

NOVEL OPTICS

宁波永新光学股份有限公司

首次公开发行不超过2100万股A股

股票代码: 603297

发行方式: 网下向符合条件的投资者询价配售和网上向持有上海市场非限售A股股份市值的社会公众投资者定价发行相结合的方式进行

初步询价时间: 2018年8月23日

网上、网下申购日期: 2018年8月29日

网上、网下缴款日期: 2018年8月31日

保荐机构(主承销商): 中信证券股份有限公司

刘鹤主持召开国务院促进中小企业发展工作领导小组第一次会议 完善资本市场 拓宽中小企业融资渠道

据中国政府网

国务院促进中小企业发展工作领导小组第一次会议8月20日在北京召开。中共中央政治局委员、国务院副总理、国务院促进中小企业发展工作领导小组组长刘鹤主持会议并讲话。会议分别听取了工业和信息化部关于中小企业总体发展情况、全国工商联、中国人民银行关于中小企业融资难融资贵问题、财政部关于落实财税支持政策、商务部关于进出口情况的汇报,领导小组其他成员单位负责同志作了发言。爱博诺德医疗科技公司董事长解江冰、上海金陵电机公司总经理顾伟民、时代集团总裁王小

兰、隆基绿能科技公司董事长钟宝申、兴发集团董事长李国璋应邀参加会议并发言。

会议指出,要充分认识促进中小企业发展的重要性。目前,我国中小企业具有“五六七八九”的典型特征,贡献了50%以上的税收,60%以上的GDP,70%以上的技术创新,80%以上的城镇劳动就业,90%以上的企业数量,是国民经济和社会发展的生力军,是建设现代化经济体系、推动经济实现高质量发展的重要基础,是扩大就业、改善民生的重要支撑,是企业家精神的重要发源地。做好中小企业工作,对稳就业、稳金融、稳投资、稳外贸、稳

预期,增强经济长期竞争力都具有重要意义。

会议强调,要抓紧解决当前中小企业发展中的突出问题。要坚持基本经济制度,对国有和民营经济一视同仁,对大中小企业平等对待,把工作重点放到为企业发展创造环境上来。要加大金融支持力度,加快体制创新和技术创新,健全激励机制,强化货币信贷政策传导,缓解融资难融资贵问题。要完善资本市场,拓宽中小企业直接融资渠道,更好满足融资需求。要提高财税政策支持精准度,做好税费减免、融资担保等工作,确保已出台政策落地见效。要完善中介服务体系,提升服务质量和水平。要加

强产权和知识产权保护,加大执法力度,提高违法成本,保护中小企业创新研发成果。要大力弘扬企业家精神,健全有效保护机制,为企业家成长创造良好环境。

会议指出,实现中小企业高质量发展,要在提高企业的专业化能力和水平上下功夫。中小企业要坚持聚焦主业、打造优势、以质取胜、规范经营、勇于创新,走“专精特新”发展之路。国务院促进中小企业发展工作领导小组成员单位要切实履行职责,各地要提高认识,加强组织保障和监督问责,切实抓好政策落实,满腔热忱地支持中小企业健康发展,为我国经济社会持续健康发展做出新的更大贡献。

商业车险“涨价”真相:保费未变 部分地区返点骤降

被不少人解读为“8月起商业车险涨价”已悄然降临。然而,证券时报记者调查发现,这场“涨价”中,没有任何公司的报价增加,但车主到手的“实惠”却明显减少。为何会出现这种隐形涨价? 手续费返点减少,背后的利益将会如何重新划分? (详见A5版)

上市房企喜报频传 万科上半年净利润超90亿元

A6

三大电信运营商上半年赚逾817亿元

	中国电信	中国移动	中国联通
营业收入	1930.29亿元	3918亿元	1491.1亿元
净利润	135.7亿元	656亿元	26亿元
移动客户数	2.82亿户	9.06亿户	3.02亿户



数据来源:Wind 视觉中国/供图 彭春霞/制图

银监窗口指导地产信托 要求控节奏防风险

A4

基金分红总额同比大增七成 下半年债基成分红主力

A9

39亿元! 沪股通单日净买入创年内次新高

A8

港股融资持续上升引担忧 香港证监会希望降杠杆

A2

长租公寓与“惜租”的房东

A2

租房市场: 好政策与坏政策

A3

斯太尔80后董事长 上任不足一月便失联

A6

非洲猪瘟发酵猪价急降 猪周期有望提前触底

A7

PTA期货一月飙升40% A股龙头为何不跟涨?

A8

可转债上市首日破发成常态 市场投资热情急降温

A8

■ 时报观察 | In Our Eyes |

消费领域显现“口红效应” 提升居民可支配收入是关键



证券时报记者 王君晖

“口红效应”是经济生活中一种有趣的消费现象,一旦经济不景气,口红就会畅销。这是因为在经济不景气、收入下降的情况下,人们仍会有强烈的消费欲望,所以会转而购买比较廉价的奢侈品。口红作为一种“廉价的非必要之物”,可以对消费者起到一种“安慰”的作用。此后,这一提法被广泛接受,被用来描述各个行业在经济萧条时却逆势上升的现象。随着近期统计数据的公布,居民消费增速回落,消费结构也在悄然改变,汽车、家电等耐用消费品即可选消费增速正在下滑,食品、服装、日用品等必需消费增速则在大幅上升,从中可以看出“口红效应”正在消费领域显现。

与之相关的是当下流行的两个彼此对立的说法,消费升级和消费降级。过去在收入增速上升的时代,人人都在追求消费升级,买房买车。而现在由于收入增速下滑,低价消费品也开始引发关注,提供榨菜、酱油、面包这些看似不起眼的低价消费品的上市公司股票,在今年低迷的A股市场表现

抢眼,拼多多的上市更是引发了人们对消费降级的热烈讨论。

耐用消费品销售增速下滑有诸多原因,与当前的几项经济指标密切相关。其中最显而易见的影响因素是经济下行压力加大背景下居民收入增速的下滑。上半年,全国居民人均可支配收入增速为8.7%,为2001年以后的次低增速;商品零售增速持续高于人均可支配收入的增速。居民收入增速预期放缓会进一步影响居民消费能力和预期,转而消费价格相对低廉并能带来较强满足感的商品。居民对耐用型商品的消费意愿降低,转向“口红型”消费的一个重要原因是去杠杆带来的财富效应衰退及对收入预期的降低,主要体现在两个方面:一方面,随着房地产调控措施的落地和升级,房价上涨的空间被挤压,由房价上涨支撑的财富增值预期减弱;另一方面,股市萎靡,居民投资收益不佳。多重因素叠加,居民财富缩水,收入预期降低,消费意愿也随之降低。

此外,居民加杠杆购房的挤出效应显现,消费升级内生动力不足。2017年以来,尽管人均可支配收入增速稳中有升,但城镇消费支出却呈现走弱迹象。这可能与前期居民加杠杆购房有关,随着居民杠杆率不断提高,挤出效应也日益凸显。

“口红效应”显现,也意味着某些细分市场“消费升级”机遇的来临。消费者更加注重商品质量,服务类消费需求增多等。消费向来是经济的稳定器,在投资和出口对经济拉动承压的背景下,消费领域出现的蛛丝马迹的变化都值得深究和追踪,以更好地找准宏观政策的发力点。