

羊城晚报记者 沈钊

拼多多数据显示,自1月以来,平台的食物生鲜需求持续旺盛。以苹果、脐橙、草莓、樱桃、猕猴桃为代表的水果,订单量较去年同期涨幅超过120%,米面粮油、肉禽蛋类和新鲜蔬菜的订单量,则均较去年同期上涨超过140%。近日受疫情影响,一方面大量农产品上行通道受限,另一方面,越来越多的“宅家”消费者,选择在线上进行一站式购齐食材、水果等生活必需品。

拼多多上线“抗疫农货”专区,设立5亿元专项补贴

覆盖400个农产区230多个贫困县,保障特殊时期农户收入



“三保行动”助力疫情防控战

拼多多是中国最大的农产品上行平台,2019年,平台(制)产品成交额达1364亿元,较去年同比增长109%。截至2019年底,平台(制)产品活跃商家数量达58.6万,直连农业生产者超过1200万人,年度农产品活跃买家数达2.4亿。

新鲜蔬菜的订单量,则较去年同期上涨超过140%。近日受疫情影响,一方面,大量的农产品上行通道受限,另一方面,越来越多的“宅家”消费者,选择在线上进行一站式购齐食材、水果等生活必需品。

为保障特殊时期的农产品产销对接,自2月3日起,拼多多陆续推出了一系列中小规模的农产品专项活动。“这期间主要是做三件事情,一是协同平台的新农人做商品清单,对农产区尤其是贫困地区的农产品库存和质量状况做一个梳理,将亟需打通销路的农产品‘往前推’;二是请求各地政府和相关部门进行协调,对此类农产品开辟绿色通道;三是统筹顺丰、中国邮政等物流资源,确保新鲜的农产品能够直达消费者手中。”狄拉克表示。

截至2019年底,拼多多的“天网”系统已经覆盖中国100%县级行政区域,将1200万农户的海量供给和5亿消费者的海量需求进行了精准对接,从而突破农产品成熟周期短、物流慢、加工型产业设施等在内的数据和信息,经由系统统筹计算后匹配给对应的消费者。

此次抗击疫情对于拼多多的农产品上行体系是一次极大的考验。“狄拉克表示,一方面,消费者对于网购新鲜蔬菜等食材的需求猛增,另一方面,疫情防控对农产品的流通提出了很高的要求,系统里的很多信息和数据出现了偏差。农产品不像工业品,过了食用周期就成了损耗品,为了保障农户的收益,并且将农产品尽快送到消费者手中,我们对系统里的产区信息、物流数据以及节点进行了紧急重新规划。”

拼多多数据显示,自1月以来,平台的食物生鲜需求持续旺盛。以苹果、脐橙、草莓、樱桃、猕猴桃为代表的水果,订单量较去年同期涨幅超过120%,米面粮油、肉禽蛋类和

在此基础上,2月10日,拼多多正式上线“抗疫农货”专区,用户通过APP首页焦点图、限时秒杀、多多果园等入口,以及搜索“助农”“爱心助农”“农货”等关键词,均可直达该专区。目前,该专区已覆盖全国近400个农产区包括230多个国家级贫困县近28万个SKU的商品。针对专区商品,拼多多多设置了5亿元的专项商品补贴,同时,每单农产品快递还将享有2元的特殊物流补贴。

据悉,此前,拼多多联合创始人达曾在内部宣布启动“三保行动”,要求平台业务线人员不遗余力确保“价格稳定、质量可靠、供应有序”。“新农业农村事业部同样将抗击疫情期间的农产品供给视为成立以来最高级别的战役。”狄拉克介绍称,“目前,在每日申报健康状况并排除密切接触范围的前提下,平台农业和农产品相关的工作人员已经全部到岗,将充分保障用户生活资料的及时供应,让农户的收入得到保障,为打赢疫情防控战贡献应有之力。”

2月10日,拼多多正式上线“抗疫农货”专区,帮助贫困地区和部分农产区解决特殊时期的农产品滞销问题。用户通过APP首页焦点图、限时秒杀等入口,以及搜索“助农”“爱心助农”“农货”等关键词,均可直达该专区,以最优惠价格购买产地直发的水果和蔬菜。

目前,该专区已覆盖全国近400个农产区包括230多个国家级贫困县,商品囊括脐橙、苹果、草莓等各类水果和主要生鲜食材。据悉,针对此次特殊活动,除充足的流量支撑外,拼多多还设置了5亿元的专项农产品补贴以及每单2元的快递补贴,以帮助解决疫情期间的农产品产销对接问题,让农户的收入得到保障。

农产品供需失衡,“春耕”或受影响

春节是农产品的销售旺季,但受疫情影响,今年不少产区的销量受到冲击,包括草莓、猕猴桃等在内的水果,尽管价格一降再降,但销路依旧受阻。另一方面,出于疫情防控的需要,很多城市居民也遭遇了买菜难的问题,农产品的供需匹配呈现出短期严重失衡的现象。

春节是农产品的销售旺季,但受疫情影响,今年不少产区的销量受到冲击,包括草莓、猕猴桃等在内的水果,尽管价格一降再降,但销路依旧受阻。另一方面,出于疫情防控的需要,很多城市居民也遭遇了买菜难的问题,农产品的供需匹配呈现出短期严重失衡的现象。

地区的高质量生产息息相关。“很多农产区‘一手要抓生产,一手要抓防疫’,因为销路受阻,不少农户的积极性受挫,并且将农产品尽快送到消费者手中,我们对系统里的产区信息、物流数据以及节点进行了紧急重新规划。”



财经·热闻

“钢铁侠”化身“织女星”

一大波“汽车牌”口罩在路上



疫情之下,口罩需求量激增,为破解“一罩难求”难题,原本生产汽车的“钢铁侠”们,竟然也化身“织女星”要生产口罩了。

影响:医疗物资紧缺

工信部数据显示,中国具备一天生产2000多万只口罩的产能,但仍远远无法满足巨大的需求量。“仅仅中国,一天就需要一亿只口罩。”福耀玻璃董事长曹德旺2月7日公开表示,如果14亿中国人中有百分之十的人需要戴口罩,一天就需要1亿多只口罩。这意味着,医疗物资缺口巨大。

招工:车企跨界造口罩

为了支援全国防疫,一些车企紧急跨界生产口罩等抗疫物资。记者从广汽集团了解到,其正在研究打造用于加工生产口罩的设备和生产线的方案。为尽快掌握防护口罩生产设备成型等相关技术和生产流程,广汽已派出多位技术、骨干参加到相关技术的学习中。广汽集团党委书记、董事长曾庆洪一行2月6日更专程赴东莞口罩生产设备制造商裕达调研,研究新建口罩生产线的技术可行性。

而广东另一家汽车生产企业比亚迪,也加紧投入口罩和消毒液的产能。目前公司在积极筹备审批认证,政府也对紧缺物资开辟“绿色通道”。记者还了解到,上汽通用五菱通过联合其隔音棉供应商广西德福特,以改建生产线的方式转产口罩,并于2月内建成投入使用。计划口罩的日生产量预计可以达到170万个。

比亚迪相关负责人表示,之所以能快速转身生产医疗物资,是因为公司拥有长期合作稳定的上游原料资源。上汽通用五菱表示,此次多方联合生产口罩的项目,从提出想法到进入实施阶段,仅花费了不到5天时间。

记者手记 只要够用心 大象亦可快速转身

相信随着更多企业的入局,“一罩难求”的局面将会得以缓解。华创证券首席宏观分析师张瑜预测,至本月底,随着新生产线的投产,全国有望日供2亿只口罩。值得一提的是,这波汽车企业“跨界”生产口罩的操作,也让人看到,车企除了承担本行业的责任外,还能“兼职”为社会提供更多重要的帮助。换言之,只要足够用心,大象亦可快速转身!



汽车、医药、纺织、零售企业跨界产口罩!“口罩荒”何时能解?

羊城晚报讯 记者莫潼榕报道:2月9日,上市公司中顺洁柔纸业股份有限公司发布公告称,公司全资子公司中顺洁柔(云浮)纸业有限公司(下称“云浮中顺”)基于落实当地政府要求,迅速应对疫情所需,解决口罩生产供应不足问题,拟开展生产、销售医用口罩业务。记者注意到,为了解决疫情发生以来“一罩难求”的问题,连日来,大批上市公司纷纷跨界转向防疫物资生产,如富士康新增从事医用口罩的生产业务、比亚迪援产口罩和消毒液、中石化宣布开始生产口罩等。

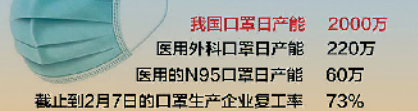
天眼查数据显示,以工商注册变更信息为准,自2020年1月1日至2月7日,全国超过3000家企业经营范围新增了“口罩、防护服、消毒液、测温仪、医疗器械”等业务,其中,经营范围新增医疗器械的企业多达3647家,几乎呈现行“跨界”、全体“医”的特点。

新增经营“医疗器械”企业广东最多

数据显示,自1月1日至2月7日,全国经营范围新增“医疗器械”的企业行业分布TOP5



2020年全国经营范围新增“医疗器械”的企业地域分布TOP5



根据天眼查数据,以工商注册变更信息为准,自2020年1月1日至2月7日,全国超过3000家企业经营范围新增了“口罩、防护服、消毒液、测温仪、医疗器械”等业务

日,全国经营范围新增“医疗器械”的企业多达3647家。数量最多的是广东企业,达到414家,紧随其后的是北京、山东、江苏、河南,数量分别是394家、336家、267家、187家。

这些企业中,包括了一批来自日用零售、汽车制造、医药生物、纺织服装等行业的上市公司。如刚刚宣布跨界生产口罩的中顺洁柔公告称,云浮中顺本次共采购了5条医用外科口罩生产线,生产产能约为35万片/日。投产后将,视需求继续增加生产线以扩大产能至200万片/日左右。

2月6日,富士康科技集团宣布,在龙华园区首次导入口罩生产线,并于5日实现试产。相关产能预计在2月底可达产200万只。同日,中国石化发布消息,中国石化易派客(中国石化旗下电子商务网站)正寻找口罩机。

在汽车行业中,上汽通用五菱、比亚迪、广汽集团也纷纷“跨界支援”口罩生产。上汽通用五菱联合口罩日生产量预计达到170万个以上。比亚迪所生产的口罩和消毒液预计在2月17日前后量产出货,口罩产能本月底可达500万只/天。

近期或有大量口罩上市

当前,疫情防控进入关键期,企业纷纷跨界加入防疫物资生产大军,有助于缓解物资短缺的问题。

大量企业跨界加入口罩生产大军,“口罩荒”何时能缓解?工信部数据显示,我国口罩的产能大约是每天2000万只。据国家发改委监测,截至2月7日,全国口罩生产企业按产能计算的复工率已达73%。

实际上,口罩生产速度很快,但生产流程并不短,中国口罩生产仅需0.5秒/只,一个解析消毒的标准流程,就需7天到半个月。中国医药集团董事长刘敬桢近日表示,大年初一加班生产的那批口罩,可能在2月8日刚上市,如此来看,近期将会有大量口罩上市。

当前日供应可快速升至多少?据华创证券研报分析,考虑到7-14天解析消毒的流程,暂不考虑新建生产线产能。在存量产能24小时工作、增加进口等举措的推动下,乐观估计每天可提升至供应1亿只口罩。随着新生产线的投产,口罩产能2月底可能每天供应量接近2亿只。

工银瑞信启动消费行业基金 发行公司信心跟投1000万

突如其来的疫情,使得原本应该旺季的消费行业陷入淡季,消费板块受到阶段性冲击。业内普遍预期,中国消费行业长期向好发展趋势不会改变。部分基金公司也在积极布局“黄金坑”投资良机,如工银瑞信趋势推出消费主题基金新品——工银瑞信消费行业股票基金,该基金于2月10日正式发行,由公司消费投资团队的两位绩优实力老将林梦、张玮共同担纲管理。值得一提的是,除工银瑞信基金将以自有资金跟投1000万元外,公司高管、拟任基金经理也将积极认购,与投资者共成长。

作为A股中的长跑赛道,消费已经成为拉动中国国民经济增长的第一大马车,与国外成熟市场相比,发展潜力巨大,长期投资价值被普遍认可。在疫情冲击下,消费板块受到需求延迟释放和消费场景减少等年内一次性影响,股价可能出现阶段性超跌,并有望迎来业绩成长和估值修复的“戴维斯双击”。在此背景下,新基金或面临建仓的“黄金坑”,由绩优基金经理担纲的工银消费行业股票基金值得关注。

疫情发生后,消费领域中的细分行业受到了不同程度的冲击。对此,工银消费行业股票拟任基金经理林梦、张玮表示,疫情虽然造成短期困难,但加速了行业出清,优质企业更加脱颖而出。作为一只纯粹的消费主题基金,工银消费行业股票基金将发挥投资研究优势精选个股,把握超跌机会逢低建仓。基金将通过精选处于景气周期、具备核心竞争力和持续增长潜力的股票,紧密消费领域核心资产,以期获得业绩成长带来的长期回报。

中邮科技创新基金将跑步入场

春节后首个交易日避险情绪集中释放,市场砸出了“黄金坑”。机构普遍认为,调整只是短期现象,不会改变A股中长期向好的大趋势。近日中邮基金表示,公司旗下新产品中邮科技创新混合型证券投资基金已经获批,即将跑步入场,该基金将由

中欧时代先锋恢复大额申购

A股市场连日来稳步反弹,不少绩优基金恢复大额申购,引导投资者在市场低位时进行布局。中欧基金2月5日发布公告,旗下中欧时代先锋股票基金自2月5日起调整A类份额大额申购、转换转入及定期定额投资限额。

展望后市,基金经理周应波建议投资者们不必恐慌

明星基金经理周应波女士执掌。国晓雯目前管理的国晓雯基金等多只产品,均在她的任职期内取得了优异的业绩表现。Wind数据显示,截至2月7日,中邮新思路最近一年、两年和三年的收益率分别达到86.88%、98.47%和98.85%。

股市下调或带来投资机会

受疫情影响,各大股指弱势调整。新华基金认为,市场较大幅度的下跌已将大部分利空释放,即将进入个股分化阶段。整体看,把握景气向上的“核心资产”,寻找有良好的盈利能力、现金流和护城河的公司,将带来建仓或调结构的投资机会。

国投瑞银港股价值发现即将发行

去年12月以来,港股市场出现一波“跨年行情”。不过,受疫情影响,港股市场的“跨年行情”在春节后开市之初亦受到影响。日前许多券商发布研究报告认为,疫情对市场的影响是暂时性的事件性冲击,港股中长期的投资价值依然突出。据了解,国投瑞银基金新年首只新产品——国投瑞银港股价值发现将于近期发行,该基金主要聚焦港股市场,并由瑞银资管(香港)担任基金经理投资顾问,看好港股投资机会的投资者可重点关注。