

化妆品新规8月1日起施行 业界预判行业集中度有望提升

■本报记者 何文英

自8月1日起,我国《化妆品安全风险监测与评价管理办法》(以下简称《办法》)将正式施行。在业界看来,《办法》通过构建全链条风险监测机制,强化对原料、生产、流通各环节的动态监管,倒逼行业加速洗牌。

福州公孙策公关咨询有限公司合伙人詹军豪对《证券日报》记者表示,《办法》的出台标志着我国化妆品监管体系的重大升级。头部企业凭借技术积累、合规能力和资源整合优势,将在新一轮监管风暴中抢占先机,行业集中度有望进一步提升。

构建全链条风险防控体系

《办法》共六章33条,核心在于建立“国家统筹、地方落实、技术支撑”的风险监测机制。国家药监局负责制定全国监测计划,重点关注五大类风险物质:可能对人体健康造成危害的物质、易对儿童等重点人群造成健康危害的物质、原料及包装材料带入的污染物、标准制修订相关项目,以及其他重点监测项目。

在执行层面,《办法》要求监测采样“原则上在经营环节以消费者购买方式开展”,并明确“不得事先告知经营者采样用途”。检验检测结果若发现风险线索,将报送承担风险监测与评价任务的药品监督管理部门,对存在问题的开展调查处理工作。调查发现造成人体伤害或者有证据证明可能危害人体健康的化妆品,负责调查处理的药品监督管理部门应当依法



国家药监局数据显示

2024年化妆品抽检不合格率为**3.2%**

采取风险防控措施;调查发现化妆品生产经营者涉嫌存在违法行为的,还将对涉及的化妆品生产经营者依法立案调查。

国家药监局数据显示,2024年化妆品抽检不合格率为3.2%。詹军豪认为,《办法》实施后这一比例有望下降。“《办法》对企业的影响分化加剧,合规成本的提升将加速行业向规范化转型,市场将进一步向具备研发与资金优势的头部企业聚集,新一轮行业洗牌势在必行。”

促进行业高质量发展

在监管高压下,头部企业的技术

壁垒和资源整合优势凸显。Wind资讯数据显示,2024年14家美容护理上市公司中,云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司(以下简称“贝泰妮”)、珀莱雅化妆品股份有限公司(以下简称“珀莱雅”)、鲁商福瑞达医药股份有限公司、上海家化联合股份有限公司、水羊集团股份有限公司(以下简称“水羊股份”)研发费用名列前五,研发费用合计超9亿元,占14家美容护理上市公司研发费用总和的73%。

充足的研发费用为新原料的研发提供了坚实的基础。例如,2024年贝泰妮有9款自研植物新原料参与化妆品新原料备案。水羊股份相关负责人

在接受《证券日报》记者采访时表示:“2024年公司在植物提取、生物合成、绿色化学3大核心原料研究平台上,重点开展了油茶神经酰胺等多个原料研究项目。其中,发酵牡丹籽油采用‘两段双相’发酵技术,显著提升其抗氧化性能。”

詹军豪认为,《办法》的实施是行业发展的重要分水岭。短期来看,中小企业将面临阵痛,但长期将推动行业从“野蛮生长”转向“高质量发展”。头部企业凭借技术、资金和品牌优势,将在新一轮竞争中扩大领先地位,而消费者最终将受益于更安全、更高效的产品。

苹果首次关停中国直营店 手机厂商纷纷着力优化零售渠道

■本报记者 贾丽

苹果中国官网近日发布的一则消息备受市场关注。苹果中国官网显示,位于大连百年城的苹果零售店将于今年8月9日20:00停止营业。这是苹果进入中国大陆市场以来首次关闭官方直营门店。

苹果中国相关人士给《证券日报》记者发来的一份声明显示,鉴于大连百年城购物中心内多家零售商的离开,公司决定关闭那里的零售店。记者获悉,苹果公司方面于7月26日之前已经做出前述决定,该家门店的终端产品、设施设备近日已陆续撤出。这家门店的大连本地团队成员将有机会继续在苹果担任他们的职务。

7月31日,记者联系到上述苹果零售店(百年城店)工作人员,对方称“门店已经开业近10年,剩余的物资部分将搬至大连仅剩的苹果直营店恒隆广场店。此举也是苹果基于零售环境和市场变化,对线下零售网络的主动优化调整。”

“此次苹果关店与购物中心整体业态调整有关,也同时折射出零售业态和行业竞争态势的变化。苹果线上渠道占中国区销售额的比重逐年上升,直营

店的功能已向体验中心转变。苹果对门店的调整、迁移,将在一定程度上优化成本。目前,主流手机终端厂商均在对其门店进行智能化升级,以提升坪效。”第一手机界研究院院长孙燕飏对《证券日报》记者表示。

适应零售环境变化

作为辽宁省第二家、大连首家苹果直营店,苹果大连百年城店自开业以来已经运营近10年。该店开业时曾引发排队热潮,是东北地区科技消费的重要地标,也见证了中国智能手机市场的变迁。

对于门店关闭的原因,苹果官方回应称此次关店与购物中心整体业态调整有关。据了解,大连百年城购物中心正面临严重的财务危机,自2022年以来一直卷入诉讼。到2025年2月份,大股东已正式全面掌控租赁和运营事务。购物中心内几家知名零售商,包括Versus、Coach、MCM等,在租约到期时均关闭了其门店。

Omdia移动终端市场首席分析师李泽刚表示,目前线下门店市场冷清,苹果零售店(百年城店)所在的商圈流量出现一定流失,其关店是在零售环境

变化下的主动调整。

目前,苹果也尚未停止在中国开店步伐。苹果于今年初开设了Apple合肥万象城零售店,并宣布将于8月16日在深圳开设前海壹方城零售店。对于接下来的门店策略,苹果相关负责人在回应记者时表示,公司在大中华区拥有超过50家的零售店。苹果还通过天猫旗舰店服务中国顾客。苹果不断探索新途径,以便与中国及全球各地的多元社区建立联系。

“关店事件也反映出苹果在中国市场的战略调整,从早期的快速扩张转向精细化运营。”孙燕飏说。

在中国数实融合50人论坛智库专家洪勇看来,苹果仍在持续推进一线、新一线城市及高端消费区域的新店布局,更加注重门店选址的高端化、标志性和体验化,强调品牌效应和优质客户群的积累。苹果对门店经营效率以及线上渠道的重视程度有所提高。未来,苹果应采用更灵活的门店组合策略,应对中国市场的多维度挑战。

手机厂商积极升级门店

近年来,随着电商平台与品牌自营

线上渠道的成熟,手机传统实体店作为流量入口的功能持续弱化,迫使苹果等手机厂商重新评估线下门店价值。同时,随着租金人力成本上涨,利润率下降,手机品牌门店必须通过数字化、智能化改造实现人效与坪效的双重突破,并通过线上线下融合体验的全面升级,不断寻求收益最优解。

国内主流品牌均在加速变换门店策略,抢占流量入口。华为回归手机市场后,在线下,门店持续扩充,vivo、小米等品牌也不断通过门店升级冲击高端以及全屋智能。目前,华为加速“千县千店”下布局,OPPO扩张特色新零售与智能互动的超级旗舰店,小米则通过“手机×AIoT”生态链增强门店粘性。

洪勇认为,近年来国内手机品牌如华为、小米、OPPO、vivo等在高端市场持续发力,并结合AI大模型、全球网络体系加快对零售渠道进行升级整合,实现其更符合市场需求的功能性转变,并在技术创新、产品体验和渠道建设上都形成了较强的竞争力。在此背景下,苹果门店的运营成本及坪效考核将更趋严格,未来可能会更频繁地针对商业环境变化进行调整,以更精准地应对行业竞争格局变化。

港口运行效率提升 大湾区汽车出口生态不断完善

■本报记者 李雯珊

近日,2025首届大湾区汽车产业出口发展大会在广州南沙举行。会上,“大湾区汽车产业出口联盟”正式成立,标志着大湾区汽车产业协同“出海”迈入新阶段。联盟将整合区域资源,推动跨区域合作,聚力建设具有全球影响力的汽车贸易集聚区。

“联盟已上线”大湾区汽车产业出口资源对接平台”专属小程序,将构建互联互通供需网络,促进跨区域资源高效流通。”广州市汽车服务业协会、联合会秘书长王晓丹对《证券日报》记者介绍。

数据显示,上半年,广州南沙汽车出口金额近60亿元,同比增长近四成,稳居广州各区首位。广州海关通过优化措施提升通关效率约50%,上半年经南沙口岸出口汽车近20万辆,同比增长超50%。

同时,广州南沙汽车口岸作为华南规模最大的滚装码头集群,拥有8个滚装汽车专用泊位,年通过能力超300万辆,配套约161万平方米商品车堆场及

23万平方米汽车立体库,可停靠国际最大型汽车滚装船。设立4家汽车出口服务基地,提供“新车上牌+转移待出口+车辆注销”等“一站式”服务,创新“穗港汽车出口快线”等规则衔接机制,车辆在港等待上牌时间从14个工作日压缩至3个工作日内,进一步降低企业成本。

广州市商务局市管一级调研员毕纪德表示,广州市去年出台促进汽车出口若干措施,统筹1.5亿元财政资金支持汽车“出海”的品牌宣传、海外仓建设等关键环节,并通过跨部门协作推出燃油车平行出口专用牌照、解决退税难题,为企业打通“出海”堵点。如今联盟成立将推动汽车“协同出海”,让“好车走南沙”成为大湾区汽车出口的新名片。

另据广州港集团有限公司提供的数据,2024年经广州南沙口岸出口中国香港地区新能源汽车超1.2万辆,同比增长近两倍,约占中国内地对中国香港地区出口汽车数量的一半,其中新能源汽车车型占比90%以上。

此外,在7月底,深圳港集团有限公司旗下小漠国际物流港新增澳大利亚

滚装外贸航线,中远海运特种运输股份有限公司旗下远海汽车船公司“赣江口”轮首次靠泊作业,1165台比亚迪新能源汽车有序登船,标志着“小漠—澳大利亚”滚装新航线正式开通。

据悉,这是小漠国际物流港自口岸开放以来开通的第10条滚装外贸航线,汽车出口至澳大利亚最快仅需10天,进一步深化了粤港澳大湾区与澳大利亚的经贸合作,成为国内新能源汽车加速深耕澳大利亚市场的高效物流引擎。

今年7月份,小漠国际物流港滚装作业达6个航次,刷新自身单月滚装作业航次历史纪录,标志着滚装作业实现常态化运营。目前,小漠国际物流港滚装外贸航线已覆盖全球六大核心区域,通达东南亚、中东、欧洲、南美洲、澳大利亚等地区,大幅缩短运输周期,有效降低企业物流成本。

独具内外引外联枢纽优势的中国香港,大力度强化了汽车出口服务布局。6月中上旬,2025国际汽车及供应链博览会在香港亚洲国际博览馆举办,创下香港汽车展史上四项之最:规模最大、内容最丰富、内地汽车企业参展

与度最高、香港本地影响力最大,吸引了广州汽车集团股份有限公司、小鹏汽车有限公司、比亚迪股份有限公司等11家车企,以及宁德时代新能源科技股份有限公司、北京地平线机器人技术研发有限公司等近40家供应链企业参加。

“汽车产业链协同‘出海’是大湾区汽车产业发展的必然趋势,大湾区车企有国内市场的规模化支撑,产品线比较全面,电动化技术具备优势。整车企业、零部件供应商、物流企业、金融机构等应加强合作,形成合力,共同开拓海外市场,实现从产品输出到技术标准输出的转变,打造具有全球影响力的汽车产业生态。”深圳市湾众管理咨询有限公司首席经济学家邱思嫻对《证券日报》记者表示。

随着大湾区汽车出口产业的持续发展和港口运行效率的不断提升,大湾区正逐步构建起一个高效、协同的汽车出口生态体系。在全球汽车产业变革的浪潮中,大湾区有望凭借其独特的优势,成为中国汽车产业国际化发展的核心引擎,推动中国汽车品牌在国际市场上占据更重要的地位。

百强房企前7个月销售额超2万亿元 5家突破千亿元

■本报记者 陈潇

7月31日,中指研究院发布的《2025年1—7月中国房地产企业销售业绩排行榜》显示,2025年前7个月,TOP100房企(以全口径销售额排名,下同)累计实现销售总额20730.1亿元,同比下降13.3%。单月来看,7月份销售额同比降幅达18.2%。

榜单显示,今年前7个月,保利发展控股集团股份有限公司(以下简称“保利发展”)以1632亿元的销售总额稳居榜首,绿城中国控股有限公司(以下简称“绿城中国”)、中海企业发展集团有限公司(以下简称“中海地产”)紧随其后,分别实现销售额1368亿元、1319.5亿元。

在销售面积方面,保利发展、绿城中国和万科企业股份有限公司(以下简称“万科”)分列前三,分别达到802.2万平方米、629.0万平方米和627.9万平方米。

通过销售面积与销售额的对比,不难发现部分企业正在主动聚焦高端项目,带动整体单价上移。例如,绿城中国前7个月销售面积629万平方米、金额1368亿元,平均单价超过2万元/平方米,中海地产、华润置地有限公司的平均单价也在2万元至3万元/平方米之间。

“头部房企通过精准拿地,加速布局改善需求市场,有望形成较好的利润空间。”上海易居房地产研究

院副院长严跃进对《证券日报》记者表示:“单价高的项目不仅代表市场认可,也反映出企业产品力和所拿地块地段资源的优势。”

从各阵营表现来看,今年前7个月,有部分中小房企实现逆势突破。其中,TOP10房企销售额均值为1010.3亿元,较上年下降13.6%;TOP11至TOP30区间房企销售额均值为256.3亿元,较上年下降15.2%;TOP31至TOP50区间房企销售额均值为125.2亿元,较上年下降7.8%,降幅最小;TOP51至TOP100区间房企销售额均值为60.0亿元,同比下降13.5%。

从阵营结构来看,今年前7个月销售额超千亿元的房企有5家,销售额超过百亿元企业共有49家,中国金茂控股集团有限公司、杭州滨江房产集团股份有限公司等房企销售表现较为强劲。

中指研究院企业研究总监刘水对《证券日报》记者表示,短期来看,房地产市场仍处于波动调整过程中,城市分化行情仍将延续,“好城市+好房子”具备结构性机会。

“随着近期多地楼市新政的推出,以及‘因城施策’政策工具持续丰富,房地产市场有望保持韧性。”严跃进表示,“对于房企而言,下半年将是比拼产品力与运营效率的关键时期,聚焦核心城市与优质项目,有望在‘金九银十’中抢占先机。”

5G-A商用跑出“加速度”

■本报记者 贾丽

7月30日,国家互联网信息办公室发布《国家信息化发展报告(2024年)》(以下简称《报告》)。《报告》显示,新一代通信技术研发取得新成果,5G-A(5G-Advanced)地空通信(5G-ATG)技术研发成功并完成测试验证,组织开展6G技术试验,针对通感一体、无线人工智能、天地融合等重点技术开展测试验证。截至2024年底,我国5G-A网络部署稳步推进,300多个城市实现5G-A网络覆盖。

当下,中国5G-A有序进入规模商用阶段,6G关键技术攻关则已全面启动,新一代通信技术发展按下“加速键”。5G-A正在智能工厂、智慧码头等场景通过毫秒级时延和厘米级定位支撑机械臂协同、AGV集群调度等工业应用,推动生产制造等领域提质增效。

“我国已经启动全球规模最大的5G-A商用部署,已在智能工厂、车路协同等数十个场景完成验证。5G-A通感一体化、无线人工智能等技术的突破,为低空经济、海洋经济等产业发展提供了关键基础设施。随着更多应用场景落地,新一代通信技术将持续释放经济增长新动能。”中国通信工业协会副会长韩晋科对《证券日报》记者表示。

商用场景日益丰富

5G-A作为5G向6G演进的关键阶段,具有毫秒级时延、万兆比特级速率等革命性突破。目前全球(中国、阿联酋等少数国家实现商用落地。我国持续主导5G-A国际标准,推动5G-A产品体系以及商用场景日益丰富。

今年以来,5G-A应用进一步向低空经济、智能驾驶、卫星通信等领域深化。例如,5G-A推动智能航空网络升级,为飞行娱乐、机载办公、实时遥控无人机、航空物流通信、低空平台等场景提供高密度、高速、低时延的可靠连接;5G-A为移动网络与卫星通信、人工智能、感知计算等跨领域融合提供支持。运营商创新推出的“五网合一”解决方案,整合通信、导航、监视、气象和经济网络,已在广东、江苏等地开展组网测试。

当下,在浙江舟山海域,5G-A通感一体技术正保障着百公里级无人机海上航线;安徽骆岗公园内,5G-A网络终端管理平台支撑着全空域无人体系运营;在青岛董家口港区,5G-A通感一体网络实现港区船舶动态精准定位,支撑“智慧海洋”发展迈向新阶段……如上正是我国5G-A商用跑出“加速度”的重要体现。

今年6月份召开的2025上海世界移动通信大会披露的数据显示,作为全球5G-A发展的先锋,中国已有30多个省份已发布5G-A主套餐,5G-A用户数已超过1000万。

“5G-A也正打开更多新产业空间。在5G-A的加持下,融合北斗、卫

星等新一代信息技术,形成了5G-A通感一体化、5G-A低空智能网的独特技术应用,使管理效率和安全性大大提升,实现空中终端与地面基站的智能协同,解决了空通信感知、导航定位、气象信息、监管处置等一系列难题。高精度毫秒级时延让远程手术、工业自动化更可靠,带来更快更优质的通信体验并有望实现低成本千亿物联。5G-A带来的数万亿元产业规模也将成为中国经济增长的强大引擎。”环球通信行业分析师马波对《证券日报》记者表示。

呈现集群化发展

随着5G-A的技术迭代与规模商用推进,产业链愈发繁荣,并呈现集群化发展趋势。

中国电信和中国联通品牌运营商共建共享5G-A基站约7万站,带动芯片、模组、终端产业链上下游企业持续集聚。华为技术有限公司(以下简称“华为”)推进“5G-A×AI”在工业与C端服务实现多维度突破,推动新一代通信技术与AI在实际应用中交融发展,进一步激发产业链协同效应。

目前,在新一代通信技术领域,芯片厂商、飞控与终端设备企业、运营商、航空公司及内容平台等多方企业正在积极参与进来,从而加速从设备供应到商业运营的全链路形成。

工信部信息通信经济专家委员会委员刘兴亮对《证券日报》记者表示:“这种集群化发展正推动5G-A从单点突破转向系统创新,为6G演进构建‘技术—应用—产业’协同发展的生态底座。一方面,运营商积极推动超上行、智能调度等技术落地;另一方面,设备与芯片厂商如华为、中兴通讯股份有限公司等则专注于技术标准、飞行补偿、多频段融合以及Open RAN(一种新兴网络架构)创新等。然而在技术创新与实际应用中,越来越多的厂商则选择联动发展。”

与此同时,随着5G-A覆盖从城市扩展至航线、偏远区域,场景需求出现明显分化,如空对地通话、无人机通信、低空枢纽等对延迟、带宽、同步性等性能要求各异,不同方向细分赛道也在加速形成。

随着更多5G-A基站建成,覆盖工业园区、交通枢纽等更广领域,相关产业链也迎来爆发期。中研普华预测,毫米波芯片、通感一体模组等细分市场,预计2027年其市场规模将突破800亿元。

在刘兴亮看来,当下,5G-A的发展还面临频谱与干扰控制、高速度与切换稳定性、商业化与商业生态落地、基础设施边际成本与能耗等多个问题待解,产业链上的企业应主动投身于应用场景的探索与商业模式创新中,通过解决实际痛点来构建自身的核心竞争力,共同推动5G-A从技术优势走向全面繁荣的产业价值。