

财眼

37.7万张图片、2.3万个视频……

广交会开幕首日 广州团“上新”展品近10万个

新快报讯 记者陆妍思报道 第129届广交会4月15日拉开大幕,全国各地的交易团企业使出浑身解数在镜头前展示全新产品。记者从广州市商务局获悉,作主广交会主场,广州交易团共有630家企业组团参展,共上传展品约9.07万个。

民营企业展位数占比逾70%

广州市商务局党组成员、副局长吴伟华介绍,自第127届广交会首次在线上举办以来,广州交易团参展企业数量及展位数量均逐届增加,本届广交会广州交易团共有630家企业参展,比上届增加2家。展位总数达2233个,比上届增加1个。

从参展企业类型看,生产企业和工贸企业各占半壁江山,两种类型的企业数量和展位数量各占50%左右;民营企业与国有、外资企业相比,始终是广州交易团参展企业的主体。民营企业在参展企业中的占比连续3届超过80%,民营企业的展位数量也占广州交易团展位总数的70%以上。

值得一提的是,广州交易团还修订了新的般性展位分配办法,企业展位获得率有所提高。本届广交会共有701家企业申请般性展位,其中619家分配到般性展位,获得率为88.3%,与旧办法相比提高了24.28个百分点。支持优势产业抱团参展,例如越秀区服装商会共组织新大地服装城等11家男女装企业抱团参展,强化广州服装的品牌宣传。

目前我国正在加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的

新发展格局。广交会作为中国最大的进出口贸易促进平台,直接联通国内国际两个市场,是国内大循环的促进平台,是国内国际双循环的重要节点,在构建新发展格局中具有独特作用,本届广交会为有内贸意向的参展企业设专属标签,制作优质企业线上产品导览手册。

广州市积极响应双循环战略部署,2020年组织开启“广州益晒你!”出口转内销专场活动,以电商力量为引擎推动广州外贸企业出口转内销,呈现出多产业、多商家、全链条、多场次的特点,为企业做好转内贸工作纾困解难。这届广交会也组织了十余家广州企业参加省商务厅联合中国对外贸易中心举办的“国内国际双循环、内贸外贸齐驱动”出口转内销贸易促进活动,支持适销对路的出口产品开拓国内市场。

上传展品超9万个,视频2.3万个

本届广交会,广州交易团企业共上传展品约9.07万个,企业及展品图片超过37.7万张,视频超过2.3万个。广州交易团参展企业参展展品覆盖了除宠物用品外本届广交会所设置的所有展区,其中广州交易团展位数量较多的展区包括电子消费品及信息产品、家用电器、摩托车、建筑及装饰材料、家居用品、餐厨用具、家具、箱包、服装等。

为便利企业用足用好网上平台,本届广交会于4月6—14日试运行,开展系列精准培训,让展客商更充分地熟悉和使用平台功能。在本届广交会官网试运行首日,虎头股份公司就进行了一场直播试录,为公司在广交会正式开幕后的第一场直播早早做起了准备。连续参

加了三届云上广交会,虎头股份公司印象最深的就是广交会对企业参展培训的力度非常大。“几乎是手把手地教会我们熟练进行视频操作,更好地通过VR等技术手段展示产品,在疫情仍肆虐全球的背景下,帮我们对接到了来自全球的客户。”虎头股份公司相关负责人表示,目前公司在云广交会平台上产品超150款,含虎头、555在内的六大自主品牌,涵盖干电池、蓄电池、聚合物、照明灯具等电光源产业链。

广州轻工集团纺织公司在广交会云展厅上传产品款式超过2100款,产品图片过万张,其中服装类拳头产品为100%自主设计的产品。公司负责人表示,结合后疫情时代,设计上重点突出休闲、居家、唤醒,包括牛仔服装、时尚女装、童装等公司拳头产品,推出近400款新款,全部成功入选由广交会举办的线上广交会新品发布活动。

为了更好地“卖货”,广州轻工集团纺织公司搭建了4个实体直播间,并首次采用绿幕直播形式,将拳头产品品类的不同,在直播营销时通过背景变换,以达到多场景变换的效果,更加贴合直播主题,也能获得更加生动的展示,让客商能“在小屏里看世界”。提及本届广交会云展厅平台的功能优化,该公司负责人表示最满意的是对接更精准。“在产品页面上,平台可根据客商的采购意向,合理分配到相对应的子账户,从而实现产品关联到对应的业务员。而且这届广交会还新增设了‘企业分享’功能,可以将云展厅链接直接分享到微信、朋友圈等社交媒体平台,增强客户引流效果,拓宽获客渠道,成交额也逐步提高。”

监管趋严 广东保险中介行业 加速“洗牌”

新快报讯 记者刘威魁报道 作为“金融强省”,近年来广东对银保业务的监管态势日益趋严。新快报记者统计广东银保监局及其分局、深圳银保监局的罚单情况显示,2020年广东省(含深圳)各银保监管机构共对38家广东保险业主体机构开出91张罚单,共涉及金额2230.9万元。其中,对37家中介机构及个人发出42张罚单,同比增长133.3%。严监管趋势下,广东保险中介行业正在加速“洗牌”。

从各罚单情况来看,广东保险业对于中介的监管思路也出现了明显变化,规范保险中介业务也成了重要的趋势之一。据新快报记者不完全统计,2020年全年,广东保险业已对37家中介机构及个人发出42张罚单,同比增长133.3%;罚款共计472.6万元,同比增长37.3%,占广东保险业全年总罚款的21.2%。

从2020年广东中介行业处罚案来看,保险中介扰乱市场秩序、侵害保险消费者利益的情况亦难以杜绝,上述市场乱象在保险代理机构中尤为明显。数据显示,保险代理机构20张罚单中,有13张罚单与“利用业务便利谋取不正当利益”“虚构中介业务套取费用”等案由有关,涉及罚款达284.5万元,占保险代理机构总罚款88.4%。

“保险中介市场一直都比较混乱。”一位大型保险公司负责人直言,原本保险中介处在保险公司和消费者之间可以帮助消除市场信息不对称问题,为消费者做好专业服务和市场培育工作,但事实上,很多保险中介机构自身管理并不到位,导致中介机构长期处于野蛮生长的状态,也催生了一些保险公司和中介机构之间的灰色地带。

为进一步巩固保险中介市场清理整顿工作成果,深化保险中介市场改革,2020年年底银保监会印发《保险代理人监管规定》,要求提升最低注册资本,把区域性保险专业代理机构最低注册资本调整为2000万元,并首次提出了“独立个人保险代理人”概念,鼓励探索独立个人保险代理人相关制度,进一步提高市场经营效率。

“目前,保险中介行业正在经历一场变革,洗牌加剧。”业内人士分析指出,保险中介市场竞争激烈,以往同质化、低效率的经营及代理方式已不再适用,未来兼具渠道和科技优势的保险中介平台,以及专、精优势的个人代理人更有望脱颖而出。

广东个股牛熊榜

立高食品上市首日涨幅超200%

净资产收益率连续4年超20%

新快报讯 记者涂波报道 4月15日,广东立高集团(股票简称“立高食品”)在创业板挂牌上市,发行价格为28.28元/股,上市首日涨幅达264.2%,报收103元/股,总市值达174.4亿元。据了解,立高食品位于广州,主要为烘焙食品原料和冷冻烘焙成品及半成品等,截至2020年上半年底,其主营产品品格达到529种。此次IPO,立高食品拟募资12.88亿元,分别用于生产基地、研发中心、智能信息化升级改造建设项目以及补充流动资金。

近年净利复合增长率超100%

烘焙行业发展前景广阔。数据显示,2019年中国烘焙食品零售额达到2317.13亿元,同比增长10.93%,预计2024年有望突破3800亿元。立高食品终端客户有烘焙门店、饮品店、餐饮、商超和便利店等多种业态,包括幸福西饼、好利来、面包新语等烘焙连锁店和山姆会员店等大型商超。招股书披露,2018年到2020年立高食品营收分别达到13.13亿元、15.84亿元和18.10亿元,复合增长率达17.41%,同期归母净利润分别为0.52亿元、1.81亿元和2.32亿元,复

股票简称:立高食品

4月15日涨幅:264.2%

地的建设。

立高食品的产能利用率数据显示,2017年—2020年上半年,冷冻烘焙食品的产能利用率为84.12%、74.83%、81.07%和78.40%,奶油的产能利用率为70.51%、91.89%、88.44%、54.37%,水果制品的产能利用率为71.35%、77.45%、87.64%和60.19%。在旺季,立高食品也存在主要产品产能不足的矛盾,需通过增加生产班次的方式满足订单需求。近些年立高食品的产能利用率起伏较大,因此,市场存在“在当前产能利用率均未达饱和的情况下,募投项目大幅扩产后如何消化”的质疑声。对此,新快报记者通过公开电话致电广东立高集团,暂未获得回应。

此外,原材料价格波动对未来业绩也将产生较大影响。立高食品为生产型企业,直接材料成本占比较高,报告期内,直接材料成本占主营业务成本的比重分别为超80%。立高食品招股书风险提示中表示,若未来公司原材料价格发生较大波动,而公司未能采取有效应对措施,将会对公司未来业绩产生较大影响。