



年均增速7.7%！“十三五”期间央企资产总额近70万亿元

国资委：今年要推动央企净利润、利润总额增速高于国民经济增速

羊城晚报讯 记者陈泽云、实习生朱泽宇报道：2月23日，在国务院新闻办公室举行的新闻发布会上，国务院国有资产监督管理委员会主任郝鹏介绍，国资委今年提出了中央企业“两利四率目标”的经营目标，是要推动中央企业净利润、利润总额增速要高于国民经济的增速，营业收入率、研发投入强度、全员劳动生产率都要有明显提高，同时还要保持资产负债率的稳健可控。

研发投入强度升至2.55%

国有企业是国民经济压舱石。郝鹏介绍，“十三五”期间，中央企业资产总额连续突破50万亿元、60万亿元关口，去年年底是

69.1万亿元，接近70万亿元，年均增速达到了7.7%。在效益增量上，中央企业的利润总额、净利润年均增速分别达到了8.8%和9.3%。无论规模还是效益，都高于同期宏观经济的增速。

在量和质提升的同时，中央企业发挥作用的效果也更加凸显。其中，在科技创新领域，“十三五”期间，中央企业的研发投入强度从2015年的2.16%提升到去年的2.55%，累计投入的研发经费达到3.4万亿元，承担的一批国家重大科技专项都取得了具有世界领先水平的重大创新成果。

打造原创技术策源地

郝鹏指出，在“十四五”期

间，中央企业将进一步加大研发投入力度，加快攻克一批“卡脖子”的关键核心技术，发挥好中央企业的引领作用。央企要努力打造原创技术策源地，融入国家基础研究创新体系，主动承担重大项目，进一步加大原创技术的研发投入，在信息、生物、能源、材料等方面加快布局一批基础应用技术，在人工智能、空间技术、装备制造等方面加快突破一批前沿技术，在电力装备、通信设备、高铁核电、新能源等领域加快锻造一批长板技术，不断增强行业的共性技术供给。

据介绍，目前国资委正在制定中央企业加快打造原创技术策源地的指导意见，指导推动中央企业在我国科技自立自强中

更好地发挥战略作用。

加强债务风险防控

去年以来，地方国企接连出现债券违约，暴露出一些风险。对于这个问题，国资委秘书长彭华岗指出，虽然近期国企债券违约比例有所上升，但仍低于市场平均水平，违约风险总体可控。数据显示，去年年底中央企业的资产负债率降到64.5%，完成了目标任务。

“任何欺诈发行、虚假披露、恶意逃废债等违法违规行为都应该受到严厉打击，投资者合法权益必须得到保护。”彭华岗强调，政府要落实好监管责任，发债企业履行好主体责任，投资机构切

实提高风险资产的定价能力，才能够共同维护好金融生态和信用环境。

如何进一步指导国有企业加强债务风险的防控？彭华岗表示，接下来要点面结合，面上严控企业负债率，分行业确定负债率的警戒线、管控线，一企一策确定负债率的年度目标，保持整体债务水平的稳健可控。点上严管高风险企业，对于负债率过高、流动性紧张的企业纳入重点管控名单，实施特别监管；推动高负债企业回归正常负债水平。

据透露，对于地方国有企业，国资委将落实金融委会议的要求，会同人民银行、证监会共同建立国有企业债券风险预测预警工作机制。

第三家合资理财公司来了！

施罗德交银理财获批，交行和施罗德基金再度携手

据新华社电 2月22日，施罗德交银理财有限公司（以下简称“施罗德交银理财”）筹建获批。施罗德交银理财由施罗德投资管理有限公司（以下简称施罗德投资管理）和交银理财合资持股，其中施罗德投资管理持股51%，交银理财持股49%。

值得一提的是，这是第三家获批筹建的合资理财公司，也是自2005年施罗德投资集团和交行共同发起交银施罗德基金以来，两家集团在资管领域再度携手。

与合资理财公司角色定位及业务发展方向具有显著差异，包括股权结构及角色定位不同、设立政策背景不同、发展策略和方向不同。合资理财公司的外资合作伙伴各有专长，或将更专注于打造“小而美”，实现差异化发展。合资理财公司与合资基金公司具有较高的相似度，但是毕竟政策环境、机构禀赋、合作经验等方面具有较大差异，他认为合资理财公司有望实现“1+1>2”。

更多合资理财公司在路上

2月22日晚，交行公告称，公司全资子公司交银理财收到《中国银保监会关于筹建施罗德交银理财有限公司的批复》，批准同意施罗德投资管理、交银理财合资在上海市筹建施罗德交银理财。

在施罗德交银理财之前，已有两家合资理财公司获批，分别是汇华理财（已开业）和贝莱德建信理财。

汇华理财于2020年9月正式获批准在上海开业，这是首家中外合资理财公司，其中，东方汇理占股55%，中银理财占股45%。此外，2020年12月，汇华理财首款新产品亮相，主打固收增强策略，后续还计划发行封闭式固定收益类理财产品和开放式混合类理财产品。

贝莱德建信理财则由建信理财和贝莱德共同设立。2020年8月，银保监会副主席祝树民在2020青岛·中国财富论坛上透露，银保监会近期已批复建信理财和国际资管巨头贝莱德设立合资理财公司。

值得一提的是，或许还有更多的合资理财公司在路上。光大银行行长2020年9月曾公开表示，光大银行的理财业务是未来发力的重点方向，要按照国家进一步对外开放的要求，加快合资理财公司的建设。

光大证券银行业首席分析师王一峰曾分析称，理财子公司

施罗德的“中国缘”

回顾历史发现，施罗德投资与国内资产管理行业“缘分不浅”。

1994年，施罗德投资在上海成立其第一个中国内地的代表处。

2005年，施罗德投资与交通银行合资成立基金管理公司（交银施罗德基金管理有限公司）。

统计数据显示，交银施罗德基金管理规模从2016年3月31日的616.82亿元增至2020年12月31日的3394.28亿元，增加了2777.46亿元。

2007年，施罗德投资开始通过外资银行的QDII配额为其实户提供海外投资机会。

2017年，施罗德投资在内地与香港基金互认安排下推出以亚洲为主的多元化资产收益基金。

2018年，施罗德投资在国内推出其首只私募基金。

标王时段霸榜 黄金地段卡位 在线教育广告大战“虚火旺”

资本狂飙突进之后现乱象，“烧钱”大战之后如何寻找教育初心

无处不在的营销 春节档公交站楼宇广告都要抢



羊城晚报记者 沈钊

当春晚档期的节目不断充斥着“学思维、学语言”“一线名师教，解题有大招”的广告词，在电视机前的你是否还习惯？电视节目王时段霸榜、公交站、地铁站、楼宇电梯等黄金地段都要卡位……在刚刚过去的2020年，在线教育企业凭借大规模的广告投放，成了很多广告营销平台的“大金主”。多家数字营销企业及广告监测机构提供的数据显示，2020年在线教育企业在各类平台的广告投放出现明显增长，尤其在2020年暑期，头部K12在线教育公司的总投放费用已飙升到60亿元。业界预计，在激烈的市场竞争下，2021年在线教育领域“烧钱大战”仍会持续，但在广告轰炸的背后，在线教育滋生的乱象以及如何监管等问题也引发关注。

2020年，在线教育企业凭借大规模的广告投放，成了很多广告营销平台的“大金主”。多家数字营销企业及广告监测机构提供的数据显示，2020年在线教育企业在各类平台的广告投放出现明显增长，尤其在2020年暑期，头部K12在线教育公司的总投放费用已飙升到60亿元。业界预计，在激烈的市场竞争下，2021年在线教育领域“烧钱大战”仍会持续，但在广告轰炸的背后，在线教育滋生的乱象以及如何监管等问题也引发关注。

春晚档期也成了在线教育平台的营销舞台。今年春晚档期，央视主持人多次口播猿辅导旗下斑马AI课的广告；湖南卫视播放了作业帮的广告歌曲；题拍拍成了B站晚会的唯一教育行业赞助商。不仅如此，各家机构通过知识福袋、免费赠课、微博热搜等花样繁多的营销形式，在为新一年的用户和流量争夺战跑马圈地。

春晚档期也成了在线教育平台的营销舞台。今年春晚档期，央视主持人多次口播猿辅导旗下斑马AI课的广告；湖南卫视播放了作业帮的广告歌曲；题拍拍成了B站晚会的唯一教育行业赞助商。不仅如此，各家机构通过知识福袋、免费赠课、微博热搜等花样繁多的营销形式，在为新一年的用户和流量争夺战跑马圈地。

仅次于电商、游戏 在线教育平台成第三大广告主

实际上，在过去两年中，在线教育公司们一直都是广告投放大户。平安证券数据显示，2019年暑期，头部K12在线教育公司的总投放费用高达40亿元人民币，在当时已非常惊人。2020年暑期，这个数字飙升到60亿元。

其中头部平台在广告投放方面则更加惊人。有数据显示，2020年前9个月，猿辅导、作业帮、学而思网校三家在广告和销售方面的投放总额约达55亿元，是2019年同期的两倍以上。有关人士表示，“为了抢夺流量和迅速扩大用户规模，在线教育推出大量低价课程，已成为继电商、游戏之后，主流平台的第三大广告主”。

市场规模持续增长 行业一年融资超500亿

羊城晚报记者注意到，2020年是在线教育凯歌高奏的一年。艾媒咨询去年发布的《2020中国K12在线教育行业报告》显示，2020年在线教育市场规模达4858亿元，K12在线教育渗透率在2020年上升至23.2%。艾媒咨询分析师认为，在线教育市场规模的扩大与在线教育用户规模的扩大息息相关，正是在线教育用户规模的不断扩大，下沉市场的开发，使得在线教育市场规模持续增长。

根据中国互联网络信息中心发布的《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2020年3月，我国在线教育用户规模达4.23亿，占全国网民数量的46.8%，较2018年年底增长2.22亿。截至6月，在线下已复课背景下，国内在线教育用户规模3.81亿，占网民整体的40.5%。天眼查数据则显示，截至2020年10月，在线教育企业新增8.2万家，新增占比在整个教育行业中达到17.3%。

2020年，突然扩大的用户市场与快速培养出的消费习惯，让资本也看中了在线教育市场的发展潜力，纷纷豪掷千金。根据经济社“电数据”的统计信息，2019年中国在线教育共有148起融资事件，融资总金额达115.6亿元人民币，融资事件同比增长33.3%；2020年初，受疫情影响，在线教育迎来机遇，教育培训创投交易活跃，融资总规模不降反升，融资总规模同比增长275%。

根据公开信息统计，2020年1月-11月末，在线教育行业共披露融资事件89起，与2019年同期披露的136起融资事件相比，减少了34.56%。

尽管融资事件数同比减少，融资总额却实现激增，截至11月末，2020年在线教育行业披露的融资金额共计约388亿元，较比2019年同期的108.75亿元，增长了256.78%。

2020年在线教育市场规模达4858亿元，K12在线教育渗透率在2020年上升至23.2%。

截至2020年3月，我国在线教育用户规模达4.23亿，占全国网民数量的46.8%，较2018年年底增长2.22亿。

46.8%

在线教育用户

截至6月，在线下已复课背景下，国内在线教育用户规模3.81亿，占网民整体的40.5%。

40.5%

在线教育用户

截至2020年10月，在线教育企业新增8.2万家，新增占比在整个教育行业中达到17.3%。

2020年2月开始，在线教育行业企业注销量直线上升，2020年6月最高注销量达2116家，破产跑路的新闻层出不穷。

2019年在线教育共有148起融资事件，融资总金额达115.6亿元人民币。融资事件同比增长38.3%；2020年初，受疫情影响，在线教育迎来机遇，教育培训创投交易活跃，融资总规模不降反升，融资总规模同比增长275%。

38.3%
2019年
275%
2020年

根据公开信息统计，2020年1月-11月末，在线教育行业共披露融资事件89起，与2019年同期披露的136起融资事件相比，减少了34.56%。

尽管融资事件数同比减少，融资总额却实现激增，截至11月末，2020年在线教育行业披露的融资金额共计约388亿元，较比2019年同期的108.75亿元，增长了256.78%。

2020年在线教育市场规模达4858亿元，K12在线教育渗透率在2020年上升至23.2%。

制图/黄国栋

竞争白热化催生广告大战 激进投放策略或将持续

有分析认为，随着在线教育的蛋糕越做越大，竞争逐渐白热化，为了更好地“跑马圈地”，在线教育企业密集投放广告，成为广告业新“金主”。实际上，在线教育企业的高投放并非始于2020年，但毫无疑问，在疫情催化下，2020年在线教育迎来了全行业的投放高峰。在当前竞争激烈的行业环境下，在线教育企业依然处于扩张收入规模的阶段，业内普遍认为，在线教育企业今年的激进投放策略将会持续。

从2020年三季度（三季度恰逢暑期档，K12在线教育抢夺生源最激烈）的数据来看，仅仅在6月，猿辅导和学而思网校的线上投放费分别达4.75亿元、4.18亿元；跟谁学的营销费用再创单季度新高，达20.56亿元，占总收入的100%以上。网友称：如此畸形的占比，不禁让人质疑，企业是否还有足够的预算投入到教学主业中去。

羊城晚报记者注意到，2020年，在线教育企业新增的多，倒闭的也多。中国互联网络信息中心发布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示，从2020年2月开始，在线教育行业企业注销量直线上升，2020年6月最高注销量达2116家，破产跑路的新闻层出不穷。网经社“电数据”则显示，2020年在线教育平台“死亡”数达25家。

实际上，在2021年刚开年，在线教育行业就因为两件事登上热搜：一边是学而思网校创始人张凯磊亲自发文称“奔跑8年的学霸君倒下了”；另一边是猿辅导、作业帮、高途课堂、清北网校4家公司的课程宣传广告尴尬撞脸，4家课程推荐者都是一名自称资深老教师的广告演员。这名“女教师”在猿辅导的宣传视频中称自己“做了一辈子小学数学老师”；在高途课堂的宣传视频中，又标榜自己“教了30多年英语”；在作业帮的宣传视频里则是警惕别人“毁掉孩子的可能就是家长自己的”直播课讲师；而在清北网校的广告视频中，她又变身行业资深专家。

这桩广告撞脸事件，恰恰暴露出当前在线教育的乱象以及监管的匮乏，而奇葩的广告，不过是乱象的一个缩影。在中消协不久前发布的2020年十大消费维权舆情热点中，在线教育机构榜上有名。业内人士认为，在线教育机构种种乱象的背后，是资本的狂飙突进，以至于教育性越来越弱，资本性越来越强。

当前，在线教育行业巨头们已经遭受着巨额亏损，跟谁学单季度亏损9亿元，好未来2020财年净亏损11.1亿美元，新东方在线2020财年亏损7.58亿元。目前，行业依旧处在烧钱营销阶段，融资大赛也在火热进行中，希望巨额融资烧出来的不仅是品牌规模和知名度，也是产品服务的快速迭代升级。

网经社电子商务研究中心在线教育分析师陈礼腾表示，在线教育脱离不了教育本质，教育产品的决策周期、使用周期以及回报周期都较长，只有打造高质量的教学内容以及完善的教育体系，才能在教育的长跑中笑到最后。

只会跨界卖咖啡螺蛳粉？ 这才是中石化的大手笔！

十四五拟规划1000座加氢站+7000座光伏站

羊城晚报讯 记者程行欢报道：曾经卖咖啡卖螺蛳粉引发热议的中石化又出手了。不过，这次的“重磅”消息是中石化对新能源领域的大手笔布局。根据中国石化报消息，“十四五”期间，中国石化将加快发展以氢能为核心的新能源业务，在氢能交通和氢基炼化两大领域大力推进氢能全产业链快速发展，拟规划布局1000座加氢站或油氢合建站，7000座分布式光伏发电站点。可见，“跨界”卖螺蛳粉的非油业务只是小目标，中国石化瞄准的是从单一的油品销售企业向“油、气、氢、电、非”综合能源服务商转型升级。

加快氢能开发力度

氢能源被誉为“21世纪终极能源”，具有热值高、能量大、可储存、可再生、零污染等优势。目前，美国、日本、加拿大、欧盟等国家与地区正加大氢能源技术开发和应用推广力度。第三方调查公司Information Trends最新发布的一期调查《全球氢气市场，2021》显示，到2020年底，全球已经部署了584个氢气站，在亚太地区，日本处于领先地位达到150个，而中国发展最快，已有100多个氢气站投入使用。根据报告，中国加氢站数量已于2020年超越韩国成为第二名，目前正在赶超日本。

中国正在加快氢能开发力度，在国家氢能标委会发布的《中国氢能基础设施》蓝皮书中明确，到2030年，国内将建成加氢站1000座，氢燃料电池车达到100万辆。对这一构想，中国石化在2020年提出“一基两翼三新”产业格局，大力推行包括氢能在内的新能源建设工作。截至2020年底，中国石化销售公司已累计开展加氢站试点项目27个，在广东、上海、浙江、广西等地布局了加氢站点。

如今，中石化年产氢气已达350万吨，是国内最大氢气生产企业。中国石化官网透露，目前每天都有500公斤左右电池氢气出厂。如今，中石化年产氢气已达350万吨，是国内最大氢气生产企业。中国石化官网透露，目前每天都有500公斤左右电池氢气出厂。

1月我国债券市场发行债券约4.3万亿元

据新华社电 中国人民银行22日发布的数据显示，1月份，我国债券市场共发行各类债券约4.3万亿元。

数据显示，1月份，我国国债发行5740亿元，地方政府债券发行3623.4亿元，金融债券发行9472.4亿元，公司信用类债券发行1.2万亿元，资产支持证券发行23.3%。

中欧融益3月1日发行 稳健新基布局开年理财

2020年，“固收+”类基金总规模突破万亿，受到众多投资者的青睐。新年伊始，这类产品延续火爆态势，公募基金也纷纷加码布局。中欧基金近日公告，旗下中欧融益稳健一年持有期将于3月1日在江苏银行发行，力求为投资者们提供攻守兼备的开年理财新选择。</p