

# 时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

## 周要闻

### 央行：加快补齐金融风险处置制度短板

8月3日，人民银行召开2020年下半年工作电视会议。会议指出，要守住底线，推动三年攻坚战如期收官，并转入常态化风险防控和风险处置。加快补齐金融风险处置制度短板，健全重大金融风险应急处置机制。

### 广东：将5G基站专项规划纳入各地国土空间规划

广东省印发《关于加快推动5G网络建设的若干政策措施》的通知，将5G基站专项规划纳入各地国土空间规划。2020年8月底前，各地市人民政府完成审批本地《5G通信基站专项规划（2020—2022年）》，9月底前出台5G基站专项规划。

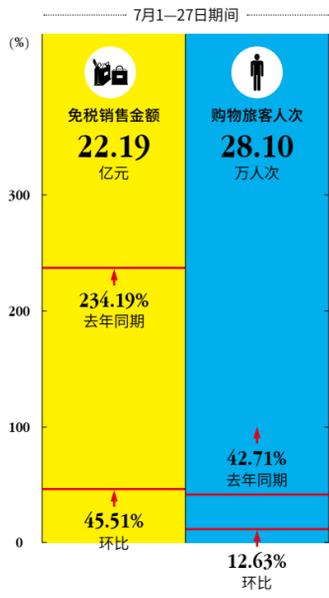
### 小鹏汽车再获超3亿美元融资 阿里巴巴领投

距离C+轮5亿美元融资不到半个月，小鹏汽车已经再次获得超3亿美元融资。从多位资本行业人士处获悉这一消息，中国电商巨头阿里巴巴集团领投了小鹏汽车的本轮融资，卡塔尔主权基金(QIA)等也参与投资。

## 周数据

### 海南免税新政交出满月成绩单

海南离岛免税新政迎来满月。自7月1日开始实施的离岛免税新政，放宽了免税优惠限制，以“额度高、限制少、种类多”的诱人条件增强了对旅客的吸引力。



### 伦敦金融城返岗率仅20%

详见P8



## “孤狼”钟睒睒

时代周报记者 刘科 发自杭州

闷声“卖水”发财的农夫山泉要上市了。7月31日，证监会核准农夫山泉发行不超过13.8亿股境外上市外资股，每股面值人民币0.1元，全部为普通股。完成本次发行后，农夫山泉可到香港交易所主板上市。

同时，证监会核准公司股东养生堂有限公司等70名股东所持合计45.882亿股境内未上市股份转为境外上市股份，相关股份完成转换后可在港交所上市。

农夫山泉初步预计9月在港交所主板挂牌上市，由中金公司和摩根士丹利担任联席保荐人，募资规模约为10亿美元。

现年66岁的农夫山泉实际控制人钟睒睒，是一位极其低调的浙江商人。这位浙江老板极少在公众场合露面，在坊间传闻中，他爱看帝王片、推崇打商战，笃信“斗争中发展”理念。其一手缔造了农夫山泉和养生堂这两大品牌，背后资本版图横跨饮用水、医疗、保健品、农业、金融等多个领域。

“钟睒睒很有个性，各种荣誉和评选都不参加，早年拒绝了很多人，可能也会得罪不少人，‘孤狼’的外号由此而来。”8月3日，浙商研究会执行会长杨轶清告诉时代周报记者，“他是一线大佬，像他这么低调的（大佬）在浙商群体中寥寥无几，除了横店集团总裁徐永安等少数人。”

自负、好斗、缺少朋友，被认为桀骜自负的钟

睒睒，“孤狼”之名，早已在业内盛传。“我的理解，独是孤独，狼是好斗的狼性。”8月2日，农夫山泉一位昔日高管告诉时代周报记者，“连万泰生物今年在上交所的敲钟仪式，作为大股东的钟睒睒也缺席了。”

### 特立独行的低调商人

在浙江企业中，钟睒睒是典型异类。他不参加企业家协会，包括浙商总会、江南会等商业大佬云集的民间团体中，均不见他身影；亦从不担任人大代表、政协委员；几乎不出席由政府相关部门召集的企业调研会议，极少企业家朋友。

钟睒睒并不讳言自己的孤傲个性，曾如此自况：“我就是个独来独往的人，同行们在干什么、想什么，我根本不管。”

钟睒睒是绍兴诸暨人，在温文尔雅的“绍兴师爷”中，诸暨人一直是个“好斗”的异类。年轻时的经历塑造了钟睒睒的个性。据其少时好友作家梅芷撰文描述：钟的祖父钟子逸，曾是北伐时期诸暨中共第一个党支部书记，不过因其一度脱党的经历，在“文革”时却成了家庭的负担，钟睒睒父母因此从省城杭州下放到老家诸暨。

钟睒睒在“文革”中辍学，其间学习过泥瓦匠，干过木工。梅芷回忆：“1977年恢复高考时，虽然连最基础的代数知识都不懂，钟依然坚持参加高考，连续考了两年，但每年都差20多分的差距名落孙山。”

下转P22

## 掘金AB面

黄金这一古老的金属持续向外散发着诱惑力。一部分“后浪”在获利了结后，另一部分“后浪”在黄金价格达到新的历史高点后，加速涌入黄金ETF的怀抱。

时代周报记者 杨佳欣 徐曼曼 发自北京

90后的刘洋和王鑫在某社交平台一个理财小组中聊得火热。

两人同作为黄金ETF的爱好者，在聊到理财方式时，都难抑“他乡遇故知”的兴奋之情。

对于90后而言，黄金ETF就像是一扇窗户，打开这代人认知黄金的新世界。

百度指数数据显示，7月中旬以来，“黄金ETF”新闻头条指标从每日200条水平激增增至1000条以上。根据人群画像指标，对该主题最感兴趣的为30—39岁人群，其中20—29岁的年轻投资者大有后来居上之势，20岁以下的投资者也大有人在。

“后浪”正一改过往规避黄金投资的习惯，试图在黄金上涨行情中抓住“上车”的机会。

进入7月以来，黄金价格走出了“一路高歌”的姿态。9年前的历史高点——1921.15美元/盎司被滚烫的热情吞噬，终于在去年的7月28日冲上1981.2美元/盎司。8月3日，现货黄金再次跳空高开，刷新高位至1988.40美元/盎司，距离2000美元/盎司仅一步之遥。粗略计算，今年以来，黄金价格已经上涨27%，《华尔街日报》称黄金是2020年至今“收益最高的主要资产之一”。

然而，与资本狂欢不同的是，线下金饰消费低迷。7月28日，中国黄金协会发布数据显示，2020年上半年，全国黄金消费量323.29吨，与2019年同期相比下降38.25%。

2020年的黄金市场，真实上演了一场“冰与火之歌”。

### “后浪”掘金ETF

在投资市场上，资本正乘着本轮飙升的金价狂欢。

世界黄金协会7月30日发布的《黄金需求趋势报告》显示，2020年上半年黄金投资增长了90%，其中黄金ETF的总流入创历史新高。截至7月28日，全球黄金ETF总持仓达到了3751吨。

年轻的“后浪”们正通过买入黄金ETF进行投资。美股互联网经纪商Robinhood平台数据显示，近期黄金ETF交易激增期间，大量年轻投资者引人注目，用户一年来增加了约2万户，至2.6万户。

相比“中国大妈”青睐的实物黄金，黄金ETF的交易成本更低，流动性更好，也因此受到年轻人的追捧。

王鑫就是一名“掘金”ETF的90后。她从去年夏天才开始购入黄金ETF，虽然在今年3月赎回了一半的份额，但现在她账户收益仍然将近40%。这与长线持有黄金现货的收益几乎持平——7年间，现货黄金的收益率只有38%。

下转P4

### 政经 · TOP NEWS

- 2 压深圳楼市的火不能只靠积分+摇号
- 3 上半年十大消费城市出炉 重庆跻身前三
- 5 北大姚洋：以国内大循环为主体 关键在提振消费
- 6 义乌：一座流量之城的进化史

### 财经 · FORTUNE

- 9 四传“联姻”造投行巨擘 中信证券合并中信建投局末了
- 10 保险业半年报：中小寿险两重天 在线财险成黑马
- 11 拯救\*ST安通：白衣骑士中航信托携招商港口布局
- 13 证监老将沙雁南下履新 深交所再迎女掌门

### 产经 · INDUSTRY

- 17 泰禾引战万科 黄其森博弈“囚徒困境”
- 18 外贸市场冰火两重天 企业建品牌冲电商自救
- 20 阿特斯谋分拆上市 光伏巨头撤回A潮
- 21 百果园三难：资金难找 万店难开 生鲜难拓

编辑/吴慧 版式/邓富群  
图编/黄亮 校对/宋正大  
国内统一刊号/CN44-0139  
邮发代号/45-28  
广东时代传媒有限公司 主办

6 946957 200015 >  
零售价/RMB 3.00 HKD 10.00



扫一扫关注 时代周报官方微信

时代在线/  
http://www.time-weekly.com  
官方微博/ @时代周报  
官方微信/ timeweekly

广告热线/ 020 - 3759 1496  
发行热线/ 020 - 8735 0717  
传真/ 020 - 3759 1459  
征订咨询/ 020 - 3759 1407

地址/广东省广州市珠江新城华利路19号远洋明珠大厦4楼

# 以内循环为主体 释放14亿人消费潜力

7月30日,中共中央政治局召开会议。会议指出,当前经济形势仍然复杂严峻,不稳定性不确定性较大。遇到的很多问题是中长期的,必须从持久战的角度加以认识,加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。

这段时间以来,决策层在多个关键场合提及“国内国际双循环相互促进的新发展格局”。如5月14日召开的中共中央政治局常委会会议指出,要构建国内国际双循环相互促进的新发展格局。7月21日,习近平总书记主持召开企业家座谈会时强调,必须集中力量办好自己的事,充分发挥国内超大规模市场优势,逐步

形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。

此次,“加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”这一重要表述再被提及,则是首次在政治局会议层面出现。

如是种种,充分说明,以国内大循环为主体的“双循环”战略并非权宜之计,而是经过对内外环境的充分研判,所制订的未来一个时期发展战略重要部分。

环顾全球,在疫情冲击经济远未见底、贸易保护主义在部分地区有所抬头的情况下,实施这一战略,显然是深思熟虑、综合权衡各种利弊的结果。

以国内大循环为主体,当然不是要闭

关锁国,而是要发挥我国市场规模巨大以及拥有全部工业种类的独特优势,提升经济的免疫力,稳定社会预期。随着外部环境不确定性可能进一步加大,只有完善自我才是最稳妥的应对思路。

如何构建“国内大循环”这个主体?打破有碍循环的梗阻是应有之义。

要形成循环,先要塑造国内统一大市场。鉴于要素价格市场化与自由流动是塑造国内统一大市场、促进国内大循环的前提条件,那么减少干预、放松管制、建立有利于公平竞争的制度环境就显得尤为重要。从这一角度而言,今年4月出台的《构建更加完善的要素市场化配置体制机制意见》富有远见,而近段

时间全国相继铺开的以统一国内大市场为目标的“公平竞争审查”也非常及时。

构建“国内大循环”这个主体,扩大消费、完善内需体系是关键。

我国拥有14亿人的消费市场,人均GDP跨过1万美元门槛,消费已连续6年成为经济增长的第一推动力。但是现阶段供需两端还不能完全匹配,直接影响就是购买力外流。有企业人士即指出,很多国外的产品或者外商企业在中国市场很受欢迎,这说明国内企业的供给还没有跟上市场需求,14亿人的消费潜力还没有充分释放。

放眼经济全局,消费是最终需求,更是增长的持久动力。推动消费平稳增

长,促进形成强大国内市场,有着清晰的路线图,即增加居民可支配收入、改善消费环境和推行供给侧改革。

实现这个路线图,还有大量工作要做。提升居民消费能力必须对提高中等收入群体收入能力和增强基本保障更加重视,由此推进收入分配体制改革;加强质量认证体系建设,加大消费者权益保护力度,让消费更加便利化,这是改善消费环境的要着;优化国内市场供给,全面提升国产商品和服务竞争水平,在供给侧发力,才能有效推动消费升级。

困难不必讳言,但我国经济具有强大韧性。扩大内需,发挥大市场的活力,危机中也会创造无数新机。□

## 压在深圳楼市的火 不只靠积分+摇号

毕舸 财经专栏作家

继车牌摇号、入户积分、入学积分后,被戏称为“积分之城,摇号之都”的深圳出现了摇号+积分方式购房。

7月30日,深圳宝安某楼盘发布销售方案:对诚意登记资格的审核采用“积分制”,积分以深圳购房情况、户籍、社保缴纳时间3个指标为准绳,积分排在前5560名人员可参与摇号,获得项目556套房的购买资格,中签率为10%。按此规则,双方在深均无购房记录,且都是深户的家庭得分最高。

这源于今年深圳房价出现某种程度异动现象。上半年70城房价数据显示,一线城市方面,深圳新房和二手房价格均上涨,二手房以1.9%领涨四城。

深圳房价本身处于高位。《7月国民安居指数报告》数据显示,深圳新房以在线均价51581元/平方米排在首位,北京、上海分别以48862元/平方米和46827元/平方米排名第二、第三。可以看出,深圳新房价格基数过高。

每上涨1个百分点,就会带来1平方米数百元甚至上千元的涨幅,不容小觑。

深圳市住建局于7月15日发布《关于进一步促进我市房地产市场平稳健康发展的通知》,内容包括调整商品住房限购年限、完善差别化住房信贷措施、发挥税收调控作用等。7月30日,深圳市住建局发布楼市调控“新八条”细则,明确严控中介机构挂牌价格。

有关部门连续出台调控举措组合拳,是希望能够对房价有效调控,避免出现上涨过快过热局面。包括积分+摇号等在内的调控手段能起明显作用,通过抬高门槛,对炒房客形成限制性管理,从而约束其投机行为。

但是,深圳房价上涨的其中一个重要原因,在于其供应量不足。安居客数据指出,7月深圳新增挂牌房源量环比下降12.6%。市面新增房源数量减少,意味着刚需一族的可选择、可谈判空间随之压缩。

这与深圳客观条件有关。深圳管辖面积只有2000平方公里左右,是一线城市中面积最小的城市。其可供开发的土地占管辖面积的土地只有55%左右。深圳是规模化产业经

济发达的城市,需要划出大量工业用地。为尽可能保障工业用地,能够投入到商业住宅的用地量也就相对有限。

作为全国人口吸引力最强的城市之一,深圳吸引大量人口入户,去年常住人口增加了41.22万人。这部分人口增量以年轻人为主,未来必将迎来安居、成家等需要,对住房的刚需总量进一步上升。

增加供应是缓解矛盾的办法。

因此,政府一方面加强行政调控,消除各种人为炒作的灰色空间;另一方面也可探索对现有房屋市场进行结构优化。

研究机构数据显示,二季度深圳高级写字楼的空置率急增至21%,估计至2023年,深圳写字楼总库存较去年年底激增约60%。建议按照“商改住”政策,允许将部分长期闲置的写字楼改为住宅,鼓励其改建为公租房、廉租房以及共用产权住房等,夯实公共保障房体系的房源供给。

如此一来,深圳能在土地面积不增加的情况下,完成新增住宅“加法”,更好满足刚需,也能对房价起到更有效的调节作用。□

## 欲推迟大选? 特朗普不自信了

陶短房 财经专栏作家

当地时间7月30日,美国总统特朗普(Donald Trump)在推特上发声,称“采用‘普遍邮寄投票’(而不是相对更好的‘缺席投票’),2020年将是历史上最不准确、充满欺诈性的选举”。他认为应推迟选举直到人们能恰当、安全和健康地投票为止。

早前,特朗普的大选对手、民主党总统候选人拜登(Joe Biden)已公开警告:“瞧着吧,特朗普在选情不利时可能会找借口推迟大选。”人们将信将疑。这次,特朗普亲口印证,不免令人感到震惊。

之所以震惊,如许多政治评论家所言,美国是新冠肺炎疫情严重国家,疫情确会给投票者带来健康威胁。但防疫不力的关键是特朗普应对拙劣,尤其是不顾一切地强行重启。分析家指出,特朗普强行重启的动机是谋求连任。如今重启失败,二次疫情已成定局,他却以此为由推迟大选,坐实“为选举不择手段”恶名。

所有人都指出,特朗普的想法行不通。

当前选举日期是1845年通过宪法修正案确立的(11月第一个周一之后的星期二)。自那以后从未因任何理由更改或推迟,包括战争(1864年大选投票时南北战争尚未结束;1944年大选投票时二战方酣)、瘟疫(1918年大选投票适逢美国暴发大流感)、恐怖袭击威胁等。

变更选举日期的途径只有一个,即推动新的宪法修正案通过,但需在参众两院获得2/3以上支持票,当前条件下完全不可能。如竞选法律中心主席、前美国联邦选举委员会主席波特(Trevor Potter)所言,即便投票推迟,特朗普的任期必须依照宪法第20修正案,于2021年1月20日结束。在这种情况下推迟投票,技术上难以办到,对特朗普也无好处。

许多法学家和政治家指出,特朗普团队犯了致命错误,即将普遍邮寄投票和缺席投票对立,让特朗普作出“支持缺席投票而反对邮寄投票”的姿态。

法律意义上,普遍邮寄投票本就是缺席投票的一种,二战期间就曾使用。疫情总不会比战争凶险,组织二战各战场官兵在邮票时代参加投票,也不会比网络时代组织美国选民参加投票更容易。

当前计划全程采用普遍邮寄投票的有加利福尼亚、犹他、夏威夷、科罗拉多、华盛顿和俄勒冈六个州,即便后续有增加,仍在可控范围内。评论家指出,如果特朗普真的担心普遍邮寄投票造成混乱和不可靠,作为总统,他应该追加拨款并采取有效措施避免混乱、减少不可靠率,而非以此为借口推迟选举。

如今,不论特朗普团队如何粉饰,公众很难摆脱“特朗普推迟选举是因为选情不利怕输”的印象,对其连连任更加不利。

鉴于近年美国选民二元对立局面日益明显,中间摇摆选民群体大幅萎缩的现实,“对错都投特朗普一票”的铁杆选民大有人在。即便民调数据继续下滑,特朗普未必没有胜算。若继续试图推迟大选投票日,恐怕只会搬起石头砸自己的脚,令共和党阵脚松动,也给公众以“自信心丧失”的严重暗示。

因疫情影响,自2月以来全球共有68个国家/地区推迟选举,其中24场为全国性大选、公投,这在许多国家、地区是可行甚至必需的。唯恐美国是个例外。□

## SpaceX返航

美国探索技术公司(SpaceX)的载人龙飞船完成了首次载人飞行,以“海面溅落”形式返回地球,SpaceX官网宣布这一阶段项目完成。埃隆·马斯克曾说过,返航比发射更危险,“在他们回地球前,我不会轻言胜利”。



## “两新一重”成民间投资的新突破口

盘和林 中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授

地方经济“半年报”相继披露。数据显示,上半年有22省固定资产投资实现正增长,新疆、西藏等地增速以两位数领跑。从投资流向来看,新基建、高技术产业等领域投资持续改善。多地制造业投资回暖,带动民间投资升温。

近期,围绕进一步激发民资活力,从部委到地方密集出台系列政策措施,民间投资项目库也在密集出炉,吸引民资进入“两新一重”领域成为突出亮点。

“两新一重”是2020年政府工作报告提出的,指新型基础设施建设,新型城镇化建设,以及交通、水利等重大工程建设。系列政策支持下,民资加速向“两新一重”领域集结。

从客观条件来看,随着减税降费政策逐步推进,政府资金负担有所加重。即便赤字处于较低水平,但之前积累的较大规模隐性债务,给政府投资敲响了警钟。用民间投资

来分担部分政府投资的重担势在必行。

从投资效果来看,民间投资受客观因素影响较小,通常不会影响企业的市场化行为,也不会破坏市场内的竞争机制。因而,投资效率会高于政府投资效率,其对经济带来的刺激效果也更好。

可以说,近期民间投资项目密集涌现,是以上客观因素和主观需求共同作用的结果。在诸多民间投资刺激政策中,“两新一重”成为热点,基于其独具的建设特点,为民间投资带来了巨大机遇。

从“两新一重”建设本身来说,由于涉及新的通信信息网络等高新技术,政府往往不具备这类科技基础,必须借助企业力量,让企业参与到“两新一重”建设过程中。

其次,“两新一重”需要巨大资金投入。政府采取大量经济刺激政策后,难以独自负担巨额支出,所以为民间资本留下了空间。

再者,“两新一重”的投资周期较长,需要多种融资渠道共同支持。这期间,匹配多样的金融工具为民间资本参与建设创造了有利条件。

未来,民间投资增速只会越来越快。为让民间投资进一步发光发热,还有很多地方可以改进落实。

其一,要让民间投资有利可图。政府在引入民间投资的同时,给予更多建设和经营自主权,并提供资金回笼保障。

其二,要努力打破投资隐性障碍。“两新一重”大多属于基建范畴,资金投入较大。相比国有资本来说,民间资本并不具备规模优势,需要打破隐性障碍,广泛吸引民间投资,鼓励多主体共同投资,进而弥补民间投资的规模劣势。

其三,要充分借助资本市场的力量,鼓励金融机构为项目打造债权、股权、资产支持计划等,控制风险的同时也给民间资本更多选择余地和参与“两新一重”建设的机会。

近期民间投资刺激政策频繁落地,是健全市场化投融资机制,鼓励民间资本参与社会建设的重要举措。

这预示着,属于民间投资的春天已经到来。这其中,“两新一重”是突破口,未来,这也会成为民间投资大展身手的关键领域。□

「国际」

「视觉」

「时评」

# 上半年十大消费城市出炉 上海遥遥领先 重庆跻身前三

时代周报记者 陈泽秀 发自北京

在中央要求“持续扩大国内需求”的背景下，提振消费成为各大城市的目标之一。近期，随着各地上半年经济数据的相继发布，2020年上半年消费前十强城市排名出炉。

时代周报记者梳理了各大城市社会消费品零售总额的数据发现，今年上半年，中国城市消费能力10强城市依次是上海、北京、重庆、广州、成都、深圳、苏州、南京、杭州和武汉。这10城上半年的社会消费品零售总额合计41648亿元，占同期全国消费总量（172256亿元）的24%。

与2019年相比，上海、北京、成都依旧保持第一、第二和第五名，其余城市的名次出现较大变化。例如，重庆超越广州，排在第三；深圳超越武汉，排在第七；去年超越南京、苏州，排名第八的杭州，今年上半年又被两者赶超，位列第九。

中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东对时代周报记者表示，今年消费城市排名出现较大变化，除了基本的人口规模因素外，各城市消费总量也与当前的疫情防控有关，还与疫后采取的消费回补和潜力释放政策有关联。另外，各地居民的消费习惯也是影响因素之一。

## 上海、北京稳居前二

今年上半年，消费冠军之城上海仍然遥遥领先，是目前唯一的社会消费品零售总额超过6000亿元的城市。数据显示，上半年，上海社会消费品零售总额6946.76亿元，尽管比去年同期下降11.2%，但降幅比一季度大幅收窄9.2个百分点。其中，5月上海消费增速由负转正，6月份持续正增长。

上海今年大手笔推出了横跨5月、6月的“五五购物节”“六六夜生活节”等重大活动，有力促进了消费回补和潜力释放。根据上海市商务委7月8日的通报，“五五购物节”期间，推动线下实物消费总额2846亿元，线上交易

的成绩更亮眼——网络零售额达2551亿元，同比增长23.5%，

北京虽保持了第二的位置，但它是四个一线城市中消费跌幅最大的。上半年北京消费增速同比下跌16.30%，最终实现零售总额为5973.3亿元。6月6日，北京启动消费季活动，但仅仅火爆了一周，就因疫情而中断，这在一定程度上影响了上半年北京的消费增速。

重庆则以5307亿元的成绩进入上半年消费前三强。对于背后的原因，刘向东分析，主要是重庆地处山区，疫情防控做到位的情况下，率先开放零售、餐饮、文旅等活动，而且夜间经济发达，有效拉动消费回补和潜力释放。

而对于去年排在消费榜单前三名的城市——广州，刘向东指出，总体上看，消费总归还是会反映到人均可支配收入上来，预计疫情防控措施逐步放松后，广州的消费还会跟上来。

官方数据显示，2020年上半年，广州城市和农村常住居民人均可支配收入分别为35156元和16073元，而重庆城市和农村常住居民人均可支配收入分别为20747元和7989元，均不及广州。

同样作为一线城市的深圳，今年上半年，深圳的社会消费品零售总额为3640.15亿元，排在第六名，反超武汉，与第五名的成都（3691.6亿元）十分接近，但这一数字与上海、北京、重庆仍有较大的差距。

刘向东分析，总体上看，消费城市呈现出西升东降和南升北降的特点。除了北、上、广深本身的消费体量较大外，西南地区的成渝消费始终保持较高水平，这与其疫情影响下消费的潜力和政策施策方向有关。

## 网上消费逆势增长

受疫情影响，上半年前十强城市的消费增速均在负区间运行，杭州、重庆、南京以-6.8%、-7.2%、-7.3%的增速排名居前，武汉以-34.40%的增速垫底。

其中，北、上、广深四个一线城市上半年消费增速分别同比下降16.3%、



11.2%、10.4%、14.8%，除了广州，其余三个城市均低于全国平均水平（-10.9%）。

苏宁金融研究院消费金融研究中心主任付一夫对时代周报记者分析，四个一线城市外来人口比重偏高、服务业的比重也偏高，受疫情的冲击较大，从而影响了消费的增长。

刘向东也认为，一线城市消费增速降幅较大，与其人口基数较大、疫情防控特别严格有关，特别是与其要求居家隔离的天数和餐饮零售等营业时间早晚有关，而其他城市相比较而言“外防输入”和“内防反弹”的压力没那么小，因此在消费增速上略好一些。

尽管上半年各大城市尚未摆脱消费负增长，但3月以来，各地陆续推出了发放消费券、推出夜间消费、开展“网购节”、开发旅游产品等促消费举措，不少地方的消费增速降幅显著收窄。

付一夫认为，随着疫情防控形势的向好，以及经济复苏，消费市场会呈现稳步复苏的态势。不过，刘向东表示，在疫情防控常态化的情况下，下



总体上看，消费城市呈现出西升东降和南升北降的特点。除了北、上、广深本身的消费体量较大外，西南地区的成渝消费始终保持较高水平，这与其疫情影响下消费的潜力和政策施策方向有关。

半年全国消费增速会有序恢复，但要恢复至去年同期水平还有些难度，因而要进一步提振消费。

值得一提的是，疫情催生互联网消费需求旺盛，今年上半年网购消费在消费数据中“一枝独秀”，呈现逆势增长的态势。譬如，上海上半年网上商店零售额1227.39亿元，比去年同期增长5.0%，占社会消费品零售总额的比重达17.7%，同比提高3.7个百分点。

同时，广州、南京网上消费增速比上海更快。上半年，广州限额以上批发零售业实物商品网上零售额同比增长31.6%，其中网络订餐收入同比增长43.3%；南京上半年限额以上批发、零售、住宿、餐饮业通过公共网络实现商品零售额同比增长26.6%，网上商店零售增长36.3%。

“疫情期间，很多消费者从线下消费转移到了线上，推升了网络消费的繁荣。最近几个月很多线下消费场所已经开业了，但是线上消费增速依然保持很好，譬如直播带货等新业态一直很火爆。这说明，线上的消费繁荣与线下的复苏并不矛盾，两者可以齐头并进。”付一夫说道。

付一夫认为，人们并不会因为线下消费场所复苏，就明显缩减线上购物的频次。此外，随着5G商用的全面实现，也会给网络消费，乃至整个消费市场带来新变化。网购的热度有很大希望能够持续下去。

付一夫建议，应特别重视后疫情时代新消费的重要地位，如直播带货等，着力布局并出台相关的支持方案，以此来推动新消费的健康发展；其次，应注重培育新的消费增长点，积极发展文旅、会展等产业，继续支持夜间经济发展，进而带动各地消费的提振。

刘向东认为，进一步提振消费，还需要继续延续现有的刺激政策，通过减税让利等措施引导消费回补和潜力释放，特别是在改善型住房需求和新能源汽车需求方面要出台便利化措施，引导居民在疫情防控常态化情况下释放大宗消费潜力。■

# 医保基金监管加码 欺诈骗保遭持续高压

时代周报记者 杨佳欣 发自北京

国家医保局自2018年挂牌成立以来，打击欺诈骗保，加强基金监管一直是其重点工作内容之一。

时代周报记者近期梳理国家医保局官网信息发现，相比过去平均一个月一次的调研频率，今年受疫情因素影响，国家医保局领导层赴各地调研次数有所减少，但有关医保基金监管的调研仍未停止。

6月，国家医保局副局长李滔出席北京市“打击欺诈骗保，维护基金安全”集中宣传月启动仪式；7月23-24日，司法部立法三局局长王振江带领调研组、会同国家医保局相关部门至山东省就《医疗保障基金使用监督管理条例》立法工作开展调研。

在严格的监管之下，是今年以来医保基金收支压力突显的严峻形势。

受疫情因素以及经济下行压力等因素影响，今年一季度医保基金收支压力曾突显。

据时代周报记者统计，今年第一季度与去年同期相比，医保基金收入下降超过两位数，下降幅度达到10.42%，而支出则同比增长3.04%。

随着国内疫情的稳定，收支差距正在收窄，时代周报记者根据国家医保局公开数据计算，2020年1-5月基本医疗保险收入较去年同期减少9.53%，支出则同比减少了0.82%。

“医保作为支付方，一直肩负控费以及引导医疗资源合理配置的责任。”中国非公医疗医生集团分会副会长谢汝石表示，随着国内人口老龄化等

问题的出现，升级医保基金监管体系，维护医保基金的安全运行势在必行。

## 打击骗保高压态势

在疫情防控逐渐常态化的当下，严管医保基金重要性再次显现，医保改革也必然提速。

我国第一部国家层面的医保基金监管文件《关于推进医疗保障基金监管制度体系改革的指导意见》（以下简称《意见》）日前已由国务院办公厅印发。此外，与此文件配套的《医疗保障基金使用监督管理条例》已被列入了国务院办公厅印发的《国务院2020年立法工作计划》中。

《意见》指出，到2025年，基本建成医保基金监管制度体系和执法体系，形成以法治为保障、信用管理为基础，多形式检查、大数据监管为依托，党委领导、政府监管、社会监督、行业自律、个人守信相结合的全方位监管格局，实现医保基金监管法治化、专业化、规范化、常态化，并在实践中不断发展完善。

北大纵横管理咨询集团资深合伙人王宏志在接受时代周报记者采访时指出，此次《意见》的发布，为医保局加强医保基金监管水平和能力提供了法律依据，“该文件的出台对于国家医保局来说，是一种授权，当前有必要进一步加快建立医保基金监管的法律法规体系，在监管权限、处罚标准等多个方面做到有法可依”。

医保监管体系升级，欺诈骗保首当其冲。

梳理医保局公开的骗保案例可见，医疗机构骗保方式多样，虚构病

例、空床位挂名骗住院费等是较为常见的骗保方式。以国家医保局最新曝光的5则骗保案例为例，山西省、黑龙江省等5地个别医疗机构出现的骗保行为几乎都是围绕虚构医疗服务进行，违规行为主要包括虚记医疗服务费用、伪造病历检查报告单等。

某地方医疗保障事务管理中心人士告诉时代周报记者，个人通过冒名住院、虚假就医等方式骗取医疗保险金的行为此前确有发生，一些医院为了自己的经济效益，也选择对患者伪造证明材料的情况视而不见，甚至还有医院将科室收入与医护人员的收入挂钩，导致诊治过程中多开药，也在一定程度上造成了医保基金的浪费。

《2019年医疗保障事业发展统计快报》显示，全年各级医保部门现场检查定点医药机构共81.5万家，查处违法违规违约医药机构26.4万家，全年共追回资金115.56亿元。2020年1-5月，我国医保基金支出规模已达7000多亿元规模，其中是否依然掺杂着不合规支出尚未可知。但从此次决策者的动作可以预见，医保基金改革起步，高压严管将是大概率趋势，而国务院出台本次《意见》已经彰显决策者的决心。

## 构建全流程医保基金监管机制

本次发布的《意见》中，要求依托现代技术，强化事前、事中监管是一大亮点。

从国家医保局曝光的骗保案例可以发现，目前针对定点医疗机构的处理手段主要为解除定点医疗机构

的医保服务协议，责令退回医保基金，施以罚款等。“这种管理方式属于事后管理的方式，在发现问题后进行处理。”王宏志说。

谢汝石指出，当医务人员与就医者勾结骗保时，其具有较强的隐蔽性，在提高监管成效方面，从事后管理向全流程监管转变是非常有必要的。“依托大数据等手段对医保基金进行管理，并不存在技术难点，目前我国针对常见病、多发病的规范治疗方案已经非常成熟，出现数据异动，很容易判断。”

目前通过大数据等手段进行医保监督在部分地区已经开始应用。例如，湖南省永州市江华瑶族自治县建设了“清廉中国大数据实验室”，该大数据实验室打通了医保、卫健、人社等16家单位40个数据库，形成统一标准、统一接口的大数据监管平台，基金监管股的工作人员通过数据模型分析寻找异常信息，从而锁定骗保线索。

但在数字化监控基础上，王宏志强调，建议不能忽视人工抽单的重要作用。“大数据监管，是针对某一种疾病或者诊断，其数据出现了异动，从而进行调查，但仅凭数据分析，就认定医疗行为不合理是不行的，最终依然需要人工进行审核。人工审核是‘抓现行’最有力的一种手段，能够把骗保行为‘板上钉钉’地办成铁案。”

## 监管对象延伸至医务人员

要实现医保基金有效监管，需要多方合作的不仅在智能监管方面，在保障措施中，《意见》也提出将监管对象由医疗机构延伸至医务人员。

而据e药经理人此前报道，司法部与国家医保局曾就医保基金监管立法召开会议，在会议上，有意见提出对于违反条例的医生、药师可以采取更为严厉的措施，例如限制医疗服务活动、吊销执业资格。与会者曾有反对观点指出，对医生等采取的此类措施并非医保局权限范围，医院、医生主管部门为卫生部门，吊销执业资格可能与上位法形成冲突。

对于各部门之间权责争议，本次《意见》给出了解决思路，要求建立和完善部门间相互配合、协同监管的综合监管制度，推行网格化管理。其中对医疗保障部门、卫生健康部门、市场监管部门、审计机关以及公安部门等的职责都进行了一一明确。

在谢汝石看来，处理欺诈骗保的个人，需要各方协同配合，完善部门间相互配合的综合监管机制是必要条件。但从执行模式上，《意见》提出的“对欺诈骗保情节严重的个人纳入失信联合惩戒对象名单”的手段有利于加强对个人行为的约束。

“监管能力的最好体现是威慑力，但也不必‘一棒子打死’，通过积分制信用监管，也会增加信用主体的自我约束力。”王宏志表示，医保作为支付方，与医疗机构和医生的关系是购买其服务的关系，处于支付地位的医保局能采取的惩罚措施相对比较单一，主要以解除定点医疗机构的服务协议为主，当然医保是一个“大买家”，这个禁入性处罚的威慑力是不轻的。如果引入积分制信用管理手段，建立分级惩戒措施，监管能力会得到更大提升。■

# 掘金AB面

← 上接P1

刘洋则更为激进。风险偏好型的他甚至在去年7月利用券商配资加上杠杆，75万元全仓买入黄金ETF。

“黄金有一部分的定价是对未来不确定的补偿，另一部分就是货币超发后的锚定作用。”从事外汇工作的刘洋分析起金价来头头是道，“而且黄金作为避险资金，在贸易战中一直有‘慢牛’的逻辑。”

但令刘洋没有想到的是，去年的黄金ETF在他看来还是低波动率的投资产品，而今年，黄金价格却俨然走出了类似股票、原油等高波动率风险产品的走势。

不过，这并不能阻挡黄金这一古老的金属持续向外散发着诱惑力。一部分“后浪”在获利了结后，另一部分“后浪”在黄金达到新的历史高点后，加速涌入黄金ETF的“怀抱”。

杨琳就是刚刚买入黄金ETF的新手。作为一家互联网公司的员工，杨琳日常对财经新闻保持着高度的关注。在看到黄金投资产品走热的相关新闻后，她便选择了买入黄金ETF“小试牛刀”。

“刚买完黄金ETF，就见顶了？”7月28日，杨琳在朋友圈转发了一条基金经济的访谈录，并附上了自己的评论。

在高涨的避险情绪和投资热潮之下，黄金ETF也在持续加仓。

中国黄金协会数据显示，上半年，国内黄金ETF共增持10.76吨，6月末国内黄金ETF持有量达到55.47吨，前海开源、华夏及工银瑞信3只黄金ETF基金的正式上市，使国内黄金ETF产品增至7只。此外，还有4只以“上海金”为交易标的的EFT基金即将上市，届时国内黄金ETF产品将增至11只。

“面对更多不确定性的情况下，资本在美元与硬通货黄金之间，黄金被更多选择。”中国银行首席研究员宗良分析表示。

对于个人投资来说，“近些年针对黄金的投资产品越来越多，投资渠道的增加，人们也更容易接触黄金投资。”交通银行金融研究中心高级研究员孙长华在接受时代周报记者采访时指出。

## 金饰市场低迷

与火热的投资市场形成鲜明反差的是，线下消费市场显得十分冷清。

7月27日，时代周报记者实地走访了北京规模最大的黄金珠宝首饰专营公司——菜百首饰。进入门店后，一楼金饰柜台上端悬挂着一块醒目的荧幕，用来告知到店顾客当日的金价。当日，店内足金价格显示为500元/克，这已经是7月以来足金价格达到485元/克高价以来的又一新高。

虽然市场对金价涨势看好，但金店却如同其他线下消费场所一样，尚未恢复往日的热闹。



“以前是顾客等我，现在我站这半天都等不来一个顾客。”菜百首饰金饰柜台的一位工作人员满脸无奈，“疫情虽然已经稳定，但每次有新的情况出现，店里就要‘萧条’几天。”

实际上，黄金首饰消费的低迷在今年上半年一直持续。中国黄金协会数据显示，2020年上半年，全国黄金实际消费量323.29吨，与2019年同期相比下降38.25%。其中，黄金首饰207.87吨，同比下降42.06%；金条及金币76.98吨，同比下降32.12%。

值得注意的是，在复杂的国际形势下，购买实物黄金保值的现象并没有涌现，反而更多人选择在此背景下卖出黄金。

7月27日，时代周报记者在菜百黄金回购处看到，半个多小时内，与略显冷清的金饰柜台不同，前来看回购的顾客络绎不绝。

中国黄金协会数据也显示，黄金回购业务日趋火热，上半年黄金回购量同比增长162.88%。因受疫情防控和线下回购业务火爆影响，黄金线上回购业务量也明显增加。

孙长华对此表示，上半年黄金消费市场的低迷，主要受疫情因素影响，而经济下行也对消费市场造成较大打击，“黄金作为一种消费品，在人们的收入受到一定影响的情况下，其销售自然也受到较大影响，同时由于本次疫情物理隔绝的因素影响，金饰商店在一季度无法完全正常营业，因此一季度的黄金消费大幅下降”。

数据显示，与一季度相比，二季度黄金消费量已经开始回升。中国黄金协会最新统计显示，二季度黄金消费量同比下降幅度较一季度收窄22个百分点。

但在宗良看来，由于一季度社会活动遭遇短暂停摆，上述收窄数据无法完全证明黄金消费市场的回暖。他认为，黄金在消费端的回暖基础仍然在于未来疫情的防控效果以及经济运行情况。

“黄金饰品作为一种奢侈品，需要人们对未来收入有较好预期，且有正常运营的消费场所。”宗良说。

除此之外，“现在金价高涨，也是造成首饰消费减少的一个重要原因。”广东省黄金协会副会长兼首席分析师朱志刚表示。

## 金价走势观点不一

从历史行情来看，国际金价攀上1900美元/盎司的高峰时刻屈指可数，此前只在2011年曾突破过1900美元/盎司关口，而今年的金价在今年3月份创出低点1451美元/盎司后，如今已经一路逼近2000美元/盎司。

宗良指出，最近两轮金价高升的主要原因都来源于全球经济不稳定性的增加以及美元的贬值压力，但从两次黄金涨幅也可以看到，上一轮美元贬值压力远不及本轮。“美联储采取了前所未有的宽松行动，预计未来一段时期内，黄金价格都将保持在一个相对较高的位置上。”

但总体来看，市场对未来金价走势仍存在着较大分歧。高盛集团已将12个月黄金价格预期从2000美元/盎司上调至2300美元/盎司，花旗集团也预计未来6-12个月将达到2300美元/盎司。

而摩根大通则对黄金持中性态度。预计金价将进一步上涨，但料不会大幅超过2000美元/盎司关口。其指出，金价超过整数大关将是市场的“最后一次欢呼”，黄金价格正接近峰值，此后料将走低，直至今年底。国泰基金也指出，月底需要重点关注美国国会对于财政救济计划的博弈，如果财政救济计划无法在美国国会休会前落地，将可能对通胀预期造成伤害，黄金价格则存在回调可能。

金市火热之下，多家机构已经在提示投资者风险。

7月28日，纽约金价收于1944.6美元/盎司，续创收盘历史新高，当日，上金所果断发布了提示风险通知。上金所在其发布的《关于做好近期市场防范风险工作的通知》表示，受国际因素影响，近期金银价格波动较大，持仓水平较高，市场风险明显加剧。提示投资者做好风险防范工作，合理控制仓位，理性投资。

两天后，7月30日，中国工商银行官网发布《关于暂停账户铂金、账户钯金等业务开仓交易的通告》，通告表示自北京时间2020年7月31日0:00起暂停账户铂金、账户钯金和账户贵金属指数全部产品的开仓交易，持仓客户的平仓交易不受影响，并提醒，目前国际大宗商品市场风险较高，请投资者根据持仓情况做好交易安排和风险控制。

孙长华指出，黄金未来在战略配置资产中的作用将越来越明显。“对于投资者来说，黄金的投资价值主要依赖于金价的变动，因此需要特别关注相关影响因素。例如，全球经济特别是美国经济形势处于下行趋势，全球央行及美联储面临降息压力，则可能会令国际金价趋势性走高，而国际地缘政治紧张也会导致国际金价的跳涨，反之金价则会下跌。此外，也要注意投资品种的多样化，无论是实体黄金、纸黄金还是黄金ETF等，都要量力而行。”

而近日的黄金走势则走出了“过山车”的行情。以7月28日为例，国际金价在触及历史高位后，盘中现货黄金快速跳水，自最高点一度暴跌70美元，全天走出了“上蹿下跳”的行情。

8月2日，王鑫告诉时代周报记者，她目前暂时不会考虑加仓。“因为黄金主要作用还是资产配置的一部分，是用来稳定保值的，而不是从暴涨中赚到很多钱。”

“赚钱的机会很多，我们需要先学会保护本金，这样才有资格一直留在‘牌桌’上。”刘洋说。

（应受访者要求，文中刘洋、王鑫、杨琳均为化名。）

55.47  
吨



70  
美元



“时代生活系”  
Times Media  
Lifestyle Campaign



葡萄酒杂志  
用一杯酒  
沉淀有品味的历史

Take a glass of wine  
Taste the story of life



WINE 葡萄酒

# 北大国发院院长姚洋： 以国内大循环为主体 关键在提振消费

时代周报记者 陈泽秀 发自北京

7月30日，中共中央政治局召开会议，重在分析中国当前及中长期经济形势，为未来一段时期经济工作定调。

会议指出，“二季度经济增长明显好于预期”，但同时指出，当前中国“遇到的很多问题都是中长期的，必须从持久战的角度加以认识”。在为下半年宏观政策定调、谋划中长期战略布局时，会议明确，“要牢牢把握扩大内需这个战略基点”“加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”。

北京大学国家发展研究院院长姚洋接受时代周报记者专访，对此次会议内容作了深度解读。姚洋认为，以国内大循环为主体的新发展格局，其主要支点是扩大国内需求，这将贯穿在“十四五”期间，成为短期和中长期发展的主线。

## “国内大循环为主体”非计划经济

**时代周报：这次政治局会议强调“我们遇到的很多问题是中长期的，必须从持久战的角度加以认识”，这种表述意味着什么？政策会出现比较大的变化吗？**

**姚洋：**这次政治局会议不仅分析研究当前经济形势，部署下半年经济工作，同时也研究了关于制定“十四五”规划的建议。我认为这里面提到的“很多问题是中长期的”，主要是在为“十四五”规划做准备，并不意味着政策有很大的转向。

会议提出，加快形成“以国内大循环为主体”的新发展格局，主要支点是扩大国内需求。过去这些年，我们一直朝着这个方向努力，从这个意义上讲，政策是具有连续性的。

这次疫情暴发之后，中国经济复苏比较快，但是需求没有跟上生产的步伐，暴露了中国经济的短板——国内需求不足。我理解，这次政治局会议比较重要的前瞻性判断是：不仅在短期，而且要在中长期提升国内需求。

**时代周报：近期，中央不少会议都提到，“加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”。对于新的发展格局，该如何理解？**

**姚洋：**此前，大家对“以国内大循环为主体的新发展格局”有一些担心，担心回到过去的计划经济时代，完全变成过去所谓的“自力更生”。但从这次政治局会议的表述看，我没有看到有这方面的内容。

我认为，以国内大循环为主体，主要还是强调扩大国内需求。在金融、技术等领域，还是要构建一个开放共荣的国际环境。一个国家关起门来搞技术，困难是非常大的。

有人说当前全球化正在退潮，笼统地这么说是，是有问题的。全球化在技术某些领域有所退潮，但其他领域并没有出现非常大的退潮。

今年上半年，中美关系看起来好像剑拔弩张，但在美国上市的中国企业还有10多家，美国流入中国的资金还在增加。最近一段时间，中美之间仍然保持着经贸联系。

**时代周报：在“以国内大循环为主体”的背景下，下半年中国经济发展的关键是在国内吗？**

**姚洋：**应该还是在国内。上半年净出口对中国经济的贡献不小，但下半年能否持续还是一个问题，所以还是要靠国内。靠国内的话，要么是投资，要么是消费。投资方面要谨慎，不能又搞成新一轮的债务扩张。

消费的潜力很大，我觉得下半年，政府应该在消费方面加把力。我们从来没有遇到过今年这种消费负增长的情况。过去有过经济下行的时期，但消费仍然是增长的。问题主要出在投资方面，今年消费、投资都下降了，不能只管投资、不管消费。

## 以扩大内需为基点，给“十四五”定调

**时代周报：疫情发生以来，你一直在呼吁要给低收入者直接发钱。为什么？下一步应该如何刺激消费？**

**姚洋：**经济发展是一个闭环，现在这个环路上，需求塞住了，但我们把太多精力放在了供给方面，这在短期内是不对的。

在经济恢复的过程中，生产面恢复得更快，需求面恢复得慢，经济呈现出水桶效应，最短的那块板决定了经济的运转情况。现在整个需求不旺，经济就运转不起来，没有办法形成闭环。所以政策的着重点，应该是提升消费。



因为疫情，全世界很多地方都给老百姓发了现金，但中国没有发现金，一些城市发的是消费券。发消费券的目的是促进生产，因为消费券基本都规定了可以买什么东西，实际上是个打折券，效果并不大。好多人拿到消费券，发现可以买的东西他不需要，这个消费券相当于作废了。

我认为，发放消费券不是一个最优的办法，如果想增加消费，就直接给收入比较低的人群发钱。这些人的消费倾向很高，发了钱就能马上消费。

**时代周报：从这次政治局会议对下半年政策的定调看，还存在这种“重生产、轻消费”的思路吗？**

**姚洋：**这次会议的表述发生了转变。前几次会议主要侧重如何恢复经济，重点在“六保”。这次政治局会议着重提出，“要牢牢把握扩大内需这个战略基点”，这是比较大的突破和亮点。

以前也提扩大内需，但这一次把“战略”变成了“基点”，就是说，以后国内市场要以国内需求为基点来考虑。这是给“十四五”定调，既是短期的改变，也是中长期的转变。

“牢牢把握扩大内需这个战略基点”，关键看要怎么去落实。短期看，消费具有内生性，一方面，老百姓没有钱，另一方面，对未来看不准，所以大家都不愿意消费。促进消费，只能用凯恩斯的办法，在老百姓自主性消费



姚洋

北大国发院院长、北大中国经济研究中心主任，“金融40人”常务理事和“中国经济50人”论坛成员。2016年当选教育部长江学者特聘教授，获2008、2014年孙冶方经济科学奖、第一届和第二届浦山国际经济学奖（2008年、2010年）、第二届张培刚发展经济学奖（2008年）。主要研究领域包括中国制度转型、开放条件下的中国经济增长以及农村发展。

之外，添加一块由政府出手增加的外生性消费。

## 货币政策不会大规模退出

**时代周报：财政政策方面，政治局会议指出，财政政策要更加积极有为、注重实效。要保障重大项目建设资金，注重质量和效益。这是否意味着基建投资会引领经济复苏？**

**姚洋：**那倒不见得。保证重大项目建设资金，不一定要靠基建去推动复苏，如果这样理解，就与政治局会议提出的“把握扩大内需这个战略基点”相矛盾。

我觉得，这句话的意思是说，今年新增的地方政府专项债要集中起来使用，地方政府不应该开工太多的工程，而是要保证重大工程。另一层意思则是，防止地方政府走老路，去借很多的商业性债务。

**时代周报：之前市场都很担心，下半年，宽松的货币政策会退出，这次政治局会议对货币政策的表述是“灵活适度、精准导向”，应如何理解？**

**姚洋：**首先，“灵活适度”意味着宽松的货币政策不会大规模退出。即使是在并不缺资金的情况下，货币政策也不应该收紧。

现在制造业的投资跟去年同期相比还是下降的，货币政策如果收紧，会给企业传递消极信号，进一步打击投资意愿。

“精准导向”就是把资金引导到最需要它的地方去。不光是现在要这么做，任何时候，货币政策都应该精准导向，否则资金就浪费掉了。

**时代周报：最近，很多资金流入股市、楼市。政治局会议要求，确保新增融资重点流向制造业、中小微企业。这是不是加大了货币政策的实施难度？**

**姚洋：**没错。因为整个经济还在复苏过程中，很多中小企业开工不足，资金不是他们最需要的东西，他们最需要的是订单。这种情况下，货币就会流向金融市场和房地产市场去。如何把握货币政策的度很重要。

另一方面，这也说明，要让国内的需求赶紧提升起来。这样一来，中小企业都有订单了，对信贷的需求就会同时提高，金融系统才会形成一个良性循环。□

# 89个高速公路服务点 基本实现粤通卡业务全覆盖

“标签脱落马上就可以恢复使用了”“原来是我没插好卡，这下子终于知道为什么过不了站”“刚刚过ETC车道时显示状态名单现场就能搞清楚什么原因”“你们为ETC用户想得每周到，几分钟就解决我这几个个月都没时间去办的事”……在高速公路服务点现场，前来办理粤通卡业务的ETC用户对这一便民举措赞不绝口。粤通卡运营单位广东联合电子服务股份有限公司（以下简称“联合电服公司”）发布消息，高速公路ETC快速服务点的业务范围从最初的“4+2”升级到“10+2”，基本实现粤通卡业务全覆盖。

## 用户在哪里，服务就到哪里

在高速公路收费站设立ETC快速服务点，帮助行经高速的车主快速解决ETC设备故障或使用异常是广东全面提升通行效率和服务水平，提振出行信心的一项重要措施。经历了年初疫情防控期间的免费通行后，很多ETC用户都会担心绑定的银行账户是否正常、电子标签长期不用有没有出现故障、不熟悉ETC使用方式等问题。为帮助用户正常使用ETC，保证恢

复收费工作顺利过渡，广东探索创新ETC服务方式，提前定位问题，在ETC用户的必经之地——高速公路收费站先行设立ETC快速服务点，解决车主出行的后顾之忧。4月30日，广东省交通集团所属19个首批示范点率先投用，短短三个月，高速公路ETC快速服务点增至89个，其中广深高速共有16个收费站开通了粤通卡服务，成为广东地区第一条基本全线开通快速服务点的高速公路。

车主通过高德地图、百度地图或粤通卡APP找到高速公路服务点的具

体位置，就能导航直达，就近办理业务，不用专门跑市区的营业厅，在经过收费站时就能把粤通卡业务办好。对经常跑高速不方便进城或在高速路上遇到使用问题的车主来说，实在是非常便捷。投用以来，快速服务点共接待ETC用户超过7万人次，为4万多台车辆恢复ETC快速通行功能、化解过百万次ETC通行障碍。

## 功能再升级，服务更全面

为提供更高效、便捷的ETC服务，实现“收费站就是服务点，收费员就

是客服员”目标，更好满足ETC用户对出行服务的需求，广东对高速公路ETC快速服务点进行了持续的业务升级，不断丰富业务类型。投用初期，高速公路ETC快速服务点的业务范围只包括：检测（卡片和电子标签）、激活（电子标签）、更换（卡片和电子标签）、续期（卡片有效期），加上查询（卡签系统状态和客户信息）、咨询（引导自助办卡等），简称“4+2”服务，联合电服公司通过对用户需求调研，不断地升级优化服务点功能，可为用户办理记账卡套装发行、检测（卡片和电子标

签）、激活（电子标签，支持非蓝牙标签）、更换（卡片和电子标签，支持非蓝牙标签）、续期（卡片有效期）、储值卡空中充值（客户用手机充值）、修改客户信息，增加换车换牌、挂失解挂、卡片补领，加上查询、咨询，即“10+2”服务，基本实现粤通卡业务全覆盖。

下一步，联合电服公司还将尝试在高速公路快速服务点投用ETC手持业务办理终端，为收费站ETC服务解决硬件业务设备的限制，届时可更灵活高效地为用户提供服务。

（文/潘展虹）



# 义乌：一座流量之城的进化史

时代周报记者 谢江珊 发自义乌

1982年5月的一天，一名农妇把刚到任的县委书记谢高华堵在义乌县政府门口。“日子没法过了，你是我们的父母官，你管不管？”

那会，义乌人想摆摊。“鸡毛换糖”的故事让他们发现，走街串巷以物换物，人力流转后还能赚点差价。但是，一步一个脚印的效率太慢，不如在车水马龙的地方等人上门。当地有自发形成的集市，农妇就在那摆摊，但她很快吃了亏，“天天有人来赶，抓到就得没收货物，还得坐牢。”她专程去找谢高华“讨说法”。

如果没有这次“讨说法”，义乌未必会成为义乌。

农妇前脚走出县委书记办公室，谢高华后脚就到集市调研。4个月后，县委县政府决定开放义乌小商品市场。河边上，水泥板搭起两排简易摊位，流动摊贩都统一集中在这里，就是义乌第一代小商品市场。

“鸡毛换糖”起家，农妇堵书记要摆摊，揭开义乌这座流量之城的序幕。

## 无中生有

2019年10月25日，一名耄耋老人长跪在柜前，止不住地唤着“老哥”。这一声老哥，喊的是义乌小商品市场的催生培育者谢高华。呼唤他的人，是37年前把他拦在县政府门口的农妇冯爱倩。

那是1982年5月，谢高华从衢州调来义乌，刚到任一个月。那天，他去弄堂理了发正要回办公室。没想到，新官上任的第一把火，就在面前烧着了。

冯爱倩用土话接连质问：“我们吃不饱饭，做点小生意养家糊口。不摆摊，我们吃什么？你作为父母官应该多支持我们。”

然而当时，以家庭联产承包责任制为主体的农村经济体制改革刚开始推行。“鸡毛换糖”式的摆摊走商交易被视为“投机倒把，走资本主义道路”，还有专门打击投机倒把办公室负责驱赶、处罚，小摊小贩都得偷偷摸摸地干。

没完没了地驱赶，让摆摊的人、打击的人都不好过。谢高华也清楚，每天向他反映问题的材料一大堆，这边要打击投机倒把，那边要摆摊生存。

既然小摊小贩赶不尽，说明有交易需求，何不把交易双方都留下来？

调研走访了一个月后，谢高华召开县委会议，宣布允许开放城乡市场。1982年9月，义乌第一代小商品市场——湖清门小百货市场开门迎客，冯爱倩们在这就能等客上门。那天，市场人潮涌动，能容纳5000人的交易摊位个个爆满。

如果说“鸡毛换糖”是义乌的流量基础，那么湖清门小百货市场就是义乌流量的变现平台。

谁也不曾料想到，这个“无中生有”的马路市场，竟成为义乌这座流量大城的起点，小商品市场从此发轫。

1992年3月，国家工商总局宣布义乌小商品市场以成交额10.25亿元的业绩，位居全国十大市场榜首。同年9月，义乌小商品市场更名为义乌（中国）小商品城。这座城还在不断更新发展，小商品市场越开越多。2002年10月，义乌国际商贸城一区投入运营，已是义乌第五代小商品市场。

平台越来越多，流量涌入，义乌名气渐长，成为全球最大的小商品集散中心，被联合国、世界银行等国际权威机构确定为世界第一大市场。每年到义乌采购的外商多达50多万人次，640余万平方米的市场经营面积提供7万余个商位，向210多个国家和地区供应26个大类210万个单品。

《福布斯》公布的2013年中国最富有10个县级市里，义乌以人均均可支配收入40078元排在首位，并遥遥领先第二位。

2014年11月20日，国务院总理李克强到义乌国际商贸城参观时，曾发出感叹，商铺面积不大，拓展的是全球市场；地理位置并不得得天独厚，物流却通往世界几乎每个角落。“足以与当年清明上河图媲美，堪称当代‘义乌上河图’。”

“老领导眼光独到。”33岁义乌人



翁翔从小听父辈讲义乌人经商故事。他们依旧喊着谢高华为“老领导”，尽管他只任职两年零八个月就被调离。但义乌的流量发展史上，谢高华始终是被义乌人记住的名字，“大家都舍不得他的离去”。

## 流量为王

同样被记载在义乌流量发展史上的另一人冯爱倩，去年在义乌第二代小商品市场旧址公园租下一个摊位，打算重新摆个摊，还是卖小商品。“我还愿意在这里摆个小摊。不为别的，就为了让自己不要忘记那份初心。”

义乌人对流量有种莫名的执着。

浙江省特级专家、浙江师范大学特聘教授陆立军著有《市场义乌——从鸡毛换糖到国际商贸》，从1993年至今兼任义乌市政府顾问。他说，自清乾隆年间至20世纪80年代初绵延不断的“鸡毛换糖”经商传统，由此形成义乌人独特的商业文化和商业精神，“义乌人特别能吃苦，特别善于发现商机，特别敢冒风险”。

流量为王的时代，义乌将此发挥至极致。

曾主理临时货运市场的义乌江北下朱村乘着电商兴起之风，2012年从当时的“网店村”青岩刘招徕近80家电商，试图将流量稳抓在手。借助国际商贸城近，毗邻江北货运市场的地理优势，加上相对便宜的房租，北下朱很快由300多家经营户发展至700多家。2015年，北下朱打响“中国微商第一村”名号，2000多家地摊、库存、电商和厂家入驻。

或许是拥有庞大流量，义乌最先嗅到流量的变化。2017年，北下朱就开始了直播带货，至2019年攀上高峰。今年疫情暴发，直播成为拉动消费的利器，北下朱“网红直播第一村”响彻四方。

人生不想输，直播来义乌。义乌人吴哥带着几万粉丝流量，在北下朱租了店面。他以前是做淘宝直播，从北下朱拿货。今年直播兴起，竞争压力大，他决定到北下朱试试。半年时间，吴哥摸清了现状，“来这边人流量大，直播的多，走的也多，下一批很快就会来。小主播没有风险，也不用承担库存，感觉这款产品好卖，先拿样品去卖，卖得起来再拿货”。

直播流量涌动，北下朱人山人海。村里都是整齐划一的四层半联排楼房，一楼是玻璃外墙的商铺，红底白字招牌无一例外写有“爆款、网红产品、平台对接、一件代发、直播”等字样，还附有微信二维码，扫一扫就有素材号、店铺地址。

街道两旁停着奔驰、法拉利，来寻货的电商主播骑着电动小三轮穿梭，拎着黑色大塑料袋找货的人穿行而过，嘈杂、热闹，但意外和谐。

东北人冬哥和妻子冬嫂的电动摩托车也停在路边。他们在快手上拥有12.6万粉丝，从娱乐号起家的他们转为直播卖货，兼顾零售和批发。

为啥南漂到义乌？“摆地摊、直播，离不了北下朱。甭管这商品您知道还是不知道，义乌啥都有。”冬哥冬嫂在快手看过很多北下朱视频，“太火

了。”他们奔着直播而来，6月17日到义乌后，花了半个月摸索市场、熟悉环境。刨去房租和成本，赚的钱还够日常花销，“生意还可以啦，就是为了吃饭嘛。”

冬哥冬嫂发现，义乌小商品更新快，他们得跟上步伐，白天跑市场找货，晚上直播两小时。“没地儿停车，只得靠跑。那个腿啊，到晚上都是肿的。”直到走不动了，才买个电动摩托车，停车也方便。

来义乌1个多月，冬哥总结出经验：直播没有先后来后到。在义乌，必须坚持3个月，否则什么都做不出来。

## 顺势而为

因直播而火的北下朱，成了义乌流量活跃的地方。

北下朱村官方数据统计，如今有近7000家公司主体，3万多从业人员。从全国各地来做直播的400多家平台近2万人，其中活跃网红5000人。他们为北下朱及周边村创造日均60万件的零售订单，年交易额超百亿元。

担任北下朱村党支部书记13年的黄正兴并不意外。从淘宝、地摊、微商到直播，他将这一切归结为“顺势而为”：“经营户通过抖音、快手、淘宝、拼多多等各大平台引进来。因为卖的货是北下朱的，最终将流量引到这。”

这些流量还带进北下朱村委会。北下朱火遍全国后，黄正兴和村长金景喜常年坐镇社交电商产业党群服务中心，接受各部门考察，还要接待全国各地过来的取经人。他们俩要有一人出门，还得跟另一人请假，“两个人都出去，不可能的。”金景喜调侃道，这份工作可是“5+2，白加黑”。

一向不愁流量的国际商贸城也在试水直播。

广东人唐俊彦在2003年进驻国际商贸城，9平方米的店铺经营玩具外销，出口到南美和东欧，一张单子能轻松做到百八十万元，两三个人一年可以做1000万元，基本利润10个点。

疫情影响之下，唐俊彦的店在今年3—5月外销成交额为零。6月底，形势有所好转，拿下了五六十万元的单子。但国外疫情前景不明，客人欠款问题严重，风险系数仍然较高。

为平摊经营风险，6月唐俊彦在北下朱开店，打通3个店面90平方米，月租金30多万元。从没试过做直播的他有点忐忑，“北下朱人流量大，开始不知道生意好不好，但每天车子、人流堵得一塌糊涂。”他决定试试，在北下朱以内销和零售为主，固定主播8位，搞线上旗舰店做出口转内销。

高峰时，一天有近500人添加门店微信。唐俊彦知道自己的选择没错，算了一下，近两个月日均毛利两三万元，这才补充了他的现金流。

唐俊彦还是有点烦恼：直播琐碎的事太多，买10块钱的东西也要打包发快递，人力和场地成本高，十几个人一年可能都做不到1000万元。“但北下朱优势很明显，零售也是批发价，国内只有这个地方有这个优势。”

然而，并不是所有店主都看得上这些直播流量。国际商贸城的珠宝首饰区，不少店主以高品质为傲。他们坚信一分货一分价，甚至有店主直言“要



**疫情“黑天鹅”之下，火爆的直播成为义乌自救的手段。浙江金华统计部门公布的数据显示，今年上半年金华市GDP总量为2101.29亿元，增速为-1.0%。其中，义乌GDP为669.38亿元，增长0.9%。**

质量好、高端货就到这里来，要找便宜地摊货就去北下朱，性价比还行。”

这些店主是尝试过直播的。某饰品店外挂出寻求直播合作、招募主播的广告。询问之后，店主连连摇头，“太麻烦了，还要打包发快递，一对两对的，挣不了多少钱。可以到我这里直播，但拿货要么一款6对，20款120对起拿，三五折。要么原价零售。我们只提供货，其他都不管，快递你们自己弄。”

## 浪来了？

7月23日17时57分，北下朱一家网红店里人流不息。有人忙着拿货，店员忙着收账，三个不同的货架前，有三组主播同时拍摄视频，主角是马克笔、牙刷和指甲油。一遍不满意，每组都重复拍了三四次。

一堆人攒在一起，讨论视频拍摄方法。人群中不时爆发出起哄声：“万一火了呢？视频要拍得有价值！”

疫情“黑天鹅”之下，火爆的直播成为义乌自救的手段。浙江金华统计部门公布的数据显示，今年上半年金华市GDP总量为2101.29亿元，增速为-1.0%。其中，义乌GDP为669.38亿元，增长0.9%。

“义乌的核心竞争力在市场主体。”陆立军说，义乌小商品市场经过改革开放40多年的发展和培育，通过销售渠道共享、产业分工合作、物流配送服务、劳务交流、金融服务、技术转移等，使国内外相关经济主体和区域构建起一个以义乌小商品市场为核心，跨区域的分工协作网络——“义乌商圈”。

新冠肺炎疫情和复杂严峻的国际经济形势为义乌带来严峻挑战，最为突出的是订单减少和经营成本上升。陆立军曾带领课题组在义乌走访，调研对象包括市场商户、外贸公司、电商企业等。他发现，这些经营主体对未来发展并未过于悲观。60.3%的问卷对象表示将保持当前的经营规模或范围，还有21.2%的计划进一步扩大经营规模或范围，计划收缩经营规模或范围的只占17.6%。

直播救了义乌。今年前5月，义乌市“网红直播”超5.4万场，实现零售额约81亿元，领跑浙江全省；通过海关跨境电商管理平台进出口额同比增长290.3%。

万物皆可播，但直播就是万能的吗？答案未必是肯定的。

曾经创造奇迹、以出口见长的义乌，再次走到了十字路口。近年来，义乌出口的增长势头有所放缓。2014年、2015年义乌出口总额增速分别达到30.2%、42.8%，2016年、2017年放缓至4.7%，2018年、2019年略微回升为9.4%、13.7%。

这座靠市场而生的流量大城，试图重新“捡起”国内市场，再次玩转流量。

2011年，国际贸易综合改革试点落户义乌，为进口贸易发展提供新平台。次年，首届义乌进口商品展应运而生。去年8月，义乌官宣建设“以新型进口市场为标志核心的第六代市场”。

然而，义乌仍任重道远。2019年，义乌进口额为99.9亿元，增长159.8%。但同期出口额达到2867.9亿元，增长13.7%，体量相差巨大。

当前经济形势复杂严峻。决策层提到要加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。义乌本来就以内循环为主，发展至今以国际商贸为主，还是适用的。

“义乌应注重从自身实际出发，保持已有的内外贸相结合、进出口相结合、线上线下相结合、批零相结合等优势，努力探索国际贸易新业态、拓展国际市场新空间、构建国际贸易规则新体系。”陆立军认为，必须尊重市场规律和市场主体的自主选择，力求市场“无形之手”与政府“有形之手”相结合，坚持使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用，为全国起到表率作用。

从第一代湖清门市场开始，义乌小商品市场已经走过五代，每一代都基于市场的自发行为，形成专业街后再聚集发展，是典型的“先市后场”。如今，市场明确指向内需，这座流量大城能否像以往一样“顺势而为”，将流量稳稳握在手中？浪已经来了。■

“春天”特约之“一个都不能少”

走向我们的小康生活

# 贫困户变无人机飞手 那毛村飞出15万元年利润

时代周报记者 刘文杰 发自广州

7—9月份是果蔗拔节生长关键期，也是需水量最多的时期。蔗田要经常灌水，保持田间土壤湿润。此时，雷州市那毛村的蔗田里，少有村民劳作，但甘蔗长势喜人。

无人机是完成这些喷洒任务的“功臣”。那毛村地处雷州半岛西南，可用耕地仅1006亩，且降雨时空分布不均，7—9月内涝严重，其他月份降雨不足百毫升。近年来台风年登陆袭击超1.5次，农业生产风险大。到2016年，那毛村尚有贫困户52户200人，是广东省定贫困村。

2016年，在广东省农业农村厅支持下，那毛村跟珠海羽人农业航空有限公司采取合作共营模式，引进无人机队，提供农业服务。无人机与农业的结合，不仅高效解决了那毛村的农务劳作，提高了贫困户收入，还因此吸引了当地年轻人加入无人机行业，解决就业问题。

那毛村贫困户的分红收入，从2016年人均1400元，涨到2019年人均2000元。52户贫困户人均年可支配收入达11000元，超过省定8266元。200名贫困人口退出贫困户行列，那毛村也达到退出贫困村的条件。

广东省农业农村厅派驻雷州市那毛村党支部第一书记彭彬对时代周报记者表示，目前正与珠海羽人公司洽谈继续合作的形式，以期以多样化的合作方式，为那毛村的无人机农业服务发展提供更多可能性。

## 农机扶贫创收

那毛村人均耕地少。因历史遗留问题，14户贫困户无耕地，52户贫困户合计农地不足百亩，农业集约化生产难度大。

2016年，彭彬来到那毛村，看到如此情景，陷入焦虑：“本村农业服务生根发芽的空间狭窄，我们必须以那毛村为起点，走出去。”完成20多份调



**无人机与农业的结合，不仅高效解决了那毛村的农务劳作，提高了贫困户收入，还因此吸引了当地年轻人加入无人机行业，解决就业问题。**

研报告后，他得出了结论：那毛村需要充分利用现有土地、人力，去解决农作物耕种以及就业问题。

从事20多年农机专业工作的彭彬想到农机装备。若能在广阔的雷州半岛，利用农机装备开展社会化服务，那可能带来稳定收益。驻村工作队随后倡导组建那毛福平种养专业合作社，申报财政专项，购置了6台甘蔗收割机和19台水稻播种收割机。通过合作社与农业龙头合作的形式，开展甘蔗和水稻的收割社会化服务，带动贫困户劳力培训、就业和上岗，合作社也获得稳定收益。

2016年起，农机社会化服务每年创收数十万元。这些都会通过分红形式送至村民手中。

甘蔗收割机与水稻播种收割机带来的盈利，让彭彬坚定了“农机扶贫”的思路。2016年，无人机火热，一个念头出现在彭彬的脑中。“农作物长在地里后需要施肥、喷药，这些是不是可以由无人机来做？”

其后，在省农业农村厅的支持下，

那毛村跟珠海羽人公司合作。那毛村利用部分扶贫帮扶的产业资金投入30%，羽人公司投资70%。合约期暂定5年，那毛村每年获得近20万元保底利润。若3年内那毛村利润总额没有达到投入本金额度，待合约期满，无人机队将归还那毛村全部投资成本。那毛村承担设备存放及培训场地、维修等服务。

“第一年，村里就分到15万元利润。”彭彬仍记忆犹新。他说，至今，那毛村每年通过无人机农业服务获得15万—20万元利润，贫困户到手也有七八百元。

## 时髦农业引青年返乡

引入农机创收分红是“输血”，为乡村培养生存技能，吸引年轻人回村才是“造血”。

那毛村曾是渔村，村民以打鱼为生。20多年前渔民上岸，渔村迈入转型之路。转型过程中，不可避免地出现生存方式转变带来的弊端——村民不会种植生产。就这样，对农业认

知不足的观念，以及不成熟的种养技术，在那毛村里代际延续。

24岁的李尊挺是那毛村一名普通农家孩子。大学毕业后，他在珠海某有线电视网络公司实习，一直未找到合适工作，但也不想回乡务农。

那毛村像他这样漂在外地的年轻人不少。“学历高的还是凤毛麟角。约60%是高中甚至是初中学历。”彭彬进村后，试过挨家挨户宣传农业政策，甚至到广州、深圳、珠海等市了解那毛村在外务工人员的生活情况，动员年轻人回乡。

经过一番了解后，彭彬发现这些孩子在外过得并没有那么好，更多是在餐厅当服务员，或者在工厂当工人。职位层次低，收入也不高。当他动员这些年轻人回村，得到的答案都是一致的，“不想回家务农”。

这样的情况到2018年开始有所转变。那毛村将无人机与农业相结合，务农成了时髦的技术活。“彭书记跟我说，村里在培训无人机飞手，希望我能回去。”听到消息后，李尊挺想着回村一探究竟。

在省农业农村厅的支持下，那毛村创办了无人机培训学校，以培养更多无人机飞手。贫困户及其子女可以免费接受培训，报名并无年龄限制。建校第一年，就有六七十人报名。

就这样，李尊挺就回乡进入无人机培训学校。接受半个月的培训后，他获得结业证书成为一名合格飞手。“第一次用无人机喷洒农田，非常紧张，但是又觉得很酷。”李尊挺笑着说。

两年过去，李尊挺家早已奔小康，自己也成为了无人机公司的员工。因为出色的飞行技术，他还成为了无人机培训学校的老师，给两个班四五十个学员上课。

“现在工资从4000元涨到6000元，可以支撑整个家了。”7月31日，李尊挺告诉时代周报记者，自己希望能一直留在这个公司。“去年公司成为吉利集团的控股子公司，我很看好公司未来发展。”

# 农产品上网月销5万元 销售渠道仍待拓宽

时代周报记者 陈佳慧 实习生 戴睿敏 发自广州

旭日东升，鸡鸣阡陌，大楼村的鸡场开始了生机勃勃的一天。曾是贫困户的郭燕芬和邻居们开始忙碌，将新鲜的清远鸡处理好后再装箱发货。第二天，城市的顾客们就能收到这来自田野的美味。

大楼村位于清远市清新区太平镇东北部，是该镇新一轮精准扶贫的重点贫困村之一。大楼村有贫困户52户114人，其中一般贫困户16户57人，“低保户”19户40人，“五保户”17户17人。大楼村集体收入来自鱼塘及出租房屋，而村民主要靠种植水稻、花生和务工维生。2016年，村集体收入约2万元，有劳动能力的贫困户人均收入不足4000元，低于该年脱贫标准。

2016年5月11日，广州市人力资源和社会保障局与清远市清新区太平镇大楼村对接扶贫工作。四年来，大楼村大力发展清远鸡养殖，投资了香樟树种植、光伏发电、冷藏库建设等产业，显著增加了贫困户的收入。

2019年，大楼村集体收入增至40万余元，是三年前的20倍，有劳动能力贫困户人均收入增至2.2万元，远超该年脱贫标准8266元，村中所有贫困户均脱贫出列。

回顾大楼村扶贫经验，大楼村驻村书记李健成认为，重要的是真心实意，把贫困户当作家人，因户因人精准施策。“防止返贫的关键是关注贫困户的家庭收入动态变化，开拓农产品销路，开发更多带贫益贫的产业扶贫项目。”

## 养鸡增收100万

因病致贫是贫困村突出的难题。2017年，郭燕芬的家庭曾一度陷入困境。父亲郭树金因癌症去世，其妻子意外身亡。为抢救亲人，郭燕芬倾其所有，本是贫困户的他雪上加霜。

彼时，要想脱贫不易。大楼村驻村书记李健成在接受时代周报记者采访时说，大楼村贫困发生的原因在于缺少发展资金，也没有工作队统筹。“缺少发展资金，难以启动长远的致富计划；缺乏组织统筹，又难以形成长效扶贫的机制。”

扶贫工作队进驻后，根据“输血+造血”的原则，选择了清远鸡养殖产业为脱贫项目。考虑到清远鸡养殖能发挥当地农产品的特色，也适合农村的自然环境，工作队集中投资，为贫困户创造收益，又不需要他们付出额外的时间和精力。

2016年开始，扶贫工作队每年为贫困户发放两次鸡苗。第一批在5月发放，贫困户饲养5个月，就能在中秋节前出售；10月发放第二批，贫困户在春节前就能出售。2016年以来，该项目为贫困户增收超100万元。

随着养殖收入增加，扶贫工作队渐渐减少鸡苗发放数量，逐步培养贫困户独立盈利的能力。

郭燕芬就是通过清远鸡养殖脱贫的。2018年，他开始经营鸡场。由于经验不足，首批鸡苗成活率只有80%，半年下来只能勉强盈利。为了解决贫困户养殖问题，扶贫工作队请来了广东省农科院专家到大楼村开展养鸡培训，还请来了鸡苗老板到鸡场进行问诊，指导贫困户用药、消毒、清洗、防疫。如今，郭燕芬每年能卖2000只鸡

以上，销售额超过20万元。

除了经营鸡场，扶贫工作队还投资入股优质龙头企业，包括龙湾工业投资公司、香樟树种植、桑芽菜种植和光伏发电项目。产业投资的收益资金中，50%用于贫困户的增收，采用“先奖后补”的原则。李健成介绍，“先奖后补”的主要目的是激发贫困户创造财富的意愿，工作队原则是多劳多得”。

去年，25户有劳动能力的贫困户中有16户拿到就业奖补，21户拿到养殖奖补。此外，有劳动能力的贫困户人均获得2117元，无劳动能力的贫困户人均获得666元。

## 拓宽广州市场

清远鸡养出来了，还得考虑销路。2019年前，大楼村村民得开着摩托车把清远鸡运到市场去摆摊贩卖。虽然有收入，但比较辛苦。当时，清远鸡的本地市场价格约是每斤14元，一只6斤重的鸡也就卖了84元。



**回顾大楼村扶贫经验，大楼村驻村书记李健成认为，重要的是真心实意，把贫困户当作家人，因户因人精准施策。“防止返贫的关键是关注贫困户的家庭收入动态变化，开拓农产品销路，开发更多带贫益贫的产业扶贫项目。”**

然而，2019年开始，摊贩的卖货时间被大大压缩。彼时，清远市开展“创建文明城市”活动，每天早上7点整治市容市貌，小摊小贩的销售时间没剩多少。

线下市场卖不出去，唯有靠线上电商。今年7月13日，“乡货荟”电商平台上线，包括网站、微信小程序和APP应用三种方式。广州市工贸技师学院的创业孵化基地团队负责建设运营该平台，大楼村2位致富带头人负责监控产品质量和组织村民发货。大楼村不需要向平台支付运营费用。

如今，电商平台上每只鸡价格为138元（含运费），顾客下单后次日就能收到货。“乡货荟”上线仅一个月，清远鸡销售额就达到5万元。

但李健成认为，清远鸡还需要进一步扩大市场销售渠道。“清远市的市场已经接近饱和，大楼村的清远鸡需要打造品牌影响力，需要开拓广州市场。”

消费扶贫方式是第一步。从2017年开始，扶贫工作队通过电商平台销售、下属单位的节日农产品采购、驻村干部带货、机关单位到现场购买等方式，推广当地特色农产品。“消费扶贫的最后一公里，是怎样把清远鸡卖到广州去。我们现在已经打通这一公里了。”李健成说，如今大楼村已形成较成熟的消费扶贫机制。2017年至今，消费扶贫销售额共计60多万元，为村集体增收12万元，为贫困户增收约50万元。

接下来，工作队还要开拓大楼村农产品的销路，将品牌影响力扩展至清远、广州。“只有大楼村产业兴旺，工作队才能安心撤走。”李健成说。

## WORLD · 天下

时代周报特约记者 文岳

时隔5个月，英国作家海伦·史密斯乘坐地铁前往伦敦金融城。

以往，早上8时30分的伦敦地铁犹如“沙丁鱼罐头”般拥挤，但如今，车厢里只有六七个人零散坐着。走出地铁，海伦发现，那个拥挤的金融城也变得空空荡荡。

“你能想象吗？在我们国家金融城的最核心区域，现在只看到一些骑自行车和给鸽子喂食的人。”海伦向英国天空新闻描述道。

在新冠肺炎疫情刚刚袭击英国期间，就有报道指出，疫情将对伦敦市中心数个CBD造成毁灭性打击，“伦敦新金融城将死”——当时英国的报纸如此形容。

尽管早在7月初英国首相鲍里斯·约翰逊宣布结束禁足令，鼓励复工，但真实情况并不容乐观，金融城并没有明显的复苏迹象。

## 复工率惨淡

眼下的伦敦金融城究竟有多萧条呢？

斯蒂芬·韦尔顿是商业增长基金(Business Growth Fund)董事长，他在这里已经工作了30多年。现在进入金融城，这位老金融家感觉自己正走进一个萧条的“鬼城”里，他看到枯萎的草许久无人修剪，随风像球一样四处滚动。

拥有600多年历史的伦敦金融城习惯了人潮涌动。这里是欧洲人口最密集的商务区，曾每天超过50万人办公。如今，在金融城，银行家们不见了，取而代之的，只有在空荡荡的大厅外踱步的安保人员。保险经纪人尼利什·纳加尔从劳埃德大厦附近的办公室里跑出来寄信时，甚至感到“有点惊悚”。

“我不太能形容这种氛围，现在像是圣诞节的时候，但让人不好受。”纳加尔说，“平常就是星期天也不像现在这么死气沉沉。”

尽管伦敦放松了封锁规定，但背后仍是惨淡的返岗率。《每日邮报》报道，伦敦金融城的几家大公司表示，只会让20%的人返岗复工，但实际返岗率可能更低。在金融城旁边的金丝雀码头，12万名上班族中，目前只有7000人复工，不足6%。其中，44层的汇丰银行大楼，往日有1.4万名员工，现在只有200名交易员和资深投资银行职员返岗。



疫情期间的伦敦地铁

# 返岗率仅20% 伦敦金融城变“鬼城”

除了安全因素，许多接受英国《金融时报》采访的金融高管表示，他们发现，疫情期间让员工们在家办公也是可行的。鉴于此，一些员工根本不会回来。

英国国民威斯敏斯特银行表示，目前仍有将近5万名员工留在家中工作，直到明年。其他一些机构，比如标准人寿阿伯丁(Standard Life Aberdeen)，也要求大多数员工呆在家里工作。

保险公司Beazley首席执行官安德鲁·霍顿向英国媒体表示，首相的复工声明对他的计划没有影响。他说：“我们不着急。”Beazley在伦敦的办公室可容纳700人，如果实施社交距离措施可以容纳100人。但到目前为止公司最多只有20人上班。

普华永道的主席和资深合伙人凯文·艾利斯介绍，他们在伦敦的两个办公室每天只有130人上班。

彭博社报道，高盛在伦敦的欧洲总部雇佣了6500人，如今每天只有700人上班。日本野村证券设定了每天300人到岗的上限，仅是他们在英员工总数的15%。

伦敦金融城有四成的大型企业表示，他们准备最多让40%的员工返岗，以遵守社交距离的规定。许多公司将在9月或10月开始召回最少量的员工，但其他公司最早也要到2021年才计划召回员工。

## 银行“出逃”

英国《卫报》预计，即便疫情结束，金融城和金丝雀码头的企业将面临需求端的最大变革。这场疫情将彻底改变这座世界金融中心。

事实上，随着2008年金融危机后就业岗位开始流失，各银行在过去10年中已悄然在金融城清退了不小面积的办公空间。

根据房产经纪公司世邦魏理仕集团(CBRE)的数据，其实在过去的9年内，伦敦各大银行的办公室面积已减少了大约600万平方英尺(约合55.7万平方米)。

如今，疫情的暴发让华尔街和欧洲的银行业巨头们加速抛弃他们的伦敦据点。

早在新冠肺炎疫情暴发之前，巴克莱银行等金融机构已计划放弃其



高盛在伦敦的欧洲总部雇佣了6500人，如今每天只有700人上班。日本野村证券设定了每天300人到岗的上限，仅是他们在英员工总数的15%。

在伦敦金丝雀码头的办公楼。而随着新冠肺炎疫情的蔓延，巴克莱银行的8万名员工对远程办公很适应，准备继续。巴克莱计划重新部署银行业务，未来还将削减位于伦敦金融城的办公空间，以节省预算。

据报道，未来几个月内，巴克莱银行可能会放弃其在伦敦的投资银行总部大楼，让数千名银行员工在大型、昂贵的城中心办公室工作“可能会成为过去”，该银行长期的“选址策略”将发生调整。

瑞士信贷集团正试图转租9个楼层的办公空间，其多达1/3的员工准备长期远程工作；摩根士丹利也正在重新考量其在伦敦的办公室面积，其CEO詹姆斯·戈尔曼也认为，该银行在未来将拥有“更少的房地产”，因为疫情期间的远程办公已被证明可行。

在伦敦金融城占据了10多栋建筑的德意志银行决定转让其中的大部分物业。这家银行去年宣布了一项战略，要减掉数千亿美元的无用资产，并削减多达1.8万个工作岗位。此外，野村证券和汇丰控股集团都在推销转租位于泰晤士河对岸的办公空间。

## 仍然不可替代

不少伦敦金融城的雇主仍坚称办公室生活仍将是他们运营的核心。

部分银行业高层表示，银行不仅需要安全快速的互联网连接下执行数百万美元的交易，而且还要有严格的监督管理，这些操作在家里很难实施。此外，远程办公对于金融团队内部的团队合作也造成了一定的影响，尤其是在资历较浅的初级管理人员中。

与他们的老板不同，许多年轻的工作人员在拥挤的公寓里的卧室或茶几上工作，他们担心自己错过与老板接触和接受指导的机会。《金融时报》认为，说服首席执行官或高级管理人员的回归会在更多初级员工中带来不言而喻的方向感，表明办公室政治至少远未消亡，这也对金融城复苏至关重要。

此外，伦敦市政府也在其职权范围内制定了一系列措施，以帮助振兴市中心经济。伦敦政经学院的托尼·特拉沃尔教授表示，尽管外界忧虑伦敦经济复苏问题，但首都强大的韧性将让这座城市最终度过衰退期。

“我们这座城市经历过很多，历史上的大火灾、恐怖袭击、闪电战、大瘟疫。以上情况彻底改变了我们这座城市吗？不见得。”特拉沃尔说。□

# 14年来销售额最强增长 宝洁笑傲疫情危机

时代周报特约记者 苏乐 侯明钰

全球经济起伏不定，所有公司的生意都不好做，但老牌日化巨头宝洁(Procter & Gamble)却交出了一份14年来的最好成绩单。

7月30日，宝洁公布了截至6月30日的2020财年第四季度和全财年业绩财报。财报显示，第四季度，宝洁销售额同比增长4%，达到177亿美元(约合人民币1239亿元)，净利润达到28亿美元(约合人民币196亿元)，与去年同期相比，宝洁本季度扭亏为盈。不仅如此，宝洁本财年实现销售业绩710亿美元(约4970亿元人民币)，较上年增长5%，这是自2006年以来最强劲的年度销售额增长。

对此，宝洁的高管们认为，是疫情彻底改变了消费者们的生活习惯。人们花更多时间待在家里，消耗了更多的纸巾和清洁用品，也因此推动了宝洁业绩的增长。

“总的来说，消费者的需求已经永远改变了，”宝洁首席运营官兼首席财务官乔恩·默勒(Jon Moeller)说，“很难想象我们会回到昨日的世界。”

## 日用品销售凶猛

位于宾夕法尼亚州的工厂是宝洁疫情期间的重要工厂之一。该厂

在一座叫做梅霍帕尼(Mehoopany Township)的小镇上，由于远离繁华的大城市，小镇并未受到疫情波及。

梅霍帕尼的工厂约有2200名员工，每一位员工上班期间都要接受严格的体温检测，保持严格的距离，并通过耳机和可视电话沟通。梅霍帕尼的工厂外，大货车排成长龙，等待着将宝洁的产品装载运往各地。

何塞·德洛斯里奥斯(Jose de los Rios)是这家工厂的工人，他说：“疫情期间，经常有邻居在我上下班的路边拦住我，开玩笑地问我，‘你能给我们弄一点Charmin厕纸(宝洁旗下品牌)吗?’”

消费者们的习惯正发生改变：由于长时间待在家，人们不得不自己动手洗衣做饭，而考虑到健康卫生问题，大家对家居清洁的热情也远远高于往日。

宝洁本季度家居护理产品销量同比增长30%以上。乔恩·默勒表示：宝洁旗下日用品的生产销售“比以往任何时候都更加重要”。

与此同时，宝洁旗下另一部分业务却在遭受冲击。

本季度，宝洁美容部门的同类销售额下降了1%，美容类仅增长了1%，其中吉列剃须刀和SK-II化妆品的销售状况疲软。分析认为，这是由于许多工作场所关闭，人们无法外出社交，所

以对剃须和美容的需求也大幅度下降。由于牙科诊所暂时关闭，专业口腔护理业务也不太理想。相比之下，医疗保健和家庭护理分别增长了9%和17%。

## 陨落与新生

对于这个近年处于劣势的老牌消费品牌来说，眼下的疫情危机是一个难得的翻身机会。

宝洁实际上是诞生于美国经济危机之中的。

1837年，美国蜡烛制造商威廉·波克特(William Procter)和肥皂制造商詹姆斯·甘保(James Gamble)合伙在辛辛那提市(Cincinnati)创办了一家日用消费品生产厂。

这一年，美国经济十分动荡，经济恐慌接下来持续了整整六年，不过宝洁却成功躲过了危机。它成了美国内战时期联邦军队日用供应商，并迅速发展。

在此后100多年的历史中，它创造过许多无人能及的全球性品牌，比如1879年的象牙皂(Ivory Soap)、1912年的Crisco起酥油、1946年的汰渍(Tide)、1955年的佳洁士(Crest)、1961年的帮宝适(Pampers)、1972年的Bounce衣物柔顺剂、1973年的Dawn洗涤剂、1983年的Always卫生巾、1998年的纺必适(Febreze)芳香剂和速易洁(Swiffer)拖把。此外，

宝洁还收购过很多大品牌，比如吉列(Gillette)和潘婷(Pantene)。

宝洁管理的理念也闻名世界，从这里走出通用电气(General Electric)前首席执行官杰夫·伊梅尔特(Jeff Immelt)、微软(Microsoft)前首席执行官史蒂夫·鲍尔默(Steve Ballmer)。公司在20世纪20年代率先启用了市场调查。就连肥皂刷一词也是因宝洁而得名的。

然而近年来，这家行业标杆已逐渐失去光彩。不管是新兴市场还是在欧美，宝洁对于市场的反应都过于迟钝，业绩不尽如人意，其产品在全球多个国家的市场份额也出现不同程度的下滑。

最糟糕的时刻可能出现在2016财年，宝洁当年的销售额为653亿美元，利润为134亿美元，这一数字甚至不及10年前的2006财年，那时宝洁全年销售额已达到682亿美元，利润139亿美元。

对此，英国《金融时报》批评认为，宝洁的文化过于狭隘封闭，公司内部程序中的官僚作风太强。尽管公司也曾提出裁员和精简计划，但结果仍然是一轮又一轮的平庸业绩。

Consumer Edge Research分析师哈维尔·埃斯卡兰特(Javier Escalante)评价道：“宝洁在做同样的业务，支出变多了，但其实所谓创新还是老一

套，不应该考虑换路子么？”Stifel Nicolaus分析师马克·阿斯特拉汉(Mark Astrachan)表示：“(宝洁)支出增多，而增长降低。”

品牌顾问迪安·科拉奇菲尔德(Dean Crutchfield)表示，宝洁的营销手段过于传统，宝洁品牌没有真正的宣传创意。它太老派了。”

新冠肺炎疫情的暴发使宝洁公司从多年的不温不火的状况中逐步复苏。但相关人士警告说，没有人知道这种应时而生的繁荣会持续多久。分析认为，鉴于全球失业率飙升，以及数千家对公司至关重要的分销商倒闭，该公司未来几个月的业绩可能会出现波动。

至于2021财年，乔恩·默勒说，下一步的商业运作可能仍会受到疫情影响。如果全球病例继续高速增长，全球范围内更严格的封锁、限行将给宝洁的业务带来更多困难。

该公司预计2021财年整体销售额将增长1%—3%，预计盈利将增长6%—10%。由于清洁产品销售强劲，宝洁在2021财年前两个季度的收入将保持强劲，但在2021财年的最后两个季度，销售将恢复正常。

对于未来，宝洁首席执行官大卫·泰勒(David Taylor)表示：“我们希望在这场危机中成长，并在危机后变得更为强大。”□

BANK&INSURANCE  
银保INTERNET FINANCE  
新金融FINANCIAL INSTITUTION  
机构HEALTH  
大健康LISTED COMPANY  
上市公司THE TIME WEEKLY  
时代周报TIME FORTUNE  
财经  
微观视角 解读资本趋势

13 | 深交所再迎女掌门

四传“联姻”造投行巨擘  
中信证券合并中信建投局未了

时代周报记者 王丹 发自上海

短短四个月，中信证券（600030.SH）与中信建投（601066.SH）先后四次爆出“联姻”传闻，市场各方比当事者更为迫切、积极，恨不得立刻撮合成双。

上周末，两券商合并重组的消息再度来袭，而这次的“导火索”，是它们先后修订公司章程。

7月28日晚，中信证券发布修订完善公司章程的公告。同日，中信建投亦发布新修订的公司章程。

有细心的投资者发现，中信建投新修订的章程中有多项内容与中信证券拟新增的章程内容高度相似，于是，市场又衍生了一波合并猜想。

截至时代周报记者发稿，中信证券和中信建投均未就此番传闻进行澄清，记者经多方联系，未能从两券商处得到正式回应。

8月3日，中信证券A股收报于30.41元/股，总市值3238亿元；中信建投A股收报于49元/股，总市值3129亿元。自6月19日券商板块行情启动以来，两者累计涨幅分别为46.4%和31.76%。

## 修订公司章程再次引发传闻

7月28日晚间，根据中信证券发布的关于修订完善公司《章程》的公告，此次拟修订的章程，新增了第十条、第六十八条、第六十九条和第一百八十条四项新条目，均为党建相关内容。

如新增条款第十条：“根据《中国共产党章程》及《公司法》相关规定，设立中国共产党的组织，党委发挥领导作用。”

新增第四章“党的组织”，明确

公司设立中国共产党中信证券股份有限公司委员会。

巧合的是，同日，中信建投也披露了修订后的公司章程。从内容上看，上述中信证券计划修订的内容，在中信建投新版章程中也有类似表述。

如中信建投章程总则第八条类似于中信证券拟修订章程新增的第十条；中信建投章程第五十四条类似于中信证券拟修订章程新增的第六十八条。

这是在为合并重组进行铺路？事实上，这已是近四个月内，市场中第四次盛传中信证券与中信建投合并。

“更准确地说，这次只是一种猜想，不是传闻。”8月3日，一位资深的券商投行人士对时代周报记者表示。他认为，相较于此前的传闻，这一次市场思路理智一些，主流声音能够去分析两家券商修订章程与合并重组，其实并不构成直接关系。

虽然两家券商同日公告，但中信证券是“拟修订”章程，尚未经股东大会审议；而中信建投是审议后的正式披露，进展上明显领先一步。

且内容上，中信证券主要是加入党建内容，但中信建投是对多个条款进行表述完善，修订的依据和方向不完全一致。

时代周报记者虽然未能从中信证券和中信建投得到正面回复，但通过两公司人士了解到“为重组修改章程”的说法应该只是臆想。

## 前三次证伪都挡不住传闻

虽然还是传闻，但依然拦不住两家券商二级市场股价大涨。

盘面显示，公告发布的次日，即7月29日，中信建投A股涨7.90%，中信

证券上涨4.82%。

事实上，今年以来，中信证券与中信建投合并的传闻始于4月中。

4月14日，该消息在市场中发酵，并迅速引爆金融圈，当天中信建投A股大涨8.88%，中信证券盘中涨幅一度超过6%。

当晚，双方发布澄清公告，表示“不存在应披露未披露的信息”，间接否认了传闻。

4月23日，中信建投向中国证监会递交《变更持有5%以上股权的股东审批》的行政许可申请，由于其并未披露相关股东，很快，与中信证券合并的传闻又应势而起。

后被证实，此次股权变更是北京国有资本经营管理中心将持有的35.11%股权改为北京金控集团持有。

此后近两个月，包括中信证券和中信建投，A股市场的券商板块维持横盘沉寂状态。

彼时，券商股并未引起市场的广泛注意。“引爆点”是6月27日，有媒体报道，证监会计划向商业银行发放券商牌照。

尽管证监会次日即通过新闻发布会表示，目前没有相关的更多信息需要向市场通报。但在“打造航母级券商”的想象空间中，中信证券与中信建投第三次传出合并。

至7月2日，市场多方消息，中信证券和中信建投内部已同意一项合并计划，志在打造一家规模达820亿美元的投资银行巨擘。

然而，当夜深夜，两家券商再次双双澄清，对合并传闻作出回应。值得一提的是，这一次，两券商收到上交所问询函，要求就有关事项进行说明。

7月5日，两者复函上交所。

中信建投称，7月3日，公司向中央汇金书面征询，并于7月5日收到回复：“截至目前，我公司不存在涉及你公司应披露而未披露的重大信息。”

中信证券则表示，经与中信集团确认，截至目前中信集团未讨论过任何关于中信证券及中信建投重组合并的方案，中信集团也未与中央汇金投资有限责任公司签署涉及收购中信建投股票的任何协议。

## 潜在的合并逻辑

看当下中信证券与中信建投联姻传闻此起彼伏，投资者眼前似乎有一幅热闹的画面，围观者都在高喊“在一起”，但主角双方却故作镇定，甚至无动于衷。

8月1日，时代周报记者询问了一位上市券商投行部负责人关于中信证券与中信建投合并的看法，他明确表示：“假的，已问过在中信证券的朋友，还是不要再传了。”

不过，依然有投资人士认为，市场热捧两者合并，也在情理之中。当下，面对外资的来势汹汹，打造高质量的“航母级券商”，升级行业竞争格局，已是大势所趋。

长期以来，监管层打造“航母级券商”的呼声也一直不断，种种迹象看，目前政策、业务、资本都在向头部券商倾斜，强者联合，这一目标更易实现。而这也是市场臆想中信证券与中信建投重组合并的关键逻辑所在。

时代周报记者通过公开数据计算，两者一旦联合，就是一艘市值超过6000亿元量级的超大券商，在今年上半年业绩简单叠加下，它将实现366.43亿元的营业收入和135.04亿元的归母净利润，行业占比超过15%。

合并传闻的另一个逻辑则缘于中信证券与中信建投颇深的渊源。

中信建投成立于2005年，彼时老牌券商华夏证券被撤销业务许可，中信证券与建银投资共同出资成立中信建投，受让华夏证券原有的全部证券业务及相关资产。

2008年，证监会提出券商“一参一控”的监管要求，这一监管红线迫使这对“亲兄弟”开始切割。

2010年11月，北京国有资本经营管理中心获批受让中信证券挂牌转让的中信建投12.15亿元股权，同月，中国建银也向中央汇金无偿划转了其持有的中信建投股权。

目前，中信证券仍然是中信建投的主要股东之一。根据中信建投2020年一季报，中信证券仍持有中信建投5.01%股份。此外，中信证券第二大股东中国中信有限公司的全资孙公司镜湖控股有限公司也持有中信建投4.60%的股份。

截至目前，中信证券与中信建投合并尚无任何有力支撑可以成行。

8月1日，一位了解两家券商深层关系的内部人士对时代周报记者坦言，合并也不是空穴来风，双方曾都有意愿，但并非市场所传的出于打造航母级券商战略考量，也并非最近才开始。

据知情人士称，早在2014年，中信集团就有心“收回”中信建投，但没有好的契机，也没有足够资金。

直到前两年，开始与中投公司密切接触，双方发现了一个“契合点”：中投公司一直没有自己的办公楼，而中信集团下有不少物业，双方有了交换的意愿。

后来，中信集团在物业产权方面未能厘清，现实的障碍使得双方“交换”最终推进不前。

由此也能看出，即使中信证券与中信建投合并有可能，暂时也是企业内在层面。■

12.15  
亿元

2010年11月，北京国有资本经营管理中心获批受让中信证券挂牌转让的中信建投12.15亿元股权，同月，中国建银也向中央汇金无偿划转了其持有的中信建投股权。

## 财经一周观察

## 面对股市起落的正确姿势



温斯婷  
时代周报财经新闻部编辑

从昔日胶卷大王到抗疫“新药神”，百年老店柯达的命运几乎在一夜之间反转。

北京时间7月29日，柯达宣布将建立柯达制药公司，公司获得7.65亿美元的美国联邦政府贷款，以帮助加快美国国内药物的生产，其中，还包括美国总统特朗普“坚信”能用于治疗新冠肺炎的抗癌药物“羟氯喹”。

7月30日美股开盘后不久，柯达股价一路飙升，暴涨318.14%，盘中更是触发20次熔断，一度涨超650%，市值达14.5亿美元，创下该公司有史以来的最佳单日涨幅。

新冠肺炎疫情全球肆虐持续，“吃药”行情同样在A股市场上演。随着市场对疫苗关注度的提升，疫苗概念股股价水涨船高，涨势凶猛。

7月29日，疫苗股大面积暴涨，博晖创新、四环生物、西藏药业、万泰生物涨停，复星医药、瑞普生物等也大涨。“新冠疫苗第一股”康希诺的

发行，又在这把火上浇了把油。

7月30日，首个A+H股上市的疫苗企业康希诺公告称，其科创板发行价定为209.71元/股，这是科创板历史上第二高的发行价。

今年以来，康希诺港股的涨幅已达350%。有媒体推算，如果康希诺在科创板上市，涨幅100%即可赚超10万元，涨幅200%可赚超20万元，涨幅300%则赚超30万元，以此类推。

疫苗概念股的狂欢，只是医疗生物板块赚钱效应爆棚的一个缩影。

截至7月30日，申万医药生物行业指数上涨近60%，而同期上证指数上涨7.8%，深证综指上涨29%，创业板指上涨53%，医药生物板块明显跑赢市场主要股指。

疫情影响下，生物医药板块也成为“百元股”集中地。截至7月30日，沪深两市股价超过100元的个股已达110只，来自医药生物行业的就占

了38只。其中，发行价为33.55元/股的爱博医疗，在7月29日上市首日暴涨616.8%，以240.5元/股收盘，在上市当日即晋升为“百元股”。

和“疫”冲天不同，精选层在开市交易第一周的经历则像坐上过山车。

7月27日，新三板精选层开板交易，首批32只个股超六成破发，29日开市后迎来回暖，截至31日收盘，32只精选层个股中26只收涨。

新三板打破了“新股不败”的神话，让一场期待已久的财富盛宴变成一堂风险投资课。然而实际上，对于一个正常的资本市场来说，“新股破发”实属常态。随着注册制持续推进，新股破发正是中国资本市场逐渐走向成熟的重要标志之一。

面对股市的起起落落，涨涨跌跌，投资者的正确姿势，最重要的是不要把投资当成赌场押注，不妨多点耐心。■

# 保险业半年报：中小寿险两重天 在线财险成黑马



时代周报记者 苏长春 发自北京

疫情冲击下，人身险和财险公司受影响程度几何，备受市场关注。

时代周报记者从业内人士处获取的行业交流数据显示，2020年1-6月，保险业整体实现原保险保费收入累计达2.72万亿元，同比增6.46%。其中，人身险原保险保费收入为2.1万亿元，同比增6.8%，财产险原保险保费收入为6207.46亿元，同比增5.33%。

在一季度疫情速冻，影响代理人线下展业和银保渠道收入的背景下，保险业保费收入上半年度仍能保持正增长颇为不易。不过，从单家保险公司数据来看，却是几家欢喜几家愁。

时代周报记者梳理，在纳入统计的91家人身险公司中，今年上半年，有多达22家机构原保险保费收入同比负增长，其中，大家养老、弘康人寿、华夏人壽等公司保费收入同比下滑靠前，降幅均超30%。

此外，纳入统计的89家财险公司中，今年上半年，也累计有34家机构原保险保费收入同比出现负增长，占比超三成。其中，信利保险、易安财险、日本兴亚、合众财险等，保费收入同比下滑也均超30%。

此外，人身险公司中，也有国富人寿、三峡人寿和大人寿，上半年保费收入同比增速排名前三，增幅均超35倍、26倍和17倍。

上述保费收入出现负增长的保险机构，多属于中小型险企。

8月1日，国务院发展研究中心保险研究室副主任朱俊生接受时代周报记者采访时指出，疫情主要发生在保险机构年初传统开门红期间，对于人身险公司来说，寿险销售人员的增员与展业均受到很大限制，银行保险以线下网点为主的销售场景和作业模式也面临挑战，部分风险承受能力较弱、产品渠道单一的中小主体寿险

公司，保费收入下降在所难免。

同样，财险业务中，受疫情期间新车销量大幅下滑的影响，车险增量业务下降明显，市场份额本就较小的中小财险公司也将受挫。

不过，困境之下也不乏黑马。数据显示，今年上半年，泰康在线、太平科技两家公司，原保险保费收入同比翻倍，分别大增202.75%和149.16%。

7月31日，泰康在线相关负责人告诉时代周报记者，“在行业增速放缓及疫情冲击的多重挑战下，公司主要凭借互联网保险的线上优势实现了经营业绩逆势增长。其中，健康险成为拉动保费增长的主力，上半年健康险保费同比增长421%；车险方面，通过全流程线上化上半年保费收入同比增长49.72%。”

## 中型寿险座次重排

2020年上半年，人身险公司经营总体情况较为稳健，数据显示，截至6月末，91家人身险公司共揽保费约19968.77亿元，同比增6.04%。

从上半年各家人身险公司保费收入排名来看，中国人寿以4280.19亿元的原保险保费收入位居首位。紧随其后的是，平安寿险、太保寿险、新华人寿和太平人寿，上半年累计原保险保费收入分别为2806.71亿元、1383.47亿元、968.79亿元和909.55亿元。

从数据上看，前五大寿险公司保费收入合计达10348.71亿元，已占据全市场保费规模的半壁江山，强者恒强的局面愈发显著。

不过，时代周报记者注意到，对比去年同期，今年上半年人身险保费收入前五名的位次，却发生了细微变化。

Wind数据显示，2019年上半年排在人身险保费收入榜第四名的是华夏人壽，而今年上半年却滑落至第七位。反之，2019年上半年保费收入排名第七位的新华保险，如今取代华夏人壽，跻身人身险公司上半年保费

收入第四位。

数据显示，今年上半年，华夏人壽原保险保费收入为771.66亿元，同比降37.57%。而同期，新华保险保费收入同比大增30.93%。

事实上，一季度是拖累华夏人壽保费收入疲软的关键节点，Wind数据显示，一季度该公司原保险保费收入为421.85亿元，同比大降49.92%。

今年4月22日，华夏人壽相关负责人曾告诉时代周报记者，“2020年初，突如其来的疫情对全球经济产生巨大冲击，对保险行业以及华夏人壽经营发展也带来了诸多困难、挑战及不确定性影响，短期内公司经营面临着一定压力，业务平台出现了一定波动。”

7月17日，上述华夏人壽相关负责人再度向记者透露，二季度华夏人壽整体业务表现良好，总保费、新单保费、新单期交、续期保费等重要指标正增长态势明显。

实际上，包括华夏人壽在内，上半年累计有多达22家人身险公司原保险保费收入出现同比负增长。其中，大家养老、弘康人寿、复星德信人寿保费收入同比降幅居前，分别达94.16%、66.9%和46.71%。

8月1日，中央财经大学中国精算研究院陈辉博士在接受时代周报记者采访时坦言，“保费收入下滑与各家公司的经营特点有关，如华夏人壽正在面临转型压力，被监管接管后发展思路应该会发生改变；弘康人寿则是较为依赖高现金价值的产品，主要销售渠道为银保渠道，而疫情发生以来，银保业务保费收入受到直接冲击，而大家养老也是在被监管接管前，开展的万能型等投资类保险业务比较多，目前也在调整当中。”

## 财险企业头部聚集效应明显

相比之下，财险比人身险稍好。

数据显示，2020年上半年，财险公司保费收入同比增速小幅跑赢人身险公司，89家财险公司累计原保险保费收入为7217.47亿元，同比增7.62%。

从财险公司保费收入排名来看，前五名位次与去年一致。人保财险和平安产险上半年分居冠、亚军席位，原保险保费收入分别为2456.39亿元和1441.18亿元。排名第三至第五位的分别是太保财险、国寿财险和中华联合，原保险保费收入分别为760.65亿元、446.71亿元和295.5亿元。

时代周报记者统计，上述排名前五的财险公司合计保费收入为5400.43亿元，占财险公司总保费收入的74.82%。不难看出，相比人身险公司，财险公司的头部效应更加凸显，这也映射出，中小型财险公司生存环境也更显艰难。

数据显示，在纳入统计的89家财

险公司中，今年上半年共有34家公司原保险保费收入同比出现下滑，主要集中于中小险企，而去年上半年保费收入下滑的财险公司还只有29家。

“我们公司就面临保费收入压力，今年受疫情影响新车销量低迷，因此车险业务销售情况也难言乐观，这可能会导致今年整体盈利情况不佳。”7月31日，北京一家合资财险公司内部人士向记者感叹道。

数据显示，上半年保费收入同比下滑幅度较大的公司有，信利保险、易安财险、日本兴亚、合众财险等，原保险保费收入同比下滑幅度均超30%。

陈辉告诉记者：“信利保险保费收入同比下滑的原因，可能与它已退出直保业务有关，该公司刚刚获得监管批复，未来专心做再保险业务了，所以这种保费收入负增长其实是比较正常的现象。另外，易安财险则是近期被银保监会刚刚接管，也与前期业务发展模式等问题有关。”

时代周报记者注意到，易安财险旗下保证保险业务一度暴露承保风险。根据易安财险2019年年报披露，保证保险产品保费收入约1373万元，赔付支出约536万元，承保亏损约1.85亿元。此外，易安财险旗下保证保险2018年也发生承保亏损916.2万元。

7月31日，一家前期主要发力信保业务财险公司人士告诉记者，“受经济下行以及疫情双重因素影响，为了防范承保风险，行业内主动收缩信保业务已成为共识，所以部分财险公司保费收入下滑也可能与此有关。”

那么，在财险业竞争日趋激烈，且高增长的信保业务已难以以为继的情况下，中小财险公司又该如何“活下去”，成为摆在当下的一道难题。事实上，今年以来，也不乏部分中小财险公司保费收入同比大增，而这些脱颖而出的“黑马”，也或将成为财险业发展破局的样本。

泰康在线上半年保费收入同比大增超200%的成绩，位列财险公司上半年保费增速榜单首位。

7月31日，泰康在线相关负责人告诉记者，在传统保险淡季中实现总保费逆势高增长，进一步展现了互联网保险在特殊时期下的强劲韧性。

在朱俊生看来，从发展路径来看，传统保险公司发展线上业务也将是大势所趋，保险公司通过保险科技为互联网生态提供场景化、定制化保障，可以为每个用户提供个性化、定制化的风险解决方案，因此中小险企可以通过提升科技能力突围。

另外，目前我国整个保险市场产品同质性较高，中小险企应探索差异化经营，在市场细分、产品创新上多下功夫，才能有更多的生存空间。■  
(最终数据以官方公布为准)

6.46%

916.2  
万元

云缴费 | 缴出新生活

## 光大·云缴费

用心服务每一位云端的您

本年已服务用户突破3亿

光大·云缴费

致力于提供便捷民缴费服务，覆盖全国水、电、气、供暖、有线电视、社保、非税、医疗、交通、教育、物业、通讯等20大类8500余项缴费服务。

更多优惠请关注云缴费APP

扫码下载云缴费APP

95595 | www.cebank.com

## BANK&amp;INSURANCE · 银保

# 拯救\*ST安通： 白衣骑士中航信托携招商港口布局

时代周报记者 黄坤 发自上海

中航信托将扮演“白衣骑士”，为\*ST安通（600179.SH）破产重整兜底53亿元。

7月28日，安通控股股份有限公司（以下简称“安通控股”，股票代码“600179”）发布关于签订协议书的公告表示，中航信托作为重整投资人参与安通控股的重整工作，并同意为其重整工作提供必要的支持。

同日，招商局港口集团股份有限公司（下称“招商港口”，001872.SZ）也向安通控股发布《支持函》称，招商港口或招商港口指定的第三方，有意向通过包括但不限于对安通控股进行战略投资等方式支持安通控股的破产重整事项。

7月31日，中航信托相关人士告诉时代周报记者，中航信托与招商局拟共同对安通控股进行战略投资。各方基于安通控股的实际情况，选择通过破产重整的方式，帮助安通控股恢复正常经营，同时实现战略投资的目的。

目前，安通控股以及有关方正全力推动公司尽快进入重整程序。

7月31日，据中航信托知情人士向时代周报记者透露，法院在受理上市公司破产重整案件前，需事先获取证监会的无异议函和最高院的核准。目前方案还在等待证监会审批，相关公司非常看好此次重整，预计8月将获法院受理。

8月3日，招商港口证券部门工作人员表示，目前涉及具体合作、投资方式、对方承诺等的方案还未公布，将来还需评估方案可行性，招商港口是否对安通控股进行投资尚具有重大不确定性。

截至8月3日，\*ST安通收报5.5元，涨幅3.58%，总市值81.78亿元。

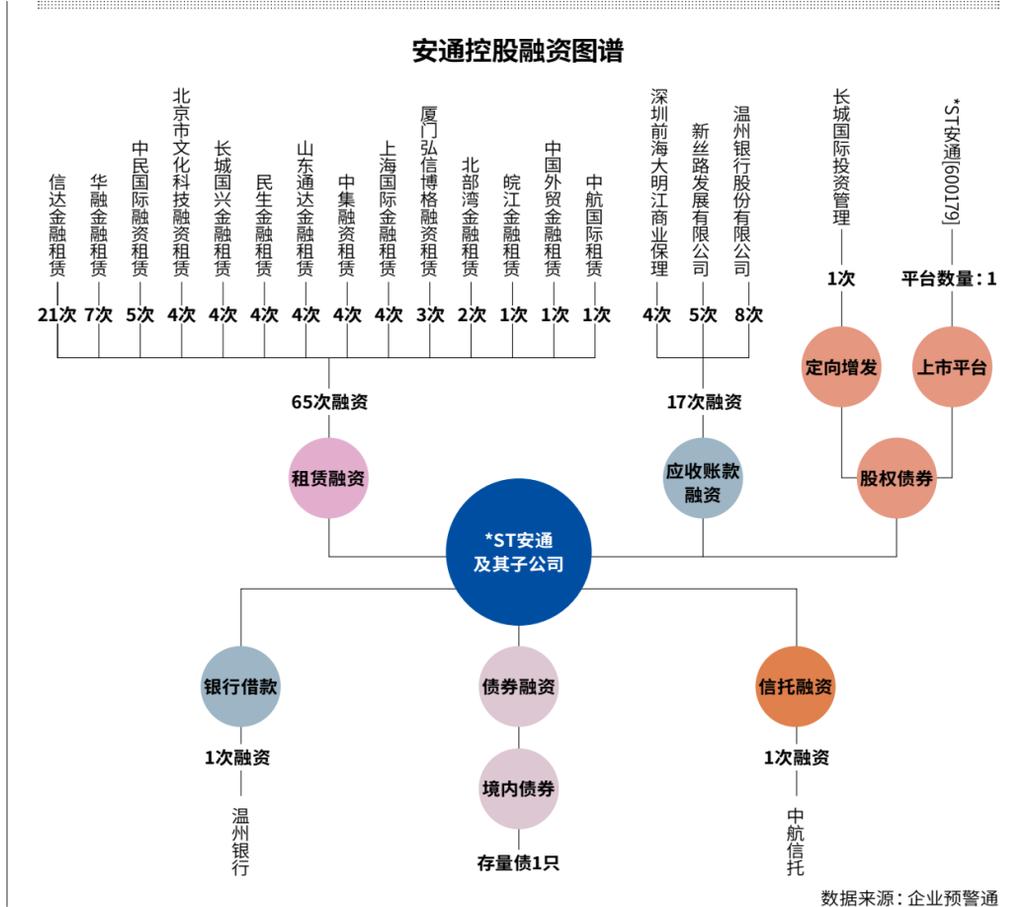
破产重整的背后是安通控股面临退市危机，中航信托、招商港口为何愿意为安通控股冲锋陷阵？

## 物流巨头破产重整

公开资料显示，安通控股作为国内贸易物流行业市场份额占比前三的经营主体之一，拥有较为成熟的承运船队及运输航线，是集综合物流、供应链金融、船舶管理、物流园区开发于一体的大型联运物流产业集团。

据悉，安通控股破产重整与其控股股东非法占用安通控股资金、违规担保等问题有关，导致安通控股及其核心全资子公司深陷债务危机。

7月3日晚间，\*ST安通发布关于收到证监会《行政处罚及市场禁入事先告知书》，安通控股控股股东郭东泽、郭东圣违规占用公司资金累计



41.85亿元、违规对外担保累计63.34亿元。目前，公司存在控股股东非经营性占用资金13.09亿元，尚未解决的违规担保余额39.99亿元，共计53亿元。

2020年一季报显示，该公司报告期内实现营收8.17亿元，同比下滑46.65%；归属于上市公司股东的净利润-1.2亿元，较上年同期由盈转亏。

另一面，安通控股的融资图谱庞大，其中涉及租赁公司数量繁多。

时代周报记者根据企业预警通统计，有14家租赁公司为安通控股及其子公司做了65笔融资，此外还有温州银行、新丝路发展有限公司、中航信托等其他借款人。

债务缠身的安通控股，正在打算通过破产重整走出困境。

7月31日，安通控股证券部门工作人员告诉时代周报记者，2019年12月，两家全资子公司安通物流、安盛船务被申请破产重整，并且已于12月18日，被人民法院裁定进入破产重整程序被法院裁定受理。

据公告披露，安盛船务和安通物流已于今年4月15日召开了重整案第一次债权人会议。而3月25日，中航信托以公司不能清偿到期债务且明显缺乏清偿能力为由，向泉州市中级人民

法院申请对公司进行重整。

对此，有业内人士表示，与破产清算不同，破产重整并不意味着企业“倒闭”，而是以挽救债务人企业，保留债务人法人主体资格和恢复持续盈利能力为目标，在法院的主导下与债权人进行债务重组。

## 中航信托为何愿意兜底？

7月28日，安通控股发布关于签订协议书的公告表示，在安通控股被人民法院裁定进入破产重整程序、履行相应内外部审批程序后，中航信托愿意在合理条件下通过以包括但不限于受让安通控股资本公积转增的股票等方式，参与破产重整程序。

具体来看，关于13.09亿元资金占用问题的解决，在中航信托依法被确定为安通控股重整投资人的先决条件下，中航信托同意承诺解决资金占用问题，以使得安通控股能够全额收回被占用的资金。

在39.99亿元违规担保债权中，经人民法院、仲裁机构、重整管理人等相关主体作出生效法律文书确认的应由安通控股及其子公司承担清偿责任的部分，由郭氏兄弟合法财产负责偿还，不足部分，在中航信托依法被

确定为安通控股重整投资人的先决条件下，由中航信托承诺予以解决。

安通控股的53亿元烂摊子，中航信托为何愿意兜底？

回溯前情，2018年12月28日，中航信托向公司银行账户发放贷款4亿元整。根据双方签订的《信托借款合同》，\*ST安通应当在2019年12月28日向中航信托一次性偿还本金3.82亿元，利息5417.2万元。

2020年1月20日，中航信托向公司送达《债权催收函》，\*ST安通未能按要求清偿前述债务，并回函告知中航信托已无力清偿前述到期债务。

8月3日，上海誉号咨询董事长陈洪林告诉时代周报记者，中航信托参与重整可以得到两方面好处：一是原来安通欠中航信托的债务，可以在重整中被清偿；同时，招商港口参与战投，中航极大可能作为资金提供方。

## 招商港口“幕后操作”

7月31日，据中航信托知情人士向时代周报记者透露，“中航信托此次是受第三方委托对安通控股进行战略投资，对中航信托本身有两方面好处：深度参与安通控股涉及行业，深入行业专业化布局；希望此次与招商港口首度

合作是一个良好开端，未来进行更多合作。”

该人士不肯透露第三方具体身份。然而，近年来，招商港口“借道”中航信托，对安通控股动作频频。

7月28日，招商局港口集团发布《支持函》表示，在安通控股顺利实施破产重整，且成功对其进行战略投资后，公司将积极履行股东义务，帮助其提升整体业务实力和盈利水平。

这并非招商港口首次支持安通控股。2019年8月29日，招商港口携手中航信托注资\*ST安通，三方签订《战略合作框架协议》，出资设立招商安通物流管理有限公司（以下简称“招商安通”），招商局港口集团持有其40%股份。

2019年9月，在创始人郭东泽与郭东圣退出管理层之后，安通控股完成了董事会换届，选举招商局港口集团股份有限公司副总经理的郑少平为公司董事长。

招商港口为何频频出手，参与安通控股？

8月3日，招商港口证券部门工作人员表示，安通控股即为招商港口在内贸集装箱靠泊业务的主要客户之一，对招商港口很重要，一方面可以保证业务稳定；另一方面安通控股具有综合物流网络优势，可推动其航线挂靠招商港口旗下港口，有助于巩固招商港口在港口领域的竞争力。

招商港口作为中国最大的公共码头运营商，在中国经济最活跃的珠三角、长三角和环渤海经济圈等三大区域和厦门湾、西南沿海形成了网络化经营的港口群。官网显示，其目标是成为世界一流港口综合服务商。

业内人士指出，招商港口携手安通控股有其合理性。目前国内各大港口也大多拥有自己的船公司，相比着手建立新的船公司，投资安通控股对于招商港口而言见效更快、风险更小。同时，安通控股尽管处在危机关头，但仍然保证了船队正常运转，使招商港口能够通过一笔合理的资金获得进入航运业的切入点。

那么，招商港口为何不直接注资而要“借道”中航信托？

8月3日，招商港口证券部门工作人员表示，在之前的合作中，中航信托也是出资金更多的一方。此次参与安通控股重整，因标的大需要充裕资金，所以借助中航信托的出资能力。

陈洪林告诉时代周报记者，招商港口无论是直接收购还是指定三方战投，都是绕不过中航信托。对招商港口而言，通过中航信托来对安通进行战投，是更全面、更稳妥、效率更高的选择：一来可解决历史遗留债务问题；二来战投资金来源不排除通过中航信托贷款。□

# 践行精准扶贫帮扶责任 甘肃银行彰显为民情怀

甘肃银行作为甘肃省一支重要的金融力量，积极响应国家精准扶贫政策，加大对深度贫困县的金融支持力度，在脱贫攻坚工作中，采取的措施及取得的成效受到了社会各界的高度评价，在此前5次获得甘肃省脱贫攻坚“民心奖”后，该行又连续两年获得全省脱贫攻坚帮扶先进集体荣誉称号。

精准扶贫就要找到“贫根”，对症下药，精准帮扶。该行紧盯对口帮扶县乡群众在“吃穿住用行教”方面的困难，多渠道积极探索帮助群众解决难题。2019年加大力度从多个方面对东乡县5个村进行帮扶。在

改善生产生活环境方面，投入70万元修建村镇间的公路，投入151万元修建排水边沟和涵洞，投入57万元补贴帮扶户重建住房，投入108万元改建旧墙，连续多年组织员工在当地开展公益植树，累计投入45万元建成绿地200亩，助力改善当地生态环境。在教育扶贫方面，投入100万元补贴那楞沟小学扩建资金缺口，帮助该小学改善教学设施和教学环境；成立教育扶贫基金，承担义务教育结束后继续上学的孩子在校起居的生活费；邀请农牧业专业人员到村开展技能培训，向当地群众普及科学种植与科学养殖知识。在发展产业方面，

动员和鼓励帮扶户发展养殖产业，靠自身辛勤劳动摆脱贫困，甘肃银行已向东乡县5个村共178户农户发放价值27.3万元的鸡苗，捐赠64.2万元修建养殖圈舍，投入69.9万元建设规模化养殖小区。在甘肃银行的不懈努力下，帮扶的3个村已经实现整体脱贫，575户3155人实现脱贫摘帽。

2020年，是全面建成小康社会目标实现之年，也是全面打赢脱贫攻坚战收官之年。为了助推东乡县攻克贫困最后堡垒，如期打赢脱贫攻坚战，甘肃银行专门制定了《关于进一步做好脱贫攻坚帮扶工作的实施意见》，将帮扶力量倾斜到户、到人，投

入帮扶资金269.5万元实施藜麦种植、经济林种植、“三类户”养殖产业发展扶持等方面帮扶项目共5个，上半年已完成藜麦种植扶持、经济林（山杏）种植、蛋鸡养殖等扶持项目，帮助当地群众发展致富产业。甘肃银行还不断加大金融帮扶力度，在东乡县投放整村推进“农户贷”216笔3560万元、“创业贷”215笔1895万元，支持带动地方特色优势产业发展，进一步增强建档立卡人口内生动力，通过发展种养产业，依靠自身努力奋斗实现脱贫。

(文/阳霞)



# 新发产品折戟 国融败走“黑七月”

时代周报记者 宁鹏 发自上海

1.5  
万亿元

一半是火焰，一半是海水。  
今年以来，新基金发行火热，截至7月30日，新发公募基金首募规模已超过1.5万亿元，其中权益类新发基金首募规模超过1万亿元，仅7月份便有11只基金单日大卖百亿元以上。

然而，在新基金发行有如烈火烹油的同时，一些中小基金公司却举步维艰。

7月29日，国融基金发布公告，宣布国融融鑫因未能达到2亿元的成立规模而宣告发行失败。

屋漏偏逢连夜雨。国融基金在7月份遭遇一系列暴击：总经理离职、上海分公司注销、基金经理离职、基金清盘等，也使得这家次新基金公司前景变得更加暗淡。

伴随行业马太效应的加剧，公募基金“折叠”现象更加明显，一面是头部公司跑马圈地，另一面是部分小公司在边缘化路上越走越远。

8月3日，国融基金方面告诉时代周报记者，基金行业各家存在不同的情况，公司目前运营正常，不存在额外需要对外披露的信息。

## 进入多事之秋

作为创业总经理，李宇龙曾经公开表示，“希望将国融基金作为职业生涯的最后一站”。可惜，在残酷的现实面前，理想主义的光环悄然褪色。

今年7月18日，国融基金发布公告，总经理李宇龙因个人原因离职，不再转任公司其他职务。

公告显示，目前该公司董事长侯守法代任总经理。从行业惯例来看，在总经理离职后，往往因为未有合适人选接任，董事长才会暂时兼任。

事实上，李宇龙对新基金公司面临的生存压力有一定预期。其早期接受采访时表示，银行渠道的建立需要时间积累，机构投资者的认同需要过往业绩支撑，产品的发行需要公司品牌的支持，而这些都是新成立的基金公司所不具备的。

俗话说“头三角难踢”，成立三年后，国融基金的规模仍未见起色，股东的耐心似乎已经消耗殆尽。国融基金人事震荡始于今年初，早在2月份和4月份，公司副总经理黄向武和投资决策委员于化海已先后离职。

在新基金发行火热的7月，国融基金进入了多事之秋。



该公司官网公告显示，7月17日，国融基金旗下唯一的债券基金——国融稳融债券遭遇清盘。

7月20日，国融融泰A类份额发生巨额赎回；7月21日，北京分公司负责人变更；7月29日，正在发行的国融融鑫因未能满足基金合同规定宣告发行失败，其上海分公司亦宣告注销；7月31日，“一拖五”基金经理田宏伟因为个人原因离职，离任日期为7月30日。

接踵而来的坏消息中，最受关注的是国融融鑫发行失败，以及国融基金上海分公司注销的公告。公告显示，其上海分公司注销事项已在上海市虹口区市场监督管理局办理完毕。

值得说明的是，就在爆款基金频频刷屏的上半年，国融基金管理规模却在持续缩水。

截至今年二季度末，公司旗下仅有6只混合型基金，全部基金资产净值合计仅为3.09亿元。而2019年四季度末和2020年一季度末，公司基金资产规模还有8.2亿元和4.2亿元。

8月3日，上海谷若投资中心相关人士对时代周报记者表示，国融基金虽然是其子公司，但对于后者近期变化并不清楚。

## 长安投资新布局

2017年6月1日，国融基金获批设立，国融证券与上海谷若投资中心分别持股51%与49%。

相比于同日获批的莫泰山掌舵的博道基金，国融基金出生时就没有

引起太大动静，并不吸引眼球。

国融基金的两大股东方虽然都是公募行业的“生面孔”，但其实背后的实控人却并非行业新人。天眼查信息显示，长安投资为国融证券与上海谷若投资中心的第一大股东，分别持股70.6093%和90%。股权穿透后，长安投资为国融基金的实控人，持有国融基金的权益超过80%。

长安投资成立于2002年9月20日，注册资本3亿元人民币，金融、地产和投资为其三大核心业务，股权穿透后，公司法人代表侯守法是长安投资的唯一股东。

长安投资曾经在公募行业尝到过甜头。2006年2月13日，中邮基金获批，长安投资出资2400万元，与国家邮政局、中泰信用担保并列第二大股东，持股比例为24%。

不仅如此，持有28%股权的第一大股东首创证券，与长安投资也渊源不浅。

证监会公告显示，2003年首创证券更名之时，长安投资以4000万元的出资额位列第六大股东。

中邮基金成立后，赶上了2006—2007年的大牛市，管理规模迅速增长，长安投资亦赚得盆满钵满。

公开资料显示，2011年7月，长安投资退出中邮基金，彼时2400万股的转让价格约为7亿元，不考虑分红因素，长安投资在中邮基金股权交易中获得了近30倍的回报。

8月3日，有资深业内人士告诉时

代周报记者，2006—2007年是公募行业罕见的红利期，赶上的公司大多“雨露均沾”，而现在，行业格局已经发生了许多变化。

相比入股中邮基金后的顺风顺水，国融基金的发展显得很曲折。2019年9月17日，股东大会同意两大股东向国融基金同比例增资3000万元。

上述资深业内人士对时代周报记者解释表示，次新基金公司股东增资，大多是面临公司持续亏损后的无奈之举。

8月3日，长安投资相关人士回复时代周报记者称，关于国融基金的问题，应与后者直接接触为宜。

## 人才窘境待解

行业爆款基金的频频出现，反衬了缺席者的落寞。国融融鑫作为今年国融基金发行的唯一的新基金，却没有达到募资条件。

8月3日，上海证券创新发展总部总经理刘亦千对时代周报记者表示，这是一个分化的时代，有些中小公司面临困境，也有些中小公司做得不错，甚至某家去年年底刚成立的新公司，现在已达百亿元规模。

“互联网时代口碑容易扩散，其实是小公司的机会。公募行业从大的格局来说，强者恒强，但小公司也有空间，关键是找到合适的人，在恰当的时机做正确的事情。”刘亦千表示。

对于国融基金而言，投研领域的人才困境颇为明显。中基协信息显示，国融基金目前有员工38人，取得证券从业资格29人。其中，刚刚离任的田宏伟2017年12月取得基金从业资格，而田宏伟参与共同管理基金的另一位基金经理冯贇，则在2019年10月10日刚刚取得基金从业资格。

离任前的田宏伟，同时担任国融融泰、国融融银、国融融信消费严选、国融融盛严选、国融融君严选五只基金的基金经理，他的离去亦意味着国融基金“人才荒”将更加严重。

刘亦千告诉时代周报记者，公募基金的发展除了团队资源以外，还需要各方面的配合，跟第一只产品的定位和运营高度相关。

无独有偶，银行系基金公司民生加银最近也面临新基金发行流产的窘境。

7月28日，民生加银汇众18个月定期开放债券基金发行失败。雪上加霜的是，该公司二季度规模缩水174.2亿元。■

29  
人



## 做中国消费者权益保护运动引领者

《消费者报道》的使命：

真实就是力量，比较发现优劣。站在消费者立场，  
通过商品及服务比较测评，彰显消费知情权和选择权  
就是彰显消费者力量，从而更好地保护中国消费者权益。



# 老将沙雁南下履新 深交所再迎女掌门

时代周报记者 黄嘉祥 发自深圳

在证监会工作20年后，48岁的证监会机构部主任沙雁告别北京金融街19号，奔赴职业生涯下一站——位于深圳深南大道2012号的深交所。

7月31日，深交所发布公告，经中国证监会党委决定，沙雁任深交所党委书记、总经理。根据深交所官网披露，沙雁于2020年6月起出任这一要职。

自今年3月王建军调任深交所党委书记、理事长后，悬空3个月的深交所总经理人选终于尘埃落定。

作为深交所第九任总经理，沙雁也是继宋丽萍之后，深交所发展史上第二位女掌门。

2020年是深圳经济特区成立40周年，也是中国资本市场的而立之年。身处改革关键期，沙雁无疑被赋予更多改革重任。

“对于深交所来讲，人事更替是一个正常现象，这也许是一种巧合。深交所现在正处在一个关键时期，如何把握好多重历史机遇，更好地发展自我、服务实体经济，深交所确实要好好思考，谋篇布局。”7月31日，武汉科技大学金融证券研究所所长董登新对时代周报记者表示，深交所应该牢牢抓住历史机遇，大胆改革、先行先试、敢于突破、敢于创新。

随着深交所市场改革发展的推进，在深交所系统中，女性身影逐渐活跃。

时代周报记者梳理发现，深交所现任11位领导班子中，包括沙雁在内，共有5名金融女将，分别担任深交所总经理、纪委书记、副总经理、总工程师等要职。

金融女将辈出，这也是深交所独

有的特色，反观上交所，历任总经理中并无女性身影，现任上交所11位领导班子成员中是清一色男性。

8月，深圳经济特区即将迎来40岁生日，首批注册制的创业板股票也有望挂牌上市。

站在新的历史节点上，在这座改革开放最前沿的城市，伴随创业板改革的持续推进，深交所金融女将们将如何施展拳脚，书写新的改革故事？

## 沙雁其人

会计出身的沙雁是证监系统中“久经沙场”的老将。其本科毕业于陕西财经学院会计学专业，此后获得西安交通大学工商管理专业博士。

1993年，沙雁进入中国有色金属工业总公司，从事会计方面工作。

2000年，沙雁迎来职业生涯的转折点。

这一年，她进入证监系统工作，曾先后在西安证管办、陕西证监局任职，并于2008年进入证监会机构部，2013年出任上市公司监管二部副主任，后升任为上市公司监管部副主任。

沙雁在证监会上市公司监管部任职期间，经历A股2013—2015年由牛市到巨幅波动的演变。

2015年上半年，沪指从3200点涨到5178点高位，这是中国证券市场有史以来最大的由资金杠杆推动的牛市，6月中旬戛然而止，开启暴跌模式。

当年5月30日，时任证监会上市部副主任的沙雁在“构建中国特色市值管理体系——第九届中国上市公司市值管理高峰论坛”上坦言，由于认识上的不清晰，市场出现滥用市值管理的概念，以掩盖违法违规行为这样的苗头，需要特别加以注意。

“个别公司打着市值管理的旗号，配合股东减持和管理层的一些股



权激励，从事涉嫌虚假陈述、内幕交易、操纵市场的行为，这些以市值管理为名的违法行为，其目的是少数个别利益，维护少数人、个人的利益，损害全体股东的利益，违反了‘三公’原则，尤其对中小股东造成很大的损害，也挑战了监管底线。”沙雁表示。

2015年8月，沙雁再次回到证监会机构部担任副主任。此时的机构部，已在2014年合并基金部及期货部部分职能，以解决监管真空和监管重复等问题，机构部由此成为证监会最大部门之一，统筹监管证券、期货、基金等各类市场机构。

沙雁重回机构部时，正值证监会大规模人事调整。

2015年8月，原证监会机构部主任王林履新工商银行纪委书记，原机构部副主任梁永生则擢升为机构部主任。

2016年8月，梁永生调任江苏证

监局党委书记、局长，此后多个部门一把手相继离职，证监会国际部、发行部、机构部、上市部、稽查总队五个关键部门一度出现一把手空缺局面。

证监会改革期间，沙雁在机构部中扮演重要角色。

在一把手空缺情况下，机构部一直由沙雁主持工作，直到2016年12月，其被提拔为机构部主任。

2017—2020年6月，沙雁主导券商分类监管规定的两次修订。

2018年3月，证监会发布《证券公司投资银行类业务内部控制指引》，对投行业务内部控制提出了具有行业统一适用性的标准。

2019年11月，证监会提出打造航

母级证券公司的政策。“行事作风低调，沉稳干练，监管经验丰富、能力突出、敢于担当，专业性能力很强。”这是市场业内人士对沙雁的评价。

## 注册制落地挑战

沙雁最后一次以证监会机构部主任的身份出现在公开报道中，是今年4月25日由中国财富管理50人论坛召开的“资管新规两周年：新挑战与新机遇”专题研讨会。

作为中国财富管理50人论坛成员，她在论坛上表示，资管新规在中国金融领域起到了里程碑式的作用，资管新规树立了资产管理的理念和观念，使行业对于资产管理具有的财产独立、净值化管理、分散投资、信息透明的基本要求达成高度共识；通过资管新规的落地，资产管理领域大量的存量风险得到了有效的化解；资管新规是中国金融领域朝着功能监管方向走出的关键一步。

从进一步发挥资管行业支持实体经济的作用角度，沙雁提出了四方面建议：

一是规则层面进一步深化统一，包括统一上位法、监管理念、指导思想、监管方法，在统一的同时在规则层面给整个行业发展、产品创新留出更多的空间；二是基于流动性和风险匹配程度规划下一步监管规则的着力点；三是关注行业的差异化发展；四是关注财富管理的全链条建设。

巧合的是，公布沙雁履新深交所总经理的7月31日，央行发布公告称，考虑到今年以来，新冠肺炎疫情对经济金融带来的冲击，资管新规过渡期由原定2020年底延长至2021年底。

沙雁也是中国金融40人论坛(CF40)成员。根据CF40日前刊文披露，沙雁曾在今年CF40内部研讨会“疫情冲击下资管行业产品转型的挑战与应对”上指出，在发挥直接融资方面，资管行业大有可为，也必须有所作为。

▶ 下转P14

# 天地在线 业绩高速增长 数字营销蓄势待发

新北京全时天地在线网络信息股份有限公司(以下简称“天地在线”)自2005年成立以来，一直专注于为企业客户提供互联网综合营销服务及企业级SaaS(Software-as-a-Service, 软件即服务)营销服务，目前累计服务企业客户数量超10万家，并拥有腾讯、三六零、爱奇艺、今日头条、网易等头部媒体资源优势。

近年来，互联网已成为消费群体获取信息的主要形式，而互联网广告也随之成为精准度高、互动性强以及营销成本较低的主流投放渠道，市场规模持续增长。据PwC统计数据，2018—2023年，全球互联网广告市场预计保持在9.5%的年均复合增长率，2023年市场规模将达4248亿美元。

中国是仅次于美国的全球第二大互联网广告市场，2018年总收入为567亿美元，比上年增长24.1%。另据PwC的预测，未来5年，这一收入将以14%的年均复合增长率持续增长，并在2023年达到1092亿美元。

纵观整个行业，互联网广告市场规模巨大，让天地在线渐入业绩收获期，同时也让这家企业的未来发展充满想象空间。2017—2019年，天地在线资产规模持续扩大，偿债能力不断增强，费用管控成效显著，营业收入、净利润年均复合增长率同步保持在两位数。同时，依托拥有自主知识产权的互动平台优势，天地在线已在下一个移动端营销业务版图提前布局，未来发展可期。

## 一、聚焦头部媒体，主业增长强劲

天地在线是国内最早专注于互联网领域的营销服务提供商之一，该公司始终致力于为客户提供契合自身的一站式、多元化的互联网营销解决方案，经过多年发展与积累，已由单一的互联网产品代理商发展成为互联网综合营销服务商，为客户

提供互联网综合营销服务及企业级SaaS营销服务。

其中，互联网综合营销服务主要包括数据挖掘和策略制定、媒体资源采购、创意设计和素材制作、投放测试和效果分析、策略优化和投放、效果跟踪和评估的整体解决方案；企业级SaaS营销服务主要是为客户提供针对SaaS产品的咨询、培训、购买和维护等全方位服务。

聚焦头部资源，矩阵化媒体布局。作为国内互联网广告服务领域具有品牌影响力的领先企业，天地在线研发出拥有自主知识产权的基于效果营销的互动平台，并初步建立了全国性的综合服务网，上游供应商覆盖腾讯、今日头条、搜狐、网易有道、三六零、爱奇艺等知名企业，占据头部客户群优势，近年来资产规模与经营业绩保持稳步增长。

财报显示，截至2019年末，天地在线总资产规模为80656.77万元，较上年末同比增长13.79%；净资产规模为43787.55万元，较上年末同比增长29.97%，公司资产规模持续扩大。同时，该公司资产负债率逐步下降，流动比率和速动比率增长稳定，偿债能力不断增强。

其间费用率稳中有降，助力利润提升。2017—2019年，天地在线期间费用金额占营业收入的比重分别为11.23%、7.89%和7.34%，呈下降趋势；同行业可比公司均值分别为10.62%、11.76%和13.33%。相比之下，天地在线期间费用率处于同行业均等水平以下，费用管控成效显著，这主要得益于其渠道客户收入占比稳步提升，维护渠道客户的费用较低。

经营情况持续向好，营业收入、净利润增速同步两位数。2017—2019年，天地在线营业收入分别为152915.25万元、234472.69万元和239288.13万元，年均复合增长率为25.09%；归母净利润分别为6306.21万元、8587.27万元和9904.65万

元，年均复合增长率为25.32%。

一直以来，天地在线尤其注重对专业服务能力的创新和积累，不断投入人力、物力对产品和服务更迭换代，并尝试探索前沿互联网技术，紧密跟踪数字营销发展趋势，以数据和技术优势实现精准定向，确保为客户提供优质、高效的营销解决方案。截至目前，天地在线已拥有136项计算机软件著作权。

凭借丰富的行业经验、优质的服务水平，天地在线得到了客户、互联网媒体及产品供应商的广泛认可。近年来，天地在线及子公司荣获了“360搜索2017年度最具实力伙伴奖”“2018年度金牌搜索团队及2018年业绩长虹奖”、腾讯社交广告项目“2017年度、2018年度最佳服务商”“2019年度最佳合作伙伴”、爱奇艺广告项目“2017年最佳客服团队”“2018年度最佳产品贡献奖”，在业内取得了良好的口碑和认可。

同时，天地在线还荣获北京市工商业联合会颁发的2017年度“北京民营企业文化产业百强”称号，进一步增强了区域影响力。

## 二、以研发技术为驱动，数字营销再下一城

2018年以来，虽然宏观经济增速放缓对网络广告市场产生了一定的影响，但从长期发展看，中国网络广告产业生命力依然旺盛。随着移动智能终端设备的普及、移动互联网累计接入流量的增长以及移动互联网用户的增加，互联网营销也随之由PC端向移动端迁移。2020年伊始的新冠肺炎疫情更是加速了广告主预算和投放向线上移动端迁移的趋势。

天地在线始终关注并积极进行移动端营销业务的开发。报告期内，该公司提前布局移动端营销业务，如爱奇艺效果推广、腾讯社交广告推广、企业级SaaS等，并已积累了丰富的移动端营销经

验。可以预见，移动端业务是保证天地在线业绩持续增长的下一个重要版图。

互联网营销行业的机遇与挑战并存，而行业整合、差异化发展以及技术进步将是行业发展的未来趋势。对业内领先企业而言，需不断加强技术应用与内容生产，运用数据管理和智能营销平台在品牌分析、用户洞察、创意制作、内容投放、整合传播等方面为广告主提供全方位、一站式的综合性服务，以实现商业模式升级，在行业竞争中占据优势地位。

此次IPO发行募集资金到位后，天地在线将继续在研发技术领域构筑自己的护城河。通过专业的信息化建设，新技术的运用、数据分析及各系统平台的协同使用，天地在线将借助内外部优势资源，结合对客户需求的理解，持续开发拥有自主知识产权的互联网营销服务系统及高效的企业内部管理平台，为公司业务发展提供有力的技术支持。

具体来看，在拟募投的两大平台中，互联网营销工具平台将采用领先的拖拽式可视化编辑技术，为运营人员和客户提供高效便捷的活动页面制作、活动规则设计与活动发布等多元化的服务；全时服务平台将实现广告产品在线采买、在线投放、数据分析管理和流程管理，实现一站式广告自助采购投放和评价，为客户提供更加优质便捷的服务。

2020年，作为连接万物的基础，5G移动网络正式步入商业化应用，推动运营商网络设备以及智能移动设备端的软硬件大规模升级。

互联网广告作为新经济服务的重要载体之一，发展前景广阔。相信在人工智能、大数据、区块链等技术的推动下，广告形式和投放策略都将加速创新，互联网广告新的成长红利正在酝酿。

(文/郑一佐)

## HEALTH · 大健康



时代周报记者 章遇 发自深圳

市值冲上5000亿元巅峰之际，“医药一哥”恒瑞医药（600276.SH）的业绩增速却遭遇滑铁卢。

7月31日晚间，恒瑞医药披露上半年成绩单。2020年上半年，恒瑞医药实现营收113.09亿元，同比增长12.79%；归属于上市公司股东的净利润为26.62亿元，同比增长10.34%；扣非归母净利润为25.62亿元，同比增长11.94%。

尽管营收和利润都保持了双位数增长，但这几乎是恒瑞医药近十年来业绩增速的最低点。

“主要还是受到疫情的影响。”8月2日，恒瑞医药董秘刘笑含在中报业绩交流会上表示，“虽然我们的创新药持续放量，但是上半年疫情影响还没完全结束，导致业绩增速稍微低了一点。”

作为沪深两市“医药一哥”，恒瑞医药的业绩素来亮丽，自2015年以来始终保持着20%以上的增速，个别年份的增长甚至超过40%。而自2016年市值突破千亿元之后，恒瑞医药走出了非常凌厉的涨势，短短5年间市值突破5000亿元，动态市盈率达到80多倍。

因业绩增长不及预期，8月3日，恒瑞医药低开。市场对这只医药大白马的看法亦开始出现分化，有人认为业绩低点就是“上车”机会，也有人认为其业绩承压，估值已经出现泡沫。

不过，恒瑞医药方面对自身未来三年的业绩增长仍颇有信心。

7月31日，恒瑞医药还同步公布了一项新的股权激励计划，拟授予14位董事、高管以及1288位关键岗位人员（含控股子公司）限制性股标。该项股权激励计划解锁的业绩条件为：以2019年净利润为基数，2020年、2021年、2022年各年度的净利润增长率分别不低于20%、42%、67%，三年复合增长率为18.64%。

### 业绩增速低点

今年年初，在新冠肺炎疫情阴霾笼罩下，不少医药企业销售受到冲击，恒瑞医药亦不例外。作为国内最大的抗肿瘤药、手术麻醉镇痛药、造影剂研发和生产企业，恒瑞医药在今年一季度创下近十年来业绩增速的新低。

一季报显示，今年1-3月，恒瑞医药实现营收55.27亿元，同比增长11.28%；归属于上市公司股东的净利润13.15亿元，同比增长10.3%；扣非归

母净利润12.76亿元，同比增长10.52%。

“疫情期间，医院正常的诊疗业务停摆，手术量和检测量下降，对抗肿瘤线的影响相对较小，但对恒瑞的麻醉用药和造影剂两大业务线造成直接冲击，一季度的业绩承压是情理之中。”8月2日，深圳某大型私募医药分析师李林（化名）向时代周报记者指出，“而随着二季度疫情防控进入常态化，各地医院诊疗业务已经逐步恢复，但是从表现业绩来看，恒瑞第二季度的销售恢复程度没有达到预期。”

恒瑞医药旗下主营抗肿瘤、手术麻醉、造影剂以及综合四大产品线。时代周报记者了解到，今年上半年，其麻醉线收入较去年同期出现下滑，造影剂与综合线的收入基本与去年上半年持平；最为核心的抗肿瘤线表现依旧亮眼，上半年录得50%左右同比增长。

“麻醉线滑坡背后既有疫情原因，也有集采的因素。”李林认为。2018年，麻醉线重点品种盐酸右美托咪定被纳入首轮“4+7”集采，恒瑞医药原本在该品种市场一家独大，却因暂未通过一致性评价无缘竞标。近两

年来，恒瑞医药右美托咪定的市场份额逐渐被蚕食。

事实上，在带量集采加速推进的政策趋势下，恒瑞医药的整个仿制药业务都面临不小压力。

时代周报记者注意到，截至2019年年底，恒瑞医药的创新药收入占比尚不足三成，仿制药仍然占其收入的大头。

2019年“4+7”25个品种扩围集采中，恒瑞医药仅厄贝沙坦1个品种中标；2020年初的第二批全国药品集采中，恒瑞医药的醋酸阿比特龙、替吉奥胶囊、盐酸曲美他嗪缓释片、白蛋白紫杉醇中标，价格平均降幅超过70%。而即将到来的第三批全国集采，恒瑞医药的氨溴索、坦活新、塞来昔布、非布司他、卡培他滨、来曲唑6个品种被纳入集采名单。

“恒瑞现在正处于从仿创结合到创新驱动的转型阶段，这几年是关键过渡期。仿制药的大势已去，只要创新药的占比能够快速提升，超过仿制药成为业绩主力，就不用太担心集采的影响。”李林向时代周报记者分析指出。

### 重金押注创新药

尽管营收和利润增速双双放缓，恒瑞医药在研发上的投入依然不吝加码。

数据显示，2020年上半年，恒瑞医药累计研发投入18.63亿元，比上年同期增长25.56%，研发投入占销售收入的比重上升至16.48%。这个投入比例在国内制药行业已经是首屈一指，而且恒瑞医药将研发费用全部费用化。“疫情期间，药物临床试验多多少少都受到了影响，也间接影响了研发费用的实际投入。如果没有这次疫情的话，研发费用可能会更高。”恒瑞医药高级副总经理兼全球研发总裁张连山在中报交流会上表示。

从研发费用的构成来看，上半年其研发人员人工费用达到6.8亿元，较去年同期增长37%。恒瑞医药先后在连云港、上海、成都和美国设立了研发中心和临床医学部，研发团队已经达到3400多人。而这个数字在未来可能还会继续增长。

“现在项目太多，要做的靶点也很多。我们有很好的研发管线布局，必须要有很好的团队去做。”张连山

坦言，在新阶段要保持竞争优势，除了成本控制，他更关注研发效率。

从研发管线来看，恒瑞医药的在研靶点非常丰富，适应症的覆盖面颇为广泛。除了抗肿瘤、麻醉等核心领域之外，其在糖尿病、心血管疾病、自身免疫疾病等慢病领域亦有所布局。

“因为政策形势的变化，我们现在的创新跟之前做的创新有非常大差别。研发项目定位不断向前移，可能还有一些原创性的项目会出来。这对风险管控提出了很高要求，而且一旦要做就要以非常高效的方法去做，速度要快，在研发效率上是绝对不能含糊的。”张连山表示。

今年上半年，恒瑞医药取得创新药制剂生产批件3个，仿制药制剂生产批件1个；取得创新药临床批件37个，完成3个品种的一致性评价和2个产品的一致性评价申报。

值得一提的是，恒瑞医药的PD-1卡瑞利珠单抗用于霍奇金淋巴瘤的适应症于2019年5月获批，在首发时间上落后于信达生物、君实生物。但今年以来，卡瑞利珠单抗获批肝癌二线、食管癌二线和非鳞非小细胞肺癌三大适应症，在大适应症的开发进度上遥遥领先。

随着研发投入不断加码，在创新药开发上，恒瑞医药已基本形成每年都有创新药申报临床，每1-2年都有创新药专利药获批上市的良好态势。在不少市场人士看来，这些创新药产品的兑现，将是公司能否持续保持双位数增长的关键支撑。

自2011年收获首个创新专利药以来，恒瑞医药目前已经有6个创新药获得批准上市，包括艾罗昔布、阿帕替尼、吡咯替尼、PD-1卡瑞利珠单抗、硫培非格司亭，以及今年年初刚刚获批的甲磺酸瑞马唑仑。

在前述6个创新专利药中，前4个都是抗肿瘤药。据透露，目前这4个创新药品种在抗肿瘤线的收入中占比已超过50%。

在疫情影响下，上述创新药品种的快速放量让抗肿瘤线成为恒瑞业绩中的一抹亮色。

“卡瑞利珠单抗由于拿到批件比较晚，没赶上去年的医保谈判，入院有一些困难，现在主要是在院外销售。今年它有几个大适应症获批，有望参加下半年的医保谈判。PD-1的放量非常值得期待。”李林告诉时代周报记者。

另外，麻醉线新获批的创新药瑞马唑仑和独家品种艾司氯胺酮也有望通过下半年的医保谈判进入医保。■

## 老将沙雁南下履新 深交所再迎女掌门

### 上接P13

沙雁建议，可以对投资者的需求进行分层分类，对资管领域里的管理人机构进行生态圈建设，同时对工具进行创新，并引导投资人行为长期化，推动养老产品发展，促进长期资金的形成。要大力推进投资者教育，改变投资者的风险预期。

在2019年初召开的CF40内部研讨会上，沙雁也曾表示，长期以来，我国资本市场一直存在投资者结构失衡、缺乏中长期资金、短期波动较大等问题；与此同时，养老保险体系发展不均衡问题突出。

对此，她认为，推动养老金制度改革，大力发展补充养老金，并通过市场化手段进行投资运营，可为资本市场提供源源不断的稳定资金，实现长期资金与资本市场健康发展的有效匹配。

从机构监管转身走向一线监管，沙雁自履新之日起便直面创业板改革的重大考验。

2020年6月，沙雁出任深交所总经理，恰逢创业板注册制改革的关键时期。

6月12日，证监会和深交所发布创业板改革试点注册制相关制度规则和相关业务规则及配套安排。创业板注册制改革由此进入实操阶段。

截至8月3日，创业板试点注册制IPO累计受理企业数已达363家，已有18家IPO企业获得注册，6家企业将于本周启动申购。

“目前创业板改革的进展符合市场预期，从交易所本身来说，深交所的努力比较多，在推出退市制度安排等改革措施方面非常有创意，这也是各方面共同努力的结果。”8月3日，申万宏源证券研究所首席市场专家桂浩明对时代周报记者表示。

注册制下，保荐机构等中介机构承担重要的“看门人”职责，而沙雁在机构监管方面资历资深，业内认为，其可以在压实中介机构责任、把好市场入口关和出口关等方面提供相关宝贵经验。

8月1日，一位券商投行人士对时代周报记者表示，沙雁的监管经验非常丰富，既精通上市公司监管，又擅长机构监管，从证监会调至深交所任职，有利于推动创业板注册制改革平稳落地。

### 女将辈出

在沪深交易所30年的发展进程中，这并非证监会机构部主任首次出任交易所总经理这一要职。

在沙雁之前，还有两位原证监会机构部主任担任过交易所总经理，一位是上交所现任理事长黄红元，另一

位则是深交所第七任总经理宋丽萍。

作为中国证券业的早期开拓者和推动者之一，宋丽萍有着“证券超女”之称。

她与深交所结缘于2002年，这一年3月，宋丽萍从证监会发行监管部主任的位置上调入深交所任常务副总经理，2008年2月开始担任总经理，直到2016年4月卸任。

履职深交所14年间，这位低调女强人担任总经理超过8年，是深交所历任总经理中任职时间最长的一位。

任职期间，宋丽萍经历了深交所中小板、创业板从无到有的过程。在这两大板块的筹备和推出阶段，她是最重要的参与者和见证者。

而在与上交所的竞争中，宋丽萍更带领深交所杀出了一条血路，在深交所明显落于下风的情况下，把深交所做成和上交所算是平分秋色。

实际上，金融女将辈出，是深交所独有的特色。

除了宋丽萍和沙雁之外，深交所系统里还有多名金融女将。时代周报记者梳理发现，在深交所现任11位领导班子成员中，包括沙雁在内共有5名女性官员。

现年55岁的邢力红是深交所党委委员、纪委书记，在证监系统有着长达26年的工作经验，曾先后任海南证监局机构监管处处长、党委委员、

纪委书记、副局长等职务。

2011年12月，邢力红升任证监会机构监管部副主任；2013年7月，调任深圳证监局党委委员、副局长；从2016年12月起，出任深交所党委委员、纪委书记。

当下，深交所所以“开明、透明、廉明、严明”的“四明”原则落实推进创业板注册制改革。

在注册制改革下，IPO审核权下放至深交所，如何公平公正地行使这一权力，公正廉明是第一保障。

据悉，深交所为这轮改革制定了相对比较完备的内部廉政管控制度，从源头上大幅压缩权力空间。

在“廉明”这一关口上，邢力红显然是最重要的“守夜人”。

与宋丽萍、沙雁和邢力红是由证监会系统调任至深交所不同，王红、唐瑞和喻华丽，则是从深交所内部一步步升至高层。

比邢力红小两岁的王红现任深交所党委委员、副总经理，她从1992年起便进入深交所工作，先后担任深交所上市稽核部主任、深交所武汉服务中心副主任、公司管理部副经理（主持工作）、公司管理部总监、会员管理部总监、中小板公司管理部总监、总经理助理等多个职务。

2015年4月起，王红出任深交所党委委员、副总经理。

现年51岁的唐瑞，则在2019年11月出任深交所党委委员、副总经理，她与王红的职业轨迹颇为相似。

1993年4月起，其先后在深圳证券登记公司、深交所工作。2005年6月任市场监察部副总监，后来逐渐升至会员管理部副总监、总监；2017年11月，出任深交所产品与参与人管理委员会副主任。

2019年12月24日举行的大成有色期ETF上市仪式上，唐瑞表示，深交所将以更大的力度与决心，推进改革。

同样是1993年进入深交所，喻华丽现任深交所总工程师，此前其曾先后担任过深交所电脑工程部副总监、总监、技术规划部总监、副总工程师等职位。从2017年4月起，其升任为总工程师。

创业板改革涉及上市审核、发行、交易、结算、风险控制、日常监管、退市等多个业务环节，需要改造行业核心机构、证券公司、基金公司、托管银行、行情信息服务商等多方市场主体技术系统，时间紧、任务重，对证券行业信息技术能力是一次重大考验。

早在2019年，喻华丽就表示，深交所将全面推进数字化升级发展。

今年7月27日，深交所创业板改革并试点注册制相关技术系统正式上线启用。■

## LISTED COMPANY · 上市公司

# 争夺免税牌照：谁是下一个王府井

时代周报记者 邓宇晨 发自广州

“我们对此是没有决定权的。”7月31日，海汽集团（603069.SH）方面回复时代周报记者称，免税牌照由控股股东持有，目前也并无将免税业务注入公司的意向。

7月30日，股价疯涨一月有余的海汽集团公告称，其母公司海南旅投公司已向海南省人民政府上报离岛免税品经营资质的申请，目前暂未收到书面批准文件。

截至8月3日，海汽集团报收51.7元/股，总市值超过163亿元，这一数字距离7月初的股价上涨2倍有余。

近两个月来，一张免税牌照搅动了资本市场一池春水。

除了海汽集团外，王府井（600859.SH）、凯撒旅业（000796.SZ）、中国中免（601888.SH）等免税概念股股价均一路狂飙，连获多个涨停板。

市场的热炒让不少萎靡的百货公司看到希望。

据时代周报记者统计，从6月初至今，先后有12家上市公司发布公告称控股股东或公司已向当地政府上报免税品经营资质的申请。其中，仅有3家企业属于民营企业，其余公司均由地方国资控股；同时，12家企业中有10家为百货零售企业，另外两家的主营业务为旅游业。

免税牌照带给市场的想象远不止如此。

7月30日，中共中央政治局召开会议，强调“加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”。在相关指引下，经济内循环是未来一个重要的投资方向，作为“内循环”的重要一部分，免税行业也成为城市经济竞争的新赛道。

“上市公司管理层主要出于扩充产品线，增加新跑道，以便在原有零售等主营业务发展缓慢的情况下打开局面。”7月31日，联商高级顾问团成员王国平接受时代周报记者采访时表示，如果拿牌的百货公司能够运营好，抢跑免税赛道，完全可以再造一个比现有规模更大的经营主体。

“目前资本市场想象空间很大，会有一家公司领跑，业绩出现大幅度上涨，推动市值冲击千亿。”他认为。

## 一牌难求

这一轮资本市场的“免税热”，要从6月初王府井获得的那张免税牌照开始说起。

6月9日晚间，王府井发布公告，财政部授予公司免税品经营资质，允许公司经营免税品零售业务。

免税行业属于国家特许经营行业，采用国企专营牌照管理。在王府井拿到免税牌照前，全国具有免税品经营资质的企业仅有8家。而上一张免税牌照的发放则要追溯到2011年海免集团获得的免税牌照。

“此前相当长一段时间都处于根本不批牌照的状态，没有想过要增加新的免税企业。”8月1日，商务部研究院国际市场研究所副所长白明接受时代周报记者采访时表示，虽然目前放开了免税牌照的申请，经营免税企业的数量也有所扩大，但审核标准依然会十分严格，不会“遍地开花”。

新时代证券指出，获得免税品经营资质须经财政部、国税总局、海关总署等三个部门的审核批准，获取难度很大。

王府井公告披露，其2019年4月就已向有关部门提出申请，直至2020年6月才获批牌照。

根据海关总署发布的《对免税商店及免税品监管办法》显示，经营单位设立免税商店应具备符合要求的免税品销售场所及监管仓库；同时具备符合要求的计算机管理系统；而要申请设立口岸免税商店，所在口岸年进出境人员应当不少于5万人次。

免税行业的兴起无疑是改革开放的一个小小缩影。

1978年，中国人员服务公司开始为外国人和归国人员提供免税外汇商品服务，这家公司也正是中国出国人员服务有限公司（以下简称“中出服”）的原型。

1984年，随着免税需求和业务的



扩大，中国免税品公司应运而生。

2004年，中免集团和中国国旅总社合并为中国国旅集团，于5年后登陆A股，并在今年6月从“中国国旅”更名为“中国中免”。

如今，中国中免不仅手握独此一份的全国性免税全牌照，包括出入境免税、离岛免税和市内免税，同时还在2017年、2020年收购了日上集团（002593.SZ）和海免集团51%的股权。

数据显示，2018年，中国中免及日上集团的市场份额高达82%，一骑绝尘。

除了中国中免的全资质牌照外，日上集团、深免集团、珠免集团分别持有一张出入境免税牌照。其中，深免集团和珠免集团均由当地国资控股；中侨免税拥有一张市内免税的牌照；中出服则拥有一张出入境免税和市内免税的牌照；海免集团拥有的则是一张离岛免税牌照。

目前，王府井暂未公布其拥有的牌照属性。8月2日，一位不愿具名的资深百货行业人士告诉时代周报记者，王府井拿下的牌照大概率是市内免税业务，“作为老牌百货零售企业，王府井在渠道和运营上都有较为丰富的经验”。

白明告诉时代周报记者，王府井作为百货龙头，可以使得百货与免税店间的资源相互利用，在售后服务、产品配套方面都可以利用现有资源。“免税店的客源和货源较少，百货不仅有着较强的集体议价能力，还能够与百货对接销售渠道和售后网络”。

王府井拿下免税牌照后，多家上市公司发布公告，已向当地政府提出免税牌照的申请。

7月6-31日不到1个月时间，共有12家上市公司或其控股股东向政府相关部门提出了免税品经营资质的申请。其中包括百联股份（600827.SH）、岭南控股（000524.SZ）、鄂武商A（000501.SZ）、大商股份（600694.SH）、欧亚集团（600697.SH）、南宁百货（600712.SH）、友阿股份（002277.SZ）、中百集团（000759.SZ）、步步高（002251.SZ）、东百集团（600693.SH）、海印股份（000861.SZ）、海汽集团母公司海南旅投等。

7月31日，包括百联股份、东百集团在内的多家上市公司对时代周报记者表示，已将相关材料报送当地政府，但无法确定免税牌照是否能够发放以及何时发放。

## 逐鹿海南

海南自贸区的政策推动是引发这轮“免税热”的另一个因素。

7月1日，海南自贸区离岛免税新政落地执行，不仅离岛免税购物额度大幅增长，同时免税商品品类也有所增加，购买数量也适当放宽。根据文件显示，具有免税品经销资格的经营主体按规定参与海南离岛免税经营。

当天，海南自由贸易港官方网站发布解读文章称，本次调整是海南离岛免税购物政策史上最大调整，其中一大重要变化即为“鼓励适度竞争”。

目前，海南四个正在运营的免税

店中有三家为海免集团持有，另一家由中国中免持有，但由于中国中免为海免集团的控股股东，岛上的免税店格局因此呈现垄断状态。

据媒体报道：“海南省未来将引入新的离岛免税经营主体，放开离岛免税商店数量限制，形成竞争格局。”

面对政府的支持态度，各方摩拳擦掌。

“鼓励更多的市场主体参与到竞争中，对消费者来说肯定是个好消息。”前述业内人士认为，此举能够激发出海南自贸区的独特活力，成为持牌企业的“竞技场”。

7月3日，珠免集团宣布在海南成立全资子公司珠免集团（海南）免税品有限公司，其经营范围包括从事国家批准的离岛免税品经营、岛内居民消费的免税进境商品经营等。天眼查显示，珠免集团（海南）免税品有限公司注册资本5亿元。

除了引进竞争者外，海南省似乎也在有意申请属于自己的牌照。

资料显示，海汽集团母公司海南旅投于7月21日成立了海南旅投免税品有限公司，注册资金为5亿元；与此同时，海南旅投同时也持有海免集团剩余49%的股权。

大量资金、人才也在涌向海南。天眼查专业版数据显示，2020年初至7月31日，我国经营范围含“免税”的企业共注册4150家。与2019年同期注册的210家企业相比，新增3940家。其中，海南省新增免税企业数量为3341家，占比为82.6%。

根据海关总署在8月3日披露的数据显示，7月1-27日，海关共监管海南自由贸易港离岛免税销售金额22.19亿元、购物旅客28.10万人次，较去年同期分别增长234.19%、42.71%；环比分别增长45.51%、12.63%。

## 一线城市抢跑

虽然有超过10家上市公司跟风申请，但牌照能否发放、何时发放仍是个未知数。

王府井方面表示，2019年初，公司开展了免税经营相关资料的收集、整理和研究工作。同年4月，公司及控股股东北京首旅集团，开始申报免税品经营资质业务。但直到今年6月9日，公司才收到北京首旅集团转来的免税牌照获批通知。

业内人士指出，在此番牌照争夺战中，就公司而言，身为“国家队”的国企优势更大；就城市而言，出入境游客数量更多的一线城市更具优势。

王府井的实控人为北京市国资委，而除却已拥有深免集团的深圳，上海和广州无疑会成为下一块牌照发放的热门城市。

7月6日，由上海市国资委控股的百联股份发布公告，其控股股东已向政府相关部门提出免税品经营资质的申请；7月15日，由广州市国资委控股的岭南控股发布公告，正在推进申请免税品经营资质的相关工作。

“免税店通常会呈现强者恒强的局面，在新一轮赛跑中，率先做起来

的免税店，达到一定规模就会出现护城河，后来者比较难超越。”王国平对时代周报记者说。

时代周报记者梳理发现，目前申请牌照的12家上市公司，分别有来自上海、广州、武汉、南宁、长沙、长春、海南等地的地方国企，值得注意的是，鄂武商A和中百集团的实控人均为武汉市国资委。

“在地域方面，北京、上海等一线城市最大，海南作为政策扶持也是试点的主要区域，湖北则有机会因疫情受到特别扶持。如果城市消费级别不够高，拿牌时间可能会相对靠后。”王国平告诉时代周报记者，有野心的城市都想在这轮比赛中提前抢跑。广州在消费方面长期受到北京、上海压制，“在北京、上海消费增速放缓的情况下，只要有机会，都想实现弯道超车”。

实际上，广州、武汉等地也在为免税企业落地搭建政策空间。

3月中旬，国家发改委发布《关于促进消费扩容提质 加快形成强大国内市场的实施意见》，意见中将“进一步完善免税业政策”作为“大力优化国内市场供给”的举措之一，改善消费环境，发挥消费基础性作用，助力形成强大国内市场。

5月底，湖北发布的“提振消费30条”中明确表示，“加快全省主要城市市内及空港免税店落地”。

7月28日，广州市发改委副主任陈泽鹏透露，下半年，广州将积极推动天河路商圈建设“国际消费城市示范区”，争取设立市内免税店。

前述业内人士告诉时代周报记者，牌照的发放与地方政府的支持有着密切关系。

“王府井之所以能够得到免税牌照，与北京推进服务业扩大开放综合试点时所获得的支持密不可分。”8月1日，北京商业经济学会常务副会长赖阳接受时代周报记者采访时表示。

6月10日，就在王府井宣布获得免税牌照次日，北京市发布《促进新消费引领品质新生活行动方案》，其中特别提及“加快落实国家免税店创新政策，优化口岸、市内免税店布局，开发专供免税渠道的优质特色产品”。

## 热度难掩行业颓色

对不少百货企业而言，申请免税牌照除了可以“蹭热度”刺激股价外，更重要的是，免税业务是挽救百货行业的“强心剂”。不过，这剂“强心剂”究竟能给疫情冲击下已现颓势的百货行业带来多少提振，仍是一个问号。

一方面，消费环境的变化导致实体百货行业进入衰退期。

根据中华全国商业信息中心统计，2019年，全国百家重点大型零售企业零售额同比下降0.3%，增速较2018年同期下降1%。

以王府井为例，2019年，王府井增收不增利，营收267.9亿元，同比微增0.29%；归母净利润9.6亿元，同比减少19.98%。导致这一情况的主要原因是主营业务商品零售的毛利率下降，2019年，公司毛利率为16.09%，同比减少0.42%。

对此，王府井解释称，主要受奥特莱斯业态销售规模逐步提升、新开门店以及商品结构变化综合影响所致。

**疫情给线下百货行业带来的冲击更是难以估量。王府井一季报显示，2020年第一季度，王府井营收15.2亿元，同比减少78.79%；归母净利润为2.02亿元，同比减少150%。**

赖阳告诉时代周报记者，目前，进入“云消费时代”，呈现“零距离、零时差、零渠道”的趋势，导致传统百货店正在失去消费者价值。

另一方面，免税业务经营的品类有限，难以对百货行业整体造成影响。

数据显示，香化产品在中国免税品销售额占49%，近乎“半壁江山”，其余的酒类、烟草、手表珠宝等则分别占比17%、10%和7%。

“免税商品经营有特定的非常窄的品种品类，而且有资格购买的人群也是有限的，在这种情况下，大量的免税店的经营，实际上就算是全力以赴去做，也未必能够盈利。”赖阳表示。

王国平告诉时代周报记者，拿到免税牌照与能否运营好没有绝对关系。“从百货跨到免税店有很大门槛，想做好并不容易，不是钱的问题，而是运营思维转换难。”

150

%

&lt;

“春天” 特约之 “一个都不能少”

走向我们的小康生活

## 中期协“保险+期货”支农创新

时代周报记者 苏长春 发自北京

2020年1月24日,新疆维吾尔自治区人民政府发布公告,宣布麦盖提县退出贫困县序列。值得一提的是,麦盖提县的脱贫成绩的背后,离不开国内期货行业助力的身影。

时代周报记者获悉,早自2019年4月起,中国期货业协会(下称“中期协”)就联合11家期货公司赴国家级深度贫困县——新疆维吾尔自治区麦盖提县开展了一系列精准帮扶活动。

为了助力麦盖提县走好脱贫攻坚“最后一公里”,中期协及11家期货公司分别与麦盖提县人民政府签署了精准帮扶协议,合计向麦盖提县人民政府无偿捐赠产业帮扶资金750万元,用于日光温室大棚建设项目,以确保该县未脱贫贫困户46户、143人如期实现脱贫目标。

8月3日,中期协负责人告诉时代周报记者:“其实从2016年开始,协会就已组织推动期货行业服务国家扶贫攻坚战略,截至2020年6月底,行业149家期货经营机构中已有140家参与到脱贫攻坚中来,脱贫攻坚工作已在期货行业基本实现‘全覆盖’。”

## 建立扶贫考评机制

为了更好地督促和鼓励期货行业机构积极履行金融企业社会责任、服务国家扶贫攻坚战略,自2016年以来,中期协探索建立起行业扶贫工作考评机制。

上述中期协负责人介绍,该考评机制主要是以正向激励为主要内容,将期货公司参与扶贫工作情况纳入期货公司分类评价标准,对作出突出贡献的予以加分。协会每年对期货公司在考评期内(上一年度5月1日至当年4



月30日)的扶贫工作进行考评,并将考评结果提交中国证监会期货部,为分类评价提供公允的参考依据。

考评方案主要根据扶贫工作政策导向和行业扶贫工作特点制定,包含12大类、24项定量考评指标,力求对行业扶贫工作进行全面、准确、客观的评价,2020年1月,协会还向全行业发布最新修订后的《期货公司扶贫工作考评方案》。

从考评机制的工作成效来看,也较为显著。数据显示,自2016年协会考评机制建立以来,近4年参与考评公司数量逐步递增,分别为89家、116家、122家、130家;资金投入方面,近4年扶贫资金投入分别为2762万元、8521万元、2.11亿元、2.38亿元。

结对帮扶方面,2017年、2018年两个考评期内共签署帮扶协议125份,2019年考评期内协议签署数量达104份,今年则达到了131份。

“可以说,扶贫考评较好地发挥

了正向激励作用,是行业扶贫工作的助推剂。另一方面,协会每年根据扶贫工作最新政策导向,对考评方案中考评指标进行增删或调整指标权重,以引导行业机构更好响应国家号召服务脱贫攻坚。”一位期货业专业人士指出。

## 整合行业力量攻坚克难

相较于银行、保险等传统金融行业,期货业资本实力相对较弱,因此在扶贫工作上,中期协组织行业机构,采取了“集中优势兵力打歼灭战”的方法。

以陕西省延长县帮扶项目为例,2017年3月28-29日,协会联合23家机构,组织开展了对陕西省延长县的“一司一产、‘长’‘期’携手”精准帮扶活动。合计向延长县无偿提供产业帮扶资金1600万元,用于贫困户实现产业脱贫致富,共涵盖13个苹果产业、7个蔬菜产业、2个畜牧养殖产业、2个菌草

种植产业和8个特色产业共五个方面的精准脱贫产业;共覆盖贫困村32个,占全县贫困村总数的37.55%;帮扶贫困户828户,共计1900人,占全县贫困户总数的8.63%,贫困人口总数的9.48%。

2018年9月,根据陕西省政府批复,延长县正式退出贫困县序列。

同年10月15-16日,协会联合19家期货公司,组织开展了对陕西省延长县的“‘长’‘期’再携手”精准帮扶活动。19家期货公司合计向延长县无偿提供产业帮扶资金710万元,在农特产业、蔬菜产业、畜牧养殖业和苹果产业4个方面实施13个产业项目,助力贫困户619户、1509人实现产业巩固提升目标。

据中期协介绍,据延长县政府反馈,两次集中帮扶活动后,多家期货公司自发开展了针对延长县的产业扶贫、教育扶贫、消费扶贫等帮扶活动,并结合当地苹果产业优势,协助当地相关企业成功设立了期货交割仓库,实施了多个苹果“保险+期货”项目。

除此之外,中期协还于2016年11月发布的《期货行业服务国家脱贫攻坚战略行动倡议书》,明确向行业提出了“一司一结对”工作措施,倡导行业机构根据自身情况与一个贫困地区(县、乡、村)结成对子,通过建立专项工作组等形式形成长效帮扶机制。

据了解,截至2020年6月底,已有110家期货经营机构与212个国家级贫困县(乡、村)签署了377份结对帮扶协议。资金投入方面,行业累计投入扶贫资金达5.7亿元,对17.34万户建档立卡贫困户顺利实现脱贫摘帽起到了重要推动作用。

## 推动“保险+期货”专业帮扶

作为金融市场支农创新的重要模式,中期协推动的“保险+期货”专

业帮扶形式,得到了中央的高度重视与充分肯定,并连续五年被写入中央一号文件。

据时代周报记者了解,“保险+期货”帮扶的基本原理是农户向保险公司购买农产品价格或收入保险,期货公司向期货公司购买期权,期货公司再利用期货市场对冲实现农产品市场风险的转移,最终保障农户收入,促进农业生产与转型升级。

数据显示,近年来,行业机构累计为贫困地区价值约185.42亿元的自然橡胶、玉米、大豆、鸡蛋、苹果、棉花、白糖等农特产品提供了价格保障。项目覆盖22个省级行政区划、190个贫困县,对保障贫困主体收益、提升生产积极性、维护国家粮食安全起到了重要作用,并在贫困地区建立起稳定脱贫的长效机制。并且,还有多家行业机构开展的“保险+期货”项目还被选入“2018年国务院扶贫办企业扶贫50佳案例”。

另外,行业机构还利用风险管理专业优势,为贫困地区实体机构或个人提供合作套保、点价、场外期权等服务方案共计112个,名义本金约10.5亿元;帮助27家贫困地区企业成为期货交易交割仓库,进一步推动了贫困地区产业转型升级,带动了当地物流业发展,创造了更多就业岗位。

尤为值得一提的是,2019年11月至2020年1月期间,中期协为进一步加深省领导干部对“保险+期货”项目专业知识的理解,推动改善农业支持政策,建立“保险+期货”助力脱贫攻坚的长效机制,协会还联合3家商品期货交易所及各省金融监管局、农业农村厅、证监局等有关单位,分别在甘肃省、海南省、四川省举办了“保险+期货”专业知识培训,在证监会系统内起到了良好的示范作用。□

## 国联证券回A：提升资本实力 打造优质中大型券商

新股上市,首秀备受市场关注。

7月31日,国联证券股份有限公司(股票简称“国联证券”,股票代码“601456”)正式登陆上海证券交易所,发行价为4.25元,开盘后便达到44%的涨停上限,当日报收6.12元,成交额882.29万元。

此次,国联证券公开发行新股47571.90万股,募集资金总额为202180.58万元,国联证券表示,“公司本次发行募集资金净额拟全部用于补充资本金,增加营运资金,发展主营业务。”

据悉,上市后,国联证券将正式成为第39家A股上市券商,第13家A+H上市券商,同时也是继华泰证券、东吴证券、南京证券之后的第4家江苏本土上市券商。

对于公司战略发展目标,国联证券表示,公司将不断提升自身品牌形象和市场影响力,力争综合实力进入行业中等偏上水平,盈利能力、资本实力、市场占有率等主要经营指标稳步上升,业务结构进一步优化,风险控制能力持续增强,进而成为一家盈利能力强、具有自身特色的优质中大型券商。

## A股上市上半年净利润3.13亿-3.61亿

自2015年在香港交易所上市,到2016年底证监会受理其发行A股申请,到2020年7月13日正式招股,7月31日登陆上交所,国联证券终于成功加入A股阵营!

国联证券作为江苏省无锡市注册的唯一的全牌照法人证券公司,是一家拥有13家分公司,87家证券营业部的中型券商,以A股上市当天收盘价计算,国联证券市值为145.54亿元。

天眼查数据显示,公司创立于1992年11月,前身为无锡市证券公司,2008年5月通过改制更名为国联证券股份有限公司,2015年7月6日在香港联合交易所上市交易,截至7月31日收盘,公司港股股价收涨5.44%,报每股3.49港元。

根据公布数据,国联证券在2018

年、2019年中国证监会公布的证券公司分类评价结果中获评A级。据2019年年报显示,国联证券主营业务为证券经纪、证券投资、投资银行、信用交易、资产管理、其他业务。

从业绩来看,国联证券是目前我国证券公司中自成立以来连续盈利的少数券商之一。2017-2019年,国联证券分别实现营业收入12.63亿元、9.9亿元和16.19亿元;实现净利润3.74亿元、0.51亿元和5.21亿元,2019年实现盈利大幅增加。

国联证券预计,2020年半年度归属于母公司股东的净利润为3.13亿-3.61亿元,较上年同期变动幅度为-12.16%-1.31%;扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润为3.13亿元至3.62亿元,较上年同期变动幅度为-11.21%-2.46%,较上年同期未发生重大变动。

年报显示,截至2019年底,国联证券控股股东国联集团直接持有该公司28.59%股份,并通过其控制的国联信托、无锡电力、民生投资、一棉纺织、华光股份间接持有43.76%股份,合计持有72.35%的股份。

据招股说明书披露,本次发行A股并上市后,国联集团直接或间接控制国联证券的股权比例将被稀释至57.87%。其中,国联集团直接持有国联证券比例变更为22.87%,并通过其控制的企业国联信托、国联电力、民生投资、一棉纺织及华光股份间接控制国联证券的股权变更为35%,仍为国联证券的控股股东。

8月2日,沪上一位券商业内人士告诉时代周报记者,国联证券控股股东国联集团的持股比例高,控制权集中,即便IPO发行使得大股东持股比例有所稀释,但仍经过直接或间接方式控制了国联证券的过半股权,控股地位依旧稳固。

据了解,国联集团是无锡市国资委出资设立并授予国有资产投资主体资格的国有企业集团,国联证券的

实际控制人是无锡市国资委,代理无锡市政府履行国有资产出资人职责,依法行使国有资产监督管理的职能,承担国有资产保值增值责任。

## 净募资19.38亿 扩充资本规模

2019年底,证监会明确提出打造航母级券商,鼓励和引导证券公司充实资本,丰富服务功能、优化激励约束机制、加大技术和创新投入、完善国际化布局、加强合规风险管控。

“根据中国证监会的监管要求,证券公司部分业务的资格取得和业务规模直接与净资本相挂钩,净资本实力已成为证券公司做大做强做全业务的必要条件。”国联证券表示。

据招股说明书披露,国联证券本次发行募集资金,扣除发行费用后主要投向包括优化营业网点布局,实现对全国主要中心城市的全覆盖,同时在重点拓展区域进一步加密营业网点,提高经纪业务市场占有率水平等七大方面。

据披露,国联证券将通过补充资本加快推动融资融券、股票质押式回购等资本中介业务发展。同时,在风险可控范围内,国联证券将根据市场情况适度增加自营业务投资规模,提高投资回报。

“随着国内居民收入的增加,未来资产管理业务有望保持快速增长。”国联证券在招股说明书中表示,将加大对资产管理业务的投入,提升产品创设能力和投资管理能力,扩大资产管理规模。

据悉,目前国联证券已成功设立并运作了多支集合资产管理产品及定向资产管理产品。未来,国联证券计划利用本次募集资金加大对资产管理业务产品的开发、销售和投研管理方面的投入力度,树立自身品牌,使资产管理业务成为重要的利润增长点。

此外,国联证券将使用募集资金积极培育场外市场业务、金融衍生品业务等创新业务,扩大收入来源,优

化收入结构。国联证券表示:“公司目前已储备了丰富的客户资源,拟使用本次公开发行部分募集资金进一步扩大新三板业务做市规模,并将适时适度加大对柜台市场交易和场外衍生品交易的投入。”

本次募集资金到位后,国联证券将增加对子公司的资本投入,扩大业务规模,推动子公司快速发展,同时加快现代证券控股集团建设,择机设立或收购证券相关机构及资产;加强风控体系和IT系统建设,充分发挥其对各项业务发展的支撑作用。

## 加速经纪业务转型 打造大财富管理

7月20日,国联证券董事长姚志勇在线上路演中表示:“未来,公司将不断提升自身品牌形象和市场影响力,力争综合实力进入行业中等偏上水平,盈利能力、资本实力、市场占有率等主要经营指标稳步上升,业务结构进一步优化,风险控制能力持续增强,成为一家盈利能力强、具有自身特色的优质中大型券商。”

如何实现战略目标?据公司招股说明书显示,国联证券制定了几方面措施:贯彻落实区位优势战略,重点加强分公司建设;加大资源投入,稳健推进转型发展;积极完善产品线,着力打造优势业务;打造A+H双融资平台,开展各类资本运作;主动探索管理机制创新,提升综合效益;加强人才队伍建设,建立以人为本的企业文化。

其中,值得注意的是,国联证券准备打造大财富管理体系,推进经纪业务向财富管理业务转型,其在招股说明书中表示,“未来公司的经纪业务将从佣金收费模式向资产账户收费的模式不断迈进,加快培养具备全球视野和专业资产配置能力的客户经理团队,为客户提供专业的综合财富管理。”

证券经纪业务是公司的传统主要业务之一。截至2019年12月31日,国

联证券拥有客户116.54万户。根据中国证券业协会公布的数据,2018年公司代理买卖证券业务收入(含席位租赁,专项合并口径)行业排名第49位。

招股说明书显示,2019年,国联证券的证券经纪业务分部营业利润为1.46亿元,较2018年同期0.71亿元同比增长105.73%,证券经纪业务营业利润占公司营业利润比例为21.30%,2019年公司证券经纪业务营业利润占总营业利润比重与2017年、2018年相比下降。

据披露,证券经纪业务下滑是国联证券2018年度经营业绩大幅下滑的主要因素之一。国联证券坦言,净佣金率的下降对公司盈利能力的负面影响在一定程度上得到缓解,但是仍不排除未来因市场竞争进一步加剧导致公司净佣金率下降的风险,从而对公司盈利能力产生不利影响。

为克服不利影响,国联证券计划在巩固传统优势区域的同时,进一步强化对分支机构的经营考核,重点拓展人均GDP或人均储蓄率较高的市场区域;同时,公司计划进一步加强投资咨询服务等财富管理业务的开拓,积极推动经纪业务从传统通道服务向综合财富管理的转型。

近三年,传统经纪业务在公司营收中的占比在逐渐下降。2017-2019年,公司证券经纪业务分部实现的收入分别为545211000元、398413000元和476036000元,占当期公司营业收入的比重分别为43.18%、40.26%和29.40%。

在未来证券经纪业务发展上,国联证券表示,“将增强创新能力,加快传统经纪业务向财富管理业务的转型速度,具体在营销服务模式上,要实现‘同质化’向‘差异化’转变,重点推进投资顾问团队建设,建立专业的投资顾问服务平台,通过创新专业投资分析工具,从资产配置、风险管理、投资者教育等方面为投顾赋能,加快财富管理转型。”

(文/黄坤)

CULTURAL TOURISM  
文旅ESTATE  
地产FAST CONSUMPTION  
快消AUTOMOBILE  
汽车TECHNOLOGY  
科技THE TIME WEEKLY  
时代周报TIME INDUSTRY  
产经  
专业视角洞悉产业变革

18 | 外贸企业抢滩“国内大循环”

## 泰禾引战万科 黄其森博弈“囚徒困境”

时代周报记者 杨静 蔡颖  
发自杭州 广州

万科(000002.SZ)只想“安静”地当个战投。

再一次,黄其森及泰禾集团(000732.SZ,简称“泰禾”)的众多人员需要坐在债权人面前,去推进泰禾的债务重组方案。

债务重组方案,事关泰禾引战的推进,更事关泰禾的未来。

根据万科与泰禾在7月30日签订的框架协议显示,万科目前不会兜底泰禾的债务,不会对泰禾经营承担责任,更无责任为泰禾提供增信或财务资助。

7月31日,万科相关人士回应时代周报记者,此举是向行业伙伴伸出积极援手的投资行为,至于当战投能否成功,“仍然存在不确定性”。

事实上,就协议而言,万科24.3亿元的战投资金,跟泰禾庞大的债务体量相比,杯水车薪。但在这个时间进入,具有对泰禾债务重组的信心提振以及信用背书的作用。

近日,多位接近此次交易的人士向时代周报记者透露,在入局泰禾的背后,万科正在协助泰禾斡旋推进债务重组事宜。

“尽管引战的条件苛刻,但泰禾认为债务重组会比较顺利。”该人士透露。

另据消息人士透露,目前泰禾的债务重组已有金融机构进入,不排除会成为潜在战投方的可能。

## 黄其森的下一步

与泰禾庞大债务相对应的,是这家公司可供变现滚动现金流的存量土地。

据今年一季度报告,泰禾存货有1500亿元左右,实际供货约2100亿元。

“泰禾目前也急需需要现金流周转,启动建设和销售,缓解现状。”上述万科人士认为,如果能够顺利复产,凭借现有资产,泰禾可以翻身。

而时代周报记者了解到,此前泰禾不少已经停工的项目工地,由于得到了金融机构的输血以及承包方的支持,一些项目已经恢复动工。

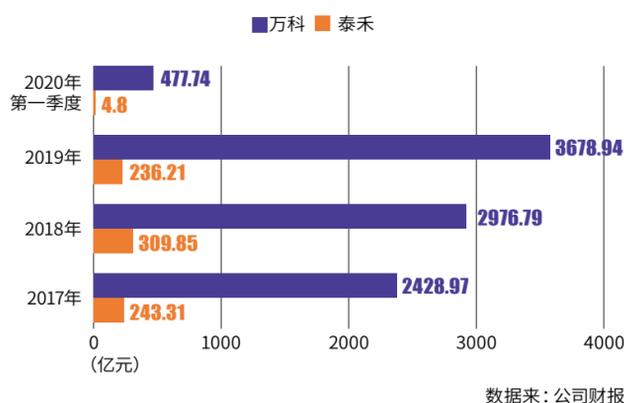
例如,位于上海崇明区的泰禾大城小院项目,经崇明区房管局的对外证实,目前已经注入资金3000万元,后续还将有约8000万元企业退税资金用于项目复工,在项目拿到新的预售证后,新的购房资金有望推动项目运转。

与此同时,泰禾也在积极销售加速推货。

按照一份公开的资料显示,黄其森在7月下旬曾主持一场北京泰禾的营销工作汇报。预计8月初开始,泰禾



万科泰禾2017—2020年营业收入情况



北京将集中发力推盘销售总货值在百亿元左右。

按照协议,在将股权出让给万科之后,黄其森及其一致行动人的持股比例将从62.54%降至42.64%,仍然为第一大股东。万科以19.9%比例暂列第二大股东。

事实上,被一系列的利空打击,泰禾内部团队士气受到了不小影响,黄其森目前需要稳定军心。

接近泰禾的人士向时代周报记者表示,对于万科而言,不成为第一大股东背后的深意是,保留黄其森的实控人地位来让泰禾平稳度过危机,从而降低投资泰禾的风险。

多方博弈与各家利益权衡,万科与泰禾的引战谈判,双方达成了一致共识。

但并不意味着,未来万科不会继续追加股权投资,或者泰禾引入新战投,一切都是暂时的平衡。

7月29日,一位接近交易的人士告诉时代周报记者,目前双方正在尝试引入金融机构作为战投,采用双向选择的方式,当前仍在推进过程中,看起来情况良好,而且万科能够在泰禾融资上有所帮助,降低其融资成本。

“最终如何尚未有定论,以公告为准。”该人士表示。

## 债务重组

留给泰禾进行债务重组的时间已经不多。

按照双方签订的协议,在9月30日前,债务重组方案未能成功,万科将会退出当战投行列。

泰禾债务偿还并不轻松。

截至今年7月7日,泰禾已到期未付的债务270.65亿元,2020年内到期债务总规模为555.11亿元。而泰禾对于上半年到期的债务还款为48.10亿元,贷款置换和展期续贷为61.80亿元。

时代周报记者了解到,泰禾庞大的债务规模,是万科设置苛刻战投前置条件的主要原因。

7月31日,据一位接近交易的人士透露,目前,债券兑付依旧还是泰禾债务重组过程中比较棘手的事宜。

7月7日,泰禾就公告过17泰禾MTN001中期票据未按期兑付,涉及兑付本息16.125亿元。这是泰禾首只不能按期兑付的债券。

7月31日晚间,18泰禾01也被公告将无法按期兑付本息,涉及金额15.54亿元。

除了上述2笔未能按期兑付的债券外,还有2笔在2017年发行的私募债将分别在8月15日和10月10日到期,债券余额分别为8.18亿元和15.98亿元。

与此同时,17泰禾MTN002一笔20亿元中期票据于9月8日到期。

对于这些债券的兑付,泰禾目前能给出的解决办法是与债券持有人沟通,协商解决办法。

7月30日,一位泰禾债权人向时代周报记者表示,在目前的债务谈判中,泰禾提出过让债权人让渡部分利息,从而实现本金兑付的提议。

“已经有部分债权人同意接受,我们也希望泰禾债务重组能成功,不用进入破产重整甚至破产清算之路。”该人士称。

时代周报记者了解到,泰禾的引战和债务重组工作同步双向推进。

一位接近泰禾的人士表示,泰禾也期望尽快拿出一份能与债权人达成一致的方案,但在实际协商过程中,借款机构内部审批机制本身有存在流程较长的情况,一定程度上拖慢了债务重组方案的推出。

“万科的出现,有利于增进债权方对泰禾债务重组成功的信心。”7月31日,该人士对时代周报记者表示。

事实上,目前万科在泰禾的债务重组方案中,已有一定决定权,方案需要得到万科的认可,引入新战投也需要万科的书面同意。

## 战投万科

如果泰禾债务重组顺利,万科将以19.9%的持股比例,成为泰禾的第二大股东。

19.9%的股份,总价24.3亿元,作价仅4.9元/股。“万科捡了个大便宜,稳赚不赔。”在多位业内人士看来,对万科而言,此交易牵涉的资金并不大,并且进退自如。

按照7月31日泰禾5.94元/股的收盘价来粗略计算,万科入股的浮盈就达17%。而在后期股份过户交易前一日,一旦泰禾股票在二级市场收盘价的90%低于4.9元/股,泰禾还需要降低转让价。

按照协议,即便泰禾无法在限定时间内给出一致认可的债务重组方案,万科花费的只是时间,不涉及实际利益的损失。

外界关注的一个重点是,万科是如何入局的?

今年5月,万科开始与泰禾洽谈,此前,万科曾派人员到上海、深圳、北京等地对泰禾的项目进行过多轮考察,目前仍在对泰禾进行尽调。

“泰禾的高端精品战略和存量土储,是吸引万科入股的原因之一。”

7月31日,一位万科集团人士告诉时代周报记者,泰禾的院子系列是精雕细琢的高端产品,有助于万科重塑产品口碑,同时泰禾还有足够丰富的土地储备和可售货值。

截至2019年底,泰禾的土储达到3270.14万平方米,可售货值约4000亿元。可售未售建筑面积占比分布上,漳州、南昌、福州、广州、北京、上海、深圳和杭州居前。这是对万科产品的补充。

当前的万科需要更多的东西,去面对接连不断的后起挑战者,提升在行业内的影响力。

“万科想打更多的牌。”万科内部人士认为,深层次原因,目前万科的管理层需要通过像入股泰禾这样的资本运作,来提振股东层的信心。

“24亿元,连买一块地的钱都不够,通过这次交易万科已经赚取了大量的流量。”该人士称。□

## 产经一周观察

## 不过三十而已

骆一帆  
时代周报产经新闻部编辑

过去一周,热门电视剧《三十而已》继续热播,三位人到三十的女性主人公中年危机的命运吸引着广大观众关注。

人到中年,工作、爱情、家庭的压力开始显现,几乎所有人都会遇到这样的局面,这也是该剧引起广泛共鸣的原因之一。

不同人面对危机的态度不同,有人失落迷茫,退缩不前;有人则重新整装,再度起航。

1991年出生的戴威,一手创立了ofo这样一家知名的企业,对于这位事业经历了大起大落的90后来说,即将到来的30岁不太好过。

近日,多家媒体报道,共享单车ofo“失联”了,无论是公司所在地,还是客服电话,都已无法联系到ofo的工作人员。

面对ofo的烂摊子,戴威已有一段时间没有发声,但7月31日,戴威却发布朋友圈:“升级了,努力做个好爸爸!”宣布人生步入新阶段。

对戴威来说,经历聚光灯关注,也经历辉

煌,当然也得接受失败,这便是人生。

1983年出生的张一鸣,仍处于30多岁的阶段,他在2012年打造今日头条。过去一周,张一鸣与他的字节跳动面临前所未有的危机。

随着美国政府的封杀, TikTok在美国的公司和业务命运愈发堪忧。

经过多年发展,无论是母公司字节跳动还是TikTok,都取得了长足发展。

据全球APP权威数据公司Sensor Tower发布的数据显示,抖音和TikTok今年第一季度在全球范围内的下载量已达到近3.15亿次。

危机总是埋伏在无法预知的阴暗角落,不经意间跳出来,直到数月,谁都没有预计到事情会发展到如此地步。

8月3日中午,张一鸣发表内部信表示:“字节跳动要做一个值得信任的全球公司,始终没有变化,在一个巨变的时代,也更值得为之努力。这本身也是一段有挑战有意义的旅程。”

可以预见,面对这场风暴,张一鸣以及字节跳动的一举一动,都会成为中国企业出海教科书中的一页,目前这一页仍在书写。

影视业上市公司中,最具知名度以及最有代表性的公司华谊兄弟正在与中年危机搏斗,这家公司成立至今已有26年。

截至2020年第一季度,华谊兄弟已连续亏损6个季度。

8月2日下午,华谊兄弟官微宣布,由该公司出品的电影《八佰》正式定档于8月21日在全国上映。消息发出后,业内有观点认为,该影片有望冲击15亿元票房。8月3日,华谊兄弟股票迎来久违的开盘涨停。

然而8月3日下午,有媒体报道,《八佰》片方通过其官方微博对上述消息进行辟谣。这也让华谊兄弟的未来再度变得迷茫。

人生如戏,谁都可能面对各种危机。不过三十而已,跨过中场战事,仍有机会乘风破浪。□

# 外贸企业自救：建品牌冲电商 抢滩“国内大循环”

时代周报记者 陈婷 发自上海

“受国外疫情影响，公司整体的订单下滑了50%左右，3—5月间，企业完全没有订单。”郭俊婕是东莞市嘉洲鞋业有限公司的市场总监，这家公司开展外贸业务已有30年。

前两个月，尽管外贸业务在逐渐恢复，但仍然缓慢，于是他们开始在互联网渠道销售，出口转内销，让公司业务有了起色。

“在出口转内销中，我们和电商平台进行合作，解决了以往缺少内销渠道的问题，并且逐步改变原先的代工模式，创立了自有品牌进攻国内市场，从一开始只能卖掉几件产品，到现在能月销超过3000件。”7月31日，郭俊婕向时代周报记者表示。

如果抗疫是一场赛事，国内疫情是上半场，国际疫情是下半场，外贸企业因疫情上下半场的走势深受影响。

线上渠道不仅给外贸企业提供了出口转内销的契机，也给许多外贸企业提供了在疫情期间继续进行海外贸易的渠道。

8月3日，嘉欣丝绸(002404.SZ)回复时代周报记者时也表示，正在通过新零售的方式做自有品牌，近期已通过网上直播、场景体验等新业态模式参加网上广交会，并与国内知名新零售运营服务平台合作，拟打造“品牌+KOL+KOC+C2M”深度链接模式，登陆新媒体平台，提升内销市场的销量和品牌知名度。

据海关总署7月14日披露的数据显示，今年上半年，我国跨境电商出口增长28.7%，高于外贸整体增速。

7月23日，阿里巴巴国际站公布的数据显示，2020年上半年，平台实收交易额同比增长80%（按美元计价），订单数同比增长98%，支付买家数同比增长60%。

形成国内大循环为主体的新发展格局，在企业界人士看来，这就是未来的主要发展方向。

国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进，对于外贸型企业有怎样的影响？

8月3日，中国政策科学研究会经济政策委员会副主任徐洪才向时代周报记者表示，现在外部的环境复杂化、不确定性增加，转向扩大内需、扩大出口转内销也是环境影响，但我们自身有着广阔的内需基础，14亿人有着很大的消费需求，外贸企业可以转向内需市场寻找新的发展机会，电商等方式也是有助于扩大市场的。

他认为，同时企业不能放弃外需市场，不一定要在欧美市场寻求发展，东南亚的市场空间也很广阔，需要多



条腿走路。

## 出口转内销的难题

7月31日，在服装行业专家马岗看来，服饰外贸的主要出口地区欧美与日本等地需求减少，从而导致了国内相关外贸企业的出口下滑。

面临困局，以服饰业为主的一些外贸企业开始试图出口转内销。

摆在他们面前的首先是渠道问题。郭俊婕表示，公司对自建渠道上曾经遭遇过挫折，在2008—2009年间，其所在公司曾试图铺设线下渠道，包括进入百货、商场以及开自营专卖店，但是以失败告终。

除了渠道问题之外，产品定位存在更多的问题。

今年3月26日，某服装外贸公司负责人在接受时代周报记者采访时曾表示，出口转内销存在难度。

“内销品牌有自己的要求，我们的产品不是适合内销，国外的口味和国内的口味存在区别，消费者会不会买单，都是不确定的事情。”该负责人称。

郭俊婕的公司幸运地解决了内销的渠道问题，他们借助了电商平台爱库存打通了线上渠道。

7月31日，拼多多提供给时代周报记者的资料显示，自今年以来，拼多多已先后协同上海、宁波、青岛、泉州、东莞、佛山、烟台等地方政府推动复工复产，集聚平台5.85亿消费者及生产端直连消费端的优势，推出“外贸转内销”产业带纵深计划。

上市公司对此也时有布局。7月13日，鲁泰A(000726.SZ)对外表示，公司在天猫设有品牌旗舰店，在必要商城等以自有品牌提供定制服务。

除渠道打通外，部分外贸企业在产品上进行更新以适应内销渠道。

郭俊婕表示，在公司刚刚开始上线电商的时候，只是将原有的产品照搬上线，没有按照电商平台的消费模

式进行深度研究，效果并不理想。

“后来我们慢慢根据消费者反馈，调整了我们公司产品的结构和定位，有了比较明显的突破。”她说道。

同时，郭俊婕所在公司发现了自有品牌的重要性。

“以前做外贸都是代工模式，内销电商平台对于产品的需求可能也和外贸不大一致，我们从经营的理念上做一些转变之后，完成从做加工贴牌到做自有品牌的转变。”郭俊婕认为这是一种产业升级，自有品牌成为了企业的无形资产。

不过，线上的转型并非一帆风顺，据郭俊婕和其他外贸企业负责人反映，外贸企业对于直播带货的形式并不十分适应，观众达到数万的情况下，销量也并没有什么起色。

7月31日，长期从事直播供应链工作的杭州欧艺文化艺术有限公司总经理应华明向时代周报记者表示，疫情后很多外贸企业在和他接触，但是外贸企业目前并不太适合直播带货的模式。

“外贸企业大多产品单一，导致直播不可持续化，也缺乏电商基因。”应华明认为。

## 冰火两重天

业务的不同，让外贸公司的境遇截然不同。

国际货代被称为外贸行业的晴雨表。周怡(化名)是国内一家货运代理公司的董事长，她最近发现，公司隔壁一家专门从事美国海运的物流公司已然倒闭，同时也发现，一些海运公司里面以往熙熙攘攘的人流也已不再。

“我的公司之所以能够生存下来，在这么艰难的情况下都没有裁员，是因为我运气好，我的主要客户都经营着与5G相关的业务，受到疫情影响比较小。”7月31日，周怡告诉时代周

报记者。

与货运代理公司类似，不同的涉外外贸公司由于主营业务的不同，在业绩上呈现出冰火两重天的局势。

7月15日，高德红外(002414.SZ)公布了半年度业绩预告修正公告，预计今年上半年盈利4.78亿—5.38亿元，比上年同期增长220%—260%。预告中提及，业绩的增长与海外市场的火热有关。

“在海外市场，随着各国疫情防控的逐步升级，公司已向海外多个国家销售体温检测告警系统产品，以满足其防疫所需。”高德红外表示。

同日，兆驰股份(002429.SZ)也公布了半年度业绩预告。

数据显示，上半年该公司归属于上市公司股东的净利润为5.69亿—6.83亿元，比去年同期增长50.00%—80.00%。

7月30日，兆驰股份相关负责人向时代周报记者表示，公司的外贸业务在上半年并没有受到影响。

“这与我们在客户上的布局有关系，有很多卖液晶电视的其他渠道都是没有办法开业的，由于我们合作的都是国外的大型商超，国外在疫情期间也发了一些消费券促进消费。”该人士表示。

近日，海关总署公布的数据也显示，在出口方面，上半年医药材及药品、医疗仪器及器械出口分别增长23.6%、46.4%，“宅经济”消费提升带动笔记本电脑、手机出口分别增长9.1%、0.2%。

不过，部分产业受挫严重，目前恢复情况也相对有限。

据鲁泰A于7月15日发布的半年度业绩预告显示，上半年归属于上市公司股东的净利润为1.2亿—1.6亿元，比去年同期下降70.83%—61.11%。

该公司是一家面料生产商一级国际品牌衬衫制造商。就业绩下降原因，鲁泰A表示，报告期内，公司受境内外新冠肺炎疫情疫情影响，客户订单减少，公司产品销量下降。

海关总署7月23日公布《2020年6月出口主要商品量值表(人民币值)》显示，服装及衣着附件依然处于负增长之中，6月数据比去年同期减少3.6%，1—6月累计比去年减少16.7%。

## 跨境电商破局

7月14日，海关总署公布的数据显示，今年上半年，中国货物贸易进出口总值14.24万亿元人民币，同比下降3.2%，降幅较前5个月收窄1.7个百分点。其中，出口7.71万亿元，下降3%；进口6.53万亿元，下降3.3%。

目前，以郭俊婕为代表的受挫产业外贸人更多还在处于等待状态。多

位外贸人士向时代周报记者分析，外贸恢复到以往正常的水平还需要一段时间。

不过，部分外贸企业通过跨境电商的渠道，实现了线上破局。

据京东方面提供的数据显示，上半年，京东全球售销售额同比增长310%，在6月1—16日期间，国货电脑销量同比上涨5倍，更新换代速度之快已超越传统大牌。

8月2日，从传统外贸转型跨境电商亚马逊运营的六安君(化名)告诉时代周报记者，疫情期间，身边许多外贸企业正在入驻跨境电商平台。

“在跨境电商上交易商品可以取得更大的利润空间，以往普通外贸走批发只有10%的利润空间，而在跨境电商上经营零售业务，如果有自己的工厂，能够获得30%以上的毛利润，高的达到60%—70%的净利润。”六安君表示。

不过六安君也透露，传统外贸公司转型跨境电商不易，面临着电商思维不足、运营模式的差异以及建设自有品牌的难题。

7月31日，中国(深圳)综合开发研究院新经济研究所执行所长曹钟雄向时代周报记者表示，疫情正倒逼传统的外贸企业上线进行渠道转型，按照传统，外贸企业都是通过广交会等线下展会进行交易，疫情的影响下，国内企业正和国际买家在大的跨境电商平台上进行交易。

曹钟雄透露，目前国内涉外外贸企业的上线交易主要有两种模式，有些企业是成立自己独立的电商部门挂在跨境电商平台上，有些企业则是成为了跨境电商平台的供应商。

各方支持早随之而来。7月30日，阿里相关人士向时代周报记者表示，今年4月，阿里重启了“春雷”计划，天猫海外同步推出分销、包邮等服务，加速中小商家出海。

7月1日起，海关总署在北京、天津、南京、杭州、宁波、厦门、郑州、广州、深圳、黄埔海关开展跨境电商B2B出口监管试点，企业可以享受一次登记、一点对接、简化申报、优先查验、允许转关等便利化措施。

“在国内大循环中，企业面临的竞争会加剧，厂商因此都会希望提升自己的品牌价值。对于企业，我建议要量力而行，看清自身能力和优势，不要盲目跨界经营；第二，要顺应市场需求，挖掘一些有潜在需求以及市场供给不足的业务；第三，还是要创新，坚持做商业模式和管理、技术的创新来降低成本，不要再想着赚快钱；第四，要借力政府的政策支持；第五，要擅于联合社会资本加快业务发展。”徐洪才表示。■

诺奖得主中国行  
NOBEL  
LAUREATE'S  
CHINA  
TOUR



THE TIME WEEKLY  
时代周报

“

全球化并没有走到尽头，  
全球贸易额严重下滑可能只是临时的现象，  
随着耐用消费品的回升，  
全球贸易的复苏  
可以早于全球经济的复苏。

Paul R. Krugman  
保罗·克鲁格曼  
2008年诺贝尔经济学奖得主

诺奖得主中国行

创立于2009年，是由《时代周报》倾力打造的年度品牌活动



## TECHNOLOGY · 科技

# ChinaJoy降温： 半数展商缺席 游戏大厂较劲

时代周报记者 李静 发自上海

7月31日，中国国际数字娱乐产业大会（ChinaJoy）展期第一天，早上10点的上海花木路地铁站，已聚集大批前往ChinaJoy的观众。

受新冠肺炎疫情影响，此次ChinaJoy规模有所缩小。据ChinaJoy官方数据，本届参展企业总计400家左右。这个数量和去年的800余家相比近乎腰斩。

实际上，不仅因为疫情，游戏行业的变化也对ChinaJoy产生着影响。

“除了疫情，和版号限制也有关系，很多小的游戏厂商都不来了，来了也没有效果，还不如专心做产品和运营。”7月31日，在ChinaJoy现场游戏行业从业者丽娅（化名）告诉时代周报记者。

每年的ChinaJoy，参展企业总有新人涌入，也有旧人离开，行业环境不断变幻。

今年的ChinaJoy，俨然成为了腾讯游戏、网易游戏、盛趣游戏等游戏大厂同台竞技的展会；同时，几乎没有主机游戏国际大厂和硬件厂家参与，而手机游戏和手机硬件厂家倒是非常多。

## 中小企业出局

一天展会逛下来，能够明显感受到，游戏大厂吸引了绝大多数人流。腾讯游戏、网易游戏、盛趣游戏、bilibili等展台人气较高。尤其是腾讯游戏的王者荣耀试玩区更是排起长队。

据了解，今年网易游戏携带80多

款产品参加ChinaJoy展会，其中包括端游、手游、VR等全平台产品；腾讯游戏则带来29款重磅新品游戏试玩。

8月2日，盛趣游戏在接受时代周报记者采访时表示，在参展产品数量上，盛趣今年依然有20多款游戏参展。但是在参展的品类、新产品的多元题材上，相较往年都有所突破。

今年BtoC展厅参展企业较以往数量有所下降，一些常客也缺席。

“在BtoC展厅办展，投入一般在几百万元，700多平方米常规的展台，包括所有的搭建、装修等组建好，需要大概500万元。如果投入更大的话甚至能达到800万元。”7月31日，一位知名游戏公司相关负责人告诉时代周报记者，参展ChinaJoy的投入并不小。

8月2日，CIC灼识咨询咨询总监姜骁潇对时代周报记者表示，参展企业数量下降有部分是因疫情影响。

“对游戏企业来说，由于目前网络等推广渠道的兴盛，参加展会已不再是其最重要的宣传途径。”姜骁潇说道。

事实上，无论是参展企业数量的下降还是头部游戏厂商争锋相对，都折射出整个游戏行业的变化。

7月30日，第一财经梳理制作《中国游戏产业30强榜单》。其中，腾讯、网易稳居第一、第二名，而且营收远超其他游戏厂商。由此可见，腾讯、网易双寡头的局面仍在继续。

从30强上榜企业的收入来看，中国游戏产业的市场集中度在提高。而30强之外的大量中小游戏厂商已经遭遇市场出清。



## 争夺新风口

7月30日，根据中国音数协游戏工委(GPC)与中国游戏产业研究院发布的《2020年1—6月中国游戏产业报告》显示，2020年1—6月，中国游戏市场实际销售收入达到1394.93亿元，同比增长22.34%。

“尽管‘宅经济’一定程度对冲了疫情影响，但对行业造成的伤害也不容小觑。”中国音数协第一副理事长张毅君表示，随着游戏市场扩张，竞争更加激烈，人口红利消失，用户规模增长放缓。

张毅君坦言，中国游戏产业普遍面临新产品研发进度明显放缓、业务环境明显恶化、工作效率明显降低的问题。而企业普遍采取的应对措施依次为：拓展海外市场、开辟全新领域、增强研运能力。

事实上，出海寻找新市场成为不少游戏厂商的选择。

7月31日，游族网络(002174.SZ)相关负责人对时代周报记者表示，游族布局海外市场较早，具有非常丰富的经验。

“我们的《少年三国志2》今年上半年陆续在日韩市场登陆，摘得日本卡牌游戏下载榜、畅销榜双榜第一，韩国畅销榜第四的成绩。”该负责人举例说道。

据游族网络财报，2019年，其海外地区营收实现20.3亿元，同比增长10.1%，在公司总营收中占比为63.04%。

7月30日，某游戏公司韩国项目运营负责人曼文（化名）对时代周报记者表示：“从2015起，国产游戏便开始逐步在全球市场开拓疆土，收入也是连年递增。主要集中在北美和日韩。”

曼文告诉时代周报记者，一款游戏能在海外获得成功，不光基于游戏本身优秀品质，精准的本地化以及贴合当地用户习惯的特色运营也必不可少。

少。近年来，国内许多游戏大厂也都下了很大精力培养和挖掘优秀的海外运营人才，以满足市场需要。

除海外市场持续发力，随着5G商用落地，云游戏成为今年ChinaJoy的另一大亮点。

姜骁潇认为，目前国内厂商在云游戏上的探索主要分为两类，其一是腾讯，主要的游戏还是集中于腾讯自己的游戏。而其他第三方云游戏厂商则尝试推出主机3A作品吸引用户，但未来这类服务是否会受到主机厂商的限制，目前还是未知数。

7月31日，盛趣游戏相关负责人向时代周报记者介绍，盛趣游戏旗下云游戏首次参展，自有的传奇云游戏平台在这次ChinaJoy首次亮相，此平台是世纪华通开发的一站式云游戏运营管理服务平台。

上述游族网络负责人也表示，游族现阶段与华为云就云游戏展开深度合作，并推出了云游戏平台。后续将联合更多厂商，提供多元化产品和创新的游戏体验。

“云游戏时代最大的标志就是多屏合一，它打破了原来以硬件设备划分游戏的格局，让所有游戏实现同屏竞技。而现有主流的商业模式，在云游戏时代也将面临升级。”7月31日，盛趣游戏副总裁谭雁峰在全球云游戏产业大会上表示。

不过，距离云游戏成熟，各大游戏厂商仍面临一系列挑战。

“现有的云游戏更多是存量游戏的云化，实现的仅仅是跨平台玩法，并不是云游戏的实质。”谭雁峰对时代周报记者直言。□

财经资讯

# 时代财经

行业风向  
经济走势

财经读本  
企业第一

## 时代财经

- 荣获由中国科学院主管的《互联网周刊》和eNet研究院评选的，财经APP排行榜榜首。
- 荣获由全球知名的移动互联网第三方数据挖掘与分析机构iiMedia Research Group（艾媒咨询集团）主办的中国传媒奖“最佳新闻客户端”。
- 在网易新闻主办的2019年度风云榜评选中，荣获“2019年度最具影响力媒体”奖项。

扫码阅读最新资讯

# 阿特斯谋分拆上市 光伏巨头撤回A潮

时代周报记者 杨玲玲 发自广州

光伏企业再撤回A潮。继天合光能(688599.SH)、晶澳科技(002459.SZ)之后,阿特斯(CSIQ.US)也将目光投向国内资本市场。

根据披露,阿特斯的组件和系统解决方案业务(Modules & System Solutions,以下简称“MSS”)准备在国内科创板或创业板上市。与其他直接从美股退市回归A股的企业不同,阿特斯仍将继续在纳斯达克上市。

“分拆业务上市是为满足全球客户对阿特斯产品的需求,促进阿特斯中国制造业务的快速发展。继续留在纳斯达克上市,则可以阿特斯的国际化太阳能电站业务发展提供国际资本市场的融资渠道。”8月2日,阿特斯回复时代周报记者。

放眼整个光伏行业,一边是中概股回A热度难消,另一边是A股上市公司股价、市值蹿升。

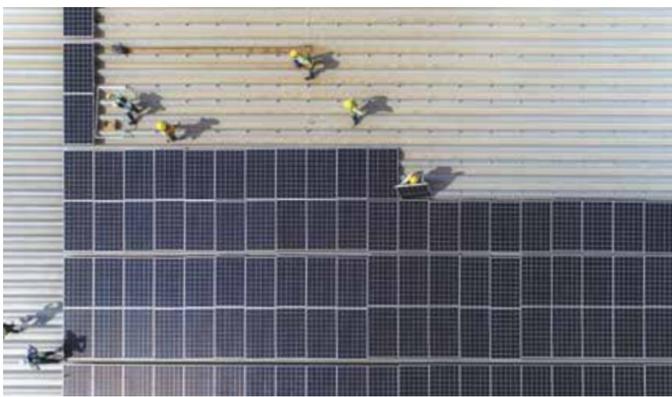
近期,在A股光伏板块总市值首次突破万亿元关口后,不少企业市值仍在刷新纪录。

8月3日,隆基股份(601012.SH)市值跃升至2176.45亿元,通威股份(600438.SH)市值也达1177.87亿元。

与光伏企业股价同涨的,还有光伏产业链产品价格。其中,受硅料价格大幅上涨影响,隆基股份在一周之内两次宣布上调硅片价格,通威股份也对电池片价格作出涨价调整。

“电池涨价是多方原因导致的,主要是受到上游硅片涨价传导。”7月30日,通威股份相关负责人在接受时代周报记者采访时表示。

在光伏发电度电成本持续下降的情况下,产业链产品的涨价趋势能否长久?光伏企业在A股市场的高光



时刻是虚火还是实至名归?是眼下业内普遍关心的问题。

## 曾尝试私有化

7月27日,阿特斯宣布,公司的MSS板块准备在科创板或创业板上市。这家由加拿大籍华人瞿晓铨创立的光伏企业,2006年在美国纳斯达克挂牌上市,位居光伏行业第一梯队。

瞿晓铨被业内称为“稳健派”,其一手经营起来的阿特斯也具有较为明显的稳健色彩。过去10余年,阿特斯历经金融危机、欧债危机、欧美“双反”和“5·31”新政等多个行业危机,依旧没有掉队。

对于能否实现MSS板块在中国资本市场上市,以及上市后的估值预期,阿特斯表示:“这取决于包括但不限于中国和全球资本市场的条件、对上市证券的监管环境、公司的财务表现以及实现中国上市的要求。”

事实上,早在2017年12月,阿特斯就曾宣布私有化,遗憾的是,2018年11月,推进近一年的私有化计划被按下了暂停键。对于暂缓原因,阿特

斯未做过多透露。

不过,其他光伏中概股的私有化和回A计划并未受此影响。去年11月,从美国纳斯达克退市一年多的晶澳科技完成借壳天业通联A股上市的布局;今年6月,天合光能成为国内光伏行业首家从纳斯达克转战A股的科创板企业。

7月30日,晶澳科技证券部相关负责人表示,自2019年底回归A股以来,晶澳业绩持续快速增长,归母净利润在2019年度、2020年一季度、2020年二季度(业绩预告数据)增幅分别达到74%、230%、65%—85%,业绩超出投资者预期。

## A股市值跃进

时代周报记者梳理发现,截至8月3日,A股光伏板块百亿市值企业近30家。其中,今年登陆A股的天合光能、晶澳科技(601778.SH)等均已跻身百亿市值行列。

占据市值排行榜首的隆基股份,截至8月3日收盘,股价为57.70元/股,市值达2176.45亿元。事实上,隆基股

份7月24日才首次突破2000亿元关口,距离其去年8月市值突破千亿元不足一年时间。

7月31日,隆基股份相关负责人在接受时代周报记者采访时表示:“资本市场主要看后市、看成长预期,一些头部企业市值上升较快,源于国家对光伏产业的看好,从能源安全、绿色环保以及成本下降等方面来看,光伏发电都具备优势。”

“在良好基本面支撑下,上半年大部分光伏上市企业的业绩超出市场预期,得到国内资本市场认可,从而形成了产业、资本的良性互动。”同日,一位光伏上市公司证券事务部人士对时代周报记者分析称。

除隆基股份外,通威股份也在7月23日首次突破1000亿元大关,8月3日收盘时,最新市值为1177.87亿元,是第二家市值破千亿元的光伏企业。

上述通威股份负责人回应时代周报记者:“资本市场对光伏企业反响热烈,主要是行业景气度提高、市场预期向好,同时公司作为行业中硅料和电池的龙头,拥有领先的规模、成本和质量优势,行业空间+公司地位+未来基本面的确定性,促使市场对公司的认可。”

“目前,光伏企业在资本市场的表现尚可,但要整个产业链的状态很好,那也不是。”8月1日,厦门大学中国能源政策研究院院长林伯强分析称,光伏产业的产能过剩问题依然存在。

8月2日,一位投资行业人士对时代周报记者表示,部分光伏企业的收益率和成长性并不突出,估值或有虚高成分。

## 涨价可持续吗?

与光伏企业股价同涨的,还包括硅料、硅片、电池片等产业链产品的

价格。根据硅业分会报价,7月23日,硅料价格大幅跳涨,单晶复投料环比提升8.6%,多晶免洗料提升5%。

两天后,隆基股份上调硅片价格,M6最新报价2.73元/片,环比增长4.2%;G1最新报价2.63元/片,环比增长3.95%。同日,通威股份上调电池片价格,M2、G1和M6电池片价格均上涨0.09元/W,环比分别上涨11.54%、11.25%、11.25%。

7月最后一天,隆基股份再次刷新硅片报价,M6最新报价3.03元/片,较25日报价2.73元/片环比增长11%;G1最新报价2.9元/片,较25日报价2.63元/片环比增长10.3%。调价速度之快,幅度之大,令行业震惊。

8月1日,隆基股份品牌总经理王英歌在回应涨价风波时解释称,第一次调整硅片价格时并未考虑到多晶硅价格长得如此快,隆基目前无力消化如此大的硅料价格上涨,此次仅把硅料价格上涨部分加到硅片价格中,没有额外加价。

“新疆地区硅料产能占比超过国内总产能的一半,区域产能集中非常明显,对市场硅料供应能力有较大影响。”7月31日,晶澳科技证券部相关负责人向时代周报记者剖析涨价原因,受近期新疆地区硅料生产企业生产事故及新冠肺炎疫情叠加影响,硅料供应短期紧缺、价格上涨。同时,硅料上涨也带动了产业链下游硅片、电池片涨价。

“国内平价项目及海外的项目对价格很敏感,如果各环节涨幅过大,有可能出现业主选择延期建设,进而调整供需比例,促使产业链价格回归理性。”阿特斯向时代周报记者表示。

林伯强认为,涨价是否可持续,还要看今年的装机规模,一切有待进一步观察。□

TOP OF CITY  
云溪九里  
(备案名:海伦源筑花园)

海伦堡 中国地产 50

首付3万起

# 玄真山水润 4A景区资产

清新区府旁

2年免息分期

成交抽家电

90-124m<sup>2</sup>半山洋房 | 142-243m<sup>2</sup>进山叠墅

TOP OF CITY

大湾区休闲地·玄真漂流景区·百万客流创富·民宿托管红利·生态墅质山居

一小时通勤

0763 520 0666

地址: 清远市清新区玄真路玄真古洞4A漂流景区内

免责声明: 本资料仅供参考, 不作为合同要约。相同户型因楼栋、楼层、单元等差别, 可能存在局部结构、面积差异一切以双方签订的买卖合同及实物为准



## FAST CONSUMPTION · 快消

百果园三难：  
资金难找 万店难开 生鲜难拓

2019年9月,百果园创始人、董事长余惠勇对外坦言:“我不是幸运的,连续亏了七年,这七年非常难熬,中间有多少次简直是内心的煎熬。”

时代周报记者 张梦琳 发自广州

“水果大王”百果园最近风波不断,惹上官司。

日前,泉州市中级人民法院发布一起诉讼判决案,索赔金额9100多万元的“百果园”商标案落下帷幕。

案件主角分别是深圳百果园实业发展有限公司(下称“百果园”),以及海南另一家拥有“百果园”商标的农产品种植企业,东方祥麟果品基地有限公司(下称“东方祥麟公司”)。

后者认为,前者在其水果包装盒、包装袋、连锁门店等位置使用“百果园”标识或字样的行为,涉嫌侵犯注册商标专用权,要求其停止侵权行为,并索赔9103万元。

一家是卖水果的,另一家是种水果的,因为百果园三个字,杠上了。

法院最终判决百果园未构成对原告注册商标权的侵犯,驳回东方祥麟公司的全部上诉请求。

纠纷的时间节点刚好处在百果园启动上市阶段。

据证监会网站披露,百果园的《股份有限公司境外首次公开发行股份(包括普通股、优先股等各类股票及股票的派生形式)审批》材料已于6月1日被接收。百果园正式启动上市工

作,并把目的地选在了境外。

巧合的是,今年4月,百果园最强对手鲜丰水果已完成A股上市第一期辅导工作。两者抢夺“水果行业第一股”大战悄然打响。

8月3日,香颂资本董事沈萌向时代周报记者表示,境外上市不会对所谓“中国某行业第一股”给予特别的关注或估值,百果园急于上市的背后是因为企业对资金的渴求。

7月30日,就上市及经营现状问题,时代周报记者多次向百果园公关致函,截至发稿未得到回复。

## 资金匮乏

回顾百果园每个发展阶段,都需要大量资金做后盾。

2002年,百果园在深圳开出第一家门店,到了2008年,百果园的门店数仅仅只有一家。

扩张步伐过慢,业绩也不尽如人意,此七年间,百果园均显示亏损。

2019年9月,百果园创始人、董事长余惠勇对外坦言:“我不是幸运的,连续亏了七年,这七年非常难熬,中间有多少次简直是内心的煎熬。”

随后,百果园进行战略调整,由加盟转为纯自营,在2008—2015年连续七年回购加盟店,并自掏腰包运转回购来的加盟店。

“当时百果园把加盟变直营是很好的举措,对管理标准化和执行都有高效率的推动,但这需要大量的资金支持。”8月3日,凌雁管理咨询首席分析师林岳向时代周报记者表示。

资金缺口的扩大使其不得不借助外来资金力量维持企业正常运营。2015年9月,百果园完成A轮4亿元的融资,又并购了北京规模最大的水果连锁超市果多美,扎根北京市场。

融资后的百果园野心更大了。余惠勇曾在2015年公开表示,公司要快速发展,需要资本的支持,其计划将于2016年开出600家新店,2017年新增1000家门店。

此后,余惠勇索性将万家门店定为发展目标。2016年,百果园再次制定了经营计划,2020年要开1万家店,年销售额达到400亿元。

“喊出开万家门店的口号式策略,更多是为了吸引投资人注意,也是百果园资金匮乏的表现。”沈萌表示。

此后,百果园如愿以偿地得来了的一笔又一笔巨款融资。天眼查数据显示,2017—2018年,百果园进行了5次股权融资和战略融资,其中B轮融资金额高达15亿元。

本以为有了资本的加持,百果园的门店数量和业绩就此飞升。但时代周报记者查询官网发现,原定2020年开业的万家门店目标,只完成了4000余家,业绩也不过其承诺的一半。

沈萌坦言:“企业发展的基础要稳健而不是靠大跃进,过分追逐资本,定下难以完成的目标,最终只能导致自己的能力赶不上自己吹的牛皮。”

百果园想要铺完剩下近6000家门店也存在难度。2018年11月,百果园完成最后一轮融资后,再也没有任何融资消息传出。

## 进军生鲜阵营

如若百果园上市成功,除充实“金库”外,在沈萌看来,其或许还会有扶持新盈利点的目的。

今年2月28日,百果园宣布跨界卖菜。在内部成立了“百日攻坚战”小组,希望在2—4月份这100天时间内,提高蔬菜渗透率,即确保会员里面至少有20%的用户体验过蔬菜业务。

在疫情背景下,卖菜业务成为百果园突破业绩的及时雨。

公开资料显示,仅一周时间,百果园生鲜订单实现从每天1000单超过了2万单的突破,订单全部为当日线上预订,次日线下自提或配送到家。

“延伸、转型到生鲜领域也是百果园发展的必然结果,特别是后疫情时代,家庭解决吃饭的方式会发生改变,整体市场空间还很大。”林岳表示。

事实上,百果园对大生鲜的布局早已开始。

2016年,百果园战略合并生鲜O2O平台一米鲜,开启生鲜电商业态。

去年4月,百果园举办大生鲜战略新闻发布会,正式进军生鲜领域,产品品类开始由水果到生鲜扩充,并发布了独立生鲜平台百果心享。

而且,百果园的大生鲜战略强调线上。“百果园卖菜业务主要在线上开展,到店自提或者到家配送,线下将继续聚焦水果品类。从线上品类做宽到线下品类做专,构建百果园大生鲜战略。”今年3月,百果园心享事业部总经理孙鹏接受媒体采访时介绍。

但线上卖菜的平台不止一家。

据艾瑞咨询《2019年中国生鲜电商行业研究报告》显示,中国生鲜电商市场发展迅速,预计未来三年,我国生鲜电商行业仍会保持年均35%的增长率。其中,不乏有国内互联网巨头和一线投资机构布局,例如盒马鲜生、每日优鲜、美团买菜、永辉等行业主力军。百果园竞争压力可想而知。

“疫情结束后,生鲜电商平台现有活跃用户会有所下降,和已经形成规模的生鲜平台直接竞争客流,百果园并不占优势。”沈萌表示。

百果园的雄心壮志,从此前创始人的一段采访中可见一斑。

2019年4月,余惠勇表示,百果园做大生鲜的标杆是亚马逊。其补充阐述,后者从书这个单一品类入手,通过线上模式做到世界第一,并搭建起一个巨大的流量平台,从而扩展到全品类成就商业帝国。

但沈萌认为,百果园距离亚马逊还很遥远。“亚马逊靠的是电商、AI、物流等科技基础支撑,百果园根本不具备这些优势,并且也没有过多资金让其达到亚马逊的规模。”沈萌表示。

百果园不断讲着一个又一个资本故事,版本不断升级,但从资本市场的反应看来,2018年再无融资信息,或许已在表明态度。■

## 网红饮料热销 代糖企业保龄宝暴涨

时代周报记者 李静 发自上海

这个夏天,元气森林“出圈”了。据公开报道,在最新一轮融资投后,元气森林估值将达140亿元。

与此同时,以元气森林为代表的“无糖”风潮,席卷了饮料圈。

7月12日,喜茶官方微信公众号宣布,首款气泡水产品喜小茶上市,主打0糖、0脂。此外,健力宝、雀巢、伊利、北冰洋都陆续推出了无糖饮料。

隐藏在在产品幕后的上游企业亦脱颖而出。尤其是以功能糖为主营业务的保龄宝(002286.SZ),目前股价已经从7月9日收盘的9.13元/股,涨至8月3日收盘的19.12元/股,暴涨超110%。

7月22日,天风证券在研报中指出,元气森林爆红的秘诀之一,就是使用了赤藓糖醇作为代糖甜味剂。在无糖风潮带动下,众多厂商纷纷推出添加赤藓糖醇的饮料,受益于此,国内赤藓糖醇行业有望迎来高速增长。

“国内饮料企业对代糖的需求逐步增大。”8月2日,某饮料企业营销高管李勇告诉时代周报记者,比如,安赛蜜和赤藓糖醇等用量都较大。

7月31日,元气森林相关负责人也对时代周报记者表示,公司对于原材料的需求,会随着销售和产能的不断扩大而提升。

30日,对于赤藓糖醇这一产品品类未来的发展规划等问题,时代周报记者致电致函保龄宝董秘办,但截至发稿未获回复。

保龄宝在8月2日深交所互动易上回复投资者提问时表示,赤藓糖醇产品受无糖低糖市场需求旺盛的影响,

以及公司内部管理提升的要求,产能持续提升,同时产能利用率较高,为满足市场需求,公司一直在抓紧生产。

## 赤藓糖醇走红

“现在买饮料都会考虑糖分和热量,无糖肯定是首选。既然要喝,就希望把致胖因素降到最低。”8月1日,饮料“重度患者”韩苗(化名)对时代周报记者直言。

的确,当前无糖、低糖量等健康饮食成为消费者追求的生活方式。无糖概念成为饮料行业的新风口。

上述元气森林相关负责人表示,在大健康趋势推动下,作为饮料主力消费群的Z世代年轻人也加入了“保温杯泡枸杞”的养生大军。中商产业研究院数据显示,中国80%的消费者会关注食品饮料的成分,特别是饮料当中的糖分占比。

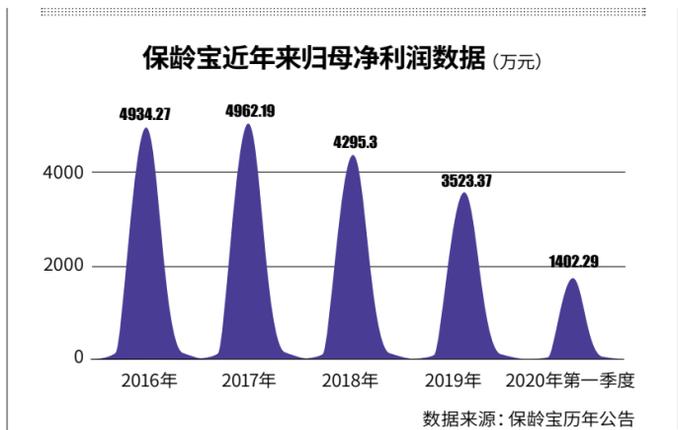
在这样的背景下,元气森林配料中所用到的被誉为“糖界贵族”的赤藓糖醇,编成为绝对的主角。

7月10日,长期关注食品健康领域的专栏作家维他(化名)接受时代周报记者采访时表示,赤藓糖醇的好处是热稳定,适合烘焙,味道也比较接近蔗糖。

“摄入的赤藓糖醇90%会通过肠壁进入血液,但很快就直接经过尿液排出,不会被代谢吸收。10%会经过肠道,随着粪便排出。”维他进一步说,赤藓糖醇吃了等于没有吃,起码在短期试验如此。

李勇透露,一般的饮料大多用安赛蜜,但品质稍微高点的饮料基本上会选择赤藓糖醇。

“从人工代糖到天然代糖,代糖产业是伴随着市场需求不断发展。在



消费群体中,存在既想要甜味、又想要减少糖摄入的需求,如何更好地满足这种需求,是包括代糖在内的食品技术、原辅材料、消费终端产品制造企业,需要共同努力的方向。”上述元气森林相关负责人表示。

据上述天风证券研报显示,2018年国内赤藓糖醇产量已达2.87万吨,同比增长59.4%。在减糖的大趋势下,假设未来赤藓糖醇代替5%的白糖市场,那么国内潜在需求空间有望达到80万吨。

这无疑诱人的市场前景,各家企业纷纷加码。

保龄宝在互动易上表示,公司会根据市场情况适当推进扩产计划。此外,7月20日,丰原药业(000153.SZ)在互动易上透露,3万吨产能赤藓糖醇项目建设正在进行中。

## 保龄宝股价翻倍

赤藓糖醇的火热也体现在二级

市场上。

在“无糖”概念的热度下,保龄宝在10个交易日收获了7个涨停板。Wind显示,截至8月3日,不到一个月的时间里,保龄宝股价涨幅超114.59%,市值增长到70.60亿元。股价报收19.12元/股,是7月9日收盘价的约2倍。

据保龄宝2019年年报介绍,公司产品主要包括功能糖系列、淀粉糖系列、糖醇系列、膳食纤维系列、医药原辅料系列、淀粉系列及益生元终端等,广泛应用于健康食品、功能饮料、医药、无抗饲料等领域。

实际上,相对于保龄宝其他业务板块,赤藓糖醇所属的糖醇类业务只贡献了2019年总营收的13.54%,排名第六。不过,糖醇业务的营收增速确实是最快的,同比增速达到了24.29%。

今年一季度,保龄宝营业收入和归母净利润分别为4.01亿元、1402.29万元,同比增长1.15%、36.72%。

7月9日,保龄宝发布2020年半年度

业绩预告,表示归母净利润在3652.52万—4870.02万元,比去年同期增长50%—100%。如此来看,其2020年的半年度归母净利润已经超过2019年全年。

保龄宝在公告中坦言,业绩上升受益于健康消费需求的增长以及公司各项经营管理措施的有效驱动。

保龄宝也在2019年年报中表示,在全球减糖趋势的带动下,赤藓糖醇产品销售继续保持20%以上的增长。

虽然保龄宝未披露前五大客户信息,但从其所获奖项中可以窥探一二。其在2019年年报报告期内,获得过伊利卓越供应商、元气森林最佳供应商等奖项。

从保龄宝的营收业绩中,也可以看出市场对代糖需求的加大。

虽然今年上半年保龄宝业绩上升,但2018年,保龄宝归母净利润为4295.30万元,同比下滑13.44%。到了2019年,保龄宝全年归母净利润较2018年又下滑17.97%,降幅同比扩大。

对此,上述天风证券研报认为,保龄宝营收呈总体上升趋势,但2016年以来营收增速下滑,归母净利润逐年下降,主要系保龄宝近年在开发功能糖产品上的投入成本较高;同时,期间费用率也呈上升趋势。

8月2日,饮品观察家马磊对时代周报记者表示:“代糖最早当属木糖醇,后来是安赛蜜、三氯蔗糖、甜菊糖苷,目前最受欢迎的是赤藓糖醇。”

上述天风证券研报表示,随着消费者对食品健康、营养要求的进一步提高,赤藓糖醇有极大的成长空间。从代糖角度,赤藓糖醇甚至可以取代白糖进入家庭消费领域。■

# “孤狼”钟睺睺

◀上接P1

需要指出的是,目前最知名的浙商马云与钟睺睺的父亲早年均曾在浙江省文联工作。

杨轶清透露说:“据我所知,两人早年曾经住在同一个家属院,虽然钟睺睺比马云大10岁,但两人估计应该认识,但公开场合我们看不到两人有交集,是否有私交不得而知。”

两次高考失利后,钟睺睺上了电大。毕业后已是而立之年的他,成为浙江日报社农村部一名记者。

记者生涯曾被钟睺睺时常提及,虽然离开多年,但他在多个场合依然自嘲怀有“浙江日报情结”。

这段经历为他日后的生意埋下了良好的人脉。

“他现在真正交往的朋友,都是当时的老朋友。”前述农夫山泉昔日高管表示。而这些老记者朋友,如今均已在媒体圈担任要职,这多少助力于农夫山泉拥有着相对清静的大后方舆论环境。

日后刻意的低调与其早年的媒体经验或许有关。“他非常懂品牌,作为一线浙商和一线面对终端消费者的品牌,要保持低调其实很难,但他做到了。”杨轶清说。

1988年4月,钟睺睺递交辞职信下海,成为浙江新闻记者圈“下海”的第一人。1992年,在海南创立养生堂有限公司,1996年,农夫山泉诞生。

需要补充的是,目前钟睺睺实控的主要业务如农夫山泉、万泰生物等均架构在养生堂旗下。

在杨轶清看来,钟睺睺培养产业和品牌的能力特别突出。从发展伊始,农夫山泉奉行的就是钟睺睺逻辑——“最好的营销就是事件营销”,创造事件、抓住事件,就会抓住一切。

“他看起来更像是个创意人或策划人。”前述农夫山泉昔日高管称,“农夫山泉的每一次大事件,都经过精心策划,寻找和消费者的共鸣,而操盘人是钟老板本人。”

在激烈的饮用水江湖中,农夫山泉擅于打“水仗”。其每次“新闻大事件”,无论誉谤,在事后看来都是一次事件营销,无形中拓展了农夫山泉的市场份额。

目前,农夫山泉主要有包装饮用水、茶饮料、功能饮料、果汁饮料四大产品。在毛利率方面,2019年,上述四大产品的毛利率依次为60.2%、59.7%、50.9%、34.7%。



数据显示,2019年度,农夫山泉的包装饮用水毛利率高达60.2%。这意味着,售价2元的饮用水中,农夫山泉就能有1.2元的毛利。

“中国的两大饮用水巨头农夫山泉和娃哈哈都在杭州城。原来农夫山泉的规模与娃哈哈有差距,但现在农夫山泉的市值超过了娃哈哈,这背后是钟睺睺的深谋远虑。”杨轶清分析说,“两大品牌的总部同处一个城市,而且两位老板都超有个性。虽然他们私下都不往来,但两家企业没有恶性竞争,一直相安无事,这也是老一辈浙商的格局和智慧。”

## 身价接近2000亿元

农夫山泉招股书显示,2012—2019年间,其连续8年保持中国包装饮用水市场占有率第一的地位。

农夫山泉是中国软饮料行业盈利能力最强的企业之一。

招股书显示,2017年、2018年及2019年,农夫山泉的营收分别为174.91亿元、204.75亿元及240.21亿元,2018年、2019年的收益同比增速分别为17.1%、17.3%。同期内,农夫山泉经调整后的年内净利润分别为33.86亿元、36.12亿元、49.54亿元。

包装饮用水为农夫山泉贡献了五成以上的营收。招股书显示,2017年、2018年及2019年,农夫山泉包装饮用水的收入分别为101.2亿元、117.8亿元与143.46亿元,占总营收比例为57.9%、57.5%与59.7%。

农夫山泉近几年新成立的子公司覆盖了全产业链,从农业养殖到化妆品研发、供应链、智能生活等。工商信息显示,2019年,农夫山泉还投资5000万元在上海成立了供应链科技

公司。

根据胡润研究院发布的《2020胡润中国10强食品饮料企业》,农夫山泉以650亿元人民币估值位居第六。

“这一数字显然被低估了,公司内部评估在香港上市后,市值会有2000亿元左右。”8月1日,一位接近农夫山泉的人士告诉时代周报记者。

8月3日,汇生国际融资总裁黄立冲告诉时代周报记者:“根据港股食品股18倍左右的市盈率估值中位数,农夫山泉市值估计将在1000亿元人民币。”

目前,钟睺睺持有农夫山泉约87.44%的股份,包括约17.86%的直接权益以及通过养生堂持有的69.58%的间接权益。这意味着农夫山泉上市后,保守估计,钟睺睺个人身价将达到870亿元。

除农夫山泉外,钟睺睺还控制着医药公司万泰生物(603392.SH),该公司有着“首个国产HPV疫苗”的光环,主要从事体外诊断试剂、体外诊断仪器与疫苗的研发、生产及销售。

今年4月29日,万泰生物上市。截至8月3日收盘,万泰生物收于288.6元/股,相较发行价暴涨近30倍,总市值高达1234亿元。

目前,钟睺睺直接持有万泰生物7880.05万股,通过养生堂间接持有24707.5万股,合计持有万泰生物32587.55万股股份,占总股本的83.56%。万泰生物的一路高涨,已经为钟睺睺贡献了超1000亿元的身家。

叠加农夫山泉和万泰生物的市值以及他的持股金额来算,钟睺睺身价已接近2000亿元(不包括养生堂系其他公司)。

“钟老板并不缺钱,推动万泰生

物上市,主要是研发人员和管理团队有相关的利益考虑。”前述接近农夫山泉人士向时代周报记者透露。

除布局生物医药、饮用水和食品保健品等消费板块外,养生堂亦曾进军金融板块。

2010年,养生堂与浙商证券、通联资本、浙大网发起成立浙商基金,4家均分股权,各持25%。4年后,浙商证券和养生堂捆绑转让持有的浙商基金50%的股权给予通联资本。通联资本成立于1995年,目前涉及养生堂的上述股权转让,尚未得到证监会的批准。

## 接班人国际化

对于农夫山泉这样家族味道浓厚的民营企业而言,横跨在其未来发展的两大问题是:接班人的培养和国际化的推进。

农夫山泉是典型的家族企业,目前包括钟睺睺的多位亲属均在公司任职。而“孤狼”钟睺睺已经66岁,作为老牌民企,其或许已在考量培养未来的掌舵人。

据前述接近农夫山泉人士透露介绍,钟睺睺有一子一女,其儿子钟墅子2011年从美国加州大学欧文分校英语专业毕业后,现已在养生堂体系内工作并担任相应管理岗位,其被视为是未来接班人。

钟墅子现年32岁,目前主要分管母亲牌牛肉棒和化妆品领域。母亲牌牛肉棒隶属于养生堂浙江食品有限公司,成立于2004年,主业是研制和生产以肉制休闲食品与小糖果。

除该板块外,钟墅子还参与养生堂化妆品有限公司的管理,这家集化妆品研发和销售于一体的中高端化妆品企业,旗下包括“朵而”等品牌。

国际化一直是国产饮用水品牌的瓶颈。一直以来,包括农夫山泉、娃哈哈在内的企业,国际竞争力并不强。

“对国内市场,钟老板可以说是了如指掌,选择在港股上市,表明的是公司发展进入下一个阶段,这个阶段是全球市场的布局。”前述接近农夫山泉人士称,“港股上市后,农夫山泉会加强透明度,也许会寻求海外收购。”

“农夫山泉依赖特定水源,且受限于运输成本和消费人口的基数,所以它的上市不是产品的国际化,而更多是资本国际化和人才国际化。按照钟老板的深谋远虑,可能会考虑海外的资本运作,甚至反向收购国际品牌的中国公司。”杨轶清分析说。□

870  
亿元



GREEN

绿色生活, 低碳出行



# 二季度报巨亏 跨国车企降本御寒

时代周报特约记者 潘卓伦 发自广州

亏损，成为绝大部分跨国车企2020年第二季度财报的关键词。

截至发稿，除了丰田、本田、宝马等少数车企尚未公开4-6月经营状况，包括大众、通用、戴姆勒等主流车企近日先后交出Q2成绩单。

时代周报记者梳理，已发布2020年Q2财报的主流跨国车企中，仅有特斯拉以及PSA（标致雪铁龙集团）在2020年第二季度实现盈利。

而在二季度亏损的一众车企中，以美系三巨头——福特、FCA（菲亚特克莱斯勒）以及通用的情况较为典型，具体亏损金额分别约为16.14亿欧元、9.28亿欧元以及4.25亿欧元。三者之中利润同比下滑幅度最高的是福特，跌幅超211%，最低的通用亦达到117%。

对于Q2的亏损，福特、FCA以及通用均在财报中提到了新冠肺炎疫情的影响。自3月下旬开始，上述三大美系车企的北美工厂均由于疫情肆虐被迫停产，并一直持续至5月中旬，换言之，牺牲了第二季度约一半时间。

值得一提的是，据上述以及包括捷豹路虎、马自达等其他主流车企的财报显示，新车交付量已经自5月起稳步提升，但距离恢复至疫前水平还有较大差距。

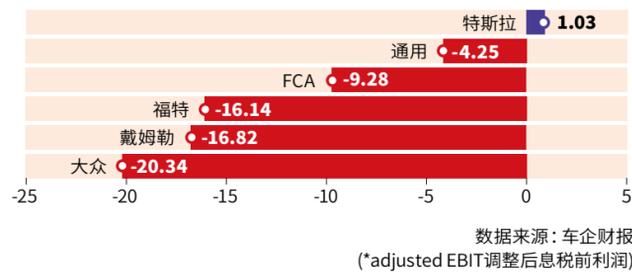
## 欲盈利先降本

亏损成为汽车行业常态的二季度，特斯拉以及PSA的逆市盈利令人羡慕。

尤其是后者，据其官方数据，PSA集团上半年在中国市场的销量为34276辆，同比下降42%，整体车市销量占比仅为3.3%，可谓连疫情中最后



部分跨国车企二季度盈亏状况一览 (亿欧元)



一块稳健的市场也宣告失守。

它们凭何实现盈利？时代周报记者梳理两家车企财报时发现，成本控制是一个共通点。

“集团在这一阶段（疫情始起）采取了一系列措施大幅度降低支出。”7月28日，PSA官方在财报上表示，2020年上半年集团的一般及行政、市场营销等支出数额为23.72亿欧元，较去年同期降低10.37亿元，降幅超过30.42%。

或源于PSA集团成本控制成效显著，同业也开始效仿。

例如，奔驰母公司戴姆勒集团日前发布二季度财报的同时，集团CEO康林松便表示将持续大力削减成本。据德国媒体《经理人杂志》（《Manager Magazin》）当地时间7月22日报道，戴姆勒拟将原定1.5万人的裁员计划规模扩大至3万人。

削减开支、裁员，是控制成本的手段之一，在此之外亦有车企希望通

过降低生产成本来达到相同目的，例如特斯拉。

与福特、FCA、通用等同属美系车企的新能源车巨头——特斯拉，第二季度调整后息税前利润达到12.09亿美元，GAAP标准下净利润为1.04亿美元。其虽然与前三者一样经历长时间停产，但经营状况可谓天差地别。

“在这个前所未有的时期，我们的业务表现出强劲的韧性。尽管我们在弗里蒙特的主要工厂关闭了近半个季度，但我们在2020年第二季度实现了第四次GAAP连续利润，同时获得了4.18亿美元的正向自由现金流。”7月23日，特斯拉也在官方平台如此表示。

特斯拉二季度的盈利，与其健康的造血能力密切相关。报告期内，特斯拉总毛利率为21%，单车毛利率达25.4%，较去年同期的18.9%提升明显。

特斯拉单车毛利率的提升，与其在中国市场实现国产化，并且销售规模已占公司总体的1/3有着密不可分的关系。

“目前特斯拉上海工厂的国产化率约在40%的水平，预期在年末能够提升到80%甚至更高。”8月1日，熟悉特斯拉的消息人士向时代周报记者表示。

通过国产化等手段降低生产成本，不仅有利于成本控制，还将提高产品的市场竞争力。除了上述提到的国产化特斯拉车型，福特旗下林肯的首款国产车型——长安林肯冒险家，一经推出便为集团带来可观销量，其较同级豪华品牌紧凑型SUV低5%-10%的指导价是重要因素。

## 国内汽车产业遇发展契机

疫情促使外资车企加速降本增效的同时，也为国内汽车产业带来发展契机，如新能源本土化方面的配套。

在刚刚过去的二季度，包括大众、戴姆勒等外资车企巨头均在电池领域重锤出击，前者以不低于60亿元的认购总额，持有国内动力电池龙头厂商——国轩高科26.47%的股份，后者则计划参与另一中国电池企业孚能科技的4.8亿美元IPO。

“今年一季度，欧洲车企吃过电池供应短缺的亏，在中国市场除宁德时代外，再深度绑定一家电池供应商是最为稳妥的做法。”8月1日，汽车行业分析师陈尧接受时代周报记者采访时表示。

众多外资车企拟在国内市场原有产品规模的基础上，加码发展新能源车型的本土化生产，不仅会令新能源车产业链受惠，也会令传统汽车制造产业的市场容量进一步提升。

“虽然在如今的大环境下扩张有点冒险，但机会还是有的。”8月1日，天津一家为一汽丰田、长城汽车等主机厂配套车门隔音胶条的供应商向时代周报记者透露，其计划近期在广东再开一家工厂，“大众的重磅新能源车即将在佛山工厂生产，‘新势力’新建的工厂也不少”。

据了解，诸如大众即将在华推出的ID系列纯电动新能源车，还有奔驰的EQ纯电动新能源车家族，都属于独立于燃油车型的产品规划，造车平台与原有车型并不完全通用。这也是国内不少主机厂近年扩张生产线的原因之一。

传统外资车企的新能源本土化扩张，加上特斯拉、蔚来、小鹏、理想等一系列不容小觑的“造车新势力”冒起，国内汽车制造业规模有望在原有基础上，迎来新一轮增长。

“新能源车也是车，虽然没了发动机、变速箱，但胶条、雨刮也总要有，这就是新订单啊。”上述供应商表示。



时代数据

## Data Changes the World

# 打造智能数据媒体平台



# 智能、健康与直播 家居业辟新战场

时代周报记者 张梦琳 发自广州

一场疫情,拉近人们与家的距离。客厅、卧室、洗手间,三点一线的“宅”家生活,让人们对未来理想化的居住环境多了些考量,空间设计是否合理、家具功能如何改进等问题,引发深思。

今年年初,《助家战“疫”大调查》报告显示,5266个家庭对象中只有20%对居家环境感到满意,44%的家庭认为家里需要调整功能、局部装修甚至重新装修。

其中,客厅功能单一、餐厅空间不够、厨房功能不足、主卧储藏不足和没有独立书房成了被吐槽的前五大痛点。

此外,百度指数显示,从2020年1月开始,健康家居的搜索热度大幅度波动上升。2月下旬,甚至达到2017年以来最高峰值。

“宅家让很多人意识到对家装的不满意,从而产生重新装修、改善家居的需求,尤其是对环保、安全、健康等方面的重视。”7月28日,简一大理石瓷砖相关负责人向时代周报记者表示。

“因为宅家,消费者加深了对家的思考和关注,从而刺激了改善型需求。科凡定制因此提出‘新奢主义’,承载用户生活情趣及理性需求。”8月3日,科凡定制总裁助理、高级策略专家万涛向时代周报记者表示。

人们不仅要住,还要住得舒服、住得安心,这给家居行业提供了新消费方向。欧派家居、志邦家居和简一大理石瓷砖等多家家居企业向时代周报记者表示,将持续关注与跟进疫情下消费趋势。

顺势而为,家居行业正在走向另

一片蓝海。

8月7日,遇见2020·时代论坛将在海伦堡·云溪九里举行,围绕未来家居风向,与家居业内人士及消费者一起,探讨宅家之后,如何重塑美好理想生活。

## 二季度追回业绩

回顾上半年,突如其来的疫情给整个行业带来了短暂冲击,多数家居企业上半年净利润面临大幅下滑。

Wind数据显示,截至8月1日,据不完全统计,家居家装行业已有11家企业公布了上半年业绩预告。其中9家归母净利润同比出现下滑,仅2家实现盈利。

对于业绩下滑,大部分品牌在业绩预告中都将其归结为,一季度受疫情影响导致。

7月31日,名雕股份(002830.SZ)董秘办负责人向时代周报记者表示,疫情对住宅装饰行业的影响较大,一方面,新客户装修意愿下降,正常的签约洽谈受阻;另一方面,由于住宅小区封闭,已签约客户的工程无法动工,施工进度停滞,对业绩造成不利影响。

但也有企业在市场竞争环境中维持了正增长。蒙娜丽莎(002918.SZ)上半年预计盈利达2.08亿-2.31亿元,比去年同期增长26%-40%,主要是做好疫情防控的同时加快了复工复产,产能得以较快恢复,并且加强了与房地产企业的战略合作。

随着疫情进入后半段,特别是二季度以来,全社会进入复工复产阶段,家居行业在颠簸中重回正轨。

志邦家居(603801.SH)在上半年业绩快报中指出,第二季度营业收入比去年同期增长22.22%,净利润同比增长21.44%。

而喜临门(603008.SH)也在业绩快报表明,第二季度主营业务家具板块实现收入12.41亿元,同比增长10%,环比增长103%;家具板块实现归母净利润0.88亿元,同比增长3.54%,环比增长220%,扭转了一季度业绩亏损的局面。

7月24日,欧派家居(603833.SH)品牌负责人向时代周报记者表示,5月份,欧派同比个位数正增长,6月的增长幅度达到10%。

简一大理石瓷砖相关负责人表示,陶瓷行业整体在三四月份逐步恢复正常,5月份部分企业比去年同期有所超越。

市场能够快速复苏,少不了家居企业直播带货付出的努力。为了渡过难关,家居企业纷纷转身变成直播“网红”。

“上半年,公司至少进行了将近200场的直播,通过不同渠道、不同平台做直播优惠。”欧派家居品牌负责人坦言。

志邦家居也表示,志邦是行业内最早一批开展直播卖货的公司之一,公司还建立了直播基地,按市场需求,举行了多场特色直播。

根据巨量引擎和中国建博会联合发布的《2020年家居消费趋势数据报告》,今年3-4月,家居直播逆势增长,热度指数从2万,直接上升至15万。

天猫和京东公开数据显示,仅6·18期间,家居直播的卖货量就破了纪录。其中,6·18当天开场1小时,天猫的家装行业整体成交金额达到去年同期的16倍;京东6·18家居卖场同样火爆,前30分钟,建材品类成交额同比增长100%。

## 消费新趋势

事实上,在家居行业,是由消费

者购买家居产品的现场体验感推动购买动力的,这也是行业此前依赖线下场所的主要原因。

7月30日,CIC灼识咨询执行董事冯彦娇向时代周报记者表示,新一代消费者的线上消费习惯,要求企业开拓线上渠道,家居企业需要线上营销与线下服务有机结合起来。

4月8日,易观和土巴兔联合发布《中国互联网装修行业指数洞察2020》,报告显示,移动互联网端,新生代、女性和中高层消费人群,正逐渐成为在线生活服务和网购消费市场的活跃者和主导力量,也是互联网家装行业的核心消费人群。

30岁以下的新生代网络消费者,占比高达将近总数的一半。

除了消费群体逐渐年轻化,疫情催化下,消费观念转变也给行业提供了新机遇。

今年4月,新浪家居发布研究报告《后疫情时代,中国健康家居消费认知调查报告》。调研显示,健康、款式风格和产品功能,是受访者选购家居产品时比较关注的,分别占85%、71%和71%。健康已成为消费者对家居环境的刚需。

在智能家居方面,《2020年家居消费趋势数据报告》显示,人们居家的防护意识增强,抗菌、消毒、环保、健康和除菌成了用户健康居家环境的重要因素,紫外线消毒灯、新风系统、智能马桶、消毒柜和智能鞋柜深受消费者追捧。

志邦家居相关负责人表示,消费者在购买公司产品时,具体表现在更多地关注材料的环保性、功能操作的智能化等,公司对此持续关注与跟进。

智能、健康、功能性家居产品成“新宠”,与其相关的品牌企业也深受投资方青睐。

时代周报记者不完全统计,家居行业在2020年1-6月公布的企业融资轮次为24起。其中,智能化、功能化家居品牌在资本市场崭露头角,家庭服务机器人开发商云鲸智能融资高达过亿元人民币。

上半年上市及排队上市的家居企业名单中,也出现了智能化的身影。

公开资料显示,截至8月1日,已经有7家上市的家居企业:梦天家居、亿田股份、森赫电梯、通用电梯、火星机器人、博泰家具和成都趣睡科技共计7家企业正在排队上市中。

多家家居企业和智能有关。例如,主营扫地机器人的石头科技、研发智能厨电的亿田股份、在4年前开启机器人制造的森赫电梯、生产智能集成灶的火星机器人、研发智能家居产品品牌有屋智能和成都趣睡科技。

疫情下,家居行业的消费新渠道、产品新领域,随着消费理念的改变悄然迸发。

8月7日,由广东时代传媒有限公司举办的遇见2020·时代论坛将在清远市海伦堡·云溪九里亮相。

家居行业由消费驱动、供给驱动,而后疫情时代下,我们对家的认知和连接比以往任何时候都更深。

论坛将邀请ICAD注册高级设计师、简一集团全国总设计顾问、深圳经纬设计机构创始人李志豪,科凡定制总裁助理、高级策略专家万涛,陶瓷行业高端品牌运营专家、简一集团品牌运营部经理许珍妮,广东省装饰行业协会专家、协会华匠易购基辅材料集采服务处执行董事彭张可等各界嘉宾,共话行业趋势,帮助消费者真正安家。

宅家之后,重塑美好。8月7日,时代论坛将与您一起,向理想中的家,出发。■

TIME WEEKLY FORUM 时代论坛

遇见 MEET

海伦堡

中国地产 50

TOP OF CITY 云溪九里

# 未来家居风向

宅 / 家 / 之 / 后 重 / 塑 / 美 / 好

2020年08月07日

清远·海伦堡·云溪九里

主办单位: SPM 南方出版传媒股份有限公司 SOUTHERN PUBLISHING AND MEDIA COMPANY LIMITED

承办单位: 时代周报 时代财经 时代商学院 Datagoo 时代数据

支持单位: 海伦堡 中国地产 50 TOP OF CITY 云溪九里 广汽传祺 GAC MOTOR

消费者报道 WINE 葡萄酒 收藏/拍卖 华安文摘

礼品支持单位: 牛 支持媒体: ZAKER 传递价值资讯

