

财眼

个人炒金加速退场 银行清退“三无”账户

12月15日,中国工商银行宣布对代理上海黄金交易所个人贵金属交易业务进行调整,将关闭“三无”客户贵金属交易功能。年内,国有大行、股份行、城商行已陆续收紧贵金属相关业务,背后折射出市场风险波动、税收合规压力及投资者需求结构变化等多重考量。

■新快报记者 范昊怡

多家银行清理“休眠账户”

工行在公告中明确,为加强对代理上金所个人贵金属交易业务的管理,对于无持仓、无库存、无欠款但保证金账户仍有资金余额的客户,需尽快自助办理资金转出,该行将于12月19日起批量将上述账户余额划转至绑定结算账户,并关闭相关业务功能,对应的业务协议书同步终止。现有持仓客户的平仓交易不受影响,工行建议客户持续关注后续公告,合理控制持仓规模以防范市场风险。

此前,光大银行、建设银行、邮储银行等均已行动。邮储银行9月30日宣布停办相关业务,要求持仓及现货库存客户在10月31日前自主平仓,此后将陆

续解除无持仓、无库存、无资金客户的委托关系。中信银行10月30日公告称,自11月7日起清理代理上金所个人交易长期不动户,将账户余额划转后办理销户。宁波银行9月30日宣布,10月13日起停止受理个人贵金属现货实盘买入交易,对近三个月无持仓交易的客户进行解约处理。

业内分析指出,工行此次调整,核心是清理长期无实际交易但留存闲置资金的“休眠账户”,这种规范化清理既能提升账户管理效率,降低客户资金滞留风险,也符合金融监管对客户资金安全与透明度的要求。银行收紧这类业务,一方面是当前贵金属市场风险偏大,价格波动剧烈;另一方面是这类带杠杆产品

以往开户门槛较低,银行难以核实客户投资能力,调整后可降低潜在风险。

品牌金销售现退出案例

与个人贵金属代理业务收紧形成呼应的是,黄金税收新政落地后,银行品牌金销售业务出现退出案例。12月12日,恒丰银行发布公告,将于12月22日起停办品牌金出售业务,有序退出存量业务,其在售产品将逐步停售。据了解,恒丰银行是新政实施以来首个宣布停办品牌金销售的商业银行。

对于银行退出品牌金销售,星图金融研究院副院长薛洪言表示,黄金税收新政对实物黄金投资性与非投资性的税务区分,显著增加了业务操作的

复杂性与风险,部分银行选择停办品牌金销售,其中“合规压力是最直接的导火索”。

今年以来,贵金属表现抢眼,国际金价年内大涨60%,白银价格涨幅超110%,但波动同样剧烈。12月16日,现货黄金盘中跳水,最低下探4271美元/盎司,截至发稿时报4285.32美元/盎司,跌幅0.45%;当天,国内周生生等品牌金饰价格也终结了多日的连涨态势。

业内分析认为,税收政策差异将持续削弱银行销售实体金的商业可持续性,后续中小银行持续退出品牌金销售业务或是大概率事件。而银行也在顺势调整业务策略,聚焦黄金ETF、积存金等标准化产品。

创新药品目录落地 健康险保障现“温差”

近日,全国首版《商业健康保险创新药品目录》(下称“商保创新药品目录”)发布后,多地普惠型健康险纷纷响应,称产品覆盖药品保障。分析指出,创新药保障正成为商业健康险差异化发展的重要方向,保险公司面临精算定价等多重挑战。

■新快报记者 林广豪

普惠型健康险保障力度分化

我国首版商保创新药品目录将于2026年1月1日起正式实施,目录共纳入19种药品,既有CAR-T等肿瘤治疗药品,也有神经母细胞瘤、戈谢病等罕见病治疗药品,还有阿尔茨海默病治疗药品等。

记者注意到,多款普惠型健康险积极响应商保创新药品目录落地,广州的“穗岁康”、深圳的“深圳惠民保”近日均发文表示,产品保障全面覆盖目录中的19种创新药。江苏南京的“南京宁惠保”称,目录中的12种创新药已纳入产品保障范围。早在今年10月,汕头的“汕头惠民保”就明确,2026年保障会覆盖商保创新药品目录,且有关费用的报销比例提升10个百分点。

然而,普惠型健康险对此类药品的保障力度不尽相同。根据药品所属保障责任,“穗岁康”的报销比例为50%-70%,保额在30万元到100万元,免赔额分别为0、1.6万元、4.5万元;“汕头惠民保”的住院全自费药品保额为10万元,

免赔额为2万元,上述创新药的报销比例提升后为40%。“穗岁康”和“汕头惠民保”每人的保费分别为180元/年和96元/年。

不过,并非所有普惠型健康险都将此类保障纳入。“广州惠民保”的特定高额药品目录暂未包含商保创新药品目录的创新药。

与普惠型健康险相比,普通商业健康险对创新药的保障力度更大。以CAR-T药品保障为例,多款医疗险近年将此作为一大卖点。总体来看,相关药品的保额为200万元以上,免赔额为0,经医保报销后的报销比例最高为100%。与之相应的是,普通商业健康险的保费更高。

商业健康险覆盖创新药成趋势

国信证券分析师表示,2024年我国商业健康险保费9773亿元,其中创新药赔付占比较低,核心原因是高值药品“有药无付”,被保险人感知价值低。此次商保创新药品目录发布后,医疗险等

险种吸引力将得到明显提升。

北京排排网保险代理有限公司总经理杨帆向新快报记者表示,未来商业健康险覆盖创新药是行业发展的必然方向,但普惠型健康险与普通商业健康险的路径会有所不同。前者核心价值在于填补基本医保与创新药之间的保障空白,会将更多临床必需、疗效确切但价格高昂的创新药纳入目录,但会通过设置合理的起付线、赔付比例和药品清单,在普惠性与可持续性之间寻求平衡。普通商业健康险则将此作为市场化竞争的核心要素,通过产品创新,如推出特药险、将院外特药责任作为中高端医疗险的标配,并建立动态调整的药品目录,以满足客户多元化、高品质的医疗健康需求,形成差异化竞争优势。

杨帆表示,在产品覆盖创新药保障的过程中,保险公司面临多重挑战,首先是精算定价与风险控制挑战,其次是高昂的赔付成本与可持续经营的挑战,此外还有医疗服务整合与管理的挑战。

lululemon中国大陆市场营收猛涨46%

主导全球扩张的CEO却宣布卸任

新快报讯 记者陆妍思报道 近日,lululemon发布2025财年第三季度财报,虽然核心的北美市场失速,净利润和营业利润双双下降,但中国市场却表现强劲。

财报显示,报告期内公司净营收增长7%至25.7亿美元,但核心的北美市场营收同比下降2%。同期公司净利润和营业利润双双下滑,净利润同比下降12.8%,运营利润下降11%。以中国为核心的国际市场成为增长引擎,第三季度净营收同比大涨33%,其中中国大陆市场净营收同比增长46%至4.654亿美元,占全球总营收比重从去年同期的13%提升至18%,同店销售额增幅达25%。

“中国大陆业务在本季度依然保持强劲态势。”lululemon首席执行官Calvin McDonald表示,预计中国大陆全年净营收的增速将达到或优于此前给出的20%至25%指引高区间。

据透露,lululemon今年预计新增约46家直营门店,并完成约36家门店优化,除美洲市场新开约15家门店外,其余新店大部分在中国。

在公布财报的同天,在lululemon任职超过七年的Calvin McDonald突然宣布将于2026年1月31日卸任。公告显示,自2018年加入lululemon,在其领导下,lululemon的年收入增长超两倍,公司预计本财年营收将达到110亿美元。他还将在lululemon的全球业务版图拓展至30多个国家及地区,并推动中国大陆业务成长为公司第二大市场。高峰时,lululemon市值超过500亿美元,一度超越运动巨头阿迪达斯,成为行业第二。

然而盛景难续,过去一年lululemon股价跌幅超过50%,是标普500指数中表现最差的股票之一。

lululemon的核心困境在于其产品创新动能的明显衰减。Calvin McDonald在9月的分析师会议上曾坦言,“我们的休闲社交产品已经变得陈旧,没有引起消费者共鸣。”

出人意料的是,Calvin McDonald将卸任的消息公布后的首个美股交易日,lululemon股价收盘逆势上涨9.60%,这一走势背后也反映市场对品牌变革的期待。



一副耳机卖到30万 海菲曼欲北交所IPO

毛利率最高达70%,上半年研发费率仅4.91%

新快报讯 记者张晓茜报道 日前,北交所官网显示,昆山海菲曼科技集团股份有限公司(下称“海菲曼”)IPO审核状态变更为提交注册,进入等待注册结果阶段,这家“耳机界的爱马仕”离上市又近了一步。本次IPO,公司拟将募投资用于扩产、研发、品牌及运营总部建设方面。

海菲曼成立于2011年,目前公司主要产品包括头戴式耳机、真无线耳机、有线入耳式耳机、播放设备等。海菲曼涉足高端电声市场,其产品价格跨度极大,从百元级别到几十万元不等,其超高端头戴式耳机海菲曼SHANGRI-LA参考价高达30万元,定

位对标森海塞尔等国际头部品牌的旗舰产品。招股书显示,头戴式耳机是公司主力产品,多年贡献收入超七成,2025年上半年产品均价高达2027.7元/副。

近年来,海菲曼业绩稳健增长,2022年-2025年上半年,营收分别为1.54亿元、2.03亿元、2.27亿元及1.07亿元;归母净利润分别为0.36亿元、0.55亿元、0.66亿元及0.35亿元。同期,公司毛利率分别为65.09%、68.66%、70.12%和66.83%,而漫步者、先歌国际及惠威科技毛利率普遍仅在30%-40%,其盈利能力明显高于国内同行。

需指出的是,海菲曼的国内市场占

有率相对有限,其收入大部分来自北美、欧洲及日本等国际市场,2022年-2025年上半年,公司境外业务收入占比分别为70.30%、66.22%、66.44%和65.59%。2025年上半年,公司境外业务毛利率高达72.91%,比境内业务毛利率高出17.65个百分点。

从费用结构来看,公司则呈现轻研发、重营销的特点。2022年-2025年上半年,海菲曼销售费率波动中上升,从2022年的19.75%上升至今年上半年的20.43%,高于同行业可比公司。但其研发费率却在逐年下降,从2022年的5.66%降至今年上半年的4.91%,低于同行业可比平均水平。