

医疗物资储备存短板

我国应急储备制度亟需完善

□本报记者 戴小河 傅苏颖

在这次重大突发公共卫生事件面前,医疗物资短缺问题十分突出。多位业内人士建议,我国亟待提升应对重大公共卫生危机的意识和水平,落实医疗物资储备制度,针对不同级别的危机,做好相应规模的医疗物资储备;提前储备一批应急临时医疗中心,能够迅速扩大医疗能力;疫情应急响应体制机制有所不足,应尽快补齐短板。

医疗物资储备短板暴露

国家卫健委规划司司长毛群安在国务院联防联控机制新闻发布会上表示,在疫情防控过程中,如何根据防疫需要,做好应急储备工作,暴露出短板和不足。上海财经大学公共政策与治理研究院首席专家李超民分析称,我国医疗物资储备制度可以回溯至1990年,无论是抗击SARS疫情,还是此次抗击新冠肺炎疫情,都显示N95型医用口罩、防护服等医疗物资储备严重不足,难以应对类似大规模疫情。为此,亟待提升应对重大公共卫生危机的意识和水平,落实医疗物资储备制度,针对不同级别的危机,做好相应规模的医疗物资储备。对防疫物资储备,应坚持静态储备与动态储备相结合,国家储备与企业储备相结合。面对突发重大传染病疫情,依赖日常医疗物资储备并不现实,保持应对疫情的生产能力尤为重要。

提前储备临时医疗中心

此次新冠肺炎疫情警醒我们,由于

现有医院、传染病院难以按灾害发生时需求容量进行扩建。因此,未来在加强公共卫生体系建设的时,需要提前储备应急临时医疗中心,以便灾害发生后第一时间启动。

业内人士表示,这类临时医院必须能够迅速扩大医疗能力、便于组装、建设快捷,须具备以下特点:一是随疫情等级提升可扩大规模;二是可随意组合;三是适应全境各种地理环境运输;四是快速组装;五是资源可预计,能够为250名以上的病人提供三天内的紧急救护;六是适用任何年龄人群。

全国政协委员、九三学社江苏省委会主委、江苏省住房和城乡建设厅厅长周岚提出,城市体育馆一般地块独立,空间开敞,有多个交通疏散通道,给排水、供电、通讯等设施齐全,建筑空间大,功能分区明确,有不同的出入口和独立不交叉路线,可快速改造为具有一定床位规模的临时医疗中心。与应急改造宾馆和宿舍相比,体育馆对周围居民干扰相对少、可容纳床位数相对多、医疗护理流程相对短、相同数量医护人员可照料更多轻症患者。同时,我国绝大多数城市都建有大型体育馆,是覆盖面最广的公共建筑类型之一,因此具有应急改造为临时医疗中心的良好资源基础。

周岚透露,为应对新冠肺炎疫情,江苏省住房和城乡建设厅按照省委省政府的部署,以江苏现有体育馆为实例,组织东南大学建筑设计研究院、南京大学建筑规划设计研究院和江苏省

建筑设计研究院,分别独立开展了体育馆应急改造为临时医疗中心的可行性研究。

研究表明,通过病房分区隔断(清洁区、半污染区、污染区)、局部新增医护卫生通道、外挂患者卫浴和排污处理模块、完善病区排风系统、对尾气处理后排放等改造措施,可实现传染病医疗救治功能,工期约7天,改造投入约2万元/床左右。如适当减少医护功能,在武汉方舱医院基础上增加病房区分区排风等处理,工期可以缩短到3天左右,成本可降低到约1.5万元/床左右。因此,体育馆经过系统的设计和应急改造,能够以较小的投入、相对短的工期,应急改造为满足防疫要求的临时医疗中心。

重视城市应急响应体制机制建设

近年来中央财政医疗健康支出逐年递增,2018年全国财政预算安排医疗卫生支出15291亿元,占全国财政支出的7.3%。然而,此次疫情暴露出了我国有关疫情应急响应体制机制的缺失,必须尽快补上。

李超民分析指出,至少有五个短板需要尽快补齐。

一是需尽快制定并颁布相关法律。目前我国应对疫情的法律依据是《国务院关于废止和修改部分行政法规的决定》修订的《突发公共卫生事件应急条例》,亟待修订成法并明确央地事权划分、确定财政资金来源、细化工分、明确储备体制等内容,细化内容使之可操作。

定增预案持续增加

“破增发”需仔细甄别

Wind数据显示,2019年以来,两市共有280家上市公司非公开发行股份成功上市。截至3月9日收盘,73家上市公司跌破发行价,占比达到26.07%。业内人士指出,目前破发率处于高位,说明A股估值整体较低。但是破发只是一个信号,不能认为破发就有投资价值,要进一步看破发的原因,同时结合业绩进行筛选。

值得注意的是,近期上市公司密集发布非公开发行融资计划,仅3月份以来就有42家上市公司发布定增预案。

定增破发幅度居前的公司					
名称	发行价格	增发日收盘价	最新收盘价	较发行价涨跌幅(% 后复权)	证监会行业
ST华鼎	7.09	7.53	3.03	-56.83	化学纤维制造业
博天环境	18.93	15.45	8.14	-56.71	生态保护和环境治理业
白银有色	6.15	4.59	3.14	-48.94	有色金属冶炼和压延加工业
万达电影	33.20	20.13	16.99	-48.83	广播、电视、电影和影视录音制作业
中国铝业	6.00	3.87	3.10	-48.33	有色金属冶炼和压延加工业
联创股份	9.37	7.06	2.81	-45.98	互联网和相关服务
众信旅游	10.71	6.49	5.83	-45.38	商务服务业
五洲新春	15.87	8.32	8.82	-43.34	通用设备制造业
苏盐井神	10.18	4.98	6.17	-38.87	食品制造业

数据来源/Wind

新华社图片

金属冶炼和压延加工业、电气机械和器材制造业等行业涉及破发的公司数量居前。

中国证券报记者梳理发现,上述73家破发的上市公司中,有43家上市公司发行价格高于发布预案公告时的价格,为溢价发行;其余30家公司为折价发行。溢价发行的公司中,多数涉及关联交易。

苏盐井神非公开发行股价溢价发行率位居破发公司首位。公司购买注入苏盐集团食盐经营相关业务后的苏盐连锁100%的股权及南通盐业51%的股权,交易作价22.02亿元。交易对方苏盐集团为上市公司控股股东,构成关联交易。公司称,标的资产以2018年3月31日为基准日的评估结果与2017年4月30日为基准日的评估结果接近,且未出现减值。本次交易仍选用以2017年4月30为评估基准日的评估结果作为定价依据,发行价约为10.28元/股。发布预案时,公司股价已跌破8元/股;定增上市首日,公司股价收报4.98元/股;截至3月9日收盘,股价为6.17元/股。

抄底“破增发”需谨慎

国联证券认为,定增价本身对于上市公司的股价具有一定的支撑作用,为了顺利实现本次再融资以及为后续融资做准备,上市公司通常会积

极维护股价,即使锁定期间出现破发,解禁后机构投资者推升股价的动力也不可忽视。大股东真金白银现金参与定向增发的个股,如果跌破定增价更具有安全边际。

但也有专家认为,破发与发行价本身较高有关,能否“抄底”投资破发股,仍需要进一步筛选。东北证券研究总监付立春表示,定增破发的原因是多方面的,很重要一条是破发公司在发行价选择方面是否合理。发行价本身处于高位,是导致破发的主要原因。此外,不少公司是基本面出现问题导致了破发。破发只是一个信号,不能认为破发就有投资价值,要进一步看破发的原因。

前海开源首席分析师杨德龙认为,2019年以来定增股份上市的A股破发率将近三成,在历史上看比例还是偏高的,但从侧面也说明A股目前的估值整体处于历史底部。从过去两年市场走势来看,个股之间分化比较严重,只有业绩好的股票涨幅较高,多数股票价格滞涨。跌破增发价格的股票,有一定的吸引资金炒作的逻辑在。但是,就目前市场看,公司股价表现还是跟基本面关系最大。

定增案例增多

值得注意的是,近期,上市公司密集发布非公开发行融资计划。

二是需制定战略与发展规划。按照国际经验、城市化水平、社会发展要求、财政可承受能力进行科学测算,分阶段试点建设。在“十四五”期间,必须着眼于建立长期、可靠的公共卫生疫情应急响应体制机制,逐步形成公共卫生系统与潜在疫区独立应对大型疫情突发事件的能力。我国幅员辽阔,东西部人口分布差异大,应急响应体制建设尤其要重视东、中部大都市区疫病的应对,可依托国家中心城市体系,划大区建设公共卫生应急响应中心机构、队伍和医药器械储备体系,理顺与省、县两级地方响应机构的关系,构成大区、省、县三级协同,共同负责完成本区域应急响应任务的公共卫生应急响应体系,简化目前的应急层级。

三是强化应急响应机制,重视药品器械储备体系建设,重视精准投送能力建设。随着我国小康社会城市化水平不断提升,各类城市公共卫生应急事件将出现多样化和数量不断上升趋势,2003年“非典”疫情和如今的新冠肺炎疫情即为明证。

四是注重发挥财政支持的作用,应急资金专款专用,严禁挪用。依法划央地公共卫生应急响应事权,加大地方在疫情防控方面的责任,中央给予地方相应财力转移支付,并建设最后的疫情响应手段和力量。

五是重视运用市场力量,通过体制机制建设,规划并动员医疗行业和其他有关行业协会,积极参与公共卫生疫情应急响应体系建设。

“3·8女王节”成又一重要购物节

□本报记者 杨洁

淘宝3月9日数据显示,今年的“3·8女王节”是四年以来规模最大的一次,也是疫情发生之后全国第一次大型促销活动,有超过2万个品牌的销售额同比增长超过100%。

网经社电子商务研究中心评论认为,受新冠肺炎疫情影响,消费者出行购物受限。随着疫情逐渐控制、快递物流复工,消费者消费潜力在此次活动期间得到释放。“直播”在疫情期间持续表现出增长活力和新的可能性。阿里巴巴副总裁古迈表示,此次“女王节”活动期间,由淘宝直播带动的销量同比增长264%。直播或将成为影响消费者未来消费习惯的重要赛道。

销售大幅增长

古迈介绍说,本次活动期间,在各个消费品类中,包括防护消毒用品在内的大快消类产品的销售增长超过去年“双12”和“双11”活动期间的表现。同时,与疫情无关的美妆护肤品类销售数据也非常好。3月8日前夕,雅诗兰黛、娇韵诗等10个顶级美妆品牌均突破其上线天猫以来的最好销售纪录。

古迈还表示,从消费人群来看,高净值人群在整个疫情期间的消费情况基本上没受到影响,高端品牌包具、手表等品类的销售数据超过此前想象,“因此我们对高端品牌未来几个月的销售增长动力是非常有信心的,也会围绕着线上高净值人群组织更多专场活动”。

古迈说,未来“3·8女王节”将成为平台继“6·18”“双11”之外的另一个重要消费盛典项目。本次“3·8女王节”,天猫在3月派发10亿元消费补贴,从消费侧反向拉动供给侧,助力商家复工复产。目前,天猫商家复工已经超过90%,淘宝商家在2月则新增了100万商家。

电商平台的大小商家也对这一疫情期间的“购物节”热情高涨。不少商家因疫情影响库存增大,因而将此活动作为去库存的主要方式,给出大幅优惠力度,以便快速回笼资金,改善现金流。

快递物流行业的有序复工也为电商消费提供了保障。3月9日,国务院联防联控机制就邮政快递业服务疫情防控和复工复产有关情况举行发布会,国家邮政局市场监管司副司长侯延波表示,目前行业复工人数近300万人,复工率达到92.5%,日处理邮件快件稳定在1.6亿件以上,复产率超过80%。

菜鸟3月9日也表示,除疫情集中的湖北地区以外,“四通一达”等主要快递公司已经实现全国快递网点100%复工,每天处理的快递量超过去年同期。

直播带货能力显著

古迈介绍,本次“3·8女王节”期间,直播带货能力突出。3月5日—8日活动期间,淘宝直播有超过5000场直播,由淘宝直播带动的销量同比增长264%,最高一天

增长了650%。古迈表示,直播这一赛道成长非常快,可能会影响未来消费者的互联网消费习惯,“一些消费品类成交额中,直播带来的成交占比超过15%”。

上市公司红蜻蜓董事长钱金波在3月8日上午亲自走进直播间当了一回主播,起初他还有些担心,一大早会有人来看直播吗?超乎他想象的是,2个小时的时间里,钱金波这场直播的观看人次达到43.35万,点赞量300多万,直播期间带货成交额50万元。“3·8女王节”活动期间,红蜻蜓三家旗舰店销量同比增长101%。

红蜻蜓成立于1995年,是一家非常传统的鞋服类零售上市公司。公司副董事长钱帆介绍,红蜻蜓之前一直以门店销售为主,离店销售的占比非常少。2018年,公司开始进行新零售转型。在此次疫情期间,“数字化工具帮助公司做了很多抗疫工作,以前我们的离店销售可能一天只有十万块钱不到,但在过去的2月份,我们的离店销售额日均能突破200万元”。

钱帆说,“受益非常大的是营销思维的打开”。受疫情影响,红蜻蜓的线下门店陆续闭店,将近四五千名导购只能待在家里,公司决定拿起数字化的武器进行一场“抗疫自救之战”。红蜻蜓通过钉钉云课堂,每天给导购进行视频培训,辅导导购员提升离店销售能力,开始全员直播,“我们跟淘宝申请了108个直播账号,有108个红蜻蜓店长进行店铺直播,突然发现了公司隐藏了很多销售高手,有的还很有李佳琦的风范”。

直播带来的销量数字让钱帆自己也感到惊讶。“大家都在家里,照理来讲对鞋子的需求应该不大。”钱帆表示,此次疫情整体给红蜻蜓带来了销售阵地的改变,未来公司将线上线下融合,形成立体化的销售网络。此外,公司也在重新思考消费者的需求,研发新产品。

供应链需更多赋能

古迈表示,与2003年的“非典”对零售业带来的影响不同,此次疫情对零售业的影响将更为复杂,因为2020年全球化程度更高更为深入,商家一方面依赖于全球供应链,同时分散于各地的供应链对商家也会带来更广泛的风险,更需要柔性供应链的能力。

钱帆介绍,疫情的确对红蜻蜓的供应链带来了挑战,公司也因此进行了一些调整。公司鞋类产品的供应链集中在广州和温州,疫情相对严重,公司基于对疫情程度的分析判断,砍掉了3—4月份的部分订单,以避免库存风险。近期随着线上销售旺盛和线下销售复苏,各地陆续复工,公司也在对后续生产和订单做新的匹配调整,预计4月份可以拿出新的货品。

古迈表示,今年阿里巴巴将在供应链赋能领域花更多时间和资源,帮助商家进一步优化供应链,提高效率。

珀莱雅常务副总经理曹良国介绍,已经和阿里达成初步共识,未来或将自身的供应链能力开发成产业园区,将生产能力赋能给更多新品牌。

众志成城抗疫

浙江上市公司勇担当

□本报记者 吴科任

浙江省并购联合会是国内首个省级并购专业服务平台,会员单位主要为浙江省的境内外上市公司。新冠肺炎疫情发生以来,浙江省并购联合会密切关注疫情发展,第一时间发起倡议,浙江各上市公司迅速响应,采取多项举措助力湖北省及浙江各地市抗击疫情,充分显示浙江上市公司的担当精神。

一是设立专项基金或现金捐赠。据不完全统计,浙江上市公司设立专项基金或进行现金捐赠总金额超过18亿元。阿里巴巴宣布设立10亿元医疗物资供给专项基金驰援武汉;吉利控股集团宣布,携手李书福公益基金会设立2亿元新型肺炎疫情防控专项基金等。

二是充分发挥企业自身优势,积极参与物资捐赠。来自医药、互联网、金融、家电、家居、物

流、零售、IT等多个行业的上市公司“各显神通”,捐赠各类物资累积金额超过5亿元。吉利集团、正泰集团等公司均捐赠了大量防护物资。

三是主动运用专业力量和渠道优势,全方位支持疫情防控。华铁应急、亿利达等上市公司第一时间驰援或参与火神山医院建设;安恒信息、传化智联、迪安诊断等多家上市公司均参与到疫情防控相关工作之中。

四是充分发挥全球资源网络,有效助力弥补医疗缺口。阿里巴巴国际站、天猫国际、Lazada等跨境电商平台“全球寻源”,并与东方航空进行“无缝对接”,菜鸟物流则联合全球物流企业开通“绿色通道”助力抗“疫”物资畅通无阻。

目前,浙江上市公司紧锣密鼓进入到全面复工复产,在保民生、保经济、保发展上再显担当本色。