

两年内门店数量缩水近六成

消费者为何不愿为称重快餐买单

□江苏经济报记者 樊璇

“明明没拿多少，结账却付了40多元”“荤素一个价，对我们吃素食多的人不公平”“拿现炒做噱头，但很多菜是预制的”……近期，在社交平台上，关于称重快餐“价格刺客”的吐槽帖密集出现。起因是餐饮老板内参披露的数据显示，过去两年间，全国称重快餐门店从8万多家下降至3.2万家，关停近六成门店，新店铺平均存活时间也从14个月下降至6个月。曾经的“写字楼排队王”，为何沦为打工人纷纷吐槽的“价格刺客”？

“丰俭由人”变为“结账惊悚”

称重快餐最吸引人的地方，是那份“什么都能尝一点”的自由。几十种菜品一字排开，标价不过三元一两，看上去比动辄三四十元的套餐实惠得多。然而，正是这份“看上去很美”的计价规则，正在成为消费者最大的痛点。

“夹了几根青菜、几块排骨，外加两勺炒菜，盘子都没装满，一上秤45块。”这是很多消费者在称重快餐店的遭遇。记者在南京建邺区某稻状元门店实探时发现，店内的“用餐攻略”清晰标注着：15至18元能吃饱，21至25元能吃好，28至32元能吃爽。现场采访的多名消费者人均实际消费均超30元，有人直言“性价比偏低，需要多吃米饭才能吃饱”。看似透明的计价规则背后，隐藏着顾客难以察觉的“反向筛选”——荤素同价模式下，带汤的、吸油的、带骨头的菜品被压秤，消费者实际付出的客单价格远远高于心理预期。

更让消费者不满的是频频出现的“鬼秤”行为。江苏一名消费者表示，今年6月他在乡村基用餐时，打包称重费用显示15.16元，服务员却称“打包盒没有去皮”，要求将打包盒放在餐盘上重新称重，最终收费27.14元。他疑惑地询问：“去皮不应



该在15.16元基础上减少吗？怎么放了个盘子就多了将近12块钱？”对此，服务员却表示，这是按正常流程操作的，不存在问题。另一名江苏消费者则在稻状元遭遇了更诡异的操作：收银员在秤上放了一个空盘，顾客放菜后按完计价显示屏便迅速扯掉空盘，且拒绝提供小票。不少消费者在被坑后，果断远离称重快餐。

对于称重快餐门店数量大幅下滑的原因，苏商银行特约研究员武泽伟认为，一方面，称重模式天然容易让顾客对价格产生不确定感，尤其在食材单价上涨后，部分消费者体验感会快速下降；另一方面，外卖平台、社区食堂及预制菜品品牌提供了更便捷、透明、性价比高的替代选择，分流了大量客群。

“轻模式”表象下是“重运营”

消费者诟病“商家套路”，而对于加盟商来说，也有着种种不满。加盟商表示，称重快餐这门生意从设计之初就被上了一层“伪装”——看起来门槛低、轻模式，实际上运营起来处处是坑。

一名称重快餐品牌加盟商算了一笔账：在南京这样的城市，加盟费8万多元，门店租金、装修加设备等硬成本高达60万元。运营更是“吞金兽”——为了维持“选择丰富”的卖点，门店需备20至30种菜品，

是普通快餐店的两三倍。记者在实探中观察到，称重快餐的客流高度集中于午间和晚间用餐高峰期，过了饭点菜品只能倒掉，而全天的工人、保温等成本却不能停。

各种隐性成本导致称重快餐新店平均存活时间下降至6个月。有资深餐饮从业者表示，很多“小”人局时只看到了明码选菜、按重量计费的表面优势，却忽略了这种模式对食材成本管控的极高要求。不少中小门店没有建立标准化食材处理流程，同一道菜品的切配重量差异极大，炒制损耗也毫无统一标准，很容易出现食材成本失控的问题。

盈利压力最终不可避免地传导到了消费端。艾媒咨询调研显示，当前称重快餐主流客单价集中在30元至40元区间，部分门店甚至更高，然而，超过85%的消费者可接受的中式快餐价格上限为30元。上述从业者坦言，营收上不去、成本下不来，不少商家为了保住利润只能在单价和计量上动心思，最终陷入“套路顾客—客流流失—利润更低—更要玩套路”的恶性循环。

值得一提的是，部分品牌为了盈利玩起了金融游戏——通过收取会员费的方式快速积累资金，进而以其他投资方式获利。线下走访中，记者也被工作人员推销购买会员：“购买会员后，称重价格从3.68元/50g降低至2.98元/50g，很划算的。”然而，在业内人士看来，这会导致部分不愿意

充会员的消费者流失，还会增加经营风险。

须从“称重博弈”回归“餐饮本质”

称重快餐的大溃败，不等于这一模式没有未来。事实上，不少消费者仍然愿意为称重快餐买单。采访中，有消费者对记者表示：“二十几块钱在外面可能只够炒一个菜，称重快餐可以吃到好几个菜，而且新鲜现炒也健康。”

“称重快餐如何真正破局，不能做单点修补，而是要找到价格透明化、供应链重构和模式优化之间的核心逻辑支点。”新晋派新质生产力会客厅联合创始人袁帅认为，破局的关键在于“把计价逻辑完全摊开在消费者面前”，如提前标注每道菜品的大致参考单价，把带汤汁的菜品提前沥干后再进行展示，让每一位顾客在选菜的时候就能大致算出自己的消费金额。他表示，“在此基础上，品牌方可以通过集中化供应链整合统一采购配送，控制食材成本，保持品质稳定。”

武泽伟建议，称重快餐品牌可探索“半份菜”“套餐化”等组合模式，既保留称重的灵活性优点，又提供固定价格选项，满足不同需求。也可以结合社区场景，转型为“称重+零售”的复合店，增加净菜、酱料等商品销售，以高频刚需带动低频消费。

部分头部称重快餐品牌已经在探索突围方向。小女当家推出首家快餐融合店，取消沿用多年的称重模式，改为“一口价25元任选3道菜”的固定套餐，受到消费者热捧，有小店日销售额达9000元；大米先生将称重价格从4.6元/两压至3.28元/两，部分门店甚至推出16元自助餐。

称重快餐行业以惨烈的教训验证了一个朴素道理：餐饮生意的根基永远是复购率，而复购的根基是透明与真诚，当商家把心思放在“套路”上，被消费者抛弃是迟早的事。那些能够穿越周期的品牌，靠的不是“称重”的噱头，而是对成本和体验的极致把控——让普通人吃得饱、吃得好、吃得明白。

上限12.6亿元 券商稳市再加码

在A股市场短期震荡调整背景下，券商板块“真金白银”持续加码。

7月22日晚间，长江证券、兴业证券接连发布公告：长江证券董事长提议斥资1亿元至2亿元自有资金开展股份回购；兴业证券股东福建省投资开发集团有限责任公司(以下简称“福建省投”)披露增持计划，拟6个月内增持3000万元至6000万元公司股份。叠加近期华安证券、国联民生、中泰证券、红塔证券、国金证券等多家券商集中推出回购方案，券商行业迎来一轮密集的回购，增持维稳浪潮，计划回购增持金额上限达12.6亿元。

长江证券公告显示，公司于7月22日收到董事长刘斌出具的回购计划。2026年7月1日至7月17日，公司股票连续13个交易日累计跌幅达20.87%，触及深交所回购

规则中的维护公司价值回购触发条件。

根据提议，长江证券拟使用自有资金通过集中竞价方式回购股份，回购资金在1亿元至2亿元，回购价格上限不高于公司董事会通过回购股份决议前30个交易日公司A股股票交易均价的150%，回购股份用于员工持股计划或股权激励，或维护公司价值及股东权益。公司表示，本次回购基于对公司未来发展前景的信心和对公司价值的认可，为维护广大投资者的利益，增强投资者信心，公司将尽快就上述提议认真研

究，制定合理可行的回购股份方案。

同在22日晚间，兴业证券发布股东增持公告。基于对公司未来持续稳定发展的信心

和长期投资价值认可，公司持股5%以上大股东福建省投计划自公告披露之日起6个月内，通过上交所合规交易方式增持兴业证券A股，增持金额为3000万元至6000万元。

福建省投及一致行动人当前合计持有兴业证券8.82%股份，公告明确，本次增持资金为自有资金，增持不设固定价格区间，福建省投将根据公司股票价值判断及二级市场波动情况自主择机实施增持计划。

梳理近期公告可发现，本轮券商回购增持潮自6月启动，7月迎来集中披露高峰，形成“上市公司自有资金回购+国资股东大额增持”双向发力格局。

6月，国金证券推出1.5亿元至3亿元回购方案，截至6月末已累计回购超千万股，耗资8855.28万元；7月19日至20日，华安证券、国联民生、中泰证券、红塔证券4家

券商集中披露回购预案，4家合计回购规模下限3.5亿元、上限7亿元。其中，中泰证券、红塔证券明确回购股份用于注销减资，国联民生预留注销空间，注销式回购成为当前行业主流。

叠加本次长江证券新增1亿元至2亿元回购额度，兴业证券股东增持，本轮券商集中回购增持合计总规模上预计达12.6亿元。

苏商银行特约研究员付一夫表示，在市场波动加大的背景下，券商回购股份能够向投资者传递管理层对公司长期发展和内在价值的认可，有助于稳定股价预期，提振投资者信心。同时，回购还可以优化公司资本结构，提升每股收益和股东回报。后续或有更多券商根据自身经营情况和资本安排推出相关举措。

商 振

润华保险申请摘牌

新三板保险中介板块持续收缩

山东润华保险销售股份有限公司(以下简称“润华保险”)日前召开临时股东大会，审议通过关于申请在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的议案，同意股份占出席会议有表决权股份总数的100%。这家扎根山东、依托汽车经销商集团起家的区域型保险中介，在资本市场走过十年后选择主动离场。其股票已于7月1日起停牌，停牌前股价为3.07元，总市值1.54亿元。

高峰时期挂牌数量超过30家的新三板保险中介板块，如今仍在坚守的仅8家，剔除已转型体育行业的昌宏股份，实际仅7家。随着润华保险完成摘牌，这一数字将进一步缩减至6家。牌照红利消退，能力门槛上升，昔日凭借手续费差和佣金套利生存的商业模式难以继。从峰拥挂牌到批量摘牌，保险中介行业正经历深刻重构。

润华保险成立于2004年，由润华集团及旗下汽车租赁公司发起设立，实际控制人为秦涛。公司主要代理销售保险产品、代收保费及理赔查勘，同时经营二手车经销业务。保险代理收入来源于保险公司佣金，二手车业务通过整備翻新后销售赚取差价。

2016年10月，润华保险在新三板挂牌，恰逢保险中介登陆资本市场的黄金期。挂牌初期业绩亮眼，2017年归母净利润一度超过5000万元。但自2019年起盈利持续下滑，2021年后跌破2000万元，营收规模萎缩至亿元以下。

经营压力在近两年尤为突出。2024年和2025年，润华保险营收分别为7906.21万元和7850.92万元，归母净利润分别为785.29万元和387.41万元，同比分别下降26.33%和50.67%；扣非净利润分别为255.56万元和92.11万元，降幅达64.54%和63.96%。公司解释称，新车销量下降导致保费收入减少，同时子公司二手车业务为提高运营质量而增加成本，但加价率偏低致使毛利率降低。

除业绩下滑之外，公司治理隐患亦集中暴露。股东会审议摘牌议案的数日前，山东证监局于7月3日对润华保险出具警示函，指出2025年9月至2026年3月期间，公司多次向关联方拆借资金，构成非经营性资金占用，单日最高余额达3000万元；2025年度关联交易共计887.46万元，均未

及时履行审议程序及信披义务。董事长尹生、总经理李志强、董秘兼财务总监于海洋对上述问题负有主要责任，均被出具警示函。内控短板叠加业绩滑坡，成为推动摘牌的关键因素。公司在公告中称，摘牌系“充分考虑公司目前经营情况，结合当前市场环境及公司长期战略和发展规划，为进一步

提高经营决策效率，降低运营成本”。润华保险的离场并非孤立事件。新三板保险中介挂牌数量在2016年前后达到顶峰，超过30家，此后持续萎缩。华凯保险因年报“难产”于2025年底被强制摘牌，ST创悦因连续两年财报被出具无法表示意见面临终止挂牌，润生保险多次延期披露年报，一正保险因实控人犯单位行贿罪被判刑而陷入困境。上述企业去年分别净亏损76.04万元、58.41万元和202.7万元，存量机构生存状态普遍堪忧。

惠誉评级高级分析师王梦琛表示，保险中介集中退出新三板，是行业经营环境变化与挂牌价值弱化共同作用的结果，反映出行业从粗放扩张向高质量发展过渡的趋势。北京大学博士后朱俊生分析，新三

板对部分企业融资和估值提升作用有限，而挂牌需要持续承担信披、审计等成本，投入产出比下降；同时行业竞争重心正从资本驱动转向专业能力和科技赋能。一名业内人士指出，新三板流动性不足，融资目的难以达到，加之传统业务模式承压，未来更多同类企业可能选择离场。

对外经贸大学创新与风险管理研究中心副主任龙格称，新三板流动性差、年合规成本数十万却难融资，叠加“报行合一”压降佣金30%—50%、车险综改及监管清查提质，传统通道业务无利可图，转板预期也已落空。

尽管出清剧烈，但市场需求并未消失。王梦琛认为，传统依赖产品销售和渠道分销的模式将持续承压，而具备风险管理、财富规划、健康养老及企业咨询等专业服务能力的中介空间更大。她指出，核心竞争力正由销售能力转向客户经营和综合风险解决方案能力，从中长期看，专业化、数字化、场景化将是主要转型方向，市场集中度有望进一步提升，具备规模、合规、技术和特色服务能力的机构将更具优势。

向家豪

金融“活水”润泽两代实业梦

2019年底，刚刚大学毕业的田先生接过HD纺织的重担。这个年轻人心怀壮志，却被两道难题卡住：购置新设备后流动资金告急，自建厂区又面临沉重的垫资压力，融资迫在眉睫。

彼时，因经营年限短，田先生走访多家银行，均因年轻经营者授信风险考量而碰壁。2020年1月，昆山农商银行普惠金融事业部主动上门。该行工作人员深入调研，发现企业经营稳健、规划清晰且家庭资产充实。当时，海安本地无法办按揭房二次抵押，该行开辟绿色通道，迅速定制专属二押方案，当月即发放首笔140万元贷款，为这名“创二代”踏出关键一步注入动能。

2020年底，首笔贷款到期续贷时，银行得知田先生一年来已着手设备升级并筹划拿地，资金缺口扩大。基于其良好履约记录与发展潜力，银行果断追加授信20万元，专项用于纺

丝设备更新。

此后的数年，银企互动日益紧密。面对同业依旧保守的授信环境，田先生的扩产梦想曾一度停摆。2024年，昆山农商银行再次“雪中送炭”，在深度调研其产业抱负后，将授信总额提升至219万元，精准浇灌厂房基建及近百台先进设备采购。

七年来，该行坚持常态化走访，依托简化的小微审批流程，动态调整融资方案——从补充流动资金、增补设备到支持基建，全程相伴。正如该行负责人所言，他们致力于主动对接需求，持续跟踪企业成长轨迹。

如今，在普惠金融的托举下，田先生已从新手蜕变为成熟掌舵人。父辈的初心落地生根：企业营收破亿元，30余亩自建厂区与4万余平方米车间拔地而起，百余台纺丝设备全速运转。一名青年实干家，延续着两代人的实业宏愿，而金融“活水”，正持续滋养着实体经济的发展。 孙婷婷 孙婉婷

淮阴区刘老庄镇财政和资产管理办抓党建提升服务质量

今年以来，淮南市淮阴区刘老庄镇财政和资产管理办公室通过抓党建提升服务效能，取得显著成效。一是强化工作纪律意识，加强纪律制度学习，确保各项工作纪律落到实处。二是提升工作服务水

平，窗口服务实行挂牌上岗，注明工作流程，减少环节。三是增强“有为”意识，在党风廉政建设强度工单中纳入拓展深化“两为”整治内容，强化干部职工工作作风建设，确保财政支付工作顺利开展。 韩 操



千元手机涨价，原来是AI的“锅”

○徐千淳

曾经一两千元就能买到“高配低价”的国产手机，如今集体迎来涨价、减配。近日，围绕Redmi Note 17系列配置调整，“内存涨价”成为舆论焦点，不少网友感叹：“连千元机也买不起了。”看似是一部手机涨了几百元，背后却牵动着全球AI产业链的新变化。随着AI服务器的快速扩张，高带宽内存(HBM)、DDR5等高端存储需求持续攀升，带动整个存储市场价格上涨，成本压力最终传导至消费电子领域。对于主打性价比的千元手机而言，每一块屏幕、每一颗芯片、每一GB内存，都要重新计算成本。

千元手机涨价，到底只是暂时现

象，还是消费电子行业的新拐点？本期视频结合权威数据，拆解一部手机背后的全球产业链逻辑，带您看懂：为什么AI的发展，最后会影响到我们每个人换手机的钱包。



扫一扫，观看视频

工业旅游如何从“小众打卡”走向“大众顶流”

去汽车工厂看机器人造车、到地下废弃矿洞看开采的痕迹、在高铁模拟舱里体验“开”火车……“去工厂里旅游”正成为一种新潮的出游方式。日前，中国青年报社社会调查中心联合问卷网发布的一项1001名受访者参与的调查显示，79.6%的受访者对工业旅游感兴趣，工业主题博物馆、高科技智能制造工厂、传统工业遗产改造是受访者最感兴趣的工业旅游地。

什么类型的工业游最受青睐

今年暑期，江苏宜兴的“85后”高歌带着孩子外出旅游，在做攻略时，特意加了一部分工业旅游的内容。“带孩子去休闲的游乐园或者完全看古迹，他们会感到疲劳、无聊，把工厂游穿插在其中，既能让他们感受到现在科技的发展，也能玩得开心一点。”高歌带着孩子参观了呼和浩特市的伊利现代智慧健康园，还打卡了大同的晋华宫国家矿山公园。这两处工业旅游地虽然风格各不相同，但都受到孩子们的喜欢。在伊利工厂，孩子们看到了液态奶、奶粉的生产过程，自动化的机械臂、流水线让他们感到很新奇，而在晋华宫国家矿山公园，孩子们则深入地下矿区，看到了煤矿工人以前的工作环境和辛勤工作的场景，“挺有教育意义的。”

“我是在社交媒体上看到有关的帖子，就尝试预约参观小米汽车超级工厂，没想到很快就接到了预约成功的通知，还挺幸运的。”北京的“95后”刘薇薇对高科技产品比较感兴趣，之前还去看过世界人形机器人运动会。“现在大家选择工厂游，主要是出于新鲜、好奇，想看看我们日常用的产品是如何生产出来的，我们的科技发展到了哪一步。”

调查显示，79.6%的受访者对工业旅游感兴趣，其中26.9%的受访者非常感兴趣并已参观体验过，还有52.7%的受访者计划前往参观。

大家对什么类型的工业旅游感兴趣？调查显示，57.9%的受访者对工业主题博物馆(如航天、铁路博物馆)感兴趣，55.5%的受访者对高科技智能制造(如新能源汽车、机器人工厂)感兴趣，53.9%的受访者对传统工业遗产改造(如老厂房、工业遗址改造的园区)感兴趣。其他还有：食品加工(如啤酒、饮料、零食工厂)(41.0%)、重工机械制造(如船舶、钢铁、火车制造)(32.2%)、轻工业/手工艺(如纺织、陶瓷、酿酒)(29.8%)。

如何从“看工业”转向“玩工业”

“我觉得整个参观过程都挺好的，就是缺少了点参与感、体验感。”刘薇薇希望在不影响企业正常生产活动的前提下，多打造一些可供游客沉浸式体验的项目，让游客身临其境感受工业制造的魅力。

亟须深化体验设计

高歌希望能在参观中，听到更详细、更专业的讲解，介绍清楚游览地的历史、特色、参观重点。“比如我在晋华宫国家矿山公园参观时，就很希望有像伊利工厂那样的动画短片，用十几分钟的时间，通俗易懂地介绍清楚参观的要点，效果可能会比走马观花式的讲解要好。”高歌觉得，作为家长，很希望孩子能玩得开心、玩得好，“所以如果能增加互动项目，比如在地底下矿坑参观完上来后，设立个让孩子体验挖煤的地点，让他们当个‘小煤矿工’，孩子们会更喜欢。”

在工业旅游中，大家最期待看到或体验什么？调查显示，49.3%的受访者期待听到专业的工业文化讲解、匠人故事，48.4%的受访者希望看到现代化的智能生产线与“超级工厂”，47.7%的受访者想体验VR/AR、模拟操控等互动项目。其他还有：原生态老厂房、旧设备等工业遗产(47.4%)，工业风文创产品与特色伴手礼(42.1%)，工业主题餐饮、住宿或露营(34.8%)，工厂周边自然生态景观(21.6%)。

受访者中，来自一线城市的占34.0%，来自二线城市的城市占38.1%，来自三、四线城市的城市占21.5%，来自县城或城镇的占5.0%，来自农村的占1.4%。

王志伟

昆山农商银行：一张名片，十四年同行

2012年盛夏，昆山农商银行客户经理小吴在走访时，递出了一张名片。彼时，朱女士正与丈夫经营一家模塑加工铺，生意刚有起色。因购置高端设备缺少资金，又无抵押物，朱女士抱着试试看的心态拨通了名片上的电话。小吴迅速上门核实，建议以第三方担保、三天后，贷款顺利到账。设备进厂那天，朱女士心里的石头落了地。

自此，信任悄然生根。朱女士与小吴年纪相仿，常聊些生活、谈生意。即便在2019年贷款结清后，朱女士遇到金融问题仍习惯打电话向小吴咨询。

2020年8月，厂房因环保整治搬迁，巨额费用和设备分期让资金链骤然紧绷。朱女士第一时间拨通了那个烂熟于心的号码。这一次，小吴结合朱女士房贷余额较少的情况，量身定制了抵押贷款方案，额度更高、成本更低。几天后，新的资

金到位，订单如期交付，生意越做越红火。

信任不仅有温度，更是因此泛起了“涟漪”。看着朱女士的厂子产值从450万元翻了几倍，身边的同乡、同行纷纷来打听。2025年，合作伙伴唐总因在昆山无房产，担心贷不到款，朱女士就说了一句：“找昆山农商银行小吴，靠谱。”

小吴耐心地向唐总讲解了信用贷款的准入条件与还款方式，打消了他的顾虑。4天后，20万元信用贷款成功发放。唐总转身又将厂区的朋友推荐了过来。一条始于一张名片的“信任”链条，就这样不断延伸。十四年过去后，那张名片虽已泛黄，但背后的故事仍在续写。它见证了小微企业的成长，也诠释了普惠金融的真谛——不仅是资金的融通，更是困境中的守望相助，是客户第一时间想到的依靠，是昆山农商银行的温暖默契。 吴冰清

淮阴区南陈集镇财政和资产管理办注重党风廉政建设

淮南市淮阴区南陈集镇财政和资产管理办公室通过狠抓党风廉政建设，加强作风建设，实行党务公开，增强党员干部廉洁从业意识，促使党员干部做到不触规

矩底线、不越纪律红线、不碰法律高压线，争做守纪律、讲规矩的模范。该所开展廉政警示教育活动的，让党员干部处处以身作则，时时警钟长鸣。 刘 刚

公司解散声明

江苏格社艺术品鉴定评估有限公司经持股85%的股东同意，宣布解散，停止一切业务，证照印章对外无效。

江苏格社艺术品鉴定评估有限公司
2026年7月24日

中国建设银行股份有限公司丹阳支行与苏州资产管理有限公司
江苏晨宇车业有限公司单户不良金融资产转让暨催收公告

根据法律的相关规定，2026年6月23日，中国建设银行股份有限公司丹阳支行与苏州资产管理有限公司签署《金融资产转让合同》，中国建设银行股份有限公司丹阳支行将下列表中所列出的下债权及相应的利息、罚息、费用、追偿费用、违约金及其他应收款，已依法转让给苏州资产管理有限公司，该等债权对应的借款合同、抵债协议、还款协议、担保合同项下的全部权利也已依法转让给苏州资产管理有限公司。中国建设银行股份有限公司丹阳支行特公告通知与该等债权有关的借款人、担保人、其他还款义务人及其他相关当事人该等债权转让的事实。

公告清单

序号	债务人	本金	利息	担保方式	保证人名称	抵押物信息
1	江苏晨宇车业有限公司	983.47	1,223.03	保证+抵押	上海晨宇汽车部件有限公司、张亚军、郑志军、张雪峰	丹阳市丹北镇姚家弄村工业用地19,757.88平方米(权利价值800万元)厂房13,808.96平方米(权利价值1800万元)

备注：1.本公告清单仅列明截至2025年10月31日的贷款本金及利息余额。已经法院诉讼程序的，以生效裁判文书确定债权计息方式计息和收取费用。2.若本清单中保证人名单出现漏漏笔误的，并不意味着苏州资产管理有限公司对其保证责任免除，保证人仍须按照合同约定及法律法规履行保证责任。