

# 建行 财富

F O R T U N E  
China Construction Bank



## 权益守护 · 力量绽放

12 “她力量”崛起

26 新消费时代，如何深挖“她经济”价值？

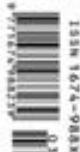
31 女性领导者的修炼

49 从“地方乳企”到“奶酪女王”的逆袭之路

62 从西雅图到南京，一个幼教创业者的寻梦环游

90 去“有风的地方” 此心归处是吾乡

3 月



建行私人银行 客户专享刊物

3.8



女神节

2023.03.08

## 新女性 新力量

又有一位女性接班人出现了。

通威股份实控人刘汉元之女，1989年出生的刘舒琪接任千亿光伏龙头通威股份董事长。

刘舒琪不是个例。在第一代企业家大交班时代，越来越多的女性二代接班人走到台前，担起了企业发展的重任。其实，不仅是家族企业接班人，越来越多的管理岗位、专业岗位上有了女性身影，成为职场榜样，她们逐渐在男性主导的领域中展示独特魅力。

以程序员和飞行员行业为例，有数据显示，从2018年至2020年，女程序员增长近70%；截至2021年3月1日，持有中国民航局颁发

的有效民航驾驶员执照的女性驾驶员共1011人，较2020年的1004人增加7人，并连续5年持续提升。

这些“职场榜样”的背后，是“她力量”的优雅释放，这背后更是显示了女性职场及社会地位的显著提升。

这与党中央始终重视妇女事业发展密不可分。从妇女发展目标《中国妇女发展纲要（2001～2010年）》到国民经济和社会发展目标（2006年首次写入“十一五”规划），从立法原则（2005年写入《妇女权益保障法》修正案）到党的执政意志，党中央将实现男女平等、保护妇女权益作为治国理政的根本性问题来对待和解决，为党进一步引领妇女事业发展提供了根本政治保证。

在2022年，我国妇女权益保障工作取得了诸多意义非凡的进步。2022年10月30日，

第十三届全国人大常委会第三十七次会议审议通过新修订的《妇女权益保障法》。这是依法保障妇女权益取得的重大进展，也是贯彻落实党中央决策部署和习近平总书记重要论述精神的必然要求。

坚持男女平等，保障妇女权益，走出符合中国国情和人民根本利益的中国特色道路，也为促进全球妇女事业发展贡献了中国智慧和中国经济经验。

随着中国女性经济实力与财富支配权的不断提升，女性在消费、财富管理领域的影响同样不容小觑，“她力量”已经成为财富管理行业新增长点。罗兰贝格调研报告发现，

女性主导家庭日常消费决策比例达80.9%，分别有68.4%及75.8%的女性表示其主导家庭短期及长期大额投资。同时，主导父母及子女等亲属委托投资的比例也达23.4%。

富达国际全球女性投资理财调研显示，中国女性在财务管理和规划方面非常有代表性，是唯一一个女性比男性拥有更多存款的地区，并且有73%的中国女性表示她们正在积极进行财务规划和投资决策。显然，我国的“她经济”正在“她力量”的推动下，逐步放大。

在本期《建行财富》中，我们更是带来了诸多优秀女性的成长故事，看她们如何“柔肩担重任”，如何做好家庭与事业的平衡。

让我们通过文字，与她们一起找到“成长的力量”，愿每一位女性都能美丽绽放。

《建行财富》编辑部



## 01 卷首语 新女性 新力量



05

## 大 MEGATRENDS 势

06 2023年3月经济大事件

## 封面 COVER STORY

12 “她力量”崛起

16 新时代妇女事业阔步前行

22 凝聚巾帼力量

推动妇女权益保障高质量发展

26 新消费时代，  
如何深挖“她经济”价值？

31 女性领导者的修炼

37 以“消费放心”促“放心消费”

41 正确选择私募基金

规避资产配置风险

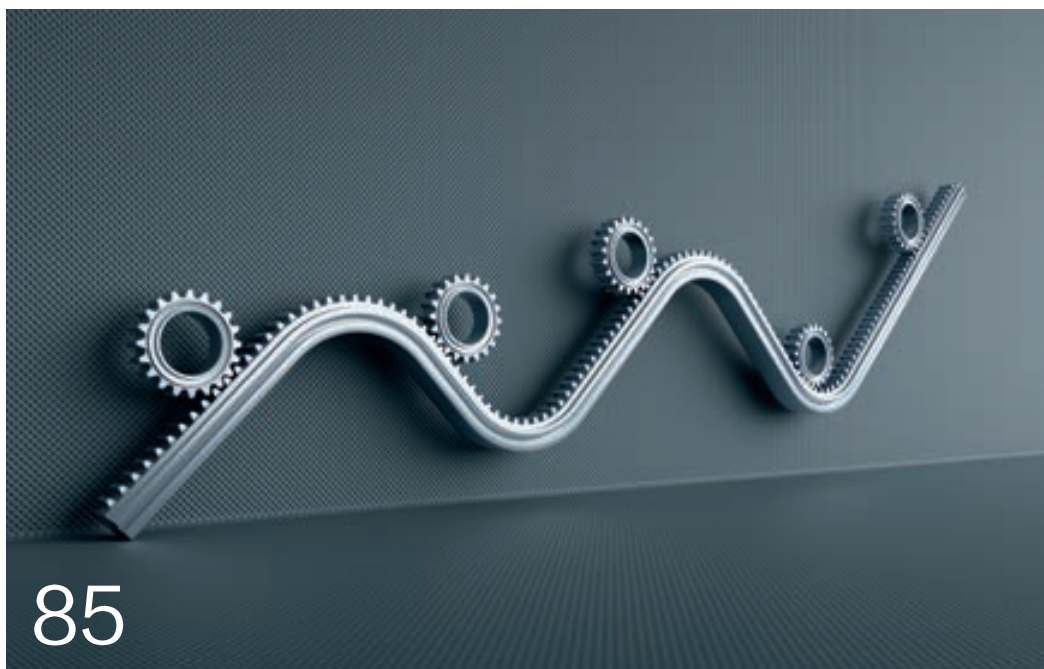
44 警惕！利用数字人民币的新型诈骗



12

## 财富 FORTUNE DOMAIN 版图

- 49 从“地方乳企”到“奶酪女王”  
的逆袭之路
- 54 解码家族信托如何助力  
女性企业家提升财富掌控力
- 58 郑凯珊：  
在不断自我突破中华丽蜕变
- 62 从西雅图到南京，  
一个 80 后幼教创业者的寻梦环游
- 68 仰望星空数十载 看到航天女性的力量
- 74 如果人生可以重来，  
我还是会选择创业
- 80 莫听穿林打叶声，  
何妨吟啸且徐行
- 85 用资产配置做投资  
在不确定性中选择相对的确定性



## 闲谈 LIFESTYLE

- 88 春有约，花不负
- 90 去“有风的地方”  
此心归处是吾乡
- 95 随遇不安，发现新我

# 建行 财富

F O R T U N E  
China Construction Bank

2023年第3期 总142期

刊名：建行财富 国内统一连续出版物号：CN31-2052/F 国际标准刊号：ISSN1674-988X

主管单位：中国建设银行股份有限公司

主办单位：中国建设银行股份有限公司

出版单位：《建行财富》编辑部

出版人：刘建忠 副出版人：胡萍 主编：高婷婷 副主编：姜玲

执行主编：屈丽丽

资深编辑：石丹 张荣旺 编辑：吴悦文 朱紫云 王柯瑾

艺术总监：尤越

艺术副总监：焦震楠

美术编辑：王哲

地址：北京市海淀区玉泉山路23号北坞创新园北区7号楼（《建行财富》编辑部）

邮政编码：100097

电话：010-88890428

印刷单位：北京盛通印刷股份有限公司

发行单位：《建行财富》编辑部 出版日期：2023年3月10日 发行范围：全国 定价：0（赠阅）

本刊保留一切版权，所有本刊编辑、记者原创作品，本刊享有该职务作品完整的著作权，  
未经本刊许可不得转载或摘录。

**风险提示：**本刊所涉及的观点仅供参考，不代表任何投资建议和承诺。



更多精彩内容请扫码  
关注官方公众号



更多精彩内容请扫码  
识别官方小程序



# 大势

2023年3月4日~3月13日，全国两会在北京召开。《政府工作报告》提出2023年GDP增长目标定在了5%左右，同时进一步强调稳字当头、稳中求进；着力扩大国内需求，以消费复苏为优先，以政府投资带动全社会投资；积极的财政政策要提质增效，稳健的货币政策要精准有力等。一系列政策背后，提振了人们对我国经济稳增长的信心。

---

· 2023年3月经济大事件

## 2023年3月经济大事件

01

### 国家发改委解读，如何理解5%左右的GDP增长目标

国务院新闻办公室3月6日举行“权威部门话开局”系列主题新闻发布会。国家发展改革委副主任赵辰昕从三个方面对5%左右的经济增长年度预期目标进行解读。第一，中国仍是发展中国家，发展是第一要务，实现党的二十大确定的目标任务，需要在提高发展质量效益基础上长期保持合理经济增长。第二，5%左右的预期目标符合经济运行走势，符合经济发展规律，也有利于引导各方面更加注重提高经济发展质量和效益，加快构建新发展格局，推动高质量发展。第三，各地区发展信心和劲头很足，各地人代会都确定了今年本地区经济增长预期目标，发改委作了统计和分析，各地为全国目标实现创造了条件、打下了基础。

02

### 人民币有史以来首次超过美元，成为莫斯科交易所月度交易量最大的货币

当地时间3月6日，俄罗斯《生意人报》报道称，按照俄罗斯规模最大的证券交易机构——莫斯科交易所今年2月的统计数据，人民币有史以来首次超过美元，成为该交易所月度交易量最大的货币。中国海关数据显示，2022年中俄间贸易额增长了29.3%，超过1900亿美元。俄罗斯索夫科姆银行首席分析师瓦西里耶夫表示，俄中贸易额中约有一半是以卢布和人民币结算的，预计未来几个月份额将会继续增加。



03

### 央视“3·15晚会”：用诚信之光照亮消费信心

作为全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，中消协将“提振消费信心”作为2023消费维权年主题，持续优化消费环境，为全面促进消费，着力扩大内需，推动高质量发展奠定基石，以期让中国式现代化建设成果更多更公平地惠及全体人民。与之相呼应，中央广播电视总台2023年“3·15晚会”的主题定为“用诚信之光照亮消费信心”。晚会曝光了“香精大米”“妆字号美容针”“翻新绝缘子”“网络水军刷单”等问题。3月16日，各地监管部门连夜行动，部分涉事企业已经被查封、公司负责人被公安机关控制，等待进一步调查。

04

### 北京优化租房提取公积金，每月提取上限提高

3月15日，北京市住房公积金管理中心发布《关于进一步优化租房提取业务的通知（征求意见稿）》。据悉，申请人租住本市商品住房，每人每月提取公积金金额上限拟从1500元调整为2000元，并且多子女家庭每月可按照实际月租金全额提取。

征求意见稿提出，如申请人为多子女家庭，提供北京市“住房租赁管理服务平台”的租房备案编号、子女的出生医学证编号、租房发票原件，可每月按照实际月租金全额提取住房公积金。提取资金将按月转入银行账户，同时夫妻月租房提取金额不得超过月租金。

05

### 全面注册制相关业务开启首次全网测试

3月18日，为确保全面注册制相关业务的顺利开展，上交所、深交所联合中国结算、中证金融等，组织首次全网测试。全面注册制相关业务全网测试主要是通过模拟沪深交易所股票及存托凭证交易、非交易等业务的委托申报、成交回报、行情接收、清算交收和投资者适当性管理、市场化转融通等业务处理过程，检验市场参与各方技术系统的正确性。测试包括全面实行股票发行注册制改革的一些具体内容，比如：主板注册制股票、主板存托凭证 IPO 发行、上市、交易、非交易等业务的委托申报、成交回报、行情接收与展示、清算交收等业务处理等。

06

### 中共中央、国务院印发《党和国家机构改革方案》

近日，中共中央、国务院印发了《党和国家机构改革方案》，深化党和国家机构改革，目标是构建系统完备、科学规范、运行高效的党和国家机构职能体系。

改革方案指出，一、深化党中央机构改革，组建中央金融委员会，组建中央金融工作委员会等。二、深化全国人大机构改革，组建全国人大常委会代表工作委员会。三、深化国务院机构改革，重新组建科学技术部，组建国家金融监督管理总局，深化地方金融监管体制改革，中国证券监督管理委员会调整为国务院直属机构，统筹推进中国人民银行分支机构改革等。四、深化全国政协机构改革，优化全国政协界别设置。五、优化机构编制资源配置，精减中央和国家机关人员编制。

07

### 央行宣布降准，释放的流动性规模在5300亿元左右

3月17日，中国人民银行发布公告称，为推动经济实现质的有效提升和量的合理增长，打好宏观政策组合拳，提高服务实体经济水平，保持银行体系流动性合理充裕，中国人民银行决定于2023年3月27日降低金融机构存款准备金率0.25个百分点（不含已执行5%存款准备金率的金融机构）。本次下调后，金融机构加权平均存款准备金率约为7.6%。

据央行相关数据测算，此次降准释放的流动性规模在5300亿元左右。从市场影响看，当前降准有助于缓解市场流动性紧张的局面，对资金拆借、债市构成直接利好，股市、汇市、房地产的影响还需观察。

08

### 硅谷银行倒闭，美媒称美国近200家银行或存爆雷风险

3月19日，央视财经报道，美国硅谷银行和签名银行近日因“系统性风险”相继关闭，这一事件在金融市场引发了动荡和不安。对此，美国联邦储蓄保险公司前主席谢拉·拜尔在接受美国媒体采访时警告称，美国银行系统目前正处于“贝尔斯登时刻”，如果政府不继续出手相助，美国银行恐会出现多米诺骨牌式的崩溃。据《华尔街日报》报道，最新研究显示，美国目前有多达186家银行有可能存在与硅谷银行类似的风险。



## 封面故事

近年来，世界范围内女性社会地位不断提升，助力女性在经济、政治和社会等领域都作出重要贡献和取得巨大成就。

中国经济的高速发展为中国和世界的企业提供了庞大的市场，中国舞台为世界女性提供了展示风采的机会。越来越多的女性在各行业及领域展示出过人的智慧和举足轻重的影响力。

在中国，我们感受到女性在职业生涯发展中遇到的友好环境。她们可以通过不懈努力，走向更高的舞台，拥有更广阔的视野。她们因自信而美丽，因勤勉而果敢，因信念而坚强。

同时，在新消费时代，“她经济”也正展现着其重要的作用。



- “她力量”崛起
- 新时代妇女事业阔步前行
- 凝聚巾帼力量 推动妇女权益保障高质量发展
- 新消费时代，如何深挖“她经济”价值？
- 女性领导者的修炼
- 以“消费放心”促“放心消费”
- 正确选择私募基金 规避资产配置风险
- 警惕！利用数字人民币的新型诈骗

## “她力量”崛起

2023年是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，妇女事业的发展对中国式现代化建设同样起到重要推动作用。

文 | 王柯瑾

历史的每一步前行、社会的每一点进步，都离不开女性的力量。时代进步的同时也赋予了女性多重角色和责任，她们是妻子、是母亲、是女儿，也是职场精英，更是家庭的主心骨。

十余年来，我国妇女事业顶层制度建设不断完善，妇女权益保障达到新高度，“她力量”正影响着社会、经济、文化、生活等各个领域。

随着中国女性经济实力与财富支配权的不断提升，女性力量在财富管理领域的影响同样不容小觑。更多的女性身影出现在创业者或是商业领袖精英中，女性投资者已经成为

财富管理市场的重要力量。

### 制度护航“她”力量绽放光彩

为更好地发展妇女事业，制度保障必须先行。

“发展离不开妇女，发展要惠及包括妇女在内的全体人民。”2015年9月，国家主席习近平在全球妇女峰会上指出。

近十年来，我国妇女事业高质量发展迈出新步伐，越来越多的女性在社会经济生活的各个领域争做行业的佼佼者和敢于追梦的奋斗者。

2023年是全面贯彻落实党的二十大精神  
的开局之年，妇女事业的发展对中国式现代  
化建设同样起到重要推动作用。

2023年2月20日，全国人大常委会副委  
员长、全国妇联主席沈跃跃在全国妇联十二  
届六次执委会议上强调，要围绕扎实推进中  
国式现代化，强化妇女思想政治引领，加强  
家庭家教家风建设，助力高质量发展，做实  
维权关爱服务工作，深化妇联改革和建设，  
有效发挥桥梁纽带作用，引导凝聚广大妇女  
为全面建设社会主义现代化国家开好局起好  
步而团结奋斗。

为更好地发展妇女事业，制度保障必须  
先行。

2011年我国颁布实施了《中国妇女发展  
纲要（2011~2020年）》，旨在进一步保障  
妇女权益、促进妇女发展、推动男女平等等。

党的二十大报告强调“坚持男女平等基本  
国策，保障妇女儿童合法权益”。

“十四五”规划纲要首设“加强家庭建设”  
专节，推动妇女儿童事业和家庭建设与经济

社会同步协调发展。

随着妇女事业顶层制度的不断完善，当前，  
女性参与社会经济发展的舞台更为广阔，女  
性参与决策和管理的水平不断提高。

国家统计局提供的数据显示，第十三届全  
国人民代表大会有女代表742名，比上届提  
高1.5个百分点；政协第十三届全国委员会中  
有女委员440名，高出上届2.6个百分点。

### 权益保障 赋予“她”更好的未来

妇女发展的不平衡不充分问题仍然存在，  
相关领域妇女权益保障工作仍需进一步加强。

妇女权益的保护程度是衡量一个社会文明  
程度的重要标尺。

我国妇女占世界妇女人口的五分之一，我  
国性别平等与妇女发展既体现了我国的文明  
进步，也是对全球平等、发展与和平的历史  
贡献。

但妇女发展的不平衡不充分问题仍然存

在，相关领域妇女权益保障工作仍需进一步加强。

今年1月1日，全面修订的《中华人民共和国妇女权益保障法》正式施行。该法的修订贯彻和践行了党的二十大精神，一方面积极回应社会关切，致力于解决实践中的难点问题，另一方面发展了妇女人权保障的新理念，开创了一系列强化妇女权益保障的新机制，对国际妇女人权发展贡献了中国方案，也与国际人权公约的理念相吻合，丰富了妇女人权内涵，与全球人权治理接轨。

复旦大学社会发展与公共政策学院教授任远接受央广网专访时表示，《妇女权益保障法》的制定和修订对保障女性的社会权益、促进女性发展等方面具有重要意义。特别是在社会转型的过程中，人口和社会经济发展出现一些新的现象，比如婚姻家庭的变化，以及人口流动的增加等。为适应这些变化，需要不断丰富妇女权益保障的内容，从而更好促进女性全面发展。

而保护妇女权益，需要多方合力。一方面，需要国家层面加强法律保护，加大执法力度，加大宣传力度，加强对妇女的教育与职业培训，提倡建立平等、文明、和睦、稳定的家庭，增强妇女的维权意识。需要从社会层面确保广大女性平等参与社会生活、平等获得发展机遇、平等享有发展成果。另一方面，广大女性群体应该不断增强权益保护意识，善于运用法律武器维护自己的合法权益。

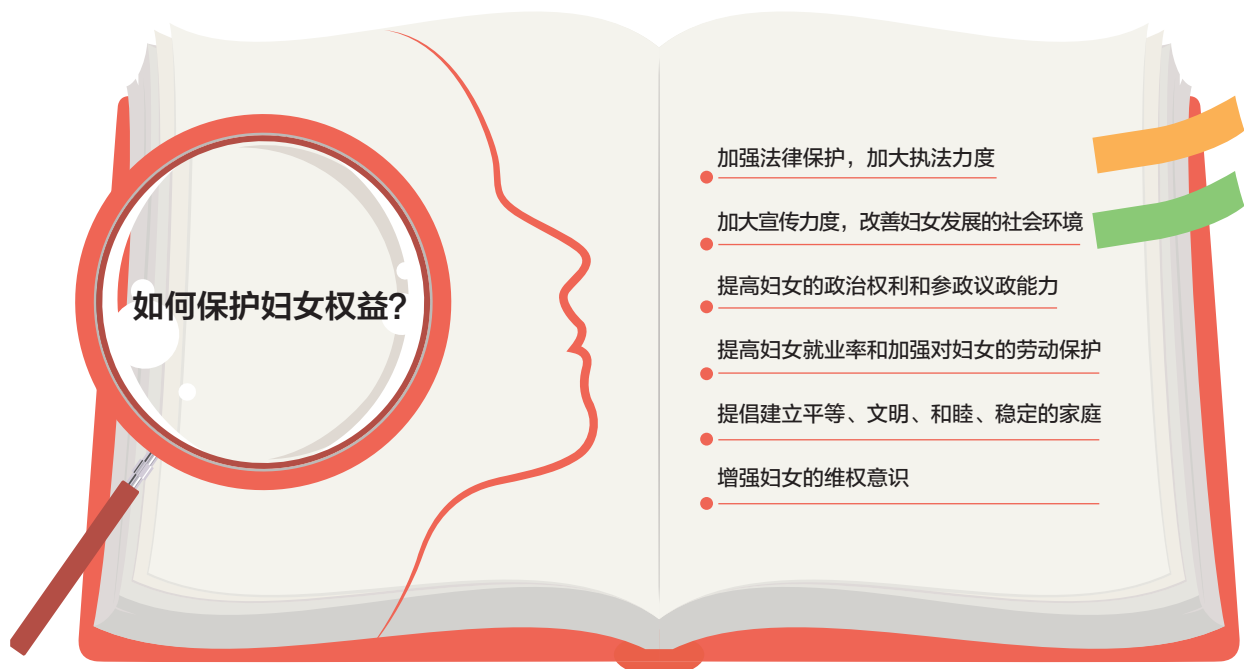
### 优势凸显 财富管理“她”力量壮大

女性的投资理财学习意识逐渐增强，

女性在家庭财务决策中扮演着重要角色。

在财富管理行业中，女性投资者影响力越来越大，“她力量”已经成为财富管理行业新增长点。

女性财富管理市场有多大？根据BCG的测算，按劳动人口占比推算，2025年我国女



资料来源：据公开资料整理



## 越来越多的女性在社会经济各个领域争做行业的佼佼者和敢于追梦的奋斗者。

性财富规模有望达到 15.16 万亿美元，折合人民币有望超过 100 万亿元，年复合增速 9.92%，超过亚洲地区增长水平，女性财富管理市场已然成为细分领域的蓝海。

国海证券与咨询公司罗兰贝格联合发布的女性财富管理白皮书《新女性新价值新服务：“她时代”女性财富管理洞察》（以下简称“《白皮书》”）称，根据其市场调研，新时代女性群体更加多元：有更注重积极探索，理性与感性并存的 Z 世代（通常是指 1995 年至 2009 年出生的一代人，他们一出生就与网络信息时代无缝对接，受数字信息技术、即时通信设备、智能手机产品等影响比较大）青年女性；有更独立、更多元的职场妈妈；也有更悦己、更自信的成熟女性。她们的投资理财行为也体现出新的特征：有的理智稳健，有的善于筹谋，也有的积极进取。

《白皮书》调查显示，不同时代和年龄段的女性，在投资方面具备鲜明的特点。新时代青年女性更注重自我表达与探索，对投资理财方面更积极参与。新时代职场妈妈不同于以往“贤妻良母”的单一标签，随着其社会角色更多元，她们在财务上更独立自主、投资上更善于筹谋。新时代成熟女性自我意识觉醒，呈现更乐观自信、更悦己的态度。

女性的投资理财学习意识也逐渐增强。

富达国际和蚂蚁财富联合发布的《中国养老前景调查报告》指出，相比于男性，中国女性有更高的退休储蓄目标和更强的储蓄意愿，有接近 1/3 的女性表示愿意通过加强学

习来提升自身的专业金融知识，并且有意识地提高自己的专业能力来进行投资。

从中国市场看，根据富达国际全球女性投资理财调研显示，**中国女性在财务管理和规划方面非常有代表性，是唯一一个女性比男性拥有更多存款的地区，并且有 73% 的中国女性表示她们正在积极进行财务规划和投资决策。**另外，有 60% 的中国女性认同自己是一名投资者，而从全球范围来看，这一比例只有 33%。

中国女性在家庭财务决策中扮演着重要角色。

《白皮书》显示，中国女性主导家庭日常消费决策比例达 80.9%，分别有 68.4% 及 75.8% 的女性表示其主导家庭短期投资及长期大额投资。同时，主导父母及子女等亲属委托投资的比例也达 23.4%。

从世界范围来看，早在 2017 年，安永在名为《女性与财富：个性定制服务模式之探究》的报告中提出，女性可能会在不远的将来有权支配美国绝大部分的家庭财富。

因此，众多女性群体也承担着家庭财富管理的责任。如何才能更好地进行财富管理？一方面，女性群体应该树立正确的投资观并进行科学投资，科学投资应该是包含多种投资成分，并把不同的投资风险品种进行组合，这样既可以分散投资风险，也可以平衡收益。另一方面，切忌盲目追随潮流，必须根据自己的财务情况及自身家庭的财务情况和需求来选择投资的方式，做好资产配置。■



## 新时代妇女事业阔步前行

发展妇女事业、做好党的妇女工作意义重大，关系到为党和人民事业发展提供强大力量，关系到巩固党执政的阶级基础和群众基础。

文 | 姜秀花 全国妇联妇女研究所副所长、研究员

以习近平总书记为核心的党中央，充分发挥党的领导政治优势，不断增强党的政治领导力、思想引领力、群众组织力、社会号召力，始终总揽全局、协调各方，切实把党的领导落实到党和国家事业各领域各方面各环节，推动党和国家事业发生历史性变革、取得历史性成就。

在这一历史进程中，党高度重视和积极推进妇女事业和妇女工作，把妇女事业全面融入党和国家事业发展全局，用创新理论引领妇女事业发展，用显著制度优势为妇女发展保驾护航，妇女事业阔步前行，取得重大理论成果、制度成果、实践成果。

### 创新理论引领妇女事业发展

**要把中国发展进步的历程同促进男女平等发展的历程更加紧密地融合在一起，使我国妇女事业发展具有更丰富的时代内涵。**

党的十八大以来，习近平总书记从事关实现中华民族伟大复兴中国梦、事关党和人民事业全面发展、事关夯实党执政的阶级基础和群众基础的战略高度，就发展妇女事业、做好妇女工作和注重家庭家教家风建设作出一系列重要论述，成为习近平新时代中国特色社会主义思想重要组成部分。具体看来，包括以下多个方面：

**习近平总书记强调，发展妇女事业、做好党的妇女工作意义重大**，关系到团结凝聚占我国人口半数的妇女，关系到为党和人民事业发展提供强大力量，关系到巩固党执政的阶级基础和群众基础。坚持党的领导是做好党的妇女工作的根本保证，各

级党委和政府要充分认识发展妇女事业、做好妇女工作的重大意义，加大重视、关心、支持力度。

**强调要坚持以人民为中心的发展思想，重视占我国人口半数的广大妇女。**妇女是人类文明的开创者、社会进步的推动者；要推动妇女走在时代前列，做伟大事业的建设者、文明风尚的倡导者、敢于追梦的奋斗者。

**强调要牢牢把握实现中华民族伟大复兴的中国梦这一当代中国妇女运动的时代主题**，把握住当代中国妇女运动的前进方向，指出要把中国发展进步的历程同促进男女平等发展的历程更加紧密地融合在一起，使我国妇女事业发展具有更丰富的时代内涵，使亿万妇女肩负起更重要的责任担当；要把实现个人梦、家庭梦融入国家梦、民族梦之中。

**强调要坚持走中国特色社会主义妇女发展道路**，这是中国特色社会主义道路的重要组成部分，符合我国国情，适应我国妇女事业发展要求，是实现妇女平等依法行使民主权利、平等参与经济社会发展、平等享有改革发展成果的正确道路。

**强调要坚持男女平等基本国策，维护妇女儿童合法权益**，在出台法律、制定政策、编制规划、部署工作时充分考虑两性的现实差异和妇女的特殊利益；保障妇女权益必须上升为国家意志，要消除针对妇女的偏见、歧视、暴力，让性别平等真正成为全社会共同遵循的行为规范和价值标准。

**强调要重视家庭建设，注重家庭、注重家教、注重家风**，要发挥妇女在社会生活和家庭生活中的独特作用，推动社会主义核心价值观在家庭落地生根，以千千万万的好家

## 妇女事业阔步前行，取得重大理论成果、制度成果、实践成果。

风支撑起全社会的好风气，推动形成爱国爱家、相亲相爱、向上向善、共建共享的社会主义家庭文明新风尚，努力使千千万万个家庭成为国家发展、民族进步、社会和谐的重要基点。

**强调妇联组织要坚持走中国特色社会主义群团发展道路**，保持和增强政治性先进性群众性，妇联组织是党和政府联系妇女群众的桥梁和纽带，是党开展妇女工作最可靠最有力的助手；要牢固树立服务大局意识、服务妇女意识，把联系和服务妇女作为工作生命线。

**强调要加强全球妇女事业合作**，要通过交流与合作营造有利于妇女发展的国际环境，共建共享一个对所有妇女、对所有人更加美好的世界。

### 科学擘画妇女事业蓝图

**党委领导、政府主责、多部门合作、全社会参与工作机制持续有效运转。**

党中央始终重视妇女事业发展。从妇女发展目标《中国妇女发展纲要（2001～2010年）》到国民经济和社会发展目标（2006年首次写入“十一五”规划），从立法原则（2005年写入妇女法修正案）到党的执政意志，党中央将实现男女平等、保护妇女权益作为治国理政的根本性问题来对待和解决，为党进一步引领妇女事业发展提供了根

本政治保证。

国民经济和社会发展规划纲要是党统筹擘画妇女事业发展的具有战略意义的指导性文件。党的十八大以来，党坚持推动妇女与经济社会发展同谋划同部署同落实，“十三五”“十四五”规划纲要均有专门章节对促进妇女发展作出部署，“十三五”规划纲要还将“十二五”规划纲要“落实男女平等基本国策”修改为“坚持男女平等基本国策”，制度韧性更加突出；“十四五”规划纲要首次将加强家庭建设单列专节，并将前两期的“促进妇女全面发展”专节调整为“促进男女平等和妇女全面发展”，体现了党对男女平等作为妇女发展重要前提的深刻认识和价值选择。

妇女发展纲要是贯彻落实党中央关于妇女事业发展决策部署、回应妇女群众关切的国家专门性战略。党的十八大以来，第三周期妇女发展纲要各项目标基本实现。第四周期妇女发展纲要全面落实习近平总书记发展妇女事业、做好妇女工作、注重家庭家教家风建设重要论述精神，根据中央决策部署，积极回应群众关切，在延续以往重点关切领域的基础上，增加“妇女与家庭建设”领域。这一时期，国家还持续实施人权行动计划、就业促进规划、反拐卖人口行动计划等专项规划计划，形成以国民经济和社会发展规划纲要、中国妇女发展纲要为引领的各地各级经济社会发展规划、妇女发展规划、专项规划计划体系，落实规划计划形成的党委领导、

政府主责、多部门合作、全社会参与工作机制也持续有效运转。

**进一步完善妇女权益和民生保障体系**  
**维护妇女权益的多部门合作机制进一步完善，**  
**促进男女平等发展的法规政策性别平等**  
**评估机制普遍建立。**

妇女权益是基本人权。党的十八大以来，党把保障妇女权益系统纳入法律法规，上升为国家意志，全面融入国家治理体系和全面依法治国进程，贯穿于科学立法、严格执法、公正司法、全民守法各个环节，成为我国人权保障制度建设的重要内容。

长期以来业已形成的以《宪法》为基础、以《妇女权益保障法》为主体、包括一百多部单行法律法规在内的婚姻家庭法律体系不断增加新成员，法治建设取得突破性进展，《反家庭暴力法》《民法典》《家庭教育促进法》相继颁布实施，为保护家庭成员特别是妇女儿童合法权益、促进儿童健康成长提供了更厚实的保护伞。妇女和女童人身权、人格权保护进一步强化，性骚扰概念入法，学校和用人单位预防和制止性骚扰的机制性建设取得明显进步；《刑法（修正案九）》废除嫖宿幼女罪（备注：今后对此类行为一律适用刑法中关于奸淫幼女的以强奸论，从重处罚的规定。），《未成年人保护法》《预防未成年人犯罪法》等颁布实施，为加强包括幼女在内的未成年人人身权利保护竖起更牢固的屏障。

此外，《农村土地承包法》《老年人权益保障法》《基本医疗卫生与健康促进法》《乡村振兴促进法》《人口与计划生育法》等法

律的修正、修订或制定，进一步强化了对不同群体、不同领域妇女的权益保护。

为推进在法律政策顶层设计、实施和监督全过程充分体现男女平等价值理念，《中国妇女发展纲要（2011~2020年）》提出加强对法规政策的性别平等审查，中国妇女十一大提出推动建立法律政策性别平等评估机制，在国务院妇女儿童工作委员会的推动下，从2012年到2020年，全国31个省区市源头保障妇女权益、促进男女平等发展的法规政策性别平等评估机制普遍建立。

维护妇女权益的多部门合作机制进一步完善。妇女权益司法保护实践不断创新，各级检察院、法院等司法实务部门在解决群众反映强烈的就业性别歧视、性骚扰、性侵、家庭暴力、拐卖、农村妇女土地权益纠纷等妇女权益重难点问题上不断取得新突破，特别

全国妇联妇女研究所副  
 所长、研究员 姜秀花



是增加民事案件案由的规定使就业性别歧视、性骚扰案件成为可以立案的独立案由。男女平等基本国策宣传教育进机关、进学校、进企业、进城乡社区、进家庭不断推进，妇联组织维权服务更扎实，保障妇女权益的法治

精神、法治文化纳入全民普法宣传。

民之所向，政之所盼，民生是最大的政治。

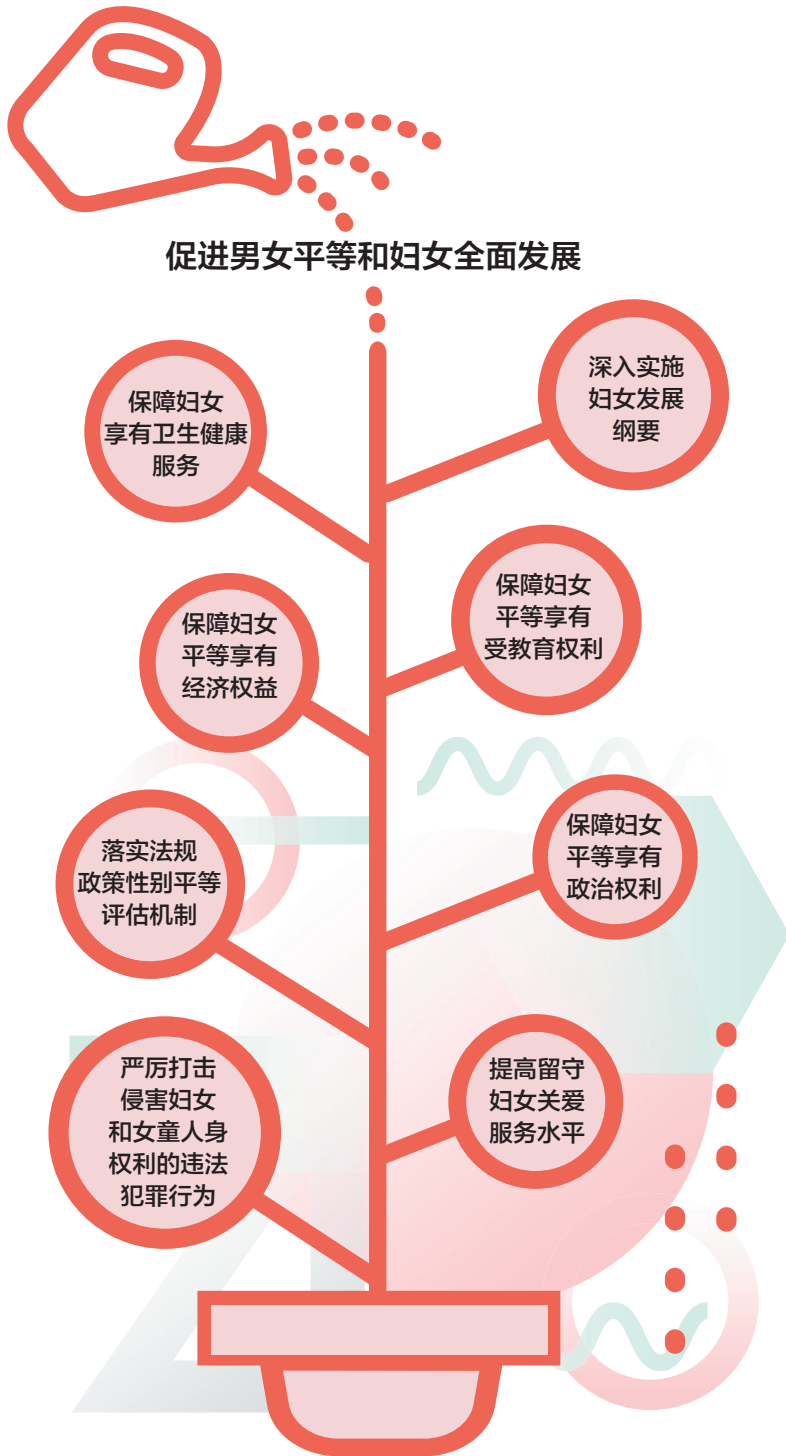
在脱贫方面，将妇女脱贫纳入国家扶贫专项规划同步实施，将妇女作为重点扶贫群体，规定同等条件下优先安排妇女扶贫项目，加强就业脱贫、健康脱贫、教育脱贫等支持力度，健全农村留守儿童、留守妇女、留守老年人完善关爱服务体系。

在就业方面，进一步规范招聘行为，消除性别歧视，从入口上确保就业公平；提高机关事业单位县处级女干部和具有高级职称的女性专业技术人员退休年龄，确保职业退出制度的公平；实施创业担保贷款，支持妇女创业就业。在教育方面，基本建立学前教育公共服务体系，建立“控辍保学”责任制，将女童受教育状况纳入国家社会发展监测目标和普及九年义务教育验收指标体系，确保教育性别公平。

在健康方面，农村妇女“两癌”免费检查纳入政府民生实事并不断扩大覆盖面。在社会保障方面，建立覆盖城乡的社会保障体系，确保妇女平等参保。在土地承包经营权确权登记颁证中，切实保障农村妇女土地承包权益，确保农村妇女“证上有名、名下有权”，规定农村集体产权制度改革切实保障农村妇女利益。

在优化生育政策配套措施方面，国家出台积极生育支持措施，着力发展普惠托育服务体系，完善生育休假与生育保险制度，综合采取财政、税收、育儿补贴、住房优惠等鼓励政策，从多方面保障生育主体合法权益等等。

党和国家也高度重视妇女参与民主政治建设，重视人大、政协妇女工作机制建设，要求逐步提高女性在各级人大代表、政协委员



数据来源：“十四五”规划和2035年远景目标纲要

中的比例；重视女干部培养和选拔，要求逐步增加各级政府工作部门领导班子中女干部数量，提高政府部门领导干部中女性正职数量；重视妇女的基层民主政治参与，要求村民委员会成员中女性比例达30%以上，村民委员会主任中女性比例达10%以上，居民委员会成员中女性比例保持在50%左右。重视女科技人才成长，出台支持女性科技人才在科技创新中发挥更大作用的若干措施。

### 充分发挥妇联组织桥梁纽带作用

创新工作方式，把基层好经验总结上升为制度机制，

改革使妇联组织面貌焕然一新。

党从全面深化改革、推进国家治理体系和治理能力现代化的高度，统筹谋划包括妇联组织在内的群团改革。

党的十九大、二十大报告，十九届历次全会都对发挥妇联等群团组织桥梁和纽带作用提出要求。习近平总书记组织会议专题讨论全国妇联改革，亲自审定2016年全国妇联改革方案，中央书记处指导全国妇联制定“十四五”时期妇联事业发展规划和深化妇联系统改革方案，明晰妇联改革路线图，推动妇联改革向基层延伸，打通联系妇女群众的“最后一公里”，夯实基层组织基础；改变机关干部作风，重塑组织形象；加强网上妇联建设，构建线上线下相融合的“互联网+妇联”工作新格局；创新工作方式，把基层好经验总结上升为制度机制等等，改革使妇联组织面貌焕然一新。

团结引领妇女“巾帼心向党、建功新时代”。通过妇联组织引领服务联系妇女，把妇女群

众紧紧团结凝聚在党的周围，带领妇女群众贯彻执行党的路线方针政策，完成党的各项任务，是中国共产党开展党的妇女工作的独特创造。

党赋予妇联组织重要政治职能，注重发挥妇联组织桥梁纽带和得力助手作用，把思想政治引领贯穿于妇联开展的各种活动，深入开展“巾帼心向党”活动，用党的创新理论教育妇女，用特色活动吸引妇女，以典型示范带动妇女，以网上工作联通妇女，以精准服务凝聚妇女，引领广大妇女坚决拥护“两个确立”，进一步增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，筑牢共同奋斗的思想基础。围绕国之大者，深入实施巾帼脱贫行动、乡村振兴巾帼行动、科技创新巾帼行动、创业创新巾帼行动、妇女岗位建功活动等，组织动员广大妇女争做伟大事业的建设者、文明风尚的倡导者、敢于追梦的奋斗者，共建共享美好生活。围绕加强家庭建设总体部署，深入实施家家幸福安康工程，发挥妇女在社会生活和家庭生活中的独特作用，推动社会主义核心价值观在家庭落地生根，发挥家庭家教家风在基层社会治理中的作用。围绕妇女所需所盼，着力开展常态化维权服务和关爱服务，把党的关心和关爱传递给妇女。

在党的坚强领导下，妇女发展环境不断优化，中国妇女事业大踏步前行，妇女平等依法行使民主权利、平等参与经济社会发展、平等享有改革发展成果，“半边天”力量充分释放，获得感、幸福感、安全感显著提升。妇女事业发生的历史性变革、取得的历史性成就，为党的百年历史添写了浓墨重彩的精彩篇章。■

（王柯瑾采访整理）



## 凝聚巾帼力量 推动妇女权益保障高质量发展

坚持男女平等，保障妇女权益，走出符合中国国情和人民根本利益的中国特色道路，也为促进全球妇女事业发展贡献了中国智慧和中国经济。

文 | 叶静漪

在 2022 年，我国妇女权益保障工作取得了诸多意义非凡的进步。

2022 年 10 月 16 日，中国共产党第二十次全国代表大会在北京胜利召开，“坚持男女平等基本国策，保障妇女儿童合法权益”

第三次写入党代会报告，体现了党中央坚持以人民为中心，增进民生福祉，把妇女事业作为中国式现代化的重要方面，全面推进中华民族伟大复兴的坚定信念和坚强决心。

党的二十大报告还提出“建立生育支持政



## 保障妇女权益成为坚定的国家意志

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央  
从党和国家事业发展全局出发，  
把保障妇女权益上升为坚定的国家意志。

从某种意义上看，一个国家的妇女地位是当地文明程度的重要指标，妇女权益保障水平能够反映一国人权保障的整体水平。发展妇女事业、做好党的妇女工作，关系到凝聚妇女巾帼力量，关系到为开创新时代党和国家事业新局面提供强大力量，也关系到筑牢党执政的阶级基础和群众根基。

党的十八大首次将“坚持男女平等基本国策，保障妇女儿童合法权益”写入报告，标志着性别平等观念在中国实现了从进步人士的先进理念到社会普遍共识、从执政党的意志到治国方略的跨越性发展，迅速扭转国家妇女权益保护工作被动落后的局面。党的十九大再次将“坚持男女平等基本国策，保障妇女儿童合法权益”写入报告，进一步表明了以习近平同志为核心的党中央将促进男女平等和妇女全面发展放在党和国家事业全局中擘画，男女平等、尊重妇女的观念越来越深入人心。党的二十大第三次将“坚持男女平等基本国策，保障妇女儿童合法权益”写入报告，这充分说明了在以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴的进程中，性别平等理念至关重要，妇女权益的保障至关重要，为实现妇女平等依法行使民主权利、平等参与经济社会发展、平等享有改革发展成果提供更加坚实的政治保证。

党中央将实现男女平等、保护妇女权益作为中国式现代化的根本性问题之一来对待和解决，党在男女平等问题上的价值观念、基本立场和政治主张，为实现妇女平等、依法行使民

策体系”“消除影响平等就业的不合理限制和就业歧视”等新战略、新要求，为保障妇女权益提供了更有力的制度保障，也为新时代促进妇女的全面发展立下了“责任书”。

2022年10月30日，第十三届全国人大常委会第三十七次会议审议通过新修订的《妇女权益保障法》。这是依法保障妇女权益取得的重大进展，也是贯彻落实党中央决策部署和习近平总书记重要论述精神的必然要求。

新时代新征程，在党中央的全面领导下，我国新时代妇女事业将从更高历史起点出发，沿着高质量发展的宽广大道阔步前行，为建设中国式现代化作出生动注解。

主权利、平等参与经济社会发展、平等享有改革发展成果提供了根本政治保证，开辟了马克思主义妇女观中国化的新境界，引领中国妇女事业始终沿着正确政治方向阔步前行。

### 实现妇女权益保障工作跃升新台阶

促进男女平等和妇女全面发展取得了历史性成就，  
妇女的获得感、幸福感、安全感显著增强。

党的二十大报告强调“江山就是人民，人民就是江山”，人民对美好生活的向往就是党的奋斗目标。妇女权益保障工作是一项锲而不舍、久久为功的系统工程。党的十八大以来，党和国家着力解决广大妇女急难愁盼的各项问题，推动形成男女平等的社会合力，我国妇女事业实现全方位进步，妇女权益保障取得历史性成就。

《中国妇女发展纲要（2011~2020年）》终期统计监测报告显示，十年间，该纲要主要目标如期实现，妇女社会地位显著提高，促进男女平等和妇女全面发展取得了历史性成就，妇女的获得感、幸福感、安全感显著增强。在健康方面，女性平均预期寿命突破80岁、孕产妇死亡率下降超四成、妇幼健康服务能力显著增强、妇女生殖健康服务水平明显提高。在教育方面，各类高等教育中女性学生占比均超过男性学生、义务教育阶段性别差距基本消除、平均受教育水平的性别差距进一步缩小。在就业方面，女性就业人员占比保持在四成以上、女职工劳动条件不断改善、劳动合法权益得到有力维护。在妇女参与国家决策与社会管理方面，全国女性人大代表和政协委员占比达历史最高、女性参与基层民主管理的范围更加

广泛、女性在企业管理中也占据着越来越重要的地位。在社会保障方面，女性生育保险覆盖面明显扩大，女性参加医疗保险的人数大幅增加，女性养老保险基本实现应保尽保，女性参加失业保险、工伤保险的人数显著增加。

### 推进妇女权益保障工作全方位发展

新时代的妇女权益保障工作需结合新情况，  
处理新问题，探索新方法。

妇女权益是基本人权的重要组成部分，对妇女权益的法治保障是中国人权发展道路的重要组成部分。当前，我国妇女权益保障和促进男女平等的法律法规日益完善，已基本形成以《宪法》为基础，以《妇女权益保障法》为主体，以各项单行法规、政府规章和地方性法规为补充的法律体系，实现了面上推进和点上突破相结合的发展格局。《民法典》《就业促进法》《农村土地承包法》《母婴保健法》《妇女权益保障法》《女职工劳动保护特别规定》等法律法规的颁布和修订，对女性财产权益、劳动权益、土地承包权益、生育权益和健康权益等方面进行了明确规定，进一步强化了对不同领域妇女全方位的权益保护。特别是2015年十二届全国人大常委会通过了《中华人民共和国反家庭暴力法》，标志着家暴行为正式进入了法律监管范畴，对我国反对家庭暴力、切实保护妇女儿童身体健康和生命安全具有里程碑意义。2022年10月30日上午，第十三届全国人大常委会第三十七次会议审议通过新修订的《妇女权益保障法》，积极回应社会关切，系统完善妇女权益保障制度体系，集中体现了尊重和保障人权、促进妇女全面发展的新时代

要求,大大提升了我国妇女权益保障的制度化、法治化、规范化水平。

妇女权益保障贯穿于科学立法、严格执法、公正司法、全民守法的各个环节,在政策设计、实施和监督的全过程充分体现了男女平等的价值理念,筑起保障妇女权益的法治高墙。党的十八大以来,中央和地方层面保障妇女权益、促进男女平等发展的法规政策性别评估机制普遍建立,是推进男女平等基本国策“实然化”的伟大成就。妇女权益司法保护实践不断创新,各级检察院、法院等司法实务部门在解决群众反映强烈的就业性别歧视、性骚扰、性侵、家庭暴力、拐卖、农村妇女土地权益纠纷等妇女权益重难点问题上不断取得新突破;平等就业权纠纷、性骚扰损害责任纠纷成为独立的民事案件案由,让侵犯平等就业权和性骚扰有关的案件具备了清晰的可诉基础,有利于女性积极维护自身合法权益,彰显了保障妇女权益的法治精神。

新时代的妇女权益保障工作需结合新情况,处理新问题,探索新方法。在不断创造妇女权益保障历史性成就的同时,也要关注经济社会快速发展带来的妇女权益保障新挑战。既聚焦保障工作成效,做成让妇女群体、社会民众看得见、有影响的“显功”;又锚定国家发展要求,做好为社会进步打基础、增后劲、利长远的“潜功”。“三孩”生育政策要求更为完善的生育政策支持体系,新业态的发展带来职场性别歧视的新问题,预防职场和校园性骚扰的司法机制亟待建立。面对诸多挑战,党的二十大报告为妇女事业高质量发展提出新要求,将优化生育配套政策、保护女性平等就业权、促进妇女参与民主政治建设上升到党治国理政的层面,将实现妇女共建共享更加美好生

活作为妇女事业发展的出发点和落脚点,为坚持男女平等基本国策,保障妇女儿童合法权益提供了更有力的制度保障,切实为广大妇女及其家庭解决后顾之忧,增强妇女群体获得感幸福感,为妇女的全面发展营造更好环境。

坚持男女平等,保障妇女权益,优化发展环境,凝聚巾帼力量,不仅为我国全面建设社会主义现代化国家注入了强劲动能,走出符合中国国情和人民根本利益的中国特色道路,也为促进全球妇女事业发展贡献了中国智慧和中國经验,为世界人权事业健康发展作出了重大贡献。在以习近平总书记为核心的党中央坚强领导下,在习近平新时代中国特色社会主义思想科学指引下,坚持男女平等基本国策,我国妇女人权保障及整体人权保障水平必将为实现高质量发展创造新动能新优势,为推进中国式现代化开好局起好步。■

(王柯瑾采访整理)

北京大学法学院教授、中国妇女研究会副会长 叶静漪





## 新消费时代，如何深挖“她经济”价值？

新消费时代下，“她经济”日益崛起的背后是女性的“悦己”意识和拥有生活“小确幸”的心态。

文 | 李婷

“她经济”也称女性经济，是经济学家史清琪女士提出的概念。所谓的“她经济”，是指随着女性经济和社会地位提高，围绕着女性理财、消费而形成了特有的经济圈和经济现象。由于女性对消费的推崇，推动经济的效果很明显，所以被收录为汉语新词之一。

埃森哲数据显示，中国拥有近4亿年龄在20岁至60岁的女性消费者。她们每年掌

控着高达10万亿元人民币的消费支出，接近德国、法国、英国零售市场的总和。

罗兰贝格副合伙人蒋云莺认为：“随着女性经济地位、独立意识和消费需求及能力的提升，其高财富价值的突显引导了一个新的经济圈形成，让越来越多的企业开始从女性视角来定位自己的消费群体、创新研发新的产品以及产生新的营销内容和方式。”

“她经济”所代表的女性消费需求正在蓬



勃发展，这也让流量导向的线上消费世界，联合品牌共同营造起一场新兴的消费浪潮。

**“她力量”助“她经济”突围**  
“她经济”的蓬勃发展除了“她力量”的助力，  
还有女性消费者的悦己意识，  
以及随之而来的提升消费的意愿。

54岁的斯蒂芬妮·林纳茨（Stephanie Linnartz）在2023年2月27日迎来了人生中的高光时刻。她成功担任了全球排名前五的运动服饰品牌安德玛的首席执行官。这是在男性用户主导的综合运动头部品牌中，第一次有女性担任CEO的职位。

“通过这一任命，标志着运动鞋服与户外

用品这一历史上以男性为主导的行业迎来了转变。”鞋类媒体Footwear News对此事如是说道。

不只林纳茨，在中国，越来越多的女性管理者、企业接班人和专业人士走到聚光灯下，甚至成为职场榜样。她们逐渐在男性主导的领域中展示独特魅力。比如，格力的董明珠、华为的孟晚舟、娃哈哈的宗馥莉、新希望的刘畅等等。国家统计局发布的《中国妇女发展纲要（2011—2020年）》显示，2020年，企业职工董事和职工监事中女性比重分别为34.9%和38.2%，分别比2010年提高2.2个和3.0个百分点。

同时，在一些男性主导的领域中，越来越多的女性加入其中。以程序员和飞行员行业为例，腾讯课堂&猎聘《中国女性程序员职场力大数据报告》显示，从2018年至2020年，女程序员增长近70%。民航资源网显示，截至2021年3月1日，持有中国民航局颁发的有效民航驾驶员执照的女性驾驶员共1011人，较2020年的1004人连续5年持续提升。

这些“职场榜样”的背后，是“她力量”的优雅释放。蒋云莺指出，“她力量”显示了女性职场及社会地位的显著提升，同时中国女性劳动参与率较高带来了女性经济的占比增加。据麦肯锡数据，中国女性对经济的贡献高达41%，成为中国经济社会的中坚力量。

不少品牌也关注到了女性在家庭财务上的使用权。罗兰贝格调研报告发现，女性主导家庭日常消费决策比例达80.9%，分别有68.4%及75.8%的女性表示其主导家庭短期投资及长期大额投资。同时，主导父母及子

女等亲属委托投资的比例也达 23.4%。

显然，“她经济”正逐渐成为引领新消费及拉动经济增长的主力军。在蒋云莺看来，“她经济”的蓬勃发展除了“她力量”的助力，还有女性消费者的悦己意识，以及随之而来的提升消费的意愿。

例如，京东消费及产业发展研究院发布的《2022 年女性消费趋势报告》指出，女性个人消费已经超越家庭消费。2021 年女性个人消费占比 54%，同比增长近三成，成交金额增速最快的消费方向是教育培训、本地生活 / 旅游出行、健康服务。

蒋云莺表示，新消费时代，技术会助力渠道与商家更好地同目标受众沟通，以提供更优的产品和服务。如电商平台会为不同特点的女性消费者打上诸如精致妈妈、精致白领、学生等标签，商家则可以根据这些特点有针对性地为目标受众服务，通过技术的加持，让平台、商家和品牌都能推出更适合的产品并与消费者保持良性沟通。

## 如何赢得“她关注”？

走近女性，更多是深度理解当代女性的真实生活状态和精神需求，并以此与目标群体产生持续的沟通与能量转化。

新消费时代，“她经济”在电商平台的驱动下，流量不容小觑。

据 QuestMobile 数据显示，截至 2023 年 1 月，中国市场移动互联网女性群体活跃用户数约 6 亿人，全网占比升至 49.4%。在构成比例上，24 岁以下占比 24.1%，51 岁以上占比 31.1%。同时，三四五线及以下城市占比 65.7%。

从使用时长上看，2023 年 1 月，女性用户月人均使用时长达到 163.6 小时，同比增长 2.0%。具体到应用类型上看，短视频、社交、电商购物平台的黏性非常高，其中，女性用户在综合电商 APP 的同比增量超过 5000 万人。

CTR（央视市场研究）调研发现，女性

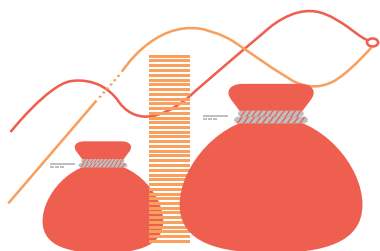
### 中国女性经济实力

20~60 岁约

**4.23 亿女性**

年消费力

**10 万亿元**



### 美妆护肤

2021 年化妆品类商品零售额达

**4026 亿元**

同比增长

**18.4%** (国家统计局)

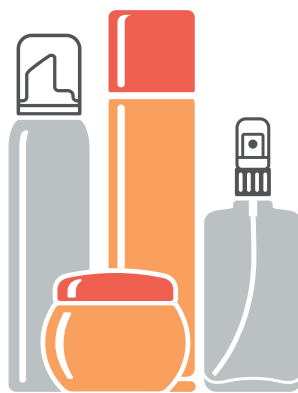
2022 年上半年美妆个护赛道发生 25 起融资事件总金额

**21.5 亿元**

平均每笔融资金额达

**0.86 亿元**

仅次于咖啡茶饮行业



在关注家庭之外更加关注自我提升。日常生活中，女性扮演着重要角色，承担家庭中大部分育儿重任，女性使用母婴育儿类 APP 明显高于男性；此外，女性在拍摄美化、健康美容等自我形象提升相关 APP 的使用上更突出，同时关注职业技能内外素养的提升，学习教育类 APP 的使用高于男性。

在互联网渠道的加持下，女性消费得以蓬勃发展。蒋云莺认为，“她经济”不仅仅是聚焦在美容美妆、母婴等品类的消费。在最近几年，女性消费者的消费价值正在迁移，女性消费边界在持续拓宽，更多的品类如酒类、体育、电竞、汽车等正进入“她经济”范畴。另外，女性对于工作和生活的平衡要求更高，同时，她们对精神消费、生活消费的决策和投资也更多，如宠物市场的女性消费远高于男性。此外，针对女性消费者的营销圈也在拓宽，如女性内容生产，女性影视剧或者女性小说，女性优质内容的创作者也在持续增加。

那么，要深挖“她经济”价值、赢得“她关注”除了可以在上述领域发力之外，还可以聚焦哪些方面呢？

英敏特《中性化时尚 - 中国 - 2022 年》报告指出，现代消费者正在突破传统性别范式。提及对中性化服饰的印象时，男性消费者更多地联想到的是诸如“简约”“宽松”等功能性描述，而有 62% 的 18 ~ 24 岁女性消费者聚焦了“自由”。可见，年轻女性对于中性化 / 无性别时尚的情感意义更有共鸣。女性消费者对中性化 / 无性别时尚的接纳，也体现了她们拒绝性别标签和自由地展现自我个性的诉求。

英敏特的高级生活方式分析师甘倩说，现代女性越来越追求物质和精神的独立，更加注重自我发展与个人追求。英敏特的报告《针对现代女性的营销 - 中国 - 2021 年》发现，中国女性观念有明显变化。例如，在婚姻观念上，相比于较年长的群体，18 ~ 24 岁的女性对婚姻选择的态度更加开放：半数（56%）

## 女包

2021 年全球女包行业市场规模达到

**633.72**  
亿美元

2021 年我国女包销量

**10.32 亿个**

较 2020 年销量增长  
9.7 亿个

**0.62 亿个**



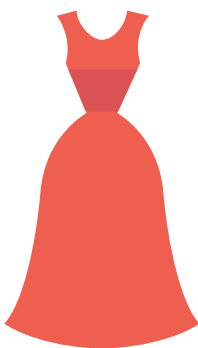
## 女装

2022 年女装市场规模重回

**万亿**

预计在 2023 年中  
中高端女装零售额占  
整体女装市场比例将  
达到

**23.4%**



## 医美

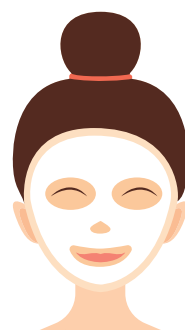
2021 年中国医疗美容市场规模达到

**2179 亿元**

五年内增幅高达

**93.9%**

Mob 研究院发布的  
《2022 年度『Z 世代』  
女性洞察报告》中  
78.4% 的 Z 世代女性计  
划要做医美项目  
其中超过 6 成女性计划做  
5 千元以上的医美项目



以上认为女性一辈子单身也可以接受，而该比例在 40 ~ 49 岁的女性中为 35%。这种变化的关键推动力之一在于当代年轻人重视宝贵的“独处时光”，更多年轻女性对独处感到自在，独自旅行、一人用的小型家电，以及可独自享用的娱乐、餐饮与健身服务也正让这样的“独处时光”变得更加舒适便利。

英敏特认为，未来能为职场女性提供便捷与效率的品牌将更受欢迎。此外，在被问及喜欢的品牌宣传语时，“接受自己的所有美好与不美好”脱颖而出，它也成为最吸引女性受访者的宣传语。“每个人都是自己生活的导演”紧随其后。女性对于容貌、身材的追求犹在，但“女为悦己者容”已经不再是优先等级了。“回应现代女性培养更多元兴趣爱好需求、响应她们内心对平和与美丽生活的追求、推出对女性多元化发展支持的宣传等动作，将助力品牌与现代女性不断变化的观念与偏好保持一致。”甘倩说。

可以发现，新消费时代下，“她经济”日益崛起的背后是女性的“悦己”意识和拥有

生活“小确幸”的心态。

“‘她经济’日益崛起的密码更多的还是指向情感消费和情感价值。这也要求品牌对于女性消费者进行更细致和精准的分层，针对性地去提供体验服务和情感营销。”为了抓住“她经济”的风口，蒋云莺建议，品牌可使用 DTC 模式（即 Direct-to-Consumer，直面消费者）定义目标群体，并通过拥抱数字化的方式走近潜在的女性消费者。另一方面，产品价值不仅体现在功能与实体本身，更在于精神层面的愉悦与共鸣，走近女性，更多是深度理解当代女性的真实生活状态和精神需求，并以此与目标群体产生持续的沟通与能量转化。

甘倩在品牌营销内容上建议：“可以在女性消费者不断追求独立生活价值所需要的具体情景和语境下去设计议题，同时找到更柔和、更易被接受的方式去展开这些议题。同时，品牌也不必急于表达立场，而是应该根据自己的定位，为消费者提供自由发声和交流的平台。”





## 女性领导者的修炼

女性领导和男性领导都具备类似的特点，例如“自信、活力、积极实现、努力工作、雄心勃勃”等。成功的女性管理者都非常进取，但社会还期望她们“阳刚”与“阴柔”兼具。这意味着，成功的女性必须在“是女人，但又不能表现得女人”的钢丝上艰难前进。

文 | 李秀娟

在女性领导力课程教学的十几年中，我看到，学员的背景和年龄逐渐差异化，职业发展中遇到的问题和困惑也大不相同。但普遍的问题在于，事业和家庭怎么平衡？作为团队领导者，个人影响力不够怎么办？接下来的事业方向应该是什么？其实学习的过程亦是自我重塑的过程，正确认识自己的优势和短板，方可打破自我的局限。

### 为什么要重视女性领导力

在职场中，“刚性特质”要比“柔性特质”更加符合被预期成为领导者的特质属性。

TMTM理论（Think manager—think male）指出，在职场中，“刚性特质”要比“柔性特质”更加符合被预期成为领导者的特质属性。因此，长期以来，领导者几乎和



男性画上等号。传统认识中偏“女性化”的柔性领导风格往往被认为和管理角色不相关甚至是对立。这些观点认为柔性化的特质是女性在管理角色中最大的短板，因此女性领导者面临着极低的职场天花板。近些年来，许多研究都强调关注女性领导行为，一方面是因为推崇传统刚性领导角色所导致的不利因素不断出现；另一方面，组织管理范式发生转移，复杂多变的市场环境和数字化革命对领导者提出了新的要求，女性身上的柔性特质被认为更能有效提升组织绩效。


为什么会有这样的变化？

在工业时代，分工与协作开始进入专业管理阶段，在效率第一的目标下，采用的是金字塔型管理结构。领导需要果断地发号施令，工人则机械地执行命令，组织管理表现为命令、控制、服从。互联网颠覆了工业时代的管理范式。金字塔结构中清晰的权力关系被

瓦解，管理关系从纵向转为横向。工业时代强调由上而下的垂直领导力，互联网时代则强调横向协作的平行领导力。这种横向的协作能力更要求领导者拥有沟通、激励和赋能的能力，其背后的连接力和融合力恰好是柔性特质的优势。尤其当进入 VUCA 时代，企业常常在各种不确定中前进。以往领导人只需按照规划好的路径前行即可，但是现在，没有人能够预知未来，大家都需要在摸索中前进，因此要求团队成员具有自主性和能动性，而领导者更需要给团队赋能。

时代的变迁，对管理的要求趋向柔性化，也让女性的一些特质和优势有了发挥的空间。麦肯锡 2017 年的一项研究显示，相比男性领导者，女性领导者更加注重员工发展、期望与奖励、树立榜样以及鼓励参与式决策，而这些领导行为被多数受访企业高管们认为是应对未来挑战的最有效举措。因此，培养更多女性进入企业高层，是大势所趋。势头虽逐渐光明，但是女性在成为高层领导者的路上，会遇到很多坎儿。这不仅要求企业和社会逐渐改变对女性角色的传统认知，提供平等和包容的环境，助力她们的职场辉煌，女性自身更需要进行自我突破，披荆斩棘，不断修炼。而当她们处于不同的成长阶段时，挑战不同，应对策略也不尽相同。

尽管各种研究表明，女性高管越多，企业的效益就越好，越富有社会责任感，并且更重视财务风险的管理，更能减少不必要的风险外溢，但女性高管在企业中仍是凤毛麟角。2023 年，在 S&P 标普 500 公司中，女性 CEO 有 37 位，占比为 7.4%。女性管理者在通往高级领导职位的道路上面临着一系列的独特挑战，包括家庭事业

A portrait of Li Xiujie, a middle-aged woman with dark, wavy hair, wearing a black blazer over a red top. She is smiling and looking towards the camera. The background is a solid red color.

中欧国际工商学院  
管理学教授、米其林  
领导力和人力资源  
管理联席教授、  
副教务长（研究  
事务）李秀娟

冲突，内化偏见，并且随着她们向更高的位置攀登，女性群体进一步缩小，她们获得的支持更少，榜样的力量也进一步缺失。因此企业需要通过实施有效的多元、平等和包容的政策和实践，为所有员工提供一个公平、公正和包容的工作环境，在保持工作与生活平衡和个人幸福的同时，发挥员工们的最大潜力。

### 认清阶段性成长的阻力，定向击破

女性的自我成长是贯穿一生的事业，  
在女性自我修炼的道路上，希望社会和企业可以  
更多关注多元、平等和包容的问题，  
营造更有利于女性职业发展的环境。

女性的成长，通常要经历以下几个阶段：

**第一阶段，25-34岁，信心建立期。**在我们所看到的年轻女学员中，她们大多不缺能力，却往往缺乏自信。她们常常担心自己的能力是不是匹配，能不能把事情做圆满，能不能令他人满意。

根据美国国家经济研究局（National Bureau of Economic Research）的一份工作报告，女性在测试中的表现评价始终低于男性。在一个总分为100分的测试中，同样的努力，男性平均给自己61分时，女性平均给自己的只有46分。即使被告知雇主会用他们的自我评估来决定是否雇佣他们以及支付多少报酬，女性的自我推销仍然低于男性。

《哈佛商业评论》也发表过类似的研究，发现女性在职场中的自信水平低于男性，尤其在职业生涯的早期，两者自信水平的差异非常明显。不过，到40岁左右，女性的自信心

水平和男性几乎一致。随着工作经验的增加，以及从职场中所取得的成就，女性会从别人的认可中获得自信。她们的自信心会经历一个缓慢的成长过程。

回到成长环境去看差异产生的根源，在中国的传统教育下，女性以“谦恭、低调、不喜欢成为焦点、隐忍”等特质为美德，按照社会期望的样子塑造自己。女性不张扬，不推销自己，从而避免他人对自己产生负面评价。而对男性的童年教育却是要求勇敢，允许在成长中犯错，鼓励参加对抗性的运动。两性从小接受的是不同的成长信息。虽然在学业方面，男性和女性没有太大差异，甚至女性的成绩比男性优异，但从进入职场开始，由于自信心和志向的不同，会导致两性职业发展的差距越拉越大。如果说职场是条跑道，上司下达任务好比打响发令枪，男性哪怕只有六成把握，听到发令枪一响就会冲出去，而女性还在原地犹豫要不要跑。如果职场中的每段路都有几秒之差，累积起来，谁胜谁负自然会分出伯仲。

因而，女性在这一年龄段，需要突破的是自我怀疑或自我否定的心理，建立自信心。父母在女孩的成长中往往起到榜样的作用，如果父母常常对女孩设限，告诉她们差不多就行了，女孩长大以后也多会选择安于现状。因此，父母要鼓励女孩参加对抗性的运动，给她们自由的空间，鼓励她们去闯，在竞争中锻炼面对挫折的心理承受力。而自信是建立在能力之上的。家人给予的爱与沟通、支持与鼓励、陪伴过程中的失败与挫折都十分重要，内心的安全感是自信的来源。年轻女性要树立具有挑战性的目标，拥有“我命由我不由天”的魄力，敢去尝试，并自信地谈

论自己的成就。

### 第二阶段，35~45岁，角色选择期。

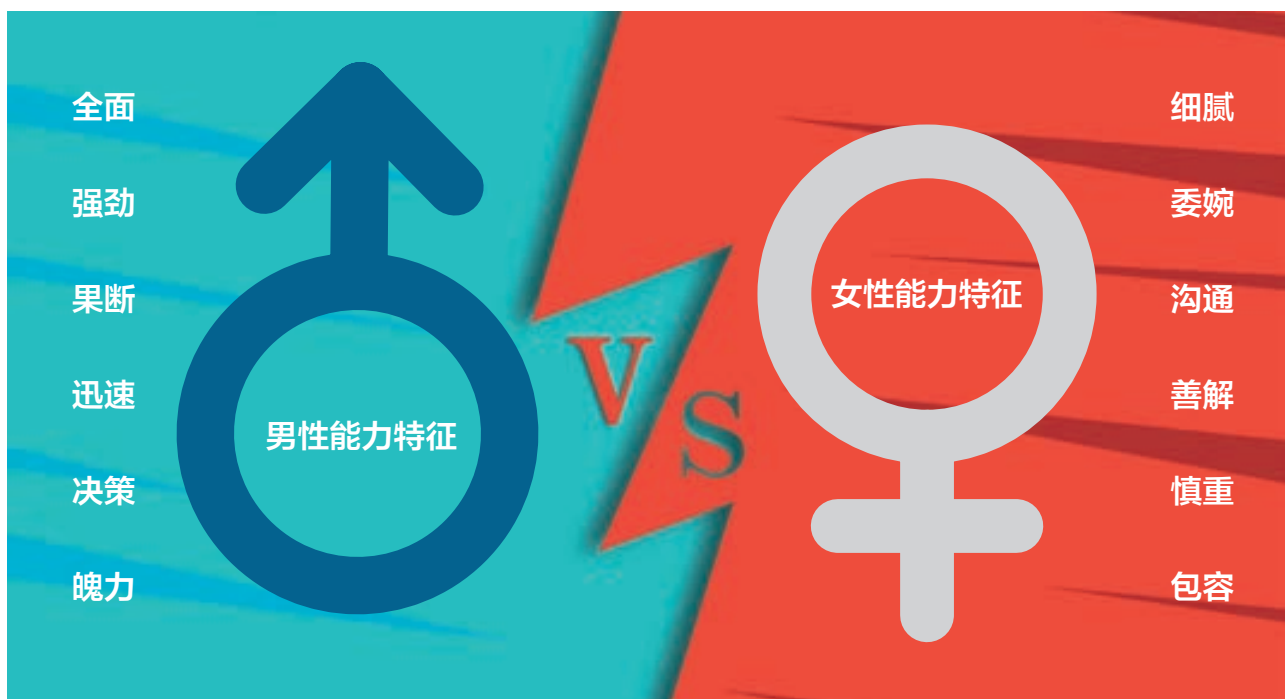
越过自信心这道门坎后，30多岁往往是女性职业发展的黄金时期，但偏偏在这一时期，女性的角色开始变得多样化，可能集妻子、母亲、部门负责人等角色于一体，每一个角色都会成为压力之源。她们接受的现代教育告诉她们，在职场中努力打拼可以实现她们的价值，成为更好的自己，但是身为母亲的责任又常常是她们最大的牵绊。社会期许下，做“全职妈妈”是那么的理所应当，但是如果让男性放弃事业回归家庭，变成“全职奶爸”，这恐怕是舆论的一场轩然大波。因此，在无法平衡的情况下，放弃事业的绝大多数都是女性，她们不得不向现实低头，自我妥协。

人生能够扮演好其中一个角色已经不易，何况是同时扮演三种角色。在有限的时间和精力之下，不少女性只能对不同角色进行取

舍，通常她们会将母亲的角色置于更重要的位置，爱孩子、爱家人，唯独忘记爱自己，也渐渐地开始忽略自我成长。她们常常在潜意识里妨碍自己的发展，降低自己的期望和追求。年纪越大，越容易失去好奇心和学习的意愿。许多年轻时非常杰出的女性，最后都选择甘于平凡，她们开始画地自限，进入人生的瓶颈期。

她们总认为应该为家庭放弃事业，或者认为事业成功的女性，家庭都不会幸福。但现实中，绝大多数成功的女性并不是因为抛开家庭才能达到事业的巅峰，相反，她们都能很好地平衡事业与家庭。而其中的诀窍在于打造和维系一个支持体系，缓解角色冲突。

首先，爱人的支持很重要。男性尊重女性的表现是给予对方选择的空间。古话说，一个成功男性的背后是一个优秀的女性，但一个成功女性的背后不只是一个包容和支持她的男性，还需要一群支持她的女性，包括妈妈、



**时代的变迁，对管理的要求趋向柔性化，也让女性的一些特质和优势有了发挥的空间。培养更多女性进入企业高层，是大势所趋。**

婆婆、姐妹等，她们可以帮忙分担家务，以及部分照顾孩子的任务。而拥有几个好姐妹，她们愿意倾听和安慰，在聊天中可以进行情绪释放，并恢复能量。因此，中年女性需要有勇气去跨出一步，不向现实低头，愿意和时间博弈，分清事项优先级，打破完美主义，与自己和解，并及时寻求别人的支持和帮助。

**第三阶段，45岁以后，自我意识觉醒，事业重塑期。**随着孩子的成长，女性重新获得了时间和自由，心理更加成熟。这时她们往往会面临两种选择，一种是重新开始自己的人生，向着更好的自己精进，另一种则认为随着身体的衰老、财富的积累，人生已经可以走到休息的阶段。在人生心态最成熟的时期，自我意识的觉醒会促使女性重新点燃自信和成就感。

这一时期的女性，世事通明，人情练达，相较人生的其他阶段，她们同时拥有更多的自信、成熟、财富与笃定。虽然体力和精力上不如二三十岁的人群，她们却能靠智慧和强大的资源来弥补。这个年龄段的女性多在中高层管理岗位，她们更加注重高价值的创造力，对用户体验具有更强的感受力和同理心。这个阶段的女性领导者，如果想要在事业上更进一步，需要更加重视提升自己的战略思维，提升格局。这种战略思维不仅是对企业经营发展的宏观计划，也是对自己职业生涯的长远规划。

总体来看，高层领导者有三个必备的关键能力：愿景，凝聚人心，共赢或利他的思维。这三个维度中，两性的表现有所差异。

**首先是愿景。**是什么样的动力才能让人在艰难时刻坚持下来？那一定是内心深处有坚定的梦想、远大的宏图。尽管这几年受到疫情影响，一些产业处境艰难，但我们仍然可以看到有不少创始人在坚持，想办法让企业活下来，而不是随遇而安，他们始终认为自己是能够创造价值的。男性领导者在愿景建立上的优势更为明显，因为他们往往从宏观看问题，久而久之有利于战略思维的形成。而女性的优势在于注重细节，善于执行和落地，但是她们低头做事的同时，忽略了抬头看天。因此，要做一个有格局的女性，必须要学会站得更高、看得更远。

**其次是凝聚人心。**领导者需要具备凝聚人心的魅力，吸引那些有能力的人，一起赴汤蹈火，实现梦想。因为一个人可以走得快，但是一群人才能走得远。这不仅和领导者的影响力有关，也和知人善用的能力相关。在这方面，男性、女性的表现都不错，各有千秋。不过，相对而言，男性接受一个女上司的困难程度要高于女性接受男上司。这是女性普遍面对的一个挑战，需要在企业中提高对多元、平等和包容文化的倡导，来慢慢改变这种隐性偏见。

**最后是共赢或利他的思维。**当各利益相关方都能受益时，事业才能做大，因而领导者不能只考虑个人利益。女性愿意去成就他人的心态比男性更强，因而也有很多与他人合作的机会，在某种程度上，共赢思维也是女性回避风险的一种手段。

女性的自我成长是贯穿一生的事业，不过

在自我修炼的道路上，希望社会和企业可以给予多元、平等和包容问题更高的关注度，营造更有利于女性职业发展的环境。这涉及到意识的觉醒，需要深层次地理解这个问题。很多企业和个人都觉得自己没有性别歧视，觉得两性已经平等了。这种平等是建立在把女性当作男性看，或者是男性和女性无性别化对待，这样的一视同仁，便是所谓的平等。但是男性和女性确实有不是一样的地方，这很大程度上由生理差异决定。我们更需要考虑的是如何做到和而不同，为两性提供差异化的支持，让他们可以更好地发挥自身价值。只有这样，企业才会拥有更多元化的管理团队。而多元化的好处是，能为组织带来全新的创意和相互学习的机会，但有时也会带来矛盾和冲突。**多元化和包容是一对“双胞胎”**，

**没有包容就很难做到多元化。而社会需要更大的包容性，弱化固定的社会期许。**男性可以自由地选择在家做奶爸，女性大可毫无后顾之忧之忧地拼搏事业。每个人可以按照自己的个性和喜好追求自己的人生目标。整个社会百花齐放，没有异样的眼光，更多的是尊重和理解。

职场之路时上时下，迂回曲折，甚至偶尔会误入死胡同，我们也会时常抱怨竞争是如此磨人心智。但是只要坚持向前，突破瓶颈，我们会发现，自己远比想象中强大。也会发现，一路走来，尽是芬芳。■

【本文作者系中欧国际工商学院管理学教授、米其林领导力和人力资源管理教席教授、副教务长（研究事务）；采访整理：钱丽娜，本文经《商学院》授权刊登】

### 高层领导者必备三个关键能力





## 以“消费放心”促“放心消费”

提高国民金融素养水平，有利于增加国民财产性收入、丰富城乡居民收入渠道，提高国民风险意识，防范金融欺诈，对社会经济稳定发展、扎实推进共同富裕等均具有重要意义。

文 | 张漫游 王柯瑾

消费是畅通国内大循环的关键环节和重要引擎。

2023年《政府工作报告》提出，着力扩大国内需求，把恢复和扩大消费摆在优先位置；多渠道增加城乡居民收入；稳定大宗消费；推动生活服务消费恢复。同时，还提到要大力发展数字经济、支持平台经济发展，这也将推动创新型消费成为拉动经济增长的新引擎和新动力。

加强消费者权益保护是促进消费持续恢复，推动消费朝着高水平、高质量方向发展的重要支撑。2023年以来，商务部、各地方政府、中国消费者协会等多方力量已经展开行动，强化消费者权益保护，提振消费信心。

### 营造安全放心诚信的消费环境

进一步释放消费潜力促进消费持续恢复，

需要营造安全放心诚信的消费环境。

2023年，扩内需被提高到前所未有的战略高度。

商务部已经将今年定为“消费提振年”，将开展系列全国性消费促进活动，进一步增强消费的基础性作用，激发消费市场活力。

商务部数据显示：春节期间，商务大数据平台监测显示，全国36个大中城市重点商圈客流量较上年农历同期增长27.8%，一些商圈人流熙熙攘攘，全国重点零售和餐饮企业销售额较2022年同期增长了6.8%。“可以说，今年开了一个好头，回暖趋势比较明显。”

中国消费者协会确定2023年全国消协组

织消费维权年主题为“提振消费信心”。

中国消费者协会表示，当前我国经济发展尽管面临内部外部多重压力，但经济韧性强、潜力大、活力足，长期向好的基本面没有变，总体而言，机遇大于挑战。消协组织要立足自身职责，选择从提振消费信心入手，将加强消费者权益保护、促进消费需求和供给高水平对接、化解消费难题、推动消费提质升级作为关键环节进行破题，坚定实施扩大内需战略，充分发挥消费拉动作用，为我国建设更加强大的国内市场、促进经济平稳健康可持续发展、实现全面建设社会主义现代化国家开好局起好步提供助力。

今年以来，已经有多地陆续开展消费活动激发消费活力。例如，2023年全国消费促进月暨京津冀消费季启动，北京、天津、河北三地基于各自资源禀赋与优势，打造系列具有浓郁地方特色的品牌活动，推出兼具国际范、中国潮、烟火气的项目和商品，营造全民消费热潮，共同促进高质量发展。

随着各项措施逐步落地，消费市场将持续稳定增长，消费潜力进一步释放。而进一步释放消费潜力促进消费持续恢复，需要营造安全放心诚信的消费环境作为支撑。

《扩大内需战略规划纲要（2022~2035年）》明确提出“加强消费者权益保护”，要“建立健全适应消费新业态新模式发展特点的新型监管机制”“建立假冒伪劣产品惩罚性巨额赔偿制度”“健全缺陷产品召回、产品伤害监测、产品质量担保等制度”“完善多元化消费维权机制和纠纷解决机制”等，为进一步做好消费者权益保障明确了方向。



需要提示的是，随着消费升级成为国内消费的大趋势，不仅产品和服务不断迭代更新，消费渠道、消费模式和消费理念也在循序升级。而新业态、新模式的出现，也将会孕育出新的侵犯消费者权益的方式，甚至侵犯的手段更隐蔽、更“高明”，让消费者在不经意间沦为受害者。在这样的大背景下，如何保护好消费者权益，是每个人都应回答好的时代之问。

中国消费者协会表示，今年将创新消费教育方式，增强消费者科学消费理性维权能力。发布消费提示警示，倡导消费者树立绿色低碳可持续消费理念，主动规避消费陷阱增强维权意识。统筹开展商品比较试验，进一步完善数据库建设，帮助消费者做出科学评价、理性选择。适应网络经济快速发展趋势，积极推进网上消费教育基地建设，扩大消费教育阵地，引导消费者科学消费、理性维权，敢于监督、善于维权。

## 提升消费者金融素养

守护消费安全，促进消费畅通，

需要多方合力攻坚。

金融消费者是金融市场的重要参与者，也是金融生态体系持续健康发展的根基。随着经济保持长期稳定发展，我国逐步进入中高收入国家行列，人民群众参与金融活动的广度、深度不断拓展，金融消费安全保护也迫在眉睫。

党的二十大报告提出，要维护好最广大人民根本利益。在金融领域，消费者教育是维护人民根本利益及社会稳定的重要预防性措施。提高国民金融素养水平，有利于增加国民财产性收入、丰富城乡居民收入渠道，提高国民风险意识防范金融欺诈，对社会经济稳定发展、扎实推进共同富裕等均具有重要意义。

中国人民银行金融消费者权益保护局调查数

## 2023年消费维权年主题目标



数据来源：中国消费者协会

## 加强消费者权益保护是促进消费持续恢复，推动消费朝着高水平、高质量方向发展的重要支撑。

据显示，从国内看，总体上我国消费者的金融素养水平逐步提升，其中，我国消费者在金融态度上的表现较好，在金融行为和技能的不同方面体现出较大的差异性，接下来还需要进一步提升基础金融知识水平；但从国际比较看，我国消费者的金融素养水平在全球处于中等偏上水平，其中，在金融态度方面我国具有优势，在基础金融知识方面还有差距。

全国政协委员、人民银行杭州中心支行行长张奎在2023年全国两会期间带来相关提案表示，目前我国金融消费权益保护要求没有全流程嵌入应用场景，金融知识读本针对性不够，消费者获取金融信息的渠道良莠不齐，此外，金融信息数据资源尚未有效整合。

近年来，监管部门对金融消费权益保护越来越重视，国内金融消费权益保护的监管力度明显加大，相关法规逐渐趋严。

2020年，中国人民银行发布修订后的《金融消费者权益保护实施办法》，对与金融消费者息息相关的权利作出了规范，在公平交易权与自主选择权方面提出了更为明确的要求，丰富并优化了金融消费者信息安全权方面的条款。

2023年2月16日，中国人民银行在召开2023年金融消费权益保护工作会时强调，从维护好广大金融消费者长远和根本利益出发，积极推进金融消费权益保护制度建设，不断提升金融教育针对性和有效性，持续推进普惠金融高质量发展，全面提升金融消费权益

保护工作水平。

守护消费安全，促进消费畅通，需要多方合力攻坚。

张奎在前述两会提案中建议，在人民银行、银保监会、证监会、国家网信办等四部门联合开展的集中性金融知识普及活动基础上，进一步加强与市场监管、公安、教育、地方金融管理等部门合力，充分发动学校、消费者保护组织、行业协会学会、调解组织等社会各界力量，深入开展金融知识进社区、进校园、进厂矿、进村寨活动，共同引导社会公众重视和参与金融知识普及工作。

同时，金融机构也需要同步提升对金融消费者的权责教育，积极管理和应对潜在风险。金融机构应当意识到我国部分消费者的金融素养仍有待提升、风险意识仍有待加强，因此，不应利用消费者对金融产品认知水平不足等因素，进行短期获利。相反地，金融机构应注重通过有效宣教，主动纠正消费者的非理性投资行为。此外，部分金融消费者对自身权利和义务认识不合理，并存在为购买特定金融产品而隐瞒自身情况的现象。因此，金融机构应主动开展消费者权责教育，持续提升消费者金融素养水平。

作为个人金融消费者，要提升金融素养，提升自身的财富管理和风险防范能力，实现资产保值增值，要有基本的法律知识，要有维权意识，不仅要学法、守法，还要用法，敢于拿起法律武器维护自己的合法权益。■

## 正确选择私募基金 规避资产配置风险

金融消费者应当合理运用冷静期及回访制度，在充分考虑的情况下按需求合理进行资产配置。

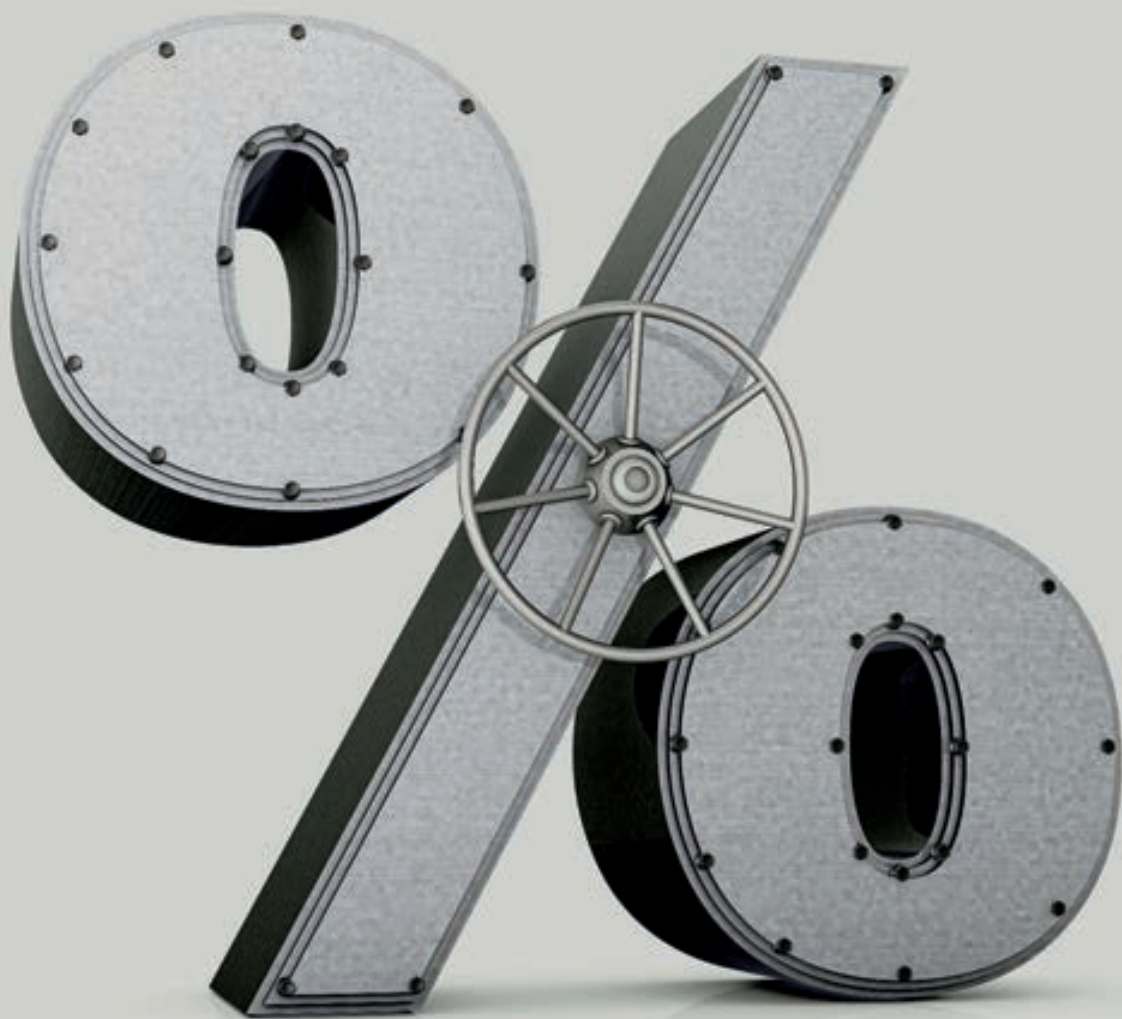
文 | 朱旭望 上海博和汉商律师事务所高级合伙人

近年来，私募基金行业蓬勃发展，已成为我国多层次资本市场的重要部分；与此同时，金融消费者的规模也在急剧扩大，购买私募基金也逐渐成为投资者资产配置的选择之一。

根据《私募投资基金募集行为管理办法》，合格投资人即为具备相应风险识别能力和风险承担能力的机构或个人：个人方面，要求

金融资产不低于 300 万元或者最近 3 年个人年均收入不低于 50 万元；机构方面，要求净资产不低于 1000 万元。较高的认购门槛意味着，能够购买私募基金产品的投资者通常来说都属于高净值人群。

在实际业务中，规模越来越大的金融消费者仍然缺少对私募基金行业的深度认知，难以



辨别和选择那些合规运营又适合自己的私募基金进行投资，可能造成非必要的财产损失。对于投资者而言，在购买私募基金产品时应注意什么？如何维护自身的消费者权益？

### 如何选择私募基金？

**私募基金产品由私募基金管理人发行并管理，故金融消费者应当对目标私募基金产品的管理人进行充分的了解。**

金融消费者在选择购买私募基金时，应当对私募基金有充分的了解。私募基金是由私募基金管理人根据其登记备案的展业范围发行的金融产品，分为众多类别，具体为：量化或主动管理等专注二级市场的私募基金，主要由证券类私募基金管理人发行，形式多

为契约型基金；股权或创业投资等专注一级市场的私募基金，主要由股权或创投类私募基金管理人发行，形式多为合伙型基金；其他类基金更多地聚焦于不良资产、古玩字画等特殊行业，由其他类私募基金管理人发行，总体规模较小。

金融消费者应当根据自己的情况，充分了解拟投资的私募基金产品分类，合理选择参与的目标市场进行资产配置。

在风险评级方面，根据《私募投资基金募集行为管理办法》，私募基金募集时需要对投资人和私募基金产品进行风险评级，只有风险评级相匹配才可进一步认购。尤其值得注意的是，监管部门严禁任何私募基金的销售方或募集方承诺保本或固定收益。

金融消费者若遇到承诺保本或固定收益、认可拆分购买私募基金份额、未要求金融消费者提供合格投资人认定相关材料或未进行风险评级也未告知产品风险评级的，则应立刻警醒，避免选择违规操作的私募基金管理人以防资金受到损失。

在管理人方面，金融消费者还应对私募基金管理人进行辨别。私募基金产品由私募基金管理人发行并管理，故金融消费者应当对目标私募基金产品的管理人进行充分的了解。

中国证券投资基金业协会官网（[www.amac.org.cn](http://www.amac.org.cn)）以“私募基金管理人分类查询公示”页面对所有备案并展业的私募基金管理人均进行了信息公示。公示信息包括：管理人名称、登记时间、办公地址、实缴注册资本情况、机构和业务类型、从业人数、管理规模、实际控制人信息、高管信息、在管产品运营情况等。其中，公示信息页面还在醒目位置附有“机构诚信信息”及“机构提



上海博和汉商律师事务所  
高级合伙人 朱旭望

示信息”栏，向金融消费者作出警示。

金融消费者应当根据具体产品的关键要素与管理人公示信息进行比对，重点关注管理人的从业人员数量、实际控制人及高管履历、管理规模、在管产品运营情况等信息，并适当结合私募基金行业一些重大奖项综合判断和选择。

## 如何进行权益维护？

**金融消费者应当时时关注私募基金管理人定期或临时进行的信息披露，及时行使自己作为私募基金投资人的合法权益，维护自身财产安全。**

金融消费者应充分了解自身的权利。在认购私募基金后，其便获得了不低于 24 小时的冷静期（具体以基金合同为准），在冷静期内，金融消费者可以反悔要求解除已签署的基金合同并退回全部投资资金，私募基金管理人不得对此表示拒绝。此外，《私募投资基金募集行为管理办法》还规定了回访制度，未经回访确认成功，已缴纳的认购基金款项不得由募集账户划转到基金财产账户或托管资金账户，私募基金管理人不得投资运作投资者缴纳的认购基金款项。

金融消费者应当合理运用冷静期及回访制度，在充分考虑的情况下按需求合理进行资产配置。

需要注意的是，私募基金的监管绕不开信息披露。无论私募基金产品属于证券类还是股权类产品，相应的管理人都应履行信息披露义务，具体披露信息根据产品类别略有不同。

具体而言，对于证券类产品，产品净值是产品运营情况的直接体现，根据基金合同的

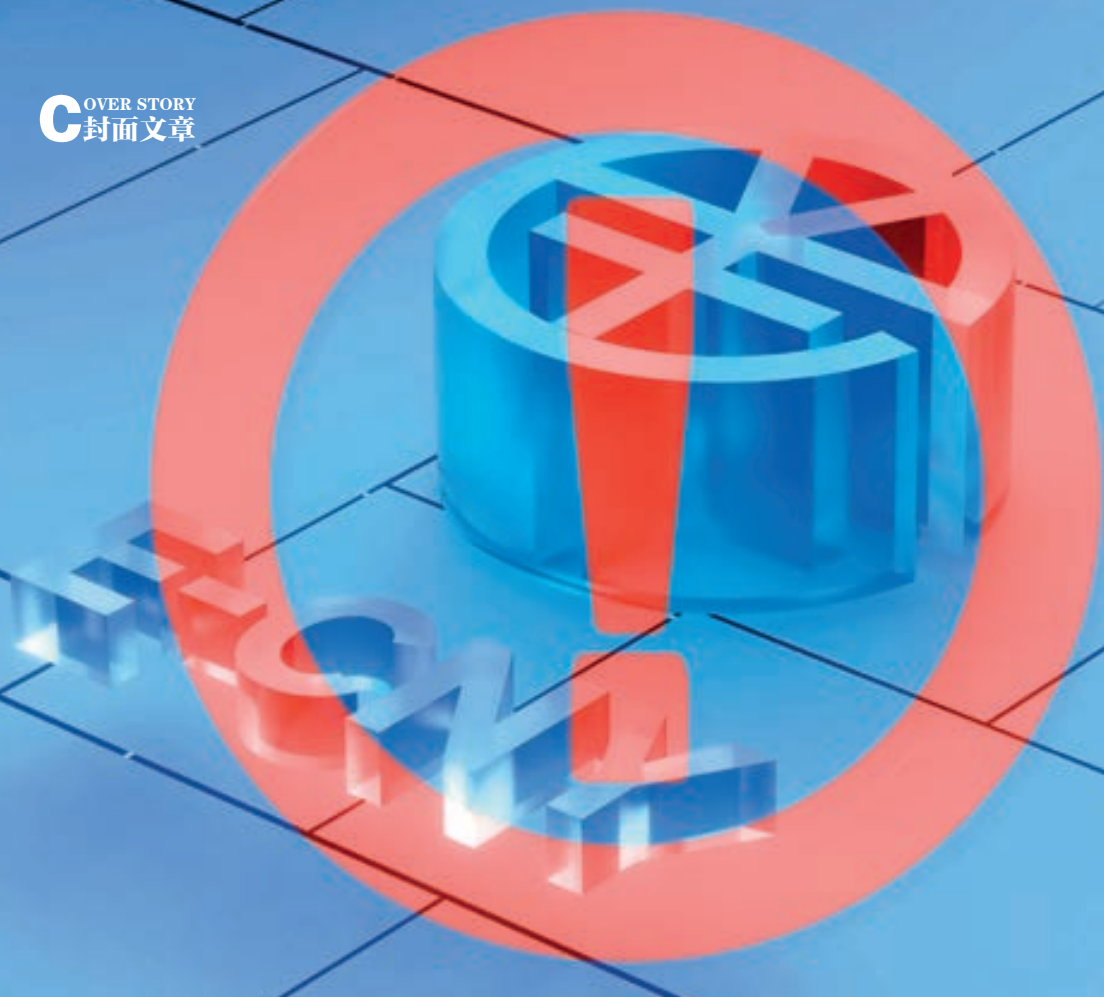
约定可能会存在警戒线和平仓线两个重要概念。证券类私募基金产品的管理人应定期对产品净值进行披露，如遇产品净值触及警戒线和平仓线，应及时向投资人报告并沟通解决方案。对于股权类产品，金融消费者同样应当根据私募基金产品的季报、半年报和年报了解私募基金产品的运营情况，当被投资项目出现重大风险或已经出现可能导致私募基金财产贬损的情况时，管理人还应当立即召开全体合伙人大会进行释明并对后续操作进行决议。

对此，金融消费者应当时时关注私募基金管理人定期或临时进行的信息披露，及时行使自己作为私募基金投资人的合法权益，维护自身财产安全。

对金融消费者而言，政策面也迎来利好信号。2023 年 2 月 24 日，中国证券投资基金业协会正式发布了《私募投资基金登记备案办法》及配套指引《私募基金管理人登记指引第 1 号——基本经营要求》《私募基金管理人登记指引第 2 号——股东、合伙人、实际控制人》《私募基金管理人登记指引第 3 号——法定代表人、高级管理人员、执行事务合伙人及其委派代表》，这向外界传达了私募基金将进一步“严进严管”的信号。

总而言之，私募基金发展将更加规范。作为金融消费者，要选择与自己风险承受能力相匹配的产品。在购买私募产品之前，应充分调查私募基金管理人的资质、过往的业绩、市场口碑以及信用信息；并且也应当与时俱进，增加对私募基金的了解和认知，更好地利用私募基金这一金融产品为自己的财富添砖加瓦。■

（郝亚娟采访整理）



## 警惕！利用数字人民币的新型诈骗

在数字人民币研发试点稳妥推进过程中，消费者要警惕以数字人民币之名、行诈骗之实的诈骗活动。  
文 | 闫佳佳

数字人民币是由中国人民银行发行的数字形式的法定货币。它由指定运营机构参与运营并向公众兑换，以广义账户体系为基础，支持银行账户松耦合功能，与纸钞和硬币等价，具有价值特征和法偿性，支持可控匿名。

随着网络技术和移动支付快速发展，以商业银行存款货币为基础的支付工具逐步实现电子化和数字化。数字人民币主要定位于流通中现金（M0），国家利用新技术对M0进行数字化，为数字经济发展提供通用性的基础货币。

值得注意的是，数字人民币和支付宝支付、

微信支付不同，它是建立在区块链技术更加保障金融安全的一种方式。比如，数字人民币积极探索形成B端、C端数字人民币工资支付、收款全链条业务流，提供了工资支付新途径，通过区块链系统“穿透式”发放，极大简化了中间发放环节，显著提升工资发放效率，保障了职工的合法权益。

数字人民币有利于保护消费者隐私，同时能够减少和打击诈骗行为。然而，随着数字人民币试点范围的逐渐扩大，其知名度越来越高，不法分子利用人们对这一新事物的好奇心和不了解开始实施诈骗行为。

## 了解那些利用数字人民币的新型诈骗

数字人民币存在于网络之上，  
不法分子利用网络 诈骗操作更加便捷，  
更容易骗取大额金钱。

“不法分子能够利用数字人民币诈骗，这与数字人民币本身的特性有关。数字人民币存在于网络中，并且由中国人民银行发行，更容易比普通的数字货币获取大众的信任，这就给不法分子冒充官方组织进行诈骗创造了可乘之机。同时数字人民币存在于网络之上，不法分子利用网络诈骗操作更加便捷，更容易骗取大额金钱。”北京中闻律师事务所李亚律师谈及数字人民币被不法分子利用进行诈骗的原因时如是说。

李亚指出，法律意识、危险防范意识缺乏的用户可能更容易被骗。除此之外，老人对数字人民币以及网络了解不够，也容易掉入不法分子的圈套。

那么，利用数字人民币进行诈骗的类型有哪些？李亚表示，根据三年来接触的案件以及央行官方发布的新型诈骗方式，这些诈骗类型可以概括为：一、假推广：借数字人民币推广之名开展传销诈骗活动；二、假理财：冒用数字人民币名义在资产平台开展交易活动；三、假短信：假冒数字人民币活动链接诈骗；四、假冒国家工作人员骗取个人信息予以诈骗等。

### 1. 借宣传推广之名传销诈骗

不法分子建立所谓“数字货币 DCEP 学习群”，在群里宣传数字货币由“商业银行和私人机构同时进行推广”，私人机构“有多层推广收益”，使用其提供的“E-CNY”收款码就可以参与推广。还可以向朋友和其他商家推广，只要推广成功，就可以获得“两

层收益”。此外，不法分子还通过盗用数字人民币试点活动中的官方素材甚至编造新闻稿虚拟“与央行签署合作协议”会议场景等，通过各种真真假假的信息混淆消费者的视听，骗取消费者的资金跑路。

### 2. 冒用数字人民币名义在资产平台开展交易活动

有个别机构冒用中国人民银行名义，将相关数字产品冠以“DC/EP”（DC：数字货币；EP：电子支付）或“DCEP”（央行数字货币）在数字资产交易平台上进行交易。比如，陌生网友向林先生推荐“央行数字币”交易网站（实为骗子设立的虚假网站），称“央行数字币”价格实时波动，用户可以线上交易“央行数字币”获利。林先生登录网站后点击充值，显示“入金通道正在维护，请联系在线客服进行充值”，咨询客服被告知要将资金转入指定银行账户。林先生心存疑虑向银行咨询，确认这就是一个诈骗网站。

李亚称，冒用数字人民币的名义骗取用户金钱的行为，违反了《中华人民共和国刑法》第二百六十六条，属于诈骗罪。诈骗公私财物，数额较大的，处三年以下有期徒刑、拘役或者管制，并处或者单处罚金；数额巨大或者有其他严重情节的，处三年以上十年以下有期徒刑，并处罚金；数额特别巨大或者有其他特别严重情节的，处十年以上有期徒刑或者无期徒刑，并处罚金或者没收财产。

值得注意的是，**数字人民币是中国人民银行发行的数字形式的法定货币，与虚拟货币不同，前者是数字形式的法定货币，和纸质人民币以及硬币等价，不存在交易炒作空间。**虚拟货币是一种虚拟资产，没有实际价值支撑，投资和交易都不受法律保护，广大群众

一定要加以区分。

### 3. 假冒数字人民币活动链接诈骗

此前，有受害者在朋友圈看到了数字人民币试点发行预约信息登记活动，当时没有参加。后来，他就收到一条“数字人民币预约登记”的短信，还附带了一个网址链接。因为之前在朋友圈看到有此活动，便相信了短信内容，并点开网址。随后，系统提示其卡内需要有余额1万元，才可以体验数字人民币。当时信以为真的他便将1万元人民币转入登记的银行卡内。事后，却发现卡内的1万元已被转走。于是才反应过来是遇上了诈骗，遂报警。

### 4. 以资金核查为借口诈骗

此外，不法分子还常常冒充公检法等国家工作人员，打电话称其资金流水存在问题或涉嫌诈骗活动，需要其提供财力证明，并要求进行账户资金核查。通过视频或手机屏幕

共享等方式指示对方开通数字人民币钱包，并将银行存款转入数字人民币钱包，在屏幕共享过程中骗取受害者的身份证信息、交易密码等个人信息，然后将其资金全部转走。

冒充公检法工作人员是不法分子的惯用手段，利用民众对于国家机关的信任和急于澄清事实的焦虑心理，诱导被骗人进行转账以“自证清白”。实际上，真正的公检法机关绝对不会使用电话或视频连线方式办理案件，也不会要求提供资金证明。凡是自称公检法并要求转账的都涉及诈骗。

### 5. 高价收购数字人民币钱包用于违法犯罪活动

不法分子通过即时通讯工具等渠道，以丰厚回报作为诱饵，发布购买数字人民币钱包相关信息，利用收购的数字人民币钱包实施电信诈骗、洗钱等违法犯罪活动。出租、出借、

## 利用数字人民币进行诈骗的主要类型





出售数字人民币钱包属于违法行为，情节严重的涉嫌犯罪，切勿将自己的数字人民币钱包交由他人使用。

### 了解相关知识，谨防掉进陷阱

**数字人民币遵照《网络安全法》《个人信息保护法》《反洗钱法》等法律法规，通过一系列制度安排和技术手段确保个人信息安全，防范违法犯罪风险。**

当前，央行正在扎实开展数字人民币研发试点工作，不断夯实制度和规范保障，加强个人信息保护。数字人民币遵照《网络安全法》《个人信息保护法》《反洗钱法》等法律法规，通过一系列制度安排和技术手段确保个人信息安全，同时防范违法犯罪风险。

数字人民币采取中心化管理、双层运营。央行在数字人民币运营体系中处于中心地位，负责向作为指定运营机构的商业银行发行数字人民币并进行全生命周期管理，指定运营机构及相关商业机构负责向社会公众提供数字人民币兑换和流通服务。

由商业银行提供数字人民币的兑换服务是法律法规的要求。《人民币管理条例》赋予“办理人民币存取款业务的金融机构”配合人民银行管理人民币流通的权利，人民币现钞发行主要通过银行的现金收付业务实现。因此，商业银行具有为数字人民币提供兑换、流通服务的法律基础。同时，《非银行支付机构网络支付业务管理办法》第九条规定，非银行支付机构不得经营或者变相经营货币兑换、现金存取等业务，不具备为 M0 定位的数字人民币提供兑换服务的制度基础。因此，按照现行法律法规要求，只能由商业银行向公

众提供数字人民币的兑换服务。

如果有私人机构变相经营数字人民币货币兑换等需要承担哪些法律责任？李亚认为，此举可能构成非法经营罪，需承担刑事责任。《中华人民共和国刑法》第二百二十五条规定，非法经营罪是指，违反国家规定，有下列非法经营行为之一，扰乱市场秩序，情节严重的，处五年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处违法所得一倍以上五倍以下罚金；情节特别严重的，处五年以上有期徒刑，并处违法所得一倍以上五倍以下罚金或者没收财产：

（一）未经许可经营法律、行政法规规定的专营、专卖物品或者其他限制买卖的物品的；

（二）买卖进出口许可证、进出口原产地证明以及其他法律、行政法规规定的经营许可证或者批准文件的；

（三）未经国家有关主管部门批准非法经营证券、期货、保险业务的，或者非法从事资金支付结算业务的；

（四）其他严重扰乱市场秩序的非法经营行为。

当前，数字人民币还处于试点阶段，不少群众遇到利用数字人民币诈骗时往往不知道如何处理。对此，李亚建议大家一定不要误信高收益、高回报理财陷阱。对于有关数字人民币的投资、推广获利等说法不要相信，数字人民币并非投资的方式，与普通纸质人民币本质没有区别；登录正规官方网站办理数字人民币业务，不要相信私人、非官方的链接、APP 等，以防被骗取个人信息、造成财产损失；对于假冒国家工作人员想要骗取个人信息的通知不要相信，谨防信息陷阱。■

# 财富版图

区域经济发展壮大是实现国家高质量发展目标的重要支撑。我国幅员辽阔，不同区域经济支柱产业、文化特色鲜明。探寻不同区域经济发展动力与投资机遇，助力财富管理行业因地制宜，创造更多价值。

- 从“地方乳企”到“奶酪女王”的逆袭之路
- 解码家族信托如何助力女性企业家提升财富掌控力
- 郑凯珊：在不断自我突破中华丽蜕变
- 从西雅图到南京，一个80后幼教创业者的寻梦环游
- 仰望星空数十载 看到航天女性的力量
- 如果人生可以重来，我还是会选择创业
- 莫听穿林打叶声，何妨吟啸且徐行
- 用资产配置做投资 在不确定性中选择相对的确定性





## 从“地方乳企”到“奶酪女王”的逆袭之路

“人一定要有梦想,并且坚信自己能行,努力朝着梦想奋斗,万一实现了呢!”回首一路走来的心路历程,柴琇这样总结道。

文 | 张漫游

纵观中国奶酪业发展，妙可蓝多是一个不得不提的品牌。妙可蓝多成功发展的历程也是一位优秀女性的人生逆袭之路。

她就是“奶酪女王”——柴琬。1995年，柴琬还是一名以家庭生活为中心的普通上班族，彼时我国正式提出并实施了男女平等基本国策，身为新时代的女性，柴琬认为她也具备突破自我的能力。

1996年，中国经济发展势头高涨，资本市场迎来了大牛市。在说服了家人后，柴琬毅然下海经商，并在乳品行业闯出了一片天地。

党的十八大后，男女平等基本国策完成从“政府的承诺”到“立法的确认”再到“执政党意志”的全方位“认证”。于是，更多柴琬们正积极地走出家庭、走向职场，参与到商业领域中，并凭借着坚韧、奋斗、敏锐、平衡等优秀品质，取得了令人瞩目的成绩。

## 奋斗的姿态

房地产、液态奶、奶粉、冰淇淋、调味料……

自1997年下海经商以来，柴琬从事过很多行业。勇于拼搏的她也从不掩饰自己对“第一”的向往。

“人一定要有梦想，并且坚信自己能行，努力朝着梦想奋斗，万一实现了呢！”回首一路走来心路历程，柴琬这样总结道。

“奶酪女王”第一次涉足乳制品行业是在2001年。作为土生土长的吉林儿女，这片土地为柴琬带来了乳制品行业的首个“第一”。

“吉林省是农业大省，处于‘世界黄金奶牛带’，发展乳业具有得天独厚的自然条件；而且吉林省是我国重要的玉米种植地区，在吉林省发展乳业，就意味着既掌握了优质奶源，又享受了物美价廉的乳牛饲料资源。”于是，看到了商机的柴琬夫妇一心扎进了乳品行业，开创了广泽乳业。

凭借对乳品行业的由衷热爱和对产品质量的高要求，在入行不到5年的时间里，广泽乳业便从吉林省内5家乳品企业中脱颖而出，生产量占到吉林省当地乳品企业总和的90%以上，成为在乳品市场份额占有率上名副其实



实的吉林乳品第一品牌。

然而，“第一”的位置并不好坐。

柴琬感慨道：“广泽乳业壮大的那几年，正是国内几大乳品企业形成垄断格局的时期。像我们这样的地方企业面临的选择就是两个：要么转型，要么被淘汰。”

柴琬不是个轻易认输的人。

2007年，恰逢吉林省政府组团去海外考察。一直在寻求新发展路径的柴琬终于找到了突破口。

谈起当年的场景，柴琬依然觉得震撼：“在乳品展厅里，我看到了琳琅满目的奶酪，竟然有上千个品种。那时候我才知道，原来奶酪还有这么多的吃法，原来牛奶可以做这么多的产品。”

凭借敏锐的商业嗅觉，柴琬盯上了奶酪市场。

事实上，在柴琬以“妙可蓝多”作为品牌进行转型发展之前，中国的奶酪市场并非一片空白：在中国排名前五位的奶酪品牌全是

国外知名品牌，部分全国的液态奶巨头也在积极布局。

即使是这样，柴琬依然在当年放出了豪言壮语：“要做中国奶酪第一品牌。”

“那时候，很多人觉得我是疯了，质疑我说：‘你这么小一家企业，凭什么跟全国品牌、世界品牌一争高下？’我也深知，这条转型道路不好走，我就是想逼自己一下。我把‘当第一’的海口夸出去了，如果做不到，别人会觉得我吹牛、会笑话我，我既然说出来了，就要做出来！”

事实证明，柴琬的“当第一”并不只是一句口号。

在公司定增资金没进账的情况下，柴琬就先耗费1.5亿元进口了国外最先进的奶酪制造设备。当时市面上有便宜一半的设备，且进口设备从引进到安装就需要一年半的时间。在柴琬看来，设备是产品质量的保障，何况好的设备真正运行两年后，就能把多支出的设备成本节约出来了。



不仅在购买设备方面，从搭建团队到后来的品牌建设、企业经营，柴琇始终拿“第一”的标准来要求自己。

在一系列高标准严要求之下，2016年，妙可蓝多上市，成为了中国奶酪第一股，也成为了中国4000多家上市公司中唯一一家以奶酪为核心业务的企业。

幸福是奋斗出来的！柴琇从自己的实践中更深切地体会到了这个道理。于是，2021年3月，她将奋斗的精神融入了妙可蓝多的企业文化，并将其定义为“奋斗者的理想国”。

## 敏锐的洞察

建设银行长春西安大路支行副行长李勇与柴琇是老相识了，同时李勇也是有着15年私人银行从业经历的“老银行人”。在李勇看来，成功的女性企业家身上有一些共性，细致敏锐便是其中之一，柴琇身上就有这种品质。

柴琇坦言：“作为女性创业者，细致敏锐、善于换位思考等，都是我们的优势。在妙可蓝多发展初期，我们的企业文化是‘家文化’，我把自己定位为‘大家长’。我希望通过彰显这种女性特质，凝聚员工力量，让员工在这份事业中勤奋、快乐地生活。从实际情况看，也确实对打造团队的凝聚力有很大帮助。”

同时，细致敏锐也让柴琇踏出的每一步都更加坚实。

进军奶酪市场并不是柴琇的一时热血。从广泽乳业到妙可蓝多，柴琇对全世界的奶酪产业进行了全方位的观察研究，时间长达9年。

在不断探索中，柴琇意识到，要改变成年人的饮食习惯是很难的，但对于提升孩子的营养和健康水平，却是家长们的共识。

“我们注意到，一方面，众多从小接受了

西餐的80后、90后女性，如今已经成了妈妈的角色，她们更容易接受奶酪制品；另一方面，对于成长阶段的孩子，妈妈总是担心他们营养不够，而奶酪作为牛奶精华，能够更好更快地补充孩子们成长过程中需要的钙、蛋白质和维生素，正符合妈妈们的需求。”

因此，儿童群体成了妙可蓝多的有力突破口。“我们将目标客群定为3~12岁的儿童，并提出了‘奶酪教育从娃娃抓起’。”

柴琇注重细节。以挑选原材料为例，在对比多种原材料后，柴琇发现低盐车达（一种奶酪原料）做出来的奶酪不仅口味好，而且车达经过发酵，更易被孩子吸收。因此，妙可蓝多便与新西兰一家大乳企签订了合作，定制了属于自己的奶酪原料。

柴琇认为，同质化竞争现象不可避免，妙可蓝多需要做到敏锐洞察、先知先觉，从中找到突破点，才能一步步引领行业往健康的趋势发展。

2018年至2021年，妙可蓝多连续三年成为线上多个平台的销量冠军。截至2022年上半年，妙可蓝多奶酪市场占有率达35.5%，妙可蓝多奶酪棒市场占有率更超过40%，稳居行业第一且优势不断扩大。

## 平衡的智慧

如何平衡家庭与事业的关系，已经成为了社会关注的话题。

柴琇深知要经营好一个家庭并不容易。她认为，虽然平衡家庭和企业之间的关系很难，但只要心中有爱，实时把家人的事记在心上，总会做好。

在与柴琇的交流中，她频繁表达了对家庭和子女的关爱。



柴琬说，自己十分重视子女的教育。“我一直认为，对子女最好的教育就来自于父母的言传身教。如今我女儿已经结婚，一直是我的骄傲；我儿子还在读大学，现在还看不出他将来会怎样，但作为母亲，我希望他是一个正直、诚信、乐观、勤奋、善良的人，我希望把这些优秀品质传承给他。”

对于子女未来生活的美好期盼，不仅是柴琬的愿望，也是父母一辈普遍的期许。尤其是近年来，柴琬这批借助改革开放东风富起来的“创一代”，已经到了“退休期”，“如何传承”成了柴琬们必须面对的话题。

建设银行吉林省分行个人金融部私人银行部总经理张海滢有着多年从业经验，在与企业接触的过程中，她总结道，创富、守富、传富是企业家们永恒的话题，到了传承阶段，正如柴琬所期盼的，对于“传富”的安排，不应局限在财富的传承，更应该有家风的传承。

张海滢建议，柴琬们可以通过家族信托、保险金信托等方式进行事务性管理，将企业家对子女的期望和财富的传承做出紧密的结合，也能更好地表达出父母对于孩子成长的期许和意愿。

张海滢举例道：“企业家可以通过设立家族信托，让财富实现有效的配置和增值，同时也可以通过信托在孩子的教育、成家、创业、就医、养老等关键人生节点把我们的意见表达出来。比如，可以在家族信托设立时给孩子设立一笔创业金来支持孩子未来的创业；再比如，孩子如果考到名校，企业家可以通过家族信托为孩子设立一笔奖励，以兹鼓励。”

李勇坦言，在从事私人银行业务的15年中，她见证过企业家家庭和企业的生死离合、大起大落，同时也学习过许多国外的成熟案例。李勇意识到，企业家的传承需要尽早考虑。“在瑞士，很多企业家在40多岁的时候就已经开始进行传承规划了。而且通过家族信托、保险金信托、家族基金等进行事务性安排，不仅能给孩子提供激励，还可以对子女成长进行约束。”

“与男性企业家相比，女性企业家对子女的期望和想法更为细致。银行机构也应该更细致、深入地洞察企业家的需求，助力他们做好创富、守富、传富，平衡好家企之间的关系。”张海滢如是说。■



## 解码家族信托如何助力女性企业家提升财富掌控力

家族信托是近年来被高净值人群广泛接受且发展十分迅速的财富管理工具，能够一站式满足女性企业家在财富管理中的多种需求。

文 | 杨经纬 建行吉林省分行私人银行部





随着新经济时代的到来以及新的生产方式和生活方式的出现，女性创业及事业发展迎来更多机遇。

越来越多的女性企业家通过事业成功实现财富自由，如何进行财富保值增值、保护和

传承成为这类高净值人群非常关注的问题。

### 女性财富管理行为具有哪些特点？

根据和讯网联合阿里研究院、铜板街、数字100市场研究公司展开的女性财富管理行为模式调查显示，女性在财富管理方面具有以下特点：

第一，成功的女性企业家在展现女性创业智慧与魅力的同时，也在财富管理方面显示出了独特气质，92.2%的女性认为创业行为帮助她们提高了财富管理能力，这可能得益于创业女性群体的先天特征以及她们在创业过程中积累的管理经验。

第二，创业女性获得了从家庭生活中解放出来投身职场的机会，但往往男性却没有完成回归家庭的责任承担。这导致了女性往往在事业和家庭的双重压力下生活。调查显示，60.7%的家庭中，男性倾向于上交收入，女性负责家庭财富管理决策，女性对于财富管理的需求更加迫切。

第三，整体来看，女性的投资理财行为比男性显得保守，更加注重规避风险。与男性相比，女性投资于股市、房地产等资产的比例较低，未雨绸缪以及安全性仍然是女性理财的重要关注点。除此以外，她们更重视生命及生活的保障，所以女性比男性更加关注财富保护与传承。

### 女性企业家财富管理需求分析

建行吉林省分行私人银行客户中有很多优秀的女性创业者，她们善于沟通、坚韧不拔、周全细腻，经过多年努力耕耘，创办的企业都成为了各自行业的佼佼者。

有一类典型的女性企业家，他们勇敢走出

家庭，创办自己的企业。收获事业成功的同时，她们的家庭也幸福美满。在经营管理企业之余，她们也对财富管理有着长远的规划和设想，经常喜欢跟私人银行客户经理交流。

通过服务多位成功女性企业家，建行吉林分行私人银行总结出以下女性企业家常见的财富管理需求：

第一，家庭成员照料需求。女性企业家虽然在事业上取得了很大成功，但传统观念让她们在打拼事业的同时也非常关心家人的生活，比如有女性企业家就在平时交流中提到过对父母、子女、公婆和兄弟的记挂，这些年对于这些家庭成员也都持续给予不同形式的财务支持。

第二，子女婚姻风险防范需求。女性企业家经过多年辛勤的打拼积累了大量财富，她们希望用这些财富给子女带来更好的生活，特别是在子女成家时，会通过赠与资金来保障子女的生活品质，但又担忧未来子女因婚姻风险导致财产被分割的情况，希望能够在不影响子女婚姻感情的前提下保障财产安全。

第三，财富精准传承需求。已经实现财富自由的女性企业家都希望自己创造的财富包括企业在内能够安全平稳地传承给下一代，除了保障子女高品质生活之外，还能够激励子女努力上进、善用财富，最重要的是还要保证自己创办的企业实现长久稳健经营。

第四，财产保护需求。企业经营不确定性很多，女性企业家在面对风险时更趋于保守，因此其对于避免企业经营风险、债务风险牵涉至家庭方面非常关注，对于找到合适的隔离方式保障家庭成员的正常生活不受企业经营风险影响的需求十分强烈。

第五，财富增值的需求。已经积累的财富特别是家庭中大额金融资产，需要进行投资来保证不缩水，并能够持续稳定增长，但女性企业家兼顾事业和家庭，没有过多的时间精力对金融市场和产品进行全面细致的研究，需要专业人士帮助其进行资产管理，保证投资组合能够获得相对较高且持续稳定的回报。

## 女性企业家财富管理“百宝箱”——家族信托

家族信托是近年来被高净值人群广泛接受且发展十分迅速的财富管理工具，能够一站式满足女性企业家在财富管理中的多种需求。

家族信托是指信托公司接受单一个人或者家庭的委托，以家庭财富的保护、传承和管理为主要信托目的，提供财产规划、风险隔离、资产配置、子女教育、家族治理、公益（慈善）事业等定制化事务管理和金融服务的信托业务。

2013年国内家族信托开始起步，经过近10年的发展，截至2022年1月，国内家族信托业务总规模已达3623.8亿元，仅2022年6月份新增家族信托规模达119.95亿元，环比增长63.22%。

那么家族信托如何帮助女性企业家提升财富掌控力？

首先，通过家族信托定向分配安排，实现家族成员保障。通过设计信托架构，将需要照顾的家人指定为受益人，根据受益人年龄、身体、职业等情况灵活设置信托利益分配方式，保障家族成员学业、生活、养老等多种需求。有需求的女性企业家可以将父母、子女、公婆和兄弟设为受益人，在家族信托合同中

设置由信托公司定期定额给每个受益人分配信托资金，如某个受益人去世，他的份额平分给其他受益人，可以保障家人长久安稳的生活。也可以设定激励约束条款，例如为追求学业的受益人提供教育资金，为学业优异的受益人额外提供奖励资金；为成家立业的受益人提供买房购车资金，为鼓励生养子女额外提供激励资金；为事业有成的受益人提供事业发展资金，为鼓励创业额外提供创业启动资金；为年事已高的受益人提供健康养老资金，为罹患重病的受益人额外提供就医资金等。

其次，设定子女个人财产隔离条款，防范家族财富外流。女性企业家作为委托人，通过在家族信托合同中，指定子女为受益人，明确信托受益权仅属于子女个人财产，非夫妻共同财产，可以避免与婚后共同财产发生混同。这种方式无须子女配偶知晓，不影响夫妻感情。

再次，指定受益人，实现财富精准有序传承。通过信托合同将单个或多个家族继承人设定为信托受益人，约定信托财产的分配比例，规避家族继承人争产纠纷。一旦触发继承条件，受益人向信托申请分配财产，规避复杂的继承程序和高额继承费用。也可以对受益人提出一定要求，如触犯法律将失去受益权等，通过信托合同的约束实现家族财富的跨代、多代，甚至永续传承，实现家族成员价值引导、正向激励，传承家族精神。股权家族信托在企业传承上也能发挥重要作用，将家族企业股权集中在家族信托中，子女作为受益人可以通过享有信托受益权间接享受家族企业的股权红利和相关收益，同时也可以通过架构设计和信托文件的约定将企业股

权包含的经营权和受益权分开，即使二代受益人没有继承和管理企业的意愿，仍可以享受企业经营的收益。设立家族信托持有企业股权可以降低持股家庭成员发生风险对家族企业股权结构造成的负面影响，更有利于企业的股权控制权集中和长久稳健经营。

此外，信托财产独立，还可以实现家庭财产保护。根据《中华人民共和国信托法》对于信托财产的相关规定，女性企业家作为委托人将合法且没有债务纠纷的资产设立家族信托，这部分财富就与委托人未设立信托的其他资产相互独立，实现财产的隔离保护功能。为了加强这一功能，可以设立纯他益信托，即委托人及其配偶均不设为受益人。建议尽早设立家族信托，有利于降低各种意外风险及企业经营风险对家庭的影响。

最后，通过专业资产配置，可以达到保障信托财产稳健增值的目的。家族信托可以持有的财产类型丰富，但目前仍以货币资金为主，不同机构对于信托内货币资金的管理风格不尽相同，以建行家族信托顾问业务为例，建行作为家族信托顾问，提供全集团平台的资产配置和产品选择，以卓越的风险控制能力，筛选优质资产。同时为家族信托客户提供专属的配置策略，结合生命及事业周期，生成财富规划方案，提出大类产品配置建议，为家族信托资产稳健增值提供有力保障。

随着时代的进步，将有越来越多的女性企业家在商业领域中展现出她们的才华和价值，助力经济高质量发展。作为财富管理机构，应当通过专业服务帮助她们更好地管理财富，解除后顾之忧，进一步激发女性企业家的创业热情，实现企业的不断壮大，加快全社会财富创造和人民生活水平提高。■



## 郑凯珊：在不断自我突破中华丽蜕变

从一名普通的大堂经理，到中国青年五四奖章获得者，她见证了广东中山金融业财富管理服务的起承转合，也为行业发展贡献了自己的青春热血。

文 | 秦玉芳

从航天仓到医护站，从实验室到体育场，从三尺讲台到扶贫前线……女性的身影正在中国式现代化建设的每个角落发光发热，在一个个平凡的岗位上释放着耀眼的光彩。

作为其中的一员，郑凯珊坚守在建行广东省中山市分行的一线岗位上，想客户之所想，数十年如一日为民众投资指导、排忧解难，成为中山市民街坊口中最美的“阿珊”，也成为中山金融服务岗位上最亮眼的巾帼榜样。

作为“凯珊理财”劳模创新工作室的创始人，郑凯珊用心守护银行客户 20 余年，从一名普通的大堂经理，到中国青年五四奖章获得者，她见证了广东中山金融业财富管理服务的起承转合，也为行业发展贡献了自己的青春热血。

### 破茧重生：开拓大堂服务新路径

二十多年前，随着市场经济的蓬勃发展，金融行业服务理念的提升，让柜员走出柜台的设想开始被银行接受并进行实践。

面对这一开拓性的革新，很多“第一任银行大堂经理”工作方向并不明确。回忆起第一天成为大堂经理时，郑凯珊依然记忆犹新。“那时候，金融体系内对大堂经理的概念还很模糊，银行也没有理财产品的销售业务。一名大堂经理要做什么、能做什么，彼时全然没有方向。”郑凯珊坦然道。

世上本没有路，走的人多了就变成了路。郑凯珊坚信，大堂经理作为银行一种全新的服务理念尝试，必然需要全新的业务模式。凭着一股不服输的信念和满腔热情，她硬是摸索出了广东中山银行业第一套大堂经理服务模式。

“没有参照我就跑去酒店学习，蹲在酒店大堂一连数日，观察酒店大堂经理的言行举止，慢慢就有了自己的工作思路。”郑凯珊回忆道。

回到岗位上后，她将自己定位为大堂业务的“引导者”，首先要为银行网点大厅中办理业务的客户做好情绪疏导和业务分流。

在她的记忆里，二十多年前的银行业务大厅，没有休息室，没有叫号机，更没有线上预约，客户哪怕取几十元现金，也要扎堆在现场排几十分钟甚至几个小时的长队。“上任大堂经理后，我仔细地询问每位客户要办理的业务，按照业务分类引导客户去对口的窗口排队。其间，我还会热情地与客户交流互动，一方面安抚客户在等待中的烦躁情绪，另一方面也能更深入地了解客户的需求，有针对性地帮助他们。”

跨行业的借鉴开拓了金融服务的新思路，正是凭借敢为人先的勇气，才让银行服务跨上了新的台阶。

然而郑凯珊的服务并不仅仅局限在银行大堂。为了与客户建立更深的互信，郑凯珊还将走访客户作为其日常工作的内容之一，而这种工作方式和付出精神，也是如今专业投资顾问需要具备的能力和品质。“那时，我仔细记录下客户的信息，包括姓名、年龄、工作单位、业务需求等，然后一个个地去拜访，了解客户的需求变化，在他们需要办理业务时提前预约规划，大大节省了他们排队等待的时间。慢慢地在当地建立起一定的口碑，越来越多的客户开始认可‘办业务找阿珊’。”

### 榜样楷模：引领团队不断超越

信任，是打造银行零售服务品牌的基础，也是开启新征程的“钥匙”。

年复一年日复一日，在郑凯珊服务客户的过程中，越来越多的人从生客变成熟客，尽管没有产品，但以独有的服务体验，为银行零售业务的开拓打下了坚实的基础。



而这种信任基础，在公募基金上市代销后体现得更淋漓尽致。2002年，第一批公募基金面市，各地掀起了一波基金抢购热潮，建行中山市分行也为华夏基金的上线积极备战。但超乎预料的是，开售当日直至日落西山，依然没有客户上门。

“我抱着试一试的想法跟此前联系比较多的几位客户打了邀请电话，向他们介绍了新产品特点及理财规则，结果他们都二话不说就过来了，甚至每人认购了几万到十几万元的份额。”郑凯珊感慨道，“客户的这份信任不仅让我震动，更让分行的领导看到了理财销售的未来。”

此后，建行中山市分行建立了基金销售团队，甚至后期还建立了以个人命名的“凯珊理财室”。作为团队精神力量，郑凯珊的客户服务理念也成为销售团队构建服务模式的基础，引领着每一位团队成员兢兢业业、全心服务，创造了一个又一个靓丽业绩，赢得中山广大市民的高度认可和支持。

随着理财代销市场竞争的逐步白热化，提

升客户互信、提高用户体验，在银行理财代销服务过程中显得越来越重要。

那时的郑凯珊，每天都辗转在客户之间，为客户讲解、推荐产品，进行投资后的解答、跟踪。“只有全周期的陪伴，才能让客户感到安心和放心，在投资者理财体验感持续上升的同时，我们也收获了越来越多的认可。”

也正是这份执着，让郑凯珊赢得了越来越多客户的信任。2009年，因在工作中的卓越表现，她荣膺第十三届中国青年五四奖章。

### 以心相交：在互信中追寻更好的自己

古语有云：唯以心相交，才能成其久远。长久的信任，是建立在真情基础上的。

郑凯珊常说：“对客户要真心实意，才能成其久远，而这也是建行私人银行长期以来秉承的服务理念，真诚服务已经深深地融入到了我们一线工作者日常服务的点点滴滴中。”

在实践中，郑凯珊这样诠释她所理解的真诚：“把客户当成朋友，从对方的立场出发，



为他们推荐真正适合他们需要的产品，而不是处于理财经理收益考虑将产品硬塞给客户。也只有如此，客户对我的信任才能更经得住时间和现实的考验。”

2008年，经历过长期的高收益刺激后，很多投资者对基金投资越来越疯狂。彼时，一直处于销售一线的郑凯珊敏锐地嗅到一丝危险的讯号。“当时，前来购买基金的客户排起了百米长龙，有些客户甚至卖房投资，连街上卖报纸的阿婆都加入了购买的大潮。这种狂热的趋势显然是很不正常的。于是，我将风险提示作为工作的重点，在帮助客户适当投资的同时，让大家认真了解自己所购买的产品，慎重投资。”

但这种良苦用心并未获得所有人的认可，部分客户只关注收益，并不理解郑凯珊的担忧，便跑去其他机构或渠道继续抢购热门基金产品。一位刚刚退休的陈阿姨甚至将数十年来的全部积蓄一涌而出，还抵押了住房加大杠杆。“当时为了阻止陈阿姨的行为，我还多次打电话跟她沟通，但最后仍无济于事。后来陈阿姨过来

找我，说因为基金下跌被套住了，亏了20%左右。周围很多人还鼓励她继续持有，认为过段时间基金能上到1万点。”郑凯珊回忆时激动地说道，“这是不负责任的行为，陈阿姨在我的多番劝说下最终及时止损，此后对我更加信任，不管买什么产品都会跑来跟我咨询。”

在郑凯珊服务的客户中，类似陈阿姨经历的不胜枚举。也正是基于这种真心实意为客户考虑的基础，才有了客户坚定不移的信任和支

持，从而使郑凯珊收获了大批忠实“粉丝”。随着信任郑凯珊的客户越来越多，凯珊理财室门口每天都排着长长的队伍。一位老客户戏谑地说：“来你这里比去医院问诊看病排队的队伍都长。我们现在的钱，除了上交老婆，就是交给凯珊理财室了！”

如今的郑凯珊，尽管已经从网点转入私人银行中心，但其“凯珊理财”朴素的服务理念和为客户诚心实意服务的精神仍深刻地影响着建行中山市分行的理财团队，其优质的服务成为了团队服务客户的一杆标尺，带动了大批优秀的私人银行客户经理不断涌现。

在郑凯珊的眼中，金融的核心是服务，服务的关键是互信。新阶段，财富管理业务正迎来空前的发展机遇期，以“我”作则，树立全心全意为用户服务的理念，是赢得客户信任的重要基础。

而郑凯珊服务金融客户的脚步不会停止，如今在私人银行中心，她将更多精力和时间投入到系统的专业财富管理工作当中，且不断保持自我突破。“这两年，我在跟团队一起为客户拓展家族信托业务，陪伴更多高净值人群提升家族财富管理水



## 从西雅图到南京，一个80后幼教创业者的寻梦环游

李欣言的梦想是创办一家真正激发孩子潜能的幼儿园，七年坚守，她的教育理念终于被认可。

文 | 钱丽娜



从美国华盛顿大学教育学硕士毕业后，李欣言的第一份工作是在微软总部附近的一所美国幼儿园担任老师。之后她与西雅图的美商合伙人，在亚马逊总部旁从0到1创建了一所幼儿园，最小年龄段的婴儿只有2个月。

在这里，她深切体会到了什么叫多元化：来自移民家庭和来自土著家庭的孩子与美国土生土长的孩子编在一个班里，各种肤色、各种母语为非英语的孩子聚集在一起，老师要关注每个孩子的文化背景、饮食差异、宗教禁忌以及孩子对语言的理解程度。幼儿园里还有一位老师是土著，除了领正常的工资外，他还有一份政府发放的津贴。当她去研究美国一些名校教师的构成时，她发现越是出色的学校，教师的来源、背景越是多元化，对于男女老师的比例也有一定的要求。

在另一个与澳大利亚合作的音乐项目中，欣言也深切感受到了澳大利亚教育对多元文化的尊重。园方会邀请澳大利亚土著给孩子们用土著语言唱同一首英文歌，向孩子们展示他们的文化图腾，这也是澳大利亚政府保护少数民族的措施之一。

于是，当先生拿到风险投资决定回国创业的时候，欣言也萌生了回到自己的家乡南京创办一家国际幼儿园的想法。在欣言的心中，她认为这个项目的难度是她自己在美国从0到1运营一家幼儿园。因为首先要熟悉国内的幼儿园管理，同时要熟悉国外的幼儿园管理，在前两步的前提下，才能完成第三步，在国内落地生根一所国际化的幼儿园。

### 创办一家国际化的“伊甸园”

“国际化”是一个抽象的名词，但是落到每个人的感受中，又是那么具体。

欣言想沿用在美国幼儿园0~6岁一体化的模式创办一家国际幼儿园。这个幼儿园在某种程度上就像是她的伊甸园。在这里，孩子们的个性将得到充分的尊重，老师们将注重培养学生的创造性思维和解决问题的能力，引导孩子主动参与学习。一些前沿性的教育技巧和策略，例如探究式学习、合作学习、PBL项目式学习等方式也将一一落地，还有一点，她希望将“国际化”三个字变成无数个孩子可以感知到的细节，而不是仅仅有几个外教。因为婴幼儿教育不等于简化版的学前教育。这个年龄段对于教育者的要求是更高的。需要老师学会怎样去读懂孩子无声的语言和信号。

在办园之前，欣言去拜访了一些业内资深的前辈，但是拜访之后，她发现自己面临着两个“灵魂拷问”：第一，你做这行多久了？第二，收费怎么这么贵？

欣言虽然在美国创办过幼儿园，但是没有在中国的从业经验，并且还准备从国外直接招聘有教师资质的老师来中国教学，成本就远高于旁人。在业内人士看来，她这么做成功的可能性极低。

2016年10月，欣言成立了Kids ‘R’ Kids南京御钟山幼儿园，在创园初期，她有意从美国招聘了两位黑色皮肤的老师，从而营造多元文化的氛围。但是有家长却对此颇有微辞，甚至想让孩子转园。欣言是幼儿园的联合创始人，她不能不考虑投资回报，但是她不愿放弃自己的办园理想和对于教育长期主义的坚持——她想向孩子们传达的是，这个世界是由多民族、多元文化构成的。

就这样坚持了近半年，突然有位曾经抱怨的家长来到幼儿园向欣言道歉，这让欣言有些意外。原来，家长带孩子去三亚玩时，孩子看

到各种肤色的外国人都会主动打招呼，并且还记住了别人的名字。家长突然意识到，是自己有限的认知在限制孩子理解世界。在孩子的眼中，来自不同国家、不同肤色的人本就是世界的一部分。

这一步尝试成功后，欣言继续着她的多元文化之路，特意招聘了不少男老师。考虑到幼儿生长的生理和心理特点，男老师都配置在中班和大班。这时正好是幼儿性别角色形成、性别行为塑造以及性别社会化的时期，男性的理性、勇敢、敢于冒险的特质正好与女教师的温柔细腻形成互补。

与其他幼儿园不同的是，这里的孩子如果从1岁开始入园，到毕业的五年间，会轮换近20位老师。孩子们每升一级都会换老师，而不是传统幼儿园一位老师跟到底的方式。欣言有意营造一个成人的真实社会，从小让孩子们体会到，不能因为喜欢一个老师而拒绝与其他老师互动、交流，学会适应不同的老师才能拓

展孩子们的人际交往能力，否则未来的路只会越走越窄。

当孩子们接触不同的老师时，他们也能体会到老师们教学的方式是如此多样化，有的老师擅长弹吉他，一堂课是可以弹唱下来的，这样一来，每个老师的才华都可以被学生看到、学习到。

在幼儿成长的路途中，这些小事会在潜移默化中影响着他们，终有一天，这些播下去的种子会撑起他们看世界的格局，而教育者要做的，就是坚持打破成人认知的局限，用时间来证明。

### 有自理能力才有自由

在南京御钟山幼儿园，欣言设置了很多规矩。

老师、孩子进入教室时要更换室内鞋，保持室内干净；吃饭时要遵循餐桌礼仪；在室内说话要小声，不能打扰到别人；1岁半的孩子



就开始接受如厕训练……

这些虽然都是小节，但却会影响孩子的一生。

欧美的孩子很小便学会独立上厕所。欣言希望，当她的学生们跟父母外出旅游时，也能独立去完成一些事，这会帮助他们快速融入当地，建立他们的自信心，不会在一些小事上让自己显得格格不入。

除了在生活中培养孩子们的独立生活能力和良好的行为举止，欣言希望孩子们在学习中也能保持独立思维，通过探究式的学习，找到学习的门道。在这里，不同年龄段的孩子对应着不同的探究主题学习。

一个中班刚完成了一个飓风探究课程。孩子们要自己去做研究，探索飓风是怎么形成的，会给人类社会带来怎样的影响，在呈现环节，表达方式是多种多样的。孩子们可以用艺术的方式来呈现研究成果，也可以用实验的方式来呈现。老师在过程中就是孩子们的辅助者，激发他们的好奇心，陪伴他们共同去发现问题、解决问题。

在“地球日”到来时，幼儿园会带孩子们参观工厂，看环保产品是怎样生产的，环保棉和普通的衣物会有怎样的区别，启发孩子们去探索哪些材料是可回收再利用的。从小就告诉孩子们 ESG 与可持续发展是如何体现在日常生活中的。

其实在这些探索课中，有很多课题对老师而言也是全新的。探索的意义就在于，每个人在知识面前都是平等的，孩子们受到鼓励，要提出开放性的问题，同时他们也会知道，在探索的过程中，父母和老师也不是无所不知。每个人要突破自己的知识局限，就需要不断地去探索，欣言希望在探索的过程中，培养孩子们

终生学习的习惯。她说：“我们一方面对老师有知识储备的需求，但你会发现既有的知识储备在面对全新的知识体系时是永远不够用的，因此我们对老师的软技能要求很高，他们不仅需要快速学习的能力，也要在这个过程中想出办法，启发孩子们探索的兴趣。”

有家长会惊奇地发现，孩子在环保探索的项目中，居然会背 GRE 的词汇。欣言觉得这很正常，在 1 个月的探索中，孩子们从主题营造，到资料查找，每天都在学习相关的词汇，还要表达出来，自然不会陌生。

有些课程的设计还会与公益慈善连接。比如孩子们会拿出自己设计的衣服，或者自己创作的绘画作品进行拍卖，拍卖所得捐给自闭症儿童项目。在项目汇报中，他们会在园内搭建的一个真正的演播室里，像主持人那样去展示他们的作品。

欣言说：“我们会要求孩子用英文去表达他们的作业，英文是孩子们一种沟通交流的工具，我们也会请家长做听众，与孩子们一起互动，让孩子们感受到他们被听到、被尊重，从而增强他们表达的信心。”这些参与感和体验感给了孩子们即时反馈，会激发他们表达的勇气。

## 文化渗透在细节中

欣言有中美两地创办园所的经历，由此她对两国的托育教育进行了比较。

文化方面：美国和中国的文化背景和教育理念的不同，会对托育机构的运营产生影响。例如，美国强调儿童自主和创造力的发展，中国则注重学生的基础知识和文化传承。

教育理念方面：在中国，家长注重学术成绩、道德教育等。而在美国，教育理念注

重的是培养学生的创造力和探究精神，因此托育机构需要更加注重课程设计和教学方法的创新。

家长教育观念方面：在美国，家长通常注重孩子的个性化发展和综合素质的提高，会选择符合自己教育理念的托育机构。在中国，家长通常更注重孩子的学习成绩和入学条件，对幼儿园的选择也有着更为明确的目的性。

有比较才有取舍，欣言对幼儿园教育理念的定位是：注重婴幼儿的个性化发展，通过提供有针对性的教育内容和个性化的教育服务，满足不同孩子的成长需求。她招来的教师中，42%是硕士研究生，32%是海归。师生比例也非常低，保证每一个孩子可以得到足够的关注。教育内容除了采用多语言教育，还有音乐和艺术、科学和技术等学科，以培养孩子们的多元智能和创造力。幼儿园有一整套从6周到6岁的主题课程，并与美国同步。这些主题课程通过美国华盛顿州早教局审批备案，美国高端幼儿园也在同步使用。

除了这些软件标准，欣言还有自己的一套管理文化。

在幼儿园漂亮的三层小楼内，欣言是没有自己的办公室的。她认为，一家国际幼儿园，不仅要有一流的硬件、一流的师资，更要有一流的文化，而文化是时间的结晶，最后转化成口碑和认可的也是文化。

欣言说：“我在深圳时，经常发现有父母不辞辛苦，每天一早5点让孩子起床，去香港的学校读书，下午再接回来，年复一年。香港的学校论起硬件条件跟深圳没有办法比，但大家还是想把孩子往那里送，说明看中的是软件条件。”

文化的营造首先是从管理者自身做起。欣言和管理层没有自己的办公室，他们随时查看班级的情况，而不是等人来汇报。

每个班级都是全透明的门和窗，小朋友们走来跑去时，已经知道下一个年级他们将生活在怎样的环境中。

在这个全透明的环境中，欣言倡导的是平等，甚至她会告诉孩子们，不要叫她园长妈妈，而是叫她姐姐老师。她不仅自己穿得优雅得体，也要求员工穿着漂亮，这是给孩子们做榜样，因为一个愿意花时间打扮自己的人，是对生活充满热爱的人。

欣言非常厌恶文牍主义，为了减少老师每天的工作汇报，她上线了幼儿园管理系统，一目了然地看到每个老师每天的教学情况，学生家长有事也可以通过系统告知老师。她希望老师们把时间花到真正能为孩子们创造价值的教学中，而不要在那些形式主义上浪费时间。

文化是一种行为表现，办园的理念不是写在墙壁上，而是渗透在管理者对待员工，老师对待孩子的日常行为之中。

欣言第一个要求就是让老师们下午5点准时下班。老师们起先不信，认为是园长有意在试他们，于是她只好到点一个个地赶老师回家。她希望老师拥有个人的时间，不能只有工作。如果在工作时间内不能完成任务，只能说明能力不足，但根本原则是，不要卖命工作，这是违背人性的事。她甚至还在车库建了一个健身房，给老师们提供释放的空间，每周还会请教练来上课。

“很多虐童事件的发生是因为老师的压力没有合理的释放空间，所以作为企业真正的掌舵者，你在每一次做重大选择时，要让员工深切感受到你的价值观。”欣言说。

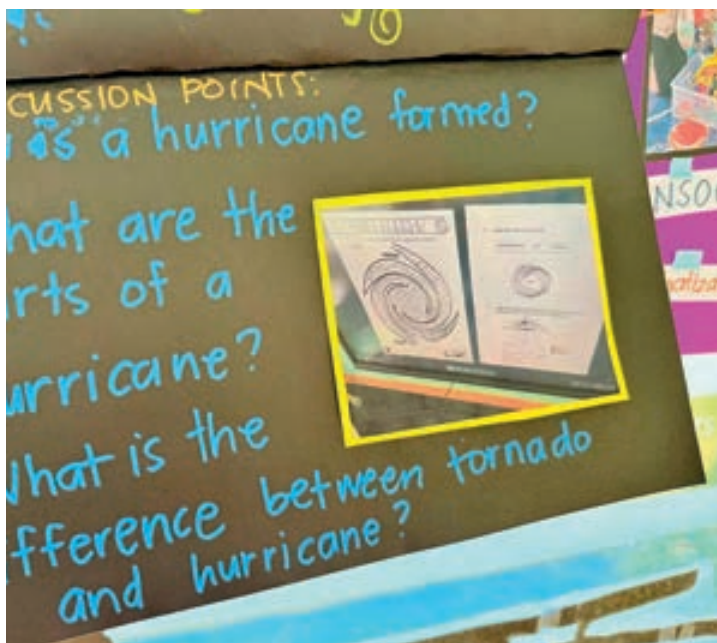
## 女性创业者的安全感

“安全感”这个词困扰着许多创业者。有时候，它可能不仅是金钱，还有创业时产业生态的支持，家人的支持和自身能力的提升。对欣言而言，也不例外。欣言的创业得到了建行的支持，建行帮助幼儿园上线智慧校园和“悦生活”学费缴费项目，家长的收费服务在建行手机银行中即可操作，节约了幼儿园财务管理的时间和沟通成本。这是建行一直以来倡导的金融科技，也为面向大众而生的新金融铺平了道路。

欣言是建设银行私人银行的客户，认为建行私行的服务没有那么功利，会综合考虑客户的想法，给出专业的建议，甚至这些建议的内容并不局限于本行的产品。

当欣言有相关的理财问题时，对接的客户经理会为她做一张专业的表格，进行数据对比，便于欣言高效地做选择。这些服务的细节使得欣言更看重与建行私行的关系，这让她感到踏实，有安全感。“我需要获得充分的财务教育和支持，以便做出最佳的财务决策。这包括提供相关知识和信息的咨询、培训和教育资源，有助于我更好地理解自己的财务目标。”

从女性创业者的角度而言，欣言购买的产品是在对冲自己的创业风险，这是一种底线思维，避免最差的情况出现，保障自己和家人的生活不受影响。“作为女性，我的忧患意识更强一些，没有男性那么冲动。”为此，她有长线的对孩子教育基金的投资，也有更为灵活的财务规划，以应对职业发展、家庭变化和个人目标的变化。“在财富管理中，虽然有顾问的支持，但最后承担风险的还是自己，所以我宁愿减少一些收益，也要做出我信任的选择。”欣言说。■





## 仰望星空数十载 看到航天女性的力量

千万年来，人们一直仰望星空。如今人类已经亲手造“星星”了，在星空的光辉下，流淌着航天先辈们的心血，也凝聚着无数航天人的情怀。

文 | 刘青青

互联网大佬们总是有着许多豪情万丈，但或许航天人才是最有豪气的那批人。

但凡航天人聚在一起，对上三轮“行话”之后就是好朋友了。第一句话先报航天部队番号，报完就大致了解对方是哪个部门哪个研究院出来的人；第二句话讨论原来的职务位置，主攻哪一块；第三句话开始询问管过几颗卫星、几个星座体系。

三句话对完，无论是来自上游的火箭制造、火箭总装、卫星制造；还是来自中游的卫星发射、地面设备；抑或来自下游的卫星运营、遥感应用、卫星导航、卫星通讯……从事不同细分领域的航天工作者即刻就能打成一片，像一群毫不设防的孩子。

北京四象爱数科技有限公司(以下简称“四象科技”)创始人、CEO 郗晓菲告诉我们，当前国内商业航天的从业者大部分是出自“国家队”或者曾经为“国家队”服务的人，商业航天并不是从零开始，而是站在巨人的肩膀上。

正因如此，“国家队”航天人和“商业队”航天人之间也有着天然的亲密关系。大家对于中国航天事业的期盼敬重，是“一片冰心在玉壶”。

## “商业队”和“国家队”

郗晓菲也出自航天“国家队”，后来投身于商业航天建设，2017 年成立了四象科技。

郗晓菲创业时的创始人团队搭建十分简单：郗晓菲拉上了学校宿舍里睡一个上下铺的同学，拉上了从前工作时的师傅和同事，这些人和郗晓菲的交情都要以 20 年为起点来计算。就这样，一群好朋友组建起了四象科技的原始班底。

实际上，干航天的几乎都是高科技人才，

四象科技看起来简简单单拉来的班底其实一点也不简单。

郗晓菲本人是北京航空航天大学硕士、卫星遥感领域专家。曾参与 60 余项国家、部委、行业项目，担任近 30 项卫星型号工程运营系统副总指挥。

另外 3 位联合创始人当中，刘雨婷是法国巴黎高等商学院(HEC Paris)经济学硕士、北京理工大学软件工程硕士、金融科技领域专家，在四象科技内部金融产品的定型和金融数据的分析等方面有着“绝对的权威”。

俞雷是北京航空航天大学博士、卫星工程总体设计规划、遥感数据处理、多源信息融合等领域专家、高级工程师。最后一位联合创始人姚勇航是国防科技大学毕业的遥感卫星地面系统领域专家、高级工程师。

“俞总最惊人的的是对于图形和图像的理解，我们看到的可能是一个圆，在他眼里可能就是一串代码。姚总则是负责把我们所有天马行空的想法来真正实现。”郗晓菲表示。

郗晓菲对于创始人团队的能力水平很是自信：“尽管人们常常认为重建一个世界是比较困难的，但毫不夸张地说，只要算力足够、空间数据足够，我们的这个创始团队，完全可以在一个体系架构里面把真实世界进行还原。”

短短 6 年，四象科技就成为业内一家创新性的商业卫星遥感科技公司，孵化出大量成熟的商业落地案例。这无疑是中国商业航天站在“巨人肩膀”上加速发展的一个缩影。

2005 年，中国开放民营资本进入航天业，商业航天在中国正式破冰起航。但在此之前，中国航天事业已经在无数先辈的呕心沥血中打下了坚实的基础。四象科技的遥感领域专

家也基本出自“国家队”，创业初期也得到了很多来自“国家队”战友的支持。

“国家航天是中国航天事业的主力军，而商业航天则是中国航天事业的一个有力补充。”郗晓菲表示，商业航天在国家航天前几十年的基础上快速地构建起产业，有着极大的时代机遇，同时在市场层面又前景广阔，扩张速度极快。

### 看到女性力量

众所周知，商业航天领域多“工科男”，少有女性身影，而商业航天的女性创业者更是少之又少。

但鲜为人知的是，商业航天中的女性力量发挥着不可忽视的重要作用。“最明显的地方就在于，不管是市场拓展、项目落地还是项目执行，在这些过程当中，女性的细致和周全程度往往会让我们的产品脱颖而出。”

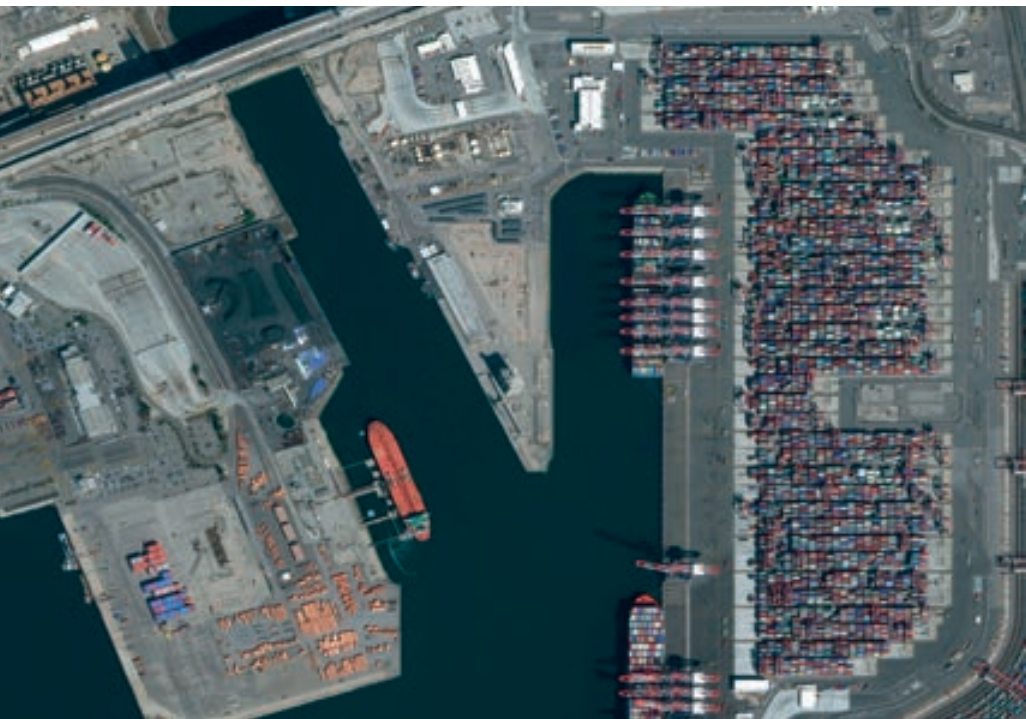
郗晓菲表示。

以一个金融指数产品为例，一般划分产品颗粒度时都是按照其行政区界、时间时态、内容等进行一个梯度的划分，此类产品给人最直观的感受就是充满了浓浓的“工业风”。

尽管准确和严谨是所有航天人的共性，但是在商业落地的时候，商业产品就有了太多太多可以提升的地方——仅仅从展示度上看，包括色彩、图形边缘处理等就都可以做到更完善。只不过从前的产品只追求逻辑清晰，而不太追求美感。

正因如此，四象科技形成了“女主外男主内”的格局：公司形象的打造以及品牌宣传、市场拓展是两位女性创始人为主；公司所有的技术核心和技术研发则由两位男性创始人为主。

除了细致周全和在形象美观上的特点之外，女性在思维的敏感度方面也有着优势。





“商业航天有着极高的技术门槛，所以这个行业的从业者有着天然的优越感和傲气。但我们最需要的就是放下优越感。显然在男性身上这一点更加容易被忽略。” 郗晓菲直言。

女性似乎总是更擅长倾听和共情，在产品服务方面尤其如此。郗晓菲回忆，在2007年的时候，中国已经是全球最大的遥感数据采购的甲方。那个时候国外卫星公司在中国的代理全部都是女性，无一例外。

后来郗晓菲意识到，商业航天是替整个航天产业赚钱的，而且赚的还不是航天本业的钱，而是赚外行业的钱。这时候其实应该是以服务的心态和比较低的姿态来发展产业，外方最先有这种服务意识。而航天行业的男性们很难改变做为高精尖专业技术人员的骄傲，尤其是他们知道自己是拿着特别高的技术进入了新市场，他们那种“我是来帮助你”

的心态总是表露无遗，可这在拿单推广方面并无益处。

还有一个关乎人性的点就是：郗晓菲发现，人们往往有着天然的刻板印象——觉得一个由女性创始的公司没有那么强的攻击性，是“比较听话且能提供服务的”，他们会认为与这家企业合作把控度很高。

实际上，这种刻板印象不完全有道理——女性创业者以及她们领导的企业并不是没有攻击性，而是相对于男性创业者的锋芒毕露，她们往往更擅长示弱和合作，才给人以“温和可欺”的错觉。

## 遥感知天下

在商业航天的下游产业，卫星通信、卫星导航、卫星遥感等是主要应用领域。有意思的是，这三者之间其实也互相交叉，不能够单独成型。



卫星遥感的世界十分辽阔，对有些机构而言甚至是“硬需求”。要知道，国务院有20多个部委，其中只有3个部委与卫星遥感企业暂时没有合作。尤其是对于卫星遥感都存在着“硬需求”。

例如电影《万里归途》当中，在通讯信号中断，与组织联络受阻的情况下，张译饰演的前驻地外交官就是通过点燃地面标识物，借助国家卫星系统的遥感地物识别功能，才最终完成了撤侨行动最关键的一环。

在郗晓菲看来，遥感卫星已经成为了天空中一只“天眼”，没有国界也没有时差，除了南北极之外，只要是在地球上发生的事情都能被看到。从北极熊的迁徙、寒暖流的变化、洋流带来的海洋漂浮物的漂移、水库需水量的变化、农作物的生长、植被的覆盖率、地质形态的变化到城市路口的车流情况，还有火灾、虫害预警……遥感卫星的辐射范围几乎无所不包。

遥感知天下，科技的力量让人们探索世界又多了一个新的视角。

不过，“看得见”是一回事，商业航天落地又是另外一回事。即便卫星遥感技术与人类的方方面面，与社会的各行各业都息息相关，但要将遥感技术渗透到新的行业里面，依旧是一个尚在起步的事情。

对于四象科技来说，首先要做的是解决与卫星遥感关联度比较高的行业的痛点。“我们从痛点入手，但绝对不是把他们全部颠覆或者替代——这些行业没有遥感也活得好好的，我们当前能做的就是解决痛点。”郗晓菲认为。

最初创业时，郗晓菲团队总是跟用户讲述自己技术有多牛，得到了很多夸赞却等不来订单。后来大家开始转变想法，先做市场调研，

从底层开始了解，再给出行业问题的解决方案，量身定做产品，一下子就有了完全不同的效果。

在实践中，大家总是不止一次地感叹“真正的真理是存在于一线的”。四象科技的创始人们总是在实践中得到很多意料之外的收获。

四象科技曾经接到过一个任务，是查整个电网体系的鸟害。一下子大家就开始犯愁，查鸟害得用卫星找鸟，可是一来卫星过境是有时间的，而鸟在不同时间里四处活动；二来卫星是有分辨率上限的，小小一只鸟在卫星“眼”里可能会看不见。于是事情陷入僵局。

后来一次偶然的的机会，郗晓菲团队开车经过京新高速边时，到了地方车进不去，只能步行。他们走到一个架空输电线路的塔架下方，碰到几个巡检的人，就问了起来：电网体系的鸟害要怎么防范？

当时一位巡检大哥就笑了：电网里的鸟害指的根本不是鸟，而是鸟巢！在北方地区鸟儿会找暖和的地方筑巢，塔架塔板上因为通电所以暖和。可鸟儿在上面筑巢之后造成局部过热，容易使螺丝松动、绝缘体开裂。

听完后大家才恍然大悟。道理其实十分简单，可若是不到一线任谁能想到电网领域的鸟害指的是鸟巢？若是认死理非拿卫星去看鸟，做算法做提取、提高分辨率、做数据购买，那该是怎样的结果？

在十余年的商业遥感经历当中，郗晓菲慢慢有了更多感悟。她认为，**作为数字化时代的创业者、领导者，需要具备很多品质，其中最突出的三点在于：一是持续学习，二是接受改变，三是放下优越感。**

“一方面，在高科技的加持下，我们也要

去适应真实世界的状态，从一线提取结果。另一方面，我们不是由上向下兼容，而是由下往上兼容，必须放低姿态。” 郗晓菲总结道。

## 仰望星空

一众商业航天企业都在商业领域中积蓄着自己的力量，但是每当遇到灾难时刻，这些企业即刻会化身冲锋的勇士。

据了解，在 2011 年利比亚撤侨事件发生的时候，有六七家民营航天公司立刻不惜一切代价对卫星进行轨道调整，然后去观测从哪些陆地路线、哪些海上路线能够让侨民快速抵达港口或者机场。

“当我国侨民的人身财产安全在海外受到威胁的时候。其实不光是国家航天力量第一时间到位，商业航天力量也会责无旁贷地立刻响应。” 郗晓菲表示。

人们应该还记得 2013 年雅安地震、2017 年四川省阿坝州茂县滑坡以及二次滑坡、2021 年四川水灾、2021 年江西水灾、2021 年河南郑州大雨、2021 年宁波烟花台风登陆、2022 年芦山地震、2023 年内蒙古矿难坍塌……当这些灾害发生时，四象科技总能在第一时间获取数据，快速完成数据处理和分析，提供给救灾一线单位。

更加难能可贵的是，在灾难中冲在一线的四象科技，其所有获得的数据和报告都是免费提供给前线指挥部的。

在 2022 年芦山地震发生时，当地前线指挥所甚至还给郗晓菲打电话，说别再送数据了。“我们已经通过 7 条渠道拿到你的数据了，还有人是拿无人机做基站把你的数据传过来的。” 而之所以出现这种情况，是因为那时候大家都害怕卫星数据给不到前方，会不停

地通过各种方式往前送。

发挥科技力量的救助能力逐渐成为公司的一项精神传承。以前郗晓菲还会要求各部门的员工们迅速针对突发灾害整理数据，现在已经不用要求了，但凡有灾害发生，郗晓菲的同事们便自发地迅速完成一系列的数据输送工作。在宁波烟花台风登陆时，四象科技甚至在 20 分钟内就完成了数据处理和分析。

近期土耳其和叙利亚的地震灾害发生后，四象科技也是马不停蹄地做数据报告，找到从不同地域出发的蓝天救援队直接把图塞了过去。那些报告大概有 10 多页，只祈祷救援队有工夫看上一眼，能避开可能有二次灾害的地方。

**每当这些危难关头，总是会有星星在人们的头顶闪耀。那是人类亲手造出来的“星星”，传输着“生命第一”的讯息。**

无论“国家队”还是“商业队”，都怀有一颗赤诚的航天心。

郗晓菲直言：如果到了国家需要或者行业需要的时候，让我们这帮人去荒野大漠守卫星，守不守？基本都会守。如果国家现在说重启类似“两弹一星”的工程，让我们这帮人放弃一切直接集结，去不去？学了这门本事为啥不去？

“只要是跟航天事业沾边的人，爱国奉献和艰苦奋斗的劲儿已经深入到了骨髓里。只要有一个点被点燃了，真的会奋不顾身往上扑。” 郗晓菲表示。

千万年来，人们一直仰望星空。如今人类已经亲手造“星星”了，在星空的光辉下，流淌着航天先辈们的心血，也凝聚着无数航天人的情怀。无论身在何处，心有所向，心有所依。■



## 如果人生可以重来，我还是会选择创业

创业能带给我成就感和自由，这是我特别需要的，它也极大地开拓了我的视野。

文 | 钱丽娜

如果桂丹妮没有在智利的求学经历，可能她的人生轨迹就是一个字——“卷”。本科读完读硕士、读博士，然后找一份安稳的工作，结婚生子。而智利的交换生之旅，彻底改变了她的人生轨迹。

在智利，丹妮喜欢上了当地的一款鸡尾酒。这款酒在皮斯科白兰地中混入薄荷、柠檬汁和蛋清，入口清新，酸甜均衡。她不嗜酒，但呷上一口，丰满的酒体充盈口腔，心情瞬间转换。一口不仅入胃，还入了心，就像感受到南美人的热情、奔放和不羁。“原来微熏是这样一种迷人的状态。”

2015年，她回国时特意带了几瓶酒分享给身边的朋友。当时市场上多为白酒、葡萄酒、啤酒，品类很单调，而智利的这款小甜酒很受女性同学的喜欢。

丹妮动心了，何不把这款酒引入国内，专攻女性市场？

## 擦地板擦出“贵人”

西班牙语专业的丹妮大三时作为交换生去智利读书，那段时光留给她的是一种颠覆三观的感觉。不同于国内的“卷”，智利人似乎不把工作当回事，每天都很快乐，享受当下、及时行乐就像是生活的座右铭。

有一天放学后，丹妮被一群智利朋友拉去参加一个派对，玩到晚上12点，她说明天还要上课，准备回家休息。智利同学一把拉住她说：“不要回去，万一明天遇到地震就玩不了了。”快乐的智利人永远有各种让自己保持快乐的理由。丹妮受到这种氛围的影响，觉得人生其实可以多几种选择。

留学期间，她通过旅行去了解南美的风土人情，在读书、考试、奋斗之外，有时这些

目标可以稍稍让位给快乐。

在智利的日子也不是天天都美好。一天晚上，丹妮和朋友看完电影后，去一家华人开的餐厅吃饭，之后餐厅老板把她们送回家。快到家门口时，因为是单行道，丹妮便说下车自行走回家，这样就不用老板绕路回家了。可没想到，就在这短短50米的路途中，她遭到了抢劫，银行卡、现金被洗劫一空。因为这件事，餐厅老板内疚了很久，因为智利有个约定俗成的规矩，开车人一定要把乘客送到家门口，看着乘客进门才能离开。

之后的一个月，身无分文的丹妮只好接受餐厅老板的救济，蹭了一个月的饭。在这一个月里，丹妮跟老板熟络了起来，看他怎么经营餐厅、地产，听他的创业故事。

虽然丹妮是因为在智利喜欢上的那款小甜酒改变了她的人生轨迹，不过她大四的时候，这个引进小甜酒到中国市场的念头还只是一闪而过。那时候，她满脑子想的是正儿八经地找份工作，去“四大”或者去咨询公司工作。

2015年时，智利餐厅老板到上海出差，约丹妮吃饭。丹妮对他讲了代理酒的想法。没想到一拍即合，餐厅老板做投资人，让丹妮在国内拓展市场。

从餐厅老板的视角，丹妮虽然没有商业经验，但是她具备成为一个合格商业伙伴的素养。有一回丹妮在智利帮朋友搬家，收拾完东西后，她把地板擦得干干净净，擦完之后还用手摸一摸。这个举动被餐厅老板记在了心里。他认为丹妮刻苦、细心，又肯对朋友用心，会是个很好的生意伙伴，曾经他想让丹妮留在智利，与他共事。而当丹妮自己有了创业想法时，他乐意成为丹妮的合伙人，很快便打来了一笔启动资金。由此，丹妮没



再找工作，开始了激情创业。

### 从一张“白纸”开场

2016年，丹妮创业成立了果醺公司。果醺想要传达的是“小酌微醺，自在随心”的生活态度，希望为正在崛起的中国年轻女性消费群体创造更多的关于“酒”的可能性——更丰富的品类选择、家中小酌的饮用场景、自己动手DIY的体验乐趣、饮酒作乐的情绪价值。她要发挥西语的特长，主攻智利和西班牙酒庄，兼带着在世界各地寻找有颜、有品、有趣的小酒。

在这张美好的蓝图面前，丹妮的状态还是一张“白纸”。她拉上好友一起创业，两个女孩进行了各种尝试。智利合伙人每次打来几万元的资金，除去她们自己的工资，手中的资金并不多。她们只能找身边的亲朋好友支持，有时若有人能买上一箱，就觉得超级

开心。

这样的状态持续了一年半，投资人的钱基本烧没了之后，丹妮就陷入了焦虑。被逼得没办法时，她开始在淘宝上搜索甜酒店，想看看类似的甜酒在淘宝上是否有店家在卖。一搜发现还真有，她就给客服发消息，推销产品。很快，一家淘宝店就向她订购了4种口味共计480瓶酒。而另一家店看中了咖啡奶味酒，一下子下单了1200瓶。

丹妮和搭档高兴坏了，干了一年半，第一次见到这么大的订单，从此她们开始认真地去电商渠道，让自己的小公司先活下来。

丹妮是个喜欢简单生活的人，她不喜欢应酬，也懒于人情世故。很多90后做生意的方式很简单，产品好，有市场就卖，这也是为什么丹妮和一些电商客户从未见过面，但双方依然合作得非常顺畅的原因。

经营果醺公司后，丹妮的一项主要工作是



去国外酒庄选酒。创业之初，她几乎每年都会花半年时间在智利拜访各种酒庄，参观葡萄园，学习当地的酿造工艺。接着，她开始拓展西班牙、意大利等国的产品。语言专业的学习让她对海外文化有着浓厚的兴趣，而搜寻小甜酒品牌的工作延续了她对海外文化的热情。

每一款酒都饱含自己的个性，有的酒是热情的，有的酒是含蓄的，有的酒是奔放的，这些酒大多带有酿酒师的性格特征和风土特点。比如地中海地区生长的葡萄，不仅日照条件好，还有着特有的海盐风味，酿造出来的葡萄酒会更加热情奔放。

丹妮选的小甜酒都非常有特点。一款小丑派对热红酒，在外包装上和文化概念上进行了创新，欧洲瓶装的热红酒大部分是传统的德国圣诞市集风格，而小丑派对则是采用了北美 The Ugly Jumper 的概念，把瓶身的图

案设计成了红色底的毛衣花纹，给人耳目一新的感觉。

巴塞之花有机起泡系列，则是在酒瓶的设计上体现创意。它的瓶身雕花灵感来自于“Panot de flor”，这朵花最早只是巴塞罗那著名建筑 Amatller 之家的设计元素，后来渐渐流传开来，如今巴塞罗那大街小巷的地砖、建筑墙壁、人们身上佩戴的首饰等等都有它的身影，已然成为了巴塞罗那的城市标志，所以这款酒引进中国时，丹妮称之为“巴塞之花”。

药剂师金酒酒厂的前身是一战时期比利时安特卫普的一家草药店，上百年来，酒厂一直坚持小批量生产，每一瓶都有自己独特的编号。产品会随着市场的需求而不断变化，但不变的是对品质的执着和药剂师仍在治愈人心的情怀。

西班牙塔伦家系列则是在配方和工艺上做了创新，酒庄借助瓦伦西亚作为西班牙重要



橙子产区的优势，将橙汁按葡萄酒的酿造方法酿出了世界上第一款 100% 橙子酒，并严格使用有机种植法、人工采摘、天然发酵，赋予了塔伦家“自然酒”的属性。丹妮去瓦伦西亚这座城市时，发现就连街边栽种的都是橙子树，但是果子不能吃，只能用于观赏。与丹妮合作的瓦伦西亚酒庄其实并不是严格意义上的酒庄，而是一个橙子种植园。继承家业的三兄弟有一天突发奇想，看能不能用橙子酿酒，结果独创出了“自然酒”的概念。追求健康、自然、有机的现代消费者会被这种自然主义的理念打动。

### 寻找商业的门道

丹妮找到的那些酒庄，大多是靠陌生拜访。她在超市里找酒、试酒，觉得不错的，就看

酒标上的地址，直接打电话联系。

对很多智利人来说，中国是一个非常遥远的国度，很多酒庄做的只是本地市场的生意，不会想到要把酒卖到很远的地方。当丹妮说要代理他们的酒时，他们很感兴趣。

欧洲的一些酒庄都是家族经营的，出产的是精品，本身产量不大，因此也不曾想过拓展国际市场，也没有意愿去拓展。2017 年前后，中国市场也少有人注意到小甜酒这个品类，所以丹妮借助自己独特的语言优势，前去谈代理时，几乎没有遇到国内的竞争对手。酒庄方面也很支持丹妮去开拓中国市场，对起订量的要求不大，并且有的酒庄直接把中国总代理的权利交给了丹妮。

无论是欧洲人还是智利人，丹妮觉得他们大多数真诚又热情。但是在商言商，谈到各



种商业条款时，欧洲酒庄既直接也很真诚，会一丝不苟地执行合同。有一次丹妮收到酒后，发现瓶子上有划痕，拍照发给欧洲的品牌方，品牌方很快回复，对有划痕的酒进行赔偿。

但不是所有的酒庄都能严格执行合同条款，有的酒庄遇到相关的问题就没有什么回应了，或者每次发货，不是日期模糊就是瓶子有问题，时间久了，丹妮也在不断地优化合作伙伴。

2020年，线下酒吧、餐厅的生意都非常不易，丹妮合作的一些酒庄会考虑到代理商的经营挑战，尤其欧洲大酒庄，他们把合作关系看得更为长远，会给予不少物料的支持，包括参加展会时的摊位费支持，甚至如何在超市陈列，如何做超市推广，都会给予指导和培训。丹妮的产品价格体系，看每个环节的利润空间如何分配。

经过几年的摸索，丹妮渐渐找到了门道，她说：“做生意不仅要看产品，人也很重要。可以建立信任关系的人才值得长久合作。现在我跟别人聊一个小时，大致就能知道对方是否与自己气场相投。”

做品牌代理，丹妮最为谨慎的是商标所有权的问题。她会跟酒庄要求把商标注册在她公司的名下，这样她才能全情投入做市场，否则中途商标被人收回，前面几年的努力可能就白费了，因为每一款产品开拓市场都需要耗费大量的时间和精力。有的酒庄经过初期的尝试，看到了与丹妮合作的潜力以及做生意的诚信，直接就与丹妮的公司签订几十年的独家代理合同。

创业的过程有甘有苦，但丹妮庆幸自己没有按部就班地走职场打工人的路。她认为，

创业是一个不让自己受限的历程，可以不断地打开思路，一路往前走。

如果再给一次选择的机会，丹妮还是会选择创业。她说：“创业能带给我成就感和自由，这是我特别需要的，它也极大地开拓了我的视野。”而在创业的同时，丹妮也不忘深造，她考上了上海交大高金MBA，边工作边求学，甚至把公司也搬到了学校旁边。未来，她的愿景是把公司发展成为中国第一大的小甜酒进口商，让自己成为一个具有全球视野的创业者。■





## 莫听穿林打叶声，何妨吟啸且徐行

女性的伟大之处在于她们从不因性别而退缩，也在于她们柔肩亦担重任的格局与魄力。

文 | 王倩

在外界的“刻板印象”中，家族企业的“二代”们总被称“富二代”，但青岛酷特智能股份有限公司董事长张蕴蓝更希望外界称她为“创二代”。

2009年，张蕴蓝从父亲张代理手中接过总裁的重担，带领公司于2020年7月上市，实现了公司在资本市场上从0到1的突破。2020年10月，张蕴蓝又从父亲手中接过董事长的权杖，开始了她新的旅程。对此，外界也在观望，她能否带领酷特智能实现新的突破？

## 回归

实际上，拿到加拿大北哥伦比亚大学市场营销和国际贸易双学位的张蕴蓝起初并没有回家继承企业的计划，而是选择留在上海的另一家企业工作。2005年，缘于父亲的一次探望，她回到了家族企业。

彼时，一向很少探望女儿的张代理，在探望张蕴蓝时对她说道：“父亲希望你回去上班。”就是父亲的这句话，改变了张蕴蓝的人生轨迹。她毫不犹豫地随父亲回到了青岛。

1995年，张代理创立了红领REDCOLLAR品牌，专门从事成衣的生产、销售，这也是酷特智能的前身。

21世纪初期的传统服装行业，正面临着严重的“高成本、高库存、低利润、同质化”等问题。张蕴蓝接班面临的首要问题，便是打通生产到销售之间的壁垒，有效减少库存，这很难一蹴而就。回到家族企业的张蕴蓝首先从基层岗位做起，报关员、营销中心，再到一线生产车间，几乎用脚步走遍了整个公司，经过了上千个日日夜夜的各“要害”部门重重考验，2009年3月，她与父亲张代理进行了交接仪式，从此开始担任酷特智能

总裁。

经过多年的历练，张蕴蓝和父亲坚定地认为，面对传统服装制造企业“高成本、高库存、低利润、同质化”的行业红海危机，企业必须进行数智化转型。虽然经历“阵痛”是转型的必然过程，但只要方向对了，坚持长期做正确的事，必然会开花结果。

这是一场从大批量生产到个性化定制的转型，酷特智能历时10余年，投入了数亿元资金，以信息化与工业化深度融合为基础形成了完整的C2M产业互联网生态体系，打造了独特的核心价值，创造了全新的思想与方法。

## 做正确的事

从2003年开始，面对当时传统服装工厂之间价格上的恶性竞争和难以解决的库存问题，张代理意识到，如果继续这样发展，服装加工企业终将走向衰亡。于是他决定拿自己的工厂做试验田，向大规模个性化定制转型。

越来越多的从业者意识到，要从根本上解决服装业的库存问题，就要从库存产生的根源——供应链着手，最大限度地“预防”库存积压。

服装行业供应链管理的一个重要目标是满足顾客要求的同时维持合理的库存水平。在供应链管理中有个重要概念“客户订单分离点”，它是指如何决定库存的位置，以使得某些操作或者实体在供应链中的运行能够独立开来。

何谓“客户订单分离点”？举个例子来说，一件衣服储存在零售商处，顾客从货架拿下，付款买走，而代理商、品牌商看不到下单的过程。这里，零售商的库存就是顾客和制造

商之间的缓冲，这个库存点就是客户订单分离点。

根据客户订单分离点理论来分类，可以将服装企业分为四类：用成品库存来服务顾客的企业称为面向**库存生产型企业**；根据顾客的特定要求来组装预装模块的企业称为**面向订单装配型企业**；为顾客从原材料到零件再到部件进行生产的企业称为**面向订单型企业**；**面向订单设计型企业**则是顾客与企业一起设计，再用原材料到零部件进行产品的生产。

服装的定制化，类似于面向订单装配、面向订单生产、面向订单设计的模式。“客户订单分离点”的位置更靠近制造，对解决库存问题有着重要影响。

这一模式的优势在于能够缩短从设计、生产到交付之间的距离，最大程度提高效率，同时能够避免库存问题。对张代理父女来说，有了思路，就有了实现的可能。实现这一可能的工具便是产业互联网。

产业互联网是时代发展的产物，是对各个垂直产业的产业链和内部的价值链进行重塑和改造，从而形成的一种互联网生态和形态。

张代理的想法一直很前卫，所以在互联网刚刚兴起时，他就敏锐地感觉到传统制造业必须要结合互联网才能实现“突围”，从而奠定了公司发展产业互联网的基础。

2007年青岛红领集团正式更名为青岛酷特智能股份有限公司。经过持续科研投入，酷特 C2M 产业互联网平台目前已经研发出一整套完整的工业升级改造方案，包含全新的数字化治理体系和酷特数字化治理平台、全数据驱动的个性化定制全生命周期解决方案。

截至 2021 年底，酷特 C2M 产业互联网平台在服装鞋帽、机械、电子、化工、医疗、

家居建材、门窗等 30 多个行业的 100 多家企业中进行了实践和探索。

## 女性更易兼容并包

2020 年，张蕴蓝从父亲手中接棒，正式出任公司董事长。三年来，新冠病毒感染疫情反复，国内外市场充满不确定性。面对错综复杂的外部环境和各种挑战，酷特智能实现了 C2M 大规模个性化智能定制走向成熟，并迈出了向产业互联网生态系统迈进的脚步。

如果说上一个十年，公司实现了从 0 到 1 的转变，完成上市，那么张蕴蓝接棒董事长的这两年，则是从 1 到 N 的开始。

得益于 C2M 产业互联网平台这套系统，酷特智能在疫情期间也交出了一份不错的答卷。2022 年上半年，其海外利润增长超 70%，国内增长超 40%，前三季度，其归属于上市公司股东的净利润达 6084.47 万元，同比增长 46.01%。其中，前三季度境外收入实现 17268.64 万元，同比增长 60.92%。

实际上，作为一家拥有制造业基因的企业，在转型过程中，遇到过各种挑战。

张蕴蓝也坦言，当今企业面临供给和需求的双重压力。从需求角度看，同质化需求的高峰已过，个性化、多样化的需求正逐步成为主流，传统行业的供给方式已经无法有效满足个性化和多样化的需求；从供给角度看，行业内竞争激烈，基于预测的面向库存的产品批量生产，库存成本大，利润空间非常小，用户满意度低。

传统的扩大规模、控制产业链、提效降成本等，对企业发展没有实质效果，只会导致更多库存；新需求呼唤新供给，迫使企业必须颠覆传统以产定销的同质化产品批量生产

模式，寻求新的以满足用户个性需求为核心的发展模式。

面对这些挑战，张蕴蓝认为需要一种“创新”的领导力，唯有不断创新，提升自己的核心实力，才能在充满不确定性的时代站稳脚跟。而女性在这一方面，更容易兼容并蓄，广泛听取大众的意见。但管理企业并非易事，唯有付出超于常人的勤奋和努力，持续地学习和实践，实现自己在业务能力和认知格局上的提升，才能不断紧跟时代趋势。

“女性的伟大之处在于她们从不因性别而退缩，也在于她们柔肩亦担重任的格局与魄力。”张蕴蓝在联合国妇女地位委员会第六十七届会议发言时如是强调。

### 最好的管理是不需要管理

从总裁到董事长，张蕴蓝的身份发生了新的变化，对于她而言，也是一份新的旅程，站在更高的位置上，也会面临摆在企业领导者面前的共同话题：管理。

张蕴蓝说，最好的管理，是不需要管理，公司能够做到管理者在与不在都能正常运转。这种平台化、数字化、数据化的改变，颠覆

了传统管理模式，实现了全流程数据驱动，企业经营全要素一键实时精准呈现，全员自治工作。如今，公司已实现“运营平台化、过程数据化、结果数字化、后台智能化”。

得益于公司的数字化治理体系以及治理平台，张蕴蓝的接班过程十分顺利。通过数字化治理体系实现员工自己指挥自己工作，在自己的岗位上“自由”地发挥出最大的价值；同时企业的管理者也不需要层层对话，只需要到平台上看一眼就能掌握每一个人当天的工作情况。

如今国内制造业正在向着产业互联网迈进。制造业也不再局限于单一的制造发展模式，而是不断地向着“制造+服务”的模式迈进。从提供产品到提供服务解决方案，制造业在持续打造自身的商业价值。

在这个过程中，张蕴蓝认为，企业管理者需要“务实”的领导力。在她的理解中，务实就是在市场形势好的时候，不盲目上马项目、炒作概念，赚“快钱”。在面临挑战的时候，也要坚持做好自己，稳扎稳打，这是一个企业领导人的“定力”，是一种“莫听穿林打叶声，何妨吟啸且徐行”的持续专注。



这种坚定、专注与韧性，在张蕴蓝看来，女性领导者更具优势。

作为“创二代”，张蕴蓝认为，创业面前，女性拥有相同的机遇，但也必须付出相同甚至更多的勤奋和努力，持续地学习和实践，才能不断紧跟时事趋势。而敏锐的商业嗅觉，超强的风险防范意识、信用意识与责任意识，优秀的共情能力和协调沟通能力，以及出色的审美意趣，则是女性创业者的优势所在。

## 传承

对于“二代”们而言，“接班”是他们的“必答题”。当谈到接班两年的变化时，张蕴蓝说：“最大的收获就是‘传承’。”两年来，企业传承了能持续创造价值的核心竞争力，建立了持续以价值创造为核心的经营文化，打造了“以科技为中心+资本赋能”的产业价值链创新模式，短期内实现了平稳高效的企业传承，长期为企业可持续发展奠定了基础。

在家族企业的传承上，成功与否往往受多重因素影响，其中一代的企业家精神和二代的接班人素养，是不可分割的两个重要因素。

张蕴蓝将企业家精神理解为价值观。她认为创始人的价值观，通过他的言行举止在生活中和工作等方方面面的影响力是非常大的，他会影响着他周围的所有人。

“从小我的父亲就告诉我，是党和国家的改革开放成就了我们，所以我们必须要回报国家、回报党。生活在中国共产党领导下的新中国是我们的福气，父亲不仅是这么说的，也是这么做的。”张代理对于张蕴蓝的言传身教，真切地影响着张蕴蓝的价值观。

张蕴蓝认为，作为企业接班人，应该具备

几个素质：

第一是责任与感恩。当家族企业需要我们的时候，我们应该用感恩的心回到企业，来助力企业的发展。

第二是敬畏。因为时间和阅历的因素，实际上非常多的二代对家族企业所处的行业缺乏足够深的了解，所以我们要敬畏这个行业，敬畏我们的创始人。

第三是定位。接班人要非常地清楚，血缘关系与工作不能混为一谈，所以接班人要定好自己的位置，要像一个优秀的职业经理人那样与创始人相处，这样就会避免非常多不必要的麻烦与纠纷。

第四是对自我的认知。我们要清楚，我们接的不是一堆厂房、一群人，最重要的是一整套科学的、符合时代的、可持续健康发展的体系。

能够在事业和生活中扮演好自己的角色，是不少女性共同追求并为之不断努力的目标。在张蕴蓝看来，自己应该努力让家人感到幸福、快乐，做好自己分内的事情，不给家人添麻烦。“家人的幸福和快乐来源于我们的关心，也来源于我们自身的幸福，我们过好自己的生活，家人们也一样会开心、幸福。”

接任董事长两年，张蕴蓝谦虚地为自己的工作打60分，但她说会在追求满分的道路上永不停歇。面对未来，张蕴蓝有着清晰的规划：一方面在服装领域做强做大，拓展新品类，建立新卫星工厂，打造独一无二的服装C2M产业互联网平台，所有品类实现柔性化、个性化智能生产；另一方面要探索打造第二、第三条企业增长曲线，实现跨行业产业互联网平台的建设和落地，带领着公司继续在书写满分答卷的路上，永不停歇。■

## 用资产配置做投资 在不确定性中选择相对的确定性

在不确定性增加以及资本市场动荡不安的情况之下，资产配置的重要性凸显。

文 | 中国外贸信托标品投资部

2022 年受乌克兰局势、美联储超常规加息以及新冠病毒感染疫情散点多发等影响，经济通胀伴随着资产通缩，全球权益市场大幅下跌，各类资产景气度下降。

这一年，世界充满着不确定性，投资者更加清醒地认知到须对各类风险和不确定性多一丝敬畏，用资产配置和策略组合去降低单一“踩雷”的风险才是科学且聪明的投资方式。

### 资产配置的底层逻辑

据公开市场信息显示，国内 2004 年 ~ 2020 年各大类资产收益率统计不同年份内的强势资产不尽相同，人民币兑美元的汇率频繁波动，大类资产配置所带来的收益空间较大。

同时，不同策略的业绩相关性较低，进行多策略配置有利于分散组合风险。据美国知名机构 BarclayHedge 统计，美国市场不同策略产品的业绩相关性大多低于 50%，综合配置

可降低资产组合波动，提高投资者体验。

实践中，资产组合型产品是最能满足一般投资者财富保值增值需求的一种产品类型。

市场上任何一类资产都有很强的周期性，卓越的基金经理也难以避免漫长的震荡回撤期。如何将震荡期缩短，回撤幅度降低？有效的解决方案是，根据财富管理行业投资经理对市场的研判，将不同策略的资产进行不同比例的组合。通常，不同资产的波动周期各有不同，很少会发生所有资产集体回撤的情况。如果投资者能够将各类资产项下的优秀基金精心搭配起来，资产组合内一类资产回撤的时候，其他类别的资产能够上涨，那么整体资产组合的回撤就会很小，或者维持上行。因此，从长期看，资产组合就会是一条相对稳健的上升曲线。

当然，资产配置领域也有自己的“不可能三角”，即高收益、低风险、大容量不可能

三点都兼顾，最多兼顾两点。市场上几乎没有单一的管理人能在所有资产及策略的投资上都能做到行业顶尖。FOF 业务资产和策略覆盖能力强，适合通过资产组合的方式给出大容量、中收益、中低风险产品特征，享受顶尖管理人带来的超额收益。

### 资产配置型FOF应运而生

FOF 组合从构建的第一步开始就利用了大类资产配置的逻辑。财富管理行业投资经理基于子基金约定的风险收益特征，结合产品投资方案，参考经典的资产组合模型的输出结果得到初步的大类资产配置比例。使用以宏中观基本面指标为信号的判断体系，通过对宏中观指标的实时监控，了解经济基本面的运行情况，进而判断各类资产的走势可能，并使用周期分析、震荡指标分析等统计性规律与基本面判断相互论证预判。

资产配置框架可为 FOF 投资经理在不同时点的大类资产配置决策提供支持，以此确定不同资产的配置比例如何调整；基金绩效分析评价体系是在大类资产配置确定后，帮助 FOF 投资经理选出各类资产中的更适应市场环境的子策略，就是在各类资产中选出最适合 FOF 组合的子基金。

根据确定的大类资产配置比例，投资经理在已准入的策略池中选取相应策略的子基金。通过子基金之间的总体相关性、子基金之间相关性的稳定性以及特定时期的相关性这三个维度，去计算分析子基金相关性，避免子基金相关性过高的情况发生，有效规避市场调整时资产组合的回撤与波动。选取后深入分析子基金策略，结合市场研判调整子基金权重，保持资产组合风险收益特征符合预期

并有适当的敞口弹性。

市场是一直在变化的，投资管理要做的是应对变化，要时刻保持对市场敏锐的洞察力和理解力。以外贸信托 FOF 产品为例，其投后管理是以日度、周度、月度、季度等不同频率进行的。一般而言，日度监控主要观察各子基金的表现，月度监控则在策略维度对产品进行检视，统筹考量宏观经济、中观行业、货币金融方面的月度数据和市场交易特征、监管动向，进行更为主动的资产配置管理，动态调整不同策略产品配置比例，以较好地解决产品波动高回撤大的问题。

通过 FOF 母基金管理大量的宏观研判和尽调追踪，显著降低投资者信息不对称性，降低投资“踩雷”概率及“踩雷”伤害程度。FOF 产品在单个年份可能不一定出彩，但拉长时间线来看，通过资产配置管理的资产组合是稳健进步的“综合优等生”。

资管新规提倡信托回归本源业务，特别是《关于规范信托公司信托业务分类有关事项的通知（征求意见稿）》发布后，FOF 产品已经成为家族信托越来越重要的配置方向。家族信托存续时间长，追求稳健、传承的特性与 FOF 产品的风险收益特征及优势十分匹配，所以，这种趋势性的变化可能是一种必然。

同时，FOF 业务基于其资产配置的能力，还可以为部分家族信托设计定制化的 FOF 产品。真正做到了资产配置从解决方案出发，而不是简单地回测 FOF 产品过往业绩，部分解决了投资者的需求导向到实际业务落地的问题。基于投资者需求定制下的 FOF 业务，虽然不能在所有市场环境下都赚钱，但是从中长期看，大概率投资方向是正确的，也可以从一定程度上优化投资者的持有体验。■





# 闲谈

人类社会飞快地进步，但每个人心灵深处似乎永远为田园牧歌式的生活留有一个位置，好像千百年前就已经存在的蓝天绿野、山水相依的田园生活，总能够抚慰现代都市人疲惫的灵魂。大理的美不是影视作品般堆砌的美，而是充满了烟火气、充满了人情味的人与生活的对话与和解。“诗和远方”不一定要跋山涉水去寻找，回归乡土或许就能拾得安宁。只要心里有云南，哪里都是有风的地方；只要心中有向往，哪里都可以是“桃花源”。此心归处是吾乡，在田园牧歌式的生活里，在心灵归处，总能等到风来。

- 
- 春有约，花不负
  - 去“有风的地方” 此心归处是吾乡
  - 随遇不安，发现新我

## 春有约，花不负

春光无限不负卿，在 2023 年的春天里，最美的当是人们的笑意。

文 | 刘青青

仿佛在所有的童话里，春天都是突然来临的。一瞬间就花满枝头，浅草萋萋，破开了冬日的冰雪和严寒，雀语婉转，蝶舞蹁跹。

从中国大地的西边向东望去，新疆伊犁的野杏林、云南昆明的蓝花楹、四川阿坝的梨花、湖北武汉的樱花、河南洛阳的牡丹、江西赣州的油菜花、北京的山桃花、山东青岛的杜鹃、江苏盐城的郁金香、浙江奉化的玉兰……中国各地的春花渐次开放，赏花踏春正当时。

在新疆伊犁河谷里，有 3 万多亩中世纪留下的野生杏林，4 月中旬至 5 月初是最佳观赏期。草原上千株万棵野杏花开、漫山遍野，枝根相连、粉红翠枝，置身其中，宛若花山花海、童话世界。

每年的 4 月至 5 月，“春城”昆明蓝花楹陆续进入盛花期，道路两旁上千株蓝花楹在盛放，花团锦簇，层层叠叠，仿佛一条绵延数公里的蓝色飘带，整个城市都笼罩在紫色的花海里，如梦如幻。

在四川阿坝州金川县的春天里，最不能错过的就是万亩梨花的美景。这里是全世界范围内最大的原生态高海拔雪梨种植区，有“中国雪梨之乡”的美誉。这里有成千上万颗梨树，花期在 3 月上旬至下旬，春风拂过时，洁白梨花开满山谷，一簇簇洁白的梨花带来

铺天盖地的梨花香。

在秦岭南麓的陕西汉中西乡县，上万亩櫻桃花在春雨后争相绽放，雪白的櫻桃花一团团、一簇簇缀满枝头，铺满山间。这万亩櫻桃是西北地区最大的櫻桃种植基地，花期极短，2 月底 3 月初为观赏期，花开可持续到 3 月中旬，此后这万亩花海将会挂果，结出鲜红的果实，助力当地致富。

3 月中旬，湖北武汉的櫻花进入盛花期，早櫻、中櫻、晚櫻、多期櫻等依次盛开，盛花期一直持续到 4 月初。从东湖櫻舞走向武大珞櫻缤纷，从知音琴台寻路晴川吹雪，武汉的櫻



### 杏花

新疆伊犁河谷

花期：

4 月中旬至 5 月初

### 蓝花楹

云南昆明

花期：

4 月至 5 月

### 梨花

四川阿坝

花期：

3 月上旬至 3 月下旬

花盛开时，整个城市都变成浪漫梦幻的海洋。

唯有牡丹真国色，花开时节动京城。洛阳的春天一直沉醉在千姿百态的牡丹里，3月底至4月中旬洛阳牡丹进入最佳观赏期，能看到银红巧对、二乔、冠世墨玉、首案红、嫦娥奔月、迎日红、荷包牡丹、葛巾紫、烟绒紫、火炼金丹、蓝田玉、玉板白、贵妃插翠、楼兰美人、一品黄、豆绿等各种牡丹娇妍盛放。

3月初，江西赣州后花园赣县区的3万亩油菜花点亮金色，在3月下旬至4月初进入盛花期，花期能持续到5月初。田野里成片成片的油菜花竞相怒放，灿若星海，金黄的油菜花点缀着山乡村野，色彩斑斓，美如画卷。

在北京国家植物园的山桃花溪景区，在3月中旬至4月中旬能看到山桃花溪叠水的雅致景色。在青山环抱、春水荡漾，近千平方米的景区内，数百株盛放的山桃花交相辉映，一泓溪水沿石阶奔流而下。

在青岛大珠山风景区，4月上旬至5月上

旬将迎来杜鹃的盛放期。春风十里催锦绣，漫山杜鹃花正红，盛开的花枝与含苞骨朵交织在一起，浓淡相宜，远远望去，漫山遍野的杜鹃将整个山都染成紫色，和煦春风中满山的紫气，如云似霞，让人震撼。

3月上旬至5月，“中国郁金香第一花海”——江苏盐城将迎来郁金香的绚烂开放。郁金香色彩活泼，清妍俏丽，当金黄、粉红、淡紫、雪白、艳红的郁金香齐齐开放时，将铺成一望无际的斑斓花海。

从2月底，浙江宁波奉化区的玉兰就已经竞相绽放，在3月初至4月上旬进入最佳观赏期。宁波锦屏街道长岭村绵延1公里的玉兰花或粉或白，摇曳生姿；奉化雪窦山盘山公路从玉兰海中穿行而过，硕大的花朵如玉石雕刻而成，精巧别致，亭亭玉立，沿着起伏的山脉在春光里流动、绵延。

春光无限不负卿，在2023年的春天里，最美的当是人们的笑意。☺



**樱花**  
湖北武汉  
花期：  
3月中旬到4月初

**牡丹**  
河南洛阳  
花期：  
3月底至4月中旬

**油菜花**  
江西赣州  
花期：  
3月下旬至4月初

**山桃花**  
北京国家植物园  
花期：  
3月中旬至4月中旬

**杜鹃**  
山东青岛  
花期：  
4月上旬至5月上旬

**郁金香**  
江苏盐城  
花期：  
3月上旬至5月

**玉兰**  
浙江宁波  
花期：  
3月初至4月上旬



扫码快速阅读



## 去“有风的地方” 此心归处是吾乡

只要心里有云南，哪里都是有风的地方；只要心中有向往，哪里都可以是“桃花源”。此心归处是吾乡，在田园牧歌式的生活里，在心灵归处，总能等到风来。

文 | 刘青青

一部剧带火一座城。

因为“神仙姐姐”刘亦菲主演的电视剧《去有风的地方》热播，到云南大理旅游的人群暴增。

《去有风的地方》通过镜头向观众们展现了云南大理的美丽多姿，电视剧也因此与大理有了前所未有的联动力。现在大理人几乎都知道这部剧，不无自豪地对外地游客“炫耀”：

“云南大理一直都有很多游客过来游玩，电视剧播出之后游客就更多了。”

让无数人着迷的电视剧《去有风的地方》是一部剧情十分“慢”的作品，缓慢又温柔地触碰不同人遭遇的困境，用唯美浪漫的镜头吐露他们的救赎与蜕变。剧中每一帧都清新隽永，充满了田园牧歌的浪漫美好，而云南大理也成



为了无数人追寻的“诗和远方”。

## 去“有风的地方”

云南大理确实如同电视剧所呈现的那样梦幻美好、令人沉醉。它地处云贵高原与横断山脉结合部，大地褶皱，地貌复杂多样，有着著名的苍山（也称“点苍山”）、洱海等景点。

横断山脉云岭挺入大理的纵深处，造出惊人的苍山十九峰，由北向南依次排开。从十九峰山谷处，又流出十八溪，共同向东汇入澄清蔚蓝的高原湖泊——洱海。苍山洱海哺育了当地的人文发展，促进了8~12世纪东南亚第一大古都——大理古城的繁荣。

从苍山往下望去，可以看到大片大片的建筑环绕着洱海，仿佛在山体的怀抱中，有一条白色的绸缎轻轻环住了一块澄蓝色的宝石。

再换个角度看，洱海长长的旅游环线穿过绿色的麦田、金色的油菜地、暗红色的水杉林和喧闹的海鸥聚集地，途经崇圣寺三塔、蝴蝶泉、天镜阁、茈碧湖、理想邦等景点。这些景色时而恬静时而壮阔，有的曾经出现在电视剧《去有风的地方》里，有的则还静静地等待着游客们发现。

这里有小桥流水的村庄风光，有历史古镇的韵味悠长，有干净漂亮的S湾，有成群结队从游客手中叼食的海鸥，有色彩明亮的风情建筑，有精巧舒适的民宿，有灯光绚烂的酒吧一条街，有热闹不息的商业街巷，也有宁静的沙滩和草地，有麦浪，有咖啡，以及温情的陪伴。

人们从五湖四海聚到这座美丽的城市，暂时抛下各自的焦虑、忧愁，走在洱海边上，一辆辆色彩缤纷的敞篷跑车奔驰在路上，传出歌声与欢笑，仿佛这里宁静的山水能接收一切烦恼，只留下美好。

《去有风的地方》不吝于用镜头展现清新优美的田园风光，而沉浸式地走进大理的人，似乎也真的能够感受到：当风吹动时，心灵正在贴近自然，种种郁闷焦灼烟消云散。

## 古镇风光

苍山脚下，洱海之畔，大理古城繁荣至今。据了解，大理古城在唐、宋五百多年的历史间是云南的政治、经济、文化中心。古城内文物古迹众多，城池格局基本保存，重要遗址可辨。

大理古城方圆十二里，方正有序，建有四座城门楼以及四座角楼，南北城门相互对

称，而东西城门相错。城池内道路纵横，陈列如棋盘，城内建筑风格统一、尺度合宜、市容古朴、街道流水、花木扶疏。即便今天的大理古城商业化程度已经较高，但建筑古朴、风情依旧。

除了大理古城，这里还有一个个独具魅力的地方古镇，它们在洱海长达 117 公里的湖岸线上静静伫立。比如风情各异的沙溪古镇、诺邓古镇、喜洲古镇、双廊古镇、巍山古镇等。

其中，双廊古镇三面环山，一面临海，依山傍水，风光旖旎。它由海边渔村发展而来，街巷纵横，每一条小路都通向洱海，透过古老的建筑隐约可见波光摇曳。知名舞蹈家杨丽萍的月亮宫和太阳宫就坐落于此。

喜洲古镇是“中国白族风情第一镇”，集白族民居建筑风格、商帮文化、白族风情等为一体，其“三坊一照壁”及“四合五天井”的白族庭院格局吸引着无数游客。喜洲古镇周边的田野，一年四季风景如画，有金黄色的油菜花灿若星海，有碧绿色的麦浪翻滚不绝，也有金灿灿的稻田告知丰收。

沙溪古镇则因其独特的河棚建筑风貌和“一河二街三桥一岛”的完整古镇格局被评为国家级的历史文化名镇，是典型的带形水乡城镇。与此同时，沙溪古镇位于茶马古道之上，拥有茶马古道上唯一幸存的古集市。

巍山古镇（城）是南诏国（唐朝）的发源地，历经岁月沧桑，有着不同于其他古镇的历史底蕴。巍山古镇以拱辰楼为中心，呈井字结构，共 25 条街、18 条巷，每家每户都悬挂门联，每一幅门联都透着这座古城的文化气息，传承着古城的千年文脉。

诺邓古镇是一座有着上千年历史的白族村寨，民居建筑依山而建，一千年来村名从未更

改，也被誉为“千年白族村”。诺邓古镇的知名度并不如大理古城、双廊古镇、喜洲古镇等，商业化程度相对较低，居民建筑极为生态古朴。不过，人们或许不知道诺邓古镇，未必不知道诺邓火腿，正是诺邓火腿，成就了古时的经济重镇，如今，却已然成为小镇最具力量的名片。

这些大大小小风情各异的古镇，它们散落在洱海湖畔，仿佛人类文明的颗颗明珠缀在了大自然的山水秀丽之处，越是景色怡人，越是闪耀人文的光辉。

## “舌尖上的云南”

在电视剧《去有风的地方》里，刘亦菲喝玫瑰茶、樱桃酒，品尝这里的烤乳扇、包浆豆腐、鲜花饼、舂鸡脚、炸洋芋、诺邓火腿……当地人在青瓦白墙碧叶繁花间创业，在各种烟火气中实现梦想，让人仿佛看到了“舌尖上的云南”。

云南由于其独特的地理风貌、特殊的气候状况、多彩的民族风情、奇特的风俗习惯，产生了许多不同于其他地方的奇异现象，流传下“云南十八怪”的说法。而云南的“怪”在美食方面体现得更淋漓尽致。

例如云南之“怪”——“糌粑被叫作饵块”：这里产大稻米，香糯可口，把大米蒸熟舂打后揉制成形，颜色白如雪，像内地做的白米粑，当地称饵块；“蚂蚱能做下酒菜”：云南许多地区的人都有吃虫的喜好，变害虫为佳肴，化昆虫为美味，蚂蚱、蝗虫等油煎之后焦脆鲜香，颇受欢迎；“竹筒当锅煮饭卖”：在西双版纳等地区，常有人以竹筒代锅，煮出呈圆柱形、清香宜人的竹筒饭。

除此之外，在云南，“牛奶也能做成扇子卖”。在苍山脚下，有一种用牛奶经过特殊工

艺制作的扇子状的凝乳薄片,当地俗称“乳扇”,是云南千家万户喜爱的食品。一个小小的推车,摊主拿铁夹夹出一片用牛奶制成的“乳扇”,放在高温下慢慢烤制,这样做出来的烤乳扇奶香浓郁、口感独特。

再复杂的美食烹饪,也无外乎爆、烩、焖、炒、余、烙、烤、烹、涮、焗、煮、炖、蒸等手法,可唯有“舂”,人们翻遍所有烹饪专业的教科书恐怕也无法找到。而这种古朴独特的菜肴制作方法,就存在于云南很多地区的少数民族家中。

“舂,捣粟也”。只需要一根木杵、一个舂臼,各种食材入臼,捣弄一番就是一道美味。在云南,无论是鸡鸭鱼肉还是水果蔬菜,“万物皆可舂”——干肉可以舂,干鱼可以舂,舂笋可以舂,豇豆可以舂,辣椒可以舂,南瓜子可以舂,芒果可以舂,鸡也可以舂……柠檬舂鸡脚就是一道极受外地游客欢迎的名菜。

正是这些融合了美食、美景的温暖的乡村生活图景,透露了真挚又踏实的美好。在云南大理的悠悠岁月,才会如同电视剧《去有风的地方》所表现出来的那样,田园生活的一点一滴都足够动人。

## 看见“慢生活”

人类社会飞快地进步,但每个人心灵深处似乎永远为田园牧歌式的生活留有一个位置,好像千百年前就已经存在的蓝天绿野、山水相依的田园生活,总能够抚慰现代都市人疲惫的灵魂。电视剧《去有风的地方》正是在记录这样一种“慢生活”。

恬静闲适几乎是大理最显著的一面,但绝不是大理唯一的一面——这里环境优美、民风质朴,同时也历史悠久、繁华似锦。



大理古城



为制作鲜花饼而晒的玫瑰花

四季如春的大理花团锦簇,连古城古镇里也是百花盛开,生命力旺盛、形态各异的多肉植物更是在其中熙熙攘攘争奇斗艳。甚至连大理的绿化带也曾因为成片的虞美人、茂盛的兰花和迷迭香而受到网友们的“羡慕嫉妒恨”。

历史悠久的大理地处世界上最高、最险峻以及环境最为恶劣的茶马古道之上,古道地跨陕、甘、贵、川、滇、青、藏,外延可达南亚、西亚、中亚和东南亚各国。直到今天,每一段古道上似乎仍能听见亘古回响的马帮铃声。

团结包容的大理有十多个世居民族,其中在洱海附近有白族群居,喜洲古镇更是号称“白族第一镇”。千年来,白族的“三滴檐”接落着一场场雨水,其门楼、照壁、山墙乃至门板、窗户等白族非遗特色无不绚丽多姿。



喜洲古镇

大理还有吹吹腔（俗名“板凳戏”，白族的古老剧种之一）、大本曲（白族民间说唱曲艺）、扎染、剑川木雕等文化技艺……都在从容淡定的日常当中慢慢传播。

总之，在依山傍水之间，大理似乎永远进行着“慢节奏”，享受着“慢生活”，即便是夜间的酒吧也透露着慵懒。

无论是土生土长，遵循着一辈辈劳作规律的“老大理人”，还是被吸引来的文化人、艺术家、手艺人等“新大理人”，总能够在山水田园间找到心灵的安居之所。

### 此心归处是吾乡

实际上，心境如厮，哪里不是“有风的地方”呢？

从大理一路向北，丽江古城清风徐徐，玉龙雪山劲风不歇；更远一些的泸沽湖畔，摩梭人日夜倾听湖面风浪的声音；湿热的西双版纳，茂盛的榕树林下能容得下茶木百亩、风雨穿梭……

出了云南，长江中下游大片金黄的水稻成熟时处处金浪翻卷，无穷的接天莲叶随风

摇摆；戈壁的胡杨林从来都岿然不动地与风沙致意；沙漠中也有调皮的沙丘顺着风的方向悄悄“奔跑”；高寒之地尽是常年不休的风雪；沿海渔民已经习惯了在船只上枕着风涛入睡……

任何一个城市、小镇、乡村、山寨……都是有风的地方，都是故乡或他乡。

在中国社会发展步入快车道的今天，面对都市职场压力，人们开始渴望慢下来，走进田庄、山林、马场，重新认识自我。电视剧《去有风的地方》展现了一批都市青年的徘徊、苦闷与挣扎，也以沉浸式的影像风格和恬逸的美学意蕴，描绘出年轻人扎根乡土治愈人生的动人温情。

大理的美不是影视作品般堆砌的美，而是充满了烟火气、充满了人情味的人与生活的对话与和解。“诗和远方”不一定要跋山涉水去寻找，回归乡土或许就能拾得安宁。

只要心里有云南，哪里都是有风的地方；只要心中有向往，哪里都可以是“桃花源”。此心归处是吾乡，在田园牧歌式的生活里，在心灵归处，总能等到风来。☞



## 随遇不安，发现新我



樊登认为，男性和女性本质上是两种不同的生命呈现形式，但是在人性这一根本层面，实际并无本质的差别。只因各自承担着不同的社会角色和功能，故而会以不同的方式来呈现各自的困境与光辉。这期“悦读”，我们就邀您一起看看那些贴着“成功”标签的优秀女性是如何面对自己的困境与辉煌，是如何找到自我、实现原力觉醒的。毕竟，现在的职业女性不简单——研究表明，那些受过高等教育的女性CEO更能提高公司的盈利水平。

### 发掘全新自我

《人生由我》

梅耶·马斯克在六十岁的时候担任《时代》杂志健康版封面模特，在六十九岁时成为美国畅销彩妆品牌的代言人，曾经一度登上纽约时代广场的四块广告牌，她拥有两个硕士学位，是加拿大著名营养师，单身四十年的同时独立培养出了特斯拉创始人埃隆·马斯克三兄妹——不仅成人，而且成才。

她美丽、聪明、自由、强大，而且成功。但在这本书中，她十分坦诚地揭开了自己的

伤疤，而且指着这些伤疤说起了俏皮话。她试图通过这种方式告诉我们，她并不是媒体塑造的“完美女性代言人”，事实上，正是这种“人造完美女性”给普通人制造了数不清的压力和困惑。梅耶·马斯克打破了“人造完美”，展现了一个女性是怎样逐步探索世界和重建自我的。

曾经有人问第欧根尼，“你从哲学中学到了什么？”第欧根尼回答：“准备迎接每一种命运。”梅耶·马斯克的人生案例也说明了这一点。真正的赢家既不是“傻白甜”，也不是怨妇，而是那些有足够的勇气，能心

平气和地一一解决所有挑战的人，他们既不盲目乐观，也不顾影自怜。就像奥勒留在《沉思录》里写的那样：“生活的艺术更像是摔跤，而不像是跳舞。”

### 随遇不安，拥抱变化

《你好，我们》

面对变化，其实大多数人的内心非常容易陷入焦虑和恐慌。很多人在长期面临这种境地之后，要么就“躺平”地任命运蹂躏，要么就不得已把自己置于“内卷”的无限游戏之中。

那么有没有这样一种可能？就是用“随遇不安”心态去面对不管是“躺”还是“卷”的现实——既能拥抱变化，又能泰然处之。实际上，大多数人都不太喜欢变化，准确地说，我们可能都是被迫接受变化，然而面对变化的态度，却构成了人生的真正分水岭。

在面对变化的过程中，如何成为一个不被轻易定义的动态的自己？过去我们常说“成为真实的自己”“活出心花怒放的自己”，实际上，多想几步我们就会明白，“真实的自己”或者“一个天赐的自己”并不存在。“自己”的形成和诞生是一个不断变化的过程，这也是波伏瓦所强调的“being”（做）和“becoming”（成为）的关键区别。

我们在无数不同的际遇和选择中迎接变化，不断成为一个崭新的自己。有人会因为这种多变的过程心神不宁，也有人在变化中随遇而安。本书作者李小萌选择的方案是“随遇不安”，顺势而为，稍加努力，拥抱变化，与变化共舞，向变化学习；与此同时，在顺应变化的过程中，不随波逐流——为自己，尽情活。



### 《人生由我》

作者：【加】梅耶·马斯克（Maye Musk）  
译者：代晓  
出版时间：2020年6月  
出版社：中信出版社



### 《你好，我们》

作者：李小萌  
出版时间：2023年3月  
出版社：中信出版社



### 《全球增长视角下的女性企业家》

编著：【美】坎迪达·G.布拉什  
（Candida G. Brush）等  
出版时间：2020年  
出版社：北京大学出版社

### 女性领导者

### 如何影响公司盈利能力

《全球增长视角下的女性企业家》

尽管性别和公司盈利能力的问题很复杂，但由于CEO和董事会成员要发挥战略和管理作用，因此他们也被认为会直接影响公司的经营绩效。一项对1993～2001年间2500家丹麦公司的调查研究，深入探讨了公司管理层性别结构与企业绩效之间的关系，发现女性董事会成员和女性CEO的比例与公司的盈利能力呈正相关，特别是那些受过高等教育的女性CEO更能提高公司的盈利水平。

女性领导者与公司盈利能力之间存在正相关的解释可以归结为以下四种原因中的一种或几种：  
①一般来说，相比于男性，女性可能是更好的领导者（根据各自级别的高管薪酬进行调整）。  
②为了晋升到高管职位，女性可能面临更严格的选拔过程，这使她们成为更出类拔萃的群体，因此与男性高管相比，平均而言女性的胜任力更强。  
③女性可能会谋求或者会被招募到实行性别差异化招聘政策的企业中担任管理职位，而这些企业本身就具有更强的盈利能力。  
④女性领导者和企业盈利能力都与某些第三方因素（未被观测到的）有关。

# 《建行财富》杂志读者互动问卷

尊敬的读者朋友：

感谢您对《建行财富》杂志的关注、关心与厚爱！为不断提高办刊质量，进一步凸显刊物的特色性、贴近性和悦读性，更好地服务读者，4月刊内容，我们将以“擘画新蓝图”为主题，解读2023年《政府工作报告》提出的一系列新目标、新部署，以及探讨经济社会发展大势下的财富管理机遇。

真诚欢迎您参与问卷调查，并提出宝贵意见或建议。我们坚信，有了您的参与，将是我们办好这本杂志的源泉和动力。让我们携起手来，为《建行财富》的“茁壮成长”共同努力！

以下互动问卷，请您将选择的答案编号填入（ ）

1.2023年全国两会，您最关心的领域有哪些？（多选）（ ）

A.经济发展目标 B.宏观政策 C.科技创新 D.民生环保 E.其他\_\_\_\_\_

2.对于新一年宏观政策，您关注哪些方面？（多选）（ ）

A.货币政策 B.财政政策 C.税收政策 D.产业政策 E.其他\_\_\_\_\_

3.对于今年经济社会发展目标，您关心哪些方面？（多选）（ ）

A.GDP增长 B.新增就业 C.消费价格涨幅 D.进出口 E.生态环境 F.其他\_\_\_\_\_

4.关于今年经济社会发展工作重点涉及的领域，您关心哪些方面？（ ）

A.扩大内需 B.建设现代化产业体系 C.稳定粮食生产和推进乡村振兴  
D.推动发展方式绿色转型 E.其他\_\_\_\_\_

5.新周期下，您对哪些板块及行业投资感兴趣？（多选）（ ）

A.制造业 B.基建 C.新能源 D.消费 E.环保 F.科技 G.其他\_\_\_\_\_



欢迎扫码参与问卷互动

问卷参与方式：

方式一：填写问卷后，拍照发至《建行财富》编辑部邮箱ccbpb@cbnet.com.cn;

方式二：填写问卷后，撕下问卷转交给建行私人银行客户经理；

方式三：扫描左图二维码，填写问卷并提交。

# 春分

仲春初四日 春色正中分



2023.03.21