

“消失的月饼”系列再上新

市民在镇海楼畔体验品月盛事

羊城晚报讯 记者黄宙辉、通讯员李明晖报道：7月10日晚上，广州博物馆携手中国大酒店举办2023年中秋月饼镇海楼品鉴会，面向公众推介“消失的月饼”第三季。本次活动是广州博物馆因应暑期公众文化需求和夜间经济精心策划的夜场活动，在文化场馆原址中打造沉浸式的文化体验。

新品灵感化用馆藏广绣挂屏

“消失的月饼”第三季是广州博物馆与中国大酒店在“消失的名菜”系列品牌项目中的合作成果。据介绍，“消失的月饼”系列基于广州博物馆馆藏民国菜谱《制中秋饼材料斤两》、月饼广告单和价格表等文物资料复原而来，让文物从纸面走向餐桌，从博物馆走向公众，让市民从旧时代的老滋味中认识广州，读懂广州。

广州博物馆副馆长朱晓秋介绍，“消失的月饼”第三季注重提炼文物中的岭南传统美学，从馆藏清酸枝嵌螺钿框镶白缎地广绣孔雀牡丹纹挂屏中汲取灵感。月饼礼盒的设计巧妙化用了这件清代挂屏的花鸟纹饰，盒面以独特材质模拟出绣品的立体感，喜鹊在梅花间穿梭，寓意“喜上眉梢”。打开盖子，雍容华贵的牡丹花、栩栩如生的梅花鹿和吉祥鸟孔雀跃然眼前，犹如透过窗花，观赏山林间动物悠然自得，花香引来喜鹊纷飞之境，和谐鼓舞，欣欣向荣。中式复古的礼盒更可变身实用的收纳盒，让文物及其延伸而来的文创产品真正融入生活，拉近文物与生活的距离。

将文物转化为餐桌上的美食

品鉴会现场，历季“消失的月饼”通过文化时尚秀一一展示呈现，在镇海楼畔开启了一场“消失的月饼”品鉴和视听盛宴。身着民国服饰的嘉宾穿梭游弋在精心设计的文化场景之中，旧时的月饼滋味仿佛穿梭时空而来，盈满口腔。

现场品鉴的月饼中，二十世纪六七十年

代的一款经典月饼“蓉蓉加焗月”惹人关注。中国大酒店党委书记、董事长、总经理陈瑞明介绍，这种月饼使用蒸熟的咸蛋黄，放入以鸡油、葱油和少量油盐制成的豆蓉中，融合一体，咸中带甜，口感十足。如今懂制作这种月饼的师傅已经不多。中国大酒店的主创团队机缘之下得悉这种月饼的制作方法，几经研究和试验，终于把这个传统味道还原出来。

朱晓秋表示，多年来，广州博物馆致力于重塑和还原传统粤式月饼之味乃至民国粤菜风味，将文物转化为餐桌上的美食，让其从珍藏深阁走进千家万户的日常，成为可观、可尝、可触的生活日用。这是广州博物馆在文物转化利用和实现文化、旅游和美食的跨界融合之路上的实践和探索。



“消失的月饼”第三季推出的月饼 主办方供图

家长对孩子身高很焦虑 儿科生长发育门诊爆满

羊城晚报讯 记者张华，通讯员黄睿、张健摄影报道：进入暑假后，各大医院的儿科生长发育门诊爆满了。“很多家长对孩子的存在焦虑情绪。”中山大学孙逸仙纪念医院儿童医学中心小儿内分泌科梁阳教授接受羊城晚报记者采访时表示，目前生长发育类疾病的确增多，比如性发育不良、肥胖、身材矮小等。

近20年来，中国儿童疾病谱发生了巨大变化。以前呼吸道疾病、消化道疾病、扭伤皮外伤等为常见，现在生长发育类疾病明显增多，比如性发育不良、肥胖、身材矮小等。

“目前我们发现，儿童肥胖和性早熟患病率激增。”梁阳介绍，2017年儿童肥胖患病率比十年前增加了2倍。女孩青春发育年龄比30年前提前了3.3岁（从12.5岁提前至9.2岁），儿童性早熟患病率比十年前增加3倍。

7月9日，中山大学孙逸仙纪念医院举行了儿童生长发育专科义诊，来就诊的孩子大多是因为身高不达标。一位家长表示自己孩子有7岁了，但是与其他同龄的孩子相差有10厘米左右，担心他不会是生长激素缺乏。

据统计，目前我国有近700万的矮小儿童和3900万身高偏矮儿童，整体治疗率还不到3%。“生长迟缓不仅对儿童青少年生活、学习造成困扰，更需警惕生长障碍有可能是儿童期先天或慢性疾病的突出表现。”梁阳教授提醒广大家长，儿童矮身材可能与生长激素缺乏、先天性卵巢发育不全综合征、小于胎龄儿、小胖威利综合征、特发性矮身材等疾病相关，家长应该充分重视。

“如果儿童保健做得好的话，很多孩子在幼儿园3-4岁时，因为发育不良、身材瘦小，容易被医生识别出来。”梁阳说，“但罕见病引起的发育不良，误诊率就很高了。”

今年13岁的小雨8年前被确诊为小胖威利综合征，明确诊断的过程相当曲折。小雨妈妈接受记者采访时表示，“孩子出生

后全身软、肌张力低下、喂养困难，当时医院认为是脑瘫。作为父母我们难以放弃，就去各大医院看病。”

在5岁那年，小雨在中山大学孙逸仙纪念医院被确诊为一种罕见的儿童内分泌疾病——小胖威利综合征。“孩子逐渐长大过程中，我们发现她胃口很大，经常饿，吃不饱。一旦饥饿吃不饱就情绪暴躁，脾气大，现在也出现了肥胖的问题。”小雨妈妈回忆道。

梁阳解释，小胖威利综合征是一种由基因缺陷导致的儿童内分泌疾病，发生率为1/15000-1/25000，患儿无法控制自己的食欲，饥饿感难以满足，体重持续增加，发展成为重度肥胖，并引发一系列代谢紊乱、高血压、冠心病、睡眠呼吸暂停等并发症，甚至会有猝死的危险。

“严格控制饮食和生长激素的治疗，可以很好地促进身高增长以及提高小雨的生活质量。”小雨妈妈说，“从小到大的医疗费用花了不少，目前根据身高体重是使用重组人生长激素治疗，一个月差不多要花6000元，而且这个药物在佛山也没有进入医保，孩子需要终身用药，我们的经济负担也很重。”

为减轻罕见病患儿的医疗负担，7月9日，中山大学孙逸仙纪念医院儿童医学中心与中国红十字基金会成长天使基金启动2023年罕见病患儿救助公益活动，为上万名儿童进行免费筛查义诊，同时为困难家庭提供资助。



中山大学孙逸仙纪念医院儿童医学中心举办义诊

盘活存量用地 提升服务水平

羊城晚报讯 记者董鹏程报道：近日，羊城晚报记者从广州市规划和自然资源局获悉，《番禺区永大片区(BB0201、BB0202规划管理单元)控制性详细规划》(以下简称《规划》)经第四届广州市规划委员会地区规划专业委员会第十二次会议审议通过。

据了解，番禺区永大片区位于番禺区北部、广州国际科技创新城南岸起步区西部，南大干线(暂定名，下同)以北、珠江以南，

番禺区永大片区规划通过审批

与大学城隔江相望。《规划》范围面积50.7公顷，包括19.98公顷的已经收储用地和3.92公顷的正在收储用地，涉及BB0201(264.9公顷)、BB0202(85.8公顷)规划管理单元。

统计，《规划》范围内西侧主要为已经收储用地，现状保留1处蒸馏车间(传统风貌建筑)。东侧主要为现状永大社区，其中包括历史建筑市头糖厂职工宿舍群。周边主要为暨大番禺校

区(在建)、华工国际校区、现状市头村等。

本次《规划》将延续广州国际科技创新城功能定位，提高片区职住平衡水平。项目结合所在区位，延续南村、新造两个综合服务组团的定位，规划为居住服务和商业综合服务功能，与周边的科研、教育、居住、配套服务等功能融合发展，提高片区职住平衡水平和综合服务功能。

同时，《规划》将有效盘活低效存量用地，推进滨江示范段高质量发展建设。《规划》贯彻落实市委、市政府关于高水平规划建设科技创新走廊和珠江高质量发展带的工作部署，衔接《广州市珠江后航道(广州国际科技创新城段)公共空间设计方案》，统筹珠江沿岸空间资源配置，充分盘活现状低效存量用地，挖掘滨江土地价值，整体提升滨江城市空间品质与风貌，推进滨江示范段高质量发展建设。

本次《规划》延续“4R社区”模式理念(4R是指：Residence居住+Research研发+Recreation休闲+Resilience海绵城市)，将滨江一线建筑布局为商业商务功能片区，完善居住、休闲、办公设施等产业配套功能。此外，《规划》结合内部保留山体，整合公共空间，连通山水形成中央绿轴，最终打造为绿色低碳、功能复合、智慧管理、共享共治的“智创枢纽·永大新城”。

A股IPO半年报出炉，粤企募资规模位居全国第二 广东拟上市公司数量全国最多

26家广东企业年内A股上市

今年以来，A股市场共迎来26家广东企业上市，分城市看，深圳、广州、珠海成了上市粤企主力军。深圳新上市企业数量依然稳居第一，共有11家企业在年内上市，紧随其后的是广州和珠海，分别有5家和4家新上市企业。此外，东莞、佛山、河源、惠州、中山、清远均有一家新上市企业。

从行业分布来看，今年新上市的广东企业主要集中在电子行

业，共有8家电子企业上市，其次是电力设备、基础化工、计算机、汽车、通信等，其中，绝大部分上市粤企为制造业企业。从募资规模上看，在26家企业中，除去5家还未正式上市的企业，其余粤企合计募资规模为285.49亿元，平均募资规模为13.59亿元，平均募资金额比A股整体略高，不过今年上半年仍缺少大规模IPO。有16家广东企业选择了创业板

作为上市地，数量最多，此外还有7家企业在科创板上市，1家在北京交易所上市，2家在主板上市。

从广东上市公司情况看，募资规模最大的是人工智能企业云天励飞，首发募资35.84亿元，是上半年A股IPO募资额前十的企业。此外，明阳电气、中电港、曼恩斯特、绿通科技等4家企业首发募资额均超过20亿元。同时，来自河源的雅达股份募资规模仅为1.44亿元。

粤企上市后备军约有250多家

如分析广东IPO排队企业的情况，更直观了解广东上市公司后备“军团”的实力。数据统计显示，截至7月4日，A股市场进行IPO申报的广东企业共有185家，此外还有约70家广东企业正进行上市辅导，位居全国第一，占全国数量的17.33%。因此，上市粤企“后备军”数量约有250多家。

从地级市分布上看，深圳依然贡献了近半数的IPO排队企业，包括印制电路板企业深圳嘉立创科技集团股份有限公司、光伏和储能企业深圳市首航新能源股份有限公司等88家深圳企业均在IPO排队序列。数量排在第二位的是广州，共有广州环投贝兴集团股份有限公司、广州必贝特医药股份有限公司等34家广州企业排队上市。此外，东莞、佛

山、珠海、惠州分别有20家、12家、9家、4家IPO排队企业，江门、肇庆、中山、清远、汕头、韶关、潮州、云浮、湛江均有企业进行IPO申报。

总体来看，上述近半数共90家企业主要选择在创业板上市，拟主板上市的企业有53家，拟科创板上市企业约28家，拟北交所上市企业为14家。从行业分布来看，今年新上市的广东企业主要集中在计算机、通信和其他电子设备制造业，共有56家该类企业上市，其次有22家企业来自专用设备制造业，15家企业来自电气机械和器材制造业，此外还有化学原料和化学制品制造业、医药制造业、软件和信息技术服务业、橡胶和塑料制品业等行业也贡献了较多IPO排队粤企，而这些粤企中制造业企

业占了大部分。

上述IPO排队企业的平均募资规模约为8.71亿元，募资规模并不高。但其中不乏一些募资规模较大的行业龙头。比如，目前募资规模最大的IPO排队粤企是来自深圳的嘉立创，其成立于2006年，是一家一站式PCB(印制电路板)“柔性智造”服务商，2022年的年营收达63.87亿元，此次IPO拟投入募资约66.70亿元。来自珠海的光伏行业新秀高景太阳能股份有限公司成立仅4年左右，就已申请冲击创业板，同时募资金额高达约50亿元。募资金额前列的IPO企业中，还有消费者较为熟悉的陶瓷品牌马可波罗控股股份有限公司，该公司今年更新招股书，平移深交所主板继续上市进程，计划募集资金约为40.18亿元。

全年A股融资金额有望继续增长

在全面实行股票发行注册制后，A股IPO日益活跃，多家机构预计，今年下半年A股IPO将保持活跃，全年融资金额有望超2022年后保持全球第一位。

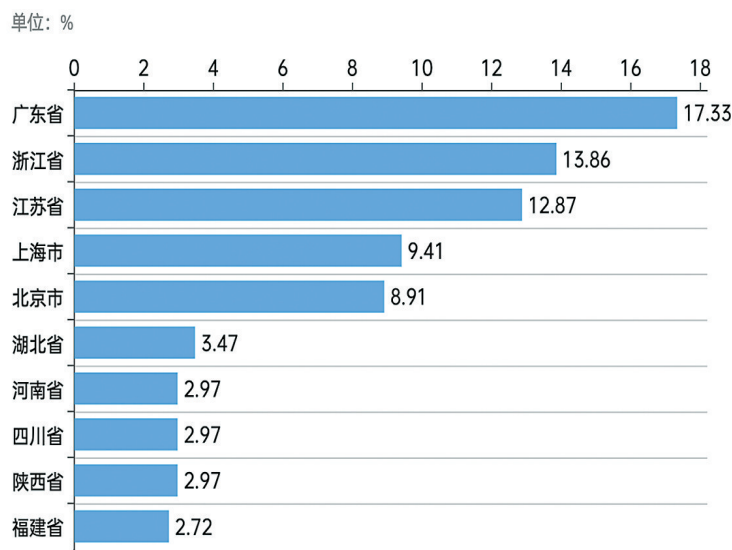
统计数据显示，今年上半年，A股市场有173只新股融资1923.50亿元，较去年上半年，市场有171只新股发行上市融资金额达2946.94亿元，新股数量小幅增加，而新股融资金额下滑

34.73%。尽管今年上半年A股IPO融资金额虽然同比下降，但上海交易所、深圳交易所的IPO融资金额仍领跑全球，分别名列全球第一位和第二位。

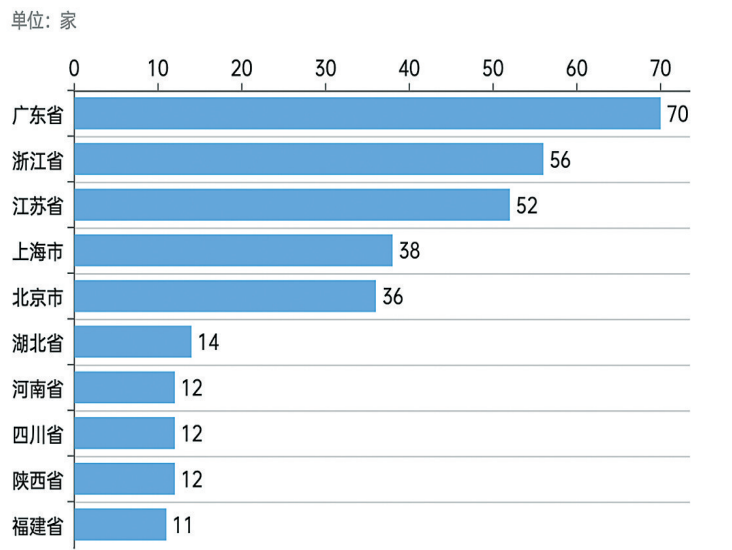
展望全年，普华永道预计，A股市场IPO数量将达到280-330家，全年融资金额达到4500亿-5000亿元。德勤资本市场服务部则更为乐观预计，2023年全年A股市场预计将有430至510只新

股融资大约6200亿至6990亿元，相比2022年的新股数量为424只，融资金额为5868亿元有所上涨。上海科创板可能有120至140只新股融资2400亿至2750亿元；深圳创业板预计可以有150至170只新股融资1850亿至2100亿元；上海和深圳主板会有大约60至80只新股融资1750亿至1900亿元；而北交所所有大约100至120只新股融资200亿至240亿元。

年内各省市上市辅导企业数量前十 辅导地区占比



年内各省市上市辅导企业数量前十



财经辣评

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

广东预制菜谋求发展 市场导向要更加精准

广东预制菜近日启动了夏季营销工作。广东作为预制菜策源地之一，将市场与生产两手抓，把市场挺在生产前，以市场引领和驱动生产，系列经验值得发扬光大。

今年以来，广东开展了广东预制菜双节营销，进军京津冀、长三角，“喊全球吃广东预制菜”等系列营销活动，让生产者深入市场、洞悉需求、按需投入、科学生产，确保高效稳健。

当前，预制菜赛道火热，百亿资本争相入场，新增预制菜企业数量节节攀升。在“热发展”的同时，如何不至于一哄而上、泥沙俱下，最终一哄而散、一地鸡毛呢？其中一个重要经验，就是把市场挺在生产前，让市场引领生产，以真实的、不虚假、非泡沫的需求配置资源。

要让市场引领，前提是了解市场。中国城市与乡村分层高度多元复杂，地域口味偏好差异极大。目前，从广东出发的预制菜，还只是把风向带动了。各大企业用相对有限的菜品，用技术能够控制的能力，把预制菜推向市场。这就如同麦当劳一样，真正的规模化、全球标准化与服务统一，确实能够应对不同的消费市场。但是要想更深刻地满足差异化、本地化、亚群落的需求，就很难做好做透了。甚至因为规模化不足，还必须放弃差异化。

预制菜就是如此，目前还是走向标准化和规模化的第一阶段，如何应对多元复杂的消费思维，还是刚刚起步。广东作为人口第一大省，汇集的是全国的口味，传统上的粤派、湘派和客家是不够的。所以仅仅从当地农业与水生产的传统起步，去升级设立预制菜的分类，打动的还只是一定比例的广东人。新广东人如何得到满足，这就需要企业深入调研、挖掘，充分利用嗅觉和触觉，对全国资源加以利用与整合，才可能在预制菜的探索上找到更多的路径。

以市场为导向，说着容易，其实和企业视野、决策与资源配置是不是足够开放、是不是与时俱进有关，甚至还和国际经验有关。归根到底，企业导向必须和具体的市场导向同步。当下主流消费群体的消费能力、追求价位、设计需求、网红心态，都会极大地倒逼企业的发展步骤。农业与水产业企业不要仅仅把目光放在餐饮放在酒楼餐厅，更要放到整个大消费环境动向中去思考。树立网红和形成网红集体意识，甚至成为许多消费品爆发第二春的前提，单是这一点市场经验，就值得传统预制菜企业好好学习了。