

# “银发经济”利好老字号餐饮企业

■潘宇静

餐饮行业一直是不断变化且竞争激烈的红海市场。在不断推陈出新的行业中,餐饮老字号在大浪淘沙中勇立潮头,必有其独特的发展路径。日前,在2021中国连锁餐饮峰会上,老字号餐饮企业掌门人共坐一堂,他们一致认为,中老年消费者对于老字号更感亲切,“银发经济”或成为老字号的优势。在做好做强做稳中老年消费者市场的同时,老字号应积极拥抱餐饮新零售,加快数字化转型,拓展年轻消费者市场。

## “银发经济”或成优势

在会上,餐饮老板内参创始人秦朝表示,从老龄化市场角度分析,餐饮老字号大多开在社区周边,天然更贴近中老年人群。中老年消费者对老字号更感亲切,“银发经济”或成为老字号的优势。

第七次全国人口普查数据显示,我国60岁及以上人口的比重达到18.70%。其中,65岁及以上人口比重达到13.50%。国家统计局局长宁吉喆5月11日在发布会上表示,人口老龄化是社会发展的

重要趋势,也是今后较长一段时期我国的基本国情,这既是挑战也存在机遇。人口老龄化将促进“银发经济”发展,扩大老年产品和服务消费,有利于推动技术进步。全聚德集团总经理周延龙认为,老字号更适合中老年消费者主要有两个原因:一是很多老字号在一个城市诞生、发展和成熟,深深影响和迎合着当地的消费者。陪伴成长的消费者步入中老年之后,老字号餐饮品牌更容易成为消费者口味的追忆。二是老字号对厨艺有坚守的底线,年纪偏大的消费者更偏向对餐饮食材和口味的讲究。

周延龙称,老字号应该从两个方面进行努力。一是做好做强做稳中老年消费者市场。二是号召老字号餐饮品牌一起研究年轻的消费者,在强化老字号自身优势的同时,对更广阔的市场进行拓展。

西安饮食董事长靳文平说,老字号除了拥有众多的中老年消费者之外,近几年老字号正在加速自身的升级和转型,数字化的应用、产品的创新、新形式的传播手段,老字号在加速融入社会新时代。随着国潮的复苏,老字号受到越来越多年轻人的喜爱。靳文平举例说,西安饮食这两年进驻了许多商业综合体,也开了一些连锁店,老字号一方面在积极拥抱餐饮新零售,另一方面餐饮新零售也在不断赋能老字号,“我们坚信老字号不会掉队”。

周延龙称,老字号开进商业综合体,对于很多老字号尤其是地方老字号来说,是一个非常重要的标志,相较于开在社区或者街边的老字号,在品

牌塑造及优势上,商业综合体可能更具有优势。

## 老字号是天然大IP

国泰君安研报显示,2019年正餐市场规模达4247亿元,是餐饮业最大细分赛道。不过,连锁化率仅17%,远低于快餐(82%)和饮料(74%),仍有很大的提升空间。

华天集团董事长贾飞跃表示,老字号随着行业的发展在进步,华天集团的销售额和利润在不断增长,应该说在时代发展的浪潮中,老字号并没有落后多少。

“在100多年历史长河中生存下来,肯定有它独到的地方。”东来顺集团总经理王国辉表示,餐饮企业生产物超所值的产品是永恒的课题,对于年轻市场,“东来顺”做了一些尝试。北京的总店在疫情期间尝试60元火锅,结果成了网红打卡地,很多年轻人在小红书、抖音上自

发做宣传,结果每天排长队。一个老字号企业不是没有年轻人的市场,关键在于如何设计。

在老字号经营过程中也有一些原则必须遵守。贾飞跃称,首先老字号应立立自身。互联网时代下,实际上老字号是天然大IP,品牌形象已经深入人心,父辈的消费习惯也潜移默化地影响着年轻的消费者。怎么把IP发挥好,需要靠新的手段传播好、塑造好。其次,坚守老字号的匠心精神。长时间积累的客户是老字号形成的优势之一,再过500年这种精神也要有。同时,随着数字时代、智能时代的发展,Z世代已经成为很重要的消费群体,老字号要随着时代的变化不断调整。

“老字号相比先进企业还有差距,但已经有了新的变化,我们也希望通过学习和交流,能够学到更加新的、好的做法,丰富完善老字号。”贾飞跃说。



## 节日催生保险产品礼物 消费型重疾险能买吗

时下,随着节日的流行,催生出许多周边的相关产品,比如说刚刚过去的母亲节,不少保险公司抓住节日契机,推出了一系列符合女性特点和需要的保险产品,其中以女性的重疾险、百万医疗险为主推项目。

业内人士表示,由于女性本身的特殊性,在选购保险产品时,首先应该考虑健康、意外等保障,然后再考虑养老、理财等功能。

然而,市面上健康险、重疾险品类繁多,各有千秋,今天小编就带大家来了解一下消费型重疾险。

### 消费型重疾险是什么形态

消费型重疾险大家可以简单地分为两种:第一种,保障到一定时期的消费型重疾险。例如:一般可选择保障1年,10年,20年,30年,60岁,70岁,80岁等(自己可选)。有的产品只保障重疾责任,有的产品身故责任和重疾责任两个都保障。

这类消费型重疾险超过了保障时期即使出险(患重疾或者身故),保险公司也不承担保障责任。例如保障到60岁的产品,客户61岁患重疾,那保险公司不保障。不出险所交的保费相当于花掉了。

例如,一个消费型产品,30岁男性,选择保障到70岁,50万保额,交费30年,年交保费6200元。30年共交纳保费金额=6200×30年=18.6万,如果70岁前不出险,那么这18.6万元的保费相当于花了(18.6

万元买了40年的保障)。

第二种,保障至终身的消费型重疾险。保障终身的消费型重疾险不具有身故责任,只保障重疾,如果一辈子没有患重疾,中途身故也是拿不到赔偿。一辈子不出险,保费也是相当于花掉了。

说了这么多,有人会问,消费型重疾险好不好?其实保险没有最好的,都有优势和不足,要根据自己的需求和经济能力选择。

### 购买消费型重疾险小贴士

首先,最好不要买一年期的消费型重疾险。一年期的重疾险价格肯定是相当便宜的,几百元一年,不是经济情况特别紧张的情况下不要图便宜买这种,它最大的不足是产品不稳定,停售后不能续保,此时再去买其他重疾险产品,大家有可能买不上重疾险或者买上了可能会有除外责任(保险公司不保的责任)。

其次,在需求和经济能力范围内,买保障期限长的消费型重疾险,优先考虑保障终身的。

第三,如果想加大保额的朋友们,可以利用消费型重疾险的价格优势把自己的保额做高,有一个更高保额的重疾险保障。

例如:张三10年前就买了一个保障终身的50万的消费型重疾险,现在觉得保额不够,那么就可以再买一个保障到60岁的50万保额的消费型重疾险,在60岁前他就拥有100万保障。

主持人许瑞英

# 去年被骗100万元 今年又被同一骗子骗了285万元



■李利

舟山女子罗某去年在网上认识的“投资老师”鼓动下参与网络赌博,被骗去100余万元后报警。今年4月,这位“投资老师”再次找到罗某,她不但

不报警,还继续跟着“投资老师”进行网络赌博,结果又被骗285万元。2020年7月,就职于普陀某船厂的罗某在刷抖音时结识了一位“李老师”,跟着李老师在“彩神V”平台上投资。起初罗某投入了几千元后有几百元的收益,此后罗某投入100万元输得精光。罗某怀疑遇到了网络诈骗,向当地公安报了警。

本以为这次惨痛的经历能给罗某警醒,没想到今年1月份,那位“李老师”又联系上了她,表示之前让罗某输了不少钱,现在推荐给罗某一个叫“亨通网”博彩平台,肯定能赢钱。2月22日,罗某将信将疑地充值了几笔小钱,发现基本确实盈

利。一个月后,该平台推出了“包赔”活动,罗某一次性充值50万元,第二天获得了几十万元的盈利并且成功提现。

4月24日,“李老师”说帮罗某预约了一个300万元的“包赔”单子,此时的罗某已经对“李老师”深信不疑,立刻向亲朋好友筹措资金,一共借到了250万元。而“好心”的“李老师”还主动提出帮她垫付剩余的50万元。

罗某本以为这次可以把去年输掉的100万元赢回来,没想到第二天她发现自己累计投入的285万元已经亏得精光,也不存在“包赔”这回事。发现被骗后,罗某再次报警。

办案民警对罗某案件调查中发现,罗某此前还有两次投资P2P平台被骗的报案记录。2019年6月,罗某购买“甬E贷”平台理财产品被骗7万余元;2020年4月,罗某投资“惠财”平台被骗15万元。

## 基金经理直面规模下降

从业绩表现看,以上多数基金成立以来收益表现一般。Wind数据显示,截至2021年5月10日,南方成长先锋A自去年6月成立以来,回报率仅6.73%;汇添富稳健收益A自去年7月成立以来,回报率仅1.48%;鹏华匠心精选A自去年7月成立以来,回报率仅4.60%。还有成立日期稍早些的永赢科技驱动A,规模也从发行时的79.20亿元降至今年一季度末的11.31亿元,缩减比例达85.72%。

此外,Wind数据显示,成立规模达321亿元的南方成长先锋,截至今年一季度末,缩减比例达54.84%。同时,较发行时期基金规模缩水超100亿元的还有汇添富稳健收益A、华安聚优精选两只基金。工银高质量成长A、汇添富中盘价值精选A、鹏华匠心精选A等基金也均较发行时规模缩减了80亿元。

A基金经理夏高表示,受到市场风格切换以及大额赎回的影响,基金选股超额收益出现回撤,对冲之后导致净值产生下滑,跑输业绩基准。

除市场风格和基金经理调仓的因素外,对于基金遭遇大量赎回,天相投顾高级基金研究员杨佳星表示,去年很多爆款基金发行的背景是权益市场的火爆,而规模快速下降的主要原因则是市场一季度的大幅波动。随着一季度权益市场调整,市场情绪也逐步趋冷,部分在市场火热期进场追逐爆款的投资者寻求退出市场,集中赎回,也有部分投资者在高位获利了结。一位基金研究员表示,有的投资者是落袋为安,有的则是听从银行客户经理的建议“赎回买新”,转而去认购更新的热门基金。

并非所有的爆款基金规模都大幅缩水,有些产品甚至在市场回调时规模有增无减。在部分基金经理看来,A股市场增量资金依旧充裕,中长期继续看好。

## 行业热点

# 电动汽车换电模式迈入新阶段

■李雁争

随着越来越多车企推出“换电模式”,换电过程中的安全性也备受关注。近日,工业和信息化部、市场监管总局发布GB/T 40032-2021《电动汽车换电安全要求》国家标准。该标准将于2021年11月1日起开始实施,适用于可换电的M1类纯电动汽车。

《电动汽车换电安全要求》分别规定了5000次(卡扣式)和1500次(螺栓式)的最低换电次数要求,以确保用户在车辆设计使用寿命内换电时的机械安全。在高压安全方面,标准明确要求换电系统的直流电路绝缘电阻应大于100Ω/V,交流电路绝缘电阻应大于500Ω/V。

华创证券指出,《电动汽车换电安全要求》的出台,意味着统一标准后的换电服务将会更加规范与健康,而文件

中明确提出的单次换电不超过5分钟操作时间的要求,也说明换电模式充电模式更具便利性。

最近两年,电动汽车换电模式频频迎来政策春风。工业和信息化部副部长辛国斌曾在新闻发布会上列举了换电模式的六大优势,并表示“将进一步完善相关技术标准和管理政策,鼓励企业根据使用场景研发换电模式车型”。

专家认为,《电动汽车换电安全要求》填补了汽车行业的标准空白,解决了换电模式无标准可依的紧迫问题,推动换电模式迈入新的发展阶段。“以后,电池不再是一个被简单卖出去的零部件,而是可以既给电动汽车供电,又跟电网交易的创新产品。这对国家资源利用和环境保护都非常有利。”国家新能源汽车创新工程专家组长王秉刚说。

银行分红约4900亿元

# 钱存银行不如买银行股?

■皮海洲

随着2020年度上市公司年报披露完毕,银行股的分红再度受到市场的关注。据报道,在38家A股上市银行中,只有郑州银行一家不进行现金分红,其他银行股票累计分红约4900亿元。按5月7日的收盘价计算,有7家银行的股息率超过5%,其中,交通银行、北京银行、中国银行的股息率更是超过6%。在37只分红的银行股中,有35只银行股的股息率超过2%,高于一年期的银行存款利率。为此,有舆论称,存银行不如买银行股。

如果仅仅因为股息率高于银行存款利率,就认为存银行不如买银行股,这其实有些站不住脚。虽然股息率与存款利率都属于回报投资者指标,但二者还是有明显不同,不能混为一谈。

但从一年的时间跨度来看,买银行股的投资回报肯定要高于银行存款利率。而这个投资回报并不是通过股息率来考量的,而是通过赚取二级市场的差价所得到的实实在在的回报来说话的。比如,投资者在5元附近买入一家银行股票,然后在5.5元

附近卖出股票,那么,投资者买入该银行股票的回报就是10%,远远高于1.75%的一年期银行存款利率。这也就是存银行不如买银行股的道理。

买银行股的收益要超过存银行的利率收益,投资者同样需要掌握必要的投资技巧。首先,不为参与现金分红而买进银行股。股息率高对于投资者来说确实是一件好事,但投资者不能因为股息率高就买进银行股,特别是不能为了参与现金分红而买进银行股。虽然银行股现金分红丰厚,对市场是一个诱惑,但对于中小投资者来说,参与现金分红却未必划算。因为经过除息处理之后,银行股的价格会相应降低,而且还要扣缴红利税,投资者可能会因为扣缴红利税的缘故,承担一定的损失。投资者要想有所得,还必须建立在市场把股价炒上去的基础之上。

其次,不要追高买进银行股,尤其是六大银行股,投资者更加不宜追高买入。如果不是大行情,六大银行股的涨幅基本上都是有限的。一般来说,成长性较好的银行股,其投资机会相对多一些,而一些经济发达地区的上市银行,其成长性也会相对看好一些。

# 吉祥文化金银纪念币受追捧

■魏巍

中国人民银行自今年5月9日起,发行2021吉祥文化金银纪念币一套。该套金银纪念币共7枚,包含金质纪念币3枚,银质纪念币4枚,均为中华人民共和国法定货币。其中,5月20日将发行心形纪念币。

此次发行的吉祥文化金银纪念币造型精美,自公布后引发社会广泛关注。该套金银纪念币正面图案均为“吉祥”文字造型,衬以中国传统纹饰,并刊国名、年号。背面图案则各有不同。

5月9日发行的5克圆形金质“美意延年”纪念币背面图案为桃、寿桃、吉祥花卉等组合图案,并刊“美意延年”字样及面额;100克圆形银质“美意延年”纪念币背面图案为蝴蝶与猫组合图案,并刊“美意延年”字样及面额;60克圆形银质“寸草春晖”纪念币背面图案为母子天鹅造型,并刊“寸草春晖”字样及面额。

5月20日即将发行的3克心形金质“琴瑟和鸣”纪念币背面图案为2只小鸟、树、果实等组合图案,并刊“琴瑟和鸣”字样及面额;30克心形银质“琴瑟和鸣”纪念币背面图案为百合花装饰衣袖、女

子手、香囊、瑟等组合图案,并刊“琴瑟和鸣”字样及面额;3克圆形金质“竹报平安”纪念币背面图案为喜鹊与竹枝枝叶组合图案,并刊“竹报平安”字样及面额;15克圆形银质“竹报平安”纪念币背面图案为梅瓶、竹子枝叶、窗等组合图案,并刊“竹报平安”字样及面额。

据了解,纪念币是一个国家为纪念国际或本国的政治、历史、文化等方面的重大事件、杰出人物、名胜古迹、珍稀动植物、体育赛事等发行的法定纪念币。包括流通纪念币和非流通纪念币。在中国,流通纪念币又称普通纪念币,包括纪念币和纪念钞,材质一般为铜、镍、锌等贱金属;而非流通纪念币又称金银纪念币,材质一般为金、银等贵金属。

购买纪念币的方式主要为预约购买。2015年中国人民银行开始在部分省市试点预约兑换发行方式,直到2017年贺岁鸡发行全部采用。目前,中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行等多家银行负责纪念币在部分省、自治区、直辖市的预约发行工作,市民可在承办银行官网上预定或到线下网点预约。

■中国证券报记者李惠敏 张凌之

曾经风光一时的多只爆款基金,如今陷入规模大幅缩水的窘境。

数据显示,部分主动偏股型基金规模较首发规模大幅缩水80%,有些甚至缩水超90%。此外,去年“一基难求”的部分爆款基金,今年也遭持有人抛弃。2020年内新发规模最大的偏股混合型基金,成立规模达321亿元的南方成长先锋,截至今年一季度末,规模缩减176亿元,整体缩水54.84%。

在业内人士看来,基金规模缩水的部分原因是市场调整,基金净值下跌;另外也与基民的高位获利了结和市场回调集中赎回有关。这些遭抛弃的基金有一个共同特点就是2020年规模猛增,业内人士分析,部分基金经理的管理能力可能无法与规模快速上

升相匹配。

## 部分基金规模大幅缩水

据了解,成立于2020年4月的财通资管行业精选,发行规模为22.10亿元。截至2021年3月31日,基金规模仅为1.87亿元,规模缩减比例达91.53%。规模缩减超九成

的主动偏股型基金还有长城量化小盘,今年一季度末的规模为2.08亿元,相比发行时的21.91亿元,缩减了90.50%。成立于2020年2月20日的华商恒益稳健,发行规模为23.08亿元,截至今年一季度末规模仅为2.64亿元,基金规模缩减比例