

习近平在河南考察时强调

加强自主创新 推动经济由量大转向质强

据新华社电

中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平近日在河南考察时强调，要认真贯彻党中央决策部署，坚持稳中求进工作总基调，坚持新发展理念，统筹做好稳增长、促改革、调结构、惠民生、防风险、保稳定各项工作，打好三大攻坚战，促进经济持续健康发展和社会和谐稳定，不断增强人民群众获得感、幸福感、安全感，在中部地区崛起中奋勇争先，谱写新时代中原更加出彩的绚丽篇章。

17日下午，习近平来到郑州煤矿机械集团股份有限公司。这是一家国家级高新技术企业，经过60多年发展，已经成为全球重要的煤矿综采技术和装备供应商、国际领先的汽车零

部件制造企业。在企业展厅，习近平听取了企业开展科技创新、进行海外并购、推动产品转型升级情况介绍。总装车间内，煤矿液压支架产品整齐排列，习近平仔细观看了液压支架操作演示。他强调，制造业是实体经济的基础，实体经济是我国发展的本钱，是构筑未来发展战略优势的重要支撑。要坚定推进产业转型升级，加强自主创新，发展高端制造、智能制造，把我国制造业和实体经济搞上去，推动我国经济由量大转向质强，扎扎实实实现“两个一百年”奋斗目标。

习近平指出，要推动经济高质量发展，抓住促进中部地区崛起战略机遇，立足省情实际，扬长避短，把制造业高质量发展作为主攻方向，把创新摆在发展全局的突出

位置，加强重大基础设施建设，坚持以人为核心推进新型城镇化，善于用改革的办法解决经济社会发展中的突出问题，积极融入共建“一带一路”，加快打造内陆开放高地，加快建设现代化经济体系。

习近平强调，要扎扎实实实施乡村振兴战略，积极推进农业供给侧结构性改革，牢牢抓住粮食这个核心竞争力，不断调整优化农业结构，深入推进优质粮食工程，突出抓好耕地保护和地力提升，加快推进高标准农田建设，做好粮食市场和流通的文章，积极稳妥推进土地制度改革，加强同脱贫攻坚战略的有效对接。

习近平指出，要高度重视生态保护工作，牢固树立绿水青山就是金山银山的理念，从源头上解决生态环境问题，持续推进产业结

构和能源结构升级优化，努力打造绿色低碳循环发展的经济体系，坚决打赢蓝天、碧水、净土保卫战，统筹推进山水林田湖草系统治理，把沿黄生态保护好，提升自然生态系统质量和稳定性。

习近平强调，要切实保障和改善民生，坚持尽力而为、量力而行，办好群众所急、所需、所盼的民生实事。要聚焦“三山一滩”特别是大别山革命老区等深度贫困地区和特殊困难群体实施攻坚，着力解决“两不愁三保障”突出问题。要出台更多鼓励就业创业的措施，重点解决好高校毕业生、退役军人、下岗职工、农民工、返乡人员等重点人群的就业问题。要加强社会治安综合治理，提高基层社会治理能力，为人民群众创造安居乐业的社会环境。

茅台攻势凌厉 三大川酒上市公司布局应战

证券时报记者 唐强

在白酒领域，贵州茅台市场表现依然火爆，产品及股票量价齐升。进一步看，白酒市场呈现出“强者恒强、弱者恒弱”的局面，行业结束了前两年的高歌猛进，整体增速有所放缓。其中，贵州茅台2019年上半年营收逼近400亿元，净利润逼近200亿元，两项数据同比大增；洋河股份、青青稞酒等上市公司业绩增速明显放缓。

面对茅台的凌厉攻势，作为中国白酒主要产区，四川本地高端白酒不甘落后，纷纷推出各自的战略布局。

近日，证券时报·e公司携手中国基金报·机会宝联合组织调研活动，一同走进五粮液、水井坊、泸州老窖等四川高端白酒上市公司。

证券时报·e公司记者了解到，五粮液近期已完成对上市公司董事长的调整，2019年500亿元销售收入目标无压力；泸州老窖力求良性快速增长，发展高于行业平均值，高端产品欲迅速抢占市场；水井坊的愿景则是成为中国最可信赖、成长最快的高端白酒品牌。

此外，四川高端白酒代表企业普遍认为，市场将茅台作为一种金融属性来炒作是不正常的，金融属性太重不一定是好事。

五粮液：稳步进行四方面改革 意在做大平台做优多元

交流会上，五粮液董办主任肖祥表示，五粮液正不停追赶，学习其他公司做得好的方面。以集团董事长李曙光为代表的五粮液新领导班子上任后，对各个方面进行了大刀阔斧的改革。对高端白酒的这轮景气复苏，五粮液认为能够持续7-8年。

肖祥进一步指出，五粮液的改革体现在四个方面，即生产、营销、体制机制、激励。2018年，五粮液已进行分管生产的领



近日，证券时报·e公司携手中国基金报·机会宝联合组织调研活动，一同走进五粮液、水井坊、泸州老窖等四川高端白酒上市公司。图为调研团队与各家上市公司相关负责人沟通交流现场。

导调整、人员薪酬和工艺调整，激励机制也做出了相应改革。如今，五粮液横向职能化，纵向扁平化，纵向向信息及时传递到总部，进行动态调整。近期，五粮液高管层进行正常调整，董事长刘中国64岁了，已到退休年龄；曾从钦来自宜宾翠屏区政府，对五粮液情况比较了解，未来领导班子会不断优化。

营销方面，以前五粮液粗放式营销，现在转型为精细化、数字化，向终端转型取得了实质性进展。五粮液于2017年对所有职能、营销体制机制进行数字化改革，现在公司每天能够实时掌握产品渠道每个环节、库存和销量情况。

其次，五粮液营销已将信息系统拓展到终端店，8月底5.3万家终端基本配备

A股主要白酒上市公司 2019年上半年业绩一览

证券简称	营业收入(亿元)	净利润(亿元)
贵州茅台	394.88	199.51
五粮液	271.51	93.36
洋河股份	159.99	55.82
顺鑫农业	84.16	6.48
泸州老窖	80.13	27.5
山西汾酒	63.77	11.9
古井贡酒	59.88	12.48
今世缘	30.55	10.72
口子窖	24.19	8.95
老白干酒	19.59	1.94
迎驾贡酒	18.82	4.45
水井坊	16.9	3.4
舍得酒业	12.21	1.85
伊力特	9.4	2.02
金徽酒	8.15	1.35
酒鬼酒	7.09	1.56
金种子酒	5.06	-0.32

数据来源:Wind 唐强/制表 唐强/摄 本版制图:翟超

好。此前，五粮液在全国有七大营销中心，现在将全国33个省份划分为21个营销战区，下设60个营销机构。营销人员数量方面，2018年五粮液超过400人，如今的营销团队为800-900人，目标1000人。五粮液还进一步优化绩效挂钩，把销量完成情况与年底绩效充分挂钩，充分调动一线员工积极性，员工收入增长接近20%。(下转A2版)

肖钢：不正常的“牛市情结”导致牛短熊长

要纠正监管上的“父爱主义”；警惕当前市场中可能存在的杠杆风险



证券时报记者 江翊

昨日，全国政协委员、证监会原主席肖钢在蓟门法治金融论坛第七十六讲作了题为

《终结“牛市情结”——从2015年股市危机中学到了什么？》的主题演讲，对2015年股市异常波动的前因后果进行了反思。

肖钢表示，过度的“牛市情结”会影响

监管者心理和行为，媒体在股票市场中作用变得日益重要和复杂，设立金融委是迈出完善善应急处理机制的重要一步，纠正监管“父爱主义”要实现六个转变。当前，杠杆风险已经有了新的变化，不容小觑。

不应把股市上涨看成绩

从过去走势看，A股市场“牛短熊长”是客观事实。我主张要有牛市。但是如果不正常的“牛市情结”，对真正牛市没作用，进而造成牛短熊长。”肖钢说。

肖钢表示，当前全社会广泛存在“牛市情结”，其原因在于：在上涨市中市场参与者都获得了好处，在“牛市情结”下，政策以宽松基调为主，呈现“刺激政策多、控制政策少”的特

征，导致股票市场政策驱动特征。他进一步强调，监管部门把股市上涨看成成绩是不应当有的情结。

A股市场政策“宽多严空”，做多市场政策比较多，对做空市场政策很严格，但往往适得其反，使得市场因为多空平衡机制没建立，进而促进形成牛短熊长的特征。

肖钢表示，要纠正监管上的“父爱主义”，是在总结历史，特别是2015年股市异常波动和危机时得出的一个很重要的经验教训。

作为监管机构，第一位职责应该要明确，就是要怎么把市场发展起来。证券监管就是“两维护、一促进”，即维护市场公开、公平、公正，维护投资者特别是中小投资者权益，促进资本市场健康发展。(下转A2版)

TRANSSION 传音控股
深圳传音控股股份有限公司

首次公开发行股票并在科创板上市今日网上申购

申购简称：传音申购 申购代码：787036

申购价格：35.15元/股

单一证券账户最高申购数量：13,500股

网上申购时间：2019年09月19日 9:30-11:30, 13:00-15:00

保荐机构(主承销商)：中信证券股份有限公司

投资者关系顾问：中信证券股份有限公司

A2

过半国有资本集中在上市公司

A4

保险巨头渠道格局将重构

A5

钴镍齐飞 锂电下游布局上游

A7

科技主题ETF持续火爆

新生“互联网寿险”可望 引领保险巨头自我革命

证券时报记者 潘玉蓉



近日，中国人寿和中国平安欲设立互联网寿险公司的消息，将“互联网寿险”这个新事物推到大家面前。

近年走红的互联网保险，多数是财产保险和简单的意外险、健康险等产品。寿险虽占保险业近八成收入，但因业务复杂性较强，一直以线下代理人作为主要销售渠道。因此，互联网寿险

几乎是保险业最后一个堡垒。随着保险巨头们推出计划，互联网寿险这个山头，被攻下的时间是越来越近了。

互联网寿险要打破的，首先是原有的利益格局。过去保险行业的互联网化，不是不想，而是不能，只因被旧的利益格局捆绑太深。过去大型保险公司的动力不足，被认为是互联网在保险行业推进最大的阻碍之一，因为这些公司拥有大量的代理人，很多产品都是根据代理人渠道的特点定制，适合线下面对面销售，一旦开放线上销售，势必会动代理人渠道的奶酪，进而影响对公司利润贡献占大头的个险渠道的稳定性。耐人寻味的是，本次提出设立互联网寿险公司的，恰恰是这些大型保险公司，一方面可看出寿险公司再也按捺不住要迎接互联网化的大潮，另一方面也展现了它们对个险渠道“拥兵自重”带来种种行业积弊的反思。

当寿险公司走向线上卖保险，800万代理人的未来在哪里？代理人 and 互联网保险的矛盾在过去不是没有爆发过，未来这一状态恐怕还会持续。一种可能是代理人走上精英化、专业化路线，在中国的广阔市场上，他们仍有巨大的价值发挥空间。同时，800万代理人在经历严酷的考核洗礼后，可能迎来人数增长的拐点。

虽然年轻人更适应在网上接触保险，但却不能断言互联网寿险就是一个成功的商业模式。实践证明，“流量思维”在其他领域大获成功，但在保险产品的经营上却难以照着葫芦画瓢，近年互联网流量巨头的保险产品下架就时有发生。如果能借助互联网渠道优化经营模式，重塑产品和销售链条，面向消费者提供更有价值的产品和服务，将是互联网寿险最大的意义。

此外，伴随着互联网寿险公司的出现，监管方式也将面临升级。现有寿险产品的销售有地域限制，互联网寿险产品将如何突破这一监管条件，该如何做好风控，也是新的挑战。但既然大保险公司内部已出现破釜沉舟的决心，那么，互联网寿险究竟能在多大程度上引领保险巨头自我革命，亦值得进一步观察。

手机开户 轻松炒股

开户时间 7x24小时

www.rjqzq.com.cn 电话: 95565 CMS 招商证券