

史无前例！ 银行理财公司加码ETF投资

羊城晚报记者 戴曼曼

高质量发展
新动能

美国滥施关税威胁搅动全球资本市场，而在一系列“稳市”组合拳力挺之下，A股走出平稳回升行情。A股史上最强“稳市组合拳”不停歇，资金雄厚的银行理财资金加入“稳市”大军，力挺资本市场。近日，多家银行理财公司纷纷发声，表示已通过直接投资或以间接方式持续增持交易型开放式指数基金(ETF)，并且明确将进一步加大在资本市场的投资力度，业内人士称此举“史无前例”。

A 多家理财子公司密集表态

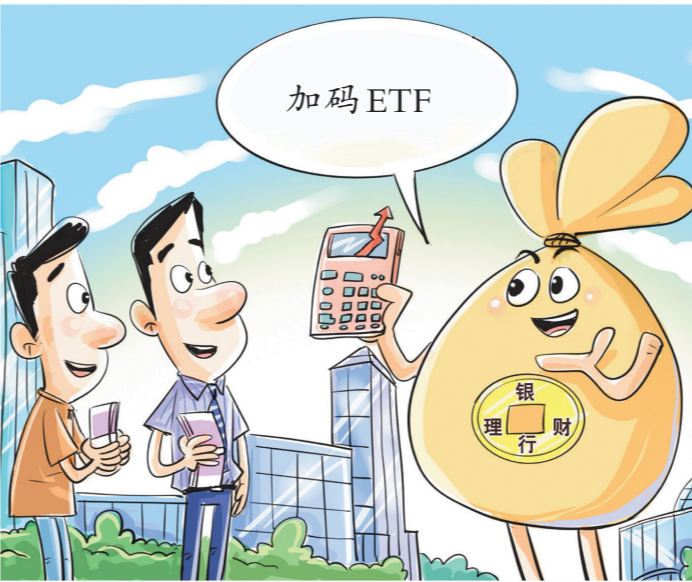
挺市场，多家理财子公司近期密集表态。日前，交银理财表示近日资本市场波动加剧，交银理财快速研判市场形势，在保持产品风险收益特征不变的基础上，结合产品投资策略，通过直接投资或以间接方式持续增持ETF。

中邮理财表示，中邮理财坚定看好中国资本市场发展前景，当前市场处于合理估值，该公司理财资金已增持权益类指数基金(ETF)，后续将继续发挥耐心资本、

中长期资金作用，加大资本市场投资力度，运用自有资金通过购买本公司理财产品的方式参与权益投资。中银理财与浦银理财在表态加码ETF投资的同时，更是透露了配置方向。中银理财官微发文称，面对近期市场波动，迅速研判并在管理好产品整体风险的前提下，积极寻找机会进行权益资产配置，重点投向新质生产力领域和内需板块。作为国有大行理财子公司，中银理财去年末产品管理规模达

1.88万亿元。

浦银理财则表示，已根据市场研判和产品投资策略，通过直接投资或间接投资方式持续增持ETF，涵盖宽基指数、行业指数，重点聚焦科技金融、绿色金融等相关领域。浦银理财坚信中国资本市场的长期向好趋势不变，企业盈利韧性与成长潜力将为权益投资创造广阔空间，公司将秉持理性判断，积极贯彻“理性投资、价值投资、长期投资”理念，主动加大权益类资产配置力度。



新华社发

相关报道

上市粤企申请 股票回购增持贷款超210亿元

在银行系资管机构增持ETF的同时，近期，各家银行还在加大股票回购增持贷款业务推进力度，全力支持上市公司股票回购增持专项行动，为实体经济稳健发展提供有力支持，助力提振资本市场信心。记者了解到，包括广东、浙江、山东、北京、江苏、四川等地相关部门已召开座谈会，积极行动，全力推动上市公司高质量发展，维护资本市场平稳运行。

2024年10月，中国人民银行会同证监会、金融监管总局创设股票回购增持再贷款政策工具，助力拓宽上市公司进行市值管理的资金来源。

记者了解到，自股票回

购增持再贷款设立以来，工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行、邮储银行积极响应政策号召，扎实服务上市公司开展股票回购增持，加强市值管理。

同时，各地也迅速建立工作机制，以广东为例，截至目前，广东省上市公司申请股票回购增持贷款超210亿元。

中国人民银行广东省分行相关负责人表示，鼓励国有上市企业发挥排头兵作用，积极运用银行专项贷款资金开展股票回购、增持，提高政策工具的使用量和使用效果，积极推动国有上市公司价值全面提升，为资本市场高质量发展贡献力量。(戴曼曼)

2.27亿千瓦！ 广东发电装机容量同比增长14.1%

羊城晚报讯 记者董鹏程，通讯员欧阳逸雪、沈甸报道：2025年是“十四五”电力发展规划的收官之年，也是“十五五”电力发展规划的布局之年。记者从南方电网广东电网公司获悉，截至2025年第一季度，广东累计发电装机容量达2.27亿千瓦，同比增长14.1%。广东发电装机电源类型涵盖传统与新兴能源，煤电、气电、水电、核电、风电、光伏、生物质发电、储能电源等多元互补，共同构建了百花齐放的能源格局，使得广东在应对不同能源需求和环境挑战时更具灵活性和稳定性。

新能管理部经理喻振帆表示。

新型储能发展强劲 平均充放电效率89%

截至2025年第一季度，广东电网侧和电源侧新型储能项目累计投产规模达到193.39万千瓦/288.21万千瓦时，较去年底增长超过4%，月累计利用小时数120小时，平均充放电效率89%，广东省内新型储能调度运用水平持续提高，调节作用不断增强。

在这一发展浪潮中，大数据分析技术已成熟运用到用户侧储能充放电负荷智能监控分析领域。南方电网广东佛山供电局成功搭建起用户侧储能充放电负荷智能“透视镜”感知模型，实现低成本、高效率解析全市用户侧储能充放电总负荷规模变化，提升新能源高比例接入下对新型电网的掌控及预测能力。

“我们将谷、(峰尖)段电价起始时间定义为负荷观测点，结合各类新型负荷接入时间，利用大数据技术实现每类负荷变化情况的可靠拆解，低成本透视电网能源组成结构，进一步提升电网对用户侧储能的接纳及调节能力。”南方电网广东佛山供电局配网调度值班员陈宇婷介绍，该模型为用户侧储能对电网安全风险的影响分析提供数据支撑，在不增加设备成本前提下有效解决用户侧储能接入规模无法掌控难题。



广东省内新型储能调度运用水平持续提高
新华社发

文/杭莹
图/受访者提供

陶陶居第十甫路店一楼，有一整面全透明的玻璃墙。玻璃墙里面，是点心师傅的工作间。他们站在案板前认真制作点心的画面，每日经由无数个小屏幕，在移动互联网上流传。

这个全透明厨房，是2019年总店重修时，陶陶居酒家主理人尹江波特意做的设计。它的本意，是向顾客展示陶陶居的匠心手艺——这是这家百年老字号的立身之本。

2015年，餐饮人尹江波接手经营陶陶居时，自觉肩上有千斤重担。“陶陶居”这三个字，意义重大。它不是普通的餐饮品牌，它见证了几代广州人的生活变迁，是“广州殿堂级美食地标”，也是广府文化的“活化石”。

陶陶居始创于光绪六年(1880年)，诞生在繁华的商贸中心老西关，取名陶陶居，寓意来此品茗“乐也陶陶”。一度蜚声海外、妇孺皆知。

在尹江波接手的这十年，这家老字号在全国新开出了42家分店，常常大排长龙，焕新的成绩令行业称赞。尹江波说，这十年，他努力在做三件事：守住手艺，找到年轻人，用互联网帮助经营。



1957年陶陶居(左)与如今的陶陶居(右)

百年老字号陶陶居 成功革新的背后， 做对了三件事

把145岁的老字号开在年轻人多的地方

2015年之前，陶陶居只有第十甫路店一个店址，也面临着很多老字号都经历过的困境：餐饮行业竞争加剧，老字号却机制不活，创新不足、资本缺乏。

陶陶居以后的路要怎么走？尹江波将目光拉得长远。回溯百年历史，陶陶居是广州几代人的记忆，新时期的陶陶居首先便要做到正宗，得到广州人的认可。在传承正宗广府味道的的基础上展望未来，陶陶居应该向外拓展，走出粤语文化区，赢得全国甚至全球食客的认可。

基于这样的思考，尹江波制定了发展策略：与时尚结合，与文化结合，与科技结合。

陶陶居在历史上就以擅长创新经营、推陈出新闻名。陶陶居创造过广州历史上的很多“第一次”：上世纪三十年代，它雇佣女服务员，开

社会风气之先；1983年，它又率先在茶楼内引进垂直升降电梯和扶手电梯。

“年轻人在哪里，潮流就在哪里”。尹江波决定主动把老字号开到年轻人中去。

2015年8月，陶陶居开出了有史以来的第一家分店，选址在有“亚洲第一购物中心”之称的广州正佳广场。百余年前的顾客康有为写的老招牌，挂进了时髦、快节奏的现代化商场。

新店装修采用了古色古香的满洲窗、花街砖，还原了雅致的西关大屋。厨师团队设计菜品精益求精，经过几个月紧张的演练，出品稳定后，才确定开业。开业当天，盛况空前，新老食客慕名而来，蜂拥的客流甚至挤满了店内崭新的木质家具。

看到正佳店的火爆景象，尹江

波颇为欣慰。接下来，陶陶居逐渐走出广州，在厦门、深圳、上海、北京、成都开设分店，依旧选址时尚潮流品牌聚集的核心商圈。

其中，上海首店——新天地分店的开业尤其破圈。上海年轻人走进这家来自广州的百年老字号，忍不住拍摄记录，在抖音等社交平台分享，自发扩大着陶陶居品牌的影响力。

“社交媒体时代，每个年轻人都是一个自媒体。”这让尹江波更加明确，陶陶居的焕新，要做与时俱进的传承。

陶陶居开一家火一家，在行业内形成了轰动。自此，餐饮行业内掀起一股“老字号热”，上海的杏花楼，北京的全聚德、东来顺等老字号品牌，都曾来到广州，学习陶陶居的老字号复兴方法。

尹江波的微信签名是“100个马拉松”，这位马拉松爱好者已经跑了62场马拉松。他还计划开100家陶陶居，但拓店的步伐却不急。

对他来说，发展陶陶居和跑马拉松一样，要稳扎稳打。陶陶居拒绝预制，坚持手工制作的传统，这决定了这家老字号无法以标准化快速地发展，“无论开多少家店，陶陶居永恒不变的就是手工制作”，尹江波说。

今年，陶陶居的行政总厨李法生已经68岁，仍在一线亲自掌勺。陶陶居点心制作技艺第

每隔一段时间，刘伟光就会在镜头下展示点心制作。拍好的短视频发布在抖音上，吸引年轻人来品尝陶陶居新研发的点心。

尹江波曾跟刘伟光说，品牌焕新的进程中，点心也要创新。于是，刘伟光抓住年轻人喜欢“高颜值”的消费心理，在传统点心的外形上下功夫。他通过询问顾客需求，四处学习，也常在抖音等平台搜索年轻人的评价，获取启发和灵感。十年来，刘伟光研发了超过百款创新点心。

2016年，刘伟光首次创作出芝士糯米鸡，把糯米鸡做得像披萨一样好看。这款产品风靡广州，各家餐馆争相效仿。他还将番禺的水牛奶与传统酥皮菠萝包结合，做出了广受欢迎的水牛奶菠萝包；他创新地使用火龙果汁上色制作金鱼饺，黑蒜汤汁来呈现菊花烧卖，展现广州茶楼里已经很少见的象形工艺。

2024年，陶陶居研发了一道新菜“鱼米之乡”，以东星斑切片，配上炸米，浇上汤汁。一位美食博主十几秒的视频，播放量就超过四百万。尹江波被短视频强大的传播力所震撼。

现在，使用抖音团购已经成为很多食客的消费习惯。陶陶居发现，购买抖音团购券的客群与他们的目标客群高度重合，是20岁到40岁的主流消费群体。

每个月，陶陶居都会做专场直播，为消费者送上优质团福利。嘉宾王祖蓝到番禺天河城店打卡，一场直播就达到了300多万元的销售额。

菜就是人，守住手艺就守住了根

五代传承人、陶陶居茶点技术总监刘伟光是在寻厨时被尹江波寻获的。作为老西关长大的点心师傅，他年轻时就曾当过陶陶居学徒，尹江波专程多次去品尝他做的点心，并伸出橄榄枝。

小时候，爷爷常领着刘伟光到陶陶居喝茶。21岁那年，他进入陶陶居当学徒，美梦成真。当尹江波多次前来说服他，说要和他一起复兴这个100多年的中华老字号，“一起做一件伟大的事”时，他鼓起勇气终于答应下来。

人是品牌的核心。刘伟光

借助抖音等线上平台被更多地看到

尹江波希望，百年陶陶居主动与科技结合，“在各平台中，抖音是用户最多的”。积极用兴的方式“打广告”，也是陶陶居的传统。

一百年前，陶陶居就有自己的探店达人。清末最后一届科举进士江孔殷，是当时广州城闻名的美食家。他为陶陶居撰写诗词、评判对联及文章。如今，抖音的探店博主们，在一次次试吃和点评中，为陶陶居向互联网上南海北的消费者打开了更多的展示窗口。

现在的陶陶居，在努力使用短视频讲述陶陶居的历史。其中一期别出心裁的鲁迅家宴，是查了很多史料制作而成的。当网络上疯传广州茶楼使用冷冻点心时，陶陶居也主动通过这扇窗口，把手作点心的主张传达给更多消费者。

今年，陶陶居与抖音团购展开了更多的合作，参与了平台推出的“烟火广州×心动老字号”项目。项目给老字号商家提供了特别的扶持资源，以助力这些老字号企业创新商品品类、提升运营能力，获得生意增长。

通过线上线下的闭环传播，越来越多的消费者来到陶陶居打卡，并在抖音账号上分享体验。在抖音上搜索这些打卡记录时，尹江波发现，自己翻新新店时的用心被食客读懂了。

经过十年革新，现在这家百年老字号在新时期活力焕发，门店数量和营收规模不断扩大，品牌增值超100倍。陶陶居充分发挥民营业力的积极性、创造性来

进入陶陶居，最重要的职责便是培养徒弟。他告诉徒弟们，他的师傅曾告诉他，师傅们的手就是勋章。刘伟光自己的双手经年累月地在面案上操作，成千上万次地拍三角皮，逐渐落下工伤。

他总是一遍遍向徒弟们重申那句陶陶居的口号：“有心用心，做好点心”。他挑选出100多个肯坚守、有热爱的徒弟组成团队。这批经过了五年以上工艺培训的徒弟，逐渐成为品牌拓展门店过程中的中流砥柱。

他们正是那透明厨房里的活招牌。

盘活国有资产的机制混改模式，与时俱进拥抱线上转型，成为品牌改造做得最好的老字号之一。

这股老字号复兴风潮，也宣扬了中国的民族自信和文化自信。2024年美国财政部长耶伦到访广州，第一顿饭便来到陶陶居用餐。那份耶伦菜单此后便展示于陶陶居餐厅中。

尹江波来自广州28年了。1997年，香港回归那年，他刚到广州，也慕名来过陶陶居。接手陶陶居时，尹江波还有另一重隐秘的压力，他是山东人，没有土生土长的广州背景，能把百年老字号做好吗？

如今回想，是那份压力让他充满了决心和动力。陶陶居是几代广州人留下的宝贵文化遗产，能参与它的复兴，是他这个新广州人为广州做的一件事。

慢慢跑的尹江波，交出了一份不错的成绩单。



陶陶居抖音团购受消费者喜爱