

争夺“水果连锁第一股”无果，市场份额遭生鲜电商蚕食

“水果圈”集体陷入转型焦虑

羊城晚报记者 黄婷

国内头部水果零售商素有“南百果、北鲜丰、西洪九”的说法，三家企业成立时间也都接近20年。去年以来，企业的交锋从市场份额的争夺，进一步演化为“水果连锁第一股”之争。

近日，有消息称，深圳百果园实业(集团)股份有限公司重启上市计划，预计今年4月向港交所递交招股说明书；证监会也于3月14日披露了百果园提交的境外首次公开发行股份审批材料。而重庆洪九果品股份有限公司、鲜丰水果股份有限公司此前也有相关上市信息披露，但迟迟未能开花结果。

A 多轮融资喂不饱扩张野心？

2001年，农业蔬菜专业出身的余惠勇南下深圳，开第一家百果园门店，这是中国首家水果特许连锁专卖店。一年后，余惠勇选择了开放加盟的模式，百果园的门店进入激进扩张期，然而加盟商私自采购便宜货品“串货”的现象一度被媒体曝光，称百果园以次充好，用国产香蕉充当进口香蕉。

这场风波过后，余惠勇喊停了加盟模式，并将此前加盟店的控制权收回，改为直营。2015年在完成1000家门店扩张的同时，百果园也获得天图资本3.5亿元领投，

广发信德、前海母基金等跟投的4亿元资金。仅仅3年后，公司又宣布完成15亿元B轮融资，投资方包括中金智德、中植资本、中金汇融、基石资本、源码资本、越秀产业基金、深创投等，估值达90亿元。也就是在这一年，百果园重新走回了加盟模式的老路，并喊出了2020年开出万店的口号。

但万店计划的实现并不顺利，由于缺少新近融资，百果园的现金难以支撑激进的扩张规划。天眼查信息显示，2020年3月，百果园拿到来自先驱投资的股权

融资，这也是从2018年以来百果园拿到的唯一一笔融资。极海品牌监测的数据显示，截至2021年8月1日，百果园门店覆盖全国115座城市，在营门店5014家，仅为万店目标的一半。

为了进一步支撑门店扩张，上市可谓势在必行。2020年4月，百果园完成股份制改革，两个月后向中国证监会国际部递交材料，启动赴港上市流程；当年11月，百果园又与民生证券签署上市辅导协议，拟登陆深交所创业板，但一直拖到近日才传出新的上市计划。



百果园里水果品种多多 视觉中国供图

C 线下门店触角伸向生鲜领域

20多年来，专攻水果赛道的百果园根据水果肉质、糖度和外观等指标，建立起一套果品标准体系，并强化建设产地直采链路。截至去年8月，百果园在全国布局超200个水果种植基地、17个生鲜配送中心，以及大量运输车队资源，进一步降低水果供货的流通成本和损耗率。

供应链优势是产品定位中高端的撒手锏，但也导致百果园在货源采购、冷链物流方面的成本显著高于同行。而对于本大利薄的水果生意，百果园提出的无小票、无实物、无理由退货的“三无退货”政策也是不小的负担，根据百果园在2019年发布的退款数据报告，当年发生的“三无退货”订单数及涉及金额约占0.50%，由百果园和加盟门店各付50%。

记者在广州天河一百果园门店看到，与普通水果店不同，百果园的水果都用塑料袋包裹起来，货架上的商品除了水果外，最常见的就是百果园的坚果品牌“干货狸球”的产品；在

结账时，店员通常会推荐顾客下载APP并注册会员，并介绍线上线下单方式，可见线下门店是百果园生鲜平台的重要引流渠道。

余惠勇曾提出“一生只做一件事，一心一意做水果”，但在内外因素的双重压力下，探索水果之外的发展路径已成必然。2019年4月，余惠勇就宣布百果园要进军生鲜综合领域，对标亚马逊，从单一品类入手，逐步扩张到全品类商业帝国。目前百果园APP的次日达板块中也有蔬菜、海鲜、熟食冻品等品类在售。

水果连锁品牌下一步要如何巩固市场优势？王鹏建议，品牌首先要进行数字化转型，结合传统线下店进行深耕细作，增强供应链和营销配送环节的数字化；其次做好本地化，线下店往跟社区联系紧密，要针对自己的目标客户多做线下活动；同时把供应链牢牢地掌握在自己手中，增强品控。

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

财经辣评

大城市想呈现吸引力 得看毕业生要不要留

最近，国内一家媒体公布了相关数据库消息，记录显示了多年求职者用户的学历变化情况，包括毕业学校，每一份工作的公司名称、地点、职位等。从劳动者的实际就业去向，更真实地呈现出每个城市的不同吸引力。

通过近五年约70万份履历，进行城市吸引力的计算。可以发现北上深杭广分别占了内地前五名。从名校毕业生流向的角度来看，中国最吸引人才的城市依然是北京、上海、香港、深圳、杭州。

国内三大经济圈，恰恰也是名校汇聚之地，这些名校毕业生倾向于留在本地，反过来又会促进当地的经济腾飞。由此就会形成马太效应，更多的高中毕业生在这些发达地区的大学入学。哪怕高考没能进入名校，但是也有可能通过考研再拼一次，通过工作后在当地读在职研究生。因此这些地区的毕业生数量和质量就会显著性地聚集。人才的聚集，就会进一步强化其熟人圈子的加入，进一步做大城市的年轻群体规模。

三大经济圈、城市群的吸引力，对于个人成长和未来发展的好处不必多言。但大城市自然是有其代价和门槛的，比如潜在的更加严格的人才筛选和人口流入政策。地方都说欢

迎英才，但是企业在人才有得选、要给高薪养人的情况下，门槛就摆在那里。985/211的要求，不是因为企业的歧视，而是企业这样定标就可以免除前期选人的“困扰和麻烦”。这恰恰也体现了高考的相对公平性，毕竟本科之后的学历尤其其留学学历的获取，是有很多操作空间的。企业会更难判断。

要说城市吸引力，如果毕业生的第二份、第三份工作，依然选择某个大城市，那么这个城市的吸引力就暴露无遗了。因为这个城市能够给予人们留下来继续打拼的资源 and 信心。即使房价高企、交通拥挤、空气不良，依然不会阻挡年轻人往高档写字楼去打工的欲望。相比之下，青山环绕、鸟语花香却不在大城市圈里的地方，考察的就不是毕业生的学历，而是定力和眼力了。这时候，城市的重要性就企业的价值要低得多。

有趣的是，有的大城市排名渐渐落后于存量工作岗位的分布，呈现出被其他城市“虹吸”的现象。这对城市的主脑们来说是很焦虑的事情，尤其是知道自己城市的毕业生找工作都是到邻近城市去的。这样的统计如果更加长期、细化和具体，是可能超越人们的潜在经验并成为城市确定思维的来源。

智华观察

低估值品种逐渐迎来转机

本周以来大盘反复走稳，“年报”题材挖掘的结构性行情反复呈现。尽管近期市场波动较大，但仍有众多公司获资金逆势净流入，而不少产业资本正频频通过回购这一形式，持续向市场传递信心。3月16日，高层会议释放了稳预期的积极信号，提振了金融市场的信心，市场逐渐回归基本面运行，呈现“政策底”效应。

受“适度超前开展基础设施投资”的提出以及近期房地产方面利好政策出台的影响，基建地产近期表现出色，尤其是稳增长下的基建行业受到市场关注，建筑节能和建筑光伏行业板块也反复走强。

不少银行、地产等品种长期调整后，大幅跌破净资产，估值处历史低位，不少业绩确定性较强，股息收益率高，部分业务有所升级转型，而个别接近几年较稳定的派息水平和目前股价，股息收益率达6%甚至10%，凸显长期的投资价值。

“加大稳健货币政策对实体经济的支持力度”，未来随着新增

社会融资适度增长改善，市场特别是一些超跌的低估值品种有望迎来转机。大盘要有起色需要成交量持续放大，以及低估值的银行、地产股带动。

从市场走势看，沪指3月16日跌至3023点而止跌，3000点一带为历史上不少重要低点、高点所在，为市场重要长期连接地带。3月17日，沪指产生3177-3202点跳空上涨缺口，如果未被回补而形成启动缺口，则未来有重回去年高位地带的可能。阶段上，沪指3月8日跌破2021年以来长达1年多的箱体整理下边支撑带，即2020年12月11日3325点、2021年3月9日3328点、2021年7月28日3312点等低点连线，该压力带需有效收复市场稳定性才能进一步提高。

“保持经济运行在合理区间，科学有效施策，维护资本市场稳定，保持平稳健康发展”的提出，凸显出国家对实体经济和维护资本市场平稳健康发展的高度重视。(黄智华)



羊城晚报记者 杭莹 李志文

“野性消费”现象再度在国货品牌身上上演！

3·15土坑酸菜事发后，白象方便面竟成最大赢家。作为从未和插旗菜业有合作的国货品牌，在白象淘宝旗舰店搜索发现，其畅销产品前三均是10w+的月销量，已是康师傅、统一销量的至少3倍。在白象京东自营店里，多数产品也已缺货。

这不是白象今年第一次冲上方便面热搜榜。冬残奥会期间，白象就曾因有三分之一的员工是残疾人而上过热搜。另外，在去年的河南疫情等多次受灾事件中，白象都参与了捐款捐物，一时之间，白象方便面火出圈外，销量猛涨，达到了供不应求的地步。在方便面整体产量下滑的趋势下，白象的火热是否能够挽救颓势？面对一次次的国货品牌“一夜成名”现象，消费者和商家、行业该如何正确应对，不做昙花一现？

A 销售额日增6.5倍

白象的走红不是一蹴而就的，在去年河南疫情期间就小火了一把。只不过当时鸿星尔克锋芒过盛，没有激起太多浪花。而3月4日北京冬残奥会举办期间，因为三分之一员工为残疾人，白象开始以强势姿态出现在消费者眼前，并且3月15日晚随着一纸从未与插旗菜业有过合作的声明达到高潮。

据百度指数显示，白象百度搜索量在3月6日、3月16日呈现爆发式增长；而在新浪微博上，关于白象的相关话题也多次被冲上热搜。3月9日，白象表示近期订单量暴增，工厂启动紧急预案全力生产发货，争取用最快速度把白象产品送到需要的千家万户手中。到3月18日，白象天猫官方旗舰店几乎所有产品都显示缺货，预售周期长达15天。

在淘宝和抖音直播间，屏幕上清一色的都是“支持白象”的弹幕，据蝉妈妈数据显示，今年3月以前，白象官方旗舰店在抖音直播间



白象方便面促销展台 视觉中国供图

“野性消费”现象再度上演 白象方便面热销能持续多久？

B 难挽市场下滑颓势

3月6日，白象在抖音发布了一条呼吁消费者理性消费的视频。身处日渐下滑的方便面行业，长久的关注对白象来说或许要比刹那间的红火重要得多。

国家统计局数据显示，2018年到2020年，中国方便面产量连续3年衰减。需求方面，数据显示，2019年我国方便面需求量为414.5亿份，2020年受疫情影响需求增至442.7亿份，但从长期态势看，2013年到2016年方便面需求量已经连续4年下跌。

另有机构统计数据信息显示，仅2017-2018年，我国方便面产量从1103.2万吨下降至699.5万吨；此后仍呈现逐年下降趋势。去年上半年，我国方便面产量为206.5万吨；方便面行业整体销售额增速下降7.3%。

在中国的方便面圈，康师傅和统一占据了半壁江山。方便食品大会数据显示，2020年中国大陆方便面市场，康师傅、统一销售额分别占46%、15%，稳居前两位。白象的份额仅为7%，位居第四。而随着产量和需求量的逐年下滑，白象的日子愈发不好过。

白象的走红能否改变当下的市场格局，又能否挽救下滑中的市场颓势？中国食品产业分析师朱丹蓬认为，目前来看，新晋网红品牌无法撼动传统方便面的根基，但对于方便面行业中“不上不下”的中型企业蚕食力度很大。“近年来，像白象这类的中型企业，多元化路子不成功，从品牌、渠道、团队、对客户面临老化，如果不能解决本质问题，光靠爱国情怀，不足以支撑其未来。”

在中国人民大学高礼研究院副教授王鹏看来，白象承担企业社会责任，进行捐款、聘用残疾人，更多体现了公益心和社会责任感，这就是企业加分项。但对快消品牌而言，核心要素还是产品本身，产品是否有创新？口味是否符合市场需求？分销体系、物流体系有没有占据市场？这是企业需要回答的问题。

记者走访了广州多个商超发现，市面所售方便面大多是康师傅和统一这两个品牌，白象方便面的踪影难以寻找。一连锁便利店的售货员甚至告诉记者，他从未见过白象这个品牌的方便面。

C 产品创新才能长久

时，朱丹蓬说道：“其实白象就是整体一个老化，从品牌、渠道、团队、客户，整个老化的现象充斥着整个白象。如果不解决这些骨子里的东西，光靠情怀，光靠爱国，光靠帮扶残疾人，是不足以支撑他的未来。”

实际上，白象近年来一直在寻求突破，但一直没有找到合适的路径。在意识到主营业务方便面业绩难增后，白象食品开始在主营业务的品类上扩张布局。白象先后将“汤”“面”领域层层加码，面食门店不成后，又将速冻食品加入自己产品列表。鲜为人知的是，2012年，白象还开始发展了饮料市场，十年中也推出多款饮料产品，但消费者却似乎很难看到在市场上白象饮料的身影。在白象天猫和京东自营店也未能见到饮料产品。

作为风投正热的宠儿，不论是白象，抑或是下一个爆红的国

货品牌，该如何延续消费者的“宠爱”？王鹏表示，不论是白象和鸿星尔克，要想将优势转化为企业利益，首先要做符合自己调性的品牌营销，可以打家乡牌、乡土牌，体现社会责任感，赞助相关公益性活动；其次，做好产品创新还是最佳选择。“白象的产品虽然是合格的，但是本身创新上还有所欠缺。能不能借此机会去开发更适合自己的生活、快时尚的产品，是白象能否顺势发展的重要因素”。

下一步，王鹏认为，白象要保障质量和产品安全，适应数字化时代下Z时代的需求，传播好品牌形象。与此同时，适应当下的社会经济情况，做好自己的分销和物流体系。记者曾尝试联系白象，欲了解其在这段时间内爆发的看法以及下一步的经营计划，但截至记者发稿，未获得回复。

腾讯数实经济收入首超游戏

迎近十年来净利增幅最低一年

羊城晚报 记者王丹阳报道：3月23日，腾讯发布了2021年第四季度及全年业绩报告。

2021年Q4腾讯净利润为248.80亿元，同比下滑25%，已经连续两个季度出现净利下滑。2021年全年腾讯净利润为1237.88亿元，同比增长1%，也是近十年来净利润增幅最低的一年。同时，腾讯2021全年研发投入同比增长33%，达到518.8亿元，较2018年实现翻倍。较2018年实现翻倍。

虽然短期业绩承压，但财报显示腾讯仍保持对战略业务和科技创新的持续投入，自研生态逐步完善。

根据财报显示，腾讯金融科技及企业服务板块表现最为稳健，Q4实现收入479.58亿元，同比增长25%，总收入占比提升至33%，首次超过游戏板块。依托科技创新能力和数字新基建领域的长期投入，公司数实融合持续加速，以服务B端为主的数实经济收入也成为腾讯新的增长引

擎，加速推动公司由虚向实、低速换挡。

同时财报显示，腾讯2021全年研发投入同比增长33%，达到518.8亿元，较2018年实现翻倍。2021年腾讯研发人员数量同比增长41%，研发团队不断壮大。新增研发项目超6000个，增量同比2020年增长51%。

特别是2018年后，腾讯积极拥抱产业互联网，大力投入数字新基建。近年来，腾讯先后建立人工智能、机器人、量子计算、5G、边缘计算和多媒体技术等前沿科技实验室。过去三年，腾讯累计研发投入已经超过1200亿元，年均增速超过30%。

当前，腾讯也已经构建起包括星海服务器、自研芯片、分布式云操作系统“凌驰”、100G云服务器等在内的完整自研体系，自研生态逐步完善。现阶段，腾讯积极参与到“东数西算”的建设中，在贵阳、重庆、广东等地都投入了大型数据中心建设。

建信优享养老三年FOF 契合震荡市配置需求

今年以来，市场波动加大，不少投资者的资产担忧情绪，对均衡、稳健类的资产配置需求较高。据了解，建信优享养老三年FOF(基金代码：014365)于3月14日起正式发行，该基金风险收益特征相对平衡，注重灵活配置多资产，可满足投资者震荡市布局

和个人养老投资需求。拟任基金经理梁展现任建信基金资产配置及量化投资部总经理，他是国内业内首批公募FOF基金经理之一，拥有超16年基金从业经验，基金经理任职经验超过4年。(杨广)