

格力等家电上市公司大手笔投入助力“以旧换新”活动

■本报记者 贾丽

家电以旧换新正在全国“如火如荼”进行。继山西之后，北京、广东等地也在此轮“以旧换新”中有了新动作。

作为推动“以旧换新”政策落地的主力军，家电上市公司以“真金白银”大手笔投入，助力消费升级。近日，格力电器、美的集团宣布分别投入30亿元、20亿元，在全国启动家电“以旧换新”活动。

4月29日，格力电器相关负责人对《证券日报》记者表示，公司还将以“真金白银”持续进行投入。创维集团方面对记者称，目前公司“以旧换新”活动正在甘肃、宁夏等地开展。科沃斯与小熊电器相关人士也向记者透露，正在加速推进“以旧换新”具体计划实施。

“多地及相关企业具体措施分别从畅通家电回收渠道体系、以新技术激发消费者换新需求等维度，推动此轮“以旧换新”政策落地。”中国家用电器协会副理事长徐东生在接受《证券日报》记者采访时表示。

近日，多地纷纷出台以旧换新相关政策，推动家电行业的升级换代，进一步激发市场活力。这些政策在落地实施中展现出了共性，即以“真金白银”的投入，着力推动消费升级及回收体系建设。

例如，北京市聚焦家电换“智”，针对不同类型的家电产品制定了不同的补贴标准，单件商品最高1000元的优惠补贴；广东省启动消费品以旧换新行动，在第一轮行动中，拿出3.7亿元补贴，其中家电补贴10%；山西省鼓励开展家电以旧换新活动，补贴2亿元资金。

“多地落地具体措施及实质性补贴，标志着新一轮‘以旧换新’政策在全国范围内的深入推进。其中，家电以旧换新补贴标准再次提升，有助于刺激消费者购买意愿，加速老旧家电的淘汰和更新，进而拉动家电市场的销售和产业升级。”中国家用电器协会秘书长张剑锋对《证券日报》记者表示。

家电以旧换新加速推进势在必行。当前，我国正处于家电报废的高峰期。根据南财智库数据，每年有1亿台至1.2亿台的废旧家电被淘汰，并以平均每年20%的幅度增长。另据商务部统计数据，截至2023年年底，我国彩电、冰箱、洗衣机、空调等家电保有量已超过30亿台。

东方证券预计，本轮补贴有望撬动高达2700亿元的家电市场。奥维云网总裁郭梅德表示，家电产



近日，格力电器、美的集团宣布分别投入30亿元、20亿元，在全国启动家电“以旧换新”活动

王琳/制图

品已经进入更新换代周期，预计将释放万亿元规模的市场空间，其中，回收循环利用、绿色智造等多环节产业前景空间巨大。

“多地以旧换新配套政策的推进，叠加家电企业的‘真金白银’投入，预示着家电市场消费升级的大幕已经拉开。”张剑锋表示，未来，随着政策的深入推进和家电企业

的积极参与，家电市场将迎来更加繁荣和可持续发展。

“以旧换新”也拉动了家电企业的销售增长。创维集团相关负责人表示，公司以西北地区为起点，开展“以旧换新”壁纸电视普及活动。活动开展至今，累计带动销售额近1000万元。

苏宁易购透露，公司联合30家

家电生产企业在全国多地开展“以旧换新”，活动启动以来的约一个月时间内，带动家电整体销售实现翻倍增长。

“‘以旧换新’不仅将成为家电消费复苏、产业升级的助推器，也推动家电企业业绩增长，并有望持续带动家电板块估值持续提升。”徐东生表示。

实探北京花乡二手车交易市场 新一轮汽车“以旧换新”政策落在实处

■本报记者 郭冀川

今年3月份，国务院发布《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》后，作为耐用消费品的汽车获得了更多政策支持。4月26日，商务部、财政部等7部门联合发布《汽车以旧换新补贴实施细则》，明确了汽车以旧换新资金补贴政策。

花乡二手车交易市场是北京二手车交易的“晴雨表”，连日来，《证券日报》记者多次走访该交易市场和周边4S店，了解汽车“以旧换新”政策落地情况。“进了过户通道，就前不见头，后不见尾，先这么排着吧。”交易市场工作人员告诉记者，近期许多4S店推出置换优惠，许多车主卖了旧车就到4S店提新车，因此周末前来过户的车主明显增多。

带动新能源汽车消费

记者走访发现，不少消费者就是冲着汽车置换补贴而来，且很大

一部分车主乐于将家中不常用的燃油车出售，置换为新款电动车。

一位在花乡二手车市场办理手续的消费者告诉记者，出售旧车一方面是因为当前有较高的以旧换新补贴，另一方面是因为电动车和相关基础设施的普及率越来越高，相比燃油车，电动车在市区内出行更加方便，且各种科技配置也更符合年轻群体。

同时，不少车企4S店已经推出置换补贴，通过多种促销活动拉动销量。

广汽埃安北京长瀛直营店销售经理刘琳对《证券日报》记者表示：“配合北京市推出的鼓励购车以旧换新相关政策，广汽埃安推出了各项置换补贴，最高可享1万元，且针对5月1日到5月15日购车的消费者，置换的车型可额外再享受5000元重叠优惠，如果是老款电动车置换为新款，还有额外补贴。”

在北京大兴区西红门荟聚购物中心，AITO问界体验店，销售人员介绍，如果消费者是将北京牌照的

旧车置换为问界M5/M7/S7三款车，可享受置换补贴1万元，此外还有AITO积分赠送，可以在AITO App换购商品。

“近年来，二手车交易市场更加规范化和电商化，从卖车到买车都十分方便，打消了很多消费者的换车疑虑。”辰逸精品车行销售总监沈浩告诉记者，随着电动车越来越受欢迎，很大一部分消费者愿意将家中第二辆或第三辆燃油车，换成配置更高、驾驶更舒适的电动车。

二手车交易流程也越来越透明化、数字化，以北京花乡二手车交易市场为例，记者发现，在这里，交易者只需跟着工作人员就能够享受“一站式过户业务”，过户全程无须亲自上手，所有环节均可由工作人员代办完成。

“卷”，是现在二手车市场普遍的情况。“泊通精品二手车门店销售经理王臣告诉记者，汽车“以旧换新”政策出台后，咨询二手车出售和补贴政策的客户多了起来，由于二手

车市场对价格变化较敏感，补贴政策让消费者将旧车出售置换新车的积极性明显提升。

创造更大规模市场空间

随着各地汽车“以旧换新”政策落地，不仅刺激了消费活力，也活跃了围绕汽车的服务产业。

东风奕派南京宁创总经理陈星对《证券日报》记者表示，由于不同车企的补贴不同，作为服务方，不仅要对自己车型的补贴和政策熟悉，也要对其他车企的补贴和优惠情况有所了解，从而为客户的消费决策带来帮助。

陈星说，在售前、售后服务上，汽车经销商要做到从消费者个性化需求出发，原本的“一锤子”买卖，正在随着汽车金融、汽车置换、汽车维保等服务延伸，变成了长期服务的比拼。

商务部市场运行和消费促进司司长徐兴锋在4月19日国新办举行的新闻发布会上介绍，一季度，新车

销量672万辆，同比增长10.6%，其中新能源汽车同比增长31.8%。对于消费品以旧换新涉及的汽车、家电、家居等重点品类，之后将继续开展好促消费活动。

受访专家表示，随着汽车消费保持稳定增长，汽车“以旧换新”政策将创造出更大规模的市场空间。

中国信息协会常务理事、国研新经济研究院副院长朱克力表示，汽车“以旧换新”政策能够有效促进消费和投资的双向拉动，同时提升产能效率和生产质量，催生新的市场需求，为相关产业带来增长动力。

在汽车行业竞争激烈的当下，“以旧换新”政策被市场和企业寄予了更高的期待，消费者对政策的关注度和期待值都很高，且换购群体的购买时机和购买选择更加灵活，二手车电商和大数据等机制让汽车价格更加透明，售后服务也更加完善，这些在有效激发消费者以旧换新热情的同时，也使得汽车产业迎来新一轮的服务升级。

友发集团：质效协同发展让钢铁制造业焕新、共生

■本报记者 桂小笋

作为重要的基础工业，钢铁制造行业在外界有着十分鲜明的刻板印象：低毛利率、产能过剩、内卷。但在其背后，友发集团从高效率经营、打造行业“共生”产业链、现金健康等多个维度协同发展，在钢铁制造业中走出一条焕新发展道路，也为行业找到了一条可持续发展的“共生”模式。

三管齐下打造综合竞争力

提质发展对制造业的重要作用不容忽视。在2022年年报中，友发集团就有关于提质发展的内容表述。而在日常生产、经营、管理过程中，利用新兴技术提质发展已成为友发集团的一道风景。

友发集团第一分公司的生产车间墙上，有一块不断变化数字的显示屏，车间的原料、生产状况、产成品数量等信息在显示屏上实时更新。“多年前公司就开始进行信息化建设，目前能做到生产成本的日结算。”友发集团董事长李茂津在接受《证券日报》记者采访时说。

友发集团董事长郭锐介绍，为提升生产及工作效率，公司开发了信息化系统，实现了集团层面统一的可视化数据。

友发集团的主营业务属于钢铁制造业中的细分领域焊接钢管行业，李茂津认为，焊接钢管行业要实现高质量发展需三管齐下：首先，企业应该顺势而为，做好环保投入。其次，要加强行业协同，联合推动行业从竞争走向竞合，避免陷入无序

竞争。最后，头部企业要带好头，承担起推动行业进步的责任。

“解决产能过剩难题要靠头部企业，核心是提高行业集中度、稳定价格，这是从‘水泥模式’中得到验证的可行之道。”李茂津说。

三管齐下带来的效果十分直观：2019年友发集团被国家工信部认定为焊接钢管“制造业单项冠军示范企业”，并顺利通过国家工信部的复核评价（2023年至2025年）；子公司管道科技进入国家第八批“制造业单项冠军示范企业”（钢塑复合管）公示名单。

搭建“共生”的行业模式

面对成绩，友发集团并未裹足不前。在李茂津看来，要成为一家百年企业，要从高处着眼。

据介绍，友发集团确立了“纵横双千亿元”的战略发展方向。纵向来看，公司深耕钢管产业链，沿着上下游纵深发展，引导产业链高质量发展，努力提升公司盈利能力，实现企业价值的高质量增长；横向来看，公司以现有钢管产品为核心，扩充钢管新品类、复合管材和相关产品类型，继续扩展国内新生产基地布局，并探索海外生产基地建设。

李茂津认为，要实现这些目标，需要在保持公司传统优势的基础上，主动建构新市场环境下的创新优势、环保优势，主动发展焊接钢管领域的新质生产力，在更高科技水平上落实全国布局和海外布局战略，打造产业生态共同体。

业都具有广阔的发展空间，市场份额向龙头企业集中是行业发展必然趋势。在此过程中，如何建设一种能让产业链受益的“共生”模式，成了友发集团的思考。

“共生”在一定程度上意味着不仅要利己，还要利他，而利他则需要长期积累信任关系。

李茂津还记得，2015年11月份，整个钢铁行业和管材流通行业都处于“寒冬期”，年度客户大会上“愁云密布”，大部分客户都没赚到钱，而且对未来的预期比较悲观。当时友发集团承诺，2016年全年凡是经销友发集团钢管的经销商，在接受友发集团经营辅导和财务核查的前提下，如果出现经营亏损，友发集团全额“买单”。

长期的利他，让经销商对友发集团的信任基础十分牢固。这一切，为搭建“共生”的行业模式奠定了坚实基础。

积极推进创新研发

有了明确的战略发展方向，日常经营中还要有精细运营的能力，从细节处为股东“抠出”利润的能力。

友发集团总经理陈广岭告诉《证券日报》记者，在日常生产中，友发集团从六个角度着手推进精细运营：一是深入推进精益生产，针对生产工艺流程，产供销协同效率，从各个细微之处找差补缺，整改优化；二是持续进行设备产线更新改造；三是依靠生产运营的高效率实现原料与产品的高周转，让资金快速循环，降低资金成本压力；四是通过信息化、智能化建设，对原料、生产、销售、核算等各环节进行有机链接和

打通，实时跟踪产品成本与售价的关系，及时动态调整营销策略；五是努力提升品牌影响力和市场占有率；六是积极推进创新研发。

目前，友发集团还拥有四个国家认可实验室，保障企业自主科研能力的提升，提高产品质量的同时，实现了高标准、高速度，为更多新产品、新项目提供了保障。从2023年起，友发集团在强化常规产品的基础上，尽全力在“专业、专用、专有”和“高技术含量、高质量性能、高附加值”的产品开发工作上倾注了较多心血。

数字化、智能化是制造业企业未来的发展趋势，郭锐介绍，公司已明确三步走的“数字化”策略，即“精益为基、数字运营、智慧决策”，针对公司的实际情况，自研上线了“称重扫码系统”，形成了具有完全自主知识产权的生产执行管理系统。

此外，公司坚持高周转、高效率，依靠内部协同机制和高效的运营能力、信息系统，保持产供销各环节密切配合，实现存货15天左右周转一圈，通过快速周转，消化原材料价格波动风险。

积极回馈投资者

作为一家年产量超过2000万吨的制造企业，强化内控和打造健康的现金流也是友发集团打造可持续发展能力的重头戏。

在强化内控标准上，公司形成了“谁经手、谁签字、谁负责”的铁律，保证质量管理体系的有效运行。

“我们有一条铁律：谁经手谁负责。上市以

来，我们采取责任人买断债权的方式，由责任人承担损失，这是最为严格的财务纪律。此外，为打造健康的财务，还在内部审计监督、交叉审核、不相容岗位分离设置等层面下了很多功夫。”友发集团副总经理、财务总监刘振东告诉记者。

刘振东表示，保证企业的现金健康关键要靠十六个字：加快周转、稳健经营、现金为王、不赌市场。传统制造企业毛利率低，为了取得更好的经营业绩，制胜法宝就是“低库存、快周转”，这种策略之下，即便钢材价格出现波动，通过快速快出也可以及时有效化解存货风险，实现稳健经营。“现金流比利润更重要，当前钢材价格处于下行阶段，要时刻保持低库存防范跌价风险，不做投机，不赌市场。”刘振东说。

健康的现金流和良好的持续经营能力，让友发集团有了更好回报投资者的能力。多年来，友发集团坚持在三季报业绩“出炉”后提出公司的利润分配方案，保证股东在春节前收到分红款。

“以投资者为本”不是一句空话，一方面，公司抓紧机遇全力组织生产销售，创造良好的业绩；另一方面，通过分红、回购等方式扎实回报投资者，让投资者更有获得感。”郭锐介绍，未来，公司将发挥自身优势，多措并举不断提高公司核心竞争力、盈利能力和全面风险管理能力，努力通过良好的业绩表现，规范的公司治理，积极回馈投资者。

公司零距离·新动能

万科一季度开发业务 稳居第一梯队 经营服务营收同比增长12%

■本报记者 李昱丞

4月29日晚间，万科2024年一季度“出炉”。数据显示，在行业持续承压的局面下，一季度万科实现营业收入615.9亿元，实现归母净利润负3.62亿元，销售金额行业第三，销售面积位居行业第一，继续保持头部地位。同时面对市场下行挑战，万科坚守经营安全底线，持有货币资金830.7亿元，覆盖短期借款和一年内到期有息负债，并继续得到金融机构支持，一季度境内新增融资的综合成本为3.3%，保持行业低位水平。

根据第三方数据，今年一季度，百强房企的销售金额同比下降47.5%；同时，土地市场成交继续下行，全国300个城市住宅用地供应规划建筑面积和成交规划建筑面积同比分别下降25.4%和25.2%。

面对艰巨的市场形势，万科开发业务全力销售，保持行业第一梯队。一季度万科实现合同销售面积391.1万平方米，合同销售金额579.8亿元，销售面积和销售金额均保持行业前三。值得一提的是，万科3月份销售显著回升，实现合同销售面积165.6万平方米，合同销售金额245.1亿元，环比大幅增长74.8%。

万科的经营服务业务也保持了稳健增长。2024年一季度，万科表内经营服务业务贡献营业收入109.5亿元，同比增长达12.0%。

在万科2023年年报中，公司表示要坚定降杠杆，未来两年削减付息债务1000亿元以上。那么，目前万科压缩有息负债的进度如何？

一季报显示，截至今年3月末，万科长期借款达1896.02亿元，较年初1977.64亿元下降约81.62亿元；应付债券502.17亿元，较年初598.71亿元下降96.54亿元。

根据年初制定的工作重点，万科积极推进大宗交易，一季度实现大宗资产交易回款42亿元，其中上海七宝万科广场实现50%股权交易，交易金额23.84亿元。

在融资方面，万科表示，公司继续得到金融机构的支持，一季度境内新增融资的综合成本为3.33%；同时积极拥抱经营性物业贷等融资工具，全面融入城市房地产融资协调机制，推动融资模式转型。对于住建融资协调机制白名单项目，公司会积极申报，应报尽报。

一季度内，万科经营性业务实现多赛道REITs突破，进一步从开发商向不动产商转型。伴随公募REITs试点的持续深入，万科经营性业务多年发展积累的优质资产，未来有望通过REIT的持续扩募或新发，为公司带来新的流动性来源。

据了解，中金印力消费基础设施封闭式基础设施证券投资基金（中金印力消费REIT）于4月30日在深圳证券交易所挂牌上市，募集资金净额为32.6亿元。万科第一大股东深铁集团通过战略配售认购基金募集份额总额的29.75%。

同时，今年3月份，万科旗下万纬物流REIT也正式于交易所挂牌，再加上积极申报中的租赁住房REIT，万科有望成为业内唯一实现三种经营性REITs突破的企业，助力万科打通经营性不动产“投、融、管、退”的商业模式闭环。

(上接A1版)

一是在凝聚共识中推动发展。本次《指引》制定过程中，上市公司、专家学者、投资和中介机构等广泛参与，公开征求意见阶段共反馈80余份400多条意见建议。证监会组织力量逐条研究，认真吸收采纳，最终修改近400处内容，不少意见建议得以采纳，充分体现了群策群力、凝聚共识的要求。尽管如此，由于ESG披露涉及面广，且难度不断升级，各方面的认识也在逐步深化，市场上对于ESG的讨论还有很多。

“例如，仅具有影响重要性的议题是否适用四要素披露框架，价值链影响的边界和核算等等。这些方面后续还需要持续研究，在实践中加强探索，并进一步凝聚共识。证监会也将持续评估《指引》的适应性，结合实际情况进一步完善规则，研究推动更多公司披露可持续发展报告。”毕晓娟说。

二是在加强规范中推动发展。上市公司信息披露真实透明是资本市场赖以生存的基础。可持续信息只有在有效监管下才能保障披露的质量，真正服务于投资者和利益相关方。《指引》是上市公司可持续信息披露的“考纲”，不是课外阅读材料。既然是“考纲”，那就必然要接受“监考”，防止作弊、“漂绿”。对于多数上市公司而言，可持续发展报告并不是强制披露的，但不代表可以随意披露。

“公司不能将公告作为‘广告’，把ESG披露作为品牌营销的手段，借由ESG的‘外衣’过度包装，提供不准确的信息误导投资者。”毕晓娟表示，前期，已有不少因环境信息披露不真实不准确被证监会处罚或采取监管措施的案例，证监会将不断提升监管能力，持续加强监管。

三是在健全生态中推动发展。ESG的发展是一项系统工程，既需要信息披露，也需要后端的鉴证、评级、投资等共同配合，形成正向激励，让做得好的公司吸引到更多中长期资金，降低融资成本。资本市场是ESG发展的重要平台，证监会将会同相关部门，共同加强对上市公司的培训。同时，推动ESG信息的外部鉴证和鉴证，持续提升上市公司ESG数据的准确性和披露质量；支持信用评级机构持续建立健全绿色企业、绿色债券评级方法体系；推动加大ESG投资，推出更多指数和基金产品，以更健全的ESG生态体系促进良性循环。