



市场监管总局依法对美团“二选一”垄断行为作出行政处罚

新华社北京10月8日电 2021年4月,市场监管总局依据《中华人民共和国反垄断法》,对美团在中国境内网络餐饮外卖平台服务市场滥用市场支配地位行为立案调查。

市场监管总局成立专案组,依法扎实高效推进案件查办,广泛开展调查取证,获取大量证据材料并全面深入分析,查明案件事实;组织专家反复深入开展研究论证;多次听取美团陈述意见,保障其合法权益;确保本案事实清楚、证据确凿、定性准确、处理恰当、手续完备、程序合法。

经查,2018年以来,美团滥用在中国境内网络餐饮外卖平台服务市场的支配地位,以实施差别费率、拖延商家上线等方式,促使平台内商家与其签订独家合作协议,并通过收取独家合作保证金和数据、算法等技术手段,采取多种惩罚性措施,保障“二选一”行为实施,排除、限制了相关市场竞争,妨碍了市场资源要素自由流动,削弱平台创新动力和发展活力,损害平台内商家和消费者的合法权益,构成《中华人民共和国反垄断法》第十七条第一款第(四)项禁止“没有正当理由,限定交易相对人只能与其进行交易”的滥用市场支配地位行为。

根据《中华人民共和国反垄断法》第四十七条、第四十九条规定,综合考虑美团违法行为的性质、程度和持续时间等因素,2021年10月8日,市场监管总局依法作出行政处罚决定,责令美团

停止违法行为,全额退还独家合作保证金12.89亿元,并处以其2020年中国境内销售额1147.48亿元3%的罚款,计34.42亿元。同时,向美团发出《行政指导书》,要求其围绕完善平台佣金收费机制和算法规则、维护平台内中小餐饮商家合法权益、加强外卖骑手合法权益保护等进行全面整改,并连续三年向市场监管总局提交自查合规报告,确保整改到位,实现规范创新健康发展。

同·步·播·报

机构争相布局

10月8日“打新”的5家公司分别为锦好医疗、广咨国际、恒合股份、海希通讯及广脉科技。包括10月11日申购的广道高新、汉鑫科技及禾昌聚合3只精选层新股在内,这八家公司的公开发行定价方式均为直接定价。

简单计算,上述8家公司本次公开发行拟合计募集资金12.98亿元。这8家公司本次发行均采用战略配售,战略投资者拟认购金额合计2.60亿元,占募集资金总额的20%。

其中,参与锦好医疗的战投家数最多,共有9名。其次是海希通讯,共有8名。恒合股份和广咨国际各有6名战投,排在第三。

在本轮战略配售中,出现众多“老面孔”。如嘉兴金长川贰号股权投资合伙企业(有限合伙),本次参与锦好医疗和海希通讯的战略配售。而其GP(普通合伙人)金长川资本管理的产品此前参与了多只精选层股票的战略配售。晨鸣(青岛)资产管理有限公司、广东力量股权投资基金管理有限公司、深圳市丹桂顺资产管理有限公司等GP管理的产品也现身。

金长川资本董事长刘平安此前表示,去年推出精选层以后,公司把参与精选层公司的战略配售作为基金产品的一个投资新方向。这种策略也是基于PE(私募股权投资)思维进行的价值挖掘,而不是进行短期的二级市场投资。

在本轮战略配售中,也有不少“新势力”的身影。如青岛稳泰私募基金管理有限公司管理的稳泰平常心2号私募证券投资基金,将参与恒合股份、海希通讯、禾昌聚合3只股票的战略配售,承诺认购金额合计近1000万元。

据新华社

北交所宣布成立后 首批精选层股票开启申购

10月11日还将有3只精选层新股加入“打新”行列

10月8日,广脉科技、海希通讯、恒合股份、广咨国际、锦好医疗5家拟进入新三板精选层公司开启网上申购。这也是宣布北京证券交易所设立以来,首批精选层“打新”股票。

此外,10月11日还将有3只精选层新股加入“打新”行列,分别为汉鑫科技、禾昌聚合和广道高新。

10月11日加入“打新”行列的3只精选层新股			
简称	拟发行数量	发行价格	发行市盈率
禾昌聚合	2000万股	10元/股	16.39
汉鑫科技	880万股	16元/股	20.83
广道高新	1456.52万股	12.25元/股	17.13

打新 8只新股市盈率在16倍-21倍

公开资料显示,广脉科技、海希通讯等5家公司分别来自于科技、工业、医疗、环保等领域,都采用直接定价的方式。10月11日还将有3只精选层新股加入“打新”行列,分别为汉鑫科技、禾昌聚合和广道高新。

上述8只精选层新股中,发行价最高的是海希通讯,为21.88元/股;发行价最低的是广脉科技,为5.8元/股。

从市盈率来看,8只新股集中在16倍至21倍区间内,平均市盈率为17.97倍。汉鑫科技、锦好医疗的市盈率最高,分别为20.83倍和20.37倍;广脉科技和禾昌聚合的市盈率最低,分别为16.14倍和16.39倍。

机构 精选层“打新”赚钱效应或提升

9月以来,随着北交所宣布成立以

及精选层平移北交所等一系列新政策出台,精选层审核上会、过会纷纷提速。据统计,9月新三板过会企业共有16家。

安信证券研报指出,从过会公司“画像”来看,16家过会公司2021上半年平均营收1.59亿元,中位数1.36亿元,近两年营收复合增长率均超100%;从归母净利润看,2021上半年平均归母净利润1891.71万元。从行业构成看,有8家公司属于制造业,5家公司属于信息技术行业、2家公司属于科学研究与技术服务领域、1家公司属于环境领域。

安信证券新三板首席分析师诸海滨表示,从精选层整体看,询价发行企业逐渐减少,同时发行折扣率也在不断降低,预计参与精选层公开发行申购的“赚钱效应”或提升,建议选择行业景气度高和公司过去三年复合增速高、与可比沪深公司估值差异较大的公司,如锦

好医疗、海希通讯等。

提醒 打新时需全额缴付申购资金

全国股转公司提醒,预约开通北交所交易权限的投资者,需待北交所开市后方可参与北交所上市公司股票新股申购和交易。北交所开市前,若想参与精选层新股申购和交易,需满足目前全国股转系统创新层合格投资者适当性要求,并开通相应的全国股转系统交易权限。

需要注意的是,新三板精选层“打新”缴款与主板、科创板不同。主板、科创板“打新”时不需要缴款,待确定中签后按中签股数对应的金额缴款,而新三板“打新”时需全额缴付申购资金,待获配股数确定后退回多缴款项,缴款至退款之间间隔约两个交易日。

华西都市报·封面新闻记者 熊英英 综合央视财经微信公众号

跨国企业如何成功？看麦德龙引领中国式进化

跨国企业如何在中国取得成功？2021年9月24日,财经作家吴晓波在企投会课堂上用麦德龙的中国式成功解答了这个疑惑。

作为德国第一大超市,麦德龙凭借“仓储超市+面向企业用户+专业服务”的模式在1996年进入中国市场,深受企业用户青睐。25年的时间里它没有就此止步,而是从中国消费者迭代升级的需求出发,不断优化升级产品和服务。吴晓波认为麦德龙为跨国企业提供了一个范例。他将麦德龙在中国的成功归纳于三点:商品品质、商业模式、综合服务。

吴晓波首先提出一个观点:“真正能穿越周期跑得远的人,都是产品优先的。”一切企业与商家,做到中国式进化的底气都应商品为王。

麦德龙从1996年初入中国至今,始终保持着德系企业对产品品质精益求精的严谨态度。其全部门店都遵循国际认可的HACCP标准体系,这个标准体系意味着麦德龙门店在食品安全品控上要完全做到透明化管理,例如



到最佳产地法罗群岛的三文鱼、法国蓝龙虾、蓝鳍金枪鱼等全球珍稀美味。

有了商品的底气后,吴晓波认为企业还需具备行动力:“企业发展必须洞悉产业周期变化。”近两年面对中国的消费升级,麦德龙迅速将目标客群瞄准中国新中产家庭,今年6月在北京、成都两地也开设了全新模式的门店——麦德龙PLUS会员店。

麦德龙依托自身在全球开设的五大采购中心,源源不断为中国消费者输送高质、价优的差异化产品,在专属PLUS会员的门店里,商品40%以上为进口、独家与自有品牌商品,包括一般超商买不到的德国特产、高端调料等等,以满足新中产家庭日益增长的消费需求。

在细节上,麦德龙PLUS会员店解决了一般仓储会员店大包装带来的“过度囤货”问题,推出更适合中国家庭的包装,大大减少了不必要的浪费。

很多跨国企业在中国地区获得成功,都和麦德龙一样,须洞察市场及消费者并给予高适

配度的综合服务,从而完成“中国式的进化”。

后疫情时期,麦德龙利用数字化升级和综合服务全面升级,全面应对疫情为消费者带来的不便。消费者到店可使用多点自助结账、门店5公里内可以在多点/麦德龙APP/多点小程序上选择麦德龙门店,最快一小时送到家。

在许多消费者眼中,麦德龙正在逐渐变成一种新兴的高保障便捷网上购物和举家购物休闲娱乐生活方式。今年新开的这两家PLUS会员店,一改以往仓储会员店郊区选址、交通不便的特性,转而在城市中心开设门店,比如北京选择了南二环的草桥,成都则是在新人气商圈王府井Discovery开设门店。在新店中更推出儿童乐园、咖啡Bar等购物休闲一体化的新体验,让消费者在购物之外,也能有一个周末的休憩之所,和家庭的欢聚之处正是得益于对商品、商业模式、综合服务这三大核心板块的运营管理和持续迭代升级,麦德龙才能在中国屹立25年并不断取得新成就,这值得大多数企业借鉴。

广告