



红七月·启新程



小暑

五月廿三



红动七月，笃行致远

七月峥嵘，丹心熠熠。当2026年的日历翻到这一页，中国共产党已走过了一百零五载光辉岁月。这个铭刻着初心与使命的月份，不仅承载着历史的厚重，更昭示着未来的方向。站在此刻回望，中国经济在风浪中笃行的身姿，恰如一部波澜壮阔的奋斗史诗。

翻开上半年宏观经济的“成绩单”，那些数字里藏着大国崛起的密码。从改革开放初期的百业待兴，到如今新质生产力加速成型、现代化产业体系日臻完善，中国经济的底色早已从“量的追赶”切换为“质的跃升”。在全球供应链深度重构的当下，我们不仅守住了制造业大国的基本盘，更在新能源、人工智能、高端装备等领域构筑起新的“护城河”。这一切，离不开高屋建瓴的擘画，也离不开每一位建设者的实干笃行。

今年以来，金融“五篇大文章”正在加速系统化推进。科技金融为创新企业注入源头“活水”，绿色金融守护绿水青山，普惠金融润泽实体经济末梢，养老金融托

举银发岁月，数字金融重塑服务边界。五条赛道，条条通向高质量发展的纵深。对私行客户而言，“五篇大文章”既是时代赋予的机遇，也是资产配置的逻辑坐标——真正穿越周期的财富，从来都与国家发展同频共振。

站在七月的起点，我们愈发坚信：财富管理的真谛，不在于追逐短期的喧嚣风口，而在于读懂时代脉搏、把握长期趋势。无论是绿色转型的深水区，还是人工智能重塑百业的拐点期，都需要我们用研究的深度对冲市场的不确定性，以布局的前瞻性回应时代的大命题。

红色，是信仰的颜色，是初心的温度，更是中国经济坚不可摧的底气。让我们怀揣这份赤诚，在变局中锚定价值，在变革中拥抱趋势，以长期主义的姿态，共赴一场与国家共成长的财富征程。

《建行财富》编辑部

CONTENTS

目录



1 PROLOGUE 卷首语

红动七月，笃行致远

5 VISION 宏观视野

- 6 稳中有进 向新而行：
中国经济的强大韧性与发展定力
- 12 图解最新国民经济数据：
底盘稳、动能新、成色优
- 18 同向、特色、联动
——从各省份“十五五”规划
看全国发展“一盘棋”
- 24 中国外贸强劲韧性从何而来？
——对话毕马威中国经济研究院
院长蔡伟

29 DYNAMICS 财富动向

- 30 从2026创富榜500强，
看懂年度造富主线
- 36 跳出重金冠名赛道，
中国品牌全域深耕世界杯流量
- 44 一台空调撬动的产业风口
中国制造业凭体系优势抢占全球制冷
市场先机



- 50 从触底回弹到两位数增长，
国内手机市场迎来复苏信号



55 FORUM 财智论道

- 56 河南康太实业潘国康：
从服装商贩到地坪实业家，
稳扎稳打穿越行业周期
- 64 股权信托
如何为企业控制权构筑“护城河”

65 PROSPECT 善建卓观

- 66 聚焦CRS新政，护航全球财富
建行青岛市分行举办“善建企行”财富私享荟
- 67 洞察先机，策论未来
建行贵州省分行开展企业家客户投资策略会
- 68 以法为舟，智领未来
建行重庆市分行举办企业家法税沙龙

69 LIFESTYLE 格物私享

- 70 白玛多吉：
在大山的褶皱里，
建造一座连接世界的桥



- 76 竹筒与门板上的“红色契约”：
从泛黄借据看金融为民的诚信
基因
- 82 寻访建党路上的“初心地标”

88 DIALOGUE 财富问答室

建行 财富

F O R T U N E
China Construction Bank

2026年第7期 总182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: 严俊

主编: 高婷婷

资深编辑: 常青 傅军 陈小玉 张文新

编辑: 何芳 李晓薇 孟玮 朱慧寅

美术编辑: 黄雨薇 曹琼

地址: 上海市九江路60号2楼《建行财富》编辑部

邮政编码: 200002

电话: 021-53531051

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: 2026年7月

发行范围: 全国

全国定价: 0 (赠阅)



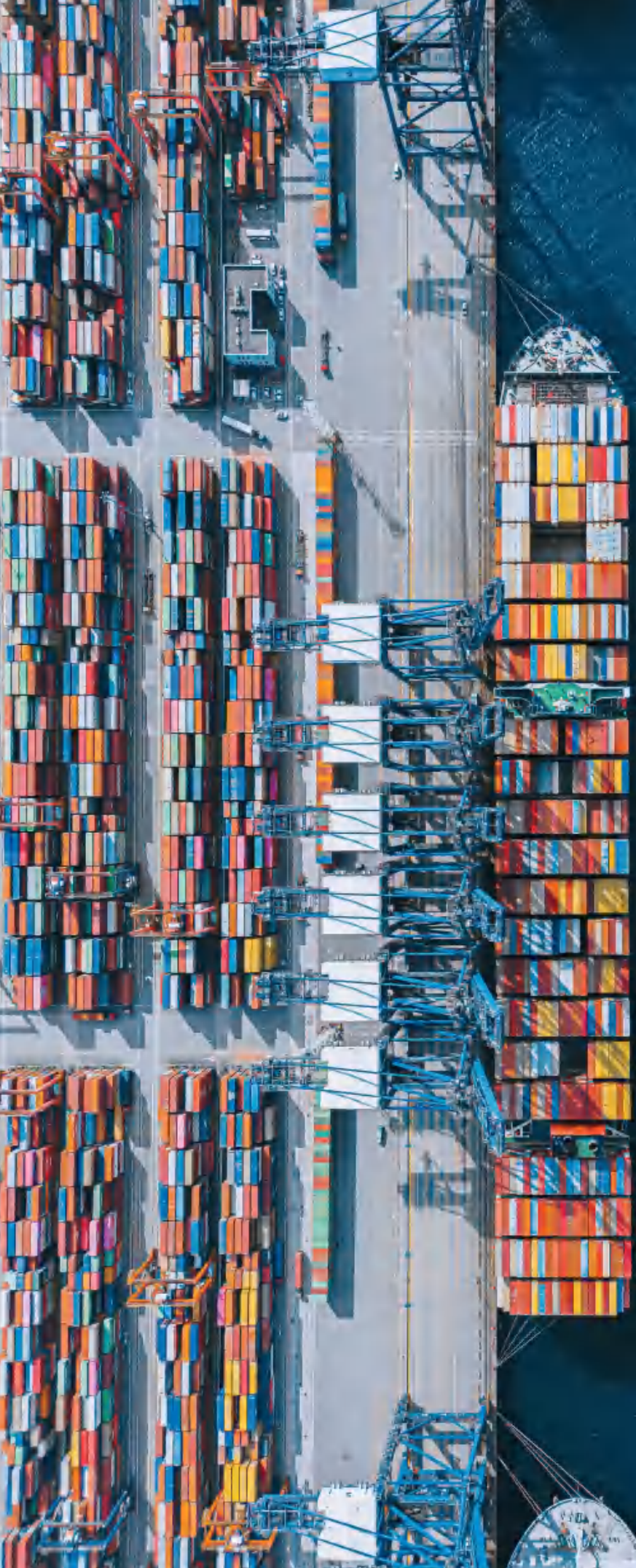
更多精彩内容请扫码
关注官方公众号



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

2026年，中国经济在复杂多变的外部环境与内部挑战中稳健前行。

受中东地缘冲突外溢、极端天气扰动等不利因素影响，各地区、各部门以更加积极有为的宏观政策有效应对，推动经济运行稳中有进、向新向优。内需潜力持续释放，新质生产力加速培育，货物贸易进出口同比增长15.3%，外贸韧性充分彰显。

随着多省份“十五五”规划纲要相继出炉，一幅目标同向、产业错位、区域联动的协同发展图景正徐徐展开，以高质量发展的确定性有力应对外部环境的不确定性，为中国式现代化写下坚实注脚。

稳中有进 向新而行： 中国经济的强大韧性与发展定力

文 | 王玉凤

2026年是“十五五”开局之年。上半年召开的中央政治局会议，强调以更大力度和更实举措抓好经济工作，增强经济发展内生动力，并作出一系列重要部署，以高质量发展的确定性应对外部环境的不确定性。最新数据亦显示，在去年经济回升向好的基础上，今年以来，我国经济运行稳中有进、向新

而行——内需潜力有序释放，新质生产力加快培育，民生福祉不断增进，交出了一份殊为不易的“答卷”。

宏观底盘稳固

“稳”是发展的底色，也是应对外部风浪的底气。2026年开年以来，中国



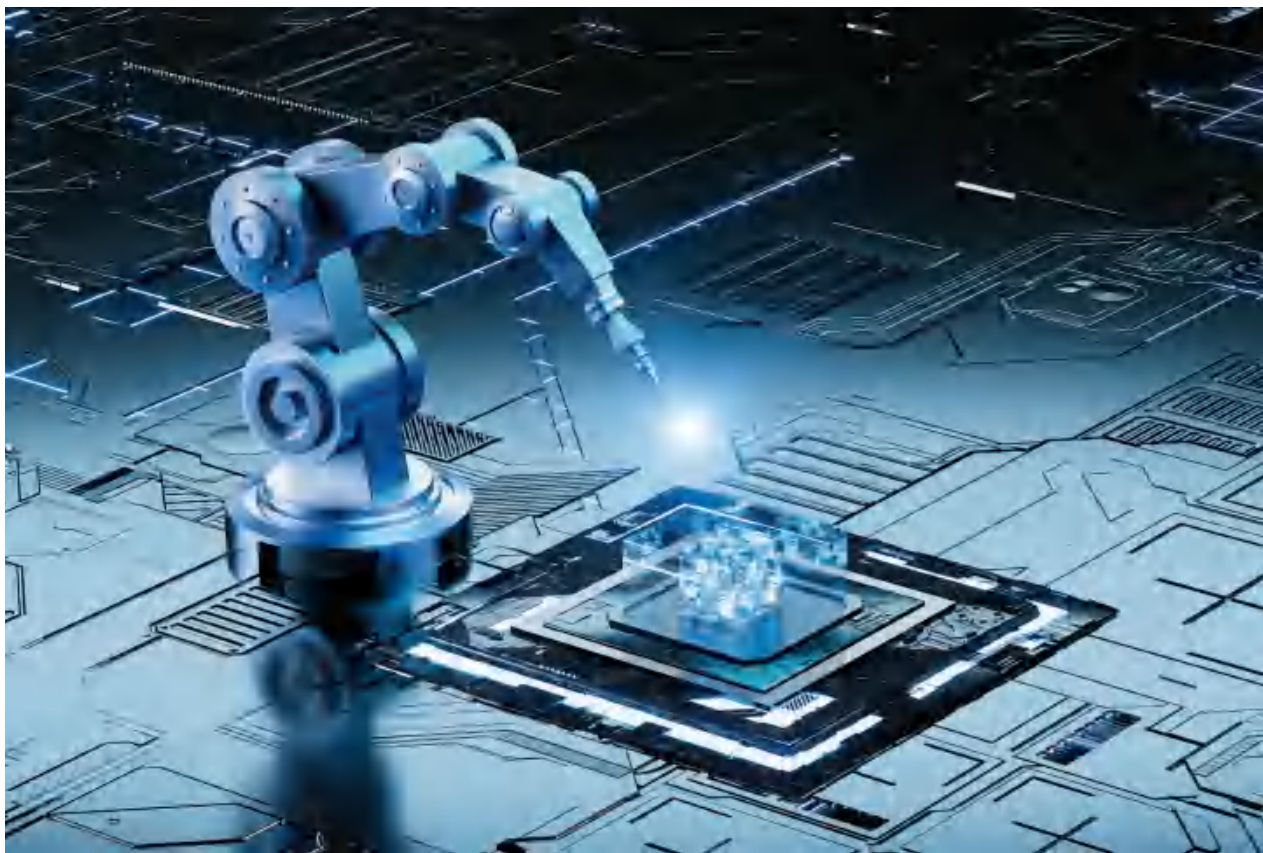
经济在复杂多变的外部环境中延续了回升向好的态势，宏观底盘进一步筑牢。

消费市场回暖向好，内需“主引擎”动能增强。随着“两新”政策（大规模设备更新和消费品以旧换新）的加力扩围，消费市场不仅延续了恢复势头，更在结构上呈现出向品质化转型的特征。国家统计局最新的季度数据显示，社会消费品零售总额同比增长2.4%，通讯器材、文化办公用品等升级类商品销售增长尤为突出。服务消费同样表现亮眼，居民出游意愿和餐饮消费持续回暖，文旅市场热度不减，节假日期间重点旅游城市的酒店预订率和

景区客流量均保持较高水平。

此外，“2026年全国消费促进月”期间，各地纷纷举办促消费活动，涵盖汽车、家电、餐饮、文旅等多个领域，市场活力持续迸发。消费升级的趋势愈加鲜明，国货潮品、智能家居、健康养生等新消费热点不断涌现，反映出居民消费从“有没有”向“好不好”的深度转变。

投资结构持续优化，高技术产业投资已成为拉动投资增长的重要动力。固定资产投资总体保持平稳，但内部结构正在发生深刻变化。国家统计局最新的季度数据显示，高技术产业



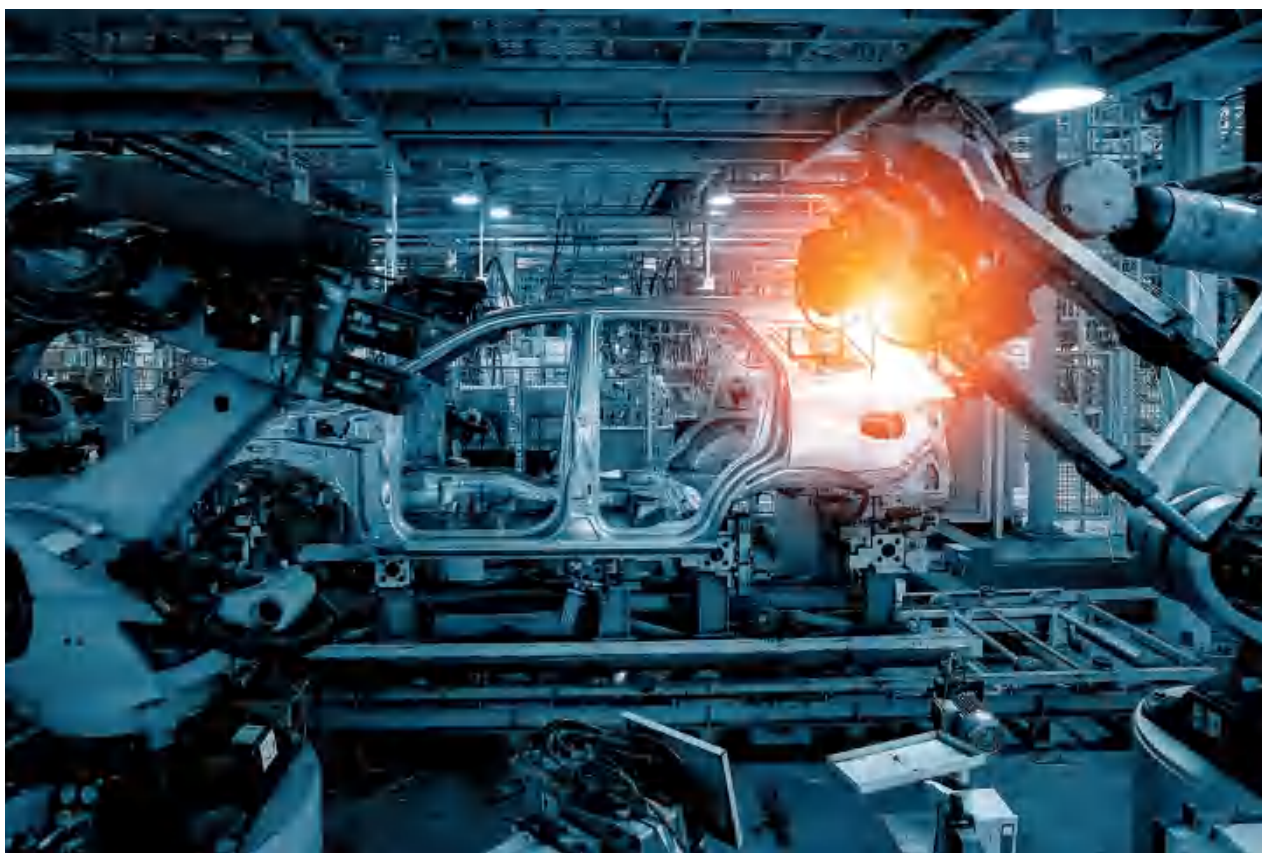
投资同比增速明显，航空、航天器及设备制造业，计算机及办公设备制造业等领域投资增长尤为迅速，体现出资本正在向高附加值、高技术壁垒的赛道加速集聚。与此同时，在专项债资金加快投放的带动下，重大交通、水利、能源等工程项目加快推进，为经济中长期发展积蓄动能。民间投资活力持续增强，随着营商环境持续优化和市场预期改善，更多民间资本参与到重大工程和补短板项目建设中来。

与此同时，全国就业形势总体稳定，重点群体就业工作扎实推进。同时，居民消费价格温和上涨。就业与物价的平稳运行，为宏观政策的灵活调

整提供了充足空间，也让民生福祉在经济发展中持续增进——居民收入增长与经济增长同步，城乡居民收入比下降，社会保障体系不断完善，教育、医疗、养老等公共服务供给水平稳步提升，人民群众的获得感、幸福感、安全感更加充实、更有保障、更可持续。

产业向新而行

“进”是发展的方向，新质生产力正在成为中国经济高质量发展的强劲推动力。2026年的经济版图上，“新”的成色越来越足，新旧动能转换的步伐明显加快。



高技术制造业引领增长，工业“含科量”持续提升。国家统计局发布的最新季度数据显示，高技术制造业增加值同比增长12.5%，增速明显快于全部规模以上工业，成为拉动工业增长的重要引擎。部分细分领域从过去跟跑并跑，逐步转向并跑领跑，发展成效非常显著。从具体产品来说，锂离子电池、工业机器人、集成电路等产品产量均实现两位数增长，展现出中国制造在新赛道上的强劲竞争力。

尤为引人关注的是，新能源汽车行业的增长势头尤为强劲。中国汽车工业协会日前发布的数据显示，2026年5月，我国新能源汽车新车销量占汽

车新车总销量的比例进一步提升，达到56.9%，渗透率逼近六成，标志着新能源汽车在中国新车销售中的占比持续扩大，已成为汽车消费的主流选择。与此同时，中国品牌在高端智能电动车领域的市场份额持续扩大，凭借在电池技术、自动驾驶等领域的持续突破，在国际市场上形成了有力的竞争优势，中国汽车产业正从“引进来”向“走出去”的历史性跨越中迈出坚实步伐。

人工智能亦与数字经济深度融合，赋能千行百业。2026年被视为人工智能发展的转折年。根据工信部上半年发布的数据，我国人工智能核心产业规模预计突破1.2万亿元，大模型从“通

用”走向“垂直”，在金融、医疗、制造等领域加速落地，正在深刻改变传统产业的生产方式与运营模式。数字技术与传统产业融合不断深化，产品研发周期大幅缩短，能源利用效率显著提高。算力基础设施建设加快推进，为数字经济蓬勃发展提供了坚实底座。数字经济核心产业增加值占GDP的比重持续提升，数字经济正在成为稳定经济增长的重要动力。

绿色低碳转型提速，新动能茁壮成长。在“双碳”目标引领下，绿色产业继续保持强劲增长势头。国家能源局最新数据显示，可再生能源装机规模延续增势，持续推动能源结构优化。可再生能源累计装机约24亿、占比超六成，风光累计装机约19亿、占比接近一半。绿色制造大幅铺开，钢铁、化工、建材等传统高耗能行业的节能降碳改造深入推进，资源能源利用效率稳步提高。绿色金融配套政策持续完善，投向清洁能源和节能环保产业的资金不断增加，全国碳市场交易日趋活跃，碳定价机制日益健全。绿色低碳正在从政策引导转化为市场自觉，从发展理念转化为实际行动，成为经济增长的“新底色”和高质量发展的鲜明标识。

政策精准护航

面对外部环境的不确定性，宏观政策的系统性、前瞻性与协同性是稳定经济运行的关键。上半年政治局会议对宏观调控作出系统部署，明确要

精准有效实施更加积极的财政政策和适度宽松的货币政策；持续扩大内需、优化供给，做优增量、盘活存量，着力稳就业、稳企业、稳市场、稳预期，增强经济发展内生动力，进一步做强国内大循环，做优国内国际双循环，努力实现“十五五”良好开局。

实现上述发展目标，核心在于推动宏观政策协同发力，以政策合力稳预期、强信心。一方面，更加积极的财政政策加力提效，持续优化财政支出结构，保障民生与产业发展；另一方面，适度宽松的货币政策坚持精准有力，灵活运用多元化货币政策工具，保持市场流动性充裕、社会融资环境相对宽松，引导金融总量合理增长、信贷均衡投放，推动社会融资规模、货币供应量增速与经济增长、价格总水平预期目标相匹配，为财政政策落地、实体经济发展提供适配的金融支撑。

在财政、货币宏观政策协同发力的基础上，金融领域进一步细化落地举措、聚焦重点赛道，依托差异化、精准化的结构性金融工具，赋能实体经济高质量发展。围绕服务国家重大发展战略、补齐民生发展短板、培育经济增长新动能，金融行业锚定核心发展方向，扎实推进重点领域金融服务提质增效，核心抓手便是全面落地深耕金融“五篇大文章”，让金融“活水”精准直达市场主体、浸润产业发展。

在日前举办的2026中国经济展望暨《2026中国金融政策报告》发布会上，中国人民银行金融研究所所长丁



志杰表示，金融服务“五篇大文章”已取得明显成效。比如，科技金融方面，央行优化结构性货币政策工具，科技型中小企业与高新技术企业贷款快速增长；银行发挥主力军作用，资本市场提高直接融资比重，为科技创新提供全生命周期金融服务。绿色金融方面，中国走在世界前列，以科技为拉力、金融为推力，推动绿色发展与“双碳”目标。

“十五五”期间，金融工作将锚定高质量发展，通过持续深化做好金融“五篇大文章”，为实现高水平科技自

立自强、绿色转型升级和共同富裕目标提供坚实金融保障。

2026年的开局答卷，展现了中国经济“大盘之稳”与“产业之新”的辩证统一，彰显了宏观政策精准发力与微观主体奋力拼搏的共同成果。展望全年，尽管外部环境依然复杂严峻，但依靠超大规模市场的纵深、完备产业体系的韧性、持续释放的创新潜能以及不断优化的制度环境，中国经济必将在高质量发展的航道上劈波斩浪、行稳致远，以令人瞩目的发展成就在这个火红的7月留下鲜明的时代印记。建



图解最新国民经济数据： 底盘稳、动能新、成色优

国家统计局公布的最新月度数据显示，尽管国际环境复杂多变，中东地缘政治冲突外溢影响持续显现，国内部分地区遭遇高温多雨天气，对市场需求与供给形成一定扰动，但各地区各部门有效实施更加积极有为的宏观政策，积极应对外部挑战，新动能加快成长，就业民生保障有力，国民经济延续总体平稳、向新向优的发展态势，高质量发展底色更加鲜明。



分析 国家统计局最新月度数据显示，全国规模以上工业增加值同比增长4.5%，增速环比加快0.4个百分点，呈现出稳中有进、结构向新的鲜明特征。

从总量看，4.5%的增速略高于市场预期，且环比增长0.40%，表明工业生产呈现温和回升态势。更值得关注的是结构层面的积极变化，装备制造业增加值同比增长9.5%。装备制造业作为制造业的脊梁，其强劲表现表明制造业基本盘依然稳固。

综合来看，最新月度工业数据传递出两个信号：一是外需回暖和装备制造业的支撑仍是工业增长的主要力量；二是高端制造与智能装备领域的快速成长，正持续优化工业内部结构，为产业迈向价值链中高端积蓄新动能，工业向新、向绿、向智的转型步伐愈加坚实。随着大规模设备更新政策效应持续释放和新型基础设施建设加快推进，装备制造业有望继续保持较快增长，为工业经济稳中有进提供更强支撑。



分析 从最新月度工业数据看，3D打印设备、锂离子电池、工业机器人产品产量同比分别增长54.4%、40.0%、27.9%，增速均远高于规上工业平均水平，显示出新动能产品正在强劲增长，产业结构持续优化升级。

从结构看，高端制造与绿色低碳领域表现尤为突出。3D打印设备产量增长54.4%，反映出这项前沿制造技术在航空航天、医疗器械等高精尖领域的应用加速渗透。锂离子电池产量增长40.0%，与新能源汽车、储能系统的旺盛需求形成强共振，印证了能源转型和绿色低碳发展的确定性趋势。工业机器人产量增长27.9%，表明制造业自动化、智能化改

造正在提速，企业对效率提升和产能优化的投入意愿强烈，也侧面反映出工业投资结构的积极变化。

新动能的快速壮大是经济结构转型升级的直观体现。三类产品分别代表了前沿技术、绿色能源和智能制造三大方向，其同步高速增长是新质生产力加速培育、新旧动能加速转换的集中反映。这表明技术创新成果正加快转化为现实生产力，为制造业注入了强劲的内生增长动力。同时，新动能相关产业具有产业链条长、带动能力强的特点，其产能扩张能够有效拉动上游材料、中游设备、下游应用全链条协同发展，对稳就业、稳预期具有积极作用。



分析 最新月度数据显示，全国服务业生产指数同比增长4.4%，增速较上月加快0.1个百分点，延续温和复苏态势。

从细分行业看，现代服务业增长动能强劲，结构升级特征显著。信息传输、软件和信息技术服务业同比增长11.3%，租赁和商务服务业同比增长10.9%，增速均保持两位数增长，居各行业前列，反映出数字经济、平台经济、商务服务等新业态持续活跃，正成为服务业增长的重要引擎。金融业同比增长7.0%，增速较为稳健，与资本市场回暖等因素密切相关，金融对实体经济的支撑作用进

一步增强。交通运输、仓储和邮政业同比增长4.8%，略高于服务业整体增速，显示物流畅通与经贸往来持续恢复。而这些看似无形的服务，恰恰是提高制造业硬实力的关键软实力。

总体来看，服务业数据传递出一个清晰信号：以数字技术、现代金融、专业服务为代表的新兴服务业正在成为支撑服务业增长的主导力量。随着数字经济与实体经济融合的不断深化，以及暑期消费旺季的到来，服务业有望继续保持平稳增长态势，为经济高质量发展持续注入活力。



分析 今年1-5月，社会消费商品和服务零售总额同比增长2.8%，消费市场规模稳步扩大、结构持续优化，展现出较强的内生韧性。

综合商品和服务销售的总体情况来看，消费市场稳定运行，提质升级的态势仍将持续。主要来看：一是服务消费增势良好。随着我国发展阶段的变化，消费场景的日益丰富，服务消费的需求在加速释放，日益成为支撑消费增长的重要力量，服务零售额成为观察消费发展的重要指标。今年以来，服务零售额同比增长5.4%，持续高于商品零售额增速。这种变化是经济发展规律所决定的，也是消费升级的重要体现。

二是新型消费潜能释放。各地瞄准消费新动向、新需求，积极释放新型消费潜能，网上消费、数字消费、绿色消费成为消费的新增长点。从消费渠道来看，网上消费持续活跃。今年以来，网上商品和服务零售额同比增长5.9%，其中网上商品零售额增长5%，持续快于全部商品零售额增长。

三是商品消费提质升级。随着消费理念的转变，居民对消费品的关注更多从“有没有”向“好不好”转变，品质消费需求不断扩大。今年以来，限额以上单位化妆品类、通讯器材类商品零售额同比分别增长4.9%和13.8%，都保持了较快增长。

最新月度数据显示, 货物进出口总额**4.45**万亿元, 同比增长**16.9%**, 环比加快**2.7**个百分点

16.9%

其中, 出口**2.59**万亿元, 增长**13.8%**

13.8%

进口**1.86**万亿元, 增长**21.5%**

21.5%



分析 在全球经济增长乏力、地缘局势复杂动荡的背景下, 我国外贸保持量增质升的发展态势, 不仅为经济增长提供了有力支撑, 更折射出外贸市场多元、结构向优、动能向新、韧性强大的鲜明特点。

据海关统计, 最新月度, 我国货物进出口总额4.45万亿元, 连续3个月超过4万亿元, 同比增长16.9%。稳出口和扩进口同时发力, 出口增长13.8%, 进口增长21.5%, 进口增长快于出口, 对集成电路、铁矿砂及其精矿等商品进口增速

均有所加快, 中国大市场为世界各国提供了发展新机遇。

中国外贸稳中有进, 得益于多重因素协同发力: 产业基础扎实、配套完整, 优质创新供给精准适配全球多元需求, 顺应智能化、绿色化转型大势; 高水平对外开放持续深化, “一带一路”合作不断拓展, 外贸“朋友圈”日益扩大; 广大外贸主体求新求变、韧性十足, 叠加稳外贸政策持续显效, 共同构筑了外贸量稳质升的坚实根基。



分析 最新月度数据显示, 全国居民消费价格同比上涨1.2%, 涨幅与上月持平, 处于温和上涨区间, 物价总体平稳运行, 为宏观政策提供了充足的操作空间。

从结构看, 核心CPI保持稳定, 消费市场供需基本面总体平衡。其中, 交通通信价格同比上涨5.4%, 涨幅较为突出, 反映出出行需求持续回暖和国际能源价格传导的影响, 同时也印证了居民出行和物流运输的活跃度正在提升。

生活用品及服务价格上涨1.8%, 教育文化娱乐价格上涨1.3%, 均保持温和上涨态势, 表明居民日常消费及精神文化需求稳步复苏, 消费结构持续优化升级。

整体来说, 我国经济运行总体平稳, 产业链供应链韧性较强, 商品和服务供给充裕, 各项保供稳价政策有力有效。特别是国家及时启动实施了成品油价格临时调控机制, 有效对冲了国际能源价格波动的影响, 也为国内物价平稳运行提供了有力支撑。建

同向、特色、联动 ——从各省份“十五五”规划 看全国发展“一盘棋”

文 | 付立木

随着多个省份“十五五”规划纲要相继出炉，一幅锚定新征程的行动路线图正徐徐展开。作为积厚成势的关键五年，各地规划纲要将党中央的战略擘画细化为切实可行的“施工图”，在国家发展大局中找准定位，在新的奋斗起点上扛起使命担当。

从量化指标彰显担当，到产业布局各展其长，再到区域协同互促共进，各省份正在国家发展的“大棋局”中

各展所长、协同共进。透过这一份份规划文本，一幅目标同向、区域联动的宏大图景愈发清晰——这是“全国一盘棋”的生动注脚，也是中国式现代化在省级层面的具体落笔。

目标设定中的担当与定力

纵览各省份的规划纲要，指标体系普遍围绕经济发展、创新驱动、民



生福祉、绿色低碳、安全保障五大维度展开,既要求量的合理增长,更强调质的有效提升。

经济增速是最直观的风向标。在上述已经公布“十五五”规划纲要的省份中,29个省份明确了“十五五”时期GDP年均增速目标,绝大多数设定在5%左右,并力争在实际工作中取得更好结果。

尤令外界关注的是,经济总量排名前十的省份贡献了全国六成以上的GDP,纷纷将未来5年年均增速锚定在5%左右或更高水平。这是一种主动的担当——在经济大省看来,5%不只是数字,更是服务全国大局的责任书。

同时,各省份普遍要求全员劳动生产率年均增速高于经济增速,这意

味着效率提升被置于比规模扩张更优先的位置。

在创新驱动维度,多数省份设立了研发经费投入增长、高价值发明专利拥有量等具体指标。其中,近20个省份更将全社会研发经费投入的年均增长目标设定在高于全国的平均水平,释放出“向创新要未来”的强烈信号。

在民生维度,各省份不仅守住就业、收入等底线指标,还主动回应人口结构变化的新课题——创设养老机构护理型床位占比、3岁以下婴幼儿入托率等量化指标。以浙江为例,该省明确提出在“十五五”时期将养老机构护理型床位占比提升至75%,并新增老年大学(学校)学位3万个,力图打造就近可及、暖心宜居的养老服务体系。



安全与绿色同样是不可逾越的底线。各省份普遍将碳排放强度、非化石能源消费比重、优良水体比例以及粮食和能源综合生产能力纳入约束性指标，为高质量发展划定清晰的红线。分析人士认为，这种指标重构的背后，是中长期考核转向高质量发展，“十五五”时期延续对经济增速保持合理区间的导向，对全员劳动生产率、数字经济占比等指标作出定量考核，同时安排安全保障指标强化底线约束。

产业布局中的差异与精准

如果说指标设定体现的是“目标同向”，那么产业布局则诠释了“差异化发展”。

北京、上海作为国家科技创新策源地，瞄准的是全球竞争力的制高点。北京计划“十五五”时期将新一代信息技术产业规模推至7万亿元，并加快推动将人工智能、绿色能源打造成两个新的万亿级产业集群；上海则继续深耕集成电路、生物医药、人工智能三大先导产业，向世界级产业集群迈进。

与此同时，更多省份正在将目光投向更具本土辨识度的赛道：山东依托海洋资源禀赋布局深海极地产业，湖北聚焦量子与光子科技，安徽发力新一代半导体，辽宁瞄准深地深海与空天科技，四川则前瞻布局元宇宙与超高速轨道交通……这些布局不再依







赖传统的自然资源，而是基于科创底蕴与区位优势的综合研判，显示出各地对“因地制宜”的深度理解。

作为我国面向东盟开放合作的前沿，广西在人工智能赛道上逐步构建出了一条“北上广研发+广西集成+东盟应用”的差异化路径——将国内顶尖AI技术引进后进行本地化集成与场景化融合，再将成熟方案推介至东盟各国。目前，广西已与老挝、马来西亚、越南、缅甸等国签署AI合作协议，促成43个跨国合作项目，签约项目超200个。广西“十五五”规划纲要将人

工智能单列一章，全文190多处提及，其力度可见一斑。

这一系列布局，清晰勾勒出各省份在产业赛道选择上的“精准画像”——经济发达地区聚焦“从0到1”的原始创新，抢占技术制高点；特色资源省份则深耕“从1到N”的场景应用，将比较优势转化为竞争胜势；沿边省份更以开放视野打通国内外市场，在跨域融合中开辟新空间。

值得关注的是，差异中见协同，精准中见开放。不少省份在规划中专门设立了区域协同专章，明确与周边地

区在产业链上下游的分工协作关系。例如，部分制造业大省在规划中提出了跨区域“研发-生产”功能分工的政策导向，通过功能互补避免同质竞争，在错位发展中实现互利共赢。

区域协同中的融合与共赢

差异化的产业布局，最终要经由区域协同实现效能倍增。这恰恰是各省份“十五五”规划中的深层逻辑——立足于资源禀赋的差异互补，着眼于发展动能的协同聚合。

在某跨区域布局的制造企业车间内，这种协同效应正具象化为高效的生​​产场景。其位于南方的研发中心与北方的制造基地，通过数字化系统实现了“研发-生产”数据的实时同步。当工艺端反馈出微米级的尺寸偏差时，后方设计团队可随即在线调整模型参数。这一布局使人才招引效率大幅提升，同时零部件采购半径从千公里级骤降至百公里级，带动综合运营成本显著下降，产品迭代周期亦压减近半。两地并非简单物理分割，而是各取所长：一方聚焦算法架构与前瞻设计，一方主攻工艺落地与量产爬坡，共同构成了要素精准配置的有机整体。

放眼全国，类似的功能互补与产业协同正在更大范围内展开。29个省份明确将在“十五五”时期布局氢能产业，但定位各有侧重、互为支撑。比如说吉林、湖南、青海等地聚焦可再生能源制氢，打造绿氢生产基地；天

津、云南、重庆等地推动氢燃料电池、固态电池等储能技术产业化；新疆则探索绿氢氨醇长距离储运设施建设，适度超前布局加氢站。这种差异化布局，不是“就地取材”的旧逻辑，而是基于科创资源、产业链分工、区域协作的综合研判，有利于打通跨区域能源产业链，依靠规模化应用持续摊薄前沿技术成本。

跨区域重大工程则成为协同发展的硬纽带。“东数西算”“西电东送”等工程，让东部的算力需求与中西部的清洁能源实现高效匹配。甘肃庆阳数据中心集群与北上广深形成“前店后厂”的合作模式；全国一体化算力网监测调度平台已覆盖全国约68.7%的智能算力，推动算力资源“一本账、一盘棋、一张网”。区域战略的叠加效应也在持续释放：京津冀“研发-转化”链条不断深化，沧州生物医药产业园落户49家京津企业，实现“京津药、沧州产”；2025年河北吸纳京津技术合同成交额突破1200亿元，同比增长16.4%，正成为京津科技成果转化的首选承载地。

从企业跨越省界的研发制造协同，到产业链上中下游的错位互补，再到跨区域重大工程的空间重塑，上述“十五五”规划纲要勾勒出一幅“和而不同”的协同图景。在这场全国“一盘棋”的宏大布局中，每一个省份都在国家发展大局中找到了自己的坐标，各施所长、彼此赋能，共同汇聚成推动中国式现代化的磅礴力量。 

中国外贸强劲韧性从何而来？ ——对话毕马威中国经济研究院院长蔡伟

文 | 陈希



最新数据显示，今年以来，我国货物贸易进出口同比增长15.3%，继续保持稳定增长，外贸韧性持续彰显。这种生命力从何而来？毕马威中国经济研究院院长蔡伟认为，这主要得益于外贸伙伴多元化布局的持续深化，以及中国拥有全球最完整、规模最大的工业体系所提供的坚实支撑等。



外贸展现强劲韧性

在全球经济增长乏力、地缘局势复杂动荡的背景下,我国外贸保持量增质升的发展态势,不仅为经济增长提供了有力支撑,更折射出外贸市场多元、结构向优、动能向新、韧性强大的鲜明特点。

首先看规模,进口、出口均实现快速增长。据海关统计,5月份货物进出口总额4.45万亿元,连续3个月超过4万亿元,同比增长16.9%。稳出口和扩进口也同时发力,其中出口增长13.8%,进口增长21.5%,进口增长快于出口,对集成电路、铁矿砂及其精矿等商品进口增速均有所加快,中国大市场为世界各国提供了发展新机遇。从5月1日起,我国对所有非洲建交国全面实施零关税,降低了非洲产品进入中国市场的成本,5月当月自非洲进口额同比增长15%,连续9个月增长。

再从市场来看,多元化布局进一步巩固拓展。外贸的韧性离不开稳定多元的市场支撑。在高水平开放战略引领下,我国积极深化和全球经贸伙伴的务实合作。今年以来,我国对东盟、欧盟、非洲的进出口额均实现两位数增长,对共建“一带一路”国家进出口额增长13.6%,占进出口总额比重过半。4月份,我国对美进出口同比由降转升,5月份继续保持增长态势。

聚焦产品,高技术、高附加值产品正成为出口增长的主力。今年以来,机电产品出口同比增长18.4%,占比超六成;集成电路、AI服务器等人工智能相关产品出口表现亮眼。同时,我国绿色低碳产品出口优势进一步凸显,锂电池、风力发电机组出口增长四成左右。出口结构优化,背后是雄厚的制造业实力作支撑,反映了我国先进制造水平的跃升。

此外,各类经营主体均实现增长。

民营企业具有经营模式灵活、市场布局多元、创新能力较强等优势，连续多年保持我国第一大外贸经营主体地位。今年以来，我国民营企业进出口增长15.5%，占同期外贸总值的57.1%，外商投资企业进出口增长15.7%，国有企业进出口增长14%，各类经营主体均实现较快增长。

蔡伟表示，当前外贸数据所呈现的量增质升态势，并非短期偶然，而是中国制造业竞争力与开放战略长期积淀的结果。规模持续扩大、结构不断优化、主体更加多元——这三个维度相互支撑、互为印证，共同构成了中国外贸韧性的底层逻辑。

多元市场与完整产业体系

中国外贸为什么具有这么强的生命力？在蔡伟看来，这主要得益于两大基石的有力支撑。

外贸伙伴多元化布局的持续深化，有效强化了外贸抗风险能力。2018年以后，我国主动对接东盟、非洲、中东及拉美等新兴经济体的发展需求，外贸伙伴关系迈向多元化格局。多元化的“朋友圈”有效对冲了近年部分发达国家关税壁垒带来的冲击。例如，去年在面临美国加征关税压力的背景下，中国通过在东盟、非洲和中亚市场的有力开拓，保持了出口增速的稳定，全年实现5.5%的增长。

这种从“向东看”到“向全球看”的格局转变，使中国外贸不再依赖单一

市场，而是形成了多点支撑、四面开花的全球布局。

中国拥有全球最完整、规模最大的工业体系，也为外贸韧性提供了坚实后盾。完备的产业链使得中国能够迅速响应并承载每一轮全球需求的扩张。例如，随着全球人工智能产业爆发和能源转型加速，中国凭借成熟的电子硬件产业链和领先的新能源产业体系，精准对接了全球对AI算力基础设施及绿色能源产品的需求。今年前5个月，人工智能相关产品以及“新三样”贡献了超过一半的出口增速，下半年出口有望在“硬件+能源”双重带动下延续亮眼表现。

国家统计局新闻发言人王冠华在日前举办的新闻发布会上亦表达了相似观点。他表示，中国外贸稳定增长得益于多方面积极因素的叠加：其一，产业基础稳固、产业链配套完整，优质创新的产品供给不断增加，能够精准适配全球不同领域、不同层次的生产和消费需求，也顺应了全球智能化、绿色化转型的大趋势；其二，坚定不移扩大高水平对外开放，在互利共赢基础上与世界各国开展经贸合作，高质量共建“一带一路”深入推进，外贸“朋友圈”日益壮大；其三，广大外贸主体求新求变、坚韧向上，叠加一系列稳外贸政策持续发力显效，共同汇聚成外贸增长的强大合力。

以确定性应对外部变局

下阶段，外部不确定因素仍然较





多，外贸稳定增长还面临一定压力。但是，支撑外贸发展的有利条件没有改变，外贸韧性、活力、竞争力仍是我国扩大国际合作的重要基础和优势。面对国际风云变幻，我们要坚定信心，以自身高质量发展的确定性应对外部不确定性，已经成为当前应对外部变局的重要共识。

外贸展现出的韧性与活力，为宏观经济在结构转换期筑牢了基本盘。谈及当前宏观经济形势，蔡伟表示，当前中国经济总量增长保持较强韧性，但伴随经济新旧动能转换的深入推进，去年以来经济增长呈现出较为明显的结构性分化特征。其中，以人工智能、高科技制造为代表的新经济领域表现活跃，而基建、传统消费等板块则面临阶段性调整压力。由于技术创新对宏观总量的拉动效应需要逐步释放，短期内尚难以完全弥补传统动能调整所带

来的影响。

在这一结构性转换过程中，蔡伟认为，政策层面的着力点有望主要体现在两个方面：一方面，稳住传统经济的基本盘，持续巩固内需基础，为经济结构的平稳转型争取更充裕的时间；另一方面，加快创新成果的转化落地。未来的政策重心不仅在于前沿技术的研发突破上，更在于如何推动技术从实验室走向规模化应用，使其更有效地转化为现实生产力和经济社会效益。

展望未来，尽管外部环境仍存在诸多不确定性，但中国外贸的底层逻辑并未改变——完备的产业体系、多元的市场布局、持续升级的产品结构，以及广大外贸主体的韧性与活力，都将继续构成外贸稳定增长的坚实底座。以自身的确定性应对外部的不确定性，中国外贸有能力在风浪中行稳致远，继续为全球经济复苏注入宝贵的确定性与信心。建



财富 动向

DYNAMICS

2026创富榜500强，揭开国内财富格局的深层变革：AI、高端制造聚集近三成上榜财富，科技创新已然成为财富增值核心赛道。

产业发展走向与榜单趋势高度契合。在国内，AI技术激活换机需求，手机市场回暖。在海外，世界杯成为国货全球化价值跳板，中国品牌不再局限于简单广告投放，而是深挖赛事流量完成品牌出海升级；欧洲高温催生空调采购热潮，国内上下游企业共同收获外贸红利。

纵观顶层财富版图变迁与海内外消费市场发展趋势，不难看出资本正加速向硬核创新领域集聚，完善的产业链打通内外双循环，技术深耕与全球化布局，是驱动当下财富持续增长的双重密钥。

从2026创富榜500强， 看懂年度造富主线

文 | 许冲

6月17日，2026新财富500创富榜正式发布（榜单数据统计截至3月31日）。透过这份追踪中国极具创富力企业家群体的榜单，不仅能感知时代深层次的增长需求，也能洞见资本、技术与产业的流向。近年来，我国资本市场发生深刻的结构性变革，科技、资本、产业良性循环加速形成，创新驱动的发展格局正不断重塑财富版图，这一变化也在榜单中得到鲜明体现。

AI 重塑创富版图 TMT 稳居第一赛道

榜单显示，以持股市值计算的上

榜者总财富达到17万亿元，同比增长24.6%，与2021年最高点的17.67万亿元仅有4%的差距；上榜门槛93.2亿元，同比大涨四成；百亿级企业家数量多达464位，比去年增加了123名，且已追平2022年的最高纪录。

在创富榜上，字节跳动张一鸣继去年登顶之后，今年以5439亿元继续保持榜单冠军。农夫山泉钟睒睒、腾讯马化腾分别以4416亿元、4332亿元继续稳居第二、三名。

从行业分布来看，TMT（科技、媒体和通信）、医药生物、机械与电气设备依次占据创富前三赛道。如果从各行业上榜企业家持股市值总和的增速





来看,则是金属与冶炼、建筑与建材、机械电气设备行业分别以133%、102%、76%的同比涨幅领先。

TMT行业继续稳居行业创富力榜首,共有114人上榜,上榜企业家的持股总市值达到4.6万亿元,占有所有上榜企业家的26.9%,这在历届创富榜中并不多见,凸显了TMT行业的财富集聚效应。在TMT行业中,五条创富主线格外清晰,而AI几乎以一己之力带动了整个行业需求的增长。

第一条主线是国产GPU研发企业和大模型初创公司。GPU领域,寒武纪陈天石2020年上榜时,身家66亿元,至2026年已达1620亿元。沐曦股份市

值超过了3000亿元,创始人陈维良以466.9亿元新上榜。此外,摩尔线程张建中持股市值达299.4亿元。

AI大模型领域也百花齐放,共有19位上榜企业家旗下公司开发了大模型产品。凭借Token(词元)的成本优势,中国大模型正加速推动技术落地与商业化进程。年仅37岁的闫俊杰依托创立的MiniMax,以652.8亿元个人持股市值成为本届榜单中身家最高的新上榜者;智谱创始人刘德兵、唐杰也分别以320.3亿元、166.5亿元持股市值首次上榜。

第二条创富主线是AI算力基础设施。随着AI算力需求持续爆发,光模



块、PCB等产业链上游环节迎来快速增长，中国供应链优势进一步凸显。2024年，全球光模块厂商前十强中已有7家来自中国，而2010年仅有1家。

受益于行业高景气度，中际旭创王伟修、王晓东父子以978亿元身家位列榜单第30位，较去年的第161位大幅跃升，公司核心高管刘圣也以266亿元持股市值首次上榜。与此同时，新易盛联合创始人高光荣、黄晓雷也均以超过

300亿元的持股市值新晋榜单。

此外，TMT行业的另外三条创富主线还包括具身智能、半导体以及新兴消费电子与硬件创新。在传统消费电子疲软的背景下，一批依靠产品创新、出海战略的AI硬件公司逆势增长。如立讯精密展现出极强的迭代能力，2025年，立讯精密的汽车电子业务创收393亿元，同比增长185%，成为新的增长引擎。受此带动，立讯精密创始人王来



春、王来胜兄妹以1749亿元身家位列榜单第14位。

从机械到金属 实体产业链释放创富动能

除TMT行业外，机械与电气设备、金属与冶炼也成为今年创富榜上的高景气赛道。

受益于新能源装备、工业自动化、

机器人等领域需求的持续释放，机械与电气设备行业迎来新一轮增长。2026年，该行业共有49位企业家上榜，同比净增5人，上榜人数已与医药生物行业持平，并列第二；上榜企业家持股总市值达1.09万亿元，同比增长76%，增速甚至超过TMT行业。

新能源汽车、AI、具身智能等新兴产业的快速发展，还进一步推高了铜、铝、镍等金属的需求，带动金属与冶炼

行业进入高景气周期。2026年，该行业共有23位企业家上榜，较去年增加5人；上榜企业家持股总市值同比增长133%，增幅位居所有行业之首。

其中，电解铝行业受益于供给侧强约束与需求侧持续增长，价格与盈利能力同步提升，中国宏桥张波家族、信发铝电张刚家族等企业家的财富均实现大幅增长。中国宏桥的张波家族持股市值大幅上涨165%，以1888亿元重回前十，比去年前进了28位。信发铝电的张刚家族也大幅提升了45位，持股市值达1180.9亿元。

相比之下，医药生物行业、消费行业的创富动能仍有待进一步释放。作为连续多年位居创富榜前列的行业，医药生物今年共有49位企业家上榜，同比减少5人。创新药仍是行业价值重估的核心方向，出海则成为推动企业成长的新引擎。翰森制药、百利天恒、石药集团、恒瑞医药等创新药企业表现突出，相关企业掌门人的持股市值增长明显。

日用消费品行业则延续调整态势。今年该行业上榜企业家人数同比减少7人；在榜单跌幅最大的50位企业中，来自日用消费品行业的有14人，占比超四分之一，传统消费领域仍面临一定压力。不过，消费市场的结构性机会依然突出，蜜雪冰城、泡泡玛特、东鹏饮料、古茗等新消费品牌保持强劲增长，行业分化趋势愈发明显。其中，80后创业者、泡泡玛特王宁、杨涛夫妇持股市值同比翻倍至1066亿元，位列榜

单第26位。随着服务消费持续扩容，以及全国和各地服务业相关政策持续落地，新消费领域有望孕育更多新的创富机会。

地域创富新格局

广东领跑，京沪新锐力量频现

地域分布方面，广东、浙江、北京、上海依然是创业的“风水宝地”，分别有99人、80人、69人、62人登上今年的新财富500创富榜，四地上榜人数量合计占比超过六成。

其中，广东依托多年的电子信息业霸主优势再次腾飞，在PCB（印刷电路板）、存储、芯片、机器人、AI硬件等领域涌现出大批新富，全国10位PCB领域上榜企业家，广东拥有8位。

深圳电子信息产业底蕴雄厚，仅在深圳华强北一条街，就诞生了三位存储业上榜富人：江波龙蔡华波、德明利李虎、佰维存储孙成思，持股市值分别为432.9亿元、184.2亿元和94.5亿元。其中，51岁的李虎和38岁的孙成思均在今年首度上榜，德明利所在行业为存储主控芯片，佰维存储主要产品则是半导体存储器。蔡华波则从去年的榜单第222名上升至86名，持股市值比去年翻倍。江波龙是一家主营半导体存储应用产品的公司，2025年年度营业收入227.66亿元，同比增长30.36%。

在广东省上榜企业中，马化腾依然稳居首富宝座。自2004年首次上榜以来，马化腾的财富轨迹几乎与中国



互联网产业的发展同频共振。2010年跻身前十后，他便长期稳居财富榜第一梯队。2026年，受腾讯股价上涨带动，其持股市值同比增长约四成，达到4332亿元，位列2026年中国创富榜第三，这刷新了其持股市值纪录，首次突破了4000亿元大关。

集聚全国科研与创新资源的北京、上海，则正在成为AI创富时代最具代表性的“双子星城市”。在大模型赛道，北京孕育了智谱、月之暗面等创新企业，上海则涌现出MiniMax等新锐力量；在AI芯片领域，寒武纪、摩尔线程、地平线等企业扎根北京，沐曦股份则代表上海力量加速崛起。伴随人工

智能产业进入快速发展期，陈天石、唐杰、闫俊杰、杨植麟等一批科技新贵也在两座城市加速成长，共同勾勒出中国AI产业版图的新格局。

从财富版图的变化中，可以清晰看到中国经济增长动能的迁移。无论是AI驱动的科技创新，还是新能源、先进制造带动的产业升级，抑或是新消费孕育的新机会，新的创富逻辑正在从传统资源驱动转向技术创新与产业融合。未来，随着科技革命持续深化、产业结构不断升级，中国创富版图仍将持续重塑，而那些能够把握技术浪潮、链接产业变革的企业家，或将成为下一轮财富增长的主角。建

中国品牌世界杯“突围”： 解锁多层次流量玩法

文 | 方逸磊

世界杯这项顶级体育赛事在中国市场的商业逻辑正发生变化。近日，库迪咖啡宣布成为2026年世界杯官方授权产品零售商，将在全国门店推出世界杯官方纪念门票、球队主题冰箱贴等授权周边产品。与此同时，泡泡玛特旗下IP LABUBU亮相世界杯开幕式及官

方主题曲MV，度小满、追觅科技等品牌则通过赞助国家队、签约球星等方式，提前抢占赛事流量。

与以往中国品牌主要依靠高价竞逐国际足联官方赞助席位不同，如今越来越多新消费品牌正以官方授权零售商、国家队合作伙伴、球星代言、IP



联名等更加灵活的身份切入世界杯营销。除了联想、海信、蒙牛等官方赞助商外，世界杯商业版图不断扩容，一个覆盖官方赞助、授权合作、IP联名和内容营销等多层级参与方式的营销体系正在形成。顶级体育赛事的流量生意，也由过去的“单一赞助模式”逐渐迈向更加多元的商业化时代。

三家企业斩获世界杯全球赞助席位

尽管2026年美加墨世界杯的转播

权谈判一度出现波折，但并未削弱中国企业对这一全球顶级体育IP的热情。据了解，本届世界杯共16个全球赞助商席位，中国品牌占据3席，占比约19%，分别为联想、海信和蒙牛。

从赞助层级来看，联想属于国际足联最高级别的FIFA全球合作伙伴（FIFA Partner），拥有覆盖国际足联旗下全部赛事和商业活动的全球营销权益，可长期使用FIFA品牌及赛事标识，是整个赞助体系中权益最高、影响力最大的层级，目前这一层级仅有阿迪达





斯、可口可乐等7家企业。

海信和蒙牛则属于FIFA世界杯官方赞助商（FIFA World Cup Sponsor），其权益主要围绕当届世界杯展开，可在全球范围内开展赛事营销、广告传播和品牌推广，目前这一层级共有9家企业。

海信和蒙牛是世界杯的“老朋友”。自2018年俄罗斯世界杯以来，两家企业已连续三届跻身世界杯官方赞助商阵营。联想则于2024年正式成为国际足联全球合作伙伴，并成为国际足联历史上首个来自中国的官方技术合

作伙伴。据国际足联统计，联想、海信和蒙牛作为本届世界杯全球官方赞助商，总投入超5亿美元，占国际足联已确定的27亿美元赞助的1/5。

中国品牌持续押注世界杯，背后是中国市场巨大的商业价值。艾媒咨询发布的报告显示，中国作为世界杯全球核心收视与潜力消费市场，具有庞大的受众基数，为赛事营销、品牌传播、IP授权及衍生消费提供了广阔空间。数据显示，2026年中国球迷对美加墨世界杯保持较高关注度，超七成受访者表示将持续关注赛事，其中，“比较



关注”占比最高，占比为43.71%，其次是“非常关注”，占比为30.41%，反映出中国球迷对本届世界杯的观赛热情依然高涨。

庞大的观赛人群意味着持续释放的商业价值。对联想、海信、蒙牛等官方赞助商而言，世界杯不仅是提升全球品牌影响力的重要窗口，也是拓展海外市场、强化消费者认知的重要契机。

中国品牌探索世界杯营销多元路径

值得注意的是，除了联想、海信、

蒙牛等官方赞助商外，今年还有更多中国品牌通过其他“身份”进入世界杯营销体系。随着国内消费者尤其是年轻消费群体对体育赛事、IP文化和情绪消费的需求不断提升，围绕世界杯衍生出的授权商品、IP联名、主题门店、数字互动等新消费场景正快速扩张。越来越多品牌不再局限于争夺高门槛、高投入的国际足联官方赞助席位，而是通过官方授权零售商、国家队合作伙伴、球星代言、赛事联名等方式切入世界杯流量池，推动顶级体育赛事商业模式从传统的“重资产赞助”向更加灵



活、多层级的营销体系演变。

库迪咖啡便是其中的典型案例。作为2026年世界杯官方授权产品零售商，库迪咖啡已在门店上线世界杯FIFA官方纪念门票、官方球队球衣主题冰箱贴等授权周边产品。同时，库迪还是阿根廷国家足球队全球赞助商，并围绕球队推出世界杯主题新品及相关周边，通过门店场景、产品联名和线下活动，将世界杯流量落地为消费者可感知的消费场景。

选择“曲线救国”赞助球队的品牌

不止库迪咖啡一个，瑞幸咖啡则成为葡萄牙和西班牙两支球队的中国区赞助商，围绕两支球队的足球文化，瑞幸推出伊比利亚主题限定饮品，并在线下超过3万家门店更换带有葡萄牙、西班牙元素的杯套和包装，同时推出玻璃杯、冰箱贴、手机支架等相关周边，通过高频消费场景强化赛事联想。

除咖啡品牌外，金融科技、饮料等领域企业也纷纷布局世界杯营销。度小满、脉动和蚂蚁国际均宣布成为阿根廷国家足球队合作伙伴，其中度小



满、脉动聚焦中国市场，蚂蚁国际则覆盖亚洲区域（不含中东）。对这些品牌而言，与国家队合作不仅能够借助球队影响力提升品牌认知，也能够通过足球这一全球化语言实现与年轻消费者的沟通。

与此同时，一些品牌则选择从世界杯IP和球星文化切入，通过产品创新抓住赛事热度。国窖1573获得阿根廷和葡萄牙两支“豪门”球队官方独家授权，推出融入球队元素的蓝瓶、红瓶包装的两款纪念酒，并借助梅

西、C罗（克里斯蒂亚诺·罗纳尔多）两位足坛巨星迎来最后一次世界杯之旅的情怀营销，强化产品收藏属性和情感价值。

泡泡玛特旗下的知名IP LABUBU则进一步突破传统体育营销边界，不仅亮相世界杯开幕式和官方主题曲MV，还推出THE MONSTERS与世界杯联名系列产品，包括搪胶毛绒公仔、长挂绳、玻璃杯等潮玩周边，将体育赛事与IP消费结合起来。

对无法承担国际足联官方赞助高

昂成本的品牌而言，球星个人IP成为另一条重要路径。今年以来，东鹏饮料签约法国球星姆巴佩担任品牌代言人；追觅科技官宣葡萄牙球星C罗担任全球品牌代言人；小咖咖啡则签约巴西传奇球星卡卡，通过体育明星影响力提前抢占世界杯话题热度。

从营销赞助向技术合作延伸

值得注意的是，在与国际足联合作的核心赞助商中，联想、海信等中国企业已不再满足于传统的品牌曝光，而是进一步将自身技术能力融入世界杯赛事运营体系，实现从“营销赞助”向“技术合作”的延伸。

据了解，作为国际足联官方技术合作伙伴，联想将在本届世界杯期间提供联想足球AI超级智能体，为参赛球队、球员和教练团队提供数据分析、比赛洞察等支持。同时，联想还将推出视频助理裁判（VAR）3D数字人可视化方案，通过技术手段提升赛事判罚效率和观赛体验。

海信则进一步发挥显示技术优势，成为本届世界杯VAR显示技术官方合作伙伴。其旗下RGB-Mini LED显示技术将应用于赛事相关场景，为视频助理裁判系统提供更加精准的图像呈现和辅助判断支持。

从这些变化可以看到，世界杯商业合作正在从单纯的广告曝光，向技术、产品和赛事场景深度融合转变。对联想、海信等长期参与世界杯营销的核

心赞助商而言，世界杯不仅是品牌展示的平台，也是企业技术能力和产品实力的全球展示窗口。它们通过自身业务能力参与赛事生态建设，将商业权益进一步转化为技术影响力和品牌价值。

而对更多无法获得国际足联顶级赞助席位的中国品牌而言，世界杯营销也呈现出更加灵活的路径选择。部分品牌围绕热门球队、明星球员、赛事IP以及消费场景展开布局，精准匹配目标消费者，以更低成本实现品牌触达和流量转化。

这种变化意味着，昂贵的官方赞助权已不再是进入世界杯营销体系的唯一入口。国际足联的官网显示，本届世界杯由美国、加拿大和墨西哥三个国家的16个城市主办，迎来48支球队和104场比赛，堪称史上规模最大的一次。国际足联通过扩展球队数、增加商业赞助以及动态定价等手段，欲将这届世界杯打造成“最赚钱”的世界杯。因此，随着国际足联(FIFA)商业开发体系不断扩张，世界杯IP也从过去集中出售的稀缺资源，逐渐演变成覆盖官方赞助、技术合作、球队资源、球星IP和衍生商品的多层级商业生态。

对中国品牌而言，参与世界杯竞争的关键已不只是争夺一个“官方身份”，而是在全球流量池中寻找与自身品牌定位、产品能力和消费者需求最匹配的入口。世界杯这场顶级体育赛事，也正在从过去简单的“购买广告位”，转变为一场更加精细化、分层化的全球流量价值交易。■







一场欧洲热浪， 引爆中国制冷全产业链

文 | 许冲

今年夏天，一场横扫欧洲的极端热浪，意外成为中国制造的一次全球大考。当法国、德国、西班牙等国接连刷新高温纪录，空调从过去并非必需的家电，迅速成为当地居民应对酷暑的生活用品。

面对短时间内集中释放的需求，中

国企业凭借产品创新、完整供应链和高效物流体系，迅速填补了欧洲市场的供给缺口。从整机制造到跨境物流，再到上游零部件和储能产品，这场由极端天气引发的需求变化，也折射出中国制造在全球产业链中的响应能力和竞争优势。



中国空调缘何一夜卖爆

2026年夏天，欧洲正在经历一场有气象记录以来最严酷的热浪。据央视新闻报道，德国、捷克、波兰最高气温分别达到41.7℃、41.1℃和40.5℃，均创下当地历史极值。法国经历了近80年

来的最高温，24小时全国平均气温连续两天打破纪录，包括巴黎在内的多地最高气温超过了40℃。丹麦、瑞士等地也同步观测到创纪录高温。

社交媒体上随处可见当地居民抢购空调的画面。其中，美的PortaSplit便携分体空调在多国线下商场及电商渠道售罄。据德国本地社交媒体和二手交易平台反映，该款空调价格一度被黄牛炒至1999欧元，较官方售价上涨了1.5倍。6月29日，“法国紧急下单3万台空调”话题冲上国内热搜，将这场横跨欧亚大陆的“清凉热潮”推至聚光灯下。

这并非一次偶然的消费脉冲。据国际能源署数据，欧洲空调保有量仅约20%，德国、英国甚至低于5%，远不及美国的90%和日本的91%。背后是多重结构性因素的叠加：欧洲大部分地区纬度偏高，往年夏季高温天数极少；大量建筑被列入保护名录，外墙禁止打孔，安装固定空调的审批流程繁琐且昂贵——在德国，单台空调安装费高达1500至2000欧元，往往比空调本身还贵；再加上高电价和欧盟严格的环保法规，欧洲消费者长期对空调“敬而远之”。

然而，当极端高温从“偶发”变为“常态”，供需裂缝骤然扩大。据行业估算，2026年夏季，欧洲空调需求超过1000万台，而本土年产能仅约320万台，缺口高达680万台。面对这一巨大的供给真空，中国制造以令人瞩目的速度完成了“补位”。

海关总署数据显示，2026年上半

年，中国对欧盟空调出口额达37.6亿美元，同比增长43.2%，创历史同期新高；其中6月单月同比飙升72.8%。中国品牌在欧洲空调市场的份额，已从2023年的27%跃升至41%，成为欧洲第一大空调供应来源。

中国空调能够“接住”这轮热浪，靠的不仅是产能规模，更是针对欧洲市场的精准产品创新。针对建筑外墙不能打孔的要求，推出无需破坏墙体的便携式分体空调；针对搬家频繁、租房市场庞大的特点，采用可自行安装、拆卸复用的设计；针对欧洲法规要求，对能效等级、制冷剂用量等方面进行优化。中国空调在欧洲市场赢得青睐，并不只是因为价格优势，而是以创新设计精准解决了欧洲消费者长期存在的使用痛点，重新定义了产品竞争力。

热浪催动整条产业链

产品创新迅速转化为市场回报，中国空调品牌迎来一轮集体丰收。据美的海外业务负责人披露，2026年上半年，美的在德国、法国、西班牙、英国等西欧市场的空调整体销售额同比增长超70%，仅PortaSplit一款单品欧洲出货量就突破20万套，入选《时代》“2025年全球最佳发明”榜单。此外，根据美的集团2025年年报，美的2025年海外收入1959.48亿元，占总营收比重超过42%，且同比增速（15.92%）远高于国内市场（9.4%）。

海尔智家官方数据显示，2026年，

海尔在欧洲的空调整体销量同比上涨30%，其中西欧市占率达9%，排名第二，东欧市场以34%的份额稳居第一。格力的数据也很亮眼：1-6月，格力在法国、意大利、西班牙等国实际空调销售量同比增长超40%。壁挂式空调订单爆满，安装排期已经顺延到8月底。海信集团披露的数据显示，今年上半年其西欧市场空调销售额同比增长超过20%，其中法国市场增幅突破100%，意大利市场6月销售额同比增长30%。

此外，TCL、长虹、奥克斯和美博等品牌同样斩获颇丰。TCL今年二季度在西欧市场整体同比增长超27%，其中法国、北欧区域同比增幅超300%，西班牙销量翻倍，英国、德国等核心市场移动空调一度售罄。客观而言，这是一场全品牌阵营的集体突围，而非某一家企业的独角戏。

整机热销的背后，一条更隐秘的受益链在跨境物流环节悄然展开。京东旗下欧洲线上零售平台Joybuy提供的数据显示，6月19日至25日高温期间，该平台空调销量较6月第一周激增近40倍，美的PortaSplit增长近42倍，落地风扇增长超80倍。今年3月，京东集团宣布，正式在欧洲推出全新线上零售品牌Joybuy，通过自建物流网络将“211”速度（京东的当日达和次日达速度）引入欧洲30余座主要城市。

与此同时，阿里巴巴旗下菜鸟集团在欧洲运营着28个海外仓，6月移动空调出库单量同比增长近18倍，空调配件增长12倍。目前，菜鸟的海外仓已持续



面向空调企业开放仓容，并开通隔日达配送。当外界还在感叹“中国空调卖疯了”的时候，真正支撑这场出口热潮的物流网络早已高速运转。从仓储、分拣到配送，这些隐藏在产业链背后的基础设施，才是这轮热浪中最容易被忽视，却同样获益颇丰的参与者。

将视线再往上延伸，空调上游零部件正在经历一轮外销景气度的快速传导。中国拥有全球约80%的空调产能和90%的压缩机产量，从压缩机、电机、热管理阀件到铜管、制冷剂，所有核心零部件均可在一个产业集群内快速配齐。广东顺德的整机制造、浙江新昌的制冷阀件产业，以及遍布全国的压缩机

生产基地，共同构成了一条高效协同的供应网络。正因如此，当欧洲遭遇突发热浪、需求瞬间释放时，中国企业才能在短时间内完成从零部件供应、整机生产到跨境物流配送的全链条响应，将供应链优势真正转化为市场竞争力。

与此同时，高温需求带来的外溢效应并未止步于空调产业。由于欧洲部分国家电价长期处于高位，叠加持续高温推升用电负荷，中国新型储能产品近期出海表现同样亮眼，安克创新、华宝新能等便携储能品牌上半年欧洲收入增速预计超30%。随着动态电价机制普及和能源成本居高不下，越来越多的欧洲消费者在购买空调的同时，也开始



配套安装户用储能系统，以实现“自发自用、削峰填谷”，降低用电成本。

中国制造的新命题

本轮空调出口的爆发式增长，还拉动中欧班列货运量攀升至高位。据中国国家铁路集团数据，2026年上半年，国家铁路累计完成货物发送量20.15亿吨，同比增长1.8%。其中，中欧班列开行11178列，同比增长20%。

在这轮空调出口增长中，中欧班列的时效优势得到充分体现。传统海运从中国运抵欧洲通常需要40天以上，难以满足夏季制冷设备短期集中放量

的需求；空运虽然可将运输时间缩短至一周以内，但物流成本高昂，难以适用于价格敏感的民用家电产品。相比之下，中欧班列运输时效稳定在15至20天，较海运缩短近一半，同时物流成本远低于空运，在时效与成本之间实现了较好的平衡，成为本轮中国空调出口欧洲的重要物流通道。

世纪证券的研究报告指出，欧洲本次突发极端高温将有效激活当地潜在消费刚需，带动终端空调销售快速回暖，线下渠道备货节奏同步提速。中长期维度下，全球高温天气频发的大趋势持续固化，海外制冷设备刚需市场持续扩容，为空调行业出海发展提供了



广阔的增量空间，具备全球化布局、海外业务占比高的空调头部龙头企业优势将得到凸显。

北京外国语大学欧盟与区域发展研究中心主任崔洪建表示，中国空调在欧洲热销，并不仅仅意味着中国企业向欧洲出口了更多商品，更体现了中国企业围绕欧洲环保、建筑物保护等方面的要求，主动创新的意识，让产品更好地融入欧洲市场。在他看来，中欧产业合作角色正在发生变化。过去，中国更多是欧洲产品的市场，欧盟是产品和技术的提供者，如今双方的角色发生了反转，中欧经贸正顺应新形势，加速向差异化深度合作转型。

对中国企业而言，这场热浪带来的启示，并不止于一次出口增长，更是中国制造体系能力的一次集中体现。从针对全球市场场景开展产品创新，到依托完整产业链实现研发、配套、生产、交付的快速协同，中国企业展现出对市场需求的敏捷感知和快速响应能力。近年来，我国持续推进制造强国建设，不断提升产业链供应链现代化水平，这种以体系化协同为支撑的灵活性、韧性和快速迭代能力，正成为中国制造参与全球竞争的重要优势。未来，随着中欧产业合作不断深化，这种以产业链协同为支撑、市场需求为导向的发展模式，有望释放更多合作空间。建

从触底回弹到两位数增长，国内手机市场迎来复苏信号

文 | 许冲

持续承压的国内智能手机市场出现了新的增长信号。中国信息通信研究院最新数据显示，今年5月，国内手机出货量同比增长16.5%，创下年内首次双位数增长。补贴政策、“618”促销前移、AI手机加速普及以及产业链景气度修复等多重因素叠加，不仅推动终端消费明显回暖，也带动上游供应链同步复苏。从短期促销刺激到长

期技术升级，这轮增长背后折射出的不仅是手机销量的回升，更是消费电子行业进入新一轮修复周期的积极信号。

手机行业迎来双位数增长

6月24日，中国信息通信研究院发布了《2026年5月国内手机市场运行分



析报告》(以下简称“报告”),披露了一组超出行业预期的核心数据:2026年5月,国内市场手机出货量达到2763.9万部,同比大幅增长16.5%;其中5G手机出货量2622.4万部,同比增长23.8%,占同期手机出货量的比重高达94.9%。这是继今年4月国内手机市场整体出货量触底回弹之后,行业迎来的首个两位数同比增长,标志着持续承压的国内手机消费市场正式走出阶段性低谷,开启结构性回暖通道。

回溯今年前四个月的市场走势,行业整体仍处于调整周期。根据中国信通院此前发布的数据,2026年1-4月国内市场手机累计出货量为8653.8万部,

同比下降8.6%,其中智能手机累计出货量8207.6万部,同比下降5.5%。

多重因素叠加之下,手机市场此前一直处于低位运行状态:一方面,国内手机市场早已进入存量饱和阶段,消费者平均换机周期拉长至30个月以上,常规产品迭代很难撬动大规模换新需求;另一方面,年内上游存储芯片价格持续上涨,供应链成本压力逐步向终端传导,不少消费者持币观望,等待价格回落。整个行业笼罩在“卖不动、涨不起”的低气压中。

转机出现在4月下旬。随着五一假期消费预热和各地以旧换新补贴政策的密集落地,市场开始释放复苏信

号。而5月的全面爆发，则得益于多重利好在同一时间窗口的集中释放。与往年5月下旬才启动“618”预售的行业惯例不同，2026年各大主流电商平台全面前置了大促节奏，大幅拉长促销周期：京东早在5月6日就启动了全周期预热活动，淘宝、天猫、抖音等平台的预售节点也较2025年同期整体前移7至10天。头部手机品牌同步跟进，5月中旬便开启了多款主力机型的降价促销，叠加全国范围内持续落地的手机以旧换新补贴政策，直接将原本集中在6月的换机需求提前释放，成为拉动5月出货量增长的重要动力。

“今年5月的到店客流比去年同期多了近四成，很多顾客都是冲着以旧换新补贴来的，旧机最高能抵扣1500元，再叠加平台的满减优惠，不少原本打算再用半年旧手机的用户，直接选择了提前换新。”佛山市南海区的一家手机连锁卖场的店员表示。报告显示，5月国产品牌手机出货量达到2397万部，同比增长25.0%，占同期手机出货量的86.7%，国产品牌凭借对下沉市场和中端价位的精准覆盖，成为本轮市场反弹的最大主力。

AI 概念驱动换机潮

如果说补贴和促销是拉动5月销量的短期燃料，那么AI功能的规模化落地，则是激活存量换机市场的核心内生动力。报告显示，5月国内智能手机出货

量2680.4万部，同比增长19.0%，占同期手机出货量的97.0%，其中搭载端侧AI大模型的机型销量占比超过六成。AI功能已经成为消费者购机时的重要考量因素。

“今年换新市场中，AI功能手机订单占比持续走高，AI技术已成为激活存量换机市场的核心动力之一，叠加以旧换新政策利好效应持续释放，共同推动5月份国内手机市场实现结构性回暖。AI手机已经从过去的概念卖点变成了消费者购机的核心刚需，从AI文档处理、实时翻译到智能影像优化，越来越多用户体验到了AI功能带来的实际便利。”盘古智库高级研究员江瀚表示。

从市场结构来看，AI功能不再是高端旗舰机型的专属标签。2026年上半年，千元价位段的AI机型占比快速提升，覆盖了从千元机到万元级折叠屏的全价位段产品，为不同消费层级的用户都提供了换新理由。

另一个撬动短期销量的重要推手，是存储芯片价格持续上涨带来的“涨价预期”。年内上游存储芯片供应持续偏紧，价格连续多个季度上行，直接推高了终端手机的BOM（物料清单）成本。集邦咨询（TrendForce）数据显示，2026年第一季度，Conventional DRAM（常规动态随机存取存储器）合约价季增90%—95%，NAND闪存合约价季增55%—60%，均大幅超出年初预期。

成本压力很快向终端市场传导。



3月10日，OPPO率先宣布部分机型调价，随后vivo、小米、荣耀、三星等品牌陆续跟进，中端机型普遍上涨300—800元，旗舰机型涨幅更是突破千元。在新一轮涨价预期下，不少消费者担心下半年新品及在售机型价格进一步走高，纷纷选择借助5月大促和以旧换新补贴提前购机锁定价格，进一步放大了当月市场销量。

与消费端需求回暖形成对照的是，供给端呈现出明显的收缩态势。5月国

内新上市手机机型共19款，同比下降51.3%，其中5G新机型11款，同比下降15.4%。新机型数量的明显下滑，一方面反映了厂商在成本压力下对产品线的精简策略，另一方面也让现有主力机型的市场关注度更加集中。当厂商不再用“机海战术”铺货，而是集中资源打磨少而精的拳头产品，头部机型的销量反而得到了进一步放大——这种“以质代量”的策略转变，正在重塑国内手机市场的竞争格局。

终端回暖向产业链传导

手机出货量的增长，正在向上下游产业链传导。最先感受到暖意的，是上游核心零部件供应商。从图像传感器、射频前端到显示面板，多家上市公司披露的投资者关系活动记录中，不约而同地提到了手机业务订单回暖的信号。

7月7日，舜宇光学科技在港交所公告：6月手机镜头出货量9101.2万件，同比增长25.8%；手机摄像模块出货量5215.4万件，同比增长29.3%。主要原因是去年同期因整体智能手机市场需求疲弱，使得基数处于低位。7月10日，丘钛科技在港交所公告称，6月摄像头模组销售数量同比增长20.8%，手机摄像头模组销售数量同比增长21.6%，延续了行业复苏态势。

在显示面板领域，需求改善信号同样明确。群智咨询数据显示，2026年一季度全球智能手机OLED面板出货量约2.02亿片，同比增长4.7%。京东方当季柔性AMOLED出货量约4200万片，同比增长近17%，全球市场份额提升至约20%，其中折叠屏面板以约45%的份额位居全球第一。

从摄像头模组到显示面板，上游核心元器件的出货量集体回暖，正在从数据层面印证一个事实：5月终端市场的爆发不是孤立事件，而是手机产业链整体景气度回暖的集中体现。

不过，从1至5月的累计数据来看，国内市场手机总出货量1.14亿部，同比下降3.6%，整体大盘尚未回到正增长

区间。但结构性的增长动力已经十分清晰：AI手机渗透率持续上升，国产品牌市占率稳定在86%以上，5G手机占比逼近95%。这些结构性指标的持续改善，比总量数据的涨跌更能说明行业的真实走向。

对于下半年，业内分析普遍认为市场将延续“总量承压、结构分化”的运行格局。政策层面，全国手机以旧换新补贴政策将持续落地生效，为终端市场提供稳定托底支撑；华为、苹果等头部品牌的旗舰新机将在三季度集中发布，AI与折叠屏等创新产品将持续向高端市场渗透。

深圳华道研究咨询有限公司合伙人王志球认为，从结构性机会来看，预计下半年AI千元机与折叠屏手机增长潜力最为显著。其中，AI手机产品持续向大众价位普及，折叠屏产品性价比与场景价值稳步提升，将分别带动不同层级市场的换机需求。

回溯2026年上半年的手机市场走势，一条清晰的逻辑链条已浮出水面：技术创新定义需求，AI手机提供了真正意义上的换机理由；政策红利催化节奏，以旧换新补贴大幅降低了消费者的换机门槛；产业链协同放大效应，从上游元器件到中游代工再到下游零售，整条产业链正在分享这场由AI驱动的换机红利。随着AI功能进一步普及、折叠屏价格持续下探，以及下半年新品周期全面开启，国内手机市场有望继续保持修复态势，行业竞争也将从价格竞争逐步转向技术创新和用户体验的竞争。■



财智 论道

FORUM

在地产业整体下行、地坪行业低价内卷的当下，康太实业这家河南本土企业依靠技术自研、精细化利润管控与稳健经营思路平稳度过行业寒冬。创始人潘国康讲述其跨界创业、技术攻坚、多元转型的完整发展历程。

本期《财富守攻传》邀请了中国建设银行大连星海湾私人银行中心财富顾问刘一明，探讨股权信托如何助力企业控制权稳固如山。



河南康太实业潘国康： 从服装商贩到地坪实业家， 稳扎稳打穿越行业周期

文 | 海冰 宋甜甜 路平 许冲

推开康太实业的样板展示间，平整光亮的无机地坪延伸至视野尽头，分割线条规整利落，看不到一丝开裂、起皮痕迹。站在这片耗费数百次打样才定型的地坪上，河南康太实业创始人潘国康向我们娓娓道来自己的

创业故事。

13年前，潘国康还是郑州银基商贸城忙到没空吃饭的服装商户。如今，他一手搭建起地坪全链条一体化服务体系，自研工艺成为全国地下车库升级标杆，业务版图覆盖河南、山西、



天津、浙江多地。

在地产业整体下行、地坪行业低价内卷的当下，这家河南本土企业依靠技术自研、精细化利润管控与稳健经营思路平稳度过行业寒冬。近日，我们面对面专访潘国康，听他完整讲述跨界创业、技术攻坚、多元转型的完整发展历程。

看懂服装零售天花板， 主动转行切入地坪赛道

采访之初，潘国康谈起创业起点，坦言早年和建筑建材行业毫无交

集。2007—2013年，他在郑州银基经营服装生意6年半，线下零售正值鼎盛，门店客流络绎不绝。“周末店里忙到全员顾不上吃饭，十几人同时收银都跟不上，单日营业额七八万、十万是常态。”

虽然门店收益稳定，但是潘国康早早预判行业增长已触顶。单店承载能力存在上限，即便同时运营两三家门店，全年营收也很难突破千万。伴随电商快速崛起，线下实体店的生存空间持续收缩，转型成为必然选择。

潘国康老家周口是业内公认的“地坪之乡”，当地从业者多承接混凝土收面等低端苦力活，脏乱且利润微薄。彼时郑州高端车库、景观地坪项目，本地施工企业连投标门槛都触碰不到，市场完全被北上广企业与海外品牌垄断。

身边同乡大多深耕地坪施工，叠加自身转型诉求，2013年，潘国康作出转让全部盈利服装门店、投身地坪行业的决定，当即遭到家人强烈反对。妻子十分不解：“服装一年稳定收入五六十万，安稳日子不过，非要闯入完全陌生的建筑行业。”

潘国康坦言，当时身边所有人都劝他不要冲动，但他笃定零售增长见顶，地坪赛道仍有品质升级空间，坚持跨界入行。创业第一年，康太实业全年营收仅100多万元，和服装生意差距颇大。初期资金、团队、客户、技术全部空白，如何拿到工程订单，成为摆在他面前的第一道难关。



首单项目亏损5万元， 靠一次试错站稳郑州高端地坪市场

入行三四个月始终没有稳定业务，直到拿下精细化房企永威地产的项目，这段经历成为潘国康创业最深刻的一课。项目位于新密，工程款45万，预估盈利15万，原定20天工期，最终耗时三个月，往返郑州、新密99趟，收尾核算反而亏损5万元。

永威素来施工标准严苛，施工标准严苛，不少深耕地坪三五年的本地同行都不敢承接。刚入行的潘国康眼高手低，对整套施工工序一无所知，项目推进接连出问题。1000多平米展

示区多次验收不合格，整块地坪需要拆除返工。混凝土基层布满钢筋，硬化后拆除难度极大，团队只能等甲方下班连夜施工，拆除工序耗时20多天，光是寻找专业炮锤工人就对接了三批队伍。

“哪怕亏钱，也要保质保量交付。这个项目虽然亏了5万，却让我们吃透整套地坪施工流程，所有质量隐患、工序难点全部亲身实操，这份经验用钱买不来。”潘国康说道。

这次看似失利的项目，反倒为康太打开郑州高端地产市场。此后，康太陆续承接永威翡翠城、永威东棠、永威五月花城、永威上河郡等项目，彻底扭转开发商对地下车库脏乱、无



价值的固有印象。康太完工的车库在地坪平整度、色彩、分割线、防开裂工艺上全面升级,带动建业、康桥、亚新等本土房企统一升级地库标准。

郑州北龙湖高端住宅板块,康太一度拿下80%地坪项目,30余个高端小区中20多个车库由其打造,北上广外来企业进入本地市场,对比康太样板工程,竞争力大幅削弱。

自建自有施工队伍, 深耕工艺研发打破行业粗放分包乱象

首个项目的亏损,让潘国康看透行业通病:多数地坪企业仅做中间商,承接工程后层层转包零散劳务

队。外包班组为压缩成本偷工减料,企业难以管控,交付品质参差不齐。2014年,康太确立研发加施工一体化模式,两大举措筑牢企业根基。

康太首先自建了全职标准化施工队伍,工人薪资由公司直接发放,摒弃外包分包。这种模式起初并不被同行理解。潘国康解释其中逻辑:“想做出优质工程,成本和质量一定相辅相成,想用最低价格做出顶级地坪,根本不现实。自有施工队执行力、机动性更强,不会出现外包班组消极怠工、偷减工序的问题。”

“我们的创新重心放在地坪施工工艺优化上。”2015年,康太实业组建三人专职工艺研发小组,聚焦地坪



开裂、起皮、色差、温湿度适配、基层钢筋应力释放等行业顽疾，针对性攻坚。以永威上河郡6万平米地下车库为例，传统工艺每万平米易出现30-40条裂缝，符合国家工程验收标准；经康太自研工艺优化后，大幅超越行业规范。

“三分料、七分工。如今，国内外地坪材料差距极小，工艺才是拉开品质差距的核心。”潘国康总结道。

研发团队耗时八个月、上百次打样，研发出全国独创无机一体化地坪工艺，省去传统水磨石覆土工序，直接在混凝土基面一体成型。这套工艺迅速风靡全国中高端地产，至今仍是行业主流标准。

除工艺研发外，企业自主研发环氧地坪抛光设备、定制车库减速带并拿下多项专利。潘国康解释自研初衷：高端项目定制配件时，上游厂家漫天加价、高额收取开模费，成本最终转嫁开发商；自主配套设备既能降低甲方成本，也能牢牢掌握全链条主动权，收获客户长期认可。

依托样板工程形成虹吸效应，稳步推进全国市场布局

2016年，康太已是河南地坪头部企业，省内前十房企均为战略合作伙伴，当时不少省外企业寻求合作，但潘国康选择集中资源深耕本地。他认



为，当年地产高速发展，河南本地项目充足，盲目全国扩张会分散资源；但单一区域存在体量天花板，向外拓展是长期发展必然。

目前，康太已在太原、西安、天津、杭州、无锡落地七八个省外标杆项目。潘国康预判，2027年，省外业务营收占比将达到60%-70%，规模全面反超省内。

外埠拓客，康太不盲目上门推销，依靠实景样板形成市场虹吸。太原房企主动邀请团队打造车库展示区，完工效果惊艳区域市场，周边楼盘主动上门洽谈。“外地开发商专程来郑州考察北龙湖样板，看得见的落地品质，远比单纯谈报价更容易促成合

作。”潘国康说。

在他看来，康太核心竞争力是国内为数不多实现全流程标准化闭环服务的企业，同类服务商全国不足10家。从前期勘测、方案设计，到中期施工管控、后期长效维保，全链条一体化落地。多数开发商仅有高端地坪需求，却无法细化标准，企业设计团队可出具可视化方案，提前规避各类质量问题，这是同行难以复制的优势。

双赛道布局分散风险， 前置风控穿越地产下行周期

近年来，地产行业收缩，地坪行业同步承压，面对低价内卷、回款拉长、房企爆雷多重压力，潘国康依靠前置风控实现稳定盈利。

早在2018、2019年，他预判地产拐点将至，调整集采合作模式。传统集采要求企业承接全部分配项目，无拒绝空间；康太签约时明确项目选择权，高风险、低收益项目可直接放弃，此举让地产合作业务量直接腰斩，仅保留5家资金稳健、理念契合的优质房企。

“同行普遍低价抢单，利润率不足5%，一旦返工、回款延期就极易亏损。我们始终保持高于行业均值10个点的合理利润，拒绝无底线内卷，预留充足抗风险缓冲。”潘国康介绍。

截至2026年，企业应收账款从

峰值2.5亿元压缩至五六千万元，全程无银行贷款，劳务、材料款项足额结清，部分房企回款逾期并未影响正常经营。

潘国康始终坚守两条底线：做工程，质量第一、资金安全第一。近两年大批上亿规模同行倒闭，根源就是低价内卷、零利润运营、应收账款堆积，市场稍有波动便无力抵御。

地产存量时代，康太推行住宅地产、工业项目双赛道转型，降低单一行业依赖。住宅仍是基础业务，企业聚焦高端项目、淘汰中端低利润工程，同步挖掘存量小区地坪翻新、长期维保市场。“住宅地产不会消失，但持续升级，建成三五年的地坪普遍需要翻新，旧改是稳定长期增量。”

相较地产项目，工业企业资金链稳定、回款更有保障，可对冲地产周期波动。潘国康将医药车间、冷链物流、大型厂房定为拓展重点：住宅车库多为8万-10万 m^2 ，工业单体可达30万-50万 m^2 ，单个大型项目营收最高可达亿元。

坚守小而精稳经营理念， 长期主义深耕实业十三载

地坪行业人员流动性普遍偏高，但康太实业在业内素有地坪行业“黄埔军校”之称，多年来为行业输送大批高端地坪技术人才。

潘国康介绍：“近三四年，北上广深地坪企业的技术团队专程来郑州

学习我们的施工工艺。南方高端楼盘大多把资金投入外立面、会所景观，地下车库投入占比极低，而我们早在七八年前就提出‘地库是建筑第一大堂’的理念。”

如今，高端小区车库造价标准，从早年每平米百元，提升至一两千元，地下车库搭配智能灯光、采光景观井、休闲会所、干挂石材等配套，地下空间体验已经成为房产销售核心卖点，也印证了潘国康早年对行业趋势的判断。

谈及中小企业长久经营逻辑，他不认同盲目扩张、一味追求规模。很多经营者盲目自信，缺少危机预判，企业如同高速行驶没有刹车，稍有波动就容易翻车。中小企业的目标不应是无限做大，而是小而精、小而美，稳步台阶式发展。

潘国康反复强调，合理利润是企业抗风险核心。一味追高利润透支口碑，持续低价内卷丧失抗压能力，适中稳定的利润才能在下行周期守住现金流、稳定团队。日常经营中，他以胖东来为标杆：自有资金运营、无高额负债、保障员工稳定收入，即便遭遇经济波动也具备生存底气。

13年创业，潘国康自身心态变化巨大。早年性格急躁，常年应对整改、对接甲方、处理资金等繁杂事务，棱角逐渐磨平，看待经营难题更加平和。

“企业没有跨不过去的难关，放平心态就能找到解决路径，经营企业和做人，底层逻辑本就相通。” 



主讲
刘一明

股权信托实战录： 这四步让企业 控制权稳如泰山

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



股权信托 如何为企业控制权构筑“护城河”

守得住，攻得远，传得久。本期《财富守攻传》邀请到中国建设银行大连星海湾私人银行中心财富顾问刘一明，聚焦企业的传承与发展这一重要议题，探讨股权信托如何助力企业控制权稳固如山。以下是她带来的精彩内容：

在这个充满变革的时代，企业的传承与发展成为企业家们关注的核心议题。股权信托作为一种创新性的解决方案，在实践中展现出其独特的制度优势与价值。

位于中国东北的一家机械制造企业，拥有数十年的历史积淀，是一家典型的家族企业。随着创始人年事渐高，企业面临着接班人的难题——一方面，年青一代尚缺乏成熟的企业管理经验；另一方面，家族成员之间对于企业未来的发展方向存在分歧。

如何平衡家族内部利益，同时保障企业长期稳健发展？我们通过股权信托实践路径中的关键四步，有效化解了摆在这家企业面前的重大挑战。

首先，企业聘请专业机构进行全面的股权评估，明确了股东权益以及资产状况。随后，根据评估结果，设计了一套合理的信托架构。这种架构不仅考虑了企业控制权的平稳过渡，还为企业的长期发展奠定了基础。

其次，为了确保企业日常运营不受

影响，家族成员共同签署了一份详细的经营权委托协议。这份协议明确规定了经营管理层的权利、义务以及决策机制，确保企业在传承的过程当中仍能高效运转。

再次，在股权信托实施前，企业还进行了一系列的收益分配压力测试。通过对不同市场环境下的模拟，评估了该方案在面对经济波动时的稳定性，从而增强了所有股东的信心。

最后，企业还制定了应对未来不确定性的预案，为企业长期发展提供了坚实的保障。

在整个股权信托方案的设计与实施过程中，建行发挥了关键作用。凭借强大的综合金融服务能力以及丰富的经验，建行为该企业提供了一站式的解决方案，不仅包含涉及公司股权集中管理决策、受益人及收益分配等股权信托架构设计方面的专业咨询，还涵盖了风险管理等全方位服务。更重要的是，建行通过跨条线协同工作模式，确保了方案的高效落地，助力企业平稳过渡，实现家族财富与企业发展双赢的局面。

可以预见，随着股权信托实践的持续深化，这一模式将在更多的行业中展现出其独特的魅力，为中国企业乃至全球的经济注入新的活力。建行私人银行《财富守攻传》，我们下期再会。 

A nighttime photograph of a city skyline. In the background, several modern skyscrapers are illuminated with blue and white lights. In the foreground, a dense cluster of traditional Chinese houses with tiled roofs is visible, some of which are lit up with warm yellow light. The sky is dark blue.

善建 卓观

PROSPECT

市场瞬息万变，企业家在经营创富之外，还面临经营合规、跨境财税、资产传承等多重财富难题。为深耕高净值企业家客群服务，建行多地分行聚焦高净值客户需求，持续举办私享财智沙龙，汇聚法律、税务、证券、信托行业专家，解读新政、研判市场、拆解财富风险，依托建行综合金融优势，全方位守护企业与家族财富，助力企业家合规守富、长远传承。



聚焦CRS新政，护航全球财富 建行青岛市分行举办“善建企行”财富私享荟

近日，为深入践行总行大财富管理战略，精准契合高净值客户资产配置及税务规划的核心需求，建行青岛市分行联合建信人寿成功举办“财富大讲堂（私享荟）”专项财富沙龙。活动聚焦CRS新政下全球财富税务管控核心课题，特邀行业权威专家授课赋能，为私行客户带来专业化、定制化的高端财富咨询服务。

本次活动特邀德勤山东税务总监张俊担任嘉宾。他凭借深厚的财税专业功底和丰富的实务经验，深度解析了CRS最新政策动向，系统梳理了跨境资产申报规则与监管重点，并精准拆解了跨境投资与资产传承中的税务盲区及合规风险，为与会者带来了兼具前

瞻性与可落地性的风险管控策略和税务规划思路。

值得一提的是，活动现场还设置了专属咨询环节。私行客户经理与客户进行一对一深入交流，围绕CRS新政、全球资产配置等热点问题面对面答疑解惑，并结合每位客户的实际情况量身定制专属财富规划方案，专业细致的服务赢得了现场客户的高度认可。

本次财富沙龙精准贴合高净值客户全球资产布局需求，有效助力客户厘清新政影响、规避涉税风险、优化财富架构。未来，建行青岛市分行将以专业金融服务实力，护航客户全球资产合规稳健增值，助力家族财富长效传承。建



洞察先机，策论未来 建行贵州省分行开展企业家客户投资策略会

为向高净值客户提供多角度、全方位的专业一体化服务，近日，建行贵州省分行成功举办“善建企行·财富会客厅——转型牛，重在交易”投资策略会，50名企业家客户受邀参加。

本次活动特邀国泰海通证券研究所首席资产配置官郑旭担任主讲。他立足全球视野与本土实践，对宏观经济走势、股市配置策略及重点行业投资机会进行了系统梳理与精准研判。讲解内容兼具专业深度与表达温度，赢得了在场客户的热烈反响，现场嘉宾对建行高效、专业的服务能力也给

予了充分肯定。

活动现场座无虚席，不时响起阵阵掌声。在互动提问环节，嘉宾们争相举手发言，专家一一悉心作答，将现场气氛推向高潮。讲座结束后，仍有不少客户热情不减，主动留下来与专家进行一对一深入沟通，寻求更具针对性的建议。

本次活动圆满落地，让客户切实感受到建行贵州省分行更专业、更贴心的服务提升。展望未来，建行贵州省分行将继续以客户需求为中心，紧跟市场热点，以更专业的私行服务为高质量发展贡献坚实力量。建



以法为舟，智领未来 建行重庆市分行举办企业家法税沙龙

近日，建行重庆市分行成功举办“以法为舟·智领未来——新法规下的机遇与挑战”企业家法税沙龙。四十余组私人银行客户应邀齐聚一堂，聚焦新规解读与合规经营，共探财富安全与基业长青的路径。

重庆市分行私人银行中心、杨家坪私人银行中心及网点负责人、部分二级行私行主管、私行客户经理参与活动。

活动伊始，建行重庆市分行私人银行中心主任蒋韵带来题为《企业主财富管理新思路》的分享，向现场嘉宾系统介绍了建行重庆私人银行整合多方资源，为企业主家族和睦、家业长青、家财永续提供的专业服务，秉持“人无我有、人有我优”的理念。

随后，活动特邀百君律师事务所刑辩中心主任黄自强律师，围绕法释〔2026〕6号开展深度专题解读。他结合最新司法解释的核心条款与自身丰富的司法实践经验，精准剖析了新规在民营企业经营、财富管理与资产隔离等方面带来的深远影响，并聚焦公私混

同、职务犯罪、合规管理等高频风险点，通过典型案例逐一拆解了企业在日常运营中容易忽视的合规误区。

建信信托财富管理业务部西南财富中心业务董事张雯则围绕家族信托的实践案例，详细解读了合规框架下资产配置、信托工具、风险隔离的解决方案，为客户构建兼具安全性与成长性的财富管理体系提供清晰指引。

嘉宾分享结束后，现场同步开启一对一预约咨询。建行重庆市分行私行中心与信托专家一同，针对客户关注的新规风险应对、企业经营优化、家族信托规划、资产隔离保护等个性化需求，提供定制化解决方案。

本次活动，是建行重庆市分行以企业家客户需求为着眼点，以专业能力回应每一份托付的切实行动。未来，分行将持续依托建行集团全球协同优势，聚焦高净值客户“人家企社”及传承等核心需求，不断完善专业服务体系，以更全面、更优质的综合金融服务，陪伴客户以法为舟、智驭未来，实现财富稳健增值与家族永续传承。■



格物 私享

LIFESTYLE

一张泛黄的借据，一块贴过门神画的旧门板，静静诉说着跨越近百年的军民鱼水情。从烽火岁月里红军严守纪律立下的“红色契约”，到新时代国有大行坚守合规底线、践行普惠金融的生动答卷，改变的是时代背景，不变的是“金融为民”的赤诚初心。本期格物带您走进这段尘封的历史，探寻流淌在建行血脉中的诚信基因与红色密码。

白玛多吉： 在大山的褶皱里，建造一座连接世界的桥

文 | 方逸磊

有人说，白玛多吉建的是酒店；也有人说，他做的是旅行。但在他自己看来，二十多年来始终只做着同一件事——讲述故乡。从央视纪录片摄影编导，到松赞品牌创始人，他将镜头里的雪山、村庄与藏文化，延续到一座座散落于滇藏之间的酒店之中。对松赞而

言，酒店只是载体，旅行只是方式，而连接土地、文化与人的关系，才是这个品牌真正想表达的价值。近日，《建行财富》专访松赞集团董事长、松赞品牌创始人白玛多吉，聆听他如何以一座座酒店为桥梁，在商业与文化之间，讲述故乡、旅行与生命的故事。

从镜头到砖瓦： 讲述故乡的另一种方式

云南迪庆，松赞林寺脚下的克纳村，群山环抱，牧歌悠远。几十年前，这里还是中甸县（今香格里拉市）一个宁静的藏族村庄，村民们半农半牧，日出而作，日落而息。白玛多吉便出生、成长于这片土地，雪山、草甸、经幡与炊烟，构成了他关于故乡最初的记忆，也在潜移默化中塑造了他对自然、文化与生命的理解。

四十年前，他离开家乡，走向更广

阔的世界。作为纪录片摄影编导，他长期致力于藏地文化的记录与传播，创作了多部反映藏区自然风光与人文风貌的专题片、纪录片，并参与英国导演菲尔·阿格兰德（Phil Agland）纪录片《云雾之后的中国》的拍摄。镜头下，他始终试图呈现一个真实而独特的藏地，希望让更多人透过影像，读懂这片土地的壮美与深厚的文化底蕴。

然而，在白玛多吉看来，镜头终究只能记录风景，却难以让人真正走近风景、融入风景。一次欧洲之行，让他





第一次接触到精品酒店，也让他萌生了一个大胆的想法：如果能在家乡建起一座承载在地文化的精品酒店，让旅行者住进雪山脚下、走进藏族村庄、感受真实的藏地生活，那么，这或许会成为另一种讲述故乡故事的方式。

于是，一个根植于滇藏大地、有着独特精神内涵、以深度旅行为纽带的度假酒店品牌——松赞，由此诞生。2000年，第一家松赞酒店——松赞绿谷山居在香格里拉正式开业。四年后，白玛多吉离开电视台，全身心投入松赞品牌的打造。从云南迪庆出发，一路向西藏延伸，塔城、茨中、梅里、奔子栏、然乌、芒康、林芝、拉萨……一座座散落于雪山峡谷之间的酒店，如同一颗颗珍珠，被串联成

一条贯穿滇藏的人文旅行线路。

与传统酒店不同，松赞从诞生之初便没有把目光投向热门景区和城市中心，而是选择扎根乡村、深入山野。白玛多吉希望打造的，也并非单纯提供住宿服务的精品酒店，而是一种以文化体验为核心的旅行方式。他相信，真正的藏地魅力并不在游客云集的景点，而是藏在村庄、田野和大山的褶皱里。只有走进当地人的生活，感受他们的信仰、饮食、劳作与节庆，旅行者才能真正读懂这片土地。

二十多年来，松赞逐渐形成了独特的发展理念：以酒店为载体，以旅行线路为纽带，将自然风光、人文历史与在地生活有机串联，让旅行不仅是一次空间上的抵达，更成为一场文化与心灵的探索。



对白玛多吉而言，酒店从来不是终点，而是一座连接土地、文化与人的桥梁。

利他与缘起： 松赞的文化根基与商业哲学

如果说，松赞的建筑是骨架、旅行线路是血脉，那么藏文化，便是这个品牌最深层的灵魂。白玛多吉常常引用《入菩萨行论》中的一段话：“世间的喜悦是来自希望他人快乐，痛苦是来自希望自己快乐。”在他看来，这不仅是一句古老的箴言，更是世间法最朴素的运作规律——种瓜得瓜，种豆得豆。利他之心，终究会以某种方式回到自己身上。

正因如此，松赞始终没有把商业利

益作为选址的首要标准，而是坚持把酒店建在人迹罕至的乡村和大山深处。梅里山居没有落户游客云集的飞来寺景区，而是选择了只有五户人家的谷久浓村；丽江山居避开了热闹的大研古城和束河古镇，扎根于至今仍保留着纳西传统生活方式的茨满村。白玛多吉有一套“选址三问”：客人为什么一定要来这里？来到这里，为什么一定要住下来？这个地方需不需要松赞？

在他看来，松赞进入一个地方，不应只是利用当地的自然资源和文化资源，更应该为当地创造新的价值——带来就业机会，带动农产品和传统手工艺的发展。同时，只有当乡村原有的生活方式、文化肌理和自然环境得以完整保



留，旅行者才能真正走出城市日常，获得独特的旅行体验。

“松赞很多酒店都建在景观奇美的地方，也是很麻烦的地方。我们常说，要在最麻烦的地方做最难的事情。”在白玛多吉看来，这份“麻烦”从来不是阻碍，而是对土地的一种尊重，也是践行利他理念必须付出的成本。

在用人上，松赞同样践行着“利他”的逻辑。在松赞1600多名员工中，超过1400人是本地村民。对白玛多吉而言，酒店不应改变村民原有的生活方式，而应尊重他们与土地之间的联系。服务标准也不是照搬星级酒店手册，而是“怎么对家人，就怎么对客人”。这种管理方式，恰恰构成了松赞最独特，也最难以复制的竞争力。

对手艺人的保护，则是“利他”理念的另一种延伸。二十多年来，来自江苏、西藏、云南、青海和四川等地的300多位手艺人常年参与松赞酒店的建造与共创。大到梁柱家具、小到面盆饭勺，均出自匠人勤劳的双手。大理庆鹤的铜匠艺人，为酒店打造铜面盆与铜

水台；包括家具在内的木工活，由松赞的木匠按照每个房间定制；酒店里随处可见的藏毯，则是由藏地各村落中的手艺人精心编织而成。“只有找到长远的发展方式，手艺才能保留下来。”白玛多吉表示。

事实上，松赞的诞生，还源于一段与老家具有关的收藏故事。1998年前后，白玛多吉在北京装修房子，去古玩市场潘家园寻找藏式家具时，意外发现上千件来自西藏的老家具。他当即决定买下其中50余件。“当时还没完全决定做松赞，但我觉得，如果真要做，就一定需要这些承载着藏文化记忆的老家具。”多年后，这批老家具陆续出现在松赞的酒店空间里，成为品牌最具辨识度的文化印记，也见证了他守护藏地文化初心的延续。

矛盾与取舍： 在商业扩张中守住“隐秘之门”

2024年，松赞新客占比首次突破50%。这个在大多数企业看来值得庆祝的数字，却让松赞内部陷入了深思。那



两年，松赞集中开业了多家酒店，开始在公域市场广泛触达新客，酒店被打卡、拍照、分享到社交媒体——很多品牌因此出圈爆火，但松赞团队感受到的是压力。一位松赞高管直言：“我们被迫陷入一个并不想进去的‘圈子’，如果在其中被比来比去，就会导致动作变形。”白玛多吉反复提醒团队：如果事情遇到大的挫败，就要回头检视，是不是背离了“发心”？

“松赞希望通过我们的场域影响客人对文化的理解，而不是反过来。”他表示。

这种清醒的自我审视，在昆明林卡项目中得到体现。这是松赞首次将酒店开出大山、开进城市——一个酝酿了整整三年的决定。最终，它给出了一个出人意料的答案：不在城市中复制山居，而是在城市中再造自然。

远靠西山，比邻滇池，建筑面积约2.2万平方米的昆明林卡，是松赞目前规模最大的酒店综合体。建筑群如山形骨架般错落堆叠，蜿蜒的水庭连通其间，高低的游廊营造出“上山、下山”的层次感。木、石、混凝土如实呈现着本真质地，清水石墙上的水渍、旧木头

上的孔洞、扶手上的锈痕被有意保留，时间在这里慢慢被坐实。

从深山峡谷到城市湖畔，昆明林卡不是松赞的“下山”，而是一次文化表达的扩容——秘境不再只是远方，喜马拉雅的文化涟漪，开始荡漾于日常生活的间隙之中。这里没有刻意复制雪山秘境，而是试图让更多身处城市的人，在一方庭院、一件器物、一段停留之中，依然能够感受到松赞所倡导的生活方式与文化精神。

白玛多吉曾说，“松赞在藏地创建了许多桃花源，希望人们能通过旅行找到生命的真谛。”二十六年过去，从央视纪录片摄影编导到松赞品牌创始人，白玛多吉改变的是讲述故乡的方式，不变的是讲述故乡的初心。曾经，他用镜头记录藏地，让世界看见雪山与村庄；如今，他以酒店为载体、以旅行作为媒介，让更多人真正走进这片土地，感受藏文化的厚重与温度。从一个人的镜头到一群人的共同守护，从横断山脉到藏地高原，连接土地、文化与人的那座桥，才刚刚延伸到更远的地方。建

竹筒与门板上的“红色契约”： 从泛黄借据看金融为民的诚信基因

文 | 戴越

在中国人民革命军事博物馆的展厅里，静静陈列着一块历经沧桑的旧门板。岁月的风霜让木板斑驳褪色，但门板上贴着的一张泛黄字条，字迹却依然清晰可辨：“老板，我们吃了你半坛咸菜、几根大葱、烧了几根柴，共补你黄豆六升——红七师机炮连一排条。”而在千里之外的湖南郴州苏仙区菜岭村，一只长约13厘米的旧竹筒里，同样静静躺着一段跨越近百年的岁月。2025年底，村民段元法在整理旧物时偶然发现了这个竹筒，里面藏着两张泛黄的毛边纸。其中一张写于1934年11月12日，上面清晰地记录着：红军战士李伟祥、廖运

材向乡村医生段年明借稻谷二十担，并主动捐献二十块银圆。

无论是重庆黄家坝的门板留言，还是湖南菜岭村的竹筒借据，它们都不是简单的字条，而是一份份沉甸甸的“红色契约”。在烽火连天的岁月里，正是这样一张张写满承诺的借据，在老百姓心中铸就了坚不可摧的信用丰碑，也为今天新时代金融事业的蓬勃发展，注入了最深沉的诚信基因。

烽火岁月里的铁律与信用

1934年，中央红军正处于长征前夕

的艰难时刻，物资极度匮乏。然而，即便在生死存亡的关头，红军依然坚守着一条不可逾越的底线。重庆彭水黄家坝的这张字条，诞生于1934年5月。当时，贺龙率领的红三军西渡乌江进入该地区短暂休整。由于国民党反动派的造谣污蔑，当地百姓纷纷躲进深山。饥肠辘辘的红七师机炮连一排战士在村民黄学珍（亦作“黄堂珍”）家借了咸菜和柴火，临走前不仅留下了六升黄豆作为补偿，还将水缸挑满、屋子打扫干净，并在门板上郑重写下留言。为了躲避国民党的搜查，黄学珍买来门神画将其糊住，每逢除夕深夜才敢悄悄换上新画。这一盖，就是二十四年。

这种对纪律的敬畏和对百姓的尊重，让处于水深火热中的劳苦大众看到了希望。在湖南郴州的菜岭村，红军战士在借粮时同样郑重其事地立下字据，哪怕只是几担稻谷，也绝不白拿

群众一针一线。这种“欠债必还、有借有还”的诚信，并非孤例，而是中国共产党人从初创时期就深深烙印在血脉中的政治底色。翻开历史的卷宗，类似的红色契约在神州大地上比比皆是。在江西瑞金的大柏地战斗陈列馆里，静静陈列着63张泛黄的红军借条。1929年除夕，红四军转战赣南途经大柏地时人疲粮尽，向乡民借来米粮油盐，并仔细记下品类、数量与时价。仅仅50多天后，红四军便挑着银圆重返大柏地，逐一兑现了诺言。

在甘肃正宁县，1937年，红一军团因粮草短缺向群众借粮，由邓小平同志与县长共同签名开具了“借粮二十六石”的借条。半个多世纪后，当地政府按当时市价向持据人兑现了八万多元，完成了这场跨越时空的履约。在湖南汝城县，村民胡四德的孙子在翻修灶台时，发现了一张1934年红军司务长叶

祖令留下的借据，上面盖着鲜红的印章，记载着借稻谷一百零五担、生猪三头、鸡十二只的明细。1997年，汝城县委、县政府专门举行了借据兑现仪式，按时价折款归还了钱款。从菜岭村的竹筒借据，到大柏地的一张张借条，再到正宁与汝城的政府兑付，跨越时空的兑现承诺，向世人宣告了一个真理：共产党人的银行，是干净的银行；共产党人的信用，是拿命来守的信用。这种在生死考验下淬炼出的诚信，构成了红色金融最坚硬的基石。

跨越时空的守护与传承

时光荏苒，九十载风雨洗礼。当年红军留下字条的旧址，依然矗立在黄家坝的老街上。然而，岁月的侵蚀与白蚁的蛀蚀，让这座承载着红色记忆的木楼面临着坍塌的风险。2024年初春，黄学珍的后人带着一张泛黄的老

照片走进彭水县检察院，向检察官求助。得知这一情况后，彭水县检察院的公益诉讼检察官迅速介入，牵头召开了一场特殊的听证会。在全国人大代表、文物保护专家和当地群众的共同推动下，检察机关协同相关部门争取资金，采用“传统工艺+防蚁木材”对核心区进行最高规格的“修旧如旧”。当2025年的阳光穿透新糊的门神画，再次照亮1934年的字迹时，这座历经沧桑的旧址迎来了重生。从黄学珍用门神画守护字条，到新时代检察官用公益诉讼守护旧址，跨越时空的接力，守护的不仅仅是一块朽木、一张薄纸，更是民心所系的历史记忆。

红色基因与合规文化的跨时空共鸣

历史的长河奔流不息，当年红军战士在借据上写下的郑重承诺，如今已化作现代金融体系中不可或缺的合规文化。合规，不仅是冷冰冰的规章制度，更是保护客户利益、维护金融安全的“护身符”。对现代国有银行而言，合规

经营就是对“红色契约”精神在和平年代的最美传承。当年红军打借条，是遵守群众纪律的“合规”；今天，银行严格执行信贷审批、落实内控机制，则是遵守金融纪律的“合规”。在复杂多变的现代金融市场中，每一笔资金的流转、每一项业务的办理，都关乎着千家万户的切身利益。将“合规”内化于心、外化于行，正是为了守住不发生系统性风险的底线，守护好老百姓的“钱袋子”。这种对制度的敬畏、对规则的坚守，与当年红军战士宁可自己忍饥挨饿也不动群众一分一毫的初心，在精神内核上达到了高度的一致。

普惠金融： 新时代“金融为民”的生动答卷

如果说合规文化是金融为民的底线，那么普惠金融则是金融为民的温度。中央金融工作会议提出的“五篇大文章”中，普惠金融与红色金融的初心最为契合。回望历史，大革命时期党领导创立的柴山洲第一农民银行，以及后来

苏区发行的货币，其根本目的就是为了打破高利贷的盘剥，让最底层的百姓享受到公平的金融服务。比如在今天，建设银行大力推行的普惠金融，正是这种“金融为民”理念在新时代的延续。从田间地头的“裕农通”服务点，到小微企业的专属信贷产品；从为个体工商户纾困解难，到为乡村振兴注入金融“活水”，正以实际行动践行着新时代的“红色契约”。金融不是少数人的游戏，而是多数人的生计。在推进普惠金融的过程中，国有银行不仅提供资金支持，更传递着一种信任与关怀。这种信任，就像当年老乡敢于把口粮借给红军一样，源于对“人民至上”理念的深刻认同。

同时，在“养老金融”大文章的书写中，同样能看到红色基因的闪耀。面对老龄化社会的挑战，银行推出的适老化服务、爱心窗口以及上门办理业务，本质上就是传承当年红军“关心群众疾苦”的优良传统。无论是守护好年轻人的“奋斗钱”，还是看护好老年人的“养老钱”，都是银行在用实际行动兑现对人民的承诺。

部分被报道的红色文物



湖南郴州：

竹筒里的两张字据与“永不兑换”的家规

文物背景：1934年11月，中央红军长征途经湖南郴县（今郴州市苏仙区）菜岭村。当地乡村医生段年明为红军筹集了20担稻谷和20块银圆，并悉心救治伤员。红军临行前，战士李伟祥写下借据，另一张字据则记录了村民无私帮助红军的经过。段年明将两张字据藏于竹筒，并立下家规：借据不准兑换，每年为红军烈士扫墓。

后续故事：2025年底，段年明的曾孙段元法在整理旧物时再次发现这些字据。当地军分区得知后主动提出为其兑换，但段元法一家恪守祖训，认为这不是欠条，而是军民心连心的见证，坚决不予兑换。

权威出处：

《永不兑换的红军借据》，中华人民共和国退役军人事务部官网，2026年04月28日发布。

《“两张字据”见证军民鱼水情》，中国军网，2025年12月18日发布。

江西瑞金：

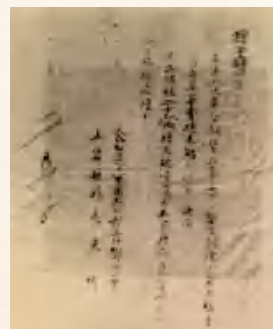
大柏地借粮，三个月后挑银圆兑现

文物背景：1929年，红四军转战赣南，途经瑞金大柏地时因断粮，不得已借用村民家中食物。毛泽东、朱德要求部队必须留下欠条，注明食物种类和价值，承诺日后偿还。红军在锅碗、米缸中留下字条，嘱咐百姓妥善保管。

后续故事：仅三个月后，毛泽东便派军需处处长宋裕和，挑着几担银圆返回大柏地，逐一兑现借条。对于没有保留借条的群众，红军也请其自报数量，照数偿还。部分群众因感激红军，主动放弃兑现，这些借条因此成为珍贵的革命文物。

权威出处：

《大柏地借粮还款——给老百姓的承诺一定要兑现》，陕西党建网，2026年04月16日发布（参考资料来源：《人民日报》《解放军报》等）。



甘肃正宁：

跨越80多年的借条，政府按时价兑付

文物背景：1937年2月，红一军团进驻甘肃正宁县。因粮草短缺，部队向群众借粮，并由军团政治部主任邓小平与正宁县县长朱门共同签名，给捐粮户穆平辉开具了“借粮二十六石”的借条，承诺“将来按时价由本军政府负责归还”。

后续故事：1994年，穆平辉之子穆长青将珍藏的借条上交。经逐级上报，甘肃省财政厅最终按当时市价，向穆长青兑现了借粮款80680.6元，兑现了跨越半个多世纪的承诺。

权威出处：

《红色南梁 拥军庆阳：新时代革命老区开展双拥工作的范本》，中华人民共和国国防部官网，2025年12月06日发布。

《大柏地借粮还款——给老百姓的承诺一定要兑现》，陕西党建网，2026年04月16日发布。

1

2

3



湖南汝城：

灶台里的借条，政府举行兑现仪式

文物背景：1934年冬，红军长征路过湖南汝城县延寿瑶族乡官亨村。村民胡四德及族人筹集稻谷、生猪、鸡鸭等物资支援红军。红军司务长叶祖令在撤离前写下借据，并郑重盖章。

后续故事：1996年，胡四德的孙子胡运海在翻修老屋灶台时发现了这张借条。次年（1997年）5月，汝城县委、县政府在官亨村举行了“中国工农红军第三军团长征途经汝城借据兑现仪式”，由县政府按时价折款，向胡运海归还了钱款。

权威出处：

《借条里的纪律》，微信公众平台（来源：中国纪检监察报），2026年02月07日发布。

5



重庆黄家坝：

贴在门板上的“咸菜借条”

文物背景：1934年5月，红三军七师机炮连路过重庆黄家坝村。红军因饥饿借用了农民黄堂珍家的咸菜、大葱和柴火，离开时将一张补款字条贴在门板上，并打扫干净屋子、挑满水缸。字条上写道：“老板，我们吃了你半坛咸菜、几根大葱、烧了几根柴，共补你黄豆六升。”

后续故事：为保护字条不被国民党发现，黄堂珍特意买来门神画贴在门板上遮盖。新中国成立后，他小心揭下旧门神，将这块贴着借条的门板捐献出来，成为“门板借条”的佳话。

权威出处：

《借条里的纪律》，微信公众平台（来源：中国纪检监察报），2026年02月07日发布。

4

寻访建党路上的“初心地标”

文 | 叶子

从望志路到兴业路，从石库门到南湖红船，中国共产党人的初心在风雨中淬炼，在惊涛中起航。本期带您走进这两处“初心地标”，在青砖黛瓦与烟雨画舫之间，重温那段惊心动魄的建党岁月。历史是最好的教科

书，那些在危急关头作出的抉择、在惊涛骇浪中坚守的信仰，正是我们今天走好新时代长征路的不竭动力。

如果说中国革命是一部恢弘壮丽的交响乐，那么上海兴业路76号与嘉兴南湖红船，便是这部交响乐最动人的“起

始符”。1921年的那个夏天，一批平均年龄仅28岁的青年，怀揣着改天换地的豪迈气概，在这两个看似寻常的坐标上，点燃了照亮中国前行道路的真理星火。

走进上海兴业路76号，一座典型的石库门建筑静静矗立。它坐北朝

南，青红砖交错，乌漆大门上方雕着精致的砖花，门头上的“一大”会址匾额在阳光下熠熠生辉。时光倒流至1921年，这里还是法租界望志路106号，是李汉俊哥哥李书城的寓所，人称“李公馆”。从“望志”到“兴业”，路





名的更迭不仅是城市地理的变迁，更隐喻着中国共产党人从“立志救国”到“振兴中华”的百年奋斗史。

在正式开会前，这栋石库门建筑里早已暗流涌动。1921年7月下旬，大部分代表以“北京大学暑期旅行团”的名义入住附近的博文女校（李达、李汉俊因家住会址附近未住博文女校，陈公博携新婚妻子住大东旅社）。

在这所古朴的女校里，青年先驱们围坐一堂，草拟会议文件，交流探讨中国革命的出路。他们在这里将马克思主义阶级理论与中国具体国情对接，迈出了马克思主义基本原理同中国实际相结合的第一步。

1921年7月23日晚，茫

茫夜色笼罩着上海街头。在这个看似平常的夏夜，李公馆18平方米的厅堂内涌动着风雷激荡的暗流。一张长方形的西式大餐桌旁，围坐着来自各地的代表。他们中有教师，有学生，尽管口音各异、身份不同，却为着一个共同的目标走到一起。然而，会议的进程并非一帆风顺。7月30日晚，第六次会议刚刚开始，一个陌生的中年男子突然闯入，环视一周后借口“找错了地方”匆匆退出。凭着多年秘密工作的经验，共产国际代表马林机警地判断来人是租界暗探，当即建议停止会议。代表们迅速撤离，十几分钟后，法租界巡捕便包围并搜查了会场。这惊险的一幕，让原本庄重的会场瞬间充满了令人窒息的紧张氛围。



由于会场暴露，大会被迫休会。在李达夫人王会悟的建议下，代表们决定将会议转移到她的家乡——浙江嘉兴南湖。8月2日或3日（具体日期史学界尚有争议），代表们分批从上海北站乘火车抵达嘉兴。为了掩人耳目，他们装作互不相识的游客，在王会悟的带领下，登上了南湖湖心岛旁的一艘丝网船。

这是一艘典型的江南水乡游船，单夹弄，船头平阔，舱内宽敞。初秋的南湖，清风徐来，水波不兴。代表们围坐在舱内中央的八仙桌旁，桌上摆放着茶具和麻将牌，以作掩护。王会悟则坐在船头，担负起望风放哨的任务，警惕地注视着周边的动静。伴随着橹声咿呀和湖面的烟雨迷蒙，代表们在这

里通过了《中国共产党第一个纲领》和《中国共产党第一个决议》，选举产生了中央局，完成了大会的全部议程。当代表们轻呼“共产党万岁”的口号时，这艘小小的游船，从此获得了一个永载史册的名字——红船。

如今，南湖烟雨楼前的匾额依然遒劲有力，复建的1921年嘉兴火车站站房古韵犹存，红船静静泊在堤岸旁，仿佛在向每一位来访者诉说着那段“开天辟地”的岁月。从上海石库门的18平方米厅堂，到南湖画舫的方寸之间，中国共产党从这里诞生，从这里出征。秀水泱泱，红船依旧；时代变迁，精神永恒。这些初心地标，不仅是历史的见证，更是新时代共产党人永远的精神家园。

近年来，随着红色资源保护工程的推进和跨区域合作的深化，关于红四方面军的诸多历史地标在修缮、扩建和跨省共建中焕发了新生。以下是部分近年来具有代表性的新发现、新设计或新修缮的红四方面军地标：



1. 川陕革命根据地红军烈士陵园 (无名烈士纪念园与英烈纪念墙)

地标亮点：作为全国最大的红军烈士陵园，该陵园在2012年进行了规模最大的一次扩建与修缮。新建的“无名烈士纪念园”占地150亩，呈弧扇形分布，将全县散葬的17225名红军烈士集中迁葬。顶端新建的英烈纪念墙长达102米、高5.9米，镌刻了7800多名有名字记录的烈士姓名。

权威出处：见四川在线巴中频道，2026年05月13日，《川陕革命根据地红军烈士陵园 | 漫画_四川在线》。

2. 川渝交界：

杨柳关红四军战壕遗址(跨区域共建新地标)

地标亮点：这是一处近年来通过川渝跨省合作“唤醒”的红四军地标。该遗址位于重庆开州与四川宣汉交界处。2020年起，川渝两地退役军人事务部门签订合作协议，共同推进遗址保护。近年来，1—5号战壕完成了挖掘清理，并复建了同心亭、哨所和练兵场，成为川渝红色资源保护利用的合作典范。

权威出处：见中华人民共和国退役军人事务部官网，2025年10月28日，《重庆：川渝携手 守护红色丰碑》。



3. 四川巴中通江：

“江山石”与红军石刻标语群

地标亮点：在川陕革命根据地红军烈士陵园入口，有一块状若“山”字的天然巨石，被当地群众称为“江山石”，寓意“江山就是人民、人民就是江山”。此外，巴中地区近年来不断深挖并修缮全国规模最大的红军石刻标语群，其中通江县红云崖的“赤化全川”标语作为全国重点文物保护单位，其



周边村落（红云崖村）及红色旅游精品线路在近年得到了系统性的规划与开发。

权威出处：见四川省人民政府网站，2025年07月21日，《巴中市长高鹏凌：井冈山有八角楼 巴中有座江山石》。



4. 四川剑阁：

红军攻克剑门关纪念碑及纪念馆

地标亮点：为纪念1935年红四方面军胜利攻克剑门关，该纪念碑及纪念馆于2008年7月启动建设，是近年来新建的重要红四方面军地标。主碑高19.35米（寓意1935年），碑座四周嵌有八面汉白玉浮雕，生动再现了红军强渡嘉陵江、血战剑门关等历史场景。

权威出处：剑阁县政府/四川省退役军人厅

5. 甘肃通渭：

华家岭阻击战遗址提质改造

地标亮点：该遗址是1936年红四方面军长征途中进行阻击战的战场，副军长罗南辉在此壮烈牺牲。遗址始建于1945年，近年来迎来了大规模的提质改造。2021年进行了整修并新建了革命烈士纪念碑；2025年，当地争取中央资金1600万元，启动了包括遗址保护标识设置、园区道路修缮等内容的保护工程。

权威出处：已被列为甘肃省省级文物保护单位、市级烈士纪念设施及爱国主义教育基地

财富问答室

您的财富智慧伙伴。我们致力于打造一个专业的财经知识交流平台,诚挚邀请您的加入。我们每期将精心挑选热点问题,为您提供深度解析的财经知识和宝贵的财富管理智慧。让我们携手共进,共同开启财富管理的新篇章。

1.如何理解中国经济“稳中有进、向新而行”的深层含义?

《建行财富》编辑部:“稳”体现的是经济运行基本盘稳固,就业、物价、产业链供应链等保持总体稳定,为高质量发展创造了良好环境;“进”则体现为创新驱动不断增强,新质生产力加快培育,数字经济、绿色经济、高端制造等新动能持续壮大。二者相辅相成,既夯实了经济发展的基础,也为未来增长打开了新的空间。

2.2026年中国创富榜反映出哪些新的产业发展趋势?

《建行财富》编辑部:从榜单变化来看,财富增长正从传统行业加速向科技创新和先进制造领域集聚。AI大模型、算力基础设施、半导体、机器人等科技赛道成为创富主引擎,机械与电气设备、金属与冶炼等产业也受益于新能源和智能制造发展,展现出较强增长潜力。这表明,未来企业价值创造将更加依赖科技创新能力、产业链协同能力以及全球化竞争能力,技术创新正成为重塑财富版图的关键力量。

3.从各省份“十五五”规划中,可以读出哪些高质量发展的新特点?

《建行财富》编辑部:与以往相比,各地“十五五”规划更加突出质量和效益导向。一方面,在发展目标上更加注重创新能力、绿色低碳、民生福祉和安全保障等指标,不再单纯追求经济增速;另一方面,在产业布局上更加突出因地制宜,并强化区域协同和产业链分工。这些变化表明,我国区域发展正从“各自发力”迈向“协同共进”,高质量发展的路径更加清晰。

4.中国空调在欧洲热销,折射出中国制造哪些新的竞争优势?

《建行财富》编辑部:此次中国空调在欧洲市场快速打开局面,并非仅依靠成本优势,而是产品创新、完整产业链和高效供应链共同作用的结果。针对欧洲市场需求,中国企业推出创新产品。同时,依托完善的零部件配套能力、成熟的制造体系以及中欧班列、海外仓等物流网络,实现了快速生产和交付。这说明,中国制造正从“规模优势”向“创新优势”和“供应链优势”升级,不断提升全球市场竞争力。



如果您有任何困惑或感兴趣的议题,欢迎扫码留言,我们将在下期“财富问答室”栏目详细回复。再次衷心感谢您的支持!

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。

大暑

六月初十





建行私人银行
CCB Private Bank

以心相交 成其久远