疫情致本地生活行业提前进入赛点 口碑饿了么今年要“All in”？

本报记者 贺 骏

猝不及防的新冠肺炎疫情给很多行业按下了暂停键，但也给一个行业按下了加速键——以外卖为代表的本地生活行业。能让久居屋中的人们活动一下的事，或许就是去小区门口喜出望“外”了。不过，在获得意外红利的同时，本地生活行业也被提前快进到“赛点”，一场新的战役已在吹号。

疫情尚未结束。3月16日，“2020阿里本地生活线上商家大会”在线上召开，主题是“新服务、新出发、赢未来”。这是阿里本地生活服务公司庚子年的首次发声，“男一号”是阿里本地生活服务公司总裁王磊。

10天前的3月6日，王磊刚刚被晋升至M7级，晋级意味资源调动、整合能力的进一步提高。

所有资源里，举足轻重的当数支付宝。

在王磊晋升前不久，阿里本地生活服务公司迎来了新任董事长——蚂蚁金服CEO胡晓明。至此，胡晓明已身兼阿里本地生活服务公司董事长、蚂蚁金服CEO、网商银行董事长、天弘基金公司董事长等多重身份。这样的架构寓意很明显，加强联动，携手出击。

2018年4月2日，阿里联手蚂蚁金服斥资95亿美元完成对饿了么的全资收购。2018年9月20日，美团在中国香港上市。2018年10月12日，阿里将饿了么与口碑两大业务合并，成立阿里本地生活服务公司。

成立一年来，阿里本地生活服务公司边整合边发展。2020年2月13日，阿里发布的2020财年第三财季（2019年第四季度）报告显示，2019年10月份-12月份，旗下本地生活平台营收75.84亿元，同比增长47%，其中饿了么的新增用户中有48%来自支付宝。

毫无疑问，这是一场特殊时期各方关注的开年大会。

“动物园”或变成“动物世界”

“疫情期间，不管是顺应潮流还是迫不得已，大量的之前很少做外卖的餐饮商户上线，因为堂食不让做了。对消费者而言，很多人之前可能听说过外卖，这时外卖还不是必须的，但在疫情当中这些消费变成了必需品”，阿里本地生活服务公司总裁王磊在会上直言，“如果一定要用一句话总结，我觉得疫情激发了本地生活数字化新服务的加速”。

一边是大量餐饮商户紧急上线，一边是商户们对不断上涨的佣金比例越来越在意，不少品牌连锁餐饮企业，不惜公开表示不满。

“很多商户朋友每次跟我聊，就两件事情：第一件事，费率能不能减？第二件事，流量能不能加？一减一加，很好理解。费率方面，我们的佣金相比整个市场已经低了3个至5个百分点了，贷款利息差不多是市场或者友商的一半”，王磊表示，流量方面，饿了么今年将与支付宝、淘宝、天猫、高德等多个国民级流量入口打通，每天为商户带来超过1亿的流量，“1亿的流量还有点保守，我担心的倒是商户们能否承受得住。我们会通过各种各样的方式，通过搜索、推荐的方式（来导流）。大家以后刷着刷着淘宝，如果忽然发现有个餐厅，有个健身房，不要觉得奇怪，这是我们整个大数据打通之后，为大家提供的营销推荐服务，帮大家更多的去服务消费者。”

打通阿里系各个流量入口并实现整合营销，正是此次大会的重点之一。对此，有分析人士对《证券日报》记者指出：“阿里旗下各个产品线都有一个动物LOGO，因此阿里也被形容为‘动物园’。实际情况其实也跟动物园一样，这些产品都在各自的笼子里或者地盘上，如果能够真正打通融合，那么美团所面对的将不再是饿了么，而是‘饿了么+支付宝+淘宝+天猫+聚划算+高德+飞猪+优酷……’，是来自整个阿里系的降维攻击”。

从“公域”流量到“私域”流量

1亿的流量是基础，眼下对于餐饮商户而言，巨头能不能给他们更多的想象空间，是他们更期待的。

比如，有没有不需要支付佣金的玩法呢？

在王磊看来，商户为平台带来的“公域”流量支付佣金是应当的，但如果商户把“私域”流量玩好了，就能省去这部分佣金。下一步，饿了么就是要教会商户们如何玩转“私域”流量。

阿里本地生活服务公司总裁 王磊

“什么叫公域？什么叫私域？简单而言，公域就是平台帮大家吸引了消费者来到你的店铺。私域就是本来这些人就是你的消费者。大家可能之前更多学习的是公域的营销方式，整个行业包括我们友商，都跟商户讲要上线，上的其实是公域。外卖的流量、团购的流量、排队的流量、预约自提的流量，这些是公域给到商户的，大家也为此付出了佣金。”王磊表示，“公域做的好，不代表私域一定做的好。公域与私域不是冲突的关系，从我们的角度来讲，会坚定以商家利益为中心，去推动私域的建设，让大家更好的利用支付宝小程序的红利去服务自己的私域用户。”

王磊举例称，大家都知道肯德基有外卖、有堂食，但不一定知道肯德基还有团购。这次疫情期间我们为肯德基做了一个非常完整的服务，将公域跟私域打通。公域吸引的消费者购买了团购券，通过私域的小程序去下单，然后到店自提。这些消费者是从公域引来的，在私域沉淀成为商家的会员。“肯德基上线该系统后，10天左右新会员迅猛增加；德克士上线该系统后，2个月新增了近30万会员。”

“我们会帮助商户做私域运营。我们做工具，做数据赋能，但是，我们零抽佣。这是你们的私域，我们就不应该抽佣。”王磊表示。

除了“流量”还要“流程”

对餐饮商户而言，无论流量来自哪里，至少有两个平台可供选择。但对已经进入赛点的两大平台而言，都希望自己是唯一。因此，除了流量之外，如何为商户提供全流程服务至关重要。因为一旦商家接受谁家的全流程服务，基本上就意味着“排他”了。

对于阿里而言，担纲这个任务的叫“数智中台”。“2020年，我们将为100万商户安装数智中台。”王磊表示。

从去年开始，“中台”成为互联网巨头们的热词。阿里本地生活的“数智中台”是2019年11月19日首次推出的，在这套系统中，商户可以统一管理饿了么、口碑、支付宝、淘宝APP等多个渠道的店铺，并实现阿里生态内的账户通、营销通、交易通、流量通。

简言之，这是一个包括SaaS、POS机等软硬件在内、面向餐饮商户的整体解决方案。比如：具备数据库和算法支持的智能POS机，可以归集订单信息、实时生成立体数据经营报告。在SaaS方面，除了美味不用等、二维火之外，阿里刚刚斥资8亿元收购了客如云。客如云是餐饮SaaS头部企业，自身就有大量的餐饮商户。

值得玩味的是，去年“数智中台”首次推出时，王磊公开表示的目标是2020年完成50万家商户的安装。没成想，仅仅3个月后，这个目标就“不带解释”的变成了100万家。

对此，有业内人士给出了自己的理解：“三线及以下城市很多都是熟人社会，商户此前并没有迫切的上线需求。这场疫情改变了一切，因为每个小区都封闭了。”

“中供”老将应召再度上阵

100万家商户，需要一家家推广、安装、培训、售后……这是一个浩大的工程。

起步做B2B时，靠“中供铁军”打下基本盘之后，阿里已经很久不需要或者不屑于做这种累活脏活了。这也给了当年的美团、饿了么以机会。

如今，为了4万多亿元市场规模的餐饮行业，阿里要重新下场了。

车好多集团COO雷雁群已于近期赴任阿里本地生活服务公司副总裁，主管地推工作。雷雁群早年是阿里地推部队——“中供铁军”的重要人物，先后在多个部门任职，2018年跳槽至车好多集团。

在业界看来，雷雁群“王者归来”的第一仗就是今年100万商户的安装目标。

对于大量还没有复工的商户而言，不排除复工的第一天，“堵”在门口的就是阿里的地推人员了。

不过，堵在门口的也许不仅有阿里人。与“数智中台”类似，美团于2019年12月17日推出了“下一代门店”解决方案，目标是“5年时间助力千万家”。今年3月11日，美团外卖改由美团高级副总裁兼到家事业群总裁王莆中统领。王莆中于2015年4月加入美团点评，此前是百度外卖的1号员工。

值得一提的是，3月10日，支付宝宣布升级，从金融支付平台升级为数字生活开放平台，公司口号由“支付就用支付宝”变为“生活好，支付宝”。可供比较的是，美团的使命是“让大家吃的更好，生活的更好”。

升级后的支付宝，最明显的变化是首页将增加饿了么的入口。

“新老同学”已经并肩上阵。

邮储银行800亿元永续债完成发行，国有六大行已全部发行永续债

商业银行发行永续债“补血”近7000亿元 20家银行受益资本补充

本报记者 吕 东

随着3月17日邮储银行对外宣布，该行800亿元永续债（无固定期限资本债券）成功完成发行，至此，六大国有银行已全部实施了永续债的发行。

《证券日报》记者注意到，随着邮储银行永续债发行完毕，自2019年至今，短短一年多时间，商业银行合计发行永续债融资规模已接近7000亿元关口，发行银行家数达20家，这对于上述银行补充资本，进而有效提升服务实体经济的能力将提供极大帮助。

全场认购倍数超2倍 提升资本充足率1.67个百分点

邮储银行本周二在中国债券信息网发布发布公告称，该行已成功完成2020年无固定期限资本债券发行，本期债券发行规模人民币800亿元，发行时票面利率为3.69%。这不但是今年以来国有大行完成发行的首单永续债，同时也是年内发行规模最大的一笔永续债。

《证券日报》记者发现，邮储银行此次无固定期限资本债券发行具有主体资质好、条款设置优、单次发行规模大等诸多“看点”。

经中诚信国际信用评级有限责任公司综合评定，邮储银行本期永续债发行主体评级及债项评级均为AAA。此外，邮储银行此前也获得了国际三大评级机构的认可，惠誉、标普及穆迪分别给予邮储银行A+、A及A1评级，居银行业最优水平；在条款设置上，本期债券为国有大型商业银行中首单以仅设定无法生存触发事件减记条款成功发行的无固定期限资本债券，进一步降低了减记风险，提高了投资安全性；邮储银行此次永续债发行规模达800亿元，一次完成发行，为2019年以来单次发行规模第二大的永续债。

此次邮储银行发行永续债的联席承销商阵容也十分强大，高达13家之多。除了中金公司外，还包括了工行、中行、交行、浦发、平安共5家银行以及中信证券、中邮证券、中银国际、国泰君安中信建投华泰证券、广发证券等7家券商。

邮储银行此次发行虽面临较为复杂的市场环境，但投资者认购火爆，全场认购倍数超2倍。同时吸引了包括政策性银行、国有大行及股份制银行、城农商行、保险公司、证券公司、基金公司、银行理财子公司和境外资产管理公司等机构在内的近百家境内外投资人踊跃认购。

此次永续债的成功发行，也将进一步夯实邮储银行资本实力。截至2019年9月30日，该行按照《商业银行资本管理办法（试行）》计量的资本充足率为13.27%，一级资本充足率10.55%，核心一级资本充足率9.55%。根据邮储银行募集说明书披露，本期债券发行完成后，募集资金能够提升该行资本充足率约1.67个百分点。

作为国有大型商业银行A+H两地上市的收官之作，邮储银行于2019年12月10日在上海证券交易所主板成功上市，发行规模达327.1亿元，是2010年以来规模最大的A股IPO发行。在A股发行的过程中，邮储银行创新性地引入“超额配售选择权”（或称“绿鞋”）并采用控股股东增持等措施。

银行发行永续债仍在提速 又有银行拟加入其中

自去年银行发行永续债进行资本补充大幕正式开启后，永续债的重要性愈发凸显，日益成为商业银行补充资本的重要工具之一。

2019年全年，发行永续债的银行数量就高达15家银行，合计发行规模达5696亿元。而截至目前，年内又有7家银行获批发行永续债。值得注意的是，上述银行中，除邮储银行外，其余6家银行全部为地方中小银行，合计380亿元，显示出监管部门对于中小银行资本补充的支持。

与此同时，仍陆续有商业银行加入到发行永续债的队伍之中。就在本周一晚间，北京银行发布公告称，该行董事会通过了《关于发行无固定期限资本债券的议案》，拟于境内市场发行减记型无固定期限资本债券，发行规模不超过人民币600亿元（含600亿元），募集资金用于补充公司其他一级资本。

随着邮储银行800亿元永续债成功发行，也极大地推高了商业银行永续债发行的累计规模。据统计，自2019年首单永债券完成发行以来，共计20只无固定期限资本债券在银行间市场完成发行，合计融资规模接近7000亿元大关，达6876亿元。

虎牙2019年收入近25亿元 受疫情影响今年月活用户突破7000万

本报记者 谢若琳
见习记者 林娉莹

北京时间3月17日，虎牙发布了未经审核的2019年第四季度和全年财务业绩。财报显示，2019年第四季度，虎牙收入达到人民币24.68亿元，净利润提升至2.42亿元，非美国通用会计准则（Non-GAAP）下，连续第九个季度盈利。同期，虎牙直播月均活跃用户数（总MAU）同比增长28.8%达到1.50亿元，移动端MAU（月均活跃用户数）同比增长21.5%达到6160万。

财报发布后，虎牙首席执行官董荣杰在分析师电话会议上表示，受疫情和寒假的影响，虎牙在2020年第一季度的移动端MAU或将突破新高超过7000万，用户时长也得到增长。2月初，虎牙还上线了在线教育品类“虎牙一起学”。

根据管理层公布的指引，目前虎牙预计2020年第一季度总收入将在人民币23.6亿元至24亿元之间。

直播收入大幅增长

从财报情况来看，2019年，虎牙总收入83.75亿元，同比增长79.6%；非美国通用会计准则下，经营利润为5.43亿元，同比增长114.4%，归属于虎牙的净利润为7.50亿元，同比增长62.7%。

具体到2019年第四季度，虎牙收入为24.68亿元，同比增长64.0%；非美国通用会计准则下，归属于虎牙的净利润为2.42亿元，同比增长44.9%。

营收构成方面，2019年第四季度，虎牙来自于直播的收入为23.46亿元，同比增长62.7%，占总收入的95.06%。增长原因主要是虎牙付费用户平均花费以及付费用户数量均有所增加，付费用户数量从2018年第四季度的480万增至本季度的510万。

此外，本季度虎牙来自广告和其他业务的收入为人民币1.21亿元，同比增长92.1%。该增长主要来自于游戏广告商的需求增加、广告主的多样性增强、2019年第三季度上线的广告投放平台的推动以及虎牙品牌在中国互联网广告市场得到进一步认可。在广告行业疲软的2019年，虎牙全年广告和其他业务的收入近4亿元。

在利润率方面，本季度非美国通用会计准则下，虎牙毛利率达到了19.5%，2019年第三季度为18.3%，上年同期为16.1%，规模效应和带宽利用效率的提升是本季度毛利率大幅增长的主要原因。

持续布局电竞领域

在过去的一年中，随着快手、B站、西瓜视频等平台的大举进军，国内游戏直播竞争格局日益激烈，针对B端的分成比例倾斜政策层出不穷。公司表示，面对新进竞争者，虎牙凭借变现能力的优势，足以保证利润不受影响：“从B端而言，分成比例优惠确实具有一定吸引力，但平台的变现能力决定了公会和主播的收入绝对值。”

回归公司自身，“电竞”依旧是虎牙在游戏直播领域的重点布局。去年第四季度，虎牙共直播了117场第三方电竞赛事，包括2019英雄联盟全球总决赛、绝地求生全球总决赛等，累计观看次数达5.3亿。2019年，继与Riot Games签署战略合作协议获得三年韩国LCK赛事独家中文转播权后，虎牙继续获得北美英雄联盟冠军联赛LCS、欧洲冠军联赛LEC的2020年度独家直播权，一举成为国内唯一拥有LOL四大赛区直播权的平台。

电话会议上，董荣杰提到，目前游戏厂商对赛事的投入越来越大，电竞在2020年或能够持续推动用户增长。他还表示，虎牙今年也将尝试做产品的多样化，可能会推出电竞社区、游戏陪玩等附加产品，尝试激活娱乐向视频业务，并持续关注云游戏。

自制赛事方面，2019年虎牙共举办了120场自制赛事，总观看人次超过2.8亿次，实现了近八成的同比增长。其中，去年11月虎牙直播联合旗下NimoTV及亚洲著名直播平台AfreecaTV筹备了一次绝地求生主播邀请赛，活动的成功显示了虎牙在电竞价值链的深度参与国际知名度的提升。

战“疫”复工两手抓 瑞泰科技多措并举稳生产

本报记者 向炎涛

“企业不停产、产品不停供、质量不降低”，这是瑞泰科技在疫情期间的真实写照。春节以来，瑞泰科技所属十几家成员企业中有三家持续未间断生产，其余绝大部分企业目前也已经有序复工复产。

疫情当前，瑞泰科技严格落实集团和总院关于疫情防控工作的部署，做好疫情防控和复工复产“两手抓”工作。各区域党委、所属企业党组织针对厂区情况精准施策，多措并举保证安全生产。

当好“领头雁” 党委引领保生产

疫情战斗打响，在中国建材集团党委和中国建材总院党委的统一部署下，瑞泰科技党委第一时间做好应急处置预案，全力做好疫情防控，保障企业有序生产。

在郑州瑞泰党委领导下，郑州瑞泰快速制订了企业疫情防控工作方案和应急预案，不等不靠，精准施策。比如复工以来，实行“内不出，外不进”的封闭式管理，公司员工全部吃住在公司内部，切断了与外界的人员流动，确保工作场所安全。公司内部采取了“三关闭、三减少、三分散”的具体措施，即关闭电梯、关闭澡堂、关闭活动室；减少会议、减少外出、减少接待；分散办公、分散业务、分散就餐。切实保障员工生命安全和身体健康，让员工安心投入生产经营第一线而无后顾之忧。

放眼郑州瑞泰各个生产车间，各生产线正常运转，智能化生产设备马力全开，已开始为客户装车发货，大家佩戴口罩，在做好防疫的同时，稳健安排，确保安全生产；通过远程办公管理等形式，协调各方，多措并举，保障生产；优化产品业务流程，以销导产，保稳提量，使公司各项业务正常有序推进，竭尽全力保证客户需求。

湘钢瑞泰在疫情期间面临原材料难以如期到达、物流受阻、运输成本增加、复工人员交通受限等诸多困难，但在南方中心党委强有力的防疫措施下，湘钢瑞泰最终克服困难，做好了湘钢、衡管、涟钢等钢厂材料的保供工作，华菱衡管还专门给湘钢瑞泰写来了感谢信。据介绍，湘钢瑞泰目前防疫工作正常开展，生产工作全面复产，1月至2月27日已累计完成产品产量10500吨，与去年同期相比略有增长。

筑牢“桥头堡” 捐款捐物履责任

在做好企业自身疫情防控工作，瑞泰科技各级党委还号召全体党员干部带头和员工自愿自发捐款捐物，为战胜疫情奉献“瑞泰”力量。截止到2月底，瑞泰科技总部及所属企业为疫情捐款捐物共计约60余万元，包括医疗物资、饮用水、消毒杀菌产品等。

与此同时，瑞泰科技各级党委充分发挥党组织和党员的引领示范作用，广大党员坚守在疫情防控最前线，工会和团委及时组建“阻击疫情”志愿者服务队，加强对近期返程居家隔离人员的人文关怀。

瑞泰马钢营销部一钢项目部陈强是一名中共党员和退伍军人，疫情期间，他始终坚守在工作岗位上。由于疫情期间运输较为困难，许多货物均在深夜到达，陈强就一直守到货物全部卸完后方才下班；在钢包修砌工作过程中，陈强亲自跟踪整个下线拆除和砌筑施工过程，时常钢包修砌结束下班时已是晚上九、十点钟了。也正是一次次不厌其烦的精心组织和沟通，疫情以来，陈强所负责一钢项目区域的生产保供工作始终运行稳定。

2月份“宅家炒股” 券商APP首现800万月活

本报记者 周尚伃

2月份，沪深两市成交额连续8个交易日破万亿元，全月日平均成交额为9936亿元，券商APP用户活跃度随之全线上升。

易观千帆最新发布的《2020年2月份移动APP-TOP1000榜单》显示（统计数据为月活跃人数），当月共有17家券商的APP上榜，月活跃人数全部增长。其中，华泰证券（涨乐财富通）正式首次跻身“800万月活俱乐部”，活跃人数为830.8万人，环比增长15.44%，这也是华泰证券APP首次月度活跃人数超800万人；其次是国泰君安（国泰君安君弘），活跃人数为472.6万人，环比增长18.7%；平安证券（平安证券）位列第三位，活跃人数为419.6万人，环比增长11.74%。同时，2月份，排名前14位的券商APP活跃用户人数全部超300万人，安信证券（安信手机证券）、国信证券（金太阳手机炒股）为新进。

从环比方面来看，2月份部分券商APP活跃度大幅增长，17家券商的增幅均在10%之上。其中，国泰君安（国泰君安君弘）环比大增18.7%位列第一；其次是光大证券（金阳光），活跃用户人数为216.6万人，环比增长17.28%。同时，中国银河（中国银河证券）、招商证券（智远一户通）、方正证券（小方）、华泰证券（涨乐财富通）的活跃用户人数环比增幅均在15%以上。

在线下券商分支机构营业受限的情况下，券商线上的各类活动可谓“风生水起”。直播、在线投顾、炒股大赛各类活动有声有色，并获得了投资者的支持。

易观分析师田杰认为，“券商近期一直在做财富管理转型，APP不再单纯作为一个炒股软件，而是综合投资理财平台。这一方面是行业竞争加剧，另一方面是国内证券行业加速开放，给了国内券商一个很好的发展窗口，现在是证券行业最好的时间点，金融开放加速、不缺政策利好、行业利润稳定，券商都要抓住这一轮改革窗口。从现状来看，目前还没出现太好的转型成效，过程仍有一些缓慢。”

本版主编 于德良 责 编 于 南 制 作 闫 亮
E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785