



“新穗商培养工程”全面开启 粤港澳大湾区创二代接力长跑

既要站得高，也要接地气，创二代们最想提升这些能力！

经济新动能 民企新力量
创二代来啦！

总策划：刘海陵 林海利
统筹：孙璇 吴江
执行：孙晶 李卉 赵燕华
文/羊城晚报记者 陈泽云 孙晶

2021年伊始，在广州，110位“新穗商”已经踏上了新征程，今年他们将通过系统的学习，锤炼成为出色的穗商代表，有望续写更多精彩的“春天的故事”。

由广州市委统战部、市工商联、市工信局、市科技局等十个部门联合主办的“新时代穗商培养工程”，通过层层面试，招收了100名入选学员和10名港澳特邀学员，为期一年的培训今年全面展开。羊城晚报记者了解到，学员中，有七成成为“创二代”，他们将如何通过系统的学习来实现“高分接棒”？对于传承他们有何新的思考？通过学习，他们最希望提升哪些能力？



创二代要养成“终身学习”的习惯

刚过去的2020年是极不平凡的一年，在新冠肺炎疫情的巨大冲击之下，百年未有之大变局进入加速演变期，对于每一个微观的市场主体而言都是危机并存的挑战。

“现在刚好属于代际传承之际，而疫情把所有的格局都打乱了，不仅仅带来了业务上的挑战，更多的是对企业原有的战略、使命、愿景和价值观带来的冲击。”正佳集团副董事长、80后穗商二代代表谢萌在接受羊城晚报记者采访时，深有感触地表示，“新穗商”到了必须提升综合能力才能继续带着企业走下去的“关键時刻”了。

那么，“穗二代”应该在“新时代穗商培养工程”中锤炼什么样的能力？谢萌认为，二代要传承一代穗商变革创新的精神，“不仅仅要有大胆创新的想法，对于二代来说，还要有能够把一件件小事都

具体落实的能力，不光有宏大的愿景，还得能够控制风险、管理风险等等。”

“关键一点还在于，二代穗商要建立起自己在行业当中的影响力，就得养成一个终身成长、终身学习的好习惯。”谢萌表示，“新穗商”们通过学习和训练，可以逐渐培养自己的未来观、大局观、世界观，把握大势，成为具有领导力的企业家。

“新时代中国特色社会主义国家的建设者就非我们莫属了，我希望能通过‘新穗商’这个班，与穗商成员们建立起新型的合作伙伴关系，这里的合作伙伴关系，不是说做生意的关系，更重要的是大家在一起要分享商业智慧，分享价值观、愿景和对未来的看法，实现相互促进、相互影响。”谢萌自信满满地表示，企业家应该有这种担当精神，“新穗商”要团结起来，更要行动起来。



“新穗商培养工程”开启，为期一年的培训全面展开

打造更多的“任正非”和“马化腾”

“广州这种时间跨度长达一年的系统性培训，在全国范围来说，都还是比较少见的，我们希望能够充分发扬这种示范效应，引领全国在年轻一代企业家培养上的新方式。”广州市工商联副主席李洁明表示。

对年轻一代企业家的教育培养，不仅仅是民营企业的“家事”和“私事”，更是关系到国家经济社会发展的“大事”和“要事”，关心和重视年轻一代成长，是推动民营企业做优做强

的历史责任。截至去年年底，广东上市公司共有686家，据粗略统计，以“企二代”接棒董事长或总经理为标志，“二代”已接班掌握上市公司的案例就有28家。此外，还有不少“企二代”进入到

上市公司管理层。

民营企业转型发展，新生代很关键。与父辈相比，创二代普遍拥有更高的文化水平、更广阔的视野和更强的接受新事物的能力。既要“站得高”也要“接地气”，他们需要更加了解本地的经济、科技、产业等方面的发展情况，了解关于企业发展的政策，让企业转型升级大的方向更准、步子更稳。

“每一个助企政策的出台，二代企业家都要有能力代表他所在的行业，来表达诉求和意愿。”李洁明指出，“新时代穗商培养工程”在课程的设置上，着重在领导力、洞察力等方面进行培养，关注企业家的政治层面、社会责任感和社会担当精神，同时也要提升企业家对未来的洞察能力，对

略的把控能力，带领企业更好地去发展这种领导力。

对于每一个城市来说，市场活力强不强，关键看企业家多不多、好企业多不多、企业成长得快不快，要让企业家成为城市的名片，名片越多，城市就越有魅力、活力和希望。“提起深圳，大家会想到任正非、马化腾等，这些优秀企业家与这座城市是挂钩的，广州民营经济增加值占全市GDP比重超四成，年轻一代在时代浪潮中奋勇争先，已成为民营经济发展的重要力量，我们希望在这样的企业家群体中也打造出更多的广州城市名片。”李洁明表示，广州将致力于打造一支“政治上有方向、经营上有本事、责任上有担当”的新生代民营企业群体。

创二代事业扎根于中国

的东西来实现企业转型升级。来自广州华安达实业有限公司的丘詠仪就是其中的“海归”代表，在美国留学的她毕业后先是在香港工作，看到疫情对于父辈制造业企业带来的冲击，丘詠仪选择回国读研，二代一定要有创新，我本身是学金融工程的，可以在投资方面赋能父亲的企业。”

一个时代有一个时代的机遇，一个时代也有一个时代的挑战。走在改革开放的新起点，面对“十四五”的全新蓝图，也势必对二代企业家提出更高的要求。

“我选择在这个时间点回到家族企业，是希望父辈能够陪伴我们多一段时间，让我可以学习到更多。”来自广铝集团的海归二代叶蕴芊表示，当年自己的父亲从沙河顶一个农民家庭里出生，白手起家创立了广铝集团，“创业的前7年都是亏钱的，他坚持了下来，一家家上门推销，想尽办法销售产品，这种打不死

为二代需要学习的。”

“成功的企业家，都有一个共同特征，就是有大局观，能够抓住时代的风口。未来10年，人工智能、大数据、生物技术等新一轮科技革命和产业变革正在积聚力量。”在一代企业家梁耀铭看来，穗商二代企业家要想发展壮大，必须抢抓全球科技创新机遇，孵化出新产品、新技术、新产业、新业态、新模式，这样企业发展就有了强大的助推力。

值得注意的是，此次110名新穗商所在企业涉及众多行业，既包括高端装备制造、新能源、生物医药、新材料、3D打印、现代农业、大健康、新零售、新一代软件及信息技术等新兴行业，也包括商贸、服装、建筑、家居等传统行业，战略性新兴产业占比约40%，所在企业大都处于行业领先地位。而如今，随着穗商二代们逐渐进入企业，这些走在前列的企业将焕发怎样的新活力，也值得期待。

新基金开年发行火爆

基金再次上“热搜”！ 多只“日光基”吸金逾百亿

羊城晚报记者 莫谨榕

2021年开年，伴随着A股市场的火热，基金发行市场也一片红火。1月6日，沪深两地同现爆款基金，多只基金一日售罄，募资规模超百亿元，引发开年的基金投资热潮，甚至带动基金登上了微博“热搜”榜单。这已经不是基金第一次登上“热搜”。2020年7月，A股短期快速上扬，基民跑步入场，基金发行火热，“基金”一词就曾登上热搜。在连续两年走出业绩和发行“大年”后，基金再上热搜，是加仓良机还是市场见顶信号？

投资者持有公募基金的赚钱效应甚至大于直接持股，让“炒股不如买基金”的观念深入人心，也助推了公募基金进入天量发行的大年。数据显示，2020年全年公募基金发行基金产品数量1435只，发行规模达3.16万亿份，发行数量创2020年历史新高，发行规模更是超过2017年和2018年发行规模之和，同样创下历史新高。

业内人士预计，2021年公募基金发行仍可能延续火爆。国盛证券研报预计，2021年全年偏股基金发行有望继续超过10000亿元，净增量预计6000亿-8000亿元，有望继续成为A股市场的最重要增量资金。

开年频现“日光基”

进入2021年以来，公募基金发行热潮来袭。1月6日，由兴证全球基金陈宇掌舵的全兴两年封闭运作混合型证券投资基金（LOF）首发募集，该基金此前设定了80亿元募集上限，发售一日即售罄。据渠道消息，一日便吸引了超200亿元的认购。而由明星基金经理曲扬担纲的前海开源优质企业混合基金同日发售，该基金金额100亿元，仅发售一日就宣布提前结束募集。有消息称，该基金发售半日申购金额就突破100亿元的募资上限。

无独有偶，1月5日，由银华基金李晓星管理的银华心佳两年持有期混合基金认购规模超百亿元提前结束募集，而1月4日发售的广发兴诚混合基金发售一日有效认购金额就已超过募集规模上限120亿元，也成为名副其实的“日光基”。

新年第一个月，还有更多新基金在发售的路上。羊城晚报记者据同花顺iFind数据库统计发现，今年1月，还有71只基金等待发行，其中普通股票型基金、偏股混合型基金、灵活配置型基金的主动权益类基金就有42只，接近六成，易方达基金、南方基金、博时基金、广发基金、华夏基金等多家基金公司都将陆续推出多只偏股型基金。而开年以来发行的三只基金，累计发行份额已经达到298.61亿元，平均每只基金的募资规模接近百亿元。

炒股不如买基金？

记者注意到，在2019年-2020年，公募基金已经连续走出两个业绩大年。在2019年股票型基金的平均收益率接近40%的情况下，2020年主动权益类基金年内平均涨跌幅为46.05%，百余只偏股型基金实现净值翻倍。

投资者需降低预期收益率

2021年开年以来，A股市场走出一轮“开门红”行情。截至1月7日收盘，上证指数在岁末年初已经走出了六连阳，累计上涨5.83%，沪指自去年12月底的3300点附近上攀至最高3576.20点，两市成交量也有明显提升，市场风险偏好上升，投资者购买基金的热情高涨。

从国内公募基金的历史数据上看，在过去15年间，尚未出现过主动权益类公募基金的平均业绩连续三年大幅跑赢沪深300指数的情况，进入新的一年，公募基金能否延续前两年的强势业绩，是当下投资者普遍关心的问题。

羊城晚报记者梳理发现，在对2021年A股走势的预测上，不少公募基金对今年宏观经济相对乐观，但由于目前A股估值相对较高，对未来一年的行情都采取了较为谨慎的态度。博时基金发布的2021年宏观策略报告预计，从全年维度来看，风险资产面临估值的消化压力，需要降低预期收益率。“我认为可以以‘稳中求进’来形容2021年。”南方基金董事总经理孙国也表示，市场或从全面性牛市转向结构性牛市，应该降低预期收益。

华商基金研究员张博炜对记者分析表示，从中长期角度，以A股核心标的为代表的中国资产将是国内外资金加强配置的重点领域。在资金供给仍较为充裕的背景下，2021年度A股市场整体估值水平系统性大幅度下行的概率较低。但考虑到当前市场整体偏好已经计入2021年全球经济实际增速水平，今年A股市场整体估值大幅提升的概率也相对较低。综合判断，今年A股预期收益率水平或将与A股整体盈利增速基本匹配。

传百度最快上半年在港上市

羊城晚报讯 记者沈钊报道：1月7日下午，有报道称，百度计划最快在2021年上半年在港上市，至少募资35亿美元。不过对此消息，至记者截稿时为止，百度尚未有回应。

实际上，自2020年以来，市场上就多次传出百度回港上市消息。在去年5月召开的全国政协十三届三次会议上，全国政协委员、百度公司董事长李彦宏在委员驻地接受视频连线时曾表示，“我们内部在不断地研讨有哪些可以做的事情，包括在香港等地的二次上市。”

据公开报道，不久后的7月下旬，包括李彦宏在内的百度高管还分批见了投行，正式启动回港二次上市计划。

2020年12月29日，德勤中国华南区主管合伙人欧振表示，预计2021年会有逾10家美国上市公司概览在香港第二次上市，其中包括百度。

近期以来，百度市值不断攀升。2020年12月31日，收盘涨幅近13%，收盘价219.63美元，创52周内新高，同时月内累计涨幅高达60%。在股价大涨之下，市值一度突破700亿美元。

预计2025年行业 保费破2000亿

102.9%。推算当前百万医疗险产品的行业均价约为540元，主力用户客群集中在30岁-45岁的年龄段。

不过，随着大量竞争者的涌入，百万医疗险产品竞争加剧及阶段性同质化瓶颈，利润率下行压力有所增加，持续增长的诉求和利润的承压正倒逼行业转型。

《白皮书》认为，目前百万医疗险针对不同健康程度客群的多样化产品有限，亚健康人群、慢性病人人群的产品需求尚未得到满足。保险公司可以通过数据驱动的深度用户洞察，针对性地提供差异化、定制化的产品和服务。

长盛基金旗下两基金经理 崭露头角

2020年公募基金高歌猛进，关注度空前提升。行业的大发展源于其中每一份子的推动力，长盛基金旗下两名新生代基金经理孟棋和郭堃凭借出众的投资实力崭露头角，专注而深入的研究让他们在权益基金大年绽放魅力，活力四射。

银河数据统计显示，截至2020年12月31日，由孟棋管理的长盛创新驱动混合基金全年收益翻倍；郭堃管理的长盛同盛成长优选基金，在5月27日至12月31日其任职的7个月时间里，区间收益率高达75.26%。（杨广）

首份中国百万医疗险行业发展白皮书来了

羊城晚报讯 记者程行欢报道：6日，艾瑞咨询与众安保险联合发布了首份《中国百万医疗险行业发展白皮书》（以下简称《白皮书》），预测百万医疗险市场在未来几年保持每年25%-40%的增速，到2025年，全市场保费规模将达到2010亿元。

百万医疗险是一种保额较高、保费较低的中端商业医疗保险，填补了基本医保和高端医疗险之间的空缺。在互联网营销、线上投保、大数据风控和定价等技术条件支持下，2015年众安保险推出国内首款百万医疗险雏形产

品“尊享无忧”，迅速成为“网红”产品，各大险企纷纷跟进。

《白皮书》认为，百万医疗险在经历了爆发式增长后，当前已经进入产品成熟期，2020年该险种的用户规模将突破9000万，市场渗透率为7.4%。随着国民风险意识不断提高，市场对健康保险需求还将大幅增加。

自诞生以来，百万医疗险市场参与者持续增加，市场产品数量快速扩充，保费规模一直呈现高速增长态势。根据艾瑞核算，2019年中国百万医疗险保费收入规模为345亿，同比增长

中欧基金旗下25只产品 过去一年回报超50%

刚刚过去的2020年，公募基金行业规模和业绩齐飞。截至2020年12月31日，中欧基金旗下25只产品年内回报超50%；所有成立满六个月的产品共计73只，全部实现正收益，为投资者交上了一份亮眼的答卷。

未来，中欧基金将继续秉持普惠金融之心，以打造“聚焦长期业绩的主动投资精品店”式的一流资产管理机构为目标，让长期业绩优秀的基金产品和正确的基金投资理念真正走进更多人的生活，助力投资者实现长期资产保值增值的理财需求。（杨广）

践行社会责任 龙湖冠寓：为年轻人才安居而来

不平凡的2020年终于过去，不少房企在这一年里体现的社会责任与担当，让其企业形象更具温度，龙湖冠寓也用一点一滴的“小爱”，汇聚成助力更多人实现安居梦想的“大爱”。

实施“住梦计划” 提供人才保障住房

龙湖冠寓是龙湖集团旗下以青年人视角服务青年群体的集中式长租公寓品牌，目前已布局全国30多个重要城市，客户满意度达95%。在迈点研究院、中国品牌力指数C-BPI等专业机构的榜单中，龙湖冠寓2019-2020年度的品牌指数位居行业第一。

龙湖冠寓坚守企业社会责任，协助政府解决人才安居问题，积极配合各地人才引进安居政策。2020年，龙湖冠寓与武汉、南京、重庆、深圳、天津、青岛、合肥等全国十余个重点城市政府及相关事业单位合作落地40多个项目，为社会提供超过2万套

人才住房。

同时，龙湖冠寓推出助力毕业生求职安居的“住梦计划”：在2020年毕业生数量增多、就业难度加大的环境下，推出更多工作、实习机会以及六大租房福利权益，助力青年成长、人才安居。

服务“五感环绕” 打造租客精彩生活

在受新冠肺炎疫情影响的2020年，社区管理服务的重要性凸显。截至目前，龙湖冠寓社区实现了“0感染”“0确诊”，在每一所公寓，都有严格的人员管理制度和专业细致的防控消杀举措。

此外，龙湖冠寓积极配合武汉地区政府及当地医院，特别是在疫情蔓延之际，为驰援武汉的医护人员提供住宿和生活保障，为全国战疫贡献力量。

作为租赁住房行业的优质品牌，龙湖冠寓与滴滴、屈臣氏、广发银行、兴业银行、腾讯视频、闲鱼、顺丰、货拉拉、肯德基等众多知名品牌达成多样深度合作



龙湖冠寓提供良好的硬件和软件服务

作，为租客打造“1+X”的精彩生活；以青年人的视角服务青年群体，为租户提供视、听、嗅、味、触“五感环绕”的37.4℃标准化服务，即在最接近母体温度的37.3℃之上，通过增加0.1℃的关怀，为租户营造最安全、最暖心的租住体验。

龙湖冠寓更深度关注城市青年群体的心灵，通过打造“安心、颜值、友邻”的居住空间，让每一位入住“Goyoo星球”的“冠寓星人”都可以轻松自在解决生活难题，安心入住，真正做到“生活零压力”。

文/陈玉霞 图/杨广