

唐山发布钢企减排新措施 限产最高比例达50%

利空铁矿石等原材料

3月19日，河北省唐山市发布钢铁企业执行限产减排新措施，最高减产比例达50%。执行范围是全市全流程钢铁企业，首钢股份公司迁安钢铁公司、首钢京唐钢铁联合有限责任公司除外。中国证券报记者多方了解到，唐山限产政策持续发力，对供给端将形成较为明显的收缩预期。限产趋严，对原材料将形成利空。有业内人士坦言：“预计今年钢铁行业限产将非常严格，目前唐山基本上可以算作碳减排的试点城市了。”

●本报记者 董添



限产减排力度大

3月19日，唐山市大气污染防治工作领导小组办公室发布《关于报送钢铁行业企业限产减排措施的通知》（简称《通知》）。《通知》规定，唐山松汀钢铁有限公司、唐山中厚板材有限公司、河北鑫达钢铁集团有限公司、唐山不锈钢有限公司、唐山市春兴特种钢有限公司、唐山金马钢铁集团有限公司、唐山东华钢铁企业集团有限公司（含凯恒）7家钢铁企业，3月20日0时至6月30日24时执行限产50%的减排措施；7月1日0时至12月31日24时执行限产30%的减排措施。

《通知》要求，180平方米以下（不含）烧结机、1000立方米以下（不含）高炉、100吨以下（不含）转炉，特别是90平方米以上100平方米以下的步进式烧碱机，优先执行限产减排措施。规定执行时间为3月20日0时至12月31日24时。执行范围是全市全流程钢铁企业，首钢股份公司迁安钢铁公司、首钢京唐钢铁联合有限责任公司除外。

据唐山市政府介绍，近期生态环境部在唐山市检查发现部分钢铁企业不同程度存在未落实重污染天气应急响应措施问题。为强化钢铁企业监管，加大违法行为的惩戒力度，经市政府研究决定，对未落实应急响应措施的企业实行限产减排措施。

华宝证券研报指出，数据监测显示，唐山地区121座高炉中，59座被限产。全国高炉产能利用率下滑至80.64%，环比下降2.96%。整体来看，在制定碳达峰、碳中和路线图过程中，个别钢企限产造假，将进一步加速后期压缩粗钢产量政策的出台。

据中国钢铁工业协会统计，3月上旬，重点统计钢企粗钢日均产量较2月下旬下降了2.08%、钢材日均产量下降

了10.97%。

针对环保限产的影响，华宝证券研报指出，钢铁行业存在顺周期需求回升以及二次供给侧改革的预期，企业盈利具备较大弹性。这种预期来自于全球经济复苏带来的钢材表观消费量、钢价回升。同时，在碳中和推进下，国内钢材供给端压缩产量引发的供需格局趋紧，推动企业盈利上行。目前严厉的环保治理使得高炉开工率下降，正驱动钢铁供给端的收缩。在货币政策稳增长当下，钢铁股的低估值、高股息率，使得板块投资性价比高，防御性较好。整体而言，目前钢铁股具备较好防御性，未来业绩具有较大向上弹性，建议重点关注板块内具备高分红率的相关公司和生产高端冷轧系列产品的公司。

对原材料形成利空

从铁矿石价格走势看，近期整体呈现高位震荡态势。宝城期货研报指出，受唐山限产影响，铁矿石供需格局继续转弱，需求暂无恢复，样本钢厂日均铁水产量环比下降8.6万吨至232万吨，创下自去年4月下旬以来新低。港口现货成交和疏港量延续低位，唐山减排任务导致限产仍存不确定性，因而需求利好效应有限。与此同时，铁矿石供应逐步回升，国内港口矿石到货量和全球矿商发运量再度回升，按船期推算未来一段时间，国内到货相对平稳。此外，国内矿山生产陆续恢复，同时需注意高矿价下，海外矿山复产再启，全年增量较为显著。综合上述因素考虑，预计后续走势将转为高位震荡。

兰格钢铁云商平台监测数据显示，本周进口铁矿石价格稳中有跌。截至3月19日，58%澳粉为135美元/吨，与上周持平；61.5%澳粉为149美元/吨，较上周下跌2美元/吨；62%澳块为197美元/吨，与上周持平。

“在碳达峰、碳中和目标下，钢铁产量扩张受限，唐山地区在解除重污染天气Ⅱ级应急响应后再发通知开展钢铁行业总量减排，涉及全市多数全流程钢铁企业，时间自3月20日起至年末，进一步影响铁矿石的需求预期，铁矿石价格短期缺乏向上突破的动能，预计将震荡下行。”兰格钢铁研究中心王静对中国证券报记者表示。

钢企利润回升

值得注意的是，铁矿石、煤炭等钢铁主要原材料价格下降，直接导致钢企利润率回升。下游需求量抬升叠加行业限产预期，导致钢材价格高位震荡态势有望持续，非限产钢企利润有望延续高景气周期。上述利好因素积聚，促使不少钢铁企业股价近期在二级市场显著跑赢大盘。

对此，业内人士指出，受疫情影响，全球主要经济体采取了持续货币宽松政策，弱美元趋势不改，大宗商品有望稳步上行。国内需求的强劲复苏将带动商品基本面持续向好。

据了解，今年前两个月，全国粗钢表观消费量约为16683.7万吨（未含钢坯及粗锻件进口量），同比增长12%。如果将同期钢坯及粗锻件进口量计算在内，估算今年前两个月全国粗钢表观消费量接近1.7亿吨。预计一季度全国粗钢表观消费量将达到2.5亿吨（含钢坯及粗锻件进口量），同比增长10%左右。一季度国内需求显著增加的主要因素在于今年开工提前，资金较为充裕，市场预期氛围看好等。

兰格钢铁网指出，2021年春节以来，国内钢材市场显著升温。成品钢材价格全方位实现上涨，国内需求显著增加。但是，短期来看，国内钢市在成本支撑持续减弱的情况下，将出现高位震荡回调的态势。



新华社图片 制图/苏振

商业地产管理“打法”生变 轻资产运行成行业共识

●本报记者 董添

中国证券报记者日前从多家商业地产管理类公司处了解到，轻资产运行正成为行业共识。轻资产管理输出为企业储备优质项目资源，成为头部企业规模扩张的重要途径。在盘活资产、城市更新背景下，商业地产管理的“打法”正在发生改变。如何将团队管理、资源整合、利益平衡、不断推出创新IP模式等优势发挥到极致，成为每家企业需要思考的命题。

轻资产运行

恒太商业副总裁黄乐燕在接受中国证券报记者采访时表示，商管类公司轻资产运行是未来行业的一个风口。商管类公司凭借品牌优势、资源整合能力、独特的营运能力，实现轻资产运作。在运行具体项目过程中，需要平衡物业持有方和入驻商家之间的利益。在这个过程中，商管公司的营运能力显得尤为重要。

据黄乐燕介绍，对于商管公司而言，首先是产品的创新，在招商环节，选取最合适的商业资源与定位相匹配。同时，要策划一系列的活动，对客群进行引流，才能让项目真正盘活。疫情期间，很多重资产商业项目都出现了营运危机，不得不采取免租的方式，甚至闭

店。公司通过创新型活动策划等方式，在疫情期间取得了较好的业绩增长。

她举例称，疫情期间，公司在宁波针对街区业态策划了露天电影、怀旧古风等活动，为街区吸引了大量客群。“疫情期间，室内电影院被严格限流，但露天电影却没有限制。活动发出后，很多商家称，从来没有见过这么多人。”黄乐燕指出，“商管公司在后期运行中发挥了重要作用，活动IP的创新性策划是最为关键的要素之一。”

黄乐燕表示，对于三四线城市而言，人情味更为浓厚。公司通过给周围街区的人上收纳课程等方式，与他们建立良好的联系，增强客户的黏性。这样，在后续活动开展以及联合商家营销等活动中，他们会发挥催化剂的作用。

助力城市更新

“很多缺乏运营能力的商场、街区都在老城区，在城市更新进程中，需要花费更多的心思。”有商管类公司指出，“比如，我们想把废旧商场重新盘活，引入海底捞这类一线餐饮品牌。但是对于海底捞这类企业来说，他们不会因为废旧商场的租金低，就来开店。相反，他们宁愿多花一些租金换取热闹街区的人流。对于商管类公司来说，其作用就是把海底捞的这类担心去除掉。我们会在这类商场

开展一系列的客群引流活动，达到后期有效运营的效果。”

受疫情影响，2020年商业地产租金收益下滑，商业地产代表企业经营性物业持有及运营规模增长放缓。中指研究院数据显示，2020年，全国15个重点城市主要商圈写字楼平均租金呈现持续下跌趋势，空置率均有上升，其中二季度环比下跌1.54%。2020年，商业地产百强代表企业经营性物业持有及运营面积均值为427.3万平方米，同比增长12.7%，增幅较2019年收窄5.0个百分点。商业地产类企业拿地放缓，投资态度审慎，重点聚焦二线城市，三四线城市占比显著下降。其中，轻资产管理输出为企业储备优质项目资源，成为头部企业规模扩张的重要途径。

在这种背景下，从商业项目收益角度看，城市更新及后期引入创新型商业运作的作用不容小觑。中指研究院指出，在商业地产领域，城市更新可以唤醒城市活力，为商业地产市场带来新的生长空间；可以提高核心城市的存量价值，为商业地产市场带来新的发展机遇。在实践方面，头部房企通过城市更新盘活地区商业已经取得了丰富的成功经验，未来城市更新将为商业地产市场带来广阔空间。

不过，据了解，城市更新项目从列入更新单元计划到确认实施主体资格的转化率仍然有较大的提升空间，部分项目仍然处于搬迁

补偿谈判的过程中。未来各城市仍需要在政策和管理方面持续精准发力，针对影响城市更新进度的核心环节，例如前期手续、拆迁谈判等，需要进行更加系统的政策构建和实施细则落地。

激发新业态

2020年以来，商业运营服务业务密集分拆上市，引发市场关注。

中国证券报记者多方了解到，商业运营服务业务多数属于轻资产模式。当前，商业地产市场逐渐进入存量时代，轻资产运营受到企业青睐，推动商业运营服务业务分拆上市。在轻资产运行过程中，企业由于融入更多的创新元素，容易被二级市场赋予更多投资题材机会，从而获得更高的市盈率和市场关注度。

中指研究院指出，新业态与新模式不断出现，激发了商业地产市场新活力。零售物业通过合理配置“体验式”业态比例、特色主题打造差异化竞争优势、“首店经济”等创新模式不断激发商业地产新活力。未来，商业地产企业对市场的探索也将加速推动行业转型升级。过去一年里，商业地产市场出现了新的发展趋势，展望未来，变局依然存在。商业地产企业应以高品质开发运营为根基，积极把握时代变革机遇。



上海家化董事长潘秋生：

今年将是上海家化新的开始

●本报记者 徐金忠

“简化和聚焦，聚焦为消费者创造价值”“过去大半年时间，我们对团队做了很多迭代工作，加速拥抱数字化的进程”“希望通过持续推进上海家化的战略目标，与资本市场建立信任”……日前，上海家化董事长兼首席执行官潘秋生接受了中国证券报记者的采访，对自己接手上海家化大半年以来的战略梳理、价值重塑进行了回顾，谋划了上海家化下一阶段的发展重心。

去年下半年业务全方位改善

上海家化之前已经披露了2020年年报。报告显示，2020年上海家化实现营业收入70.3亿元，实现归母净利润4.3亿元，实现扣非净利润3.96亿元，实现经营性现金流6.43亿元。特别是去年第四季度，上海家化净利润同比增长609%，扣非净利润同比超高速增长，盈利能力提升明显。

在2020年度业绩说明会上，潘秋生首次面向全体投资者解读2020年度“成绩单”。“2020年是公司的调整年，在我们的业务经过去年的全面调整以后，未来有望实现收入的稳健增长，同时不断降低优化费率”。潘秋生将2020年定位为调整之年。

2020年5月，潘秋生正式出任上海家化总经理兼首席执行官，并于6月召开的董事会上当选为新任董事长，成为上海家化第4任掌门人。

上任后的潘秋生迅速明确了上海家化新的发展计划，即“123”经营方针。“一个中心、两个基本点、三个助推器：以消费者为中心，我们希望能够为消费者创造价值，这个是持续不断叩问自己的问题；品牌创新、渠道进阶是两个基本点，品牌创新包含产品创新、营销方式上面的创新，渠道进阶最主要的是判断未来消费者购买的趋势并提前布局，同时提升落后部分。三个助推器是文化、流程与系统、数字化，这个是上海家化在比较长时间需要推进的事情。”潘秋生对中国证券报记者表示。

目标已定，上海家化一系列的变化随之落地。“123”经营方针全面推进，2020年，上海家化将现有品牌划分为快速发展品类、细分冠军品类和细分领先品类，并通过产品创新推动品牌创新；营销创新方面，上海家化引入大数据平台，建立了分析品牌投资效率的DBPI（品牌数字资产指数）系统，聚焦于营销和资源投放模式的创新，不断提升营销的投入产出比；积极提升电商运营能力，使得电商业务盈利能力取得明显改善；针对线下，对传统渠道进行优化调整，策略性收缩百货终端，关闭低单产专柜及门店，布局线下新零售业务。

变化的效果立竿见影。公司2020年年报显示，去年上海家化通过持续不断的努力，实现了“玉泽”“家安”“双妹”“CHD”品牌的高速增长，“启初”品牌扭转下降趋势，到去年底创下其电商市场份额近两年新高；通过营销创新和爆品创新，连续下降多年的“佰草集”“美加净”和“高夫”品牌呈现出改善态势，2021年将努力实现正增长。此外，上海家化的销售费用和管理费用实现了近年来首次双降。公司的存货、应收在年中创出高点后下降至年末的年内低点，较上一年同期均实现明显下降，充分体现了业务的全方位改善。

新征程走向尽善致美

2021年是上海家化上市20周年的日子。在2020年年报中，潘秋生说：“展望2021年，我们希望通过持续的数字化赋能和系统流程简化提升整体组织的业务可视度和效率，通过积极向上的文化改造大幅提升员工的凝聚力和战斗力，我们相信持续的努力终将带来结果的改变。2021是我们的新开始，百年匠心，尽善致美。我们将不负历史的使命！”

至于致美之道，潘秋生还是聚焦在既定战略的持续推进之上。简化和聚焦，将是统领上海家化走向尽善致美的根本方法。“在我眼中上海家化只有努力进取的家化人和不努力进取的家化人之分，而不是新老家化人的纠缠；在内部流程上，我们看到上海家化很多流程是断裂的，需要疏通，更需要简化。在对外的物品上，我们聚焦为消费者创造价值这一中心，无论是品牌的搭建还是渠道的拓展，都将会是有的放矢、目标明确。”潘秋生表示。

至于资本市场和投资者回报，潘秋生则认为是在上海家化持续向好之后自然而然、水到渠成的结果。

“我们将努力持续改善业绩，把上海家化作为自己的企业，持续提升毛利，降低销售和管理费用，把ROI投入产出比根植于我们所做的每一件事情当中，为股东提供长期可持续发展的价值。希望股东给我们一些宽容和时间，让我们可以真正聚焦为消费者创造价值。”潘秋生这样介绍自己的经营管理之道和为股东创造回报之心。