

我在现场

快递业“9.9元包邮”底气从哪来？ 未来两三年将是“龙头”竞争关键期

■本报记者 李勇

5月20日，圆通速递召开2018年度股东大会。4月初履新圆通速递总裁的潘水苗在股东大会上表示，快递行业的增长还远未看到天花板，空间很大。2019年，公司的单票成本争取再降一角钱。不过，与市场一样，圆通速递董事局主席喻会蛟显然对潘水苗有着更高的期许。在股东大会环节，喻会蛟与潘水苗打趣道：“一角钱是你没来时就定下来的，你来了，目标应该定的再高一点儿。”

市场仍具较大潜力

“我朋友是在境外在电商的，他非常不解的一点就是，国内经常看到的9.9元包邮是怎么做到的”有参会股东如是提问。

针对参会股东的疑问，潘水苗表示，这个数字已经夸大了，实际比这更低的都有。潘水苗认为中国快递行业无论在效率方面，还是成本方面都更具优势。

他表示，国内快递的价格很低，快递企业的收入，平均在3元多，小件会更低。美国一个包裹平均9美元，中国电商包裹平均5元至6元人民币，快递企业平均单件3元多的收入，所以9.9元包邮不奇怪。

相关统计部门公布的数据显示，2019年1月份至4月份，我国快递服务企业业务量累计完成170.70亿件，同比增长24.8%，业务收入累计完成2135.40亿

元，同比增长22.8%。有快递行业的专业人士表示，随着我国电子商务的爆发式增长，快递行业也保持了较高的增速。虽然快递行业并不是一个暴利行业，由于数量巨大且保持着高增速，今年甚至有望突破600亿单。算下来，1单即便只是0.2元至0.3元的利润，总量也是极为可观的。

谈到未来市场空间潘水苗表示，“去年507亿个的包裹，今年预测会有600亿个包裹，快递的商业模式非常好，行业里一定会有大的企业产生，圆通是可能存在预期差的一家，利润和估值两个维度都有着改善的空间”。

“龙头”竞争转向“寡头”争霸

据统计数据，2019年前四个月快递行业集中度指数CR8为81.5，市场集中度持续向一线快递企业集中，而CR4变化则更为明显。前述业内人士认为，头部快递企业将会继续挤占二、三线快递公司的市场份额，强者恒强。

潘水苗认为，到去年为止，快递行业第一梯队与第二梯队无论在成本还是规模方面，差距都已经很大，行业今年已经进入一个“龙头竞争”的新阶段，即“龙头”向“寡头”转变的过程。这一过程竞争一定是激烈的。企业的发展战略、成本管控能力、精细化运营能力等方面将决定未来谁将崛起。

“‘龙头’向‘寡头’转变，最后一定会拉开差距，‘龙头’进一步分化，未来两三年是竞争的关键阶段。”潘水苗表示，圆通将对客户进行分级分层，



首先要服务质量做到第一。

“快递全产业链里面，派送是成本最高的环节。整个快递行业进一步提升效率、降低成本，就一定要在派送环节多动脑筋，末端的派送方式一定会变化。”潘水苗表示，“得终端者得天下，未来的末端派送是快递驿站，快递柜与上门服务相融合的，渠道将进一步下沉，以降低全链成本”。

此外，记者还从股东大会上了解到，2019年底，圆通速递80%的分检中心将完成自动化流水线覆盖，这也意味着操作成本的进一步降低，以及随着转运中心的全国布局完成和自动化分检线设备投入结束，今后，公司在购地和投资设备等方面的大额支出也将告一段落。

航空筑起未来竞争壁垒

在国内的快递企业中，圆通速递是少数经营航空机队的公司之一，截至目前，公司拥有12架正常运营的货运飞机。虽然航空机队给公司的单票成本带

来一定的压力，但也被圆通看作未来竞争的重要手段。

2018年，圆通成功中标香港国际机场高端物流中心发展项目，同时借助圆通国际在全球17个国家和地区拥有公司实体，在全球拥有54个自建站点。国际化战略也将成为公司未来成长的重要看点。

“公司将循序渐进，不会特别快的推进，短期内成本虽然构成压力，但长期会是竞争力。”潘水苗表示，“随着业务的国际化、国内市场分层分级的出现，航空板块将是不可或缺的”。他认为，无论是航空牌照、飞行员培养还是飞机运营的构建，航空都是一个壁垒很高的领域。

“现在的速递行业，跨境电商发展要快于国内的，在跨境方面，航空是最有效、最快捷的方式。”圆通航空董事长苏秀锋表示，“航空还是个开放的行业，不仅服务于自己的快递，服务的跨境电商出将给公司带来数据和流量，未来的协同效应会不错”。

雅戈尔上市20年分红150亿元 打造世界级时尚集团

■本报记者 周瑶

5月20日，雅戈尔集团股份有限公司召开2018年年度股东大会。本次出席会议的股东和代理人共275人，共持有16.84亿股，占有表决权股份总数的47.0337%，全部17项议案均获得通过。

雅戈尔成立至今已有40年，今年也是上市20周年。公司逐步确立了以品牌服装为主业，涉足地产开发、金融投资领域，多元并进、专业化发展的经营格局。董事长李如成向全体股东致辞中

指出，公司会围绕“智能制造、智慧营销、生态科技”三位一体建设，把雅戈尔建成世界级的时尚集团。

上市以来，雅戈尔在资本市场募集71亿元，分红150亿元，上缴税收250亿元；企业的净资产从10亿元增加到近300亿元。2018年公司营业收入96.35亿元，较上年同期减少2.07%，归属于上市公司股东的净利润36.77亿元，较上年同期增长1139.14%。股东大会分红方案为，10转4股派5元（含税），共派发现金红利17.9亿元。

公司在股东大会上通过了《关于投资

战略调整》的议案，议案中指出“未来将进一步聚焦服装主业的发展，除战略性投资和继续履行投资承诺外，公司将不再开展非专业领域的财务性股权投资”。

国际化方面，在成功并购香港亚洲医疗、美国MING WANG眼科中心、欧洲CB眼科集团等著名眼科机构后，雅戈尔眼科全球智慧“打下了坚实的基础”。陈邦表示，未来5年公司仍将通过并购一些全球有影响力的眼科中心，将先进技术以及管理经验嫁接到公司，从而增厚上市公司业绩。

雅戈尔计划投资17亿元，筹建三级甲等

标准的大型综合智能医院，打造医养结合的健康小镇。并筹划成立康旅控股有限公司，统筹运营酒店、旅游、健康、养老资产。目前，宁波普济医院项目已获得宁波市卫生健康委员会批准，并与中国科学院宁波华美医院（宁波市第二医院）签署全面托管协议，计划2021年一期项目450个床位建成投入使用。

董事长李如成说：“建立医院是我的梦想”。结合医疗资源少，床位紧张等现象，以及“消费90后、养老60后”的观点，雅戈尔打造健康、养生、养老相结合的小镇。

爱尔眼科董事长陈邦：眼健康市场空间巨大

■本报记者 何文英

从70个座位到120个座位，爱尔眼科年度股东大会的现场再次扩容。

“来参会的有36家机构投资者，另外还有一些机构投资者出于信任委托我们代为投票。”爱尔眼科证交所相关人员表示，之前公司高管在网络上跟股东们已经进行过一轮较为详细的沟通，不过还是有很多投资者希望现场聆听董事长陈邦对公司未来的战略部署。

事实上，每年的爱尔眼科年度股东大会都是一场信息盛宴。以陈邦为代表的高管团队都会将公司战略发展、市场开拓情况以及人才培养等海量信息与投资者分享。

陈邦表示，未来爱尔眼科有望延续30%的复合增长率，公司仍将依靠内生外延的增长，其中25%将来自于内生增长，5%来自于外延并购。

“二次创业”新十年起点

2008年，爱尔眼科营业收入为4.39亿

元，净利润6137万元；2018年，公司营业收入达到80亿元，净利润首次突破10亿元大关。10年间，爱尔眼科营业收入复合增长率为30.2%，净利润复合增长率为28.9%。

近年来，爱尔眼科和产业并购基金通过内生外延持续加快“广覆盖、深密度”的医疗网络布局。纵向推进省内省省会医院、地级医院、县级医院（视光门诊）分级连锁体系建设，横向拓展同城医院、视光中心（诊所）、社区眼健康服务中心的分级诊疗体系建设，形成了独具特色的眼健康生态圈。

“截至到2018年底，公司已经有90多家医院。并购的一些医院在进入爱尔眼科前营收几乎没有什么增长，但并购后增速达到10%以上，利润增速达22%以上，整个体系进入良性循环。”据陈邦透露，公司的并购基金储备有200多家医院，在培育成熟后将以公允价格注入上市公司。

在陈邦看来，2019年是爱尔眼科二次创业的元年、新十年的起点。具体而言，公司将建立起从省会城市、二级城市到县域地市的从上而下的医联体，通过每个城

市的医院、视光门诊中心以及健康站打造完整的眼健康体系，同时通过“互联网+人工智能”将线上线下全面打通。

国际化方面，在成功并购香港亚洲医疗、美国MING WANG眼科中心、欧洲CB眼科集团等著名眼科机构后，雅戈尔眼科全球智慧“打下了坚实的基础”。陈邦表示，未来5年公司仍将通过并购一些全球有影响力的眼科中心，将先进技术以及管理经验嫁接到公司，从而增厚上市公司业绩。

眼健康市场空间巨大

“眼科行业在我们这辈人身上不会有天花板。”值得注意的是，陈邦对行业天花板的定义有了新的诠释，此前他的描述是“至少十年内看不到天花板”。

据介绍，仅视光业务一项便足以支撑爱尔眼科未来业绩高速增长。目前，中国近视患者人数已多达6亿人，特别是近视人群高发化、低龄化。“视光业务是一个可持续性的战略细分市场，爱尔

的定位是眼健康的守护者，青少年近视防护专家。青少年近视防控周期长，未来视光项目将以比较高的增速推动公司的业绩增长。”爱尔眼科总裁李力说道。

此外，随着中国社会结构进入老龄化，由年龄增长带来的眼病也将呈现增长趋势。据统计，截至2015年末，全国60岁及以上老年人口为2.22亿人，预计2050年将达到4亿人以上。以导致失明的最主要原因——白内障为例，该眼病多见于50岁以上人群，且随年龄增长而发病率增多。

“公司最好的省会城市医院还不到5亿元营收，地级市目前还没有超过2亿元营收的医院。”财务总监刘多元表示，即便像爱尔眼科这样级别的眼科龙头企业，仍有不到10%的市场占有率。

爱尔眼科一季报进一步为眼科市场空间做了详细注解。在去年同期高基数基础上，2019年一季度公司实现营业收入22.45亿元，同比增长28.50%；实现归属于母公司的净利润3亿元，同比增长37.84%。

2017年分别为84.4%和93.1%。其中，最具代表性的游戏便是《天天斗地主（真人版）》。

值得注意的是，去年1月29日，文化部颁布了《网络游戏暂行办法》，针对网络游戏虚拟货币发行和交易服务等经营活动明确了相关规定与监管措施，并明令禁止任何游戏涉赌行为。一时间，诸多虚拟货币和房卡模式盈利的棋牌类游戏，皆走到了监管的刀尖上。

但“腾讯”光环也无法掩盖公司产品单一并存在监管风险的事实。招股书显示，禅游科技主营业务为棋牌类、其他休闲类手机游戏的开发与运营；2018年，公司实现营业收入5.55亿元，同比增长20.46%；但其中，公司仅“斗地主”系列牌类游戏就贡献了4.21亿元的营收，占比高达75.8%，这一占比在2016

禅游科技上市逾1月仅涨5天“跌成仙” 业绩依赖“斗地主”或存监管风险

■本报记者 赵琳 见习记者 林堯堯

“斗地主”游戏本是一种十分欢乐的游戏，但作为“斗地主”游戏开发及运营商的禅游科技并不那么“欢乐”。自4月16日上市以来的22个交易日里，该股股价仅有5个交易日上涨，截至5月21日收盘，当日股价下跌6.12%至0.92港元/股，已然成为“仙股”。

头顶“腾讯”光环、上市首日较发行价暴涨逾30%的情形似乎还历历在目，但为何不到一个月时间，禅游科技就“玩不转”了。针对此问题，《证券日报》记者向禅游科技去采访提纲，并多次致电公司投资者关系部的公开联系方式，截至发稿毫无回应。

华盛通高级研究员何松桦对记者

表示，“公司最大的问题在于业务过于集中在棋牌类游戏。以目前的手游监管态势看，这类游戏未来过审的概率较低，公司的成长性难以保证，因此风险也会比较大”。

4月16日，禅游科技正式在港交所挂牌上市，首发价格为1.23港元/股。在国内游戏行业回暖的影响下，公司上市首日状况火爆，开盘1.49港元/股，当日报收1.61港元/股，较发行价涨幅逾30%。

但好景不长，受港股调整以及网络游戏板块低迷影响，禅游科技上市次日便下跌，并在5月10日跌破发行价。

价值回归。”

资料显示，禅游科技成立于2010年，公司多位核心高管乃至创始人皆具有腾讯背景。其中，公司CEO叶舟和CTO杨民曾分别任职腾讯QQ游戏产品部门的产品总监和开发总监，公司CFO黄海燕则曾于腾讯科技担任结算分析师，而公司创始人曾李青更是腾讯公司的五位创始人之一。

但“腾讯”光环也无法掩盖公司产品单一并存在监管风险的事实。招股书显示，禅游科技主营业务为棋牌类、其他休闲类手机游戏的开发与运营；2018年，公司实现营业收入5.55亿元，同比增长20.46%；但其中，公司仅“斗地主”系列牌类游戏就贡献了4.21亿元的营收，占比高达75.8%，这一占比在2016

提高上市公司质量系列报道

把好入口和出口两道关 实现市场优胜劣汰

■本报记者 朱宝琛

提高上市公司质量，在推动优质企业上市的同时，也要严格退市制度，将不再符合上市要求的企业清理出去。

这一点，证监会主席易会满日前已经明确表态：加快推进资本市场综合性改革和对外开放，坚持增量和存量并重，把好市场入口和出口两道关，以增量带动存量，实现市场化优胜劣汰，持续提高上市公司质量，以关键制度创新促进资本市场健康发展。

入口：IPO“即报即审”趋势明显

根据证监会最新公布的数据，截至5月16日，IPO排队企业共有322家，其中，上交所主板企业122家，深交所中小企业板企业70家，创业板企业129家，另外，还有1家试点创新企业，为小米集团。这一数据较年初有所增加。

统计数据显示，自3月份新一轮发审委上市以来，截至5月19日，已经审核了30家企业的IPO申请。其中，28家获得通过，2家被否，通过率为93.3%。

通过对比，记者注意到，上一届发审委履职的2018年3月和4月，IPO过会率分别为58.33%和57.89%。

原因何在？联储证券温州营业部总经理胡晓辉在接受《证券日报》记者采访时表示，从过会企业来看，上市公司质量并没有降低，企业无论营收还是前景大多都是佼佼者，因此并不存在监管审批放松的因素；从市场来看，自我约束力加强是其根本因素。

“近年证监会一直在加强基础制度建设，加强信息披露等措施，是直接带动上市公司质量提升的主因。”胡晓辉说。

中证机构间协同研究负责人左剑明对《证券日报》记者表示，今年IPO审核通过率提升，主要有两方面原因：其一，企业的质地得到了一定程度的提高。在过去很长的一段时间当中，有“先排队后上车”现象的存在，这是因为存在“堰塞湖效应”，企业排队时间往往都会超过两年，甚至三年以上，所以会有先匆忙排队的过程。现在“堰塞湖”已经基本上得到有效缓解，排队时间已经压缩到了9个月到12个月，所以很多企业会把规范性先做好再去排队。其二，过会企业数量相对比较少，这与去年同期相比后就可见一斑。“个人认为，只有那些经过精挑细选后的企业，才会有上会的可能。”左剑明表示。

值得关注的现象是，“即报即发”的趋势愈发明显，多家企业从过会到核发批文周期明显缩短。

四川天味食品集团股份有限公司是新一轮发审委成立以来，审核的第一家企业。公司于今年3月12日上会并获得通过，3月22日，证监会核发了公司的IPO批文，用时只有短短的10天。

这与半年之前过审的IPO企业需要平均5个月时间才能拿到批文的审核速度相比，有了非常明显的提升。对此，有分析认为，2019年至今过会企业存量消化

已基本完成，剩余个别2019年之前过会但尚未拿到批文的或多或少存在一些问题需要解决，因此IPO实际上已经进入了“即报即发”的节奏，这种情况或与科创板的开闸审核存在一定关联。

出口：退市公司数量明显增加

提高上市公司质量，一方面是要把好“入口关”，另一方面，则体现在“出口”方面，即退市。

5月11日，证监会主席易会满明确表示，要探索创新退市方式，实现多种形式的退市渠道。对严重扰乱市场秩序、触及退市标准的企业坚决退市，一退到底，促进“僵尸企业”“空壳公司”及时出清。

话音刚落，5月17日，沪深交易所决定，依法依规对*ST海润、*ST上普、*ST华泽、*ST众和4家公司的股票实施终止上市。

在业界看来，这再次向市场表明了沪深交易所切实承担起退市主体责任、严把退市出口关，坚持“有一家退一家”的监管态度。

中国人民大学营商环境法治研究中心主任叶林认为，退市是一个至关重要的基础性制度。要严格落实退市主体责任，坚决做到“出现一家，退市一家”，退市标准一定是独立系统，不可以与上市标准绑定。

《证券日报》记者注意到，此次退市的四家公司，3家是因为连续亏损触发退市机制，1家则是因为无法出具审计意见造成的。

左剑明对《证券日报》记者表示，今年的上市公司退市比例或者退市数量已经开始得到一个提升，这一方面会诉求大家，对于提高上市公司质量不能够单纯的通过一个“入口”的角度来进行，出口也要打开，就是淘汰落后的一些企业，而这在过去很长一段时间中都曾被市场所忽视，现在已经进入到实质性阶段。

另一方面，是严格执行退市制度。过去上市公司可以通过财务美化或者是资产重组来“保壳”，如今“保壳”难度会提升，因此退市的企业数量势必会得到一个提升。

“资本市场制度建设越来越完善，近期退市制度的执行明显提速，这将推动集体诉讼及损害赔偿两个资本市场基石的加速推进。”胡晓辉对《证券日报》记者表示。

他进一步表示，我国资本市场成立近三十年来，始终有一个“怪圈”，就是估值偏高，投资者也始终围绕估值作为投资的参考。殊不知，由于退市制度的缺失，长期以来我们的估值处于失真状态。“很简单的一个逻辑，市场中大量的亏损股，甚至是万倍市盈率股的存在，严重干扰了投资者做出正确判断。”胡晓辉说，而从另一个角度看，亏损股、问题股这些股市“不死鸟”的存在，严重扭曲了正确的投资理念，炒题材、炒概念、炒垃圾股，甚至专门有所谓“牛散”因为投资暂停上市股而一夜暴富，这种扭曲的价值观严重制约了市场发展。

除了退市，今年以来还有9家公司被暂停上市。这一数据较往年大幅增加。

东音股份回应重大资产重组： 罗欣药业“仿创结合”实力闯关A股

■本报记者 周瑶 见习记者 吴文婧

5月21日下午，东音股份在深交所召开重大资产重组媒体说明会，就拟通过重大资产重组、股份转让、发行股份购买罗欣药业99.65%股权的相关事宜予以回应。

此次拟借壳东音股份重组上市的罗欣药业初步作价75.69亿元，重组预案中，根据承诺，罗欣药业在2019年度、2020年度和2021年度实现的扣非归母净利润将分别不低于5.5亿元、6.5亿元和7.5亿元。在制药行业整体增速放缓的背景下，罗欣药业能否保持较高的净利润增长率以实现业绩承诺成为了市场关注的焦点。

谈及企业业绩承诺的可实现性，坤元资产评估高级经理应丽云表示，罗欣药业投资建设的医药中间体及无菌原料药工厂已建立化学原料药生产体系、抗肿瘤原料药生产体系。同时企业建立近千亩的原料药产业园，在降低自有制剂成本的同时，也增强了自身在原料药的综合实力，规模化原料药业务为罗欣药业在国际上的布局提供了基本的保障。

随着行业政策的出台，医疗体制改革和行业战略转型升级进一步加速，对于企业仿制药一致性评价的进展情况，罗欣药业运营总监曾勇提到，目前公司已开展多个品种的仿制药质量和疗效一致性评价的工作，其中，重点产品“润津（盐酸氨溴索片）”以全国第二的成绩已顺利通过了仿制药质量和疗效的一致性评价。

曾勇向记者表示：“罗欣药业的注射用兰索拉唑等6个产品也已经完成了一

致性评价的申报，企业正在积极开展多项仿制药品种的研发工作，而且有个是有首仿优势的品种，这些品种的上市将进一步丰富公司的产品线布局及市场竞争力。”

近年来，罗欣药业一直坚持仿创结合的策略，在罗欣药业执行董事刘振腾看来，创新药是制药企业创新能力的重要体现，也是满足目前临床需求的手段。罗欣药业的创新药产品管线布局合理，在消化系统、抗肿瘤和其它的疾病具有很强的竞争力和临床用药的先进性。

“公司引进国外先进的技术和产品丰富创新药产品管线，相对自研来说这个速度更快，可以更快地把产品推向市场。”曾勇透露称，“从韩国希杰健康引进的治疗胃肠道疾病的竞争性钾离子阻滞剂LX-1-15028项目正在进行III期临床研究，我们估计这个产品能够在2021年就可以获批进入市场，所以我们的创新药是会为未来三年业绩带来销售贡献的”。

据记者了解，除了引进创新药之外，罗欣药业也布局了多个具有全球自主知识产权的1类创新药项目。其中，治疗晚期乳腺癌的项目LX-039已于2019年4月份获得国家药品监督管理局的临床试验默示许可，即将开展临床试验。

谈及企业的长期发展战略，罗欣药业执行董事刘振腾表示，罗欣药业未来将以“工业板块为主，商业板块为辅”的策略，结合配送资源、供应链体系来支持公司的长期发展。其还强调，罗欣药业的商业布局是为工业板块业务服务，而不是把商业板块做成单纯的物流配送业务。