贵州茅台三季报发布 亮点引关注

10 月 22 日晚间，贵州茅台发布三季报显示，前三季度公司实现营收 746.42 亿元，同比增长 11.05%；实现归属于上市公司股东的净利润 372.66 亿元，同比增长 10.17%。2021 年前三季度主要经营指标实现两位数增长。

具体来看，前三季度茅台酒实现收入 649.92 亿元，系列酒实现收入 95.40 亿元；直销渠道实现收入 146.85 亿元，批发渠道实现收入 598.47 亿元；分地区来看，国内实现收入 723.87 亿元，国外实现收入 21.45 亿元。

资本市场上，10 月 22 日贵州茅台股价节节走高，收盘报 1901 元涨 3.09%，总市值 2.39 万亿元。

在业内人看来，稳健的三季报增长为茅台千亿营收垫稳基础，同时前三季度营收直指百亿的系列酒，以及快速增长的直销渠道收入，都成为了茅台三季报的亮点。

有望超额完成年度目标

贵州茅台公告，第三季度实现净利润 126.12 亿元，同比增长 12.35%。第二季度净利为 107 亿元，据此计算，第三季度净利环比上升 17.87%。

从单季度情况分析来看，贵州茅台净利润增幅上扬，主要是与第三季度持续增长有关。

在观察者看来，1–9 月贵州茅台营业收入已达到 746.42 亿元，如果以 2020 年四季度 307.78 亿元营收来计算的话，即使保持不增长，贵州茅台营收破千亿已是定局。然而对于酒企而言，第四季度一直是销售旺季，这也意味着贵州茅台有望超额完成年度目标。

值得一提的是，系列酒主营业务收入达到了 95.4 亿元，距离百亿近在咫尺，加之第四季度的销售旺季，茅台酱香系列酒有望实现新的跨越。据悉，全国已经有 102 家贵州茅台酱香系列酒体验中心，分为展销、品鉴、文化等区域，为消费者提供沉浸式体验。

(一)主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

项目	本报告期	本报告期比上年同期增减变动幅度(%)	年初至报告期末	年初至报告期末比上年同期增减变动幅度(%)
营业收入	25,554,926,006.54	9.86	74,642,203,802.55	11.05
归属于上市公司股东的净利润	12,612,188,608.39	12.35	37,266,174,159.97	10.17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	12,707,913,515.40	13.17	37,357,031,229.83	10.19

(四)销售情况

单位：万元 币种：人民币

项目	按产品档次		按销售渠道		按地区分部	
	茅台酒	系列酒	直销	批发	国内	国外
年初至报告期末主营业务收入	6,499,197.25	953,980.50	1,468,502.65	5,984,675.10	7,238,657.30	214,520.45

光大证券研报认为，酱香热渠道热降温，行业发展回归冷静。上半年酱酒渠道利润空间高，经销商积极性较高，伴随渠道逐渐饱和，秋糖会渠道热有所降温，中小品牌招商关注度减弱。消费端对于优质酱酒的口感接受度较高，需求继续扩容，各品牌井喷式发展的阶段逐渐结束，酒企之间分化将进一步加剧。

直销收入持续提升

今年 1–9 月，茅台酒实现主营业务收入 649.92 亿元，直销渠道实现主营业务收入 146.85 亿元，9 个月直销收入占比 19.67%，批发渠道主营业务收入 598.47 亿元。

从数据可以看到，贵州茅台直销收入持续提升，不仅比 2020 年增长了逾 74%，占比更接近五分之一，体现出茅台对于直销渠道的重视。

“现在的白酒流通市场，酱香酒流通最快，主要是茅台酒及系列酒、习酒等产品。”这是河南茅粉会王占甫观察到的最直观的现象，中秋节前他甚至一天发出几百件酒。

在渠道的表现上，贵州茅台显然已经从“持续完善渠道改革”进入了“渠道加深巩固”阶段。

一方面，前几年经销商数量大减，而现在经销商数量趋于稳定。2021 年前三季度，贵州茅台共有国内经销商 2095 家，其中 62 家为新增经销商，13 家经销商被砍，整体净增长。据财报显示，增加的主要是酱香系列酒经销商，减少的主要是茅台酒经销商。

另一方面，贵州茅台的营收构成中，直销收入在近一年多以来大幅上涨。2021 年前三季度，直销收入为 146.85 亿元，在去年已经激增的基础上，还实现了 74.14% 的同比增幅。

仅 2021 年第三季度，直销收入达 51.81 亿元。同时，在贵州茅台的“空瓶换购”、“预约+抽签”模式中，直营店起到了主导作用。接下来，随着深圳直营店的开业，以及直营销售量的增加，直营收入的占比也将继续增加。

现金流量持续增长

贵州茅台前三季度经营活动产生的现金流量金额为 367.52 亿，同比增长 46.36%，主要原因在于本期销售商品回款和集团财务公司吸收集团其他成员单位的资金增加。

有市场观点认为，贵州茅台三季度业绩增速符合预期，在三季度国内宏观 GDP 增速下行以及消费低迷的情况下，增长依然较为稳定。稳定的增速与“双节”前夕放量维稳有关。

贵州茅台最近 90 天内共有 41 家机构给出评级，买入评级 34 家，增持评级 7 家。

国金证券认为，茅台品牌力+产品护城河深厚，基本面确定性强，高质量发展可期。经济承压背景下，茅台供需缺口仍较大，彰显强抗风险能力。近期渠道反馈，随着茅台酒双节放量及渠道强管控，市场终端价格回落，预计明后年将随基酒产能的变化进入业绩加速期。

从资金流向上看，贵州茅台 10 月 22 日获北向资金、主力资金大笔加仓，其中，北向资金净买入贵州茅台超 6 亿元，主力资金净买入贵州茅台 13.76 亿元。

西南证券研报指出，贵州茅台边际向好趋势明确，中长期发展逻辑得到强化，维持“买入”评级。

茅台未来发展信号

值得一提的是，此次三季报也是贵州茅台换帅后披露的最新财报。新任董事长丁雄军上任以来的近两个月时间里，释放了更多关于茅台未来发展的信号。

2021 年第一次临时股东大会上，丁雄军提出的“五线战略发展图”中，白线发展将坚持数字赋能，加快营销数字化，立足新零售、新消费时代特点，以数字方式深度挖掘分析消费者消费偏好和品牌体验。其在股东大会上表示，要按照“聚主业、调结构、强配套、构生态”的发展思路，着力把股份公司打造成为世界一流的上市企业。

同时丁雄军强调，营销价格体系改革必须推进，改革方向应以市场为原则。“公司正在集中精力研究营销体制和价格体系改革，改革既要看当下，更要立足于未来十年到三十年的发展。”

丁雄军表示，将着力规范原有渠道，探索发展新零售渠道，优化品牌价格体系，着力让茅台酒回归商品属性，为消费者提供更高质量的服务。

在不少业内人士看来，对茅台酒的价格管控是丁雄军上任后的首要任务。

在刚刚过去的中秋、国庆“双节”，贵州茅台向市场投放 7500 吨飞天茅台酒，并为推动开瓶率大范围推出“空瓶复购”活动，最终“双节”茅台酒价格以“挥别 3000 元”收官，丁雄军面对白酒旺季的控价首战，初见成效。

此外，在打击渠道炒作茅台酒方面，日前茅台国际大酒店取消售酒也引发市场广泛关注。按照最新规则，自 2021 年 10 月 12 日，入住茅台国际大酒店将不再享有以 1499 元/瓶的价格购买飞天茅台酒的资格，但在酒店餐厅就餐，消费满 1000 元可现场开 1 瓶 1499 元的飞天茅台酒(需退瓶身和瓶盖)，消费满 1500 元可买 2 瓶，但均需在现场饮用。

知趣咨询经理蔡学飞向记者表示，“我们看到，茅台一方面在增加供给，推出‘空瓶复购’，另一方面在积极打击渠道端对茅台酒的炒作，这些举措的根本目的是维持下半年整个茅台酒的价格稳定。”

(本报记者 樊瑛 张建忠 综合报道)

中国扩大开放令企业坚定深耕中国市场信心

——访霍尼韦尔中国总裁林世伟

■ 宿亮

霍尼韦尔中国总裁林世伟日前在接受记者采访时表示，霍尼韦尔看好中国经济增长前景，中国扩大开放和改善营商环境给企业带来新机遇，坚定了霍尼韦尔进一步深耕中国的信心。

霍尼韦尔是最早进入中国市场的美国企业之一。目前，霍尼韦尔所有业务集团均已落户中国，上海是霍尼韦尔亚太区总部。中国已成为霍尼韦尔在美国以外最大的单一市场，也是公司最大的增长型市场。

林世伟表示，霍尼韦尔深耕中国市场，并已成为中国经济有机组成部分。去年新冠疫情期间，霍尼韦尔在武汉注册成立公司新兴市场中国总部暨创新中心，也成为 2020 年第一家在武汉成立公司的世界 500 强企业。这体现了霍尼韦尔在中国长期发展的承诺。

“我们看好中国经济增长前景和投资机遇，希望在助力中国高质量发展的同时分享中国经济发展红利。中国市场越来越重要。”林世伟说。

林世伟表示，在中国进一步扩大对外开放的时代背景下，公司将继续执行“东方服务东方”“东方服务世界”的发展战略，加大在中国的投入，在寻求业务增长的同时用科技力量助力中国经济高质量发展，并将针对中国市场开发的创新产品、技术和解决方案推广到全球市场。

林世伟表示，中国扩大开放、改善营商环境方面的进展给霍尼韦尔带来新机遇，坚定进一步深耕中国的信心。霍尼韦尔已连续三年亮相中国国际进口博览会，展示多项率先在中国市场推出的技术和解决方案。在第四届进博会上，霍尼韦尔展台面积增加至去年的两倍以上，将展出智能制造、航空运输、健康楼宇、新零售与物流等领域的多项高科技产品与解决方案，充分展示公司进一步把握“进博机遇”的信心与决心。

林世伟说，霍尼韦尔非常看重进博会这一世界级交流平台，将继续借助进博会与中国客户并肩共进。

“十四五”时期，中国在数字经济和低碳发展等领域的前景，将给霍尼韦尔提供广阔发展机遇。林世伟表示，霍尼韦尔致力于将现实世界和数字世界深度融合，解决棘手的经济和社会挑战；通过不断开发满足中国客户能源和环境需求的产品与技术，与中国合作伙伴共同塑造可持续发展的未来。

(据新华社)

以产教融合引领职业教育发展

——广东省职教城与“世界工厂”共成长

■ 周颖 胡拿云 张怡晟

“通过编程给工业机器人发指令，让它完成指定的动作，让人很有成就感。”陈潘荣没想到，如今在教室内也能一边学理论一边上手操作他心仪的机器人。

2001 年出生的陈潘荣是广东省职教城清远职业技术学院的一名大三学生。学习电气自动化技术专业的他，从大二下学期开始接触工业机器人相关课程，电脑编程、实操控制，让工业机器人“听”从遥控设备的命令，完成夹取、搬运物体等一系列动作。

在他看来，如今产业升级的步伐加快，企业需要懂机器人保养、操控方面的技术人才。现在学的课程刚好紧贴企业所需，马上要实习找工作，他也并不担忧。

广东是制造业大省、经济大省。一直以来，技能人才都是广东建设制造强省、保持经济优势的重要支撑。近年来，伴随产业升级和技术变革新趋势，广东也在高水平谋划、进一步推进职业教育供给侧改革，与“世界工厂”一同成长。广东省职教城等平台项目建设，正是其重要破题之举。广东省职教城坐落在广东清远，规划土地面积 50 平方公里，规划在“十四五”期末入驻高校 24 所，在校大学生达到 25 万人左右，目标是成为全国职业教育改革创新的示范，在办学规模、专业门类、培养方式等各方面走在全国前列。

清远市教育局局长张玉兰介绍说，2011 年，广东省政府同意在清远市规划建设广东省省级职业技术教育示范基地，其后升格为广东省职教城。2019 年之后，广东省职教城发展提速，校区建设、设施配套建设迎来高速发展期。

“目前，省职教城已入驻 11 所学校，在校生达到 10.8 万人。五年内，进驻学校将涵盖文、理、工、商等中职、高职、本科及科研院所，覆盖几百个实用型专业，将满足粤港澳大湾区产业对技能型人才的需求。”张玉兰说。

校区蓝图一笔笔绘就，完善产教融合办学机制等一系列职业教育改革也在此加速推进。紧密对接产业升级，一批新兴专业在建设。清远职业技术学院党委书记林海龙说，学校在校生 12000 人，开设 33 个专业，当前正在对接区域产业升级，调整专业或建设新的专业以适应新的产业需求，下一步规划重点建设智能制造、新材料、大数据、大健康、现代化农业、现代经贸、现代旅游、新师范等 8 个方向专业群。

围绕产业转型，一批传统专业在改造升级。建筑类专业是传统专业，在广东建设职业技术学院，这里的课程、实训课堂却令人耳目一新。建筑工地、构筑材料等“搬”到了实训室。大三学生詹柏特在这里不仅学传统的制图绘图，还要学习建筑信息模型技术、装配式建筑、管廊技术等新兴建筑理念和技术，以适应行业新的发展趋势。

广东建设职业技术学院党委副书记蔡东说，为推动产教融合，学校不仅优化教学内容，还拓展校企合作形式，主动吸纳行业龙头企业深度参与学校规划、课程设置、教材开发、教学设计，合作共建新专业、升级老专业、重构课程内容，开展订单式、学徒制培养。

健全多元办学格局是完善产教融合办学体制的重要内容。国家鼓励上市公司、行业龙头企业举办职业教育。广东碧桂园职业学院 2013 年由社会资本创办，其初衷是为贫困学子提供免费的职业教育，通过教育扶贫方式帮助他们阻断贫困的代际传递。

广东碧桂园职业学院院长刘惠坚说，学院将继续推进职业教育高质量发展。扩大招生规模，招收学生不仅限于生活困难家庭，学生培养面向市场、面向实践，让更多青年凭借一技之长实现人生价值。

(据新华社)

公告
四川玮天成劳务有限公司：
本委已受理申请人刘中民、齐桂芝、刘丹、刘宇诉你单位(容劳人仲案【2021】第 165 号)劳动争议案……
天津医科大学总医院空港医院二期工程环境影响评价公示
淮安市金品房志信息有限公司减资公告
吉林省扶余市人民法院
[illegible]

肉便宜下来了，我们该如何应对菜价上涨?

当大家最近正在为终于实现“猪肉自由”而开心之时，蔬菜价格却又开始飞涨，一些品类的蔬菜价格甚至已经超过肉价。

近期蔬菜价格为何上涨?还要涨到何时?

多地蔬菜价格持续上涨

农业农村部官网公布的数据显示，国庆节假期过后，蔬菜价格持续上涨。

10 月 15 日至 22 日，全国 286 家产销地批发市场 19 种蔬菜平均价格为 4.87 元/公斤，比上周上升 11.6%，同比上升 27.4%。其中，菜花、茄子、菠菜、豆角和芹菜的价格环比涨幅分别达到 26.9%、20.3%、17.5%、16.8%和 16.7%，菠菜价格已经超过 10 元/公斤，同比涨幅达到 85.8%。

记者走访北京一家超市发现，茼蒿价格 9.29 元/斤，菠菜价格已经达到 15.35 元/斤，而猪肉价格还不到 15 元/斤。

此外，有着中国蔬菜价格晴雨表之称的寿光蔬菜价格指数的周指数也从 9 月 19 日开始连涨四周，其中叶菜类和茄果类蔬菜涨幅明显。据媒体报道，武汉、深圳、温州等地蔬菜价格也已连续多周上涨。

三大因素推高蔬菜价格

谈到蔬菜价格上涨的原因，中国社会科学院农村发展研究所研究员李国祥向记者表示，主要有三大因素导致近期蔬菜价格上涨。

一是极端降水。今年秋季北方频降暴雨，河南、山西都遭遇了严重洪涝灾害，秋汛毁掉了一部分蔬菜，也使一部分蔬菜不能及时种下，造成蔬菜季节性短缺。

二是提早降温。今年北方冷得比较早，由于蔬菜属于劳动密集型，天气一冷，人工会减少，从而导致蔬菜价格上涨。

三是石油、燃油价格上涨导致运输成本上升，也使得蔬菜价格“水涨船高”。

“目前正处于蔬菜‘青黄不接’之时，夏季蔬菜上市基本结束，秋冬蔬菜少量上市。再加上今年异常的天气状况，导致蔬菜市场供应量减少，价格意外上涨。”李国祥说。

政府部门将加大稳产保供力度

面对价格飞涨的“秋菠”等蔬菜，有网友直呼“吃不起”“不如吃肉”，还有网友表示可以采取迂回策略，“最近可以先吃肉，过段时间再吃菜。”

蔬菜价格还将涨到何时?未来走势如何?

李国祥表示，预计从现在一直到明年春节，整个蔬菜价格将处于高位波动运行态势。从结构上看，未来半个月左右时间内，随着天气转晴，秋冬种植蔬菜转到温室大棚，受外界影响也会减少，当前“青黄不接”的蔬菜价格也将有所回落。此外，蔬菜价格快速上涨的形势也会促使种植户加快生产。政府部门也已关注到当前蔬菜价格过快上涨的情况，将加大调控和调运力度，控制物价上涨，从而控制当前蔬菜价格过快上涨趋势。

日前，农业农村部市场与信息化司司长唐珂表示，每年的秋冬季是农产品消费传统旺季，针对前期局部地区新冠肺炎疫情点状发生和华北等地连阴雨等情况，农业农村部已第一时间作出部署，指导督促做好重要农产品稳产保供工作。

具体而言，将落实好鲜活农产品运输“绿色通道”政策，畅通物资下乡进村和农产品出村进城通道；加强市场信息监测预警，及时发布价格和供求信息；组织加工销售企业和冷链物流企业扩大鲜活农产品购销，坚决打击囤积居奇等扰乱市场行为；落实“菜篮子”市长负责制，抓好秋季蔬菜生产，切实保障“菜篮子”产品生产供给。

(陈溯)

冬季“三防”抓早落细

冬季即将来临，安徽淮北矿业集团临涣选煤厂早准备、早动手做实做细冬季防寒、防冻、防火“三防”工作，未雨绸缪抓防范，确保企业冬季安全生产。

该厂组织人员对热交换站、管网等冬季供暖系统设备设施全面检修维护，重新敷设保温层，做好供暖系统调试监测，完善应急抢修预案，确保供暖设备设施安全可靠性运行，保障生产厂房、职工“两堂一舍”及办公区域的冬季供暖。对暖气片、门窗玻璃等防寒保暖设施定期检查维护，户外管道落实防冻保暖处理，防止因设备冻坏或管道冻裂而影响生产。

加强变电所、配电室、供水泵房、给水管网的隐患排查治理，发现问题及时落实处理。提前对生产、办公、“两堂一舍”等重点区域进行防范部署，将防滑材料安装到位，室外楼梯需封闭的及时封闭，并悬挂醒目的安全警示牌。定期安排人员巡视，发现问题及时督促落实整改。煤炭管理部与各矿井提前联系，做好原煤撒防冻液措施。装卸车间在卸煤暖房建设的基础上，超前做好卸冻煤的准备工作。

组织生产单位对责任范围内设备设施的油灰油泥、积尘积煤、易燃物等进行彻底清理。开展变电所、配电室等供电系统自查维护，做到逐段全覆盖无遗漏排查。严格落实动火作业安全技术措施，杜绝无措施烧焊，动火前必须对电焊机完好情况和周围环境进行安全确认，掉落的焊瘤及时清除。所有电器严禁无功带电，做到人走电停，避免电路起火。加强消防系统日常检修维护，提升消防管网和自动稳压系统效果，确保消防管道内日常保持压力不低于规定值，保障消防供水有效运行。

(石启元 魏坤)

深耕不辍，走上景观设计与工程领域之巅

■ 张丹

说起与景观设计与工程的结缘，可以说是完全因为热爱，周磊大学毕业后曾从事外事交流工作，在国外考察期间，他对异域景观设计产生了浓厚兴趣，回国后周磊持续关注全球知名景观设计和工程项目的实施情况，并利用业余时间，系统地学习了景观设计领域专业知识。他凭借着对该领域超越常人的敏锐度和洞察力，于 2013 年牵头创立了云南和润景观规划设计工程有限公司，开启了全身心地投入景观设计和工程领域。

周磊深知，景观设计和工程相关的服务属于非标准产品，企业成功与否的关键是能否做出令人赞叹的作品，能否通过作品体现的人文精神帮助客户提升品牌形象和价值。秉承着这份洞察，在周磊的率领下，云南和润景观规划设计工程有限公司自成立以来，坚持以设计为核心，以客户的需求为基准，不断学习新技术新理念，积极拥抱变化。凭借着卓越的团队和服务能力，云南和润景观规划设计工程有限公司很快便开始为融创、龙湖等中国知名地产运营商提供全产业链景观专业服务。云南和润景观规划设计工程有限公司也在周磊的带领下，各项业务如火如荼，业务涵盖从规划设计、资源保障、投资控制、维护管养等全产业链景观服务，累计服务的项目类型有居住小区、国际度假酒店、高端商业空间、城市配套空间、文旅度假等项目近百余个。在这些项目中，周磊及其团队充分重视云南当地少数民族文化的发掘，将少数民族的建筑空间、形态、色彩、纹饰以及生活场景等非常风格化的元素融入到了城市景观设计和营造中，既符合国际文化和审美特性，又巧妙地引入了景观设计的现代技术和理念，兼顾了艺术和科技，熠熠生辉。凭借着一个又一个项目的成功落地，周磊及其团队很快便声名远扬，逐渐成为云南本土最具竞争力的地产景观服务商。

近年来，周磊参与景观设计或工程的融创普洱国际健康城项目荣获德国红点奖，七彩云南·古滇名城荣获国家生态旅游示范区，云南龙湖抚仙湖星空小镇亚洲人居景观奖。此外，还获得中国地产行业龙头企业融创中国颁发的 2020 年度景观单位综合排名第二名、美的置业颁发的优质工程奖……这些沉甸甸的行业大奖，背后都是一个又一个实实在在的让人惊艳的景观设计和工程作品。这些项目和奖项，帮助周磊及其团队在行业内声名鹊起。

除了常年奋斗在景观设计和工程一线，周磊还充分利用自己的行业经验和影响力，积极参与行业交流，为行业发展把脉建言。比如，他受邀参与了俊发未来城景观设计方案、七彩云南——欢乐世界建筑设计方案、华夏御府中央售楼处整体设计方案、滇池南湾未来城示范区设计方案等重大项目的评审，为行业发展把脉建言。

如今担任云南和润景观规划设计工程有限公司董事长兼总经理的周磊，虽然分管了更多的管理工作，但是他始终没有脱离一线岗位，这让他拥有了超越常人的高度，不仅可以进行专业的一线实践及指导工作，还能着眼整个企业、整个景观设计和工程产业，从战略层面上推动公司发展，从点到面引领公司开疆拓土。

多年来，既要事无巨细地参与大量的一线实践工作，还要管理团队、参加各种行业交流，周磊的工作量始终都处于满载的状态。但周磊乐此不疲，他始终保持饱满热情的工作状态和“不待扬鞭自奋蹄”的进取精神，带领公司一步一个脚印，实现着一个又一个突破，用他的专业和热忱托起了一家蒸蒸日上的景观规划设计和工程公司。

周磊在景观设计和工程领域内的触角之深，成就之高，无不昭示着他将全副身心奉献给景观园林设计和工程行业的赤子之心。因为这份热忱，周磊稳扎稳打地行走在中国景观园林设计和工程这片宽阔的田野上。他本人及其领衔的云南和润景观规划设计工程有限公司团队，多年来一直活跃在中国景观设计和工程领域，给行业注入了巨大的活力，成为行业引领者，为推动中国景观设计和工程行业发展做出了扎扎实实的贡献。

结语：

从事景观设计与工程多年的周磊，经过无数经典案例的淬炼之后，沉淀出了丰富的行业经验，成为中国景观设计与工程领域杰出专家。在周磊的带领下，由他参与创建并担任董事长兼总经理的云南和润景观规划设计工程有限公司，已经成为中国景观设计与工程领域的一支颇具影响力的团队，而他本人也成为这个领域的翘楚。

广告

浙江丰利超微粉碎设备再度出口日本

国家高新技术企业浙江丰利粉碎设备有限公司生产的 QWJ–60 微粉机，已在日本株式会社巴川制纸所生产基地安装调试成功投入生产，用于影像材料的超细粉碎。这是一个“回头客”。这是浙江丰利继 2016 年粉碎设备出口日本后的再次东渡，在日本这一“超微粉碎制造强国”拓疆辟土、扎根落户。

日本株式会社巴川制纸所成立于 1917 年，已有 90 余年历史，如今为日本上市公司，总部在日本东京。该公司所生产的碳粉属于高质量高性能的产品，因其独特的技术与性能，而在全世界盛名。

这次日本客商订购的 QWJ 气流式涡轮微粉机，是丰利的自主研发的专利产品(专利号：201120387557.7)，具有粉碎效率高，可自由调节产品粒度，分级效果理想，进料量均匀且可调节，散热性能好，操作简单，清理方便等优点；适合加工多种物料，对热敏性和纤维性物料均能胜任，产品粒度均匀，能粉碎到微米级和亚微米级粒度，是当前性能好、效率高的节能理想微粉生产设备。该产品已获国家重点新产品、国家火炬项目等多种荣誉称号。目前，该机已广泛应用于化工、医药、涂料、染料、饲料、塑料、橡胶、烟草、植物纤维、食品、农药、冶金、非金属矿等行业。产品主要指标性能达到国外同类设备水平，可替代进口，而价格仅为进口设备的 10%。

咨询热线：0575–83105888、83100888、83185888、83183618
网址：www.zjfngli.net
地址：(312400)浙江省嵊州市剡湖街道罗东路 18 号
邮箱：fengli@zjfengli.cn
中文搜索：浙江丰利

房地产税征收会有什么影响?

——首批房产税试点效果回顾

2021 年 10 月 15 日，习总书记在《扎实推动共同富裕》中指出，要积极稳妥推进房地产税立法和改革，做好试点工作。10 月 23 日，第十三届全国人大授权国务院在部分地区开展房地产税改革试点。

当前市场对房地产税如惊弓之鸟，然而上海、重庆早在 2011 年就开展了房产税试点，已施行 10 年。在试点城市扩大之际，本文回顾了首批房产税试点效果，以资借鉴。征收房地产税，短期内对市场情绪和心理预期有明显冲击，但长期看对房价影响不大，主要看方案的征收力度，沪渝 2011–2020 年商品房均价复合增长率分别为 9.9%和 6.4%。

上海和重庆房产税征收方案

1、上海针对新购住房

征税范围是上海全市行政区域内，本市居民家庭新购第二套及以上的住房和非本市居民家庭新购住房。仅针对新增购房，不征存量。

税基为交易价格 70%。

税率 0.4%–0.6%。当单价超过上年度全市均价 2 倍时，税率为 0.6%；当单价低于上年度全市均价 2 倍时，税率为 0.4%。

减免政策：新购住房人均 60 平米免征；本市居民家庭中有无住房的成年子女共同居住的，可计入免税住房面积；高新人才新购住房且唯一，免征；持本市居住证满 3 年的购房人，其名下唯一住房免征，不满 3 年先缴税，待满 3 年后可退还。

税收用于保障性住房建设等方面的支出。

2、重庆针对高端住房

征税范围为主城九区行政区域内的独栋商品住宅、个人新购高档住房及三无人员新购住房。

税基为房产交易价。

税率为 0.5%–1.2%。交易单价为上两年主城九区均价 3 倍以下的住房，为 0.5%；3–4 倍为 1%；4 倍及以上为 1.2%。三无人员新购住房为 0.5%。

减免政策：试点前独栋住宅，免征面积 180 平米；新购独栋、高档住宅，免征面积 100 平米；三无人员在重庆市具备有户籍、有企业、有工作任一条件，从当年起免征，如已缴纳则退还。

税收用于公共租赁房的建设和维护。

沪渝试点意在调控房价

沪渝房产税对地方税收贡献不大。从征收规模看，2011 年房产税试点当年，重庆房产税登记应税住房仅 8791 套，总建面 215.1 万平方米，征收总额约 1 亿元，约占重庆市财政税收收入的 0.1%；上海房产税登记住房 7000 多套，认定为应税住房 1017 套，征收总额不超过 1000 万元，规模较小。即使算上经营性用房，沪渝 2020 年房产税总额分别仅占地方税收的 3.4%、5.0%，并未带来可观的税收收入。

试点本意是抑制房价过快上涨。试点方案出台背景是房地产短周期牛市，房价迅速上涨，2010 年 4 月国务院推出“新国十条”，开始在全国主要省会及计划单列市实施限购，而房产税也被当做抑制不合理房地产需求和房价过快上涨的工具进行试点。但调控目标有所不同，上海主要是抑制投资型需求，重庆是抑制高档住房消费。

沪渝试点方案对房价影响不明显

从沪渝市场运行结果看，房产税对房价影响不大。短期看，2011–2012 年上海和重庆商品房均价涨幅放缓，其中上海 2012 年出现负增长。实际上这并非主要受到房产税试点的影响，而是政府宏观政策调控的结果。对比 2011–2012 年部分重点城市，相同时期内，各城市新建商品住宅价格指数步调一致，上海和重庆并未出现独立走势。长期看，房价并未受影响，2011–2020 年上海重庆的商品房均价复合增长率分别为 9.9%和 6.4%。

房地产税短期有冲击，长期走势看供求

短期内，房地产税冲击心理预期，冲击程度取决于征收力度。房地产税征收之际，居民对于征税可能带来的影响不明确，观望情绪加重。上海及重庆试点房产税的前 3 个月，两市住宅成交量分别下降 46%和 26%，比同类城市降幅高 10 至 20 个百分点。但因沪渝试点方案征税范围窄、税率偏低、免征面积大，征收力度小，一旦居民意识到房价上涨带来的收益远高于缴税成本，房地产税的冲击快速减弱，市场走向重回正常轨道。

长期看，房地产税仅为一个调节因素，对市场的影响主要取决于供求关系。住房需求包括自住需求和投资型需求，征收房地产税更多的是影响投资型需求。对于供不应求的市场，自住和投资住房需求均旺盛，房价上涨的预期充足，房地产税相对于房价上涨带来的收益来说忽略不计，其调节作用不明显。对于供过于求的市场，房价持续上涨的动力不足，加征房地产税将额外加重房产持有成本，将使得投资型房产持有人加快出售，加剧市场波动，将在较长时间内压制市场。

(作者夏磊，国海证券研究所联席所长、政策 & 地产首席分析师)

便民服务 收费标准：55 元/行/天(13 字 1 行) 广告热线 028-66079393 QQ：769036015 微信：13308082189
独家代理机构：成都锦宏天下文化传媒有限公司 地址：红星路二段 159 号成都传媒·红星国际 2 号楼 1702 室
律师提示：本刊仅为供需双方提供信息平台，所有信息均为刊登者自行提供。客户交易前请查验相关手续和证照。本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。
[illegible]

国家发改委研究建立规范的煤炭市场价格形成机制

近期，煤炭价格出现大幅上涨，社会各方面反映强烈。按照《价格法》及制止牟取暴利等相关法律法规规定，国家发展改革委正在研究建立规范的煤炭市场价格形成机制，引导煤炭价格长期稳定在合理区间。

煤炭是重要基础性能源，对经济社会发展影响大。按照现行相关法律法规规定，国家发展改革委正研究将煤炭纳入制止牟取暴利的商品范围，已组织开展煤炭行业成本效益调查，测算确定正常情况下煤炭市场平均价格、平均差价率、平均利润率及其合理幅度等。

在此基础上，将统筹考虑煤炭行业合理成本、正常利润和市场变化，研究建立“基准价+上下浮动”的煤炭市场价格长效机制，引导煤炭价格回归合理区间，推动煤、电行业持续协调健康发展。

(发改委网站)