

对中介“吃差价”行为说不

房地产周评

深圳的夏女士花4150万元买了深圳市南山区的一套房产，并向中介机构中原地产支付中介服务费33.2万元。事后却得知，卖家仅收取了购房款3900万元。夏女士认为，中介吃走了250万元差价，她要求拿回这部分。此事披露后，迅速登上热搜。

应该明确，中介“吃差价”是违规的。《房地产经纪管理办法》明确，房地产经纪机构和房地产经纪人员不得有如下行为：根据对交易当事人隐瞒真实的房屋交易信息，低价收进高价卖（租）出房屋赚取差价。

对于涉嫌违规“吃差价”，涉事方作了回应。中原地产撇清了与这笔差价的关系，认为自己正常收取中介费，与拿到250万元的深安房地产无任何关系，不违规。原来整个事件中，除买卖双方和中原地产三方之外，还有个“第四方”——深圳深安房地产代理有限公司。深安公司承认自己拿到250万元的事实，但声称自己未参与房屋买卖的中介业务，250万元是其为卖家做软装设计、装修等的“策划服

把各方交易置于阳光之下，不良交易就会无处遁形，完善基础设施势在必行。应该加快建立二手房信息交易平台，补齐基础设施短板，以促进行业规范健康发展。

务费”，同样合理合法。

深安公司收250万元的行为是吃了差价吗？深安公司即使对房屋做软装设计和推广，需要250万元那么多吗？尽管深安公司的确可能对房屋进行美化改造，花费也十分有限，实际上都是为其作为中介机构的吃差价行为打掩护。同时，深安公司以策划服务之名行中介之实，以策划服务为由绕开有关政策条文和监管。如将深安公司的“策划服务”认定为中介行为，则佣金应对买方和卖方透明。深圳市房地产中介协会发布的《关于实施“佣金透明化”要求的通知》规定，房地产中介机构提供中介服务，应就服务项目、计费依据与标准及各方应付佣金及其税费分担等，明确告知交易双方，不得“背靠背”，刻意隐瞒牟取不正当利益，或与一方当事人串

通，损害另一方当事人利益。因此，深安公司同样可能涉嫌违规。

不过，也有律师认为，买家委托中原地产买房，卖家为更快卖房，找另一家中介机构深安公司提供策划和软装服务，深安公司收取委托合同中规定应得的250万元报酬，过程中并不存在问题。

中介机构的行为是否违规，夏女士能否要回250万元，广大购房者期待定论。深圳市房地产中介协会曾在接受采访时表示，深安公司与业主所签订策划代理协议，以及业主支付给深安公司的250万费用尚无定论，需从法律层面判断。

有时候，违规与创新发展，可能仅仅是一步之遥。在其他国家，对于中介为了促成交易，帮助卖房者进行包装、装修、推广等提高房屋价值并收取佣金的中介服

务模式早已有之。只不过，这样的操作建立在阳光透明的基础之上，并且遵守相应行业规范。

面对国内这类涉嫌打擦边球的行为，有关部门应尽快补上监管漏洞。中介行业的规范发展，还有赖于主管部门通过行政规章等形式，进一步明确中介服务机构的

行为边界，对于确实不利于房地产市场稳定发展，损害买卖双方利益的行为，应予以明令禁止。

把各方交易置于阳光之下，不良交易就会无处遁形，完善基础设施势在必行。目前我国二手房交易推行的仍然是双边代理，即中介服务人员既为卖家服务，也为买家服务。为促成交易，中介服务人员也常常利用信息不对称操纵交易价格。如果官方二手房信息交易平台更加完善，买方和卖方对于交易价格都能做到心中有数，“吃差价”的行为就会大大减少。正如不少业内人士呼吁的那样，应该加快建立二手房信息交易平台，补齐基础设施短板，以促进行业规范健康发展。

元舒



10月12日，宁德时代发布公告，控股子公司广东邦普循环科技有限公司及其控股子公司拟在湖北省宜昌市姚家港化工园田家河片区投资建设邦普一体化电池材料产业园项目，项目投资总金额不超过人民币320亿元。宁德时代这笔大投资，引发市场热议。

这并不是宁德时代在电池回收领域的初次布局。早在2013年，宁德时代便已通过收购邦普循环，涉足电池回收业务；2018年，还与上汽集团达成战略合作，共同推进新能源汽车动力电池回收再利用。

这也并不是宁德时代一家独有的布局。今年下半年，LG能源、SK创新、三星SDI、特斯拉、国轩高科、亿纬锂能等纷纷入场动力电池回收行业。

是什么原因让产业链公司积极布局动力电池回收？在近日召开的中国电动汽车百人会2021第三届全球新能源与智能汽车供应链创新大会上，中汽数据有限公司资深主管王攀一语道破：“近段时间，原材料价格上涨趋势迅猛，我国钴、镍、锰对外依存度超过90%，未来整个动力电池的产量还会增高，势必需要通过电池的回收利用弥补前端资源的紧缺。”

锂电池的上游原材料镍、钴、锂等贵金属价格波动的剧烈超出预期。截至10月8日，国内现货钴的价格从去年4月不到24万元/吨的价格上涨至逾38万元/吨，涨幅近60%。锂原料价格涨幅更为惊人，据SMM现货均价显示，截至9月底，碳酸锂的价格在一个月內上涨了50%，价格逼近19万元/吨，而今年年初时其价格仅为5.7万元/吨，涨幅达到233%。

供需矛盾的加剧，引发产业链上下游对动力电池回收的关注。根据国家规定，动力电池容量衰减至额定容量的80%以下，就要面临退役、被强制回收，而最早一批新能源汽车配备的动力电池已处于退役期。2020年我国动力电池退役量高达20万吨（约25GWh），预计2025年后，每年退役电池数量增长将超百万量级。电池的回收利用将成为一片新的蓝海市场。

政策层面频频为动力电池回收助力。7月初，发改委印发“十四五”循环经济发展规划的通知，该规划对动力电池回收利用溯源管理体系、梯次利用作出重要指导；8月，工信部等五部门印发《新能源汽车动力蓄电池梯次利用管理办法》，生态环境部发布《废锂离子电池处理污染控制技术规范（试行）》，规范指导废锂离子电池处理过程。

目前，从动力电池回收行业本身来看，工信部2018年、2021年分别发布两份电池综合利用白名单，合计27家企业，行业格局初现。“我们现在通过梯次利用和再生利用可以使电池成本降低20%以上。”江苏华友循环科技有限公司总经理鲍伟认为，任何工厂降低10%的成本都是非常难的事情，但通过再生资源循环板块的努力，能做到这个目标。中国是全球唯一花钱收退役电池的国家，通过湿法冶金、梯次利用实现了很好的增值作用。

“可以看到电池企业和整车企业都在积极布局电池产业链，从矿产开始一直到资源回收都在做积极布局。”中国电子科技集团公司第十八研究所研究员肖成伟表示，中国动力电池企业积极参与全球竞争、布局海外设厂，无论是从降低成本，还是从碳排放角度来看都有益处。

本报记者

刘瑾

家纺产业蕴含美好商机

本报记者 祝君璧

产业聚焦

大到多件套的床上用品、沙发用布、功能性遮阳帘，小到毛巾、浴巾、拖鞋以及纺织工艺品……家纺产品装点丰富着人们的家居生活。随着外部环境变化，消费者对于家纺产品的需求不断提升，家纺产业应积极把握消费市场新趋势，有效应对原料、用工等问题带来的困难和挑战，进一步加快产业升级。

日前举行的2021年中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会（以下简称“家纺展”），展出了十二大家纺品类，集中展示了中外家纺制造品牌的硬实力。且随记者走进展会深入观察，家纺产业如何提升技术水平、开拓商贸新渠道、寻求新商机？

新技术 着力以质取胜

27000平方米的展览面积，容纳了近6000家参展商，中间不乏纤维纱线企业的身影。近450家纤维纱线展商分布在创意花式纱、奢华羊绒纱、品质毛纱、绿色麻纱、功能化纤和海外纱线展区，生动诠释了家纺产业源头“科技、时尚、绿色”的全新定位。

在杭州高烯科技有限公司展区，公司主推的石墨烯康护纤维吸引了众多参展客户关注。石墨烯多功能复合纤维涵盖多种功能，可广泛用于服装、家纺等领域。高烯科技创始人高超介绍，从一块石墨到一身衣衫，高烯科技攻克了单层氧化石墨烯从制备到应用的技术难题，为纺织原料提供了“产学研用”一站式健康解决方案。

维纶性能接近棉花，有“合成棉花”之称，是现有合成纤维中吸湿性最大的品种。中国石化旗下所属材料、化纤企业负责人介绍，客户对其涤纶、维纶、乙纶、碳纤维、功能高新技术纤维等产品很感兴趣，“1公斤维纶可替代6公斤石棉。维纶不仅可用于外科手术缝线、衣料、自行车轮胎帘子线、过滤材料，还有多种工业用途”。

本届家纺展，不少纤维纱线企业抱团参展。山东省德州市夏津县共有棉纺织企业197家，纺纱规模达220万纱锭，全县70%的棉纺企业拥有先进自动化生产设备，此次共有15家纺织企业组成夏津展团。在沛县展团展区，展出了当地企业最新纤维纱线展品，其中，江苏金荣泰新材料科技有限公司生产的“华丝”品牌莱赛尔纤维引起关注。据介绍，该企业年产30万吨莱赛尔纤维，项目总投资约121亿元，目前一期年产3万吨莱赛尔纤维项目A线已于去年6月份投产，B线正在筹备中。

新疆展团相关负责人表示，当前新疆纺织产业由“以量取胜”转为“以质取胜”，纺织企业纷纷以生产高质量产品，提高产品附加值为目标。“家纺企业应紧跟时代趋势，不断创新。”中国纺织工业联合会原会长杜钰洲如是说。

“在新格局下，家纺展充分发挥平台作用和零距离接轨下游市场的‘全品类一站式’优势，从源头为全球纺织产业链注入新活力新动能。”中国纺织工业联合会副会长杨兆华说。



图① 在家纺展上，中缝利华智能技术有限公司展出的全自动电脑家纺双侧边自动流水生产系统，可高效率、自动化缝制布料双侧边，适用于家纺窗帘、浴帘、桌布等。

本报记者 祝君璧摄

图② 工作人员正在向顾客介绍布料。

本报记者 祝君璧摄

新模式 线上线下发力

“每块布料都有专属二维码，扫码即可自助下单。”华尔泰国际纺织有限公司董事长徐博华表示，本届家纺展华尔泰打造智能展区，客户可通过扫描二维码进入每块布料的专属页面，浏览关于布料的全部信息。

“往年家纺展，导购员要同时接待好几批客户，难免有疏漏。今年我们推出扫码自助下单，不仅减轻了导购压力、方便客户了解产品，还可通过系统后台关注页面浏览数据，估算各货范围和规模，提高发货效率。”徐博华说。

今年家纺展，企业的创新营销模式不胜枚举。展会的线上商业配对平台——“家纺展云展会”进行了升级改版。“今年线上展会突出商贸配对功能，将线上优势与线下结合，利用展会多年积累的买家数据库，精准邀约传统买家，实现线上线下同步观展，以实现促进家纺市场快速恢复。”杨兆华说。

今年，展会现场继续举办云展会直播，并推出海外买家线上配对活动，帮助国际家纺行业从业者面对面交流，跨时空对接。“软装设计师带您云逛展”活动，从设计师角度解析产品、指导软装搭配等，向家居企业展示家纺参展企业展品及设计理念，实现零距离云逛展。

“线上活动帮助参展企业拓展了商贸渠道，我们在线下展区更要将行业最新技术和产品展示出来。”创明遮阳科技有限公司负责人苏林军告诉记者，作为一家致力于提供窗帘遮阳行业全产业链产品及服务的公司，创明率先向数字化和自动化转型迈进。

“我们不仅研发生产了最新款的罗马帘、卷帘、百叶帘等产品，还率先实现窗帘轨道控制系统的电机、芯片等核心技术国产化应用，摆脱了过去依赖进口的限制。”苏林军表示，公司生产的窗帘轨道可通过连接智能

手机对各种窗帘产品进行控制。

杨兆华表示，近几年窗帘布艺企业纷纷增加缝制生产设备，窗帘加工缝制环节日趋规范化、标准化，使窗帘产品品质得到保证，改善了行业加工质量参差不齐的问题，生产效率和品质得到显著提升。与此同时，整个行业的设计创新能力明显加强，自动化、信息化水平不断升级，两化融合步伐加速，成品自动连续化生产取得跨越式发展，这些都为家纺行业高质量发展提供重要支撑。

大连东立工艺纺织品有限公司营销部副总经理卫丽梅告诉记者，今年东立工艺的出口形势大好，超过往年水平，“一方面得益于东立的产品质量有保障，另一方面东南亚地区受疫情影响，导致订单转移到中国”。

新应用 链接多方资源

对家纺行业及企业而言，当前亟需的不仅是提供交易、交流的平台，更是链接多方优势资源，获取市场前沿信息、技术创新趋势的直接通道。“家纺企业应加强创新，解决应用痛点，满足人们对美好生活的更高要求。”正如中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇所说，如今，家纺企业更注重整体效益，极力推进“跨界、共赢”的发展模式。

“跨界融合已成为产业发展的必然趋势，为消费者提供整体家装家居解决方案不仅使企业间实现优势资源互享，也将激发更多消费需求。”嘉宝莉化工集团股份有限公司嘉宝莉艺术涂料项目部总监彭元聪表示，如今，属于家装领域硬装范畴的涂料已经成为软装领域必不可少的“添姿”元素，传统涂料大厂和专业品牌纷纷布局艺术涂料市场，推动艺术涂料产业快速发展。从长远看，艺术涂料产品品类潮流趋势将围绕实用、雅



②



③

图③ 在本届家纺展华尔泰智能展区，客户正通过扫描布料上的二维码查询布料信息。

本报记者 祝君璧摄

图④ 家纺展现场展示的布料小样。

本报记者 祝君璧摄



④