

## 重磅！乐视网股票终止上市

羊城晚报讯 记者莫谨榕报道：5月14日下午，深交所正式发布公告乐视网股票终止上市。深交所表示，乐视网因2018年度经审计的归属于上市公司股东

的期末净资产为负值，公司股票自2019年5月13日起暂停上市。深交所公告显示，2020年4月27日，乐视网披露的《2019年年度报告》显示，公司2019年度经审计的归属于上市公司股东的净利润（以下简称“净利润”）、扣除非经常性损益后的净利润、期末净资产均为负值，且财务会计报告被大华会计师事务所（特殊普通合伙）出具了保留意见的审计报告，触及了有关规定的股票终止上市情形。

自深交所作出乐视网股票终止上市的决定后十五个交易日届满的次一交易日（即2020年6月5日）起，乐视网股票交易将进入退市整理期。若乐视网提出复核申请，且深交所上市复核委员会作出维持终止上市决定，自深交所上市复核委员会作出维持终止

上市决定后的次一交易日起，乐视网股票交易进入退市整理期。退市整理期届满的次一交易日，深交所将对乐视网股票予以摘牌。

今年4月26日，乐视网发布2019年年度报告显示，去年公司实现营业收入4.86亿元，较上年同比减少68.83%，净利润为-112.79亿元，亏损幅度比上年扩大175.39%，归属于上市公司股东扣非净利润为亏损23.05亿元。2019年度归属于上市公司股东的净资产约为-143.29亿元。目前公司面临的风险主要是因公司违规担保导致的巨额亏损风险、大股东及其关联方应收款项回收风险和持续经营性亏损风险。

5月12日，乐视网举行2019年度业绩网上说明会，乐视网董事武宝雨曾表示，如果公司退市，在三板市场依然会持续经营，同时继续向相关责任人进行追偿，保护公司股东的利益。

同日，深交所也作出了关于金亚科技股份有限公司股票终止上市的决定。

## “慢病互助计划”推出 这3亿人也可以“相互宝”了

羊城晚报讯 记者沈钊报道：5月13日，全球最大的互助社区相互宝发布了独立的“慢病互助计划”，全国3亿慢性病人群也可获得保障了。三高、心血管病、肾炎等八大类慢性病人群可以在这个新计划中进行互助，获得防癌保障。根据年龄，39周岁以下用户的保障额度为30万，40-59周岁用户为10万。

羊城晚报记者了解到，这是相互宝继大病互助计划、老年防癌计划之后，推出的第三个独立的互助计划。这三个互助计划之间独立运行、独立分摊，互不影响。蚂蚁集团副总裁、支付宝保险事业群总裁尹铭表示，分人群将是互助行业的趋势，接下来相互宝会陆续推出新的互助计划，让更多此前因为各种原因无法获得充分保障的人群，能够互帮互助抱团取暖。

慢性病泛指需要长期治疗、很难彻底根治的疾病。高血压、糖尿病、肾炎、冠心病等都属于最常见

的慢性病。公开数据显示，中国慢病人群规模超3亿，但市面上针对慢病人群的保障产品却很少，绝大多数的健康保障类产品都将慢性病人群“拒之门外”。

相互宝因此上线了独立的“慢病互助计划”。蚂蚁集团资深总监、相互宝事业部总经理邵晓东介绍说，慢病互助计划继续沿用“一人生病，大家出钱”的互助模式，专门面向三高、心血管病、部分肝炎、肾炎等8大类慢性病人群开放。

和相互宝一样，“慢病互助计划”也会对所有案件进行公示，每月的7日、21日是公示日，14日、28日是扣款日。

相互宝“慢病互助计划”的产品负责人梁越平分析，受等待期和大数法则的影响，“慢病互助计划”和相互宝一样，也会经历一个分摊金由低到高、最终稳定的“爬坡”过程。“我们预测，慢病互助计划每年的分摊金预计不会超过188元。”



图/视觉中国

羊城晚报记者 莫谨榕

曾经宣称“不上市”的农夫山泉要上市了。日前，农夫山泉向港交所递交了招股申请书，拟赴港上市并募资70.9亿元人民币。招股申请显示，2017年以来，农夫山泉保持了较高的业绩增长，去年公司收益为240.21亿元，净利润率更高达20.6%，不仅远高于同期中国软饮料行业及全球软饮料行业的平均水平，更超过近半数的A股上市白酒企业。卖水生意竟比卖酒还赚钱，农夫山泉有怎样的生意经？

## 农夫山泉申请赴港上市

# 比卖酒还赚钱的卖水 有啥生意经？

A

### 上市申请前火速大额分红引争议

2017年6月，农夫山泉创始人钟睺眔曾公开表示，“资本市场讲究需求与被需求，但农夫山泉现在没需求，因此不需要上市。”仅仅在三年之后，农夫山泉就递交了招股申请书，不禁让市场有些意外。

招股申请书显示，农夫山泉此次募资规模预计为10亿美元（约人民币70.9亿元）。同时，农夫山泉还披露了发展战略：持续进行品牌建设；稳步提升分销广度和单店销售额；进一步扩大产能；加大对基础能力建设的投入；探索海外市场机会。这些未来的发展战略或许成为农夫山泉申请上市的主要动力。

农夫山泉缺钱吗？从过去几年的业绩上看，其保持了较高的业绩增长。2017年-2019年，收益分别是174.91亿元、204.75亿元及240.21亿元。2018年和2019年，农夫山泉的收益较上年分别增长17.1%及17.3%。这一增速远高于同期中国软饮料行业5.0%及6.6%的增速以及全球软饮

料行业2.7%及3.4%的增速。

不过，这些大额利润很快被农夫山泉“挥霍一空”。招股申请书显示，2019年农夫山泉提取了资金以向本公司股东支付人民币95.98亿元的股息。而2017年和2018年，农夫山泉也派息3.67亿元，加上2019年IPO申请前突击大额派息，三年分红金额高达103.32亿元，几乎将三年内的净利润分配完了，这也难怪有市场人士质疑农夫山泉上市的意图，甚至质疑大股东借着上市“圈钱”。

在农夫山泉近三年的派息中，上市公司实控人兼董事长钟睺眔无疑是最大赢家。招股申请书显示，钟睺眔持有农夫山泉全部股本中约87.4472%的权益，这也意味着，钟睺眔将获得接近九成的利润分红，获得派息超过90亿元。在《2020福布斯全球亿万富豪榜中国子榜》上，钟睺眔以20亿美元（约人民币141.78亿元）财富排在中国富豪第212位。

B

### 瓶装水是一门好生意

招股申请书还表示，农夫山泉是中国软饮料行业盈利能力最强的企业之一。2017年-2019年，其净利润率分别是19.4%、17.6%及20.6%。这一盈利水平远高于同期中国软饮料行业6.9%、7.1%及9.6%的平均盈利水平以及全球软饮料行业3.9%、7.6%及8.5%的平均盈利水平。

远高于同行的利润率让农夫山泉更像是瓶装水行业的贵州茅台，而2019年超过两成的净利润率，足以让多家白酒上市公司羡慕不已。据同花顺iFind数据库统计显示，A股18家白酒上市公司中，2019年就有包括老白干酒、金徽酒、山西汾酒、酒鬼酒、舍得酒业等8家公司销售净利润率低于农夫山泉。其中，以

牛栏山二锅头为主业的顺鑫农业净利润率仅为5.49%，农夫山泉是牛栏山二锅头净利润率的3.75倍。

瓶装水是典型的“小商品、大市场”，看似价格低廉，其实拥有广阔的市场空间。中国是全球最大的软饮料市场之一，根据弗若斯特沙利文报告，按零售额计算，2019年中国软饮料市场规模为9914亿元人民币，从2014年至2019年复合年增长率为5.9%。其中，包装饮用水行业的市场规模最大，达到2017亿元，占总体规模的20.34%。瓶装水有刚性需求，市场增长空间大，生意模式简单，原材料和生产工艺简单，但盈利能力却可媲美调味品行业龙头企业。简而言之，瓶装水行业是一门好生意。

C

### 好生意背后壁垒并不低

然而，这样一门好生意却不是谁都能分一杯羹。事实上，中国瓶装水行业集中度较高，基本处于两超多强的局面。按2019年零售额计算，行业前五名参与者合共占56.2%的市场份额。其中，排名第一的农夫山泉领先优势较为明显，其2019年零售额领先排名第二的华润怡宝达1.5倍多。

如果深入研究瓶装水行业，就会发现简单的卖水生意背后有着不少门道。首先，瓶装水行业壁垒并不低。根据弗若斯特沙利文报告，包装饮用水行业可以分为四个子类别，分别是天然水、天然矿泉水、饮用纯净水和其他饮用水，而农夫山泉主打的

就是天然水和天然矿泉水。

饮用纯净水对水源没有限制，是瓶装水中市场规模最大的门类，但随着中国消费者对健康生活的追求日益增加，天然水和天然矿泉水近年来增长迅猛，2014-2019年复合增长率分别高达24.8%和18.4%。

天然水和天然矿泉水对于水源地有要求，这也意味着，作为稀缺资源的天然水源地将成为企业护城河和行业强壁垒。从1999年开始，农夫山泉就一直致力于优质水源的开发和勘探，目前已经拥有了约10处遍布全国的优质水源，也成为其稳坐行业头把交椅的基础。

D

### “有点甜”的品牌营销有成效

“农夫山泉有点甜”“我们不生产水，我们只是大自然的搬运工”“什么样的水源，孕育什么样的生命”……作为普通消费者，我们或多或少在不同场合听到过农夫山泉的广告语。2000年，农夫山泉全面放弃纯净水产品线，转型生产天然水，如果说迎合了消费升级和健康观念提升的趋势是其选对了赛道，那成功的品牌营销策略则让其迅速成长为行业巨头。

由于生产工艺简单，瓶装水产品之间差异并不大，打造有特色的品牌获得大众认可至关重要。从2000年起，农夫山泉就主打“天然、健康”的品牌概念，并通过一系列的营销让消费者对其优质水源概念产生信任感。我国瓶装水主力产品的纯净水、天然水价格一般在2元/瓶左右，而农夫山泉的终端零售价为2.5元/瓶，但由于其较高的品牌定位，还是快速抢占不少市场份额。

在消费升级趋势的带动下，近年来高端天然矿

泉水消费发展迅猛，法国依云品牌、巴黎水(Perrier)、我国品牌西藏5100都乘着这波东风快速“走红”。中产阶级快速崛起后，对定价较高的高端饮用水需求迅猛增加，农夫山泉也推出玻璃瓶高端水等产品进军高端市场，还通过明星代言、综艺节目植入、体育营销、合作推广等多种方式保持口碑和品牌。

作为快消产品，农夫山泉除了擅长品牌经营，广泛的销售渠道也是其核心竞争力之一。来自国盛证券的研报分析认为，瓶装水的销售渠道广泛，包含便利店、商超KA、生鲜店及自动贩卖机等，覆盖度广且深度下沉的渠道网络构成壁垒。截至2019年，农夫山泉有4280家经销商，覆盖全国237万个以上的终端零售网点，且其中约187万个位于三线及三线以下城市，并且在全国近300个城市投放了近6万台自动贩卖机。还积极布局新零售，不断触达和接近消费者，这些举措都提高了其竞争力。

## 银华同力精选 5月28日起发行

近期，全球主要股票市场企稳反弹，二季度以来上证指数震荡上行，处于估值低位的A股长期布局价值进一步凸显。由七届金牛奖得主银华基金打造的银华同力精选混合型基金将于5月28日起正式发行。该基金拟由实力干将刘辉掌舵，在其长期投资的理念下，从产业基本面出发，捕捉产业和公司变化所导致的内在价值提高，力求实现基金稳定增值。

银华同力精选专注于权益资产的投资机会，采用“自上而下”选择细分行业及“自下而上”的策略精选公司，重点关注农业、科技以及医药三大产业链内具有持续竞争力的优势企业。

对于中国市场，刘辉认为，此次A股震荡可能只是大的运行周期中一次中型震荡。震荡过程将逐渐凝聚共识推动资本市场发展、推动直接融资和产业升级，A股在震荡余波后仍旧回归市场中枢抬升的大趋势中。而当发达经济体陆续进入零利率时代以后，中国资产的吸引力会继续上升。

在预判A股中型震荡、长期向上趋势后，如何抓住后市产业发展的内生动力和方向，就成为投资布局的前提。按照刘辉的投资理念，农业、5G投资与应用、半导体等科技板块以及医药、新能源等，都属于景气度向上，未来投资机遇明显的领域。

银华基金雄厚的综合投资管理能力也将成为银华同力的强有力后盾。成立19年以来，银华基金七次荣膺“金牛基金管理公司”，累计获得各类机构颁发的240多项奖项。2019年银华基金权益团队绝对收益达57.01%，在大中型基金公司中排名第一；近三年和近五年绝对收益行业排名同样在前十。（杨广）

## 景顺长城权益投资长跑实力突出

海通证券近日发布最新一期《三年、五年、十年综合系列基金评级》报告，截至2020年4月30日，最近三年、最近五年、最近十年三阶段星级评价中，景顺长城基金股票投资能力均获得最高五星评级，凸显了其中长期权益投资实力。

经过多年对投资能力的打造，景顺长城在股票投资领域已经形成了核心竞争力，而景顺长城近年来也在持续建设综合投资能力，拥有固定收益、量化、指数、国际投资、资产配置/养老等业务，致力于成为股票投资领先的多资产管理专家。（杨广）

## 万家民瑞祥和正在发行中

宽松货币政策为债市带来利好影响，公募行业掀起债券型基金发行热潮。据悉，万家民瑞祥和6个月持有期债券型基金顺势发行中，值得投资者重点关注。

据了解，新产品万家民瑞祥和将采用双基金经理管理模式，拟任基金经理尹诚庸现任万

家基金固定收益部总监助理，拥有8年证券从业经验，擅长信用债精选策略。另一位基金经理周潜玮擅长利率债价差投资策略，将长期趋势与短期波动相结合，在紧跟大趋势的同时，力争获取超额收益。（杨广）

## 中欧基金王健：实现价值和成长性的平衡

一季度以来，上证综指在3000点下反复徘徊，有望延续震荡走势。中欧基金投资研究部成长组投资总监、中欧嘉和三年持有期混合基金拟任基金经理王健认为，A股一季度大概率已经见底，预测二、三季度会缓慢回升。在投资策略上，王健表示，将坚持

以估值买成长，实现价值和成长性的平衡。作为拥有16年从业经验的投研老将，王健曾二度捧杯“金牛奖”。她专注于低估值成长策略，擅长成长、兼顾价值，所管产品业绩优秀，为持有人带来持续稳健的投资回报。（杨广）

银税合作，引领新时代办税潮流

## 银税互联自助办税功能上线了

不排队、不填表，一台工行智能柜员机，几分钟就把税务工作给处理了，还一并处理了银行业务，太方便了！

身份认证 申报纳税 办税 证明办理 社保费业务 涉税查询

纳税服务热线:12366

- 国家税务局广州市税务局与工行广州分行开展“银税互联”自助办税暨工行驿站合作共建，搭建网点银税互联自助办税平台，实现自助智能办税
- 开展服务资源合作共建，提供公益的税务普及和咨询服务
- 为纳税人提供高效率、有温度的税务及金融服务



精彩金融生活尽掌握 更多精彩内容请关注“工行广州”