

“云审核”“云上市”“云路演”“云培训”

# 特殊时期资本市场争先搭建“云”舞台

■本报记者 朱宝琛

因为新冠肺炎疫情,资本市场的诸多工作,搭上了“云”。“云审核”“云上市”“云路演”“云培训”。与此同时,资本市场也为涉“云”企业搭建了良好的发展平台,助力这些企业发展壮大。

## 特殊时期的“云”上工作

“云审核”,是监管部门在特殊时期在工作方式上的一项创新。根据安排,3月11日上交所科创板上市委将召开两场审议会,审议两家公司的上市申请。据上交所介绍,这两场审议会将采取“现场+视频”的方式举行。

这并不是“云审核”首次露面:证监会并购重组委和发审委,均已经采用这一方式,对上市公司的并购重组申请或企业的首发申请进行了审核。

川财证券研究所所长陈雳在接受《证券日报》记者采访时表示,这种变通因时制宜、因地制宜的工作方式,体现了相关监管机构的高效决策方式转变,便利多方,展现了未来在线行政审批办公技术的一个发展方向。

3月6日,瑞玛工业在苏州通过直播方式,举行了登陆深交所的上市仪式,成为深交所第一家举行“云上市”的企业。而在2月24日,良品铺子通过线上视频形式,如期举行上市仪式,成为上交所第一家举行“云上市”的企业,也是两市首家“云上市”的企业。

根据沪深两个交易所此前表态,在疫防期间暂时不安排现场上市仪式,但支持发行人疫情影响消除后补办上市仪式。随后,两个交易所均推出了全新的“网络上市仪式”。

联储证券首席投资顾问郑虹对《证券日报》记者表示,在特殊时期,疫情防控是重中之重,沪深两交易所推出的“云上市”,体现出监管层更为人性化的服务,是与时俱进的表现。“利用互联网时代线上直播的优势,弥补特殊时期企业上市仪式的遗憾,而这份额“云上市”记录则更具有特殊含义:在全国抗疫时期,更彰显企业凝聚力。”

值得关注的是,据《证券日报》记者了解,除了“云上市”,包括企业申报进

展、生产经营状况、受疫情影响等情况的摸排,向相关部门、机构的等了解申报动态、辅导工作进展、相关诉求建议,以及根据摸底情况开展分析研究,形成疫情研判,提出政策建议等,这些工作最近也全都通过远程办公线上进行。

日前,近30名境外投资机构代表与3家深市上市公司,通过线上路演的方式,就战略规划、行业态势等问题进行深入探讨。这是深交所联合境外举办的首期境外机构投资者线上路演活动。

一位券商人士对记者表示,随着我国资本市场对外开放步伐的不断加快,对外开放程度的持续加深,开展路演活动有助于境外机构投资者更深入地了解我国资本市场的发展情况,也有助于他们更多地了解我国上市公司的经营情况。在抗击疫情期,采用线上路演的方式,可以避免各位活动参与者面对面的接触。“等到疫情结束之后,这种方式也是值得推广的。”

“根据新型冠状病毒感染肺炎疫情防控工作会议有关要求,原2月份培训计划项目将延期举办,后续安排另行通知,同时,我们将积极采取线上培训模式以满足业务需求。”上交所企业培训部日前发布通知称。深交所也明确表示,疫情防控期间暂停会员业务现场培训,相关培训将通过网站视频等非现场方式开展。

“从知识传导的角度来看,学习效果是一样的。不同点在于现场学习气氛和面对电脑、手机的观感。”陈雳表示,此外,线上教学的方式更便回听录音或回看视频复习,这种效果好于现场。

## 资本市场助力涉“云”企业发展

一方面是资本市场用好“云服务”,另一方面,资本市场也为涉“云”企业的发展提供了良好的条件。

互联网技术从业人士王琪向《证券日报》记者介绍,从应用类型来看,涉“云”企业覆盖人工智能、大数据、互联网金融、移动互联网、游戏和应用开发及物联网等各个领域。

涉“云”企业的发展,一个重要的支撑就是资本市场,而科创板的推出,更



是为涉“云”企业的发展提供了更强大的金融支撑,是资本市场对涉“云”企业的一种鼎力支持。

根据《上海证券交易所科创板企业上市推荐指引》,保荐机构应当准确把握科技创新的发展趋势,重点推荐六大领域的科技创新企业,其中,新一代信息技术领域主要包括半导体和集成电路、电子信息、下一代信息网络、人工智能、大数据、云计算、新兴软件、物联网、物联网和智能硬件等。

云计算是国家战略重点行业。根据2018年8月份工信部发布的《推动企业上云实施指南(2018-2020年)》,到2020年,云计算要在企业生产、经营、管理中的应用广泛普及,全国新增上云企业100万家。

根据IDC报告,2018年国内公有云市场规模达到71.85亿美元,预计2018年至2022年我国公有云市场复合增长率达39.91%,在2022年市场规模将达到275.31亿美元。业界认为,云计算本身技术的先进性、下游不断衍生的需求,以及国家政策的支持,都将助力行业保持高速增长,市场规模上限较高。

在科创板上市的企业中,不乏云计算企业的身影。比如,被称为“中国云计算第一股”的优刻得。不过,目前该公司因为业绩变脸,引发市场质疑。

除了云计算企业,亦能在科创板上市企业中看到其他涉“云”企业的身影。比如,龙软科技的主要产品包括LongRuan GIS、LongRuan GIS“一张图”、LongRuan

安全云服务三大基础技术平台及其基础上开发的系列专业应用软件;当虹科技拥有高质量视频编解码、智能人像识别、全平台播放、视频云服务等核心算法的研究与应用成果,面向传媒文化和公共安全等行业,提供智能视频解决方案和视频云服务;山石网科专注于网络安全领域前沿技术的创新,提供包括边界安全、云安全、数据安全、内网安全在内的网络安全产品及服务。

除了科创板,在其他板块上亦有不少涉“云”企业。而在相关投资者互动平台上,投资者对上市公司与“云”相关的提问也不在少数。比如,对龙宇燃料的问题包括“公司是否有在上海自贸区建立云计算数据中心的规划”“公司是否要全面转型为云计算,大数据公司高新科技公司”等。不过,公司并没有直接给出明确回答。

亦有公司对投资者的问题作出较为详细回答的。比如,科创信息表示,公司在数据中心方面为客户提供咨询规划服务、系统集成服务和运行维护服务,同时会持续投入科创云计算平台、科创云运维管理平台等研发项目。

一位券商人士对记者表示,目前开展与“云”相关的企业不在少数。通过这次疫情,让更多行业认识到数字化建设的重要性。因此,可以预期的是,随着数字经济的不断发展,会涌现出一批优秀企业,借力资本市场,它们可以实现进一步发展。特别是在国家大力支持的背景下,这些企业会迎来发展的新机遇。

# 熔喷布有货了 中石化打通口罩生产全产业链

■本报记者 李春莲

从“罩”难求到“布”难求,疫情以来,口罩一直供不应求,随着多家企业跨界加入口罩生产大军,口罩的“心脏”熔喷布也十分短缺。但相比生产口罩,生产熔喷布门槛要高得多。

3月6日,中石化燕山石化厂区,硕大的熔喷头源源不断地喷出白色纤维,瞬间凝结成雪白的布匹。参建各方600多名员工12昼夜连续奋战,终于获得圆满回报——中石化和国机恒天集团合作建设的燕山石化熔喷无纺布生产线一次开车成功,产出合格产品。

疫情以来,这是国内首个建成投产的新建熔喷布生产线。

作为国内最大的医卫原料供应商,中石化在口罩产业链中原本是最上游聚丙烯原料的生产者,为了保障中游熔喷布价格稳定和下游口罩产品的供应,中石化按照国资委快速增产口罩要求,决定打通产业链,全面介入熔喷料、熔喷布和口罩生产。

疫情发生以来,中石化党组书记、董事长张玉卓连续主持召开12次会议,全

面部署中石化战疫和物资保障工作。2月24日,中石化党组决定,与国机恒天集团迅速合作,以建设“火山神”的速度,筹建10条熔喷无纺布生产线,要求燕山石化在半月内建成一座熔喷无纺布生产线,打通口罩生产全产业链。

据了解,在燕山石化投产的熔喷无纺布生产线年设计生产能力为14400吨,包括两条熔喷无纺布生产线,3条纺粘布生产线,每天可生产4吨N95熔喷布或6吨医用平面口罩熔喷布,这些原料可以生产120万片(4吨×30万片/吨)N95口罩,或者600万片(6吨×100万片/吨)医用平面口罩。

正常情况下完成这么一座万吨级熔喷布生产线建设,大约需要半年时间。

此次熔喷布生产全部采用燕山石化自产熔喷料,充分发挥了中石化上游原料和产品生产的一体化优势,为熔喷布稳定生产奠定了坚实的基础。科研与生产的紧密结合,标志着燕山石化在推进创新驱动、高端引领上又一次实现了新的突破。

“熔喷布需求暴涨,供应一下子跟不上。”中石化新闻发言人吕大鹏向《证券日

报》记者表示:“在这场疫情阻击战中,前方‘打仗’需要口罩盾牌,我们在后方就要抓紧做好物资生产,保障前方所需。在参战各方密切合作和顽强拼搏下,熔喷布生产线建设抢出了宝贵的48小时,意味着可以多生产出12吨产品,可用于加工成1200万只医用平面口罩。”

此外,据了解,中石化另外还有8条熔喷布生产线正在江苏仪征加速筹建,预计4月中旬建成投产。

至此,中石化口罩生产全产业链已全部打通。值得一提的是,中石化因为一句“我有熔喷布,谁有口罩机”而成为网红央企,随后口罩机很快到位,与合作伙伴对接完成11条口罩生产线,至3月10日,中石化将实现新增产能至100万片/日以上。

3月3日,中石化北京石油分公司已在50座加油站销售一次性防护口罩。目前,每日口罩供应量在3万只。

中石化方面向《证券日报》记者表示,下一步,随着口罩产能的增加,北京石油将根据货源情况,逐步加大口罩投放量。据发改委介绍,当前全国口罩产能

利用率已达110%,截至2月29日,全国口罩日产能达到1.1亿只,日产量达到1.16亿只。目前,除西藏外的30个省区市都陆续新上了口罩生产线,同时还不断有新的口罩生产线将要投产。

因此,业内预计,熔喷布的市场需求还将进一步加大。近日,由国资委科创局、国资委新闻中心指导,国网电商公司运营的“企业复工复产供需对接平台”数据显示,上线半月以来,口罩机和熔喷布相关物资供需信息发布量最高:口罩机相关信息占比35.5%,熔喷布相关信息占比23.7%。

隆众资讯分析师梁炳坤向《证券日报》记者表示,口罩生产难在关键原材料之一熔喷布产量受限。熔喷布是生产过滤功能口罩的必要原料,普通的医用外科口罩,一个要使用1层熔喷布,N95口罩要用掉至少3层熔喷布。据悉目前全国能够生产医用熔喷布的企业不足百家,平均日产量约在100吨。除去实际生产中的损耗,每吨熔喷布大概能做90多万只医用外科口罩。因此每天100吨的日产量,能够供应9000多万只口罩生产。

“憨豆先生”面包屋“双岛战略”比翼齐飞,市场份额持续提升。据了解,公司正计划将“店中岛”升级为二代进一步巩固商超渠道第一曲线优势,当前“店中岛”数量已超过6000家,明年有望突破一万家。

## 加强电商定量装

随着盐津铺子散称全国市场布局的推进和销量的增长,公司的研发和供应链实力得到进一步夯实。张学武表示,公司业务成长的第二曲线(电商业务和cvs渠道定量装业务)已具备良好的基础,这几年公司开始加强第二曲线的打造。

“在散称不断往全国市场推进时,有了强大的销售体系支撑,我们完全可以选择其中供应链最全、品质控制最好、有差异化的产品拿出来做全国的便利店,定量装。”张学武表示,未来定量装将成为继散称市场之后公司聚焦的第二大市场。

张学武认为:“有供应链的优势和线下品牌以及流量的支撑,盐津铺子电商发展潜力很大。我相信电商在今年站稳脚跟后,明后两年将会全面发力。”

# 疫情下的一线中医声音: 中医药不是慢郎中

不会缺失任何一次重大公共卫生事件

■本报记者 张敏

全力以赴做好新冠肺炎救治中西医结合工作,是当前抗“疫”的重点工作。在前线的临床治疗过程中,中西医结合的模式是什么?中医药如何发挥重要作用?中医药的使用率如何?这次新冠肺炎疫情对中医药的影响是什么?

带着这些问题,《证券日报》记者采访到驻扎在湖北省中西医结合医院的广东省中医院援助湖北医疗队队长黄东晖主任。据记者了解,湖北省中西医结合医院收治的主要是重症、危重症患者,这里的中医药使用情况更值得关注。

## 最初的疑虑变为信任

黄东晖是广东省中医院呼吸科内科主任,长期从事呼吸内科、呼吸介入及危重症的临床工作,是国家中医医疗队广东队第一批进入病区的医护人员。

刚来到湖北的黄东晖主任了解到,中医药在武汉市的群众基础低于广东省。“一些患者认为中医药是慢郎中,中药能治疗这种烈性传染病吗?”黄东晖认为,中医药作为中华文明的瑰宝,传承下来,有其必然性。“古代历次流行的瘟疫,都是有典型的案例和经方记录。假如中医药没有存在的根基,很快就会消亡的。”

“我们是1月27日来到湖北省中西医结合医院。当时进驻病房之后,我们针对患者的情况,开了中药的汤剂。”黄东晖介绍。

“患者刚开始对中医药不太认可。一些病情比较重的患者就抱着尝试的态度配合我们的治疗。通过一段时间的观察发现,中医药在介入治疗之后,患者的状态在一两天内就得到明显改善,具体指标表现在精神状态、肠胃、以及排泄等。”黄东晖主任介绍,患者也由最初的疑虑到后来的非常信任:一些患者开了中药快没了,就提醒医生开中药。一些患者在出院时还要求医生继续开中药。

“中医讲究辨证治疗,每隔三四天,我们针对不同的患者会调整药方。”黄东晖向记者介绍。在多个版本的新冠肺炎诊疗方案中,包括连花清瘟、血必净注射液等中成药列入其中。

黄东晖主任介绍,中医药的治疗,不仅包括传统的汤药,还包括中成药、针灸,以及中医的外治法,包括八段锦、呼吸操、穴位敷贴、耳穴压豆,这些有助于患者身体肌肉功能的锻炼,促进病情恢复。“患者接受综合的治疗,尤其是心理上的干预,心情就会变得愉悦。”

针对市场较为关心的中药注射剂的应用,黄东晖介绍,危重病患者的

# “董明珠的店”开售格力牌口罩 首日超6.8万人次线上预订

■本报记者 王小康

医疗领域的子公司正式注册没多久,格力牌口罩就正式面世,在“董明珠的店”对公众销售。格力电器和董明珠此举引起了消费者的一致好评。

2020年3月9日,微信公众号“董明珠自媒体”发布消息称,格力生产的KN95防护级别一次性使用口罩和医用级别一次性使用口罩,当日将在“董明珠的店”上线,采取预订抢购机制。而据“董明珠的店”显示,KN95防护级别的一次性使用口罩一盒包邮售价275元,相当于每只5.5元;一次性使用医用口罩一盒包邮售价150元,相当于每只3元。《证券日报》记者发现,口罩开售首日,在“董明珠的店”上已有超过6.8万人次预订成功。

对于口罩的价格,消费者纷纷留言表示是“良心价”。

实际上,早在2月25日,“董明珠自媒体”微信公众号发布文章称,复工后,格力电器经过正式申请和报备,已经加班生产防疫所需的单向换气新风空调、杀菌消毒空气净化器、体温检测仪、口罩生产设备、护目镜等产品。调整生产线侧重生产与防疫有关的产品,目前格力口罩正在试制中,量产后可日产能百万个;仅仅10天时间格力就开发出测温仪的模具,目前日产2万台~3万台。

3月8日,格力电器微信公众号

治疗需要这些针剂的使用,例如血必净注射液是针对有脓毒症的患者,痰热清注射液的功能是清热化痰,针对高热的患者;等等。这些针对适应症的针剂使用,作用值得肯定。

黄东晖透露,到目前为止,广东省中医院在湖北省中西医结合医院接管的病区累计收治129人,其中在院34人,出院70人,转出至缓冲区19人。

## 数据支撑中医药有效

在黄东晖看来,在重大传染性疾病面前,中西医需要携手一起战斗,不分彼此。在诊治的过程中,需要现代医学进行检测、观察、甄别,判断病情。

黄东晖认为,散落各地的患者,不是单一的中医或者西医治疗。针对重症、危重症患者,中西医并重,谁有能力谁上,谁能救命谁上。“针对呼吸衰竭的患者,要上呼吸机。常规的西医治疗并不停用,减少患者向危重症的方向发展。我们在给予西医的治疗基础上,使用中药,两者共同发挥作用,起到快速康复的作用。”

如何评价中医在新冠肺炎治疗中的效果,有没有核心评价指标?也是外界讨论的另一个热点。

此前,中央指导组专家成员、中国工程院院士张伯礼院士牵头在武汉火线立项的临床研究,阶段性分析显示,湖北省中西医结合医院首批52例患者临床对照研究,包括中西医结合治疗组34例,单纯西药治疗组18例,数据分析结果表明,中西医结合组与西药组相比,临床症状消失时间缩短2天,体温恢复正常时间缩短1.7天,平均住院天数缩短2.2天,CT影像好转率提高22%,临床治愈率提高33%。

针对这一数据,黄东晖感到很兴奋,这就是中医的有效性,用数据来支撑,未来仍需要更深入的研究。在这一次疫情之中,中医药得到了政策的广泛支持和临床的大量应用,其是否会对中医药未来的发展产生影响?

对此,黄东晖介绍,西药,例如抗生素、激素等,可适用于一百个人,一千个人。但是中药讲究一人一方,药量的加减,可能就是另外一个药方。这也正是中医药的精华所在,就是精准治疗,个体化的治疗。这一次新冠肺炎疫情也将提升国人对中医药的认识。对于以后中医药参与救治公共卫生事件,将起到积极的作用。

“中医药传承千年,肯定不会缺失任何一场战役。国家对公共卫生系统的建设,肯定会促进中医药的发展。不过中医药的参与度有多强,这一点存在不确定性。”黄东晖表示。

“中医药传承千年,肯定不会缺失任何一场战役。国家对公共卫生系统的建设,肯定会促进中医药的发展。不过中医药的参与度有多强,这一点存在不确定性。”黄东晖表示。

# 烘焙类产品脱销 盐津铺子凭啥这么“香”?

■本报记者 何文英

“面包蛋糕这些烘焙类产品具有半休闲半快餐的性质,在特殊时期更受消费者青睐。为满足快速增长的市场需求,公司正积极组织生产,产能已达到去年峰值。”3月8日,盐津铺子董事长张学武在接受《证券日报》记者采访时表示,公司烘焙类产品近期严重脱销,供不应求。

“由于之前上游原料辅料、包装材料等企业复工率不足,公司订单满足率相应受到影响,而伴随着全国复工复产的持续推进,目前情况已经有了明显改善。”张学武说道。

事实上,“真香”的不止盐津铺子的产品,还有公司的股票。自2月3日到3月8日,盐津铺子累计涨幅达到40%。盐津铺子凭啥这么“香”?

## 烘焙类产品渐入佳境

3月6日,盐津铺子公布了2019年年报。报告期内,公司实现营业收入13.99亿元,同比增长26.34%;实现净利润1.28亿元,同比增长81.58%;扣非净

利1.01亿元,同比增幅165.27%。同时,公司推出大手笔分红方案,拟每10股派发现金红利5元(含税)。

“公司从小品类零食起家,上市后开始往大品类考虑,2017年布局烘焙类产品,2018年进入果干类领域,可以说2019年这些成效才初步显现。”张学武认为,公司2019年的业绩爆发是坚持自主制造厚积薄发的成果。

值得关注的是,盐津铺子在2017年重点布局培育的烘焙类产品正渐入佳境。年报显示,公司烘焙产品(含薯片)当期营业收入为4.11亿元,同比增长90.26%,占2019年营业收入比重达到29.3%,为公司第一大类品。

“公司在烘焙类产品中推出的创新单品面包、蛋糕,主打58天保质期,薯片则以烘烤非油炸的方式,与目前市面上的大品类形成差异化竞争,收获了比较好的成果。”张学武说道。

正是基于烘焙类产品的提前布局,才有了疫情防控期产品供不应求的火爆场面。然而,这也仅仅是烘焙类产品的锋芒初露。据张学武透露,今年河南工厂投产后,公司将继续上新烘焙类单品夯实基础,并在烘焙膨化类大单品

(米饼、雪饼、沙琪玛、特色小饼干等)方面加强储备。据其规划,未来烘焙类产品要占到公司营收的50%以上。

## 巩固商超渠道优势

据了解,盐津铺子凭借大型连锁商超的高端渠道优势,采取以点带面,以大型商超带动地区经销商发展的营销渠道发展模式,建立起了覆盖广泛、多层次的经销商营销网络。

“中国商超散称市场有1000多亿元,而散装领域需要强大的供应链支撑。”张学武表示,公司上市前咸味零食的渠道优势为烘焙类产业链的成熟提供了先决条件,而目前咸味零食和烘焙类双双成熟的产业链则为未来市场份额的提升奠定了坚实基础。

值得一提的是,在盐津铺子休闲零食竞争对手着力专卖店的时代,张学武仍然坚持深耕商超,“以前曾尝试过专卖店渠道,费用较高,跟着大型商超的渠道扩张成本相对较低”。

近年来,盐津铺子“店中岛”模式的快速发展也侧面印证了张学武的上述观点。年报显示,“盐津铺子”零食屋、