海南全域限购！权宜之计还是长久策略？

■ 新华社“新华视点”记者 王存福

22日晚上8点海南召开新闻发布会，宣布对非本省户籍购房者实施全域限购。这对于外地购房者占比近八成的海南将意味着什么？此次限购是权宜之计还是长久策略？

严格限购的背后发生了什么？

在海南建省办经济特区30周年之际，中央宣布在海南全岛建设自由贸易试验区，支持海南逐步探索、稳步推进中国特色自由贸易港建设，这使得海南房地产的关注度急剧上升。

短短一周时间，从全国各地赶来的购房者，纷纷涌入陵水、万宁、文昌等东部沿海市县，以及之前被“冷落”的西线澄迈、临高等市县。各大楼盘销售中心咨询者络绎不绝，很多购房者抱着“买到就是赚到”的心态，采取一次性付款方式购房。

“一位购房者交完全款就乘飞机离开了，连购房合同都没来得及拿。”澄迈县一楼盘销售人员告诉记者，很多购房者都不仔细研究房屋的朝向等因素，生怕抢不到了。

有部分楼盘价格几天时间出现了1000元-3000元上涨，如澄迈县福山镇的一处楼盘就由此前万元内的价格一下子涨到了12000多元。即便如此，很多购房者还是高兴而来扫兴而归，因为“买不到”。

这段时间，大多数房企穷尽手段抢售，甚至不惜违法违规。4月18日晚11时，海口市观澜湖观园项目出现抢购。海口市住建局派检查组赶赴项目营销现场，及时叫停不规范营销活动，并依据现场调查认定的违规销售行为，对开发企业及相关中介机构罚款150万元。海南省住建部门近期已经密集处罚了数十家违规房地产企业和房产中介。

另一方面，部分房企发现有利可图，乘机捂盘。北京购房者孔先生等人看中了澄迈两处房产，但跟销售人员沟通数日之后，对方却以暂停网签为由不再进行交易，但实际上近期该地并未暂停网签。海口市也有楼盘拿到预售证有些时日，却迟迟未进行网签备案，涉嫌存在捂盘行为。

针对此类情况，海南省住建厅4月16日紧急发文防止炒作和哄抬房价。仅时隔6天之后，海南又一次喊“停”，宣布全域限购。

其实，海南楼市这波上涨并非突发行情。最近的行情启动于2016年底，此后海南房价“扶摇直上”，部分区域房价翻番乃至出现3倍多的涨幅。

业内人士认为，上世纪90年代的那场噩梦般的房地产泡沫一直令海南心有余悸，警钟长鸣，这导致海南在这一年多的时间里，出台了十余次大大小小涉及房地产的调控政策。

全域限购引发了怎样的市场反应？

23日一大早，海南当地一家大型房地产公司的早会气氛异常紧张。“我们高层深表担忧，现在已经开始制定新的融资方案，包括人员编制的裁减等内容。”该公司一位负责人表示，“以我们盘为例，之前的意向客户大多都是岛外的，势必流失大量意向客户，资金回笼肯定会有大麻烦。”这是海南22日新政的后续反应。

海南省22日宣布：自4月22日20时起实施全域限购，非本省户籍居民家庭在新增限购区域购买住房，须提供至少一名家庭成员在海南省累计24个月及以上个人所得税或社会保险缴纳证明，此前已实施限购区域则需要提供60个月。

消息迅速引发市场反应。中介、分销商和房企销售的电话几乎被“打爆”，没买到房的人千方百计想办法买，买到房的人则担心以后无人接盘考虑是否卖出。

“这意味着非本省户籍购房者基本上不能买了。”海南现代管理研究院院长王毅武说，海南岛外购房者占比将近八成，之前还只是划定了限购区，通过个税或者社保来限制购买。非本省户籍购房者还是有很大的选择余地。

更严格的是，此次限购还把很多人在户籍上“动脑筋”的空子也给堵住了。新政规定自本通知发布后户籍迁入本省的居民家庭只能购买一套住房，并须提供至少一名家庭成员在海南省累计24个月及以上个人所得税或社会保险缴纳证明。

“海南各市县要加强购房资格审查，规范住房交易行为。非本省户籍居民家庭不得通过补缴个人所得税或社会保险购买住房。”海南省住建厅厅长霍巨燃表示。

上述政策产生的直接后果是“不能买”，新政还规定买了“不能卖”，居民家庭或企事业单位、社会组织在海南省购买的住房，取得不动产权证满5年后方可转让。

王毅武表示，上述因素叠加之后，对于持有房产者不是个好消息。“原来持有者还可以乐观地认为迟早都可以卖，不就等个几年吗？现在不行了，即使过了5年期限，即使海南不再增加建设用地，但只要此项政策长期执行，符合资格的接盘者也寥寥无几。”

不过，整体而言，全域限购对于海南房地产库存去化带来的压力并不大。截至去年底，海南商品住宅库存去化期约11个月，比上年末减少12个月。

紧急的权宜之计还是稳定的长期策略？

“如此严厉的限购政策超出预期，海南的房地产市场势必发生方向性的重大改变。”本地某大型房地产公司销售负责人认为。

此次政策发布之后，市场揣测这是否为控制房价疯狂上涨的权宜之计。但海南省级层面透露出来的种种信息表明，此次调控目标明确，态度坚决，影响将是深远的。“这样层级的政策文件和长远方向一般不会轻易改变。”海南省政府一位权威人士说。

霍巨燃称，此次新政出台的目标是为了坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，回归房子的居住属性，调整优化房地产区域结构、产品结构、租售结构，保持房地产市场平稳健康发展，推动自由贸易试验区和中国特色自由贸易港建设。

“海南实行最严格的生态环境保护制度，保护好海南的绿水青山，坚决不做房地产加工厂，以壮士断腕的决心降低海南省经济对房地产的依赖。”霍巨燃表示。

海南省主要领导也在多个场合多次表态，海南不能成为房地产的“加工厂”。

根据海南省2018年一季度经济运行数据，房地产开发投资占固定资产投资比重为48.1%，比重依然偏高。有人担心，严格限购是否会影响海南的经济运行。

海南省政府一位权威人士如此表示，“近期经济要受一定影响，但是值得。海南迟早都要下这个决心，还不如早点下，否则来海南只想做房地产。”

新政规定，海南将实行最严格的节约用地制度，实施建设用地总量和强度双控行动，确保海南建设用地总量在现有基础上不增加，建设用地供应向建设自由贸易试验区和中国特色自由贸易港亟需的基础设施、产业发展、社会发展、民生需求等倾斜，大幅减少直至停止供应外销商品住宅项目用地。

易居研究院智库中心研究总监严跃进认为，当前海南的政策逻辑很清晰，未来有保有压的政策思路很明显。其中对于自贸港建设的各类产业支持会加大，而对于一些滨海住宅或其他项目，管控会更严厉。

科技巨头试水造芯 芯片厂商受冲击

■ 昝秀丽

继谷歌、苹果、亚马逊自主设计制造AI（人工智能）芯片后，近日脸书也决定加入自主研发AI芯片的阵营，另外BAT中的阿里巴巴和百度也已试水AI芯片制造。巨头们表示，自主研发除降低成本外，根据自己产品所定制的芯片，可以更好地进行适配和调教。

“自产芯”的爆发，对英特尔、高通和博通等芯片制造商带来了威胁，同时芯片厂商又面临着增速放缓和成本上涨等压力。重压之下，部分芯片制造商试图通过并购方式，在斩获新技术的同时，削减制造和开发成本；另有英伟达和英特尔等公司则将其大部分芯片制造专业技术转移到了AI及新兴领域，准备通过为科技巨头服务来赚钱。

自产AI芯片爆发

随着AI技术不断走进现实，AI芯片已成为芯片行业竞争的焦点。

上周，彭博消息称，脸书正在招聘负责打造AI芯片的项目经理，以降低对高通、英特尔等芯片巨头们的依赖。不过对AI芯片业务有渴求的不只是脸书，谷歌、苹果和亚马逊也位列其中。

早在2006年，谷歌就考虑为神经网络构建一个专用集成电路（ASIC）。直至2016年，谷歌推出的机器学习处理器TPU已有领先同行7年的优势，包括宽容度更高，可以使用更复杂和强大的机器学习模型等，以使用户更加迅速地获得更智能结果。

苹果也于10年前就开始计划组建工程师团队为iPhone和iPad自主设计芯片。去年，苹果在秋季发布会上推出的iPhoneX等三款手机都采用了自主研发设计的AI芯片——A11仿生芯片。取代了芯片供应商Imagination Technologies，改用苹果自主设计的芯片，图形处理速度与上一代相比最高提升超30%。

亚马逊方面，据研究机构The Information今年2月份报告，公司已开始设计制造AI芯片。专用AI芯片也可以帮助其智能家居产品减少对整体远程服务器的依赖，使智能音箱爱可（Echo）与控制门锁和安全摄像头等家用电器的连接更加安全可靠。

市场人士分析，进入人工智能时代，由于通用芯片并不能很好地适应深度学习算法的要求，且效率低、功耗大、成本高，最终催生了科技巨头纷纷试水造芯。芯片走向定制化，以满足AI软件的需求，在业内已是大势所趋。

国内方面，BAT科技巨头也纷纷涉足AI芯片业务，其中20日，阿里巴巴全资收购了国内芯片制造商中天微，此前，阿里还投资了寒武纪、Barefoot Networks、深鉴、耐能（Kneron）、翱捷科技（ASR）等芯片公司。过去几年，百度在深度学习领域也有了可观的进展，其中去年百度发布了名为XPU的AI云计算芯片。

据工信部数据，2013年-2017年中国集成电路产业年复合增长率为21%，约是同期全球增速的5倍左右，以芯片产业为代表的高新技术行业，具有强劲发展动力。国际市场方面，据市场调研公司Report Linker预计，到2023年，全球AI芯片市场规模将达到108亿美元，复合年均增长率为53.6%。

芯片厂商腹背受敌

摩根士丹利等机构去年底就预言，芯片价格上涨或很快见顶，再加上科技巨头试水造芯，芯片厂商腹背受敌。为应对冲击，芯片业并购的抱团取暖之路已持续了较长一段时间。

为扩张业务版图提高竞争力，削减制造和开发成本，2015年，安华高斥资370亿美元收购博通；同样为扩展芯片品类、扩大业务范围，高通于2016年宣布以470亿美元收购恩智浦；2017年，博通又提出以1030亿美元收购同行高通，以抵御5G时代的行业竞争风险。

国际半导体产业协会预计，未来十年，半导体产业将从横向整合进入到上下游垂直整合阶段，芯片厂商综合实力越来越强，产业集中度越来越高，寡头垄断的格局将得到进一步强化。

另外，在一些芯片厂商受到冲击，试图通过并购寻求规模优势的同时，也有转型超前的芯片制造厂商，成为AI时代的获益者。英特尔和英伟达等公司就将其大部分芯片制造专业技术转移到了AI以及新兴领域，通过为科技巨头服务来盈利。其中，英特尔曾于去年宣布，正与脸书等公司合作开发名为“Nervana神经网络处理器”的AI芯片。

值得注意的是，谷歌、脸书等提出要打造自主芯片的计划仍然处于起步阶段。而事实上，谷歌与英伟达也仍然是合作伙伴，英伟达的GPU（图形处理器）与TPU在谷歌云平台上仍然兼容。而阿里巴巴也表示，在阿里NPU（嵌入式神经网络处理器）推出后，仍将在云计算平台上运行英伟达GPU。

（来源：中国证券报）

上汽红岩银川开启高端品鉴会 当场斩获订单近百台

4月初的银川，到处已是一片春天的景色，映衬在蓝天白云之下。2018年4月2日，上汽红岩智能渣土车暨冠军动力银川品鉴活动在这里如期举办。品鉴会现场4辆崭新的杰狮新型智能渣土车和红岩杰狮冠军版互联网梦想卡车依次排列，接受来自银川客户的检阅。

上汽红岩大客户经理、银川销售服务中心工作人员、银川区域的渣运公司、卡车司机及渣土协会的领导等百余人参加了此次品鉴会。现场的工作人员对红岩杰狮智能渣土车和红岩杰狮互联网梦想卡车进行了细致的产品介绍。

在认真仔细地了解红岩杰狮产品各种配置，客户与其目前在用的产品进行逐项的比较和研究之后，还亲自上车体验了各项实操，对杰狮产品的配置和性能表现出了浓厚的兴趣。

同时，现场还宣布了重磅的超值订购优惠政策，当即引发现场轰动，十多分钟时间内就斩获订单近百台。随后，举行了隆重的合同签订仪式，将现场气氛再次推向高潮！

晚宴上为广大客户献上了多组精彩纷呈的演艺节目，其间还进行了互动抽奖环节让活动现场气氛高潮不断，在阵阵掌声和欢呼声钟，上汽红岩宁夏银川品鉴会圆满结束。

（符禄强）

浙江丰利气流式涡旋微粉机

破解纤维性、热敏性 有机物料难以粉碎难题

国家高新技术企业浙江丰利粉碎设备有限公司吸收消化国外微粉粉碎先进技术再创新，研制成功的新一代气流微粉设备——气流式涡轮微粉机，日前获得国家实用新型专利（专利号：201120387557.7）。该专利具有粉碎效率高，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。这是该产品在获得国家重点新产品，列入国家火炬计划项目后的又一荣誉。

该机结构原理先进，由上下两部分组成。下部分为进气室；上部分由一分流环隔成粉碎室和分级室，粉碎室由粉碎盘和齿形衬套组成，用来将物料粉碎成细粉；分级室由分级叶轮组成，能把物料分成合格细粉和不合格细粉，合格细粉经出料口排出，出旋风集料器收集，不合格细粉沿分流环内壁回落到粉碎室继续粉碎，直止合格。

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，超微粉碎莫氏硬度4~5级以下的多种物料，是一种高细度、低噪声、高效率的节能理想型粉碎机。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%。产品畅销全国，远销欧美、东南亚，深受用户青睐。

咨询热线：0575-83105888
83100888、83185888、83183618
网址：www.zjfengli.com
邮箱：fengli@zjfengli.cn

“鸿茅药酒”舆论关口，保健酒获权威诠释

■ 中国白酒品牌观察员 许强

日前，“鸿茅药酒”在互联网掀起了一场舆论风波。有网友说，家里的老人家听说以后，表示再也不喝“鸿茅”了，甚至不再喝保健酒了。

保健酒躺着中枪，实在冤枉了保健酒。鸿茅药酒是药不是保健酒，但大多老百姓并不知道药酒和保健酒的区别，认为是一回事，结果是张屠户卖注水猪肉却把罪算到了李屠户的身上，你说李屠户冤不冤？

鸿茅药酒给人的印象一直是保健酒，其广告肆虐中国人的眼球，并入选了央视“国家品牌计划”。其实在20年前，鸿茅药酒已经红遍中国，当三株口服液、延生护宝液、红桃k等同期著名的保健品纷纷坠落神坛之后，鸿茅药酒以坚挺姿态傲立于中国，真可谓是一种奇迹，为什么？关键是他有了护身符——“药准字号”。

1992年10月16日，鸿茅药酒由原内蒙古自治区卫生厅批准注册，原批准文号为“内卫药准字（86）I-20-1355号”。2002年，获批准文号“国药准字Z15020795”。

2017年底，广州医生谭秦东发文称鸿茅药酒是“来自天堂的毒药”，被警方跨省抓捕，一下子把鸿毛药酒推向舆论的风头浪尖之上。

“药酒和保健酒都是在酒精中加了药材，其实都是一样的。”有人比较固执，把药酒和保健酒混为一团。

稍有常识的人都知道，药酒和保健酒其实是两回事：保健酒属于“饮料酒”范畴，国家批文一般为“国食健字”，具有强身健体，增加自身免疫力，预防疾病的作用。经常喝点保健酒有助于身体健康，保健酒对年龄和性别没有特别严格的限制。所以保健酒主要用于调节生理机能，以保健、养生、健体为目的。药酒属于“药”的范畴，国家批文一般为“国药准字”。主要用于治病，有其特定的医疗作用，适用的对象应该是患者。相比之下，保健酒市场很广，可以销售在酒店、商场、超市等一般商品销售场，药酒主要在药店或医疗场所销售。

然而，鸿茅药酒舆论风波已经波及到保健酒业，这是不争的事实，在这场风波影响下，保健酒也又该何去何从？

4月18日，2018年中国酒业协会果露酒分会暨保健酒联盟理事会（扩大）会议上召开，在会上，中国酒业协会果露酒分会暨中国保健酒联盟理事长吴少勋作《2017年果露酒分会暨保健酒联盟工作报告》，报告对中国保健酒进行了权威的诠释——

保健酒是什么？

五大酒种，我们排在末位，企业虽多，但体量普遍不大，我在这个行业做了31年，30年前的果露酒市场和现在差别不大，30年的时间在一个企业的发展史中时间并不短，为什么这么多年都做不大、做不强？原因在哪里，值得我们反思。

保健酒是“超药品”，安全性是核心，比做药更有挑战性。保健酒或者其他配制酒，露酒、果酒等，都是有健康诉求的，大部分产品有功能定位，但是保健酒或者是带有保健功能的酒，比做药更有挑战性，保健酒、功能酒就不一样，既要有相应功能，但又不能带有副作用，不是介于药和食品之间，而是“超药品”。

保健酒的整个生产格局仍然没有改变，强者恒强，领头企业比重继续增大，与第二层次的差距仍然在拉大。2017年，劲酒仍然是保健酒行业市场份额最高的龙头老大，除此之外，如椰岛鹿龟酒、张裕三鞭酒、竹叶青、宁夏红、五粮液黄金酒、茅台白金酒等品牌维持在第二集团。大多数中小企业营收维持在千万左右。在保健酒努力谋求发展的同时，白酒企业多觊觎该市场，或发布“健康”白酒，或联合药企共同研发、销售保健酒，对原保健酒市场将造成一定程度的冲击。

如何做好保健酒？

对保健酒市场我有几点建议：

第一，要有长远规划和战术计划，不能急于求成。要耐得住寂寞，要十年、二十年甚至是三十年磨一剑，要有规划和战术上的计划，不能急于求成。

第二，做好身边的市场。要从身边的市场做起，从所在地的市场做起。

第三，市场要一个一个地做。市场要从小到大，从弱到强，而不是先大后强。

市场要一个个做，从县到地级市再到省，然后再是其他省。现在央视广告的成本很高，一个产品如果没有在国内市场上实现一定的覆盖率，没有形成辐射面可能就是放空炮。

第四，产品力也就是产品的力量。

产品必须要竞争，没有竞争力、性价比，仅仅靠广告是没有用的。

我一直坚信，酒好不怕巷子深。一味去开拓巷子，营销做不好还以为是营销做得不够导致产品不好卖、卖不动，实际上是产品出了问题，不是巷子的问题。

要按超药的标准来生产产品。

第五，保健酒产品要坚持安全、口感、功能、稳定性的产品力四要素。

保健酒市场前景如何？

我认为保健酒的市场还是很大的。

从这个角度而言，很多名酒企业也在做保健酒、健康白酒，说明这个市场很广阔。中国的酒是要国际化的，以中药为载体，带有健康实用功能的产品是最有机会的，虽然很难，但我们还是信心满满的。

关于保健酒提价问题

现在保健酒比白酒卖的还便宜，怎样通过价格来体现价值是值得探讨的。保健酒功能强了未必是好事，长期喝的话，功能太强会透支身体。

关于做大保健酒市场

要做好市场还是要把产品品质做好，在这个基础上做营销才有基础、才有成功的可能。行业怎样走向全国甚至将来走向世界，所有的营销需要一个整体的策划。

开会前一天，我去了劲酒在山西和内蒙古的办事处，（他们）谈到，要和其他保健酒企业合力做大山西市场，在湖南以及其他地方，我鼓励营销人员和其他保健酒企业关系处好，首先不能互相诋毁，下一步应该从高层上传递这样一个信息和要求，互相不诋毁。另外就是在营销上如何具体化，具体到市场以及各个终端，现在不是打内战的时候。

关于诚信营销、诚信经营

保健酒在产品营销上不能言过其实，要做到才说到。有时营销逞一时之快，一时可能赢得一个市场，未来可能失去一个企业的信誉。

吴少勋所作《2017年果露酒分会暨保健酒联盟工作报告》不仅权威，为保健酒正本清源，也为未来的发展指明了方向，并让世人对保健酒有了深层次认识。其实早在2016年，吴少勋就提出过“用超越的标准生产保健酒”理念，这一理念必将引领保健酒业跨越未来。

毫无疑问，保健酒并非药酒，而是“超药品”，尽管受鸿茅药酒舆论风波影响，但是中国保健酒发展有其自身的轨迹和市场，必将摆脱阴影，走向辽阔的阳光普照的未来。