



主持人杨萌:随着疫情逐步稳定,企业复工复产逐步恢复,有数据显示,已经有众多中小企业复工复产,但有一部分仍然有困难,今日本报聚焦中小企业复工堵点,以资读者。

餐饮企业陆续“开灶”:线上销售领街 堂食回升缓慢

■本报见习记者 昌校宇

全民战“疫”,促使多数人从“厨房杀手”摇身一变成“中华小当家”,却也让更多靠流量生存的餐饮企业遭受较大冲击。不过,一众专业大厨也不甘边缘化,通过线上线下结合的复工,展开“厨神争霸赛”。

国家统计局公布的数据显示,2020年1月份至2月份我国餐饮收入为4194亿元,同比下降43.1%。为此,从街边小馆到餐饮巨头,它们在陆续“开灶”的同时,也展开了“线上自救”。

作为融合了超市、餐饮、电商、物流配送中心,四位一体的盒马鲜生,虽一直坚持为消费者提供不打烊、不涨价的服务,却还面临堂食客流回升慢等困难。

“线上销售再成‘主阵地’。”盒马鲜生公关部工作人员向《证券日报》记者透露,阿里巴巴集团副总裁、盒马CEO侯毅曾在阿里巴巴2019全球投资者大会上公布,盒马鲜生线上、线下销售占比分别为60%和40%。

身处闹市的小龙坎老火锅河南省信阳市万家灯火店,平时生意火爆,疫情期间也变得冷清起来。门店投资人姚远告诉《证券日报》记者:“春节后门店暂停营业两个多月,3月22日在信阳市政府的支持下才恢复正常运营(可以堂食)。

房租和物业费虽还须缴纳,但已在平时每月52000元的基础上被减免了不少,减轻了我们的营业负担。”

“我认为堂食客流回升慢的主要原因是消费者还处于受疫情影响的心理‘恢复期’,需要消除进入餐饮场所的恐慌。不过,在做好疫情防控措施的前提下,门店从3月15日就提前恢复了线上业务,订单量也在逐渐增加,并已占总销量的50%,这给了我们持续经营的信心。”姚远坦言。

据美团研究院数据,截至3月26日,全国餐饮商户复工率达到81.6%,消费复苏率为38.2%,形成较大“剪刀差”,消费疲软成为遏制餐饮行业复苏的最重要因素。

自称“吃货”的北京市朝阳区詹女士告诉《证券日报》记者,她自1月24日起至今,从未到餐饮场所消费过,即便有需要也是从外卖平台上下单购买。“我之前基本上是每周都会和家人或朋友到餐饮场所消费2次,但特殊时期对公共场所



还存在戒备心理,能网上下单就绝不出门溜达。”

江苏省镇江市市民郭先生也向《证券日报》记者透露,谨慎的态度不敢放松,去餐饮场所就餐消费还是“战战兢兢”。他说:“我有几次因为上班赶时间在外就餐,但觉得进门各种消毒、测体温等流程挺麻烦,一桌一人制也让人有些不适应,甚至紧张,再加上出门在外还要再自我消毒,再如线上点餐或打包回家吃来的痛快。”

对于上述现象,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,餐饮场所本就具有一定出行、聚集属性,如果堂食客流量激增,反而会造成功能时期的风险增加,所以堂食客流回升慢是现阶段正常现象。而线上销售成餐饮企业“主阵地”是缘于企业主动求变,在避免消费者大规模聚集的情况下,利用线上业务满足消费者需求,消费者也恰好最需要这种模式。

社区商圈复工但消费者“非必要不出门” 专家建议“定向减税”支持小微企业跨难关

■本报见习记者 奕迪

从理发店到超市,作为社区重要的一部分,中小企业特别是一些“毛细血管末端”企业进一步复工复产,给生活带来了更多便捷。然而,记者走访发现,消费者对于现场消费的谨慎心态——“非必要不出门”,是社区商圈复工的难点。专家对此建议,给予中小企业更多的定向支持,帮助其战胜眼前的困难。

“请露出额头测温。”近日,《证券日报》记者走访北京市东城区某小区门口的超市看到,进门前的体温测量已经从人工改成了机器测温。根据机器提示,记者在机器前指定位置站好,机器上迅速显示出了数值,随后便可通过——这也让门口的队伍更加井然有序。

如何在安全有序的前提下进一步复工复产,也是其他一些深入社区企业和店铺的“必修课”。

时值清明假期,记者走访的三家理发店中,有两家已经开业,有一家则公告表示,因员工隔离,要至四月十日才能正式营业。记者看到,一家理发店门口有两人负责接待、登记和测温,店内有若干理发师正在理发。据悉,目前无须预约即可理发——刚复工时,由于预约人数众多,一度要排到几天以后。

“控制流量,客户减少业绩就会下滑。”截至几个月来疫情对于实体店经营的影响,一位资深理发行业人士表

示,2月份至3月份以来几乎没有营业,同之前相比,相当于现在要多做出两个月的房租来。此外,疫情期间客户消费观念保守,疫情期间人手缺失也是需要面对的现状。

在这种情况下,不少店铺在门口贴出公告表示,“今日店铺已消毒”,但是店铺内仍是人气不足。一些店铺想方设法吸引关注度。记者看到,一家服装店店员更是架起了手机,进行网络直播。

令人欣慰的是,从全国范围来看,各地中小企业特别是服务业复工复产水平在近期进一步提升。梳理公开资料,截至3月2日,江苏省全省纳入监测的32893家设区市服务业规模以上企业(含部分限上批零住餐企业),有24854

家企业复工复产,平均复工率达75.6%。截至3月12日,重庆市全市限额以上商贸企业(含持续营业)复工复产6718家,复工率96.1%,百货商超、家电卖场、电子产品市场、汽车销售门店复工率达98%以上。

“中小企业特别是个体企业是就业的主力军,因此促进这类企业的复工复产能及缓解就业压力,同时对维持社会稳定具有重要意义。”中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东对《证券日报》记者表示,目前看,还要从财税、金融、居民便利等角度进一步扩大对中小企业特别是服务性小微企业的支持力度,包括支持减税降费、给予贴息贷款、工商经营便利等。

中小企业距离100%复工究竟还有多远

■张 歆

从76%到100%,距离到底有多远?工信部数据显示,截至3月28日,全国规模以上工业企业平均开工率为98.6%,人员平均复岗率为89.9%,中小企业复工率已达76%。

如果按照大家最习惯的下载进度条来类比,中小企业复工率为76%,这意味着进度已经实现了四分之三以上,看起来已经胜利在望。但是,如果以更为相似的考试答题模式来理解,最后的四分之一题目无论是难度、所需的时间还是对应的分值都远远超过了四分之一数值本身。笔者认为,中小企业复工如今正进入到攻坚克难阶段,迫切需要政策的快速送达。

首先,中小企业处于经济“毛细血管”的最末端,感知宏观政策的力臂最长,也最需要定向支持。

中小企业规模小且接地气,相对应而言,政策的获得感自然较弱。笔者注意到,在目前逾2个月抗击疫情过程中,大量减税降费、支持产业链融资、减免租金、便捷服务等政策其实是直指中小企业的。但是,有些中小企业的感受并不充分,这是因为,中小企业享受政策的前提是复工复产进展顺利。例如,有一定规模的企业才能感受到减税的政策效果,但部分中小企业尤其是小微企业最需要的在其复工复产前的支持。目前来看,对于这部分诉求的政策定

向支持还有进一步增加的空间。其次,中小企业距离消费终端最近,在稳健期能够与终端最有效沟通;但是,在市场风险释放期,承受的市场变化最直接、最迅猛。

事实上,中小企业通常是距离终端消费者最近的商业群体,优势和劣势均较为突出:优点是中小企业直面消费者,因此更了解市场需求,并反馈给供给端;缺点是其特别依赖于终端消费者,甚至是特定消费群体。一旦消费市场或特定群体发生重大变化,此类中小企业就可能面临生存难题。因此,构筑产品或服务门槛,增加获客渠道是中小企业最迫切需要解决的问题。第三,部分中小企业自身的财务结构

在疫情之前处于“亚健康”的紧平衡状态,经此一“疫”,更需注意增强对于突发事件的“抵抗力”。

客观来说,中小企业复工也有着自身“先天性不足”的原因。对于大多数中小企业而言,其财务结构长期处于紧平衡状态,且工资、租金、社保、债务本息、贷款、物流仓储等刚性支出占比较高,而收入结构和维度则相对单一。笔者认为,经此一“疫”,在政策加持下,中小企业有条件也愿意提升财务健康,保持合理的流动性和杠杆率。更重要的是,在新经济和新技术的带动下,有条件的中小企业可以适当调整业务模式和收入结构,增强自身对于突发事件的应对能力。

聚焦汽车行业

全国多地限购松绑“加油”汽车消费 政策着力点将“由堵到疏”

■本报记者 刘 萌

商务部消费促进司副司长王斌4月2日在商务部例行发布会上表示,要促进新车销售,推动有关地方放宽或取消限购措施,不断完善用车环境,持续释放汽车消费潜力。

4月3日,广州市迅速响应。广州市工信局印发《广州市促进汽车生产消费若干措施》提出,今年12月31日前,每月配置不少于1万个中小客车竞价指标,放宽非本市籍居民参与中小客车指标竞价的条件,放宽大额投资企业的申请增量指标条件。此外,广州曾提出,加快推进落实2019年6月份明确的新增10万个中小客车指标额度工作(即2019年6月份至2020年12月份,增加10万个中小客车增量指标额度,增加的额度原则上按1:1比例分别配置普通车竞价指标和节能车摇号指标),并视情况研究推出新增指标。

据了解,为了缓解城市交通拥堵等问题,北京作为全国首个发布汽车限购令的城市,2011年开始实行小客车摇号。随后广州、天津、杭州、上海等城市也都陆续跟进限购。

不过,近期放宽或取消汽车限购的声音频频传出。2月28日,发改委等23个部门联合发文,提出促进汽车限购向引导使用政策转变,鼓励汽车限购地区适当增加汽车号牌限额。3月18日,商务部消费促进司副司长王斌表示,要促进汽车限购向引导使用政策转变。3月19日,商务部等3个部门联合发文,提出积极推动优化汽车限购措施,稳定和扩大汽车消费。3月30日,工信部副部长辛国斌透露,将对新能源汽车以及相关政策做出调整。4月2日,商务部消费促进司副司长王斌表示,将推动有关地方放宽或取消限购措施;进一步推动汽车限购向引导使用政策转变。

在多个城市限购政策出现松动下,多个城市限购政策出现松动。深圳市2月底印发《关于统筹推进疫情防控和经济社会发展工作的若干措施》,提出加快新增汽车指标放号,优先保障家庭首购需求。

“上海发布”公众号近日发布消息显示,今年3月份上牌个人额度为11970辆。数据显示,今年1月份和

2月份的拍牌个人额度分别为8612辆和7966辆。《证券日报》记者查阅上海市去年的数据发现,除2019年1月份拍牌个人额度为12832辆外,去年2月份-12月份的拍牌个人额度均在10000辆以下。这也被外界看作是上海汽车限购将适度松绑的信号。此外,上海3月底公布了关于鼓励购买新能源汽车的操作流程方法,主要针对上海市民反映的新能源汽车上牌难,以及企业此前关注的登记流程较为复杂的问题进行了调整。

杭州市3月底发布《关于2020年一次性增加小客车指标的通告》,决定2020年一次性增加2万个中小客车指标。

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,新冠肺炎疫情给汽车行业带来了较大冲击,现阶段限购城市汽车消费需求普遍较高,消费者消费能力也普遍较强,限购松绑能有效促进客流量及订车客户回升。随着限购政策的逐步放开,目前需求正在回暖,销量也在回升,这将缓解汽车行业的困境,给车市带来反弹空间。

在近期全国多地密集出台促进汽车消费政策下,3月24日上午,一则“北京正在研究出台刺激汽车消费措施”的消息引发热议。不过第二天上午,北京市商务局在微信上发布致歉声明,称该措施尚未研究论证。

对此,盘和林表示,实施限购政策是出于缓解城市交通压力、解决空气污染等多方面的考量,目前北京市汽车保有量本就处于一个较高的水平,目前可能还不是大规模汽车松绑的最佳时机,突然松绑可能会使目前在治堵、治污方面所取得的成果消退。但是考虑适当增加指标还是可行的,限购本就是权宜之计,不可能永远持续下去,还应该寻求交通治理的长效机制。

值得关注的是,近期的促消费政策文件和官方表态多次提出“推动汽车限购向引导使用政策转变”。盘和林表示,影响城市交通的关键是“汽车使用”而非“汽车拥有”,未来要从引导使用上以更多途径释放汽车消费潜能。

3月份国内车市“解冻”加速 专家称短期仍难出现报复性增长

■本报记者 龚梦泽

随着全国疫情逐渐得到控制,刺激经济发展成为下一个重要任务。4月1日,中国汽车流通协会(下称流通协会)发布国内汽车流通行业的最新统计数据。据流通协会官方数据显示,2020年3月份,中国汽车经销商库存预警指数为59.3%,多数经销商认为4月份车市销量将会继续回升。

据《证券日报》记者了解,从3月份库存情况来看,20.8%的经销商认为库存存在下降;36%的经销商认为库存相比上月持平;43.2%的经销商认为库存存在上升。

对此,流通协会副秘书长郎学红在接受记者采访时表示,相比2月份市场跌入冰点,3月份经销商的库存预警指数大幅回落,降调到59.3%,因此经销商感觉3月份比2月份市场表现好很多。

“当前经销商的经营压力,主要还是由于资金回笼过慢。此外还要采购车辆,所以压力进一步加大。”郎学红还告诉记者,从调查情况来看,随着疫情的好转,3月份有一些主机厂开始大量朝经销商压库存,这种情况尤其值得关注。

受疫情影响,今年2月份国内车市波动异常,为此流通协会也对经销商库存预警指数进行了相应的调整。流通协会指出3月份的经销商库存预警指数环比下降了27个百分点,同比上升7.2个百分点,尽管59.3%的数据相对今年前两个月有大幅下降,但依然位于荣枯线上。

潘向东认为,监管层在进一步完善回购规则的同时,也需要加大对股份回购过程中违法违规行为的惩罚力度,这也符合新《证券法》投资者保护的方向。“对于利用内幕消息、欺骗投资者,损害中小股东的合法权益的恶劣行径,应该加大处罚力度。”

“3月份,自主品牌的去库存情况相对较好。尤其在下半年,经销商到店顾客在显著回升,销量也有所提升。”郎学红表示。

记者获悉,在成交率方面经销商普遍认为3月份增长的比例有明显上升,价格方面3月最后两周车辆价格基本回归正常,还有部分车型价格微涨,由于全球汽车产业链受影响,有些车型优惠降低,有惜售的现象。不过现在大部分车型还有让利。

谈及3月份国内车市的销量表现,郎学红表示,尽管目前具体数据还没有统计出来,但协会预测,国内乘用车的整体销量应当在100万辆左右。“我个人更加乐观些,预计会达到105万辆。”需要指出的是,对比2月份20万辆的数据来看,如若今年3月份乘用车销量能够突破百万辆,意味着车市的回升势头趋于强劲。

值得一提的是,近期商务部、发改委等部委陆续出台保障汽车消费的刺激性政策。就在3月31日,国务院重磅宣布新能源车补贴延续至2022年,同时也对二手车的增值税进行调整。国家层面大力推动,各地随即积极响应,包括鼓励放宽传统汽车限购号牌,鼓励“国六”标准车型消费,鼓励以旧换新等利好政策密集出台。

基于此,业内普遍认为,随着4月份全国各地的复工基本完成,疫情接近尾声,经销商的营业状况将恢复到正常水平,甚至会出现报复性增长。

对此,郎学红坦言:“行业预计的销量小高峰什么时候到来还不确定,预计4月也不会有明显改观。去年4月份销量是145万辆,今年实现同比正增长的压力仍然较大。”她认为,4月份情况预计会更好,但不能过于乐观。预计今年二季度下旬到三季度,我国车市才能恢复到正常水平。经销商还是需要控制好资金流转节奏,保持风险意识。

实施金额逾133亿元 首季240家上市公司借回购表达“业绩自信”

■本报见习记者 吴晓璐

去年A股回购金额刷新历史新高,今年以来,上市公司回购热情依旧不减!《证券日报》记者据同花顺iFinD数据统计,以预案公告日统计,截至4月3日,年内67家上市公司披露新的回购预案,最高回购金额合计约235亿元,化工和医药生物公司居多。另外,今年一季度,240家上市公司实施了回购,净回购金额合计约133.48亿元,累计回购金额合计约370亿元(2019年实施回购至今的累计回购金额)。

“随着新证券法实施并提升投资者保护,预计上市公司股份回购的程序会更加规范。”新时代证券首席经济学家潘向东对《证券日报》记者表示。

A股回购一般是上市公司稳定投资者信心、表明对公司经营和发展的坚定信心,以及优化资本结构而采取的一种方式。据平安证券研报,2012年至2017年间,上市公司年均回购规模只有77亿元;2018年《公司法》放宽股份回购条件后,2018年和2019年平均回购金额达787亿元,是2012年至2017年均值的10倍。而据沪深交易所股份回购细则,上

市公司应当在每个月的前3个交易日内公告截至上月末的回购进展情况,截至4月3日,上市公司今年一季度的回购情况也基本浮出水面。

从净回购金额来看,上述240家年内实施回购的公司中,有37家回购金额超过1亿元,4家超过5亿元。雅戈尔一季度回购金额最高,以10.17亿元位居首位,截至3月底,雅戈尔此轮回购的累计金额已达25亿元。其次是中国平安,一季度回购金额为9.94亿元,截至3月底,此轮回购累计回购金额已达59.94亿元。

另外,东方财富Choice数据显示,因员工离职或未完成目标,143家公司对此前股权激励计划中部分激励股份回购注销,合计注销股份1.08亿股,合计金额7.37亿元。

在今年新推回购计划的67家上市公司中,7家公司的股份回购已经实施完毕,合计回购8.23亿元,52家公司正在实施中,8家通过董事会或股东大会,尚未有停止回购。

者以合理的条件进行股权激励,有积极正面的意义,一方面表明了企业对当前投资价值的认可,另一方面也客观上抬升了股价,维护投资者利益。

从公告来看,上市公司回购的目的一般是为了股权激励和市值管理。记者据同花顺iFinD数据统计,上述年内实施回购的240家上市公司中,159家公司已披露2019年年报,其中约六成净利润实现增长,与A股平均水平相当。从股价来看,截至4月3日,年内240家公司股价平均下跌3.58%,跑赢上证综指5.8个百分点,其中81家年内股价上涨。

潘向东表示,投资者应该辩证看待回购概念股。一方面,上市公司回购股份直接增加了市场交易量,短期内有利于稳定资本市场,抑制股价过度波动,提升市场信心。另一方面,市场上仍存在“忽悠式回购”,股份回购可以提高每股净资产、盈利能力等财务指标,这会掩盖公司的实际情况。一旦上市公司停止回购,财务指标可能会恶化,股价也可能波动。

虽然A股整体回购情况良好,但是也

有少部分公司涉嫌“忽悠”而收到交易所监管函。这些公司或在回购期满时未实施回购,或回购金额未达预案的下限,或“左手推回购,右手发减持”。

在新证券法实施的背景下,对于如何进一步防范“忽悠式回购”,利达达研究主管沈亮丞对《证券日报》记者表示,在两种情形之下,上市公司管理层不应轻易回购。第一,企业经营本身需要极大资本开支,第二,收购比回购更有价值。因此,沈亮丞认为,上市公司在信息披露的过程中,除了明确回购价格、规模及用途之外,应对以上两个问题,进行简单阐述。

潘向东认为,监管层在进一步完善回购规则的同时,也需要加大对股份回购过程中违法违规行为的惩罚力度,这也符合新《证券法》投资者保护的方向。“对于利用内幕消息、欺骗投资者,损害中小股东的合法权益的恶劣行径,应该加大处罚力度。”

