

## 财经现场

AIJINGXIANCHANG

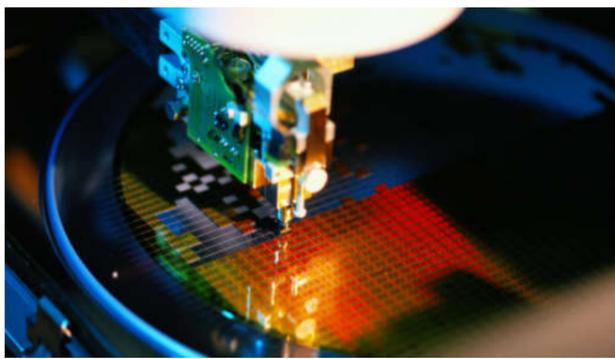
# 制造业 PMI 连续 10 个月扩张 经济恢复向好势头巩固

国家统计局服务业调查中心和中国物流与采购联合会日前发布的数据显示,2020年12月,中国制造业采购经理指数(PMI)为51.9%,连续10个月位于临界点以上。

“我国经济恢复向好势头继续巩固。”国家统计局服务业调查中心高级统计师赵庆河表示,制造业总体保持稳步恢复的良好势头,景气度处于年内较高水平。

从分类指数看,在构成制造业PMI的5个分类指数中,生产指数、新订单指数均高于临界点。赵庆河表示,产需两端继续改善。生产指数和新订单指数分别为54.2%和53.6%,虽较上月回落0.5和0.3个百分点,但均为年内次高点,且两者差值继续缩小,制造业保持较好增势,产需关系更趋平衡。

进出口指数连续四个月保持扩张。新出口订单指数和进口指数分别为51.3%和50.4%,继续位于景气区间。“调查结果还显示,出口企业生产经营活动预期指数连续8个月回升,达到全年高点,制造业出口企业对市场发展信心不断增强。”赵庆河说。



资料图片

此外,高技术制造业引领作用持续显现。2020年以来,高技术制造业PMI始终高于制造业总体,2020年12月为55.8%,虽较上月回落0.4个百分点,但仍为年内次高点。其中,生产指数、新订单指数和从业人员指数分别为59.3%、58.2%和52.6%,高于制造业总体5.1、

4.6、3.0个百分点,表明高技术制造业产需两旺,用工需求持续增长,对制造业总体复苏的带动作用显著。

不过,赵庆河也指出,近期部分大宗商品价格持续攀升,加之市场需求继续回暖,推动制造业原材料采购价格和产品销售价格加速上涨,2020年12月主

要原材料购进价格指数和出厂价格指数分别为68.0%和58.9%,高于上月5.4和2.4个百分点,均为全年高点。原材料价格快速上涨加大了企业成本压力,反映原材料成本高的企业占比为49.4%,为近两年高点。

此外,企业之间仍有分化。2020年12月,大、中型企业PMI均为52.7%,继续运行在52.0%及以上的景气区间;小型企业PMI为48.8%,低于上月1.3个百分点,降至荣枯线以下。对此,赵庆河表示,小型企业中反映原材料成本、物流成本和劳动力成本高的比例分别较上月上升5.0、4.6和1.5个百分点,小型企业运营成本有所增加,盈利空间受到一定程度挤压。

中国民生银行首席研究员温彬认为,小型企业复苏韧性较弱,复苏进程还存在一些困难。下一阶段,宏观政策要保持连续性、稳定性、可持续性,把握好政策时度效;要加大对制造业、小微企业等薄弱环节的支持力度,做好政策间的衔接,提升政策精准度和有效性,进一步稳固复苏的基础。

据《经济参考报》

## 新闻分析

XINWENFENXI

## 去年个股表现分化:“百元股”扩容 307 只个股全年跌超 30% 2021 年 A 股前瞻:结构性特征持续强化

2020年A股圆满收官,全年市场总体表现良好,三大指数年内涨幅均在10%以上,创业板指领涨大涨65%,创近五年来新高,食品饮料、新能源、免税、光伏等多个行业表现突出。个股层面分化明显,“翻倍股”达270只,“百元股”阵容进一步扩容,与此同时,仅54%的个股实现年度上涨,307只个股全年跌超30%。

站在新一年的起点上,业内普遍认为,2021年内外经济环境总体优于2020年,考虑到当前估值水平和流动性环境,市场结构性特征料将持续强化。

### 主要指数强势收官 个股分化加剧

回顾2020年,A股分化态势明显,在指数普遍上涨的同时,板块、个股表现呈现较大差异。

同花顺数据显示,2020年,上证指数全年涨幅为13.86%,上涨422点;深证成指全年涨幅为38.73%,上涨4040点;创业板指表现最为突出,全年涨幅为64.96%,上涨1168点,创下了自2015年7月以来的新高。与此同时,头部企业对应指数表现显著高于对应板块。创业板50指数全年涨幅高达88.74%,科创50指数全年涨幅达到39.30%,沪深300全年涨幅为27.21%。

个股表现则呈现出较为明显的分化态势。同花顺数据显示,截至2020年12月31日,剔除当年上市的新股并按照分红再投方式进行复权计算,A股市场有可比数据的3730只个股中,实现全年正涨幅的有2005只,占比约为54%;1719只股票出现负涨幅。A股全部个股全年涨跌幅的中位数为2.97%。

具体而言,涨幅超过100%的年度“翻倍股”有270只,另有64只股票年

涨幅超过200%,20只股票年涨幅超过300%,涨幅最高(剔除2020年上市新股,下同)的个股为英科医疗,其价格涨幅高达1428%。从行业来看,医药生物板块中的“翻倍股”最为集中。同花顺数据显示,以申万一级行业作为统计标准,共有39只“翻倍股”来自医药生物板块;此外,电气设备、机械设备、食品饮料和电子等板块中,“翻倍股”数量也超过20只。

与此同时,“百元股”阵容进一步扩容。同花顺数据显示,截至目前,价格在百元以上的个股数量达到了96只,这一数值相比2019年的43只增长123%。其中,贵州茅台以1998元/股的价格居首,迈为股份、卓胜微电子突破500元,分别为677.01元和570.54元。

不过,在优质股大幅上涨的同时,还有307只个股全年跌幅超过30%,其中跌幅超过50%的有55只。在上述307只个股中,\*ST个股的数量有59只,还有18只是ST股,合计占比超过四分之一。

公司业绩下滑导致的巨额亏损,或是股价暴跌的原因之一。以全年跌幅最大的个股\*ST环球为例,该公司在2016年收购美国环球星光,向时尚综合消费转型,但由于随后美国核心市场发生急剧变化,公司在2018年、2019年均出现巨额亏损,亏损额分别为18.3亿元和2.99亿元。2020年,由于出售资产,\*ST环球业务规模缩小,但2020年三季报显示,公司依然未能摆脱亏损。跌幅紧随其后的\*ST天夏、\*ST实达,也均存在业绩下滑、商誉减值等问题。

### 结构性态势凸显 “春躁行情”可期

展望2021年,业内人士指出,今年内外环境总体优于2020年,但考虑

到当前估值水平和流动性环境,对整体行情判断偏谨慎,市场分化态势将进一步凸显,结构性机会尚存,市场赚钱效应也会从估值抬升逐渐转移至盈利增长。

宏观经济层面,国信证券表示,全球共振复苏,名义增速的回升会带来上市公司基本盈利的弹性向上,预计2021年全部A股净利润增速将上升至16%。而据民生加银基金测算,部分行业企业盈利有望在2021年维持30%以上增长或显著加速。

2021年宏观流动性回归中性,已在市场中形成较为统一的共识。万和证券指出,货币政策回归正常后,无风险利率上行,疫情期间的“特殊货币政策”将退出,偏紧的宏观流动性将成为2021年主旋律。

在此背景下,市场分化或将进一步加剧。前海开源基金首席经济学家杨德龙表示,以往“齐涨齐跌”的牛市已一去不复返,未来牛市的表现,是指数量上涨幅度不大,而部分白马股股价则屡创新高。“好的公司不断地被边缘化,差的公司则不断地被边缘化。”他说。

结构性机会或成为2021年市场

罗逸妹



## 金融向实体让利 1.5 万亿元

中国人民银行2020年12月31日发布消息,目前,银行已累计完成对6万多亿元贷款的延期还本付息,累计发放3万多亿元普惠小微信用贷款,支持3000

余万户经营主体,实现1.5万亿元金融系统向实体经济让利目标。

中国人民银行行长易纲表示,2020年,受疫情影响,很多小微企业生存压力

骤然增大。中国人民银行全力支持稳企业保就业,增加1万亿元普惠性再贷款再贴现额度,创新两项直达实体经济的货币政策工具,持续释放贷款市场报价

利率(LPR)改革红利,多措并举支持银行加大信贷投放力度,坚定不移推动金融机构合理让利,千方百计降低实体经济融资成本。徐佩玉

## 发改委:2021 年春运将从 1 月 28 日开始 持续 40 天

据国家发改委网站消息,为深入贯彻中央经济工作会议精神,统筹做好春运疫情防控和服务保障工作,近日国家

发展改革委副主任连维良主持召开专题会议,分析疫情防控常态化条件下春运形势和客流特征,听取春运各项准备工

作进展和意见建议,研究安排疫情防控、运力组织、运输衔接、安全生产、出行服务、宣传引导等有关工作。

据悉,2021年春运将从1月28日开始,3月8日结束,共计40天。

据新华网

## 提示

民宿已成为当前很多人出游住宿的选择,但部分民宿却价格虚高,或存在“货不对板”的情况。专业人士认为,民宿不能只在装修风格上做文章,还要提升服务品质,挖掘自身特色。行业标准和评价体系的建立,有利于提高民宿定价的透明度,促进民宿行业健康发展。

爱彼迎近日发布2021年中国旅行洞察,国内游继续成为主题,旅行者渴望“旅居四方”,在即将到来的2021年春节假期里,66%的90后受访者表示会选择“民宿、短租公寓、家庭旅店”出行。

### 民宿价格虚高? 消费者用脚投票

民宿已成为当前很多人出游住宿的“心头好”,但部分民宿的价格却让人“高攀不起”。专业人士认为,民宿价格的制定要遵循市场规律,消费者会用脚投票,价格过高但服务不到位、又没有特色的民宿,自然会在市场浪潮中被淘汰。

#### 部分民宿价格太高惹争议

孙女士一家四口打算元旦期间前往海南三亚旅游跨年,她搜索住宿时发现好多民宿一晚价格过万元。她看中的是一套可住4人的独栋别墅,平时是4000多元一晚,元旦当日则涨到1.1万元,“过春节期间房价上涨可以理解,但目前涨了近3倍,过万元的价格赶超星级酒店了。”

记者调查发现,除了三亚,元旦期间,全国多地民宿价格普遍有所上涨。部分民宿价格甚至超过3万元一晚,而它们平时的价格只需要几百元至千元。

有民宿主认为,自己的院子就是等待懂它的人来住,不会依靠低价吸引人。也有业内人士表示,多数民宿主是按照收回成本的目标倒推来定价的,一年能挣钱的时间有限,高价有利于他们尽快收回成本。

#### 不能只在装修风格上做文章

北京的赵女士曾在网络平台上预订了一个可供8人居住的民宿院落,价格接近1万元。她告诉记者,时值国庆假期,民宿紧俏,她预定的这家照片上看起来比较精致,但是评价较少。“选民宿就像选盲盒,不到入住的那刻,就不会知道房间的真实情况到底如何。”入住后,赵女士才发现,这家民宿实际上就是曾经的农家乐,卫生间和卧室都陈设老旧,“和广告上那温馨文艺的形象完全不一样,更不值这个价格。”

诸如此类“货不对板”的情况并不少见。此前,江苏省消协委托第三方机构开展对江苏民宿消费状况调查的结果显示,超六成消费者担心民宿卫生状况,而实际上只有19%的民宿床品做到“基本洁净”,很多民宿没有跟公安、消防系统联网。此外,38%的民宿没有明码标价的收费标准,住客须知,43%的民宿没有公布投诉电话和负责人电话,对消费者维权造成了一定的障碍。

采访中记者发现,随着民宿的“风”越来越大,像赵女士遇到的农家乐改民宿的情况也不少,换个名字,参照“网红”风格进行装修,便成了“见山见水,留住乡愁”的民宿。

中国社会科学院旅游科学研究中心研究员魏翔指出,民宿是酒店行业的新入行者,尤其在大力发展乡村旅游等背景之下,多地政府出台文件支持民宿行业发展,这对民宿经营者而言是极好的发展机遇。“农家乐、民俗客栈跟风进场,通过装修改造升级,也是一个自然的市场进化过程。入场者多了后,民宿不再是稀缺资源,有利于稳定并降低民宿价格。”

同时魏翔提醒民宿经营者,经营民宿不能只在装修风格上做文章,而应在服务的标准化及特色化经营上下功夫。

#### 消费者用脚投票

经历上次失败的盲选之后,赵女士说今后外出旅游还是会优先考虑酒店,“相较于民宿,酒店服务相对规范和标准,根据星级进行选择,价位就摆在那里,房价涨幅也有更强的监管。”

途家COO王玉琛在一次民宿发展大会上表示,民宿不同于标准化的酒店产品。民宿的房东往往来自社会各行各业,对于住宿业的标准规范和专业化运营,没有很明晰很全面的概念。也有民宿主表示,他们往往在会先参考周边的住宿价格,再根据自己提供的服务和投入成本来设定民宿的价格。

针对民宿定价虚高等问题,业内人士呼吁应尽早完善行业标准和评价体系,让民宿走上规范化经营之路。“从无序走向有序,正是一个行业逐渐成熟的标志。只有实现了规范化、共享经济模式下的民宿产业才能释放其最大价值。”小猪短租联合创始人陈驰表示。

2017年,涉及民宿的首个国家行业标准《旅游民宿基本要求与评价》生效。该标准规定,民宿经营者必须依法取得当地政府要求的相关证照,并满足公安机关治安消防相关要求;民宿单幢建筑客房数量不得超过14间(套)。在卫生服务方面,要求客房床、被套、枕套、毛巾等应做到每客必换。

各地方也纷纷出台民宿管理办法,规范当地民宿行业。例如,2019年,北京市文化和旅游局公布了新版《旅游民宿基本要求与评价》,将旅游民宿从低到高分为三星级、四星级、五星级3个等级,明确了划分条件。对于违法违规经营、发生重大投诉的民宿,建立退出机制。

此外,一些民宿平台也推出了自己的定级标准。例如,2020年,途家发布了新的《民宿分级标准》,通过对民宿硬件、装修、服务、景观、特色、本地建筑特色和主人背景综合打分,再结合政府协会推介、人工抽检、实地探店等评估,最终将民宿分成了两钻、三钻、四钻、五钻和七星民宿五个等级。

魏翔指出,行业标准的建立有利于提高民宿定价的透明度,为消费者挑选合适的民宿提供依据,同时也可以规范民宿经营,促进民宿行业健康发展。魏翔提醒民宿经营者,价格的制定要遵循市场规律,“消费者会用脚投票,价格过高但服务不到位、又没有自己特色的民宿,自然会在市场浪潮中被淘汰。”

曹珺



资料图片