

财眼

回购潮来临 回购价较现价有超 10% 空间

近日大盘在历史底部区域震荡调整，截至发稿，现阶段破净个股已达2018年水平，达451只。A股市场整体走势较为低迷，多数股票价格都处于历史底部，为彰显对自身公司价值的认可或资本实力，不少公司趁此机会进行回购。今年以来，已有超200家上市公司实施了股份回购，涉及公司累计回购总金额达400多亿元。从个股现价与公司最高回购价来看，一般有超10%的上升空间。

■新快报记者 涂波

公告回购5亿元以上公司超10家

股票回购意味着减少了市场上股票的流通量，提高每股收益，从而有利于股价上涨，回购也意味着公司现金充足、资本实力较强，这也是回馈投资者的一种方式。4月以来，已有近百家A股公司披露最新的回购计划或进展。4月14日，盈峰环境和瑞凌股份均表示，基于对公司价值的判断和未来发展的信心，将利用自有资金分别回购4亿元和4250万元股票。沙钢股份4月8日也披

露回购股票拟用于实施股权激励，回购公司1103.39万股至2206.77万股，占公司总股本比例0.50%—1.00%，回购金额不超过3.26亿元。

据同花顺数据，今年以来公告回购5亿元以上的公司超10家，从拟回购金额看，最多的前三位公司分别是格力电器、美的集团和华侨城A。4月13日，格力电器公布回购最高不超过60亿元，价格不超过70元/股，引起市场关注。4月2日中国



■VCG 图

平安公告称，截至3月31日，公司通过集中竞价交易方式已回购资金总额合计59.94亿元，成交价为79.27元/股至91.43元/股。按此计划，本次回购截止日期为2020年4月28日，回购金额上限为100亿元，有望成为A股最壕回购纪录。此外，3月份，白马股云南白药也公告，通过董事会预案，拟回购价格不超过人民币95元/股，回购15.87亿元公司股票。

分析师称回购公司更值得关注

记者发现，从回购价格上限与最新收盘价看，一般有10%以上的上涨空间，以美的集团为例，昨日收盘价为50.2元，拟回购价格上限为65元，有逾20%的上涨空间。

前海开源基金首席分析师杨德龙表示，相对于大小非减持来说，回购的公司更值得关注。一般回购股票之后就会把这些股票注销掉，相当于减少了整个公司在外流通的股票数量，从而提高了EPS(每股收益)，提高了股票含金量，有利于股票价格的上涨，对于股东来说是增加了股东的权益。

今年以来回购总额前十位个股				
股票简称	最新价(元)	拟回购资金总额(亿元)	每股回购价格上限(元)	回购开始日
格力电器	54.41	60	70	--
美的集团	50.2	52	65	20200225
华侨城A	6.34	19.69	8	20200324
云南白药	85.99	15.87	95	--
浙江龙盛	12.05	10	13	20200207
恒力石化	13.08	10	13	20200319
美克家居	4.41	7	6.6	20200225
威孚高科	18.99	6	24	20200221
京新药业	11.38	6	12	20200207
林洋能源	5.07	6	7.17	20200111

(来源：同花顺)

携程发布业内首个《在线住宿平台酒店预售服务规范》

直击预售退改难痛点

难”“预售商家缺乏公信力”等消费痛点。

其中，“预售服务”板块，提到“经营者应预留并保障供应与预售产品售卖规模相适配的库存量，平台应对经营者预售产品的成功率进行监控”。这将打消用户对于酒店预售产品购买之后能否顺利入住的顾虑。

此外，“退改服务”部分，注明了“未使用或过期的预售产品，均宜采用免扣款退改政策或其他与用户提前签订的协议中提及的扣款退改政策”，这解决了用户购买预售产品“退款难”的后顾之忧。

这些标准的提出，相当一部分源于携程多年来在线住宿预订的服务经验的积累。疫情冲击之下，携程在用户心中已经树立起了服务保障的新标杆。截至今年3月中旬，携程处理了数千万的取消订单，涉及交易金额超过310亿元人民币。其间，携程为用户提供超越了法定标准的服务保障，由此积累了相当的

口碑红利。

酒店预售将引导行业顺利复苏

酒店预售本质上是个重服务、重运营的业务，其操作难度并不小，对平台能力和调性的要求也非常高。曾多次与平台联手“带货”的知名旅游KOL“嬉游”表示，目前做酒店预售的市场主体鱼龙混杂，酒店预售行业急需一个指导性的标准来规范。“并非所有酒店都适合做预售，也不是所有平台都适合出酒店预售标准。”嬉游认为，对于消费者来说，中高端、度假型酒店做预售的性价比更具吸引力，以该类产品为核心的预订平台在制定酒店预售标准上也更有经验。

这也是为什么由携程首先发布该标准。据了解，目前参与携程酒店预售的供应商数量达近万家，高星级、度假型酒店产品占到酒店预售交易额的一半以上。

实际上，酒店预售在携程体系中已

政策鼓励“快递进村” 物流企业加快“助农”布局

新快报讯 记者郑栩彤报道 政策正在鼓励“物流助农”。国家邮政局日前印发的《快递进村三年行动方案（2020—2022）》明确，2022年底符合条件的建制村基本实现“村村通快递”，促进快递服务“三农”。新快报记者了解到，疫情冲击农业产业链促使多个物流企业加快“助农”布局。相比疫情前期将滞销农产品“运出去”的短期合作方式，更多企业已开始以合作签约、推出农产品基地等方式深入助农，并缩短农产品送至市民餐桌的时间。

快递专家赵小敏指出，“快递进村”的关键点不在于铺设网点，更需要在商业、流通、产业链等多方面的配合。据国家邮政局市场监管司副司长边作栋介绍，“快递进村”的模式还包括与快递企业与其他商业组织合作提供快递服务。在疫情期间，多个物流企业联系农产品滞销当地基层或农户，助其运输。例如，阿里菜鸟联合多家物流企业帮助滞销农产品出货，京东物流对接农产品批发市场解决“最后一公里”。

而随着优势凸显和政策利好，“物流助农”正加快布局并变得常态化。3月底，顺丰速运与山东省互联网传媒集团签约，在樱桃等农产品原产地供应链建设方面深度合作。目前顺丰已有烟台樱桃、无锡水蜜桃等多个农产品项目，并已切入农产品品控、运输和线上销售环节。京东近日则发布了县域数字农业解决方案。据介绍，农产品由京东提供传感器水土检测等技术的农业生产基地，在京品源线上旗舰店销售，消费者下单后由京东物流配送至餐桌。通过冷链、农产品自动化筛选等，物流企业帮助产地打造品牌化特色农产品。

此外，京东物流还与汶川甜樱桃产业和中国茶叶流通协会合作配送。据京东物流介绍，汶川甜樱桃项目将帮助小农户在全国范围内打开销路。春茶项目则将使用全货机等运力资源，并联合京东零售和社区团购的终端销售网络，实现同城最快当日送达、跨区域配送最快24小时送达。圆通速递相关负责人表示，随着农产品配送需求增大，未来广东等消费需求大的地区将进行仓储前置化建设，实现下单后可实现24小时送达。

深入农村布局农产品供应链也将利好物流企业提升快递单量。兴业证券研报判断，在网络基建不断完善的基础上，东部地区外的区域快递量将有较大增长空间，中西部快递量增长动力还将持续释放。

将“随时退”“过期退”写入规范文本

该标准核心亮点在于首次针对酒店预售领域强调“预售产品过期退”“经营者应为预售产品预留库存”等理念，回应了近年来在酒店预售领域频发的“退款

显得越来越重要。从旅游复兴V计划到携程董事局主席梁建章的4场直播，酒店预售渐渐成为携程引领行业复苏的一大重要举措。

数据显示，携程开启“万店通用之回暖计划”上线首日，GMV超过2000万。3月20日以来，梁建章在三亚、西江苗寨、湖州、深圳四地，用累计4个小时的直播，撬动6000余万酒店GMV，相当于900家高星酒店集体满房。

现在，业界普遍判断商旅需求将首先恢复，商旅酒店也会因此率先破冰。度假需求的复苏会相对滞后，但住宿环节如果能以预售的形式先启动，则会起到一系列的激活作用——带动交通出行以及目的地玩乐产品的联动营销，给予相关业者以极大信心。

在携程的策略中，酒店预售从来不只是住宿预订一个业务，而是关乎整个旅游产业能否顺利复苏的关键。