

房企车企商场都玩直播卖货 传统行业战线上营销

■本报记者 李春莲 张敏

疫情影响下,不少行业开始探索创新模式,就像2003年催生了淘宝、京东等一批线上零售一样,这次疫情也在加速行业变革。

从2019年火到2020年的李佳琦带火了直播带货。近日,房地产、汽车、零售等多个行业纷纷学习“李佳琦”,宣布将进行直播卖货。此外,《证券日报》记者在投资者互动平台发现,有不少投资者在追问公司是否有直播的计划,催促公司赶紧把直播做起来。

在业内人士看来,2019年火到不行的直播,正在迎来行业的新拐点,传统行业也有望借此实现变革。

房企汽车商场 线上直播搞起来

《证券日报》记者从济南龙湖某销售人员处得知,春节期间,公司7个在售项目每天都会进行至少两场直播活动,单场在线人数多达2万人。

“现在不少房企都在做线上直播。这种面对面、一对多的交流方式更加符合现在买房人的需求,客户观看直播时可以留言互动,主播进行现场作答,买卖双方得以双赢。”上述销售人员向记者表示。

与此同时,受特殊时期的影响,各

大商场客流大幅下降,销售业绩受到了极大影响。寻找新途径,成为商场和商户共同努力。

西单大悦城向《证券日报》记者介绍,为了保持消费者黏性,维护品牌好感,提振商户信心,购物中心在丰富小程序线上商城的商品和品类同时,启用商场+品牌联合在线直播的方式,邀请各大品牌的金牌导购在线分享、带货,然后通过小程序线上商城和店长微信群作为后续商品售卖、服务的渠道。

“目前系列直播在有节奏的推出,以辅助消费需求释放和拉动商户销售,同时持续增加消费黏性和粉丝沉淀,维护品牌影响力。”西单大悦城介绍,2月10日推出了首场抖音雅诗兰黛专场直播,其他系列直播将相继推出。

与此同时,车企也纷纷尝试线上直播“卖车”。

为应对疫情影响,宝马官方宣称,自2月10日起,BMW实车互动平台将被植入宝马中国、宝马客户服务中心微信公众号。同时,宝马同步推出专场直播的互动形式。将从2月10日起,在BMW天猫官方旗舰店和BMW京东官方旗舰店,每天开设专场直播,全方位讲解BMW车型,网友可以通过弹幕实时互动。

受新冠肺炎疫情影响,特斯拉于2

月2日暂时关闭了在中国大陆的所有线下门店,但特斯拉已经在春节期间开启了线上直播卖车模式。

《证券日报》记者粗略统计,开启线上卖车的还有长城汽车、小鹏汽车、蔚来、北汽、一汽等多家车企。

北汽有关人士向《证券日报》记者表示:“疫情危中有有机,一方面抗击疫情的各类特种车、物流车需求激增,同时,由于人员须避免聚集,在这个非常时刻和非常场景下,私家车比公共交通工具更安全,所以尽管当前我们的生产经营会受到一定影响,但我们也要根据形势变化和市场需求,抓住机会、快速响应”。

传统行业赶新潮 改革提速

实际上,早在去年,看到直播卖货如火如荼,美的、格力、海尔、TCL等家电品牌也纷纷开启家电直播卖货的探索之路,在自家官方旗舰店开启直播,开展在直播赛道上的全新探索。而此次疫情成为企业开展直播卖货的催化剂。

“我们正在加快营销的线上转型,正在研究出台针对性地销售政策,用全程非接触式+送车上门等手段,满足特殊时期的购车需求。要用创新手段去开拓市场,去夺取抗‘疫’和经营的双重胜利。”北汽有关人士向《证券日报》记者表示。

友阿集团的统计数据表示,友阿多个不同类目品牌直播间的访问人数及成交金额递增爆发时间节点和疫情暴发的时间节点都基本吻合,明显上升趋势均出现在1月30日前后。春节期间线上销售同比增长了150%。

直播卖货成为潮流之时,投资者也纷纷对上市公司“建言献策”。

有投资者在互动平台上向舍得酒业提问称,“淘宝一哥”李佳琦,直播卖金条火腿5分钟,上市公司销量暴增1600%。“淘宝一姐”薇娅直播贵州飞天茅台,2100多万人在线抢,500瓶秒光,直播泸州老窖的囤窖1573,也是秒光。请公司抓紧与李子柒、李佳琦、薇娅等网红合作。对此,舍得酒业的董秘表示:“公司高度重视开拓创新销售渠道,将大力开展白酒直播带货,建立完善的直播销售逻辑。”

另外,星期六的投资者也称,直播平台除了销售女鞋以外,是否同时销售其他产品品类?是否也可以考虑销售可穿戴类电子产品与5G概念挂钩?公司方面回复称:直播平台可以销售产品类别多样,未来销售品类仍有进一步扩大的计划,您提到的商品也会考虑的,公司会根据市场需求、目标客户群体以及供应链情况等综合调整商品组成。

汽车行业在疫情之下持续承压,但据《证券日报》记者了解,在延迟9天复工后,2月10日,除了疫情最为严重的湖北省,部分车企已开启复工,逐步进入开工状态。

截至2月13日,《证券日报》记者以“企业是否已经复工复产、零部件供应链是否受影响、库存以及停产损失如何、对于复工的期望和实际困难”为题,采访了多家主流汽车企业和经销商集团,对复工复产情况以及应对疫情做出的政策调整进行了梳理和汇总。

身处武汉的车企如今状况如何,是投资者最关心的。为此,《证券日报》记者采访到了东风日产市场销售总部副总部长张继辉,他表示,湖北是东风日产最重要的市场之一,市场份额在合资非豪华品牌中排名第一。东风日产已经从2月10日起正常上班,但考虑到疫情防控安全,各地工厂复工时间,会根据供应链和当地政府要求有序开展。

事实上,湖北和武汉是重要的汽车生产基地,若零部件生产和物流受制,将会成为全国主机厂能否顺利开工的制约因素。对此,张继辉表示,疫情发生以来,东风日产各地工厂已做好生产预案,1月份-2月份整体车源可以满足。随着湖北省内企业的复工,零部件生产、物流等将陆续恢复。后续,我们还将对疫情影响严重区域开通绿色通道,保障车源供给。

“总体来看,这次疫情只是短期的,对汽车行业的影响也是暂时的。中国经济包括中国车企的内生动力大、韧性强,经过一段时间恢复,中国车市必将重现生机,消费者的购车刚性需求将随着疫情的控制得到释放和激发。”张继辉对记者表示。

面对尚未解除的疫情危机,长安汽车为复工复产开展了一系列准备工作。长安汽车总裁朱华荣在接受《证券日报》记者采访时表示,受疫情影响,汽车行业全产业链都受到了一定程度的冲击,长安汽车上下游产业链也不例外。目前在生产经营、产业链供应、后勤保障等方面整体风险尚属可控。

库存方面,“长安汽车库存水平一直控制在比较好的状态,基本能够满足疫情期间的市场需求。”朱华荣强调,做好疫情防控是长安汽车当下首要的工作,是不计成本、不计

主流车企发挥表率作用 复工复产有序进行

多家车企高管称全面复产仍需时日

■本报记者 龚梦泽

汽车行业在疫情之下持续承压,但据《证券日报》记者了解,在延迟9天复工后,2月10日,除了疫情最为严重的湖北省,部分车企已开启复工,逐步进入开工状态。

截至2月13日,《证券日报》记者以“企业是否已经复工复产、零部件供应链是否受影响、库存以及停产损失如何、对于复工的期望和实际困难”为题,采访了多家主流汽车企业和经销商集团,对复工复产情况以及应对疫情做出的政策调整进行了梳理和汇总。

身处武汉的车企如今状况如何,是投资者最关心的。为此,《证券日报》记者采访到了东风日产市场销售总部副总部长张继辉,他表示,湖北是东风日产最重要的市场之一,市场份额在合资非豪华品牌中排名第一。东风日产已经从2月10日起正常上班,但考虑到疫情防控安全,各地工厂复工时间,会根据供应链和当地政府要求有序开展。

事实上,湖北和武汉是重要的汽车生产基地,若零部件生产和物流受制,将会成为全国主机厂能否顺利开工的制约因素。对此,张继辉表示,疫情发生以来,东风日产各地工厂已做好生产预案,1月份-2月份整体车源可以满足。随着湖北省内企业的复工,零部件生产、物流等将陆续恢复。后续,我们还将对疫情影响严重区域开通绿色通道,保障车源供给。

“总体来看,这次疫情只是短期的,对汽车行业的影响也是暂时的。中国经济包括中国车企的内生动力大、韧性强,经过一段时间恢复,中国车市必将重现生机,消费者的购车刚性需求将随着疫情的控制得到释放和激发。”张继辉对记者表示。

面对尚未解除的疫情危机,长安汽车为复工复产开展了一系列准备工作。长安汽车总裁朱华荣在接受《证券日报》记者采访时表示,受疫情影响,汽车行业全产业链都受到了一定程度的冲击,长安汽车上下游产业链也不例外。目前在生产经营、产业链供应、后勤保障等方面整体风险尚属可控。

库存方面,“长安汽车库存水平一直控制在比较好的状态,基本能够满足疫情期间的市场需求。”朱华荣强调,做好疫情防控是长安汽车当下首要的工作,是不计成本、不计

代价的,只有最短时间控制住疫情,社会付出的整体代价才最小,企业才能尽快恢复正常的生产经营。

作为自主品牌领头羊之一的吉利汽车,集团副总裁、集团销售公司总经理林杰在接受《证券日报》记者采访时表示,从目前的情况来说,疫情对一季度乃至上半年的车市会造成比较大的影响,尤其是对疫情严重的武汉、台州、温州等地的零部件企业会带来较大影响。

“目前吉利汽车的库销比处于合理水平,短期内还能够满足市场需求,大概能卖一个半月左右,但如果疫情持续到3月份的话,个别热销车型、热销款会出现断货的可能。”林杰对记者表示,当前疫情的防控峰值和拐点还没出现,疫情的持续时间越长,对企业的生产经营的影响也会加大。但从整体来说,目前疫情影响是暂时、可控的,对全年生产、供应不会受到较大影响。

对于行业普遍关心的零部件供应和生产环节,林杰告诉记者,吉利已经做好了上下游的风险防范,提前与供应链相关企业及时沟通。“我们会从市场端倒排制定计划,并结合供应链情况及人员安排,做出排产计划和员工分批上班的安排,确保正常上班后可以迅速恢复生产。”

谈及对于复工的期望和目前的实际困难,林杰表示,集团公司严格执行有关部门关于延长假期、延迟复工的要求,保证企业全体员工的安全健康。他认为,面对困难体系力稳健成为第一要务,“这包括供应链的稳健和营销系统的稳健。集团已出台政策,从松绑销售指标、贴息支持、取消相关考核、等多方面给予经销商更多的支持。保持渠道动力,同时稳定市场占有率。”

此外,据长安福特相关负责人对《证券日报》记者表示,目前,由于去年底上市的新产品既供不应求,大量订单无法交付。同时出口中东的业务都有明确的时间节点要求,长安福特已向重庆市政府申请于2月10日复工并得到批准。

于2月10日起开始复工的还有上汽通用五菱。公司相关负责人在接受记者采访时表示,上汽通用五菱能够部门已与2月10日起开始复工,2月10日至2月14日期间实行弹性工作模式。制造部门计划2月15日开班生产。经销商方面,在条件允许的地区,确保安全的前提下,经协商采取轮流值班的方式来服务用户。

银行业金融战“疫”在行动

农行广州流花支行火速为医院开通二维码

■本报记者 徐天晓

小小二维码,连接了用户与商户,便捷了每个人的支付生活。

疫情期间,银行接到大量开通缴费二维码的“加急订单”。记者复盘了一例紧急帮助医院开辟二维码收款渠道险的案例。

农历大年二十九17时下班前,农行广州流花支行信用卡与网络金融部副经理郑淇天临时接到了一项任务——当日为一家医院的发热门诊增设缴费“二维码”。

记者了解到,郑淇天接到的这项“任务”,要经过多个环节的审批:在收集整理完各项资料后,先由所在银行的一级支行进行审批,然后分别由市级分行和省级分行再次进行审批,一般来讲业务的平均办理周期为两周。

但医院向银行提出了“当日增设”这一“非常”需求,也是从疫情防控的大局考虑。

据记者了解,在没有暴发大规模高传染性疾病的情况下,医院往往是在收费窗口用传统POS机收费的形式收费。但是,在高传染性的新冠肺炎出现后,去收费窗口排队缴费容易造



曾梦/制图

成交叉传播。而缴费二维码可以直接贴在急诊病房,病人用手机扫码即可缴费,减少交叉感染。这也是医院订单“加急”的原因。

郑淇天对记者说:“在收到请求后,我们支行由支行一把手牵头,迅速抽调业务办理所涉及的信用卡与网络金融部、运营管理部、综合管理部、机构同业部的相关人员组成专项小组。同时流花支行、广州市分行、广东省分行的相关负责人也都紧急返回工作岗位。”

郑淇天对记者回忆道,“在收到医院提供的初步材料后,我与站前路支行行长洪德燕迅速赶到了医院的急诊科办公室,与对方敲定了具体方案,完成材料收集。随后赶回行里,经过支行主管行长签字,综合部盖章,以及在系统上操作后,完成了支行层面的审批。随后,广州市分行、以及省分行也陆续进行了审批。最终在22时,顺利生成二维码。”

“二维码生成后要打印证书,这就需要远程视频授权,而远程视频授权

中心一般18时下班,为此农行广东省分行网络金融部及运营部的两位部门总经理出面沟通,为该医院开通绿色通道,远程视频授权中心专门为该院等待到21时。随后在23时,站前路支行行长洪德燕及运营主管赖敏年带着二维码到医院急诊科,为操作人员进行了培训,一直到后半夜。”郑淇天说。

从17时到24时,郑淇天工作手机的话务记录高达115条,这还不包括办公固话及微信上的语音、视频、文字交流记录。

由于任务突然,站前路支行行长洪德燕和郑淇天在去医院时,仅戴普通口罩就赶到了发热门诊。“因为任务紧急,没有做太多防护便赶了过去,心里其实是挺害怕的,但当时也顾不得那么多了。”郑淇天说。

由于这家医院并非新冠肺炎指定收治门诊,加上普通发热病人也尽量减少就医。“二维码”在春节期间的使用并不算特别繁忙。截至2月8日,流花支行这单二维码缴费累计金额接近15万元。但是对于农行流花支行以及所有相关的加班人员来讲,节前的这次“突击”仍充满意义:通过这次联动,提前规避了新冠肺炎在缴费环节交叉传染的可能性。

“肺炎1号方”一周获批 应急审批打破“西药流程”束缚

■本报见习记者 郭冀川

在新型冠状病毒肺炎疫情防控工作中,除了当代西医技术的运用,历经数千年传承的中医也发挥着重要作用,在《新型冠状病毒感染的肺炎诊疗方案》试行第四版中,首次确定了中医治疗方案的方剂药物组成与剂量。

近期广东省药品监督管理局官网显示,广州市第八人民医院申报的透解祛瘟颗粒(曾用名“肺炎1号方”)颗粒,具有改善新型冠状病毒肺炎(轻症)临床症状和可能减少重型肺炎发生趋势的疗效,同意其按照广东省医

疗机构传统中药制剂提出备案申请,并纳入应急审批程序准予附条件备案批准,该药将用于广东30家定点医院。

“肺炎1号方”从应急立项到启动量产,仅用了不到一周时间,应急特批速度不仅引起社会广泛关注,也对该颗粒剂的具体疗效产生了一定疑惑。中医智库创始人王和平在接受《证券日报》记者采访时表示,不仅是“肺炎1号方”,还有很多医院在使用中医手段治疗发热病人,这些方剂大多数源自中医经典的《伤寒论》,并且根据患者病症组成更有效的方剂,效果是经

过中医方论论证过的。

王和平表示:“这次‘肺炎1号方’是在特殊时期快速获批,如果按照传统审批路径,一款中药的上市审批十分缓慢,因为中医有自己的理论体系,但在药品管理上又必须遵循西医的流程,即便是经典名方制剂想要上市也需要数年时间。”

中国中医科学院西苑医院医生肖斌对记者表示,认为中医疗效慢是一种错误的认识,面对一些疾病,中医同样能快速反应,他说:“我们在湖北的医院使用中医理论的方剂射干麻黄汤治疗发热患者,整体治疗率很高,也在

向上级部门反映希望形成共识后,在后续诊疗指南中得以应用。对于很多病症,中医的应对速度并不比西医慢。”

肖斌表示,除了在病人诊疗过程中使用中医药,对于一些易感人群和与外界接触密切的人群,他们也会提供一些甘草干姜汤,帮助这类人群去除体内湿气,让人体处于平衡状态增强抵抗力,对于医护人员也会服用葛根汤等清肺的中药预防咽干。肖斌介绍,这些中医方剂都属于处方,经过了多年临床验证,针对当前病症会再做一些调整,以便达到更好的疗效。

财政部:落实落细“扶企”政策 准备好政策预案

■本报记者 包兴安

2月14日,国务院联防联控机制召开新闻发布会,介绍加大疫情防控财税支持力度情况,加大对受疫情影响企业特别是小微企业金融支持力度情况。“针对缓解小微企业融资难、融资贵的问题,税收有特殊安排。”财政部税政司司长王建凡在会上表示,下一步准备好政策预案,帮助企业缓解经营困难。

对于财政部出台的疫情防控期间的税费政策,王建凡介绍,财政部会同有关部门共发了四个公告,涵盖税费政策共九项。例如,针对物资保障,对重点物资生产企业的政策涉及三大项:一是增值税的增量留抵全额退还,

可以使企业购置生产设备进项税在没有获得抵扣的情况下允许先退还,企业现金流得到缓解,减少财务成本;二是允许购进的生产设备一次性在企业所得税税前扣除,这和按期摊销固定成本还涉及对于物资运输,凡是承担运送这些重点物资的企业取得的相关收入是可以免缴增值税的。

“疫情对民生行业会有一些影响,比如公共交通、住宿、旅游、快递、民航,财政部出台的几项政策有利于这些行业渡过难关,应该说是下了一场

‘及时雨’。”王建凡认为,这些政策有助于降低有关企业的生产经营成本和财务成本,加大防疫物资和医疗产品保障力度,帮扶相关企业渡过困难期,有效调动社会各方面的资源,为打赢疫情阻击战提供更好支撑。

针对中央财政贴息政策是否扩面的问题,财政部应对疫情工作领导小组办公室主任符昆表示,疫情发生后,对部分行业特别是中小微企业确实带来了一定影响,部分企业还没有复工复产。财政部会同相关部门出台了一系列的财政政策,包括中央财政贴息政策。主要支持五类重点保障企业:一是重要医用物资企业;二是生产重要医用物资的重要原辅材料生产

企业;三是生产重要生活必需品的骨干企业;四是重要医用物资收储企业;五是应对疫情提供相关信息、通信服务和信息服务的企业,还有承担相应物资运输、销售任务的企业。

“针对疫情防控工作直接相关的企业,目前正推动相关部门抓紧推动政策落实落地,帮助重点保障企业尽快恢复生产经营。”符昆说,下一步统筹考虑疫情变化对经济的影响,现有政策实施效果等因素,加强宏观研判,做好前瞻性有针对性的政策储备,根据后续工作的需要拟定相关政策来帮助企业,特别是中小微企业减轻负担,尽快复工复产。

年内34只基金提前结束募集 13只基金上演“一日售罄”

■本报记者 王明山

春节过后,新基金发行仍保持着极高的热度,老牌基金公司推出的新产品,启动发售即在渠道方大受投资者欢迎,在达成一定的募集规模后,众多基金管理人纷纷选择提前结束募集,以便在最好的时间段开始建仓。新基金的募集速度有多快?《证券日报》记者注意到,今年提前结束募集的34只基金中,有13只基金的募集期间仅有一天,有些甚至启动了配售。

科技主题基金出场率极高。《证券日报》记者注意到,今年的新发基金中,万家科技创新混合、银华科技创新混合、鹏华科技创新混合、交银科锐科技创新混合、招商科技创新混合和永赢科技驱动混合等科技主题基金,均在发售当天就达到了较高的募集规模,上演“一日售罄”,快速结束募集并启动按比例配售。

2月13日,公募市场上开放式基金再添两只“新成员”,国富基金面优选混合和东方红恒阳五年定开混合成立,是今年以来新成立的第98只和第99只基金。值得一提的是,最新成立的这两只基金产品募集期均有变动,两只基金均选择了提前结束募集,最终认购时间分别是2天和1天。

《证券日报》记者梳理发现,截至2月14日,不同份额基金合并统计,今年以来公募市场上已经成立了99只新基金,其中有40只基金的募集期均有不同类型的变动;34只基金选择了提前结束募集,占比高达85%;另有6只基金选择了快恢复生产经营。“符昆说,下一步统筹考虑疫情变化对经济的影响,现有政策实施效果等因素,加强宏观研判,做好前瞻性有针对性的政策储备,根据后续工作的需要拟定相关政策来帮助企业,特别是中小微企业减轻负担,尽快复工复产。”

与往年不同的是,今年刚刚走过一个半月,上演“一日售罄”的爆款基金尤其多,共有13只基金的最终认购企业,目前正推动相关部门抓紧推动政策落实落地,帮助重点保障企业尽快恢复生产经营。符昆说,下一步统筹考虑疫情变化对经济的影响,现有政策实施效果等因素,加强宏观研判,做好前瞻性有针对性的政策储备,根据后续工作的需要拟定相关政策来帮助企业,特别是中小微企业减轻负担,尽快复工复产。

今年“一日售罄”的13只新基金中,仅有1只纯债基金和1只偏债基金,另外11只基金全部是权益基金产品。不仅有万家科技创新混合、银华科技创新混合等科技主题基金,有着基金公司品牌的加持和较高的“含科量”;还有泓德丰润三年持有期混合、交银内核驱动混合等产品,由炙手可热的明星基金经理掌舵,相关基金经理在近年来业绩十分靠前。

在去年7月份科创板开板之前,公募市场上首批科技主题基金率先启动发行,易方达科技混合基金、华夏科技创新混合等7只基金均在发行后遭到了投资者疯狂抢购,在发行当日的募集金额均在100亿元以上,按照10亿元的募集上限自动配售,最终配售比例均不足10%。此后,第二批科技主题基金、第三批科技主题基金的发行均延续了这个热度。

2020年,第四批科创主题基金陆续启动发行,万家科技创新混合、银华科技创新混合、鹏华科技创新混合、招商科技创新混合在发行当天,仍有数十亿元资金前来抢购,在达到10亿元募集上限后自动结束募集并启动配售。另外,迎着科技投资赛道的热度,交银科锐科技混合和永赢科技驱动混合等基金也在发行当天被抢购一空,成为“日光基”。

《证券日报》记者注意到,万家科技创新混合、银华科技创新混合、鹏华科技创新混合、招商科技创新混合均在基金合同生效之前发布了按比例配售的相关公告。按照基金公司披露的配售比例反向推算,万家科技创新混合、银华科技创新混合、鹏华科技创新混合、招商科技创新混合在发行当天的募集金额分别达到12.81亿元、49.14亿元、64.43亿元和78.49亿元。

民生加银基金的基金经理孙伟在接受《证券日报》记者采访时表示,科技股是未来A股市场的投资主线。金鹰基金的基金经理吴德璋也在近日对记者表示,疫情并不会影响科技板块的整体趋势,科技行业中长期配置价值较高。