

时代周报

政经 TOP NEWS

财经 FORTUNE

产经 INDUSTRY

周要闻

7月LPR报价出炉 连续三月未调整

7月20日早，中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布，1年期LPR为3.85%，5年期以上LPR为4.65%，与上个月持平。这是央行连续3个月保持LPR利率未出现调整。

北汽取代上汽 入股神州租车

神州优车7月20日发布公告，拟向江西省井冈山北汽投资管理有限公司或其指定第三方转让其所持参股公司神州租车的股份不超过4.43亿股，每股价格为3.1港元，交易对价最多为13.72亿港元。交易完成后，神州优车不再持有神州租车股份，北汽将持有神州租车股份约20.87%，成为后的第一大股东。

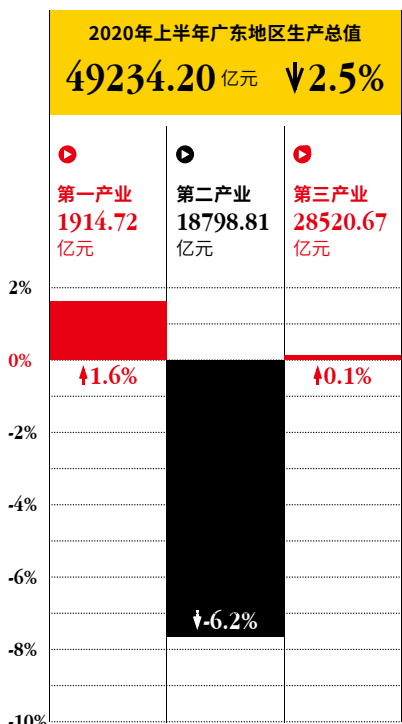
多地宣布实行 2.5天弹性制休假

7月20日，微信号“宜昌发布”称，宜昌市委、市政府决定实行2.5天弹性休假制度，实施时间为2020年7-12月。今年以来，已有江西九江、呼伦贝尔、浙江嵊州、湖北宜昌等地宣布实施2.5天弹性休假制度。

周数据

上半年广东主要经济指标恢复性增长

7月19日，广东省统计局发布2020年上半年广东经济运行情况。



黄金走私 蔓延全球

详见P8



详见P9

你好，影院

我穷毕生之力，轻叩那个梦幻世界的门扉。
——[瑞典]英格玛·伯格曼

时代周报记者 罗晶 王心昊 发自广州 佛山

“今天为什么这么早就醒了，在床上想了半天，今天是什么日子？今天是20号，今天电影院可以放电影了。”7月20日清晨6:41，著名导演贾樟柯发了条微博。

因疫情关闭近180天后，低风险地区影院终于重启。

上午10:20，家住广州越秀的东仔抵达佛山禅城区的方进巨幕影城。“广州虽然也有影院今天排片，但基本上都在下午。我等不及，坐了一个小时的地铁来佛山看。”东仔自称是电影“重度中毒患者”，每周不进一次电影院就浑身不舒服。

这原本也是影评人罗罔极重返影院的日子。1996年出生的罗罔极，身患脊髓性肌萎缩症(SMA)，除了头和手，其他身体部位都动不了。电影改变了他的人生轨迹。“看完《万世流芳》，我明白原来就算全身只有眼睛能动，也照样可以探索宇宙。”从此，他坚持坐轮椅去电影院。

7月20日这天，罗罔极原本准备带工作室的小伙伴们一起观影，“就算是烂片也行”。但由于北京还有两个中风险地区，目前所有电影院暂不开放，他的计划搁浅了。

2000公里外，电影开场前5分钟，东仔想起了

自己的前女友。“上一次看电影还是1月18日，和她一起看了《鲨海逃生》。再回电影院，我已经是单身狗了。恍如隔世。”

人生的片段，电影的魔力。10:30，方进巨幕影城4号放映厅的灯光如往日般渐暗，电影开场了。

久别重逢

黑暗中的4号放映厅，坐着12位观众。开场前，这12人由工作人员带领入场。一对情侣试图坐在一起，随即被工作人员劝散。

银幕上放映的是《照相师》，一部讲述深圳改革开放40年巨变的献礼片。整个放映厅异常安静，没有手机屏幕的亮光，没有人咀嚼爆米花，没有人吸可乐。开场后5分钟，工作人员再次进场，重点检查那对情侣的位置，见两人保持分隔状态，静静退场。

银幕重启不易。

7月16日，国家电影局发布通知称，低风险地区“在电影院各项防控措施有效落实到位的前提下”，可于7月20日有序恢复开放营业。影院复工需满足以下要求：全网络实名售票；交叉隔座，距离1米以上，上座率不超过30%；每日排片时间减半；单片时间不得超过两小时；原则上禁止售卖饮料零食，影厅内原则上禁止食用食品。

➔ 下转P4

爆炒 “不老神药”

一面是市场炒得火热，另一面也有不少人提出“智商税”的质疑。尽管缺乏人体安全性与有效性的证据，但这并未妨碍“不老神药”从实验室走向市场。

时代周报记者 章遇 发自深圳

7天6个涨停板之后，深交所一纸关注函给资金热炒的金达威(002626.SZ)浇了一盆冷水。

7月20日，金达威股价大跌8.13%。在过去7个交易日，金达威的股价从26.5元/股涨至44.8元/股，累计涨幅接近70%，总市值飙升112亿元。

点燃资金炒作热情的是一款网传的神秘“不老药”NMN(β-烟酰胺单核苷酸)。

7月9日，金达威董秘在互动平台上自曝，其旗下子公司Doctor's Best(多特倍斯，简称DRB)在美国生产的NMN产品已在天猫旗舰店上市销售。当日，其股价应声涨停，还带动了雅本化学(300261.SZ)、兄弟科技(002562.SZ)、尔康制药(300267.SZ)等相关“NMN概念股”连续大涨。

“DRB并未对该产品的实际效用进行过明确承诺，且已明确提示不用于诊断、治疗、治愈或预防任何疾病。公司对DRB推出的NMN新产品市场前景并不确定，且未来可实现的销售规模亦不确定，目前不会对公司的经营业绩产生影响。”7月20日晚间，金达威对深交所关注函的回复称。

一扫而空

7月8日，多特倍斯的NMN产品在其天猫旗舰店上架试销售，定价约1600元/瓶(60粒装)。在股市的热炒之下，这款新上架的“不老神药”很快被一扫而空。

“该产品由美国工厂小批量生产，目前美国工厂小批量生产的产品已经全部销售完毕。”金达威表示，该批产品共销售1406瓶，销售金额228.02万元。金达威还称，生产NMN的美国工厂已通过美国FDA工厂备案、NSF cGMP(膳食补充剂)认证、NSF cGMP(运动营养)认证，执行美国膳食补充剂标准。

7月16日，多特倍斯在其天猫旗舰店开放NMN产品的预售预订。截至7月19日，共预售3605瓶，预售金额540.4万元。金达威方面称，多特倍斯将根据开放预订时间承诺的时间及时发货，未来生产情况需到市场情况再行确定。

7月20日，金达威一名经销商告诉时代周报记者，由于NMN是进口产品，目前只走跨境电商渠道，线下没有代理经销。

事实上，NMN目前的身份只是一款膳食补充剂。在这个撬动上百亿元市值的产品背后，金达威近些年在海外疯狂“买买买”，布下了庞大的保健品产业链。

➔ 下转P14

政经·TOP NEWS

- 3 22省份上半年投资转正 西部地区领跑
- 4 多地加码楼市调控 深圳限购令下豪宅降百万
- 5 社科院汤铎铎：经济持续弱复苏 宏观调控以稳为主
- 6 湛江出圈：隐秘的角落要做广东的副中心城市

财经·FORTUNE

- 10 权益投资比劲提15% 千亿增量险资慢跑入市
- 11 股权纠纷再起 徽商银行五年难回A
- 12 股票ETF发行量翻倍 华夏基金成大户
- 13 券商涨幅两市第三 股东频频减持计划

产经·INDUSTRY

- 18 网约车战火再起 哈啰低调拿牌入局
- 19 互联网巨头入场 阿里美团肉搏社区团购
- 20 大股东欲套现56亿 三只松鼠线下掉队
- 21 长城汽车命悬一线 魏建军痛下“猛药”

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

楼市现过热苗头 警报需及时响起

7月16日,国家统计局发布上半年宏观经济数据。其中,楼市数据表现颇为亮眼。今年上半年,全国房地产开发投资62780亿元,同比增长1.9%,年内增速首次转正。

因为疫情,2020年一度被地产业视为最难的一年。但刚刚过了年中这个节点,不少房企都已开始对今年的业绩表示乐观。由于预期向好,房企拿地热情再次高涨,土地市场出现“量价齐升”。

这种乐观有充足的理由。上半年,商品房销售规模仍然低于去年同期,但降幅逐渐缩小。从单月来看,5月和6月,市场销售规模已连续两月超过去年同期。

在最能反映市场真实情况的二手房

方面,6月份上涨城市数量出现了持续增加的趋势。从涨幅情况来看,70城二手住宅价格环比上涨0.31%,涨幅相比上月扩大0.07个百分点,上涨的城市平均涨幅为0.57%,涨幅微降0.07个百分点。从各等级城市来看,一线城市的二手住宅销售价格环比上涨1.0%,涨幅比上月回落0.1个百分点,二线和三线城市涨幅均为0.5%,相比上月分别扩大0.1和0.2个百分点。

数据说明,房地产市场交易已从疫情中修复。

不仅如此,部分地区又出现了过热的迹象,深圳就不必赘述了。据媒体报道,上半年,“万人摇”是杭州楼市的关

键词。自3月以来,杭州出现5次“万人摇”,最夸张一幕发生在远洋西溪公馆,总共959套房源,超过6万人报名摇号。成都上半年涌现了7次“万人摇”楼盘,需在普遍反映行情不错的2019年,成都“万人摇”的场景也不过出现了6次而已。

楼市回暖缘于多种因素。一方面,国内疫情基本得到控制,复工复产顺利,提振了消费者的信心。另一方面,伴随抗疫情形势好转,一度被压抑的需求得以大量释放,成为推动市场升温的主因。所谓需求,既有刚需,也包括因市场不确定性而催生的到楼市避险的需求。两种需求叠加,使大量人群涌进了楼市。

此外,部分地区的政策友好和流动

性宽松对楼市的刺激作用也不可忽视。

尽管专家们普遍认为,下半年房地产的走势还有待观察,但毫无疑问,如果咬定“房住不炒”这个目标不动摇,那么就不能讳言,楼市过热的苗头已经出现,也值得警惕。

7月15日,深圳发布了8条楼市调控新政,为楼市“五限”(限购、限贷、限售、限价、限户型)再度加码。其中,“落户满3年+连续36个月及以上个税或社保”的限购门槛,堪称“史上最严”。由于深圳的特殊地位,这一动作显然具有风向标的作用。

让资金回到实体经济是当下政策的导向,不可能重走因一时的困难就刺激

房地产的老路。因此,楼市必须稳住,调控不能放松。当然,在多年的调控之后,调控的手段可以更圆熟。如果说过去的调控往往近于一刀切,那么当下针对不同区域的冷热不均,调控应该趋于精准。

在炒房氛围浓郁、房价上涨过快的城市,像深圳一样出台针对性强的调控措施很有必要。与此同时,由于下半年信贷、社融仍将以结构性宽松为主,为确保支持制造业、中小微企业不落空,就需要对资金空转套利等违规流入楼市的行为加大查处和打击力度。

一旦出现过热苗头,稍有懈怠,就有可能燃起熊熊大火,这是以往楼市的经验。以此为鉴,当下不能不高度重视。□

加大信用贷款支持力度 金融科技大有可为

盘和林 中南财经政法大学数字经济研究院执行院长

央行数据显示,上半年人民币贷款增加12.09万亿元,同比多增2.42万亿元。前5个月,普惠小微贷款余额是12.9万亿元,同比增长了25.4%,高于人民币各项贷款的增速12.2个百分点。普惠小微贷款支持了2863万户的小微经营主体,同比增长了21%。

这并不代表已经大功告成。数据显示,当前普惠型小微企业贷款平均利率为5.23%。除利率下降以外,国家引领的普惠金融扶持的扩散性还没有完全释放,惠及企业范围依然有限,需要进一步开放落实对小微企业的信用贷款政策,激发金融机构的主观能动性,以点带线,以线带面。

笔者认为,要让银行敢贷,让企业能贷。银行敢贷,可从以下两个角度入手:一是资金。近期各地央行均采取创新货币政策工具为当地的金融机构提供再贷款,为这些机构进一步为小微企业提供贷款或者延期

还本付息等提供资金支持。未来央行需进一步根据市场反应通过创新货币工具,进行购买或者提供额度等方式鼓励金融机构为小微企业提供资金帮助。

二是信用。笔者建议可借鉴自贸区保理机构与央行信用体系接入的经验,促进小微企业的信用体系建设,疏通地方小型金融机构和大型银行体系之间的数据孤岛,建立更为完善的小微企业信用评级系统,在鼓励小微企业提升信用水平的同时打消金融机构的后顾之忧。

同样,让企业能贷易贷,也需要从两个角度入手:一是资格,二是融资成本。从资格来看,目前小微企业贷款还是围绕抵押物开展,企业必须拿出固定资产用于抵押,银行对于抵押物处理仅是闲置,这就造成小微企业的资源浪费。应当尽快健全相应的征信体系,促进信用贷款的落实,用企业信用代替抵押物。融资成本方面,这当然还需要央行出手,用专项资金切实地进行精准滴灌。

当前正快速发展,渐趋向成熟的金融科技也可以发挥作用。

如前文提及的信用体系建设。可通过结合区块链和大数据技术,企业融资、经营、还款等行为都将留下痕迹,且不可篡改,贷款资金流向也变得全程可追溯,企业的信用评级指标可在数据支撑下完善。

其次是流程方面,可借助人工智能技术对小微企业进行画像,针对不同的财务状况提供差异性的贷款服务。一企一案是未来小微企业金融支持需要走的道路,金融科技则是其实现的重要基础。

最后是风险方面。任何一种创新性的工具都会带来不确定性,借助大数据、人工智能等技术实现实体经济的虚拟镜像,在类似监管沙盒的模型里模拟冲击并衡量相应的效果和影响,依此做好风控和应对预案,做到未雨绸缪,对小微企业提供金融支持的同时保证金融体系稳定。

对小微企业的金融扶持任重道远,未来还需从机构敢贷、企业能贷出发,借助金融科技优势,让普惠金融成为银行有利可图、有心可做,企业有信可押、有钱可贷的好事情。□

百岁封爵

7月17日,94岁的英国女王在温莎城堡亲自授予100岁二战老兵汤姆·摩尔爵士头衔。此前,汤姆·摩尔在自家花园里走了100圈,庆祝自己百岁生日,并为抗击新冠肺炎一线英国医护人员筹集了3200多万英镑的善款。



企业与其排队道歉 不如花心思做好质量

毕炯 财经专栏作家

受疫情影响,今年“3·15晚会”延期至7月16日播出。首个被曝光的问题是山东即墨海参养殖加工非法添加药物,还有汉堡王用过期面包做汉堡、旧袜子旧内衣当毛巾生产原料等问题。

当晚,涉事企业多数表示成立特别工作组调查并致歉。但也有涉事企业不以为然,如金浩阳纺织品有限公司工作人员回应称:“谁说我们毛巾检测不合格,有证据吗?”

“3·15晚会”成为公众和企业共同关注的焦点,很大程度上是央视具有的社会影响力。公众和企业则呈现不同心态。企业往往以危机公关的思维来考虑,一旦被家曝光,应当在多短时间内作出回应,采取什么样的措辞,是否配合相应整改行动。公众则希望看到被曝光的典型案件获得有关部门严肃查处,从而杜绝此类事件后续发生。

遗憾的是,“3·15晚会”显然无法承载如此高的社会期待。“3·15晚会”时时有

限,所能曝光的问题更多集中于各类问题的“点”而非“面”。

企业的危机公关更多是鸵鸟心态,尤其是近年企业之间异化为比速度的公关策略,正说明企业本身对存在的问题心知肚明,却试图通过成本最低的公关手段,予以化解媒体曝光和公众质疑。如此做法无助于解决企业在产品及服务层面存在的严重问题,甚至可能导致相关问题扩散放大,给消费者带来更为严重的后果。

“3·15晚会”如果仅限于企业与媒体、公众“斗智斗勇”,其错误认知始终无法矫正。公众需要的不是企业排队道歉,而是花点心思做好质量基础。尤其是知名食品企业暴露的过期食品、毛巾生产企业交付市场的不合格产品等,本应属于企业内部质量把控的基准线。连这一点都无法做到,恰恰反映其从上到下对于质量标准的轻慢,以及对消费者身心健康乃至生命安全的无视。

海恩法则指出:每一起严重事故的背后,必然有29次轻微事故和300起未遂先兆以及1000起事故隐患。换言之,任何事故都是可

预防和避免的,根子就出在企业管理者对大量隐患迹象的反应迟钝、处理不及时。

由此可以说,“3·15晚会”曝光的问题其实早已有之,如食品质量问题堪称老大难,多少知名企业曾登上“3·15晚会”曝光名单,然而类似案例并未转化为同业教训,又有新的食品品牌滑倒在同一块石头上。

道歉几乎成为企业的遮羞布,而非真心整改的起点。

如果企业管理者把心思放在“防记者防央视”,却没有将做好产品和服务质量放在企业日常管理首位,那么“3·15晚会”的舆论价值也就间接打了折扣。

当然,这也引出另一个问题,在目前消费者维权力量相对薄弱的情况下,如果企业自律程度偏低,政府职能部门如何进一步实现对各类侵犯消费者权益现象的常态化监管,包括从立法和执法方面持续加大企业的违法成本,尤其是在惩罚性赔偿等更能切实保障消费者权益的举措上加以改善,形成具有威慑力的法律红线,也让消费者获得与企业对等博弈的更多底气。□

赤字暴增复苏难期 加拿大进退两难

陶短房 财经专栏作家

当地时间7月9日,加拿大联邦财长莫纽(Bill Morneau)披露,预计2020—2021财年赤字将录得3432亿加元,预算收入预计不到2690亿元。

倘若莫纽不幸言中,2020—2021财年结束后,联邦债务将相当于年度GDP的49.1%,净债务将突破1万亿加元。

大凡良性财政无非“增收节支”的成果,恶性财政必然是反其道而行之。

联邦财政部曾给出乐观和不乐观的年度经济增长预测。前者为-9.6%,后者是-11.2%。新冠肺炎疫情肆虐,由此产生的应对措施对经济贸易活动构成极大障碍,加拿大各方已对本财年增收全然不抱希望。

节支更不能指望。除去和防疫直接有关的开支外,加拿大财政部预计,2020—2021财年政府将累计发放紧急工资补贴823亿加元,紧急救济金731亿加元,紧急商业账户支持213亿加元。

关键是,暂时看不到形势扭转希望。

持乐观态度的人士指出,近期加拿大进出口数据有很大改观。5月加拿大出口增长6.7%,创疫情开始以来最佳数据。其中能源、汽车零部件等出口增长在两位数以上。但这些人也承认,增长是脆弱的。目前加美边境仍关闭,加拿大能源出口本在价格和市场多样性方面毫无优势,疫情全球化后市场需求骤降,后果可想而知。

美国、巴西、印度这三个重启积极国家不约而同被二次疫情狂潮吞没,这迫使加拿大更加谨慎,也让其试图通过重要贸易伙伴的经济、商业和社会活动复苏实现经济快速反弹的期望趋于落空。

因疫情关系,加拿大联邦政府支出不少但少赚很多,但对各省转移支付不算丰厚。加拿大替代政策中心(CCAC)曾给出2738亿加元的2020—2021财年赤字预测,其中,家庭财政受益达2029亿加元,企业和商业单位受益371亿加元,地方所获联邦转移支付只有140亿加元。

如联邦保守党领袖谢尔(Andrew Scheer)所言,这种“重家庭及个人补贴、轻经济产业扶助”的联邦支出模式,客观助长奖懒罚勤、鼓励不工作不努力的风气。

加拿大各省执政党都不约而同地抱怨,“联邦财政支付转移太少”。不列颠哥伦比亚省省长贺谨(John Horgan)表示,尽管省预算赤字难免,但当前形势下各种额外支出不能停,含蓄表达了对联邦财政转移支付再接再厉的希望;在全加疫情最严重的魁北克省,联邦下议员泰瑞恩(Alain Thérien)直言不讳地表示,近年联邦政府财政转移支付苛刻,联邦财政转移支付在省预算中的占比,从几年前的近50%锐减至如今的20%。

增收难期、节支无望、左右夹攻、水火既济,加拿大联邦政府暨联邦财政部显得进退两难:二次疫情迫在眉睫,重启提速或开放尺度放大变得不现实,增加联邦补贴有“奖懒罚勤”之讥,“关水龙头”又恐引发社会骚动,各省又花样“哭穷”。倘趋势延续,联邦赤字和债务势必雪上加霜。

好在加拿大利率水平仍然偏低,实在不行只能寅吃卯粮,再多挂点账,先解燃眉之急。事实上莫纽也是如此暗示。但这样一来,联邦赤字和债务只恐还要继续加码。□

「国际」

「视觉」

「时评」

TOP-NEWS · 政经

22省份上半年投资转正 西部地区领跑

时代周报记者 陈泽秀 发自北京

在积极的财政政策支持 and 重大项目的牵引撬动下,今年上半年,投资降幅明显收窄,回升态势进一步显现。

时代周报记者查阅国家统计局数据发现,各地上半年固定资产投资数据已经公布。上半年,有22个省(区、市)固定资产投资增速实现正增长,比1-5月份增加8个;增速跑赢全国(-3.1%)的省份有26个。

在投资增速实现正增长的22个省份中,有6个省份实现5%以上的增长,分别是:新疆(28.6%)、西藏(18.5%)、山西(8.3%)、吉林(7.8%)、上海(6.7%)、江西(5.8%)。

疫情之下,以“5G”为代表的基建,成为各省份稳增长发力的重点之一。近一个月内,已有广州、重庆、成都、西安、常州等地酝酿和出台新基建发展行动计划和投资建设方案。

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:“发挥投资对稳增长的关键作用,其中政府注重的基建投资能在短期有效提振经济,同时可以避免陷入低效重复投资。”无论是从官方表态,还是市场预测来看,下半年投资发展态势强劲,有望充当经济复苏的主力。

“两新一重”成投资亮点

国家统计局数据显示,上半年,全国固定资产投资同比下降3.1%,增速较一季度回升了20.9个百分点。分地区看,上半年,西部和东北地区投资率先实现正增长,分别增长1.1%和0.4%;东部地区投资同比下降0.7%,比1-5月份收窄3.3个百分点,降幅收窄幅度最大;受投资增速垫底的湖北省(-56.2%)拖累,中部地区投资增速最低,为-11.9%。

值得注意的是,不少省份二季度项目加快赶工,以弥补一季度疫情带来的损失。例如,福建上半年1257个在建省重点项目累计完成投资2751亿

元,占年度计划的55%,比去年同期增加346亿元、增长14.4%。其中,6月份完成投资704亿元,比去年同月增长67.6%。

今年政府工作报告对扩大有效投资作出部署,明确提出重点支持“两新一重”(新型基础设施建设,新型城镇化建设,交通、水利等重大工程建设)。

刘向东认为,投资方向界定为“两新一重”,以期在扩大有效投资、开展补短板投资等方面取得积极成效,既利于提振当前经济,又惠及长远发展,优化经济结构。

一些地方在“两新一重”领域的投资增长较快。例如,上半年,湖南固定资产投资同比增长4.7%,比一季度回升8.7个百分点。其中,5G通信网络建设全面铺开,电信、广播电视和卫星传输服务业投资增长88.7%。

7月17日,国家发改委新闻发言人袁达在新闻发布会上表示,下一步,将聚焦国家重大战略、“两新一重”等关键环节和短板弱项领域,推进重大工程项目建设,合理扩大有效投资,进一步发挥好投资的关键作用。

投资渠道不断拓宽

各地投资增速回升的背后,巨额资金从何而来?一方面,积极的财政政策不断加码;另一方面,激发社会投资活力的举措陆续出台。

根据政府工作报告的安排,今年拟安排地方政府专项债券3.75万亿元,比去年增加1.6万亿元,提高专项债券可作项目资本金的比例,中央预算内投资安排6000亿元。

国家发改委7月17日称,截至目前中央预算内投资已下达超过90%,对补短板、稳投资发挥了积极的引导带动作用。财政部数据显示,截至7月14日,全国各地发行新增专项债券2.24万亿元,已支出1.9万亿元、占发行额的85%。

同时,有效调动社会资本积极性的举措正在发力。7月8日,国家发改



委发布《关于支持民营企业参与交通基础设施建设发展的实施意见》,提出合理设置资格条件,不得以任何形式对民营企业参与交通基础设施建设运营设置限制性门槛。

而对于当前投资过程中存在的难点,刘向东表示,主要难点是研判哪些项目是优质的有效投资项目,而且在项目融资过程中还需要清理一批不必要的审批规范等内容。

湖北省统计局副局长、中南财经政法大学财税学院教授叶青在接受时代周报记者采访时认为,应该从消费入手,增加低收入者的收入,提高他们的消费水平。“企业家看到消费市场的扩大,才会有信心去投资,中国的经济总量才会变大。”

需要指出的是,当前经济恢复呈现非均衡性,消费的恢复滞后于投资,财政政策更敏感的基建投资复苏更快,需求更敏感的制造业投资会相对滞后。

“目前各级政府愿意掏钱来做这些看得见的工程,比如新基建,对消费的重视不够,这次疫情对低收入者



投资方向界定为“两新一重”,以期在扩大有效投资、开展补短板投资等方面取得积极成效,既利于提振当前经济,又惠及长远发展,优化经济结构。

的补贴不够。各级政府应该把钱拿出来给低收入者用,这样既可以拉动消费,又可以保障穷人的收入和他们的生活基本的水平。”叶青说道。

继续保持回升势头

“投资先行指标的明显改善,预示着投资将有望继续保持回升的势头。”7月17日,国家统计局投资司司长彭永涛撰文表示,这些先行指标包括“上半年,新开工项目计划总投资增速进一步加快,同比增长13.5%,为近年来新高;投资到位资金由下降转为持平;上半年挖掘、铲土运输机械和混凝土机械产量同比高速增长,挖掘机销量持续走高”。

刘向东预计,下半年,随着国内疫情防控取得实质性进展,制造业和房地产投资会加速恢复,再加上已见起色的基建投资,整体投资走势会继续延续恢复增长态势,并对经济增长起到有力的支撑作用。

叶青则认为,今年下半年基础设施的投入会不断地加大,例如,南方洪灾过后,各级政府会加大对水利工程的投资;制造业投资受出口减少的影响,增速可能较慢;受疫情影响,消费者的购买能力下降,对买房子的积极性不是很高,房地产的投资可能会受到较大影响。

中金公司7月19日发布的研报给出了更详细的预测。该研报预计,未来几个月,地产投资增速可能处于7%-10%的区间,基建投资可能略高于10%,制造业投资可能由负转正,但正值幅度很小。整体看,下半年固定资产投资增速可能平均而言上升到5%-10%的区间,对经济有一定支撑。

从中长期来看,国务院发展研究中心发布的《中国经济增长十年展望(2019-2028)》认为,中国已经基本进入成熟的经济发展阶段,而投资占GDP的比重偏高,中长期看有进一步下行的趋势,预计今后十年中国投资增长速度在4.8%左右,低于GDP增速将是一个常态。□

外贸企业向内寻路 “出口转内销”再闯关

时代周报记者 杨佳欣 发自北京

年初的时候,李超(化名)并没有想到今年的外贸“寒冬”会这么长。

作为广州一家服装厂的外贸业务员,“90后”李超在半年时间内接连经历了工人无法返岗、原材料供应商无法供货、国外订单延期交付、海外市场需求锐减等重重考验。

“好几个去年就谈好的订单都取消了,一些老客户现在也不下订单了。”面对迟迟未见好转的外贸环境,李超显得有些焦虑,“目前的海外订单恢复不到三成。”

不过,部分外贸公司已经逐步回归正轨。广东一家五金行业外贸公司负责人对时代周报记者称:“二季度之后,公司的外贸出口业务基本都已经恢复了。”

从宏观数据来看,上半年中国外贸终究是“有惊无险”。

海关总署最新数据显示,今年上半年,我国货物贸易进出口总值14.24万亿元人民币,同比下降3.2%。“上半年降幅较一季度明显收窄了3.3个百分点,6月份当月进出口实现年内首次双双正增长。”海关总署新闻发言人李魁文对此评价是,上半年中国外贸进出口情况是“好于预期”。

在超出市场预期外的“半年报”数据背后,无数外贸企业在全世界疫情风暴下“艰难求生”。除了分散风险开拓多领域出口市场外,多家受访外贸企业告诉时代周报记者,探索出口转内销已是不少外贸企业正在面临的新命题。多地税务部门数据也显示,外贸企业出口转内销业务也在加速。

广东省税务局税收数据显示,今年1-5月,广东地区出口企业内销经过3个月低迷后在4月突破去年水平,5月内销金额与4月基本持平。宁波市税

务局数据显示,近期,17.6%的外贸企业增值税开票数量同比增加,其中有27.7%的生产型出口企业内销业务的比例上升。

“出口、内销业务并进,将成为未来一段时期内外贸企业发展的趋势,而不是应急举措。”商务部研究院市场研究所副所长白明表示,外贸企业应该形成“1+n”的战略定位——瞄准国内市场,布局多个海外市场,以此分散风险。

成自救必修课

在当前特殊的外贸背景下,一个颇有年代感的词汇——“出口转内销”重新回归到人们的视野中。

“2008年金融危机的时候,许多外贸企业也通过内销弥补外需不足带来的损失,出口转内销成为当时的热词。”商务部流通产业促进中心处长陈丽芬向时代周报记者指出。

不过,随着后来外贸环境的好转,出口转内销的热度也就很快消减下来。如今,10多年过后,越来越多的外贸企业又开始将目光投向国内。商务部5月份公布的统计数据,目前已经有超过10万家外贸企业正在努力将出口商品转为国内销售。

“身边的同行很多都开始做出口转内销了,今年尤其多,很多完全没有内销经验的企业都开始做了。”义乌市艾瑞丝化妆品有限公司负责人谢先生7月19日告诉时代周报记者,自今年3月以来,企业的内销业务比之前多出了两到三成,“原先是七八成的外贸业务,二三成的内销业务,现在差不多是5比5的比例了。”

在业内看来,本次疫情对我国外贸的影响,已不是短期针对一时一域的冲击。二季度外贸数据虽有小幅回升,但李魁文在谈到下半年外贸走势时坦言,当前疫情仍在全球蔓延,世

界经济严重衰退,国际贸易和投资大幅萎缩,“外贸发展面临的不确定、不稳定因素明显增多,叠加中美经贸摩擦的影响,下半年进出口形势依然复杂严峻”。

国际货币基金组织最新预测显示,今年世界经济将下降4.9%;联合国贸发会议预计全球贸易将下降20%;世界贸易组织更是预计全球货物贸易将下降最高可达32%。

这些数字意味着,在当前疫情仍在全球范围内蔓延的背景下,我国外贸企业部分业务转向国内市场,已经从过去的“尝试”成为一种“自救”的选择,而未来一段时间内,出口与内销“两条腿”走路,将成为更多外贸出口企业的生存必修课。

“未来恐怕会越来越难,国内制造业成本上升、国家间贸易摩擦带来的交易费用上升,国内制造业的优势越来越少,产业转移越来越多。”广东金辉刀剪股份有限公司的敖小姐坦言,疫情只是导火索,目前国内经济非常稳健,而且国内市场还未被完全开发,具有非常强大的潜力,“公司的内销业务不会停止。”

转内销的三道坎

转向国内市场并非易事,对于一直以来都是订单式生产的外贸企业来说,转入内销后,库存处理经验、转换标准、渠道建设等都是难点。

“内销上的库存压力还是比较大的,相比之下,外贸的库存管理要比较轻松。”谢先生介绍,之前外贸订单都是先来订单,再购买原材料进行生产,而内销由于国内市场的交货周期很短,以及出货量等原因,则需要一定的合理库存保障。

时代周报记者采访多位外贸企业主发现,此前外贸订单起订量大多是1000单,多者可达到5000单起订,

但转内销之后,订单多是50-100单的规模。

“我们做改装的业务,更新换代是比较快的,如果库存压手里,资金流动上就会有问题,很容易就压死了。”谢先生说。

而除了国内外销售,在库存方面的处理差异外,皮鞋制造企业德赛集团有限公司的夏先生则对国内外市场对产品标准的要求不一而深有感触。

“国内外对鞋子尺码的标注方式不一,国内是女鞋尺码是35、36,男鞋是40、41等,而国外标准则是6码、7码这样标注,这就要求我们每款鞋在推荐给国内消费者时都要注明换算表,告诉消费者,国外的码数对应国内的尺码具体是多少。”夏先生说。

更值得关注的是,外贸企业缺乏对接国内市场的流通渠道。

对此,李超坦言:“转战国内市场不是容易事,长期不经营内贸市场,客源基础薄弱,找客户就像‘大海捞针’,我要去全国各地找代理商们还有经销商们,就算找到了,他们对我们品牌的认知度也远不及一直就在国内市场营销的企业们。”

敖小姐也表示,内外销业务在经营模式、核心竞争力等方面都不同。外贸的核心是生产,面对的客户是专业组织,依托的是成本控制和规模效应。内销,面对的客户是个人消费者,依托的是品牌运营。“以往外贸生意相对简单,来了订单就生产,但是国内销售是完全不同的玩法。”

向线上寻求突破口

“这10多年来,出口转内销并非一条坦途。”在陈丽芬看来,此时和彼时不同的是,电商发展迅猛,外贸企业依托电商平台,在出口转内销的路上会走得更快、更顺一些。

为了支持适销对路的出口产品

开拓国内市场,国务院办公厅近日印发的《关于支持出口产品转内销的实施意见》提出,鼓励外贸企业对接电商平台,依托各类网上购物节,设置外贸产品专区。

目前,阿里巴巴1688推出“春雷计划”,计划年内帮助50万家外贸企业实现2000亿元内贸线上批发交易。此外,京东也推出“新品计划”帮助外贸企业渡难关,拼多多在多地开展专项培训会等,在国际贸易、线下零售均尚未完全恢复的情况下,线上已经成为国内企业进行出口转内销工作的重要方式。

对此,白明解释称,此前外贸企业主要是与批发商联系,不擅长直接触达广大C端客户,对下沉市场不够了解是外贸企业的“通病”,“临时搭建销售渠道,成本较高,速度也慢,应该多关注电子商务等渠道,通过线上开拓渠道”。

陈丽芬也指出,电商平台掌握了大量需求侧信息,这既是单个企业市场调研无法比拟的,也是传统制造商难以充分解读与应用的。“电商提供消费大数据,也在延伸外贸工厂研发设计的环节。”

此外,为推动外贸企业出口转内销工作的顺利进行,多地政府都已出台了相关的支持政策,主要集中在税收、信贷以及搭建转内销平台等方面。

“出口转内销对外贸企业来说是一次机遇,可促进企业拓展国内的销售渠道,而不是简单地清理库存。当前,完善内销环境还需要在内外标准对接等多个方面进行探索。”白明说。

对于政策支持方面,白明强调:“在落地和引导方面,有关部门应注意,出口转内销会造成国内市场竞争格局产生一定变化,应避免双方过分挤压对方市场,引导内外销企业的错位竞争。”□

TOP-NEWS · 政经

多地加码楼市调控 深圳限购令下豪宅猛降百万

时代周报记者 刘帅 发自北京

7月楼市却有一丝早秋的凉意。7月15日，深圳推出八条重磅楼市调控措施，政策内容直指“炒房客”。政策内容指出，要通过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手段对楼市进行调控，支持合理自住需求的同时遏制投机炒房，实现稳地价、稳房价、稳预期目标。

政策一出台，市场迅速反应。不少二手房挂牌价骤降，降价房源更多分布在南山、宝安等此前较为火热的西部区域。据诸葛找房24小时降价房源显示，截至目前，深圳二手房挂牌价降价的房源达220套，降价幅度从1万元到520万元不等，龙华区一些豪宅普遍降价百万以上。

在业内看来，深圳楼市调控政策具有信号意义，或将为楼市本轮升温画上休止符。

“深圳此类做法，至少说明今年的政策风向。”7月16日，易居研究院智库中心研究总监严跃进在接受时代周报记者采访时认为，部分城市房价上涨过快，违背了“房住不炒”的政策导向。通过此类政策出台，目的就是要进一步促进市场的稳定，防范市场炒作。后续其他房价不稳定、房价上涨过快的城市，也依然会有政策出台。

楼市出现“V”型反弹

“张姐，现在正是看房的好时机，最近房价变化很快，能定咱们就赶紧定下来。”家住北京的张女士最近经常接到房产中介电话。2019年，伴随着第二个孩子的降临，扩大生活空间成了张女士家亟待解决的问题，从2019年底开始，张女士便在四处看房。

2020年伊始，疫情突发使得房地产市场受到影响。但伴随着复工复产的开展，加之住房需求得到进一步释放，各项指标开始“触底”回升。

“3月底我们在燕郊看到了心仪

的房源，但是4月初的时候中介告诉我们，那套房屋整体价格上涨了12万元。而且不只是我们看中的房子在涨，是普涨。”张女士感到无奈。

市场的走热，从国家统计局发布的“全国商品房销售面积及销售额增速”数据走势图上看更为直观：从去年1-12月数据到今年1-6月数据，一个大大的“V”型反弹，生动佐证着上半年房地产市场复苏进程的加快。

7月16日，国家统计局城市司首席统计师孔鹏介绍，2020年6月份，面对复工复产复市复市继续推进，住房需求持续释放，70个大中城市房地产市场运行总体平稳，价格微涨。

孔鹏介绍，6月份一线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格同比分别上涨3.3%和5.2%，二线城市新建商品住宅销售价格同比上涨5.3%，二手住宅销售价格同比上涨2.0%，三线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格同比分别上涨4.6%和2.0%。

谁在助力楼市回暖

楼市快速反弹，得益于多方市场的发力。

7月19日，某头部房企相关负责人告诉时代周报记者：“一季度受疫情

影响，大部分房企销售情况亮红灯，第二季度复工复产，大家都在抢抓市场，快速回笼资金填补一季度销售缺口。”

中指院数据显示，今年上半年，TOP100房企销售额均值为512.1亿元，其中销售额破千亿元房企有13家，碧桂园、恒大、万科，销售额均突破3000亿元；从业绩目标看，上半年房企业绩完成率四成，其中佳兆业、恒大、金茂3家企业销售目标完成率超50%。

与销售额同步上升的，是各大房企的推盘力度。克而瑞研究中心指出，2020年上半年，14个重点城市住宅类项目共计开盘1361次，推出房源近24万套。其中，一线城市广州开盘量较多，共计开盘61次；二线城市中，杭州、长沙和重庆开盘次数较多，分别为338次、219次和150次。

伴随疫情负面影响的降低，被压抑的购房需求也在二季度逐步释放。

58安居客房产研究院统计数据显示，3-6月份新房访问热度明显回升：上半年新房访问热度同比上涨6.3%。环京城市的找房热度同比上涨11.5%；环广深地区中，佛山新房找房热度排名第二，同比去年上涨5.7%；环沪地区中，上海新房找房热度较为稳定，同比去年上涨1.9%；常州、绍兴

新房找房热度上涨超15%。

“家里多了个孩子，房子一定要换面积大点的，现在不买就真的错过这一次机会了吧？”张女士很苦恼。

楼市维稳主基调不变

7月15日，深圳出台的政策特别画出“750万元”的豪宅红线以及提高首付比例等多项措施，被业内人士称之为“史上最严”。

诸葛找房数据研究中心高级分析师王小婧向时代周报记者表示，深圳调控收紧是市场过热的必然结果，房地产调控的关键词仍是“房住不炒、因城施策”。

深圳楼市的“忽冷忽热”也从侧面表明楼市维稳主基调不变。

事实上，加码调控，深圳并非先例。7月以来，多个城市陆续发布政策给楼市降温。例如，杭州发布新政，人才优先购房限售5年，摇号加大倾斜“无房家庭”；东莞则规定房价限涨幅、限精装修造价上限等。宁波也将限购区域范围扩大至“市五区”。

按照上海易居房地产研究院的统计，今年6月，70个大中城市中，有12个城市的二手房价格涨幅超过“合理区间”（0.2%-0.6%）。其中，深圳、无锡、西宁、银川、宁波五城因价格涨幅超过1.0%，位于“过热区”。值得一提的是，宁波、深圳已经先后颁布调控政策。

在中国人民大学国家发展与战略研究院高级研究员、住建部政策研究中心原主任秦虹看来，中国房地产市场行业将在较长时间内呈现“市场超级分化与政策坚定调控”并存的特征。中原地产研究中心统计数据显示，今年上半年，房地产调控政策累计达到304次，较去去年同期的251次，同比上涨21%。面对疫情带来的突发影响，上半年的调控政策基本内容是宽松土地出让金、加快预售，这些政策带动了楼市的热度。不过，下半场的哨声刚刚吹响，多城市已经开始加大房地产市场调控加码，楼市的浓浓暖意似乎正在消退。



520

万

➤

304

次

➤

你好，影院

上接P1

条件众多，但依然挡不住电影人的兴奋。《我不是药神》的导演文牧野形容，“饭都更香了”。

7月17日下午5:40，成都和平电影院售出全国第一张电影票。19日下午4点左右，番禺万达影城售出复工后的第一张电影票。20日上午，当日唯一场次全部售罄。

时代周报记者检索网络售票平台发现，7月20日当天上映新片的电影院屈指可数。新片《第一次的离别》《璀璨薪火》，只在CGV影城（永旺店）和平安大戏院有排片。其他大部分电影院，上映的是《误杀》《寻梦环游记》《战狼2》等热门老电影。

复工放映的第一部电影，番禺万达影城选择了《柔情史》，售价6元。这在官方推出的“5元观影”活动之列，其余还包括《照相师》《过昭关》《英雄魂》等13部影片。放映这些电影，片方不参与分账，猫眼电影、淘票票等平台还会给电影院额外的线上补贴。

《柔情史》还剩半小时开场，19岁的崔瀚文站在空无一人的万达影城柜台前，知道今天的票是买不到了。他在广州一家工厂做流水线工人，特意向老板请了一天假，“就想来见证一下”。崔瀚文是个影迷，即便是《柔情史》这样小众的文艺片，相关信息仍然信手拈来。

这半年来，崔瀚文湖南老家的电影院一个接一个地倒闭。6天前听到复工消息后，他很兴奋地在豆瓣主页上写了一句：我在广州，是不是可以见证第一批电影复工？崔瀚文随身的背包里装着一本安德烈·马尔罗的《人

的境遇》。他说，这是一部姜炜正在筹备的电影原型著作，“很难买，找了很久才找到”。

崔瀚文正在努力攒钱。他说自己打工收入不高，除去看电影、买书籍，准备花五年的时间攒齐学费，考上北京电影学院导演系。

艰难重启

听到影院复工消息时，林扬正顶着烈日在小区安装口罩自动售卖机。

去年9月，林扬和4位股东合伙在四川某乡镇开了家影院，结果年底遇上疫情，只得靠打零工维持生活。7月16日这天，他按往常时间下班，只是走前告诉老板：我辞职了。

林扬没有回家，他直奔自己的电影院，一口气把门口贴着的停业公告铲了个干净。

王一帆则激动到忘了吃晚饭。

7月16日收到复工公告后，广东佛山某连锁电影院经理王一帆立刻告知8位工作人员，晚饭后去影院开会讨论复工事宜。“大伙很兴奋，我五点半打来的电话，6点10分大家都回来了。”

会一开，王一帆激动不起来了。他所在的影院共五个影厅533个座位，近半年一直处于停业状态，“靠我们现在的8个人，搞卫生就要搞3天，再加上设备维护和调试，这几天都要加班”。

开会的原本应该是30人，疫情至今，只留下8人在岗。王一帆很快意识到，人手不够是他面临的最大的难题。账是这么算的：售票处及食品销售窗口暂停，能省下5-6个人手，排片时间减半，也能够省下放映员的人手安排。但更加严格的卫生要求，导致保洁人员的素质要求和工作强度明显加大。

“复工的人员缺口，起码有5-6个人。”

铲干净停业公告的林扬坐进自己的电影院，心情也渐渐从激动转为低落。

停业时，他每隔2-3天就去一趟影院做保养。偌大的影厅里，经常只有他一人坐着发呆，那时候想的是什么时候复工，现在想的是怎么应付支出。“只要一复工，各种费用马上就来了，还不知道会是什么情况。”停业期间，林扬的电影院累计欠下房租近18万元，水电费6000元，还有部分员工的工资尚未结清。

“停业期间，我连做梦都是影院重新开张，但真到了这一天，压力反而大起来了。”佛山一家私人电影院老板于金平说。

7月17日，于金平的电影院已经完成隔离座位的相关安排。但坐在空无一人的放映厅里，他仍在考虑是否要重新开业。

由于启动条件相对苛刻，一些电影院面临亏损风险。“虽说复映影片的票房大部分给了影院，片方分账的比例有限，但复映影片的票价可能只有10元左右，不可能达到正常30多元的票价。”在于金平看来，小型私人影院本身的生存空间就比连锁影院小，再加上停业半年的资金压力，“这样的票房流水，对应只能开一半的场次和30%的上座率，可能只够覆盖我的水电铺租成本。”

复工前，于金平每个月的亏损主要来自租金水电以及设备的维护成本，“员工基本上都已经辞退了，就靠家里人帮忙给设备充一下电，我自己每天都回来这里搞一下卫生，基本上没有什么人力成本支出”。

如果影院重启，于金平至少需要聘请10名员工，意味着每月支出要增加5万-6万元。“原来每个月可能亏个3万-4万元，复工后倒要亏个5万-6万元了。”

7月20日这天，于金平的影院没有开张。

电影是什么？

“我们被疫情压抑得太久。来看电影，是想证明我们回到了正常的生活。”金睿天甲影业副董事长莫争如此总结影院复工的第一天。

“艰难对行业来说是共同的艰难，没有人可以置身事外。”毒舌电影联合创始人兼主编陈植雄反问，“这次停摆让每个电影人反思，电影对你来说究竟是什么？”

电影究竟是什么？

电影是罗罔极重启人生的支点。2018年，因为一篇《邪不压正》的影评，他被邀请进姜文的饭局。在朋友圈里，他记录了姜文给自己抬轮椅的细节。电影为罗罔极取得了世俗意义上的成功：他成立了工作室，买了新房，甚至开始征婚。

对罗罔极和东仔来说，电影记录人生也改变人生；对林扬、王一帆和于金平来说，电影是一份安身立命的事业；而对于一个时代来说，电影是人类共同的回忆。

2020年前三个月，全国注销的影院类企业共2000余家；但另一方面，4-6月，全国新注册的影视公司同样打破历史纪录。

截至7月15日，天眼查显示，我国今年上半年新增企业名称或者经营范围含“影院、剧院、剧场、电影放映、

演出”的企业超过4.7万家，其中4月和5月新增相关企业数量均过万家。

作为老电影人，中国电影评论学会副会长、广东省电影行业协会荣誉会长赵军见证了中国电影业40年间的成长。

赵军指出，其实早在疫情前，电影市场就已出现单张银幕、单家影院收入下降的趋势，暴露出电影院创新能力不足的问题。他认为，复工后，中国影院的发展方向将出现分化：“一些往社交型影城方向发展，出现‘生活馆’模式，开展各种流量导入；另外一些影院在竞争中越来越窘迫，慢慢走向衰退。”

资本对复工后的影业前景仍然颇为看好。《中原证券》近日的分析报告指出，复工前期受观众情绪、上座率、消杀成本等诸多不确定因素影响，影院需要一定时间方能恢复到正常的经营状态；但随着复工的持续推进，观众、影视公司对行业恢复信心，国内电影市场预计会呈现反弹趋势。

广州冠京影视项目总监邓翔升则认为，电影从没离开过。“疫情期间，很多普通人拍摄、剪辑并得到自发传播的纪录片、小视频，这些算不算电影？电影一直在用自己的方式陪伴着我们。”

截至7月20日晚11点，全国影院总出票15.2万张，票房共计351.1万元，其中，新片《第一次的离别》的综合票房就占了144.62万。当日总体场均人次大概在20人左右，上座率不足20%。

人类穷毕生之力，轻叩那个梦幻世界的门扉。

（实习记者郭瑞娟对此文亦有贡献，文中林扬为化名）

社科院汤铎铎：经济持续弱复苏 宏观调控以稳为主

时代周报记者 谢江珊 发自上海

3.2%。在一季度负增长6.8%之后，中国经济二季度增速跃升10个百分点，实现由负转正。

“上半年取得这样的成绩实属不易，这意味着在防控疫情和重启经济之间取得了很好的平衡，没有过度防控；重启经济的时候也很小心，依然重视疫情防控。”中国社会科学院经济研究所宏观经济研究室副主任汤铎铎在接受时代周报记者专访时，如此评价我国上半年经济表现。

在汤铎铎看来，在这次新冠肺炎疫情中，与全球其他国家相比，中国的企业和居民充分体现了较高的能力和素质，但二季度经济数据背后，仍然反映出我国经济存在不少问题，如失业率高、需求不足、部分经济指标的改善速度显著放缓等。“我国经济正处于内生性下行的阶段，目前经济复苏虽然超出预期，但仍然较弱，上半年经济增速依然是负增长。这种弱复苏可能还会持续一个季度。”

基建和房地产投资还有增长空间

时代周报：二季度GDP增长3.2%，超过市场预期。哪些因素支撑了二季度经济增速的回升？

汤铎铎：主要是四个方面：第一，我国有效地防控了疫情，否则什么发展都谈不上。第二，高科技手段为经济重启提供了多种方式和渠道，电子商务、远程办公、在线教育等新产业新业态新模式发挥了特别重要的作用。

第三，投资带动，特别是高科技和新业态的投资动能非常强。除此之外，跟疫情直接相关的医药、基建特别是新基建等领域的投资较强。

第四，金融和房地产的有效支撑。疫情对金融业的影响并不大，一、二季度金融业都是一枝独秀。上半年房地产开发投资增长1.9%，增速明显快于全国固定资产投资（同比下降3.1%）。

时代周报：上半年，基础设施投资降幅比一季度分别收窄17.0个百分点，成为二季度GDP快速反弹的驱动因素之一。基建投资增速回升的原因是什么？

汤铎铎：房地产和基建的可控性较好，是保证经济稳增长的基本手段。上半年经济形势严峻，房地产和基建的增速上来后，能够稍微松一口气。

我国从2015年开始去杠杆，治理地方融资平台、规范地方债，随后基建增速开始下降。基建是地方政府驱动的，这也是地方保就业保增长的基本手段之一。

时代周报：下半年，地产和基建投资恢复是否具有可持续性？

汤铎铎：我认为，下半年，基建和房地产投资还有增长空间。上半年房地产开发投资增长1.9%，并没有达到近几年10%的正常水平。

基建是下半年一个较大看点，未来基建的长期水平大概是多少，下半年可以观察到。近些年，基建的平均增速在3%-4%之间，处于低点。基建现在是负增长，下半年地方政府陆续开工，基建水平能否达到3%-4%？是会更低一点，还是会升至4%以上？这在政策上是有空间的。

宏观调控可能会“收紧一点”

时代周报：在中国经济半年报公布前夕，李克强总理主持召开经济形势专家和企业家座谈会明确表示：做好继续打硬仗的准备。下半年，中国经济面临的挑战主要有哪些？

汤铎铎：下半年中国经济面临的挑战有三：

一是金融风险。二季度经济能快速复苏甚至超预期，房地产和基建发挥很重要的作用。不过，房地产和基建投资都是以大量贷款、债务和金融业服务为后盾的。房地产和基建增速上来后，一方面拉动了增长，但债务水平也必然上升。最近我国的债务水平已经较高，即整个宏观经济的杠杆率较高。当债务增速快于经济增速时，要警惕金融风险。下半年，我国的宏观调控



要在稳增长和防风险之间取得平衡。

二是外部风险。最近中美之间频频博弈，双方关系基本上降到低点。美国频频出招，提出很多制裁和限制。下半年，中美关系是一个特别重要的变量，而且风险很大。美国大选在即，大选之前美国会不会使出额外的、更加激烈的手段？这是一个关键点，将对我国经济增长造成较大影响。此外，目前全球经济环境特别糟糕，虽然我国在二季度开始恢复，但很多国家都还没从疫情中走出来，下半年，地缘政治等各种风险难以预料。

三是疫情本身。北京疫情刚恢复平稳，新疆又出现多个本土病例。不论是政府、企业还是居民，大家的心里还是不踏实。如果疫情能得到较好控制，将会为我国下半年经济增长带来更好的保证。

时代周报：平衡稳增长和防风险的关键点是什么？

汤铎铎：我认为上半年的平衡做得比较好，没有不惜一切代价去保增长，而把金融风险抛到脑后。我国上半年的政策，横向和纵向比都是相对温和、克制的，这关系到宏观调控的折中，往哪边偏得太多，未来都是问题。

这也是长期和短期的平衡问题，今年用更大力度得到更大复苏，但未来若干年都要为积累的债务和金融风险头疼，进而降低未来经济增长的幅度。

下半年，宏观调控可能会往防风险方面偏一点，稍微收紧一点。目前我国疫情基本得到有效控制，可能不会再出现一二月份那种极端情况。二季度经济恢复增长，尤其是生产端已经得到基本恢复。

消费复苏偏弱

时代周报：从上半年消费和投资数据来看，供给侧复苏明显快于需求侧，如何缩小日益扩大的供需缺口？

汤铎铎：需求不足，就是消费没有恢复，人员流动和聚集这两个非常重要的因素没有完全恢复。出差、旅行，大量聚集的活动，比如看电影、聚餐、住宿等，全都受到限制。现在可以堂食，但目前吃饭聚餐也只恢复两三成，与以前的平均数相差太远。

下半年如何快速缩小供需缺口，主要还是看疫情控制。能做的我们都已经做了，企业供给侧问题不大，能开工的都开工了。

如果下半年疫情控制得好，人员流动和聚集基本恢复，消费将会成为拉动经济增长的一个较大支撑。但是我认为，下半年的消费复苏可能不会很强劲。疫情或许已经造成一种习惯，

这种习惯是否会带来一个永久性的影响？比如以前大家一周出去吃三四顿饭，现在可能减少到一两顿，整个消费习惯发生变化。当然，其他新的消费模式也可能慢慢发展起来。

时代周报：在提升需求上，政策上还有可以发力的空间吗？

汤铎铎：现在还没有到宏观政策调整的窗口期。

按照目前态势，我认为财政政策的基调已经确定，除了局部微调，年内大调整的余地不大。相对而言，货币政策的变数大一些。但从目前来看，没有出现太大的紧缩或者继续放松的信号，应该还是以稳定为主。

第一，跟历史上比，上半年的政策并没有特别发力，相对温和。以2008年金融危机为例，当时特别高调地宣传4万亿元，当然这个体量也确实比较大，无论是财政还是货币刺激力度都很强。虽然这次疫情造成经济下降幅度超过2008年，并出现大的负增长，但我国并没有像当年那样采取特别极端的刺激措施。因为我们已经看到，我国经济的风险点很大，尤其是前面强调的金融风险，如果再采取极端刺激政策，可能后续很难收拾，也会给未来几年的发展带来很大的负担；第二，纵向跟欧洲、日本和美国相比，我国的刺激力度也是相对温和的。

所以，除非发生特别极端的情况，否则下半年的宏观政策不会再加码，应该跟上半年力度差不多，保持稳定。大家也在讨论，下半年，应对疫情的超常规宏观政策会不会稍微有一些退出？货币政策会不会稍微收紧一点？我认为不太具备这个条件。现在复苏相对较弱，上半年整体为负增长，没必要着急下判断，需要观察三、四季度的数据和全球情况。

特别国债发行机制待优化

时代周报：近日，人社部联合市场监管总局、国家统计局发布9个新职业。要完成新增就业900万人，调查失业率6%左右这一就业目标，是否存在一定难度？

汤铎铎：就业确实是一个巨大挑战，经济出现负增长，就意味着一些人没有进入整个生产过程中来，有较大的失业比例。

在疫情冲击下，有一个显著特点：低收入低学历人群最脆弱，最容易受到冲击，最不好找工作。这些人越找不着工作，越会给社会稳定和疫情防控带来很大挑战。下半年，对这些人要给予额外关注，行政救助等手段应该继续保持下去。地方基层政府的工作可能还要做得再细致一些，花更大的力气，

这也是下半年政府工作的重点之一。

除非出现大的变动，从目前整个宏观面的态势来看，能够完成新增就业900万、调查失业率6%左右的目标。

时代周报：就业救助政策应如何发力？

汤铎铎：在行政救助上，比如1万亿元抗疫特别国债的发行机制，我认为还有待提高。这是一个财政手段，国开行从搞产业的口出去，效果可能不太好，应该放一部分从财政的口出去，让地方政府去做，才是更好的渠道。因为地方政府的信息了解程度和执行力，要比从银行口和产业口出去更容易发挥作用，可控性也更强。

最终，钱下达之后，地方政府具体怎么花，是不是能花好，这是另外一个问题，需要熟悉地方政府运作的人专门研究。当然还要对地方政府提出要求、实施监督，督促他们把钱花好。

时代周报：如何缓解具体的就业困境？

汤铎铎：就业和经济增长之间是密切联系的，如果经济增长上去了，就业率自然就会上去。就业困境，可以通过投资来解决，所以下半年的投资很关键。

在疫情期间，我国就业没有出现太大问题，很重要的一个原因是电子商务的发展，外卖小哥和相应环节的服务人员，通过这一渠道获得了工作机会。通过新技术新业态新模式让更多的人就业，未来还有增长空间。

全年GDP增速有望达3%

时代周报：下半年承接、拉动中国经济的关键领域是什么？

汤铎铎：拉动经济的三驾马车是投资、消费和出口，下半年主要还是靠投资，消费和出口的可控性都较差，完全依赖外部因素。

投资要出现亮点，首先，房地产和基建要稳住基本增速，这是我国经济增长的基本盘。

此外，还要靠高技术包括新基建等领域的投资，提振士气；相比之下，消费的可控性较差，不能强迫居民消费；出口困难也较多，外部环境不是特别好，下半年的增长空间不大。

时代周报：今年的经济发展会出现前低后高的态势吗？

汤铎铎：总体偏乐观。从二季度情况来看，疫情控制比以前预计的要好很多。现在主要看国外疫情，目前欧洲已经控制住，关键是美国、巴西、印度能否控制住，这个变量很重要。

实际上，我国二季度经济增速并不算太高，虽然超出预期，但上半年还是负增长。全年来看，下半年的风险还是比较大的。

时代周报：你预测三、四季度和全年的GDP增速是多少？2020年全年经济增速有望恢复到疫情前的增长水平吗？

汤铎铎：首先，政府工作报告没有提具体的经济增长目标，是可以理解的。因为这个目标确实很难定。假设今年定的数和往年一样，6%或者5.5%，今年肯定达不到，或者说很难达到。尤其全国两会时形势尚未明朗化，更不可能定高。但如果定低了，又不知道定在哪，4%或3%甚至2%，恐怕会有一个政策的宣示效应。大家很容易出现惯性思维，进而造成负面影响；以前是6%或5%，现在定2%或3%，今年我们是不是可以歇一歇了？

IMF预测2020年中国GDP增长1%，这是一个稍低的数，我认为全年有望实现3%的增速。关于经济三、四季度的增速，具体的数不太好测算。如果维持当前的状态，没有出现大的冲击，后两个季度经济增长向好，应该会达到3%甚至更高。如果后两个季度增长不太好，可能会稍微差一点，但基本上能维持正增长，最低也就是落到IMF预测的1%。

指望今年经济增速恢复到疫情之前5.5%或6%的水平，基本上没有希望。一季度的坑太大了，今年填不了了。报复性或者说恢复性的增长，得到明年。IMF最新预测，2021年中国经济将实现8.2%的高增长。□



汤铎铎

经济学博士，中国社会科学院经济研究所副研究员、宏观室副主任，国家金融与发展实验室高级研究员，美国斯坦福大学访问学者。在《经济研究》《世界经济》等刊物发表学术论文数十篇，出版多部专著、译著。参与研究的“国家资产负债表”项目，相关成果获得2014年度孙冶方金融创新奖、第五届“中国软科学奖优秀成果奖”和“2015第一财经年度金融书籍奖”等奖项。

湛江出圈：隐秘的角落要做广东的副中心城市

时代周报记者 刘文杰 发自湛江

若不是《隐秘的角落》弹幕提示“不能错过片尾曲”，湛江未必能“出圈”。

当剧迷还沉浸在片尾曲《小白船》，字幕揭开了拍摄地的彩蛋：广东湛江。百度搜索指数显示，6月27日“湛江”搜索量达到近半年的小高峰值。这天，是《隐秘的角落》大结局播出后第一个周末。

一部剧带火一座城。

携程数据显示，7月1—10日湛江搜索量环比增长30%以上。“自从剧播出后，每天营业额增长50%以上。”取景地之一的榕树湾美食坊老板感受到这番火热。

事实上，这座被定位为广东省域副中心城市的城市，去年GDP达3064亿元，尽管不是尖子生，但手握巴斯夫、中科炼化、宝钢三大重工业项目，坐稳粤西龙头地位。

在搜索引擎输入“广东 湛江”，出现的是“湛江是穷是富”“为什么广东要发展湛江”“湛江是几线城市”等问题。曾有网友评选“中国三十个失落的城市”，湛江就位列其中。

湛江，这次真的要“出圈”了吗？

起点颇高：北有青岛，南有湛江

湛江，其实有过高光时刻。

1960年2月，时任国务院副总理的邓小平到湛江视察，看过霞山与赤坎的城区和郊区风光后，他称赞：“湛江真好，卫生好、绿化好、风光好，完全可以和青岛媲美，真是‘北有青岛，南有湛江’啊！”

“北有青岛，南有湛江”的美誉，成为这两座港口城市的高光时刻。

7月17日，广东海洋大学副校长、广东沿海经济带发展研究院执行院长宁凌对时代周报记者说，这句话包含对湛江成为重要南方港口城市的期许。“当时来看，至少青岛和湛江在起跑线上差得不远。”

湛江的起点颇高。

位于粤桂琼三省交汇处的湛江，是西南通往国外的主要出海口。海岸线长达2043公里，为中国海岸线最长的城市之一。

坐拥独特的地理位置，湛江自然是有发展先机的。汉代时期，湛江徐闻曾为海上丝绸之路的始发港，为海陆大宗商货的集散地。大量中国丝绸经由这里出口至各国，国外奇珍异宝也从这里进入中国。“欲拔贫，诣徐闻”是当年真实的写照。

湛江还被赋予重要的战略定位。“抗战时期，中国其他通商口岸被封，要跟外部取得联系就得借助湛江口岸。”7月17日，湛江市委党校经济教研室主任陈红文告诉时代周报记者，当时很多战略物资就是通过湛江运输。

彼时的湛江，算得上是中国与世界建立联系的重要通道。

国内首个自行设计建设的现代化深水良港因此落在这里。因其港域阔、航道深、屏障优、腹地宽广；湛江港肩负起粤西与西南各省出口货物的重任，成为我国大陆通往欧洲、非洲、大洋洲和东南亚各国航程最短的港口。

“湛江是当时国家总体发展战略的重要组成部分。”宁凌说，新中国成立后，对加强与世界各国的经贸互联互通有迫切需求。湛江打通港口修通铁路之后，成为中国出海大通道，“湛江早期的定位是很高的。”

于是，湛江迎来第一次腾飞，有了港口城市该有的样子。公园、学校、博物馆等建筑物出现，市民还可以打电话联通广州、海口，这足以让其他地市羡慕，毕竟他们要打一通长途电话，还得等到20世纪80年代。

“母校广东医科大学也是那会建起来的。”湛江人王研（化名）对时代周报记者说，学校是1958年创建的，那时叫中山医学院湛江分院。

同年创办的还有华南农学院湛江分院（停办后原址建为广东海洋大学农学院），湛江专区教师进修学校（后更名为湛江教育学院）。加上此前建好的广东省立雷州师范学院（后更名为岭南师范学院），彼时湛江就有4所高校。在之后很长一段时间里，湛江高校数量在省内仅次于广州。

1984年，全国首批14个沿海对外开放港口城市公布，湛江、青岛同时入选，站在中国对外开放的前沿。

当年的沿海开放城市意在扩大开放，列入的城市政府权限扩大，前来投资的外商可享受诸多优惠。在关税、进口工商统一税、企业所得税、上缴利润等方面均有扶



植政策。

“选湛江做第一批（开放城市），与新中国成立初期湛江的飞速发展有密切关系。”宁凌认为，同比国内其他城市，当时湛江发展还算快速，成为首批开发城市是对其第一轮建设的认可，因此得到第二轮发展机会，也就是改革开放。

定位之困：昔日追赶上，格局大不同

再次站在同一起跑线，湛江和青岛在其后30年，走上不同的发展道路。

被列入14个沿海开放城市后，青岛制定了《经济技术开发区建设总体规划方案》，兴办青岛经济技术开发区，以工业为主体，兼营旅游、商业、服务业和农牧业。反观南方的这座城市，在拥抱开放之时选择“两水一牧”，将资金和精力重点投放在水产、水果和畜牧业为代表的农业。

这本是湛江天然的优势。湛江是中国唯一的热带、亚热带半岛海湾城市，适宜的气候、天然的深水港带来农业、水产资源。盛誉之下，大港在前，湛江埋头选择传统的资源经济导向。

“按照资源禀赋来说，湛江从这个角度去做特色农业是可以理解的，但关键是通过什么方式来开发资源。”陈红文认为，当时湛江并未通过开放、引进外资，借助外部力量对资源进行深度开发，也没有开拓市场，仅是停留在传统农业。

在宁凌看来，这是一个没有考虑到位的决定。他认为，改革开放的本质是要改革现有机制，吸引更多高级生产要素来推动经济发展。“湛江并没有抓住改革开放的原始动力，反而把战略重点放在资源导向型农业。”

尽管当时湛江有高压电业厂、电视机厂，甚至出现了半球电器、三星汽车等打入国际市场的明星企业，但依然未能推动湛江实现本土工业化。

那个年代，没有适宜工业发展的生产要素，企业难以支撑发展。

曾轰动一时的三星汽车突然陨落，在20世纪90年代末黯然退出历史舞台。斑驳的厂房里，停泊着布满灰尘的汽车，车上的铁锈，成为企业辉煌与匆忙离去的见证。

“这恰是说明在改革开放中吸引的优质生产要素不够，包括人才、资源、管理、技术要素，尽管企业有一定实力，但没有将其转化为要素。”宁凌认为，若城市能汇集更多人才、资本，这些企业肯定能发展起来。

陈红文连用三个痛心表达自己的心情。“在那个大家都骑单车的年代，连摩托车都很少见，更别说小汽车，三星曾经拥有多么好的前景。”在她看来，湛江没有抓住改革开放的机遇，国企改革不够彻底，没能让这些企业迸发新的生机。”

数字不会说谎。

1990年，也就是湛江入选首批开放城市后的第四年，湛江GDP为96.6亿元，经济增速为11.6%。第一产业生产总值达到40.29亿元，第二、三产业生产总值分别是24.66亿元和30.68亿元。

那一年，青岛GDP达到168.24亿元。其中，第二产业达到82.60亿元，是湛江第二产业生产总值的三倍之多，第三产业达到46.38亿元。

这一时期，同处粤地的珠三角城市千方百计吸引外资，抓住政策红利发展工业，湛江依然埋头养虾养猪种水稻。

当湛江抬起头，广东格局已大有不同。

1990年，广东21市GDP排名前五分别是广州、深圳、佛山、汕头、湛江。排在第四位的汕头就以111.43亿元与湛江拉开了差距。1999年，湛江GDP跌出前10，东莞、惠州、茂名等昔日追兵早已跑在前方。

近10年来，湛江GDP虽保持较高增长，但始终徘徊在省内八九名。

卷土重来：打好工业牌、交通牌

走过弯路，沉寂多时的湛江下决心要补上“工业化”这一课。

交通就是第一课。

“20世纪50年代从湛江去广州要坐船。”王研记得奶奶曾跟她讲过，那个年代去趟广州，得经水路转陆路再转水路。若是遇上暴雨，车开在泥沙路也难行，走走停停就得花上四五天。到了70年代，湛江石门大桥通车后，经过4个渡口，便可抵达广州，告别了水路，行程也缩短为二三十小时。

然而，20年过去，湛江至珠三角的交通变化依然不大。

“90年代我到广州上大学，从湛江出发，路上要花一天，开车也要六七个小时。”回忆以前的情景，陈红文印象深刻。直到2018年动车开通，这才有所改善。

开放水平不高，是港口城市的致命伤，后续的运输成本变高、效率变低等连串问题，都是企业考虑是否途经此港口的必要性，甚至是否值得投资的前提。

反之，邻居们都没闲着。广西蓄全区之力打造北部湾港（由钦州港、北海港、防城港组成），力争将其打造为西南出海口主通道。珠三角城市更是港口兴旺，货如轮转。

在交通的捆绑与其他港口的分流中，湛江日渐沉寂。

直到2002年，湛江再次确定“工业立市、以港兴市”的战略发展目标，下重本完善港口配套设施，培育港口业务。

湛江倾注心血于大港，大港终以丰厚礼赠回馈。

2018年，湛江港货物吞吐量突破3亿吨，港口吞吐量位居广东港口第2位，还将升级为华南地区唯一通航40万吨级船舶的世界级深水港口和码头。

在系列政策红利和地利的推动下，昔日的粤西龙头逆袭翻盘。

《广东省沿海经济带综合发展规划》明确要求，湛江要发挥省域副中心城市的带头作用，打造粤西特色的区域创新极。2018年10月习近平总书记在广东考察时提出，要把湛江作为重要发展极，打造现代化沿海经济带。

深茂高铁、广湛高铁、合湛高铁、海湛高铁、张海客专陆续动工。其中，广湛高铁

有望在2024年建成通车。届时，湛江至广州行程将缩短至1.5小时。“五龙入湛江”，湛江交通网将从此接上全国，为其对接粤港澳大湾区发展奠定基础。

“我国是以省域为单位的行政体制机制实现资源配置，湛江受大湾区的影响还是会很大的。”宁凌对广湛高铁的开通充满期待，这意味着湛江也能承接大湾区汇集的优质资源。

路通了，工业化脚步也迈得开了。

巴斯夫广东新型一体化基地项目的首批装置在5月底开建，总投资额达100亿美元的项目在湛江步入土建阶段。这是继宝钢、中科炼化后第三个落地湛江的大型重工业项目。

“目前湛江是朝着重化工业的精尖端领域发展。”陈红文说，三大巨头项目都是先进、绿色项目，由此减少对湛江生态环境的破坏。

何以腾飞：还需聚人气、聚财气

然而，让湛江再次高调登上头条的，是一部网剧，这可能出乎湛江人的意料。

7月10日中午1点，烈日当空。被高温烘烤的湛江，此时街道上行人稀少。“就在这附近，你下车找找。”从高铁站驶回市区的路上，出租车司机告诉时代周报记者，最近从高铁站接了不少游客。

还没到暑假旅游旺季，这样的人流量着实让司机们欣喜。他还发现，这些游客都有明确的目的，比如榕树湾美食坊。

榕树湾美食坊是《隐秘的角落》“老井油条”的取景点，几位主角频繁在此出现。就在时代周报记者观察的半小时内，至少有5位游客慕名而来，打卡网剧同款的豆浆油条。

“现在在工作日的生意就跟平时周末一样旺。”美食坊陈老板对时代周报记者说，小店多年都是以食物味道取胜，靠的也是口口相传的实力。

人气随着网剧高涨，美食坊已有实力腾飞。“开分店？或许过几年吧，暂时还不考虑。”如今晋升为“网红打卡地”的美食坊，老板依然低调。

同样满怀实力的湛江，要想高调腾飞还是差了那么一口气。

“财力有限，人才也缺乏。”陈红文说，相较于其他城市，湛江财力有限，要通过市场力量筹措资金发展基础设施，湛江这块比较薄弱。要做好省域副中心城市，这还需要大量人才参与建设、推动。

随网剧而来的人不少，图个新鲜之后，愿意留在湛江的人又有多少？

蹭着热点重新“出圈”，或是湛江聚人气聚财气的捷径之一。

邻居海南凭借自贸区政策强势崛起，一海之隔的湛江以期借势推动自身发展。

7月18日，湛江出台《关于加强海南相向而行的意见》，加速推进与海南的交通、产业、对外开放、公共服务等方面深度融合，紧密合作。

“无论是高铁发展还是海南自贸区，只是给湛江提供了基础条件。一个地方发展的关键还是生产要素的汇集，以及与之配套的体制机制。”宁凌的想法很理性，他认为湛江和海南是产业互补的，应该在政策上互联互通、相向而行。他透露，目前广东和海南正进行相关布局对接。

企业总是先嗅到商机。2018年10月，湛江与华侨城集团签约，用500亿元打造五个项目，在景区改造提升、旅游项目打造、旅游配套设施开发、三旧改造、城市基础设施建设等领域开展合作。此前，碧桂园、恒大等已进驻湛江。

“湛江是潜力股，我相信它会越来越好，我也希望能留在这里。”广西小伙赖炎（化名）三年来来到湛江，在通信公司数据中心工作。他告诉时代周报记者，湛江基站建设在今年突破千台，这意味着湛江的信息化水平在飞速发展。城市建设越来越好，有了大城市的样子，“至少房价也涨起来了，后悔没早点买一套。”

《隐秘的角落》大火，湛江再次进入了全国人们的视野。聚光灯之下，湛江竭尽全力再出发。

7月18日，湛江市委十一届十次全会召开，聚焦补齐交通短板、做强产业支撑、厚植开放优势，进一步打牢湛江振兴发展的基础。

这次，湛江希望这把火能烧得再旺一点，烧得再久一点。■

（实习生戴睿敏对本文亦有贡献）

3064
亿元



“春天” 特约之 “一个都不能少”

走向我们的小康生活

年收入涨三万 摘菜工家门口打工脱贫

时代周报记者 李波 发自广州

群峰环绕的连片山间谷地，铺满了绿油油的菜田。每隔十几分钟，自动喷灌系统就会向菜田喷水。这里是清远市阳山县青莲镇朋塘村一处500亩的西洋菜生产基地，种植专供港澳的旱地西洋菜。

朋塘村是坐落在绿水青山中的小村庄，全村共有62户贫困户，不少是残疾人、五保户，家庭负担重，无法外出打工。

正是这片标准化旱地西洋菜田，改变了朋塘村农户们的命运：菜田里这110个家门口的工作岗位，让贫困户“出门即上岗”，人均每天120—300元的务工收入，朝着脱贫线迈进一大步。

时代周报记者从负责对口帮扶阳山县的黄埔区相关负责人处了解到，通过与当地党委政府合力推动项目落地，朋塘村脱贫攻坚迈出坚实步伐：西洋菜项目成了帮助当地稳定脱贫的“绿色金山”。

摘菜工家门口脱贫

清晨4点多，周芳就来到菜田采摘新鲜西洋菜。她家有5个孩子，老大老二在广州打工，还有3个在读书。丈夫平时上山采草药，周芳照顾家庭的同时，常到蔬菜基地打工。仅此一项，每年可以给她带来3万元左右的收入。

全村62户贫困户就有18户在蔬菜基地务工。家门口的蔬菜基地，给像周芳这样无法离开家乡去城里打工的村民，创造了就地脱贫的机会。

夏天来临，西洋菜迎来长势最好的季节。承包了11亩西洋菜田的村支书李全有提前通知周芳，这天有几亩西洋菜可以收了，让她早点过来。“摘菜是件计工资，来得越早摘得越多，而且早上摘的菜没有黄叶，摘下来就能卖。”周芳说。

务工收入按采摘西洋菜数量0.6元/斤计算，采摘多者每天可采摘500斤，少者200多斤，每天务工收入120—300元，在家农户可根据自身家庭情况，合理安排工作时间和到西洋菜基地干活，农户在照顾家庭之余还能获得增收。

一上午，周芳摘了200斤菜，李全

有当场支付了120元。其他的村民交了菜、领了钱，也喜滋滋地回家了。李全有算了一笔账，他去年承包的11亩菜田，仅人工费就支付了14万元。

在村里建蔬菜基地之前，周芳经常陷入入不敷出的窘境。丈夫靠上山采中药为生，收入十分不稳定；周芳在家里种菜养鸡，收入也很少，家里还有5个孩子要养活，还要支付学费、生活费。

现在，仅在家门口蔬菜基地打工就给周芳家增收3万元/年，阳山县光伏项目分红每年也有3018元。按照人均9070元的脱贫标准，周芳一家朝着“脱贫线”迈进了一大步。

合作模式多方共赢

上午10点，结束了摘菜工作的周芳赶回家，给家人做饭。但西洋菜的旅途还没有结束。李全有从农户手中收了菜，就以2.7元/斤的价格卖给阳山县西洋贸易有限公司。

这批蔬菜最终会作为供港蔬菜运送到香港。而香港超市终端的售价为10多港元一斤。

“我们村的西洋菜都是喝矿泉水长大的。”李全有介绍。朋塘村处于海拔400—700米的半山地，气温在-2℃—35℃，一年中有10个月可以种植西洋菜。水质好，天气凉爽，种出来的西洋菜品质特别好，根本不愁销路。

阳山县位处清远市“三连一阳”（连州、连山、连阳、阳山）地区最北端，气候特别有利于发展蔬菜种植，连州菜心是广东人最喜欢的蔬菜之一。

与菜心相比，西洋菜不仅味美，经济性更强。

在朋塘村的西洋菜基地，农民采摘西洋菜时，直接摘取嫩叶，留下的菜梗再过15—20天，就会长出新叶，可以再次采摘。这意味着，西洋菜田播种一次就可以反复采摘，5—10年不用翻地、播种。

与常见的水生西洋菜不同，朋塘村种植的旱地西洋菜更鲜嫩，而且避免了水生西洋菜蚂蝗多、虫害多的缺点，大大提高了良品率和劳动生产率。“喷灌+规模化”种植，大大降低了生产成本。

回想起两年前蔬菜基地建设的过程，李全有说，当初阳山县西洋有限公司来征用土地建设基地时，大多

数村民都很欢迎，有少部分不同意的，村干部挨家挨户说服。如今，这500亩蔬菜基地，每月产出25万斤蔬菜。

“公司+合作社+基地+农户”，这是多方共赢的合作模式。李全有介绍，500亩菜地的平整、水利建设、播种、施肥，完全由公司投入。

村民根据自身经营能力，自愿承包菜田。承包户初期不需要投入任何成本，而是待蔬菜收割后卖给公司，公司扣除灌溉、施肥等成本，将剩余的钱支付给承包户；承包户再支付工钱给摘菜的农民。此外，公司还会按照600元/亩·年支付给征地农户土地租金。

李全有算了一笔账，每亩西洋菜从种植到销售，实际上为朋塘村增加了三笔收入：第一笔是土地流转款收入，即每亩每年600元的土地租金；第



菜田里这110个家门口的工作岗位，让贫困户“出门即上岗”，人均每天120—300元的务工收入，朝着脱贫线迈进了一大步。

二笔是村民在基地的务工收入；第三笔是承包基地种植收入，即售卖西洋菜赚得的收入。

一棵旱地西洋菜，在流转过程中，让农业公司、承包户、征地户、摘菜工都获得丰厚回报。

驻朋塘村扶贫第一书记陈明峰说：“即便是精准扶贫攻坚期结束，扶贫工作队撤走了，这个蔬菜基地还可以长期给当地提供稳定的经济产值。”

由于扶贫成效显著，朋塘村旱地西洋菜基地项目获得清远市级精准扶贫脱贫示范基地称号。

扶贫干部自筹奖学金

在陈明峰的办公室里，有一面墙贴满了便利贴：按照自然村，记录了每位贫困户的家庭状况和困难，还标注了困难等级。

在周芳一家的档案上，三个孩子在读，家有高考生被特别标注出来。

在周芳二女儿备战高考期间，陈明峰一有空就会去给她辅导。“朋塘村10年没有出大学生了，今年她家很有可能考出一个大学生。”周芳的二女儿在阳山中学读高三，成绩优秀，今年高考很有希望。

“教育是脱贫的根本出路。”陈明峰回忆，去年到朋塘村驻村之后，第一件事就是打听村里有几个孩子在读书，有多少孩子要高考。摸清情况后，他针对贫困家庭的孩子，提供点对点的指导。

朋塘村委门口贴着一张红纸公告：“为鼓励朋塘学子奋发向上，现由中山医田径队捐设朋塘高考成绩优秀奖学金。建档立卡考生，本科奖励3000元，专科奖励2000元；非建档立卡考生，本科奖励2000元，专科奖励1000元。”

这笔奖学金是陈明峰发动中山大学医学院的同学共同设立的。他坦言，这是扶贫扶出了真感情。

“提出这个想法的时候，同学们都非常支持。总共捐了一万多元，其中8000元用来做奖学金，剩下的都用来帮村民修补遮雨棚和房子了。”

让陈明峰欣慰的是，今年村里的一位孤儿即将参加工作。“他读完中专就在公司实习，估计可以留在那里工作，等到7月正式上班后，他的生活就有保障了。”



大玉村的旱鸭子传奇

时代周报记者 陈佳慧 发自广州

“旱鸭子”的到来，摘掉了大玉村的贫困帽。

大玉村位于梅州市五华县潭下镇北部山区，有8个自然村，22个村民小组，有户籍799户，总人口4540人，是典型的“山、散、边、穷”革命老区贫困村，2015年全村人均纯收入仅为7200元。2016年被评定为省定贫困村，同年，广州市残疾人联合会负责对其进行对口帮扶。

经过调研考察，扶贫工作队引进梅州市桃花缘文化实业发展有限公司（下称“桃花缘公司”），利用大玉村的自然优势，建设蛋鸭养殖基地。2017年，由村里投入扶贫资金建设扶贫产业示范基地，并依靠桃花缘公司已建立的蛋鸭养殖、深加工和电商销售网络，走全产业链发展的道路。

村里的贫困户逐渐变成了养殖户，贫困村也慢慢甩掉了“穷帽子”。

2019年底，大玉村贫困户年人均可支配收入达12680元，有劳动能力相对贫困户年人均可支配收入14510.9元，远高于省定脱贫标准8266元。今年3月，大玉村83户贫困户321人已全部脱贫。

经过4年对口帮扶，大玉村基础设施建设和公共服务设施建设已基本全部达标。近两年完成路桥加宽、新建水利农田等共19处工程项目，同

时开展贫困户种养以奖代补、技能培训，发展产业光伏、蛋鸭养殖、生猪养殖三大产业项目。

“看到大玉村的村民日子过得越来越好，我真是由衷地开心。”广州市残疾人联合会驻大玉村扶贫第一书记、工作队队长唐红对时代周报记者说，下一步，扶贫工作队将努力巩固成效，防止贫困户返贫，并积极将脱贫攻坚与乡村振兴工作进行有效衔接，全力以赴做好乡村振兴工作。

旱鸭子带动83人就业

如何带领大玉村和贫困村民实现全面脱贫奔小康，是帮扶该村的广州市残疾人联合会驻村工作队面临的重大难题。

“我们一直在寻找合适的‘造血’项目，能够让所有有劳动能力的贫困户都参与进来，大家走劳动致富道路。”唐红说。

经过一番调研考察，扶贫工作队决定以蛋鸭养殖基地“造血”。“当中有一个重要的考量，就是养鸭子技术要求低，百姓接受度和参与度高。”唐红说，普通的蛋鸭养殖都是“水养”，容易造成环境污染。大玉村养殖的旱鸭子，仅允许在幼苗阶段下水，待其到产蛋期，便一律赶到大棚内早养产蛋。

“这样做既环保还有助于提高产蛋率，而且鸭蛋质量也能保证。”扶贫产业示范基地负责人蓝文杰说。

据时代周报记者了解，桃花缘公司在在大玉村建设3个蛋鸭养殖基地，年产蛋量可达2500万余枚。蓝文杰介绍，他负责其中一个基地，占地100亩，共养殖鸭子4万多只，其中种鸭1万多只，其余全是蛋鸭。“鸭子长一年半就可以换下一批幼苗，老鸭子就供应市场售卖。这里的鸭子，平时要定时听音乐、下水游泳，棚内地板也随时保持清洁干燥。”蓝文杰说。

在桃花缘公司的带动下，大玉村已有83人实现直接就业，并以“公司+农户”养殖模式带动32户农户加入了养鸭行列，其中大多数为贫困户。

贫困户蒋仕碧就是其中之一。上有老人生病、下有小孩读书，在家务农的她收入仅够糊口。在村里引进蛋鸭养殖项目后，她在扶贫工作队的帮助下，来到蛋鸭养殖基地工作，每个月有2500多元收入。

企业带动效应好，工作队也没有闲着。2019年，驻村工作队购买了2000多只肉鸭苗，发放给贫困户养殖，同时制定奖补措施，贫困户每养一只鸭可获得奖补15元，并以订单的形式帮助其销售。

去年，家里因病因学致贫的村民陈文娟，就靠肉鸭养殖收益3000多元，还得到了2000多元的奖补，“今年她把养鸭规模扩大到了200多只。”唐红介绍。

如今，大玉村不仅有蛋鸭养殖，

还有生猪养殖、光伏项目等产业。去年大玉村村集体收入约38万元，三大扶贫产业成为贫困户分红、村集体经济发展的主要及稳定资金来源。

助38户残疾人脱贫

驻村之前，唐红在广州残联任安养院儿童护理部部长。职业的敏感让她发现，在建档立卡的83户贫困户中，有38户家中至少有一名残疾人，占比近一半。

帮扶重病和残疾人员，是脱贫攻坚工作中的“难中之难”，持续改善这些家庭的生活质量是扶贫工作队要解决的难题。在大玉村扶贫三大产业持续“造血”的情况下，残疾家庭已实现“两不愁、三保障”。

除了物质上的帮扶外，唐红认为贫困残疾人及其家属还迫切需要心理关怀。

残疾贫困户罗木元高位截瘫，卧床20余年，大儿子也是持证残疾人。罗木元的老婆田秀霞挑起生活的重担，但生活重担压得她喘不过气来，她曾经对唐红说：“很累，想放弃，又不舍得家人。”

去年在广州残联的帮助下，扶贫工作队购置了一批残疾人辅助器材，送给有需要的帮扶对象。

罗木元获得了梦寐以求的轮椅和移动床。有了无障碍设备后，瘫痪在床的他可以轻松地到户外晒太阳

了。“多谢唐书记送来这么好的资源，这太实用了。”田秀霞说。

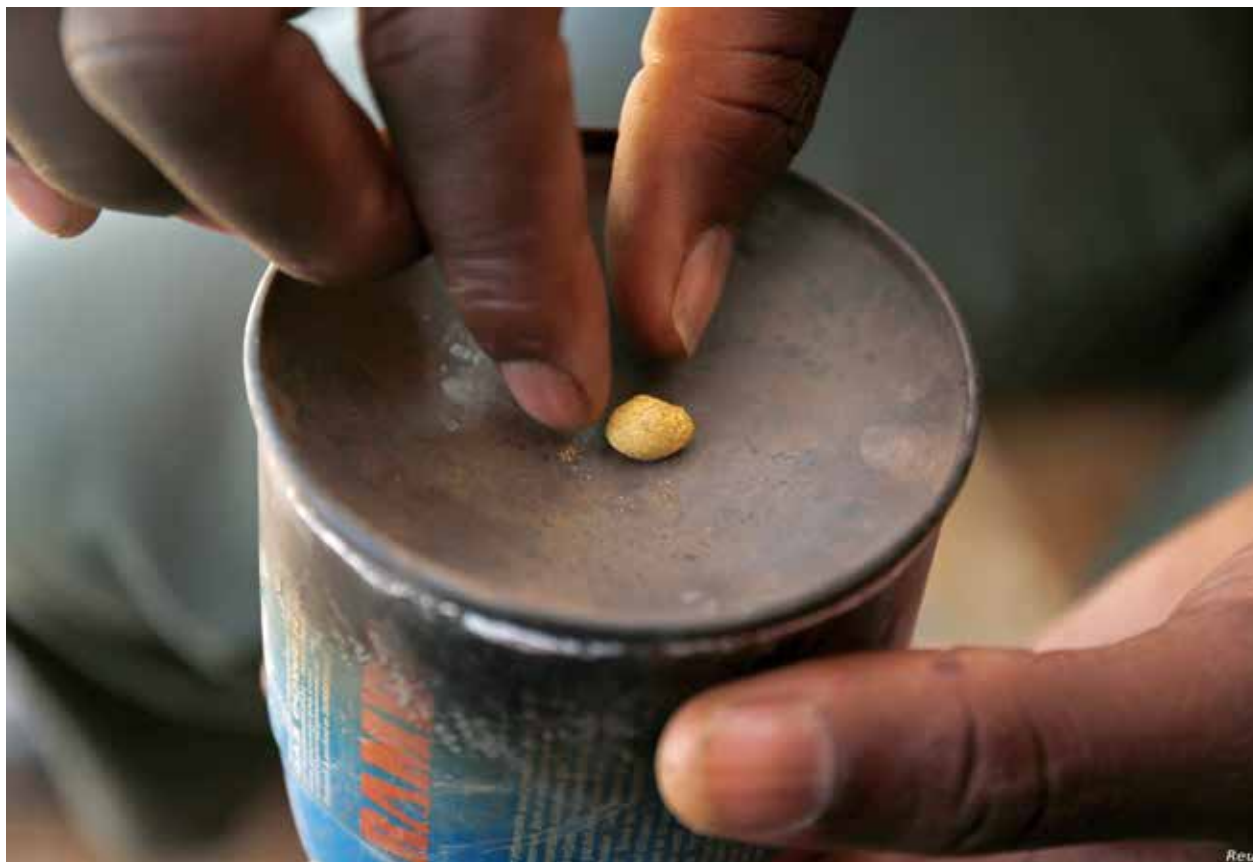
脱贫只是贫困残疾人翻身的起点，“我是学医出身的，探访时，会给残疾人的家属灌输一些护理残疾家人的知识，同时引导他们乐观对待生活，冲破绝望的心理困境。”唐红说。

唐红举了一个例子。贫困户张洲是建档立卡精准扶贫户，妻子患有精神残疾，3个儿子尚年幼，均为在校学生。其家庭经济来源主要靠他打散工和务农，收入低、人口多、负担重，生活得非常艰难。

尽管通过劳动技能培训，张洲开起了摩托车维修店，月收入可达4000元，但是，他对妻子的精神疾病一知半解，对方的喜怒无常令他无所适从。唐红在上门探访时，就为他打气鼓劲，“鼓励他多关怀妻子，叮嘱妻子按时吃药，定期就诊，才能有效控制病情”。

“尤其是农村残疾人家庭，背负种种压力，这是扶贫工作中需要研究的大问题。”唐红说，接下来还要深入研究更多方法和路径，提升残疾家庭幸福指数。去年12月，中国残联和联合国亚太经济社会委员会共同举办的“落实《北京宣言和行动计划》，促进残疾人包容发展”论坛，唐红作为受邀的乡镇基层代表之一，在论坛上与亚太地区各国代表分享了农村助残扶贫的经验探索。

WORLD · 天下



战疫飞机偷天换日 黄金走私蔓延全球

时代周报特约记者 侯明钰

受新冠肺炎疫情影响，世界经济低迷，黄金作为最安全的避险资产之一，价格持续走高。

7月金价已经突破1800美元大关。7月20日，现货黄金最高1818.08美元/盎司，录得2011年9月以来新高。

人们不仅在大宗商品市场投资黄金合约，对实物金条的需求也非常强劲。然而，疫情期间各国海关均处于不同程度的封锁状态，实物黄金是如何进入海关并流入市场的？

答案是飞机。

7月15日，据《财富》杂志报道，在世界各地，飞机负责为目的地国家运送人道主义救援物资和医疗用品，帮助当地民众抗击疫情，帮助走投无路的异乡人回家，与此同时，黄金被装入机舱，被装进旅客的口袋，顺利运出国境，继而进入市场。

回家的诱惑

7月的迪拜，阳光毒辣，午后街道人流稀少，吉钦（Jithin）独自一人走在路上，心中满是焦虑。这个34岁的男人只想回到千里之外的印度老家，和妻子儿女重新团聚。

吉钦是一名在迪拜工作的印度籍会计，受疫情影响，他已经两个多月没有开工了。虽然吉钦一直在努力寻找新的工作，但疫情期间各公司都在大幅裁员。一番努力未果后，吉钦选择放弃，有限的余钱只够买回印度的机票。

新的难题出现了：疫情期间跨国航班大幅削减，各国海关严加管控，机票有价无市。吉钦辗转多方，才联系到购买机票的途径。在电话中，这位“神通广大”的售票人很同情吉钦的遭遇，表示愿意为吉钦提供返回印度喀拉拉邦的免费机票——但条件是，吉钦需要把他的一些黄金夹藏在行李中带回家。

纵使再不明就里，现在也能明白一二。吉钦遇到的并非代理商，而是以提供免费机票为诱饵的黄金走私犯。这些走私犯利用机票诱使思乡情切的漂泊客为他们运送黄金。

吉钦十分震惊，随即拒绝了走私犯的要求，他至今仍未购买到回乡的机票。

印度科泽科德机场的海关人员承认，走私犯利用回乡人承运黄金的犯罪模式已经初具规模。该机场的一名高级海关官员表示，最近在机场抓获的所有承运人都是思乡情切的外

出务工者。疫情期间他们大规模失业，不得不回乡再做打算。

“有些人无路可走，只能通过这种方式回到祖国。这种人可以在人群中一眼识别，因为他们并没有接受过犯罪团伙的系统训练。如果我们严厉地告诉他们‘我们怀疑您涉嫌参加走私活动’，并要求他们取出黄金，他们会立刻乱了手脚。”负责海关检查的工作人员表示。

但同时，海关检查也并非铁板一块。自6月以来，科泽科德机场从9人身上缉获了5.9公斤以上的黄金。海关官员说，为了确保利润，走私犯运送的货物应该远远多于目前缴获的黄金数量，这也意味着还有大量的黄金通过其他方式逃脱了监管。但是由于人力有限，机场海关自顾不暇，目前只能做到尽量控制机场走私状况的发生。

印度人喜欢把黄金用作婚嫁珠宝，对实物黄金的需求本来就很大，新冠肺炎疫情进一步提升了印度市场对黄金的需求。

7月初，印度南部喀拉拉邦的海关官员在运往阿联酋某领事馆的一批卫生间设备中，发现了藏匿的约30公斤黄金。阿联酋否认与此事有任何

关联，展开调查后将责任归咎于一名曾为领事馆工作的印度女子。

这起案件也成为喀拉拉邦首席部长长皮那来·比杰安的政治丑闻。其秘书与所谓的印度女子有关联的消息曝光后，有人要求比杰安辞职。在印度的泰米尔纳德邦，海关官员今年查获走私黄金的数量是2019年的两倍。官员们表示，从笔记本电脑到滑板再到菜刀，走私者为了藏匿黄金尝试了各种工具。

蔓延全球

中亚到印度只是整个走私链条的小小一环，在遥远的非洲大陆，黄金的走私规模更大。

7月9日，据《华尔街日报》报道，东非乌干达的警方缴获了当地今年最大的一批非法走私黄金案，涉案黄金重达93公斤，价值500多万美元。

这些乌干达的走私黄金都有伪造文件和印章，主要利用飞机离开东非国家。运走黄金之前，飞机送来的都是世界各地人道主义救援物资和医疗用品，帮助当地民众抗击新冠肺炎疫情。

联合国相关报告提供的数据显



对黄金的争夺也加剧了地区争端，根据联合国统计，自3月份以来，东非地区发生了多起暴力冲突，其中，当地黄金产区有120多万人流离失所。

示，疫情期间，每个月通过乌干达非法贩运的黄金价值高达1亿美元。

对黄金的争夺也加剧了地区争端，根据联合国统计，自3月份以来，东非地区发生了多起暴力冲突，其中，当地黄金产区有120多万人流离失所。

目前，联合国已经对非洲一些走私者实施制裁，并对黄金冶炼商、珠宝商和部分制造商施压，确保供应链中清除非法黄金和其他冲突矿产。来自伦敦的金银市场协会也在限制非法开采黄金。

然而种种举措并未阻止日益猖獗的走私，非法黄金贸易甚至蔓延到大洋洲。

在澳大利亚，疫情期间西澳大利亚政府所有的著名黄金冶炼厂珀斯铸币厂也卷入了一起丑闻。据澳大利亚当地媒体揭露，珀斯铸币厂收购了巴布亚新几内亚公司的一家黄金公司。然而媒体发现，该公司的黄金来源不明，很可能是从雇佣童工的手工矿场非法引进的。目前澳大利亚当局表示正在调查。

一方面是屡禁不止的走私，另一方面，业内对黄金走势十分看好。

澳新银行（ANZ）大宗商品策略师索尼·库马里（Soni Kumari）表示：“负实际利率、央行资产负债表膨胀、美元走弱以及新冠肺炎病例持续上升，都增强了黄金的避险吸引力。”

分析人士认为，支持黄金价格增长的利好因素不会在短时间内消退，金价在未来几周内仍会呈现上升状态。疫情使全球经济活动大幅停摆，世界经济低迷已久，市场避险需求持续升温；与此同时，因美国新冠肺炎感染病例破纪录上升，加剧了对经济复苏的不确定性，而美元疲软也为金价走高提供了支撑。由此，黄金价格一路高歌猛进。

Granite Shares首席执行官威尔·莱因德（Will Rhind）表示，在已经出现的大涨之后，金价要进一步走高，还需要吸引更多资金入场。国际金价显然还有上涨的空间，眼下的危机还远未结束。为了应对疫情，全球各国央行采取了极为宽松的货币政策，为市场注入了大量的流动性，使得黄金价格获得了很大的提振。美联储显然会把利率维持在极低的水平，货币通胀则会升温。

在如此高额的利润诱惑下，走私犯们为了偷运黄金而使尽浑身解数也就不足为奇了。印度宝石与珠宝国内委员会主席阿南塔·帕德马纳班表示，今年之内，全球黄金走私活动只会愈发猖獗。■

美国楼市火爆：新房销售增速创12年新高

时代周报记者 谢江珊

“这实在太疯狂了！这些人怎么会存那么多现金呢？”来自俄克拉荷马城（Oklahoma City）的布瑞特·沃德（Brett Ward），在6月一共提交了9套住宅的报价，全都被买家们用现金一一拿下。这位23岁房地产经纪人，对美国人抢着买房的行为感到相当不可思议。

当前美国低住房贷款利率导致卖家更倾向于现金买主。

新冠肺炎疫情给美国经济带来前所未有的冲击，但美联储（Fed）大幅降息等举措，却给房地产市场带来极为明显的刺激效应。

约翰·伯恩斯特地产咨询公司（John Burns Real Estate Consulting）的月度调查显示，6月份全美新建住宅的销售较上年同期增长了55%，这也是2008年次贷危机以来，新屋月销量的最大增长速度。

“目前美国房地产市场呈现V形复苏态势。”第一美国金融公司的首席经济学家马克·弗莱明（Mark Fleming）把当下美国房地产市场的发展与美国经济的复苏情况息息相关，也与当前疫情的发展密不可分。美国疫情还在持续，并有愈演愈烈之势。根据Worldometer网站实时统计数据，截至北京时间7月20日6时30分左右，美国累计确诊新冠肺炎病例3888141例。这也为发展势头正好的房地产市场前景打上了一个问号。

新房销售强劲

压抑了数月，美国房地产市场终于迎来夏天。

约翰·伯恩斯特地产咨询公司的调查数据显示，美国东北部的新房销售最为强劲，销量增长率为86%，而佛罗里达州的新屋销量猛增了84%，而且远郊的新房变得更受青睐。

“通勤距离较远的地区销售最为强劲，而且具有办公和家庭学习功能的智能家居型房屋是消费者需求最大的房屋类型。我相信在这次疫情中，不少人已经向他们的公司证明了在家办公是可行的，而且效率也有所保证。而且在未来几个月的大部分时间在家办公可能仍是必要的。”约翰·伯恩斯特地产咨询公司的创始人兼CEO约翰·伯恩斯特（John Burns）表示。

美国媒体则乐观预计，因疫情而受到挤压的市场情绪，有望在接下来几个月得到释放。

普遍分析认为，6月份美国房产销售数据反弹的原因有三：一是疫情期间开发商减少了拿地以及新建房屋的规模，待售房屋数量急剧下降，供不应求。

二是随着疫情扩散，购房者对拥有可以云工作和教育便利设施的全新高科技住宅偏好的增加，以及加速向郊区和远郊的迁移趋势。

三是房贷利率屡创新低。房屋抵押贷款机构房地美（Freddie Mac）7月16日发布的报告指出，关键的30年期固定抵押贷款平均利率已从6月25日的3.07%跌破3%，为近50年以来首次。15年期抵押贷款利率也跌破2.5%。

“（美联储的政策支持史无前例，并逐渐扩散到抵押贷款市场。”美国Leuthold Group首席投资策略师保尔森（Jim Paulsen）分析认为，抵押贷款利率跌至新低将会推动户主进行再融资，从而可能刺激消费增加，为经济提供新的刺激。

三大因素叠加在一起，对于刚需买家和投资者而言，有着无与伦比的吸引力。

房价逐步上涨

与此同时，低利率成为一柄“双刃剑”。

《华尔街日报》的一篇评论文章指出，低利率可能会加剧购房竞争，造成房价升高，最终让购房者承受更高的成本。

据Clever Real Estate最近公布的数据，在疫情期间买房的买家中，超过40%的人说他们至少对两套房子展开了竞购战。

房地产网络咨询公司Redfin提供的数据显示，全美各大城市中，波士顿

（Boston）大都市区的购房竞争最为激烈，5月的报价中有64.1%的房屋面临价格竞购。在洛杉矶东区的奇诺市（Chino），一套价值50万美元的住房在6月收到了11份报价。

随着房产销售数据的反弹，美国房价也在逐步上涨。约翰·伯恩斯特地产月度报告显示，6月在全美范围内，新建住宅价格较上年同期上涨4.5%。

对此，福布斯（Forbes）发文坦言，很多人希望在疫情期间逢低买进，但事实往往证明这是一个失败的策略。“因为很多卖家会取消或者推迟卖房计划，这使得市场上的库存减少，价格反而会上升。”

未来走势难测

对于美国房地产市场的未来走势，业界看法不一。

“二次疫情将导致秋季购房需求减少。而且如果联邦失业保险金在月底到期，收入减少将影响房地产市场。”Haus公司首席经济学家兼副总裁拉尔夫·麦克劳克林（Ralph McLaughlin）表示，尽管目前数据呈现V形复苏，但之后将会转变为W形。

悲观者则认为，在消化完这一波被压抑的需求后，新屋销售额可能会再度回落，而房屋建筑商也可能会面

临供大于求的挑战。如果经济再次停顿导致失业率上升，那么新屋销售市场的前景将再次变得疲弱。

美国最大房地产数据提供商Attom data首席产品和技术官托德·泰塔（Todd Teta）认为，最糟糕的情况是疫情继续持续好几个月，进入恶性循环，房价大幅下跌，止赎率飙升，并导致银行体系出现问题，出现类似于2007年大衰退爆发前的情况。

尽管如此，就目前情况来看，没有迹象表明，美国房地产市场即将崩盘，业内认为不必过分悲观。

从大环境来讲，美国房地产市场的发展与美国经济的复苏情况息息相关，也与当前疫情的发展密不可分。

美国疫情还在持续，并有愈演愈烈之势。根据Worldometer网站实时统计数据，截至北京时间7月20日6时30分左右，美国累计确诊新冠肺炎病例3888141例。这也为发展势头正好的房地产市场前景打上了一个问号。

“毫无疑问，下半年首要解决的问题仍然是健康危机。只有解决新冠肺炎疫情，经济才会复苏，房地产市场才会一路向好。在那之后，我们面临的问题是住房供应短缺，房地产开发商需要建造更多的房屋，以满足不断增长的需求。80后、90后家庭的买房需求。”拉尔夫说道。■

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

10 | 千亿增量险资慢跑入市



蚂蚁上市谁受益

时代周报记者 曾令俊 发自广州

7月20日17点左右,蚂蚁集团IPO计划突然官宣。

蚂蚁集团宣布,启动在上海证券交易所科创板和香港联合交易所有限公司主板同步发行上市计划,以进一步支持服务业数字化升级做大内需,以及支持公司加大技术研发和创新。

根据彭博报道,蚂蚁集团选择多家银行安排规模100亿美元香港IPO事宜,选中的投行有中金、花旗、摩根士丹利、摩根大通。

在这次规模庞大的上市计划中,受益的不仅是蚂蚁集团的股东,包括众多投行、金融中介服务商,以及交易所甚至支付宝客户,都将从中获益。

当晚,美股开盘以后,一位深圳私募投资人紧盯电脑屏幕,相关消息和解读铺天盖地,同时市场资金已经蠢蠢欲动,在追捧概念股。

北京时间21:30,作为蚂蚁集团的大股东阿里巴巴(BABA)跳空高开,盘中涨幅扩大4.3%;中国人寿(LFC)因持有蚂蚁集团股票,同样大涨,涨幅超过8%。

对于选择在这个时间点宣布上市,7月20日,零壹研究院院长于百程向时代周报记者分析称,今年以来,监管政策和市场环境,估值均发生了明显转变,有利于上市的窗口期开启。

“国内监管方不断突出科技对于金融和产业赋能的作用,科创板将金融科技纳入范畴,香港联交所也推出一系列改革和创新举措。科创板上市一周年表现良好,市场整体回暖,估值在不断上升。”于百程分析说。

概念股造富效应

此前彭博报道指,蚂蚁集团可能寻求至少2000亿美元的估值。对此消

息,蚂蚁集团未给予置评。

假如蚂蚁集团登陆科创板,市值极大可能跻身前十。民生证券此前预测,独角兽之王蚂蚁一旦上市,极有可能超越阿里巴巴的市值,成为中国市值最大的公司。截至7月20日收盘,A股市值最高的公司是贵州茅台(600519.SH),达2.06万亿元。

目前股权结构上,根据阿里巴巴发布2020财年报告,阿里巴巴持有蚂蚁集团33%的股权,君瀚和君澳持有蚂蚁金服50%股权。君瀚所持有的股权属于马云、谢世煌、蚂蚁金服员工、蚂蚁金服关联方、蚂蚁金服参股公司员工;君澳持有的股份属于阿里巴巴合伙的部分成员。

由此可见,阿里巴巴及阿里系成员大约持有蚂蚁集团83%的股权。马云持股约8.8%,并拥有50%表决权。

此外,通过同花顺系统查询,蚂蚁集团概念股总共有44只,有的直接参股和间接参股,有的则是投资与合作,比如恒生电子(600570.SH)、润和软件(300339.SZ)、中国人寿(601628.SH)、君正集团(601216.SH)等等。

此外,全国社会保障基金理事会、中国人寿的持股比例分别为2.97%、1.06%;中国太保持股0.85%,新华保险持股0.66%。

去年12月初,全国社保基金理事会原副理事长王忠民曾表示,社保基金在蚂蚁集团A轮融资中投了78亿元,今天已经值500多亿元,翻了6倍多。

市场人士分析,受上述消息影响,阿里巴巴和中国人寿已经大涨,相信在后续数个交易日内,在港交所的相关概念股包括阿里巴巴(09988.HK)、阿里影业(01060.HK)、阿里健康(00241.HK)、高鑫零售(06808.HK)等有可能继续延续涨势。

主打科技概念

事实上,关于蚂蚁集团IPO的消

息传闻已久,近三年来几乎每个季度都会有相关消息,但最终均被辟谣。

及至7月20日,市场翘首以盼的蚂蚁集团IPO终于有了明确的消息,但蚂蚁并没有公布具体的上市时间表。

“蚂蚁集团从更名,到正式官宣上市,表现出蚂蚁对于上市的十足信心,并且相应的准备应该已比较充分,后续有可能会快速推进。”于百程分析称。

7月20日,蚂蚁集团董事长井贤栋表示:“我们欣喜地看到,科创板和香港联交所推出了一系列改革和创新的举措,为新经济公司能更好地获得资本市场支持包括国际资本支持创造了良好条件,我们很高兴能有机会参与其中。”

“从国家层面来看,蚂蚁这种巨型企业能够在两地上市,是对上海和香港两个经济中心的支持。从蚂蚁自身来看,这种估值、用户规模的企业需要两地上市才能支撑起来。”易观支付分析师王蓬博告诉时代周报记者。

于百程表示,蚂蚁集团规模非常大,业务全球化,两地同步上市,一方面有利于扩大全球性影响,另外也利于吸引更多境内外外的资本参与。此前,多次传蚂蚁可能在香港上市,可能相应准备已经比较充分。

事实上,除了蚂蚁集团之外,京东数科、微众信科等数字科技服务公司也在科创板上市的路上。“这些优秀公司登陆科创板,一方面能够丰富科创板的类型,提升科创板质量和影响力;另一方面对于金融科技行业也是一剂强心针,借助资本市场,强者恒强,优胜劣汰的行业结构将会得到强化。”于百程表示。

“我们欣喜地看到,科创板和香港联交所推出了一系列改革和创新的举措,为新经济公司能更好地获得资本市场支持包括国际资本支持创造了良好条件,我们很高兴能有机会参与其中。”井贤栋说。

估值水涨船高

蚂蚁集团正式成立于2014年10月,是国内移动支付平台支付宝的母公司,旗下涉及的业务众多,包括支付宝、余额宝、蚂蚁聚宝、网商银行、蚂蚁花呗、芝麻信用等业务板块。

根据阿里巴巴在港交所披露的年报显示,截至2020年3月31日12个月期间,数字金融服务贡献了蚂蚁集团总收入的50%以上,数字金融服务在中国主要包括三个类别:理财、微贷和保险。

今年7月9日,路透社披露了蚂蚁集团去年的业绩:2019年蚂蚁集团实现营业收入1200亿元人民币,净利润为170亿元人民币。但蚂蚁集团否认了这一消息。

最近,蚂蚁金服刚刚完成了更名。7月,蚂蚁金服运营主体原浙江蚂蚁小微金融服务集团股份有限公司发生工商变更,正式更名为蚂蚁科技集团股份有限公司。更名之后,其对外简称统一变更为“蚂蚁集团”。

有业内人士分析认为,其强化“科技”属性,并变为股份有限公司,大概率在为后续上市铺路。一般来说,科技公司比较容易获取更高的估值。

在上市前,蚂蚁集团有过多轮融资。2015年7月,蚂蚁集团进行A轮融资,筹得18.5亿美元,市场估算其当时估值超过450亿美元;2016年4月完成了B轮融资,规模达到45亿美元,估值为600亿美元,由建行旗下中投海外和建信信托、中国人寿、中邮集团等机构参与;2018年又宣布新一轮融资,融资总额达140亿美元。彼时有消息称,融资完成后,蚂蚁金服估值达1500亿美元。

“蚂蚁集团是中国最大的金融科技公司之一,并多次传出上市准备的消息。但一直没能上市成功,这和监管政策、市场环境、估值以及自身迫切性等因素有关。”于百程表示。

100

亿美元

600

亿元

财经一周观察

牛市与猪信

梁柯志
时代周报财经新闻部编辑

“签了没?”和“买了没?”成为7月大学生见面必备问候语。

今年疫情影响,874万大学生就业环境不如往年,签约率低于往年是大概率事件。所以见面便问“签了没”。

另一面,经济向好股市闻风而动,包括众多学生在内的新韭菜纷纷入市“扫货”。国泰君安数据显示,今年6月国泰君安线上开户环比上升三成以上,其中90后开户比例最高,达到30%。

股市号称经济晴雨表并非浪得虚名。最新数据显示,国内二季度GDP同比增长3.2%,与一季度大幅下滑6.8%形成鲜明的反差。枯燥的经济数据除了反映经济企稳的趋势,背后是实打实的行业复苏。

上证指数从6月底一口气上涨至3458.79的三年高点,牛市的另一个特征就是远高于平时的成交额,至7月20日,沪深两市已连续13个

交易日成交额破万亿元,市场惊呼牛市来了。

从往年的经验来看,新旧韭菜入市某种程度上显示缺乏理性分析思考,对上市公司和股市的理解程度参差不齐,跟风赚钱快钱的情况居多。尤其对于一些处于迷茫阶段的人群而言,牛市带来的不仅是赚钱溢价效应,还可能带有心理希望和安慰效果。

在各种因素合力之下,股市走出“疯牛”的前兆。上周,一个全新的炒作概念正在A股市场爆红,它叫做哈佛“不老药”NMN概念股,友阿股份、雅本化学、金达威等相关企业相继出现涨停。

人生有期,牛市也有期。实际上,机构投资者并非大家想象的那么积极,6月份公募基金份额较5月底减少约1万亿份,16.90万亿元的资产净值相比5月底也有所缩水;多家大券商的大股东近来纷纷减持套现。

数据显示,7月份以来,A股三分之一个股日均换手率超5%的警戒,说明交易过度活跃,风险在累积。这也是管理层频频发声提风险,苦口婆心劝慢牛的理由之一。

对于大学生而言,就业才是实在的利好。

近日,江西龙头猪企正邦集团一则招聘启事称,今夏将大规模招聘2.5万名大学生,且起薪点不低。如今高科技“猪信”不同往日“猪农”,与10多年前的“北大屠夫”陆步轩更是不可同日而语。

这位回乡做屠夫的北大高材生,最后创立壹号土猪,销售规模达到数十亿元。即便如此,他作为北大学子回到母校认为养猪不光彩,一度哽咽地说了“我给母校丢脸了”。

可以预想的是,起落的牛市过后,还是要回归现实。无论大学生选择做什么,靠双手致富都值得尊重。

权益投资比劲提15% 千亿增量险资慢跑入市

时代周报记者 苏长春 发自北京

7月20日,上证指数告别过去一周阴霾,收盘大涨3.11%,大金融板块涨幅居前,带动大盘重回3300点上方。

其中,新华保险(601336.sh)、中国人寿(601628.sh)强势涨停,中国平安(601318.sh)、中国人保(601319.sh)和中国太保(601601.sh)涨6.13%、7.99%和6.38%。

市场分析人士认为,大型险企A股股票的强劲反弹,与7月17日银保监会出台《关于优化保险公司权益类资产配置监管有关事项的通知》(下称《通知》),带来的利好政策不无关系。

《通知》中最具看点的是,银保监会为提升保险公司资金运用自主决策空间,设置了差异化的权益类资产配置监管比例,最高可占到上季末总资产的45%,较之前上升15%。

政策刚刚落地后,就有不少乐观人士预测,险资权益投资比例上限增加15个百分点,有望为股市带来的增量资金超千亿级。

7月20日,多位受访人士告诉时代周报记者,这一政策短期对A股市场影响有限。在华西证券非金融行业分析师曹杰看来,即便是在2015年的大牛市,万能险资金大举投资股市的情况下,险资权益投资比例都并未突破30%比例上限,现阶段出现大幅度提升的可能性也并不大。

银保监会披露数据显示,截至2020年一季度末,保险公司权益类资产余额为4.38万亿元,仅占保险资金运用余额的22.57%,与此前权益资产最高30%的比例上限,仍有一定距离。

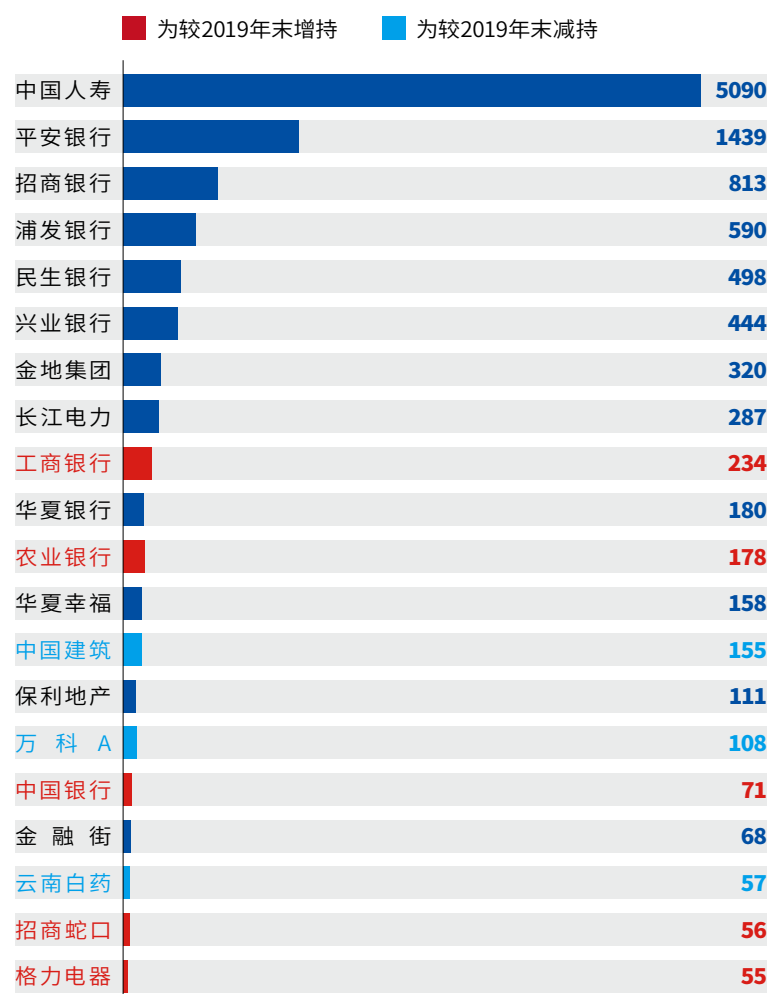
同日,北京一家财险公司投资总监向时代周报记者直言,“短期内保险公司没有太大的动力将权益类资产占比加上去,因为在庞大的负债规模之下,险资投资需要考虑期限匹配、流动性合理等诸多因素,需要建立完善的大类投资框架,并不是一放大家就会蜂拥买进股票。但从长期来讲,在无风险收益率不断下行期间,险资增加权益资产配置比例,以提升投资收益率水平将是顺势所趋。”

险资入市谨慎

7月17日,《通知》称“保险公司上

险资前20大重仓股持股市值

(单位:亿元)



(截至2020年一季度末)

数据来源:公开数据

季末综合偿付能力充足率为350%以上的,权益类资产投资余额不得高于本公司上季末总资产的45%”。这就意味着,险资投资权益类资产比例上限由原来的30%提升至45%。

不同于过去的“一刀切”,此次银保监会对险资权益投资实行差异化监管,包括上述条款在内,《通知》根据保险公司偿付能力充足率、资产负债管理能力及风险状况等指标,明确八档权益类资产监管比例,比例上限范围区间设置在10%-45%。

对于险资新规出台的意义,国寿资产总裁王军辉对媒体表示,“审慎的监管思路有利于保险资金通过权

益投资,回归服务保险保障业务的本源,同时为实体经济提供更多资本性资金,降低企业融资成本。”

相较政策本身,市场更为关注的是,险资权益类资产比例上限提升至45%后,将会给A股市场带来多少增量资金。

7月19日,中信建投非银研究团队按照全行业权益投资提高2%-5%的比例来测算,增量资金有4000亿-1万亿元的规模。

7月20日,川财证券研究所所长陈雳告诉记者,从保险公司投资权益之前的比重情况来看,比例放开后,权益投资这部分的增量有望在千亿级

以上。

不过,记者注意到,多年来险资大比例配置权益类资产的积极性并不高。

银保监会数据显示,截至2020年一季度末,保险公司权益类资产余额为4.38万亿元,占保险资金运用余额比例仅有22.57%,尚未触及2015年提出的30%投资比例上限。其中,长期股权投资1.95万亿元,占比10.05%;股票1.54万亿元,占比7.95%;股票型及混合型基金0.54万亿元,占比2.76%。

7月19日,天风证券分析师夏昌盛在发布的研报中统计,2019年末,中国平安、中国人寿、中国太保、新华保险和中国人保的权益类资产(含长期股权投资)占投资资产比例分别为22.7%、23.2%、15.7%、19.2%和23.8%,较此前30%上限规定尚有较大的提升空间。

曹杰告诉记者,“险资的投资偏好是获取绝对收益,对风险的容忍度较低,在资产配置上更看重稳健性,以固收类配置为主,这就注定了保险机构的权益风险敞口不会太大。”

不过,承袭资本创始人徐混穗认为,长期来看,因为利率水平的逐步下降,险资对稳定股息的权益资产的配置需求会增加,未来不排除突破政策前上限的可能,但会主要集中在优质险企身上。

根据一季度末大型保险公司的综合偿付能力充足率,夏昌盛测算,按照规定,平安产险、太保寿险、太保财险、中国人寿、新华人寿、人保财险、太平财险的权益类资产比例上限,由原来的30%提高到35%(人保财险可到40%)。而平安寿险和太平寿险仍将维持30%的监管比例。

金融股依然受青睐

不少专业人士认为,险资投资权益资产比例解绑,短期内难以掀起较大波澜,但保险机构近年来已开始意识到,适当提升权益类投资,对冲低利率带来的风险,将是大势所趋。

险资增量资金慢跑入市下,会重点配置哪些股票,背后的投资逻辑又是怎样的?

Wind数据显示,截至今年一季度末,保险公司沪深两市持股市值合计达1.23万亿元。

从持股品种来看,中国人寿最受

险资青睐,持股市值高达5089.82亿元,位列持股市值榜首位。位列第二到第十名的分别是平安银行、招商银行、浦发银行、民生银行、兴业银行、金地集团、长江电力、工商银行和华夏银行,持股市值均超180亿元。

不难看出,险资对银行为首的金融股配置尤为偏爱,这一点从险资集中持仓的行业占比中亦可发现。

Wind数据显示,截至一季度末,申万28个一级行业中,保险公司持股市值最高的三个行业依次是非银金融、银行和房地产,持股市值分别为5152.29亿元、4575.15亿元和914.32亿元。

从头部险资所重仓的流动股市值排名来看,中国人寿旗下保险账户及其集团的第一大重仓股是自家的股票,其次为农业银行、贵州茅台、五粮液、中国银行等。中国平安旗下保险账户及集团的前三大重仓股,分别为平安银行、工商银行和长江电力。

“银行股能够被险资长期青睐,主要原因是银行经营稳健、能带来稳定高分红,且估值较低,预计放宽险资投资权益资产比例后的入市资金,仍将集中投资银行、地产等高分红、低估值蓝筹股,价值投资、主题配置仍是今年险资配置的主要方向。”陈雳告诉记者。

上述财险公司投资总监指出,预计后续保险增量资金会采取“核心+卫星”的投资策略,核心便是将80%的资产投入于大盘蓝筹股,另外20%的卫星策略,则投资于生物医药、科技创新行业的高成长价值股。

事实上,今年以来,险资还频频举牌上市公司H股。

时代周报记者统计,截至7月17日,险资举牌上市公司已达到16次,远超去年。被险资举牌的11只个股中,有7只为H股,分别为工商银行、中集集团、农业银行、锦江资本、中国光大控股、中广核电力和赣锋锂业,其中,太保寿险就三度举牌锦江资本H股。

在业内人士看来,港股市场目前估值较低,中长期港股仍具备较好的配置价值。另外,上述举牌标的也具有低估值和高股息率的特点,面对新金融工具会计准则调整需要,增加上述个股的持仓有利于保持整个投资收益的稳定。□

诺奖得主中国行
NOBEL
LAUREATE'S
CHINA
TOUR



THE TIME WEEKLY
时代周报

“

市场的设计必须与周围相关因素相融合,
多数中国市场
必须是由相当熟悉中国市场详情的
中国经济学家来设计。

Alvin Roth
埃尔文·罗斯

2012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



股权纠纷再起 徽商银行五年难回A

时代周报记者 黄坤 发自上海

徽商银行回A再起波澜。

7月14日，杉杉股份（600884.SH）表示，控股股东杉杉控股所持有的本公司股份被冻结，据悉，此次股份被冻结涉及徽商银行（03698.HK）股东中静新华与杉杉控股之间的股权转让纠纷。

目前，双方互相起诉，对簿公堂，且均有资产被法院冻结。

2015年7月，徽商银行招股书在证监会官网第一次预披露。尽管过去五年，徽商银行数次提到：将积极推进A股首次公开发行并上市项目，但是一直没有成功。

7月19日，高禾投资管理合伙人刘盛宇告诉记者，“此次中静系与杉杉系股权转让纠纷势必会影响对徽商银行回A股和公司发展，公司控制权认定不清晰，回A股会比较麻烦。”

刘盛宇表示，“中静系或杉杉系，无论将来谁退出，徽商银行要回A，首先要确定，第一，股权不能有纠纷；第二，有明确的第一大股东。”

7月20日，时代周报记者致电杉杉股份，其表示，“以公告为主”。同时，记者致电中静新华，并致函徽商银行，截至发稿，未收到回复。

兄弟相争

中静系与杉杉系的股权转让罗生门，缘起于一年前的一纸协议。

2019年8月20日，杉杉控股有限公司（下称“杉杉控股”）（代表全部买方）与中静新华资产管理有限公司（下称“中静新华”）（代表全部卖方）

签订了《关于转让徽商银行股份有限公司股份及中静四海实业有限公司股权之框架协议》（下称《协议》）。中静系将其持有的全部徽商银行股份以121.5亿元的总价转让给杉杉控股。

其实，中静系和杉杉系在中静四海实业有限公司就有合作。中静新华与杉杉集团分别持有中静四海51.6524%和48.3476%股份，中静四海持有徽商银行4.16%股份，这也是此次双方交易标的中的一部分。

昔日盟友，再度合作。7月16日，中静系掌舵人、中静实业（集团）有限公司董事长高央表示，杉杉控股并非首肯买方，之前谈好的企业没签字，2019年5月，郑永刚来找我谈转让股权，8月我们谈好并签合同，“按照合同规定杉杉控股如约把定金付了，我们的理解这就是诚心诚意想买。”

中静新华、杉杉控股一开始双双都有诚意，为何如今走向互相起诉？

根据《协议》，2019年11月15日，杉杉控股需要付清全部款项。但是一直到今年6月1日，杉杉控股尚余72亿元人民币交易对价应付而未付。6月2日凌晨，中静新华向杉杉控股发布了终止“框架协议”的通知。

7月10日，杉杉股份于2020年6月2日向上海金融法院提起诉讼并完成立案。

同时，杉杉股份在声明中表示，中静新华未向其交割已累计支付交易对价所匹配的标的资产。并称中静新华刻意拖延转让资料，导致后续履约无法进行。

然而，对于杉杉系的声明，中静系并不认可，7月12日，中静新华发布澄清说明，首先根据《框架协议》，无论

交割过户是否办理完毕，买方都应在规定日期内付清交易价款。

双方各执一词，目前中静新华也提起诉讼，“截至《框架协议》终止函确定的最后期限，杉杉控股并未办理与终止《框架协议》相关事项，且因其违约造成重大损失（公司估算金额为约82.8亿元），为维护公司的合法权益，公司已于近日向安徽省黄石市中级人民法院提起诉讼并获受理，现已完成立案。”

股权不清晰

中静新华作为徽商银行的第一大股东，为何将全部徽商银行股权转让给杉杉控股？

据悉，中静新华与徽商银行纠纷已久，屡传不和。时代周报记者梳理发现，中静系和徽商银行历年来经历过多轮公开交火，涉及能否发行优先股、分红分配方案、管理层大洗牌、利润分配方案、非公开定增将股东持股比例摊薄等等。

尤其在回归A股上，双方亦有争议。2015年，徽商银行递交了A股招股书，却因中静系拒绝在申报材料上签字而终止；2017年底，徽商银行再次启动A股上市计划，同时徽商银行管理层大洗牌。

然而，到2018年2月，上市计划又被搁浅，徽商银行当时公告解释为“鉴于本行仍需就相关法律法规及证监会要求所涉及的部分事项，与个别董事和股东进一步协商……决定撤回A股发行申请”。

在徽商银行与第一大股东中静集团及关系企业的矛盾中，董事长李宏鸣于2017年离职，媒体称其离职原

因主要是徽商银行董事会与第一大股东中静集团及关联企业就公司治理等问题存在明显分歧。

值得注意的是，李宏鸣辞职后，新董事长上任仅仅两个月，就暂停了上市计划。中静集团人士表示，“期待徽商银行新高管的胜任能够改善银行的公司治理。”而在新行长张仁付上任后，又提起上市计划。

2018年12月，徽商银行再次发布了A股上市计划，拟以1元面值发行不超过15亿股，2019年，徽商银行董事会和股东大会均通过了A股发行相关的多个议案。

今年4月，徽商银行发布公告，就有关该行拟议首次公开发行A股股票上市，为确保A股发行工作能够持续开展，该行拟将发行方案有效期延长12个月，即延长期限自2020年6月30日起至2021年6月29日止。

“近年来，银行业面临更严格的监管，这其中可能涉及大量经营理念的分歧。若交易成功，中静新华退出，杉杉系入主徽商银行，成为第一大股东，会加快徽商银行在A股上市步伐。但如今深陷股权转让纠纷，公司控制权不清晰，A股上市，恐将再度搁浅。”7月19日，上海一家投资公司创始合伙人告诉记者。

此前，银保监会相关负责人指出，股权混乱是部分中小银行特别大的问题，近几年银保监会采取了一系列措施坚定推动中小银行改革。优化股权结构、严格审核股东资质，强化对股东、特别是实际控制人穿透式管理，规范股东非法获取银行股权以及使用不正当手段操纵银行经营管理的行为。**■**

15

亿股

<

二季度业绩收入创历史新高 游族网络成长可期

7月17日，游族网络（002174.SZ）发布2020年半年度业绩预告，报告期内，公司实现归属于上市公司股东的净利润为48848万—50883万元，相比去年同期盈利40706万元，同比增长20%—25%。

上半年，公司共录得收入超过25亿元，同比增长逾44.5%，并取得Sensor Tower公布的2020年5月、6月中国手游发行商全球App Store和Google Play收入榜的第六名。

值得一提的是，受益于新老产品表现，游族网络今年二季度流水及收入取得单季历史最好成绩。

此前华鑫证券、天风证券、申万宏源、国信证券、东吴证券、信达证券等6家机构曾对游族网络业绩作出预测，预计其2020年全年有望实现营业收入的平均值为50.26亿元。

而目前来看，业绩预告中的收入水平已基本达到上述预测值的一半。“若考虑公司下半年还有多款储备产品正待发力，游族网络的成长性更加可期，今年全年收入有望超过市场预期。”日前，有券商传媒娱乐行业分析师对记者表示。

疫情催化主业发展强劲

近两年来，中国已成为全球游戏行业重要增长极之一。

统计数据显示，2019年，中国游戏市场实际销售收入2308.8亿元，同比增长7.7%；中国游戏用户规模达到6.4亿人，同比增长2.5%，均在持续扩大中。

而今年年初新冠肺炎疫情的到来，给电子游戏产业带来了AB两面：一面是，新游戏的上市节奏有所放缓；另一面是，宅家抗疫，游戏用户及用户消费都产生大幅度上涨。

伽马数据监测显示，同比于2019年的相同时段，2020年多数品类游戏使用时长涨幅出现提升。

2020年6月中国手游发行商收入TOP30 | 全球 App Store + Google Play

1	腾讯 Tencent	16	沐瞳科技 Moonton
2	网易 NetEase	17	完美世界 Perfect World
3	莉莉丝 Liith Games	18	友谊时光 FriendTimes
4	趣加 FunPlus	19	乐元素 Happy Elements
5	灵犀互娱 Lingxi Games	20	紫龙游戏 Zlong Games
6	游族网络 YOOZOO	21	时空幻境 Firecraft
7	友塔游戏 Yotta Games	22	创酷互动 CHUANG COOL
8	天盟数码 IGG	23	心动网络 X.D. Global
9	4399游戏 4399 Games	24	智明星通 ELEX
10	龙创悦动 Long Tech	25	卓杭网络 DH Games
11	悠星网络 Yostar	26	掌趣科技 OurPalm
12	三七互娱 37 Games	27	多益网络 Duoyi
13	博乐科技 Bole Games	28	Six Waves
14	壳木游戏 CamelGames	29	龙腾简合 ONEMT
15	有爱互娱 C4games	30	英雄互娱 Hero Game

同时，伽马数据发布的《疫情防控期游戏产业调查报告》显示，2020年1—3月，移动游戏市场收入近550亿元，创下历史新高，同比增长率超过49%，环比也出现较大幅度增长，游戏产业迎来难得的高光时刻。

疫情过后，游戏行业一马当先，率先扛起“复苏大旗”，这一点，从游戏行业上市公司业绩上可窥一斑。

以游族网络为例，今年一季度，公司实现收入12.1亿元，同比增长45.45%；归属于上市公司股东的净利润3.63亿元，同比增速110.14%，超过公司此前发布的一季度业绩预告80%—100%的增长幅度。扣非净利润2.83亿元，同比也增长64.66%。

业绩向好延续到二季度。虽然4月、5月全社会复工复产，游戏用户时间和注意力出现下滑，但行业整体景

气度并没有明显衰减。一如游族网络半年报业绩预告，预计上半年净利润同比增长20%—25%。

今年上半年，游族网络实现营收共计25亿元，同比增长44%，若剔除一季度收入，二季度约13亿元。公司在业绩预告中透露，受益于新老产品的良好表现，这是游族历史上的单季最好成绩。

对于二季度净利润较一季度有所下滑，游族网络也进行了解释，主要是短期营销成本过高所致。

公司称，因自研卡牌手游《少年三国志2》在日韩市场正处于上线初期，广告及营销成本较高，故对二季度利润构成负面影响。同时，公司举办“6·16少年节”，针对包括《少年三国志》在内的多款“少年”系列产品进行品牌推广，营销费用增加。

新品蓄势待发留后劲

游族网络成立于2009年，2014年登陆深交所，进入资本市场。

据公开资料显示，该公司产品主要包括网页游戏、移动游戏等。其中，移动游戏营收占比近70%，是最重要的收入来源。总体而言，对于游戏类产品，决定业绩的关键还是游戏产品，特别是新品的表现。

今年上半年，《少年三国志2》在国内App Store畅销榜保持前列，流水稳定；4月底在日本市场上线，取得卡牌游戏下载及畅销榜双榜第一，与公司此前发行的《华武战国》《塞尔之光》共同打入日本游戏畅销榜。

6月份，该产品在韩国市场上线，并取得游戏畅销榜第四，卡牌游戏下载榜及畅销榜双榜第一，为近年来国内卡牌游戏在韩国市场取得的最好成绩，并有望在7月份实现更好的流水表现。

新品储备方面，游族网络方面颇有“底气”，预计将为公司未来提供稳定收入。在国内市场，公司储备有策略型卡牌手游《少年三国志：零》，IP产品《新盗墓笔记》，预期可以配合相关网剧播放节奏进行上线。

在海外市场，7月21日将上线《权力的游戏凛冬将至》手游的亚太版本，该游戏在国内游戏版本的基础上进行了大幅改造，将在韩国、港澳台、东南亚、日本等IP影响更大区域上线。

在日本市场，公司已上线一款二次元卡牌定制产品代号《兽娘》，并计划今年年底或明年年初引进国内市场。

今年3月，公司代理发行的《荒野乱斗》在中国区域上线后创造了全球市场的最好成绩。“该产品补充了公司发行线，特别是对竞技性产品作了补充。”该人士称，长期来看，为公司带来更好的口碑，提升品牌价值，并为公司提供与海外优质CP厂商合作

的机会。与此同时，游族网络的“大IP”战略也在持续深入。

日前，公司关联公司三体宇宙将系列小说《三体》用于游戏开发、发行、改编，以及衍生产品等权利授予了游族网络全资子公司游族互娱。未来有望为公司贡献新的利润增长点，增强主营业务实力。

7月20日，有券商行业分析师对记者表示，借力市场和政策的东风，游族网络在网络游戏的研发、发行及运营方面加速发力。梳理来看，精品化、全球化和大IP战略是公司发力的三大抓手。在少年系列卡牌产品支撑下，2020年游族网络有望在国内卡牌领域拿下40%左右的市场份额，并向全球市场拓展。

估值低于同业带来想象空间

庞大的用户规模、市场空间及游族长期积累的经验，为公司后续产品的推出提供了有力保障。

7月20日，游族网络股票在二级市场经过短期回调后，随着半年度业绩预告的发布有所企稳，当日收报于22.50元，上涨2.32%。

据了解，游族网络近日股价震荡最直接的原因是，公司曾在投资者互动问答时表示，无需披露半年度业绩预告。该说法随后被市场“衍生”为公司上半年业绩不佳。不过从目前业绩预告看，公司业绩在市场预期范围之内。

截至7月20日，游族网络动态市盈率率为14倍，而其他网络游戏上市公司动态市盈率基本都在30倍以上。

据半年报业绩预告，游族网络净利润5亿元左右，总市值202.8亿元，即每1亿元净利润对应市值40亿元左右，也低于其他网络游戏上市公司。

不过，有一点，目前网络游戏指数一度摸上1629.78点近两年高位，后市还需要看市场认可度。（文/程方）

股票ETF发行量翻倍 华夏基金成大户

时代周报记者 苏长春 发自北京

正值科创板试点满一周年之际,7月23日,备受市场瞩目的上证科创板50成分指数实时行情将正式发布。似是迎接这一重磅指数落地,7月15日,华夏、易方达、华泰柏瑞和工银瑞信迅速上报了科创50ETF及联接基金的募集申请。

实际上,包括科创50ETF在内,今年以来,公募基金公司布局股票ETF的热情也有增无减。

同花顺iFinD数据显示,截至7月18日,年内已有56只股票ETF成立,发行规模达592.07亿元,较去年284.97亿元的发行规模,大增107.77%。

从单只产品发行规模看,也不乏爆款,如华夏基金2月20日成立的华夏中证新能源汽车ETF,首募规模高达107.63亿元,成为年内发行规模最大的股票ETF。

此外,华夏国证半导体芯片ETF、银华中证创新药产业ETF、广发国证半导体芯片ETF、国泰中证新能源汽车ETF等发行规模也均近20亿元。

“通常而言,基金公司布局产品线需要充分的市场调研,并作出市场预期。年初以来很多主流机构观点认为,科技板块仍然是今年的投资主线,因此出现扎堆申报科技类ETF产品的局面,而在疫情影响下,科技股受冲击较小,投资者认购意愿较强。”7月17日,南方一家基金公司产品部相关负责人表示对时代周报记者表示。

就股票ETF市场生态而言,马太效应已是大势所趋。时代周报记者以截至7月17日的最新份额乘以单位净值估算,股票ETF总规模已达6973.25亿元,其中,18只超百亿规模的ETF占据总规模的近六成。

“ETF维护成本不低,且讲究先发优势和产品线齐备,比起主动权益产品,门槛相对较高,因此头部效应会更明显。”7月17日,北京一家大型基金公司人士解释。

年内新发近600亿

今年以来,主动权益类基金发行走热,爆款频出,被动投资领域的股票ETF关注度有所减弱。不过,并未影响诸多基金公司在这一领域持续发力,今年以来股票ETF的新发规模,比去年同期已悄然翻倍。

比去年同期已悄然翻倍。

时代周报记者梳理统计,年内共有26家基金管理人成立了股票ETF,从机构募集规模看,华夏基金成为当之无愧的发行大户。今年以来最新成立的3只股票ETF,新发规模高达165.88亿元。

此外,银华、建信和国泰也排在股票ETF发行规模榜单前列,年初以来发行规模依次为60.13亿元、41.66亿元和41.21亿元。

值得一提的是,今年不仅大中型基金公司对股票ETF依旧保持着较高的发行势头,还有部分“新晋选手”涌入。

公开信息显示,4月13日和7月14日,永赢基金先后成立了沪深300ETF和中证500ETF,记者注意到,在此之前该公司并未成立过ETF产品。从产品线布局观察,永赢基金选择先行推出宽基指数ETF。

与永赢基金不同,西部利得6月19日刚刚成立了一只股票ETF,选择布局创业板。

对于中小基金公司也陆续布局ETF,7月19日,格上研究中心宏观经济研究员张婷接受时代周报记者采访时表示,从长远看,随着A股市场逐渐成熟,市场中的阿尔法空间会逐渐降低,ETF所带来的贝塔收益会更凸显,大趋势面前,基金公司逐渐布局在情理之中。不过,小基金公司入场容易,但要占据较大市场份额还是比较困难的。

论起今年最受热捧的股票ETF品种,科技类主题俨然站上C位。时代周报记者不完全统计,以华夏中证新能源汽车ETF、华夏国证半导体芯片ETF为首的11只科技类ETF,合计发行规模达305.42亿元,占据年内股票ETF总发行规模的半壁江山。

不过,记者也注意到,科技类ETF的成立时间大多集中在一季度,这与3月监管放缓科技类ETF审批节奏有关。彼时大批基金公司扎堆申报该类主题,监管意在规范产品材料,为市场降温。

马太效应不断加剧

股票ETF市场的竞争并非只在新兴市场,真正的战场实则是比拼存量ETF规模的扩增。

近两年来,一些流动性较好、交易量活跃的股票ETF愈发受到资金青睐,由此也加剧了全市场的马太效应。

时代周报记者以最新的基金份额乘以单位净值估算,截至7月17日,全市场股票ETF规模已达6973.25亿元,较去年年末的5793.52亿元,增加1179.73亿元,增幅为20.36%。

从单只基金角度看,头部宽基ETF的领先地位仍稳如泰山。

截至7月17日,规模排名前五的股票ETF分别是华夏上证50ETF、南方中证500ETF、华泰柏瑞沪深300ETF、华夏沪深300ETF和嘉实沪深300ETF,估算规模分别为507.12亿元、424.38亿元、395.02亿元、289.12亿元和263.45亿元。

包括上述5只产品在内,规模超百亿的股票ETF达到18只,合计规模为3945.89亿元,占据全市场总规模的56.59%。

从基金公司维度梳理,记者统计发现,华夏基金以绝对优势领跑股票ETF规模榜单。

截至7月17日,该公司股票ETF规模已高达1730.2亿元,与第二名易方达630.83亿元的规模,差距明显。此外,南方、国泰和华泰柏瑞依次位列规模榜第三到第五名。

年内股票ETF新增规模方面,头部机构产品也更吸金,且主要集中在科技类和证券类ETF上,除前述提到的华夏国证半导体芯片ETF外,华夏5GETF、国泰证券ETF、国泰芯片ETF今年以来的规模增量也均超百亿元。

另外,年内新增规模超50亿元的产品还有华夏新能源汽车ETF、华宝券商ETF、华安创业板50ETF、国联安半导体ETF和天弘沪深300ETF。

“目前股票ETF市场呈现出龙头集中的特征,市场前20%的基金占据了60%的市场规模,尤其是宽基ETF。”张婷对时代周报记者表示。

在张婷看来,未来股票ETF规模及数量会越来越多,但市场集中度仍然会比较高,最后形成寡头格局。随着宽基指数突围越来越难,行业ETF和smart贝塔ETF会逐渐增加,中小基金公司要想突围,可以在这些特色品种上进行努力。■

592.07
亿元

56.59
%



A股火爆B面：公募基金总份额缩水

时代周报记者 宁鹏 发自上海

一面是权益爆款基金频频刷屏,一面是固定收益类基金规模缩水。

伴随着货币基金、债券型基金的收益缩水,规模亦随之萎缩。中基协7月14日公布的数据显示,6月份公募基金总份额缩水超过1万份。其中,货币基金由8.42万亿份降至7.57万亿份,债券基金由3.07万亿份降至2.86万亿份。

与此同时,公募资产净值由5月底的17.64万亿元下降至16.9万亿元,环比下降4.2%。

7月20日,沪上某基金公司中层告诉时代周报记者,公募基金6月出现规模缩水,可能因货基收益低及债券基金回撤较大所致。

7月,固定收益类基金或面临更加严峻的挑战,权益市场火热,让投资者偏向于配置偏股基金。

货基规模触顶回落

近年来,监管强调资管行业回归本源,弱化货币基金规模排名。然而,在失去了“冲规模”这一功能后,货基份额仍然持续增长,长期占据公募基金半壁江山。

而目前,这一“长青”产品无疑正面临危机,2020年以来,货基7日年化收益率加速下行,从年初的2.61%下行至6月的1.59%。

财信证券分析师刘璠统计,10年来货币基金的基金份额实现了55倍左右的增长,2010年以来总份额仅在2016年和2019年有所下降,均对应了7日年化收益率大幅下行。

“目前货币基金持有人可分为两类:一类是带有明显的消费属性,譬如有些投资者习惯于在余额宝等互联网货币基金中放一些小额资金,他们往往对收益不太敏感;而另一种是将货币基金作为理财产品,收益太低就可能切换到其他类型。”7月20日,沪上某中型公募电商家人士对时代周报记者表示。

多位个人投资者近日亦向记者证实,货币基金收益率一降再降,确实在一定程度上影响了持有意愿。

安信证券研报显示,今年以来结构性存款“量价双高”,高于理财产品预期收益率和货基收益率。

今年6月,堪称货币基金增速一大拐点。事实上,在疫情冲击下,一季度股债基金增长乏力,尽管浮动净值型货基存量规模下降,但传统货币基金份额为8.2万亿份,较上一季仍增加1.1万亿份,整体货币基金规模占比上升至50.96%。

天风证券研报认为,目前货基收益率确实在逐步实现与存款利率并轨,银行存款流失压力将明显下降。

Wind数据显示,理财产品收益率近期亦有波动,但整体收益率均显著

高于货基。

截至6月末,1个月期限理财产品收益率为3.71%,较上月上升17bp;6个月和1年期的产品收益率分别为3.82%和3.93%,分别下降了8bp和7bp。

跷跷板效应凸显

7月20日,沪深两市成交额再度站上1万亿元,连续13个交易日突破万亿元大关。

股市的火热,激发了投资者对权益类资产的热情,相对而言,固定收益投资转入低谷。

有业内人士7月20日告诉时代周报记者,7月以来资本市场的热度明显不同,股债跷跷板效应或对公募基金资产结构产生较大冲击。

时代周报记者梳理历史数据发现,资金的跷跷板效应一直存在。

譬如在2006年一季度末,货币基金行业总规模占比为45.25%。伴随着股市火爆,该比例一路急跌,截止到2007年三季度末,货币基金占比已经降到1.91%。

在2015年,亦有类似效应,2014年年末货币基金占比为45.99%,截止到2015年二季度末,占比已经下滑到33.85%。

海通证券姜超团队指出,在资本市场资金存量相对稳定的情况下,出现股债跷跷板效应的概率更大。通常股债跷跷板体现为基本面预期效应

和资金轮动效应。

随着理财净值化转型深入,资金流动性增强,股市上涨加速资金流入,表现为货币基金赎回、理财产品赎回、债券型基金赎回、股票型基金规模快速扩大等,而理财赎回又加剧了债券资产抛售,导致流动性较好的债券资产价格快速下跌,反过来又推动理财净值下跌,加速理财产品赎回。

平安证券分析师刘璐则认为,股债跷跷板不会长期影响债券市场。上个月货基与债基净赎回万亿元,混合型基金则环比上涨2616.63亿元,这部分转移资金的持有者是对市场信息比较敏感的投资者,而绝大部分的债基和货基持有者仍然是将其作为长期资产配置的一部分。

广发证券研报指出,7月第2周,基金公司对利率债和信用债均为净卖出,呈现出比较明显的被赎回特征。

增量资金可期

尽管近期A股行情有所反复,仍有颇多机构看好后市。

7月16日,沪上某基金公司权益投资总监告诉时代周报记者,年初以来,居民存款大幅增长。从银行存款的回升来看,居民储蓄的力量或被低估。

民生证券分析师田铭认为,从存款端来看,6月新增居民户存款明显高于往年,主要原因是监管政策对表外理财的打击使居民储蓄重新回流。

另一方面随着余额宝等理财收益的降低,存放在余额宝的收益已低于部分大额可转债的收益。

“从增量资金规模来看,2019年6月至今,公募新成立权益类基金份额(包括主动与被动)已经与2014年6月至2015年6月的牛市时期相当,而北向增量资金的入市规模弱于彼时险资配置规模。”华泰证券研报中指出。

7月17日,银保监会发布了《关于优化保险公司权益类资产配置监管有关事项的通知》,将对险资权益投资差异化监管,提高优质险企投资比例上限。

方正证券分析师左欣然对时代周报记者表示,本次权益类资产监管比例的适当放开,将大概率带来权益市场带来具备长期投资属性的增量资金。假设险企主动加仓0.5%—4%,则将为权益市场带来近1000亿—7000亿元增量资金。

刘璐认为,本次进入股市的资金更多的是增量资金。随着股市逐渐转为慢牛,对市场较为敏感的投资者完成资产配置调整后,债基与货基流动性向权益市场分流的现象将会有所好转。

年初以来,居民存款大幅增长,是需要进行资产配置的,而债基和债基这类固定收益类品种依然是底层资产配置的首选,后续债基和债基的流动性将会得到补充。■

券商涨幅两市第三 股东频抛减持计划

时代周报记者 盛潇岚 发自上海

三根大阴线后，7月20日，A股券商又迎来全面大涨，平均涨幅5.37%。月内来看，券商股平均涨幅已达到28.49%，战绩不俗，位居沪深两市行业涨幅榜的第三位。

不过，一边是备受追捧，上市券商再融资热情高涨；另一边，却是券商股大小股东频频祭出减持计划，逢高变现。

时代周报记者据Wind数据统计，截至7月20日中午，A股上市券商本月里发布的减持计划公告就有13条，涉及7家公司，包括华创阳安(600155.SH)、华安证券(600909.SH)、南京证券(601990.SH)、五矿资本(600390.SH)、哈投股份(600864.SH)、第一创业(002797.SZ)和红塔证券(601236.SZ)等。

此外，还有4家上市券商在本月完成减持。

7月14日，海通证券(600837.SH)股东兰生股份(600826.SH)完成减持3365万股，成交金额4.97亿元；7月10日，南京证券股东凤凰置业减持5.67亿元；7月7日，华安证券股东完成减持2.93亿元；国泰君安分别在7月6日和7月9日被两次减持。

新希望减持华创阳安

A股券商最新的减持公告来自华创阳安。

7月16日，华创阳安发布关于5%以上股东减持达到1%的提示性公告，称此次权益变动后，公司股东新希望化工投资有限公司(下称“新希望化工”)及其一致行动人持有公司股份比例由19.31%减少至18.31%。

此次减持前，新希望化工及其一

致行动人南方希望、北硕投资合计持有华创阳安3.36亿股，新希望系是华创阳安第一大股东。后者长期以来都被视为是新希望旗下的重要上市公司，主要资产华创证券也被视为新希望金融版图中的唯一券商牌照。

今年4月9日，华创阳安披露了新希望化工减持股份计划公告，称新希望化工拟在4月30日至10月29日通过集中竞价交易方式减持公司股份不超过总股本的2%。目前，减持计划尚未实施完毕，即未来3个多月内，新希望系还可能再减持1%。

这是新希望系退出的信号？事实上，似乎早有征兆。

时代周报记者通过梳理发现，华创阳安两位新希望系董事李建雄、张明贵在公司历次董事会议案中多次投反对票，包括股份回购、注册地变更、员工持股计划等。

2019年11月，华创阳安提出高价收购太平洋证券时，两位董事又一次投出反对票，理由包括收购价格高，交易风险敞口大；标的公司业绩不佳，历史遗留问题复杂等。该并购案最终告吹。

值得一提的是，新希望系的历次反对均没有被华创管理层采纳，今年初，更丢失了这两个董事席位。

目前，华创阳安董事会成员中，已然没有与新希望相关的背景。华创阳安也公告表示，“公司现为无控股股东及实际控制人状态”。

7月19日，上海一家大型券商非银金融研究员对时代周报记者透露，新希望和创管理层及其他股东在经营管理上长期存在分歧。

华创阳安表示，本次减持计划的实施不存在导致控制权发生变更的情形，不会对公司治理结构、股权结构及持续经营产生影响。



华安证券遭四股东减持

在众多被减持的券商股中，华安证券今年已被4家股东频繁减持，很“不受待见”。时代周报记者统计，今年以来，其已先后发布6则减持类公告。

7月14日晚，华安证券公告称，近日，收到安徽出版集团的《股份减持计划告知函》，后者计划于2020年8月6日至2021年2月2日，减持公司股份不超过2000万股，计划减持比例不超过0.55%。

华安证券2020年一季度报显示，安徽出版是华安证券第二大股东，截至一季度末，持有华安证券8.18%的股份。同时，通过可交换公司债券质押专户还持有4.69%的股份。

此前，安徽出版曾在4月8日减持过5355万股华安证券股份，减持比例1.48%，减持总金额3.7亿元。

除了安徽出版，另一家大股东东方创业也在6月中旬推出减持计划。

6月16日下午，华安证券公告，公司于6月15日收到东方创业减持计划告知函，后者拟在2020年7月10日至2021年1月5日，减持公司股份不超过

7242万股，减持比例不超过2%。

据华安证券一季报，东方创业为华安证券第五大股东，持有1.69亿股，持股比例4.66%，通过“东方创业-安信证券-19东创EB担保及信托财产专户”还持有1.93%，合计6.6%。

时代周报记者发现，除了上述两家前十大股东推出减持计划外，今年上半年还有两家股东完成了对华安证券的减持。

7月7日晚，江苏舜天公告，3月6日至7月6日，公司累计减持华安证券3395.69万股，成交金额2.93亿元。此外，安徽天成投资在4月23日完成了清仓减持，合计套现约1.78亿元。

统计来看，今年上半年，已有安徽出版、江苏舜天、安徽天成合计完成套现华安证券8.41亿元，再加上安徽出版和东方创业拟实施的减持计划，按照华安证券7月20日收盘价8.43元/股计算，今年华安证券的减持套现金额大概率超过15亿元。

月内发布13则减持公告

进入7月份以来，随着券商股全

面大涨，股东减持动力增强。时代周报记者根据Wind数据统计，已有7家A股券商发布了13则减持类公告。

南京证券经历了两轮减持。7月10日晚，其公告称，公司于7月10日收到股东江苏凤凰置业函告，后者拟于2020年8月1日至2021年1月28日，以集中竞价交易方式减持不超过3298.82万股公司A股股票，不超过公司总股本的1%。

就在7月9日晚，江苏凤凰置业刚刚完成了上一轮减持计划，合计减持金额5.67亿元。如今又是新一轮减持开启。

此外，还有两家头部券商股东近日完成减持计划。

7月14日晚，兰生股份完成减持海通证券3365万股，成交金额4.97亿元，占上年度经审计净资产的14.15%；华茂股份分别在7月6日和7月9日出售国泰君安1222.35万股和1000万股。

虽然被频繁减持，多位业内人士仍然看好券商股。

近期，券商行业也是利好不断。7月17日，证监会有关部门向派出机构发出《支持证券投资基金行业实施组织管理创新》的文件，文件指出，证监会支持证券投资基金行业实施组织管理创新，一是鼓励市场化并购重组；二是支持券商、基金开展股权激励计划。

7月20日，渤海证券非银金融分析师张继袖指出，“此次通知是监管层在现有法律框架和行业发展环境下进一步明确的事项，是监管层要强、做大中国资本市场以支持实体经济发展思路的推进。”

张继袖认为，券商板块上涨的驱动因素主要包括资本市场改革、流动性以及A股市场上涨带动的β属性，在资本市场深化改革进程中，以上因素都将得到兑现。□

科创板喜迎新成员 孚能科技持续深耕 三元软包领域地位全球第三

中国动力电池公司已成功迈出国门，进入全球视野。

继国轩高科成功赢得大众汽车集团87亿元投资后，7月3日，孚能科技(赣州)股份有限公司(下称“孚能科技”)发布公告，将与梅赛德斯-奔驰进一步深化战略合作，后者将投资约9亿元入股孚能科技，约占孚能科技3%左右的股权。

公开资料显示，孚能科技已于本月6日完成首发申购，发行价格为15.9元/股，发行数量约为2.14亿股。本次战略配售投资者包括华泰创新、戴姆勒大中华、江苏瀚瑞、苏豪投资、中保投。网上网下回拨机制启动后，网上网下最终发行数量分别约为2997.85万股、1.08亿股，分别占扣除战略配售数量后发行数量的19.43%、70.57%。

孚能科技成立于2009年12月18日，由美国孚能及满园建设合资设立，主要从事新能源车用锂离子动力电池及整车电池系统的研发、生产和销售。同时，该公司还为新能源汽车企业提供动力电池整体解决方案，是目前全球三元软包动力电池的领军企业之一。

研发实力凸显

新能源汽车动力电池属于技术密集型行业，企业的核心竞争力在于新技术、新产品的持续自主创新能力和生产工艺的先进性。核心技术人员对于动力电池企业保持自身的技术领先优势，并进而提升自身的整体竞争力具有重要意义。

细看孚能科技成长历史及核心要员可发现，该公司在技术研发方面拥有着先天优势。

创始人王瑀(加拿大籍)、Keith(美国籍)均为全球锂离子电池行业

资深科学家。其中，王瑀拥有里斯本大学博士学位、哥伦比亚大学博士后学位，1997年至今先后任职NEC研发科学家、PolyStor研发部总监、电芯总设计师、美国孚能CEO兼董事、孚能科技董事长兼总经理。

Keith拥有伊利诺伊大学硕士学位、威斯康星大学博士学位。1996年至今先后任职美国阿贡国家实验室科学家、PolyStor研发高级总监及科学家、美国孚能首席技术官、孚能科技副总经理兼研究院院长。

创始团队自1997年开始从事动力电池产品的技术研发工作，深耕动力电池行业二十年，是全球最早从事新能源汽车用锂离子动力电池开发的技术团队之一。此外，孚能科技核心技术人员大部分皆为世界或国内著名研究学府毕业的博士生，且拥有着十余年的科研经验。

公司在江西省赣州市、美国硅谷、德国斯图加特均设立了研发团队，并持续与动力电池国际知名机构开展研发合作。合作机构包括锂离子动力电池行业国际顶尖科研院所美国阿贡国家实验室、美国伯克利劳伦斯国家实验室、伯克利大学、斯坦福大学，以及国际知名企业巴斯夫、杜邦、3M公司等，合作专家包括全球最具影响力的锂离子动力电池行业顶尖专家Michael M. Thackeray、Jeff Dahn等。

依托国际化的研发团队和全球化的研发机制、多项前沿科研项目的积累以及与动力电池国际知名机构的深度合作，孚能科技已掌握从原材料、电芯、电池模组、电池管理系统、电池包系统、生产工艺及自动化生产设备的全产业链核心技术，拥有锂离子动力电池先进的生产制造及品质管理能力。

市占率国内第一，全球第三

孚能科技在招股书中称，本着“投产一代、储备一代、开发一代”的技术研发理念，确保公司核心技术水平位居全球新能源汽车动力电池行业领先地位。

按产品类型划分，目前新能源汽车用动力电池主要有三元软包、三元方形、三元圆柱、磷酸铁锂型电池。据GGII数据，上述四种动力电池2018年在中国装机量合计占比达89%，2019年装机量占比达91.1%。

孚能科技主营产品为三元软包动力电池，该类型产品相较于其他主流动力电池，具有能量密度高、产品充放电性能好、安全性能好、使用寿命较长、环保可回收等优势 and 先进性，其在动力电池市场的前景可期。

工信部合格证数据显示，2019年新能源汽车乘用市场，三元软包动力电池装机量为4.08GWh占新能源汽车乘用市场装机量的比例达9.7%，是除三元方形外占比排名第二的技术路线。据Marklines、乘联会数据，2019年全球销量排名前十的新能源乘用车中，三元软包电池配套已从2018年的3款，上升至4款。

那么，该公司的市场地位如何？

据GGII数据，在软包动力电池领域，2018年全球前十企业出货量合计为19.6GWh，占全球软包动力电池出货量的85%。LGC、AESC、孚能科技、SKI、万象A123排名前五，上述企业的市场份额依次为36.8%、13%、8.2%、7.4%、4.8%，CR5合计为70%，行业集中度较高。据悉，这已是孚能科技连续第二年排名全球第三，行业领先水平稳定。

中国软包动力电池装机量数据目前已更新至2019年，其中，孚能科

技以22.04%的市占率遥遥领先。排名第二至五名的分别为卡耐、多氟多、捷威动力、桑顿新能源，市场份额分别为11.48%、11.11%、10.2%、10.2%。可以看到，2019年，孚能科技的三元软包动力电池市占率约为卡耐市场份额的2倍。

全方位持续发力，确保全球领先地位

近年来，新能源汽车作为解决全球环境和能源问题的重要途径之一，正在逐步替代大量消耗化石能源的传统燃油汽车。在中国、美国、德国、日本等主要新能源汽车促进国的带动下，全球新能源汽车市场进入高速增长期，新能源乘用车销量自2015—2018年连续四年增速超过50%。

基于对行业未来发展趋势的一致性判断，国内外各大一线整车品牌均将新能源汽车作为其重点发展的方向。动力电池是新能源汽车最为关键的核心组件，其性能对新能源汽车的多项关键指标至关重要。三元软包动力电池具备能量密度高、安全性能好、循环寿命长、充放电快速、温度适应性强等竞争优势，已经成为越来越多主流车企的选择之一。

孚能科技自成立以来，持续关注三元软包动力电池领域，积累了丰富的研发和应用经验，2017—2019年连续三年蝉联全国该领域电池装机量第一，竞争实力雄厚。

该公司称，未来，将秉承“做世界一流企业，创人类美好生活”的愿景，把握全球动力电池市场快速增长的机遇，在技术研发、供应链管理、产能规划、市场开发、人才等方面持续提升，发展成为全球领先的动力电池企业。

(文/黄祐芊)

并购纠葛落定 宁波东力难掩流动性隐忧

时代周报特约记者 陶书宁 发自上海

在2015年中国经济进入增速换挡、结构调整时期后，机械工业的发展逐渐放缓，踌躇在退市边缘的宁波东力（002164.SZ）寻求向供应链领域转型，却反被一场跨界并购拉入深渊。

7月14日晚间，宁波东力发布公告称，公司收到证监会《行政处罚及市场禁入事先告知书》。此次调查，以宁波东力及相关人士受行政处罚、并购案中标的原告人被判处无期徒刑而告终。

然而，宁波东力可能无法因此案的落定而轻装上阵。因并购踩雷引发的流动性难题，以及公司自身发展面临的瓶颈，始终是其无法回避的事实。时代周报记者连日来多次拨打宁波东力电话，始终无人接听。

业绩下滑谋转型

在这起并购之前，宁波东力曾有过属于自己的高光时刻。

公开资料显示，宁波东力创立于1998年，主营减速电机、齿轮箱等传动设备，其前身可追溯至原宁波市江东区东郊乡东升村的集体企业——东升减速电机厂。

2007年，宁波东力登陆深交所中小板，成为中国齿轮行业首家A股上市公司。上市之后，宁波东力业绩进入快速增长期。

财务数据显示，2006年，宁波东力营业收入3.10亿元，净利润0.42亿元，到了2010年，其营业收入达7.09亿元，净利润达0.84亿元。4年时间里，公司营业收入年复合增长率达到22.98%，净利润年复合增长率19.92%。

此后，公司业绩一路滑坡，甚至陷入保壳境地。2012年、2013年分别亏损6136.28万元、2463.91万元，连续两年亏损，濒临退市。

2014年，宁波东力依靠各项补助成功保壳。当年计入当期非经常性损益的政府补助收入为2279.86万元，单这一项占净利润比例就达95.60%。扣除非经常性损益后，2014年公司净利润为-2366.90万元，连续三年出现亏损。

宁波东力主营的小型减速器，模



宁波东力可能无法因此案的落定而轻装上阵。因并购踩雷引发的流动性难题，以及公司自身发展面临的瓶颈，始终是其无法回避的事实。

块化减速电机和大功率重载齿轮箱，主要应用于冶金和矿山行业。随着冶金用模块化减速电机需求下滑，宁波东力也采取了一系列措施，如开拓港口、建材、环保、轻工等行业的销售路径，以扭转局面，但效果并不显著。

2015年年报显示，宁波东力期内实现营业收入5.01亿元，比2014年同期下降1.34%；归属于上市公司股东的净利润为1115.26万元，比2014年同期下降53.24%。宁波东力在2015年年报中预计，未来几年，机械工业需求形势难以大幅好转。

于是，宁波东力将目光转向兼并重组和产业合作，以“培育公司新的经济增长点”。年富供应链在此时进入宁波东力高管们的视野。

不过，他们没能想到的是，这帖“补药”最后变成了“毒药”。

“补药”变“毒药”

2015年12月，宁波东力开始停牌筹划重大资产重组，初定重组标的为深圳市年富实业发展有限公司，后重组标的更换为深圳市年富供应链有限公司（以下简称“年富供应链”）。

东北证券曾在2017年的一份研究报告中称，年富供应链在电子信息行业供应链业务深耕十年，2015年涉足医疗器械供应链，2015年和2016年公司经手货值分别达到192.99亿元和261.59亿元。

倘若交易完成，宁波东力的供应链服务业务收入占比将超过95%，成为公司主业。

2016年，公司以21.6亿元收购年富供应链100%股权，同时配套募资3.6亿元，该项资产收购交易于2017年7月全部完成。次月，宁波东力将年富供应链纳入合并财务报表。此次并购后，宁波东力2017年实现营收128.7亿元，同比大涨约24倍，其中有94%来自年富供应链；净利润增长约12.8倍，其中年富供应链贡献约58%。

好景不长。一年后，宁波东力向公安机关进行举报。2018年7月1日，宁波东力披露立案通知书，称在收购年富供应链的过程中，遭遇合同诈骗。

宁波东力公告称，年富供应链财务不真实，法人代表李文国及高管团

队涉嫌隐瞒年富供应链实际经营情况，通过多家海外关联企业，侵占上市公司资金，骗取上市公司股份及现金对价21.6亿元，骗取上市公司增资款2亿元。同时，诱骗上市公司为年富供应链担保15亿元。此后，年富供应链相关涉案高管先后到案。

上述事件后，宁波东力对持有的年富供应链长期股权投资23.6亿元全额计提了减值准备，并预提担保损失3.31亿元。2018年年报显示，公司全年净亏损28亿元，已超过其上市以来的盈利总和。

7月14日晚间，宁波东力公告称，公司收到证监会《行政处罚及市场禁入事先告知书》。法院认定被告单位富裕仓储（深圳）有限公司（现已更名为深圳富裕控股有限公司）和年富供应链犯合同诈骗罪，判处罚金人民币3000万元；被告人李文国（富裕仓储、年富供应链实控人）、杨战武（年富供应链总裁）、刘斌（年富供应链财务总监），被判处合同诈骗罪，其中李文国被判处无期徒刑，剥夺政治权利终身，并处没收个人全部财产。

实际上，在并购前，市场其实已对宁波东力“带病收购”和高达7.5倍的溢价率表示质疑。

7月20日，汇业律师事务所毕英鸢对记者表示：“宁波东力作为受害者，巨亏数亿元，但涉案高管在职责范围内未履行勤勉尽责义务，也是最终导致这一‘悲剧’发生的原因之一。”

流动性风险隐忧

宁波东力欲借“双主力驱动”驶离泥潭的算盘落空，只好回归主业。

2018年年报显示，剔除供应链业务后，公司2018年实现营收9.7亿元，同比增长29.76%。2019年，公司营业收入增加至10.20亿元，虽然同比仅增长5.16%，但这一年宁波东力扭亏为盈，实现归母净利润2186.08万元。

公司将其归功于装备制造市场的拓展，及销售利润的同比上升。“订单饱和，行业景气度在上升。”宁波东力在2019年年报中称。

一切似乎都在往好的方向发展。

7月9日，2020年半年度业绩预告显示，宁波东力报告期内预计盈利

11.22亿元。

公司披露，报告期内，司法机关追缴并注销的公司股份1.35亿股，增加净利润11.54亿元，同时冲回年初计入其他权益工具投资科目的九江易维和信息管理咨询合伙企业等股票账面价值1.02亿元，扣减计提的递延所得税负债后，减少净利润7655.78万元，以上两项合计增加公司净利润10.77亿元。

不过，这一业绩中掺杂着“水分”。扣除非经营性损益后，宁波东力期内净利为4476.01万元，相比上年同期的7008.28万元，实际下滑37%。

值得注意的是，由于向年富供应链提供担保，引起多项未决诉讼和仲裁事项，导致宁波东力资产及银行账户被冻结。

“这可能导致公司偿债能力变差，存在流动性风险。”7月19日，一位不便具名的券商分析人士指出，“不确定性太大了。”

2020年一季度显示，宁波东力目前流动资产合计7.74亿元，而流动负债已经达到6.68亿元。

另一方面，投资者的索赔也将是宁波东力必须直面的难题。

毕英鸢对时代周报记者指出，宁波东力负有信披义务，对公司并购的资产信息披露应当确保完整性、准确性、真实性；上市公司的董监高对此也存在勤勉尽责义务；通常并购标的存在财务造假等问题，属于信息披露文件存在虚假记载。

“虽然宁波东力的信披违规是遭遇合同诈骗导致的，但是在证监会的立案调查和行政处罚的前提下，宁波东力的适格投资者依然可以依法向宁波东力提起索赔诉讼。”毕英鸢称。

根据相关司法解释，一旦证监会对宁波东力作出正式处罚，在2016年12月13日至2018年8月24日前买入，并在2018年8月25日后卖出或仍持有并曾产生一定浮亏（无论是否解套）的投资者均可通过法律途径进行维权。

记者统计，2015年6月2日至2020年7月20日的5年时间里，宁波东力股价由20.15元下滑至4.8元，跌幅超过75%。截至今年6月19日，公司尚有股东3.56万户，人均持股金额3.92万元。■

爆炒“不老神药” 7天6板金达威收关注函

上接P1

2015年以前，金达威的主营业务是饲料添加剂和营养强化剂，2015年前后开始向下游延伸，布局保健品业务。

启动转型以来，除了多特倍斯，金达威先后收购了北美保健品生产商Vita Best、新加坡保健品零售商VITA Kids PTE、美国运动能量产品品牌ProSupps，入股美国运动营养品牌Labrada和Zipfizz，还参股保健品电商平台iHerb，整合了保健品从上游原料供应到中游生产加工，再到下游销售渠道的全产业链。

财报数据显示，2019年，金达威的营养保健食品业务实现销售收入16.87亿元，同比增长36.39%，占总收入的比重达52.86%。

多特倍斯是其在本领域领域落下的重要一子。2015年，金达威以3500万美元收购多特倍斯的51%股权。而后又于2016年斥资5358.47万美元收购了其他股东的股份，金达威对多特倍斯持股比例增至96.11%。

多特倍斯是美国一个膳食营养补充剂企业，自纳入合并报表以来，多特倍斯业绩增长平稳。2019年，多特倍斯实现营业收入6.5亿元，净利润为9088.66万元。

争议“不老神药”

一面是市场炒得火热，另一面也有不少人提出“智商税”的质疑。

关于NMN，此前并未有太多公开媒体曝光，亦未见有国内或国际知名制药企业披露过布局研发相关产品的信息。然而，在天猫、京东等电商

平台上已有不少厂家的产品在售，并宣传着“抗衰老”“逆龄美肌”等功效。

作为一种自然存在的生物活性核苷酸，NMN在人体中是合成烟酰胺腺嘌呤二核苷酸（NAD+）的前体，其生理功能主要通过提高NDA+水平来体现。

公开资料显示，NAD+又叫辅酶I，是人体几百种重要代谢酶的辅酶，在细胞中的功能是作为氧化还原载体，并作为信号分子参与许多重要细胞过程，与能量代谢、糖酵解甚至DNA复制等活动存在关系。

科学界对NAD+的抗衰老作用有过不少研究。早在1970年代，哈佛大学研究人员就发现，以NDA为辅酶的Sirtuins蛋白与长寿有某种相关性，而且这种蛋白受NAD+水平调节。由于NAD+是长寿蛋白Sirtuins的唯一底物，因而被认为具有抗衰老功能，增强NAD+水平被认为可能会对延缓衰老有帮助。

不过，由于分子量太大，直接补充的NAD+无法通过细胞膜进入细胞，于是就有人想到了通过补充前体NMN来提高体内的NAD+水平。

哈佛药学院遗传学教授大卫·辛克莱尔（David Sinclair）是NMN的狂热研究者之一。2013年，他在老鼠身上进行抗衰老实验，通过实验对比发现，从外部补充NMN能够让老鼠的各项指标年轻化，或者说寿命可延长10%-20%。

大卫·辛克莱尔将其研究成果发表在顶级学术期刊《Cell》上，引来科学界对NMN的广泛关注。他还在接受媒体采访时宣称，自己每日服用NMN，“感觉身体年轻了许多”。在大

卫·辛克莱尔的力推下，NMN逐渐走入大众的视野。

近些年来，不乏发表在《Nature》、《Cell》等学术期刊上的研究论文显示，NAD+与衰老以及多种衰老相关疾病存在关联，NMN在DNA修复、老年痴呆、帕金森、心血管疾病等方面的实验中显示出一定作用。

然而，关于NAD+和NMN的研究，大部分都只推进到动物实验阶段。目前可查询到的NMN临床试验大约只有4项，其中华盛顿（圣路易斯）大学、哈佛大学、日本庆应大学开展的三个NMN临床研究已进入临床二期。

“关于NAD+和NMN已经有很多动物模型研究，提供了一些早期证据。”7月19日，华东地区某药企研发负责人蔡云（化名）告诉时代周报记者，“即便是开展了一些人体试验，作为保健品的临床试验和作为药品的临床试验，在研究方案设计和审批等方面的严谨程度是大不相同的。”

蔡云指出，目前，尚未有临床人体试验证据能够证明服用NMN能够提高体内NAD+水平并起到延缓衰老的作用。市场上NMN产品也多是膳食补充剂或保健品的身份销售，不宜夸大宣传NMN的抗衰老功效。

商业化之路

尽管缺乏人体安全性与有效性的证据，但这并未妨碍“不老神药”从实验室走向市场。

人体合成NAD+的主要前体，除了NMN还有NR（烟酰胺核糖）。近些年来，这两种前体的相关补充剂先后以“不老神药”的形象在保健品市场出现。

NR其实是NMN的前体，也就是NAD+的前前体。大约在2012年前后，NR作为人体服用的保健品开始在市场上露面。

2017年4月，李嘉诚曾通过旗下投资公司Horizons Ventrues给美国Chroma Dex投资了2500万美元。当时有传言称，李嘉诚是服用了Chroma Dex生产的NR产品后才决定投资的。但Chroma Dex公司至今仍处于亏损状态，2019年亏损额达3214.7万美元。

地产大佬潘石屹也曾在微博上表示试吃过“不老仙丹”——美国Elysium公司的NR产品。借着名人效应，NR出过一把风头。

不过，据相关研究，补充的NR在人体内大部分转化成为烟酰胺（NAM），而非通过NMN转化为NAD+，导致其补充NAD+的效率太低。NR产品因而一直不温不火。

作为NAD+的直接前体，NMN面市时被捧为新一代“不老神药”。时代周报记者在天猫、京东等电商平台搜索发现，在售NMN涉及的厂家已有十数家，产品价格从几百至上万元不等。其中较为知名的有香港基因港生物的艾沐茵、美国Herbalmx的瑞维拓，以及日本新兴和制药的MiraiLab。

日本新兴和制药最早将NMN商业化。2016年，该公司向市场推出全球首个NMN产品，但因采用生物发酵法，成本较高，目前其NMN 9000在天猫上售价21509元/瓶（60粒装）。

香港基因港生物的入局使NMN的价格更平民化。2017年，其完成NMN产品开发，使用全酶法工艺将NMN的成本大幅拉低，售价也相应降低，目前定价约在1500元/瓶。

为实现大规模商业化，2018年底，香港基因港生物在浙江余姚建厂，总投资高达20亿元。日前，其创始人兼首席执行官王骏对外透露，在余姚投建的NMN工厂已于6月份试产成功，将于近期投产，产能预计可提升至200吨，可满足约80万人的消费需求。

在巨大商业利益推动下，NMN相关产品的商业化步伐或进一步加快。人口数量叠加老龄化因素，中国被视为抗衰老需求最大的一个市场。

时代周报记者注意到，目前在售的NMN均为境外产品，国内尚无完成注册的NMN。

“一方面，国内保健品实行‘审批+备案’双轨制，上市需要获得相应注册许可，有一定门槛。不少国内公司也会通过境外注册或收购的方式生产保健品，然后绕道跨境电商或代购渠道进入中国；另一方面，也是抓住国内消费者偏好进口品牌的心理。”7月19日，一位曾在药监系统工作的业内人士告诉时代周报记者。

事实上，作为全球公认为严格的食品药品监管机构，FDA对于保健品的准入监管却相当宽松，美国因而有着全球最为繁荣的保健品市场。根据美国《膳食补充剂健康与教育法》，企业负责产品质量安全，产品上市之前并不需要经过FDA批准。

“美国的保健品叫膳食补充剂，在监管上属于食品范畴，对事前的准入放得很松。”前述业内人士告诉时代周报记者，“FDA对膳食补充剂主要是事后监管，对上市后出现的质量安全性、虚假宣传等问题采取措施，但对产品投入市场前并不会进行安全性和有效性评估。”■

LISTED COMPANY · 上市公司

大山教育港股遇冷 区域特色或成发展掣肘

时代周报记者 邓宇晨 发自广州

从新三板退市后，大山教育(09986.HK)再在港交所敲钟。

不过，资本市场的反应似乎给这个河南地区线下K12教育龙头泼了一盆冷水。大山教育上市首日便遭破发，当日大跌10.4%，第二天则以8.04%的跌幅收盘，盘中一度跌至1.01港元/股，差点沦为“仙股”。

截至7月20日，大山教育的股价仍在1港元左右游离，收盘价1.05港元/股，最新市值8.4亿港元。

虽然身处教育行业里最火热的K12赛道，大山教育却和眼下最时髦的OMO(线上线下融合)模式扯不上太多关系。招股书显示，2019年，线上课程在大山教育的营收中仅占0.1%；同时，其具有鲜明的地域性，郑州市的营收占比高达97.4%。

7月17日，时代周报记者就OMO模式等相关问题致电大山教育，对方以“相关负责人不在”为由拒绝了记者的采访。

“大山教育更像是‘生不逢时’，上市当天有其他5家公司同时上市，加上其市值较小，大山的同业股价也表现平平，诸多因素叠加使得大山教育难成市场焦点。”7月19日，中泰国际教育行业分析师陈怡对时代周报记者表示，大山教育股价的表现并不意

味着线下课后培训不受投资者追捧。

线下营收占九成以上

和其他教培机构全面开花的战略不同，大山教育似乎将全部精力都用在语、数、外三门课程上。

招股书显示，大山教育为中小学生学习提供OMO课后教育服务，“对学校常规的英语、语文、数学及其他课程进行补充”，旗下拥有大山外语、御夫子大语文和小数点数学等品牌。

英语是大山教育最重要的营收科目。招股书显示，2019年，小学英语辅导营收占小学总营收的43.5%，中学英语辅导营收占中学总营收的14.6%；语、数、外三门课的辅导收入在中小学校的辅导营收中的占比为94.3%。

值得注意的是，大山教育线下业务的营收占比高达九成以上。2017—2019年，大山教育常规班、精品班及VIP班的收入分别为2.08亿元、2.75亿元和3.64亿元，分别占总营收的96%、94.9%和94.8%；而线上课程的收入在2017年尚未计入，在2018年和2019年则分别为10.6万元和39.8万元，在2019年占比仅为0.1%。

目前，大山教育拥有专有线上平台“学习8”，根据其描述，该平台将用于收集数据，“形成反馈回路提高教学内容标准化、教学服务个性化、教学进程可视化和教学研发数据化等四大方面”。

不过，大山教育的线上课程并未有太多亮点可言，其计划也并未表现出将专门为线上规划课程的打算。

招股书显示，自郑州市教育局要求所有课后教育机构自2020年1月24日起停课。停课，大山教育通过“学习8”将线下班改为线上教学，且没有调整学费。

昂贵的收费无疑将会加速学生流出。2019年前四个月，大山教育的学费收入为6010万元，与上年同期相比减少了43.4%；每门课程的报读人数减少14.2%，达到8人次左右；报读人数为8.1万，同比减少23.6%。

同时，受疫情影响，大山教育的货币现金大幅缩水。截至2020年4月30日，银行结余及现金达7779万元，而2019年年底则为1.77亿元，这也导致公司流动资产从2019年年底的2.4亿元降至4月30日的1.98亿元。

根据招股书，在恢复实体课堂后，大山教育已恢复课堂的出勤率相对较高，就读学生人数达1.9万人，占比恢复实体课堂就读学生总数的98.1%。

线上线下载抢用户

近些年，K12课后教培行业迅猛发展，一大批区域性的教育机构如春笋般纷纷冒头。其中，如卓越教育(03978.HK)、思考乐(01769.HK)等均已上市。

作为第三家在港股上市的区域性K12教培机构，大山教育同时也是第一个将主基地定在内地地区的K12教培机构。

相比激烈竞争的沿海区域，河南市场规模庞大，但竞争难度却较低。

报告显示，2019年，河南的中小学课后教育服务市场收益达364亿元，预计将以约8.6%的复合年增长率于2024年进一步增长至约549亿元。

2019年，河南中小学课后教育服务在整个中国市场中的市场份额为约7.9%。而河南省学生参加课后教育的渗透率仅27%，而山东省和江苏省的该项数据分别为50%和160%。

2017—2019年，大山教育的增长迅猛，营收分别为2.17亿元、2.90亿元和3.84亿元，年复合增速为32.9%；净利润分别为2806.0万元、4494.3万元和4896.6万元，年复合增速为32.1%。

招股书显示，大山教育是河南第二大中小学课后教育服务提供商，市场占有率为2.5%。

在郑州市，大山教育则是不折不扣的“地头蛇”。2019年，大山教育有80个自营教学中心，其中79个位于郑州；而来自郑州业务的收益达3.7亿元，占总营收97.4%。在郑州所有中小学课后教育服务提供商中排名第一，市场份额约为19.4%。

对于大山教育而言，区域特色既是其和线上巨头争夺生源的最大倚仗，同时也是资本故事缺乏想象空间的最大原因。区域特色过强往往意味着异地扩张的难度较大，容易遇到成长天花板。

陈怡表示，在运营模式上，线下教培机构的优势是教师与学生间的互动沟通较频繁，学生、家长对于教师的依赖性和信任度较高，对于优质教培机构的黏性较高，转换教培机构的成本更高。

疫情影响下，线上教培机构虽然以低成本渠道获得了不少新增用户，但留存度却仍待市场考验。

多位业内人士告诉时代周报记者，线下教培机构的“回流潮”已经开始。许多家长体验过上半年的低成本线上课程后，反而更加坚定地选择线下教培机构。

7月19日，广州天河某初中的一名英语老师告诉时代周报记者，班内不少学生家长都曾向其抱怨过线上课程太过考验学生自律性，学习效率不高，“目前来看，最终选择线下课程的仍会是大多数”。

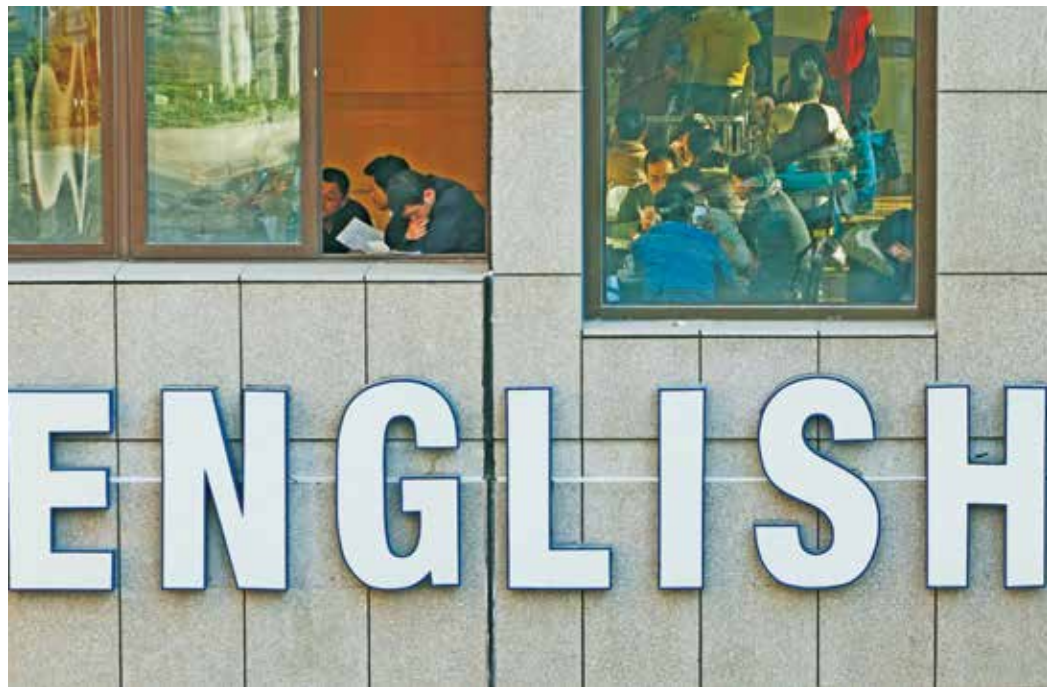
即将到来的短暂暑期将会是今年线上线下载机构的首次“正面交锋”，暑期烧钱大战因此“重出江湖”。

据媒体报道，猿辅导、学而思网校、作业帮和跟谁学四家教育机构今年暑假的营销推广预算分别是15亿元、12亿元、10亿元、8亿元；而线下教培机构亦厉兵秣马，准备“回血”力保现金流。

时代周报记者登录大山教育官网发现，其暑假促销活动已在6月底开始，以英语课为例，参与春季直播复课的学员可领取500元代金券，部分年级课程最高可享7.8折优惠。

“近些年政府部门收紧了对教培行业的监管，加上这次疫情的冲击必定使行业集中度提升。优质的教培机构可以利用资本市场巩固已有优势以及扩大市场份额。我们认为优质线下教培机构还是有比较大的增长空间。”陈怡对时代周报记者分析道。

97.4%



关联交易溢价47倍 金科文化蹊跷收购引关注

时代周报记者 刘科 发自杭州

控股股东违规占用上市公司15.5亿元后，上市公司拟作价15.5亿元从大股东处收购物业资产，这一巧事发生在浙江上市公司金科文化(300459.SZ)身上。

7月17日，金科文化公告称，拟以现金方式向公司控股股东金科控股集团(以下简称“金科控股”)收购万锦商贸有限公司(以下简称“万锦商贸”)100%股权，交易对价15.5亿元，取得相关物业资产用于建设“会说话的汤姆猫”主题商业综合体建设项目。

这一收购涉嫌关联交易。金科文化2020年一季报披露，控股股东金科控股占用上市公司及上市公司全资子公司自有资金余额15.5亿元。金科控股彼时承诺，在2020年10月底前还清全部欠款。

金科文化这一蹊跷收购引起深交所关注。7月18日，深交所下发关注函要求上市公司披露，该关联交易是否属于金科控股承诺解决资金占用的方案，是否变相为控股股东提供资金，是否属于以控股股东资产抵债等。

“目前控股股东正积极筹措资金，争取尽快完成资金归还。具体完

成情况及进展还请关注公司近期公告披露。”7月20日，金科文化方面回复时代周报记者称。

溢价47倍收购关联“负资产”

金科文化拟收购的是一个溢价47倍的资产。

公告显示，万锦商贸主要资产为自持的商业综合体与酒店等商业物业资产，两家子公司分别为上虞雷迪森万锦大酒店有限公司、上虞时代广场商贸有限公司。其中，雷迪森是绍兴上虞五星级酒店，时代广场系上虞地区知名的商业综合体。

目前，万锦商贸及其子公司有对外担保累计4.47亿元，且暂时无法解除，由此导致该项收购完成后，上市公司构成对外担保及关联担保。

按照约定，在收购协议生效后10日内，双方要办理万锦商贸的股权变更登记，资产交割完成5日后，金科文化向金科控股支付10.08亿元现金，逾期按照6%/年的利率支付违约金。目前，金科文化董事会已经通过该项收购表决，就等股东大会审议批准。

值得一提的是，万锦商贸已资不抵债。立信会计师事务所(特殊普通合伙)出具的审计报告及财务报表显示，截至2019年末，万锦商贸的总资产为4.4亿元，负债为4.84亿元，净资产

为-4476.75万元；截至今年5月底，万锦商贸总资产为3.83亿元，总负债为4.32亿元，净资产为-4982.94万元。

根据银信资产评估有限公司出具的评估报告，在评估基准日2020年5月31日，万锦商贸的账面净资产为3460.79万元，评估值为16.63亿元，评估增值为16.29亿元，增值率为4706.05%。

按照评估报告，这意味着，金科文化要溢价47倍从大股东手中收购一项净资产为5000万元的物业。

7月19日，一位接近金科文化的知情人士告诉时代周报记者，“这是赤裸裸的倾吞上市公司资产，控股股东欠上市公司的钱还不出，所以不得不来此关联交易。大股东资金目前紧张，这笔交易做不成的话，有可能就支撑不下去了。”

商誉高企

金科文化成立于2007年，前身为浙江时代金科过氧化物有限公司(以下简称“浙江金科”)，主营化工材料研发、制造，2015年上市。

上市一年后，浙江金科通过发行股份并支付现金的方式，作价29亿元收购杭州哲信100%股权。此外，花费3亿元收购杭州每日给力科技有限公司100%股权，大张旗鼓进军游戏行

业。同年，浙江金科改名为金科娱乐。

2017年8月，公司合计作价42亿元，收购杭州逗宝、上虞奶牛各100%股权。该两家标的公司的核心资产为Outfit7公司的56%股权，而后者是“会说话的汤姆猫家族”这一IP的拥有者。同年，金科娱乐更名为金科文化。

2018年3月，金科文化再以1.02亿美元受让联合好运65%股权，借此揽得Outfit7剩余股权。同年，金科文化将化工业务逐步转至全资子公司金科日化中。

一年后，金科日化被秋实企业收购，金科文化彻底成为一家游戏公司。进入游戏领域近5年，金科文化除“会说话的汤姆猫家族”系列外，并没有其他高光游戏产品面世。

本土化的Outfit7公司近年业绩承压。2019年度，Outfit7仅完成业绩承诺净利润的67.68%。2019年年报中，公司对Outfit7计提了2.61亿元商誉减值准备。再加上计提其他商誉的减值准备，年报显示，金科文化2019年净利润为-27.8亿元。

并购带来的最大问题是巨额商誉。根据2019年年报，截至当年年末，金科文化的商誉高达62.6亿元，其中Outfit7公司产生商誉36.5亿元，杭州哲信公司产生23.2亿元的商誉。

金科文化的问题并不止于此，其

董事长王健已多次因在敏感期减持收监管函。

7月18日，深交所对金科文化董事长王健予以通报批评，其原因是2020年2月28日，王健因强制平仓以集中竞价方式减持金科文化股票1124.13万股，占金科文化总股本的比例为0.32%，涉及金额为4823万元，相关减持行为发生在金科文化2019年业绩快报披露前10日内。深交所决定对王健给予通报批评的处分。

此前王健曾多次减持金科文化公司股份。今年2月4日，金科文化披露了一份监管函，深交所认为公司董事长构成敏感期交易。

具体来看，金科文化董事长王健在2019年8月15—27日、2019年10月16—21日期间，因强制平仓以集中竞价方式分别减持占金科文化总股本0.49%、0.15%的股份，涉及金额合计约5799万元。

上述减持行为发生在金科文化2019年半年度报告、第三季度报告披露前三十日内，构成敏感期交易。

金科文化董事长王健现年32岁，原为杭州哲信创始人，在以29亿元价格将杭州哲信出手后，其目前持有金科文化12.35%的股份。公告显示，自2020年1月以来，王健再次减持公司3381万股，累计套现1.08亿元。

“春天”特约之“一个都不能少”

走向我们的小康生活

“平安云农场”： 精准扶贫的平安样本

时代周报记者 曾令俊 发自广州

今年是全面打赢脱贫攻坚战收官之年。

2020年是中国平安发起“三村工程”三周年，这是平安扶贫的重点项目。据时代周报记者了解，“三村工程”面向“村官、村医、村教”，动员力量，实施产业扶贫、健康扶贫、教育扶贫，实现贫有所助、病有所医、学有所教。

7月20日，平安相关负责人表示，平安的扶贫工作将继续深入聚焦“三区三州”深度贫困地区，支持其建立长效扶贫产业、防范返贫风险，探索衔接乡村振兴等三个方面，以产业扶贫打造金融扶贫闭环为主线加大金融资源投入、保险保障力度，辅以健康扶贫，解决“两不愁三保障”突出问题。

此外，创新扶贫也很重要。

5月27日，在成立32周年司庆日活动上，中国平安宣布“平安云农场”正式上线，帮助中西部地区扶贫农产品搭建一个展示、推广和销售平台，助力脱贫攻坚。“云农场”是中国平安精准扶贫的最新形式。

“在全国21省61个县市落地多个项目，发放扶贫资金249.05亿元，直接带动建档立卡贫困户47036人，人均增收2500元，项目惠及贫困人口73万多人，并通过消费扶贫，完成扶贫产品销售2.47亿元。”中国平安交出了一份这样的答卷。

产业扶贫要有新模式

对于扶贫新命题，平安也在不断探索扶贫的新模式。

据了解，“平安云农场”是在广东省扶贫办指导下，由中国平安发起的网络消费扶贫公益项目，平安员工和志愿者参与“平安云农场”活动，以认领“一亩地”等形式，帮助贫困地区农产品销售，助力农户增收。

通过电商销售农产品助力脱贫，这并不是新鲜事儿。那么，“平安云农场”又新在哪里？

四川凉山州橄榄油，广西百色芒果、乌兰察布阴山燕麦、赣南寻乌脐橙、宁夏中宁枸杞，这些来自各个省贫困地区的特色农产品，如今都上了“平安云农场”。

首先是定向扶贫更精准。“平安云农场”活动虽然是在网上进行，但所销售的农产品全部都是来自平安“三村工程”在全国贫困地区的产业帮扶基地。首批上线五种特色农产品



之后，平安“三村工程”项目落地的8大省份产出的30多种农产品，也将陆续上线平安旗下壹钱包商城、口袋商城、好车主、金管家、采购中心、金服淘宝店等电商平台。

据平安相关负责人介绍，前期，平安已经在产业规划、生产技术、金融支持等全方位，向贫苦地区输出脱贫资源，自有电商平台的联通，完成了农业产业扶贫的最后销售环节，把产品卖给市场，把钱放到农民兜里，有助于精准提高扶贫的实际效果。

其次是多元营销。直播带货已经成为电商销售的标配，“云农场”上线时，平安集团董事长马明哲亲自代言，认领了一颗来自四川凉山州悬崖村的橄榄树，孙建一、谢永林、陈心颖、陆敏等其他平安高管也集体出境认领特色农产品。网红主播、贫困地区政府官员，甚至是亲手耕种农产品的老农，都会陆续出境带货。平安形象代言人李健还将组织“平安云农场”线下游体验活动，让用户实地感受自己作为农场主的乐趣。

“云农场”链接平安客户、供应商、农户，以及社会各方公益力量，构建开放的网络公益平台，助力国家脱贫攻坚战役，集中体现了平安精准扶贫的金融、科技、渠道综合优势。“利用专业的技术、渠道、品牌的优势，将各个产业链上的剩余价值挖掘出来，实现

共赢与发展，就是平安云农场的核心使命。”平安相关负责人表示。

“三村工程”看长远

扶贫要扶到点上、扶到根上。助力脱贫攻坚战，不光要“输血”还要“造血”，做好“扶”与“被扶”的互动，正所谓“授人以鱼，三餐之需；授人以渔，终身之用”。

近年来，中国平安的扶贫工作紧扣“精准”二字，充分利用金融服务、科技、渠道等综合优势，在“三村工程”精准扶贫实践过程中，通过打造“产前”扶智培训，“产中”保险担保、贴息支持，“产后”消费扶贫，变“输血式”扶贫为“造血式”扶贫，建立起长效帮扶机制。

在三年公益实践中，中国平安先后开创了多个扶贫业内第一：行业内首个开覆盖最完整产业链条的产业扶贫模式；保险行业中最早将区块链技术应用在产业扶贫领域；扶贫领域中科技工具应用最多的模式。

产业扶贫着力解决人才培养、资金保障、技术引进、消费等难题，打造综合金融扶贫闭环，通过扶贫保、发债、贷款等多种形式，已发放扶贫资金249.05亿元，项目已在全国21个省61个县市落地，直接带动建档立卡贫困户47036人，人均增收2500元，项目惠及贫困人口73万余人。

健康扶贫针对乡村基础医疗设施及人才培养提升等难题，捐赠医疗设备升级乡村卫生所949所；开展乡村医生培训，培训村医11175人；通过“医行千万里”项目，组织移动健康检测车深入贫困乡村组织体检，免费进行各类疾病和肿瘤常规筛查，先后在17省开展移动健康检测车巡诊591场，覆盖贫困地区人口近9万人次。

教育扶贫聚焦城乡教育差异及乡村老师匮乏难题，开展了乡村小学硬件升级、乡村教师培训提升、城乡远程课堂及志愿支教行动，并结合科技强国战略，重点推进了“青少年科技素养提升计划”，挂牌智慧小学1054所，培训村小教师13987名，惠及贫困学生30余万人。

“三村工程”之所以能取得显著成果，得益于中国平安利用“金融+科技”的优势，在市场化机制下探索出的综合金融扶贫闭环。

据中国平安相关负责人介绍，产前产中产后“三环”是扶贫机制的创新，覆盖全产业链、全扶贫周期。通过“扶贫保、溯源保、防贫保”三种保险产品精准对症。“扶贫保”叠加“溯源保”，提供产前低成本的资金支持、产中品质及风险保障措施以及产后营销渠道；“防贫保”则是为建档立卡贫困户及低收入户提供兜底保障，有效阻断返贫现象发生。■

11175

人

◀

249.05

亿元

▶

广东地方金融扶贫“五个扶zhi”

时代周报记者 曾令俊 发自广州

7月15日，广东省地方金融监管局党组书记、局长何晓军一行到连州市丰阳镇湖江村开展扶贫攻坚调研，调研精准扶贫与产业振兴发展等工作，推动重点项目建设 and 产业可持续发展工作。

近日，时代周报记者获悉，截至2020年5月末，广东省农合金融机构涉农贷款余额4862亿元，同比增长11.51%。其中，精准扶贫贷款余额18.35亿元，比年初增加1.72亿元；扶贫小额贷款余额7.08亿元，累计发放扶贫小额贷款户数约2.85万户，余额和户数继续稳居全省银行业首位。

据了解，作为主管部门，广东省地方金融监管局会同中央驻粤金融监管部门等单位发挥金融行业优势，积极开展金融精准扶贫有关工作。做到五个“扶zhi”相结合，包括“扶制”“扶治”“扶智”等。

金融扶贫主力军

据时代周报记者了解，2019年5月，广东省地方金融监管局牵头推动成立实施乡村振兴战略领导小组农

村金融专项组，负责推动建立健全我省金融服务乡村振兴的体制机制、优化资源配置、开展涉农金融产品和服务创新、优化乡村金融生态环境、加大金融对乡村振兴的支持力度等工作。

金融扶贫，需要加大金融机构支持乡村振兴的力度和效能。在具体的做法上，省地方金融监管局推动政策性银行、商业银行发挥主体引领作用，稳步推进农信社改制，培育和发展小额贷款公司、村镇银行、民营银行等新型农村金融机构，不断充实完善农村金融组织体系，强化涉农金融机构支持乡村振兴和精准扶贫能力。

“特别是下大力气完成了全省64家需改制农信社的改制任务，改制后的农商行不良贷款率较改制前下降超8个百分点，法人治理结构和资产质量明显改善，成为金融扶贫和支农主力军。”7月17日，该局相关负责人介绍。

另外，该局创新涉农金融产品服务模式，强化农村金融供给。“探索金融机构与政府、协会、融资担保公司的多方合作模式，创新推出多元化信贷产品，助力贫困地区脱贫致富。”上述负责人说。

比如，省农信联社全辖农商行（农信社）加大对生猪生产行业的信贷

支持力度，创新推出“生猪贷”业务；农业银行、邮储银行江门分行等机构先后在江门新会地区开发推出了“陈皮贷”，支持江门新会陈皮从单一产业向“公司+基地+农户+旅游+互联网”的三产融合模式转变，助力乡村振兴和精准扶贫产业发展。

其次是创新碳金融产品，在清远、梅州等地依托生态补偿平台推进生态扶贫，开展以林业碳汇、光伏减排量等生态补偿核证自愿减排量（STCER）为代表的生态补偿产品交易业务，截至6月14日，林业碳汇成交量291.45万吨，成交金额5064.51万元，为农民创收2190.19万元。

事实上，加强金融基础设施建设与提升农村普惠金融服务水平息息相关。省地方金融监管局会同人民银行广州分行，以县域及县域以下农村地区移动支付便民工程作为突破口，全面加快推进农村地区移动支付普惠金融发展，移动支付的系统性、协调性和有效性得以大幅提升，为乡村振兴战略实施提供了有力支撑。

定点脱贫效果好

据了解，广东省地方金融监管局党组高度重视定点脱贫攻坚工作，与

驻地党委政府及相关部门共同努力，不断加大连州市丰阳镇湖江村精准扶贫工作力度，努力提高困难群众收入水平，改善定点扶贫村生产生活条件，推进全村经济社会发展。

数据显示，2016—2020年5月底，累计投入帮扶资金423.3万元，目前计划项目（含已完工未支付项目）约320万元，驻村工作队充实至3人。

该局相关负责人介绍，全村71名有劳动力的贫困户成为湖江水电站的新股东、砂糖桔专业合作社的新社员。2019年贫困户人均可支配收入16755元，56户贫困户实现“八有”，相对贫困村2019年底全省首批退出，相对贫困人口全部完成省的退出程序。

该局相关负责人介绍，局党组指导驻村工作队紧密团结村两委、全体党员和广大群众，以问题为导向，在“实”字上下功夫，办实事、求实效，让群众得实惠，着力在制度、治理、智力、志气和质量帮扶上下功夫，做到五个“扶zhi”相结合。

比如在“扶智”方面，一是建立机制，营造爱学重教氛围。发动设立了“湖江村映山红奖助学金”。资金资助对象为湖江村户籍学生，分奖学金和助学两类。助学金发放对象是建档立卡

贫困户的在读子女，最高资助金额每年1万元，最低1500元。奖学金一次性奖励，最高2万元。2019年资助25名学童共7.1万元，其中贫困户子女19名。

二是防控疫情，线上教育不落下一个人。及时摸排疫情防控期间贫困户子女线上学习情况，上门给中小学毕业班贫困户子女发放平板电脑及省地方金融监管局调配支援的口罩、洗手液、湿纸巾等防疫物资，指导在智能终端操作上网课。

三是精准施策，既济困又扶志。发动社会爱心人士资助成绩优异的边缘户子女1.5万元，解决其高中剩下一年半的生活费和学费来源。

在“扶质”方面，贯彻新发展理念，提高全村脱贫致富奔小康的质量。首先是产业扶贫项目特色鲜明、绩效稳定。投入扶贫资金近200万元回购小水电站经营权并实施技改，稳定运行后每年预计纯收入20万元以上，创造3个就业岗位（其中1名贫困人口），符合条件贫困人口每年分红近千元。

其次是不断完善幸福家园生活和基础设施。同时开展义诊活动。组织连州市北山医院主要科室骨干力量到村开展义诊活动，免费为群众做B超等检查，发放常备药物。■

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

22 | 升龙全力押注广州旧改

尺寸联盟战：光伏巨头竞与合

时代周报记者 杨玲玲 发自广州

光伏产业迎来了一场内部站队，选择“600W+联盟”还是“M10联盟”，成为摆在很多企业面前的一道发展课题。

“看到‘至尊’两个字，我不知道谁胆大起的这个名字，肃然起敬。”7月16日，在“天合光能600W+至尊组件发布会”上，中山大学太阳能系统研究所所长沈辉在谈到“至尊”二字时，从坐席上站了起来，并称光伏发展到今天不容易。

一周前，以天合光能(688599.SH)、天津中环(002129.SZ)、东方日升(300118.SZ)为代表的39家光伏产业链企业刚刚组建600W+光伏开放创新生态联盟，其又被解读为210mm尺寸硅片的联盟。

与此相对的是，以隆基股份(601012.SH)、晶科能源(JKS.US)、晶澳科技(002459.SZ)为代表的7家光伏企业发布联合倡议，呼吁建立统一的M10硅片尺寸标准，即182mm×182mm的规格。

穿透硅片尺寸之争的表象，展露眼前的实际上是技术的比拼较量。

2020年是光伏有补贴的最后一年，行业驱动力逐步由政策转向市场。

7月20日，东方日升全球市场总监庄英宏对时代周报记者表示，大尺寸是光伏组件的趋势，所以无论是182mm还是210mm尺寸，未来的应用市场前景都不可估量。

“大尺寸产品需要更高效的生产能力，无论是182mm还是210mm尺寸，对产业链各环节要求更高，拉晶、切片、电池产线、组件产线都需要进行升级改造或者更换全新设备才能完成。”7月17日，晶澳科技证券事务部相关负责人回复时代周报记者。

度电成本下降一直是光伏行业的发展主线。

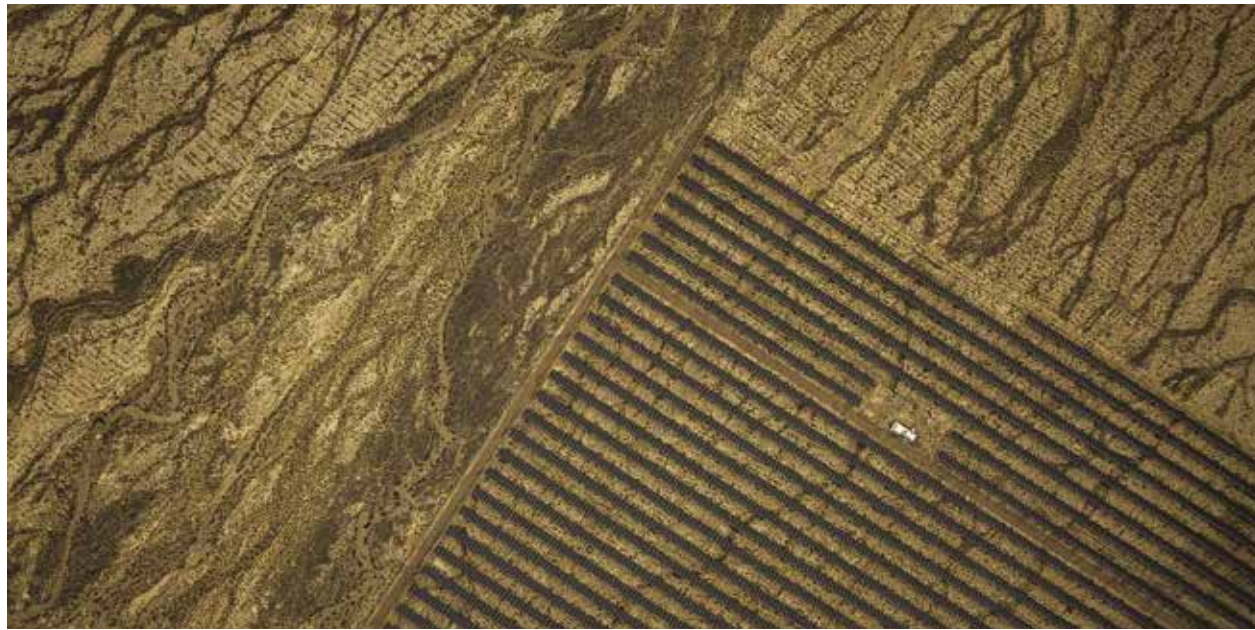
7月18日，厦门大学中国能源政策研究院院长林伯强则对时代周报记者表示，尺寸标准还是需要相对统一，光伏产业链较长，如果长期在182mm和210mm之间争论，会对整个产业链产生负面影响。

光伏产业新一轮洗牌下，隆基股份、通威股份(600438.SH)等采用降低价格以及扩充产能来加速出清落后产能，以抢占市场与巩固优势地位。

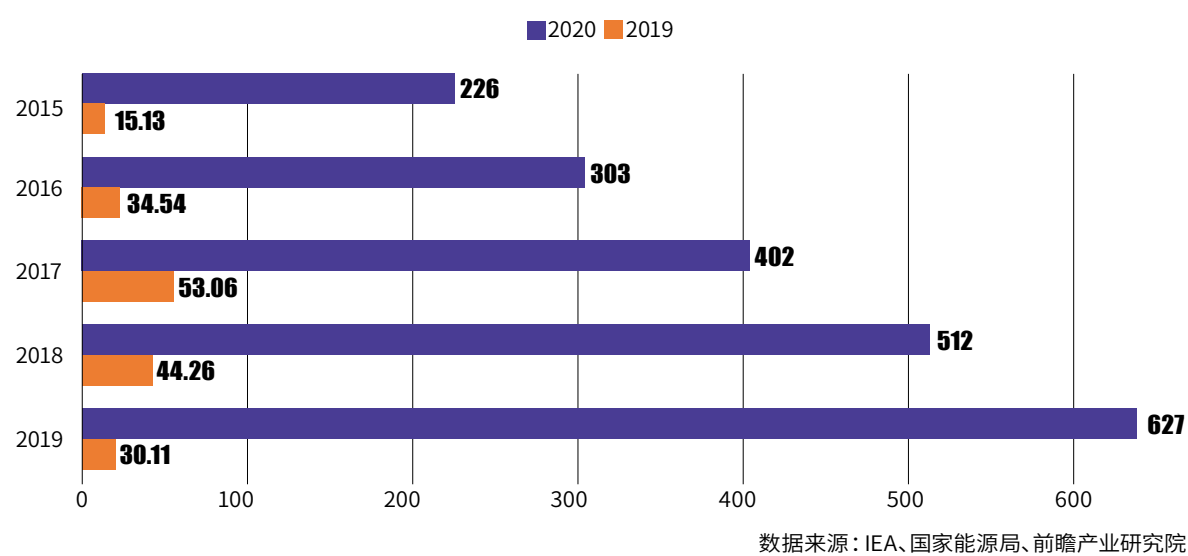
7月16日，集邦咨询分析师陈君盈告诉时代周报记者，根据市场现状来看，企业必须靠规模经济来支撑运营，市场竞争不断加剧，就算龙头企业获利也未如以往，但经过价格战的洗牌，企业会呈现“大者恒大”的局面。

大尺寸之争

沈辉将光伏称作“国家工业上的一个奇迹”，不过他依然心有遗憾：



2015—2019年全球光伏发电累计装机以及中国光伏发电新增装机容量统计情况(GW)



“光伏发展至今仍在内部反响热烈，没有得到外界广泛肯定。”

数十年发展历程中，光伏一度被贴上“没有技术含量”的标签，尚德、汉能等产业巨头也经历了从傲立枝头到跌落悬崖的戏剧命运。

多年来，在这背后的是，光伏各环节技术更新迭代速度极快，从薄膜到晶硅，多晶到单晶，以及正在产业化导入阶段的N形路线，每一轮技术革新都催生行业大规模扩产浪潮。由于新建产能在成本、效率方面具备优势，对旧产能的替代性极强，行业也经历了一轮又一轮的洗牌。

“尺寸”正成为光伏行业的焦点。“600W+联盟”和“M10联盟”两大阵营形成对峙局面，尺寸之争进入白热化，也呈现出从硅片向电池、组件以及全光伏行业延伸的趋势。

时代周报记者梳理两大联盟的企业名单发现，除了晶澳科技和润阳科技两边都有站队以外，其他企业均是支持一方。

7月17日，中立的晶澳科技相关人士回应时代周报记者，两个联盟都是为了进一步降低光伏组件成本，增强光伏发电的综合竞争力。

在林伯强看来，将尺寸做大，是降低成本的一个有效手段，行业未来会向210mm的方向去走，但目前210mm还需要市场检验。

面对尺寸混战局面，林伯强对时代周报记者表示，尺寸标准还是需要相对统一。

不过，目前企业似乎并不急于去遏制大尺寸迸发出的可能性。

此前，隆基股份回应媒体采访时表示，尺寸的标准一方面由市场决定，另一方面由边界条件(影响度电成本的各项条件)决定，硅片尺寸并非越大越好。行业发展总是阶段性进步，未来影响尺寸设计的边界条件会有一些新的变化，致使尺寸随之改变。

7月16日，天合光能常务副总裁曹博则在新品发布会上称，竞争的同质化，过快的产业链迭代，持续下降的

光伏电价，以及未来光伏可能被强制要求配备一定比例储能等问题，都会让光伏陷入利润率低下的窘境，唯有加快升级、主动变革才能打破魔咒。

“在我看来，两种尺寸在实际应用中各有长短。控制制造及上下游物流链成本，是两大阵营需要面对的共同问题。”7月19日，东兴证券电力设备与新能源行业首席分析师郑丹丹对时代周报记者表示，一些厂商近期在新建产能时选择购买新设备，将来在硅片产品尺寸方面还可以向下兼容；如果使用老一代设备，则需进行技改或更换设备来实现向上突破。

近日，电建国际公司新能源部总经理李斯胜在公开场合提出，虽然182mm与210mm的军备大战尚未决出胜负，但有一点毋庸置疑，大尺寸硅片是未来发展趋势，对产业链环节都提出了更高的要求。

集邦咨询绿能研究中心预计，2020年166mm尺寸硅片市场份额达到29%，210mm尺寸硅片市场份额成

长至11%，到2021年166mm、182mm、210mm产能逐渐放量，三者产能市占率突破60%。

马太效应凸显

“2020年是光伏有补贴的最后一年，行业即将打通实现平价上网的‘最后一公里’。”7月17日，中国光伏行业协会副理事长兼秘书长王勃华表示。

通过降本增效实现平价上网，是光伏行业发展的主旋律。

时代周报记者注意到，4月起，隆基股份、通威股份等光伏产业链龙头纷纷主动降价，涉及硅片、电池片等多个环节。直到7月，光伏硅片、组件等才逐渐结束前几个月的降价潮，价格开始趋稳。

在晶澳科技证券事务部相关负责人看来，这并不意味着光伏行业价格战已结束，“组件价格下降是长期趋势，有利于进一步降低度电成本。”

该负责人告诉时代周报记者，预计在全年120GW的装机预期和一线企业的持续扩产下，下半年二三线组件企业难以摆脱开工率不足、盈利压力较大的现状，加之预期组件价格仍将下降，或有部分企业退出市场。

这与陈君盈的观点不谋而合。

陈君盈表示，2020年开始，绝大部分的新增产能都在组件端，受疫情影响，需求市场偏弱，辅以供过于过剩的情况，组件市场价格才会一路下滑，部分二三线企业组件的售价几乎逼近成本线。

“头部企业纷纷扩产以提高大尺寸产能，在推广初期会享受一段时间的超额收益，未来市场份额也会逐渐向头部企业集中，加速行业整合。”7月17日，一位光伏龙头企业人士对时代周报记者表示。

最终，头部企业呈现出“强者恒强”趋势，中小企业则可能无奈离场。

行业向寡头格局迈进的信号似乎也振奋了资本市场。

上半年最后一天，中国光伏上市企业总市值首次突破1万亿元，6天后，光伏板块整体市值再次飙升至12130亿元，创下最新纪录。

资本市场热度攀升的同时，部分光伏企业相继交出了半年成绩单。

时代周报记者统计Wind数据发现，截至7月19日，已有22家光伏上市公司披露2020年半年度业绩预告。

根据已披露信息，上半年光伏上市公司业绩分化明显，有15家公司业绩同比增长，最高涨幅预计超过500%，同时，7家公司业绩同比下滑，其中4家出现净亏损。

“新冠肺炎疫情”“产能扩张”“销量下滑”等成为影响业绩的词汇。

郑丹丹表示，近几年光伏行业竞争加剧，上市公司存在业绩分化较严重的现象，预计下半年行业景气度大概率向上。■

产经一周观察

追回那些遗失的美好

谭骥
时代周报产经新闻部主任

千呼万唤的电影院终于开业了。

作为都市人群最为喜好的一种休闲娱乐方式，自从疫情开始后，长达5个月时间未能复工。开业当日，尽管上映影片寥寥，影院只准备热身，却没想到大批观众将电影票抢购一空。

餐饮与旅游业受到重创，但正在逐步恢复，而影院直到7月20日，才真正意义上的复工，从业人员的难可想而知。

“都说观众很想念影院，其实我们也很想念观众。”开业当日，一位影院店长袒露心声。

据媒体探访，横店影视城内多个知名剧组已经有序复工，群演几乎每天都能接到戏，产业链正在逐步复苏，也不用再担心没剧可看。

说实话，大家都挺想念电影院，能够追回那逐渐遗失的美好，都挺开心。

上个星期，李国庆的当当闹剧仍然在持续，他并没有放弃追回过往的美好。

7月19日，行政拘留期满的李国庆发布了一篇文章称，立誓接管当当。

“我会倔强地站起来，掸掸沾在身上的灰土，继续前行，带领当当勇往直前，我会继续坚持在法律框架下维护股东权益。”对于倔强的李国庆，网友评论说，法律框架里面应该没有抢公章和撬保险柜。

事实上，如果没有曾经的夫妻关系，李国庆早已出局当当，正所谓清官难断家务事，希望两人最终能够通过法律来了结纠纷，毕竟全国人民也挺关注。

上周，推迟已久的央视3·15晚会终于出炉，追回那本该4个月前就追回的公道，也着实让各家企业紧张了一番。

“吃着敌敌畏的海参过期的汉堡王，住着漏水漏气的万科精装房，开着变速箱故障的宝骏汽车，刷着虚假广告充斥的趣头条，就问你慌

不慌？”网友的调侃尽管有趣，但企业的规范不容忽视，当有一天被消费者遗弃，才是最大的损失。

很多东西能够追回，但张一鸣的海外布局恐怕近期追不回来。

7月19日，字节跳动旗下短视频应用TikTok中断在英国设立全球总部并创造3000个工作岗位的谈判。TikTok已经成为全球最受欢迎的短视频应用之一，但近来在印度、美国等地遭受巨大压力。

最后，猛涨一阵的沪深股市在上周五迎来大幅调整，抄底还是离场，还得根据自身的风险承受能力来，这么多年的教训，不能好了伤疤忘了疼。

当然，对于有些还未解套的股民而言，追回遗失的美好才是首要任务，但也别被行情看蒙，追涨杀跌基本等于韭菜的代名词。■

互联网巨头入场 阿里美团肉搏社区团购

时代周报记者 陈婷 发自上海

社区团购赛道硝烟再起。

7月16日，有媒体报道，阿里零售通事业部近期正在筹备组建一个新的社区团购部门，负责人邹志俊不久前已到位，职级为P10，向零售通事业部总经理林小海汇报。

加入阿里前，邹志俊为创业公司妙生活创始人兼CEO。据悉，妙生活成立于2015年，是一家扎根于上海的生鲜电商平台，2019年底，妙生活因成本高等原因停摆。

针对即将开展的社区团购业务，7月16日，阿里相关负责人向时代周报记者表示，暂没有更多消息可以透露。

不止阿里，美团也在近日宣布布局社区团购市场。

7月7日，美团发布组织调整公告称，将成立“优选事业部”，进入社区团购赛道，由美团高级副总裁、S-team成员陈亮负责。同时，原小象事业部更名为“买菜事业部”，继续加速发展美团买菜业务。

6月中旬，也有媒体报道，滴滴已在成都试水社区电商业务，并吸引大量团长入驻。

“目前社区团购赛道已逐步向头部公司集中，滴滴、菜鸟及美团等巨头的入局或许不具备先发优势。”7月19日，CIC灼识咨询执行董事冯彦娇向时代周报记者表示。

冯彦娇认为，作为管理社群的中坚力量，团长将成为多方势力争夺的对象。

赛道再升温

“社区团购是由平台解决供应链，采用二级代理制度，以小业主等作为团长，面向小区居民，通过拼团的方式，以更低的价格，为居民提供产品的一种社区社交新颖的商业模式，而团长则可以从中得到抽佣。”冯彦娇表示。

时代周报记者注意到，新冠肺炎疫情前，社区团购本已进入沉寂期。而突如其来的疫情给社区团购赛道带来了转机，其规模化、无接触配送的特点符合疫情期间消费者的需要，并带来了订单量和用户数的暴涨。

此前接受时代周报记者采访时，每日一淘副总裁陈言卿曾表示，在疫情影响下，每日一淘旗下的社区团购板块一淘心选订单环比大涨。

十荟团联合创始人兼联席CEO



2020年近期社区团购平台融资情况



数据来源：公开资料整理

王鹏在今年4月接受媒体采访时也表示，从今年2月和3月的用户数据来看，月新增付费用户数量对比1月，增长了4-5倍。

“这些用户并没有随着各地疫情的减弱而流失掉。”王鹏说道。

或许是看到了疫情期间社区团购表现出的巨大潜力，近两月，社区团购平台屡屡传来融资消息。

6月10日，同程生活获2亿美元C轮融资；1日，兴盛优选获2亿美元B轮融资。此外，十荟团在今年1月9日已获得8830万美元B轮融资的基础上，又于5月30日完成C轮8140万美元的融资。

从公开信息可以发现，这类社区团购平台目前已积累一定优势，业内人士认为，在先行者的努力之下，社区团购的盈利模式基本已经跑通。

“3月份我们的GMV达到5亿元，目前，十荟团大部分城市都具备持续性规模化的盈利能力，一季度总体的节奏还是比较好的。”王鹏表示。

7月17日，北京商业经济学会常务副会长赖阳向时代周报记者表示，相较于散单配送的生鲜平台，社区团购能有效降低平台的各项成本。利用团长的熟人关系网络，平台获客更容易，而有限品类的大规模采购可以降低采购成本，规模化的运输更是可以降低每单运输成本。

团长成关键

事实上，在亲自下场争夺社区团

购这块蛋糕前，巨头们早已通过投资的方式押宝该赛道。

2019年和2020年初，阿里巴巴两次参投社区团购创业公司十荟团；而腾讯则在2019年5月参与投资了兴盛优选；早在2018年12月，同程生活背后也出现过腾讯的身影。

如今巨头亲自下场，赛道中的头部企业又获融资加持。近日，有业内人士向时代周报记者表示，赛道或进入团长争夺大战。

“社区团购的成功之一在于团数和购买力，吸引并牢牢团结足够多的高质量团（高客单价、高品质、同类精准人群），团长应该是其中关键。”7月19日，上海财经大学电商研究所执行所长崔丽丽向时代周报记者表示。

对于团长的作用，十荟团联合创始人陈郢在今年4月也曾表示，在一个电商公司，拉新、营销、履约几个成本加起来，一般会占到其销售额的20%-40%，这直接导致了生鲜电商企业很难赚钱。而在社区团购这个模型里，拉新、营销、履约这三件事全部由团长承担。

“巨头的入局或许会倒逼现存玩家加强对团长的管理及供应链的建设。”冯彦娇向时代周报记者表示，美团目前与兴盛优选的打法一致，目标社区夫妻便利店为团长人选。

这与阿里的意愿也颇为相似。据悉，本次打算开展社区团购业务的零售通，是阿里巴巴B2B事业群针对线下零售小店推出的一个互联网一站式进货平台，为城市社区零售店，提供订货、物流、营销、增值服务。

“虽说疫情期间社区团购很抢手，但疫情后还是恢复了常态，还是得拼价格。而在竞争中，我们发现获客和人员维护成本带来的压力很大。”7月17日，在山东经营有社区团购业务的企业负责人周常（化名）向时代周报记者直言，社区团购并不是一门简单的生意。

“人员的维护非常麻烦。今天这个团长在我这，可能过一段时间就被另一批人拉走了。”周常说道。

巨头难谈优势

冯彦娇认为，社区团购的基本要素可归纳为三个，除了针对团长的有效管理体系和对用户的小程序或社群的管理之外，最重要的其实是供应链基础。

“团长拉起的私域流量对于社区团购的启动至关重要，但最终能否做

成，则要看平台供应链的长期供给能力以及地区中心仓的仓储能力。”冯彦娇说。

而在供应链建设上，业内人士认为，入场的巨头并不具有优势。

“与传统生鲜电商平台不同的是，社区团购主要渗透于三四线及以下低线城市。而目前美团等巨头都在一二线城市完成了布局，唯独在下沉市场存在缺失。”冯彦娇说道。

此外，就算社区团购，主要经营的产品也是生鲜，这非常考验赛道内玩家的生鲜运营能力。

“消费者的认同才是社区团购平台能否运营良好的基础，如何挑选及以合理的成本采购到优质的产品，并及时配送，是由平台的生鲜运营能力决定，而巨头并非一定会有这个能力。”赖阳说道。

7月20日，广州芸谷科技有限公司CEO宋暘向时代周报记者表示，阿里的挑战在于构建活跃的用户关系网，同时组织本地化的供应链体系。

7月17日，一位接近阿里的人士向时代周报记者表示，阿里具有海量的供应商数据，并具有一定识别供应商好坏的能力。但与传统模式不同的是，阿里此前属于平台垄断流量，而社区团购是以私域流量为根基，需要将社交因素考虑在内，建立消费者之间相互的联系，阿里在这一方面并无强劲基础。

此外，在供应链方面，虽说模式不尽相同，但兴盛优选、十荟团等平台都已经有了了一定的供应链先发优势。

王鹏在采访时表示，十荟团已经有了隔天就将生鲜产品送到乡镇一级团购用户手中并达成盈利的能力。

而兴盛优选也已建立“中心链—网络站—门店”三级物流配送体系。与兴盛优选合作的供应商，只需把产品配送至兴盛优选的仓库，分拣、配送的工作全部由兴盛的员工完成。

7月17日，一名兴盛优选的供应商告诉时代周报记者，由于疫情期间自己无法向农贸市场供货，便转而成为了兴盛优选的供应商，发现兴盛优选的抽成较低。

“它的账期也是可预测的，基本上等于客诉处理周期加上银行通路延迟，一般都在5天以内。此前我接触的个别生鲜电商平台有90天的账期。”该供应商说道。

如此看来，尽管互联网巨头手握资本、规模等方面优势，但在眼下的时间节点入场，依然充满挑战。■

GREEN

绿色生活，低碳出行



FAST CONSUMPTION · 快消

大股東欲套現56億 三只松鼠線下掉隊

时代周报记者 陈婷 发自上海

7月16日,三只松鼠(300783.SZ)盘中跌停,开盘价75.66元,收盘价69.53元,跌幅9.99%。

二级市场的异动或许与三只松鼠近期发布的几个公告有关。

7月8日及15日,三只松鼠先后发布公告称,公司持股5%以上股东LT GROWTH INVESTMENT IX (HK) LIMITED和NICE GROWTH LIMITED及其一致行动人GAOZHENG CAPITAL LIMITED分别计划减持不超过3609万股。

按照各自当天的收盘价估算,意味着三大股东近期可能联手套现超过56亿元。

7月17日,就股东减持相关事宜,时代周报记者向三只松鼠发出采访提纲,截至发稿尚未获得答复。

作为线上零食巨头,三只松鼠近年来进入“增收不增利”的怪圈。2019年度,三只松鼠全年营收达到101.73亿元,同比增长45.30%,净利润却只有2.39亿元,同比下降21.43%。

随着零食赛道从线上流量争夺走入全渠道竞争,线上称王的三只松鼠不得不面临一个现实:仅仅依靠线上的发展,它的营收增长受限的同时还将面临越加昂贵的流量成本支出。

为了持续走强,三只松鼠打起了全渠道主意,线下扩张堪称“激进”。6月3日,公司创始人兼CEO章燎原在接受媒体采访时表示:“三只松鼠今年将重塑线下门店品类和定位,进一步推进全国化战略布局,目标是联盟小店开到1000家,投食店200家。”

然而,线下满布良品铺子(603719.SH)、来伊份(603777.SH)等强劲对手。线上王者进入线下角逐,未必一帆风顺。经历了减持事件后,7月20日,创业板指收涨1.31%,三只松鼠小涨0.60%,收盘价68.82元。

线上发展受限

关于大股东减持的可能原因,7月17日,香颂资本执行董事沈萌向时代周报记者表示,主要股东的直接减



持说明对企业的发展存在疑虑。

“企业想长期维持在高估值就必然要有稳健的业绩表现支撑。如果成长放缓,就说明可能遇到发展瓶颈,未来也很难保持高估值。”沈萌说道。

三只松鼠的业绩表现证实了该说法。Wind数据显示,2015—2019年5年间,三只松鼠的营收同比增长分别为121.00%、116.47%、25.58%、26.05%和45.30%;净利润增长分别为169.75%、2535.44%、27.70%、0.61%和-21.43%。

业绩的持续走低或许与三只松鼠的创优再难拉动快速成长有关。

创立以来,三只松鼠在线上深耕,并通过品牌营销等方式,取得可圈可点的业绩。2019年度,三只松鼠在第三方电商平台的营业收入达到98.69亿元,占营业收入的97%;报告期内,自营APP的营业收入为1.42亿元。

7月17日,易观电商行业高级分析师何懿轩向时代周报记者表示,三只松鼠线上渠道的成功在于,在合适的时机押宝线上,打开了一个低成本销售局面的最佳营销方式。“在营销上,包括打一些效果广告和在电商平台的广告投放等方式,成功打造出品牌。”

何懿轩还表示,三只松鼠在创立初期,从坚果品类出发,目前来看也是正确的定位,“在线上,坚果品类在当时没有强大的竞争对手”。然而,流量天花板已然来临。

“根据MobTech大数据显示,互联网线上活跃规模基本维持在11亿元左右,网购用户基本在6亿元左右,在这样的大前提下,线上增长有限。”7月16日,Mob研究院高级分析师周芳向时代周报记者表示。

何懿轩认为,三只松鼠线上营收今后的增加必定也更为高昂。“线上消费者面临着丰富的选择,比较‘花心’,为了保证线上优势,三只松鼠需要在线上营销上一直保持存在感,而线上的流量成本正越来越高。”

2019年度,三只松鼠的销售费用已达到22.98亿元,同比增长57.31%。

线下发展激进

为摆脱对线上单一渠道的依赖,三只松鼠打出了全渠道的战略目标。

2019年度,三只松鼠直营投食店新开门店58家,累计108家,同比增长107%,营业收入5.18亿元,同比增长48%;联盟小店新开门店268家,累计278家,营业收入2.80亿元。

也就是说,该年度三只松鼠线下营收总计达7.98亿元,占总营收比例为7.8%。

7月16日,三只松鼠相关人士在回复时代周报记者时表示,对线下渠道的规划是“大力推进”。

从最新开店数据上看,此言非虚。三只松鼠官网数据显示,截至5月10日,松鼠直营的投食店共计已开122家,

松鼠小店也达到396家。

然而,在大幅追求线下门店数量的同时,三只松鼠在线下的经营策略却似乎显得并不成熟。

7月16日,时代周报记者来到三只松鼠位于上海的某家松鼠小店,在选址上,该小店位于某商场的地下一层,位置并不显眼。

从该小店可以看到,三只松鼠的线下产品与线上包装并无二致,但在SKU上似乎并不及线上丰富。

该店营业员告诉时代周报记者,三只松鼠的线下产品和旗舰店是一模一样的,“价格差不多,有时候可能还比线上便宜,现在还有满66元减6元,满88元减10元的活动”。

三只松鼠线上价格高低不定,就7月20日14:30的数据显示,三只松鼠每日坚果175g在天猫旗舰店的价格为46.9元,线下价格为39.9元。而盐焗腰果185g的产品在线上售价为36.9元,线下为29.9元。

不过,从产品包装上,三只松鼠似乎没有击中线上消费者的“痛点”。

一直以来,良品铺子及来伊份等在线下扎根多年的品牌,线下产品的售卖上采用散称模式,消费者可以看到产品个体的真实样子。但三只松鼠的线下产品依然采用与线上一模一样的包装,未作出明显区分。

多名上海消费者向时代周报记者反映,同质化包装让他们没有“食欲”,连辨别产品都要花更多时间。

何懿轩表示,从产品摆放方式上看,三只松鼠如今的线下门店更像是开了一个零食超市。“将线上产品完全照搬到线下,也不是完全行得通。相同产品在线上线下两个价格会导致价格体系的混乱,其他品牌在产品的包装和规格上会做一些差别,定价才会让消费者不那么明显地感觉到突兀。”

另有业内人士向时代周报记者表示,线上线产品一致会导致两个阵地互抢生意,对做大规模无益处。

净利润持续承压

或许是因为意识到了自己在线下的劣势明显,章燎原在股东大会上

表示,将通过打造门店数字化来实现线下布局的弯道超车,“第一,会员数字化,未来所有门店将实行会员制;第二,产品数字化;第三,货架数字化;第四,职位数字化”。

但数字化在零食赛道并不新鲜。来伊份在其2019年度报告中称,截至2019年底,来伊份线上线全渠道会员总人数为3000万。2020年,来伊份还将依托APP进行资源整合,通过多业务关联将会员聚集至APP平台,建设私域流量,吸引更多商家入驻。今年4月,来伊份更是推出了付费会员服务。

5月,来伊份方面曾向时代周报记者表示,来伊份门店加APP已经可以为消费者提供线上线下的便捷消费,线上小程序下单可到店自提,同时来伊份APP搭建自有外卖平台,实现上海1小时极速达。

与之产生鲜明对比的是,三只松鼠线下门店的营业员人员表示,该店尚未接上统一的线上数字化系统,除了一个可以加入的微信群,目前也没有更多其他会员体系。据其表示,微信群中会有一些产品优惠。

数字化还在规划阶段的同时,三只松鼠在门店数量上也与对手相差甚远。数据显示,截至2019年12月31日,来伊份连锁门店总数2792家,良品铺子达2416家,而三只松鼠的门店数量仍停留在百位数。

可以预知的是,为了抢占线下市场,追上赛道的全渠道步伐,三只松鼠的净利润将进一步承压。

7月16日,中国食品产业分析师朱丹蓬向时代周报记者表示,线上线下的完全不一样的体系,如线下强势的零食品牌始终无法做到线上强势,三只松鼠在线下发展并不容易。

“从成本上考虑,线下的老品牌早年的门店一签就签十几二十年,三只松鼠现在才去切入,商业租金的成本是非常高的。”朱丹蓬表示。

2020年第一季度,三只松鼠实现营收34.12亿元,同比增长19%,净利润1.88亿元,同比减少24.58%。

如今,三大股东大规模减持,对三只松鼠来说可谓雪上加霜。

森马、七匹狼净利滑坡 服装业上半年惨淡

时代周报记者 李静 发自上海

2020年上半年,服装业成为新冠肺炎疫情冲击下的重灾区之一。

Wind数据显示,截至7月19日,中信证券行业分类中,品牌服饰板块共有13家A股公司披露上半年业绩预告。净利润预减、续亏和首亏高达11家,几乎无一公司逃脱疫情重击。

其中,森马服饰(002563.SZ)预计2020年上半年归母净利润同比下降90%—100%;七匹狼(002029.SZ)则预计同比下降75.7%—83.8%。

唯一净利润预增的ST摩登(002656.SZ)在扣除非经常性损益后的净利润也同比大降150.03%—203.39%。

7月17日,时代周报记者致电致函三夫户外(002780.SZ)、七匹狼、森马服饰董秘办,截至发稿未获回复。

事实上,除去疫情这样的黑天鹅事件,这几年传统品牌服饰问题早已凸显,如何适应新需求新模式已经成为品牌服饰深思的问题。

7月19日,时尚产业投资人、优意国际CEO杨大筠向时代周报记者表示,疫情对品牌服饰冲击的确很大,但企业自身发展也存在困境。

“A股上市公司中的品牌服饰很大一部分都陷入了成长困境,业绩总是小幅增长或是徘徊不前。如今主流消费群体的消费习惯以及对品牌的认知都发生了翻天覆地的改变,这些企业虽然在努力改变,却依旧不是主流消费者想要的样子。”杨大筠坦言。

业绩普遍下滑

7月16日,据国家统计局网站消

息,1—6月份,社会消费品零售总额172256亿元,同比下降11.4%。其中服装鞋帽、针纺织品类零售额5120亿元,同比下降19.6%。

老牌服装品牌森马服饰发布公告显示,预计今年上半年归属于上市公司股东的净利润为0—7221.06万元,而去年同期约为7.22亿元。

森马服饰公告表示:“受新冠肺炎疫情疫情影响,公司境外业务亏损加大。”七匹狼也未能幸免。七匹狼预计2020年上半年归属于上市公司股东的净利润为2000万—3000万元。

七匹狼在公告中称,“报告期内公司业绩下滑,主要是新冠肺炎疫情及其防控措施对公司的生产和经营造成影响,公司2020年半年度营业收入减少;同时市场竞争更加激烈,导致产品销售毛利率下降,实现利润相应减少。”

可以看出,森马服饰和七匹狼虽然在上半年能够保持盈利,但盈利水平却在大幅下降。

此外,上年同期仍在盈利的企业在今上半年也陷入亏损“围城”。

7月14日,探路者(300005.SZ)发布2020年半年度业绩预告。探路者2020年上半年归属于上市公司股东净利润预计亏损1.3亿—1.48亿元,上年同期盈利8185.59万元。

7月20日,探路者证券事务部在接受时代周报记者采访时表示,2020年上半年,受新冠肺炎疫情影响,公司户外主业的销售收入尤其是来源于线下业务的收入较同期有较大幅度下降,同时公司预计需计提存货、应收账款等跌价(减值)准备金额合计约1.3亿元。

7月20日,纺织服装品牌管理专

部分服装企业2020年上半年业绩数据

证券名称	归母净利润	同比
森马服饰	0—7221.06万元(预告)	下降90%—100%
七匹狼	2000万—3000万元(预告)	下降83.80%—75.70%
探路者	-1.3亿—-1.48亿元(预告)	/
ST摩登	3200万—4800万元(预告)	上升2.39%—53.59%
太平鸟	1.21亿元(快报)	下降8.55%

数据来源:企业业绩预告/快报

家、上海良栖品牌管理有限公司总经理程伟雄对时代周报记者表示,受疫情影响,大家消费需求有一定压抑。

“这类品牌主要仍是以传统实体店为主导,疫情导致消费者在线下实体店购买频次减少,必然会导致业绩下滑。”程伟雄表示。

线上寻求突围

线下门店受挫,品牌服饰更寄希望于线上市场弥补。

探路者证券事务部向时代周报记者表示,根据疫情对经营业务的具体影响,公司针对性地调整全年营销运营节奏,深耕线上内容营销,促进线上业务发展。

万联证券研究报告显示,2020年6月,淘系平台服装行业成交额为637.47亿元,环比增长11%,同比增长45%。

报告显示,跟踪的纺织服装行业重点27个品牌中,18个品牌官方旗舰店实现销售额同比增长,26个品牌

官方旗舰店销售额实现环比正增长。

7月15日,太平鸟(603877.SH)发布2020年半年度业绩快报。公告显示,其营业总收入约32.17亿元,同比增长3.09%。

太平鸟在公告中表示,疫情期间,公司积极迅速推进新零售业务,公司新零售及电商零售额大幅提升,尤其是二季度电商零售额同比增长30%以上,使公司营业收入与同期相比逆势增长3.09%。

“疫情给服装行业带来的影响或许还会持续,在这种情况下,以传统线下实体店为主导的品牌,如果线上收入没有做重要补充,对于很多企业来说挑战是很大的。”程伟雄认为。

不过,太平鸟2020年上半年的净利润也没有逃脱下滑的命运。其归属于上市公司股东的净利润约1.21亿元,同比下降8.55%。

在杨大筠看来,目前大部分传统品牌服装企业的线上营业额占比还是低于线下的。

“而且线上卖掉的很多产品实际上是低折扣卖掉的,线上平均的销售单价和毛利率都较低。”杨大筠表示。

稳扎稳打过寒冬

“疫情给服装行业带来的影响还会持续一段时间。”在程伟雄看来,服饰企业要做好中长期的规划,面对现实稳扎稳打,做好内控,补足短板。

探路者证券事务部向时代周报记者透露,2020年下半年,探路者将继续聚焦资源夯实促进户外用品主业的发展,加强线上营销,线上线下业务协同,优化组织架构和绩效管理,严格预算费用管控,通过一系列综合举措努力提升经营业绩。

杨大筠也认为,企业第一件事就是要开源节流,让公司的现金流变好起来;第二件事是要减库存,提高供应链效益;第三件事是企业要做好人才储备。

冰冻三尺非一日之寒,在疫情影响下,国内品牌服饰企业也到了不得不积极转型阶段。

“潮水退去了,才知道谁在裸泳。疫情倒逼服装产业积极转型。”杨大筠坦言,国内品牌服饰企业应该从本质上进行改变,做好品牌沉淀。未来,年轻化的消费一定是个性化、差异化和品牌化的。

展望未来,不少券商研究机构对服装行业复苏充满信心。

国泰君安在研报中表示,6月份,服装零售环比稳定,三季度加速复苏可期。

“我们认为7月基本与6月持平。伴随疫情得到控制,消费环境放松,预计8月和9月将进一步有所改善,有可能恢复正向增长。”该研报表示。

长城汽车命悬一线 魏建军痛下“猛药”

时代周报特约记者 潘卓伦 李卓玲
发自保定

“长城汽车能挺过明年吗？”

7月20日，长城汽车董事长魏建军在河北保定哈弗技术中心，再次抛出近一周已成为行业焦点的问题。

对于上述问题，魏建军并未正面回答，只是为当天主题——“长城柠檬”“坦克WEY”“咖啡智能”三大技术品牌的亮相进行致辞。

自魏建军于长城汽车30周年年庆之际自泼冷水，在官方视频中表示长城汽车命悬一线起，长城汽车便切换到密集宣传模式。

从全新自主研发发动机、变速箱露面，子品牌欧拉、WEY推出新车，以人力架构重整为主题的公开信发布，到最后压轴的三大全新技术品牌亮相，长城汽车为解除自我下发的“命悬一线”通知书，可谓使出了浑身解数。

若上述“连环拳”正是魏建军及长城给出的答案，那自救成功了吗？

拓展新市场乏力

据长城汽车7月8日发布的2020年6月产销快报，其6月合共销售新车82036辆，实现同比、环比双增长，其中同比增幅达29.6%。

既然疫后销量恢复迅速，长城汽车何危之有？

以结果导向看，危机正潜藏于整体向好的销量数据中。据官方产销快报，长城汽车整体销量的增长，得益于哈弗以及长城皮卡系列的强势。

数据显示，哈弗、长城皮卡系列6月销量分别约占公司总销量的57.3%以及32.5%，其中，哈弗品牌月销量也实现了同比3.85%的增长。

反观余下的两个子品牌——WEY

以及欧拉，6月合计销量在公司总销量中占比刚逾10%，而且均处于销量下滑的态势，前者月销同比下滑16.31%，后者跌幅更达到29.96%。

愈发依赖可谓品牌根基的哈弗、长城皮卡，锐意开拓自主豪华以及新能源市场的WEY、欧拉却逐步掉队，这一现状正揭示了长城汽车目前的危机——拓展新市场乏力。

长城汽车的状况，与魏建军日前于视频中描述的十分相似：“每一个成功的过去，都可能把未来绊住，如果我们还看不到颠覆性的变化，那被颠覆的，一定是我们。”

需要脱胎换骨的变化

“变革是我们没有选择的选择，我们需要脱胎换骨的变化。”魏建军7月20日在发布会上表示。

目前来看，长城最需要改革的，非正沦为销量包袱的WEY以及欧拉莫属。

WEY，作为肩负魏建军姓氏的长城高端子品牌，已在自主豪华车市场探索近4年，却陷入发展偏离预期的问题。

长城汽车旗下各板块2020年累计销量情况一览



据WEY品牌发布时魏建军所述，WEY价格定位在中档SUV，产品定位在豪华SUV，瞄准15万—20万元价格，将承接哈弗品牌消费升级的市场。

然而，WEY的目标价格市场目前正不断下压，甚至与哈弗品牌的中高端车型成为直接竞争对手。

时代周报记者7月5日走访广州某WEY 4S店时了解到，目前VV5是品牌最畅销车型，VV5次之。而这两款车优惠后，终端成交价大多在12万—15万元区间，其中，VV5全系低于15万元，入门车型裸车价约12万元，与哈弗中高端车型重合，例如F7系列。

值得一提的是，WEY品牌中的销量常青款VV5，在2017年刚上市时指导价为15万—16.3万元，而3年后的今天已通过降低配置，降低为12.58万—14.78万元。

至于欧拉，其首当其冲的问题在于市场热度后继乏力。凭借欧拉R1，其曾经在2018—2019年间，成为国内纯电动车的销量领跑者，但如今，其甚至不时掉出销量榜单前十。

究其原因，同级市场开始展现丰富多样性或是关键。年内，微型纯电

动车市场成为多家车企眼中的香饽饽，包括五菱、新宝骏、零跑等车企都推出了各具特点的新产品。

反观欧拉，虽然其于7月13日也推出了新车——欧拉白猫，但新车除外观内饰设计与欧拉R1有明显差异，无论车身尺寸、续航水平、充电速度、加速性能、最高车速等方面均与后者相类似。

“无论是新能源还是高端化发展路线，对长城来讲，走的都不会太轻松。”对于WEY以及欧拉的前景，7月17日，资深汽车行业分析师任万付向记者表示，在新能源领域，长城需要持续不断地加大投入才可能跟得上发展。至于WEY，目前已经被领克后来居上，到了量变转质变的关键节点。

欲以技术、制度达成颠覆

为实现新能源、高端化及智能化方面的破局，长城拟从技术到人事，进行一系列改革。

技术上，长城汽车7月20日推出“长城柠檬”“WEY坦克”“咖啡智能”三大技术品牌，前两者聚焦于汽车的硬件层面，余下的“咖啡智能”则关注汽车的软件层面。

三个技术品牌分别从车辆动力类型（纯燃油、纯电动、氢能等）、越野能力以及智能互联三个方面，赋予长城汽车新的可能性。其中，诸如今年年底发布首款搭载咖啡智能车型、2021年推出第一代FCEV（燃料电池电动车）等目标，引起市场高度关注。

对于长城发布的一系列技术战略，7月20日，资深汽车行业分析师贾新光对记者表示，长城进入新的发展时期，一个目标是提升品牌（WEY），包括最近高端产品的销量，提高盈利能力；二是加快新能源、智能化步伐；三是拓展全球化战略。

此外，在人事方面的改革，长城汽车将在干部使用上一切清零，不论任职时间多长，均以结果为考核，以过程为评价。同时，继续吸收包括外国专家在内的各方人才，组成更优秀团队。

究竟一系列改革能否达成魏建军乃至长城汽车预期中的颠覆？尚待时间揭晓，但短期内，长城汽车将面临哈弗H6换代的大考，该车系2020年上半年销量约占公司总销量的31%。谋求颠覆前，顺利让品牌基石安全过渡更为关键。■

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

全力押注广州旧改 升龙羊城寻第二春

时代周报记者 蔡颖 发自广州

从无人知晓到成为广州旧改网红，“过江龙”升龙集团只花了两年。

2017年1月1日，升龙正式注册广州公司。3个多月后，升龙将广州总部乔迁至珠江新城，拉开了一系列旧改项目的序幕。

时代周报记者统计，截至7月20日，升龙单独以及联合其他开发商一起签下的广州旧改项目共有8个，包括金州冲尾村、蔡边一村、群星村、汤村、沙溪村、南湾社区、长岗村等项目，其中旧改面积约为1766万平方米，投资金额超过700亿元。

在旧改市场收获颇丰的升龙集团，开始将目光瞄准文旅、产业运营等新的领域。

7月13日，广州黄埔区、广州开发区文化旅游产业项目集中签约，32个文化旅游产业项目落户黄埔，投资总额达21.57亿元，升龙集团的南湾文旅小镇也包含其中。

获取旧改项目仅是打开广州市场的开端，借力旧改，升龙集团将触角延伸至更广阔的产业小镇、商业运营领域。

7月19日，一位升龙集团人士告诉时代周报记者，目前，公司在郑州和南京几乎没有新增项目，把所有精力都投入到广州，同时也希望有更多业务在这边落地。

押宝广州能否带来相应回报？

这或许是一场升龙也不知道结果的豪赌。

豪赌羊城旧改

两年内获得八个旧改项目，升龙迅猛的速度让行业侧目。

2018年7月6日，升龙拿下了南沙区旧改的第一条村——金洲、冲尾村，由此翻开了广州旧改新篇章。

7月20日，在升龙集团广州区域从事旧改工作的王瑞（化名）告诉时代周报记者，目前广州公司的主要关注点还是城市更新方面，极少在公开市场拿地。

2019年，升龙旧改进展神速，一举斩获番禺东环街蔡边一村、增城新塘群星村、黄埔巨无霸九龙镇汤村及番禺洛浦街沙溪村共4个村落的改造。

凤凰网数据显示，2019年，升龙在广州合计投资额超过446亿元，总占地面积为1383.25万平方米，占2019年



成功招标的16个旧改村的66%。

进入2020年后，升龙集团获取旧改的势头依然强劲，仅在5月份就收获了两个项目，分别为黄埔穗东街南湾社区、增城永宁街长岗村。

6月19日，升龙宣布联合科学城集团成为广州茅岗旧改前期服务商。

有市场消息称，升龙还有10余个旧改项目正在接洽，并未正式对外公布，其中包括番禺厦滘村、明经村、潭山村、白云马沥村等。

“并没有外界说的还有10多个项目在谈，据我了解，目前中标的和正在洽谈的项目加起来在11—12个。”王瑞告诉时代周报记者。

尽管手握多个旧改项目，但何时能转换成土储、产生利润和现金流是外界最关心的话题。

时代周报记者了解，升龙在南沙区金洲、冲尾自然村更新改造项目进展最为迅速，该项目的安置补偿协议签约率达到100%，拆迁工作已完成。

“我们公司最重视南沙区的项目，目前我们广州项目的负责人也时刻盯着这个项目，希望建成标杆项目。”王瑞表示，主要原因是该项目的交通位置较好，同时也是升龙在广州的首个项目，所以公司会花更多精力。

除此之外，广州最大面积旧改项目位于黄埔区九龙镇知识城板块的黄埔汤村，进展也颇为迅速。

王瑞透露，目前该项目已经有1700多栋拆除完毕，还有2000栋房屋待拆建，800户人未签约，首期安置房建设完毕。6月二期安置房开始动工，还在打地基，整个项目规划3—5年内完成。

旧改业务提速的同时，升龙广州区域的团队人员也在急速补充。

王瑞表示，2018年广州区域仅100多人，目前团队应该超过500人，仅从事旧改的人员就有300多人。

“升龙给的薪酬也比较可观，会比行业其他公司高出20%左右，从富力、恒大、珠光等广州本土房企挖走了很多旧改专业人才，目前公司仍在招聘中，需要大量人员。”他说道。

优势和难题

作为外来者，升龙为何能连连拿下多个广州旧改项目？

政策的利好是升龙迅速打入广州旧改市场的先决条件。

2018年4月，原广东省国土资源厅发布《关于深入推进“三旧”改造工作的实施意见》。

文件表示，旧村改造地块可以协议出让，其供地对象可直接协议出让给公开引进的市场主体。

此举意味着，原本首先由政府征地的传统旧改模式，变为房企直接与村民进行协商的新模式。

而在同年7月，升龙就斩获首个旧改项目。

“升龙近期势头很猛，主要是有当地资源与人脉。”7月21日，一位广州本地房企的旧改业务人士向时代周报记者表示。

2017年11月7日，广州市城市更新局举行广州市城市更新协会成立揭牌仪式。

作为唯一外地房企，升龙集团与珠江实业、富力地产、时代地产等10多家本地房企，共同作为协会发起单位

成立广州市城市更新协会。

2020年4月底，升龙正式成为广东省三旧改造协会副会长单位。

通常而言，旧改项目投入成本大、变现周期较长，在旧改市场狂飙激进的升龙拥有多家银行贷款渠道。

2018年开始，升龙先后与建行广东省分行、广州农商银行、广州银行、民生银行签约，展开三旧改造方面的合作，以获取资金支持。

查阅升龙集团官网可发现，银行投资被列为公司业务发展的四大板块之一。天眼查显示，升龙集团还是广东华兴银行的十大股东之一，持股比例占11.02%。

“升龙集团拥有自己的资产管理平台，并与诺亚、黑石等基金公司、信托公司都有合作。”上述升龙集团人士表示。

7月20日，中国企业资本联盟副理事长柏文喜向时代周报记者指出，外地公司要迅速打开旧改市场，除了需要雄厚的资金和旧改经验以外，还需要有良好的政府关系、对当地市场特点足够了解。不少房企会选择与当地项目公司合作或者依托当地的合作伙伴这一进入方式。

尽管进入广州仅3年，但升龙在旧改方面的拓展速度以及投资力度明显高于广州本地房企。

以广州本地旧改大户时代中国为例，时代周报记者统计，时代中国在广州共获取了9个旧村，主要分布在黄埔、从化、番禺、花都、增城、南沙等六个区域，投资综合累计超350亿元，仅为升龙的一半。

针对这一现象，王瑞向时代周报记者透露了其中的“秘诀”。

“在市场知名度方面，我们并没有很大优势，但我们能给村民带来最实在的利益。这主要是拆迁款发放速度是非常快的，签约后一个礼拜，村民便能拿到第一期费用，所以我们的推进速度较快。”他说道。

王瑞表示，虽然广州本地一些房企实力更为雄厚，但有些公司的项目一拖就是6—7年，他们对项目的运营节奏把握得比较快。

旧改中多方利益博弈，流程较为复杂，开发过程中存在不确定因素，在规模上并不占优势的升龙能否在广州旧改市场突出重围，也还需时间验证。

起步福建深耕河南

1999年，升龙集团在福建起步。

2005年，升龙扩展至河南郑州，参与投标的燕庄城改项目，让升龙集团名声大振。

以城市更新为突破口，升龙集团持续在郑州深耕。观点数据显示，升龙在郑州改造了14个城中村项目，旧改面积达2200万平方米。

2012年进军南京后，升龙耗资75亿元拿下南京三块地，开发了升龙汇金中心、公园道、升龙天汇三个项目。

随后，其又以8.9亿元拿下江心洲G82地块，建设城市综合体、住宅、别墅等物业。

而在2017年以后，升龙相继淡出了郑州和南京市场，鲜少再获取新的项目。

时代周报记者查阅安居客发现，升龙在郑州仅有5个项目的尾盘在售，开盘时间几乎都是以2019年初和2018年为主，部分为2017年。

“前几年，升龙在郑州还是比较有知名度。近年在售项目没有增加，也没有新增地块，仅剩部分项目处于尾盘状态，南京同样也是这样，已经不再获取新项目。”上述升龙集团人士这样说道。

在放缓郑州以及南京市场布局的同时，广州成为升龙新的主战场。在王瑞看来，公司的优势是旧改，而珠三角地区是旧改发展势头最强劲的区域，而升龙选择发力该区域也是题中之意。

“升龙上海总部有部分同事已经搬来广州，上海业务相对较少，广州这边其实也算是总部，董事长待在广州的时间比上海长。”王瑞透露。

快速斩获项目仅是升龙占领广州市场的第一步，通过旧改，升龙试图涉足更多新领域。

6月8日，广州升龙在官方微信公众号宣布，升龙在今年5月获取的黄埔区南湾村旧改项目，南湾小镇将打造成“互联网小镇+电商总部+岭南特色文旅小镇”。

此外，去年6月拿下的黄埔汤村旧改项目，将规划成数字创意园，重点发展数字经济等新兴产业。

商业运营是升龙在广州市场的另一个发力点。

“现在做旧改项目，卖掉一次性住宅项目后，我们公司会直接接管商业项目，自己来做运营。”王瑞表示。

广州将是升龙重振规模的第一站，据升龙集团人士透露，他们也在考虑进入东莞市场。■

“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

上市一周股价徘徊不前 港龙加大合作谋规模

时代周报记者 胡天祥 发自广州

上市第二个星期，港龙中国(06968.HK)的股价仍在原点徘徊。

7月15日，港龙中国正式在港交所上市，发行价格为3.93港元。虽然发行当日一度冲高，但截至收盘，港龙每股报价3.92港元，跌幅0.25%。

截至7月20日收盘，港龙每股报价为3.9港元，与发行价格相差无几，总市值为62.4亿港元。

作为今年第二家在港上市的内地房企，港龙中国并未受到资本的过多青睐。

根据上市前夕的股票认购结果显示，港龙中国初步发售股份在香港认购不足，合共接获2479份香港公开发售的有效申请，认购合共1111.3万股香港发售股份，相当于香港公开发售项下初步可供认购的4000万股香港发售股份约28%。

这与今年首家上市房企汇景控股(09968.HK)的情况十分类似。

2020年1月16日，汇景控股也经历了发行股份认购不足，以及上市首日破发的状况。在业内人士看来，规模小、负债高、土储少或是上述房企不受资本青睐的重要原因。

截至2020年3月31日，港龙总土地储备为544万平方米。

按照克而瑞出具的《2019年度中国房企总土储值TOP100排行榜》，排名第100的瑞安房地产土地储备为62.4万平方米，港龙则在百名开外。

7月18日，北京某研究机构负责人告诉时代周报记者，对投资者而言，他们需要的是一个比较动听的上市故事，即要让投资者相信，公司模式可以复制，规模化也可以实现。

“五十强房企，几乎都上市了，剩



下排队上市的房企，通常规模都比较小。”7月15日，某不具名地产分析师告诉时代周报记者。

合作开发比例增大

从营收增速看，港龙中国的表现仍可圈可点。

招股书显示，2017—2019年，港龙中国物业开发及销售收益分别约为4.34亿元、16.60亿元以及19.78亿元，复合年增长率为113.5%；净利润分别约为0.33亿元、3.32亿元以及4.7亿元，复合年增长率为278.6%；净利率则在三年内由7.6%增长至23.8%，毛利率由21.9%升至42.7%。

业务快速增长背后，在于港龙中国第三方业务数目的逐年增加。

2015年底，港龙中国主动与碧桂园接洽，共同开发位于江苏常熟的一个项目，港龙占该项目公司40%的权益。

截至2016年1月1日，港龙中国累计亏损人民币7000万元，但到了2016年底，港龙实现收入约4.72亿元，毛利为1亿元，利润及全面收益总额为3940

万元。之后，港龙中国决定进一步加大合作开发项目比例。

数据显示，2016年，港龙中国共同开发项目数量仅为6个；2017—2018年，数量分别增长至24个、35个；到了2019年，公司64个开发项目中，与碧桂园、中南建设、融创中国等公司合作开发项目数高达49个，占比超七成。

“目前正在规模化发展的房企，一旦采取孤军奋战的做法，就会在招揽客户方面缺乏优势。所以在全国扩张中，与品牌房企联合开发或者打造地标性建筑以赢得政府优惠政策，则是房企扎根外土、降低风险行之有效的策略。”7月15日，易居智库研究总监严跃进告诉时代周报记者，合作方在土地预算、产品定位、销售价格等方面有可能出现分歧，甚至导致拆伙。2019年，港龙中国共与三家第三方业务伙伴终止合作。

上市产生积极影响

事实上，上市将对港龙中国日后

的财务情况产生积极影响。

招股书显示，随着业务规模的快速增长，港龙中国的负债也逐年攀升。2017—2019年，港龙合约负债分别为25.27亿元、36.54亿元、84.16亿元；对应的资产负债率分别为98.8%、122.1%及172.6%。

根据和讯网发布的数据显示，2019年百强上市房企资产负债率为101.8%。

负债走高的同时，港龙中国的融资成本也居高不下，这也是多数小型房企的共同特点。

数据显示，2017年港龙加权平均实际利率为6.3%，2018年涨至8.0%，2019年继续上升至8.8%。

根据克而瑞的统计，2019年房企新增融资成本为7.07%。

从港龙中国的融资渠道中，不难发现资金成本较高的原因。

招股书显示，于2020年4月30日，港龙拥有信托融资安排人民币15.23亿元，占总借贷的26.4%。2018—2019年，这一比例分别为47.4%、35.5%。

7月16日，汇生国际融资总裁黄立冲告诉时代周报记者，信托融资往往成本较高，但是当银行融资只能给那么多的时候，公司也就只能通过更高成本的信托融资来解决。

值得注意的是，在港龙与若干银行订立的贷款协议中，将可能载有交叉违约条款。一旦发生任何交叉违约，该等银行有权根据协议要求加速偿还全部或部分相关贷款，并取回该债务的抵押品。

黄立冲表示，如果一家公司某个部分出现违约，就可能迫使公司的管理层把另外一家公司的资产用来补足另外一个违约。如果没有交叉违约条款，则未违约的债权人的权益就没有办法受到保障。

紧盯二线城市 大悦城调整战略布局

时代周报记者 刘帅 发自北京

进入重组后的第二年，大悦城(000031.SZ)似乎不再执着于一线城市。

7月20日，大悦城相关负责人向时代周报记者表示，大悦城在坚持发展一线城市产品的基础上，会重点关注二线城市和强三线城市，其中将以二线城市为主。

几天前，大悦城公告发布了第二季度新增土地项目，2020年第二季度新增土地项目7个，分别位于武汉市、嘉兴市、沈阳市、西安市、张家口市、重庆市等。

从公告内容可见，项目均布局在二线与强三线城市。

大悦城为何调整布局？二线城市布局对于大悦城有着怎样的意义？

向二线城市发力

时代周报记者梳理发现，自2019年3月，大悦城完成重组后，其地产布局项目就开始向二线城市倾斜。

相关资料显示，2019年第二季度，大悦城新增8个地产项目，分别位于重庆市、浙江宁波市、江苏苏州市、天津市、四川眉山市、广东惠州市等。

2019年第三季度新增9个地产项目，分别位于云南昆明市、浙江台州市、广东江门市、辽宁沈阳市、山东济南市、湖北武汉市、天津市等二线城市。

2019年第四季度新增4个地产项目，位于湖北武汉市、海南三亚市、广东江门市、浙江温州市。

2020年第一季度，疫情之下，大悦城依然在河北廊坊市、四川眉山市、四川成都市均有落子。

在2018年业绩会上，大悦城董事长周政曾表示，未来3—5年，公司拟通过自建开发、收购、管理输出等模式，在一二线城市拓展多个大悦城系列产品。



2019年4月16日，大悦城品牌战略发布会上，大悦城控股副总经理姚长林透露，大悦城未来将通过五大方式获取土储：一是通过集团存量资源盘活；二是通过城市更新；三是利用产业整合力量；四是利用大悦城品牌优势；五是与现有的一级开发联动。

他表示，预计未来3—5年集团新增土储将超过6000万平方米。

7月20日，大悦城相关人士对时代周报记者表示，大悦城仍将坚持“三快两稳”的投资策略，坚持“快拿地、巧拿地、拿好地”。在2020年下半年，大悦城会充分盘活内外部资源，扩大存量土储。

在梳理大悦城项目中，时代周报记者发现，大悦城住宅项目的占比与商业项目的占比几乎持平。

大悦城相关负责人表示，在大悦城看来，商业项目做大悦城的“压舱石”，在大悦城控股的发展中有着不可替代的位置，但是住宅项目在主力回笼资金，完善运营流程上面也有着不容忽视的作用。

近日，大悦城廊坊市的员工告诉时代周报记者，随着居民消

费水平的提升，二三线城市的消费结构也在逐步升级，大悦城自去年开始，就在多个省会城市、和环京郊、环长三角等区域密集布局。

事实上，在业绩方面，二三线城市给大悦城贡献了不少力量。

大悦城2019年财报显示，大悦城控股实现全口径合约销售金额710.82亿元，合约销售面积290万平方米。

从城市销售额分布来看，一线城市整体排名靠前，二线城市占比最高，三四线单盘产出突出。二线城市中，苏州凭借科技城金茂府项目出线，苏州2019年销售总额达80亿元，数值比肩上海，超出深圳。其中，科技城金茂府贡献过半，为44亿元。虽三四线城市销售占比只有14%，但单盘产能达到了10.8亿元，高出企业8.4亿元的平均单盘销售额。

二线城市住宅普涨

不只是大悦城看中了二三线城市的潜在能力，僧多粥少的局面在二线城市频繁上演。

根据贝壳研究院的统计，恒大上半年在全国39城市拿地119宗，拿地

金额超过760亿元，恒大主要目标也为二线城市与强三线城市，其中单在乌鲁木齐一城获取地块超过30宗。

上海易居房地产研究院发布的报告显示，6月，40城地价齐升，地价创新高，土地成交溢价率稳步上升。其中，一线城市地价保持平稳，二三线城市地价齐升。

数据显示，二线城市土地成交建筑面积为4190.0万平方米，成交均价为5391.3元/平方米，已经接近2017年9月的高点。

三线城市土地成交建筑面积为1247.5万平方米，6个月移动平均成交价为3521.9元/平方米，环比上涨31.4%，同比上涨29.3%，地价明显跳升。

近期，广发固收相关报告显示，2020年1—6月总地价超过50亿元的地块分布在13个城市。分别为4个一线城市、6个二线城市(杭州、武汉、南京、福州、厦门、温州)，3个三线城市(东莞、南通、佛山)。

土地市场的火热朝天，带动了楼市的逐步回暖。

国家统计局数据显示，从6月一二三线城市房价环比涨幅情况看，三类城市的涨幅分别为0.6%、0.8%和0.4%。这其中，表现最为抢眼的要属二线城市，其涨幅在三类城市中最大。

7月16日，国家统计局发布数据显示，在统计的70城中有31个二线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格环比分别上涨0.9%和0.5%，其中银川是涨幅最大的二线城市。35个三线城市新建商品住宅和二手住宅销售价格环比分别上涨0.8%和0.5%，其中唐山、惠州以1.5%涨幅领涨三线城市。

7月19日，多位地产分析师向时代周报记者表示，二线城市今年在新基建建设、人才导入、各类住房政策改革上会有较大的动作，这些城市会成为购房的主力市场，也容易成为房价涨幅相对较大的城市。

62.4

亿港元



13

↑



“春天” 特约之 “一个都不能少”

走向我们的小康生活

“捐一元”迈入第十三年 百胜中国聚力精准扶贫

时代周报记者 陈婷 发自上海

“学校有牛奶鸡蛋，我可以长高！”这是大山里的孩子对快乐的定义，简简单单，却令人心酸。

在广西百色市凌云县泗城镇重重的大山里，有一座位于小山坡上的小学，览金小学。2012年，该校成为中国扶贫基金会和百胜中国联合发起的“捐一元”项目受助学校，学校学生每天都有牛奶鸡蛋的营养加餐。

据该校校长称，在长年累月的营养补充之下，学生身体素质及免疫力提高了，辍学率也降低了，“学校辖区范围内的入学率由几年前的70%，提高到100%，辍学率从20%下降到零”。

览金小学是万全贫困地区学校的缩影，营养加餐补充的或许不仅是学生的体能，更是他们对生活的希望。

而这营养加餐是由一个个好心人的“一元”钱汇聚而来。

2008年，百胜中国携手中国扶贫基金会共同发起“捐一元·献爱心·送营养”项目，截至2019年底，“捐一元”项目已累计筹集善款超过2.1亿元，超过1.3亿消费者在百胜中国旗下餐厅参与捐款。

2019年，百胜中国在线上推出了“V金捐爱心”活动，鼓励肯德基、必胜客品牌2亿多会员使用会员积分参与爱心行动。

“12年来，我们在坚持的道路上不断探索创新，从线下餐厅到线上随餐捐，再到‘V金捐爱心’，通过创新方式撬动全社会力量一起参与，汇聚成千上亿份爱心。”近日，百胜中国首席执行官屈翠容向时代周报记者表示。

2020年，“捐一元”项目已迈入第13年。

滴水穿石

“捐一元”项目每天为贫困地区



在长年累月的营养补充之下，学生身体素质及免疫力提高了，辍学率也降低了，“学校辖区范围内的入学率由几年前的70%，提高到100%，辍学率从20%下降到零”。

学生提供一份营养加餐，包括一盒牛奶（200ml学生奶）和一个卤鸡蛋（真空包装），并为贫困地区学校捐赠包括炉灶、蒸饭车、消毒柜、冰柜、操作台和排风扇等在内的标准“爱心厨房”。

截至2019年底，“捐一元”项目已为贫困地区小学生提供了4600多万份营养加餐。在营养加餐基础上，“捐一元”项目还向贫困地区学校捐赠了爱心厨房设备。

而将爱心厨房设备送至大山里千百个学校的，是在绵延山道上奔驰的“爱心车队”。

2014年起，昆明宏鑫诚不锈钢厨房设备制作有限公司与捐一元项目组开展合作，协助运送爱心厨房设施到贵州湘等地区。

5年多的时间里，由郑启林带领的货车队伍走遍了三省200多个县，为受助学校送去了急需的厨房设备，运送时间横跨夏秋冬，无论是云南夏天的雨季、贵州冬天的冻雨，行程十几万公里，无论路况条件再恶劣，货物从未受损。

郑启林对第一次运送爱心设备到学校时见到的情景印象深刻。

“当时正赶上山区初冬的第一场雨，气温骤降到零度。我们来到了云贵高原的一所捐赠学校，进校便看到简陋的食堂搭建在教师宿舍旁，室外空地上一个直径一米半的深坑上架着两口大锅，那就是灶台。由于下雨，堆放在外的柴火已经淋湿，几个老师趴在地上使劲吹气，但湿透的木柴只是冒着浓烟，却不见一星半点的火苗。”郑启林回忆道。

郑启林当时看到，当天中午所有同学和老师，吃的是从家里带来的冷饭，饭粒被冻得硬硬的难以下咽。

爱心厨房设备的投入改善了受捐学校的窘境。

“捐一元”项目通过为农村贫困地区学校配备现代化厨房设备，使之达成符合国家卫生标准的学校厨房，协助完善农村学龄儿童营养餐达成率；同时通过加强校园食安教育和孩子的动手能力，以期保障学校供餐能力、宣传营养知识，从而改变不良饮食观念和习惯，解决农村贫困学生就餐难和营养不良问题。

据百胜中国方面透露，这些年来，营养加餐和爱心厨房设备已累计覆盖四川、云南、贵州、湖北共13个省（自治区），遍布1000余所贫困地区学校，惠及学生数量超过68.6万名。

授人以渔

授人以鱼不如授人以渔。

2018年，百胜中国推出“扶业计划”，通过发挥企业供应链体系和产品研发能力优势，结合食材开发和精准扶贫，让受助地的优质食材进入菜单，实现农田与餐桌的连接，帮助农民增收增加经济收入，从而助力地方产业的可持续发展。

云南黑松露第一个“受益”。

多年以来，云南当地大多数农户捣毁式的采摘方式对野生松露生长环境破坏较大，松露产量日渐降低。

据了解，十多年前永胜境内年产松露达500—800吨，约占全省总产量的1/5，经过十多年的无序采摘，目前产量仅为原产量的1/5—1/10。

2018年2月，针对松露产业实际发展困境，百胜中国联合中国科学院、营养专家与农业服务公司，为农户提供科学采摘松露的课程培训，并录制了网络课件，方便更多农户获得培训。

此外，百胜中国还发行了《中国永胜块菌（松露）保护与持续利用实用手册》，可供当地农业、乡镇等部门为农民提供亟须的专业培训使用。

“扶业计划”的推行直接影响了政府对于松露的保护意识和监管的提升，云南省永胜县人民政府于2018年9月28日下发松露保护通告。

继松露之后，2019年百胜中国针对贵州贞丰火龙果、安徽砀山梨、云南玫瑰花等开展了一系列扶业计划，对这些当地特色产品进行定向采购，并分别研发成火龙果饮品系列、芭梨恋语乌龙茶、玫瑰酥饼等餐桌上的美食，带动地方产业的发展。

百胜中国表示，2020年，公司旗下肯德基品牌在K COFFEE的全新配方中特别选用了云南日晒豆，帮助当地地贫咖啡农增收；必胜客品牌也将继续发掘贫困地区的特色产品，并计划利用必胜客品牌在内的拥有上亿级活跃用户的超级APP，以及其他线上资源为这些特色产品提供电商销售平台，择机组织当地农民开展培训，推广科学种植，提升产业效益。

“凭借供应链管理方面的独有优势，我们能够为中国贫困地区的贫困地区作出卓越贡献。通过给当地农民教授相关的培植、采摘等技术，并对接百胜中国庞大的顾客群体，我们相信扶业计划能够促进当地经济发展，推动当地有潜力的产品实现可持续发展。”屈翠容有感而发。

关照自然授人以渔 达能探索造血式扶贫

时代周报记者 杨玲玲 发自广州

“贫困地区的孩子之前绝大部分没有用过营养包，从健康扶贫的角度来讲，这是一个很有意义的事情。”近日，在谈到达能给城步县捐赠的营养包时，商务部驻城步县扶贫干部，金童山村党总支副书记曾劭轩如是表示。截至目前，达能已通过扶贫行动，为全国多个贫困地区捐赠市场价值超过300万元的营养包，用以帮助逾4000名贫困地区儿童改善营养健康。

时间回溯到2019年11月，在中国商务部部长钟山和法国经济与财政部部长勒梅尔的共同见证下，达能中国与商务部签署了一份谅解备忘录，达能将全力支持中国脱贫攻坚战略。

这份谅解备忘录的签署，成为达能中国助力精准扶贫的一个里程碑。

2019年12月，达能扶贫行动在湖南省国家贫困县城步县落地，于今年5月底，达能中国扶贫行动已覆盖湖南、安徽、甘肃、黑龙江、河南、河北、江西等多个省份。

“这些地方的自然资源非常丰富，有干净的水、清新的空气、天然的食物。贫富有时候是个角度问题。”7月17日，达能大中华区副总裁兼总秘书长吴俊财对时代周报记者表示，扶贫不是一时的，达能会采用更长远的眼光去看发展问题，以可持续的方式、授人以渔的方式进行。

近年来，达能中国一直在做这样的探索。

造血式扶贫

7月17日，仲夏时节的苗乡城步艳阳高照，白天最高气温达到34℃，驻村干部曾劭轩仍在养殖户的养鸡场里走访。

曾劭轩告诉记者，“乡村振兴战略”的20字方针里产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕，排在第一位的就是产业兴旺。他认为，“只有产业兴旺了，乡村振兴才能有一个比较坚实的基础。”

根据曾劭轩的介绍，金童村正在发展的养鸡产业，是村里自建种鸡场，然后对种鸡下的蛋进行孵化，孵出的小鸡集中饲养1个月之后，发给农户去山林放养约5个月，再统一进行收购、屠宰和包装。

而曾劭轩所在的城步县，位于湖南省西南部，古为楚越相交之地，有“苗疆要区”之称，是全国五个苗族自治县之一，也是国家扶贫工作重点县，商务部对口扶贫县、湖南省11个深度贫困县之一。

去年12月，达能扶贫行动来到城步县，给1000名城步儿童捐赠了营养包，并组织扶贫工作队和学校捐赠电脑。

“2017年，商务部给87个贫困村配了村里的办公电脑设备，用了几年之后，难免出现运行缓慢、设备老化等问题。达能捐赠的电脑，对我们处理村务工作很有帮助，尤其是今年疫情期间统计村民健康状况，大大提升了工作效率。”曾劭轩表示。

2020年春季以来，达能相继采购了城步县的大红柑、茶叶、春笋、腊肉、苗乡战斗鸡等农产品，鼓励全国员工自愿参与到扶贫项目当中。据透露，今年秋季，达能将采购城步县的苗乡梨、猕猴桃等特色农产品。

曾劭轩观察发现，在帮扶过程中，达能有针对性的采购扶贫产品，可以带动贫困户参与到产业扶贫中，“在产业发展初期，通过这样的消费扶贫来帮助村民树立发展信心，打通产业链，慢慢形成一个造血式扶贫模式”。城步也是中国南方重要乳源基



地，奶牛养殖和奶制品占据湖南省半壁江山。达能认为，食品安全对于农产品、养殖业和食品加工业等都至关重要。在了解这一情况后，达能充分发挥自身的资源优势，与当地食品企业分享相关经验和心得。

6月2—3日，达能给城步县的两个龙头企业“南山牧业”和“彝牧羊奶”提供了乳制品相关的食品安全知识培训。

“当时有超过40个中小企业的负责人来参加为期两天的培训，培训课上他们非常认真地做笔记。”吴俊财对此印象深刻。他也希望以可持续、授人以渔的方式，帮助当地提高生活质量，以及产品质量、附加值和品牌竞争力等，从而促进增收和就业。

可持续发展

如今，城步县正致力于打造各类优质的绿色生态农特产品，培育出有机冬笋、青钱柳茶、苗乡油茶等具有苗乡特色的农副产品。

摆在眼前的难题是，如何将这

品质农副产品推介出去？

“经过近2个月的修整，金童山村直播基地终于落成了！在这里，我们将通过短视频、直播等方式助力农产品销售。”5月22日，曾劭轩在朋友圈如是说。这个直播基地，在6月份也迎来了世界500强企业达能。

每年6月是达能的志愿者月，今年达能结合扶贫工作，巧妙运用直播方式帮助城步等地进行农产品宣传，扶贫直播已有超过5000名达能员工参与。由此带来的，不仅是扶贫地区的战斗鸡、有机奶、卤豆干、竹笋、蜂蜜等土特产热销不断，还有由食品巨头带来的品牌宣传和推广效应，更是生动地呈现了精准扶贫对中国偏远贫困地区发展的积极影响。

事实上，城步县只是达能电商扶贫行动中的一个点，与城步相距约3700公里的黑龙江省同江市，也在达能的扶贫支持下，首次深入开展直播带货。

这个位于松花江与黑龙江交汇处的港口城市，地处三江平原腹地，

北隔黑龙江与俄罗斯犹太自治州相望，边境线长170公里，是国家确定的63个重点商品粮和畜牧基地之一，也是国家第二轮扶贫开发“兴边富民”行动重点市（县）。

“这是同江当地村民第一次完整地参与直播带货。我们希望通过这次志愿服务，给当地农民带来互联网直播这种新型的营销思维，为当地高品质的农产品打开更广阔的市场，也为当地村民带来提高收入之外的、对他们未来发展来说至关重要的宽阔视野和积极尝试。”负责策划本次直播的一位达能志愿者月负责人表示。

确实，直播并非只看单场销售额，更要看长期效果，看是否为当地带来了营销和市场影响力。正如吴俊财所言：“达能希望去做一些发挥专业性、帮助中小企业提升竞争力，实现可持续发展。”

在其看来，贫富是可以转化的。“如城步、同江这些地方的自然资源非常丰富。虽然从经济角度考量，当地的工业化程度低，缺乏市场，是贫穷的。但这些地方却也是青山绿水的宝库。同江、城步晚上月亮特别美，有高山牧场、好溪好水，如何让这些地方在提升经济价值的同时，保护当地的环境价值，保护文化生活和原生态的快乐，是我们需要思考的。”吴俊财称。

社会进步与商业成功并重是达能的企业经营理念。在中国，达能通过开展健康与营养、环境保护、志愿服务等相关项目落实这一理念，助力“健康中国”和“美丽中国”战略。

例如，早在10年前，达能就开始推出Nutrigo营养起跑，在上海与NGO组织以及国内的营养专家一起成立了营养起跑公司，充分发挥达能在营养方面的专业，以支持贫困地区儿童的基础营养等。