

创富志

青年莞商陈伟良的“互联网+”创业

“不断给自己定小目标”

当很多人还不太认知网购的时候,他已经“触网”做生意了;当很多人沉浸在网购狂欢时,他开始着眼打造跨境电商产业集聚区。这就是大朗青年莞商陈伟良的商业轨迹,以“互联网+”思维走得比别人快一些,走好每一步创业路。

东莞市莞商实业投资有限公司执行董事陈伟良很注重父辈营商经验的传承,他踏出去的每一步路,都有父辈创业理念精华的影响和推动。他看好的大朗跨境电商产业园,将是他在“互联网+”路上的又一次新尝试。

本报记者 沈勇青 通讯员 刘雨桐 文/图



■陈伟良的电商仓库

父辈传承经验

对于陈伟良来说,父辈激荡商海的经验,是一笔丰富的精神财富。而这种财富对他的影响,是潜移默化的。

得益于大朗的毛织发展,陈伟良和他父亲的事业都和毛织有很多的交集。他说,受益于大朗镇大力发展毛织产业集群化、规模化特色经济,他的父亲顺势而为,得以在这片充盈商机的地方起家。

1987年,陈伟良的父亲创立了兴业针织有限公司,当时全厂仅有8台织机、10多个工人。经过多年的苦心经营,兴业针织成为大朗有名的毛织厂,生产的品牌毛衣走俏国内市场,还远销欧美和港澳等发达地区。

随着大环境的变迁,外需市场的严峻,原材料、劳动力等成本的上升,让传统制造业转型升级迫在眉睫。而兴业针织始终保持紧跟市场的节奏,成为大朗最早应用智能装备的工厂。这还只是父辈转

型的一部分。

陈伟良告诉记者说,国家对环保的日益重视,让他父亲已把企业的发展重心转向环保产业,开设了东莞市大朗环保专业基地,这是经市政府批准在全市建设的7个环保专业基地之一,集毛织洗水、印花、集中治污、集中供气以及生活配套于一体的现代化工业生产园区。

父辈的辛苦打拼,果断转型,这些商海攻守有术的经验,很早就给陈伟良上了一堂生动的商场课。长期的耳濡目染,为他创业的成功多了一个铺垫。

进军国内电商

在父亲的引导下,他凭自己的商业触觉,判断未来实业在互联网上将大有可为。在2007年,他开始“触网”,成立东莞市联讯电子商务有限公司,借用互联网手段,在网上销售女装自主品牌。

对于近年来中国电商行业蓬勃发展的现状,已有电商运营经验的陈伟良深有体会地说:“以前人们不相信网上可以

购物,现在却经常刷淘宝,中间也不过短短几年”。

这种快速转变带来了天文消费数字,背后不仅是消费市场格局的演变,也是中国人生活方式的变化,而陈伟良挖掘到了商机。

经过多年的探索与沉淀,陈伟良的“联讯”已成为各大电商平台中极具核心竞争力的服饰品牌门店。统计数字显示,联讯2015年销售收入1.2亿人民币,日均包裹量8000个,衣服大约10000件。

对于“联讯”,陈伟良认为定义成功还为时过早。他在不断总结和提升自己,追求一种自我力量的更新,不断给自己“定一个小目标”。

尽管“联讯”每年业务量有不错的增长,可陈伟良认为,传统电商运营模式到了一个瓶颈位置,看似风光无限,但同质化现象愈发严重。他说,以双11为例,要在电商家中突围而出,既要投入大量资金抢占电商平台广告位,还要采取降价、送礼、折扣等方式促销,最终所赚利润并不高。

博弈跨境电商

在电商行业竞争白热化的阶段,陈伟良走向了跨境电商。大朗跨境电商园便是他的下一步发展重点项目。他的跨境电商园,将紧密结合大朗毛织产业,通过抱团集聚网商、平台商、服务商、代运营商、创意

设计、质量检测、人才培养等相关企业,形成众创空间、孵化器、加速器、产业园全链条式创新创业孵化载体。

目前,东莞全市已经拥有各类跨境电商企业5000多家,涵盖物流、支付、第三方支付、运营服务等各个环节,超过7000家制造企业从事跨境电商交易。

有公开报道称,2016年东莞跨境电商交易规模超过400亿人民币,其中国际小包业务年均增幅超120%,2017年预计可达7000万件。对陈伟良的跨境电商项目来说,这些行业数据既透露了行业的激烈竞争,更显示了行业的蓬勃生机。

钱生钱

次新股涨势凶猛

踩准节奏可火中取栗

今年以来,A股市场虽然震荡走高,但赚钱的股民却不多,无论指数还是行业板块,都难以形成明显的上涨趋势。但这种行情下,次新股板块却独领风骚,涨得人心惊肉跳,“撑死胆大的,饿死胆小的”绝对是这波次新股行情的最佳写照。

不过,有机构认为,伴随着3月17日众多次新股高位拉高跳水,次新股短期阶段性高点或将到来。“对次新股的炒作,踏准节奏非常重要,否则次新股股价大幅波动将面临较大的资产损失。”

本报记者 蔡惠君

次新股牛股辈出

如果要问最近几个月,什么股涨得最好,次新股不说第一,都没人敢说第二了。

据上海证券报统计,截至3月15日收盘,共有87只今年上市的次新股上市后的连续涨停被打开,在开板之后,这87只次新股中有67只股价进一步上涨,平均涨幅高达22.71%。其中,54只今年1月份上市的次新股在连板打开之后仅6只股价出现回落,其余个股平均涨幅达26.70%。与大盘指数和传统的行业分类相比,这些开板次新股今年以来的股价表现无疑存在明显的超额收益。

张家港行是这波次新股行情的引领者,作为一只银行股,该股涨出了互联网股的“高度”。自1月24日上市以来,不足2个月其股价涨幅逾6倍,市盈率高达77.4倍,远高于银行板块14倍的平均市盈率。上周五,张家港行第五次停牌自查,停牌前股价已高达29.51元。

2月15日上市的黑银有色,更是涨势凶猛,上市一个月涨幅逾7倍,一字板打开后还

再次拉出四个涨停,成为近期次新股板块中的“王者”。截至上周五,其市盈率已高达334.8倍,在不少券商人士眼中可谓“泡沫超级严重”。

还有挑战茅台一哥地位的吉比特,也是这波次新股的“灵魂股”。1月4日上市的吉比特,发行价就高达54元,上市后一个月内一路涨至接近300元,其后虽有波一波杀跌,但2月下旬开始重拾升势,上周五盘中创出376元的新高,股价距离A股“一哥”贵州茅台仅一步之遥。

炒作风格由“小”变“大”

炒作次新股,一直是A股的传统,但细究之下,这波次新股的炒作风格又有所变化。

去年10月份至12月份,次新股有过一波炒作热潮,众多次新股股价大幅上扬。但在新股发行加速等利空因素的打压之下,该板块“由盛转衰”,从去年12月份到今年1月份,次新股行情进入到了阶段性低迷的状态,不少次新股开板后股价一度大幅下跌,部分个股甚至跌去近50%。

不过,从今年2月份开始,在张家港行的带领下,次新股



■图片来源于网络

板块又开始了大幅度的上涨。在这一轮上涨中,次新股的炒作风格正在逐渐发生变化。

“和以前市场热炒小市值次新股的情况不同,这波行情中一些大市值次新股也得到市场的青睐。”国信证券东莞分公司财富中心分析指出,如张家港行的总市值已达450亿元,流通市值为45亿元,市值要比大部分次新股大很多;此外,自2月8日开板以来,上述涨幅达50%的视源股份市值也比较大,公司的总市值为360亿元,公司的流通市值为36亿元。

据该中心统计,在2月份以来开板的次新股中,有3家公司的流通市值大于30亿元,这几家公司开板后的平均涨幅高达75%。而流通市值在20亿元~30亿元的一批次新股开板后的平均涨幅则只有13%,10亿元~20亿元的次新股在开

板后的涨幅则只有9%。“可见,小市值次新股开板后的吸引力反而比不上大市值的次新股。”

踩准节奏才能“火中取栗”

次新股涨这么猛,究竟是什么呢?无他,游资击鼓传花而已。但不是谁都能赚到这种快钱,踩准节奏才能“火中取栗”。

“影响次新股走势的因素很多,如IPO提速、次新股业绩披露、高送转预期等等,在这些因素的综合作用下,次新股板块走出一波明显的赚钱行情。尤其在市场仍相对偏弱的背景下,次新股板块绩优股扎堆,自然受到市场的追捧。”国信证券东莞分公司财富中心指出,2016年以来,发行新股有一个“潜规则”:发行市盈率不高于23倍。因此,低市盈率是新股上市后连续一字板的重要原因之一,且市盈率效应在次新股开板后仍然适用。

但该中心指出,伴随着3月17日高位拉高跳水,次新股短期阶段性高点或将到来,建议股民们逢高减仓为宜,“对次新股的炒作,踏准节奏非常重要,否则次新股股价大幅波动将面临较大的资产损失。”

“次新股炒作的逻辑就是盘子小,没有庄家,游资容易炒作拉升。”恒泰证券东莞营业部投资顾问黄奕认为,只要市场环境一缓和,不存在杀估值的风险,资金就会疯狂炒作,这是这波次新股疯狂的重要因素;此外,1月次新股随着创业板杀估值的那波回调,也为这次的拉升埋下了伏笔。

不过,黄奕也提醒道,次新股涨上去快,跌下来也快。“3月17日,A股跌幅榜前十基本都是次新股,原因就是前一天次新股产生了涨停潮,第二天就开始大幅调整了。因此,小散很容易踩错节奏而成为接盘侠。”

投资经

紫砂壶去年网络年成交额30亿元

今年有望突破40亿元

上市公司中超电缆的子公司,在2015年花1.04亿元买了28把紫砂壶,在2016年12月底拍卖3把,轻松收回了2550万元。要是全部卖出,那得收回多少?

紫砂壶现在已经从文化产业行列,发展到艺术品电商和金融了。有报道称,2016年紫砂壶网络年成交额达30亿元,今年有可能突破40亿元。没错,今天要讲的就是再看紫砂壶的收藏和投资。

本报记者 沈勇青 整理

火爆的紫砂壶

爱茶者喝茶必有壶,其中又以紫砂壶为心头好。但实用的紫砂壶,很快成为一种投资品。

有观点认为,紫砂壶的全民玩的趋势,经历了近40年的时间,当代紫砂文化与紫砂收藏热,最早就兴起于上世纪70年代末、80年代初的台湾。据说,当时宜兴紫砂壶工匠不过500人做出来的紫砂壶供不应求。

以紫砂壶大师顾景舟的作品来说,有专业人士统计,从几百元到上百万元的上涨幅度,经历了近10年;从100万元到1000万元,经历了近10年;从1000万元到近亿元,还是不过近10年。从中可以看到,紫砂壶投资收藏的火爆。

即使兴起不久的艺术品电商市场,低端的紫砂壶也勃兴。据统计,2016年底端紫砂壶网络年成交额达30亿元,预计今年有望突破40亿元。在2016年11月11日当天,宜兴紫砂壶网络成交量就接近2亿元。

优质紫砂壶身价暴涨有其实用功能和原材料稀缺性的原因,而丰富的艺术内涵和文化价值,更加重它自身的价值。而伴随上一代工艺大师的逐渐老去,优质紫砂壶数量开始减少,这种供求失衡的现实,又让优质紫砂壶价格总体保持着上涨的势头。

看壶非看“老”

不过,近年宜兴紫砂艺术市场当代高工大师的作品价格出现了直线下降,而一些实力派紫砂艺术作品反而受国内大腕藏家追捧。2016年在若干秋拍上,就有一些紫砂明星的作品受到追捧,拍出了不错的价格,甚至有些还超过当代大师。

对一把紫砂壶优劣的评判,综合起来就是看三个要素:形象结构、制作技巧、实用功能。形象结构,包含壶的嘴、扳、盖、趾、脚,都要与壶身比例协调,这也是为什么一把好壶会看起来非常舒服,显得有个性的原因。制作技艺,是评审紫砂艺优劣的准则。实用功能,是指容积和重量的恰当,壶扳的便于握持,壶的周圆缝合,壶嘴的出水流畅。

有分析观点认为,收藏投资紫砂壶并不一定强调新老,而是壶的价值。一把有文化内涵、做工精美、泥料纯正的壶,就具有很大潜力。对新手来说,不要受两种惯性思维的误导,很多人会把紫砂泥料误认为就是一般紫色土或配制出来的“紫砂泥”,或者持老壶好的观点专门去收藏老壶。对于老的紫砂壶,行业内有人把泥料的表面做旧,看上去有古旧感,或者用强酸腐蚀做旧。也有人把紫砂壶涂上白水泥用水去泡,做成出土效果。

商势

企业竞争 加快英语学习国际化

在线少儿英语市场和用户规模增幅大

在线少儿英语最近一年多成为互联网领域又一个引人注目的板块;2015年11月,vipabc母公司TutorGroup完成2亿美元的C轮融资;2016年6月,51Talk在美上市,公开募资4560万美元;VIPKID在8月获得1亿美元C轮融资;哒哒英语也宣布完成数亿元B+轮融资。伴随着高新技术的诞生与互联网服务的提高,直播、VR等服务也渗透到了这个市场。随着资本的大量涌入,竞争也愈加激烈起来。

本报记者 肖剑雄 实习生 高舒雅 整理

家长是在线少儿英语的“铁粉”

在线少儿英语赛道的热度,与近年来儿童与家长的需求变化关系密切。亲身经历了全球化浪潮席卷的75后、80后家长,对子女英语学习的热情一直十分高涨。父母寄希望于孩子从小开始英语学习,一方面培养孩子对语言的兴趣,另一方面也能够拓宽眼界,与世界接轨。另外,与上一辈家长不同的是,75后与80后群体在成长与工作中,大多与互联网产生了密不可分的关系,对互联网不再感到陌生。家长对互联网的开放态度,也传递到子女的日常生活中。因此,消费观和教育观的变化,也使得家长愿意接纳更多元化的学习方式与教育载体。

同时,少儿英语在教育领域的持续吃香,也得益于“低龄留学潮”的出现。留学的持续低龄化,使得面向低龄儿童的英语学习更加火热,也更加强调少儿英语学习的实用性、场景化功能,以及与国外中小学学习内容相接轨的学科英语学习。

市场规模每年增幅20%

根据《2015-2020 中国少儿英语培训行业市场分析》,少儿英语培训市场规模在600亿元左右,而且每年还在以20%的速度增加。英语学习的趋势有增无减,这为在线少儿英语行业带来了更多机会。

而且,国际化也在助力着在线少儿英语行业的发展。最近一年,我们明显看到国内在线少儿英语企业,竞相加快了自身的国际化步伐。身处语言教育行业,企业本就与国际市场密不可分,而今年以来企业的国际化路线不断升级,拓展了更多合作层面,积极对接国外的优质资源。

用户规模每年将保持30%以上的增幅

根据《2017年中国在线少儿英语行业研究报告》显示,在线少儿英语行业在2016年保持着强有力的发展趋势。据艾瑞统计数据显示,2016年,在线少儿英语行业市场规模达到19.7亿元,同比增长速度为45.4%;在线少儿英语用户规模(包括非付费产品的使用用户)达到3215万人,同比增长40%。未来几年,在线少儿英语教育用户规模将保持30%以上的速度持续增长,到2019年预计达到793.9万人,收益将超过50亿元。