为了见证 | 为了建设

THE TIME WEEKLY

2021年10月12日–10月18日 农历九月初七–九月十三
第661期 共24版 | 南方出版传媒股份有限公司主管

时代周报

政经 TOP NEWS | 财经 FORTUNE | 产经 INDUSTRY

周要闻

紫金矿业首次涉足锂矿产业

紫金矿业公告称，其近日与加拿大证券交易所上市公司Neo Lithium Corp.(下称新锂公司）签署了《安排协议》。协议规定，紫金矿业将以现金方式收购新锂公司全部已发行且流通的普通股，交易金额约合人民币49.39亿元。

联想回应终止科创板IPO原因

10月10日晚间，联想集团在港交所发布公告称，在提交上市申请材料后，考虑到公司业务规模及复杂程度，招股书中的财务信息可能会在申请的审阅过程中过期失效。同时，审慎考虑最新发行上市等资本市场相关情况后，决定撤回上市申请。

蚂蚁矿机将停止向中国大陆发货

比特大陆发布公告称，将积极响应公司各实体所在地的政府政策，自2021年10月11日起，旗下蚂蚁矿机将停止向中国大陆（不含中国香港和中国台湾）地区发货。针对已采购远期产品的大陆地区客户，比特大陆工作人员将与其联系，提供替代方案。

周数据

百强房企9月销售金额大幅下降

克而瑞研报显示，2021年9月，TOP100房企实现单月销售操盘金额7596亿元，较2020年同期下降达36.2%。在39家典型上市房企中，18家房企9月业绩同比、环比双降，近半数房企业绩同比下降超30%。

电影行业迎来国庆大爆发

详见P19

解“燃煤之急”

时代周报记者 **黄坤** 发自山西

9月下旬以来，部分省份出现供电紧张局面。多地限电的背后，是全国煤炭紧缺、煤价高企。

煤炭网最新数据显示，截至10月9日，秦皇岛港口5500大卡的混煤价格创下了1950元/吨的新纪录，热值5000大卡的混煤价格为1800元/吨，周环比上涨400元/吨。

迎峰度冬，电煤供应前景不容乐观，增加煤炭市场供给成为解决“燃煤之急”的关键途径。不少人心存疑惑：冬天冷了，煤究竟能不能产够？煤价能否趋稳？

作为产煤大省，近期，山西与国内14个省、区、市签订了四季度中长期煤炭保供合同。其中，2020年由同煤、晋煤、晋能集团联合重组而成的全国最大煤炭企业——晋能控股集团，主要对接广西、江苏、吉林、安徽、上海、浙江等6个省、区、市，并逐矿落实煤源。

10月4日，时代周报记者就煤炭四季度生产增产计划、中长期合同签署及煤炭运销情况等致函晋能控股集团，但截至发稿时尚未收到回复。十一假期，时代周报记者亦实地走访了山西多家煤矿，发现开足马力、全力生产是普遍现象。

“国庆不休假，电煤紧张，当前最重要的任务是全力组织生产。”晋能控股集团的一家煤矿负责人石新向时代周报记者坦言，“安全管理压力比较大，领导都必须带队值班，抓紧生产和安全是当前生活的全部。”

一线生产任务重

10月7日清晨，深秋已显露出明显寒意。

一座具有北方特色的工掘楼里，几名身着牛仔工衣，头戴胶壳帽，腰缠矿灯、定位器和氧气自救器，脚踩雨靴的矿工们簇拥落座。这是晋能控股集团的煤矿正给一线矿工召开班前会议。两年前从太原理工大学采矿专业毕业的傅乐被随机叫起，回答跟班队长提出的生产和安全问题。

“特殊时期，三次回答不上来，不允许下井，上岗前尤其不能饮酒。”傅乐告诉时代周报记者，他已在数百米深的井下加班多天。

“到达工作面后，如果发现设备等存在隐患，必须第一时间向值班室汇报，之后打锚杆、打锚索、挂网、打支架、锚网喷、注浆等，每次工作到升井时，腿都迈不动。”傅乐向时代周报记者描述着最近的工作。

尽管工作辛苦，但傅乐仍希望下一步可以从掘进队进入综采队。这是他的理想。

“综采队属采煤前线，生产任务重、危险性高，是当前完成煤炭生产和增产任务的主力。”一名工作30年的老矿工程功告诉时代周报记者，煤炭由地层深处开采至地面，一般需要通过开拓、掘进、采煤、运输等环节。

下转P3

这座城让人上头

多年来，在外界看似并不抢眼，也没有铺天盖地的推广，但佛山当地出产的低度白酒，早已是佛山人甚至是广东人生活的必需品——10多元就能买来日常微醺的快乐，性价比无出其右。

时代周报记者 **梁施婷 黎广**
发自广州 佛山

在刚过去的国庆假期，广东佛山成了热门的自驾目的地。

高德地图发布的《2021国庆出行报告》显示，在驾车热门迁入城市排名中，佛山位列全国第4位，排在其后的不乏成都、上海等旅游城市。

结果或许让人意外——佛山留给外界的印象大抵是陶瓷、功夫以及享誉世界的制造业。但除此之外，佛山也有让人“上头”的柔情。

早在宋元年间，桑园围建的独特生产方式让佛山南海成为“广米”的最大出产地之一。

这为本地酿酒业提供了原料，加上珠江三角洲河网密布，仅在佛山就有东平河、顺德水道、陈村水道，河水经上游大片积淀的厚层沙滩过滤，变得透明纯净，成为酿酒的优质水源。

多年来，在外界看似并不抢眼，也没有铺天盖地的推广，但是像九江双蒸、石湾玉冰烧等佛山当地出产的低度白酒，早已是佛山人甚至是广东人生活的必需品——10多元就能买来日常微醺的快乐，性价比无出其右。

酒，堪称佛山的城市符号之一。

要有懂行的人，还能透过这杯白酒看出，在米酒浸泡中发展的佛山制造、武术、海外贸易，串联起一部“佛山风云”。

然而，风云也有变幻时。新的挑战出现在这座城市的面前。

在白酒中浸染数十年的一辈人逐渐老去，新消费时代下的年轻人口感挑剔而多变。

极富变革精神的佛山人，如何让他们也能走进佛山式的微醺？

小酌的人生

早上6时50分，李叔照例出现在早餐店门口，这是他晨运后必定打卡的地方。

在门口碰见老熟人，李叔照例唠唠几句家常，正好就到7时，早餐店开门。卷帘门一拉开，他径直走向酒柜，取下一瓶还没喝完的九江双蒸。

酒柜有很多瓶酒，区分它们的方式，得靠留在上面的字。字迹虽潦草，但不妨碍酒瓶主人识别。就像暗号一般，懂的人自然会懂。

两三道茶点配上一杯双蒸，这是老一辈佛山人传承至今的喝早酒习惯。在一些村居的茶楼和早餐店里，通常都有一个简陋的酒柜，酒瓶子摆得密密麻麻，其中以九江双蒸和红米酒的数量最多。

下转P7

政经·TOP NEWS

2 解煤电困境 关键要靠市场化改革
3 山西超600座煤矿正常生产 但炼焦煤或进入“非常紧缺”时期
4 超5亿人次国庆长假出游 四川吸金超500亿元人气最旺
8 沙特王储27亿收购纽卡 世界最壕俱乐部诞生

财经·FORTUNE

10 中国平安、招商银行轮番领涨 张坤增持吹响反攻集结号？

产经·INDUSTRY

17 深圳楼市持续低迷 企业债务危机吓退购房者
18 对话携程张勇 差旅管理不是零和游戏
21 楼市密集调控金九银十不再 上海一手房交易同比下滑超四成
24 50强房企销售整体不及往年 行业龙头仍对全年目标有信心

编辑／周鹏　版式／陈溪清
图编／黄亮　校对／宋正大

国内统一刊号／CN44 - 0139
邮发代号／45 - 28
广东时代传媒集团有限公司 主办

6 946957 200015 >
零售价／RMB 3.00 HKD 10.00

扫一扫关注
时代周报官方微信

时代在线／http://www.time-weekly.com
官方微博／@ 时代周报
官方微信／timeweekly

广告热线／020 - 3759 1496
发行热线／020 - 8735 0717
传真／020 - 3759 1459
征订咨询／020 - 3759 1407

地址／广东省广州市珠江新城华利路19号远洋明珠大厦4楼

解煤电困境 关键要靠市场化改革

10月8日，国务院常务会议进一步部署做好今冬明春电力和煤炭等供应，保障群众基本生活和经济平稳运行。

会议指出，要改革完善煤电价格市场化形成机制，有序推动燃煤发电电量全部进入电力市场，在保持居民、农业、公益性事业用电价格稳定的前提下，将市场交易电价上下浮动范围由分别不超过10%、15%，调整为原则上均不超过20%，并做好分类调节，对高耗能行业可由市场交易形成价格，不受上浮20%的限制。

电价上调的靴子终于落地。国常会消息公布的次日，南方电网在官方公众号发布涨价通知，根据《10月1日开始执行新电价政策》，自2021年10月1日起，广东执行峰谷分时调整与尖峰电价的新政策。其中，针对非居民用电将执行尖峰电价，即峰段电价基础上上浮25%，为平段电价的2.125倍。

实际上，在此次国常会之前，已有多地宣布上调电价，如宁夏、山东、上海陆续宣布允许煤电市场交易电价，在标杆电价基础上上浮10%。

上调电价的做法此前已有政策依据。按照国家发改委2019年发布的《关于深化燃煤发电上网电价形成机制改革的指导意见》，我国已从2020年1月1日起取消了煤电价格联动机制，将原有的燃煤发电标杆上网电价机制改为“基准价+上下浮动”的市场化价格机制。但根据上述意见的要求，“浮动幅度范围为上浮不超过10%、下浮原则上不超过15%”。

此次国常会将上浮的极限定为20%，意味着煤电价格市场化改革的步子迈出了更大一步。

为什么要上调电价？答案是已经非如此不可！

众所周知，“煤电价格倒挂”是电力体制的痼疾。由于燃煤价格已经彻底市场化，但煤电厂上网电价由政府管制，当燃煤价格上涨，就形成“面粉涨价，面包却无法随之涨价”的局面，导致电厂发电越多，亏钱越多。

“煤电顶牛”的老问题在今年表现尤甚。一方面，当前煤电企业普遍面临“经营危机”，乃至不久前发生了大唐国际、华能集团华北分公司等多家燃煤发电企业联名上书，请求重新签订北京地区电力直接交易年度长协合同的罕见事件。另一方面，拉闸限电的现象也在各地频繁发生。

煤电企业陷入窘境表面缘于“煤电顶牛”，但归根结底还是由于电价机制没有理顺。电厂买煤卖电，属于“中间商”，本可以将成本顺利地疏导出去，但电价机制阻碍了成本的疏导，进而让煤电企业陷入了亏损的困局。

不能让煤电企业垮掉，更不能让民生经常受到拉闸限电的困扰，电价上调自然成为定局。

面对电价上调，基于不同的利益角度难免会有各种反应。就居民而言，需要认识到当前的居民电力消费结构并不合理。数据显示，5%的高收入家庭消费了约24%的电量，这意味着低电价政策的福利更多地由高收入群体享受。

这种结构不利于社会公平，也助长了日常生活中对电力资源的浪费。正因此，改革已成为必然。

电价上调后，受影响较大的显然是高耗能行业。高耗能行业电价涨幅不受20%限制，尤其是对用电量大的制造业企业来说，必然产生更大的压力。电价提高必然抬升高耗能制造的生产成本，但对抑制高耗能、降低电力需求、实现双碳目标有利。

长远来看，电价上调将助推产业结构的调整和转型。当然，能源转型的过程中一定会有阵痛，对此也需要未雨绸缪。

电价上涨落听 专家：现在不涨，更待何时？

时代财经 **余思毅**

从国家发改委吹风，到国常会定调，电价上调的靴子终于落地了。

10月8日，国务院常务会议进一步部署做好今冬明春电力和煤炭等资源供应，保障群众基本生活和经济平稳运行。

会议指出，要改革完善煤电价格市场化形成机制，有序推动燃煤发电电量全部进入电力市场，在保持居民、农业、公益性事业用电价格稳定的前提下，将市场交易电价上下浮动范围由分别不超过10%、15%，调整为原则上均不超过20%，并做好分类调节，对高耗能行业可由市场交易形成价格，不受上浮20%的限制。

消息公布次日，南方电网于10月9日在官方公众号发布《10月1日开始执行新电价政策》，自2021年10月1日起，广东执行峰谷分时调整与尖峰电价的新政策。其中针对非居民用电，将执行尖峰电价——峰段电价基础上上浮25%，即平段电价的2.125倍。

事实上，电价上涨从酝酿到板上钉钉，前后经历3个多月。

早在6月24日，国家发改委在回复一位网民提问时表示：“与国际上其他国家相比，我国居民电价偏低，工商业电价偏高。下一步要完善居民阶梯电价制度。”

7月底，国家发改委发布《关于进一步完善分时电价机制的通知》指出，各地要结合实际情况在峰谷电价的基础上推行尖峰电价机制。

在国常会提出调整交易电价前，多地已出台政策，逐渐放开对电价的限制。近期，蒙西、宁夏、山东、上海、广东已陆续宣布允许煤电市场交易电价，在标杆电价基础上上浮10%。此次，国常会也首次提到电价突破20%的浮动范围。

“此次国常会议对市场交易电价‘基准电价+上下浮动’机制下浮动范围进行了调整，是煤电价格市场化改革的又一次重大突破，表明能源价格市场化改革的步伐不会停止。”10月9日，中关村发展集团产业经济专家、中国能源研究会能源政策研究中心特聘研究员董晓宇对时代财经分析道。

董晓宇认为，今年以来受煤炭价格推高的影响，“计划电、市场煤”的矛盾更加突出，此次对上下浮动范围的调整，有利于煤电企业将成本压力向用户进行一定程度的传递和转移，释放一定的盈利和保本空间，同时通过电力价格杠杆对高耗能企业的产能扩充起到抑制作用。

尽管如此，全联并购公会信用管理专委会专家安光勇对时代财经表示一定的担忧，消费者以及企业等可能会对电费上涨表现出一定的强烈反应，或带来很多连锁反应，“也有可能会带来整个行业的大变动，尤其是对低附加价值、高耗能的制造业来说更是一个打击”。

对高耗能开刀

家住广州的陈女士平日通过绑定南方电网的公众号交电费，10月9日下午，当她看到公众号推送涨价通知，马上转发到家庭微信群。“为了家人看了会自觉节约吧。”陈女士对时代财经记者介绍，家里5口人、3台空调，最近7、8、9月夏季用电每月300～350元，1—4月每月150元左右。她表示，电费调整肯定会使得支出增大，目前还不好说增加多少。

“用电主体，特别是居民以及能耗低的主体还是受到政府的保护，而高耗能行业才是政府决心调整的对象。”在厦门大学管理学院“长江学者”特聘教授、中国能源政策研究院院长林伯强看来，新规划定涨幅可达20%，甚至高耗能行业电价涨幅不受20%限制，这与过去电价涨幅仅可达10%不一样，是很重大的改革举措。

“在目前电力瓶颈的情况下，如果完全市场化定价，电价可能会涨得比较多。通过电价对高耗能产业的生产成本造成较大的冲击，对抑制高耗能、降低电力需求、满足双碳目标很有好处。从长期来看，可以推动产业结构的调整。”林伯强分析道。

据中国电力企业联合会《2021年上半年全国电力供需形势分析预测报告》，一、二季度全社会用电量两年平均增速分别为7.0%、8.2%。上半年，全国规模以上电厂总发电量为3.87万亿千瓦时，同比增长13.7%。电力需求猛涨，而电价上涨无疑对于发电企业是利好。

10月9日，时代财经记者以投资者身份致电电力上市公司豫能控股的投资者关系部门，相关工作人员称：“目前还没有收到电价上涨的相关通知。我们主营业务是火力发电，如果电价上调会对收益产生有利的影响。”

煤与电的矛盾一直是能源行业的突出矛盾，过去由于电价不能随时跟着发电成本调整，而煤炭价格跟着市场走，在用电需求旺盛时，电力公司却出现盈利下滑，甚至严重亏损。

能源专家、北京特亿阳光新能源科技有限公司总裁祁海珅10月9日对时代财经指出，提高到20%的幅度指标是给燃煤火力发电企业“纾困”了。但具体能纾困多少，主要看用电主体耗能情况的改善程度。

此外，在煤炭供给方面，国家发改委近期通过组织煤炭企业与发电企业签署长协、保障煤炭运力等措施，保障煤炭的供应。

据财联社报道，10月7日，一份名为《内蒙古自治区能源局关于加快释放部分煤矿产能的紧急通知》下发，内蒙古能源局相关人员表示，要求相关部门通知列入国家具备核增潜力名单的72处煤矿，可临时按照拟核增后的产能组织生产，共计核增产能9835万吨。

此外，为保障长协落实，9月29日，内蒙古自治区四季度煤炭中长协保供合同对接会在鄂尔多斯市召开，由该市29户重点煤炭生产企业全部承担18个省区（市）5300万吨煤源任务。

尚未落实长协对接的省份，也组织摸查。如10月1日，陕西省发改委会同各产煤市、省内重点煤炭生产企业迅速摸查全省煤炭产能。

林伯强预估，电价调整施行一段时间以后，能发挥从需求端抑制煤炭用量的作用；在供给端，政府正在着力让煤炭企业尽可能释放产能，通过增加煤炭供给，双管齐下能使煤炭价格稳定下来，甚至有所下降。

董晓宇也认为，煤炭供应紧张局面将会有所缓解，特别是推动具备增产潜力的煤矿尽快释放产能，加快已核准且基本建成的露天煤矿投产达产，从批准生产到真正形成产能虽然会有一定的时滞，但后续煤炭产能会大幅增加，增供效应会在明年一季度明显显现。

高耗能企业将承压

新规把矛头对准了高耗能企业，延续了今年以来“双碳”目标下，能耗双控的政策精神。

事实上，以电价调控高耗能行业也并非首次。以电解铝行业为例子，8月27日，国家发改委发布《关于完善电解铝行业阶梯电价政策的通知》，电解铝企业消耗的非水可再生能源电量在全部用电量中的占比超过15%，且不小于所在省（自治区、直辖市）上年度非水电消纳责任权重激励值的，占比每增加1个百分点，阶梯电价加价标准相应降低1%。

新规定的高耗能行业不受电费上浮20%的限制，将对电解铝产业带来什么影响？

天风期货研究所资深有色金属研究员胡佳纯10月9日对时代财经分析，电力成本占电解铝总成本30%左右，过去根据山东、吉林这些省份有征收政策性补贴，电解铝企业为1毛多/度电。

“新政策的出台，对于大多数自备电企业以及云南这种水电铝影响有限。而非云南地区的市场化交易电量成本受此影响会有所抬升，尤其对成本控制能力弱的企业，边际成本有明显提升。”胡佳纯认为。

10月9日，时代财经以投资者身份致电以生产电解铝为主业的神火股份咨询电价上涨对其影响，相关工作人员表示：“在新疆的生产基地是自供电，不受影响。云南的生产具体受到什么影响，目前情况还不清楚。”

据神火股份今年上半年半年报，该司利用新疆地区能源优势，在新疆地区打造出较为完整的电解铝产业链条，80万吨/年电解铝生产线配套建设有阳极炭块和燃煤发电机组，同时建设有连接煤炭原料产地和电厂的输煤皮带走廊。而公司控股子公司云南神火，今年上半年受云南限电影响，产能利用率目前只有61.11%，年初制定的80万吨经营计划将无法完成；由于产能恢复时间不确定，具体影响产量暂无法准确预计。

新规对于无自备电的高能耗企业则产生较大的影响。10月9日，时代财经以投资者身份致电郑州煤电投资关系部门，相关工作人员表示，尽管外界看来，电价上涨对煤炭生产公司特别是动力煤生产公司有利，但对郑州煤电来说，并没有多大好处。一方面，目前公司已经没有发电厂，自备电厂去年已经关停；另一方面，电价高了，成本也相应升高。“原材料涨价，所需的钢材、一些大宗物品，日常的消耗、人工等方方面面都会上涨，如果还要让煤炭降价，怎么养活工人？”

该工作人员表示，如果政府不限制煤炭价格，让煤炭价格可以按照市场供需定价，那么如果电价上涨，他们可以把涨价传递到下游，但问题却在于，目前政府对煤炭价格是有限制的。“外界说煤炭公司今年肯定赚得盆满钵满，我说没有。政府一直从产量供应端进行调控，包括安全、环保各种检查，也严控满负荷生产。”

此次会议中提到，在保障安全生产的前提下，推动具备增产潜力的煤矿尽快释放产能，加快已核准且基本建成的露天煤矿投产达产，促进停产整改的煤矿依法依规整改、尽早恢复生产。交通运输部门要优先保障煤炭运输，确保生产的煤炭及时运到需要的地方。

安光勇也担忧，电价上涨可能对低附加价值、高耗能的制造业带来打击。“制造业的利润空间已经很小，毛利率仅有个位数，而如果电价涨幅达到两位数，就意味着这些企业只能选择关门。毕竟电价涨价并不是解决根本问题的措施，且要面对因涨价所带来的影响，不得不推出更多后续措施的局面。”

祁海珅却认为：“这个‘转型阵痛期’确实会存在一些矛盾和错综复杂的利益关系，但现在不这样做，更待何时？如果只是为了一时的经济发展和GDP数字的好看，这种累积的诟病对于往后的管控难度会更大，给我国能源和资源消耗造成的压力会更大，给环境保护带来的危害也会更大。”

20%

解“燃煤之急”

上接P1

黑脸白牙的面孔，是外界对煤炭矿工的初印象。

程功介绍，综掘队矿工每天会通过罐笼深入井下500米左右，乘坐电车、无轨胶轮汽车，步行进入并检查工作面后，启动掘进机组，一段时间的进刀割煤后形成综采工作面。

紧随而至的是，综采队矿工启动采煤机，截割破煤后按规程进行移架，降下液压支架等流程，完成一个循环，俗称“一刀”。

井下热火朝天

煤炭增产保供任务紧迫。在石新看来，落实到生产中，主要是加强设备检修保养，零部件更换，甚至到紧螺丝、滚筒注油等细节。

“为保证煤矿安全生产，完成增产任务，矿领导都带班上岗，如有气体超标、新设备使用等情况必须亲自下井查看。”10月4日，石新对时代周报记者说。

此外，除了每天的早会和下午作业会，石新最近参加的专业会议，包括“一通三防”、地测防治水、顶板管理、智能化改造等也在增多。

过去矿山机械化程度较低，一条皮带3500米，4个皮带工完成皮带运输检修维护测量等工作，从头走到尾需要5个小时。

在智能化改造后，智能机器人巡检一次只需要两小时，对设备状况反馈比工人更加及时、准确。

时代周报记者了解到，截至目前，晋能控股集团有18座矿井27个智能化综采工作面实现井下固定岗位无人值守与远程监控，各系统智能化决策和自动化协同运行，智能化装备产能有8900万吨。

“井下割落的煤炭，将直接进入刮板输送机，随后行至设在正巷的转载机，前行进入可伸缩胶带输送机，再进入一系列固定式带式输送机。”程功介绍说，煤炭最后进入井底煤仓，通过斜井提升出井，依靠强力皮带机进入地面运输系统。

石新告诉时代周报记者：“在整个煤炭生产中，虽然现在有5G等技术加持，但卷入托辊上的线团、主电机灰尘超标等，任何一个盲区都可能付出生命代价，必须要汲取事故教训，多‘回头看’。”

“石新最近特别忙，通常是几天不回家，偶尔很晚回来，第二天天还没亮就又走了，看着心疼。”石新妻子含泪说，家人不敢打扰他，毕竟比起团聚，安全更重要。

煤厂暂不存煤

今年国庆长假期间，与往年通常煤堆高耸的情景相比，煤矿的煤场存煤很少。

9月中旬，晋能控股集团董事长郭金刚曾在晋沪粤国资国企社会责任论坛上表示，今年以来，面对电煤供应紧张局面，集团准备在全年计划基础上增产2000万吨，同时严格履行煤炭中长期合同定价机制，最大限度提高兑现率。

“保供给，抓生产。”时代周报记者从山西大同多家煤矿相关负责人处获悉，煤炭生产和增产任务已按“一矿一策”原则分解。

具体来看，开采时间较短的煤矿在今年10月、11月均要完成40万吨左右的煤炭生产任务；已经破产的老矿也要完成约20万吨的月任务量，平均一天6000吨。

煤产出来，都去哪了？

“各个煤矿都承担了煤炭保供任务，所以没有存煤积累，产多少运多少。”程功对时代周报记者说，山西大同各煤矿煤场里原煤通过洗煤厂洗选出精煤后，拉进煤仓中，第一时间通过火车运走。

10月6日，山西风雨交加。这个国庆假期，一家煤矿的煤炭运销人员萧然和他的几个同事非常繁忙。煤仓里的煤炭都需要及时装上火车，拉到北煤南运最重要的港口——秦皇岛港。

“冬天将至，时间紧迫，最近几个月任务重，有时一个月要完成40万吨煤运销量，以往几年分淡季旺季，但今年全年煤炭需求都很高。”萧然向时代周报记者透露，煤量多的时候，需要提前一天晚上打报告，从太原局里调来火车皮。

当日，时代周报记者从山西大同一家煤矿运销站内部人士处获悉，近期煤矿主要通过三列煤车运煤。其中一列是105节的大列车，装载的是8400吨精煤，热量最低要达到4500大卡，通过大秦铁路运往秦皇岛港。

其他两列煤车，主要负责运输市内电厂所需煤炭。其中一列53节，将3710吨煤炭运往阳高电厂；另一列50节，将3000多吨煤炭运往山西大同二电厂。

山西大同二电厂隶属国电电力公司，是我国西电东送的主力电厂，主要担负着向首都北京输送优质电能的任务，建厂20年，年平均发电量达70亿千瓦以上。

> 开采时间较短的煤矿在今年10月、11月均要完成40万吨左右的煤炭生产任务；已经破产的老矿也要完成约20万吨的月任务量，平均一天6000吨。

销量大价格稳

煤炭价格是市场关注重点。

9月底，国家发展改革委能源保供稳价督导组在河北省秦皇岛港开展现场督导。督促地方政府加强价格监测监管力度，提醒煤炭购销企业要严格执行国家价格政策、依法合规开展煤炭交易、积极承担保供稳价社会责任。

同日，国家能源集团、晋能控股集团、中煤集团三家企业降低了在秦皇岛港口的煤炭销售价格，其中国家能源集团降低了20元/吨，晋能控股集团降低10元/吨，中煤集团同样降低10元/吨。

“现在的煤价，是我1990年干煤炭工作以来的峰值。”10月7日，程功向时代周报记者透露，煤价是决定火电厂成本的核心要素，在煤电博弈中，煤价上涨，火电企业哭穷早已不是新鲜事。他回忆，以前煤价下跌时，电厂掌握话语权，煤堆成山都卖不出去，部分电厂拖欠煤炭款也不是秘密。

此次煤电倒挂背后，也有煤炭行业分析师将煤炭视作不折不扣的夕阳产业。但其实，非炭能源发电供给能力的提升仍需要一个过程。程功表示，今年1—8月，晋能控股集团保供应，煤炭销售量达3.44亿吨。

“尽管进入冬季，煤炭需求和销量增大，但为了稳定煤价，我们不会轻易涨价，现在主要是担保多地火电厂发电，暂不对私人售煤。”石新说。

石新还透露，与以往单打独斗不同，现在产销实行统一管理。“各个煤矿将煤炭运送到秦皇岛港口，之后再由集团统派到全国各地。”从销售计划下达，煤炭价格制定、审批，购销合同签订，销售煤款开票结算，到货款回收、资金归集的运销全过程都更加规范。

同时，为提升保供精准度，晋能控股集团对电煤用户实行差异化管理，每日摸排电力用户库存、日耗等情况，以“一企一策”为原则，优先为库存偏低的用户组织煤炭发运，努力做到应保尽保，精准保供；此外还从源头开展驻矿监管工作，加大现场检查和抽查力度，严禁不达标商品煤外运出矿。

（应受访者要求，文中受访者皆为化名）

山西超600座煤矿正常生产 但炼焦煤或进入“非常紧缺”时期

时代周报记者 **谢江珊** 发自上海

40年最大洪峰、铁轨悬空铁路中断、上万人连夜转移、停产煤矿60座……源于10月2日的持续强降雨和伴生的系列灾害让山西省备受关注。目前，在局部地区遭受严重雨涝灾害的同时，山西省的防汛形势依然严峻。

10月4日，山西省防汛指挥部已启动省级防汛Ⅳ级应急响应，根据汛情变化，及时提升至Ⅲ级。

在今年因煤炭供应趋紧、能耗双控政策制约带来煤炭涨价、多地限电限产的大环境下，这轮强降雨会对煤炭保供和价格产生什么影响？作为中国产煤大省，部分山西煤矿停产会带来多大影响？

对此，独立煤炭市场分析师黄腾在接受时代周报记者采访时坦言，近期国内、国外的煤炭供求关系已经供不应求，呈现供应紧张局势。在这种情况下，山西因受灾而导致部分煤矿停产，无疑会给供应不足“雪上加霜”。

强降雨侵袭

继7月份河南地区遭遇暴雨洪灾之后，毗邻省份山西在国庆长假期间也迎来罕见大雨。

10月2日20时至7日8时，山西出现大范围强降水，全省过程降水量在15.4～285.2毫米之间，其中最大降水出现在临汾市大宁县。山西117个县（市、区）中有18个县（市、区）降水超过200毫米，有51个县（市、区）降水在100～200毫米之间。

一时之间，“山西暴雨”的话题冲上了热搜。

强降雨导致山西多地出现内涝、地质灾害、洪水等灾情，山西省启动地质灾害Ⅲ级应急响应。

10月5日，晋中市、吕梁市、临汾市先后发生多起崩塌、滑坡等地质灾害，造成人员伤亡。

10月7日，山西连日的暴雨终于停歇。当日10时，山西气象局解除持续了近90个小时的暴雨Ⅳ级应急响应。

据山西省应急管理厅10月10日的消息，山西近期严重洪涝灾害已致全省11个市76个县（市、区）175.71万人受灾，12.01万人紧急转移安置，284.96万亩农作物受灾，1.7万余间房屋倒塌。不仅如此，截至10月8日，受强降雨影响，山西省已停产煤矿60座、非煤矿山372座、危化企业14家，停工在建工程1035个，关闭景区166个。

产煤第一大省

提起山西，人们第一个想到的总是煤炭，紧接着才是老陈醋和刀削面。

作为国内第一大产煤大省，截至今年1月底，山西共有煤矿670座。

国家统计局数据显示，2020年，全国规模以上原煤产量共完成38.4亿吨，山西原煤产量为10.63亿吨，同比增长8.2%，超过全国原煤产量的四分之一，成为国内历史上第二个原煤年产量超过10亿吨的省份。并且在产量上超越内蒙古，重新成为全国第一大产煤省份。

山西省能源局9月6日公布的《全省生产煤矿生产能力公告》中，包括已取消(可恢复)的部分煤矿在内，共有682座煤矿在列，年产能自几十万吨至2000万吨不等。

而由于当前全国多地出现供电紧张，“燃煤之急”迫在眉睫的当下，山西于9月29日与河北、山东、江苏、浙江等14个省（区、市）签订四季度煤炭中长期保供合同，保障能源供应。

按照相关要求，中央驻晋企业将保供天津、福建、河北、广东、辽宁等5个省（市）；晋能控股集团对接广西、江苏、吉林、安徽、上海、浙江等6个省（区、市）；山西焦煤集团承担河南省保供任务；华阳新材料科技集团承担海南省保供任务；潞安化工集团承担山东省保供任务，其余保供任务由山西省各市煤炭企业承担。

据悉，预计今年12月底，山西与14个省（区、市）签订的煤炭中长期合同将全部兑现。

此举将对缓解煤炭供需矛盾、稳定煤炭价格、促进煤炭行业健康发展、确保民众安全温暖过冬无疑会有重要意义。

但近日突如其来的强降雨，致使山西60座煤矿停产，也引发了人们对煤炭市场缺口的担忧。

超600座煤矿正常生产

8月底特别是9月下旬以来，国内多地出现电力供应紧张情况，限电限产也时有发生。

出现此情况的一个重要原因是，作为国内电力供应主力的煤电，由于煤炭供需紧张以及动力煤价格屡创历史新高，整体火电发电量受限。

在煤炭保供压力大的背景下，产煤第一大省山西这次煤矿意外停产60座，会带来多大影响？

在黄腾看来，动力煤主产区位于陕西和内蒙古，并且国有大型煤矿可以积极增产，弥补一部分缺口。但在炼焦煤方面，本次山西炼焦煤煤矿多在受灾范围之内（临汾、蒲县等地），“这是其他地区难以用增产来弥补的。特别是优质强黏结煤，恐怕会进入非常紧缺的一段时期”。

而进口煤炭方面也不甚乐观。究其原因，黄腾认为，一是货源不足，二是价格飞涨，三是船运市场“船只供不应求”，北美、欧洲秋粮收获后交易增加，运粮业务占据了不少海运能力。

但与此同时，山西省内有超过600座煤矿仍然在正常生产，甚至不少煤矿选择放弃国庆假期，全力组织生产。

晋能控股集团山西大同煤矿一位相关人士在接受时代周报记者采访时表示，暴雨只对山西部分地区造成影响，“山西大同这边的煤矿都安然无恙，仍然在开足马力生产，不会影响到煤炭供应”。

不难看出，合理加快煤炭产能释放，已成为当前一项重点工作。10月8日，国常会上也再度部署煤炭、电力保供事宜。

会议指出，要在保障安全生产前提下，推动具备增产潜力的煤矿尽快释放产能，加快已经核准且基本建成的露天煤矿投产达产，促进停产整改的煤矿依法依规整改、尽早恢复生产。交通运输部门要优先保障煤炭运输。

值得注意的是，煤矿需求旺盛期往往是事故高发期。对此，黄腾提醒道，煤矿在积极增加生产的同时，要注意消除隐患，避免产生事故。

（时代周报记者黄坤对本文亦有贡献）

超5亿人次国庆长假出游 四川吸金超500亿元人气最旺

时代周报记者 **陈泽秀** 发自广州

在经历了暑期游遇冷之后，今年国庆假期，全国各地迎来出游热潮。

据文化和旅游部数据中心测算，10月1—7日，全国国内旅游出游5.15亿人次，按可比口径同比减少1.5%；实现国内旅游收入3890.61亿元，同比减少4.7%。

从各地的情况看，截至10月10日，河南、江西、贵州、广东、江苏、广西、四川等22省（区、市）公布了今年国庆假期旅游成绩单。

据时代周报记者统计，四川累计接待的游客数量最多，达6782.28万人次，占全国的13.17%，河南紧随其后，累计接待的游客数量为6675.07万人次，占全国的12.96%，江西则以6586.74万人次的游客数量排在第三。贵州和广东在国庆假期的人气也较旺，均超过了4000万人次，分别是4708万人次和4438.6万人次，位列第四、第五位。

从旅游收入看，目前四川最吸金，实现旅游综合收入509.04亿元，按可比口径比较，分别恢复到2019年同期的99.95%和95.97%。而江苏的成绩亦不俗，国庆假期累计接待的游客数量为3896.58万人次，虽然不及四川、河南、江西、贵州、广东等省份，但旅游总收入达到424.26亿元，目前位居第二。

四川人气最旺，河南节后继续发力

今年国庆长假期间，北方地区迎来降温、降雨，南方地区则出现“秋老虎”，气温普遍偏高。尽管如此，人们的出游热情仍然高涨。

从接待游客人次看，在目前公布旅游数据的省份中，四川、河南、江西、贵州、广东今年国庆假期接待游客数量均超过4000万人次。这5个省份累计接待游客数量约为2.91亿人次，占全国（5.15亿人次）的56.68%。

其中，河南累计接待游客6675.07万人次，游客数量目前位居第二。据《河南日报》报道，假期前3天，河南天气晴好，客流激增。后期受阴雨天气影响，市场行情有所回落。整体数据显示，河南累计接待游客与2020年同期相比增长5.44%，旅游收入同比增长2.12%，旅游市场恢复势头强劲。

河南人气最旺，跟该省份在促消费政策发力有很大关系。今年7月以来，受洪涝灾害和新冠肺炎疫情叠加影响，河南文化旅游业遭受重大损失，全行业按下暂停键。为推动旅游市场恢复，河南文旅系统开展了“大抢修、大排查、大培训、大练兵”活动，加快旅游基础设施、公共服务设施恢复重建。此外，郑州9月30日起还陆续发放800万元文旅电子消费券，拉动文旅消费增长。

为加速旅游市场回暖，从10月10日起，河南省432家A级景区还将面向全国游客免门票一个月。同时，河南将统筹资金1亿元，支持A级旅游景区、重点文旅企业门票减免活动。

江西的游客数量目前排在河南之后，位居第三位。今年国庆假期，江西累计接待游客6586.74万人次，同比增长5.30%，与2019年相比增长5.19%；累计旅游收入405.10亿元，同比增长6.75%，与2019年相比增长4.40%。

与河南类似，国庆假期，江西省市县三级联动推出扩大文化和旅游消费的举措，大力引导和扩大城乡居民文化和旅游消费。其中，赣州全市配套旅游电子消费券5891.5万元，吉安市实行所有A级旅游景区免大门门票政策，宜春市实行4A级旅游景区面向全市工会会员5折优惠政策。

海南人均花费最高

从旅游收入来看，今年国庆假期，江苏以424.26亿元的旅游总收入仅次于四川，暂居第二，江西的旅游收入也超过了400亿元，达到405.1亿元，排在四川及江苏后面。

不过从旅游的人均花费看，由于火爆的离岛免税市场，“海南游”人均花费最高，达1588.79元/人次。上海亦成绩不俗，国庆7天假期共接待游客1794.53万人次，旅游类消费收入258.55亿元。这意味着，去上海旅游的人均花费为1440.77元/人次。

从接待游客人次看，在目前公布旅游数据的省份中，四川、河南、江西、贵州、广东今年国庆假期接待游客数量均超过4000万人次。这5个省份累计接待游客数量约为2.91亿人次，占全国（5.15亿人次）的56.68%。

据时代周报记者统计，今年国庆假期，除了海南及上海，北京、江苏和浙江的人均花费也都超过了1000元/人次，分别为1256.53元/人次、1088.8元/人次以及1063.87元/人次。其余多数省份，国庆假日旅游人均花费大多在500～800元/人次之间。

苏宁金融研究院消费金融研究中心主任付一夫此前接受时代周报记者采访时表示，一个地区旅游收入与游客逗留时间的长短、花销支出、当地的物价水平、当地的景点数量等多重因素有关。上海作为国际化大都市，有繁华的商业街、景点较多，物价水平也比一般地区高一些，所以人均花费较高，创造的旅游收入也较高。

值得一提的是，受天气和局部疫情反弹影响，今年国庆假期一些省份呈现出省内游的特点。譬如江西省，据《江西日报》报道，从国庆假期全省客源情况来看，总体上主要是“江西人游江西”，自驾游、亲子游、家庭游、周边游、乡村游成为江西省国庆假期旅游的主流。

文化和旅游部发布的《2021年国庆节假期文化和旅游市场情况》显示，今年国庆假期，中远程旅游需求未能充分释放，假日旅游客流主要集中在省内，本地游、周边游、近郊游是主流。以短时间、近距离、高频次为特点的“轻旅游”“微度假”“宅酒店”受到游客青睐。

不过，整体来看，今年国庆假期出游人数和旅游收入也尚未恢复到疫情前的水平。其中，出游人数恢复至疫前同期的70.1%；国内旅游收入恢复至疫前同期的59.9%。

第十四届

时代营销盛典

THE TIMES WEEKLY MARKETING AWARDING CEREMONY

企业参选报名时间:

2021年7-10月

榜单揭晓时间:

2021年11月

品牌价值传播奖
创意品牌营销奖
时代公益先锋奖
优秀形象传播奖
优秀公益项目奖
优秀特色项目奖
直播营销新星
优秀社会化营销奖
优秀整合营销传播奖
最具效益传播项目奖
优秀短视频传播奖
创意短视频传播奖
视频营销突破奖

主办单位: 时代传媒集团 TIMES MEDIA GROUP

承办单位: THE TIME WEEKLY 时代周报 时代财经 企业第一财经读本

这届少女不服“秃” 植发机构假期日均10台手术

时代周报记者 **刘文杰**
特约记者 **戴睿敏** 发自广州

“趁着国庆假期悄悄变美，然后惊艳所有人。”广告语轻易击中爱美的女生。

刚刚过去的国庆假期也被视为植发的黄金周，植发机构迎来了客流高峰。假期首日，时代周报记者在广州某家植发机构观察发现，一个小时内有将近20人进出，当中不乏女性。

“假期前两天来咨询和做植发的人最多，每天都得进行10多台植发手术。”广州某植发机构工作人员告诉时代周报记者，年轻女孩子来做植发的很多，“十六七岁的都有，都是爸爸妈妈陪着来。”

脱发，不再是“男事”。

9月末，“当代女大学生掉发现状”登上热搜，阅读量超1亿。女网友们晒出随手一抓掉一把头发的图片，直言掉得不敢洗头了。还有女网友晒出假期到皮肤科就诊的经历，目的就是要治疗脱发。

女性的脱发焦虑和植发意愿逐渐赶上男性。时代周报记者查阅百度搜索指数发现，近30天内搜索“脱发”的人群中，女性的比例(52.26%)高于男性，而“植发”的搜索人群中，女性的比例（41.17%）略低于男性。

“来植发的男女比例约是1：1。”前述机构工作人员表示，该机构累计植发案例已有上万例，而植发的群体也越来越年轻化。有的女性即便本身没有脱发困扰，但也希望通过毛发移植来提升颜值，“爱美心理是越来越强烈了”。

忙碌植发

国庆假期第一天，尽管广州下起了瓢泼大雨。但时代周报记者现场注意到，在这样的糟糕天气里，每隔几分钟就有人进出一家植发机构。

在这家植发机构里，每个推门而入的人都会经过长长的楼梯，两侧墙上挂着植发成功的案例，顶着浓密头发的人在自信地展示笑容。

“纠结了很久，还是决定要做，哪怕贵、哪怕疼，为了美也是值得。”李莉（化名）坐在大厅等候面诊。她指着一张照片，对时代周报记者说希望能拥有同款发际线，“那就可以告别一成不变的齐刘海，做任何自己想做的发型了”。

同样等着面诊的张小（化名）在平静地刷着手机，她也想要在额头植发。“生完孩子，脱发严重、发际线后移，总觉得自己变丑了。”因为焦虑，她一度觉得脱发更厉害，“我想回到生孩子之前的样子”。

这边，等着面诊的女生们还在想象自己植发后的样子，还有好几个人换好了衣服等待手术。那边，已经有植发成功的案例站在面前，为女生增强信心了——一个长发飘飘的年轻女生刚洗完头顶血痂，伸手摸了摸头上刚长出的小发茬，脸上是心满意足的表情。

女生们想要达到这样的效果，得先经过面诊，经过毛囊检测后才会进行手术。

面诊室里放着一个插满小发茬的女性模特头，头顶被马克笔标记了不同生长特征的植发区域。“植发是皮下3毫米的小手术，和涉及肌肉组织的双眼皮手术相去甚远。”咨询师邓医生热情地展示过往的成功案例，案例多为女性。

她们都有一个特征：额头宽广。从照片来看，有女生的发际线与眉毛间的距离甚至超过10厘米，标示的植发区域至少能把原有的发际线前移2厘米。

这也是多数女生的植发需求——前移发际线、填补发缝和两侧额角。

那些用真实姓名命名的文件夹里，藏着女生变美的秘密。

过去关于脱发、植发的讨论对象多为男性，甚至有网友将秃头调侃为程序员的标配。卫健委数据也显示，2020年国内脱发人群中，男性和女性数量分别为1.64亿人、0.87亿人，男性脱发比例显著高于女性。

但现实中，女性的脱发焦虑和植发意愿却远高于男性。在B站、小红书、微博、抖音等各社交平台，以“植发”或“脱发”为关键词检索，能发现相关内容多为女性发布，评论区发言者也多为女性。

据新氧数据颜究院数据，某植发医疗机构在2008年的服务客群中，男性占比超过95%。但到2018年，植发的女性用户占比已接近40%。这意味着，这10年间，女性植发用户增长迅猛。

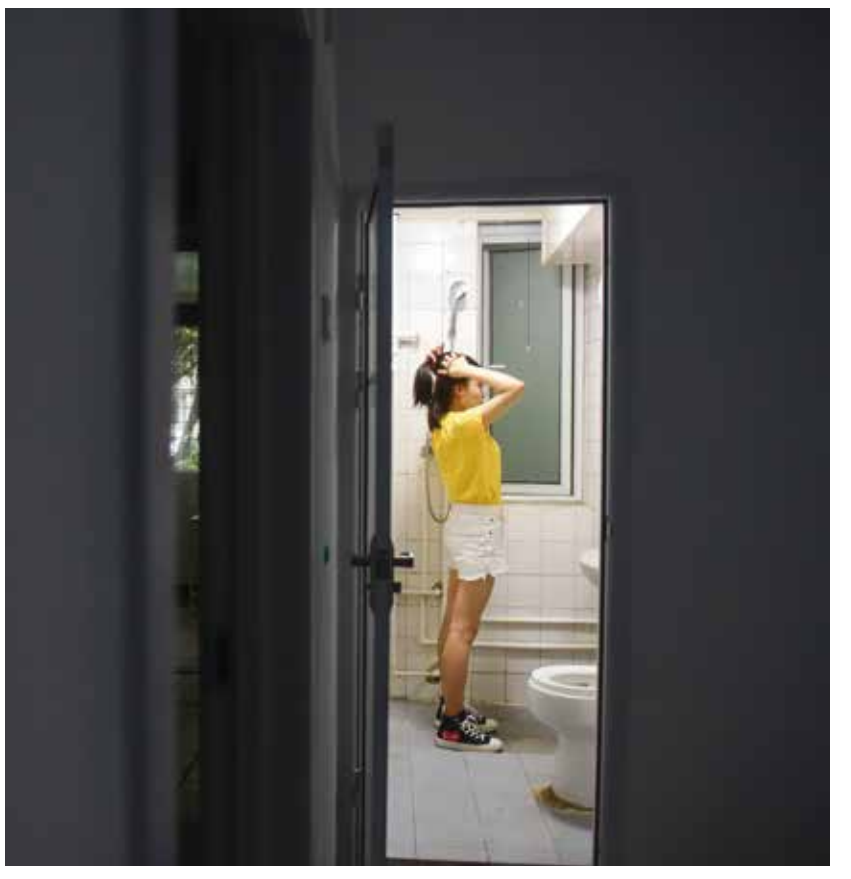
拯救秃头

颜值即正义。这句看起来是玩笑话，在现实社会里真实发生。

在出现玻尿酸垫直角肩、断骨增高、精灵耳整形等奇葩的医美项目后，容貌焦虑蔓延至头发。零发缝、粗马尾、发量蓬松形成的高颅顶、圆润饱满的发际线成为流行，爱美女性焦虑感倍增，选择植发。

植发后第365天，22岁的阳阳（化名）在社交媒体上晒出一头浓密秀发，头顶蓬松柔顺，简直就是“高颅顶美人”。不少网友直呼，“完全看不出来植发”。

这是她在过去20年的生活里未曾体会过的。



阳阳妈妈常用“聪明绝顶”夸赞她，因为她顶着一个锃亮的大脑门，但这也是她自卑的源头。阳阳坚持留刘海多年，不是因为喜欢，而是能遮丑。每逢刮风，刘海只要被微微吹起，她都会下意识用手捂住额头，生怕被别人看到。

“额头太大了，丑了二十多年。”阳阳越发难忍自己的大额头，她告诉时代周报记者，为了植发自己攒钱、做功课，只想着赶快变美。

去年，阳阳终于完成了梦想已久的植发手术。花费3万多元，从后脑勺移植了近4000个毛囊到额头上。手术后一周，头上密密麻麻的伤口痛得她难以忍受，只能吃止痛药入睡。但一想到恢复后的样子，咬咬牙也就熬过去了。

术后不到两周，阳阳的额头出现大片黑色短发茬，花瓣状的人工发际线清晰可见。虽然还需几个月恢复，但带着这样的“半成品”进入职场，她感觉自信了许多。

阳阳不是个例。网友@叫我tina小姐姐也在自己拍摄的短视频中提到，小时候因为“大脑门”被长辈们夸聪明、有福气。但长大之后“大脑门”就成了她羞于面对、感到焦虑的存在。

在容貌焦虑的推动作用下，越来越多女生点开植发视频，也走进了植发机构。

B站博主“魔法少女乌塔”在2019年和2020年发布的两条关于植发的视频，点击量分别高达118.9万和44.7万，创下她所有视频中最高阅读量纪录。在这两条视频下方，不少女性网友表示：“蹲一个后续，我也秃！”

“大家都爱美，在社会里，形象很重要。”在邓医生看来，植发顾客年轻化，这已经见怪不怪。很多女孩甚至连医美都敢去做。相比之下，植发不过是美容外科里最没有风险的一个小手术。

北京友谊医院原皮肤科主任赵俊英在接受《人民日报》记者采访时也表示，女性一般都是自己强烈要求来看医生。她们往往面带愁容，十分焦虑，觉得脱发影响形象，在治疗上肯花时间、肯砸钱。

颜值消费

“我变秃了，也变强了。”

这是当今年轻人的自嘲，也是当代年轻人熬夜的真实写照。2020年国家卫健委发布数据，平均每6人中就有1人脱发，大批“90后”已经加入到脱发阵营。

植发不便宜。

以毛囊为单位，植发定价依据技术难度分为12元、18元和60元一个单位。前两种需要把后脑勺处的头发剃掉，分散着将毛囊种植到目标位置，标价最贵的一种不需要剃发。某植发机构向时代周报记者透露，多数需要填补发际线的女性顾客需要移植2000 ～ 3000个毛囊，植发价格在2.4万～ 18万元之间。

高昂价格、超大用户群，催生巨大市场。艾媒咨询数据显示，2016年中国植发行业市场规模为57.0亿元。2020年已攀升至208.3亿元。

相比男性的植发刚需，女性更多是追求美，因容貌焦虑选择植发。艾媒咨询数据显示，与男性的需求相比，女性在植发上的需求多为艺术种植，即发际线、美人尖等。简单来说，女性追求的是“更好看”。

爱美女性琢磨起植发，植发机构也盯上了她们。

各大社交平台以视频、文字、照片等方式讲述植发经历的内容不计其数，部分植发机构还会以“分享植发经验可以打折”鼓励植发者推广。这样的宣传极大降低了爱美女性心中的恐惧感。

在以“变美”为导向的植发选择下，女性更注重的也是植发之后的美感程度。

网友@美妆小花表示，自己做攻略时，把成都植发好的医生都找完了。对比下来，发现每个医生设计风格都不一样，最后才确定了最符合自己审美的一位医生。

为此，有植发机构为女性定制符合其审美要求的植发方案。要求发际线圆润、种植美人尖、想要有小碎发等小心思，植发医生都懂。

当下正火的FUE技术（无痕毛囊提取技术）和3D植发技术，更是基本解决了女性的无痕无痛需求。国内植发龙头机构之一碧莲盛的董事长尤丽娜曾说，NHT（不剃发）植发技术大幅度降低了女性的植发门槛。跟韩国等成熟市场对比来看，预计将来女性植发的比例会达到50%。

女性消费群的崛起，带动植发机构站上风口。

今年6月，植发机构雍禾植发向港交所主板递交了上市申请。据悉雍禾植发2020年总收入达到16.4亿元人民币，同比增幅为33.8%。9月26日，另一植发机构新生集团联合创始人表示，新生植发有上市计划，但还没有明确时间表。

资本正在进一步布局。雍禾植发相关人员表示，公司未来发展规划主要是：通过募集资金实现新增50家医疗机构及60家医学建发中心的门店扩张目标。

时代周报记者走访了解到，有植发机构专门为学生群体定制优惠项目，比如选择12元/毛囊减1000元，18元/毛囊减2000元，60元/毛囊能直减5000元。

民间有言“一白遮百丑，一秃毁所有”。如今，越来越多爱美的女生正在把拯救秃头的希望寄托在这些植发机构上。

这座城 让人上头

上接P1

有别于常见的高度白酒，佛山出产的这种低度白酒属于古法酿造，由于在酒曲中混入了黄豆，让酒有了一种独特的豉香。

而陈化过程还会加入肥猪肉——不仅为酒体增添豉香，还可以吸附酒里的杂质。这种外人眼中出乎意料的酿造工序，在佛山酒厂制作中广为流传。

这也是李叔惦记的味道。找好位置坐下，他对着门口喊："照旧！"（粤语，意指按照往常的来）然后开始摆弄酒瓶和杯子。

门口的大蒸笼开始冒出蒸汽。10分钟后，熟悉李叔的店主照旧拿过来一笼排骨，一碟肠粉。李叔也照旧，先抿上一口米酒，再把一筷子肠粉送进嘴里。

这样的早晨让李叔神清气爽。

他喝过不少白酒，但米酒一直是早餐搭档。"便宜嘛，不用考虑太多，太贵就不舍得了。"

相比起价钱，李叔还是习惯这种喝了四五十年的味道，在他眼中，这样的酒才最对味，"刚出来工作，跟亲戚做木工，那会就开始喝了"。遥想当年事，李叔自然地拿起酒杯，又抿了一口。

佛山米酒就这样自然地融入到佛山人的生活。同样地，在粤菜体系中，米酒也自然而然地融入其中，不显山露水，却是画龙点睛。

几乎每一个广东人，都有意或无意品味过佛山米酒的魅力。

在"美食之都"顺德，用红米酒入馔的做法由来已久，极具代表性的菜式就是醉鹅。

肥瘦相间的鹅肉在铁锅中煎香，高温锁住鹅肉的水分和香气，腐乳和蚝油调制而成的酱汁加入后，增添额外的香气。

接下来，厨师会将一整瓶红米酒毫不吝啬地沿着锅边倒入，火焰一触即发。这种明火夹烧的做法，会产生大量的蒸汽，迅速提高锅里的温度，达到焖烧的效果。

醉鹅的烹饪不加一滴水，在米酒的包裹下，鹅肉浸润着酒香，故被称为醉鹅。

广东烧腊也少不了白酒。烧鸭的皮脆肉香，秘诀就在皮水中加入白酒。在空气湿度高时，白酒易挥发，能让烧鸭表皮快速风干，帮助上色。叉烧的香气，同样来自于白酒，厨师会加入玫瑰白酒，增添其芳香。

佛山白酒搭配叉烧食用，两者相得益彰。入口时带有淡淡的煤烟味，紧接着是大米渗出的甜和微酸，下咽后，口中尽是清凉和回甘，正好中和了叉烧带来的丰腴油脂以及甜蜜。

20世纪80年代，香港作家黄霑曾为这款白酒创作了经典的广告歌曲："斩料斩料，斩嚿（块）大叉烧啊，油鸡卤味样样都要，有玉冰烧。"

功夫与商贸

"日日做到无停手，总有食饭嘅时候。啲一啲，啲一啲，饮杯九江双蒸酒。"（翻译："每天工作忙得停不下来，总有吃饭的时候。歇一会，歇一歇，喝一杯九江双蒸酒"）

20世纪80年代，佛山出产的九江双蒸酒在香港播放的广告歌曲非常朗朗上口，广告主角是在建筑工地以及码头从事体力劳动的工人。

九江双蒸酒以廉价占领了平民市场，微醺的"上头"恰能排解高强度工作后的疲倦。随着人员的流动，不仅粤港澳三地的劳工们好这一口，从五湖四海到佛山的商贾和打工者们也很快喜欢上了这款本土白酒。

在佛山石湾，陶工称烧酒为"烧哥"，下工后总要"叹番几两"。他们之间还流行着豪爽的劝酒歌："有钱要买烧哥吞，莫买罗衣打扮身，他日阎王来召见，不认罗衣只认人。"

和江浙一带不同，佛山的产业需要大量的劳力。早年间，五湖四海而来的劳动者在佛山慢慢找到各自的组织，逐渐细分出一支在拳脚上了得的功夫队伍。

功夫江湖流传的南拳北脚中，南拳招数就有一部分起源于佛山，包括招牌功夫——佛山无影脚。这样的社会结构诞生出黄飞鸿、叶问这样的武术宗师，演化出咏春拳、蔡李佛拳也不足为奇。

酒，成了支撑这个社会结构的润滑剂。在近现代的影视作品中，酒与功夫成双成对地出现，有直白的《醉拳》，和佛山米酒致敬程度最高——许鞍华早年导演的《胡越的故事》，在菲律宾给黑社会老大当杀手的阿三，在不执行任务的夜晚，总是会喝上一口九江双蒸。

南方的酷暑，功夫江湖的互相切磋，让酒成为佛山药品发展的催化剂。

佛山药业始于明万历年间，至今已有400多年历史。清乾隆年间，30多万人口的佛山，就有制药店铺近百家，流传至今的百年老字号就有30多家。他们大多生产治疗跌打、活血化瘀的药品，就如冯了性的风湿铁打药酒，既能内服，也可外用。

这些高度酒，无意中为那些劳苦的汉子带来了两全的解决方式——一方面治疗身体伤痛和疲惫；另一方面快速获得微醺的感受，好从现实痛苦中短暂抽离。

老名片新包装

米酒让佛山"上头"。

史料记载，苏东坡被贬岭南时发明真一酒等黄酒并著《东坡酒经》，这是岭南地区首部记载岭南小酒曲的制作和黄酒酿造技术的书籍。

到了清朝，佛山的酒业伴随着工商业崛起，发展愈加昌盛。

"家数三四十，酒甑数七八十"，指的便是当时佛山酒厂的竞争激烈情况。

江湖地位最高的是陈太吉酒庄。

第三代庄主陈如岳曾被光绪钦点为翰林学士，辞官归家后继承祖业潜心酿酒，在受到乡亲用米酒浸泡蛇和药材的启发后，他利用自己用酒糟养猪的便利，尝试猪肉浸泡的陈酿工艺，意外发现，猪肉能够吸附酒中的杂质，并使酒味柔和丰满。

由此陈如岳创制出"缸埕陈酿，肥肉酝浸"的酿造工艺，也就是此后闻名遐迩的玉冰烧豉香型白酒。

发展至今，这种酒的制作工艺更显成熟。通常选取猪肩背肥肉，经沸水煮熟后先在高度酒中浸泡4 ～ 5个月，再将陈化过的肥猪肉放入白酒，肥猪肉的脂肪慢慢溶解，与酒起作用，提高其老熟度，还能在白酒表面形成一层丰厚的油脂，防止酒精挥发。

这般厚重的历史，酿出佛山酒业蓬勃发展的醇香。

数据显示，2020年，九江双蒸、玉冰烧、红荔三大米酒品牌合计年产值近30亿元，加上众多中小型米酒厂商，初步估算，整个广东市场米酒总体量约为50亿元。其中，佛山本地市场总体量约达到9亿元。

然而，厚重的历史也让当下的佛山米酒不得不面对"老去"的尴尬。

猪肉浸泡带来的豉香，与当下年轻消费者在威士忌中追求的花果香和橡木桶风味大相径庭。在精酿啤酒、威士忌日益成为年轻人青睐的饮品的同时，传统的米酒市场一再萎缩。

当上一辈佛山人逐渐老去，年轻人又不再延续喝早酒的生活习惯后，如何保持品牌的新鲜感，如何在传承上创新，迎合当下年轻人的生活方式，成了佛山酒企必须面对的问题。

有酒企试图在米酒中做减法。以九江酒厂为例，这家生产超过200年历史的企业，近年推出了精米30、精米30+的产品，通过东北珍珠米与南方籼米的配比控制糖化和发酵速度，让米酒的酒香气更为明显。

这意味着，在保持传统工艺之外，新产品试图消除米酒中的豉味。

也有酒企试着做加法——让米酒搭上国货消费的快车。曾登上央视美食纪录片《寻味顺德》的顺德红米酒，在社交媒体上引发讨论，成为顺德美食名片，带动销量。近日，顺德红米酒成功获批成为"中国地理标志保护产品"，使其产品具有其他同类产品所不具备的独特竞争优势。

不论是加法还是减法，这种变革正是佛山人懂得市场发展规律，进而进行改变创新的表征。

无论如何，佛山酒都在不断尝试，希望让更多的城市从微醺中获得曼妙体验。T

画龙点睛

30 亿元

撕掉"文化沙漠"标签 深圳影视人盯上网剧

时代周报记者 **石恩泽** 发自深圳

提起深圳，多数人的脑海里都会蹦出"科技""电子"的硬核印象。

这并不奇怪。过去40多年，深圳凭借市场化力量迅速崛起，成为中国乃至世界的"硬件硅谷"。

然而，光环之下，深圳一度背负着一个刻板的形象——"文化沙漠"。为了改变外界的这一印象，深圳一直在努力改良着城市的文化"土壤"。

数字能读出深圳的用心。公开数据显示，2013—2019年间，深圳文化及相关产业比重持续上升。2019年，深圳文化及相关产业（规模以上）增加值1849.05亿元，增长18.5%。

作为一座年轻的城市，深圳的文化根基确实不够深厚。要改变外界对深圳的传统印象，让本土文化产业繁荣发展，深圳仍需突破口。

"不如做网剧？"9月25日，第十七届中国（深圳）国际文化产业博览交易会深港影视创意园分会场上，有当地影视团队提议，借助网剧爆发的红利期，从网络视听产业入手，提升深圳的文化产业形象。

有业内人士认为，网剧是城市宣传的一种有效方式，容易为城市赢得好印象。一个例子是，近年受到好评的网剧《余罪》《穿越火线》等剧集，都是在深圳进行的外景拍摄，很好地展示了这座城市的风貌。若有更多作品为"深圳出品"，势必能为城市印象加分。

"这里交通便利，有利于影视场景的多样化选择，影视资源互通交流。"独聚影业总经理兼总制片人左逸斯对时代周报记者说，深圳要发展影视业，已有区位优势、经济实力和制作基础，但还需要更多企业加入，打造更高效的生产链条。

1+1能否大于2

当时兴的网络剧集和年轻的城市结合，会产生1+1大于2的提升城市形象效果吗？

深圳无疑希望如此。

在深圳文博会分论坛上，左逸斯穿着一袭干练的红色职业套装出现在"大湾区影视合作的创新与振兴"主题论坛，提出深圳要发展影视产业，带动文化发展，"希望将来不会有人再说我们深圳是'文化沙漠'。"在左逸斯看来，深圳有此实力。

尽管团队曾到多个地方调研，也曾考虑在其他地方落户，但左逸斯最终还是将企业所在地选择在了深圳，"北京、上海、江浙一带等都考虑过，但它们已经有一套成熟的体系，新企业想要寻求出圈，非常难。"她认为，深圳的优势就在于区位、经济实力，还有一定的制作基础。

左逸斯说，例如交通上的便利，除了有利于影视场景的多样化选择，还能促进影视资源的互通，粤港澳大湾区艺人之间交流也能变得频繁。

例如港澳地区，影视业一度曾有不俗表现。时至今日，很多港澳艺人都会选择在粤港澳大湾区发展，一方面是离家近；另一方面是可以通过大湾区进入更广阔的内地市场，获得更大发展空间。

而在经济基础这一点上，深圳的实力毋庸置疑。在影视基础方面，虽然目前尚无专门的影视营销发行公司，但已有非常多的传播营销公司，具备网络视听产业全链条发展的基础。"左逸斯解释道。

这些也是广东的优势。广东省网络视听新媒体协会发布的研究报告显示，2020年广东网络视听行业直接产值规模将超2500亿元。以腾讯视频为代表的综合视频平台月活跃用户数超4.5亿人，占全国60%以上。

数字让人期待，但想在行业分得一杯羹，深圳还差高效的生产链条。

"像我们这样一家影视公司，现在做一个项目需要2 ～ 3年时间。要是多家公司强强联合，提高影视生产效率和内容质量，由此形成可持续循环发展、覆盖全影视产业的生产链条。"左逸斯认为，大湾区影视企业应该以振兴影视行业为共同目标，有效协作。

"补充养分"

借网剧摘掉深圳"文化沙漠"的帽子，似乎已有一定基础。但有业内人士认为，网剧发展的"养分"还不够。

君君和大鹏都是"深二代"。两人从北京电影学院毕业后就留在北京，一个做编剧，另一个做制片人。这些年来，他们一直想回深圳发展，但考虑的是深圳影视业相对弱，这可能意味着失业或转行。

"深圳影视业配套设施还是太少了。2013年那会想在深圳拍毕业作品，当时连用来打板的场记板都找不到一个像样的，更不用说剪辑用的调色板、拍剧用的实景棚了。"他们接受时代周报记者采访时感叹道。

影视业配套不足，让深圳留不住如君君和大鹏这样的行业人才。

左逸斯在采访中提到，公司运营过程发现，确实缺人。"我们要费尽心思从各地挖人，曾经挖来一个优秀的科班编剧，但后续迫于生计压力，又走了。"

就目前而言，中国影视资源大多集中在北京，其他地方一旦缺人、缺资源，还得北上寻找。曾有深圳影视公司负责人在座谈会上提议，要推进影视名人落户深圳，建立影视产业基础设施，为深圳影视业提供良好的创业生活环境。

深圳正在尝试为企业补充"养分"。如龙岗区，就在去年推出30条新政扶持影视业，涉及产业链涵盖剧本、融资、制作（含拍摄、后期制作）、宣发、放映以及衍生业（含衍生品开发、经纪公司、软硬件科技开发）等产业链各个环节。这在当时被誉为近年国内影视产业扶持政策中"最全、最接地气"的政策。

有了政策扶持，深圳影视注册公司数量呈爆发式增长。时代周报记者通过天眼查了解到，截至目前，深圳的影视公司数量约有9000家，跟2019年相比，已多了近2000家。

企业数量快速增加的同时，企业的信心也在逐步增强。左逸斯接下来就打算制作一系列以现代城市文化为主题的网剧，计划在深圳以及广州、佛山三地取景，"希望能让大家合力，一起做强深圳影视业"。T

“伊斯兰国”袭击重创阿富汗 塔利班警告美国：无需反恐援助

塔利班 >

时代周报记者 **刘沐轩** 发自广州

当地时间10月8日中午，就在穆斯林传统的祈祷时间，极端组织“伊斯兰国”的恐怖分子对阿富汗东北部昆都士市的一所挤满了什叶派穆斯林的清真寺发动了袭击。

塔利班发言人卡里米向美联社证实，此次自杀式炸弹袭击造成了46人死亡，143人受伤，进一步的调查还在进行中。

这是阿富汗自塔利班在今年8月掌权以来遭遇的最严重袭击事件。

恐袭事件发生数小时后，与“伊斯兰国”有关的Aamaq通讯社表示，“伊斯兰国”呼罗珊省分支（IS-K）对此次袭击负责，称这次袭击的目标是什叶派和塔利班。

最严重的袭击

“爆炸摧毁了窗户，烧焦了天花板，地板上满是散落的碎片和扭曲的金属碎片，血迹覆盖了清真寺门前的台阶，不断有救援人员用担架或毯子将受害者抬出。”美联社在采访了当地人后描述了遇袭现场的惨状。

据半岛电视台报道，昆都士人正在努力处理散落在清真寺后院的受害者遗骸，他们预计死亡人数将在未来几个小时内进一步攀升，因为许多受伤者仍然情况危急。

值得注意的是，在此次事件中遇袭的受害者几乎都是哈扎拉人。哈扎拉人是阿富汗国内的第三大民族，占全国人口的20% ～ 25%。但在昆都士省，哈扎拉人仅占该省近100万人口的约6%。

长期以来，哈扎拉人一直遭受双重歧视，他们既是阿富汗的少数民族，同时还是这个逊尼派穆斯林占多数国家的什叶派穆斯林，而“伊斯兰国”组织经常针对阿富汗的什叶派穆斯林人发起袭击。

事实上，10月8日发生在清真寺的爆炸已经是IS-K近一周内在阿富汗境内发动的第三起袭击事件，此前他们在首都喀布尔市内的一座清真寺也发动了袭击，造成至少5名平民死亡。

塔利班面临的挑战

反恐正在成为塔利班维持国内社会稳定的重要挑战。

据半岛电视台报道，塔利班在袭击前几天已经采取了大规模行动，声称他们在喀布尔和阿富汗东部楠格哈尔省首府贾拉拉巴德逮捕了许多“伊斯兰国”背景的特工。但10月8日的袭击事件还是发生了，这使得塔利班面临更大的压力——他们曾经承诺要为阿富汗人民提供安全稳定的社会环境。

显然，“伊斯兰国”远未被打败。半岛电视台在报道中分析道，塔利班正在将他们的游击队员转变为一支结构化的警察和安全部队。

尽管该组织试图通过突袭和逮捕“伊斯兰国”成员来营造一种权威的氛围，但它是否有能力保护包括宗教机构在内的软目标仍受到质疑。

阿富汗著名的什叶派神职人员巴尔基呼吁，塔利班应该为阿富汗什叶派提供安全保障，“因为塔利班收缴了为保障礼拜场所安全所需的武器”。

昆都士警察局副局长奥拜达则承诺将保护该省的少数民族，“我向我们的什叶派兄弟保证，塔利班已准备好确保他们的安全”。

值得注意的是，阿富汗境内日益严峻的反恐局势也正在引起其他国家的关注，其中包括才仓促撤走不久的美国。

白宫发言人普莱斯谴责了10月8日袭击并表示：“阿富汗人民应该拥有一个没有恐怖的未来。”

美国 <

此外，美国代表团将于当地时间10月9日前往卡塔尔多哈与塔利班高级代表会晤。

据路透社报道，有知情人士透露，此次会晤除了优先“保障美国、其他外国国民以及有特殊承诺的阿富汗人继续安全地离开阿富汗”，美国还将“让塔利班履行其承诺，不允许恐怖分子利用阿富汗领土威胁美国或其盟国的安全”。而美国中央情报局副局长大卫·科恩将成为美国代表团的一员，这反映了美国对反恐问题的重视程度。

尽管在阿富汗国内的反恐问题上正面临挑战，但塔利班在会晤前表示，他们并不希望得到美国的反恐援助，并警告华盛顿不要打着反恐的旗号，从阿富汗境外对阿富汗领土进行任何所谓的“超视距”打击。

沙特王储27亿收购纽卡 世界最壕俱乐部诞生

时代周报记者 **马欢** 发自广州

中东土豪对投资足球的热情从未淡去。

北京时间10月8日凌晨，英超纽卡斯尔联俱乐部（以下简称“纽卡”）官方宣布，由沙特公共投资基金会（Public Investment Fund，简称PIF）主导的财团，以约3.05亿英镑（约合人民币27亿元）的价格，完成了对这家英格兰老牌球会的收购。

虽然人们对于中东土豪的财富见怪不怪了，但这一次财团的实力还是让球迷们大开眼界——PIF是沙特的国家主权基金，实际控制人是沙特阿拉伯王储默罕默德·本·萨勒曼（以下简称为“小萨勒曼”）。

据外界估算，王储的个人财富约为3000亿美元（约合人民币1.9万亿元）。而PIF估值则高达5000亿美元（约合人民币3.2万亿元），这一数字比英超其余19家俱乐部老板的身家总和，还要高出好几倍。

《太阳报》报道称，萨勒曼王储拥有一艘价值4400万英镑（约合人民币3.8亿元）的超级游艇，游艇上挂着达·芬奇的名画《救世主》（Salvator Mundi），而这幅画是他花费3.3亿英镑（约合人民币29亿元）买下来的。一些球迷戏言：“这么看来，纽卡还没一幅画值钱。”

不过，据《华尔街日报》报道，这起收购并非一帆风顺，谈判实际上持续了两年多，去年还曾一度中断。英国媒体透露，为此，沙特王储甚至曾给英国首相鲍里斯·约翰逊私下发消息，暗示若收购不成功，两国关系可能会受到影响。

虽然纽卡目前在英超联赛7轮过后仅积3分，排名倒数第二，但有了中东资本的加成，喜鹊球迷（纽卡斯尔联球迷外号）已聚集在主场圣詹姆斯球场外，疯狂庆祝。

但与此同时，据《卫报》报道，英超其余19家俱乐部的老板对此次收购勃然大怒，他们将在下周集合召开紧急会议，联合抵制这起收购。有评论称，沙特王子携带的大笔资金，势必将打破原有的竞争格局。

沙特金主是谁

据BBC报道，收购完成后，纽卡斯尔联队将成为世界上最富有的球队之一。

其中PIF以约3.05亿英镑获得了纽卡斯尔联队80%的股份，剩余20%股份由PIF的合作伙伴PCP资本及鲁本兄弟体育传媒（RB Sports & Media）平分。

英国媒体已经将纽卡跟阿联酋曼苏尔酋长旗下的曼城，以及卡塔尔方面控股的巴黎圣日耳曼相提并论，并将其称为“欧洲三大富豪俱乐部”。

起初萨勒曼王储看上的是英超另一豪门曼联，但曼联背后的老板格雷泽家族并不愿放弃这棵“摇钱树”，在抛出橄榄枝失败后，萨勒曼王储不得不更换目标。

随后PIF尝试收购纽卡斯尔联队。据《天空体育》报道，2020年，纽卡斯尔联队方面已经接受了收购，但是英超官方却将其否决。原因是PIF的主席是沙特王储，该基金属于沙特政府主权基金，英超方面担心沙特王室会参与并插手球队事务，从而拒绝了这笔收购。

事实上，萨勒曼王储本人也因为一些问题引发争议。

小萨勒曼是现任沙特国王萨勒曼与第三任妻子的孩子，于2017 年被立为王储。除了王储身份，小萨勒曼还掌握着沙特诸多实权，担任副首相、国防大臣，并推行了一系列的改革，其中包括针对妇女的相关改革，如允许女性驾驶、足球比赛允许女性观众入场等。

另一方面，沙特此前曾长时间与英超在中东地区的转播商BeIN体育存在纠纷。卡塔尔财团掌控的BeIN体育，自2017 年起，曾长时间在沙特境内难以开展业务，而沙特境内则盗播盛行。

2017年，在小萨勒曼的主导下，沙特、阿联酋、巴林和埃及以卡塔尔“支持恐怖主义”和“破坏地区安全”为由，宣布与卡塔尔断交，并对其实施制裁和封锁。直到今年，卡塔尔才向沙特派驻大使，两国再次恢复外交关系。

2018年，萨勒曼王储的批评者、沙特记者卡舒吉（Jamal Khashoggi）在伊斯坦布尔被谋杀。西方情报机构认为这起谋杀由萨勒曼王储指使。

时至今日，仍有球迷和媒体对小萨勒曼的入主抱着反对和批评的态度，认为小萨勒曼收购纽卡是打算“靠足球洗白”。

而PIF则成立于1971年，最初主要为沙特国家战略项目进行投资。从2015年起，PIF的管辖权从沙特财政部变更到经济与发展事务委员会，小萨勒曼成了PIF的实际掌控人。此后，PIF开始活跃于全球资本市场，已投资标的包括波音、Facebook、Twitter、Uber、软银、迪士尼等诸多知名公司。

这一次，沙特在和卡塔尔方面的谈判中也作出了让步，同意在国内禁止盗播，允许在沙特国内转播BeIN体育的比赛，并解决和BeIN体育的巨额索赔案件。

不仅如此，PIF还将20%的俱乐部股份让给两位合作伙伴，而且向英超官方出示“具有法律约束力的保证”，表示沙特王室绝对不会控制球队。当然，在媒体看来，这个具有法律约束力的保证并不会有什么作用。

PCP资本首席执行官、纽卡斯尔联队新董事阿曼达·斯塔维利称，会用“长期稳定的投资”确保纽卡斯尔联队一直保持冠军竞争力。

疫情带来机会

为什么球员和球迷们都对这次球队的易主充满期待？主要还是因为2020年新冠肺炎疫情的袭来，让全世界的足球俱乐部都举步维艰。

以纽卡为例，2020财年，纽卡的收入为1.764亿英镑（约合人民币13亿元），目前账上现金仅剩1400万英镑，只够给梅西发三个半月工资。

国际足联（FIFA）新冠肺炎救援计划指导委员会主席奥利·雷恩公布了一组数据：疫情导致2020年全球足球界共损失144亿美元（约合人民币928亿元）。

但俱乐部的困境，给仍然保持充足资金流动性的新投资者们提供了良好的并购机会，比如来自中东的土豪们。

纽卡名宿、前英格兰著名球星阿兰·希勒在接受BBC采访时表示，对于纽卡斯尔联队球迷来说，这是特别的一天，这是他们应得的。

“这些球迷忠于并热爱着球队，纽卡斯尔联队就是他们的生活。他们努力工作一周，为俱乐部花钱，就是想看到球队在周末可以获胜。所以我很明白为什么今天这个城市充满了欢乐，而我也同样非常开心。”阿兰说。

阿兰·希勒还表示，球队需要有耐心：“我们不期望球队几年内就能拿到英超冠军或欧冠，我们只是希望事情会越来越好。”

纽卡的球员和球迷们的确有理由对球队的未来充满期待，因为近年来，不少欧洲俱乐部都是在土豪老板到来后，实力大增并改变成绩与命运的。

2003年，俄罗斯石油大亨阿布拉莫维奇收购了债务缠身的英超切尔西队。在此后的18年里，切尔西队获得了2次欧冠冠军和5次英超冠军。

2008年，阿联酋阿布扎比财团接手曼城队，此前从未染指联赛冠军的曼城队，已先后拿到了5座英超冠军。

2011年，卡塔尔体育投资基金成为巴黎圣日耳曼队最大股东，巴黎队也因此囊括了10届法甲联赛中的7次冠军。

此外，卡塔尔航空还赞助了拜仁慕尼黑及罗马，阿联酋航空是皇马的球衣赞助商，迪拜则是曼联的财务合作伙伴。

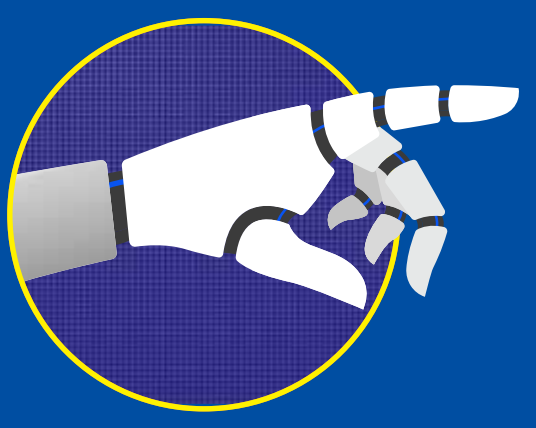
BANK&INSURANCE 银保 | INTERNET FINANCE 新金融 | FINANCIAL INSTITUTION 机构 | HEALTH 大健康 | LISTED COMPANY 上市公司

THE TIME WEEKLY 时代周报

TIME FORTUNE 财经

微 观 视 角 解 读 资 本 趋 势

13 招商证券总裁辞职



“小巨人”起跑

从7月27日举行的全国“专精特新”中小企业高峰论坛，到7月30日中共中央政治局会议，再到8月20日召开的中国证监会2021年系统年中监管工作会议，不到一个月时间，“专精特新”被频频提及，成为中小企业发展的重要方向。

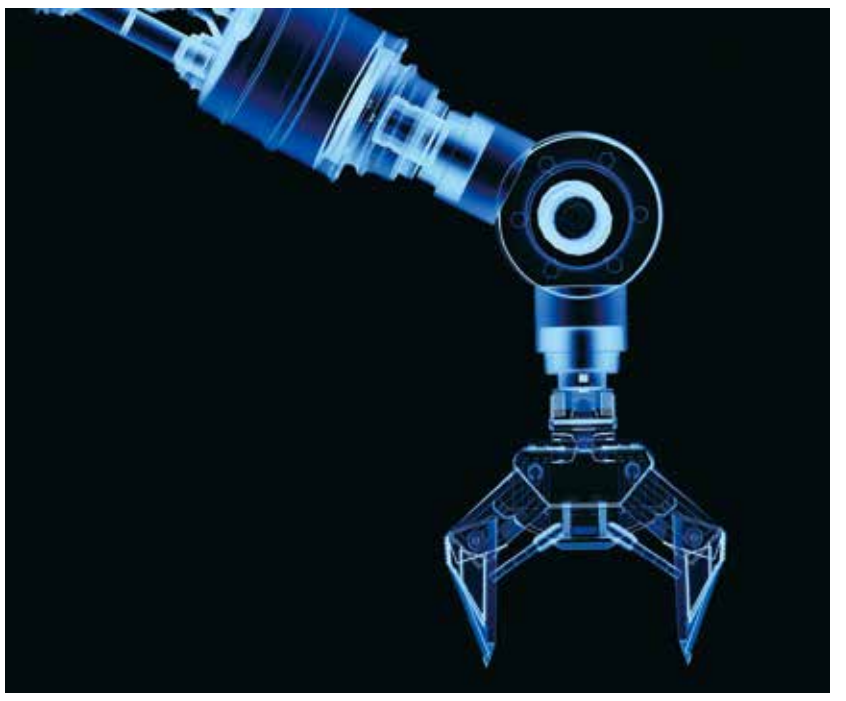
在站上风口的同时，如何评定这些企业的“专精特新”底色？从“小巨人”到行业“领头羊”，又需要经历哪些挑战和考验？

时代周报将从宏观政策、专家观点、企业情况等角度出发，多维度解读专精特新“小巨人”企业的现状与未来，机遇与挑战。

详见P14—P16

“专精特新”站上风口 4762家“小巨人”的万亿愿景

时代周报记者 **何明俊** 发自广州



制造强国战略下，专精特新中小企业踏上时代风口。

在新冠肺炎疫情中，全球供应链中断反倒突显出中国供应链完整的优势。制造业向来是国民经济的基石，对推动经济发展和社会稳定意义非常。

中国制造业体量大、体系完备，规模优势明显，但“大而不强”问题依然存在。创新既是中国制造业寻求增长机会的杠杆性力量，也是中国在全球经济博弈和产业博弈中构建力量的重要保障。在制造强国战略之下，解决“卡脖子”问题、完善供应链是必经之路。而专精特新中小企业是解决这一难题的突破口。

专精特新中小企业一般具有专业化、精细化、特色化、新颖化等四大特征。而所谓专精特新“小巨人”企业则是指专精特新中小企业中的佼佼者，是专注于细分市场、创新能力强、市场占有率高、掌握关键核心技术、质量效益优的排头兵企业。

从今年1月财政部和工信部联合印发的《关于支持“专精特新”中小企业高质量发展的通知》，到7月工信部、财政部等联合发布《关于加快培育发展制造业优质企业的指导意见》；从7月30日中央政治局会议首次提及“发展专精特新中小企业”，到9月2日北京证券交易所（下称“北交所”）宣布成立。种种迹象已经表明，国家层面支持中小企业走“专精特新”发展之路的信号明确、决心坚定。

2019—2021年，工信部已经公布三批专精特新“小巨人”企业名单，合计4762家企业上榜，包括5批596家单项冠军企业，带动各地培育省级的“专精特新”中小企业4万多家。截至发稿时，在A股上市的专精特新“小巨人”企业已经超过300家。

专精特新中小企业在成长过程中，必然遭遇来自市场的压力和竞争对手的挑战。在7月27日举行的全国“专精特新”中小企业高峰论坛开幕式上，国务院副总理刘鹤在线致辞时呼吁，企业家要以“专精特新”为方向，聚焦主业、苦练内功、强化创新，把企业打造成为掌握独门绝技的“单打冠军”或“配套专家”。

如何将“专精特新”进行到底，是大量优秀中小企业需要持续思考的命题。

“专精特新‘小巨人’企业有一套严格的遴选机制，具备一定硬科技属性和市场背书。关键在于这些认定的‘小巨人’企业能否延续这种持续创新能力，能否不断提高产品的不可替代性，能否经受市场的考验。”10月11日，粤开证券研究院副院长罗志恒在接受时代周报记者采访时表示，“综观全球市场，即便很多市值过百亿元的独角兽企业，最终也因盲目扩张或者业绩不达预期无法形成稳定盈利模式而惨淡收场，更遑论专精特新中小企业。专精特新‘小巨人’企业只有保持高研发投入，不断强化差异化优势，才能保证产品长期被市场认可。”

同日，银泰证券股转系统业务部总经理张可亮则对时代周报记者指出，专精特新“小巨人”企业要避免昙花一现，主要还是要借助外部有利条件，认真做好主业，切忌贪大求全，不轻易走多元化道路，尤其是要注意不能借助过高财务杠杆进行投资，“要一步一个脚印做好研发、生产、销售”。

政策红利

“专精特新”一词最早来源于2011年7月，由时任工信部总工程师朱宏任在《中国产业发展和产业政策报告（2011）》新闻发布会上首次提出。报告指出：“十二五”时期，我国将推动兼并重组与促进中小企业健康发展并举，完善中小企业发展的外部环境，加快推动中小企业服务体系建设，建立中小企业减负长效机制，大力推动中小企业向“专精特新”方向发展，即专业、精细管理、特色和创新。

2012年4月，国务院发布《国务院关于进一步支持小型微型企业健康发展的意见》，首次提出鼓励小型微型企业走“专精特新”和与大企业协作配套发展的道路，加快从要素驱动向创新驱动的转变。

2013年7月，工信部出台《关于促进中小企业“专精特新”发展的指导意见》，指出“促进中小企业走专业化、精细化、特色化、新颖化发展之路”。这是首个专门针对助力专精特新企业发展的指导意见。

2018年11月，工信部发布《关于开展专精特新“小巨人”企业培育工作通知》，首次提出要开展专精特新“小巨人”企业培育工作，政策目标在于培育专精特新“小巨人”，促进其在创新能力、国际市场开拓、经营管理水平、智能转型等方面得到提升发展。

截至目前，工信部已公布三批专精特新“小巨人”企业名单，共计4762家。其中，首批248家、第二批1584家、第三批2930家。

7月30日召开的中共中央政治局会议提出：“开展补链强链专项行动，加快解决‘卡脖子’难题，发展专精特新中小企业。”发展专精特新中小企业由此上升至国家层面。

时代周报记者亦注意到，每一批专精特新“小巨人”企业培育文件中的条件范围也在不断变化。

工信部在2018年印发的《关于开展专精特新“小巨人”企业培育工作的通知》（下称“首批《通知》”）中提及，计划利用三年时间（2018—2020年），培育600家左右专精特新“小巨人”企业。而2021年印发的《关于开展第三批专精特新“小巨人”企业培育工作的通知》（下称“《第三批通知》”）则明确，为“十四五”期间培育百万家创新型中小企业、十万家省级“专精特新”中小企业、万家专精特新“小巨人”企业打下坚实基础。

在重点领域的条件上，《关于开展第二批专精特新“小巨人”企业培育工作的通知》首次添加“或属于产业链供应链关键环节及关键领域‘补短板’产品”；《第三批通知》则进一步强化这一概念，明确要求专精特新“小巨人”企业主导产品应优先聚焦制造业短板弱项。

“评定‘小巨人’企业专精特新底色的真假，需要从市场细分程度、专业技术提升程度、特定客群定位的精准程度与企业创新程度来进行综合评判，这样才能实现这些‘小巨人’企业既有高精尖的适用性创新技术，又有必要的市场需求基础，以及能够精准满足这些需求的产品与服务来支持企业自身的可持续发展。”10月11日，IPG中国首席经济学家柏文喜对时代周报记者表示。

机遇与挑战

“专精特新”之所以成为当下的政策风口之一，除了本身有着极其重要的战略意义外，也贴合构建国内国际双循环新发展格局体系的大背景。

当前，中国处于经济高质量发展的转型期，供给侧改革和“去杠杆”政策的实行需要科技创新的支持，加上传统投资弱化使得经济增长动力流失，需要培育新的经济增长点来弥补。

渤海证券研报观点认为，双循环的建立是以更高质量的供给和更可持续的需求增长为基础，而为了打牢这一基础，反垄断、扶持专精特新中小企业、共同富裕等政策相继提出。

“内循环”的源头来自于制造与科技，提高国内产业链供应链的供给水平以匹配国内需求是必要条件。除此之外，专精特新中小企业既可完善产业链供应链的薄弱环节外，也可为社会提供大量优质就业机会，为居民收入的提升和扩大内需夯实基础。

无论是供给侧还是需求侧，专精特新中小企业都有着极佳的成长空间，叠加政策推动，专精特新中小企业已然站在风口之上。

当下，专精特新中小企业迎来了前所未有的发展机会。

今年1月，财政部、工业和信息化部联合印发《关于支持“专精特新”中小企业高质量发展的通知》（下称《通知》），明确2021—2025年，中央财政累计安排100亿元以上奖补资金，引导地方完善扶持政策和公共服务体系，分三批重点支持1000余家国家级专精特新“小巨人”企业高质量发展，并带动1万家左右中小企业成长为国家级专精特新“小巨人”企业。

同时，《通知》还明确支持企业加快上市步伐，并支持公共服务示范平台为国家级专精特新“小巨人”企业提供上市辅导等服务。

北交所的设立则为专精特新中小企业提供了更为多元的选择。深化新三板改革，设立北交所，是探索资本市场支持服务中小企业科技创新的重要举措。

在迎来历史性发展机遇的同时，专精特新中小企业亦面临诸多困难和挑战，其中就包括如何保持持续的创新能力、避免昙花一现，以及如何实现个性化、差异化发展，走出属于自己的“专精特新”之路。

“市场瞬息万变，‘小巨人’企业要想不断创新，保证被市场长期认可还有很长的路要走。如何平衡研发投入和盈利性的关系？积极拓展创新研究还是不断优化既有产品？这既是‘小巨人’企业要作出的权衡，也是其要面临的挑战。”罗志恒对时代周报记者表示，“随着北交所设立，越来越多的专精特新‘小巨人’企业会进入资本市场、拥抱资本市场。当其获得大量融资时，如何高效使用募集资金？如何应对业绩不达预期造成的股价下跌？这都将是‘小巨人’企业要经历的考验。”

罗志恒认为，专精特新“小巨人”企业应做到以下三点，才能避免躺在国家支持里停滞不前，最终落得“昙花一现”的结局。“一是充分利用政策红利，把握资本市场提供的机遇，依靠直接融资工具，助力企业发展。二是制定长远的战略规划，明确募集资金的使用方向，努力实现可持续盈利模式。三是专注主营业务，保持高水平的研发投入，持续提高产品核心竞争力，巩固市场占有率，争取在关键技术上攻坚克难，完成国产替代，避免盲目扩张。”罗志恒对时代周报记者指出。

10月11日，财经评论员王赤坤则对时代周报记者表示，专精特新中小企业聚焦某一细分领域，行业需求刚需持续长久，本身拥有“专精特新”绝活，长期为所在细分领域提供专业化、精细化、特色化、新颖化服务，市场竞争力强。“真正的‘小巨人’企业是经得起任何挑战和考验的，如果仅因为是风口就能对企业造成太多的起伏，那么这家企业就不是真正的‘专精特新’。”王赤坤称。

“专精特新”政策发展沿革

2011年 7月

由时任工信部总工程师朱宏任在《中国产业发展和产业政策报告（2011）》新闻发布会上首次提出“专精特新”概念。

9月

工信部发布的《“十二五”中小企业成长规划》中把坚持“专精特新”作为“十二五”时期促进中小企业成长的基本原则之一。

2012年 4月

国务院发布《国务院关于进一步支持小型微型企业健康发展的意见》，首次提出鼓励小型微型企业走“专精特新”和与大企业协作配套发展的道路。

2013年 7月

工信部发布《关于促进中小企业“专精特新”发展的指导意见》，要求加强对“专精特新”中小企业的培育和支持，促进中小企业走专业化、精细化、特色化、新颖化发展之路。

2018年 11月

工信部发布《关于开展专精特新“小巨人”企业培育工作通知》，明确了专精特新“小巨人”企业的概念，即“专精特新”中小企业中的佼佼者，是专注于细分市场、创新能力强、市场占有率高、掌握关键核心技术、质量效益优的排头兵企业。

2021年 1月

财政部、工业和信息化部联合印发《关于支持“专精特新”中小企业高质量发展的通知》（下称《通知》），明确2021—2025年，中央财政累计安排100亿元以上奖补资金，引导地方完善扶持政策和公共服务体系，分三批重点支持1000余家国家级专精特新“小巨人”企业高质量发展，并带动1万家左右中小企业成长为国家级专精特新“小巨人”企业。

4月

“十四五”规划指出，“十四五”期间，推动中小企业提升专业化优势，培育专精特新“小巨人”企业和制造业单项冠军企业。

7月30日

中共中央政治局会议提出：“开展补链强链专项行动，加快解决‘卡脖子’难题，发展专精特新中小企业。”

数据来源：公开信息

中国平安、招商银行轮番领涨 张坤增持吹响反攻集结号？

时代周报记者 **周梦梅** 发自广州

沉寂已久的银行保险股迎来一波轮番上涨行情，市场主流观点憧憬A股红10月。

10月8日，中国太保（601601.SH）、中国平安(601318.SH)涨幅逾7%，中国人寿、新华保险涨幅逾5%，而申万保险指数上涨7.31%。承接10月8日首个交易日保险板块领涨的行情，10月11日，A股银行股开盘走强，平安银行（000001.SH）拉升涨超5%，杭州银行（600926.SH）、招商银行（600036.SH）、兴业银行（601166.SH）、宁波银行（002142.SZ）等均涨超3%。

部分头部机构增持银行股。

近日，易方达发布《关于旗下基金重大关联交易事项的公告》，张坤管理的易方达优质企业三年持有混合基金曾在9月29日买入1630万股基金托管人招商银行的股票，买入金额高达8.32亿元。

与之形成反差的是，今年以来，多家机构股东减持保险股。

6月，卜蜂集团累计减持中国平安H股1.83亿股，占总股本比例达1%，减持后持股比例降至6.85%；7月23日，中国人保股东全国社保基金理事会宣布计划在15个交易日后的6个月内，减持公司股份不超8.84亿股，约为其总股份的2%；

8月，摩根大通减持4130.40万股中国平安H股，减持后持股比例由12.11%降至11.56%；9月21日，BlackRock Inc.减持中国财险（02328.HK）约747.39万股。此次减持后，BlackRock Inc.持有中国财险的股份占比从6.02%降至5.91%。

多名券商分析师表示，疫情压制保险产品消费需求，险企代理人脱落、增员难，险企负债端承压，新单、新业务价值增长受到冲击。另一方面，部分地产公司潜在风险加剧，传导至保险公司投资端，市场对投资收益存在悲观预期。

此次中国平安股价乃至整个保险板块反攻则和投资端的预期改善有关。兴业证券发布最新研报认为，从资产端看，当前长期利率逐步趋稳，叠加近期华夏幸福债务重组计划等利好因素，推动投资端预期向好。

反攻背后的新信号

今年上半年，上市险企股价“跌跌不休”。截至10月8日，申万保险指数累计跌幅接近36.53%，中国平安年内跌幅达39%，中国太保、中国人保年内跌幅近20%。

> 以中国平安为例，今年上半年，平安寿险代理人人均首年保费9350元/月，同比增长23.8%；部分试点营业部在业绩、行为、质量等方面得到改善，截至2021年6月30日3个月的部均首年保费较试点前(2020年8—10月)增长6%。

此次领涨的中国平安颇受瞩目。

2021年中报显示，中国平安净利润同比下降15.6%至580.05亿元人民币，主要由于集团对华夏幸福进一步加大减值计提，合计达359亿元人民币，由此导致净利有所下滑。

不过，华夏幸福事件有了新进展，中国平安作为其第一大股东及主要债权人，亦将从中受益。

9月30日，华夏幸福初步拟定了债务重组计划，拟通过卖出优质资产回笼资金、出售资产带走债务、现金清偿、债务展期、设立信托等方式分批实现债务化解2192亿元的金融债务。具体方案包括卖出资产回笼资金约750亿元，其中拟安排约570亿元用于现金偿付金融债务、出售资产带走金融债务约500亿元以及优先类金融债务展期或清偿约352亿元。

中信建投研报称，本次方案未出现相关债务打折情况，预计所有债务人本金将获得偿付，中国平安的债务风险敞口亦将受益。

“华夏幸福及整个地产板块持续承压是此前中国平安A股和H股估值低位向上修复的最大掣肘，如今华夏幸福债务重组方案靴子落地，资产端这一最大不确定因素正在逐步明朗，市场信心有望逐步修复。”10月9日，天风证券分析师夏昌盛称，目前中国平安的地产投资风险基本落地，中长期仍需观察负债端改善的情况。

对于银行板块，上交所最新数据显示，银行ETF(512800)近期持续或者资金关注，三季度份额增长超10亿份，场内份额持续流入。

截至10月8日，银行ETF(512800)最新融资余额达8.19亿元，维持年内高位，基金规模超90亿元，稳居两市规模最大银行ETF。

天风证券认为，内资机构于三季度加大了对银行板块持仓力度，反映在港股通中银行市值占比企稳回升。外资机构对银行板块的配置热情也有所升温，陆股通中银行市值占比在三季度向上抬升。

此外，两融余额中银行占比呈现出上行态势，表明普通投资者对银行股的参与热情亦开始有所提升。

传统寿险改革仍存变数

不过，近年传统寿险市场的健康可持续发展面临挑战，宏观环境、消费者需求、人口红利包括科技应用的飞跃，都对行业发展提出更新、更高的要求，保险公司内部亟待调整升级。

“整个寿险业都面临很大压力。”中国人寿保险股份有限公司总裁苏恒轩在公司业绩发布会上表示。

具体而言，一方面由于今年上半年，全球疫情仍在持续演变，外部不确定、不稳定因素较多，国内经济恢复仍处于不均衡状态；另一方面居民消费意愿降低。疫情影响下，居民对长期大额支出以及非必要的必需品方面开支较为谨慎，寿险产品的市场吸引力不足。

事实上，2019年至今，各上市险企接连推出转型发展战略，以寻求业务转型，培训新增长点。

以中国平安为例，2019年中国平安宣布以代理人渠道为核心的寿险改革正式启动，酝酿用2—3年推动寿险的改革，2021年一季度以来，平安寿险改革工程已进入全面推广实施阶段。

现阶段，各大险企都不同程度面临寿险改革带来的阵痛。

中报数据显示，中国人寿、平安寿险及健康险、太平洋寿险、新华保险、人保寿险5家公司的新业务价值分别同比下降19.0%、11.7%、8.9%、21.7%、25.2%。

此外，险企还要面临代理人制度变革带来的影响。以中国平安为例，平安人寿代理人队伍已从改革之初的超过140万人，到2020年底降至约102万人，再到今年6月底，代理人数已跌至87.8万人。

“代理人数大幅减少，结果就是令新单销量减少。而代理人流失，产生了大量孤儿单，令部分客户续保意愿减少，保单继续率持续下跌，造成寿险这三年的业绩不振。”致富集团研究部研究员刘志斌称。

硬币的另一面是，寿险改革启动一年多来已取得一定成效。

以中国平安为例，今年上半年，平安寿险代理人人均首年保费9350元/月，同比增长23.8%；部分试点营业部在业绩、行为、质量等方面得到改善，截至2021年6月30日3个月的部均首年保费较试点前（2020年8—10月）增长6%。

“个险人均FYP（第一年度保费）增速快于人力下降幅度，说明改革初见成效。”信达证券研报称，太保寿险、太平寿险、平安寿险代理人产能有明显提高，人均FYP增速高于人力下降幅度，说明代理人渠道清虚增效改革已有一定的效果。

楼市“金九”没有来，银行房贷政策能松多久？

时代周报记者 **吴斯悠** 发自广州

9月，是楼市传统销售旺季，市场素有“金九银十”之说。不过，今年9月的楼市表现并不高涨。

9月27日，央行例会重点提及房地产，并明确“维护房地产市场的健康发展，维护住房消费者的合法权益”；9月29日，央行、银保监会联合召开房地产金融工作座谈会指出，要坚持不将房地产作为短期刺激经济的手段，并再次提及维护住房消费者合法权益。

政策回暖的迹象明显。国庆节前，包括广州、佛山等多地出现房贷利率下降或拟下降的消息，银行机构放款进度加快的好消息也陆续传来。

而楼市表现则出现分化，总体而言，一手楼好于二手楼。

媒体报道，国庆长假，北京楼市也未迎来“金九银十”，经过实地调查发现，3个多月前交易火爆的“学区二手房”市场不再热闹，地产中介也门可罗雀，不少中介店员又开始“挂牌扫街”。

据深圳中原研究中心10月8日数据，国庆期间(10月1—7日)，深圳市全市新房成交1081套，较去年同比上涨163%。但是，二手房仅成交4套，共计351.22平方米。

多名接受时代周报记者采访的业内人士表示，对刚需购房者而言，政策松动无疑是利好消息，但房贷政策暖风能吹多久却是未知之数。

政策暖风频吹，房贷全面松绑？

9月底，政策暖风背景是作为传统销售旺季的“金九”楼市表现不尽如人意。

据观点地产数据，9月，前100房企录得全口径销售额为9547.6亿元，同比减少29.9%，单月销售同比增幅连续3个月为负。

低迷是楼市下行的惯性持续。根据国家统计局数据，今年6月、7月、8月全国商品房销售额分别为2.24万亿元、1.35万亿元、1.26万亿元，连续三个月呈下降趋势。

数据显示，今年以来，各地房地产调控累计已突破400次，创历史新高。而根据贝壳研究院数据，70个大中城市中，无论是新房还是二手房，房价涨幅下降的城市数量较上月继续增加。而与之相对的，是多地不断上涨的房贷利率和越发趋紧的贷款额度。

在此背景下，国庆前，央行等多个部门在不同场合联合召开会议，指出坚持不将房地产作为短期刺激经济的手段，维护房地产市场的健康发展和住房消费者合法权益，不断满足刚需群体的购房需求。

作为购房刚需的房贷利率终于出现松动，无疑为持币观望的刚需消费者打了一针政策强心剂。

9月下旬，时代周报记者致电广佛地区多家商业银行，发现银行放贷利率、审核条件和发放时间均已出现不同程度松动。部分银行首套房贷利率甚至下降10个基点，同时放款期限大幅缩短。

国庆期间，松动范围也开始扩至其他地区。

10月8日，湖南益阳市建设银行某支行一名客户经理告诉时代周报记者，目前建行首套利率为5.65%，较此前略有下降。同时，信贷资金采取每月集中发放的方式，如资料准备齐全，则当月即可发放贷款。此外，杭州、宁波等地银行有计划在明年年初跟进调低房贷利率。

房贷能松多久？

银行房贷政策开始松动，本质上与房贷额度的供给增加有关。信贷政策放松意味着房贷额度供给的增加，房贷利率则因为供求关系矛盾的缓解而走低。

有市场人士认为，银行房贷额度趋紧主要受到银行信贷资源腾挪的影响。在此前针对房贷集中度限制的政策影响下，部分银行为达标第二季度考核要求，开始主动减少房贷投放。在阶段性考核结束后，第三季度银行贷款额度紧张情况将得到缓解。同时在政策暖风鼓励下，银行房贷政策存在进一步放宽可能。

不过，也有例外。如此次广州房贷利率应声而跌，或与此前政策执行过紧有一定关系。

今年上半年，广州房贷利率已经上调多次，最终高企于首套房利率5.85%、二套房利率6.05%，已是一线城市中房贷利率最高水平。放款期限也被显著拉长，部分国有行表示，放款至少要等一个月，甚至到明年初。

多名广州地区购房者对时代周报记者表示，高利率和其他条件的严苛对购房者造成一定程度“误伤”。

在此背景下，利率降低，贷款发放期限缩短对购房者和房企而言无疑都是利好。但房贷利率松动的范围会否扩大，期限能有多久依然具有不确定性。

从地区上看，银行与市场的博弈仍在继续。国庆节前，武汉等城市多家银行房贷利率再次出现上涨，武汉中信银行、农业银行等突破6%大关。

国庆期间，时代周报记者致电武汉地区多家银行，均表示暂未收到房贷利率或放款期限松动的通知。

另一方面，对房地产企业的资金风险管控没有放松的迹象。

根据贝壳研究院数据，截至2020年年末，在全国85家重点房企中，位居“三线四档”红线的仍有74家，下降1档的有7家；而上升1档及2档的分别为3家及1家。

总体来看，位于“橙档”及“红档”的房企仍有21家，占比24.7%，满足“三道红线”全部要求进入“绿档”的房企仅为32家，占比不足一半，整个房地产行业仍有较大的达标压力。

市场人士分析，房贷和相关政策要持续大面积“松绑”概率不大，局部和阶段性放宽的可能性更大。

大湾区“9+2”城市金融改革系列报道

东莞金融深度融入大湾区发展：金融服务实体，要有“量”有“质”

时代周报记者 **夏子轩** 发自广州

东莞金融正在快步疾进。

9月29日，东莞农商银行（09889.HK）成功在港交所上市。东莞农商银行发行价为7.92港元，募资净额为88.82亿港元。至此，东莞上市金融机构再添一员，完成东莞市政府提出的推动东莞农商行要择机上市的目标。

东莞是广东经济“四小龙”之一，金融与实体制造业的结合程度一直较高。疫情影响逐步消退，今年东莞经济强势恢复。一季度，东莞地区生产总值为2358.04亿元，同比增长20.4%，两年平均增幅为4.8%。

20.4 %

地区经济发展与金融支持密不可分，东莞金融业在信贷和金融服务方面全力支持实体企业。东莞上市公司“东莞板块”不断扩容升级。截至今年7月底，东莞A股上市公司数量达45家，总数位列全国地级市第5位；1—7月，东莞市新增A股上市公司7家，增量位列全国地级市第2位。

对此，东莞市金融工作局负责人表示，在打造东莞资本市场“国资板块”“金融板块”方面，东莞鼓励具备条件的市属国有企业及所属公司、业务板块通过首次公开募股、借壳、分拆等方式实现上市；重点推动东莞银行、东莞农商银行、东莞证券等地方法人金融机构加快上市步伐，进一步优化东莞上市公司结构，提升东莞上市公司整体质量。

该负责人还表示，下一步，东莞市金融工作局将继续与相关金融管理部门和金融机构间形成有效工作合力，进一步推动政策措施落地实施，做好与上级管理部门的沟通衔接，形成省、市统一协调、分头推进工作机制，并全力推动若干重点工作尽早、尽快落实达效。

打造金融强市

在疫情冲击下，东莞克服困难，2020年全年经济增速实现由负转正。2020年全年，东莞地区生产总值为9650.2亿元，同比增长1.1%，提前一年完成“十三五”规划目标。

在此过程中，金融业功不可没。

2020年，东莞金融业增加值645.5亿元，同比增长9.9%，在广东省仅次于深圳、广州；本外币存、贷款余额分别突破1.8万亿元和1.2万亿元，规模总量实现“五年倍增”，贷款增速和增量分别居珠三角和广东省地级市首位。

东莞享有“金融绿洲”美誉，地方法人金融机构涵盖了除保险业外的金融业主要种类，资产总额超9700亿元，现有金融机构163家，金融机构密集程度也稳居全国地级市前列。

东莞的地方法人金融机构类型多元，涉足银行、证券、信托和期货等多个业务板块。针对金融牌照齐全的特点，东莞提出推动地方法人金融机构通过合理补充资本金，强调加强区域金融合作，为辖内基础设施建设、现代产业发展和重大项目建设提供资金支持。

为打造“先进制造业之都”，东莞注重与金融机构合作，构建多元化金融服务体系，为实体经济赋能。

2016年12月，东莞市政府印发《东莞建设金融强市总体规划(2016—2025)》，首次提出东莞将以“建设金融强市”为目标，调整金融产业结构布局，推动东莞成为广州、深圳两个区域金融中心的主要衔接点、支撑点和有机组成部分，建立起现代金融体系，为东莞经济发展和产业转型升级提供有力支持。

此外，东莞还积极争取监管部门的支持。2012年6月，央行广州分行与东莞市政府签署《共同推进科技金融创新试验区建设合作框架协议》，创新设立“行市共建”模式。

在政策推动下，东莞持续提升金融服务能力，支持实体经济发展。

服务实体经济，是金融的宗旨和要义。东莞敦促银行机构对制造业企业要“敢贷愿贷”。2020年，东莞新增信贷流入实体经济明显提速，制造业贷款余额达2189亿元，增长39.5%；外贸企业贷款、普惠口径小微企业贷款分别增长49.7%和48.1%，均远高于全市贷款平均增速。

今年上半年，东莞金融业的多项指标依旧稳居广东省地级市前列。

截至2021年6月末，东莞本外币贷款余额1.41万亿元，同比增长21.5%，增量居全省地级市首位；高新技术企业贷款余额1378亿元，同比增长64.2%；资本市场“东莞板块”扩容提质，全市新增境内上市企业6家（含科创板上市企业3家），共首发募资65.7亿元。

“东莞板块”加速崛起

近年，东莞抢抓资本市场改革发展机遇期，加快企业上市步伐，“东莞板块”加速崛起。

从1994年第一家东莞企业敲钟上市，到2020年最后一天广东奥普特科技股份有限公司登陆上交所科创板，东莞A股上市公司数量达38家，数量排名广东省地级市第二。

今年7月底，东莞A股上市公司数量已达到45家，总数位列全国地级市第5位，广东省第2位；今年1—7月，东莞市新增A股上市公司7家，增量位列全国地级市第2位，广东省辖区第1位，“东莞板块”加速崛起。

截至2020年底，东莞A股上市公司市值合计3213亿元，较2019年底同比增长62%。其中，2家上市公司的市值超过400亿元，6家公司的市值为100亿～400亿元，7家公司市值为50亿～100亿元，23家公司市值在50亿元以下。东莞上市公司总市值在广东辖区内位列第5。

3213 亿元

东莞市是大湾区乃至全国知名的制造业重镇，企业数量众多，上市后备军体量大。数据显示，东莞规模以上企业超过1万家，高新技术企业突破6000家。2008年以来，东莞市鼓励拟上市、上市企业通过市场实现资源优化配置，定期开展上市后备企业认定工作。截至目前，东莞累计认定283家上市后备企业，助推金融强市建设。

2021年是“十四五”规划开局之年，为实现东莞经济高质量发展，为建设“湾区都市、品质东莞”，东莞市政府印发《东莞市推动企业上市发展三年行动鲲鹏计划》（下称《鲲鹏计划》），有望推动东莞上市企业板块进入新阶段。

《鲲鹏计划》提出，到2023年，东莞力争境内上市公司数量超过80家，境内外上市公司总数突破100家；上市公司总市值规模超过6000亿元；上市公司数量保持全省地级市领先，认定上市后备企业累计超过300家。

“《鲲鹏计划》不仅能发挥多层次资本市场优化资源配置作用，还能促进莞港澳金融市场互联互通，拓宽境外融资渠道。”上述东莞金融局负责人表示，目前，东莞市在港上市企业总数达18家，占境外上市企业总数的90%，未来将积极推动符合条件的企业赴港上市。同时，东莞也将继续深化莞澳金融合作，联合中华（澳门）金融资产交易公司在莞召开赴澳发债融资推介活动，打通东莞企业在澳门的债券融资渠道。

深度融入大湾区发展

2020年12月，东莞市制定《东莞市贯彻落实〈关于金融支持粤港澳大湾区建设的意见〉行动方案》（下称《行动方案》），主要包含五大部分合计80条措施，为紧抓大湾区建设政策机遇，扩大东莞外资外贸企业在跨境贸易和投融资方面的需求。

“在多措并举促进大湾区跨境贸易和投融资便利化方面，《行动方案》共18条行动措施，不仅充分体现东莞特色，更积极探索创新，能进一步丰富各类主体的跨境融资渠道。”上述东莞金融局负责人坦言。

《行动方案》提出，探索放宽辖区参与货物贸易外汇收支便利化试点银行和企业的准入条件，简化试点企业选取、事后核查等工作流程。这意味着将有越来越多金融机构加入货物贸易外汇便利化试点银行的队伍中。

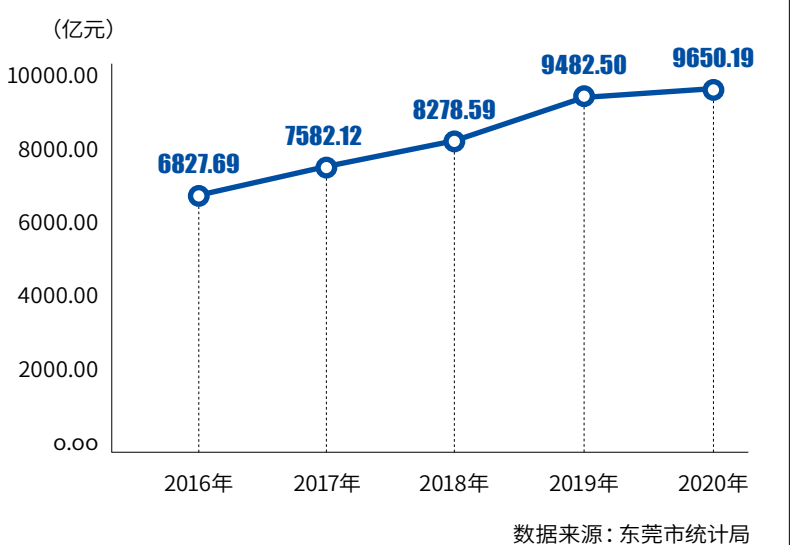
此外，支持辖内银行开展跨境贷款业务也是《行动方案》的重点内容之一。支持辖内银行依法合规探索跨境银团贷款、NRA/OSA贷款等跨境金融产品，向境内企业或个人在港澳地区投资设立的机构或项目发放跨境贷款，有助于提升境外融资便利化水平，让便利、便宜的资金直达企业。

东莞重视与港澳金融市场互联互通，拓宽境外融资渠道。

此前，东莞银行已与香港多家银行、证券、资产管理公司等建立良好交流合作关系，进一步推动跨境金融发展。《行动方案》提出，推动东莞银行香港代表处升级为香港分行，透过内外业务联动，为莞港企业提供特色化跨境金融服务。

“东莞市金融工作局鼓励符合条件的企业赴香港上市，鼓励银行机构为符合相关规定的辖内企业在澳门发债提供支持。”上述负责人表示。

东莞市“十三五”期间GDP表现（2016—2020年）



数据来源：东莞市统计局

成品油迎年内最大涨幅，石化产业成长潜力突出 华夏石化ETF（159731）10月11日开启认购

10月9日24时，国内新一轮成品油调价窗口开启，迎来年内第13次上涨。具体来看，汽油、柴油每吨分别上调345元、330元，刷新年内最大涨幅纪录。

一方面，国际油价近期飙升至近7年来的高位；另一方面，“能耗双控”和“双碳”政策加持下，石油、煤炭、钢铁以及部分上游化工原材料供给端将会长期受限，库存及产能难以扩张，石化产业成长潜力突出。在此背景下，华夏基金发行的华夏中证石化产业交易型开放式指数证券投资基金（简称：石化ETF，产品代码：159731）应运而生。10月11日发行首日，石化ETF（159731）“隆重登场”。

石化ETF聚焦支撑国家经济发展重要资源的相关产业，其追踪的中证石化产业指数（以下简称“石化产业指数”，指数代码：H11057）市场表现突出，十分适合看好石化产业周期和成长机遇的投资者。

优质指数，汇聚行业龙头

作为我国重要的经济产业，石油化工服务广大行业，兼具周期性和成长性。

Wind数据显示，今年以来周期行业表现突出。以申万一级行业为例，截至2021年10月8日，涨幅排名前5位的依次是采掘（57.71%）、钢铁（45.75%）、电气设备（38.21%）、有色金属（36.97%）和化工（36.73%），均是周期性行业，且其中化工行业排在第5。石化产业近年来备受资本关注。

另外，OPEC挺价意愿强烈，也进一步推进原油价格在今年走高，使得天然气、煤炭、钢铁等上游资源品上涨迅速。随着国际油价飙升至近7年来的高位，10月9日24时，国内新一轮成品油调价窗口开启，迎来年内第13次上涨，刷新年内最大涨幅纪录。

值得注意的是，“双碳”和“能耗双控”政策进一步推动了石化相关行业的成长性。有分析指出，受政策影响，石油、煤炭、钢铁以及部分上游化工原材料供给端将会长期受限，需求端紧张，石化各相关行业迎来新一轮产业机遇，具备核心竞争力的企业长期发展预期更为可观。

或许不少投资者对化工股比较陌生，但事实上，石化产业指数汇聚了石化产业优质龙头。其中，从其前十大成分股市值来看，截至2021年10月8日收盘，传统石油化工巨头中国石油（601857.SH）、中国石化（600028.SH）市值分别为11494亿元和5557亿元，煤炭开采龙头中国神华（601088.SH）市值为4252亿元，化工品“茅台”万华化学（600309.SH）市值为3370亿元。

虽然石油化工行业在所有主题基金中并不算热门，然而，时代财经在整理数据时发现，近年来石化产业指数表现十分亮眼，比较优势突出。

2020年，相较于沪深300和中证500，细分化工指数大涨51.68%，石化产业指数上涨29.49%；而今年以来，在沪深300下跌6.62%、中证500上涨11.57%的情况下，石化产业指数大涨32.67%，细分化工指数上涨24.46%。从历年表现也可看出，石化产业指数的表现更为稳定。

指数基金选华夏

有业内人士表示，对于投资者而言，随着市场容量不断扩充，如果直接择股投资，很有可能会面临较大的选择成本、交易管理成本与集中暴露等风险，因此选择指数基金借道参与股市投资是更优选择。

10月11日发行首日，追踪石化产业指数的基金——石化ETF（159731）“隆重登场”。提到ETF，不得不提及华夏基金。2005年以前，ETF市场一片空白，华夏基金便推出国内首只ETF产品——华夏上证50ETF（510050），推动中国公募基金行业发展进入ETF时代。

经过16年的实战，华夏基金不断创新并积累了丰富的经验，管理能力获海内外机构认可，是境内首家权益ETF产品规模突破2000亿元的基金公司。这一次，华夏基金继续派出“大咖”操盘手赵宗庭管理此产品。长达12年从业经验的赵宗庭，从2016年加入华夏基金，目前在管公募基金规模超630亿元，具备丰富的权益类ETF管理经验。

总的来说，指数投资集多重优势汇集一身，而石化ETF（159731）投资便捷、费率低廉、透明度高、分散风险，在牛市环境中业绩弹性较大，有更大机会能够取得超越主动基金的业绩，适合看好石化产业周期和成长机遇的中小投资者。

（文/幸雯雯）

“含基量”再提升 国泰君安拟增持华安基金股权

43%

时代周报记者 **宁鹏** 发自上海

时隔仅半年，国泰君安（601211.SH）准备再次增持华安基金。

10月8日晚间，国泰君安发布公告称，拟受让上海上国投资产管理有限公司（下称“上国投资管”）所持有的华安基金管理有限公司15%股权。交易完成后，华安基金将打上更深的国泰君安烙印，后者的持股比例将提高到43%。

伴随着全资子公司上海国泰君安证券资产管理有限公司（下称“国泰君安资管”）的展业，2021年，无疑将成为国泰君安在公募领域布局的重构之年。

7年前首次收购

在今年之前，华安基金五大股东的持股比例曾经保持着微妙的平衡，国泰君安、锦江国际投资、上国投资管、国泰君安投资管理股份有限公司（以下称“国泰君安投资”）、上海工业投资（集团）有限公司，各持有20%的股权。事实上，华安基金成立之后的前22年里，都一直维系着五大股东平均持股的传统，直到7年前平衡被打破。

国泰君安与华安基金的渊源要追溯到2009年。当年11月4日，上海沸点投资将华安基金20%的股权转让给国泰君安投资。国泰君安投资与现在的国泰君安是2001年分拆的。鉴于此，后来国泰君安的入股，也有些人视为是一种“加码”。

国泰君安自身对于华安基金股权的收购始于7年之前。2014年10月14日，其发布公告称，为优化资产管理业务布局，国泰君安全资子公司国泰君安创新投资有限公司（以下称“国泰君安创投”）于2014年4月9日通过上海联交所摘牌受让华安基金20%股权，并与转让方上海电气（集团）总公司（下称“上海电气”）签署了产权交易合同。

起初，交易进行得非常顺利，签约当月，双方根据签署的产权交易合同支付了全部股权转让价款及相应利息。但作为持牌机构，公募基金的股权转让需要得到监管层的核准。截至2015年9月末，“核准证”也未拿到，于是双方又签订了一份补充协议，以国泰君安创投追加支付2980.6万元为条件，换取上海电气在2016年6月30日之前暂不单方面解除产权交易合同。

然而，补充协议到期后，这笔交易仍未获得监管层核准。2016年7月末，交易双方再次签订补充协议，约定2016年三季度末为交易“生死线”。

这次协商之后，国泰君安有了大动作。2016年8月22日，公司发布公告称，拟通过在上海联交所公开挂牌方式转让国联安基金51%的股权。国联安基金是国内首批合资基金公司，由国泰君安与安联集团联手发起筹建，曾经是国泰君安在公募领域的重要布局。有业内人士日前告诉时代周报记者，当时主动管理能力较强的券商资管，都瞄准了公募资格，国泰君安也不例外，其全资子公司国泰君安资管亦招募了有公募背景的高管。但是，“一参一控”的监管要求成了拦路虎，国联安基金的股权出让就势在必行。

再说上述交易双方，又一次触及了约定期限，仍选择以“加价”的方式来解决。2017年1月5日，国泰君安审议通过再度追加支付2010万元，使得上海电气同意在2017年9月30日前不单方面解除产权交易合同。

此后，事情有了突破性的进展。2017年1月9日，国联安基金51%股权在上海联交所挂牌。三个月后，太保资管宣布将以10.45亿元的价格接手。国泰君安的“一参一控”问题得以解决。

2017年10月16日，华安基金发布公司股东变更公告，宣布原股东上海电气持有的20%的股权将全部转让给国泰君安创投，至此，这桩股权转让终于尘埃落定。2018年12月7日，国泰君安创投又将所持有的华安基金20%股权转让给国泰君安直接持股。

时隔7个月再出手

国泰君安对华安基金一直青睐有加。今年3月9日，华安基金发出公告，公司股东锦江国际投资将其持有的华安基金8%股权转让给国泰君安。由此，华安基金的五大股东并立格局终结。

与上国投资管的这笔15%股权的交易，进一步宣示了国泰君安在华安基金的“主权”。交易完成后，国泰君安持有华安基金的股权比例将由28%提高至43%，上国投资管的持股比例将由20%降至5%。公告显示，本次交易价格不超过人民币18.12亿元。若按照这一上限估算，华安基金的整体估值达到了120.8亿元。

公募基金公司百亿估值并不罕见。早在2017年，IGM金融公司曾经以24亿元收购10%的华夏基金股权，按此计算，华夏基金彼时估值达到240亿元。

事实上，华安基金本身的“吸金”能力不弱。国泰君安2021年半年报显示，华安基金今年上半年实现营业收入17.26亿元，同比增长49.31%；实现净利润4.5亿元，同比增长60.71%。截至2021年6月末，华安基金资产总计55.67亿元，同比增长32.74%；净资产35.94亿元，同比增长18.89%。期末管理资产规模达到5751亿元，其中，公募基金管理规模5257亿元，较去年末增长11.8%；非货币公募基金管理规模2979亿元，较去年末增长7.9%。

伴随着对华安基金股权的增持，国泰君安在公募领域的存在感进一步增强，“含基量”进一步提高。旗下国泰君安资管未来在公募业务上的发展和表现，亦让市场和业界瞩目，6年前的困扰已不复存在。《证券投资基金管理公司管理办法》修订之后，券商系公募迎来重大利好，从当初的“一参一控”，变为允许“一参一控一牌”，即允许同一主体同时控股一家基金公司和一家公募持牌机构。

2020年年末，国泰君安资管公募资格获批。公告显示，江伟出任法定代表人，陶耿担任经营管理主要负责人，叶明担任合规负责人。今年4月20日。国泰君安资管收到中国证监会换发的经营证券期货业务许可证，正式开拓公募业务，成为三年多来首家获批公募业务许可的券商资管。

虽为公募行业新军却是衔着金钥匙出生。2020年年报显示，国泰君安资管去年累计完成5只大集合参公改造，截至报告期末，公司资产管理规模为5258亿元，其中，主动管理资产规模3619亿元。

招商证券总裁辞职 年内九券商换帅 公开招聘职业经理人渐成主流

时代周报特约记者 **武佩璇** 发自广州

年内又一头部券商出现“主帅”变动。

10月7日，招商证券（600999.SH）发布公告称，公司董事会当日收到公司执行董事、总裁、首席信息官熊剑涛先生递交的书面辞职报告。

公告显示，熊剑涛因决定专注于个人其他事务，申请辞去公司执行董事、总裁、首席信息官等在公司董事会、管理层担任的全部职务。此后将由公司董事长霍达代行总裁职务。

10月8日，招商证券相关负责人对时代周报记者表示，“熊剑涛因个人原因辞职。与职务行为无关，与公司经营发展无关。公司经营正常，而且保持良好的发展势头。”

据时代周报记者统计，今年来券商管理层变动频繁，包括招商证券在内，现已有16家券商发生了重要高管变动，其中9家券商“换帅”。各家券商都在加快推动市场化改革，试点及深化职业经理人制度渐成主流常态。

入职26年公开竞聘成总裁

根据公开资料，熊剑涛自2018年12月开始在职招商证券总裁，任期为2018年12月15日至2021年11月23日。如今虽然任期将满，但仍属于提前离职。

就辞职原因，熊剑涛在回应媒体时表示，自己多年来忙于工作，对家人疏于关心，接下来希望回归家庭，好好休息一段时间。他还表示，招商证券是个好平台，自己在这里供职20余年，有着相当深厚的感情，相信招商证券接下来会发展得更好。

熊剑涛确是招商系的“老人”。其于1993年4月至1995年6月担任招商银行信息中心副经理，1995年6月加入招商证券。此后10年，他历任公司电脑部经理、电脑中心总经理、信息技术中心总经理、技术总监，2005年12月起，担任招商证券副总裁，曾先后分管经纪业务、资产管理业务等10多项业务，也曾兼任招商证券执行董事、首席运营官、招商期货董事长、招商证券资管董事长和招证国际董事等职务。2017年5月起担任公司执行董事和首席运营官。

2018年8月，时任招商证券总裁兼首席执行官王岩提出辞呈，同时，招商证券发布公开招聘公司总裁公告，并表示招商局集团内部、外部人员均可报名应聘。

3个月后，熊剑涛从公开竞聘中脱颖而出。2018年11月23日，招商证券第六届董事会第十四次会议审议通过聘任熊剑涛担任公司总裁，随后又兼任了首席信息官。

据招商证券公告，熊剑涛辞职后，公司总裁职务将由董事长霍达代行。

从业绩来看，近三年来，招商证券表现出色，2020年营收和净利均较2018年实现翻番。今年上半年业绩依旧亮眼，公司实现营业收入143.42亿元，归属于上市公司股东净利润57.45亿元，同比分别增长24.72%和32.57%。

职业经理人常态化

2018年以来，为健全中国市场化经营机制、激发企业活力的决策部署，国务院先后发布了《国企改革“双百行动”工作方案》和《“双百企业”推行经理层成员任期制和契约化管理操作指引》《“双百企业”推行职业经理人制度操作指引》。

此前熊剑涛正是从市场化选聘中脱颖而出。而招商证券的下一位总裁人选很可能仍采取公开招聘原则。

10月8日，招商证券相关负责人回答时代周报记者关于后续总裁人选是否还会选择公开招聘时，未置可否。

根据“双百企业”推行职业经理人制度操作指引，支持鼓励“双百企业”加快推行职业经理人制度。职业经理人是指按照“市场化选聘、契约化管理、差异化薪酬、市场化退出”原则选聘和管理的，一般包括“双百企业”的总经理（总裁、行长等）、副总经理（副总裁、副行长等）、财务负责人等高级管理人员。

其中，在人选来源上，上述指引指出，坚持五湖四海、任人唯贤，不受企业内外、级别高低、资历深浅限制。

据公开资料，招商证券最近一次职业经理人招聘为今年1月份，其微信公众号发布全球公开招聘信息，招聘的职务为分管投行业务的副总裁。招聘信息显示，此岗位按照职业经理人制度进行管理。

今年3月26日，招商证券第七届董事会第五次会议审议通过了《关于聘任副总裁并试点职业经理人制度的议案》，同意聘任张庆担任公司副总裁并试点职业经理人制度，聘期3年。简历显示，张庆在中国证监会任职19年，先后在发行监管部、国际合作部、公司债券监管部工作。

根据上述指引文件，职业经理人实行聘任制，聘任期限由董事会决定，原则上不超过三年。任职期间，董事会对职业经理人实施年度和任期考核，其中，职业经理人薪酬总水平应当按照“业绩与薪酬双对标”原则。

招商证券2020年年报显示，熊剑涛该年度从公司取得的税前报酬总额为517.98万元。

除了招商证券，近几年多家券商加快推动市场化改革，试点及深化职业经理人制度。其中，华泰证券自2018年宣布推进混改试点工作后，于2019年3月份宣布在经理层开展职业经理人试点，设立执行委员会，通过市场化选聘的方式引进人才。

东吴证券、国泰君安、东方证券、海通证券等大中型券商亦在2020年年报或公司公告中表示，将试行职业经理人薪酬分配制，以及加快推进、深化职业经理人制度改革。

年内9家券商换“帅”

时代周报记者统计，今年以来，券商重要高管变动频繁，包括招商证券在内，已有16家券商的重要高管出现变动。其中，招商证券、西南证券、海通证券、红塔证券、广发证券、华林证券、国金证券、国信证券、财通证券9家券商“一把手”出现变动。

除此之外，招商证券、西南证券、广发证券、申万宏源、中泰证券、第一创业、中原证券、长江证券、南京证券、东吴证券10家券商出现副总裁、副总经理、副董事长等重要高管变动。

其中，今年7月，广发证券原董事长孙树明因年龄原因辞任董事长职务，该职务由公司原总经理孙传辉担任；今年4月28日，长江证券原副总裁、首席金融科技官韦宏波辞职，于5月份加入华林证券担任总裁。

中信保诚人寿21年：合资寿险公司的高质量发展之路

2021年10月13日，中信保诚人寿迎来了第21个司庆纪念日。在传承中信集团和保诚集团这两大世界500强优秀基因的基础上，这家成立于世纪之初的寿险公司经过21年的不懈努力，逐渐成长为国内合资寿险公司的标杆。

纵观中信保诚人寿发展壮大的21年，稳健经营、高质量发展、风控能力突出等关键词已成为这家公司在竞争中脱颖而出的标签，并被越来越多保险客户所认可。

融合股东文化基因
稳健中谋求转型发展

21年前的深秋，在保险业对外开放的大背景下，得益于中国中信集团和英国保诚集团的强强联合，中信保诚人寿应运而生。

中信集团是中国改革开放的窗口，在中国对外开放的进程中承载着伟大的使命。自成立以来，中信集团便充分发挥了经济改革试点和对外开放窗口的重要作用。

英国保诚集团则成立于1848年，凭借审慎决策、灵活适变的风格活跃在国际保险市场上，并逐步发展为全球金融业巨头。

一边是创新求变、深耕综合金融的大型央企，一边是有着百年保险积淀、风格审慎的国际金融集团，在两大股东的实力加持下，中信保诚人寿自诞生之初，便将“审慎”和“创新”刻进文化基因中。

中信保诚人寿的“审慎”体现在稳健的经营风格上。在中英双方股东的支持下，中信保诚人寿以风险战略为导向，实现对风险的主动选择、积极安排与有效管理。

近年，面对疫情冲击下复杂严峻的经济金融形势，中信保诚人寿坚持遵循“以稳筑基、以稳助进”的风险管理工作总原则，稳步推进风险战略执行。截至2021年第二季度，中信保诚人寿风险综合评级已实现连续22个季度获评“A类”，也是连续获评“A类”最多的合资寿险公司。

稳健，并不意味着墨守成规。中信保诚人寿的“创新”则更多体现在面对挑战主动求变上。以银保为例，作为行业内较早提出银保高价值期缴业务转型的公司之一，中信保诚人寿银保渠道在强调客户导向的全产品线经营的基础上，大力推进期缴保障型业务，在满足客户多样化需求的同时，坚定走上高质量发展道路。

正是在稳健中谋求创新与变革，2016—2020年，中信保诚人寿价值、利润、规模五年复合增速均超过20%，且达成五年规划战略目标。

进入2021年，一直保持稳定增长的寿险业遇到了新的挑战。据中国银保监会数据显示，2021年上半年，人身险公司原保费收入19756亿元，同比下降1.07%。在此背景下，中信保诚人寿依旧实现逆市增长。2021年上半年，公司实现保费收入140亿元，同比增长11%；实现归母净利润12.2亿元，同比增长57%。

21年来，中信保诚人寿的高质量发展不只体现在经营业绩上。公司始终坚持回归保险本源，做有价值的增长，在助推保险业成为社会的“稳定器”和经济“助推器”的过程中发挥了重要作用。而在履行企业社会责任方面，中信保诚人寿在儿童安全、抗击疫情、防洪救灾、教育扶贫等社会公益事业中发挥积极作用，取得了社会各界的肯定，实现了经济价值和社会价值相统一。

多元化差异化优势凸显
投资策略守正出奇

随着转型的逐步深入，中信保诚人寿的业务板块也更加多元。

2020年，中信保诚人寿成立全资子公司中信保诚资产管理有限责任公司，进一步拓宽了公司保险资金运用渠道，提高保险资金投资水平，同时有助于更好地了解资本市场的特点，进而更好地设计保险产品。

与此同时，多元化和差异化的渠道发展策略，以及“守正出奇”的投资策略，也进一步助推了中信保诚人寿的高质量发展。

2020年，通过充分发挥协同优势，中信保诚人寿银保渠道已与中信银行、渣打银行等40余家商业银行建立起长期稳定的合作关系，实现保费持续增长；秉持人才领先战略，营销渠道坚持优增优育，坚定向高质量发展转型，持续强化基础管理，在产品策略上，聚焦中产及高净值客户市场，成为公司重要的价值来源和业务贡献渠道；坚持规模与效益并重，团险渠道以企业、企业员工和家庭的需求为导向，不断强化经营，为1.7万家企业，近186万员工及家庭客户提供保障；积极推动产品升级，网销渠道尝试与中介机构合作定制产品，并积极促进投连险的销售，实现保费规模的增长。

通过上述举措，2020年中信保诚人寿业务规模持续提升，价值与利润稳步增长：实现原保费收入234亿元，同比增长9%；新单年缴化保费88亿元，同比增长20%；截至2020年底公司总资产1381亿元，同比增长33%；实现内含价值296亿元，同比增长19%；实现归母净利润25.1亿元，同比增长40%；净资产收益率(ROE)24.5%，稳居合外资寿险公司前列。

截至2020年末，秉持“守正出奇”的经营方针，中信保诚人寿非投连资产规模达人民币971亿元，三年复合增长率达28%；投连资产规模达到322亿元。2020年，公司实现非投连投资收益53亿元，同比增长50%，综合投资收益率达8.21%，高于行业平均水平。

坚持“保险业姓保”
打造产品服务竞争力

高质量的发展，同样离不开产品和服务竞争力的持续提升。

自成立以来，中信保诚人寿始终坚持“保险姓保”，近年来公司更是进一步加大保障型产品开发力度，提供覆盖寿险、疾病、医疗、意外、财富管理等多个领域的保险产品和服务，产品体系充分满足客户全生命周期的多层次需求。

与此同时，中信保诚人寿坚持创新引领，分客群细化产品经营。在长期保障产品方面，公司为少儿、成人、中老年人及优选人群等群体提供专属产品体系，并可灵活搭配多款特色附加险，满足不同层次客户的健康保障需求。

以健康、意外保障为例，公司拥有涵盖基础医疗、中端医疗、高端医疗、保证续保长期医疗，以及疫苗、特药、母婴、老年医疗等创新医疗产品的健康保障体系及丰富的意外保障体系，实现保障人群全覆盖。

在个人财富管理方面，公司提供终身寿险、分红险、万能险、投资连结保险等多类型保险产品，为不同年龄阶段、不同投资风险偏好的客户提供养老、求学、资金规划、财富传承等类型长期保险服务。

对保险公司而言，完善的产品体系如果没有服务体系支撑，很难被客户所感知和认可。中信保诚人寿自创立之初，便着手打造有辨识度的保险服务。

2001年，中信保诚人寿推出寰宇卡，为客户提供全球范围的紧急救援服务，自此也拉开了公司打造特色服务体系的序幕。

此后，中信保诚人寿不断在增值服务和健康管理服务领域发力，持续完善以寰宇卡全球紧急救援服务为代表的尊贵服务体系，打造覆盖病前、病中、病后的管家式健康服务体系。2020年，公司更是全面升级尊贵服务体系，整合以保险为核心的健康管理、出行护航、尊贵礼遇、法税服务、个性增值等五大权益类别的保险增值服务，为客户和家人多添一份保障和关怀。

在向内深耕特色服务体系的同时，中信保诚人寿也持续关注科技与保险的创新融合，逐步开辟了一条科技赋能之路。

2016年，针对线下理赔流程繁琐的痛点，公司推出“微理赔”服务，在公司官方微信平台上，实现一站式、一体化、一步到位的保险理赔服务新模式。近年来，公司通过加大投入、持续创新，公司应用智能机器人、人脸识别、远程云签名等技术提升客户体验。

近年来，中信保诚人寿敏锐捕捉科技应用触点，以全景式开阔视野，全感式体验视角顶层布局“智AI”服务生态体系，以“AI随行”智慧客服、“AI无忧”智联服务为核心，聚焦智能语音及文字化服务。整体设计方案突破服务媒介隔阂界限，实现官微、官网、服务企业号、服务APP等线上线下多渠道互联，让客户体验全天候、足不出户的便利保险服务。同时，公司打造全智能应用，赋能保单生命全周期，通过引入前沿AI技术的机器人服务矩阵，无缝衔接电子化服务体系，实现智能化咨询、操作、查询一站式服务。至此，AI人机协作已深入渗透保单服务全流程，标志“全智”服务生态格局确立，在投保、核保、变更、理赔、回访等保单生命周期重要节点为客户提供永不掉线的“高智化秒级”应用体验。

（文/小北）

解码广东专精特新“小巨人”：数量居全国第二 已有40家A股上市

时代周报记者 **邓宇晨** 发自广州

自工信部2018年11月发布《关于开展专精特新“小巨人”企业培育工作的通知》至今，共有三批接近5000家中小企业被选入专精特新“小巨人”企业名单。

政策利好的大背景下，“专精特新”概念火热，一跃成为资本市场上的主流热点。

对中小企业而言，“专精特新”不仅代表着荣誉和奖励，更代表着未来发展的趋势和方向。

专精特新企业既是行业的“风向标”，又是关键技术的“攻坚手”。虽然人数不多、体量不大，但却手握着核心技术，在部分产业的关键节点上发挥着重要作用。

一定程度上来说，“小巨人”的数量也能从侧面反映出地区的经济实力。谁拥有更多的“小巨人”企业，谁就能在未来的产业链竞争中拥有先发优势、立于不败之地。

在共计4762家国家级专精特新“小巨人”企业中，有433家“小巨人”企业是来自广东，仅次于浙江的475家，排名全国第二。浙江、广东、山东三大省份的“小巨人”企业总数量占到全国的25.9%。

在各大地级市中，深圳以169家的成绩略逊于宁波（182家），排名第二。在“小巨人”企业数量前20位的城市中，广东有深圳、广州和东莞三地上榜。

在广东省内，产业基础较好的珠三角九市共拥有411家“小巨人”企业，占广东全省的94.9%。

专精特新“小巨人”企业数量的异军突起，与地方的产业基础雄厚、融资环境优良、政策引导到位有着脱不开的关系。

2020年，深圳市出台了《专精特新中小企业遴选办法》，积极引导更多中小企业走专精特新发展之路。除此之外，深圳市16家金融机构还推出了针对专精特新企业的专项产品和服务。根据规划，深圳市将在“十四五”期间培育600家左右专精特新“小巨人”企业。

今年9月，广州市工信局联合金融机构推出了专精特新企业批量融资服务，为专精特新企业提供最高1000万元的无抵质押信用担保贷款。银行将为专精特新企业开辟绿色通道，企业则可享受银行优惠利率。

根据广东制定的“十四五”目标，全省计划在产业链重点节点培育形成一批专精特新“小巨人”企业和单项冠军企业，助力打造具有国际竞争力的产业集群和企业群。

除此之外，广东还提出，力争未来五年推动300家“专精特新”中小企业登陆沪深交易所主板、创业板、科创板、新三板等。

时代周报记者梳理，目前广东的433家“小巨人”企业中，已有74家在新三板市场挂牌，14家在科创板上市，19家在创业板上市，7家在沪深主板上市。

技术研发需要时间沉淀，上市的专精特新“小巨人”企业往往需要10～15年的成长期，才达成IPO的目标。广东40家已经上市的专精特新“小巨人”企业中，有25家成立年份为2000—2006年，上市时间则集中在2015—2020年之间。

在这40家专精特新“小巨人”A股上市公司中，截至10月11日收盘，有5家上市公司的市值突破百亿元，平均市值为71.14亿元。其中，在创业板上市的德方纳米（300769.SZ）市值最高，达413.24亿元，遥遥领先；惠泰医疗（688617.SH）和明微电子（688699.SH）的市值分别为263.68亿元和205.10亿元，位列第二和第三位；天安新材（603725.SH）的市值最低，仅有16.34亿元。

今年上半年，广东有38家专精特新“小巨人”上市公司实现盈利，平均归母净利润达6750.7万元。其中，明微电子、弘亚数控（002833.SZ）和广和通（300638.SZ）的归母净利润分别为3.03亿元、2.80亿元和2.03亿元，排名前三。

制造业是专精特新企业的重点领域，今年3月，工信部提出“应优先聚焦制造业短板弱项”，包括属于产业链供应链关键环节及关键领域“补短板”“锻长板”“填空白”产品。

在广东40家专精特新“小巨人”A股上市公司中，有37家集中在制造业，另外3家则属于信息传输、软件和信息技术服务业。

若按照申万二级行业进行分类，有7家属于“专用设备”，5家属于“化学制品”，5家属于“半导体”。

创新是专精特新企业的灵魂，只有持续不断的创新研发，才能保持企业在市场上的优势地位。

专精特新“小巨人”企业在技术研发上的投入普遍较高。今年上半年，金溢科技（002869.SZ）的研发支出占营收比例高达31.6%，芯海科技（688595.SH）和三旺通信（688618.SH）的研发支出比例则分别为23.31%和22.92%。

同时，拥有技术优势的“小巨人”企业也更容易获得资本市场的青睐。

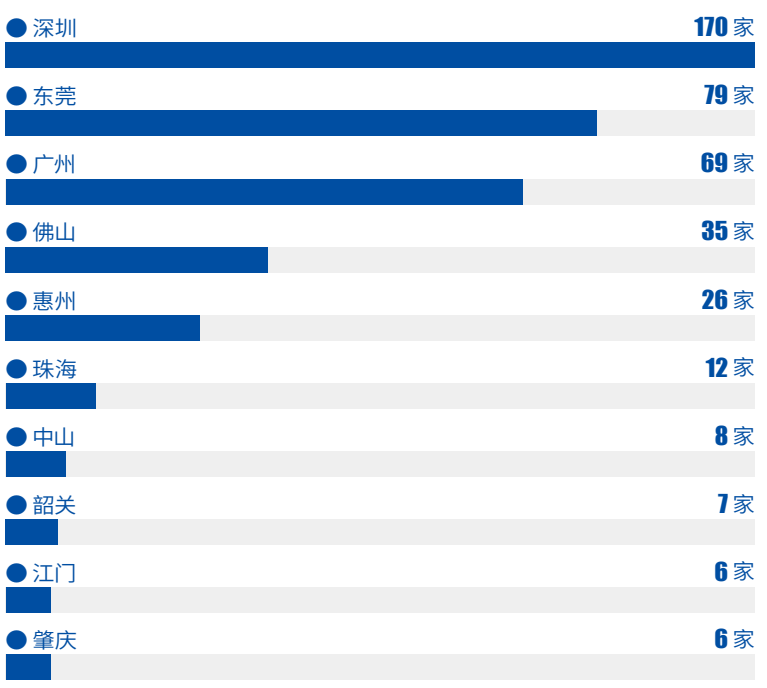
截至10月11日收盘，40家专精特新“小巨人”A股上市公司的平均市盈率（TTM）高达70.46倍，其中美联新材（300586.SZ）的市盈率高达426.64倍，德方纳米的市盈率达370.45倍，仅有有方科技（688159.SH）的市盈率为负。

而在股价表现上，40家专精特新“小巨人”A股上市公司的股价均未出现“破发”现象。截至10月11日收盘，德方纳米和广和通的股价相比发行价更是暴涨了1920.46%和1854.56%。

一图读懂广东专精特新企业

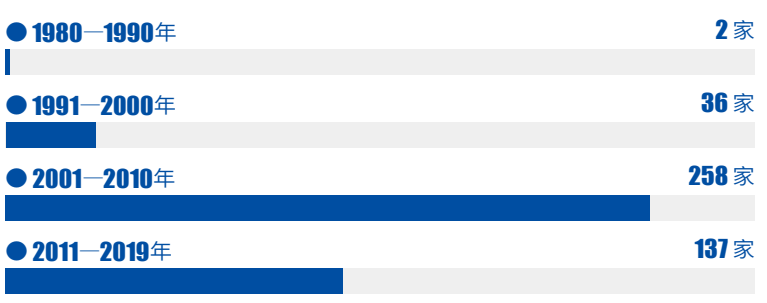
区域分布

A



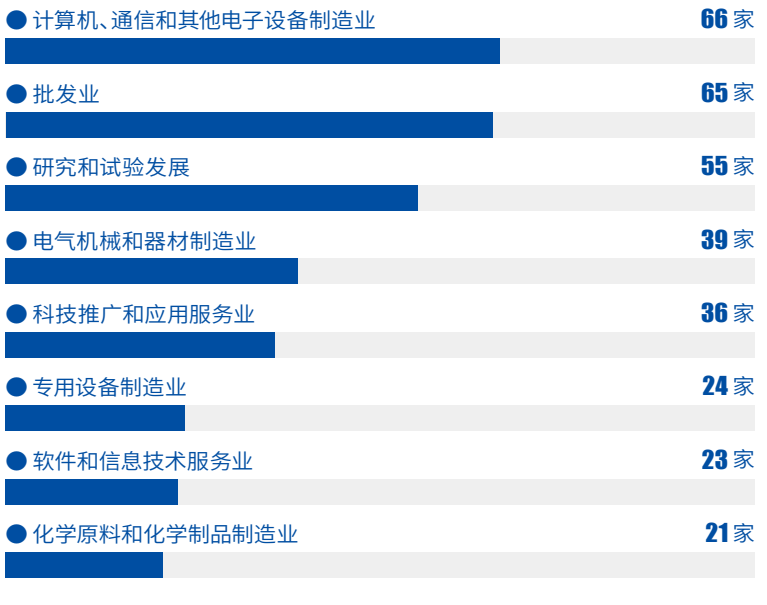
成立时间分布

B



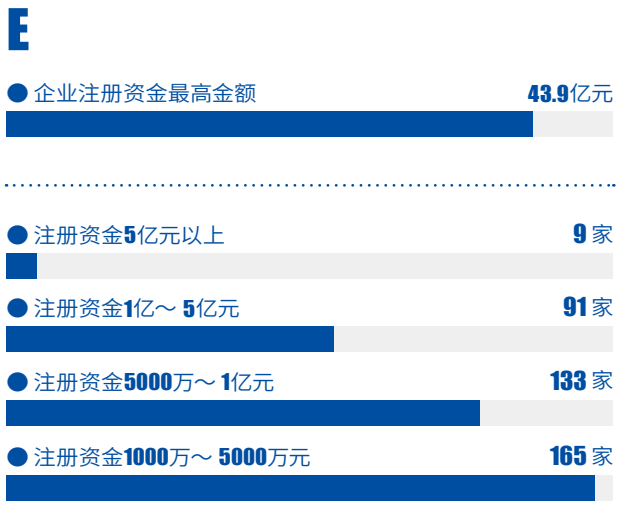
行业分布

C



注册资本情况

E

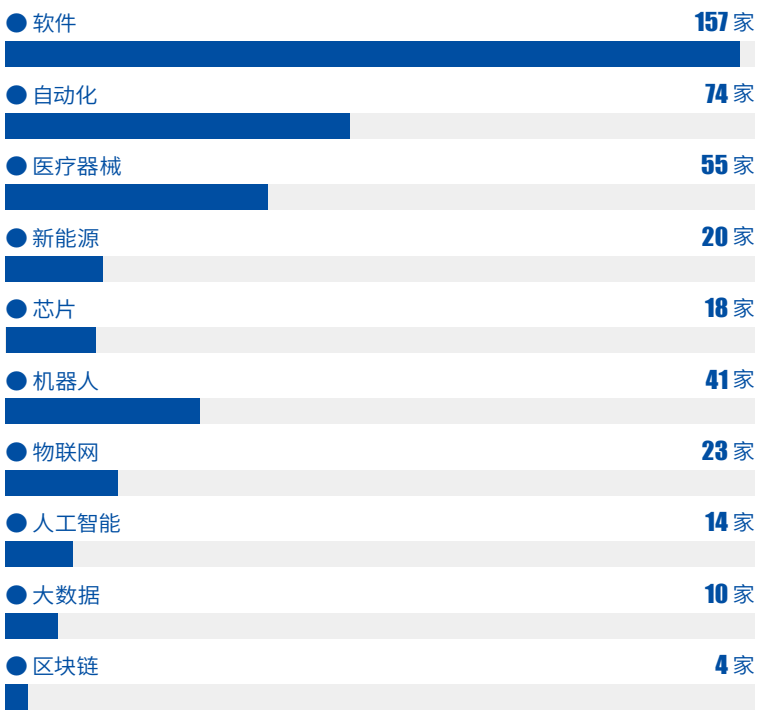


科创实力

G

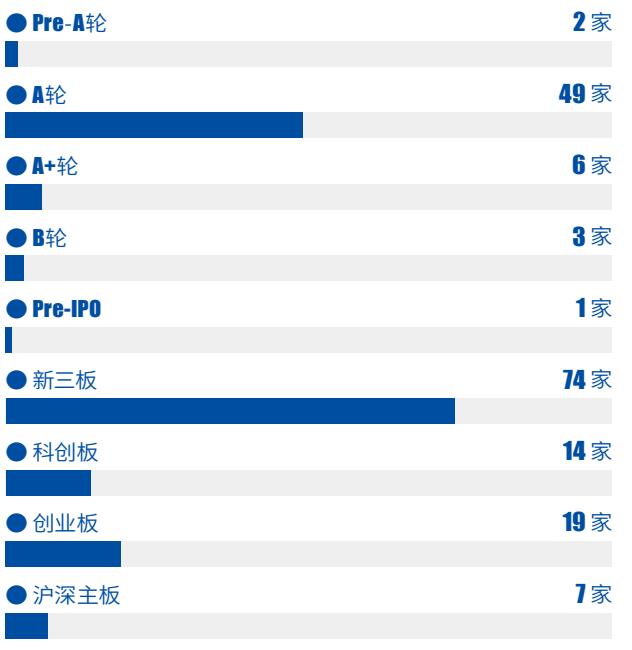
经营范围涉及领域

D



上市与融资情况

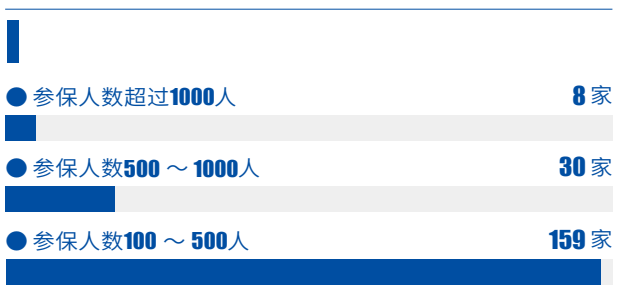
F



对外投资

H

参保规模



数据来源：天眼查

中国机械工程学会张彦敏：入选“专精特新”不是最终目标

时代周报记者 **杜苏敏** 发自佛山

制造业是立国之本、强国之基。随着中国经济社会进入新的发展阶段，中国制造业亦面临着如何进行转型升级的巨大机遇与挑战。2021年中央发布的国家“十四五”规划和2035年远景目标纲要中，均明确提出要深入实施智能制造工程，这为“十四五”时期制造业实现高质量发展指明了前进的方向。

产业转型升级背景下，发展专精特新中小企业是我国建设制造强国战略的重要一环，是实现“共同富裕”的重要抓手。

“中国的传统制造业规模庞大，而很多专精特新中小企业都属于传统制造业企业，我们要落实智能制造这一制造强国建设的主攻方向，就是要应用智能制造技术促进这些企业转型升级。”在9月中旬举行的2021“科创中国”智能制造产学融合高峰论坛暨第二届广东省制造业高质量发展高峰论坛期间，中国科协智能制造学会联合体秘书长、中国机械工程学会常务副理事长、广东省制造强省建设专家咨询委员会委员张彦敏在接受时代周报专访时表示。

从今年1月财政部和工信部联合印发的《关于支持“专精特新”中小企业高质量发展的通知》到7月份工信部、财政部等六部门联合发布的《关于加快培育发展制造业优质企业的指导意见》，从7月30日中央政治局会议提出“发展专精特新中小企业”到9月2日北京证券交易所正式宣布成立，种种迹象已经表明，国家支持中小企业走“专精特新”发展之路、助力高质量发展的信号明确、决心坚定。

政策利好下，专精特新中小企业大步跨入发展的快车道。截至7月底，全国共三批4762家中小企业登上国家级专精特新“小巨人”企业榜单，带动各地培育专精特新企业超过4万家，入库培育的企业超过11万家。

在迎来历史性发展机遇的同时，专精特新中小企业亦面临诸多困难和挑战。

除了要保持持续的创新能力、避免昙花一现之外，如何实现个性化、差异化发展，走出属于自己的“专精特新”之路，亦是企业亟须思考的课题。

“对于专精特新中小企业，国家给予一定支持是必要的，但是这种支持应该是引导性的、阶段性的，而企业不能只躺在国家的支持里，这是不可持续的。”张彦敏对时代周报记者称。

“市场才是试金石”

时代周报：今后15年是智能制造新一轮工业革命核心技术发展关键时期，在这种背景下，专精特新中小企业的存在具有哪些意义？

张彦敏：智能制造是我国推进制造强国建设的主攻方向，发展智能制造的目的是促进中国制造由大变强。特别是中国传统制造业规模庞大，而很多专精特新中小企业都属于传统制造业，这些企业把发展智能制造作为主攻方向，提升核心竞争力，是制造强国建设重要组成部分。

我们建设制造强国，不能够仅仅依靠大企业。我国制造业很大的短板是基础不牢，基础零部件、基础材料、基础工艺、功能部件等处于中低端。过去我们比较重视整机，很多关键的基础零部件、功能系统等，都需要从国外进口。

譬如数控机床，如果很多关键核心零部件不能自主制造，只是做组装，这样一来，一是产品附加值低，二是很容易被外国“卡脖子”，因此必须特别重视基础。

而制造这些关键零部件的企业绝大多数都是中小企业。我们现在很多“卡脖子”问题、短板问题，其实是卡在这些关键核心零部件上，“核心零部件空心化”现象严重。

“专精特新”其实就是针对这个问题，这些企业虽然规模小，但是产品竞争力强，做轴承就做最好的轴承，做螺丝就做最好的螺丝。大企业离不开我，整机也离不开我。

时代周报：如何辨别企业“专精特新”底色的真假？

张彦敏：对于“专精特新”企业的申报，评选都有标准，入选的企业都是行业里的优秀企业。但我个人认为，一家企业是不是真正的“专精特新”，还是要看市场是否认可，企业自己说得再好，但产品没人买，还谈什么“专精特新”呢？

最终是要依靠市场来检验，市场才是试金石，这样企业才能持续发展。

“耐得住寂寞，保持创新”

时代周报：中小企业本身会有自己的局限性，入选专精特新“小巨人”之后，对企业打破自身的局限会有哪些帮助？企业又该如何借势进一步提高自己在市场的认同度和适应能力？

张彦敏：入选专精特新，代表着企业的产品获得了市场的认可，对企业的知名度和认可度都能带来一定程度的提高，为企业进一步发展提供更多的资源和可能性。

不过，企业千万不要以“入选专精特新”作为最终目的，而是要扎扎实实地按照“专精特新”的标准来发展自己。

市场是瞬息万变的，入选企业必须通过持续创新，强化自己的差异化优势，才能保证自己的产品长期被市场认可。

入选企业应当清醒认识到，国外的同行企业仍然十分强大，国内的竞争对手也在拼命追赶，从这个意义上讲，入选企业更要有危机感！

时代周报：国家扶持“专精特新”企业，最终的目的是要让企业做专、做精、做大、做强，但对于中小企业来说，要做大做强，无疑要经历重重困难和挑战。对于中小企业应该如何应对，你有什么建议？

张彦敏：其实，“专精特新”要做起来很不容易，坚持、创新、专注，缺一不可。

首先，企业必须要坚持。要做专做精，是需要一个漫长的过程才能实现的事情，不可能一蹴而就。像国外很多百年老字号企业，它们是需要一年一年，长期做下去的，要耐得住寂寞。

我们有些企业很急功近利，今天干这个挣钱就干这个，一看这个利润低了，明天又干那个去了，这样的企业是不可能成为真正的“专精特新”的。企业要有定力，坚持去做一件事情，这并不容易。

其次是要创新。企业再有定力，也必须有新的技术成果来支撑产品的更新迭代，只有不断地创新，才能保持产品竞争力，才能实现企业的可持续发展。

最后是要专注。不能贪大求全，乱铺摊子。专精特新就是中小企业，特别是小企业。小而精，小才能精。企业赚了钱，有了资金，也要集中投入到核心产品的研发上，持续提升产品核心竞争力，不要盲目地去横向扩张。

C.C.REPORTS

做中国消费者权益保护运动引领者

《消费者报道》的使命：
真实就是力量，比较发现优劣。站在消费者立场，
通过商品及服务比较测评，彰显消费知情权和选择权
就是彰显消费者力量，从而更好地保护中国消费者权益。

华数机器人总经理杨海滨：自主创新实现进口替代

时代周报记者 **何明俊** 发自佛山

1人操作3台设备生产，每日产能提升5000+，单班节省人力7人。这是某企业在导入由华数机器人自主研发的机器人铆压工作站之后，在降本增效上取得的实绩。

这一项目也让华数机器人在第十一届中国国际机器人高峰论坛暨第七届恰佩克颁奖典礼上斩获恰佩克奖（The Capek Prize）“年度创新品牌”及“年度创新工程”两大奖项。

“过去40年，中国制造业靠改革开放的政策和人口红利得到飞速发展。现在随着人口的老龄化和年轻的一代也越来越不愿意进入工厂，制造业劳动力比例进一步减少，工人工资在不断地变化，人工成本自2020年开始已经与机器人的价格相差无几。”9月中旬，华数机器人总经理杨海滨在接受时代周报记者独家专访时表示，国产机器人性能的快速提升，机器人批量进入到各行各业后量升价降，与此同时人工工资持续上涨，在2020年出现了交叉点，机器人替换人工效应凸显，越来越多的工厂采用了工业机器人。

华数机器人是华中数控（300161.SZ）旗下品牌，专注于工业机器人控制系统、机器人整机产品和机器人自动化解决方案的研发、生产、销售和服务，在研发投入上处于行业前列。

据华中数控在投资者互动平台透露，子公司佛山华数机器人有限公司、重庆华数机器人有限公司、佛山登奇机电技术有限公司及武汉新威奇科技有限公司已获得专精特新“小巨人”企业称号。

“专精特新是一个非常好的政策。”杨海滨向时代周报记者指出，“外资机器人品牌比我们早发展差不多40年，这几年国产机器人的精度和可靠性不断提高，国产品牌的市场占比在不断上升。”

靠创新立足

工业机器人是能够代替人工完成各类繁重、乏味或有害环境下体力劳动的自动化机器，同时也是实现智能制造的执行机构，因此，工业机器人也被视为智能制造最重要的核心部分。尽管中国已成为全球最大且增长最快的工业机器人市场，但国产品牌在市占率上始终落后于外资品牌。

中国银河证券研究院研报指出，国内大部分工业机器人市场都被日系、欧系的机器人企业所占据，以“四大家族”为代表的外国厂商均加速在国内扩张产能布局。“四大家族”指的是瑞士的ABB（Asea Brown Boveri）、德国的库卡、日本的发那科和安川电机，“四大家族”几乎垄断了机器人制造、焊接等高阶领域。

与国外工业机器人企业数十年的技术积累相比，中国工业机器人商业化起步较晚，但追赶的速度很快。作为国产工业机器人集研发、制造、应用于一体的领军品牌，华数机器人自2014年首款机器人面世以来，到目前已形成年产1万台套的生产能力，国产六轴机器人市场销量已连续4年位居全国前列。

“国产品牌在一些细分领域上做得比外国品牌还要好一点。”杨海滨表示。

投入大量资金进行研发，是当前专精特新“小巨人”企业保持竞争优势的方法之一。

中国银河证券研究院数据显示，“四大家族”2020年研发投入占营收比例普遍在4.34%-10%之间，埃斯顿、华数、埃夫特等国产品牌在研发方面的投入占比也都非常高。该机构评价称，国产机器人企业在营收规模、利润规模上与国外机器人企业差距巨大，而在研发投入方面，虽绝对值差距仍较大，但研发费用率已处于高位。

华数机器人始终坚持核心关键技术自主研发创新，针对国产机器人核心关键技术缺乏的问题，重点开展机器人整机、高性能控制系统、新型驱动、高性能电机、工业应用软件及机器人云平台等方面技术攻关，先后攻克机器人核心技术300余项，获得自主知识产权200余项。

“机器人的控制器是机器人的大脑，这是一个‘卡脖子’的问题。为了解决这个问题，华数在机器人控制器方面进行研发和产业化，实现了大批量的工业应用。”杨海滨对时代周报记者介绍称，“另外，华数独创了一款BR双旋机器人，从结构到控制算法上都进行了创新，而且获得了国内外的专利授权。”

“华数靠创新走到现在，也必然靠创新走向未来。”杨海滨补充道。

截至目前，华数机器人已成功推出了BR双旋、垂直多关节、水平多关节、SCARA、Delta、特种机器人六大系列、40余款工业机器人整机产品。其产品广泛应用于电子、厨卫、家电、五金、汽摩和鞋服等行业，在CNC加工、冲压、搬运、打磨、涂胶、焊接、装配等工艺环节形成规模应用。

对标行业龙头

今年1月，财政部、工业和信息化部联合印发《关于支持“专精特新”中小企业高质量发展的通知》（下称《通知》）中指出，2021—2025年中央财政累计安排100亿元以上奖补资金，分三批（每批不超过三年）重点支持1000余家国家级专精特新“小巨人”企业高质量发展。

“国家支持发展专精特新企业，鼓励企业专业化、精细化、特色化和新颖化，补链、强链，形成大企业与中小企业协调发展、资源配置更富效率的产业组织结构。”杨海滨表示。

《工业和信息化部关于加快工业强基的指导意见》中指出，关键基础材料、核心基础零部件（元器件）、先进基础工艺、产业技术基础（简称工业“四基”）是提升工业核心竞争力的重要基础。《通知》中亦指出，中央财政奖补资金支持国家级专精特新“小巨人”企业加大创新投入，推进工业“四基”领域或制造强国战略明确的十大重点产业领域“补短板”。

“华数会将这笔奖补资金用在技术研发方面。”杨海滨表示。

华福证券研报观点称，工业机器人景气度与制造业投资相关性较强。数据显示，2021年上半年，中国工业机器人累计产量为17.4万台，同比增长69.8%，保持较高水平。长期来看，国内工业机器人产业链崛起的关键在于国产替代，包括上游核心零部件和下游本体厂商。

作为智能制造的重要环节，工业机器人近年在国内发展迅速。2020年，全球机器人市场规模为250亿美元，约合人民币1600亿元；预计到2030年，这一数字将扩大10倍至2600亿美元，约合人民币1.7万亿元。

上海证券研报数据显示，8月中国工业机器人产量为3.28万台，同比增长57.4%；1—8月累计产量23.92万台，累计同比增长63.9%。该机构分析，工业机器人产量高增长主要是受益于下游制造业固定资产投资景气回升，相关数据显示，1—8月制造业固定资产投资同比增长15.7%；此外，劳动人口下降及工人工资增长导致人工成本增加，企业有动力进行生产自动化升级。

接下来，华数机器人将瞄准国内制造业对性价比较高的专业机器人的需求，以多关节通用机器人产品作为主攻方向，对标行业龙头，重点研制针对细分领域的机器人、创新性新结构机器人、工业级协作机器人和有特色的重载机器人等产品。

“我们有信心未来在国内甚至在全球机器人行业中占有一席之地。”杨海滨对时代周报记者说。

“小巨人”如何成长为“领头羊”？嘉腾机器人以技术构筑护城河

时代周报记者 **何明俊** 发自佛山

“只有成长性、创新性和专注度很强的公司，才能被称为‘小巨人’企业。”近日，广东嘉腾机器人自动化有限公司（下称“嘉腾机器人”）副总裁陈洪波在接受时代周报记者专访时说。

自2019年6月以来，工信部先后公布三批总计4922家专精特新“小巨人”企业名单。作为广东省高新技术企业，深耕工业移动机器人（AGV）领域的嘉腾机器人位列其中。

嘉腾机器人成立于2002年，2005年起切入AGV赛道，逐渐发展壮大。官网显示，嘉腾机器人是中国工业机器人十大品牌商之一，同时也是中国唯一获得工业设计“奥斯卡”——德国红点奖的机器人公司。

从成立到入选专精特新“小巨人”行列，陈洪波经历了这一全过程。他告诉时代周报记者，目前，行业整体处于高速发展阶段，“我们今年的业绩比去年增长了很多，今年上半年已完成了去年全年的业绩”。

在陈洪波看来，成为专精特新“小巨人”企业只是嘉腾机器人的一个开始，要保持竞争优势依然需要不断掌握全球最先进的技术。“头部企业分几种，规模上的头部、技术上的头部，等你真正做到头部企业时，技术、规模、价格等方方面面都有竞争优势，但一定是以某个点为抓手。在我们看来，这个点就是我们的技术。”陈洪波对时代周报记者说。

深耕AGV

AGV市场空间广阔，这是嘉腾机器人快速发展的关键之一。

前瞻产业研究院数据显示，2018—2020年，全球工业移动机器人销售数量和金额逐年增长。截至2020年年底，工业移动机器人出货量为70602台，销售额为23.588亿美元，分别同比增长42%和25%。从销售产品来看，2020年，AGV销售额为12.684亿美元，占比53.8%；新一代自主移动机器人（AMR）销售额为10.903亿美元，占比46.2%。

“目前我们每年往外提供的机器人约5000台，只要有足够订单，我们可以做到每年1万台满额产能，未来甚至可以达到每年2万～3万台的产能。”陈洪波介绍称。

嘉腾机器人已先后推出6代AGV，在广东佛山拥有5万平方米以上的现代化生产基地，并在全国设立20个办事处，客户涵盖广汽集团、本田、华为、联想等行业巨头。

“嘉腾机器人的人员规模约500人，其中技术团队约200人。”陈洪波对时代周报记者称，自研技术是嘉腾机器人在业内的立足之本，因此公司十分重视对研发人才的引入和培养。

值得一提的是，AGV虽属工业机器人的细分领域，但却没有出现外资品牌独霸市场的局面。

“以前（AGV）没有发展起来是因为技术不支持，现在技术支持了自然就发展起来了。”陈洪波说。

自成立起，嘉腾机器人就一直专注AGV赛道。面对挥舞着钞票跨界进入AGV赛道的巨头们，陈洪波并不认为中小企业无法与之相抗衡。

“嘉腾机器人的优势在于有16年的产品和技术积累。”陈洪波告诉时代周报记者，大企业虽然具备资金优势，但产品和技术的缺失无法在短期内完全补上。

“如果它能长期坚持在这个行业持之以恒地做，我相信它能够在这个行业取得很好的成绩，时间对每个人都是公平的。”他说。

以技术为抓手

今年以来，“专精特新”一词频繁出现在各类政府政策文件。目前，对于“专精特新”的解读主要为四化——“专业化”“精细化”“特色化”“新颖化”。而从企业的角度如何解读“专精特新”，陈洪波有着自己的见解。

陈洪波认为，“专”指的是“专心”。“企业的资源是有限的，不能五花八门遍地开花，主营业务要做好，专门做哪一个东西就要做到极致。”他说，“任何一家超级企业都是以主营业务起家的，靠一样东西起家就要出精品，需要高效的精细化管理。”

“特色化”，则意味着企业要有自己的独门绝技。

“没有特色、没有特点，就没有自己的绝招。与众不同的东西很重要，成长空间一旦打开，你在这个领域里面基本上没有人能跟你竞争。”陈洪波说，“所以才需要创新，用最先进的技术、模式方法、服务制度来形成新的业态。哪怕公司现在的规模小一点，但绝对是未来可期的。”

嘉腾机器人要从国家级专精特新“小巨人”成长为“大巨人”，陈洪波认为，需要人才、技术、产品、市场各方面支撑，但他对前景保持乐观。

上市，无疑是“小巨人”成长为“大巨人”的关键助力。

财报显示，2014年，A股上市公司东方精工（002611.SZ）曾以近5000万元收购嘉腾机器人20%股权。在当年的收购公告中，嘉腾机器人承诺在2019年底前上市，但最终这一目标未能实现。

“上市不是一件小事，当初我们可能计划5年达成这一目标，但变化是时时存在，有很多不确定的因素。”陈洪波说，“选择东方精工合作是因为它了解实业，当有情况发生时，大家是共渡难关还是一拍两散，这个很重要。”

财报显示，东方精工通过参股嘉腾机器人布局自动化物流系统业务，目前持股嘉腾机器人21%。

西南证券研报指出，工信部给出了支持中小微企业的具体部署，尤其是引导企业专精特新发展，通过建立创新型中小企业—专精特新中小企业—专精特新“小巨人”企业梯度培育体系，形成一批掌握独门绝技的“单打冠军”或者是“配套专家”。到2025年有望培育1万家“专精特新”小巨人企业，1000家制造业单项冠军，这将是我国2025—2035年新经济的龙头。

上市已被嘉腾机器人列入目标清单。“科创板设立之前，科创型企业一般都难以满足相关上市条件。科创型企业要创新，要大量地投入研发，一开始也是‘裤腰带勒得很紧’。”陈洪波对时代周报记者介绍道。

“专精特新”聚集了极高的市场关注度，对企业而言，能被看见是一桩好事。陈洪波认为，对嘉腾机器人来说，成为专精特新“小巨人”企业是一种肯定，更是一种动力，企业只有掌握先进技术才能保持核心竞争力，实现可持续发展。

“即使未来我们发展成为头部企业，我们竞争优势的保持仍需要有一个抓手，这个抓手还是我们的技术。”陈洪波说。

CULTURAL TOURISM 文旅 | ESTATE 地产 | FAST CONSUMPTION 快消 | AUTOMOBILE 汽车 | TECHNOLOGY 科技

THE TIME WEEKLY 时代周报

TIME INDUSTRY 产经

专 业 视 角 洞 悉 产 业 变 革

22-24 中国地产时代百强榜

深圳楼市持续低迷 企业债务危机吓退购房者

时代周报记者 **刘婷** 发自深圳

国庆黄金周刚过去，深圳楼市“银十”开局成色不足，多个楼盘打起价格战。

9月29日，龙华区朗庭盛荟城开盘，推售477套住宅，备案均价约为5.54万元/米^2。开盘当天，盛荟城推出9折卖房活动；10月7日，朗庭盛荟城楼盘折扣为9.2折，71平方米的两房户型，备案总价约为378万元，折扣总价约为342万元。

“今年深圳中部新房供应量大，开发商卖不动，自然要降价促销，或启动二、三级联动和全民营销。”10月7日，深圳房地产经纪人林枫（化名）告诉时代周报记者，供应量增加后，中部和东部地区楼盘去化压力徒增，开发商开始降价促销，提高佣金，以求带动成交。

由于优惠力度较大，龙岗区布吉的佳兆业壹都汇成为深圳楼市国庆期间焦点，掀起到访热潮。

10月3日，佳兆业壹都汇启动二、三级联动，推出8.5折购房活动。原价120万元的房源直降45万～75万元，均价约为1.9万元/米^2。该活动吸引购房者广泛关注，深圳房产经纪人纷纷带客看房，开发商一度采用现场取号方式限制进场人数。

开发商加推抢客背后，是深圳楼市十年来的首次供应大潮。据贝壳研究院的数据，9月，深圳新增供应总量超1.6万套，环比增长175.8%，同比增长40.5%；住宅供应超1.2万套，环比增长152.9%，同比增长63.4%。

175.8%

深圳9月新房市场情况

	批售面积（万平方米）	推售面积（万平方米）	成交套数（套）	成交面积（万平方米）
	113.6	108.9	3248	31.8
环比（%）	128.0 ↑	177.0 ↑	-44.8 ↓	-50.0 ↓

数据来源：深圳中原研究中心

新房促销难成交

深圳刚需购房者李少（化名）原计划于小长假后买入花样年旭辉·好时光家园，但国庆黄金周期间的一则新闻打乱了他的计划。

10月4日晚间，花样年控股（01777.HK）发布公告称，未能按时支付约2.06亿美元票据。花样年已成立应急小组，正在制定风险化解方案，以期尽快化解阶段性困境。

近期不少房企陷入债务危机，李少担心花样年此事对楼盘交付带来不确定影响，因此决定放弃该楼盘，选择片区内其他楼盘。在李少看来，当下坪山区楼盘选择性多，不必像过去一样因无房可买而恐慌买房。

时代周报记者不完全统计，9月，坪山区共有怡瑞达云秀府、龙光玖誉雅筑等楼盘入市，10月将有和城里、佳兆业燕澜和鸣等楼盘待售。

林枫透露，坪山区是当前深圳新盘活动力度最大的区域，部分楼盘启动全民营销，佣金1%起；不少楼盘直接启动现金奖励，奖金为1.5～3万元/套。此外，还有楼盘启动带客奖励，以龙光·玖誉雅筑为例，10月1—7日，渠道业务员带客成功即发放奖励，每批客户奖励100元购物卡。

“今年到访量和去年没得比，去年下半年是深圳行情最好的时候，想买房都要排队。今年国庆看房的人还没有去年的一半，很是冷清。”10月6日，一名宝安区新房置业顾问对时代周报记者表示，国庆期间，购房者热情骤减，咨询量和到访量大幅减少，成交更是寥寥。

深圳贝壳研究院的数据显示，10月1—7日，深圳共成交1122套新房，其中住宅为1081套。

9月底，深圳新房市场曾现“日光潮”，一度造成楼市将回暖的错觉。9月24日，宝安宏发玺玥、光明星河天地、宝安前海滨城花园、颐安都会中央4期四盘进行线上选房，共推售1907套房源，均于开盘当天全部售罄。

10月8日，海贝找房总经理谢林锋对时代周报记者表示，9月28日深圳进行第二次集中供地，多数地块下调最高楼盘销售限价，降低市场预期。因此，开发商在集中供地前推售项目。“日光”楼盘均为一二手倒挂严重的楼盘，以颐安都会中央为例，该楼盘销售均价与二手房有超2万元/米^{2}的差距，当日售罄在意料之中。

谢林锋认为，第四季度深圳新房仍会持续分化，有价格倒挂优势的楼盘去化向好，没有价格优势且地段偏远的楼盘去化堪忧。

二手房市场仍未探底

经过前9月密集调控，开发商销售疲软，规模增速放缓。

据克而瑞研究中心数据，2021年9月，TOP100房企实现单月销售操盘金额7596亿元，较2020年同期下降36.2%。

第二季度以来，百强房企销售承压，业绩表现不及上半年和去年同期，7—9月连续3个月单月业绩同比下跌。

单月业绩方面，9月房企表现不及上半年及历史同期，18家房企单月同环比双降，有近半数房企同比降幅超30%。

进入第四季度，深圳开发商回款任务加重，但竞争却未减少。

深圳中原研究中心预判，10月新房市场仍将维持高供应，不少热点楼盘也将有望入市，开发商去货压力仍在。

深圳新房供应井喷为购房者提供多元选择，购房者涌进新房市场，亦在变相挤压二手房交易空间。

10月7日，深圳房产经纪人唐静（化名）对时代周报记者表示，国庆黄金周，其所在的店面二手房零成交量，甚至咨询的客户量都为零。当下购房者对降价已有免疫力，二手房降价幅度低于5%的房源基本卖不动。急售房产的业主只能持续降价，但在首付大幅增加之下，二手房没有竞争力。供应大区光明区、坪山区更是如此。

唐静补充道，当下深圳光明区新房成交火热，开盘频频日光。但二手房几乎进入速冻期，业主降价无人问津，预计随着新房供应增加，未来二手房量价仍有大幅降价空间。

深圳中原研究中心发布研究报告，9月二手住宅过户套数仅为1635套，成交持续低迷。受新房市场供应持续增加的影响，二手市场关注度进一步降低，近期二手过户量存在持续下滑的可能。

30%

产经一周观察

“金九银十”褪色明显 四季度房价会下跌吗？

刘婷
时代周报产经新闻部记者

热播剧《我在他乡挺好的》，讲述了4个女孩的北漂生活。年轻人在大都市的买房故事，引起无数“80后”“90后”共鸣。

剧中，白领许言为买婚房，开始学习理财，省吃俭用，将生活过得紧巴巴。策划公司老板纪南嘉因出租屋漏水决定买房，即便已迈入中产阶级，在北京安家仍需耗尽所有积蓄。

如剧中所演，房地产市场回归平稳轨道、房价下调是所有异乡青年的共同心愿。

今年以来，在调控政策组合拳之下，全国楼市逐渐降温。一个最直观现象是，楼市晴雨表“金九银十”已明显褪色。

据中国指数研究院数据，今年国庆黄金周，重点监测城市新建商品住宅成交面积较去年同期下降33%，购房者置业意愿不足，市场情绪延续9月观望态势。

房地产市场低温状态已传导至政策层面和土地市场。近期，多地出台房价“限跌令”，防止开发商恶意降价。此外，广州、杭州、上海等热点城市均出现土地大面积流拍，房企投资日趋谨慎。

在此背景下，部分城市出现政策放松预期，更有市场人士预判第四季度将有货币放水可能。

9月29日，央行、银保监会联合召开房地产金融工作座谈会。会议要求，金融机构配合相关部门和地方政府共同维护房地产市场的平稳健康发展，维护住房消费者合法权益。

此后，广州、佛山、益阳等部分地区房贷利率下调。相关动态被视为调控放松信号，地产股票随之迎来集体飘红。

若观察近年来房地产市场调控方向，不难发现，调控政策放松概率趋近于零。

房地产金融工作座谈会上，央行、银保监会强调，要围绕“稳地价、稳房价、稳预期”目标，坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，坚持不将房地产作为短期刺激经济的手段。

由此可见，中央对房地产调控决心仍在，政策主基调不会改变。在此背景下，“两集中供地”“三道红线”“五档房贷”等配套政策将长期执行，调控效果将得到进一步巩固。

当下，房地产调控遵循“因城施策”原则，一旦楼市成交过热、房价上涨过快，调控便会紧随而至，没有周转空间。反之，若开发商为争夺客户大幅降价，各地住建部门则会跟进“限跌令”，维护市场稳定。

由于市场分化，不同城市房价涨跌情况各有不同。合理管控房价涨跌空间，出台相应政策进行调节确有必要。政策在控制房价非理性上涨的同时，亦控制房价下跌幅度。因此，不宜将部分城市“限跌令”夸大为调控政策放松的信号，更应将其视为稳定市场秩序的手段。

展望第四季度，三四线城市楼市政策微调空间已打开，热点城市仍将继续加码调控。市场竞争将更加激烈，开发商去化压力犹在。预计市场降价行为将有所增加，房价仍有下探空间。

时代商业访谈录

对话携程张勇：差旅管理不是零和游戏

时代周报记者 **李馨婷** 发自广州

全球商旅市场正处于前所未有的低谷。

全球商旅协会数据显示，受疫情影响，2020年，全球商务旅行支出仅6940亿美元，较预估数字下降51.5%。同一时期，中国商旅市场支出规模下降38%。

低迷背景下，携程商旅依然表现亮眼。携程集团（09961.HK；TCOM.NASDAQ）2021年第二季度财报显示，集团商旅管理业务营收同比上升141%，与2019年同期相比上升26%。

自2006年成立至今，携程商旅已为超12000家大型集团企业提供服务。

9月27—28日，由携程商旅主办的“商旅·共生”研讨会在广州举办。携程集团副总裁兼携程商旅CEO张勇在接受时代周报记者专访时表示，差旅管理在国外已有100余年历史，但在中国，这一行业才发展20余年。因此，在张勇看来，强调商旅管理价值，珍视行业规则，培育市场规模都是目前该领域发展的重中之重。

价格战坏了规矩

张勇透露，国内差旅管理市场集中度较低。

据携程商旅方面提供的数据，当前，国内差旅管理市场CR4（前4名企业所占市场份额）刚超过20%，但在欧美发达国家，这一数字早已超过50%。“比起国际市场，中国差旅管理行业还将有10倍乃至更多的增长空间。”张勇向时代周报记者表示。

跃升空间极大，引来无数入局者。目前，市场上除了携程商旅、腾邦国际、美亚商旅等专业差旅管理企业，还有酒店、航司、票务代理以及跨界加入的互联网巨头、技术公司等新势力。

谈及行业竞争，张勇认为，价格战仍是当下市场的主流。

张勇进一步指出，目前市场上部分低价服务甚至是通过不合规渠道达成的。“凭借强大且完善的供应链系统，携程商旅一定能拿到市场上合规范围内有利的价格。不合规的服务，就算价格再低，携程商旅也不做。”张勇对时代周报记者说道。

张勇坦言，携程商旅完全有能力加入价格战，但现在以及将来都不会以低价来主导竞争。

“我们不只是提供产品，更提供服务，通过专业化的商旅服务赋能企业。”张勇表示。

比如，合作前协助客户完善数字化信息系统，实现内外系统的对接，差旅前为客户筛选符合差标的机票、酒店，差旅过程中如遇突发情况及时提供应急服务，差旅后自动结算报销等等。张勇表示，差旅平台提供的是一套打通了多个环节的专业服务。

“服务需要成本，降低价格必定也会降低企业的服务水平。长远来看，这不利于商旅管理行业的发展。作为业内头部企业，我们有责任、也有义务将行业引向良性发展的方向，不能自己坏了规矩。”张勇认为，价格战不利于企业、供应商、客户等多方发展，不能让劣币驱逐良币。

与上下游共生

采访过程中，张勇多次强调供应商、差旅服务提供者与企业客户间的“共生”关系，这也是携程商旅坚决反对低价竞争的重要原因。

根据携程商旅数据，其能帮助合作企业最多实现高达30%的差旅费用节省。而企业客户在成功降低相关管理成本的同时，也提高了出差员工的工作满意度与效率。降本增效，正是张勇提及最多的关键词。

另一方面，差旅管理企业也为供应商提供了引流渠道。携程商旅二季度的业绩增长，主要因为其酒店业务GMV（成交总额）的提高，而差旅管理平台与酒店间正是互惠共生关系。

张勇告诉时代周报记者，通常来说，酒店的七成业务都来自商务客人。汇聚了海量企业客户的携程商旅，自然是合作酒店的大型流量池。

“差旅管理企业立足市场的关键在于为上下游的市场主体提供价值，做到让供应链上的服务商赚到钱，同时也能让客户省下成本经费。”张勇说道。

2024年GMV目标1000亿元

尽管多次强调商旅管理价值与行业规则，但张勇坦承，携程商旅仍需面对客户付费意愿不够高的市场现状。

张勇

携程集团副总裁
兼携程商旅CEO

目前，携程商旅的客户中，世界五百强企业不在少数，但也有部分中小企业。张勇观察到，中外资企业的需求截然不同，外资企业对差旅管理的接受度与付费意愿较高，而国内企业则对价格更为敏感。

经过多年耕耘，专业商旅管理公司在整体差旅市场中的权重已较过去有明显提升。据携程商旅《2020—2021商旅管理市场白皮书》，目前商旅管理公司在国内市场的认知度已超过50%；2020年以来，二线城市对该类服务的认知度涨幅达到13.6%。疫情以来，国内企业与商旅管理供应商合作的意愿整体上升9.9%。

“‘十四五’规划中对产业数字化的要求，也为携程商旅提供了更多接入企业的机会。”综合各种因素，张勇对行业前景有信心。

张勇正和团队规划2022年的工作。近3个月来，携程商旅分别在厦门、成都与广州三地举办了品牌联合交流会，未来还会去到更多城市。“我们正在摸索市场的整体情况，明年，公司将重点布局新一线城市与省会城市。”张勇表示道。

张勇告诉时代周报记者，目前海外各国已基本实现境内互通，加上近年来国内大量企业出海，海外业务也将是公司长远期的工作重点之一。

据张勇透露，2019年，携程商旅的GMV为270亿元，到2024年，这一数字希望达到1000亿元。

从何处撬动流量？张勇列举了一组数据：

全球商旅协会数据显示，2019年，全球商旅支出的总开支约为1.43万亿美元，亚太地区占全球商旅支出的43%，中国则占亚太地区支出的62%。

“随着市场培育程度提高，还会有更多客户成为商旅服务用户。流量的盘子将会变得更大。”张勇说道，在用户付费意愿持续提升的前提下，结合携程商旅在国内的市占率，保守估计，如全球差旅市场在2024年仅恢复到2019年水平，携程商旅的GMV也依然能够达到千亿元。

“这一切都是建立在行业健康的基础上，这也是我为什么反复强调‘共生互惠’的原因。”在采访的最后，张勇向时代周报记者说道。

宋都服务上市后首份成绩单：在管面积同比增20.3% 外拓能力持续提升

宋都服务上市后首份成绩单：在管面积同比增20.3%，外拓能力持续提升。

2021年8月31日，宋都服务（HK.09608）发布了上市后的首份中期业绩。据中报数据披露，截至2021年6月30日，宋都服务累计管理49个项目，较2020年同期新增16个项目，布局覆盖全国19个城市。上半年共实现营业收入1.39亿元，同比增长19.5%；毛利同比增长48.1%至0.48亿元，整体毛利率为34.3%，较去年同期的27.6%提升6.7个百分点。

稳步外拓：在管面积同比增20.3%

2021年上半年，宋都服务通过协同合作与市场化拓展，持续加码优势区域，进一步提高市占率。截至6月30日，其向位于19个城市的49个项目提供物业管理服务，总在管建筑面积约770万平方米，同比增长20.3%，总合约建筑面积约1120万平方米，同比增长5.7%。

自1995年成立至今20多年，宋都服务一直都采取着以杭州为中心，深耕长三角重点区域的城市战略，并在物业管理领域积累了丰富的行业经验及品牌口碑。

截至2021年6月30日，其95.5%的在管面积位于长三角地区。目前，公司业务覆盖杭州、合肥、桐庐、舟山、奉化、衢州、绍兴等多地；服务产品包括住宅服务、非住宅服务、增值服务、城市服务四大部分；服务领域涵盖住宅、别墅、写字楼、商业、酒店、医院、厂区、农业等多种物业类型。

对此，业内专家分析指出，受益于国家重点规划区与都市圈的落位，长三角区域有着较强的产业布局和人口流入基础，宋都服务未来增长潜力较大。

不依赖于单纯的住宅物业项目，宋都服务还谋求积极地扩大其他与物业相关的项目，扩展的主要途径还是沿着物业服务的链条，从上游的供应链到下游的生活服务品的销售和服务等，都在持续有计划、有步骤地积极扩展。

凭借着其在浙江省的丰富经验，宋都服务通过积极探索，于长三角地区透过多种渠道拓展业务额规模，进一步增加市场份额。例如：如住宅清除服务、家居服务、家庭清洗服务、保幼服务、养老服务，计划将此服务委托给分包商和第三方合作伙伴。此外，计划向相关需求的客户提供定制的个人服务等。

多元组合：推动营收指标全面向好

得益于物业管理规模的持续增长及公司经营效率的提升，目前公司经营状况保持增长、持续向好态势。在各项收入中，物业管理服务仍是其主要收入来源，2021年上半年物业管理服务收入同比增长33.6%至0.79亿元，收入占比达57%。

在物业管理服务、非业主增值服务与社区增值服务之外，宋都服务还从事酒店和长租公寓两类业务。数据上看，非业主增值服务收入0.4亿元，占比28.8%；社区增值服务收入0.1亿元，占比7.1%；酒店业务收入0.09亿元，占比6.4%；长租公寓业务收入0.01亿元，占比0.7%。

期内，宋都服务的整体盈利能力提升显著，毛利率提升至34.3%。数据显示，截至2021年6月30日，宋都服务实现毛利0.48亿元，同比增长48.1%，整体毛利率为34.3%，较去年同期的27.6%提升6.7个百分点。

其中，物业管理服务毛利率由20.7%增长6.1个百分点至26.8%，主要原因是未来社区试点项目通过提高人员效率，降低运营成本实现盈利。酒店业务与长租公寓业务因疫情控制得当，经营业绩大幅提升。

除了利润率的提升外，2021年上半年，宋都服务财务结构继续保持稳定，流动性充沛。数据显示，于2021年6月30日，宋都服务流动资产为4.08亿元，较2020年12月31日人民币2.53亿元增长61.9%。受益于上市发行股份获得的融资活动净流入增加，期内宋都服务的现金及现金等价物达到人民币2.79亿元，较去年同期增长了45.5%，流动比率增长至2.62倍。

科技助力：多维探索未来社区场景

值得注意的是，近年来，宋都服务利用网络化、数字化、集成化以及生态化的手段打造智慧化社区，全方位为居民提供高品质、高质量的服务，同时，通过互联网、智能平台、大数据分析等手段建立全新的智慧社区运营商模式。

2021年6月8日，宋都服务与全球化AIot平台涂鸦智能达成了战略合作协议。双方就“社区+智能”“服务+智能”“智能家居”等多个方面开展深度合作，多维度探索未来社区的场景落地，为消费者带来物联网时代的高品质生活方式。

针对政府一直致力于加强老旧小区物业管理工作，宋都服务携手杭州市江干区采荷街道实行物居联动“金牌管家”大物业服务，实现低收费、高标准、小社区大治理，开创了城市服务实践中独具特色的“采荷模式”。宋都服务还在采荷项目中创立了智慧管理平台，除了传统的基础物业的四项服务之外，延伸扩大服务的内容，承担更多的政务服务，包括垃圾分类等。

一方面，宋都服务通过汇聚优质商家，将零售、餐饮等多种业态便民服务相结合，在社区内建设商业便民服务体系，营造暖心服务场景；另一方面，通过打造社区 O2O 服务网络，确保老旧小区居民可以通过线上 APP 选择服务种类，通过设置线下便民服务点与一对一管家配送服务，快速匹配及响应居民服务需求，实现线上线下服务一体化。

自该服务模式实施以来，解决居民诉求、推动老旧小区改造，也为业内企业参与老旧小区改造提供了一个强有力的样本，获得市场多方关注。

“十四五”规划提出，五年内22万个老小区需要得到品牌物业的介入，力争完成2000年底前建成的老小区都能引进品牌物业，并享受其服务。乘上国家政策东风，宋都服务以未来社区建设为契机，总结特色物业服务模式标准，进一步提升企业整体的运营能力、服务品质以及品牌输出能力。

可以预见的是，聚焦老旧小区有机更新正逐步成为宋都服务未来业绩的增长极，作为城市综合服务提供商，宋都服务也正努力成为完善社会基层治理体系的重要力量，打造以老旧小区为主攻方向的城市服务标杆企业。

(文/忻奇琪)

国庆档总票房位列同期影史第二 主旋律题材狂揽95%票房

时代周报记者 **涂梦莹** 发自深圳

电影行业终于等来了国庆档的爆发。

猫眼专业版数据显示，今年国庆档（10月1—7日）总票房突破43.84亿元（含服务费），总出票9357.6万张，观影人次达1.03亿，放映场次244.6万场，总票房位居中国影史国庆档第二。

回顾疫情前国庆档票房历史，最高国庆档票房为2019年的44.66亿元。值得注意的是，今年国庆档平均票价为46.8元，仅次于今年春节档48.8元的平均票价。

“虽然今年国庆档整体收获的票房看起来比较乐观，但是分化十分明显，光是《长津湖》就占据了大部分票房份额。”10月8日，中国青年剧作家、导演向凯接受时代周报记者采访表示，一家独大的高票房背后，不一定能够呈现电影行业的复苏，也不代表电影行业的欣欣向荣。

热门档期背后，影视资本博弈激烈。据猫眼专业版数据，今年国庆档影片的出品投资方依旧众多，有近90家头部以及中腰部企业。包含博纳影业、万达电影、光线传媒、华谊兄弟、中国电影、上海电影、阿里影业等在内的头部影视、院线及在线票务平台。

主旋律题材票房亮眼

今年国庆档，吸睛最多的是主旋律影片《长津湖》。截至10月8日，《长津湖》在档期内打破14项影史纪录，并成功名列中国影史票房第十位。

猫眼数据显示，该片上映首日便有2.05亿元票房，超过400万观影人次，截至10月7日，更突破34亿元票房，多达6900万观影人次；在单日票房上，《长津湖》档期连续稳居第一，排片量也升至47.7%。

10月7日，“长津湖上映7天票房持续逆跌”的话题登上了微博热搜。逆跌原来是股市用语，一般指在大盘普遍下跌时，某只个股逆市上涨的现象。用在《长津湖》的票房表现上，指该片在国庆档期中，随着时间推迟，票房本应呈现逐日下跌，但《长津湖》依旧维持上涨。

国庆档票房排名第二的《我和我的父辈》，共收获超过10亿元票房，超过2400万观影人次。该片与《长津湖》同为主旋律题材影片，由吴京、章子怡、徐峥、沈腾联合执导。

从票房数据上看，国庆档共有8部影片上映，《长津湖》与《我和我的父辈》瓜分高达超过95%票房，尾部影片劣势十分明显。除《皮皮鲁和鲁西西之罐头小人》位列票房第三，累计票房4534.19万元，其余5部影片票房占比不足5%。

“这样的票房占比差距太夸张了，从没有见过。”10月8日，一线院线资深人士刘浩（化名）向时代周报记者表示，大制作、强阵容影片想看的人太多，其他影片很难得到更多排片机会，何况就算增加排片，上座率也不一定能够保证。

10月8日，易观互娱行业中心高级分析师李思佳告诉时代周报记者，“主旋律题材内容质量不断提升，未来几年，这部分影片依旧是电影市场的主力。”

主旋律影片之外，今年国庆档，动画影片则在数量上“取胜”，共有5部，但票房却成为“炮灰”。

排在第三的《皮皮鲁与鲁西西之罐头小人》票房不足5000万元，票房占比不到1%。截至10月8日，其他4部动画影片合计贡献仅约1.0亿元票房。

《五个扑水的少年》是档期中唯一的青春励志电影，虽然豆瓣电影评分为7.3分，仅次于《长津湖》的7.6分，但票房差距悬殊。截至国庆档，《五个扑水的少年》票房约3700万元，票房占比仅0.7%，排名第五。

此前，或因票房压力，《五个扑水的少年》导演宋灏霖在直播平台深夜直播宣传影片，但因直播数据惨淡，连麦被网红主播拒绝，一度引发热议冲上微博热搜。

影视企业抱团

随着国庆档票房格局已定，各影视企业的“收成”也基本有了定数。

《长津湖》对外宣称投资13亿元，包含博纳影业、中国电影、阿里影业等10多家公司参投。9月25日，博纳影业董事长、《长津湖》总制片人于冬曾在首映礼公开表示，《长津湖》是中国电影史上投资规模、制作规模最大的一部电影。

猫眼数据显示，截至10月8日上午9时，《长津湖》累计分账票房为32.02亿元，其中，片方分账占比39.13%，即12.53亿元，影院分账占比52.27%，为16.74亿元。按照票房3倍于成本才能盈亏平衡的一般规律，《长津湖》票房至少需要达到40亿元以上才能真正回本。

博纳影业是《长津湖》的主要出品方，自2016年从美股黯然退市，多年数次冲击A股，目前处境仍然艰难。近日，于冬接受相关媒体采访时透露，作为一家集投资、发行、院线管理及影院放映业务于一身的电影集团。“博纳在2020年疫情期间，收入微乎其微。”

这也就意味着，《长津湖》虽然票房亮眼，但由于投入成本高，大概率仍难以实实在在帮博纳影业一把。

《我和我的父辈》涉及多家上市公司，出品方及联合出品方多达35家。其中，中国电影、开心麻花影业作为主要出品方；上海电影、阿里巴巴影业、新丽传媒、万达影视、华谊兄弟等均为联合出品方。

主旋律电影成为档期热潮，但这类型影片成本投入较大，如何收获能够覆盖成本的票房，成为业内难题。

“未来五年，电影行业要拍摄50部主旋律题材影片，这些影片需要大量的成本投入。”今年6月，光线传媒董事长王长田在上海国际电影节坦言，数十部主旋律题材影片，至少需要150亿～200亿元的投资。“如果电影企业不能制作出好口碑的电影，这些影片的拍摄难以为继。”

高成本投入之下，不难理解多数资本联手的必要性。

在向凯看来，电影行业发展受诸多不确定因素影响，热门影片背后有数十家公司参与制作的现象将变得常见。“这是抱团取暖、共同过冬的方式，如果赚钱，都能分一杯羹，如果亏钱，也能减少风险。”

“影视公司共投影片成为行业惯例。”李思佳表示，特别是在热门的国庆档期，票房的好坏将直接影响各影视公司第三季度的业绩。

从业绩上看，受疫情及行业趋势影响，多数影视公司发展还未走出“寒冬”。

今年上半年，万达电影、万达电影、光线传媒、中国电影等影视企业业绩相对有所上扬，但北京文化、华谊兄弟等曾经的龙头公司业绩依旧惨淡。北京文化甚至在今年被停牌，成为“ST北文”；华谊兄弟营收不足10亿元，净利润1.06亿元，扣非净利润仍为负，亏损达2.27亿元。

截至10月8日收盘，国庆档期结束首日，除万达电影、华谊兄弟等影视股收涨2.92%、1.15%；多数影视股均有不同程度的下跌，其中，中国电影、光线传媒、上海电影分别收跌6.00%、3.63%、3.04%。

这届游客偏爱“宅旅游”：国庆5亿人次出行 周边游占近半

时代周报记者 **李馨婷** 发自广州

49.1%

经文化和旅游部数据中心测算，10月1—7日，全国国内旅游出游人次达5.15亿，按可比口径恢复至疫前同期的70.1%。

根据携程发布的《2021年国庆假期出游总结报告》，暑期旅游遇冷后，国庆期间各地迎来了补偿式出游热潮，这其中，“宅旅游”成为热门旅游方式之一。

文旅部的专项调查数据也显示，今年国庆假期，49.1%的游客选择省内跨市游。

“国庆不想出门人挤人，所以7天假里，我只去广州玩了三天，其余时间基本在家。”10月7日，深圳人魏薇（化名）对时代周报记者说道。

除了主动选择原地休假的年轻人，受各地疫情防控相关规定影响，青少年的出游地也集中在本地或周边，不少家长索性带着孩子在家附近寻找“诗和远方”。

“今年国庆假期，总体呈现周边游与长线游两开花的局面。”同日，携程研究院高级研究员谢晓青向时代周报记者表示。

谢晓青透露，今年国庆省内游和跨省游出行占比各半，由于部分地区出行限制，短途周边游和省内长线游热度提升最快。

躺平式旅游

2020年的国庆，魏薇与朋友兴冲冲地去了长沙，结果，拥挤的游客人潮，因下雨而异常湿冷的天气，给她留下了心理阴影。今年，魏薇早早和朋友约好：长假要躺平。

魏薇和朋友订下广州珠江新城附近的精品民宿，仅花了一个小时路程，从深圳来到广州，过了三天两夜的闲适假期。

“每天睡到10点起，点上肠粉与奶茶外卖，打开电视看综艺，直到下午凉快点的时候才出门觅食，晚上再逛逛老城区，吃吃宵夜。”魏薇向时代周报记者描述她的行程。

在她看来，长假出远门并非必要，只要能换个状态生活，挪个地方就算出发。

从旅游平台数据上看，“躺平式旅游”已经成为今年热门的国庆旅游方式。

10月7日，去哪儿平台相关负责人向时代周报记者表示，在乡村旅游和周边游带动下，平台民宿预订量比2020年增长二成；价格也从2020年国庆假期的400元/晚，上涨到435元/晚。

其中，北京、杭州、上海、黔东南地区的高端精品民宿一房难求，与2019年国庆同期相比，平台民宿收入增长近五成。

根据携程报告，在周边游大热背景下，高铁旅游也持续受到欢迎。

携程数据显示，今年国庆假期，高铁周边游均价为113元，跨省游均价为437元。

最热门线路集中在京津冀、长三角、大湾区、成渝都市经济圈，平台热度前十的出发与抵达目的地高度重合，城市互游特点突出，最热门的线路为广州—深圳。

高铁周边游的停留时长也由去年的1.5天提升至近2天，坐上高铁到周边城市进行微度假，成为出游趋势。

家长带娃本地度假

与自愿宅家的年轻人相比，部分家庭选择本地或周边游，主要考虑到疫情防控政策。

受国内局部疫情影响，节前国内多地发出“非必要不出省”的通知。为避免奔波，许多家庭决定带娃挖掘身边旅游资源。

国庆假期，广州人罗欣（化名）带着4岁的女儿在同城离家约15公里的区域订下五星级酒店度假房，带着女儿横跨整个市区、坐水上巴士、吃大餐、逛老城区。

罗欣告诉时代周报记者，虽然没有出远门，但因为接触的东西与平时截然不同，孩子依旧乐在其中。

据罗欣透露，她身边的家长也花式挖掘省内的亲子游目的地。“近则去番禺的长隆度假区，远则带孩子去惠州、阳江玩水度假，为了遛娃，家长们都绞尽脑汁。”罗欣说道。

家长们的选择也体现在旅游平台数据里。

携程数据显示，由于青少年国庆假期集中于本地和周边出游，本地科普类、乐园类景点热度飙升。本地学龄少年门票预订量较去年同期提升133%，带动本地相关景点热度提升219%。

与此同时，本地亲子酒店订单对比2019年同期提升40%。携程的所有酒店预订数据中，周边酒店的预订占比约在50%。

50%

长线游热度不减

尽管相当一部分人选择在本地或周边出行，但跨省远游的游客也依然热情不减。

部分游客是主题乐园爱好者。去哪儿平台上购买北京环球影城门票的客源地显示，除北京本地占比21.7%外，来自内蒙古、四川、河北与广东四地的客源占比达30%。

而从购买上海迪士尼乐园单日票的情况来看，广东、四川、江苏是上海迪士尼的前三大客源地，接下来是北京、上海，前五大省及直辖市客源地合计占比44.8%。

有人则偏好自然风光。

携程平台数据显示，内蒙古、大西北、云贵川、西藏等经典赏秋旅游区域承接了各大都市圈的跨省长线需求，目的地热度相较暑期提升超22倍。

拥有知名IP的目的地与景点在携程平台热度提升最快。

今年以来，凭高质量晚会节目成为热门文化IP的河南、以8D魔幻城市景观著称的重庆，以及文博界顶流三星堆博物馆，都是这个假期文化旅游的热门景点。

其中，三星堆博物馆门票连续4日售罄，截至10月7日16时30分，三星堆博物馆接待游客人次超过11万。

押注“中国特供”与线上卖车 格局打开的上汽奥迪已换了战场

时代周报记者 **潘卓伦** 发自广州

上汽奥迪不是平衡“南北大众”的一枚砝码。

“经过3年研发的A7L将特供中国市场，采用线下展示线上销售的模式。”日前，在上汽奥迪A7L 55TFSI车型预售发布会上，奥迪中国总裁安世豪(Werner Eichhorn)的短短一句话，已经揭示出上汽奥迪的两大特点——产品本土化及商业模式创新。

奥迪在华新增上汽奥迪求变，颇有破釜沉舟之意。自2019年起，奥迪已连续两年以较大差距错失国内豪华车销量冠军之位，时至今日，其仍未展现出王者归来的势头。时代周报记者按新车上险量数据梳理，截至今年8月，奥迪年内累计销量为521547辆，与奔驰不相伯仲，但落后宝马64367辆。

回望奥迪过去两年在中国市场的轨迹，产品上包括A3、A4L、A6L、Q5L等几乎所有车型均经历全新换代或中期改款，品牌首款重磅纯电动车e-tron也实现国产化，新车可谓已倾巢而出。

管理层面，自2019年年末起，奥迪中国总裁、奥迪中国执行副总裁、一汽-大众奥迪销售事业部副总经理、一汽-大众奥迪销售事业部执行副总经理等高层岗位均有变动，一汽-大众奥迪内部六大区域销售高管更经历大面积换防，奥迪在华寻求突破的迫切可见一斑。

在此背景下，千呼万唤始出来的上汽奥迪将成为奥迪在华挖掘更多可能性的桥头堡。

为中国市场量身定制

聚焦当下的上汽奥迪，其已经迈出切入国内豪华车市场的第一步，旗下首款车型A7L正式投产并开启预售。该车一举击穿奥迪国产化车型定位、定价天花板的策略，初显上汽奥迪豁出去的态度。

时代周报记者在A7L 55TFSI车型预售发布会上获悉，该车预售价为59.97万～77.77万元，将目前在售奥迪国产化车型的定价上限提高超过12万元。

从命名上看，上汽奥迪A7L似乎是进口版A7的国产化车型，但两者存在本质的区别。在A7L上，上汽奥迪改变了历代A7均为五门掀背车的设定，为之新打造出四门三厢车样式的车身。

“这主要是为了迎合国内消费者的喜好。”据上汽奥迪方面人士介绍，A7L之所以加长轴距并采用三厢车设计，主要为提高后排乘坐体验，“掀背车的设计会对后排乘客的头部空间有影响”。

另外，A7L对中国消费者的照顾还体现在高配置上。据悉，已经开启预售的A7L 55TFSI车型全系标配3.0T发动机、四驱系统、空气悬挂、后轮转向等高规格硬件。该配置水平令其与一汽-大众奥迪A6L 55TFSI车型约5万元的起售价差显得颇具性价比，定价相仿的进口版A7更是全面落于下风。

作为品牌打响头炮的车型，A7L以针对国内市场量身定制的姿态入市，凸显上汽奥迪强调本土化的产品策略。甚至，时代周报记者了解到，“中国特供”将成为未来上汽奥迪产品矩阵的一大特点。

“未来3年，上汽奥迪将陆续推出四款明星旗舰车型，开启高端燃油车以及纯电动产品布局。”在A7L投产仪式上，时代周报记者从上汽集团总裁王晓秋处了解到，未来3年，上汽奥迪将推出包括纯电SUV、中大型SUV、轿跑等车型在内的四款新车。

同时，综合工信部信息、车企内部人士消息、网传新车谍照等，上述上汽奥迪纯电SUV以及中大型SUV新车均有可能为“中国特供车”。以后者为例，有消息指该车将会与上汽大众途昂共线生产，未来用于和国产宝马X5竞争合资中大型豪华SUV细分市场。

“以后中国有的，欧洲未必有，在中国、为中国而定制的车型，还有可能推向海外市场。”上汽奥迪营销事业总经理贾鸣镝日前向媒体表示。

试点奥迪全新销售模式

“中国特供车”能否打开局面，还有待A7L以及后续新车自证，但在销售模式改革方面，上汽奥迪已经一马当先。

9月27日，上汽奥迪首批6家都市店同步开业。有别于传统4S店，上汽奥迪都市店将不承担售后业务，主要是新车展示、试驾、交付等功能。

据上汽奥迪方面向时代周报记者介绍，以A7L为例，未来新车交付后，车辆的保养维修服务将会在一汽-大众奥迪4S店进行，“后期会建立上汽奥迪维保中心”。值得一提的是，上汽奥迪都市店的经销商伙伴，均从原一汽-大众奥迪经销商网络中筛选而来。

在新型销售模式下，上汽奥迪的新车销售将经由线上APP完成，以实现产品及服务价格的全国统一。同时，展厅店面佣金体系将与买车提成脱钩，消费者对预定、试驾、交付等不同环节的服务反馈将左右店面收入。

但横在上汽奥迪创新销售模式前的问题也不容小觑。10月10日，某头部新势力车企直营店人士向时代周报记者表示，价格被统一后，终端乃至车企将一定程度失去降价促销这一有力销售手段，车辆本身的产品力优劣将进一步放大。另外，利益分配也将面临更大的挑战。

“我以往也是在传统4S店工作，当时车架提成只占收入的一小部分，保险、精品、上牌费等才是主要的。”上述人士表示，上汽奥迪都市店提倡的新型佣金体系较为理想，实际执行上需要重新设计一套薪酬体系来配合。

“跟传统BBA和新势力相比，我们是两者的优势兼备。”贾鸣镝对上汽奥迪的创新经销模式评价道，但同时，其也直言创新并非一定会成功，“但至少应该有人克服困难开始走这条路”。

综观眼下国内车市，由特斯拉、“蔚小理”等新势力掀起的销售模式革命已对传统车企造成冲击，特别是在智电化转型加速的背景下。凭借更高效、可控的服务体系，蔚来、小鹏已成为月销破万的新能源车企，特斯拉甚至已具备媲美BBA主销燃油车的市场表现。

“智电化浪潮之下，汽车产业的销售模式、服务方式、消费者使用等环节都将发生极大的变化。这也意味着，传统燃油车产业链上的大部分业务，都并不适用于智电车时代。”如中国汽车流通协会副秘书长朗学红接受时代周报记者采访时所言，上汽奥迪试点创新销售模式既有自身需求的考虑，也有竞争环境的激发。

在产品上大展姿态，在销售模式上另辟蹊径，上汽奥迪显然已经豁出去了，这对于近年在华略有疲态的奥迪而言，或是破局的开始。

调控政策持续收紧，今年“金九银十”，房地产行业没能迎来期盼已久的销售旺季。尽管房企已展开花式促销，甚至打响价格战，但广州、上海等重点城市，十一期间楼市成交量仍同比下滑。在近期多家房企陷入债务危机背景下，消费者观望情绪浓重，房企去化压力持续攀升。

楼市密集调控金九银十不再 上海一手房交易同比下滑超四成

时代周报记者 **忻奇琪** 发自上海

经历密集新政调控，上海楼市的金九银十成色明显不足。

国庆期间，时代周报记者走访了沪上部分新盘认购现场，从区域上看，位于五大新城的新盘仍是购房者关注区域，也有部分市中心的新房因总价和单价过高而意外被冷落。

时代周报记者统计，截至10月8日，此前8月21日推出的上海第四批集中认购42个新盘中，已有31个完成认购，还有5个处于认购中，另有6个尚未公布认购时间。

从认购情况上看，已经完成认购的30个盘中，有18个盘触发了计分制，占比超半数。

据中指研究院数据，国庆期间，上海新建商品住宅累计成交7.86万平方米，较去年同期下降42%，市场表现平淡。可以看到，部分项目开启黄金周优惠促销，在楼市降温的大环境下，上海的购房者也变得更加理性。

42 %

第四批新盘认购分化

“国庆前三天上午还有五六组人进去认购，今天暂时还没有看到有人来。”10月4日中午，上海壹丰广场的一位商场管理人员告诉时代周报记者。9月28日起，塘桥板块的滨江一品苑在该商场中认购，10月4日正是该盘认购截止的最后一天，时代周报记者在外等候近一小时，其间只有一位客户背着双肩包从内走出。

同样门可罗雀的还有位于普陀区的沁和园，该盘位于中环范围，本次仅推出51套建筑面积为280 ～ 387平方米的叠加产品，均价10.68万元/米^2，认购金600万元起。但和滨江一品苑一样，10月4日上午10点左右，时代周报记者也只看到5组客户在内办理认购手续。

第四批集中供应的新盘认购过程中，明显出现了强烈的分化现象，并逐渐呈现出“外热内冷”的趋势。也就是，原本受到追捧的内中环新盘不再火热，此前并不受关注的外郊环新盘反而打了个翻身仗，五大新城板块内的新房更是屡屡触发计分制。

在“同一批次只能认购一个新盘”的规则下，手持房票的购房者越来越审慎，传统意义上的“金九银十”也没有了火热的味道。

以位于大虹桥板块的蟠龙天地云庭为例，本期开盘的741套建面为95 ～ 130平方米房源，均价6.15万元/米^2，在认购期获得了3054组有效认购，社保系数0.11分/月，入围比例1.8，计分制入围分数高达81.23分，于10月2日正式开盘，在摇号到第785号购房者时就全部售罄。

和第三批新房入市时临港新片区6个盘全部触发计分制的情况相似，此次于第四批入市的不少临港新盘也都相继触发了计分制新政，例如：远洋红星·临港天铂、滴水湖馨苑6期、大名城·映晖、大名城·映玥、清韵雅苑等。

10月5日，业内人士张倩（化名）向时代周报记者表示，由于第四批集中认购设定入围比例从1.25到2.5不等，以内环普遍2.5的比例来计算，滨江一品苑想要触发计分制，起码需要入围450组客户，显然有一定难度。

“同批次还有不少内环高端盘推出，但购房者在同批次的背景下，只能认购一个盘，不少人都去尝试认购大热的翠湖五集等新盘，在此情况下，滨江一品苑未必能成为那些有资金实力的购房者的首选。”张倩进一步指出，对于外环的项目来说，一般都有着单价较低、总价可控的特点，购房者易于上车，同时计分制入围比例大多在1.25～1.8，也就更容易触发计分制新政。

成交套数同比下滑46.1%

早在9月中旬时，就有楼市专家指出，在政策持续作用下，叠加中秋和国庆假期的影响，上海新房市场的预期将继续走低，成交周期或将继续放缓。

10月8日，上海中原地产市场分析师卢文曦向时代周报记者表示，国庆期间上海楼市表现相对平淡实属正常。无论是开发商还是购房者，在当前环境下，市场预期都会降低。“市场降温，开发商也不希望出现项目特别热销的状况，可能会调节流量，其背后的目的或许更多是在试探市场。”卢文曦表示。

“现在市场分化很明显，开发商可能也不确定项目能否在市场降温过程中获得100%的去化。通过对市场的试探，得到一些比较准确的信息后，开发商就能采取及时跟进动作。”卢文曦说道。

在卢文曦看来，当前上海楼市的高位信号正在慢慢显现，楼市分化会很快出现，一些关注度高的楼盘会抓紧时间争取尽快出货。信号时间窗口一过，即使是热盘，热度也将会逐渐下降。

10月8日，据诸葛找房数据研究中心数据显示，近期从中央到地方楼市政策的收紧，加剧了购房者的观望心理，国庆期间，楼市新房成交表现略逊于去年同期。今年国庆期间监测重点15城新房成交8026套，较去年同期下降15.6%，较2019年同期上涨4.5%。其中，上海新房累计成交725套，较去年同期下滑46.1%。

同日，中指研究院分析指出，综观全国房地产市场情况，国庆期间一线城市成交规模同比基本持平，二线、三四线代表城市降幅均超四成。国庆期间，4个一线城市新建商品住宅累计成交42.19万平方米，与去年同期基本持平。二线和三四线代表城市受前期楼市调控政策影响，房地产市场降温明显。

四季度，预计部分城市存在政策微调预期，整体市场有望改善，但政策环境仍较为严格，短期市场仍有压力。

8026 套

广州楼市十一推盘创新高 开发商以价换量仍难促成交

时代周报记者 **胡天祥** 发自广州

“国庆期间，项目到访人数没有减少，但客户成交考虑比较多，观望情绪浓厚。”10月9日，广州一家房企营销负责人告诉时代周报记者，客户除了考虑自己的资金到位时间，还会担心开发商会继续降价，现在入手会不会高位接盘。

政策重压之下，广州楼市“金九银十”成色不足。

据广州中原研究发展部数据，9月广州新房网签6921宗，对比去年“金九”成交下跌近三成。

6921 宗

合富研究院的数据显示，今年国庆假期，全市推货高达7500套，创近5年新高。但整体购买力受制于宏观调控与金融因素，项目去化难度较大，近六成项目的推新去化率低于30%。

10月9日，克而瑞广佛区域首席分析师肖文晓告诉时代周报记者，今年十一黄金周，广州一手住宅网签711套，同比去年下降了33.1%。

网签数据与开发商认购数据统计口径差异较大，但都反映了近几个月市场转冷的情况。

开发商促销冲量

“有没有时间出来看房，近期各大区域出来很多新楼盘，争先恐后推出优惠活动，犹如‘神仙打架’一般。”国庆前夕，在一家大型中介机构工作的马倩（化名）给时代周报记者发来信息，强调在十一期间买房，“有漏可捡”。

今年国庆假期，广州楼市呈现出盘量、货量猛增的特征。

据合富研究院数据，全市合计31个楼盘，推货高达7500套，较五一假期倍升，创近5年新高。

“国庆是今年最后一个重要推货节点，所有开发商都会冲刺一把。”上述营销负责人告诉时代周报记者。

放量同时，各大项目更是积极“以价换量”吸客，或以高佣金吸引渠道带客。据统计，全市18%的楼盘出现让价，让价幅度大部分在10%以内，让价幅度和范围较9月末有明显增长。

其中，增城有近四成楼盘让价，部分项目让价超10%，仙村石滩个别项目超20%；番禺市桥西及祈福板块个别去货缓慢的项目推出一口价单位，让利5% ～ 10%；荔湾、白云小部分项目让价幅度在5%左右；黄埔推新项目大多低于“吹风价”，让利幅度在5%以内。

虽然推货量和折扣较以往都有明显提升，但成交区域不均衡、项目冷热分化的特点十分突出。

由推新去化率看，中心区近郊在万科金域曦府、中海观云府、黄埔融创翔龙广府壹号等热盘的带动下，整体推新去化率仍维持在50%，远郊推新去化率处于20% ～ 30%的低位。

荔湾区花地湾板块十一首日去化率达92.3%，番禺区汉溪长隆板块首日去化率达81.4%，黄埔区科学城板块首日去化率61.3%，增城区永和板块首日去化率为10.5%，从化区江浦板块首日去化率为35.3%，南沙区万顷沙板块首日去化率为36.6%。

广州中原研究发展部指出，从去化情况不难看出，在限价大环境下，广州成交冷热分化的态势依旧明显，部分缺乏规划利好、存货较多的区域，获取客户的难度较大；而如荔湾、黄埔、番禺个别具备较高性价比的热门项目，市场接受度仍然较高。

二手成交低位徘徊

一手整体成交不佳，二手市场同样在低位徘徊。

据广州中原研究发展部数据，今年9月，广州市二手住宅成交量（自助网签+中介网签）为6198宗，环比8月同期（8535宗）下降27.4%，同比大减56.0%，创近年来成交最低位。

27.4 %

其中，天河、越秀两区跌幅相对明显，9月两区分别成交670宗、612宗，环比分别下降38.6%、28.7%。海珠、荔湾、白云等中心区分别成交878宗、523宗、706宗，环比分别下降26.8%、16.6%、23.5%。

“今年以来，广州官方大招频出，指导价调控、增值税2改5、信贷环境收紧等多重调控手段下，市场成交明显转冷。”广州中原研究发展部表示。

二手住宅成交陷入低迷，二手业主心理价位开始下调，不少房源议价空间在3%以上。

同时，目前二手业主报价指数下跌至20.6%，创历史新低。

广州中原研究发展部指出，二手业主对市场信心偏弱，增大议价空间、降价出售已成常态。随着政策调控的持续发酵，10月份大市成交（自助网签+中介网`签）在5000 ～ 6000宗的相对低位水平，价格可能会微幅下调。

合富研究院指出，二手指导价虽然只涉及96个小区，但对整体买卖双方的心理预期影响极大，买家观望蔓延，业主让价出货意愿增加。非96个限价小区的业主担心所在小区会被列入“指导价”范围，心态显著走弱，不少业主叫价大幅下跌5%以上。

中国地产时代百强论坛
The Time Forum of China Real Estate

房地产，依然充满想象力

2021中国地产时代百强论坛

2021年“房住不炒”“稳”仍然是行业发展的核心主线，对于房企而言依旧充满挑战与机遇。

2021中国地产时代百强论坛为推动房地产行业健康发展，增强行业间的信息交流共享，将邀请上市房企、物企、银行、券商、基金、保险和信托等专业人士共同参与商讨，实现再精进。同时，论坛还会发布中国地产时代百强榜榜单。

2021年 11月 中国·广州

主办单位： 时代传媒集团

承办单位： 时代周报 | 时代财经 | Datagoo 时代数据

更多资讯敬请关注

2021年，风云变幻。

有人说，这是房地产特别的一年，也有人说，这是房企的关键一年。

“三道红线”压顶、密集调控政策、信贷收紧、楼市分化，房企从未面临过这样非同寻常的外部环境。伴随着新型房地产市场规律的出现，房企迈向了更成熟、理想的成长新阶段。

新阶段下，谁拥有顶浪前行的定力和韧性？成长型房企的发展主线和经营逻辑是什么？

在行业深度调整的背景下，时代传媒重磅推出2021中国地产时代百强榜。该榜单凭借详实的数据以及完善的评分机制，全方位展示中国房地产发展现状，寻找与期待新时期的高质量发展样本。

商业、物业、产城、物流、长租公寓、联合办公、文旅、康养、金融资管、城市运营等业态不断演进。

房地产，依然充满想象力。

房企融资能力谁更强？保利龙湖建发稳居前三

时代周报记者 **胡天祥** 发自广州

在“三道红线”新规下，融资能力成为企业稳定发展的重要因素。

10月11日，时代传媒2021中国地产时代百强榜的子榜《2021房企融资能力榜20强》（下简称“榜单”）重磅出炉。

该榜单依托时代传媒旗下的时代数据地产百强数据库，通过大数据分析，对各大房企今年上半年新增的短期借款、长期借款及总负债进行综合打分。

榜单显示，保利发展、龙湖集团、建发房产分别以92分、92.6分、90分稳居前三；招商蛇口、绿城中国、世茂集团、旭辉控股等房企位居前十；中海地产、新城控股、龙光集团、越秀地产等房企位居前二十。

融资规模持续走低

今年以来，房地产融资政策持续保持收紧，房企融资受限。与此同时，“三道红线”进一步推动企业降杠杆，企业债务偿还力度加大，部分房企动用自有现金偿还到期债务，导致上半年多数房企的筹资性现金流净额呈负，新增融资额持续下降。

据克而瑞不完全统计，今年前9月，100家典型房企的融资量为10919亿元，同比下降21%。其中，第三季度的融资额为2872亿元，同比下降38%，环比下降24%，融资额创2018年以来的最低水平。

但从榜单来看，保利发展、龙湖集团、建发房产成为融资场上的“优等生”，无论是融资规模还是融资渠道，受到的影响都十分有限。

以保利发展为例，今年上半年，在融资额度受限、房企信用利差扩大的情况下，保利发展成功发行公司债75亿元、中期票据50亿元，平均融资成本为3.62%；截至报告期末，公司持有现金1554.2亿元，同比增长23.6%，现金短期债务比为2.59，短期偿债压力较低。总体来看，公司“三道红线”的各项指标均达标，财务安全度处于行业领先水平。

坚持长期主义的龙湖集团，上半年在境内成功发行人民币60亿元公司债券，票息介乎3.50% ～ 4.40%，期限介乎5 ～ 7年。受益于此，龙湖集团今年上半年平均融资成本4.21%，再创新低，负债结构亦保持合理，平均贷款年限6.18年，净负债率46.0%，在手现金994.7亿元，现金短债比达到5.48倍（剔除预售监管资金及受限资金后现金短债比为3.91），一系列指标均维持行业内的较高水准，连续五年满足“三道红线”指标要求，是民营房企里为数不多的绿档企业。

榜单排名第三的建发房产，在财务表现上同样优异。今年3月，建发房产完成5亿元中票发行，利率4.88%。截至今年上半年，该公司平均融资成本为4.48%，较2020年下降50BP。货币资金337亿元，较2020年年末增长20.4%；公司剔除预收款的资产负债率为69.8%，净负债率为85.1%，现金短债比为3.12，“三道红线”指标均为绿档。

融资成本分化持续

不仅融资规模呈现分化，不同房企间的融资成本也相差甚远。

亿翰智库选取了50家A+H上市房企（简称E50房企）统计得出，今年上半年，E50房企融资成本均值为5.96%，较2020年的6.04%回落0.08个百分点。其中，具有国企和央企背景的房企平均融资成本为4.84%，而其他民营房企平均融资成本为6.43%，较国央企背景的房企高出1.59个百分点。

> 从榜单来看，保利发展、龙湖集团、建发房产成为融资场上的“优等生”，无论是融资规模还是融资渠道，受到的影响都十分有限。

“企业拥有较低的融资成本，可以减少财务支出，提高盈利能力，进而提高企业的市场竞争力，实现低成本融资的良性循环。”亿翰智库续称。

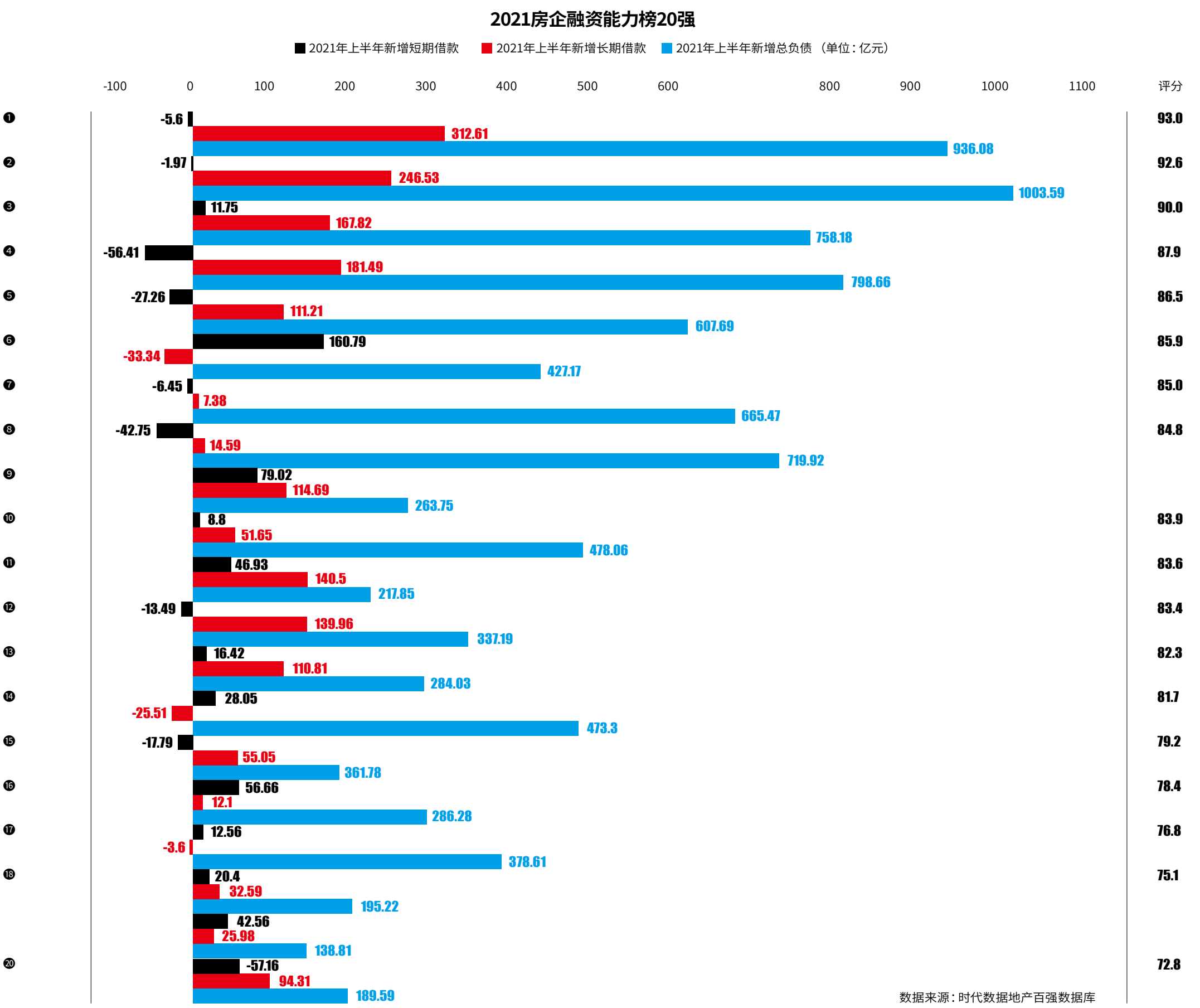
值得一提的是，并不是所有的民营房企的融资成本都比国央企背景的房企高，经营业绩保持稳健增长、财务状况优良的大型民企同样也具有较低的融资成本。

比如龙湖集团。今年上半年，该公司平均融资成本仅为4.21%。亿翰智库指出，龙湖集团较低的融资成本背后或有三大因素助力，包括企业财务稳健，“三道红线”前后均保持净负债率40% ～ 60%的低杠杆经营；企业境内外资本市场的融资能力不断增强，在民营房企中保持最佳信用评级；销售收入稳健增长，成为企业业绩的压舱石。

不同于国央企背景的房企和大型房企，中小型房企融资成本普遍较高，部分更是达到了12.5%。

亿翰智库指出，中小房企因其规模偏小、经营风险高、信用水平偏低等因素制约其融资能力，在融资环境收紧的背景下，中小房企将面临更大的挑战。

2021房企融资能力榜20强



数据来源：时代数据地产百强数据库

50强房企销售整体不及往年 行业龙头仍对全年目标有信心

时代周报记者 **胡天祥** 发自广州

步入2021年，房地产行业整体业绩不及历史同期，但部分房企业绩依然实现同比、环比增长，表现突出。

10月11日，时代传媒2021中国地产时代百强榜的子榜《2021中国地产销售榜50强》(以下简称“榜单”)重磅出炉。

本次榜单评测依托时代传媒旗下的时代传媒地产数据库，以房企今年1—8月全国楼盘销售数量和销售额进行综合打分。

榜单显示，今年前8月，共有26家房企销售额超过千亿元，TOP50房企销售金额门槛增长至559.5亿元。其中碧桂园、中国恒大、万科分列榜单前三，合计销售金额近1.5万亿元。

融创中国、保利发展、中海地产、绿地控股、绿城中国、华润置地、招商蛇口分列榜单第4—10名，其中，融创中国前8月实现销售4151亿元，保利发展前8月实现3742亿元。

TOP10房企门槛值超2000亿元

今年前8月，全国房地产稳中向好，商品房销售面积114193万平方米，同比增长15.9%；比2019年1—8月份增长12.1%，两年平均增长5.9%。商品房销售额119047亿元，增长22.8%；比2019年1—8月份增长24.8%，两年平均增长11.7%。

反观房企，虽然TOP 50房企整体业绩表现不及历史同期，但行业龙头房企依然增长稳健、继续保持规模优势。

其中，碧桂园于今年8月单月共实现归属公司股东权益的合同销售金额约452.1亿元，归属公司股东权益的合同销售建筑面积约550万平方米。经此计算，碧桂园前8月累计实现权益合同销售额4025.8亿元，较2020年同比增长5.34%。

中国恒大于今年8月单月实现合约销售金额380.8亿元（含向供货商及承包商出售物业单位抵扣款项），合约销售面积534.1万平方米。经此计算，今年1—8月，中国恒大物业累计实现合约销售金额4386.5亿元，合约销售面积5379万平方米。

万科于今年8月单月实现合同销售面积219.4万平方米，合同销售金额370.3亿元，同比下降36.94%。1—8月，万科累计实现合同销售面积2718.2万平方米，合同销售金额4430.1亿元。

1—8月，融创中国累计实现合同销售金额约4151.7亿元，同比增长33%。保利发展实现签约面积2296.18万平方米，同比增长9.52%；实现签约金额3742.14亿元，同比增长18.03%。中海地产累计合约物业销售金额约2549.29亿元，相应的累计已售楼面面积约1286.91万平方米，分别按年增长14.7%及6.1%。

与此同时，TOP 50房企在各梯队的销售门槛也继续得到提升。其中，TOP10房企销售操盘金额门槛达到2174.2亿元。TOP20和TOP50房企的销售金额门槛也分别为1329.1亿元和559.5亿元。

备战下半年

在公布前8月业绩的同时，各大房企也同步召开了半年业绩发布会。不出意外，投资者的关注焦点之一就是关于全年业绩实现的预期和将如何保障全年销售业绩的顺利达成。

从房企的表述来看，除了个别企业下调了全年销售业绩目标外，其他企业仍然保持着年初设定的目标不变，且对于全年目标的实现具有信心。

“公司上半年销售去化率为60%，下半年则新推权益货量约4500亿元，加上6月底带入约2100亿元货量，下半年权益可售货量达到6600亿元。”碧桂园总裁莫斌在今年上半年业绩会上表示，预计公司全年去化率不低于65%。

同样对全年销售目标完成充满信心的，还有中海。“2021年的目标没有变，无论销售目标还是投资目标等，还是继续按照这个既定的目标去全力完成。到目前为止，我们有信心完成这个目标。”中海管理层在业绩会上表示，公司对房地产行业始终抱有乐观的态度，虽然短期有波动，但中长期始终有信心。

“公司全年整体可售货值4700亿元，整体的去化率达到66%，未来几个月，龙湖集团整体的铺排和准备还是非常充分，3100亿元的目标没有问题。”龙湖集团管理层也在业绩会上表达了信心。

亿翰智库指出，从1—8月各房企的销售业绩实现程度来看，多数房企的销售业绩达成率已经在60%以上。其中，首开股份、滨江集团、绿城中国、金辉集团等企业的业绩目标完成度已经超过70%，在各房企位居前列。

2021中国地产销售榜50强

1—8月销售金额(亿元)　1—8月销售面积（万平方米）

房企	1—8月销售金额(亿元)	1—8月销售面积（万平方米）	评分
碧桂园	5606	6433.2	99.7
中国恒大	4371.6	5287.6	98.8
万科	4439.8	2732.7	97.1
融创中国	4151	2855.2	96.7
保利发展	3742	2268.1	96.0
中海地产	2569.1	1287.7	95.1
绿地控股	2085.7	1653.8	94.3
绿城中国	2251	1002.7	94.0
华润置地	2080	1121	93.9
招商蛇口	2174.2	950	93.7
世茂集团	1989.2	1119.2	92.8
金地集团	2074.5	962.9	92.6
龙湖集团	1817.3	1057.3	92.3
新城控股	1517.1	1430.1	91.6
旭辉集团	1770.5	1011.7	91.3
中国金茂	1620	934.7	90.9
金科股份	1308.5	1332.7	90.4
龙光集团	1252.4	986.3	89.9
中南建设	1404.2	978.8	89.7
阳光城	1329.1	819.6	87.8
中梁控股	1190.1	945.2	86.0
美的置业	1011.8	855.3	85.6
佳兆业	1021.5	718.6	85.5
正荣地产	1122	628.6	85.2
建发房产	1145.2	553	84.5
融信中国	1098.4	535.6	83.8
中国奥园	875.5	786.5	98.8
雅居乐	920.6	624.3	83.1
卓越集团	909.6	448.9	83.0
滨江集团	1156.7	247.4	82.9
祥生集团	881.6	658.3	82.8
荣盛发展	790.7	689.9	82.0
富力地产	826	612.3	81.8
新力集团	770.4	505.8	80.3
海伦堡	706.1	562.5	80.0
中骏集团	751.4	447.8	79.6
新希望地产	801.7	368	79.5
首开股份	867	268.9	79.4
宝龙地产	709.8	446.8	78.9
远洋集团	729	402.1	78.8
金辉集团	703.3	421.2	78.6
禹洲集团	713.8	380.3	78.4
华发股份	761.1	298.4	78.3
合景泰富	715	365.7	78.2
弘阳地产	620.3	363.1	77.0
越秀地产	658	249.1	76.6
中交房地产	631.6	278.1	76.5
时代中国	600.3	304.2	76.3
华侨城	569.5	289.3	75.8
华宇地产	559.5	286.8	75.7

数据来源：时代数据地产百强数据库