

爆炒锂概念股有道理吗

财金视野

今年以来，“沾锂就火”成为A股市场的一大鲜明特点，部分锂电池业务贡献很低的上市公司，只要蹭点锂概念就能一飞冲天。8月份以来，沪深交易所已向多家A股上市公司发出关注函，直指涉嫌蹭锂电池概念热点的不良行为，一些证券公司更是向部分投资者喊话提示风险，参与炒作期间如出现异常交易，可能会被限制交易。

爆炒锂概念到底有没有道理？从行业景气度看，确实有投资的理由。锂是一种金属，因其在新型电池领域作用十分重要，一度被视为“白色石油”，是新能源汽车产业链和供应链条上重要的上游原材料。开源证券根据目前锂资源供给与需求测算，尽管国内锂资源开发加速推进，但锂资源市场总体仍延续供给紧平衡的态势，短期供给的增量恐难以满足未来新能源汽车的发展需求。

万得资讯统计，截至8月26日，电池级碳酸锂报价为每吨10.8万元，较上半年的

近期，蹭上锂概念的企业成为风险投资基金眼中的“香饽饽”。但是，“盐湖提锂”概念也好，“锂辉石提锂”概念也罢，归根结底都要靠上市公司的业绩支撑。任何投资都不能脱离行业和企业基本面，就算是锂电池这样中长期发展前景向好的领域，也不应透支短期业绩、忽视估值泡沫风险。

每吨8.8万元上涨逾20%，较年初的价格上涨逾100%；氢氧化锂也开启上涨模式，截至8月26日，电池级氢氧化锂报价为每吨11.9万元，较上半年末每吨9.4万元上涨逾20%，较年初的价格上涨逾130%。

受益于新能源汽车发展和锂资源价格上涨，那些蹭上锂概念的企业成为风险投资基金眼中的“香饽饽”。清科研究中心统计显示，7月份共有68家中国企业上市，汽车行业位列融资额首位。其中，带有锂电池概念的公司斩获融资额颇丰。

在二级市场，那些“家里有锂”的上市公司股价表现优异，再加上“盐湖提锂”“锂辉石提锂”“锂云母提锂”等多个版本的“故事”出

现，整个锂电池概念板块的交易投资呈持续活跃态势。今年以来，截至8月26日，已有20只锂电池概念股上涨超过100%，万得锂电池指数上涨83.22%，大幅跑赢沪深300、中证500、上证综指等指数。

但是，“盐湖提锂”概念也好，“锂辉石提锂”概念也罢，归根结底都要靠上市公司的业绩支撑。目前看，相关公司业绩尚未充分兑现，多数公司通过“盐湖提锂”实现的业绩占比较低，部分所谓的“盐湖提锂”龙头企业甚至仍处于亏损状态，或根本未掌握成熟的提锂技术。

股市反映的短期投资情绪和资金走向，从一个侧面证明了有关投资者的亢奋状态，

此刻更要注意防控风险。从资金面看，8月23日至8月26日，锂电池概念指数成分股的成交额、主力资金净流入额均居各大概念板块前5位；从估值看，剔除估值为负值的公司，截至8月26日，万得行业68只锂电池概念股平均市盈率已超过250倍，四成公司的估值超过100倍。即便估值“上天”，短期盈利难以支撑估值，但依然有人趋之若鹜。更有券商对相关公司的营业收入“预测”到2060年，这究竟是“看长远”还是加剧炒作之风呢？

从2007年的爆炒涉矿概念股，到2015年追逐“互联网+”概念股，再到今年“有锂便牛”现象，A股市场在增加投资主题的同时，更应该增加一份投资的理性和从容。任何投资都不能脱离行业和企业基本面，就算是锂电池这样中长期发展前景向好的领域，也不应透支短期业绩、忽视估值泡沫风险。这是锂概念股投资者应有悟道的道理。

周琳

日前，国务院办公厅印发《关于进一步规范财务审计秩序促进注册会计师行业健康发展的意见》，要求注册会计师行业紧抓质量提升主线，守住诚信操守底线，筑牢法律法规红线。

随着我国改革开放不断深化和市场经济深入发展，注册会计师行业一直活跃在改革发展前沿，在维护社会公平正义、规范市场经济秩序、保障国家经济安全等方面发挥了重要作用。但也不可否认，不少地方暴露出会计师事务所“看门人”职责履行不到位、受利益驱动不守职业道德、突破行业红线等问题，企业财务会计信息失真、上市公司财务造假等现象时有发生，严重影响了注册会计师行业的公信力和权威性。

究其原因，各地营商环境持续改善，一大批中小事务所如雨后春笋般出现，但受限于职业力量薄弱、专业水平欠缺等因素，有的被利益所支配，无视行业规则、职业准则，甚至铤而走险。一些规模大、实力强的事务所盲目搞外延式扩张，重发展速度，轻发展质量，到处“攻城略地”“野蛮生长”，忽视了能力和品牌塑造。也有个别从业者经不起利益诱惑，甚至成为财务舞弊的“帮凶”。这些乱象破坏了市场经济秩序，侵蚀着国家经济安全，必须铁腕整顿，坚决治理。

没有规矩，不成方圆。此次《意见》的出台，表明国家对中介机构涉及财务造假的零容忍态度，也让依法守法的经营者有了“护身符”，对建设现代化经济体系、实现经济高质量发展具有重要意义。

贯彻落实好此次《意见》要求，必须秉持从严监管、标本兼治的理念，推动行业各方归位尽责、回归本源，真正把诚信建设作为行业发展的生命线，提升注册会计师行业的公信力，补齐制度建设和行业监管上的短板，用制度管人管事。

在监管上，各地应坚持问题导向，构建部门协同、多方联动、社会参与的监管格局，切实加强行政监管，加强行业日常监管和信用管理。依法整治财务审计秩序，依法加强对从事证券业务的会计师事务所的监管，严肃查处违法违规行为并曝光典型案例，发现一起，查处一起，提高违规成本，对违法违规者形成有效震慑。同时，对于注册会计师个体也要加强监管，把不良工作记录纳入诚信档案，让其受到应有处罚。

对于一个行业、一个公信力很强的职业者来讲，诚信自律是其生存发展的根本所在。注册会计师行业组织应着眼于净化行业风气，加强日常监测，畅通投诉举报渠道，有效整治行业“潜规则”，从源头上治理虚假审计报告问题。各注册会计师事务所及从业者应优化执业环境和能力，强化内部管理，恪守职业道德，严守职业操守，让诚信和质量成为金字招牌。

孙现富

郑茂霞

向隐形冠军企业学什么

王克修

隐形冠军企业，是指那些不为公众所熟知，却在某个细分行业或市场占据领先地位，拥有核心竞争力和明确战略，其产品、服务难以被超越和模仿的中小型企业。隐形冠军企业的生存之道，总结起来可归结为以下三个特质：专注、专业、创新。

专注。隐形冠军企业专注于某个细分领域，牢牢控制着本地甚至全球市场，占有率往往大幅领先第二名及以后的追随者。这个细分领域，产品一般比较单一，通过规模和控制成本来盈利，有一定的技术门槛，大公司不愿意进入。隐形冠军企业都有一个十分明确的发展目标。比如，要在自己的领域成为全球最优秀的企业，不仅要占据最高的市场份额，而且要在技术和服务方面成为最出色的供应商。又如，早早树立了宏伟的理想，坚持要做行业领袖，只做第一，不做第二。再如，积极争取成为行业标准和市场规则的制定者等等。面对激烈的市场竞争，企业只有提供最好的产品才有可能赢得客户，击败对手。而这需要极大的专注，以至近乎偏执。全力以赴未必成功，但三心二意必定失败。想成为隐形冠军，必须克制多元化的诱惑，明确市场边界，发挥极致精神，专注在一个细小领域或局部环节上，把产品和服务做出绝对的比较优势。

专业。坚持专业化经营战略，把产品做精、做强、做大。创全球品牌，靠的还是专业经营。必须重新去理解、认识和确立“小商品，大市场，高科技，专业化”的经营战略，加强贯彻以市场为中心、保证客户满意的专业经营理念，重新认识、确立“不断提高产品质量”的核心地位，从设计、工艺流程、工艺装备和人员素质等各方面来保证有效降低综合成

本，提高产品质量，稳定市场与客户。隐形冠军企业崇尚“市场第一，客户至上”。在“市场”与“客户”的问题上，他们保持对立统一关系，即在产品、技术和客户需求层面，选择了狭窄、专注和深入挖掘；而在商业活动地域分布方面，则选择了宽广、博大，放眼四海。因此，这些企业的全球化程度通常很高。为控制客户，他们往往通过设立自己的子公司，而不是通过分销商来实现市场扩张。他们总是能够把客户关系牢牢地掌握在自己手中。他们惯于把自己的产品和独到的技术与全球化的营销结合在一起，而绝不轻易把客户关系交给第三方。

创新。有研究发现，隐形冠军企业的研发投入占比是普通公司的两倍。在有关研究者看来，隐形冠军的创新，既包括技术创新，也包括市场导向的创新。隐形冠军企业坚持对客户有价值的持续创新。他们善于借力使力，强调实用价值；他们坚持产品必须适销对路，绝不做无谓的科学前沿的研究。在狭窄的业务范围，他们往往能够“独辟蹊径”，通过一系列持续的改良和创新，不断提高客户的满意度和忠诚度，得到客户的持续信任。

隐形冠军企业并不意味着他们仅是某项产品或技术“鹤立鸡群”，在其背后依靠的是系统化能力的坚强支持，包括管理能力、创新能力和智能制造能力，这些能力一旦获得，便具有可复制性和可转移性，会成为企业未来拓展的重要战略资产。我国有大量中小型企业，他们的奋斗方向应该就是在某一个细分领域长期耕耘，持续创新，使自己成为细分领域的“专精特新”冠军企业。



徐 峻作(新华社发)

(时 锋)

远离此类“评选”

近年来，经常有一些公司“被报名”参加评选活动，莫名其妙卷入投票竞争中，被诱导花钱买票提高排名换取“野鸡”名誉。针对此类圈套，有关部门应加强对行业性、商业性投票活动的监管，督促各类出租出借的云服务器提供商履行好监督义务。此外，无论企业还是个人，参与商业性投票活动时，需要对主办方资质、评选流程等充分甄别，确保其合法性、权威性，遭遇违法刷票行为必须坚决抵制、及时报警。

月饼不需要豪华包装撑

离中秋节还有不到一个月，在厉行节约、反对浪费的社会氛围下，近几年月饼豪华包装、铺张浪费现象少了，月饼正在向口味创新、好吃不贵的本源回归。

月饼是中秋节的传统食品，但它又不是单纯的食物，还附载了深厚的文化内涵。月饼创新的落脚点，绝不是包装上花样翻新，而是在口味上与时俱进。一方面，月饼口味要向营养健康方向求变求新，另一方面，月饼外观设计要向文创食品方向精益求精。营养健康符合现代人生活方式，文创食品意在弘扬传统节日文化。两者结合，既能使月饼从节日特色食品向日常大众化食品转变，成为老少皆宜的健康食品，也能让月饼附载的文化内涵普及化，将传统文化不断发扬光大。

月饼代表团圆和收获，蕴含着深厚的文化底蕴，是传统中秋的文化符号。也正因此，月饼的价值不在于外表包装的豪华精美，而在于我们怎

面子

月饼不需要豪华包装撑“面子”，中秋更不需要过度包装浪费健康，让月饼回归健康基点和心意寄托，让传统文化发扬光大，才是最需要精心呵护和大力弘扬的。

诚然，在社会流动加快的今天，在外打拼的人们难以天天陪伴在家人老人跟前，但只要我们能坚守内心那份真情真爱，即便难以常回家看看，也能找到合适的表达方式，给亲人送上浓浓的中秋祝福。

吃月饼，过中秋。吃的是对美好生活的寄托和向往，过的是对优秀传统文化的认同和坚守。包装是外在面子，文化是内在里子，月饼不需要豪华包装撑“面子”，中秋更不需要过度包装浪费健康，让月饼回归健康基点和心意寄托，让传统文化发扬光大，才是最需要精心呵护和大力弘扬的。

孙维国

钢铁业提升集中度很必要

胡麒牧

我国钢铁产业集中度的提升，有利于产能结构的优化和产量的控制，有利于提升对上游原材料的定价权，有利于研发资源的共享，有利于客户和渠道的共享，有利于增强行业超低排放能力。

近日，鞍钢集团与本钢集团的重组正式启动。按照重组方案，本钢将成为鞍钢的控股子公司。重组后，鞍钢的粗钢产能将达到6300万吨，成为国内第二、世界第三大钢铁企业。至此，中国钢铁产业的整合之路又迈出重要一步，行业集中度再次提升。

目前世界钢协公布的全球十大钢铁企业中，有七家来自中国，说明中国头部钢铁企业的体量已经跻身世界前列。不过，放到我国占全球一半以上的粗钢产量中，单个钢铁企业的产量又显得微不足道。这折射出阻碍我国钢铁产业高质量发展的一个重要因素——产业集中度偏低。

人们常用一个国家中几个最大的钢厂产量占全国总产量的比重，来描述该国钢铁产业集中度。从这个角度来看，美国、日本、欧盟的前四大钢企的产

量分别占其钢铁总产量的65%、75%、73%，韩国前两大钢企产量占到韩国钢铁总产量的85%。而我国前十大钢企的粗钢产量，仅占到全国总产量的40%左右。也就是说，尽管国内钢铁企业近年来大力推进整合重组，但是钢铁产业集中度依然大幅低于发达国家水平。

钢铁产业集中度的提升，一是有利于产能结构的优化和产量的控制。通过股权关系构成的强管控模式，既能在同一集团范围内避免重复投资带来的资源浪费，让资源向高附加值产能倾斜，又可以全行业面临市场波动时更加高效地控制产量，快速出清。二是有利于提升对上游原材料的定价权。在我国铁矿石对外依存度超过80%的情况下，面对进口铁矿石国际“三巨头”的供给结构，中国钢铁产业

过于分散的需求侧难以形成集中采购合力，无序竞争极易炒高铁矿石价格，提高行业发展成本，压缩下游制造业利润。三是有利于研发资源的共享。在国内钢铁产业转型升级的过程中，科技创新是打造市场竞争优势的关键。从研发资源投入产出的角度来看，通过提高产业集中度，还可以整合企业内部研发资源，实现研发费用的规模经济效应，摊薄单位产品的研发支出，让研发资源的使用更加集约。四是有利于客户和渠道的共享，形成不同地区、不同产品线之间的业务协同效应。五是有利于增强行业超低排放能力。在“双碳”背景下，提升钢铁产业集中度能助力实现碳达峰、碳中和目标，促进钢铁产业的绿色发展。

鞍钢集团与本钢集团的重组，是提高我国钢铁产业集中度的重要一步。但钢铁产业的整合不是单纯为提高行业集中度指标服务，而是要通过行业整合来发挥企业集团内部在研发、采购、供应链、销售等领域的共享和协同效应，真正实现行业运行效率和国际竞争力的提升。

(作者系中钢经济研究院首席研究员)

洞见