

股价暴跌68% 硅谷银行应声倒地

美国硅谷银行因资不抵债3月10日遭金融监管部门关闭。这是自2008年金融危机以来美国破产的最大银行，市场担忧危机可能在银行业蔓延。

主要为初创企业提供融资

美国加利福尼亚州金融保护和创新部3月10日以“流动性不足和资不抵债”为由，关闭硅谷银行，并指定美国联邦储蓄保险公司为接管方。

硅谷银行成立于1983年，为全美第16大银行，主要为初创企业提供融资。法新社报道，截至2022年底，硅谷银行总资产大约2090亿美元，总存款约1754亿美元。

前几年，美国初创企业吸引大量风险投资，加上美联储维持超低利率，硅谷银行赚得盆满钵满。然而，按照美联储的说法，为应对高位通货膨胀，美国联邦储备委员会去年以来多次激进加息，硅谷银行遭受重创。与此同时，近期美国技术产业大幅裁员、技术股承受打击，风险投资减少，导致初创企业纷纷取走存款，硅谷银行立马左右为难。

为了迅速筹集资金，硅谷银行出售了约210亿美元证券投资组合，宁可因此损失18亿美元。但这一消息彻底暴露这家银行的困境，导致母公司硅谷银行金融集团的股票价格3月9日暴跌超过60%，10日暴跌68%，进入停牌状态。

硅谷银行金融集团首席执行官格雷格·贝克尔3月10日在给员工的一段视频留言中承认，“难以置信的艰难48小时”导致硅谷银行倒闭。“我无法想象你们在想些什么，你们的工作，你们的未来。”

联邦储蓄保险公司说，硅谷银行总行和所有分行3月13日将重新营业，所有受保储户最迟当天上午可取回受保存款。根据标准，每名投保银行储户最高承保额为25万美元。先前监管报告显示，硅谷银行许多储户存款额高于这一数字。按照联邦储蓄保险公司的说法，截至2022年底，硅谷银行存款中89%没有受保。

路透社以知情人士为消息源报道，联邦储蓄保险公司正在加紧寻找有意与硅谷银行合并的银行，以期3月13日前完成合并，保护未受保存款。硅谷银行金融集团正与投资顾问机构森特维尤合伙公司和沙利文-克伦威尔律师事务所合作，为硅谷银行其他资产寻找买家。

市场担忧危机蔓延

按照法新社的说法，硅谷银行是自



当地时间3月10日，美国加利福尼亚州，人们站在硅谷银行门口。

2008年金融危机以来美国倒闭的最大银行，也是美国有史以来破产的第二大零售银行。

美国YC创业孵化器首席执行官加里·塔恩说：“这对初创企业来说是毁灭性事件……我已经听到我们的数以百计创始人要求帮助他们渡过难关。”

受硅谷银行破产影响，纽约股市三大股指3月10日显著下跌。

一些分析师预计，这一事件加剧投资者对美国银行业隐藏风险以及其易受资金成本上升影响的担忧，银行业将承受更多压力。

金融咨询企业惠伦全球顾问公司董事长克里斯托弗·惠伦说：“由于银行陷入困境，下周可能会出现一场血战，做空者在那里，他们会攻击每一家银行，尤其是规模较小的银行。”

从事市场分析的美国“简报”网站分析师帕特里克·奥黑尔说：“今天的辩论题目是，这只是硅谷银行的问题，还是银行业更大问题的开始？”

德意志银行分析师在一份说明中说：“我们必须看看这个故事如何发展，但在美联储加息周期之内或之后，总有一些东西会被打破。这是在这方面的又一次小摇摆，还是更大事情的开始？很难说……”

另一些分析师认为，硅谷银行破产在银行业蔓延风险有限。来自美国金融研究与分析公司的肯·莱昂说，造成硅谷银

行困境的是“特殊压力、而不是我们认为会影响银行业的系统性压力”，而且美国在金融危机后已经加强了监管。

美国财政部长珍妮特·耶伦3月10日与银行业重要监管机构召开紧急会议，表示对这些机构采取适当应对行动“充满信心”，称美国银行系统仍具韧性。

新闻多一点

倒闭前其CEO套现超350万美元股票

据《纽约邮报》报道，就在硅谷银行倒闭的11天前，该银行的两名高管抛售了价值数百万美元的股票。

根据美国证券交易委员会提交的一份文件，该公司首席执行官格雷格·贝克尔于2月27日通过预先计划的自动抛售，卖出了1.25万股母公司硅谷银行金融集团的股票，价值超350万美元（约合人民币2400万元），为一年多来首次。他在1月26日提交了出售股票的相关计划。

另据《新闻周刊》报道，2月27日，该银行的首席财务官丹尼尔·贝克尔出售了价值57.5万美元（约合人民币397万元）的股票。

贝克尔本人和硅谷银行金融集团都没有立即回复有关贝克尔出售股票以及他在提交相关计划时是否清楚公司当时计划筹资的问题。文件显示，这笔交易是通过贝克尔控制的一家可撤销信托进行的。

本报综合消息

探月增多

欧洲推动设置月球时间

当你仰望月亮时，有没有想过，月球上现在几点？科学家们正在破解这个问题，希望月球也能拥有自己的“时钟”。

欧洲航天局2月27日表示，将考虑设置月球时间，以便未来执行更多的探月任务。

航天专家表示，创建月球时间将便于通信和导航，也能为今后设定火星等其他行星的时间铺路。不过，制定月球时间并非易事，将面临技术、管理等多重挑战。

拥有“自主”时间

2月27日，欧航局在一份声明中表示，全球各大航天机构都在思考如何为月球设置精确时间。

欧航局导航系统工程师彼得罗·乔达诺透露，去年11月，在荷兰举行的一场国际会议上，与会者提出这一构想。各方一致认为建立“共同的月球参考时间”很重要且具有紧迫性。而且，这一参考时间应当获得国际公认。

按照欧航局的说法，目前，实施探月任务的国家都是使用本国时区，这些时区与“协调世界时”（UTC）相关联。但是这种方法并不精确，它意味着由不同国家操控的航天器彼此无法同步。

更重要的是，未来全球将展开更多探月任务，包括美国国家航空航天局（NASA）重启载人登月任务、欧航局将发射“阿尔戈”号月球着陆器，中国计划将首批宇航员送上月球，以及私人企业也在实施探月项目，比如建立月球基地、以月球为跳板进行深空探索等等。面对这一前景，目前的计时方法不可持续，有必要为月球设置一个能为各方通用的标准时间。

“未来十年，将有数十个航天器在月球上及月球周围运行，它们需要相互联络，并确定位置。新的时代需要月球拥有自己的时间。”欧航局说。

便于通信和导航

设置一个标准的月球时间可以带来诸多好处。

首先，宇航员和地面控制人员能够知道月球上的时间，更便于沟通。

据美联社报道，NASA当年在设计 and 建造国际空间站时，就遇到时间难题，而不得不努力解决。如今，快25年过去了，国际空间站依然没有自己的时间，而是使用基于原子钟计时的“协调世界时”。这有助于解决各国空间项目之间的时差问题。

其次，可以确保在月球表面进行更准确地定位和导航。

据英国《自然》杂志称，一些航天机构计划从2030年左右开始在月球上安装全球导航卫星系统（GNSS）。它类似于地球上的全球定位系统（GPS）。

第三，可促进世界各国航天机构合作。乔达诺说，为实现创建月球时间的目标，正在发起一项国际联合行动。除了欧洲方面，美国也有类似设想。

NASA“月球网”计划的目标之一就是设定一个标准化的月球时间。“月球网”是一个数字架构的网络，建成后可允许在月球上进行通信和导航。

“就像在地球上一样，人们也可以将月球划分为不同的时区。如果人类将来建立永久性的月球基地，这或许是有意义的。”欧航局月球通信和导航项目工程师约尔格·哈恩说。

“相当大的挑战”

给月亮“戴上钟表”，听上去很酷，但也不无挑战。

一是如何克服技术上的“时差”。由于地球比月球质量大，引力场更强，时间也走得更慢。

欧航局指出，时钟在月球上比在地球上走得快，每天快约56微秒（百万分之一秒）。更复杂的是，月球表面与月球轨道的时钟滴答频率也不同。

二是如果创建月球时间，是与地球时间即“协调世界时”挂钩，还是完全独立，这个问题仍未得出结论。

三是是否需要一个航天机构或组织专门负责设置与维护月球时间。

据欧航局称，研究月球时间的国际团队正在讨论这一问题。

四是国际航天界还必须商定一个以月球为中心的时间参考框架，以便进行一致测算。

“这将是一个相当大的挑战，因为在月球的赤道区待上‘一天’相当于29.5个地球日，期间还有长达两周的寒夜。”在欧航局人类和机器人探索理事会工作的伯恩哈德·奥芬巴赫说，设定的时间系统对宇航员必须是实用的。

不过，奥芬巴赫认为，为月球建立时间系统之后，未来可以应用于其他行星。

下一个诞生的或许就是火星时间。 本报综合消息

知名品牌三角巧克力不够“瑞士”了？

近日，美国零食业巨头亿滋公司证实，由于该公司将把旗下三角巧克力（Toblerone）的部分生产业务从瑞士转移至斯洛伐克，该公司将撤下这款巧克力包装上的“瑞士标签”，包括马特洪峰图像，以免违反瑞士关于“国家品牌”的法律。而这并非“一国的象征”首次卷入争议。

含“瑞”量不达标

亿滋公司近日证实，为“应对全球范围内不断增长的需求，面向未来发展”，该公司计划于今年第三季度将旗下三角巧克力的部分生产业务从瑞士首都伯尔尼转移至斯洛伐克首都布拉迪斯拉发。舆论注意到，相比富裕的瑞士，斯洛伐克的生产成本要低得多。

但是，根据瑞士2017年推出的一项法律——《Swissness Act》，被视为“瑞士制造”的食品须有80%的原材料来自瑞士，而对牛奶和乳制品来说，这一标准要提升至100%。除了可可等无法从瑞士采购的天然产品外，其它基本的加工程序也须在瑞士进行。

据悉，这项法律旨在保护瑞士商标的价值，以及瑞士制造业的声誉。瑞士政府援引多项研究结果称，在被贴上“瑞士品牌”的产品售价中，品牌价值所占比例高达20%，在奢侈品中则高达50%。

由于含“瑞”量不足80%，三角巧克力将失去“瑞士身份”，无法继续在包装上使用瑞士著名地标——马特洪峰的图像，以及“瑞士的巧克力”字样，而将其他山形图像，以及“创立于瑞士”字样替代。不过，隐藏在马特洪峰轮廓中的熊图像预计将被保留，伯尔尼有着“熊之城”之称。

这意味着一种延续数十年的传统被打破。据介绍，三角巧克力于1908年由生活在伯尔尼的糖果商西奥多·托布勒创造，据称其独特形状源于托布勒的家乡尤其是马特洪峰带来的灵感。

海拔4478米的马特洪峰是阿尔卑斯山脉最著名的山峰之一，1970年开始出现在三角巧克力的包装上。数十年来，这款名为“托布勒”的巧克力一直被视为“瑞士制造”。2012年，三角巧克力成为亿滋旗下业务。这款由可可、蜂蜜和烤杏仁牛轧糖制作成的巧克力也因其独特的口味和外形而流行，号称每年生产70亿根，出口至120个国家和地区。

不过，最新变化并不意味着三角巧克力完全撤出瑞士，预计仍有部分产品继续在本地生产，这些产品的包装也不会发生变化。亿滋方面表示：“伯尔尼是我们历史的重要组成部分，未来也将如此。”

是不是一种“商业自杀”？

在亿滋公司看来，转移部分生产业务有助于降低生产成本，而且布拉迪斯拉发享有“多瑙河上的亮丽风景”之称。

但是，当举世闻名的马特洪峰被取代，同时配上“创立于瑞士”字样，这在瑞士引起了不小争议。甚至有当地媒体怀疑，这不是一种“商业自杀”行为。

据报道，当地传播机构Trio的老板迈克·卡姆说，三角巧克力的品牌建设“已非常成熟”，其标识的形状、颜色和字母“在上千个品牌中具有象征意义和辨识度”。

瑞士弗里堡大学市场营销学教授奥利维尔·弗勒补充说：“马特洪峰对瑞士消

费者来说尤其重要，因为这座山峰代表着一种自豪。”

“我们可能会对这一变化感到不快，但外国人可能根本不会注意到。”弗勒说。

瑞士执法监督人员戴维·斯泰克持类似观点。他说：“瑞士人有点生气，他们会说，‘那不再是我们的巧克力了’。我们真的很喜欢瑞士巧克力，我们真的为它感到骄傲。”

无独有偶，就在最近，瑞士人的自尊心受到另一次打击。根据瑞士法律，“格鲁耶尔奶酪”指的必须是在瑞士格鲁耶尔附近生产的奶酪。但在上周，美国第四巡回上诉法院决定维持美国弗吉尼亚州一家法院之前作出的一项裁决，即除了瑞士和法国外，其他地方生产的奶酪也可被称为“格鲁耶尔奶酪”。

有评论称，鉴于奶酪和巧克力是瑞士食品工业的旗舰产品，因此对不少瑞士人来说，当“格鲁耶尔”不再是独有的象征，当三角巧克力放弃马特洪峰，令人震惊。

实际上，受到法律保护的食物不止于此，尤其是在欧洲。例如，说起伊比利亚火腿，人们往往会先想到西班牙。和三角巧克力一样，正宗的伊比利亚火腿对原料来源、加工过程都有严格要求。但据报道，一些美国企业正在进口黑猪肉，并将其制作成“美式伊比利亚火腿”出售，而这些企业并不受欧盟法律的约束。

无独有偶，为保护“香蕉”这个品牌不被外国生产商使用，法国生产商斗争了多年；对于不在大吉岭生产的茶叶，印度政府禁止将其贴上“大吉岭茶叶”的标签……

本报综合消息