

# 江西代表团考察苏宁 联手推进电商扶贫

12月9日,江西省委书记、省人大主任强卫率江西省党政代表团访问苏宁集团南京总部,与苏宁控股集团董事长张近东举行会谈。张近东表示,未来5年,苏宁要在江西建设10个O2O实体零售商业中心,大力发展物流,拓展农村电商扶贫,将江西名优特产销往全国。

现代快报见习记者 白相盼

## 建设10个苏宁广场, 打造O2O商业中心

今年7月,张近东在江西考察时说,江西是苏宁全面落地互联网零售战略的重要拼图,随后苏宁全速推进在赣项目,重点规划建设的就是苏宁广场。

“我们将要把苏宁广场建设成为标志性O2O实体零售商业中心,带动江西传统商业的转型升级。”张近东表示,2020年将建设完成10个苏宁广场,其中南昌7个,九江、赣州、宜春各1个。

苏宁广场将建设成为集高端购物中心、超5A甲级办公及科技住宅等业态于一体的大型城市综合体,充分实现智能、科技、展示与体验,成为江西最大的互联网+商业综合体,也将成为苏宁区域总

部及互联网转型综合产业布局的平台。

## 依托物流核心能力,加大农村电商扶贫

互联网零售的发展离不开物流,苏宁近几年在全国重金投入物流建设,致力于降低全社会商业流通成本。位于南昌的苏宁物流中心总建筑面积超5万平方米,拥有辐射省内11城市干线运输的能力。

今年,苏宁在江西三四级市场已开设92家苏宁易购服务站,集购物、金融、物流、售后、招商等功能于一体,是连接城市与农村市场的桥头堡,预计明年将完成江西县级市场100%全覆盖。

在自建苏宁易购服务站的同时,苏宁通过与农村加盟代理商合作,创新加盟店、代理点新形式,吸

引农村青年回乡创业。苏宁明年在江西省将开设1000家加盟店、代理点及招募3000名乡村联络员。

今年9月,苏宁与国务院扶贫办签订电商扶贫战略合作协议,其中涉及江西省的有24个国家级贫困县。苏宁发展农村电商,推动农产品进城,将江西各地的特优名品嫁接到苏宁的平台进行销售,帮助当地农民致富,实现精准扶贫。以江西知名农产品赣南脐橙为例,自10月25日上线苏宁易购,到11月30日,已售卖约50万斤,超30万订单,销售金额逾300万元。

张近东透露,经过10多年的发展,苏宁已进驻江西省内11个地级市,开设120家实体门店。今年1-11月,江西苏宁线上销售同比增长123.97%,线下也逆势增长17.69%。

## 政策前沿

### 内地香港基金互认正式“落地”

国家外汇管理局综合司司长王允贵10日表示,内地香港两地基金互认政策已经正式实施。内地和香港近日均已向中国证监会提出了申请,待获得注册后即可履行外汇登记程序。外汇局相关文件和系统已经准备就绪。

所谓基金互认,指在香港注册的基金可以向内地投资者直接销售,内地符合条件的基金也可销售给香港的国际投资者。

据王允贵介绍,按照11月发布的《内地与香港证券投资基金跨境发行销售资金管理操作指引》,

在实行进出各等值3000亿元的总额度控制基础上,外汇局不再对单家机构、单只产品的额度进行审批,基金跨境发行销售项下相关资金汇出入不设币种限制,但要求每只基金客地发行规模不得超过该基金总资产50%。

“基金互认政策的正式实施开辟了内地投资者证券市场投资新通道,资本和金融项目交易中‘居民在境外出售或发行’以及‘非居民在境内出售或发行’两个子项将不再受到严格限制,资本项目可兑换实现新突破。”外汇局资本项目管理司司长郭松表示。据新华社

## 有此一说

### 刘强东就假货问题讽马云: 1名程序员1天就能搞定

据外媒报道,京东董事长兼CEO刘强东想要对他的中国劲敌、电商大亨马云传个话:打假是件容易事。

刘强东在接受采访时称:“一名程序员只需1天就能搞定这件事。你能想象得到花80块钱就能买到一个古驰品牌的手提包吗?”他的这番表态影射的是阿里巴巴集团执行主席马云近期发表的言论。

《福布斯》杂志上月在一篇文章中引用马云的话称,那些担心淘宝上存在假货的奢侈品牌,应该先看看他们自己的商业模式。马云质疑称,古驰和其他手提包品牌的商品售价是不是太贵了?

“中国的企业家值得世界尊重吗?”刘强东在中国社交媒体上回应道,“我们必须作出改变。”

马云并未对《福布斯》的文章作出回应,但他曾经说过,假货是“癌症”,阿里必须攻克。

京东和阿里是中国商业界竞争最为激烈的一对对手,刘强东的这一表态是对阿里的最新抨击。长期以来,两家公司经常因为大大小小的事情大打口水仗。

和阿里的商业模式相比,京东



刘强东 资料图片

是一家截然不同的公司。京东的库存和物流多数由自己管理,而阿里更多扮演的是一个为个体卖家和买家牵线搭桥的平台角色。刘强东指出,京东的直销模式能够更好地尊重知识产权,中国正在崛起的中产阶级想要的不仅仅是便宜货,还有品质。刘强东的这一表态帮助京东赢得了投资者的青睐:京东股价今年为止已经累计上涨了40%,而阿里股价则下滑18%。

“中国互联网行业仍在践行弱肉强食的法则,”刘强东表示,“我们想要把它带到一个文明世界中。” 凤凰网

你看中人家的利息,人家看中你的本金

# 年末理财平台风险集中暴露 投资者别贪高收益

年末将至,一些借着O2O(线上到线下)、P2B(个人对企业的一种贷款模式)、A2P(融资租赁等债权资产对个人的模式)等新兴概念,打着“互联网+”大旗,兜售高收益金融产品的理财平台接连爆出风险事件。据新华社



CFP供图

## 朋尔资产人去楼空

宣称“O2O平台和P2B金融模式”的理财公司朋尔资产日前人去楼空。此前,上线仅3个多月的P2P平台鑫利源公然发布“跑路公告”,成立3年的老平台友友贷亦出现提现困难。

朋尔资产所在的上海中欣大厦物业管理表示,该公司只入驻一两年时间,平时多有上了年纪的投资者出入,“近日约有上百名投资者来讨说法。”

记者在现场看到,朋尔资产办公室墙上还留有山东烟台“东海黄金海岸”地产项目的相关证照,包含商品房预售许可证、施工许可证等。

该公司网站上显示,旗下产品“安盈宝”是“基于O2O平台和P2B金融模式,以高净值住宅类房产为抵押担保的创新型安全理财产品。”其所谓P2B创新产品即指该地产项目。介绍显示,产品“10万元起投,最高可达12%年化收益,且有优质房源抵押,实力机构担保回

购,一年期,物权变现速度快。”

## 用新概念“纯忽悠”的公司不少

网贷之家首席研究员马骏表示:“O2O也好,P2B也好,对于非法集资平台都是借口与概念,此类公司暴露出的不是模式问题,而是其目的与动机。以互联网金融为名,却做着房地产等实体融资之实。这是此类平台的本质问题所在。”

上海一家基金公司互联网金融部负责人表示,现在互联网金融圈的流行语是“你看中人家的利息,人家看中你的本金”。建议投资者不要贪图高收益,投资理财要找正规金融机构,至少有平台保障,且对于风险的把控能力是优于其他机构的。

专家认为,目前市场上用新概念“纯忽悠”的公司不少,不过此类问题平台风险逐渐暴露,会对行业和社会起到警示作用,未来行骗成本会逐渐提高。投资者一定要做足功课,精选平台和标的。



## 收益率不少达5%以上 保险理财逆袭,约吗?

11月银行理财产品的平均收益率降至4.23%,创下两年新低。不过保险理财产品倒是另一番风景。由于保险公司在年底要为来年业绩“开门红”冲刺,不少保险理财产品收益率都达到5%以上,甚至有高达7%的。

某大型寿险公司在官网重点推出了一款限时抢购的万能保险产品,号称“利率进入下降区间的理财神器”,产品保险期5年,预期年化收益率为5.38%。而记者在某电商平台查询保险理财产品发现,收益率在5.6%~7%。在目前利率水平持续走低的大背景下,这么高的理财收益率确实很让人心动。那么投资者是否可以放心大胆地买入保险理财产品呢?

目前市场上的投资性保险基本包括分红险、万能险以及投连险三类。分红险投资相对保守,风险低,但收益也相对较低。万能险是有保底利率(目前一般在2.5%~3.5%),上不封顶。而投资连险是相对最激进的,无保底收益、风险大,当然收益也可能大。如上述电商平台销售的一款预期年化收益5.6%的投连险产品说明中,明确表示实际投资收益不确定,产品投资风险由本人承担。

除了预期收益的不确定性,投资者还要注意流动性风险。比如很多保险理财产品最少要持有1年,如中途退保会产生退保费用,可能会导致本金亏损。现代快报记者 刘元媛

## 公司热点

### 中生联合有意并购上海禾健

香港联合交易所11月26日发布公告称:南京中生联合股份有限公司将以100%股份收购上海禾健股份有限公司。日前,有关事项正在紧锣密鼓地进行。

这则看似普通的并购信息,很快在业界、媒体及证券市场引起注意。其中意义颇耐人寻味:

其一,“中生联合”和“上海禾健”均为营养保健品行业;其二,二者均为上市公司,前者为香港H股,后者为“新三板”股;其三,前者为中国成长最快,实体营销最大营养保健品产销实体,后者为中国发展最快,网上营销最大的线上平台;其四,“中生联合”并购“上海禾健”,意味着中国最为亮眼的两家保健品公司将从“分战”转为“合战”模式。此案如无异议,将创造两个第一:中国保健品两大上市公司第一个并购案;中国保健品产业线上线下第一个合作案。

2014年1月8日,“中生联合”在香港公开招股。开市即获得了187倍的超额认购,冻结资金约77亿港元,被香港媒体称为“最值得关注的牛股之一”。一年过去,2015年3月10日,业绩公告显示:中生联合营业额增约29.6%;毛利

率增约32%;净利润增约52.4%;每股基本盈利约增8.3%。“中生联合”成为H股市场的香饽饽。

2014年11月21日,“中生联合”旗下控股企业上海惟翊公司,斥资约1.4亿港元,并购新西兰家喻户晓的健康食品企业——“好健康”全部股份。这既是一次战略合作,也是国内保健品行业首次走出去,海外并购国际知名健康品牌动作。

一年过去,“中生联合”再度上演并购故事,只是合作对象变为国内知名同行企业。

“上海禾健”成立于2001年。主营膳食营养补充剂销售业务,其营销模式最大特色是“网上直购”。当“中生联合”遇上“上海禾健”,便注定中国保健品行业有一出好戏要上演。继“苏宁”与“阿里”的“互购”之后,此次并购或将在中国保健品产业中提供又一个崭新的“互联网+”典型案例。

综合