

## 2016 上市公司法律风险指数发布

**本报讯** (记者王群)债务诉讼急剧增加、493 名高管被追责,为 2011 年 110 次的近五倍,房地产业成为法律风险上升幅度最大的行业……日前发布的《2016 上市公司法律风险指数报告》显示,由于经济下行带来的企业经营困难、资金紧张、违约现象普遍,近五年来,我国上市公司面临来自于诉讼方面的法律风险逐年增加,这在 2015 年表现得尤为突出。

由法制日报社和中国政法大学企业法务管理研究中心联合发布的此次报告,通过对 2015 年 2747 家上市公司的法律风险指数进行测评发现,2015 年上市公司法律风险指数为 25.806,比 2014 年的 25.288 上涨了 204%,上升幅度较为明显。总体而言,2015 年中国上市公司面临着更为严峻而复杂的经营环境,最为突出的是因债务问题产生的诉讼数量急剧增加,直接反映为上市公司诉讼次数和涉案资产指标的增长。

从诉讼的行业分布来看,金融业是披露诉讼数量和涉案资产最为集中的行业,金融行业的诉讼案件数量占上市公司诉讼次数总量的 87.9%,涉案资产占上市公司涉案总资产的 23.9%。与 2014 年相比,2015 年房地产业是法律风险上升幅度最大的行业,法律风险排名由 2014 年的第 33 名上升为第 4 名。中国上市公司法律风险指数报告自 2008 年以来,每年发布一次,今年是第九次。

## 镇海炼化自动化分析更快更可靠

**本报讯** (记者孙喜保)日前,中石化第一台应用于水中油含量测定的自动分析仪落户镇海炼化。这是镇海炼化攻关团队和生产厂家集体智慧的结晶。仪器集成了水中油样品测定过程中的萃取剂添加、样品萃取、分离、废液排放、数据处理等分析步骤,全过程密闭运行,不仅解放了操作工的双手,还减少了试剂对人体的伤害。硫氮测定仪过去没有自动进样装置,分析人员要用超细针筒把 2 微升的样品缓慢注射到分析仪内,还要控制注入的速度保证其发生一定反应。现在,分析人员只需把装样品的小瓶放好,就可以转身忙其他工作,样品会批量自动进入分析仪器。

此外,通过拓宽仪器应用范围,提高在线分析仪投用率,镇海炼化自动化分析水平越来越高。近 3 年来共更新零购 142 台自动化分析仪器,其中 51 台创新了方法和技术。

## 大漠高空养路人

**本报讯** (记者刘静 通讯员唐哲 赵添)屈瑞红,呼铁局包头供电段“80 后”工长,2011 年退伍入路,作为“门外汉”,他凭着一股闯劲,在大漠深处苦练硬功,逐渐练就一身“硬功夫”,成为供电工区领头羊,并荣获全国铁路“火车头奖章”。

响沙湾接触网工区承担着包西线路牵引供电设备及电力设备的运营、检修任务。为了提高维修作业效率,屈瑞红先后制定“接触网工五步作业法”“接触网故障快速抢修恢复法”,培养出 3 名经验丰富的年轻工班长,8 名青工成为技术骨干,4 名职工获得局级技术比武名次。2015 年 4 月鄂尔多斯站进行施工改造,在网电更新强度大、任务紧、周期长、环境差等考验面前,他带领职工日夜忙碌在现场,创造了全段“三个之最”,用心血和汗水为草原铁路实现“动车梦”提供动力保障。

## 车辆检修工标准化作业大检阅

**本报讯** (记者邹明强 通讯员黄波)“减压 140 kpa,三次制动缓解,制动缸活塞行程相差小于 10mm……正常。”10 月 18 日,武汉铁路局江岸车辆段检修大库内,程光辉凭借娴熟准确的操作,提前 14 分钟完成整个标准作业过程,夺得铁路车辆系统货车检修职业技能竞赛现车制动检修项目的冠军。

全国铁路车辆系统货车检修职业技能竞赛于今年 8 月份启动,在铁路总公司 18 个铁路局(公司)4 万多名车辆检修工中进行检修技术标准化作业大练兵,经过层层预赛评选,159 名检修工进入车辆钳工等 4 个工种和车钩检修等 9 个项目的理论考试和实操技能决赛。一直以来,武汉江岸车辆段坚持用作业指导书对标各个检修工种的作业,标准化建设一直走在前列,赢得了此次活动的主办权。

## 酷开发布新款游戏电视

**本报讯** 10 月 18 日晚,酷开全新品牌和产品发布会在北京举行。发布活动中的梦幻城堡、魔幻巨轮、魔法师等元素将现场数百家媒体、嘉宾带入奇幻世界。而这也正好凸显了酷开作为互联网电视品牌,以年轻人作为目标的品牌定位。发布会上,酷开带来了全新的硬件产品——新款游戏电视“超级级内电侠”N 系 2 代,以及 VR 一体机“随意门”。

酷开董事长王志国发表演讲时表示,酷开已经发展成为以酷开操作系统为核心,拥有 1865 万用户、166 家重点内容合作伙伴、酷开大数据的客厅娱乐平台运营商。面对互联网电视行业的激烈竞争,酷开提出了“智能互联生活创享家”的品牌定位,目的是要为用户打造神奇、自由、快乐的体验。(东升)

在海南,除海口外,其他市县岛外购房比例均超过 50%,部分市县甚至超过 90%,每当“候鸟”群体飞走时,海南很多小区就变成了空置的“鬼屋”。

# 谁制造了海南楼市“万家无灯火”?

□本报记者 吴雪君

岛外人购房已成为海南全省商品房销售的主力,部分市县岛外购房比例均超过 50%,有的甚至超过 90%——这是日前在海南省五届人大常委会第二十三次会议上公布的消息。会上,一份房地产业发展情况报告显示,海南省城镇居民购房能力相对较弱,商品房销售对象以岛外居民为主,除海口本地刚需较为旺盛、岛内居民购房比例超过 50%以外,其他市县岛外购房比例均超过 50%,部分市县甚至超过 90%。

记者调查发现,部分市县商品住宅中的 90%以上卖给了外地人,这些人多为“候鸟人群”,也不乏投资者,每年入住时间都特别短,这样一来这些房屋空置率非常高。业内人士指出,这不但会造成房产资源浪费严重,公共设施与服务闲置,还会引发一系列社会问题,特别是在国家大力推行房地产去库存化的背景下,这种现象应当引起有关部门的警惕,房子卖出去了但是没人住,这只是库存搬家,不是真正意义上的去库存。

## 大多岛外业主每年仅住 1 次 空置率现象凸显

三亚金陵海景花园是一座千人小区,来自江西的陈先生是一名小商铺老板,2009 年在小区附近租了一间铺面,生意多来自小区业主的光顾。“每到这个时候生意最难做。”陈先生皱起了眉头。由于小区许多业主在今年 4 月后相继离开三亚,小店顿时冷清了许多。“三亚旅游业有淡旺季,房地产业也有淡旺季。每年 4 月至 9 月,三亚楼市便迎来淡季,这一时段也是不少小区商品住房空置的高峰期。”

走访中,记者在该小区内看到,尽管已近 11 月,可往来人流车辆并不多,偌大的小区显得十分安静。“现在相对好多了,进入淡季入住率不到 20%。”该小区物业公司有一位安保人员告诉记者,金陵海景花园有近千套商品住房,业主多来自岛外,在此购房的大多只为休闲度假,而非非居家常住。

作为我国最南端的热带滨海旅游城市,也是国内最热门的旅游度假目的地之一,每年冬季从全国各地来海南休闲、养生、养老、过冬的“候鸟人群”逐年增长,平均每年约有 45 万人。

数据显示,仅 2016 年上半年,海南省房地产开发投资 809.55 亿元,同比增长 10.1%;全省商品房销售面积 759.06 万平方米,同比增长 64.3%;商品房销售均价 10088 元/平方米。

“凭借着良好的自然资源,很多开发商在拿地的时候,就把目标客户定位为外地购房者,海南住宅高空置率成为一种必然。”一份基于近 300 个房地产项目入住情况的调查显示,海南三亚每年淡季平均空置率为 84.75%,即使在海南旅游度假旺季的春节期间,平均空置率也达 62.99%。“国外的研究表明,空置率在 10%以上,就说明商品房空置率严重,三亚高达百分之八九十的空置率相当惊人。”海南省政协委员王毅武说。

一位来自山西的住户告诉记者,每到这个季节入住的人极少,大多岛外业主每年仅住 1 次,难得见到亮灯的住户,走在小区内都要用手机照明。

事实上,在三亚大东海和海棠两个海景资源稀缺片区的住宅小区,空置率问题则更为严重。调查显示,三亚的高档房屋空置率极高,如“凤凰水城”的洋房和别墅空置率均在 95%以上,“半山半岛”空置率也达 90%以上。

除了三亚,在海口、文昌、琼海等海南沿海市县,高空置率问题也较为突出,很多高空置率的小区一到晚上就黑灯瞎火,被人们戏称



“谜一样”的住房空置率,究竟谁能说清楚? 东方 IC 供图

为“鬼屋”。

**外向型和投资性成高空置率的背后“推手”**

不言而喻,国际旅游岛推了海南商品房

空置率一把。

海南国际旅游岛获批后,岛外客户蜂拥而至抢购海南房产。不说海口、文昌、三亚这些热门市县,仅 10 多万人口、国家级贫困县的保亭也在短短的两年内连续开发数个 20 多万平方米的住宅小区,被岛外客户抢购一空。

“随着商品房市场的火热以及国家对房价项目的调控升级,越来越多的房地产开发商把热情放在旅游地产项目。”在海南宝亨房地产有限公司一位温姓项目负责人记忆中,那几年,海南旅游地产的投资持续升温,五指山、乐东这些过去无人问津的市县,几乎遍布了地产商的身影。有关资料显示,包括万科、恒大、中弘、富力、碧桂园、华侨城等在内的前 100 名房企中,至少有三分之一介入海南旅游地产领域。

与此同时,国务院发布的《中国旅游业“十二五”发展规划纲要》明确提出,到 2015 年将旅游产业初步建设成为国民经济战略性支柱产业,开发商更从中发现了重要商机。

“如此大规模的开发已超出本地居民住房刚性需求,自然会导致高空置率的出现。”该负责人坦言,海南房地产市场投资之盛行,不仅改变着房地产本身作为保障民生的居住功能,加之岛外市场为主的资源导向型房地产开发带来的高房价,更挤压了海南常住型本土居民的住房需求。

“当初在海南买房投资是想着这么好的自然资源每年一定不愁出租,但没想到二手

把“酒”列为旅游产业发展的重点项目,推动“白酒+互联网”营销,组建大型白酒企业集团……

# 创新模式加速贵州酱香白酒产业回暖

□本报记者 李丰

当前,全国白酒行业长时间遭遇寒冬已经成为业内公认的事实,但以贵州仁怀酱香白酒业为代表的贵州白酒经历数次“洗牌”和转型升级后,呈逆势上扬态势。今年上半年,仁怀酱香白酒业累计实现税收 30.64 亿元、利润 127.64 亿元。连日来,记者调查发现,随着白酒行业进入深度调整期,贵州白酒行业的逆势增长态势对整个行业的其他企业具有一定的借鉴意义。

## 创新酒旅融合模式

“如今的茅台镇大不一样了。”10 月 10 日,贵阳游客李先生在茅台镇赤水河畔发出这样感慨。灰色飞檐和砖墙,深色雕花门窗、青石板路……全新的茅台示范镇徐徐揭开神秘面纱,展露着千年白酒古镇的韵味,不一样

的“茅台”让络绎不绝的客人流连忘返。

记者了解到,“十二五”期间,仁怀大力实施“旅游兴市”战略,依托酱香白酒的品牌影响力和酱香文化的内驱力,把“酒”列为旅游产业发展的重点项目,倾力打造茅台镇国酒之心、赤水河酒文化旅游体验带,形成国酒之心探秘游、酱香名酒品鉴游的旅游路线,走出了一条“酒+旅游”的特色路径,推动白酒产业转型升级。同时,精心打造了“茅台水舞秀”、《天香》等一批酒元素丰富的观赏性节目,倾力打造茅台旅游名镇 5A 级景区,着力打造全域旅游。

这其中自然离不开企业的参与。茅台集团努力升级打造“中国酒文化城”“茅台酒之源”等旅游景观节点,优化厂区包装车间、生产车间、贮存车间等旅游参观路线,建成五星级茅台国际大酒店,依托“国酒茅台”,大力开发酒文化旅游商品(工艺品)加工、酒文化展

览,创建国家级工业旅游示范区。

如今,走进茅台镇,入口牌坊、白酒一条街、1915 广场、杨柳湾商业街,独特的酒文化元素景观无处不在,让人目不暇接。与此同时,仁怀在已建成的赤水河旅游公路沿途中,修建一批以酒元素为核心的酒品、酒具、酒器等一批景观节点,在茅台驿站内建成一批集观赏、展示、品鉴、体验为一体的酱香酒馆,让游客领略酱香酒文化,感受中国酒都的魅力。

## 互联网+新酒商

贵州可谓是大数据时代的引领者,目前已经在多个领域有效运用大数据,“互联网+”等手段,创新营销模式,实现线上线下同步发力,这在仁怀得到了典型印证。

近年来,贵州省白酒产业在融合电商平台创新市场营销模式方面取得了积极进展。茅台集团启动物联网云商战略,计划 3 年后平台交

易额突破 200 亿元。2015 年“双 11”期间,茅台、金沙、国台、董酒等重点品牌取得优异成绩,贵州白酒勇夺天猫全网白酒品牌综合排名第 1 位。

为了让企业离市场更近,离资金更近,仁怀充分利用占国内酱香白酒产能近 60%份额的规模优势和知名品牌聚集优势,积极实践“白酒+互联网”营销,结合 P2P 电商模式,打造面向国内外的 O2O 交易平台。

今年 10 月 1 日,中国第一家互联网酱香白酒定制投资平台——贵州国际商品交易中心落户经济区。这也意味着,互联网大数据供应链管理、增值预售、提货单交易和产业消费金融等商业模式,将逐渐成为贵州白酒产业的交易新模式。

## “再造一个茅台”

事实上,全国白酒行业深度调整,仁怀酱

香白酒也经历数次“洗牌”,大批小酒厂的关停也为企业带来了优化组合机遇。

近年来,仁怀出台《关于进一步促进仁怀酱香酒产业发展的意见》,从加强组织领导和协调、强化品牌宣传和市场营销、严格产业准入和质量监管、优化资源配置和要素保障等方面促进产业发展。其主要思路正是高端引领、中低并举,以质取胜,打造品牌,盘活存量,优化环境,倾力打造全国最大的酱香型白酒生产基地,以“国酒茅台”为龙头,支持市内规模品牌企业以联合、并购、控股等形式组建大型白酒企业集团,形成以大中型白酒企业为主导,其他企业为补充的白酒产业格局。

据了解,“十三五”期间,仁怀将打造产业集群“再造一个茅台”,形成合理的白酒品牌梯队,不断提高仁怀酱香白酒话语权和市场份额。

另外,还会按照“择优扶持一批、改制重组一批、申报上市一批、做大做强一批”的思路,扩总量、调结构、增效益,打造白酒工业升级版。引导战略投资者和市内优秀企业实施兼并重组,推动白酒产业向集约型、集聚型、集团化、规模化、标准化发展。遵义市委常委、仁怀市委书记张翔皓表示,面对白酒市场进入回暖期,仁怀将进一步优化布局、优化结构、战略重组,利用好仁怀酱香酒的独特优势,打造酱香白酒工业航母。

# “两净”产品线上市场强劲增长

**本报讯** 近两年,空气净化器和净水器作为绿色消费的代表性产品,市场需求急剧增加,不仅成为新的消费热点,且成为改善供给结构、加强质量品牌建设重点产品领域。在 10 月 18 日由工信部赛迪研究院、中国电子报社等在北京共同举办的 2016 中国空气净化器净水器行业峰会上,发布的数据显示,空气净化器和净水器经历了从高速增长到逐步回归理性的过程。2016 年空气净化器市场明显回暖。中怡康预计,零售量、零售额将达到 588 万台、140 亿元,同比增长分别达到 14.2%和 19.3%。净水设备市场表现依然抢眼。

(金亮)

2016 年净水设备零售额将达到 285 亿元,同比增长 24.7%。

线上市场的强劲增长成为两净行业成长的动力源。市场数据显示,2015 年线上空气净化器零售量在整体市场中的占比为 53%,预计 2016 年将超过 60%,零售额占比将达到 46%。在渗透率持续走高的同时,线上市场仍保持高速增长势头,预计未来 3 年线上零售量和零售额将分别呈现 27%和 37%的年均复合增长率。净水市场的线上增幅有所放缓,但影响力持续加强,线上市场渗透率稳步提升。



## 南京打造特色文创小镇 带动当地乡村产业升级

近日,江苏南京江宁区林陵街道的特色文创小镇的蜜时甜品铺、粮食餐厅和国舍民宿等开始试运营。据悉,该特色文创小镇是长三角地区首个特色文创小镇。率先启动的苏家村项目,借助苏家村原有 60 多栋农房和林地进行整体开发,统一设计、建设、运营,打造一个以特色民宿体验为核心,集乡村文创、田园活动、自然教育为一体的新乡村生活示范区。

视觉中国 供图