

深圳買房計分搖號無61分即淘汰

為嚴控投資性購房需求，深圳市在「7·15」新政後，首次推出按積分搖號購房，以照顧剛需又符合要求的市民優先購房。首個積分搖號樓盤華強城市花園下周將開售，有購房者因積分在61分以下而無緣參與。據媒體引述指，深圳住建局領導公開肯定該辦法。

香港文匯報記者 李昌鴻 深圳報道



媒體報道指，深圳住建局領導希望採取積分搖號「確保有限的住房資源優先銷售給無房自住家庭」。

之前為嚴控投資需求，深圳經常採取搖號購房，但很多投資者仍然排隊搶購，並且有不少成功中籤，影響用家購買。此次，深圳市推出按積分搖號購房，就將投資客擋在門外。因此首次推出按積分搖號購房的華強城市花園吸引市場的關注。

華強城市花園成首例

據華強城市花園項目方流程，8月3至8日是核驗積分階段，9至10日短信通知積分排在前面的5,560人士為誠意登記客戶，此後凍結資金，並將在8月13號參與公證搖號。據悉，目前可以確定是，61分以下全部被淘汰。

據悉，該項目積分要求是社保和有無住房等來評分。目前深圳可以購房的群體分為兩類，包

括交滿3年社保的深圳戶籍人士和交滿5年社保的外地戶籍人士，前者結婚可以買兩套，後者無論婚否只能買一套。

政策傾向本土戶籍

有資格購房人士的積分如何計算？根據華強城市花園制定的方案，在深圳沒有購房記錄的合格人士積分最高，為50分；有購房記錄無房者40分，已有一套者積分為10分。這是按照有房無房來積分。此外，如果夫妻雙方都是深圳戶口，可以加10分；夫妻雙方有一方為深戶，以及單身深戶，加5分；非深戶者，無積分。這個政策是明顯傾向於深圳戶籍人士。另外，社保按交納時間計算，每月積0.1分。

通過計算，到這裏已基本上可以肯定，已有一

套房的人士想進入參與公證搖號基本上已經非常難，這樣就基本上趕絕投資者。

目前該項目有不少人的積分在70至80分，獲得購房資格，其優勢是夫妻雙方都有深圳戶籍但無房，並且有5至10年社保積分。

據騰訊財經報道，華強城市花園推出的積分搖號，有很強的指引意義，很可能成為通行規則。近期深圳住建局領導公開肯定該辦法，稱「積分搖號將成為導向。如果熱點樓盤的認籌人數遠超出房源數量，將採取積分搖號，優先考慮無房家庭，一次性解決更多人的住房問題」。

官方希望「對意向購房人群按照是否為真正剛需家庭及來深時間長短等因素，確定一定的購房比例，將確保有限的住房資源優先銷售給無房自住家庭」。

即食麵帶動 統一多賺6.8%

香港文匯報訊（記者岑健樂）統一企業中國（0220）昨日收市後公布中期業績。期內收入按年升3%至118.17億元（人民幣，下同），當中食品業務收入升22%至52.07億元，純利按年增長6.8%至10.65億元，每股盈利24.66分，不派中期息。公司毛利率35.8%，年跌0.8個百分點，主要是食品業務收益佔比上升，特別是疫情帶動即食麵市場增長。該股昨收

報8.35元，跌0.11元或1.3%。該公司公告中表示，預料內地食品飲品行業將逐漸恢復平穩增長，面對疫情改變的消費模式，「宅經濟」加速線上渠道發展。於線上，公司將致力推進統一e商城的售點覆蓋，發展到家業務。於線下，公司通過疫情嚴控期以無接觸的社區服務站，開展社區無接觸消費，在疫情平穩期間以終端店為核心的無人化推廣，保持與消費者接觸與互動。

中國創意半年溢利增19倍

香港文匯報訊 中國創意（8368）昨日公布，上半年外圍市場雖受新冠肺炎疫情影響，集團積極推動發展節目製作、藝人經紀及策劃推廣宣傳業務，在逆境仍能尋獲機遇，期內整體收入錄2,030萬元（人民幣，下同），毛利1,060萬元，毛利率較去年同期增15.8個百分點至52.1%，溢利大增19倍至260萬元。

主席兼執行董事楊劍表示，受全球疫情影響，隨着全國電影院等娛樂場所關閉，娛樂內容消費轉向靈活又具娛樂性節目的串流平台，擁有更多定製內容的串流平台得以蓬勃迅速發展。為深耕節目製作及相關服務發展，集團堅持以策劃、製作、發行及分銷不同種類影視內容的發展策略，投入前

期製作連續劇及電影，並積極洽談與平台合作定製內容。為在未來獲得更多電視劇、網絡劇及電影製作的潛在資源和儲備，集團已與一家專門製作節目知識產權創造的中國影視劇製作公司達成緊密合作協議。

疫情增網絡廣告收入

各項業務中，受惠視頻電商和直播帶貨的火熱市場，集團逐步優化獨家經營權的「Aiwoo」。再加上，疫情下客戶使用社交媒體推廣其產品的數量增加，帶動集團線上業務從去年同期的零收入，發展至期內錄得網絡廣告及許可費等為650萬元。集團已簽訂廣告及許可費相關合同共金額達1,800萬元，預計利潤將於年內逐步體現。

渤海銀行獲批香港牌照

香港文匯報訊 渤海銀行日前正式獲香港金管局授予銀行牌照，成為香港持牌銀行，其香港代表處升格為香港分行，成為該行第34家一級分行，也是首家境外分行。

首家境外分行正式成立

渤海銀行香港分行的正式成立，完善該行分支機構布局，是繼7月16日在香港聯交所主板掛

牌上市後又一重大里程碑事件，意味着邁向國際化的道路上更進一步。

渤海銀行2005年12月30日成立，2006年2月正式對外營業。截至去年12月31日，該行總資產達11,169億元（人民幣，下同），較2017年1月1日增長30.5%，與全國性股份制上市銀行相比排名第三。截至去年12月31日，實現營業收入284億元，淨利潤82億元，淨利潤同比增速

達15.7%，高於全國性股份制上市銀行增速。

渣打銀行作為渤海銀行戰略投資者，也是該行第二大股東，近期再次與渤海銀行簽訂全面戰略合作協議，未來將在「一帶一路」沿線、協同發展、加強和推進人民幣國際化等方面推進合作。渤海銀行香港分行的獲批，意味着該行將以香港為橋頭堡，通過內引外聯，大力推進國際化發展戰略。

工商資訊

2020年8月5日，第十七屆「世界品牌大會暨中國500最具價值品牌發佈會」在北京揭曉。青島啤酒以1792.85億元的品牌價值，連續17年領軍中國啤酒行業。青島啤酒公司旗下的崂山啤酒、漢斯啤酒、青島啤酒博物館以及王子四個子品牌分別以402.18億元、238.08億元、201.75億元、38.62億元同時上榜。青島啤酒用創新高質量發展深度淘洗了品牌含金量，並持續提升品牌價值鏈的協同進化。

1991年青島啤酒發起創辦青島國際啤酒節，如今不僅潮湧全國各地市，還走出國門。



青島啤酒 品牌價值突破1792億 連續17年行業奪冠

這是世界品牌實驗室(World Brand Lab)連續十七年發佈《中國500最具價值品牌》。世界品牌實驗室全資附屬於世界經理人集團，由1999年諾貝爾經濟學獎得主Robert Mundell教授擔任主席。世界品牌實驗室採用「收益現值法」對品牌價值進行測評，綜合了消費者研究、競爭分析以及對企業未來收入的預測。

堅守高品質 讓消費者體驗增值

7月31日，青島啤酒發布「百年之旅」「琥珀拉格」系列藝術釀造新品，甫一上市，便獲得消費者的追捧。這是青島啤酒充分發揮國家重點實驗室的研發優勢，高度整合上下游產業鏈稀缺要素，開啟

青島啤酒藝術釀造魅力質量新篇章之作。

質量是品牌的根基，通過好產品帶給消費者好體驗是企業的立身之本。一直以來，青島啤酒始終用品質和實力做大中國品牌、做強中國製造，匠心傳承117年。2019年，青島啤酒創新提出打造「魅力質量」。在持續優化廣為消費者青睞的經典1903、青島純生、奧古特等中高端產品之外，還着力打造一批新特實力產品，「歐洲之星大獎」之作皮爾森、內外兼修獲得德國紅點設計獎和世界啤酒錦標賽大獎的全麥白啤，以及新近發布的「百年之旅」「琥珀拉格」等鮮活的產品，無不成為青島啤酒「魅力質量」新時代一個個生動的註腳。



青島啤酒是中國歷史悠久的啤酒製造廠商。

高質量發展 淘洗品牌「含金量」

品牌形象、品牌價值的建立是時間積累的產物，通過持續的產品創新、體驗升級，青島啤酒打造和積澱了獨特的文化，並不斷豐富着品牌的文化內涵。作為百年民族品牌，青島啤酒以高度的社會責任感，為全球消費者「賦能」美好生活，持續向社會輸送具有時代特徵的品牌精神。

即使面對疫情的挑戰，青島啤酒依舊快速應變，率先開發啤酒行業首張全國「無接觸配送數字地圖」；「青啤超市」的「到家服務」搬進全國5萬多社區開展42萬餘場；布局新基建，培育新消費……彰顯出高質量發展的綜合實力。

品牌文化的軟實力，成為高質量發展的硬支撐，成就了非凡的業績增長以及消費者更高的品牌忠誠度，獲得了行業、媒體及社會各界的認可，在資本市場更是屢創佳績；7月15日青島啤酒市值突破千億，是自1993年「A+H」兩地上市以來的歷史新高，相比2020年3月19日市值增加577.4億元，增長127.57%。



資料圖片

持續創新 為消費升級賦能

在「新消費」時代，大量的消費場景正在崛起，產品的文化屬性、場景化精神享受日益得到消費者的重視。這就要求品牌對消費者的洞察顆粒度愈發精細，畫像愈發清晰，也需要越來越聚焦。

作為與時代積極互動的百年企業，青島啤酒不斷洞察消費趨勢，用前瞻性的眼光創新實踐，打造新業態、優化新供給，滿足消費者個性化、場景化、便捷化、高端化等多層次的需求。推出「私人定制」，15箱即可起訂；致力

於打造時尚新地標、潮流聚集地的TSINGTAO1903青島啤酒吧陸續落地上海、深圳等全國50多座城市，刮起時尚風暴；衝浪工業互聯網，孵化建設消費者可以深度參與的無邊界工廠的同時，共享行業生態及資源；城酒共生，打造青島國際啤酒節這一具有30年歷史的節慶品牌，不僅「潮」湧全國各地市，並走出國門，最遠跨越1.3萬公里抵達利比亞，3天時間吸引了當地4萬多國民的激情參與，讓世界品味中國風情、青啤味道。



青島啤酒為全球消費者「賦能」美好生活。