

财眼

逆势增长 32.5%

2020年广州实物商品网上零售额 1937亿

记者2月4日从广州市商务局获悉,2020年面对新冠肺炎疫情的巨大冲击,广州市实物商品网上零售额1937.42亿元,逆势增长32.5%,比全国高17.7个百分点,占社零总额的百分比从2019年13.9%提升到21%,拉动社零总额回升5个百分点。电商已成为广州市构建新发展格局、推动经济高质量发展的新亮点和新引擎。

■新快报记者 陆妍思 通讯员 穗商务宣

亮点一:制度环境持续优化

去年,广州市加强直播电商顶层设计,组织编制《直播电商发展行动方案(2020-2022年)》《直播电商十一条政策》,以制度创新引领直播电商之都建设。先后出台《电子商务示范基地认定办法》《电子商务示范企业认定办法》《农村电子商务示范企业认定办法》等政策文件,发布系列扶持措施,推动形成一批特色突出、示范性强的产业园区、基地和企业。针对直播电商、社交电商发展过程中出现的问题,研究完善监管政策措施,协调推出直播电商服务行为规范和直播购物运营和服务基本规范,营造安心放心舒心的网络消费环境。花都、从化、海珠区也出台具体扶持措施,共同推动形成了“1+1+11”的电子商务产业政策矩阵,有力保障了电子商务产业健康发展。

亮点二:市场主体不断壮大

新冠肺炎疫情发生以来,线下消费一度大幅萎缩,以网络购物、移动支付、线上线下融合等新业态新模式为特征的新型消费迅速发展。为保市场主体,广州市商务部门协调各大电商平台推出33条措施帮助中小微企业共度时艰,联合相关银行推出单笔高达1亿元免抵押信贷金融支持电商企业复工复产,实现短时期内全市电商企业复工复产率100%。作为国内电子商务龙头企业,阿里巴巴、京东商城、苏宁易购抢抓机遇,顺势而为,积极参与“3.8”“5.1”“6.18”“双12”等各种消费节庆,推动实物商品网上零售额快速增长。依靠电子商务的产业优势、扶持政策和发展环境,以及一流的投资和营商环境,广州市吸引了北京时代飞鹰、杭州无忧传媒、深圳本新文化等头部直播电商企业来穗落户,行业集群效应日趋明显。

2020年广州电商企业业绩骄人,



■新华社发

活力十足,继洋葱集团之后,唯品会、朱雀信息科技有限公司成功入选商务部第二批数字商务企业名单,唯品会、晶东等广州本土电商企业入选中国民营企业500强,广州逸仙电子商务有限公司、名创优品(广州)有限责任公司先后在纽交所挂牌上市,若羽臣成为电商运营服务商在A股中小板上市第一股,成为广州发展数字经济、打造直播电商之都的生动注脚。

亮点三:电商活动精彩纷呈

结合常态化疫情防控的需要和全面提振消费信心的要求,广州市筹划举办多场次线上促销活动,向全球传递广州“人”“货”“场”集聚的产业优势和发展新经济的火热氛围。从2020年3月份启动“广州直播带货年”,到6月份首届直播节和9月份的直播电商产业年会,再到首届广州“11.11”城市购物节,以及贯穿全年的直播带货年活动,广州每月组织不少于1场电商活动,使电商市场始终保持很高的热度,有效带动社会消费品零售总额增速回升。

针对去年脱贫攻坚战叠加疫情“阻击战”的实际,广州市鼓励多类型经营主体拓展农村电商业务,广泛开展“e网情深,电商助农”专项行动,帮助贫困地区优质农特产品“出山进城”。在强力推动消费扶贫的过程中,广州农村电商取得亮丽的成绩,广药集团助力贵州打造的刺梨产业成功入选国务院的“中国企业精准扶贫50佳专项案例”,唯品会、风行乳业、欢聚集团、王老吉大健康成功入选广东电商扶贫20强。

亮点四:新业态新模式加快发展

2020年,广州市抢抓直播经济“风口”,发挥货源多、物流快、供应链完备等优势,以出台全国首个直播电商产业政策、举办全球首个以城市为平台的直播节、成立首个全域直播电商产业联盟、组建首家直播电商研究院、发布首部全国性直播电商标准等10个全国首创赋能千年商都焕发新活力。据统计,广州直播商户开播场次、观看人次和购买力均排名全国第一,成为名副其实的第一大直播之城。

电子商务新业态的发展,催生了“直播电商+专业批发市场”“直播电商+扶贫助农”“直播电商+夜经济”“直播电商+大型商场+传统品牌”等新模式。传统商贸企业加快数字化转型,广百、友谊、海印等传统商贸企业推出“广百宝”“微百货”“海印生活圈”等一批O2O移动互联商业模式,引领广州传统商业的“互联网+”发展潮流。广州市还积极引导住宿、餐饮、旅游、汽车、教育等企业开展直播电商业务,发展“线上引流+实体消费”的新模式,推动商贸主体向数字化、网络化、智能化方向发展,有力地促进了新型消费发展和实物商品网上零售额高速增长。

广州传统优势产业纷纷触电升级,服装、美妆、箱包、珠宝等专业批发市场正在向全品类供应链基地、网红孵化基地、直播电商服务中心等多功能商业综合体转变。2020年12月30日,全国第三家淘宝天猫商家运营中心正式落户广州尚峰电商直播基地,将助力“广州制造”进一步开拓市场、打造品牌。

持股还是持币过节?
春节后上涨概率超8成

新快报讯 记者涂波报道 春节长假将至,投资者又将面临持股过节还是持币过节的艰难抉择。2月4日,资金避险情绪越发浓厚,A股三大指数宽幅震荡,集体收跌。其中沪指下跌0.44%,收报3501.86点,险守3500点整数关口,两市合计成交9425亿元,一共3293只股票下跌。北向资金逆市净买入近70亿元。面对这样的行情,分析人士表示,持股还是持币过节,取决于投资者持股的质量,配置上以必需消费品(如医药、食品饮料等)占优。近十年来沪指春节后的涨跌情况显示,2月A股“涨多跌少”,春节后一周上证指数上涨概率超8成。

近期,A股行情呈现牛熊分化态势。昨日,以牛市为代表的贵州茅台又创历史新高,盘中达2330元/股,总市值超2.75万亿元。此外,爱美客、牧原股份、顺丰控股和招商银行等44只个股创历史新高。与此相对应的是,今年以来股价创出历史新低的个股已近300只,逾千股处于深度熊市中。前海开源基金执行总经理杨德龙认为,是否持股过节,这主要取决于持股的质量。如果是白龙马股、优质个股,持股过节完全没问题,节后仍然是白龙马股的行情,消费和新能源依然是当前市场关注的重点。

昨日惊魂普跌后报收十字星,能否迎来“黄金坑”? 源达投资认为,A股在经历阶段调整后空头情绪逐步释放,临近春节假期,市场资金观望情绪浓厚,央行昨日展开14天逆回购为市场重新注入活水,货币政策保持“稳字当头”的战略背景下,市场长期向上趋势是不变的,节前短线可把握指数回踩后的反弹机会。目前市场仍处底部配置期,建议继续耐心持仓,减少博弈情绪,保持积极态度。配置层面,从最大资金抱团核心资产的角度,银行股2020年业绩超预期叠加低估值特征,成为资金青睐的对象,建议关注有色、银行、化工、大消费等以业绩超预期、顺周期方向估值合理且安全边际较高的个股为底仓。

此外,境外机构投资者的债券托管量大幅增长。中央结算公司最新发布的2021年1月债券托管量(按投资者)显示,1月境外机构债券托管面额为30567.75亿元,同比上涨62.09%,相较上年末上涨5.96%。这是境外机构投资者连续第26个月增持中国债券。截至2020年末,境外机构增持中国债券规模已破万亿元规模,为10671亿人民币。债券通公司近日发布数据显示,2021年1月共计成交6470笔,交易量达到5883亿元人民币,日均成交突破294亿元人民币,创下历史新高。

中国平安2020年归母营运利润同比增长4.9%

新快报讯 记者刘威魁报道 首份A股上市险企2020年年报出炉。中国平安日前发布的2020年年报数据显示,2020年实现营收13214.18亿元,同比增长3.8%;归属于母公司股东净利润为1430.99亿元,同比下降4.22%,归属于母公司股东的营运利润为1394.70亿元,同比增长4.9%。另外,2020年净利润为1593.59亿元,营业利润为1556.70亿元。

中国平安联席CEO兼CFO姚波在昨日的业绩发布会上表示,营业利润和净利润的差异主要来自三个方面。一是寿险及健康险业务带来103

亿元的正向投资偏差。二是折现率变动的影响,主要是因为国债750天的移动平均变动,对于营运利润带来正向79亿元的偏差。三是持有的一项可转换债券带来13亿元左右的收益,管理层认为是一次性的,也是从营运利润当中予以剔除。

中国平安还在年报中披露了寿险改革的进展。2020年中国平安寿险及健康险业务实现营运利润936.66亿元,同比增长5.3%;运营净资产收益率为35.0%。同时,平安寿险也面临着改革“阵痛”,2020年平安寿险及健康险业务的新业务价值为495.75亿元,同比下降

34.7%,新业务价值率同比下降14%。

中国平安在年报中表示,在新冠肺炎疫情冲击下,公司传统代理人线下业务展业受阻。作为核心业务,保险代理人连年下降一直困扰中国平安,代理人队伍已经连续压缩2年,从2019年底的116.7万缩减至2020年的102万左右。2020年年报数据显示,截至2020年12月末,平安寿险代理人规模较年初下降12.3%。中国平安联席首席执行官陈心颖在业绩会上表示,接下来的三年里,平安要保持100万的代理人队伍,打造高质量、高产能、高收入的“三高”代理人队伍。