

## 财眼

## 广州直播电商有了规范经营“说明书”

是省内首个直播电商合规经营指引

11月7日,广州市市场监管局召开新闻通气会,全面解读《广州市直播电商规范经营指引清单》(下称《指引清单》)。作为广东省首个直播电商合规经营指引,《指引清单》对直播营销平台、直播间运营者、直播营销人员和商家4类主体提出具体合规要求,为网络直播营销活动送上了“说明书”。

■新快报记者 张晓菡  
通讯员 穗市监

## 平台需建立负面清单

具体来看,《指引清单》重点明确压实直播营销平台主体责任,明确平台要建立直播营销商品或服务负面清单,建立缺陷产品处理、食品安全管理、广告合规机制、知识产权保护、消费者权益保护等15条机制或要求。

《指引清单》提出,平台应当明确不得在直播间推销的商品或服务类别,同时督促直播间运营者、直播营销人员在开展直播带货前对推广营销的商品进行查验;明确提出直播营销平台发现产品存在重大缺陷的及时报告,并按照国家有关规定协助产品生产者(供应商)召回。

《指引清单》还明确了涉及直播间运营者、直播营销人员的合规要求,涵盖入驻资格、选品及产品资质审查,规范广告、价格、促销等活动规范等内容。在“选品及产品资质审查要求”方面,明确要求强化对直播

选品、直播卖点等环节的审核把关,确保直播销售的商品符合产品标准,不销售掺杂掺假、以次充好、不合格产品等。

此外,《指引清单》禁止实施不正当竞争行为,禁止要求商家签订“最低价协议”,不得虚构“历史最低价”等。

## AI数字人直播也需合规

《指引清单》首次对AI数字人在直播方面提出了合规要求。使用虚拟主播的,应通过合法合规途径获得虚拟主播使用权;使用他人肖像作为虚拟形象从事网络直播营销活动的,应当征得肖像权人同意,不得利用信息技术手段伪造等方式侵害他人的肖像权,使用的虚拟主播形象应符合公序良俗。

针对商家,《指引清单》明确提出了产品质量要求及保障消费者权益要求,应及时

向主播及平台提供真实有效的资质证明、产品质量合格证明等。

广州市直播电商行业协会秘书长王刚接受新快报记者采访时指出,直播电商作为新兴行业,涉及众多法律法规。《指引清单》对这些法律法规进行了全面梳理,为直播电商的四大经营主体提供了明确的规范性发展路径,有助于他们规避潜在的错误和风险。“经营者们若能按照清单行动,便真正获得一份避坑指南。”

“出台《指引清单》,目的就是增强直播各相关主体的合规经营意识,帮助直播电商各方有效防范化解合规风险。”广州市市场监管局网监处负责人表示,《指引清单》将进一步提升全市平台经济常态化监管水平,推动直播带货治理重心从事中监管、事后处罚向事前预防转变,促进直播电商新业态健康有序发展。

ETF类基金规模达3.66万亿  
近3个月有产品收益率超100%

市场存在较多溢价,业内建议规避高溢价产品

新快报讯 记者刘艳爽报道 受A股市场回暖影响,ETF类基金近来持续火热,9月份中证A500指数的发布又带来相关基金产品的发布狂潮。截至今年三季度末,被动基金持有A股的市值首次超过主动基金,公募基金格局迎来了拐点性变化。新快报记者统计发现,短期看热门股票型ETF基金集中于证券公司、金融科技类指数,而长期看科创类产品表现更优。不过由于当下市场热度不减,大部分股票类ETF产品存在溢价。

据wind数据,截至2024年11月7日,ETF基金的基金规模已达到3.66万亿,较年初增加1.6万亿。市场总计ETF基金1004只,较年初增加127只。从数据趋势看,ETF基金的火热是从9月份A股市场复苏开始,数据显示,股票型ETF基金规模在9月份大增34%,创下近3年以来的最高涨幅。

中证A500指数发布让ETF基金热度再上一个台阶,截至11月7日,中证A500指数相关基金规模达到1400亿元。华夏基金、广发基金完成20亿的发行目标。此外,一大批场外中证A500ETF联接、指数以及指增产品进入发行尾声,合计规模超过650亿。事实上,各大机构在此ETF基金火热阶段积极布局,11月还未过半便有至少17只新发ETF基金。

从当前业绩看,金融科技指数类基金具有明显优势,博时基金、华宝基金、华夏基金旗下的金融科技ETF近3个月的回报率均超100%,此外,证券公司、计算机、软件开发类ETF指数基金近3个月大多均实现超过50%的回报率。宽基产品方面,近期热门的中证A500系列产品近3个月回报率并不明显,华泰柏瑞基金、南方基金、富国基金旗下中证A500产品近3个月回报率超过2%,其中华泰柏瑞基金旗下基金近

3个月回报率达到了4.5%,除此之外其他产品多在1%的回报率左右徘徊。

值得关注的是,ETF基金相比于对标的指数可能存在价格偏离,即基金当前净值高于按对应指数市值计算的净值的情况,这主要是由于ETF基金的可交易属性,导致市场上资金对不同ETF基金冷热有别。

新快报记者注意到,目前市场上股票类ETF基金产品中有744只溢价,占比超9成,其中证券公司、金融科技溢价率超过8%,食品饮料、消费类指数相关产品的溢价率也超6%。

天相投顾基金评价中心提到,交易主题行情非一般投资者的能力范围,市场上出现热门行情时,交易标的估值通常相对较贵,待热点切换后产品则面临长时间的下跌调整,不建议一般投资者参与此类交易,可考虑持有宽基ETF。

MSCI重大调整  
券商股最受青睐

新快报讯 记者涂波报道 MSCI中国指数最新调整结果出炉。11月7日,国际指数编制公司MSCI公布了2024年11月的指数季度调整结果,MSCI中国指数新纳入了4只中国股票,剔除20只个股,所有变更将在2024年11月25日收盘后生效。

具体来看,MSCI中国指数本次新纳入首创证券、华勤技术、龙芯中科、天风证券4只标的。剔除了20只个股,包括17只A股(口子窖、光线传媒、汤臣倍健、中远海发、白云机场、恒逸石化、海信视像、远兴能源、扬农化工、乐普医疗、丽珠集团、均胜电子、海油工程、上港集团、裕同科技、万达电影、伟星新材),2只H股(广汽集团、滔搏),以及爱奇艺-ADR。

从本次新纳入的4只MSCI中国指数来看,券商股最受青睐。近一个多月,天风证券上涨超120%,首创证券涨超40%。华勤技术含有英伟达概念,主营智能硬件产品的研发设计、生产制造和运营服务。龙芯中科归属芯片概念板块,资料显示公司亮点为中国自研CPU第一股。

除MSCI中国指数以外,MSCI中国A股在岸指数的成份股名单也有所调整,其中增加成份股8只(首创证券、供销大集、华虹公司、华勤技术、正邦科技、康美药业、龙芯中科、晶合集成,剔除了派林生物)。

MSCI中国指数是全球投资者关注的重要参考指标之一,被广泛用于衡量中国股票市场的表现、进行市场比较和投资组合构建。据格隆汇数据,自2008年12月美国次贷危机后,MSCI中国指数整体呈现上涨态势,并在2020年时录得超过300%的最高涨幅。2020年后中国股票指数有所回落,截至2023年底,15年累计涨幅97.72%,同期新兴市场指数和明晟全球指数涨幅分别为173%和364%。

MSCI指数调整对股价影响有多大?一般来说,纳入MSCI中国指数同时也意味着被嵌套进MSCI新兴市场指数,进入了MSCI全球标准指数系列,从而将获得大量被动资金跟踪。从历史经验来看,被MSCI新纳入个股或将在当天尾盘迎来海外被动指数资金的买入。

中金公司表示,需要注意的是,虽然被动资金在调整正式实施日“必须”按照权重变化进行调仓,但这一期间的股价实际变动却未必与权重调整方向一致,反而会更加受到提前套利资金与被动资金之间强弱对比影响,此前也不乏新纳入或权重增加个股在调整实施日股价下跌的情形。

健康160二度递表港交所  
“卖药”撑起营收但毛利率仅1.9%

新快报讯 记者张晓菡报道 近日,健康160国际有限公司(下称“健康160”)二度递表港交所。这家以在线挂号业务起家的公司,如今主要业务已转向了“卖药”,其医药健康用品销售已连续多年占到公司总收入的70%左右。虽然收入不断增长,但健康160至今仍为亏损状态,且“卖药”业务毛利率较低。

健康160设立在开曼群岛,其前身深圳宁远成立于2005年。目前,健康160通过境内控股公司维康致远、仁仁维康及深圳宁远开展业务,旗下运营健康160网(就医160挂号网)、健康160APP等平台。

发展初期,健康160是以在线挂号业务起步,但目前公司主营业务已转向医药健康用品销售,特别是通过批发模式向企业客户“卖药”。近几

年,健康160“卖药”收入在总收入中的占比均在70%左右,而批发模式2021年-2024年上半年,为公司带来了总收入的42.2%、57.8%、66.1%及67.2%。不过,健康160医药健康用品销售业务毛利率较低,2021年-2024年上半年,公司整体毛利率分别为31.4%、22.5%、21.8%和22.9%。但“卖药”的毛利率仅分别为4.0%、4.1%、1.9%和1.9%。公司解释称,批发模式的特点为毛利率较低;受电商平台市场竞争日益激烈的影响,数字零售药店收入减少所致。

2021年-2024年上半年,健康160营业收入持续增长,分别为4.23亿元、5.26亿元、6.29亿元和2.74亿元。但公司至今仍未实现盈利。健康160在招股书中表示,公司正处于业务快速扩张阶段,致力于扩大用户群以实

现长期增长。

除亏损外,健康160于业绩纪录期也录得流动负债净额、负债净额及经营现金净流出,面临着较大的资金压力。

而从经营指标来看,近年来,健康160注册个人用户数量逐年增长,但月活用户却呈下降趋势。2021年-2024年上半年,平均月活用户分别为390万人、330万人、310万人和300万人。与此同时,撑起公司批发模式业务的企业客户数量也在下降,截至2024年上半年,企业客户数量仅剩65家,而去年同期为174家。健康160表示,客户量下降是由于获客方式发生了战略性转变,公司将重点放在了采购需求较大的企业客户上。与之矛盾的是,公司招股书中指出,维持销售及未来业务前景的能力取决于与企业客户维持合作关系。