长城宽带卖价仅100万元遭质疑

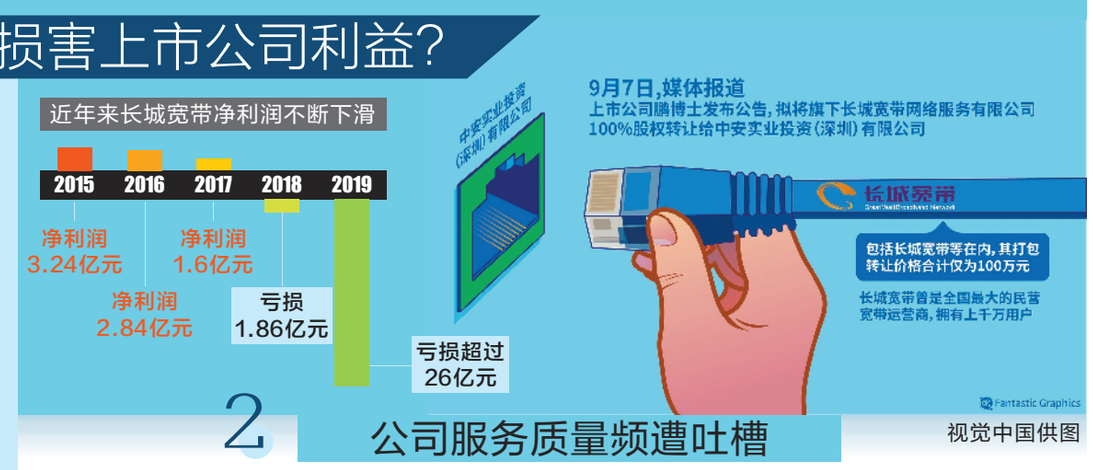
上交所下发问询函：作价是否损害上市公司利益？

羊城晚报记者 林曦 实习生 何青欣

你还记得长城宽带吗？你还在用长城宽带吗？曾经是最大的民营宽带运营商，如今100万元就要卖掉了。

近日，上市公司鹏博士（600804）公布了《关于子公司股权转让的公告》，称公司拟转让全资子公司长城宽带网络服务有限公司、河南省聚信网络信息服务有限公司、沈阳鹏博士网络服务有限公司、浙江鹏博士网络服务有限公司的100%股权，转让价格合计100万元。

羊城晚报记者查询资料了解到，2012年12月，鹏博士与中信网络有限公司就长城宽带50%股权转让事宜签订了《产权交易合同》，产权转让价款7.12亿元，按照该支付价格，长城宽带彼时估值14.24亿元，如今100万元低价转让不禁令人唏嘘。



视觉中国供图

1 长城宽带近年亏损严重

出售4家公司只要100万元？该公告一出即引发关注，上交所也迅速下发问询函，要求鹏博士补充说明标的资产近年来主要经营及财务状况以及亏损原因；标的资产的作价依据，论证仅参考净资产账面值进行定价的充分性、合理性和公允性，是否损害上市公司利益等。

对于此次出售子公司的原因，鹏博士在公告中解释为，近年来，随着互联网接入市场的竞争逐年加剧，行业ARPU值（每用户平均收入）持续下滑。面对不断加剧的市场竞争，家庭宽带业务中可获取的利润空间逐渐缩小，本次交易将有效降低亏损业务对公司业绩和长期发展的影响，有利于优化公司资源配置。

公开数据显示，长城宽带曾是全国最大的民营宽带运营商，拥有上千万用户。不过，近年来长城宽带净利润不断下滑：2015年净利润为3.24亿元；2016年净利润为2.84亿元，同比下滑12.31%；2017年净利润为1.6亿元，同比下滑43.43%；2018年，长城宽带净亏损达1.86亿元，到了2019年亏损更是超过了26亿元。

从2015年起，政策层面不断强调提速降费，牌照的放开导致增值电信业企业迅速增加。随着三大运营商中国移动、中国电信、中国联通不断进行提速降价，光纤改造，以及推出各种宽带融合套餐，主打低价策略的长城宽带很快就失去了优势，走向了亏损。随后，长城宽带表示："不再投资新增城市，而是在已有212个覆盖城市的基础上服务好现有用户，同时承接运营商固网宽带的营销和装维服务。"并且，鹏博士与北京联通签署协议，将长城宽带客户规划给联通公司，但即便开展自救，还是难以挽回颓势。

天眼查资料显示，作为全国最大的民营宽带运营商，长城宽带曾有过高速发展的辉煌期。长城宽带注册资本9亿元，成立于2000年4月，主营业务为互联网接入业务。但是，截至今年6月30日，长城宽带资产总额39.6亿元，负债总额38.3亿元；今年上半年营收8亿元，亏损5715万元。

今年年中，长城宽带的母公司鹏博士公布了2019年年报，净利润巨亏57.51亿元。亏损的主要原因是大额资产减值，商誉减值19.99亿元，固定资产减值30.75亿元。

2 公司服务质量频遭吐槽

广州的鹿先生是长城宽带长达10年的老用户，他对羊城晚报记者表示，最近两三年的时间，长城宽带的网速很慢，经常打不开网页、看不了视频，甚至会遇到频繁断网的时候，而且客服电话非常难接入，接线员对业务很不熟悉，常常像自动答录机一样念念章程，却不解决问题。

其实，鹿先生遇到的问题也是广大长城宽带用户经常吐槽的"通病"。今年3月，"长城宽带出现断网引发了网友的吐槽"的事件还上了微博热搜。事件先是从东北三省的长城宽带断网开始发酵，很多网友在微博上表示："自家断网了，网课没法上，视频也看不了。"当时，鹏博士集团相关负责人表示，公司第一时间派出技术维修团队进行问题排查，发现分别是光缆被烧断和施工问题，而不久深圳、天津、青岛等多地网友也反映遭遇了同样的问题。

对于多地网友的声讨，鹏博士集团相关负责人称，主要是疫情期间受到线上娱乐、线上办公及线上教育的影响，宽带流量的需求短期激增，在使用高峰期会出现网速慢甚至断网问题。

进一步引起事件发酵的是，断网事件发生后，网友们致电长城宽带客服投诉，但"打不通""不接电话""无法接通"。不少网友对于长城宽带客服电话无法接通的情况感到不满。对此，长城宽带方面回复称，此前电话接通困难，不排除是问询电话集中，造成线路忙碌，无法及时接通。

反观三大运营商，它们的宽带用户增长量都表现不错。根据中国联通上半年财报，其宽带用户8588万，净增240万。同样根据上半年公布的中期业绩，中国电信宽带用户净增101万户。而作为后起之秀的中国移动上半年家庭宽带用户净增895万户，达到1.81亿户。

"三大运营商都在主打千兆光纤，智慧家庭，并推出5G加光纤家庭融合套餐，产品上价格上都具备优势。此外大量新建楼盘都配备了三大运营商的网络，这种情况下长城宽带的路子只能越走越窄。"第一手机界研究院院长孙燕彪表示。

3 易主之后原有主业不变

现在，长城宽带要被卖掉了。但是还有不少用户是长城宽带的用户，这些消费者会受到影响吗？

对于此次收购长城宽带，中安实业表示，此次收购长城宽带是中安布局的一部分，主要还是看好家庭端商业场景创新发展机会，借助长城宽带家庭端具备的平台+服务能力，超万人的营维队伍及丰富的运营经验等长城宽带自有优势，为加强中安自身相关业务推进所作出的必然选择。

据介绍，此次转让完成双方融合后，中安实业将充分利用长城宽带地推人员的组织优势，加快商业场景创新解决方案的落实实施，加速研－产－销进程，进而推进家庭端社区综合服务业务的发展。双方融合后，长城宽带团队不变、服务不变，未来也将在提高宽带服务质量的同时，打造社区综合服务营业厅，为用户提供"线上购买+线下体验"的完美服务，更好地服务用户。

此前，鹏博士董秘曾表示，近几年来，作为民营电信运营企业，长城宽带面临来自三大运营商的激烈竞争，营收呈下滑态势，传统带宽业务亟待转型。鹏博士方面表示，此次转让的目的是通过优化自身资源配置，推进公司战略转型，集中资源拓展盈利性较强的主营业务，提高公司核心竞争力。另一方面资产出售给有真正需要的受让方，通过资金、资源的嫁接，能让双方实现更好的发展。

智者股道 低位周期品种渐形成抵抗

近周大盘上行乏力而回落，大消费概念展开调整，市场缺乏主线带动。由于放宽涨跌幅限制，创业板近期不少低位低价品种较为活跃，但波动也大。

沪指本周一跌破今年7月27日3174点与8月27日3312点两低点连线（与30日均线交汇），使30日均线上方形成压力区。沪指本周三略跌破60日均线，如有效跌破，不排除逐步回补今年7月6日、7月3日的上涨缺口。

本栏之前分析，近一年市场呈60日自然周期转折波动现象，如沪指今年以来的1月6日、3月5日、5月8日、7月9日时段，均冲出高点而后展开调整。9月上旬，特别是9月7日（白露节气）前后处于这60日周期时窗。结果，大盘9月3日冲出高点，9月7日破位调整，近周再体现60日周期的时窗效应。

另外，今年7月中旬以来，沪指冲出三个高点，但成交量依次减弱，表明市场量价背离，上行突破动量不足。而本栏之前指出，大盘向上突破需要金融板块发力，而银行等金融股近期走势偏弱，未来市场回升仍有待成交量的放大。

据有关报道，今年上半年，银行业金融机构利润同比下降12%，这主要是银行为实体经济减负，以及加大拨备计提力度等因素导致的。

尽管经济下行压力加大，银行业盈利水平同比也下降，但银行股估值处历史低位，不少周期股股价跌回今年5月低位区形成抵抗，如近日钢铁股有所走稳。在扩内需政策作用下，市场需求继续恢复，周期股或逐渐迎来被市场低位关注的机会。

8月份中国制造业采购经理指数（PMI）比上月略降，但8月生产指数与新订单指数的差值收窄至1.5个百分点，为3月份以来的最小值，这表明需求继续恢复，供需循环逐步改善。

按本栏以前分析，5月和11月为今年周期转折段。事实上，大盘5月下旬形成转折启动点，促成6月、7月上涨，下一个转折点在11月，其为2005年11月启动低点以来的15年周期。

（黄智华）

建信基金权益投资部总经理陶灿：

以高股息策略把握长期投资价值

经过前期上涨后，近期A股振荡下行。但市场普遍认为，A股投资机遇可期可待。建信基金权益投资部执行总经理陶灿指出，投资者若看好长期行情，又担心A股波动较大，不妨关注投资确定性相对较高的高股息资产，把握A股优质资产的长期投资价值。

陶灿认为，在投资中股息的持续性比股息率高低更重要，是否具备分红回报能力是关键，其管理的建信高股息主题基金，便是根据以上的高股息策略进行主动选股。

（杨广）

国投瑞银基金经理王鹏：

精选优质白马股追求长期收益

2020年已经走过三分之二，结构性行情下，行业涨幅分化明显，也使得公募基金整体收益率出现分化，但抓住市场机遇的基金经理表现突出。银河证券数据显示，截至8月28日，由基金经理王鹏管理的国投瑞银新丝路今年来收益率为55.58%，取得了较为不错的成绩。

对于基金的运作，王鹏表示，基金业绩贡献来源主要是行业配置和个股选择，在投资中，偏向通过冷门股、优质白马股的投资来实现组合长期稳健收益。

（杨广）

"灵工"新时代来临：抖音带动就业机会达3617万个

互联网营销师、直播销售员等新职业大火

文 / 沈钊 受访者供图

今年3月18日，新小晴联合十三行的十几家商户在抖音做了一场联合直播。那天，他们通过抖音销售单品6000余件，单日销售额122万元，比日常5万-10万元的销售额还高出了10倍不止。

意外成为抖音"带货主播"的新小晴是抖音"灵工"的典型代表，借助抖音平台的力量，源头服装厂商直接触达了消费大众，也给那些因为疫情防控无法到异地上货的服装商店帮了大忙。

9月9日，中国人民大学国家发展与战略研究院发布的国内首份以短视频和直播平台为研究对象的就业报告《灵工时代：抖音平台促进就业研究报告》（以下简称《报告》）指出，抖音降低就业创业门槛，惠及广泛的个人创作者和中小企业，2019年8月至2020年8月，抖音带动就业机会3617万个，助推"灵工"时代的到来。

A 解锁就业新形态 抖音让疫情下就业不再难

受新冠肺炎疫情冲击，2020年中国就业压力巨大，无论是党中央提出的"六稳"还是"六保"，都将保障和稳定居民就业置于首位。而疫情冲击在使传统行业和就业受到了前所未有冲击的同时，也为新兴业态的发展带来了前所未有的机遇，抖音上的"灵工"也借此兴起。

不同于灵活就业或打零工，抖音平台所创造的各类就业带有强烈的灵活性和创造力，既不同于传统行业的工作机会，也同其他平台的就业岗位有明显差别，《报告》认为，其就业特色可以用"灵工"来概括，即具有灵活、灵气和灵捷的特征，更强调多元化和创造力，尤其是在就业难的疫情期间，抖音带动的直播带货等就业机会，使大量从业者获得收入。

数据显示，2019年8月至2020年8月，共有2097万人通过抖音平台从事创作、直播、电商等工作而直接获得收入，其中许多都是从事互联网营销师和直播销售员的新职业。

除了个体创作者，抖音还激发企业的创业活力。截至今年7月，超400万家企业在抖音开通企业号，其中20人以下的中小企业占比77%。他们通过抖音扩大宣传和销售渠道，更新业务模式、拓展业务形态，获得新的机会。

其中，围绕主播而形成的创业团队，衍生出运营管理、直播服务、视频服务、直播电商、辅助后勤等五大类20余种职业，包括策划、助播、场控、品控、客户服务等多种新兴就业形态。综合测算，抖音平台共计带动了3561万个直接就业机会。

此外，手机、相机、话筒、三脚架、打光机、直播间布景等直播设备的生产制造，间接带动了关联产业的就业。测算结果表明，抖音平台间接带动直播设备制造产业的相关就业达56万个。综上所述，将直接就业人数和间接就业人数相结合，抖音平台共计创造和带动的就业规模达3617万个。

《报告》指出，抖音平台、社交电商等新兴平台的崛起，为越来越多的人创业和就业提供了平台。此外，新生代员工成为社会主流与零工经济的崛起，使以短视频和直播为依托的新兴业态迅猛发展，并成为激发创业和吸纳就业的重要渠道。

中国人民大学国家发展与战略研究院研究员马亮认为，抖音拥有强大的就业吸纳和创业孵化能力，是推动大众创新、万众创业的重要载体，为缓解就业压力、扩大就业规模和丰富就业类型作出了重要贡献。

B 直播成2600多人希望 抖音"灵工"英雄不问出处

在就业难的新冠肺炎疫情期间，抖音平台提供的直播电商等就业机会，使大量从业者获得收入，并间接带动了上下游产业链的多种新型就业形态。新小晴和她所在的广州奈密儿服饰公司就是其中的典型代表。

奈密儿是一家服装行业中最源头的研发、设计公司，该公司员工有600多人，在番禺有3万多平方米的厂房，与其关联的十几家小型服装工厂也有2000多名工人。以往，他们的产品是通过批发市场销往全国各地的时尚服装店铺，销往韩国、越南等海外国家。但今年受到疫情影响，所有批发市场都不能开业了。

"一般我们春天的备货量非常大，如果不能开业，整个公司就会瘫痪，和我们公司关联的十几家小型服装工厂也可能倒闭，2600人都可能因此失业。"奈密儿公司老板龙哥说，"要活下去，就必须突破和努力。"

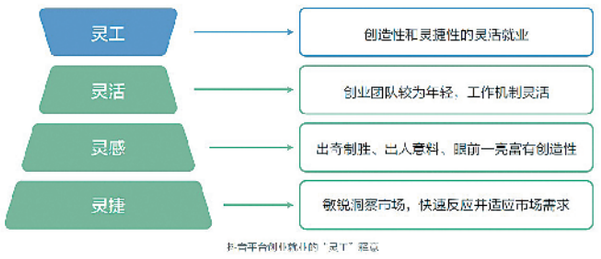
在这种情况下，新小晴开始尝试在抖音上进行直播。"想看看线上有没有希望，没想到第一场直播就火了"，新小晴还记得她第一次直播的情景，最开始，直播间里都没有人，过了一会儿来了一个人，然后就是200人、600人……那天，新小晴一共播了六个小时，第一场直播就卖出了不少货。

"现在周围很多商户都在学习直播，有的老板和老板娘亲自上阵播，有的店也开始装修展厅。今天有十六七家公司来我们公司学习。"据新小晴介绍，由于批发市场人流量大，网络信号也不太好，他们联合周边商铺一起搞了个"直播基地"，让主播们可以在其中直播。他们也开始孵化更多抖音主播，帮更多服装公司增加销售的渠道，也让性价比高的服装产品能卖给更多人。

在抖音上，如新小晴这样的"灵工"并不少见。"95后"应届生全职拍抖音，返乡创业青年带动家乡特产销售、宝妈分享育儿心得……如今，多样人群通过创作实现灵活就业，有更加自由可支配的时间和空间。他们用灵捷响应的能力，快速适应行业变化。同时，抖音账号往往以个体或小微企业的形式运营，就业人员很大程度上也在创业，有助于创业和企业家精神在普通人群中培养。

字节跳动副总裁张羽在报告发布会现场表示，在抖音上，英雄不问学历、年龄，更加看重能力和胜任力。这意味着抖音的就业性质是一种普惠性就业，是人人可参与的就业模式。每个人都可以拿起手机表达自我，在抖音上找到就业机会。

中国人民大学国家发展与战略研究院研究员马亮在发布会现场



抖音平台创造出的"灵工"特征

编者按

随着越来越多的用户习惯于通过短视频和直播来获取信息、娱乐和消费，抖音平台由此衍生的就业规模也将进一步扩大。今年7月，人社部联合市场监管总局、国家统计局向社会发布了第三批新职业，像新小晴一样依靠短视频、直播带货的创业者们有了"互联网营销师"的新称谓，也意味着这一职业得到正式认可。

可以预见的是，抖音"灵工"的模式会带来更大规模的就业机会，满足更多有梦想、有才干和有热情的创业者和就业者实现自己的职业理想和人生梦想。

未来，短视频和直播行业的就业专业化程度将进一步加速推进，分工进一步精细、团队合作更加受到重视，MCN、公会等中介机构将发挥更多的孵化、经营、包装和融资等中介服务，使越来越多依托专业团队的主播获得更大的发展，单打独斗的主播则会面临更大的竞争压力。

此外，抖音平台拉动的创业和就业将加速传统行业的数字化转型，并反过来带动抖音就业。当越来越多的人们习惯于自由职业或灵活就业时，在吸引和留住人才方面，传统就业模式将面临更大的挑战。这将加速这些企业的数字化转型，推动就业者掌握更大的就业自主性。