

财经辣评

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

工信部出规定治理骚扰电话 破解核心问题是关键

工信部近日就《通信短信息和语音呼叫服务管理规定(征求意见稿)》公开征求意见。征求意见稿提出,任何组织或个人未经用户同意或者请求,不得向其发送商业性短信息或拨打商业性电话。用户未明确同意的,视为拒绝。用户同意后又明确表示拒绝接收的,应当停止。

众所周知,电话号码既是个通道,也是个屏障。其背后的私人信息空间是应该得到法律法规保护的,不能因为谁掌握了私人号码,就能借这个通道,穿越用户屏障,把骚扰信息夹带进私人空间中。

尽管经过了近20年的努力,但是至今骚扰短信和电话依然没有退出市场。不但如此,在难以获得用户微信账户的情况下,借助大数据技术的日益精准和数据库的地下买卖,把信息和呼叫与个人需求匹配甚至成为了可能。骚扰市场因此从未断绝。类似于只要买过一次保险,你的身份信息就被这个行业掌握“共享”,并成为日后年复一年骚扰的源头。

面对这种暴露于一个甚至多个行业面前的信息赤裸,作为受害者的普通公民是很难抵御的。因为整体而言,核心问题不在于如何拦截,而在于事先保护。

登记信息的时候,往往需要提供实名且全量相信这个服务提供方。如果提供方是官方或半官方机构,又或者通过严苛条件限制你只能使用真实信息,只能通过验证确认手机号码,那么就等于把信息使用权完全上交了。上交之后,是有限利用,还是广泛共享甚至违规使用,就不得而知了。如此一来,“监管靠自律,泄露无从知”,日后即使被骚扰,也未必知道是哪个环节放了水。

从工信部来看,希望通过杜绝骚扰短信来保护用户利益,可前提的前提恰恰是个人信息已经不再是隐私,这一点却不是工信部的单方面职能所能。如果从技术上、法规上对“群发+商业性”进行遏制,那么首先应该

有高度智慧的分辨手段。比如同一条短信息里,上半截是属于管理提醒类的,下半截随手推个套餐和APP也是轻而易举的事情。而我们的生活中,恰恰有很大比例的骚扰短信,就是来自于这种看似公共提醒实质商业的做法。这让用户如何去事先统一拒绝?

要遏制骚扰电话和短信,首先就要遏制来自运营商本身的商业冲动。因为恰恰是他们掌握了最全面的动辄亿计的用户信息,包括身份、地址、定位、消费水平等内容。由运营商本身发短信,又能假业务管理之名,这才是最让用户防不胜防。运营商来的电话能不接吗?一次不接,难道次次都不接?且运营商再被投诉,他们的运营号码都不会被标注“骚扰电话”。

这种利用市场垄断地位实施的骚扰行为,恰恰也是不公平竞争的体现。因为运营商再限制,也只能限制别人的发送行为,而很难全方位限制自己。对于需要花费成本才能发送商业信息,甚至随时会被封住发送口的企业来说,可谓既眼红又无奈。

这次管理规定也提出:采取便捷有效的方式登记用户关于商业性电话的接收意愿,并依据用户意愿提供防骚扰服务。但这其实也表明,所谓商业和非商业,二者之间的界限其实是很模糊的,没有非黑即白那么简单。比如书展活动、博物馆活动、义诊活动、招生咨询是不是商业?如果由企业发出是商业,那么内容由政府机构发出是否就能避免嫌疑?这一次发送接受了,下一次是不是就会源源而来不受限制?

我们每个人都泡在商业社会里,没有人能敢说自己完全不需要商业信息。规定重心在于构筑拦截网与自主选择的功能,实际上,根本之道还是在于构筑对公民信息严格保护这个核心问题上。对广大公共机构和官方机构而言,在掌握信息和利用信息之间,是不是有严格的监督机制和防火墙,是不是说一套做一套,这才是考验信息保护能否起效的关键所在。



图/视觉中国

新闻纵深

顺丰也加入 快递公司价格战愈演愈烈

羊城晚报讯 记者林曦、实习生李悦报道:2020上半年,为了抢占市场份额,各大快递公司均调整了单票快递价格,也就是说打价格战,以求市场增量,就连行业龙头顺丰也加入战局。

上半年,顺丰经济件(电商件)业务收入同比增长76.12%。这是顺丰下调单票业务价格,以价换量的结果。虽然业务量有上涨,但利润率下降了。上半年,顺丰的净利润增长由去年同期的40.35%下降至21.35%。据7月顺丰的数据显示,其单票业务收入17.87元,同比下降20.96%。

物流行业专家杨达卿分析称,开拓电商对顺丰具有重要的战略意义:“当前电商快递已经成为业务主流渠道,失去这个主渠道的占有率会影响未来的布局发展。而要打开电商件,顺丰需要在价格策略上以退为进,以价换量。”

报告期内,韵达实现归属于上市公司股东的净利润6.81亿元,同比下降47.47%,其中实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润5.59亿元,同比下降52.87%。有分析称,这就是韵达降价抢量导致业绩下滑的结果。数据显示,上半年韵达的快递产品单票利润仅为

0.18元。

报告期内,韵达的单票快递业务收入2.36元,同比下降0.94元/票。而这个数据还在下降。7月份的数据显示,韵达快递服务单票收入2.01元,同比下滑36.19%。同样下调价格的还有百世、圆通和申通。2020年上半年,百世单票均价同比下降20.7%;6月份,圆通快递产品单票收入2.16元,同比下滑28.28%。

申通第二季度单票收入1.29元,同比下降20.9%。申通快递在财报中表示,单票收入的下降主要由于市场竞争以及为缓解网络合作伙伴的竞争压力而加大补贴力度所致,而2020年获取市场份额将是公司战略重中之重。

快递物流行业权威机构罗戈网CEO郭红霞对羊城晚报记者表示,各家快递巨头的快递业务量从今年第二季度开始分别都有所增长,从目前公布的数据来看,7月顺丰快递业务量同比增长最多为72.36%。但是包括顺丰在内的快递公司单票收入依旧不断下滑,部分头部快递公司通过低价换取市场,可以预见的是,今年的快递市场价格战会继续打下去。目前,通过系快递单票收入均接近2元,剔除跨境业务收入后,部分单票收入接近1元。

六大快递公司晒半年成绩单:“中通+圆通+申通+百世+韵达”营收不及顺丰一家

有飞机的能“上天” 没飞机的利润大跌

羊城晚报记者 林曦 实习生 李悦

近日,六大快递公司(顺丰、中通、圆通、申通、韵达、百世)悉数交出2020年年中成绩单。羊城晚报记者统计各家财报发现,数据显示,2020年上半年六家快递巨头合计业务量约282.97亿件,营收约1334.89亿元。

按照国家邮政局发布的统计数据显示,今年上半年,邮政快递业逐渐摆脱疫情影响逆势上扬,主要经济指标超过去年同期水平。1月至6月,快递业务量完成338.8亿件,增长22.05%,超过2016年全年;快递业务收入完成3823.8亿元,增长12.57%。由此可以算出,六家快递巨头占据快递市场的业务量份额已达到83.5%,占据快递市场的业务收入份额达到35%。不过,在上半年的疫情期间,其中几家快递公司的业务也受到了很大的影响,各家之间的差距十分明显。

数据显示,顺丰2020年上半年实现营业收入711.29亿元,同比增长42.05%,仍占据行业龙头地位。上半年,其总营业收入高于12.6%的行业增长率,速运物流业务量36.55亿票,同比增长81.3%,遥遥领先于22.1%的行业增长率。归属上市公司股东净利润37.62亿元,同比增长21.35%;扣非后净利润达到34.45亿元,同比增长47.82%。财报发出后的第二天,股价一字涨停,顺丰市值冲击4000亿元。

上半年营收同样见涨的还有圆通和中通,圆通实现营业收入145.81亿

元,同比增长4.5%,实现归母净利润9.71亿元,同比增长12.55%;中通实现营业收入103.2亿元,同比增长3.2%。

而营收缩水的有申通、百世和韵达。申通上半年营业收入为92.58亿元,同比下滑6.21%。百世上半年营收为138.83亿元,同比下跌11.3%。虽然百世总营收见跌,但其国际业务收入为1.93亿元,同比增长近两倍。韵达方面,上半年营业收入为143.18亿元,同比下降7.95%。

羊城晚报记者发现,以营收计算,“中通+圆通+申通+百世+韵达”五家合计营收为623.6亿元,不及顺丰一家。

“中通+圆通+申通+百世+韵达”不及顺丰一家

货运需求上涨 快递巨头“上天能力”凸显重要性

值得注意的是,今年上半年,由于受到疫情影响,有些道路不通畅,客机出现大面积停摆导致传统的客机腹舱运输受阻,这个时候,就体现出了快递公司能“上天”的能力了,货机的运送需求逆势上涨。

此时,顺丰的飞机派上了大用场。顺丰全货机目前拥有59架自营飞机、14架外部包机。2020年上半年顺丰航班总数达到2.4万次,而2019年同期则为1.76万次;发货总量从2019年同期的25.5万吨快速增长至40.78万吨,几乎翻倍。此外,2020年6月,顺丰《无人机物流配送运行规范》标准项目及顺丰参

与的《快递无人机联合监管信息共享交换规范》项目被交通运输部纳入2020年交通运输标准化计划(第一批)。

另外,圆通快递由于深化国际与航空网络布局,极大提升了海外业务的收入。值得注意的是圆通在国际航线方面的布局。1-6月,圆通开通定期、不定期国内、国际航线近40条,实现外部销售收入近5亿元,运行效率和日利用率提升,对公司利润作出了突出贡献。此外,圆通控股子公司圆通速递国际也在营收方格做出了突出贡献,上半年实现主要业务收入220130万港元,归母净利润9546万港元,同比增长逾1700%。

策,加大了航海补贴力度等。

好消息是,2020上半年,各大快递公司业务量都有所增长。中通快递完成了业务量69.7亿件,同比增长22.9%。圆通业务完成量49.36亿件,同比增长29.79%;韵达快递业务量56.29亿件,同比增长29.88%,均高于行业平均水平22.08%。申通快递完成业务量约35.17亿件,同比增长16.48%。

另外,圆通快递由于深化国际与航空网络布局,极大提升了海外业务的收入。值得注意的是圆通在国际航线方面的布局。1-6月,圆通开通定期、不定期国内、国际航线近40条,实现外部销售收入近5亿元,运行效率和日利用率提升,对公司利润作出了突出贡献。此外,圆通控股子公司圆通速递国际也在营收方格做出了突出贡献,上半年实现主要业务收入220130万港元,归母净利润9546万港元,同比增长逾1700%。

缺少空中运力 申通净利降九成

缺少空中运力的快递公司在上半年受到的影响不小。比如,申通成绩单堪忧,半年报显示,归属于上市公司股东净利润7067.78万元,同比下滑91.51%。申通快递表示,快递服务毛利率比上年同期下降的原因是公司为维持网络稳定,提升市场份额,加大了市场政策扶持力度;同时,受疫情影响,为最大化争取市场业务,公司推行航海政

策,加大了航海补贴力度等。

好消息是,2020上半年,各大快递公司业务量都有所增长。中通快递完成了业务量69.7亿件,同比增长22.9%。圆通业务完成量49.36亿件,同比增长29.79%;韵达快递业务量56.29亿件,同比增长29.88%,均高于行业平均水平22.08%。申通快递完成业务量约35.17亿件,同比增长16.48%。

股价冲上1800元,茅台还会继续涨吗?

羊城晚报记者 程行欢

股王价格又涨。在8月31日盘中突破1800元重要关口之后,9月1日,贵州茅台收盘站稳1800元之上,当日最高点冲上1802元,最终以1801.98元收盘,微涨0.87%,总市值为2.26万亿元。

作为大消费板块,食品饮料今年走势凶猛,年初至今累计涨幅已达62%,白酒板块更是让大小股东笑开了花。从业绩上来看,行业龙头茅台与五粮液也不负众望,在疫情影响下,即便失去了年初春节销售旺季的业绩支撑,上半年的营收和利润都获得了双位数增长,不能不说是一个奇迹。

强者越强的马太效应在白酒行业中也开始出现,强势品牌和头部企业的市场与利润开始出现了分化。根据申万宏源的最新研报,2020年白酒行业上半年实现营业收入1264.79亿元,同比增长1.27%,净利润480.46



图/视觉中国

茅台五粮液业绩亮丽

贵州茅台在7月29日就公布了中报,其营业收入456亿元,同比增长11.31%;归属于上市公司股东的净利润226亿元,同比增长13.29%。而五粮液的业绩也相当漂亮,上半年营收同比增长13.32%至307.68亿元,属上市公司股东的净利润同比增长16.28%至108.55亿元,扣非净利润同比增长15.63%至108.63亿元。

资本市场也对两大龙头的业绩给予肯定。数据显示,贵州茅台、五粮液仍是机构首选。今年二季度末,六大主力机构合计持有贵州茅台流通股市值866亿元,较一季度末增加了35%;合计持有五粮液流通股市值586亿元,较一季度末增加了72%。机构增持下,二季度以来,贵州茅台和五粮液均大幅上涨。

行业业绩现分化

亿元,同比增长7.88%。

分价位段看,高端酒实现营业收入823.55亿元,同比增长10.32%,净利润366.77亿元,同比增长14.49%;次高端白酒实现营业收入257.93亿元,同比下降11.28%,净利润84.77

元,同比下降0.75%;中端酒实现营业收入114.55亿元,同比下降18.2%,净利润22.28亿元,同比下降28.56%;大众酒实现营业收入68.76亿元,同比下降4.03%,净利润6.64亿元,同比下降21.11%。

六家白酒企业市值破千亿

据记者统计,截至目前,白酒行业上市公司中,市值破千亿的企业共有六家,分别是茅台(2.26万亿元)、五粮液(9169亿元)、洋河股份(2103亿元)、泸州老窖(2164亿元)、山西汾酒(1699亿元)、古井贡酒(1256亿元)。市值最低的则为ST皇台,仅为13亿元。今年以来,股价涨幅最高的白酒

企业为酒鬼酒和山西汾酒,股价分别达到160%和121%。

除了业绩出现分化,和以往机构统一看好的调子不同,也有机构对茅台的高估值发出了不同声音。在茅台半年报出炉后,中金公司将公司目标价提升至24.6%,至2109元人民币,各家券商也纷纷上调茅台

上投摩根慧见两年持有期混合基金 9月3日起正式发行

今年以来,结构性行情给投资带来不小的难度。然而,公募基金凭借丰富而专业的经验,为投资者赚取了出色的回报。在此背景之下,诞生了一批业绩优异的基金经理,而上投摩根李德辉就是其中的代表。据悉,被誉为“成长中的稳健派”的李德辉又一力作——上投摩根慧见两年持有期混合型基金,将于9月3日起正式发行,投资者可通过建设银行、中国银行、兴业银行、浦发银行等代销渠道、上投摩根直销中心及官方网站进行认购。(杨广)

景顺长城杨锐文:在产业趋势中寻找科技股投资机会

受外围因素影响,8月以来科技股出现回调。针对调整,景顺长城股票投资副总监杨锐文表示,科技股引领未来的趋势未变,对于科技股的投资,要结合产业趋势去寻找投资机会。

对于科技股的未来,杨锐文表示仍然长期看好,而即将发行的景顺长城电子产业基金,正是致力为投资者打造的科技领域的工具产品。该基金通过自下而上的专业化研究分析,精选电子信息产业中的优质企业,分享中国电子信息产业的科技创新的成长红利。(杨广)

大额消费神器

工银e分期

ICBC 中国工商银行

UnionPay 银联

e分期是工商银行推出的特色分期付款业务,工行信用卡客户均可申办。信用卡额度转入专用借记卡即可消费使用,分期还款缓解资金压力,满足您**购车、家装、婚庆、教育、旅行**等大额消费需求。

产品特点

- 高效便捷办理** 手续简单,在工行营业网点快速办理
- 资金秒级到账** 资金最快实时到账,即时刷卡消费
- 费率优长期限长** 限时月手续费率低至0.233%,最长期限5年
- 满足大额消费** 购车、家装、教育等大额消费更无忧

申请方式

- 到店办理:** 持本人身份证和工行信用卡前往工行营业网点申请办理。无信用卡客户成功申办信用卡后即可办理e分期。
- 自助办理:** 已持有柜面注册手机银行的工银贷记信用卡及e分期专用借记卡的客户,可通过“工银e生活”APP或“中国工商银行”APP,轻松享受e分期秒级办理。

*温馨提示:本宣传资料如有调整,请以实际办理时的规定为准。
中国工商银行广州分行保留对本宣传资料的最终解释权 and 修改权。

ICBC 中国工商银行 广州分行 广告