

快递业“流量地图”出炉 “收件人地址”显示内需走强外需减弱

■本报见习记者 昌校宇

近日,国家邮政局市场监管司副司长边作栋在国务院联防联控机制召开的新闻发布会上表示,在疫情防控 and 复工复产过程中,快递业充当了满足百姓生活必需品网购需求和支撑电商复工复产的重要角色。现在每天快递量超过2亿件,已基本恢复到疫情前的正常水平。

《证券日报》记者注意到,在部分外贸业务活跃地区,其快递总量虽然增长,但是“收件人地址”的结构发生了变化——境内业务持续上升,跨境业务明显下降。

记者4月26日从国家邮政局官网了解到,一季度,邮政服务业务总量累计完成711.6亿元,同比增长17%;邮政寄递服务业务量累计完成64.2亿件,同比增长6.7%;邮政寄递服务业务收入累计完成114亿元,同比增长3.3%。

其中,在快递业务量排名前50位的城市中,金华市位列第一,快递业务量累计完成116536.7万件;广州市位列第二,快递业务量累计完成

111201.9万件;深圳市位列第三,快递业务量累计完成94464.6万件。

义乌市(隶属于浙江省金华市)快递业务量在浙江省排名第一。其中,邮政和快递业务总量累计完成9.69亿件,同比增长36.71%;邮政和快递业务收入(不包括邮政储蓄银行直接营业收入)32.11亿元,同比增长17.39%。3月份单月,邮政与快递业务总量5.04亿件,同比增长73.02%。

楼丽丹进一步介绍,“一季度,义乌市国内邮政和快递业务量继续稳步增长,但跨境业务量有所下降。具体而言,一季度,国内快递业务收入28.05亿元,同比增长25.82%。跨境业务量达到0.2亿件,同比下降14.04%。业务收入4.06亿元,同比下降19.77%。”

受新冠肺炎疫情影响,国外部分消费者退款或取消订单的情况有所增加。楼丽丹透露,“以往过完春节后,出口的包裹量会逐渐回升,但今年以来,出口量一直未回升且持续下降。尤其是3月中下旬以来,海外疫情形势严峻,导致当地购买力下降,

电商销量也进一步下滑,跨境快递业务量呈下降趋势。”

复旦大学国际问题研究院研究员马斌在接受《证券日报》记者采访时表示,疫情也导致我国快递业营收结构发生变化,国内业务增长在一定程度上弥补了国际业务下降导致的缺口,义乌市快递业务量增长出现“出口转内销”的现象,正是这一变化的反映。

此外,若以省份来统计,在快递业“流量地图”上,快递业最活跃的地区是广东省。以快递业务量排名前50位的城市列表来看,前十位中广东省包揽4席,分别是广州市位列第二、深圳市位列第三、揭阳市位列第七、东莞市位列第九。

同时,《证券日报》记者注意到,批注在快递业务收入排名前50位的城市列表中,深圳市位列第二,快递业务收入累计1172491.5万元;广州市位列第三,快递业务收入累计1138233.5万元;金华(义乌)市位列第六,快递业务收入累计448701.2万元;东莞市位列第八,快递业务收入累计403141.7万元;揭阳市位列第十,快递业务收入累计231670.3万元。



以此来看,各地快递业务量排名与收入排名还存在差异。对此,苏宁金融研究院高级研究员陶金对《证券日报》记者表示,该现象主要是由两个因素造成。第一,各地快递业务的价格水平不同,如义乌市快递业集聚,使得其成本和价格明显低于广州等地区。第二,快递企业在相关地区还有若干增值业务等其他收入来源,

也在一定程度上导致了各地区业务量和收入排名不同。

对于疫情给快递业公司尤其是行业内上市公司带来的影响,国际新经济研究院经济行为与中国政策研究中心主任、博士郑磊在接受《证券日报》记者采访时表示,从国家邮政局公布的数据来看,疫情对快递业一季度整体业绩的影响不大。

宅经济霸屏一季度 移动互联网累计流量同比增长近四成

■本报见习记者 刘伟杰

4月25日,工信部有关负责人在国务院联防联控机制新闻发布会上表示,今年一季度,我国移动互联网累计流量同比增长39.3%,3月份当月日均移动互联网流量达到9.5GB,为近12个月以来最高点。

“一季度移动互联网累计流量同比增长近四成,主要原因在于疫情期间外出减少,导致人们上网时间与频次陡增,网购、生鲜配送、网络教育、在线医疗、直播等众多领域热度增加,反映出信息消费已渗透到广大居民日常生活的方方面面。”苏宁金融研究院消费金融研究中心高级研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时表示。

在付一夫看来,线上需求的增长

也催动了企业加快自身数字化转型,开拓线上业务的步伐,并催生企业音视频会议、远程办公、在线文档协同、云端存储等服务,增加了网络的使用频率,进而带动信息消费的稳步增长。

万博新经济研究院副院长刘哲在接受《证券日报》记者采访时表示,疫情期间“新经济”尤其是信息经济,线上经济保持了高增速,其增长动力来源于替代性需求和创新性需求。比如,零售电商解决了人们基本的消费需求,在线办公、线上会议为远程工作提供了重要的途径,在线游戏也丰富了人们居家隔离期的娱乐生活等。

家住北京丰台区某小区的80后住户许先生告诉《证券日报》记者,疫情期间自己的移动互联网流量主要花在了网络购物和社交软件等“宅经

济”方面。全家人日常所需的肉蛋奶、蔬菜水果等生活必需品,一般都是通过手机下单送菜上门,而且大多数是当天下单即可送达。

“疫情期间,为了确保学生们的学业不被耽搁而采用线上教学,做到‘停课不停学’。”北京某小学教师张女士接受记者采访时表示,授课完全通过直播的方式进行讲解,但并不是将传统的课堂授课通过网络直播的方式直接照搬上来,前期需要查询资料、利用网络技术等设计好课程,后期作业也都是在线批阅,这些都少不了要用到移动互联网流量。

刘哲认为,此次疫情冲击不但不大会阻碍5G、物联网、人工智能等新技术的进步,反而会刺激这些新技术的应用,在客观上使得“新经济扩张周

期”加快到来。

《证券日报》记者注意到,近日《上海市促进在线新经济行动方案(2020-2022年)》引发广泛关注,该方案聚焦无人工厂、工业互联网、远程办公、在线金融、在线文娱、在线展览展业、生鲜电商零售、“无接触”配送、新型移动出行、在线教育、在线研发设计、在线医疗等12个重点发展领域,意在将上海打造成为具有国际影响力、国内领先的在线新经济高地。

对此,中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林对《证券日报》记者表示,突发的疫情改变了众多消费者的生活方式,前沿性的新零售理念与“无接触配送”、“宅经济”等模式的融合已经成为一种时代趋势,众多新兴消费业态也因此得以发展、

扩张。而前瞻性的战略布局将为上海赢得新一轮先发优势。

谈及未来如何加速提升在线产业供给能力,扩大信息消费覆盖范围,付一夫表示,一是要加快信息通信基础设施建设,特别是加快5G的商用步伐,同时要助力贫困偏远地区尽快接通网络,享受到互联网产品与服务;二是应持续推动消费类电子产品的智能化升级,在智能硬件、智能家居、智能可穿戴设备、智能网联汽车等多个领域不断发力,丰富产品供给,并培育信息消费新的增长点;三是要加速企业数字化转型步伐,鼓励拓展各种创新业态和线上新模式,以此推动新一代信息技术向更多生产消费领域融合渗透,同时通过大数据分析优选产品、直播带货等方式来为消费者提供商品及服务。

透析“新基建”系列报道

新基建“定编”是对55个科技基础设施再确认 张江和中关村是成功的创新基础设施

■本报见习记者 倪楠

随着国家发改委日前首次明确“新基建”范围,即信息基础设施、融合基础设施、创新基础设施三大方面。相当于为“新基建”定编。其中,创新基础设施主要是指支撑科学研究、技术开发、产品研制的具有公益属性的基础设施,包括重大科技基础设施、科教基础设施、产业技术创新基础设施等。

“如果说5G、物联网、工业互联网等更加指向应用层面,那么,重大科技基础设施、科教基础设施、产业技术创新基础设施等就更加偏向基础科技领域。”资深电信分析师马继华在接受《证券日报》记者采访时表示,可以看出,新基建是具有系统化的基本建设工程,相互配合、互为支撑。

循序渐进

“重大科技基础设施、科教基础设施、产业技术创新基础设施等创新基础设施其实一直在进步发展。”苏宁金融研究院金融科技研究中心主

任助理王元对《证券日报》记者表示,此次对新基建概念的表述中,将科研领域的设施纳入新基建,是对先前政策方针的进一步延续。也是对前期科研基础设施的确认。

事实上,国务院在2013年就发布了《国家重大科技基础设施中长期规划(2012-2030年)》,强调了科研基础设施是突破科学前沿、发展经济与国家安全的基石。另据《国家重大科技基础设施“十三五”规划》,到今年年底,投入运行和在建设设施总量55个左右。其中优先级较高的9个项目,在2018年、2019年已相继立项和动工。

华夏幸福产业研究院研究员乔维对《证券日报》记者表示,已布局建设的55个国家重大科技基础设施,在科技创新和经济发展中发挥了引领作用,有力支撑了科学技术研究。

“目前我国科技成果转化水平较低,此次提出的科技基础设施建设,很大程度上也是希望通过孵化器、科技产业园、创新基地等各种形式的科技基础设施建设,进一步促进科技向产业转化的水平,弥补技术创新与产业应

用之间的鸿沟,解决技术走不出实验室的痛点。”乔维表示,目前已经建成的、比较成功的创新基础设施,如张江高科技产业园、中关村软件园等,已成为国家创新集聚地,很好地带动了相关产业的发展。“目前创新基础设施总体还处于起步阶段,产业规模很难估算,整体处于前期投入期。”

“加大创新基础设施投入,就是加大科研投入,参考海外相关经验,对科研投入比例比较高的产业和上市公司均会带来正面影响。”新时代证券首席经济学家潘向东对《证券日报》记者表示,科创板企业将首先受益,最为典型的便是5G信息技术、高端装备、新材料、新能源、节能环保以及生物医药等高新技术产业和战略性新兴产业,将会迎来重要投资机会。

潜力可期

“这些创新基础设施,尤其是重大科技基础设施涉及众多领域,因此,从宏观层面来讲,这些以中长期科教、科研为主要目的的基础设施,将会带动第二产业,以及第一产业的发展,对第三产业的直接带动作用相对弱一些,但会有间接带动作用。”王元表示,创新基础设施对于航天航空、军事科技等领域将发挥重要作用。

“创新基础设施建设本身的目标就是服务于数字经济产业发展,包括数字技术创新以及数字技术与传统产业融合,创新基础设施将进一步促进新基建所包含的数字技术及产

业发展,包括5G、AIoT、工业互联网等具有长远战略意义的新兴技术及产业的发展。”乔维表示,从短期看,首先受益的是高新科技园园区的发展。

“加大创新基础设施投入,就是加大科研投入,参考海外相关经验,对科研投入比例比较高的产业和上市公司均会带来正面影响。”新时代证券首席经济学家潘向东对《证券日报》记者表示,科创板企业将首先受益,最为典型的便是5G信息技术、高端装备、新材料、新能源、节能环保以及生物医药等高新技术产业和战略性新兴产业,将会迎来重要投资机会。

空间广阔

“目前来看,创新基础设施的主要建设资金应该还是来自政府投入和国有大型企业投入,资金回报率相对较低,但未来相关部门应该鼓励和吸引各方资本参与。”马继华表示,针对重大项目,可以通过定向融资、发行基金等进行资本支持。如果能发动民间力量参与到这些重大项目建设中来,除了能

够缓解资金压力,也可以带来参与感,从而得到巨大的社会动能和支持力。

潘向东认为,资本市场主要是支持5G信息技术、高端装备、新材料、新能源、节能环保以及生物医药等成长性板块的快速发展,这些板块前期受疫情影响出现较大幅度的回调,目前处于低估价值状态,未来将会迎来长期配置机会。

格上财富管理研究员张婷对《证券日报》记者表示,资本市场对创新基础设施和相关企业的支持,一方面是科创板为高新技术企业提供了很好的融资平台,扩大了相关企业的融资渠道;另一方面是再融资新规的出台,放宽了相关企业的融资条件。

“资本市场对数字新基建所包含的几个领域具有重要推动作用。”乔维表示,一些技术水平较高,具备硬科技属性的5G、AIoT、生物医药企业,将在科创板和创业板上市。在一些细分领域,预计会出现创新型赛道。从产业数字化角度看,尤其是在产业互联网和高端制造方面形成壁垒的企业,将通过多层次资本市场支持,获得更广阔的成长空间。

(上接A1版)

掌门人带队答疑释惑成趋势

在今年疫情的影响下,投资者对上市公司基本面更为关注。上市公司对业绩说明会的重视度明显提高,公司董事长或总经理大多选择出席。而这些专业权威人士的解答,也普遍获得了投资者的理解和认同。

“董事长对公司有全方位把握,参加线上年度业绩说明会,在传递信息上更权威。”兆易创新证代杨富珏对《证券日报》记者表示,投资者比较关心公司正在推进的一些重大项目,以及疫情对公司一季度甚至全年业绩的影响。针对疫情,公司采取了很多应对措施,不过目前还很难预判具体影响程度,投资者也都能理解。

“作为公司的一把手,董事长对公司的未来发展战略是最清晰的,直

接跟投资者交流,可使投资者更精确的获知公司的发展信息,对公司更有信心。”王艳涛表示,另外,董事长参加,也说明了对投资者关系管理的高度重视。

今年也是科创板公司年报的“首秀”。记者了解到,近期刊交所“行业主题周”为主线,组织科创板企业在上证路演平台举行网上业绩说明会,预计50余家科创板企业将参与,目前已有11家公司通过直播方式成功举办,且11家公司董事长均参加。

另外,在具体安排上,此次业绩说明会大幅增加互动时间,将常规的管理层业绩说明时间压缩至30分钟以内,其余均为投资者互动时间。

中微公司董事长兼总经理尹志尧博士在一个多小时的直播业绩说明会上,全程讲解了公司经营业绩情况,介绍了疫情对公司生产经营的影响及公司本年度决定不分红的主要考虑,并回复投资者关心、关注的问题。

“公司董事长对公司战略定位、产品技术、业务拓展和行业动向都了如指掌,深入浅出地介绍了公司情况,坦诚负责地回答了投资者关心的问题。”中微公司董秘刘晓宇对《证券日报》记者表示,感谢上交所科创板公司监管部和上证路演中心为业绩说明会提供的专业指导支持,会后众多行业研究机构 and 投资者给出了积极正面反馈,称此次业绩说明会成功传递了公司形象和投资价值,通过业绩说明会,也使投资者对公司目前情况及前景规划有更全面、深入的了解。

敬畏投资者价值观逐渐确立

去年5月份,证监会主席易会满在中国上市公司协会2019年年会上提出“四个敬畏”,上市公司必须谨记和坚持敬畏市场、敬畏法治、敬畏专业、敬畏投资者。

召开业绩说明会也是上市公司敬

畏投资者的一种表现。企业上市后就转变为公众公司,不再仅仅属于某一个股东或家族,不能等同于一般公司。上市公司从公众投资者获取融资,与投资者形成市场共生共荣体,需要承担尊重和回报投资者的义务。

刘晓宇认为,敬畏投资者有两个层面,一是形式上的重视,包括重视与投资者交流互动。董事长及公司上下都非常重视年度业绩说明会,路演材料等文件都是董事长审核把关;二是实质上的回报,在做好与投资者沟通交流的同时,公司团队齐心协力勤勉尽责,持续做大做强公司业务,为投资者创造价值。

“我们是提前2天发出公告,预留邮箱征集问题。一方面是希望能获得大家关注,另一方面也是希望能准备充分,多方征集投资者意见。”王艳涛对记者表示,董事长与投资者相互交流以后,尤其是机构投资者对公司未来发展的一些反馈,为公司未

来更加规范的管理和制定发展战略提供了借鉴思路。

“董事长出席公司本次业绩说明会,旨在提高公司透明度,增进投资者对公司的了解、认同和信心,同时也是保护投资者的合法权益。”徐佑军表示。

而在新泉股份的业绩说明会上,还来了一位特殊投资者——中证中小投资者服务中心(简称投服中心)。“投服中心对公司现金流提出了一个问题,我们做了详细和清晰的回答。”高海龙表示,投服中心代表中小投资者的发声,深入探讨问题,进一步提高了与投资者的交流效果。

业内人士表示,上市公司董事长、总经理等“关键少数”管理层人员,重视和参与投资者关系管理各项工作,可以让敬畏投资者之心成为上市公司群体的共同气质,最终形成普遍的、自发的敬畏投资者价值认同和文化沉淀。

红人经济全链模式驱动 天下秀超额完成业绩承诺

■本报见习记者 林婵莹

作为一家起家于“网红经济”的公司,天下秀数字科技(集团)股份有限公司(下称“天下秀”)近期在资本市场上备受追捧。4月21日,公司证券简称正式从“ST慧球”变更为“天下秀”,并摘除“ST”标识复牌。截至4月23日收盘,天下秀市值已达328亿元。

“公司的上市不仅充实了A股的新经济板块,也使‘红人经济’成为市场的一道风景线”,近日,天下秀创始人、董事长李檬在接受《证券日报》记者专访时表示,“天下秀上市后,除了将更好地充当红人经济发展势能的载体,我们也希望投资者可以分享公司的发展红利”。

全链模式赋能

在李檬看来,作为国内较早进入新媒体营销行业的企业之一,天下秀的成长离不开近年因社交网络发展而兴起的“红人经济”。

2010年微博进入公众视野,2013年公众号势头强劲、直播与短视频逐渐兴起,互联网迎来网络红人的“风口期”。而早在2009年,天下秀公司就已成立,随后扎根“红人经济”领域,逐步发展为国内领先的红人新经济企业。

“从博客时代开始,我们就有一个基本的洞察——红人IP和社交网络将会成为一种特别优质的信息载体,各商业和社会服务机构,都能借助红人IP和社交网络创造价值”,李檬对记者表示,“国内互联网的发展从门户到电子商务,未来次世代一定是红人新经济的时代。”

艾媒网发布的报告显示,早在2018年,国内网红粉丝总人数已增长25%至5.88亿人,并助推了网红数量增长幅度达51%。相关研究认为,在网红人数与粉丝规模持续双增长的加持下,网红经济市场规模及变现能力随之增强,为其产业链发展和完善提供了强大动力。

在此背景下,天下秀构建了WEIQ、SMART、TOPKLOUT 克劳锐和IMsocial 红人加速器四大平台,覆盖了为中小企业提供红人营销投放工具、为大型企业提供综合解决方案、为红人搭建价值评估体系、为红人成长孵化赋能的全产业链。去年,其WEIQ平台上的注册商家用户数超过6万户,注册红人用户数已超100万户。

“四大平台的相互契合和驱动,不是一两年就能发挥作用的。天下秀积累了10年,才真正启动了这个强劲的正向循环”,李檬表示,“例如公司自研的WEIQ新媒体大数据系统,在系统基础上,公司不断沉淀网络红人与自媒体的数据资源,建立了行业数据监测及价值评估体系,进而对广告主及自媒体进行高效撮合,实现精准投放。”

这一基于红人经济的全链模式,是驱动公司业绩增长的重要势能。公司年报显示,2019年天下秀实现营业收入19.77亿元,同比增长63.74%;实现归属于上市公司股东的净利润2.59亿元,同比增长63.79%;扣非后净利润为2.53亿元,超额完成2019年业绩承诺。

拟定增募资21.2亿元

值得一提的是,不同于常被诟病为“依赖单一网红”的MCN企业,天下秀旗下WEIQ平台被称为网红经济界的“滴滴”。对于这一特性,公司曾将其描述为“去中心化”的新媒体营销模式。

李檬对记者表示:“我们将所说的‘去中心化’不是没有中心,而是将天下秀作为一个新的红人经济生态中心。这个中心的主要功能就在于生态链上的各方合作伙伴——包括内容创作者、社交平台、消费品牌、终端内容用户都能在平台上互相连接,可以公平、高效、低成本地实现对接合作。”

“我们将内容创作者的流量导向品牌,品牌也可以同时合作多个KOL,不用承受传统平台中心化的高成本。平台自然就形成了红人经济的全链格局,类似马路和管线等生活中的基础设施。这其实更像是针对不同应用场景的一站式综合服务。”李檬补充道。

这也回应了外界关于“公司是否实质上是家MCN机构”的猜想。李檬表示,天下秀更像是个赋能的角色,MCN机构同样可以通过天下秀平台获得更好的商业变现渠道和发展空间。

事实上,天下秀的发展并未止步于成为红人经济生态中心。李檬认为,随着5G和社交商业主导新经济变局,预制科技经济时代将加速成形,“万物皆有粉丝”,大部分商业形态最终将围绕粉丝经济、IP展开,在这一背景下,A股上市不过是公司的一个新起点。”

“未来一段时期,我们将进一步承接粉丝经济的发展势能和商业红利,推动B2B2C业务。目前,我们正在推动西街美妆测评社区,红人电商数据赋能工具和新内容实验室等创新项目,主要方向是依托5G技术研发新型的内容形式,并以持续开放的平台,加大对红人和商家的赋能力度。”李檬向记者说道。

今年3月份,天下秀启动定增计划,拟募资不超过21.2亿元用于投资新媒体商业大数据平台建设项目、WEIQ新媒体营销云平台升级项目和补充流动资金。彼时的公告表示,项目建成有利于提升公司的核心竞争力,并巩固市场地位。

“对于民营企业来讲,上市等于是赋予了这个企业极高的信用评价。”在访谈末尾,李檬再次表达了公司作为上市公司企业的责任所在,“我们将合理运用好上市带来的真金白银的信用溢价,扩大资源投入推动公司平台的持续升级迭代,以更好地承接未来红人经济的发展势能,并让投资者们能共享公司的发展红利”。