

京医通仍正常使用 “停运”风波谁之过？

■本报记者 向炎涛
见习记者 张安 贺玉娟

京医通“停运”风波，引发各界关注。

“无论如何不应该侵害患者的利益和便利性。”一位监管部门人士对《证券日报》记者说。

4月19日深夜，京医通运营方北京怡合春天科技有限公司(以下简称“怡合春天”)再次发布公告称，后续在政府相关部门的监督指导下，双方将以理性的态度对京医通线上系统的历史投入和未来运营经费等相关问题进行协商，以推进所有问题的最终解决。双方协商期间，该公司将保障京医通线上系统的正常运行。

京医通运营主体怡合春天与出资建设方北京银行之间的矛盾已经摆在明面。记者探访怡合春天办公地更是发现为关联公司。一个已经运营十年的民生项目为何突然差点“停运”？目前仍是谜团。

目前仍可正常使用

“京医通”项目于2012年4月21日启动，由彼时的北京市卫生局(后为“北京市卫健委”)、北京市医院管理局、北京银行共同推进的一个民生项目，具备线上挂号、线下取号、门诊缴费、报告查询等功能。

根据怡合春天方面的介绍，目前，“京医通”线上平台覆盖6万余名医生、4万余张床位、3000多个临床学科，付费用户群体超3000万，已累计为近6亿+患者提供服务，为全国最大规模的公立医疗在线服务平台。

4月18日，一张京医通停运的通知在网上流传。根据通知，署名方为怡合春天的公司称，北京银行作为京医通线上系统的出资方，一再拒绝履行出资义务，该公司独自承担京医通项目数亿元成本长达

七年，因无力承担高昂的运营成本，京医通线上系统将于2022年4月20日9时起正式停运。

4月19日，北京市卫健委就此进行回应称，北京市卫生健康委员会和北京市医院管理中心已紧急通知双方，将进一步督促指导双方从维护公共利益出发，依法理性解决纠纷，使广大群众能够继续获得便利的线上预约服务。北京银行回应称，将加强各方协同，确保患者正常就医。

4月20日，《证券日报》记者发现，“京医通”线上挂号系统仍然可以正常使用。北京友谊医院工作人员也对记者表示，目前可以正常使用。

而对于用户京医通账户内的资金，京医通客服人员对《证券日报》记者表示，用户可以持个人证件和京医通卡片，到京医通支持的医院窗口办理提现业务。但目前北京华信医院和北京市隆福医院不支持提现业务。

京医通运营方究竟是谁？

天眼查显示，怡合春天成立于2014年9月18日，注册资本5000万元人民币。经营范围包括技术开发、技术咨询、技术服务；软件开发、健康管理(须经审批的诊疗活动除外)等。

公司共五大股东，大股东和实际控制人均为马骏，其他股东包括北京众翰投资中心(有限合伙)、天悦投资控股有限公司、上投拉萨上投信息科技有限公司、北京众宜投资中心(有限合伙)。

4月19日，《证券日报》记者查找发现，怡合春天在BOSS直聘平台发布的招聘信息显示，其地址为北京朝阳区嘉铭中心A座23楼。记者立即赶到该办公地，发现楼层指引显示的23楼是三医互联(北京)科技有限公司。前台工作人员



崔建岐/制图

京医通运营主体怡合春天与出资建设方北京银行之间的矛盾已经摆在明面。记者探访怡合春天办公地更是发现为关联公司。一个已经运营十年的民生项目为何突然差点“停运”？目前仍是谜团

给记者提供了该公司的电话，此电话与天眼查上显示的怡合春天电话一致。不过，记者再三拨打也未接通。

三医互联和怡合春天又是什么关系？为什么是同一办公地和同一电话号码？

根据天眼查数据显示，三医互联成立于2019年8月26日，注册资本100万人民币，法定代表人为李若晨，经营范围包括技术开发、技术咨询、销售医疗器械等。李若晨曾是怡合春天的经理，但在2017年退出；其还是怡合春天股东公司天悦投资的股东。

《证券日报》记者来到嘉铭中心23楼，办公室里有少数工作人员正在办公，但未挂有公司招牌。记者询问这里是否是“京医通”的运营公司，工作人员随即保持警惕状态，并迅速将记者带离办公区域。

一位不愿透露身份的工作人

员对记者表示，“现在是敏感时期，从公司角度来说，也是希望这件事能顺利解决。无论是公司还是患者，都希望能正常运行。”

一件有趣的事情发生了：在记者离开该楼层之际，此前写在楼层指引上的“三医互联(北京)科技有限公司”已被抹去。

“停运”风波谁之过？

从“停运”到继续运营，围绕京医通的一场风波背后，也随之带来种种疑问。

“当初建立这个项目的初衷是公益性还是商业性，建设运营资金哪里来？谁主导、谁审批、谁负责的？”前述监管部门人士对《证券日报》记者提出自己的疑问。

“目前来看，京医通问题的关键是，谁来投这个钱？当初运行的机制是怎样的？运营主体是个什

么性质的公司？”北京某三甲医院人士对《证券日报》记者说，目前医院对信息化乃至数字化建设越来越重视，但是现在面临的是机制问题，即哪些投入该由医院出，哪些投入该由政府出，哪些投入该由企业出。

在业内看来，京医通“停运”一事也暴露了医院信息化建设过程中面临的一些问题。

北京鼎医医药创始人史立臣对《证券日报》记者表示，京医通已经在北京30多家医院构建了挂号、就诊、线上支付、复诊等功能模块，一旦停运，会造成混乱。

在浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林看来，京医通的问题本质是一场内部纠纷。未来市场化的医疗数字化平台也不一定只由公益组织当主角，企业完全可以成为这一领域中流砥柱。

多重利好推升生猪价格

专家预测三季度生猪养殖有望扭亏为盈，关键看消费支撑

■本报记者 李春莲 见习记者 刘利

4月20日，农业农村部副部长马有祥在“2022中国农业展望大会”上表示，目前猪价已经出现触底反弹的迹象，农业农村部预计6月份生猪生产大概能够达到盈亏平衡点。

同日，农业农村部畜牧兽医局局长杨振海在国新办举行的“2022年一季度农业农村经济运行情况”新闻发布会上表示，三季度生猪养殖有望实现扭亏为盈，但是不确定因素依然存在。

生猪价格出现上涨趋势

从生产情况看，2021年，我国生猪生产已经恢复到常年水平，受生产惯性增长影响，2022年一季度，生猪出栏继续增加，但产能进一步优化。一季度出栏生猪1亿9566万头，同比增长14.1%。能繁母猪连续9个月向正常保有量回调。一季度末，全国能繁母猪存栏量是4185万头，相当于4100万头正常保有量的102.1%，处于产能调控的绿色合理区域。

从价格情况看，一季度生猪价格总体下行。2月份和3月份生猪养殖陷入了亏损。在清明假期，猪肉消费增加和市场调控等因素的共同作用下，猪肉供需有所改善。3月下旬，生猪价格结束16周连续下跌态势趋稳回升。4月19日，主产省生猪平均价格为每公斤12.85元，比3月18日的阶段低点回升了1.34元/公斤。但当前生猪养殖还没有扭亏为盈，部分龙头企业限量提价；二是二次育肥增多，近一周二次育肥数量不断增加，部分产业客户看好7至8月份猪价，因此养殖场50至80公斤商品猪销量增多，出栏速度有所放缓；三是广东限调。自5月1日起，暂停广东省外屠宰用生猪调入。养殖场信心提振，南方提价出栏，带动北方惜售情绪。四是猪源环比减少。4月份猪源环比减少，且养殖场出栏计划顺畅，供应收紧；五是国家发改委或通过收储推动猪价回到合理水平。”

今年以来，国家已开展四批中央冻猪肉储备收储工作，累计收储冻猪肉达15.8万吨。第五批收储工作即将于4月22日进行，此次收储挂牌竞价交易4万吨。国家发改委此前表示，如后续生猪价格继续低位运行，国家将持续开展收储工作，并指导地方抓紧收储，推动生猪价格尽快回归合理区间。

对于此次生猪价格上涨的原因，上海钢联农产品事业部生猪分析师郭刚向《证券日报》记者表示，“一是情绪带动。进入2022年以来，养殖场持续亏损，亏损时间较长金额较大，养殖场抵触心理严重，部分龙头企业限量提价；二是二次育肥增多。近一周二次育肥数量不断增加，部分产业客户看好7至8月份猪价，因此养殖场50至80公斤商品猪销量增多，出栏速度有所放缓；三是广东限调。自5月1日起，暂停广东省外屠宰用生猪调入。养殖场信心提振，南方提价出栏，带动北方惜售情绪。四是猪源环比减少。4月份猪源环比减少，且养殖场出栏计划顺畅，供应收紧；五是国家发改委或通过收储推动猪价回到合理水平。”

农业农村部猪肉全产业链监测预警首席分析师朱增勇对《证券日报》记者表示，“第五批中央冻猪肉储备收储在即，短期内对于市场提振起到了积极作用，此外部分地区生猪运输受阻和生猪养殖户对生猪限量提价推动价格上涨，然而生猪价格的后续发展，还是要看未来能否有持续的消费支撑。”

三季度猪企有望扭亏为盈

生猪养殖行业上市公司近期公布的3月份生猪销售简报显示，多家公司生猪销量同比有明显上升，销售价格却呈现震荡下行趋势。其中，今年1至3月份，牧原股份共销售生猪1,381.7万头。其中，3月份销售生猪598.6万头；商品猪销售均价11.67元/公斤，比2月份下降5.74%。

新希望3月份销售生猪142.69万头，环比变动46.00%，同比变动67.10%；收入为16.94亿元，环比变动53.58%，同比变动-22.33%；商品猪销售均价11.64元/公斤，环比变动2.19%，同比变动-50.47%。

新希望表示，生猪销售收入环比上升较大的主要原因是产能正常释放，仔猪投放力度增大。生猪销售收入和商品猪销售均价同比下降较大的主要原因是市场行情导致猪价下行。

生猪价格的持续低迷对上市公司造成了一定冲击。罗牛山发布2022年一季度预告称，公司实现归母净利润亏损2500万元至3500万元，同比下降155.80%至178.12%。公司表示，受公司生猪产能持续释放影响，生猪出栏量较上年同期增加，但因国内生猪市场价格较上年同期大幅下降，叠加饲料原料价格上涨等影响，公司生猪板块利润较上年同期出现亏损。

“在新冠疫情之后，由于居民收入减少，加上鸡肉、鸡蛋等替代品的冲击，对于猪肉的采购积极性出现下降，所以在生猪养殖行业面临产能过剩且供过于求的情况下，业绩不振也是意料之中。”郭刚表示，“当前并未真正到生猪养殖行业的转折点，所以对于养殖企业来说，需要停止盲目地扩张回笼资金、放弃部分农户模式加强自有猪场的维护、提升存栏母猪的性能，调整养殖成本，规避猪价在成本线之下持续震荡带来的亏损。”

杨振海表示，“根据农业农村部专家团队预测，随着新生仔猪数高位回调，饲料成本高位回落等各种有利因素的不断积累，三季度生猪养殖有望实现扭亏为盈，但是不确定因素依然存在。希望广大养殖场户，既要坚定信心，不盲目压栏，又要顺势出栏肥猪，不盲目压栏。”

“应对当前的生猪产业形势，相关养殖企业生猪销售不要观望，保证生猪出栏活重在120公斤上下时及时出栏，保障现金流安全；鉴于当前饲料价格较高，建议企业在充分考虑营养和价格比的前提下通过有效的蛋白替代以及其他饲料原料替代，降低饲料成本。”朱增勇如是说。

本版主编 袁元 责编 徐建民 制作 张玉萍
E-mail: zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785

服饰行业观察②

3家A股服装上市公司2021年净利同比均超100% 体育细分赛道仍是资本热衷之地

■本报记者 李正

据东方财富Choice金融终端数据显示，截至2022年4月20日，A股服装板块已有13家上市公司发布了2021年财报或业绩快报，多家上市公司获得了较大业绩增长。

华彬创富投资总经理袁华明接受《证券日报》记者采访时表示，2021年，由于全球服装相关产业链受到疫情冲击，而中国产业链率先恢复，这让我国服装行业发生了订单回流的情况。

但行业分化也在悄然发生。《证券日报》记者近日走访了北京某大型购物中心，虽是晚上7点左右，但是部分时尚品牌服装店内几乎看不到顾客身影，相比之下，运动服装品牌店内保持着十余人的客流量。

有分析人士对《证券日报》记者表示，近些年，受国潮文化兴起带动，体育服饰企业业绩实现稳定增长，特别是冬奥会叠加国潮因素，对运动服装细分赛道起到了不错的刺激作用，因此，很多运动服装品牌2021年的经营业绩可圈可点。

“预计今年各大本土品牌会持续加大运动服饰的研发、设计和营

销投入，进一步将传统文化元素引入设计中，虽然去年以来棉价持续高企，但是国潮文化的催化仍有望增强龙头品牌的销售和影响力。”上述分析人士表示。

体育服饰 引领服装产业盈利增长

数据显示，已披露2021年度财报数据的13家上市公司中，有10家报告期内实现归属于母公司股东净利润同比增长，3家同比增长幅度超过100%，分别为ST贵人(增幅194.36%)、锦泓集团(增幅135.27%)及华斯股份(增幅105.03%)。

上述13家上市公司数据显示，森马服饰2021年实现归属于母公司股东的净利润14.86亿元，排名第一，远超过于第二名的太平鸟(6.77亿元)。运动服装类企业ST贵人归母净利润增幅位列第一。

中国银行研究院研究员叶银丹在接受《证券日报》记者采访时表示，以冬奥会为代表的体育赛事持续提振国民运动情绪，拉动了体育服饰以及运动装备等体育产业的消费，加之国产体育服饰品牌的市场

格局、资源储备和产品竞争力都已大幅提升，龙头品牌号召力得到较大提升，使得体育服饰线上线下渠道销售都呈现出较快增长。

“随着政策对体育事业支持力度加大，体育服装产业迎来了快速增长。《全民健身计划(2021-2025年)》提出，到2025年，经常参加体育锻炼人数比例达到38.5%，全国体育产业总规模达到5万亿元，要实现这一目标，预计2020年至2025年的年均复合增长率为10.8%左右。”叶银丹进一步表示，在“大健康消费”理念兴起的背景下，预计未来体育服饰赛道的增速会十分可观。

面临存货和成本高企 双重考验

值得关注的是，上述13家上市公司中，有10家报告期内存货出现同比增长，按增长幅度来看，盛泰集团(增幅65.98%)、森马服饰(增幅60.88%)以及华斯股份(增幅27.78%)分别位列增幅前三。

森马服饰方面称，随着公司销售规模的扩大，销售给加盟商以及直营终端及电商渠道铺货和陈列的

商品需要量不断增加，目前公司的存货是正常经营过程形成的。盛泰集团则在公告中表示，截至2021年12月31日，盛泰集团合并财务报表中存货账面余额为人民币128584.48万元；存货跌价准备余额为人民币9500.21万元。

金鼎资产董事长龙瀛对《证券日报》记者表示，由于去年旺季市场不及往年，加之海内外疫情反复使服装出口阻力增加以及内需不振，使得部分企业库存较往年有所增加。

据龙瀛介绍，存货比例较高一直是困扰我国服装行业发展的通病。由于存货过多导致产品周期被拉长，不仅降低了服装企业的整体利润，也增加了公司的管理成本及获利成本，如果服装企业存货金额较大，占总资产比重偏高，当市场环境发生变化或者出现竞争加剧等因素导致变现困难时，公司就会面临较大的存货减值压力与跌价风险。

2022年，服装企业面临的并不仅仅是存货高企问题。

今年以来，受多重因素影响，作为我国服装产业重要原料之一的棉花价格始终处于高位，而且由于存在一定的替代效应，导致其余两个

品类粘胶短纤和涤纶短纤的价格也在不断上涨。

生意社数据显示，截至4月19日，年内粘胶短纤和涤纶短纤参考价格分别上涨了16.26%和11.63%；皮棉(3级)价格年内始终维持在22000元吨至23000元吨的历史高位，报于22669.67元/吨，同比增长45.32%。

叶银丹表示，由于终端消费较弱，服饰类消费需求弹性较大，在经济下行压力较大、居民收入减少的背景下，涨价可能带来销量的大幅减少，对于中低端服饰品牌来说，消费者品牌黏性较低，市场上同等价位的竞争产品较多，涨价可能带来消费者的流失。所以预计对于原料价格的持续高位，服装企业很难将增加的成本通过提价向下游销售端传递。

对于A股服装板块的投资价值，龙瀛认为，中长期来看，全球服装市场的订单仍依赖于中国服装产业稳定的供应链。同时，体育服饰细分赛道仍处于成长周期，当下体育服饰行业，品牌之间的竞争正进入产品主导竞争的阶段，由于研发与营销层面的壁垒，龙头企业整体竞争力逐步集中。

央企上市公司做强做优 发挥资本市场“压舱石”作用

■张颖

4月21日，国有大型石油公司中海油在上交所上市。至此，继中国移动、中国电信、中国联通三大电信运营商“会师”A股后，中国石化、中国石油、中海油这“三桶油”也齐聚A股。央企控股上市公司在A股市场的“压舱石”分量再次提升。

截至2022年4月20日，全部A股的4788家上市公司中，有449家央企，888家地方国企，数量分别占比9.38%、18.55%，市值合计分别为23.86万亿元、16.83万亿元，分别占全部A股市值的28.8%、20.33%。

国资委秘书长、新闻发言人彭华岗4月19日在国新办新闻发布会上表示，央企控股上市公司是资本市场的一支重要力量，将采取多种措施，推动上市公司提高治理水平和价值创造能力，实现上市公司的高质量发展，为资本市场的稳定发展作出积极贡献。

2022年是国企改革三年行动方案的收官之年。在国企改革三年行动方案落实过程中，国资委一直把提高央企控股上市公司质量作为一个重点。

今年一季度，中央企业经济效益稳步增长，运行质量持续改善。

国资委数据显示，今年第一季度，中央企业累计实现营业收入9万亿元，同比增长15.4%，实现净利润4723.3亿元，同比增长13.7%，上交税费7348亿元，同比增长20.9%，累计完成固定资产投资(不含房地产)5194亿元，同比增长4.6%。

中央企业是国家产业链安全的基石，也是国家经济稳定的“压舱石”。笔者认为，在央企效益持续稳定增长，逐步实现做强做优的过程中，上市央企的质量得到提升，而且发挥了产业链“链主”的带动作用，培育产业龙头，提高上下游资源配置效率，促进民营企业和中小微企

业发展，最终将助推资本市场实现高质量发展。

长期以来，资本市场为服务国企改革提供了融资、并购、发展壮大等支持，推动国有企业向着更深、更广的领域前行，向高质量发展迈进。

最新数据显示，党的十八大以来，国资委先后完成25组46家中央企业重组，并根据国家发展需要新组建了9家央企。

映射到A股市场，国企改革尤其是央企改革的新进展和新成效获得资本市场的高度认可。

分析人士普遍认为，随着国企改革改革的进一步深入，国企经营效益

和活力有望增强，将助推相关行业基本面和企业盈利改善，带动估值修复，投资价值日益凸显。

从估值来看，截至4月20日，中证央企指数的最新动态市盈率为8.56倍，远低于整个A股市场16.32倍的市盈率。可见，国有企业板块总体上估值偏低，具备良好的安全边际和性价比。

笔者相信，央企控股上市公司在内质质地、外型形象中，突出主业、完善治理，在打造“大国重器”的高质量发展过程中，将为资本市场注入新活力、新动力，彰显资本市场“压舱石”作用。