

# 在行业调整期中找到新路好路

## ——楼市新观察(下)

湖南日报全媒体评论员 万丽君

老牌房企新中宝提出“有序退出、有序替代”的“去地产化”策略,努力实现地产业务从重资产、高杠杆模式向轻资产、低杠杆模式转变;美的置业将房地产开发业务从上市公司体系中剥离,宣布将专注于物业管理、商业物业和产业运营业务等……这段时间,房地产行业进入深度调整期,越来越多的房企积极谋求转型,布局新的发展赛道。

对房地产行业的未来发展,舆论场上不乏消极之声。事实上,房地产产业链条长、涉及面广,不仅仅局限于住宅开发领域。从安居到宜居、从好房子到好服务

的需求升级中,仍蕴含着广阔的发展空间。以最近引发热烈讨论的房屋养老全为为例,房屋全生命周期安全管理长效机制正加快构建,建筑项目全周期管理完全可以成为不少房企转型布局的发力方向之一。

纵观眼下的房企转型升级路径,虽然在节奏快慢、内容重点上有所差异,但大方向基本一致,那就是瞄准当下市场的新需求,围绕原有住宅开发的相邻业务破局突围。比如,随着城中村改造、保障性住房建设等“三大工程”的启动,华润置地、绿地控股、国贸地产等房企纷纷

布局政府代建业务;融创、远洋、保利等房企则发力康养领域,既契合日益增长的健康需求,又可以盘活积累的存量资产,不失为双赢之举。这些创新实践让我们看到,只要会干善为,房企同样能在行业调整期中找到新路、好路。

客观而言,房企转型升级当下仍需要克服不少困难和挑战,但是,经历阵痛,方能涅槃。房地产市场调整期,也是企业有序解决债务问题、重构稳健经营并探索新发展模式的“蜕变期”。从长期看,企业积极盘活存量资产,开发高质量的供给产品,满足市场多元化需求,构建

起一个良性循环和健康发展的新模式,不仅能够化解风险,增强自身经营能力,也有助于推动房地产行业可持续发展。

探索新质生产力、激活蛰伏的消费潜能,不仅是房地产行业,也是当下所有行业都面临的一道考题,而赢得高分的秘诀仍然是那个颠扑不破的道理:顺应时代变化,以高质量供给引领和创造新需求。虽然房地产行业“蒙眼狂奔扩规模”的时代已经过去了,但房地产市场需求仍很广阔。准确识变、科学应变、主动求变,作为国民经济支柱行业的房地产行业更应坚定信心、积极作为。

# 高校开放体育场地适当收费未尝不可

陈广江

近日,某高校运动场每人每次10元的收费引发争议。对于大学体育场地设施到底是否应该有偿开放,专家认为,目前大部分高校并非财政全额拨款维持运营,以收取适当费用的方式,向社会开放健身场地设施,未尝不是一项有益之举。

随着全民健身意识的增强和城市居民对体育设施需求的日益增长,高校体育场地作为公共资源的一部分,其开放与否、如何开放,不仅关乎民众的健康福祉,也考验着高校的管理智慧与社会责任。眼下,高校应积极创造条件开放体育场地已成为社会共识,问题就在于如何开放更合理、更可持续。

现实中,不少高校的体育场地面临着供给不足、年久失修、维修资金匮乏等难题,若免费开放,财力、人力难以支撑。采取有偿开放,看似不够“敞亮”,但实际上是在教育资

源与公共利益之间寻求平衡。这种选择虽不够完美,却是解决当前供需矛盾的一种务实选择。而且,从经济学角度来看,有偿开放能够让使用者更加珍惜和合理利用资源,由此带来的“限流”效应,也有助于降低安全隐患和管理风险。

根据教育部、国家体育总局《关于推进学校体育场馆向社会开放的实施意见》,学校可以根据维持设施运营的需要向使用体育设施的人群收取必要的费用,但收费标准应当与当地物价部门核准,并向社会公示。在合理合法的情况下,若有人一味盯着“收费”不放,制造舆论压力,难免会影响一些高校开放体育场地的积极性、主动性。只要能兼顾各方诉求、包容各方利益,实现高校体育场地综合效益最大化,公平公正、合理适度的收费其实未尝不可。

(作者单位:德州晚报社)

# 提高可识别性,让互联网广告更规范

范广阔

日前,市场监管总局发布《互联网广告可识别性指引》(以下简称《指引》)。《指引》结合互联网广告特性和行业发展趋势,针对不同的互联网广告发布场景,就广告可识别性的认定作出明确规定,进一步增强互联网广告监管规则的透明度和科学性。

在传统的广告发布场景,比如电视、报纸或者是街头广告,广告具有极强的识别性,能够让人一眼分辨出来。但在互联网领域,广告信息和非广告信息常常难以辨别。比如,打开短视频平台或社交平台,总能刷到各类博主的探店“种草”视频,涵盖餐饮、旅游等多个领域,若是没有明确标识,很难辨别出是收费广告还是体验分享。用户的辨别能力高低不一,给互联网广告留下了不当操作的空间。

此前,最高人民检察院发布的一批消费者权益保护公益诉讼典型案例中,就包括北京铁路运输检察院督促整治以探店视频形式,违规发布涉食品安全广告行政公益诉讼案。在该案中,检察机关认为,“探店达人”在发布推广视频时附加购物链接,却未标注“广告”字样,这种故意模糊兴趣分享与商业广告边界的行为,实则侵害了消费者的知情权。

广告信息和非广告信息难以分辨,维护消费者权益的最直接手段,就是明确要求以体验分享、消费测评等形式推销商品或者服务的,必须在显著位置标明为“广告”。此次发布的《指引》,细化了标注“广告”的义务主体、具体方式,有效解决了“谁来标注、怎么标注”的问题,明确了相关广告活动主体在提升互联网广告可识别性方面的责任义务,让监管规则更加清晰透明,相信此举能够让互联网广告行业更加规范,更加有序。

## 新闻漫画



### “幽灵外卖”为何屡禁不绝

位列某外卖平台“放心点”榜单的店家,注册地址竟然是假的;评分颇高的网红餐厅,就在距离废品堆五六米远的地方……日前,媒体曝光的“幽灵外卖”乱象,令人触目惊心。

“幽灵外卖”屡禁不绝,堂而皇之地占据排行榜重要位置,甚至成为热销高分店铺,外卖平台难辞其咎。对入驻餐饮服务提供者的名称、地址、食品经营许可证等相关信息进行审查,是外卖平台理应承担的责任和义务。可在实际操作过程中,平台在准入门槛上不断放水,对“幽灵外卖”存在的漏洞视而不见。市场监管部门在对这些“幽灵外卖”店铺进行立案调查的同时,更要严格督查外卖平台,督促其规范管理、堵住漏洞。

图/文 刘志永

# 打卡英雄的火火锅店以善意回报善举

乐兵

最近,北京市海淀区西二旗的一家火锅店突然火了起来,每到饭点都顾客盈门,甚至要排队等候。很多顾客来这里,并不是单纯为了吃饭,而是听说火锅店的老板为救落水者牺牲,大家以这样的方式表达一份敬意、寄寓一份哀思。

8月10日,河北廊坊固安县永定河畔三名儿童落水,山东大哥梁留伟救起三名落水儿童,回去救儿童父亲时体力不支溺亡。“老板的人品在这里,食材也不会差。”得知梁留伟的事迹后,四面八方的人们涌进梁留伟生前开的火锅店。有人开车近两个小时赶来,有人因时间来不及便特意买走几瓶饮料……一幕幕生动的场景,是大家敬英雄、爱英雄的真挚投射。

为了营救素昧平生的落水儿童,梁留伟毫不犹豫地挺身而出;为了帮衬梁留伟火锅店的生意,素昧平生的市民们自发进行爱心接力。这个暖心的故事,再次证明了一个朴素的道理:爱出者爱返。事实上,我们身边并不缺少像梁留伟这样的英雄,他们或许是穿梭在城市各个角落的普通人,但当危险来临时、当他人有难时,他们会尽自己所能地伸出援手、甚至献出自己宝贵的生命。给予这些英雄应有的尊重和敬意,是对凡人义举的珍视,对传统美德的呵护。

崇尚英雄才会产生英雄,争做英雄才能英雄辈出。8月21日,梁留伟被安葬在故乡泰安市宁阳县的烈士陵园内,并被追授“新时代雷锋”的称号。当地政府还向梁留伟亲属发放慰问金,并妥善安排好其父母赡养和子女抚养等事宜。见义勇为的英雄或许不图回报,但唯有让“善有善报”成为常态,才不会辜负他们每一次的“奋不顾身”。

(作者单位:河南省信阳市纪委监委宣传部)

# 长沙国控集团——走好改革路 答好发展卷

陈新 符佳仪 徐静

改革,是搞好国有企业的关健一招。

7月30日,长沙市国有资产控股集团有限公司(以下简称“长沙国控集团”)正式揭牌成立。该集团以原市国资集团、市国投集团、市产投集团等企业为主体组建而成,注册资本100亿元。

回望来时路,长沙国控集团贯彻落实市委、市政府及市国资委关于市属国企改革的重要部署,致力于打造专业的国有资本产业投资和国有资产运营商,在市属国企改革重组实施方案的指导下,边改革、边发展、边谋划,踔厉奋发,笃行不息,以坚实业绩彰显改革红利,交出高质量发展的新答卷。

点上,向着深处改,制定了清晰的“路线图”、详细的“施工图”和明确的“时间表”,实施“三步走”战略:第一步进行一级重组整合,即计划在3月31日前,明确领导班子分工,理顺组织架构,整合内部管理;第二步进行二级优化重组,即在6月30日前,完成二级经营单位重组整合,基本构建集团管控模式与运营机制;第三步进入深化提升发展阶段,即计划在12月30日前,全面完成集团管控体系建设,激活创新动能,全力推动高质量发展。

上能下、能进能出”的鲜明用人导向。同时,按照“压层级、减法人、优结构”的思路,以专业化重组为主线,以夯实集团核心功能、提升组织效率、增强融资能力为重点,充分考虑融资、主营业务、现金流、处遗风险等因素,采取保留改造、股权划转等相结合的策略,构建以实体经济为核心,产业投资与资产运营为双引擎的产业新格局。

71%、“压层级、减法人”成效明显,为提升运营效率和管理效能奠定了基础。

改革激发新活力。通过重组,长沙国控集团总体规模稳步提升、部分指标稳中有进、融资能力多维递进,“进”的态势不断巩固;战略规划、产业布局、组织架构持续优化,“新”的动能不断集聚;企业现代治理日趋完善,人才队伍建设不断强化,“硬”的实力不断提升;党建引领作用发挥明显,遗留问题处置取得进展,发展合力持续增强,“稳”的基础不断夯实;主责主业更加聚焦,业务结构更加清晰,核心能力更加突出,各板块业务有序推进,真正实现改革重组后主责主业的“形神兼备”。

## 大笔起势开新局

半年后,重组成效如何?

今年6月底,长沙国控集团基本完成二级重组,形成三大主业(实体产业、产业投资和资产运营)、五大具体板块(资产运营、产业投资、城市建设、现代服务、先进制造)的业务布局。

通过重组,各级管理主体由225家减少至146家,减幅达35%,二级全资及控股管理主体由35家,减少至10家,减幅达

## 无边胜景追前头

改革无止境,奋斗正当时。

下一步,长沙国控集团将以实体经济为核心,以产业投资育增量,资产运营盘存量,构建“产业+科技+资本+载体”四轮



长沙国控集团。(资料图片)

驱动的发展新模式,促进国有资本合理流动,做强做优做大国有资本。

察势者智,驭势者赢,谋势者远。在做强主责业务的同时,长沙国控集团积极投资布局新能源储能、生物医药等战略性新兴产业,不断优化产业结构,培育新利润增长点,助推集团市场化转型。

根据发展规划,长沙国控集团将聚焦主责主业,力争到2035年实现资产过千亿,营收过百亿,利润过十亿,培育1-2家上市公司的目标,成为具有行业影响力和

知名品牌的国有一流国有资本投资运营集团。

长沙国控集团党委书记、董事长余伟军表示,长沙国控集团将深入学习贯彻党的二十届三中全会精神,聚焦主责主业和改革方向,找准改革发力点和突破口,优化资本布局,提升企业现代治理能力,加快打造专业的国有资本产业投资和国有资产运营商,推动形成高质量发展新局面,为奋力谱写中国式现代化长沙新篇章贡献国控力量。

## 党建引领破浪行

重组并非易事,长沙国控集团在重组过程中面临“主业不突出、现金不充分,改制遗留多、资产瑕疵多”的改革发展任务。重组涉及各级企业共225家,人员安置、债权债务梳理、土地资产权属等历史遗留“包袱”多,资产不良率较高,重组整合受到多重约束。

针对这些挑战,长沙国控集团迎着难

# 湘船重工——闪耀湘江 驶向深蓝

陈新 陈琳

初秋时节,沿湘江北上,在长沙望城区靖港古镇的湘江畔,长沙国控集团旗下湖南湘船重工有限公司车间内,焊花闪烁,机器轰鸣,蓝天白云下,一艘艘在建船舶巍然挺立,宛如“巨人阵”,蔚为壮观。

造船业因集钢铁、机械、电子等50多个行业于一体,被称为“综合工业之冠”。作为湖南省最大的重点船舶生产基地,湘船重工正以其卓越的技术实力和前瞻的战略眼光,引领着湖南船舶工业的发展潮流。

船和高端公务船。

思路一变天地宽。2014年,湘船重工与浙江东极海运有限公司合作,建造的“奇观号”280客位消波瘦大型客船在舟山群岛旅游中大放异彩。此后,企业又陆续建造多艘登岛客船,迅速占领市场制高点,实现从低谷崛起,“长沙造”独树一帜。

十年磨一剑,湘船重工累计建造船舶超百艘,产值近20亿元。其产品涵盖海事巡逻船、公安指挥艇、渔政船、海监船、消防船等工程船,以及高速客船、豪华客船和车客渡船等。如今,在全国高速客船细分市场,湘船重工的消波瘦大型客船占据60%的份额,尤其在舟山群岛地区,“长沙造”地位稳固,无可撼动。2017年,湘船重工建造的南海岛际交通艇“晋卿”号交付三沙市使用,更是开创了湖南首次建造

南海海域船舶的历史。

如今,湘船重工在高速客船、政府公务船和超级游艇的设计、研发和建造方面已处于国内领先、世界先进水平,成为湖南省内最大的重点船舶生产基地和四家省级企业技术中心之一。

## “游”向希腊“艇”进欧洲

7月26日上午,长沙望城区靖港古镇湘江水域,55米“长沙造”超级游艇下水试航。这艘游艇不仅是湖南省首艘出口欧洲的超级游艇,更是长沙制造船舶迈向国际舞台的重要标志。

该游艇于2022年11月11日开工建造,历经一年半的精心打造,总长55米,总重量达1081吨,造价近1亿元,预计今年12月底将交付给欧洲客户,扬帆远航希腊

## 特色发展 奋发崛起

湘船重工的历史源远流长,可追溯至1945年成立的长沙船舶厂。多年来,该企业凭借精湛技艺和卓越品质,为湖南乃至全国造船业作出巨大贡献。其制造的海船、油轮、运输船等遍布沿海及长江各大港口,享有盛誉,创下多个



7月26日上午,在长沙望城区靖港古镇湘江水域,由长沙国控集团湘船重工公司建造的55米超级游艇下水试航。

爱琴海,并亮相世界游艇展,向全球客户一展风采。

超级游艇作为一种高技术船舶,被业内誉为“皇冠上的明珠”,不但要具备高端船舶的工业制造水平,同时作为海上的“五星级酒店”,对居住舒适度要求也极高。该艇采用全钢质全电焊结构,全长55米,船宽10.5米,总吨位1081,航速13.5节,续航力2800海里,额定船员9人,旅客22人,配置双机双桨,动力系统按无人机舱要求设计,满足24小时无人值班要求,具有很高的舒适性和静音效果。

内部装修同样彰显了品质,超级游艇采用铝合金吊顶,宽敞的沙龙娱乐空间、开放式室外吧台、伸缩跳水平台等豪华生活及娱乐设施,一应俱全。

回溯至两年前,2022年2月,船东爱可伦(中国)集团总裁Panos专程来到湘船重工考察,对湘船重工在焊接、油漆、材质和设备等方面均给予了高度评价。

经过深入调查和充分讨论,爱可伦公司最终决定与湘船重工携手合作建造这艘超级游艇,这是湘船重工首次与该船东合作建造超级游艇,开创了湖南省建造国际超级游艇的崭新历史,是湖南省交通系统的一次历史性突破,对打开国际销售市场与产品影响力,都具有里程碑意义。

## “四品”引领 布局未来

在船舶制造这一人力密集、技术密集、资金密集的产业中,湘船重工作为湖南省内的行业佼佼者,如何保持其良好的发展势头并持续发力呢?

湘船重工实施“四品”战略,即“巩固民品、发展精品、智造精品、创研新品”战略,巩固并扩大民用船舶市场份额,开拓特种船舶的业务领域;在船舶建造上,致力于提升船舶的舒适性、快捷性和安全性,进一步打开沿海高速客船、豪华客船市场。此外,加快智能无人船的研发和量产,加大新能源船舶的布局和推广,做强做大钢结构业务,布局物流行业,朝着打造综合性船舶企业的目标稳步前行。

湘船重工党委书记、执行董事邱军表示,湘船重工紧抓船舶产业结构调整和产业的历史机遇,以市场为导向、技术为引领,坚持军民融合发展主线,致力于打造中小船舶大企业并冲刺上市公司目标,努力打造区域品牌,并着力增强在公务船舶、高速船舶和特种船舶制造领域的竞争力,力争成为推动湖南船舶工业领域发展和助力湖南“制造强省”建设的中坚力量。

在未来的航程中,湘船重工在攻坚克难中砥砺前行,以更加开放的姿态驶向辽阔的蓝海。