

对房地产中介服务违规行为应零容忍

房地产周评

近日有上海市民发现,自己的房屋并未委托中介出租,却在不知情的情况下被办理了租赁网签备案。经对涉事中介机构调查,上海市房地产交易中心暂停上海闵行房地产经纪有限公司、上海金曙房地产经纪事务所等9家违规中介机构的住房租赁网签权限。

上海是近期整顿房地产市场中介机构的众多城市之一。近来,南京、广州、无锡、成都、合肥、厦门、北京等城市纷纷加大对房地产市场秩序的整治力度,中介机构是整治的重点对象。据分析,房地产中介机构的违规行为“五花八门”,包括违规炒作学区房、发布不真实不准确房源、违规报价、擅自撤下网签合同、房源垄断、赚取差价,帮助购房者资格造假、签订阴阳合同骗取贷款额度、经营炒房、规避税费,等等。

打击房地产中介的违法违规行为,对“稳预期”至关重要,不少城市都将违规炒作学区房作为对房地产中介机构检查的重点。个别

个别中介机构利用银行贷款手握一个小区内多套“学区房”,企图造成房源稀缺,操纵市场价格。打击中介违规行为,消除购房者焦虑情绪,有助于恢复市场秩序,已成为近年来房地产市场调控的一项重要举措。

中介机构利用银行贷款手握一个小区内多套“学区房”,企图造成房源稀缺,操纵市场价格。这加重了家长的恐慌心理,为房价上涨推波助澜。打击中介违规行为,消除购房者焦虑情绪,有助于恢复市场秩序,已成为近年来房地产市场调控的一项重要举措。

规范房地产中介服务,有助于行业长远发展。购房者有买涨不买跌的心理,一些房地产中介机构为了促成交易、拿到佣金,不断传递即将涨价的信息,哄抬价格。其实,房价过快上涨的情况下,一旦房地产调控措施出台,市场冰冻,成交下滑,中介机构反而没得生意做。所以,市场平稳有利于中介行业长期稳健发展,“房住不炒”应该始终坚持。

我国房地产中介行业历经20余年发展,涌现出一些优秀企业,“真房源”“不吃差价”等诚信行为成了一些企业的价值追求。也应该看到,违规行为给购房者和租房者带来困扰,消费者对房地产中介机构的投诉量居高不下,人们对房地产中介的信任感很难建立。

房地产中介机构乱象频仍,解决办法就是建立行业基础性制度和根本规则。诚信是其安身立命之本,房地产中介服务常常被当做“一锤子买卖”,“成交”就是“断交”,众多“黑中介”只顾眼前利益。诚信成了行业内的稀缺资源,事实上,越是守住诚信底线的中介和服务人员,越将赢得更多发展机会。道理虽简单,坚守却不易。

规范房地产中介服务人员的行为,除了通过立法、执法检查、行业协会加强培训和教育倡导之外,有关主管部门不妨设置“红黑榜”:提供优质服务的中介服务人员进入推荐名单,被发现不诚信行为的人员进入黑名单。这既对从业者起到督促作用,也能够帮助消费者辨别优劣。

还应加强职业教育和职业培训。我国房地产经纪人数已近200万,近年来从业人员学历水平有一定提升,受教育程度整体仍偏低。因此,应大力发展职业教育和扩大职业培训范围。

房地产中介行业拥有广阔机遇,诚信专业的中介服务将大有可为。二手房交易和住房租赁是房地产中介机构的主战场,二手房交易占比还会继续攀升,同时,住房租赁在解决居住问题方面也将发挥越来越重要的作用。期待这一行业朝着诚信专业的方向发展。

元舒

□ 本报记者 刘瑾

国潮兴 国货起

国茶潮饮沁人心

茶,起源于中国,盛行于世界。在国潮兴起的当下,有着数千年历史的中国茶正在通过不同路径突破,以年轻而又先锋的面貌散发出浓醇芳香。

守正创新出佳品

刚刚闭幕的第四届中国国际茶叶博览会(以下简称“茶博会”)上,中国茶成了名副其实的“明星”。

“这个红茶好甜好香。”从宁波专程赶来杭州逛茶博会的江女士边喝茶边告诉记者,自己和朋友都爱喝茶,对正山堂金骏眉期待已久,这次终于喝上了。和江女士一样喜爱红茶的不在少数,正山堂展厅的几张茶桌从早到晚座无虚席。

红茶是全发酵茶,长期以来,深受国外爱茶人士的青睐,是全球销量最高的茶叶品种。但同时,传统红茶浓醇苦涩的口感,在国内接受度一直不高。为了打开国内市场,近年来,红茶企业持续创新,改进技术,提升红茶口感。

“传承400余年的正山堂守正创新,近六年来稳居国内红茶销量第一。”福建正山堂茶业有限公司副总经理林寅告诉记者,借助自主研发的骏眉工艺,公司开发了金骏眉及骏眉系列产品,让红茶也可以有金黄油亮的色泽、香甜的口感,树立了新的红茶标准,掀起红茶内销的热潮。

龙头企业带动行业的发展,是国货的使命,也是国潮崛起的必然趋势。据主办方介绍,为期5天的茶博会上,有1511家企业集中展示,吸引了数万人次前来观展,专业采购商4066家,有力地促进产销对接、品牌推广和服务交流。

中国工程院院士、湖南农业大学学术委员会主任刘仲华表示,全球种茶国家和地区有60多个,有饮茶习惯的国家和地区达160多个。中国是世界第一大产茶国,茶园面积占全球60%以上,茶叶产量约占全球50%,茶产业总规模超过7000亿元。

站在第一大产茶国的基础上,茶行业近年来在茶科技、茶产业、茶文化方面加快探索。茶博会开幕当天,即“5·21国际茶日”,武夷山、品品香和正山堂集团强强合作,推出了湖光山色茶旅研学产品;福建茶企华祥苑跨界牵手厦门航空、片仔癀保健食品两大“福建籍”国货品牌推出白茶联名款,重点推介福鼎白茶。

产业跨界、产业混搭、产业融合的现象在茶行业越来越普遍,同时,伴随着信息化的广泛应用,营销体系也在革新,茶产业未来可期。正如中央农办主任、农业农村部部长唐仁健在茶博会致辞中所说,未来,随着人们更加关注健康和生活品质,对茶叶等健康饮品和茶旅游、茶文化的需求会越来越旺盛,茶产业发展潜力巨大。

新茶饮的年轻力量

中国茶要持续发展,离不开与当代年轻人的对话。主打“慢生活”的传统茶,如何才能适应年轻人的快节奏?

乘着新国货新消费的浪潮,新茶饮构建出一个关于年轻人生活方式的新场景与新趋势,为茶产业的发展提供了新思路。

什么是新茶饮?目前并没有明确的定义,大致是指采用优质茶叶、鲜奶、新鲜水果等天然、优质的食材,通过更加多样化的茶底和配料组合而成的中式饮品。新茶饮的快速发展已成为现象级事件。

5月11日,新茶饮头部品牌喜茶推出了一款新品,上市首日就售出近40万杯。更让人震惊的是,为了方便售卖和营销推广上线的微信小程序“喜茶GO”,两年时间内已经拥有4000万粉丝。

新茶饮的规模有多大?《2020新式茶饮白



中国茶叶股份有限公司在茶博会上的展厅内坐满了品茶的客商。 本报记者 刘瑾摄

皮书》数据显示,2020年,新茶饮消费者规模突破3.4亿人,市场规模超1000亿元,2021年将突破1100亿元。

中国连锁经营协会社区部主任、新茶饮委员会总干事孙工贺告诉记者,新茶饮最核心的关键点,不是用了新鲜的水果和牛奶,而是满足了新一代消费者的需求。

“当时帮我做茶的师傅们特别反对把茶和水果搭配在一起,觉得这不是茶。我说唐代就有把各种食材跟茶煮在一起,宋朝就喝抹茶。我们只是用当代年轻人喜欢的口味和演绎方式来做茶饮。”奈雪的茶创始人彭心回忆说。

中国食品产业分析师朱丹蓬在几年前就十分看好新茶饮的市场前景。“新茶饮有刚需,整体发展非常迅猛。新茶饮的属性跟咖啡一样,属于新生代最喜欢的品类之一。”

从资本端来看,新茶饮也颇受青睐。天眼查数据显示,我国新茶饮赛道中有百余个品牌曾产生超200起融资事件。截至目前,2021年该赛道已发生十余起融资事件,融资总额超8亿元。

新茶饮行业快速发展的同时,市场格局快速稳定,表现出典型的互联网时代新兴产业特征。高端市场上,喜茶、奈雪的茶占据主导,茶颜悦色等地方品牌在当地有较高声誉;中端产品线里,COCO、一点点等品牌优势明显;在广大的下沉市场,蜜雪冰城以其开店密度和品牌效应占据绝对地位。

朱丹蓬认为,整个新茶饮行业已相对成熟,细分赛道已经出现。新茶饮行业进入充分竞争、高度集中阶段的同时,也存在很多不稳定因素,有食品安全问题,也有加盟连锁不专业的问题,行业还需要进一步规范。

总体来看,新茶饮行业当前还处于成长期。“每一家品牌都有相对明确的受众人群,但客群不是绝对切割的。”孙工贺认为,随着新茶饮品牌的发展,已经形成了一定的护城河。但目前来看,新茶饮行业还有很大的增长空间。

科技赋能持续发展

5月20日,法国、西班牙、摩洛哥三国驻华外交官走进四川省峨眉山竹叶青茶业有限公司工厂,深入了解了竹叶青现代化的生产工艺,亲身感受中国茶文化。

看到车间内自动化的茶叶生产线,领略到超高温增湿热风加滚筒杀青技术以及创新的高温短时连续提香技术,品尝到散发着嫩栗香气的竹叶青后,一位外交官表示,“竹叶青现代

化生产工艺和严苛选茶标准令人惊喜”。我国早已是茶产业强国,但也要看到,尽管我国茶行业2021年产值预计达2700亿元至2900亿元、从业人员超过7000万人,却至今没有一家真正的主板上市公司,也没有一家市值很高的公司。这是为什么?

刘仲华称,当前中国茶产业发展中仍存在产销失衡矛盾凸显、茶叶生产的劳动力成本攀升、茶叶出口规模增速缓慢等问题。解决之道是创新,如茶产业数字化发展、研发符合消费需求的新产品、营销模式创新。他认为,“未来中国茶产业的生产和管理发展趋势将是茶树品种优良化、茶树栽培生态化、茶叶生产机械化、茶园管理信息化、产业全程标准化”。

传统技艺须与现代科技融合,企业必须有对成本与价值的双重考虑,才能真正引领行业发展。近两年来,年轻人对茶叶消费需求增强,高端茶产销量增长,推动着行业企业在更高层次上将新科技融入产业中,突破表面的工艺创新或形式创新。

“茶叶生产要增加技术含量,提高生产过程的机械化、工业化水平。”全国茶叶标准化技

术委员会主任委员、中国茶叶流通协会会长王庆表示,要运用互联网大数据来精准分析消费者的需求,延伸茶叶的产业链,创新开发茶叶深加工与衍生产品,提高茶叶的综合利用率。此外,还要讲好茶故事,将茶文化、茶科技、茶产业统筹发展,把中国民族品牌茶叶推向全球。

对于中国茶产业的未来,领军茶企负责人、八马茶业董事长王文礼充满信心,“中国茶品牌的好日子才刚刚开始。”他认为,乡村振兴、科技赋能、消费升级等都有利于中国茶业的发展,接下来,中国的茶行业会迅猛发展,涌现出很多大企业。

标准煤耗由99.98kg/吨下降至93.8kg/吨,熟料综合电耗由49.01kwh/吨下降至45kwh/吨。”梁学文表示,泰安中联生产线充分体现了互联网+、信息化和智能化等先进现代化综合技术,实现了水泥工艺和制造的全面升级。通过采用智能矿山、智能质控、智能物流、智能设备管理、智能能源管理以及智能生产控制等手段,有效降低设备管理风险,提升生产系统效率。

发展智能制造不仅推动水泥行业迈向高质量发展,还提升了企业效益。“在2020年新冠肺炎疫情的压力下,泰安中联全年共销售水泥97.13万吨、熟料49.27万吨,销售收入达63100万元,实现净利润14230万元,缴纳税费超过1亿元。”梁学文说。

如今的建材行业,自动化程度越来越高。从原材料、生产制造到仓储物流完整的自动化生产

线已屡见不鲜。以玻璃纤维行业为例,一条万吨级池窑拉丝玻纤生产线原先需要员工在各个环节把控产品质量,一个环节出了问题就会影响整条生产线的生产效率。而泰山玻纤正是行业进步的一个生动案例,有效把控了产品质量。

“在高熔率大型池窑设计与建造、大漏板弥散技术、大型离线短切纤维生产线、全自动物流输送等领域,泰山玻纤引领了行业技术进步。”泰山玻璃纤维有限公司党委书记吴龙表示,通过新旧动能转换,公司已建成全球单体产能最大耐碱纤维生产线,“我们还进行创新研发,攻克多项技术难题,形成了5G用电子级低介电玻纤、扁平玻纤、电子细纱和超薄电子布等系列高端产品”。

吴龙介绍,智能制造推动了企业的提质增效。新旧产能对比,泰山玻纤综合生产成本,吨产品生产能耗大幅下降,全员劳动效率显著提升。



近日,中国连锁经营协会与毕马威联合发布了《2021年中国便利店发展报告》。数据显示,2020年全国品牌连锁便利店销售额2961亿元,增速达到6%左右。便利店行业在零售业态中保持较高增长。报告同时显示,便利店行业在扩内需促消费等政策激励下将迎来新发展机遇。

随着新冠肺炎疫情防控取得重大战略成果,我国消费市场逐步复苏,对经济增长的拉动作用也在逐步回升。同时,扩内需促消费等政策成效显著,社会消费潜力被进一步激发。就我国消费市场的宏观发展趋势来看,人口结构变化、居民收入提升、国家政策支持、科技进步和绿色发展等因素将推动和塑造未来消费市场发展。

报告指出,现阶段,消费结构和需求随着市场发展和疫情影响呈现出多样化的发展态势,消费渠道和消费理念的变化也对便利店提出了新的要求。未来,便利店将向5个方向进行转型,分别是:升级结构连锁化、以自主品牌个性化吸引流量、打造数字化经营闭环、扩大便利店服务半径以及整合供应链和提高物流管理体系。

针对便利店行业的发展现状,毕马威中国消费品及零售行业咨询主管合伙人毛健表示,纵观便利店行业,2020年虽然受到疫情影响,但较其他零售业态而言仍保持较高增长。品牌便利店规模达到将近20万家,地理区域布局进一步扩张;门店类型向以近场型业态为切入的社区型门店拓展;数字化投入较往年进一步增加。

但也应看到,受疫情影响,便利店企业也面临着到店客流下降、关店、坪效下降等问题。为应对市场变化,便利店企业纷纷加强自身的运营能力,更加重视自主品牌建设,加大对鲜食商品等差异化品类商品的投入。报告显示,七成以上的便利店企业建立了会员体系,加速布局线上业务,并通过加大培训投入,提高人均薪酬来留住核心管理层和基层员工。

此外,报告认为,购物便捷性、体验场景化、品类升级与数字化驱动将是便利店企业未来的四大核心发展趋势。一方面,便利店企业要注重社区、近场型购物场景的加速扩张,探索线上线下购物渠道的拓展,加速与更多生活场景的覆盖。另一方面,便利店企业要关注线下门店场景化体验,通过消费场景提升增加消费者触点,进一步提升消费复购频率。此外,便利店企业也要利用数字化运营支撑运营效率,通过会员体系构建来增加复购客单,打造以消费者为中心的营销及品类供应链,实现运营效率提升,进一步实现降本增效,提高收入和利润水平。

专家认为,未来3年至5年,以运营能力提升为驱动的可持续发展是未来便利店企业聚焦的重要发展方向。其中店铺运营是支撑未来发展的核心,企业需围绕门店扩张、商品迭代与数字化能力提升店铺运营整体水平。

本版编辑 吉亚娇 美编 王子莹

便利店在零售业态中保持较高增长

本报记者 冯其予

建材业加速智能化转型

本报记者 祝君壁

标准煤耗由99.98kg/吨下降至93.8kg/吨,熟料综合电耗由49.01kwh/吨下降至45kwh/吨。”梁学文表示,泰安中联生产线充分体现了互联网+、信息化和智能化等先进现代化综合技术,实现了水泥工艺和制造的全面升级。通过采用智能矿山、智能质控、智能物流、智能设备管理、智能能源管理以及智能生产控制等手段,有效降低设备管理风险,提升生产系统效率。

发展智能制造不仅推动水泥行业迈向高质量发展,还提升了企业效益。“在2020年新冠肺炎疫情的压力下,泰安中联全年共销售水泥97.13万吨、熟料49.27万吨,销售收入达63100万元,实现净利润14230万元,缴纳税费超过1亿元。”梁学文说。

如今的建材行业,自动化程度越来越高。从原材料、生产制造到仓储物流完整的自动化生产