的共赢。■

探秘苏州昆山私行中心： “综合”和“特色”双驱动， 打造全方位金融服务体系

苏州昆山私行中心以“以客户为中心”的服务理念和卓越的综合经营能力，在私人银行业务领域树立了独特标杆。通过聚焦特色客群、创新金融产品以及专业化的投资顾问团队，昆山私行中心为客户提供了全方位、个性化的高端金融服务。凭借精准的市场定位和高效的策略落地，中心在资产规模、业务收入及客户满意度等方面取得了显著成效，成为高净值客户财富管理与传承的首选合作伙伴之一。未来，昆山私行中心将继续以专业与创新，为客户创造更多价值。

提供全方位、个性化高端金融服务

《建行财富》编辑部：苏州昆山私行中心在私人银行业务领域独树一帜，想必拥有极具特色的服务。能否分享一下，这些特色服务具体体现在哪些方面？

苏州昆山私行中心：在私人银行业务领域，我们始终秉持“以客户为中心”的理念，通过卓越的综合经营业绩、独特的特色经营模式以及专业的

投资顾问团队，为客户提供全方位、个性化的高端金融服务。

昆山私行中心在客群经营中，重点聚焦昆山特色的“企业家客群”和“商会客群”。许多私行客户背后都有关联企业，我们不仅关注客户个人的财富管理，还深入服务其家族财富传承及企业发展需求。通过“普惠+私行”的综合营销模式，我们不断深化服务内涵，推动私人银行业务高质量发展。

我们拥有一支高素质、专业化的投资顾问团队，成员具备丰富的金融知识和投资经验。团队根据客户的风险偏好、财务状况和投资目标，量身定制个性化的投资方案。私行客户经理每周走访客户。同时，我们通过持续的专业培训，确保团队始终保持市场敏锐度，为客户提供高水平的咨询服务，助力客户实现财富增值与传承目标。

细分客户群体，制定专属服务方案

《建行财富》编辑部：在综合经



营竞争力和特色经营竞争力方面，苏州昆山私行中心是如何进行战略思考与选择的？在具体落地实施过程中，苏州昆山私行中心在产品策略、队伍策略以及数字化策略等方面采取了哪些具体举措？

苏州昆山私行中心：在综合经营竞争力方面，我们深知全面发展是立足市场的关键。我们始终将客户需求置于核心位置，围绕财富管理、资产配置、家族传承等多维度需求，打造全方位的金融服务体系。

在特色经营竞争力上，我们认识

到，激烈的市场竞争中，唯有独特的优势和亮点才能脱颖而出。因此，我们结合建行集团全金融牌照的资源优势和市场趋势，精准定位，专注于打造专业化的投资顾问团队、创新化的金融产品以及个性化的客户服务体验。

在落地上，我们根据客户的资产规模、风险偏好、年龄层次等因素，将客户细分为不同群体，为每个群体制定专属服务方案。例如，针对高净值客户，我们提供一对一的专属客户经理服务，定期调整和优化资产配置方案；对

于年轻的创富一代客户,我们则侧重于提供创新的金融科技服务和个性化的投资建议。

我们根据客户需求和市场变化,不断优化产品结构和组合,着力构建“人无我有、人有我优、人优我专”的产品供应体系。针对客户的多元化需求,我们提供定制化的金融产品和服务,包括家族信托、资产配置、投资咨询等,满足客户的特定需求。我们的投资团队定期对市场上的金融产品进行分析和评估,精选优质产品纳入主推产品库,并根据客户的风险偏好和投资目标,量身定制个性化的产品组合方案。

我们也高度重视人才队伍建设,建立了严格的人才选拔机制,选拔具有丰富金融知识和从业经验的专业人才加入私行队伍。目前,全员持有AFP、基金从业、保险从业等专业资格认证,并通过定期培训和考核,不断提升专业素养和服务水平。

我们积极利用行内360建模系统及“帮得助理”等大数据和人工智能技术,深入分析和挖掘客户数据。通过分析客户的交易行为、风险偏好、资产状况等,精准了解客户需求和偏好,为客户提供更精准的服务和产品推荐。

过去一年业务收入大幅增长

《建行财富》编辑部:上述策略制定与实施后,取得了哪些突出的成

效?未来,又将如何更好地服务私行客户?

苏州昆山私行中心:在综合经营竞争力和特色经营竞争力的双重驱动下,我们中心在过去一段时间内取得了显著的成绩,具体体现在以下几个方面:

我们中心的管理资产规模实现了稳步增长,截至目前,管理资产总额稳居苏州分行系统首位,彰显了我们在区域市场中的领先地位;

通过多元化业务拓展和创新的产品服务,我们的业务收入在过去一年内大幅增长,为中心可持续发展奠定了坚实基础;

我们的投资顾问团队凭借卓越的专业能力和服务水平,在业内树立了良好的口碑和品牌形象。昆山私行中心在总分行系统的多次评比中屡获殊荣,例如2023年被总行评为“优秀私人银行中心”,进一步巩固了我们的行业地位;

我们的家族信托业务在昆山区域的市场占有率不断提升,已成为业内的知名品牌,赢得了客户的广泛信赖与认可。我们的数字化服务平台,包括手机银行、网上银行和微信银行,得到了客户的高度评价。用户活跃度持续提升,进一步增强了客户黏性和服务体验。

未来,我们将继续努力,不断提升服务水平与市场竞争力,为客户提供更加优质、专业的金融服务,助力客户实现财富增值与传承目标。🏦



格物私享

LIFESTYLE

当我们在讨论《哪吒之魔童闹海》时，我们在讨论什么？它不仅是一部电影，更是一首写给时代的诗篇。哪吒的形象不再局限于古籍中的描绘，而是被赋予了新的生命。

哪吒的故事跨越重洋，在世界各地银幕上绽放，我们看到了东方文化与美学的澎湃力量。这是属于中国动画的黄金时代，这是中华文化走向世界的一场视觉盛宴。

那些关于成长、关于抗争、关于自我认知的主题，触动了不同文化背景观众的心弦。这是一次成功的文化出海，更是一次心灵的对话，让世界看到了中国文化的魅力与深度。《哪吒之魔童闹海》的成功，不是终点，而是新的起点！



《哪吒之魔童闹海》： 东方美学的破界之战

文 | 戴越

魔童闹海... 2
2025 大年初一



广东珠海，电影《哪吒之魔童闹海》春节上映，斗门万达广场商场内部的哪吒雕塑充满趣味。

截至2025年2月23日，《哪吒之魔童闹海》（又称《哪吒2》）以135亿全球票房登顶动画电影历史之巅，其成就远不止商业数字的狂欢——这是一场东方文化符号的全球觉醒。当北美影院中金发碧眼的孩童为“裂空雷公鞭”的雷霆万钧屏息，当IMDb评论区涌现“中国龙比北欧巨狼更摄人心魄”的惊叹，这部续作已悄然改写着世界对东方美学的认知边界。

东方韵味的视觉革命

这场数字狂欢背后，是4000名动画工匠耗时三年、以每秒240帧的粒子特效重写东方美学的壮举——从云海战场中500万片龙鳞的《营造法式》建筑韵律，到宝莲盛开时侗族大歌与电子乐的交响共振，影片以量子计算般的精度将《山海经》神话炼成数字时代的文化图腾。深圳洛克特团队用3000万伏特电压模拟的岩浆喷涌，每一帧都流淌着《千里江山图》的层叠意境；黑屋文化耗时两年半雕琢的500万片数字化龙鳞，在商周青铜纹的几何韵律中，让《营造法式》的飞檐曲线在云海战场复活。这不再是单纯的技术炫技，而是东方美学在数字时代的基因重组。

在建筑场景设计中，创作团队对传统元素进行夸张化处理：梁柱厚度增加30%，飞檐翘角的弧度强化至160度，既保留传统建筑神韵，又赋予卡通化的厚实质感。这种“形变而神不变”的设计理念，使玉虚宫的八卦城

结构既区别于西方“五角大楼”的刻板想象，又通过朱雀纹饰与穹顶星图延续东方宇宙观。

《哪吒2》总制片人王竞直言，为了打破“续作魔咒”，饺子对极致的追求近乎“变态”，光是剧本创作就耗时2年多，后期制作更是长达3年，给团队提出了诸多“不可能完成”的任务。

当138家制作团队的数据流在云端交织，他们复现的不只是电影场景，更是宋代画院“十日画一水，五日绘一石”的工匠精神。黑屋文化为8秒暴打镜头进行的126次特效迭代，暗合郭熙《林泉高致》中“三远法”的观察哲学；深圳团队用七个月打磨的岩浆流体特效，既遵循流体力学公式，又藏着徐渭大写意水墨的癫狂。这种将《天工开物》式匠艺与人工智能结合的创作生态，让每个像素都饱含故宫琉璃瓦上的历史包浆。

音画重构的文明对话

《哪吒2》原创配乐是不可忽视的一大亮点。从蒙古呼麦、侗族大歌、唢呐、箫、埙等民族音乐元素的运用，到交响乐、电子乐等现代编曲再创新，这部动画电影的原创配乐极致融合中西方元素，从听觉层面为观众精准捕捉情感变化，细腻勾勒人物心理。

音乐制作人朱芸编在为影片创作配乐的过程中选择了大量中国传统民族乐器，依托画面场景进行延伸，给《哪吒2》带来了独一无二的试听体





在深圳，网络创作者现场绘制哪吒主题涂鸦墙。



2月8日，中国影史票房冠军《哪吒之魔童闹海》(Ne Zha 2)洛杉矶首映礼在美国好莱坞中国剧院举行。

验。影片中天元鼎缓缓下沉的一幕，伴随着的是令人不寒而栗的背景音乐，令不少观众“瑟瑟发抖”，直呼“印象深刻”。在这一片段的配乐运用了“蒙古呼麦”这一独特的唱法，并融入了低沉的梵音、不确定性的敲击乐与极具现代感的电子乐，营造出一种宏大、邪恶且立体的压迫感。

“最后了，娘只想再抱抱你。”当殷夫人不顾孩子满身的尖刺，奋不顾身地最后一次拥抱哪吒，伴随钢琴曲响起，无数观众哭成了泪人。这首曲子的创作者阿鲲选择以钢琴演绎这段流露母子深情的主题旋律，而后又加入女声吟唱，营造出摇篮曲般温暖又美好的氛围，从而更反衬出诀别的残酷，直戳观众泪点。接下来的转调交响乐融入，进一步推进与升华情绪。

当西方观众为东海龙宫权谋较量的喷呐声战栗时，他们感知的不仅是音效的冲击，更是《史记》般苍凉史诗在赛博空间的回响。这种用声音考古重塑的东方叙事，让文化差异在共情中消融。

神话解构的当代寓言

哪吒额间的火焰纹并非视觉点缀，而是对《孝经》规训的叛逆灼烧。导演将“剔骨还父”的经典桥段，炼化成存在主义式的自我救赎——当混天绫击碎天庭匾额上的“天命”二字，碎片飞溅的轨迹暗合甲骨文“命”字的解体过程，完成对宿命论



成都交子大道双子塔附近的《哪吒之魔童闹海》人物造型装置，吸引不少市民打卡。

的符号学解构。敖丙背负的龙族枷锁，在每秒240帧的特效中化作《易经》“潜龙勿用”的动态演绎，鳞片剥落时飞散的数据流，实为数字化《史记·龟策列传》的当代重写。

彩蛋中无量仙翁的荒诞受虐场景，是《庄子》濠梁之辩在元宇宙的

狂欢。制作团队用莫比乌斯环结构重构炼丹炉空间，使道家“炼精化气”的修行过程，成为克莱因瓶式的哲学隐喻。这种将三星堆神树纹样与后现代叙事熔铸的创作智慧，让每个战斗场景都成为福柯“规训与惩罚”的东方注脚。



产业升级的范式革新

《哪吒2》的成功离不开中国特效行业的快速发展。从曾经的追赶者到如今的领跑者，中国特效行业在世界舞台上愈发耀眼。幕后的洛克特视效团队代表表示，他们的目标不仅仅是让国

漫登顶，更是要让中国故事走向世界，让全世界感受到东方文化的魅力。

《哪吒之魔童闹海》的成功标志着中国特效行业完成从“代工者”到“标准制定者”的蜕变。138家制作团队打造的“万鳞甲协作模式”，复现了宋代画院“十日画一水，五日绘一石”的工匠精神——深圳团队用七个月迭代的岩浆流体算法，既遵循纳维-斯托克斯方程，又藏着徐渭大写意水墨的癫狂笔触。影片中每片龙鳞需经过72道数字工序：从战国龙纹镜的三维扫描到金属表面光学模拟，最终通过华为云AI渲染农场进行每秒万亿次计算。

这种工业化创作生态催生出新型文化符号：敖丙龙鳞卫衣在巴黎时装周爆红，将良渚玉琮神徽拓扑变形为赛博朋克纹样；众筹破亿的“天元鼎”模型内置AR功能，可实时投射《周易》卦象。正如光线传媒在股权架构中设计的“成都-霍尔果斯双城模式”，中国动画正通过技术创新与资本运作，完成文化软实力的全球化输出。

站在人类文明史的维度回望，《哪吒2》的出现，恰似数字时代的敦煌飞天。它证明技术革命从未湮没文化根脉，反而为古老智慧插上光年尺度的翅膀。当未来考古学家解析这个时代的文化地层时，或许会如此记载：21世纪初叶，一群中国动画人用代码复现了庄子“天地与我并生”的哲思，让哪吒的叛逆与抗争，成为人类对抗精神异化的共同寓言——这是东方美学的破界，更是文明火种的续传。■



鸳鸯莲瓣纹金碗

赏金记 | 从权力符号到生活美学的千年嬗变

文 | 戴越

2025年新春气息已逐渐褪去，而金价如新一轮春潮般涌动，市场上黄金的光芒似乎比以往任何时候都要耀眼。人们的消费热情也随着金价攀升，每到周末，深圳水贝黄金珠宝城内人潮涌动，顾客们将各大柜台围得水泄不通，有的被金饰的纹样设计所吸引下单，有的在询问金价走势、办理旧金饰的回购，商家们忙着补货、出货，黄金回收店内也人头攒动，显示屏上的黄金价格实时跳动，刺激着人们的神经。

在这股黄金热潮中，消费者不仅为其投资价值心动，更对黄金饰品的工艺与设计情有独钟。这不只是一场经济的盛宴，也是一次文化与美学的

深度对话。今天，我们不谈K线走势，只说“黄金的语言”——那些鏖刀刻下的唐草纹、熔金炉里跃动的火焰、冬拉夏嵌的金丝，诉说着黄金从权力符号到生活美学的千年嬗变。

黄金志： 自然禀赋下的神性和皇权叙事

《说文解字》中提到，黄金为五金之首，最为珍贵，其特性是“久藏（同“埋”）不生衣，百炼不轻，从革不违”。作为一种稀有贵金属，黄金有着令众金属艳羡的物理化学性质。一方面，黄金不易氧化，除少数几种元素外，通常条

件下不容易发生化学反应，这种稳定性也使其在长期暴露于空气中时，依然能够保持原有的颜色和光彩。另一方面，黄金密度非常高，比水重19.3倍，而又延展性极强，1克黄金可以被拉伸成3000米长的金丝，堪称“柔韧无双”。

因此，黄金非常适合打造各种器皿饰物，千百年来，伴随不同工艺、造型在全球各地闪亮登场。

早在公元前4000年，古埃及人就开始开采黄金，并将其视为太阳神拉（Ra）的化身，代表永恒与不朽。黄金被广泛地应用在宗教仪式和葬礼仪式，法老们相信黄金能够帮助他们在死后获得新生，黄金制品在其陵墓中无处不在。

古希腊人也是“黄金控”。在古希腊神话中，便是由一颗金苹果引发了特洛伊战争。还有宙斯的宝座和金绳、雅典娜的权杖和山上众神宫殿的地板、黄金制成的奥林匹斯山……黄金还被认为是众神皮肤的颜色，代表着太阳、不

朽和荣耀。

“自古黄金贵，犹沽骏与才。”黄金在中华文明形态初期便成为尊贵地位与财富权力的象征，黄金常被用来制作皇家的服饰和器物。与其他文明将黄金赋予神性、权威性 or 精神性略有不同，古代中国的金饰多用于日常生活，且与同时期的服装、美妆、社交等多领域文化紧密相连，为日常装扮增添光彩。

古文明遗址中出土的金器在设计 and 装饰上各具特点。古埃及、古希腊受宗教的影响，金工艺注重几何线条和抽象设计，常常使用对称的几何形状像圆形、方形等，强调线条的流畅和对称美，比如图坦卡蒙金面具和护身意义的金吊坠。相比之下，中国古代金工艺则更加注重纹饰和造型，常常使用龙凤纹饰等具有象征意义的图案。与其他古文明金器工艺相比，中国的古代金工艺更注重手工技艺，如鎏金、花丝镶嵌、锤揲、金银错、掐丝、炸珠、錾花、累丝等，不一而足。



蟠螭纹金盖



金沙金面具

工艺考：

从蟠螭纹到 5G 的千年技艺史诗

1978年湖北随州曾侯乙墓出土的蟠螭纹金盃，圆口、弧腹、平底，其器壁仅0.2毫米，承载着中国最早的失蜡法密码。匠人先用蜂蜡塑形，覆以多层陶泥，高温熔蜡后注入金液。这种工艺的玄妙在于“负形创造”——正如老子所言“埏埴以为器，当其无，有器之用”，黄金在虚无的蜡模中重生。更令人惊叹的是盃身的蟠螭纹：每平方厘米密布12组变形龙纹，相邻纹饰误差不超过0.3毫米。考古学家发现，其纹样排布暗合《周易》六十四卦的数学序列，体现了将宇宙观熔铸于方寸之间的智慧。

何家村窖藏出土的鎏金舞马衔杯银壶，虽以银为胎，其黄金工艺却达到空前高度。掐丝绕日——0.12毫米金丝编织出十二瓣宝相花，每片花瓣由72根金丝扭结而成；錾刀写意——舞马肌肉线条运用“餗錾法”，通过45度斜角敲

击呈现立体光影；鎏金秘术——汞齐法鎏金层厚达30微米（特定部位），历经千年仍能映射出“金银交辉四十层”的盛唐气象。

明清宫廷的奢靡生活将花丝镶嵌技艺推向了顶峰，金冠、凤冠和各种首饰，都到达了至高的艺术水平。匠人通过压条，将黄金拉成0.08毫米细丝（相当于人发直径的1/8），用“掐、填、攒、焊、堆、垒、织、编”八法塑形，每平方厘米密布320个焊接点，误差不超过±5微米，以打造一支无与伦比的累丝金凤簪。

来到现代珠宝柜台，琳琅满目的黄金饰品旁，往往或标注着“古法”、或标注着“3D”或标注着“5G”……姑且抛去对应工费的高低不谈，现代黄金技艺也各有千秋。如果说古法是凝固的诗，串起三千年文明密码，那么，3D便是解构的梦，用拓扑学打开黄金的第四维度，而5G则是未来的镜，照见纳米尺度下金属的重生之谜。



汉代金怪兽

常见黄金产品种类

黄金类别	硬度	纯度	重量	用途
足金	较软	≥ 99%	适中	传统首饰、投资
K金	高	75% (18K)	适中	镶嵌首饰
3D硬金	高	≥ 99.9%	轻	小巧立体首饰
5G黄金	高	≥ 99.9%	轻	时尚首饰
古法黄金	适中	≥ 99%	适中	高端定制首饰
5D硬金	高	≥ 99.9%	轻	复杂耐用首饰



唐代掐丝团花纹金杯



辽代陈国公主墓出土的八曲连弧形金盒



明代金蝉玉叶

古法黄金并非简单复古，而是对传统技艺的基因重组。它采用接胎、锤揲、花丝、篆刻等多种技法，纯手工打造，使得黄金饰品表面呈现出独特的哑光质感，纹理细腻，古韵十足。古法金的工艺特点在于“古”，其制作过程繁杂，需经过多道工序，每一道工序都严格遵循传统技法，保留了黄金最本真的色泽与质地。

3D黄金则是拓扑学的金属狂想。传统黄金质地较软，在造型上多有局限，难以制作出复杂、立体的款式。而3D硬金工艺打破了这一困境。它采用先进的电铸技术，在黄金溶液中加入特殊的金属离子，改变了黄金的内部结构，使其硬度大大提高，约为普通黄金的4倍，以实现更加丰富多样的造型。

5G黄金是“Five Good（五好黄金）”的缩写，核心在于分子层面的重构，也被称为分子级的美学革命。

Grace优雅、Gusty坚定、Genius天赋、Glorious璀璨、Gentle高尚，5G技艺融合了多种先进技术，极大地提升了黄金的物理性能，硬度超越3D硬金，光泽度也极为出色，呈现出璀璨夺目的镜面效果，造型更加时尚新颖、别具一格。

也许在未来某天某个城市以“金器三千年”为名的特展中，战国蟠螭纹金盏会与21世纪5G黄金手链并肩陈列——前者陈述着对生活的享受，后者书写着对时尚的追求。

博尔赫斯在《老虎的金黄》中写道：“黄金是时间凝固的形态。”而千年的工艺证明，这凝固的形态里，始终跃动着永不熄灭的创造之火。黄金工艺的终极秘密，就藏在《天工开物》那句“金性至刚，熔之则流”之中：真正的永恒从不是固化的形态，而是永不停息的创造。黄金的终极美学，不在过去或未来，而在永恒嬗变的此刻。[\[7\]](#)

春日国潮养生之道：静心调养，顺应四时

文 | 戴越

春日的生机勃勃，既是自然万物的苏醒，也是人体与天地共鸣的契机。面对季节更迭带来的身心挑战，中医的“天人相应”理念与西医的循证科学相辅相成，为现代人提供了从内到外的调养指南。

春季身心失衡的三大信号

情绪波动、生理失调和免疫力波动被视为春季身心失衡的三大信号。

春天是一个气候多变的季节，气温忽高忽低，天气阴晴不定，这样的气候特点往往容易导致人的情绪波动。尤其是那些原本就容易焦虑、抑郁的人，更容易在这一季节感受到情绪的起伏。中医理论认为，情志与身体健康息息相关，当情志失衡时，可能会造成各种身心问题。春天的阳气生发如果不顺畅，人就容易出现郁闷的心境，情绪低落，甚至引发抑郁症等心理疾病。

随着气温的升高，人体的新陈代谢也加快，这往往会导致一些人出现生理上的不适。例如，春天容易引发各种过敏反应，如花粉过敏、过敏性鼻炎等。此外，由于气温的波动，一些人还会出现肠胃功能紊乱，如消化不良、腹泻等。同时，春困也是春天常见的一种生理现象，人们在这一季节往往容

易感到疲倦、困乏，影响工作和生活生活质量。再有，气温起伏易削弱人体防御力，感冒、流感、慢性病复发的风险增加，尤其需关注老年人与儿童群体。

刷短视频是年轻人常见的解压方式，但经常观看短视频并不利于静心。刷手机是被动接受信息，中医有个说法叫做“生病起于过用”，即过度使用身体。如果手机刷不停导致信息过载，又或者是工作强度特别大，人们就很容易产生焦虑和抑郁的心理情绪，甚至身体也会有一些不舒服。

身心的状态其实是互相影响的，例如熬夜不仅容易导致疲劳，更会使人烦躁。而中医说的养心养性，情志有衡，就是要寻找一些让自己的心可以静下来的办法。正向的、可以长期坚持的兴趣爱好，更有助于我们达到情志有衡的目的和生活状态。所以，中医往往会建议选择一些能静心的兴趣爱好，以达到调养身心的效果。例如喝茶、书法、熏香都是主动探寻身心，于有形无形间调和身心，静心养身。

践行养生之道，需知行合一

养生绝非一时兴起，而是贯穿生活的点滴积累。从“夜卧早起”的作息调整，到“绿意盈室”的环境优化；从一



碗薏米山药的温润滋养，到一套八段锦的舒展筋骨；从指尖轻揉太冲穴的片刻安宁，到放下手机、执笔书写的静心专注……这些看似细微的举动，皆是顺应春气、调和阴阳的智慧选择。

在2025年2月的国家卫生健康委新闻发布会上，北京中医医院主任医师汪红兵指出，春季情绪波动容易导致肝脾失和，进而影响脾胃的消化功能，表现为情绪不畅、胸胁胀闷、食欲下降、胃部胀痛等症状。为此，他建议从情志调节和生活起居入手，以舒缓肝气、调理脾胃。

春季是肝气生发的季节，情绪管理尤为重要。汪红兵建议，保持情绪平和，遵循“夜卧早起”的作息规律，顺应自然的气机变化。此外，增加绿植摆放，无论是家中还是办公室，绿色环境都有助于舒缓肝气，调节情绪。在活动方面，建议增加户外活动时间，多接触大自然，选择温和和有氧的运动，如快走、太极拳、八段锦等。每天坚持30分钟，微微出汗即可，这不仅能促进气血循环，还能排出体内湿气。饮食上，春季应多吃绿色食物，如菠菜、芹菜、荠菜等，这些食物有助于肝脏疏泄。此外，汪红兵还推荐了一款代茶饮：将适量的玫瑰花、茉莉花、菊花搭配泡水饮用，可调节情绪，保持良好心态。

随着春季气温回暖，降水增多，空气中的湿气也会加重，容易导致食欲下降、消化不良、腹泻腹胀等症状。因此，春季保健的重点在于健脾祛湿。

薏米和山药这两种药食同源的食材就是不错的选择。薏米具有健脾祛湿的功效，可煮成薏米红豆粥、薏米冬瓜

汤；山药则能健脾益胃，适合制作山药排骨汤、山药小米粥、白扁豆山药粥等。此外，春季可适当食用一些辛温食物，如韭菜、香椿、葱等，以增强消化功能。

不过，并非所有人都适合祛湿。例如，阴虚体质人群（表现为手足心发热、口干舌燥、舌质红、无舌苔）若使用温燥祛湿的药物或食物，可能会进一步伤阴，导致虚火旺盛，出现烦躁、失眠等症状。血虚体质的人群也应慎用祛湿，老年人和儿童则应在祛湿的同时以健脾为主。

从西医角度，春季气温升高，细菌容易滋生，许多消化道疾病都是“病从口入”。因此，手卫生尤为重要，建议餐前便后用肥皂和流动水洗手，以预防有害菌通过不洁食物进入胃肠道。

以春为始，养出四季安康

基于国家卫生健康委员会及中医药管理部门的公开指导，中医方法已被纳入春季情绪调节的官方建议体系，具体措施包括：

● 中医起居调适方案

环境干预：倡导在生活及工作区域摆放绿植（如薄荷、绿萝），通过视觉刺激辅助疏肝理气，缓解情绪波动。

作息规范：推行“夜卧早起”作息模式（建议22:30前入睡，6:30前起床），顺应春季阳气升发规律。

● 中医饮食调理方案

膳食结构：推荐摄入菠菜、荠菜等绿色蔬菜，其叶绿素与维生素B族成分可调节肝脾功能。

春季养生五字诀

- ③缓：节奏放慢，忌剧烈情绪与过度劳累；
- ③青：多食绿色蔬菜，每日摄入不少于300克；
- ③动：微汗为度的运动，每周5次；
- ③捂：下厚上薄穿衣法，重点保护下肢；
- ③净：定期清洁家居，使用空气净化器降低过敏原浓度。

春深日暖，且惜流光。以传统智慧为锚，以科学方法为帆，让我们在这场与春天的对话中，寻得身心平衡的密钥，静待生命如花绽放。

代茶饮配方：官方公布玫瑰花(3g)+茉莉花(2g)+菊花(1g)组合茶饮，每日2次冲泡，通过芳香气味物质调节自主神经功能。

● 中医非药物干预技术

音疗系统：采用角调式音乐（如《草木青青》），每日聆听20-30分钟，利用特定声频振动调节肝经气机。

穴位刺激：按摩太冲穴（足背第1-2跖骨间）与合谷穴（手背虎口处），每次按压3分钟/穴，通过神经反射改善焦虑躯体症状。

● 中西医协同应用

药食同源补充：在常规治疗基础上，配合甘麦大枣汤等经典方剂（含炙甘草、浮小麦等10-12味药材），调节心肾相交。

运动疗法：将太极拳、八段锦等传统运动纳入处方，每周3次、每次30分钟，通过舒缓动作降低皮质醇水平。^[2]

（注：上述方案源自国家卫生健康委员会 2025 年春季健康指南及中医药管理部门同期发布的技术规范）

DIALOGUE

财富问答室

您的财富智慧伙伴。我们搭建起一个专业的财经知识交流平台，热情邀请您的加入。无论您是对理财感到困惑，还是在投资路上遇到难题，抑或是有关于财富管理的任何思考，都欢迎您通过杂志、电子刊、公众号等多种渠道提出您的问题。我们将精心挑选每期的五个热点问题，以五问五答形式，为您提供财经知识和财富管理的智慧。让我们携手共同开启财富管理的新篇章。

1、春节消费“开门红”释放了哪些经济信号？对投资者有何启示？

《建行财富》编辑部：2025年春节消费数据亮眼，全国重点零售和餐饮企业销售额突破1.6万亿元，同比增长12%，冰雪旅游人次预计达5.2亿，新能源车、直播电商等新兴消费模式爆发。这反映出消费升级趋势加速，居民消费从商品消费向服务消费、品质消费转型。投资者可关注文旅、高端制造、数字经济等赛道，同时警惕同质化竞争，优先布局具备差异化优势的细分领域。

2、中长期资金入市政策将如何影响资本市场？

《建行财富》编辑部：证监会、财政部等多部门联合印发《关于推动中长期资金入市工作的实施方案》，该政策通过投资比例、考核周期、投资范围等多个维度大力推动中长期资金入市，推动资本市场从“短期博弈”转向“长期价值投资”，培育机构投资者的“长线投资”理念，提升资本市场服务实体经济的能力。

3、冰雪经济呈爆发式增长，哪些产业链环节最具投资价值？

《建行财富》编辑部：冰雪经济已逐渐形成将冰雪旅游、冰雪文化、装备制造、赛事运营等相关产业深度融合的完整生态链。投资者在关注相关领域的同时，需注意项目同质化风险，优先布局具备地域资源优势的企业。

4、AI赛道的快速增长对经济有哪些影响？

长江商学院刘劲：通过提供效率升级、催生新商业模式等方式，人工智能有望成为产业升级的全新突破口。面临人口结构调整与出口环境趋紧的现状，中国需要在创新驱动下寻找新的增长路径，而人工智能或将成为这一过程中的重要抓手。但也要警惕若仅是盲目追逐概念而缺乏实际落地和商业化场景，最终也难以取得可持续收益。

5、银发经济崛起带来哪些投资机遇？

《建行财富》编辑部：2025年，我国60岁以上人口将突破3.1亿，催生养老服务、健康管理、老年教育等需求。投资者重点关注与银发经济相关的产业，如智慧养老（远程医疗设备）、老年文旅（适老化改造）、老年大学等。

免责声明：本内容所涉及的信息与观点均来源于公开渠道或相关专家言论，但不构成任何投资建议、法律建议、财务建议或其他专业建议。在任何情况下，我们不对因使用本内容所产生的任何直接或间接损失承担责任。我们强烈建议您在进行任何投资、商业决策或采取其他重要行动前，咨询专业人士，并结合自身实际情况，谨慎评估和权衡各种因素。

A vertical photograph capturing a rainy scene. The background is a blurred view of a traditional Chinese building with a tiled roof. In the foreground, a wooden structure is visible, from which a lantern hangs. The rain is depicted as numerous vertical white streaks against a dark, moody blue background. The overall atmosphere is serene and evocative.

雨水

正月廿一



建行私人银行
CCB Private Bank

以心相文 成其久远

