

“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，是餐饮行业最大细分赛道。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，首先老字号应立足自身。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。

■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，标准明确规定要求换电系统的直接电路绝缘电阻应大于 $100\Omega/V$ ，交流电路绝缘电阻应大于 $500\Omega/V$ 。

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

银行分红约4900亿元

钱存银行不如买银行股？

■皮海洲

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

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，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，尤其是六家银行股，投资者更加不宜追高买入。如果不是大行情，六家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”纪念币背面图案为鹿、寿桃、吉祥花卉等组合图案，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30克心形金质“琴瑟和鸣”纪念币背面图案为两只小鸟、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



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，就比如刚刚过去的母亲节，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求的保险产品，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、重疾险品种繁多，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=18.6万元，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，此时再去购买其他重疾险产品，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，优先考虑保障终身型的。

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让罗某警醒，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多少钱，现在推荐给罗某一个叫“享通网”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，发现基本确实是

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，立刻向亲朋好友筹借资金，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。

规模大幅缩水 部分爆款基金成“弃儿”

■中国证券报记者李惠敏 张凌之

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，基金规模缩减比例达到88.55%。同为华商基金旗下的另一只主动偏股型基金，成立于2020年5月的华商龙头优势，发行规模为26.26亿元，今年一季度末最新规模不足4亿元，基金规模缩减比例超八成。

受到如此待遇的还有一些在发行时被“全民疯抢”的基金。Wind

数据显示，成立于2020年5月22日的易方达均衡成长，作为一日售罄的爆款基金，发行规模达269.67亿元，然而今年一季度末的规模降至103.57亿元，缩减比例达61.59%。

成立于2020年1月14日的富国龙头优势，规模也从发行时的54.61亿元降至今年一季度末的7.73亿元，缩减比例超八成。成立于2020年2月的永赢科技驱动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88.55%。同为华商基金旗下的另一只主动偏股型基金，成立于2020年5月的华商龙头优势，发行规模为26.26亿元，今年一季度末最新规模不足4亿元，基金规模缩减比例超八成。

受到如此待遇的还有一些在

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、华商恒益稳健、富国龙头优势的回报率也不甚理想。

在此背景下，很多基金经理正在直面规模的下降。中信建投行业轮换A的基金经理黎京伟在其基金一季报中指出，由于规模下降，持仓深交所股票比例更高，所以科创板很难打新。嘉实稳福混合A基金经理轩璇也指出，一季度由于在市场大幅波动期出现大额赎回，导致股票仓位在其间被动大幅提高，导致净值波动被动加大。大成绝对收益

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，基金经理超额收益出现回撤，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，天相投顾高级基金经理杨佳星表示，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服务经理的建议“赎旧买新”，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。