

A股2025年年报业绩预告亮相

超半数公司预喜

A股上市公司2025年年报业绩预告持续披露。Wind数据显示,截至1月11日17时,A股共有108家上市公司对外披露2025年业绩预告,60家预喜,预喜比例约为55.56%。略增22家、扭亏5家、续盈1家、预增32家,已披露业绩预告的上市公司整体保持较好的增长态势。剔除扭亏影响,18家公司预计净利润翻倍。除主营业务稳步增长外,投资收益大幅增长也是相关上市公司业绩翻倍的主要原因。

18家公司净利润翻倍

剔除扭亏公司影响,披露2025年业绩预告的上市公司中,有18家公司预计2025年全年归属于上市公司股东的净利润同比增长超过100%。

其中,中科蓝讯、传化智联、康辰药业、百奥赛图、天赐材料等公司的增幅居前。

以增幅居前的中科蓝讯为例,公司预计2025年全年实现归属于上市公司股东的净利润为14亿元至14.3亿元,同比增长366.51%至376.51%;预计实现扣除非经常性损益后的净利润为2.2亿元至2.4亿元,同比下降9.89%至1.7%,预计实现营业收入为18.3亿元至18.5亿元。对于业绩变动的原因,中科蓝讯提到,为强化公司在半导体核心领域的战略布局并赋能长期发展,公司基于对行业趋势的深度研判与严格筛选机制,围绕GPU、先进封装测试等高成长性领域,进行了前瞻性投资布局。公司直接持有摩尔线程134.04万股,占其首次公开发行后总股本的0.29%,通过自创科创间接持有摩尔线程67.01万股,占其首次公开发行后总股

本的0.14%,合计为0.43%;公司直接持有沐曦股份85.43万股,占其首次公开发行后总股本的0.21%。本报告期,非经常性损益主要为投资摩尔线程和沐曦股份取得的公允价值变动,较上年有大幅增长,导致公司2025年实现归属于上市公司股东的净利润较上年大幅增长。

传化智联预计2025年全年实现归属于上市公司股东的净利润为5.4亿元至7亿元,同比增长256.07%至361.57%,扣除非经常性损益后的净利润为4.3亿元至4.3亿元,同比增长68.34%至126.21%。业绩变动的主要原因是,报告期内,公司化学业务聚焦市场需求,优化营销策略;物流业务持续优化资产结构,聚焦优势业务,提升盈利能力。报告期内,公司经营业绩取得良好增长;公司转让传化支付有限公司股权和青岛传化物流基地有限公司股权确认相关投资收益;公司回购浙江传化合成材料股份有限公司少数股东股权提升持股比例。

中船防务预计2025年实现归属于上市公司股东的净利润为9.4亿元至11.2亿元,同比增长149.61%至196.88%;扣除非经常性损益后的净利润为8.5亿元至10.2亿元,同比增长153.27%至203.93%。报告期内,公司经营业绩稳步增长,主要是船舶产品收入及生产效率有所提升,产品毛利同比改善,以及联营企业经营业绩显著提升,参股公司分红金额增加,公司相应确认投资收益同比大幅增加。

业绩预喜引关注

从行业角度看,半导体、生物医药、化

工、机械、有色金属等行业上市公司业绩回暖明显。

受金价持续高涨影响,赤峰黄金、紫金矿业等公司业绩大幅增长。

以赤峰黄金为例,公司预计2025年全年实现归属于上市公司股东的净利润为30亿元至32亿元,同比增长70%至81%,扣除非经常性损益后的净利润为29.7亿元至31.7亿元,同比增长75%至86%。报告期内,公司主营黄金产量约为14.4吨,主营黄金产品销售价格同比上升约49%,境内外矿山企业盈利能力增强。

不少上市公司发布业绩预告后,受到机构密集调研。

以艾克森为例,公司在接受机构调研时提到,2026年公司将聚焦三大核心方向:一是深化技术落地,推进COB、MIP技术规模化优化,加速AI+显示场景在商业、文旅等领域的复制应用;二是抢抓增量市场,重点布局LED电影屏、AR显示等政策与需求双重驱动赛道;三是持续优化全球布局,巩固海外市场优势,同时挖掘国内教育信息化等潜力场景,致力于将技术与市场优势转化为持续业绩增长,为投资者带来长期稳定回报。

海外市场成增长引擎

业绩大幅预喜的上市公司中,多家公司提及,报告期内,积极发力海外业务,助推业绩实现快速增长。

以百奥赛图为例,公司预计2025年全年实现营业收入约为13.51亿元,同比增长37.75%;公司持续加大海外市场开拓,同时国内生物医药企业释放更多研发需求,得益

于公司强大的研发能力,丰富的动物模型资源及不断提高的品牌影响力,公司营业收入实现高速增长。2025年度公司预计实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润约为8027.34万元,同比增长249.5%,营业收入的快速增长直接带动了净利润的同步大幅提升。

一些公司海外业务收入占比较高。举例来看,艾克森预计2025年全年实现归属于上市公司股东的净利润为2.4亿元至2.9亿元,同比增长105.32%至148.09%;预计实现营业收入约为41.56亿元,同比增长13.46%。其中,海外市场经过多年的持续深耕与科学布局,进一步深化本地化运营,构建起高效协同的全球渠道网络,打造出差异化品牌优势,显著增强了在国际市场的竞争力。目前,公司业务已覆盖超140个国家,海外业务共实现营业收入约31.93亿元,同比增长约8.94%,并继续保持良好增长态势。

部分公司称,海外业务实现快速增长,未来海外市场仍有较大增长空间。

以华测导航为例,公司预计2025年实现归属于上市公司股东的净利润为6.7亿元至6.9亿元,同比增长14.84%至18.27%。报告期内,公司实现归母净利润和扣非后归母净利润稳健增长,主要原因为:公司坚持全球化,打造爆品的发展战略,机器人与自动驾驶、地理空间信息等相关业务发展较快。在国内市场与监测业务阶段性承压的背景下,公司集中资源大力拓展海外市场,海外区域营业收入持续快速增长,未来海外市场仍有较大增长空间。公司保持高强度研发投入,构筑核心技术壁垒,提升公司产品竞争力,助力公司在各行业市场业务快速拓展。 钟峥

商业航天遭“热炒” 多家上市公司提示风险

1月8日,A股三大指数集体下跌,商业航天概念逆市走强,盘中迎来大面积涨停,收盘时有353只商业航天概念股实现收红,和顺电气等33只个股涨停,14家上市公司接连发布股价异动或风险提示公告;9日,三大指数集体收涨,有325只商业航天概念股收红,乾照光电等22只个股涨停,再现“涨停潮”。

多轮政策消息提振

近期,商业航天概念受到多轮政策消息的提振。

2025年11月,商业航天产业迎来首个专门监管机构——商业航天司。同月,国家航天局印发《国家航天局推进商业航天高质量发展专项行动计划(2025—2027年)》,将商业航天纳入国家航天发展总体布局。12月,上海证券交易所发布《上海证券交易所发布上市公司审核规则适用指引第9号——商业火箭企业适用科创板第五套上市标准》,首次为商业火箭企业冲刺科创板指明清晰路径,明确了技术里程碑、技术研发实力、商业化前景等指标。

近一段时间以来,商业航天概念表现抢眼,估值水涨船高,概念平均PE(TTM)从11月的36.69涨至45.30,更有16只个股股价翻倍,夺下“涨幅王”的天力复合更是上涨了265.41%。

同时,卫星、航空航天等ETF基金也获得较大收益。2026年以来,9只基金产品年内涨幅超过10%,涨幅最高的富国中证卫星产业12月涨15.99%;11只基金产品中年内涨幅在8%到10%之间,涨幅最低的华宝国证通用航空产业ETF上涨了8.48%。

被热炒的商业航天概念,是否存在隐忧?

多家上市公司对此轮炒作表现出警惕。在8日出现商业航天概念“涨停潮”后不久,天力复合、潘尼测试、中国一重等14家上市公司陆续发布股价异动或风险提示公告,提示投资者理性投资、注意风险。

中国一重、潘尼测试等多家上市公司还在公告中主动披露业绩“硬伤”。潘尼测试在公告中提到,2025年12月24日至2026年1月8日连续10个交易日,日收盘价格涨幅偏离值累计超100%,更是提醒2025年前三季度公司净亏损约1.99亿

元,预计2025年度亏损2亿元到2.5亿元。

市场空间巨大

商业航天市场空间有多大?此前发布的《中国商业航天产业发展报告(2025)》指出,截至2025年11月,2025年全球平均每月发射超过26次,全球航天进入“周更发射时代”,2025年中国商业航天产业规模达到2.5万亿元至2.8万亿元,年均复合增长率20%以上,商业航天企业数量达到600家以上。

在中国科学院力学研究所研究员严宝峰看来,中国商业航天才刚刚起步,民商火箭的发射次数也实现“零的突破”,未来几年国内计划发射卫星45120颗,商业航天规模化发展面临运力不足、运载成本高等因素制约,成本过高也是受到运力短缺影响。

“目前能够提供卫星发射能力的主要还是‘国家队’,无法满足商业航天大运力、低成本、高密度的发射需求。”严宝峰介绍,国内商业航天客户需求的核心是低成本、高可靠、高密度、准时发射,传统的航天企业以实现技术指标的突破来引领创新的“工程师思维”,与商业航天的需求并不匹配。

收配送费,又向商家抽取配送成本。”张健坦言,由于线上成本高于线下,只能提高售价,“线下一折8折售卖,线上只能卖原价”。

对此,北京中银律师事务所高级合伙人杨保全表示,平台“双向收费”模式虽有运营逻辑,但对于利润薄薄且带有公益性质的实体店来说,易构成“过度挤压”,需平衡调整。

更大的挑战来自市场的竞争乱象。多家书店反映,部分不良商家利用盗版书、非正常渠道货源压低价格,以9.9元包邮等方式抢占流量,导致坚持正版的实体店曝光量骤降。“他们靠低价走量抢流量,我们正规书店根本没法比。”通达书店店主李伯达无奈地表示。

对此,上海财经大学数字经济研究院副院长崔丽丽指出,低价引流属于商家的价格策略,平台没有理由介入,但平台对盗版图书的甄别与治理则责无旁贷。“平台应强化资质审核,通过技术手段识别盗版图书,并对违规商家引导或清退。”崔丽丽说。

此外,运营烦琐、退单售后等都让本就人力有限的书店疲于应付。线上之路,远非“上传即售”那般简单。

从应急渠道到“第二增长曲线”

上线外卖平台能否撑起书店的未来?“指着完全靠线上挣钱,那不可能。”孙艳霞的话道出多数经营者的心声。目前,外卖业务更多是“补充渠道”“引流入口”和增加“品牌曝光”。

“要让外卖模式真正成为‘第二增长曲线’,书店必须转变观念,从被动适应转向主动运营,从必须挣钱‘急匆匆’转向长期的用户精细化运营。”在汪振军看来,书店可以借助大数据洞察需求,实现精准服务,“通过线上互动在网络上下打造出自己的服务品牌,不能沦为外卖平台的附属品。”

“交易环节的数字化带来的是整个供应链的转型。”崔丽丽建议书店向“时尚生活方式买手店”学习,针对细分客群筛选、精选图书,做好内容推送和活动策划,维持社群活跃度,基于内容进行运营并实现销售转化。

平台规则优化与监管加强是重要保障。杨保全建议,外卖平台应完善准入审核,优化流量算法,引入商家信誉、正版保障等评价维度。同时,监管部门应加强知识产权执法,行业协会可通过自律公约引导诚信经营,“通过‘政府执法+行业自律’双轮驱动,营造公平竞争的线上环境。”

“从长远来看,实体店外卖模式的价值不仅在于销售增长,更在于文化传播延伸。”汪振军指出,在《全民阅读促进条例》的立法保障下,实体店可借助外卖平台扩大公共文化服务半径,参与社区阅读推广,成为城市文化生态的重要组成部分。

“未来的图书营销将是多元共存的格局,实体店既要守好线下文化空间核心优势,也要通过线上渠道融入市民日常生活,才能实现社会效益与经济效益双丰收。”汪振军强调。 肖婕妤

书店外卖:如何从应急渠道成为新增长点

一个工作日的中午,在北京市东城区交道口乌龙书店里,各式各样的教辅书整齐码放在书架上,一本打包好的书放在门口,等待骑手取单配送。收银台旁的电脑传来提示音:“您好,您有一条新的外卖订单。”书店经理王雯雯点开屏幕——是单练习册加一支笔,备注写着:孩子下午上课急用,麻烦尽快。

近年来,从大型连锁书城到小微书店,越来越多书店入驻外卖平台。当骑手在人流中穿梭的不再只是餐盒,还有散发着油墨香的书籍,这股“知识外卖”热潮,是实体书店的“数字急救”,还是通向未来的转型之路?

被动尝试与主动出击

乌龙书店经理王雯雯介绍,结合门店紧邻中小学的区位优势,该店线上选品以教辅类书籍为主,同步上线办公用品、日用品、玩具等品类,主打“一站式满足顾客需求”。

实体店销售低迷,是大部分受访书店上线外卖平台的共同动因。“我得挣钱,想办法给大家发工资啊。”中关村图书大厦一名工作人员直言。

在被动求生之外,也有书店主动出击。位于北京市西城区的小儿郎书店于2024年6月上线外卖平台。书店店主张健表示,看到网络销售盛行,便顺势而为拓展销量,“没有线上平台,实体店只能辐射周围一两公里,线下外卖后,销售范围能扩大一些”。

“外卖就是应急,花钱买个快。”离小儿郎书店3公里远的文沁阁书店工作人员表

示,消费者的即时需求增长,临时通知的课外读物、午间急需的文具……这些“等不起”的需求,构成了书店外卖的核心初始市场。

郑州大学文化产业研究中心主任汪振军表示,实体店上线外卖平台,既是市场竞争倒逼的结果,也是自我转型的尝试,“尤其是教辅、工具书和学生文具,具有刚性需求,更容易在线上形成转化”。

转型带来了可见成效。“外卖平台让书店服务半径从2公里扩展到15公里,曝光量翻了几个倍。”位于北京市西城区的学尔雅书店店主孙艳霞表示,线上渠道不仅带来新增订单,还能为线下引流,“有的顾客网上看到某本书后,觉得加运费不划算,会亲自到店购买,顺便挑选其他商品。”

盈利与竞争的双重考验

然而,书店外卖订单背后,是平台佣金与配送费的双重挤压。“卖一单赚一两块钱,有时候还会赔钱。”这是许多书店店主的抱怨。

于君子道书店位于北京市海淀区,店主陈芳丽算了一笔账:一本35元的书,进价为21.7元,扣完运费9.2元,再减去平台5%的佣金1.75元,再减去满减活动3元,到手21.05元,“不赚钱还赔钱”。

孙艳霞则表示,一单平均只赚2元至3元,日均营收1000元的情况下,利润率仅10%左右,一年线上净利润不过3000元左右。

“外卖平台是‘双向收费’,既向消费者

连云港经济技术开发区打好惠企政策“组合拳”

2025年,连云港经济技术开发区紧紧围绕高质量发展这一方向,积极向上争取政策资金,同时主动筹划,帮助企业产业升级发展、财政贴息融资支持等,助力企业实现加速发展,推动产业结构升级,助力经济发展提质增效。

聚焦产业升级,筑牢创新发展硬支撑。2025年,连云港经济技术开发区安排财政资金23993万元,助推企业产业创新发展。通过安排超长期特别国债、制造业智能化改造和数字化转型、工业和信息产业发展、科技创新研究与成果转化等财政专项资金,为企业设备更新“输血减负”,加快企业老旧设备更新换代,提升企业智能化、数字化、信息化水平,推动产业加快转型升级,激发企业发展新动能,促进新质生产力发展。

聚力财政贴息降本减负,助力企业轻装上阵。面对企业融资难等问题,连云港经济技术开发区加大对企业的财政

贴息力度。2025年安排区级配套贴息资金630万元,助力企业解决融资需求7.4亿元。资金主要集中在制造业贷款、租赁贴息、外贸企业贴息等领域,财政贴息政策既降低企业融资成本,更释放出聚焦实体经济、扶持重点领域的清晰政策信号,激发经济发展活力,提振企业发展信心,进而引导社会资本加大投资,促进社会经济外贸。

聚焦稳外贸,助企拓宽多元市场。2025年,连云港经济技术开发区精准发力、多措并举,统筹安排商务发展外贸等相关专项资金9560万元,以真金白银的政策红利,精准高效的扶持举措,为外贸企业纾困赋能。通过对企业出口信用保险、境外展会推广、品牌建设、跨境电商建设与经营、技术设备引入等方面进行财政补贴,助力企业扬帆出海开拓多元市场,推动外贸发展提质增效。

庄 严 程兆江

周春蕾:以法为“翼”守护公平正义

江苏博事达律师事务所的周春蕾,在南京法律援助圈是公认的“多面手”:法庭上她据理力争,调解室里她化解干戈,社区中她普法及维权。2025年,她办结79件法律援助案件,为受援人挽回经济损失超700万元,用专业与坚守为困境中的人们点亮希望。

法律援助案件常藏“迷局”,周春蕾却善于在细节中寻找突破口。62岁务工人员郁某超龄未签合同,还被迫签下“免责声明”,常规维权路径几乎全断。周春蕾辗转于劳动监察部门,调取到关键询问笔录,凭其中记载的用工派遣关系和工资支付事实,成功认定“实质劳动关系”,助郁某拿到1.2万元工伤赔偿。在李某故意伤害案中,面对“轻伤二级”鉴定结论,她聚焦“主观故意”和“因果关系”关键点,收集村民联名证言,还原是“拉扯”而非“殴打”的真相,结合医学专家指出专业意见,最终检察机关以“事实不清、证据不足”作出不予起诉决定,让李某一家回归正常生活。

办案之外,周春蕾的普法服务从未停歇。她每周固定在江宁区劳动仲裁委值班,值守

12348法律服务热线,她还走进社区、学校、企业开展民法典专题讲座。一年间,她接待咨询超2000人次,成功调解纠纷近30起。针对行动不便的老人、残疾人,她提供上门服务;对于外地务工人员,她通过微信、视频远程沟通,不让距离和身体条件成为维权障碍。

周春蕾还注重“授人以渔”。她将办案经验转化为可复制的工作方法,总结超龄劳动者维权中“劳动从属性”认定要点,为同类案件提供指引。此外,她还走进大学课堂,在“民法理论与实务”课程中分享鲜活案例,让学生感受法律的生命力。她认为,法律援助的更高价值在于推动法治共识形成与制度完善,“一个案例的胜诉,不仅是为一人争权益,更是确立规则,照亮灰色地带”。

没有惊天动地的壮举,周春蕾在细微处守持法治底线,没有豪言壮语,她用实实在在的 results 传递司法温度。她以专业能力打破维权困境,用贴心服务拉近法律与群众的距离,让公平正义不仅写在纸上,更被每一个普通人真切感知。 俞航

春节档IP争霸赛启幕 多家头部影视公司抢滩布局

截至1月11日,已经有新片宣布定档2026年春节档。由猫眼娱乐、大麦娱乐、博纳影业、中国电影、万达电影、横店影视6家上市公司联合出品的电影《飞驰人生3》已经宣布于春节档上映。除此之外,还有多部市场高度关注的作品有望参与春节档竞争。

春节档作为全年流量最大、竞争最激烈的黄金档期,一直是头部影视公司推出年度重磅影片的必争之地。值得关注的是,2026年春节档长达9天,创下史上最长春节档纪录。

“2026年春节档,是中国电影市场在2025年后《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)创下票房纪录后,寻求持续稳定发展的关键节点。这个最长假期,将是对中国电影工业全方位的大考。”上海夏至良时咨询管理有限公司高级研究员杨怀玉表示。

一名业内分析师则表示:“从《飞驰人生3》背后扎堆的头部影视公司来看,IP电影已经是上市公司‘抢夺’的重要方向。”

据悉,《熊出没·年有年熊》《镖人:风起大漠》《惊天无声》《熊猫计划2》《澎湖海战》等市场高关注度影片也有望锁定2026年春节档。

其中,《熊出没·年有年熊》出自华强方特(深圳)动漫有限公司制作的《熊出没》IP,该系列已经推出了11部电影,累计

吸金票房达到81.02亿元,并且历年都是春节档的“常胜选手”,拥有稳定的观众受众,是春节档合家欢电影的重要代表。

杨怀玉认为,由于2025年上映的三部动画《哪吒2》《浪浪山小妖怪》《疯狂动物城2》接连出圈,同时衍生品销售证明了动画作品在实现多元收入上具有明显优势,这让动画电影的市值价值进一步提升。“稳定的IP受众和动画属性,几乎可以肯定《熊出没·年有年熊》的投资方数量不会太少。”

由大麦娱乐出品的《镖人:风起大漠》,改编自同名漫画《镖人》,淘票票想看人数接近27万人,作为IP改编作品也拥有极高的市场关注度。同样由大麦娱乐出品的《惊天无声》,淘票票想看人数高出达31万人,也是有望春节档上映的“人气选手”。

上述分析师认为,“有望上春节档”的加持,优势是为电影口碑发酵、用户多次观影提供了更宽松的时间,有利于高口碑影片的票房。但需要注意的是,春节档一直呈现强者更强的竞争格局,而2025年整个电影市场都表现出了明显的马太效应,2026年春节档大概率将延续这一规律。这意味着,新片若无法在上映前两天拿出亮眼的口碑表现,无论是院线排片资源还是观众关注度,都难以获得足够的成长空间,票房增长或将受限。 李蒙悦

金饰价格迎年内首轮上涨

2026年伊始,国内金饰市场迎来年内首轮价格上涨。

“这款采用古法黄金工艺的足金手链,前几天售价约2.7万元,因成本持续上涨,集团近期统一调整了部分定价饰品价格,现在售价约为3.1万元。”1月10日,周生天成旗舰店客服表示。与此同时,该品牌多家线下门店工作人员也证实,一口价转运珠产品已同步涨价,单款涨幅约200元。

在此之前,2025年国际金价的上漲已经传导至零售端,周生生、周六福、老铺黄金等多个品牌曾上调“一口价”金饰价格。2026年开年,不仅黄金品牌定价饰品价格上涨,国内首飾金的克重价格也持续走高,各大金飾品牌实时报价再次接近1400元/克。

“今年黄金克重挂牌价比昨天调高了10元,这周六累计上涨至少30元。”1月10日,北京市朝阳区一家大型

商场的黄金饰品门店服务人员表示。

本轮国内首飾金价格上涨,根源仍在于国际金价企稳回升。截至1月9日收盘,现货黄金价格回升至4500美元/盎司之上,COMEX黄金期货价格也涨至4518.4美元/盎司,均距前历史高点仅“一步之遥”。

领秀财经首席分析师刘思源表示,短期来看,一方面局部地缘政治风险升温,引发避险资金加速涌入黄金市场,进而推动国际金价快速上行。另一方面,受上周五美国非农数据低于预期影响,黄金多头延续强势表现,叠加市场对美联储降息的预期,这些因素均支撑国际金价震荡上涨。长期而言,无论是2026年美联储降息政策的延续,还是各国央行应对风险持续增持黄金储备,预计都将支撑现货黄金市场的需求。 杜雨萌

多地出台楼市新政 持续降低购房成本

2026年伊始,围绕住房公积金、购房补贴等着力点多地再出新政持续激活住房需求。

1月7日,厦门市住房公积金管理委员会连发四份优化调整住房公积金政策的文件,涉及住房公积金提取和贷款,优化住房公积金支付现售商品房和再交易住房购房首款,以及购买直管公房住房公积金政策。在优化调整住房公积金贷款政策方面,厦门市进一步提出,多子女家庭(二孩及以上,其中至少有一名未成年子女)申请住房公积金贷款的,在现有政策可贷额度基础上增加25万元。

同日,沈阳市也宣布实施新一轮住房公积金贷款政策优化方案,具体涉及5个方面:延长最低首付比例政策;延长贷款次数认定标准;放宽特定群体“商转公”条件;提高“商转公”贷款额度,将“商转公”贷款的最高比例上限,由房屋价格的60%提升至80%;扩大新市民、青年人政策覆盖面,将新市民、青年人享受住房公积金贷款额度上限提高至1.3倍的政策适用范围,从原先仅限购买新建商品房,放宽至涵盖新建商品房和二手自住房房。

另外,莆田市1月4日发布的《关于进一步促进购房消费的通知》中也提到,要调整公积金贷款支持措施。购买莆田市辖区内新建商品住房的职工及其配偶,可申请提取住房公积金账户余额直接用于支付首付款,款项将直接转入房地产开发企业的预售资金监管账户。

“当下,要想进一步激活房地产存量市场,需有效降低持有成本。”58安居客研究院院长张波表示,从安居客线上数据来看,2025年全国百城二手房挂牌时长达84天,同比增长7.6%,购房者期望增长加大的核心原因之一就是“月供压力大”。因此,无论是厦门市提高多子女家庭住房公积金额度,还是沈阳市“商转公”贷款额度提升,扩大新市民、青年人享受住房公积金贷款额度上限覆盖范围,均能有效降低购房者的持有成本,对于存量市场的激活有积极意义。

中指研究院相关负责人表示,去年

遗失启事

苑小厉,军官证遗失,证号:军字第9719379号,声明作废。

作声声明

照正副本及公章、法人章、财务章各一枚,声明作废。

●横竖横(苏州)品牌管理有限公司吴中分公司,工商注册号:320506001705197,遗失营业执照正副本及公章、法人章、财务章各一枚,声明作废。

●横竖横(苏州)品牌管理有限公司创意产业园店,工商注册号:320594001749488,遗失营业执照正副本及公章、法人章、财务章各一枚,声明作废。

●横竖横(苏州)品牌管理有限公司丰茂里店,工商注册号:320512000797904,遗失营业执照正副本及公章、法人章、财务章各一枚,声明作废。

●横竖横(苏州)品牌管理有限公司苏高科产业园店,工商注册号:320512000897589,遗失营业执照正副本及公章、法人章、财务章各一枚,声明作废。

●横竖横(苏州)品牌管理有限公司吴郡卧龙店,工商注册号:320512000879658,遗失公章、法人章、财务章各一枚,声明作废。

●横竖横(苏州)品牌管理有限公司拙政园店,工商注册号:32050800111826,遗失营业执照正本,声明作废。