

首家国有大行全资设立直销银行获批筹建 事隔数年直销银行驶上快车道

■本报记者 吕东

直销银行数量有望再度增加。邮储银行日前对外披露,其拟全资发起设立的邮惠万家银行有限责任公司(下称“邮惠万家银行”)已获准筹建,这已是年内第二家直销银行获批筹建。

西南财经大学金融学院数字经济研究中心主任陈文在接受《证券日报》记者采访时表示,从业务开展角度来看,此前大多数银行都有直销银行业务,但是以总行部门的形式存在。现在通过设立直销银行,将在业务创新等方面体现出更大价值,在绩效考核、人事安排等方面也会更加灵活。

邮储银行获批筹建直销银行

12月21日晚间,邮储银行发布公告称,该行拟全资发起设立的邮惠万家银行已获准筹建,新成立的直销银行注册资本拟为50亿元,注册地拟为上海市,邮储银行持股比例为100%。

对于设立直销银行的意义,邮储银行表示,设立邮惠万家银行是其深化体制机制改革、积极探索金融科技创新的重大举措,符合监管政策导向,符合商业银行数字化转型的市场趋势,也符合邮储银行自身业务发展需要,将有利于提升邮储银行服务水平及服务效率,更

好地服务乡村振兴战略,践行数字普惠金融、支持实体经济发展的使命。

麻袋研究院高级研究员苏筱芮在接受《证券日报》记者采访时表示,直销银行具有独立法人属性,是数字经济时代的产物。传统银行通过直销牌照展业,与外部科技公司等场景方进行合作,其市场化属性更为显著。通过牌照将数字渠道的互联网金融业务纳入监管,一方面能够解决联合贷款模式之忧,另一方面也可解决互联网存款之忧。

探索更多元的线上发展模式

据了解,邮储银行将把邮惠万家银行作为改革创新试验田,与邮惠万家银行共同探索线上线下协同发展的新模式,盘活和赋能线下网络,加快数字化、敏捷化、场景化转型,打造邮储银行转型发展的“第二曲线”。

大力发展零售业务逐渐成为银行业共识。作为国有大型商业银行,邮储银行在成立之初就确立了差异化的零售银行战略。截至2020年9月末,邮储银行拥有近4万个营业网点,覆盖中国99%的县(市),个人客户超6亿户,管理零售客户资产(AUM)达10.95万亿元;存款总额超10万亿元,其中零售存款占比达87%。近年来,邮储银行加速布局新零售,坚持以数字化转型为主线,将金融科技视为业务发展的核心驱动力。



据了解,邮惠万家银行将在组织与人才、风控与技术等方面建立一套具有自身特色的银行运营体系,同时着力打造人员能进能出、职务上能下、薪酬高能低低的灵活体制机制,充分激发组织活力。

直销银行牌照发放重新开闸

随着邮储银行获准筹建直销银行子公司,直销银行的数量有望增至3家。苏筱芮对记者表示,仅相距十天时间,就先后有两家直销银行获批筹建,不难看出,停滞已久的直销银行牌照发放已重新开闸。

早在2017年,由中信银行与百度公

司联合发起设立的百信银行就已开业,百信银行也成为首家获批的独立法人形式的直销银行。

此后数年,设立直销银行始终处于停滞状态。直到今年12月11日,招商银行发布公告称,由其联手京东旗下的网银在线(北京)商务服务有限公司(简称“网银在线”)共同设立的招商拓朴银行获批筹建,直销银行才重回大众视野。据了解,招商银行与网银在线分别认购招商拓朴银行14亿股和6亿股普通股股份,入股比例分别为70%和30%。

百信银行和拓朴银行均采取与科技公司共同设立的方式,与之相比,此次获批筹建的邮惠万家银行则由邮储银行独家出资设立,其持股比例为100%。

利洁时设立全球首个美赞臣公益基金会 赋能母婴、女性及儿童群体

■本报记者 许洁 见习记者 王君

根植中国27年来,美赞臣中国已经发展成为一家全球化的中国公司。12月22日,利洁时设立全球首个美赞臣公益基金会,它不仅是美赞臣长期奉献中国,守护健康,共建未来的郑重承诺,同时也标志着美赞臣中国的公益事业迈入常态化、平台化、可持续化的新篇章。众所周知,作为一家全球知名的婴幼儿营养品企业,美赞臣始终致力于汇聚全球资源,守护中国母婴健康,践行“为婴幼儿带来一生最好的开始”的企业使命。

对于成立美赞臣公益基金会,美赞臣大中华区副总裁顾磊表示,美赞臣是改革开放后第一批进入中国的外资婴幼儿配方奶粉企业,是中国不断发展的见证者、参与者和贡献者。美赞臣公益基金会的正式设立是利洁时与美赞臣推动践行对中国社会和环境承诺的又一里程碑。

赋能母婴、女性及儿童群体

值得一提的是,2020年是全面建成小康社会之年,也是“十三五”与“十四五”承上启下之年。步入新发展阶段,妇女儿童健康依然是全民健康的重要支撑,是实现“健康中国”战略目标的重要支撑。

在2020全民健康主题论坛上,顾磊表示,美赞臣公益基金会的建立代表着

公司的公益事业不再局限于企业社会责任范畴,而是作为一个独立的实体为社会创造价值。它承载着集团上下以及利益相关者们的期望,代表着美赞臣推进企业社会投资和社会影响力的坚定决心,也将成为美赞臣发挥专业优势面向可持续发展未来的新起点和新平台。

“未来,我们将以新建立的基金会为基础,进一步发展更广泛的公益平台,联动社会各界共同探索相关社会问题的解决之道,力争为社会创造共享价值,给世界带来积极改变。”顾磊如此表示。

事实上,母婴健康建设正在驶上发展的快车道。而美赞臣公益基金会有着自己的特殊使命。

顾磊接受《证券日报》记者采访时表示,美赞臣公益基金会将重点聚焦五个领域,包括:支持扶助罕见代谢性疾病和特殊营养需求儿童,关注他们的健康和发展;支持生命初期1000天营养和生命早期发展,支持儿童获得一生最好的开始;赋能新妈妈、儿童家庭、非政府组织和社区,创造更健康的世界;支持扶贫与灾难救助;通过广泛合作,寻求其他社会、环境等问题的解决之道,创造可持续发展的未来。

据了解,企业成立基金会并不是新鲜事,在业内屡见不鲜。数据显示,目前,中国企业/企业家基金会约有1200家,但仍处于发展的初期阶段。

对于企业设立基金会一事,长期关注社会公益领域的思盟企业社会责任

促进中心理事长郭沛源则表示,与企业内部的公益部门不同,企业公益基金会是一个非盈利性质的法人组织,企业公益基金会的设立代表着该企业对当地社会、社区社会责任的一项长期承诺。纵观所有设立基金会的企业,都是在各自领域表现优秀企业,是成为优秀企业的充分非必要条件。

撬动社会影响力

数据显示,在中国27年来,美赞臣的公益事业从最早期单一的产品、物资捐赠,到结合品牌特点和专业优势打造的“知识扶贫”模式。走到今天,美赞臣已经从业界的参与者、实践者转型成为公益的倡导者、影响者。

彼时,美赞臣在中国发起了“苯丙酮尿症患儿特殊奶粉补助项目”、“关爱之初”生命早期1000天营养改善公益计划等多个具有社会影响力的公益项目,持续不断将社会正能量向更深、更远处传递。

“美赞臣成立公益基金会的底气与信心,既源于品牌在营养领域积淀百年的专长、影响力与规模优势,也来自美赞臣持续多年在中国公益领域的耕耘和收获。将其打造成为美赞臣面向可持续发展未来的全新综合平台,使其承载着集团上下的期望和承诺,推进更多社会问题的解决,发挥更大的社会影响力。”顾磊如此表示。

据了解,在疫情初期,母婴健康面临着严峻挑战。美赞臣携手中国儿童

少年基金会、NCP生命支援网络、春雨医生推出“为爱战‘疫’·守护新生”公益项目,协同线上和线下资源,为孕产妈妈提供防疫物资、营养保障、协助联络医院、线上问诊、心理支持等综合援助服务,守护特殊时期的母婴安全与健康。该项目在疫情期间成功为5100位武汉孕产妈妈物资支持,迎接超过600名健康新生儿的诞生,还帮助数十例感染新冠肺炎的孕妇产下健康宝宝。

对此,顾磊表示,“完全独立于企业运行的美赞臣公益基金会,将能够打通美赞臣与合作伙伴共同建立的多个现有关注母婴健康的公益平台,突破单个项目单个平台的规模、可持续性影响力的限制,突破单个企业及其利益相关方的能力和资源限制,以更多维、更宽广、更独立、更整合的全新平台持续不断地关注相关议题,凝聚更多价值观念和关注点相同的企业、社会群体和公众力量,从而实现资源的叠加、互补和杠杆放大。”

在顾磊看来,美赞臣公益基金会代表着企业推进企业社会投资和社会影响力的坚定决心,必将成为助力母婴健康事业发展的新起点。

美赞臣公益基金会理事长陈亮则表示,“希望美赞臣公益基金会成立后能够成为一个母婴公益新生态的载体,形成一个长效化平台化的机制,立足专业,发挥优势,与各社会组织、机构、商业伙伴、社会大众等实现优势互补、共建共创共享母婴健康的未来。”

不再二次包装比例2022年达85% 电商快件“绿色包装”需加码投入

■本报记者 贾丽

日前八部门发布《关于加快推进快递包装绿色转型的意见》(下称《意见》),强化快递包装绿色治理,加强电商和快递规范管理,增加绿色产品供给,培育循环包装新型模式,加快建立与绿色理念相适应的法律、标准和政策体系,推进快递包装“绿色革命”。

此消息在资本市场也引发波澜,快递物流板块出现整体上涨。而相关上市公司也在扩容。12月22日,森林包装在上海证券交易所主板挂牌上市。

中国快递协会副秘书长邵钟林接受《证券日报》记者采访时表示:“此次,八个部委联合发布相应《意见》,推动政策出台,这是之前所没有的,体现了国家及相关部门的重视程度,该政策非常重要,需要大家一起出力。不过目前来看,这一政策实施很难落实到某一部门或者环节,牵扯到众多产业领域,不是一个行业所面临的,是事关生态的重要课题。”

据了解,目前过度包装、包装浪费问题普遍存在,而纵观整个产业链,缺乏对包装材料等专业生产机构,企业投入力度有待加强。目前,包装已成为电商、物流、食品等各产业的重要环节。环保材料的研发,打造生态绿色包装纸全产业链,对各行各业及人类绿色生态环境的建立尤为重要。

过度包装普遍存在 政策完善落地意义重大

随着电商、快递、物流行业的高速发展,过度包装等问题也越发凸显,包装浪费、材料复杂、环保度低等带来包装的繁琐、过度。这也直接抬高了成本,浪费大量人力物力,由此引发的环境问题也不容忽视。相关数据显示,中国快递业务量已连续6年位居世界第一,快递业每年消耗纸质废弃物流900余万吨,塑料废弃物约180万吨,并呈快速增长趋势。

中国商业联合会专家委员会委员、北京京商流通战略研究院院长赖阳接受《证券日报》记者采访时表示:“目前快递整体包装过度,从反复换单、大包装拆解到小包装等,包装资源浪费现象确实存在。在我们对众多电商的实地调查中发现,大部分电商仓储和仓库虽然很先进,拥有一流的技术水平,但在包装时,依旧是一层层、一件件装箱,不仅材料成本高,也浪费大量人工劳动,快递、物流包装有很大优化空间。”

此次《意见》就提出,要规范快递包装废弃物回收和处置,适度提升复用比例,保障快递包装废弃物及时得到清运。同时对于包装产业链各环节的规范予以明确要求。

国务院国资委机械院创新中心主任宋嘉接受《证券日报》记者采访时表示:“此次八部委联合发布《意见》的意义在于,不仅是政策延续,更是为了指导整个行业的下一步高质量发展。从过去行业指导性为主,到现在提出了约束性机制,这是一个质的变化,对市场清晰的传递出国家转型升级的决心,将逐步建立与绿色发展理念相适应的标准、法规等完整的治理体系。”

为推动绿色快递包装,早在2017年,国家邮政总局联合10个部委就发布了指导性文件,并且在8个省份和5个全国性快递物流开展试点工作。2018年制定了相关标准,并且在全行业推广,取得了良好的社会效益和经济效益。

“相关政策如若切实落地,对行业的影响应该是‘一升一降一增’,降的是低质量、高污染的生产企业;升的是数字化、自动化装备、无人技术的应用水平会进一步全面提升,对物联网、智能分拣装备、无人物流装备,增的是区块链、信息安全行业,由于数据量的增加,和新技术的应用,将形成全程可追溯、信息安全的‘数字孪生物流体系’。”宋嘉表示。

中国物流学会特约研究员解筱文认为,该《意见》对全行业推进快递包装绿色治理有重要意义,从目标任务、基本原则、法律法规和标准体系、规范管理等方面进行了系统的政策指引和规划,其要求明确、任务清晰,措施得力,对于加快我国快递包装“绿色革命”将产生重大而深远的影响。

他认为:“该《意见》与以往出台的政策相比,有三个显著特点:一是政策规划较高;二是目标要求清晰;三是注重源头治理。”

掘金10万亿元级蓝海市场 头部房企加速布局TOD赛道

■本报记者 谢若琳

中国轨道交通的蓬勃发展,正在推动TOD成为一片巨大的蓝海,并吸引越来越多房企入局,将之作为掘金房地产存量市场的重要抓手。所谓TOD(Transit-Oriented Development),即以“公共交通为导向”的城市社区开发模式,其典型形态为“轨道交通+物业”,通过对轨道交通车辆段、站点及沿线地上土地和地下空间的集约化利用,在5分钟-10分钟步行半径内建立服务中心或者城市广场等,满足人群居住、购物、娱乐等多种需求。

统计数据显示,2019年我国城市轨道交通运营里程6736.2公里,在建线路6902公里,实施建设规划线路总长7339.4公里。据招商证券初步测算,2020年-2025年我国“新基建”建设涉及的七大产业领域中,城际高铁和轨道交通领域的总投资规模最大,投资规模预计达34400亿元。

多家头部房企加码TOD赛道

据悉,2019年全国城市轨道交通在

建物业开发面积达到2269万平方米,同比增加近80%。另据易居研究院2020年全国轨道交通TOD监测统计,今年前9月城市累计成交的TOD地块超过30宗,成交总面积近247万平方米。

TOD已然成为一个新风口,从龙湖、万科、碧桂园到绿城、越秀等,越来越多头部房企加速切入赛道。作为目前国内唯一一家以轨道交通车辆基地一体化开发为主营业务的房企,京投发展深耕TOD领域多年,已成为这一赛道的领跑者。

据了解,京投发展企业愿景是成为“亚洲轨道交通专家”,早在十余年前就开始布局轨道交通物业开发,率先提出轨道交通与住宅社区“无缝连接”的理念。先发优势也让京投发展对TOD项目的成本控制、开发进度、品质管理、产品效果呈现等更加娴熟,在这一细分领域筑起“护城河”。

2018年,京投发展进一步提出“TOD智慧生态圈”的开发理念,在以轨道交通物业开发为代表的综合开发范围内,将智慧思维和科技作为主要工具,实现人文、自然、产业等生态价值共存与提升的闭环系统。这一理念强调对城市、地铁和市民提供可持续性服务,从根本上为城市的建设开发提供了一种集约高效、生态环保的新模式。

生态圈”理念的项目,是位于北京地铁16号线北安河车辆段的岚山项目。该项目通过对整体规划、交通动线、建筑设计、机构转换、产品户型、地下商业规划等多方面的优化提升,将建筑融于自然,形成“三区一体,三重一院”整体格局,并以灵活线路与多样种植打造出生态绿化、健康休闲、邻里社交+家庭游乐四大生活场景,成为京投发展第四代TOD升级力作。

值得关注的是,在“TOD智慧生态圈”开发理念的指导下,2020年,京投发展又重点进行了轨道交通车辆基地户外空间营造专项研究,疫情期间客户居家需求专项研究两大方面的创新探索。

技术、运营双轮驱动

据了解,针对疫情期间人们的居住生活期望,今年2月份,京投发展就快速反应,启动大量的定性定量研究,开展客户调研工作。随后,对于客户在居住空间上的新要求和想法,京投发展迅速将研究成果实践到臻御府项目中,其北连廊的设计,三个南向采光面的户型和完善的收纳体系,都获得了市场的良好反响。臻御府也成为疫情期间市场上罕见的网红神盘,首次开盘的300余套房源去化率超过90%,二期加推的

100余套房源2天即售罄。

备受市场关注的还有今年下半年刚刚亮相,作为京投发展全国化布局重要落子的无锡愉樾天成项目。这一项目被视作“TOD智慧生态圈”升级迭代的5.0版本,也是中国首个WELL认证TOD社区。

同样,为更好地营造“幸福感”,京投发展组织了100人规模的研究团队,通过线上问卷、深度访谈乃至入户调研,花费了200天时间作了一份10万字调研报告。并最终在调研的基础上,针对从婴幼儿到老年等五个阶段的五类客户和包括独居老人、有病患家庭、养老家庭和访客在内的四个特殊人群的居住痛点,构建智慧社区运营体系,布局幸福场景,将愉樾天成打造成为覆盖全生命周期的全龄幸福社区。

正如京投发展总裁高一轩此前所强调的,面对房地产市场发展的新趋势,以及为了更好地把握蓝海机遇,“我们的关注点与核心能力培养重心,逐渐地从轨道交通、地铁衔接开始向盖上的运营、向空间的营造、向客户的需求不断进化。”“我们在TOD开发过程中保持两轮驱动:既拥有技术的核心能力,也具备运营服务和场景营造的核心能力。这样才能确保在产品端始终保持先进性。”他如此表示。