

4大特色亮点！第11届广州国际购物节今日开幕

第11届广州国际购物节(下称“购物节”)将于今日正式拉开大幕,并一直持续举办至2023年1月26日。购物节将通过重点打造商贸数字化、时尚消费、新业态经济、文商旅体深融合四大主题购物月活动,为广大消费者提供众多创新消费场景和体验,进一步恢复、扩大市场消费需求,提振市场信心。据介绍,本次购物节启动仪式及主会场活动继续在“华南第一商圈”——天河路商圈举行,各区重点商圈也将设立分会场,全城联动掀起消费热潮。

■新快报记者 陆妍思 通讯员 穗商务宣

●特色一 主题消费集聚优势资源

本届购物节重点推动天河路商圈国内外的优质商贸资源,开展多国别、跨地区品牌推广。此外还将开展各式各样的主题消费活动超过100场,突出“一载体一主题”特色:以“天河时尚”让市民充分体验天河路商圈购物的便利性、舒适度和商品的丰富度;以“创意艺术”在天河路上营造连续的、浓郁的购物节活动氛围,激发消费新热点;以“奇幻文旅”将千年商都特色文化艺术元素融合在缤纷活动中,体现商圈商旅文融合发展的繁荣景象;以“国潮文化”打造具有老广味、时尚潮、国际范的羊城夜市新形象,为全球消费者带来更为丰富多元、独具广州特色的消费体验。

●特色二 以特别策划营造未来场景

本次购物节的主会场对比往届,增添了更多科技感的未来消费场景元素,“WE LIGHT”谐音“未来”,特别搭建元宇宙直播间,以“元宇宙消费品品牌主题展”展示广州各大商圈消费品牌元宇宙特色,打造数字化城市。

●特色三 以多维触达打造消费热度

联合美团、京东、盒马、广东银联、农业银行、建设银行、交通银行等知名电商平台、商家及金融机构举办各类促销活动,打通线上线下全场景购物,打造“消费+金融”创新消费模式。引导商圈内商贸载体搭建线上商城、直播平台、VR实景逛店,打造私域流量池,借助第三方公域流量打通线上销售渠道,培育消费新热点。联合天河路商圈各大品牌、网红主播进行直播带货,通过“线上引流,线下消费”的模式,引导全民关注直播发展,全方位宣传推介天河品牌。

●特色四 以全城联动掀起促销热潮

本届购物节将全城联动掀起促销消费热潮。“购物节”主会场外,各区分会场也将在购物节期间结合各区特色开展主题促销活动,全市各大商圈、购物中心、百货“周周有主题,天天有活动”,共同营造浓厚的全城消费氛围,联手为市民朋友带来一场新颖愉悦的年味购物体验。

多个品牌血氧仪涨价脱销 相关公司股价小幅上涨

新快报讯 记者张晓茵报道 由于老年病人感染新冠病毒后对缺氧反应较为迟钝,易产生“沉默性缺氧”从而引发肺炎,近期血氧仪成为了热销产品,电商平台上多个品牌的血氧仪产品已断货,有相关上市公司向新快报记者表示,正在加班加点生产保供。血氧仪难求,能测血氧的智能手表手环成为了“替代品”,但相关销售人员向记者表示,智能手环数据仅供参考,不可代替医疗器械。

近日,不少网友在社交平台表示,购物车里的血氧仪价格大涨。新快报记者查询各大电商平台的血氧仪的价格变化发现,大部分血氧仪确实出现了涨价情况,有些产品还需要先行拍付,预售15天;有些产品出现了断货。

记者看到,一款鱼跃YX360血氧仪12月13日网友购买的价格为140元,12月27日产品页面价格的标价上升到了299元,商家页面上的其他型号血氧仪均显示缺货。

在指夹式血氧仪涨价又缺货的情况下,不少人转而盯上了带有“测血氧”功能的智能手表手环。对此,苹果、小米和华为的客服及销售人员均表示,手表手环测量数据仅作为参考,不作为医疗诊断依据。

虽然血氧仪需求出现了高增长,但在二级市场上,血氧仪概念股的股价却

并未像之前医药板块一样出现大幅波动,仅有小幅上涨。截至12月27日收盘,理邦仪器、康泰医学、鱼跃医疗、乐普医疗股价分别报12.03元/股、30元/股、31.31元/股、21.93元/股,较12月21日网上出现“沉默性缺氧”观点时上涨4.15%、5.85%、2.4%、1.57%。

昨日,新快报记者致电了多家布局血氧业务的上市公司,大部分公司均表示公司生产线处于正常生产状态,会积极保供,不过无法判断血氧仪的热销是否会对公司业绩造成影响。

鱼跃医疗因血氧仪、制氧器产品涨价较高受到了网友关注,有网友戏称“鱼跃冲在了涨价第一线”。面对记者询问血氧仪涨价事宜,鱼跃医疗方面表示,后续价格是否有回落并不好说,目前产品处于应急生产状态,细节不太好确认。

今年6月,国家市场监督管理总局发布了《市场监管总局关于查处哄抬价格违法行为的指导意见》,其中第三条明确表示,在成本未明显增加时大幅度提高商品价格,或者成本虽有增加但商品价格上涨幅度明显高于成本增长幅度的,可以认定构成《价格违法行为行政处罚规定》第六条第三项规定的哄抬价格违法行为。针对该违法行为,情节较重的可处50万元以上300万元以下的罚款;情节严重的,责令停业整顿或者吊销营业执照。

专题

诺亚财富“站在资产转型浪潮”新起点 持续深化变革为客户创造价值

殷哲 坚持投研一体化 开启海内外资产配置“双循环”



回顾今年的市场,殷哲表示,2022年是宏观极其复杂的一年,全球市场经历大幅波动,市场整体维持震荡格局。今年下半年诺亚投资策略继续以稳字当头,适者生

存,建议高净值家庭的资产配置开启“双循环”。

对于工作重点,殷哲谈到:“今年,诺亚控股以科技化赋能,坚持投研一体化,持续数字化变革,加强科研团队和业务团队紧密融合。根据客户需求,全面完整的给予客户符合个性化需求的资产配置诊断和建议。”

经过多年的发展,殷哲指出,现在诺

亚已完成第一阶段“产品驱动”到“客户需求驱动”的转型,启动3R(客户关系、解决方案、存续服务)的“铁三角”模式服务核心客户,目前已形成了良性循环。据了解,自2021年诺亚进一步成功完成了非标转标的产品转型,虽然受到疫情的影响,全年净收入、非通用会计准则净利润、钻石和黑卡核心客户数、活跃客户数全部创出历史新高。

聚焦“硬科技”和“软科技”优势机会

机会。”一级市场解决方案以半导体、高端制造为代表的“硬科技”和以数字经济为代表的“软科技”是两大关键抓手。地缘政治冲突将坚定中国“卡脖子”技术的国产替代进程,数字经济的优势保持也是

中国迎接下一波科技浪潮的底气。所以“我们建议诺亚全球高净值客户聚焦以半导体、高端制造为代表的“硬科技”和以数字经济为代表的“软科技”两大关键抓手。”

回港上市更多是战略选择,也是为更好服务客户



作为亚洲最具活力的市场和世界领先的

潘青

随着近年来地缘风险愈演愈烈,全球资本市场都面临去全球化的长期风险。香港

国际金融中心之一,已然成为中概股回流的首选之地。从上市公司本身来看,选择在港交所二次上市,是大环境下选择的结果。潘青表示,“中国在美国上市的中概股大约有270多家,诺亚是中概股中第23家完成港股美股两地上市的公司,算是走在比较前列。这对诺亚的股东、对品牌、对客户来说都具有信心上的提振。”

潘青表示,诺亚回港上市更多是战略选择。香港是重要的国际和亚洲金融中心,也是诺亚国际的总部。据悉,诺亚控股此次回港上市旨在进一步拓宽公司的财富管理业务及资产管理业务,强化公司各业务线的内部科技研发投入,同时,香港作为重要的国际和亚洲金融中心,公司还将持续以香港为基点、落实全球化战略。

不确定时代 应“先保护再增长”

时代,应‘先保护再增长’,先保护好资本,等机会到来时才有足够的流动性仓位去追逐这些机会,投资的魅力就在于大家对于不同标的的认知不同,需求制定策略并有纪律的执行。”潘青谈到,诺亚的客户背景多数是合格的投资者和专业投资为主,比较理性,不是一味追求高

回报,更多看重资产的保值以及资金稳健的流动性。

展望未来,潘青认为2022年的诸多不确定性有可能还会延续到2023年,未来,随着国际局势等问题的改善,全球经济会有一个结构性的修复的机会。

(文徐波)

“深耕土壤,增加养分,围绕底层基础建设,迎接丰年歉年……”。上月,在中国内地首家完成港交所和纽交所双重上市的中国独立财富管理机构——诺亚财富所举办的华南大区钻黑客户年会上,新快报记者专访了诺亚控股国内集团CEO/歌斐资产董事长殷哲,他以扎根土壤为喻,展示了2022年,诺亚控股的变革理念,“打好地基,深化变革,先保护,再增长,以客户为中心,以生存为底线”。而对于诺亚回港的二次上市,诺亚控股首席财务官潘青对记者表示,“这更多是战略布局,具有重要的战略意义。”

最新数据显示,2022年第三季度,诺亚控股交易的活跃客户总数为2.26万,较2021年第三季度增加6.5%,较2022年第二季度增加76.0%。三季度诺亚实现净收入6.845亿元,归属于股东的净利润1.824亿元,净利率为26.7%;经营利润2.318亿元,较2021年同期增加1.3%。