



新冠肺炎疫情的 行业影响和未来发展 趋势

毕马威中国

2020年3月

kpmg.com/cn



前言

新冠肺炎疫情无疑对当前中国经济造成了深刻的影响。从零售餐饮、住宿旅游、交通运输、文化娱乐等行业营收大幅下滑，到制造业、房地产、施工建筑等因人流、物流受限而复工复产缓慢，再到远程办公、在线教育、在线医疗、生鲜物流等科技公司的异军突起，疫情对中国各个行业都带来了不同的挑战与机遇，而这些变化可能会深刻影响到行业未来发展趋势和竞争格局。

2003年非典爆发，当年二季度经济增速比一季度放慢2个百分点。但同一年阿里淘宝网上线，京东也开始试水线上销售，为未来电商行业的爆发播下了种子。

之前毕马威从宏观角度，分析了疫情对经济短期和长期的影响¹。本文聚焦银行、资管、保险、零售、制造业、汽车、医疗和生命科学、科技、房地产、能源等10大行业，分析疫情对各个行业带来的机遇与挑战，并展望行业未来发展的前景。

¹新冠疫情对中国宏观经济的影响，毕马威，2020年2月，<https://home.kpmg/cn/zh/home/social/2020/02/how-novel-coronavirus-affects-china-economy.html>

银行

疫情对部分企业和家庭的收入和现金流周转带来冲击，对银行业务产生一定短期影响，但长期来看并不会对银行业发展形成根本性的影响。同时，线上金融业务更加受到认可，网点转型、金融科技的运用、综合金融服务等事项成为银行未来关注重点。

对受疫情影响行业和中小微企业信贷加大

央行等五部门联合发布了《关于进一步强化金融支持防控新型冠状病毒感染肺炎疫情的通知》要求各地银行机构加大对受疫情影响、生产经营遇到困难的中小企业融资支持力度，对受疫情影响严重的企业到期还款困难的，可通过展期或续贷、适当下调贷款利率等方式予以支持。央行也通过发放专项再贷款，向疫情防控重点保障企业提供更优惠的信贷支持。同时，货币政策也更加宽松：2月3日，央行开展1.2万亿逆回购操作²，并下调7天和14天逆回购利率10个基点；2月17日，央行开展2000亿元中期借贷便利（MLF）操作和1000亿元7天期逆回购操作，并下调MLF利率10个基点；2月20日发布的1年期和5年期以上LPR也分别下调了10个和5个基点。银行一方面加大对受疫情影响较重行业和中小微企业的信贷投放，另一方面下调贷款利率，使得银行短期利差有所收窄。虽然一部分压力有财政分担，但银行也需要关注短期内利差变化。



² 央行开展MLF和逆回购操作 MLF利率下降10个基点，新华社，2020年2月，http://www.gov.cn/xinwen/2020-02/17/content_5479938.htm



短期内资产质量承压但长期依然可控

旅游、住宿、餐饮、零售、交通运输、娱乐文化、线下教育等行业受疫情影响比较直接，这些行业多以中小企业为主，企业营业能力、现金流以及还款能力的减弱可能会出现一定数量的不良贷款甚至坏账，一些地方监管部门也提高了对小微企业不良贷款的容忍度。由于银行通常采用预期信用损失模型进行风险管理，疫情使得银行也需要对上半年的贷款拨备进行相应调整。同时，疫情使得很多企业和个人收入出现短期下降，也会对银行存贷款业务产生一定冲击，银行中间业务的拓展受阻。综合来看，疫情将对银行业短期营收造成一定的负面影响。但长期来看，经济在疫情过后的修复与反弹也将改善受影响企业的资金状况，对银行业的长期影响有限。

数字化转型加速

疫情发生以来，监管部门多次强调加强线上业务服务，引导企业和居民通过互联网、手机APP等线上方式办理金融业务。预计利用金融科技发展的新业务模式将进一步发展并发挥积极作用，银行网点也将加速转型。

资管

在加大金融市场对外开放和实施资管新规的背景下,新冠疫情突如其来,使中国的资产管理和财富管理行业面临新的挑战。总体来看,短期内一些受疫情影响较大的投资债务流动性风险增加,不良资产规模可能有所扩大,非标投资面临更大压力,专注线下服务模式的财富管理和资产管理公司的经营压力也将更加严峻。同时,疫情也会给龙头企业和新的线上业态带来成长机会。长期来看,疫情过后,高流动性资产、高成长行业及多元化资产配置仍然会受到市场的欢迎。

资本市场企稳,加大融资支持

近日来金融监管部门联手出台各项举措确保金融服务畅通,支持疫情防控和实体经济。自2月3日国内股市开市至今,投资者交易顺畅,除首日大盘出现较大幅下跌外,后市逐步企稳并出现北向资金净流入;基金产品爆款不断,也给市场带来增量资金,目前市场信心和交易活跃。2月14日证监会出台再融资相关政策,将有助于上市公司缓解疫情带来的现金流紧张问题,中长期看亦有助于构建更有活力的资本市场。银保监会于近日回应资管新规过渡期,亦表示对个别机构适当给予灵活安排。





数字化经营, 线上线下融合转型

春节复工之后, 公募基金和大多数券商90%以上的业务均通过线上渠道办理, 公司交易和客户服务基本未受到疫情影响。交易以及服务的非现场化趋势得以强化, 将进一步推动线上线下融合转型, 加速物理营业网点职能转变。行业可积极推动通过人脸识别等非现场技术手段, 在推动高风险业务办理更加合规的同时, 提高数字化在业务中的管理与应用, 为数字化经营及数字化监管打下扎实基础。

不良资产市场和部分股权退出需要关注

2019年在产业升级转型及监管趋严的背景之下, 国内市场累积的不良资产规模已有所增加。此次疫情对部分行业造成较大冲击, 有些企业经营面临较大压力甚至出现可持续风险, 不良资产规模将有可能上升。对这些行业的股权投资, 如果约定退出时间为近期, 退出或将存在困难。

高流动性资产、高成长行业及多元化配置仍将受到重视

疫情的冲击, 金融行业需要一段时间加以适应和调整。客户将更加偏向高流动性资产和高成长行业, 海内外资产的合理组合会被更加重视, 资产配置结构将发生一定变化。高净值客户需要避免较单一的资产组合。资产均衡组合以及长期投资理念可以减少短期市场波动的影响。

保险

短期内保险业务收入和利润承压

疫情对保险线下业务造成明显影响。岁末年初通常是保险公司的销售旺季，在全年保费收入中占有重要比例。在这个本应开门红的时段出现疫情，对新业务，尤其是期缴和保障型保险，冲击很大。新业务减少也给险资配置增添困难。此外，虽然防疫工作得到政府的财政支持，但疫情持续时间较长，健康险赔付也会增加，使得保险公司利润承压。

疫情也加大了大众对保险服务的重视

疫情同时也引发新一轮保险购买的热潮，公众对未来风险不确定性的重视使面向个人客户的寿险、重疾险受到欢迎。保险代理在疫情期间增加了在线保险宣传与在线答疑，部分抵消了无法线下获客的负面影响。

我国保险市场未来发展空间巨大

当前，我国保险深度及密度远低于发达国家水平，随着人均GDP的提高以及国民保险意识的增强，保险业增长前景广阔，此次疫情传播范围较广，一线至四线城市均受波及，保险消费人群有望进一步下沉。由于疫情以及全球性蝗虫事件，使农业保险大灾风险分散机制优化提上日程，中国农业再保险公司的建立将加速。行业开放也将推动健康险和养老保险发展提速将带动相关险种如健康险、农业险等业务发展，给相关险种带来新的发展机遇。



短期营收利润受挫

疫情直接影响零售实体店营收，餐饮、购物中心、百货商超和专业品牌店、院线和旅游出行关停，导致时尚奢品、酒类等场景体验消费类目受挫；传统商超、便利店和街边店为保障民生需求虽然维持开业，但同样流量严重下行，人工、租金、库存等固定运营成本正常发生，及银行贷款利息开支等使得现金流周转承压，经营利润将大幅下跌，直接挑战企业生存。另一方面，线上购物平台、O2O到家服务等虽然订单量大幅上涨，但价格上涨受限、服务标准高企等因素压制了利润，会呈现量增利降的倒挂局面。

竞争格局加速分化

疫情引发零售企业进一步向线上转移，同时战略性收缩在线下的布局，以提高整体业绩与效率。运营脆弱的企业受较大冲击，而高毛利的品类、提前布局线上业务的企业会从容应对，强品牌大平台趁机扩大市场份额，抢夺中小微企业的客户、人才、门店、供应商等资源；同时加速以平台化模式对小型连锁和独立品牌店的收购和整合；上下游共同构建协作共生的数字生态体系，商场与商户、消费品供应商和渠道之间构建联盟关系共同抗击疫情。各个细分类目行业发展呈现强马太效应、强者恒强的同时，细分行业内竞争格局会加剧分化，竞争不再是单个企业之间的竞争，而是企业加入到协同联盟生态体系中，在体系内部构建共生关系的同时，生态体系之间形成军团式、系统化竞争。





供应体系协同整合

由于受限于疫情防控措施，供应链运输能力受限、产品采购成本上升、生产供给不足、配送返工延迟等影响了供给端。同时，消费者对食品、卫生、安全、以及健康意识的提升，和对在线产品和配送服务需求的增长，也促使供应链的整合化、社会化、协同化和平台化趋势加速，供应链协作体系成为消费零售产业的稳压器。供应链大平台注重产品寻源采购整合和物流效率提升，实体商业聚焦、社区布点、到家配送及消费画像，强化精准中终端服务，获取准确需求对接大平台，从而实现精准选品、低价高质商品采购、保质运输、精准配送等赋能，共同提升终端服务体验。

社区商业有望爆发

生鲜日杂等刚需品类壁垒在疫情中被攻破，老年用户群体线上化后，社区电商用户基础面、认知度和接受度将被放大，中国城市化进程推动的人居基础设施为社区电商提供了环境基础，大型商超在疫情中和O2O到家服务平台联合为消费者提供服务已经验证合作模式的成功，微信等社交新渠道红利、整合供应链支撑的高性价比商品、社区近场的良好交付体验、预售模式的低运营成本、规模化可复制性等优势促使社区电商在今年以后会被集中爆发，同时资本方的介入会在该领域形成更加激烈的竞争格局，地产商和小区物业、智能家电、O2O到家服务、供应链平台、品牌商品和服务企业、科技公司等都期望在其中获得收益。

无人零售探寻契机

疫情中出现的无人自提、机器人配送、无人零售店等方式的尝试突破了配送收货的心理障碍，无人门店、无人货架、自动售卖等方式在交通枢纽、社区商业、医院和学校等人群大量时间聚集点作为终端零售有效补充，为快递、外卖配送服务提供了良好服务平台，降低最后一个公里配送运营的成本，同时在供应链段的自动拣货货架、自动化输送设备等手段的创新和应用，随着供应链的大量整合，规模化优势必将带来仓储效率和服务质量的提升。同时快速发展的人工智能、物联网和大数据等数字技术在无人零售的终端和后端运营发展积极寻求应用场景，未来价值有望进一步发展。

制造业

复工复产受到疫情防控影响

疫情防控措施将影响人员流动与活动，进而影响物流，使得制造业特别是劳动密集型行业的生产因原材料供应、劳动力不足等受到冲击。近期政策多次表示推动产业链各环节协同复工复产，尤其是优先保障在全球供应链中有重要影响的龙头企业和关键环节恢复生产供应，确保我国在全球制造业中的重要地位。

智能工厂、智能制造将得到进一步发展

推进自动化和柔性化生产，聘用更多高科技人才以及高技能、多技能复合型工人，减少对人工的依赖，更好地应对劳动力的波动。同时，零部件标准化、物流智能化、加强供应链抗风险能力也将受到越来越多的重视。

数字化转型及远程智能服务将被积极运用

数字化技术的深层次应用，可以帮助提高员工的协作效率，抓住促进业务增长的关键要素，更高效地应对市场需求的波动，实现产品的创新；而基于工业互联网的远程智能服务，通过AR、AI等技术进行远程指导，对设备的运行状态监控进行故障预警。由此可见，BI、大数据分析和AI等技术的实际应用将更受重视，并对数据分析师提出迫切的需求。



汽车制造和供应链受到冲击

武汉是我国六大汽车产业集群发展城市之一，聚集了东风乘用车、东风本田、神龙汽车、东风雷诺、上汽通用五大整车企业。整车厂吸引了大量零部件企业的集聚，涵盖底盘、变速箱、车身、电子、内饰、玻璃等主要零部件，持续停产不光对武汉地区整车厂形成冲击，也会通过产业链对上下游企业造成一定影响。由于中国在世界汽车产业链中的重要地位，日本、韩国等的汽车制造业也受到一定冲击。

短期汽车销售承压，但疫情结束后有望复苏

疫情对4S店汽车销售造成很大影响。根据中国汽车流通协会的调查显示，在调研的2895家经销商中目前仅有573家4S店完成复工，复工率不到20%³。但是由于疫情造成的交通限制以及对私密空间的重视，也会促进汽车销售今后的增长。疫情结束后，被暂时推迟了的购车需求得以释放，汽车销售市场或迎来一个小高峰。为了稳定汽车市场，部分城市的限购政策也有望放松，甚至出台新的鼓励措施。例如，2月18日，佛山市推出政策鼓励“国六”汽车购买，3月1日起给予每辆车2000-5000元补贴，成为今年首个推出汽车消费鼓励政策的城市⁴。预计疫情之后，汽车销量稳步回暖。

汽车金融加速发展

居民收入和就业受到疫情影响，保持资产的流动性愈发受到重视。在此背景下，汽车金融因其灵活的支付方式、较小的现金流负担、以及宽松货币政策下利息走低，将受到更为广泛的接受和使用。



³4S门店复工率低 疫情结束或出现购车小高峰，人民网，2020年2月，<http://consume.people.com.cn/n1/2020/0219/c425315-31593581.html>

⁴最高补贴5000元 佛山推出汽车消费政策，人民网，2020年2月，<http://auto.people.com.cn/n1/2020/0218/c1005-31591906.html>

医疗和生命科学

创新药物和医疗器械研发加强

通过此次疫情，研发各种应对病毒的检测、抑制和治疗的相关药品和试剂势必更受重视，而公众对于类似流感疫苗这类产品的使用量也会大大提高。因此预期会有更多的医药企业加强创新药物和医疗器械的研发与制造。

健康管理及保健意识提高

疫情结束后，群众对健康管理和保健将会有更高的需求，将推动医疗消费增长。通过本次疫情，社会大众对于相关呼吸系统疾病、感染性疾病的关注度显著提高，对疾病预防、早期就诊、治疗方法和药物、疾病预后和危害的认知也更为深入，利好疾病预防，特别是家用预防产品（居家消毒、个人防护）的销售。

互联网医疗快速发展

受疫情推动，互联网医院、在线诊疗、各类网上药店前所未有地受到关注，政府、行业和大众认知上对新兴渠道均有了更好的认知，也解决了特殊时期很多非急诊慢病、常见病患者的就医、配药的问题。因此，互联网医院、线上药店等新兴诊疗和药物获得平台或渠道未来将得到更好的应用和发展，除了医药产品销售渠道结构上变化外，客观上渠道多元化未来也将推动慢病、常见疾病治疗人数和依从性的增长和提高，从而通过医药供给侧结构优化，提高相关疾病的就诊和治疗患者人数。





AI赋能医疗研发

工信部日前发文倡议发挥人工智能赋能效用，鼓励攻关并批量生产一批辅助诊断、快速测试、智能化设备，助力疫病智能诊治。对于以影像AI产品为主流的医疗AI行业来说，是一个很好的机遇点——将进一步推进远程医疗和智慧医疗，解决医疗资源不足的问题。而提供相关产品和解决方案的制造企业将迎来新的发展机遇。

基层医疗服务能力有待加强

这次疫情防治暴露出的一个主要问题是我国基层医疗人员不足，能力欠缺，没有发挥出分级诊疗体系的作用。截至2019年11月，我国有96万个基层医疗卫生机构，占全国医疗卫生机构数量的95%⁵，但其接待诊疗人数占比仅为52%⁶。乡镇卫生院的病床使用率为60.4%，也明显低于医院84.5%的使用率。这次疫情之后，政府有望在政策和投入上对基层医疗进行倾斜，加强分级诊疗体系的建设，使其对全民医疗保障发挥更积极的作用。

医疗产品生产更加智能化、弹性化

中国是世界最大的口罩生产和出口国，产量占世界一半。但面对突发疫情，依然在短时间内出现“一罩难求”的局面。其中固然有春节期间停产的影响，但未来更加弹性化、社会化的协同生产也有利于保障医疗产品在关键时刻的需求。例如，比亚迪、中国石化等引进生产线，跨界生产口罩就体现了企业灵活的制造能力。同时，更为合理的分布式供应链布局也可以将减少局部地区突发事件对整个供应链的影响，保障对医药、医疗产品供应的影响⁷。

⁵ 2019年11月底全国医疗卫生机构数，中国政府网，2020年1月，<http://www.nhc.gov.cn/mohwsbwstjxxzx/s7967/202001/d73a47fbd40e4a4bbb8d20387992871.shtml>

⁶ 2019年1-11月全国医疗服务情况，中国政府网，2020年1月，<http://www.nhc.gov.cn/mohwsbwstjxxzx/s7967/202001/55e9bcc9829e41278ea29d15e2ad10c1.shtml>

⁷ 确保企业连续性管理能力7：新型冠状病毒疫情对中国医药行业影响初探，毕马威，2020年2月，<https://mp.weixin.qq.com/s/JmX8DJhLAhVbT-PTpHVZAg>

科技企业获得发展机遇

在疫情防控中，科技的巨大作用愈发彰显。和众多行业受到疫情冲击相比，科技行业受到影响较小，很多企业甚至得到更多的发展机遇。例如，由于疫情减少线下交流的机会，以通信服务、在线服务、云服务、人工智能、智慧服务平台为代表的科技行业在这一轮疫情中得到了快速的发展。在线教育、在线医疗、线上生活服务项目迎来空前的市场需求；无人零售、无人配送等高科技行业强势崛起；提供同城物流、定制化餐饮配送、跑腿等各种配送平台和上门服务平台越来越受到认可。同时，不受地理空间限制的在家办公、远程办公等“线上”办公，特别是能够实现个体协同的办公软件，将是未来的发展趋势。此外，群众对健康管理和保健意识的逐渐重视，包括私人医生、私人心理医生以及各种“线上”咨询服务，科技赋能医药健康行业的作用也愈发明显。

电子电器制造供应链受到影响

由于疫情防控措施限制了人口流动，造成员工返程晚、招工难的现象，影响到产品线的复工。对于产品前期的供应会造成一定影响。特别是湖北省在汽车、通信、电子的供应链上具有重要地位，而浙江、广东在电子领域包含了一些电子零部件制造、电子系统组装以及印制电路板元件龙头企业，依赖中国生产的电子、电信和半导体原件等供应链也将受到影响。2月17日，美国苹果公司表示，由于新冠疫情造成iPhone手机短期产能低于预期，将下调2020年1季度营收指引⁸。

企业加速技术升级

面对疫情的影响，传统产业也在加速转型升级，打造新的业态模式。预期将会有更多的制造企业着手数字化转型，打造智能制造工厂，以提高企业生产的质量和效率。同时，随着人工智能、大数据、5G、区块链等新技术、新产业的兴起，将大大提升企业乃至整个社会的运营效率，我国产业技术变革的脚步将更加快捷。

⁸ iPhone供应受限 苹果意外下调当前季度营收指引，网易财经，2020年2月，<https://money.163.com/20/0218/06/F5L7MH4F002580S6.html>

房地产销售大幅下降

房地产线下销售活动受到很大冲击，疫情期间多地售楼处关闭，销售大幅下降。特别是三四线城市春节期间的返乡置业需求受阻，影响更为严重，去库存压力加大，对全年销售也造成一定影响。作为应对，一些房地产企业探索线上卖房模式，可能会重新定义未来房地产销售格局。在坚持“房住不炒”原则下，政府也采取措施稳定房市。2月份公布的5年期以上LPR利率下调5个基点，有助于降低房贷利率和企稳房市。

现金流管理十分关键

受疫情防控暂停施工、建筑工人返工较慢等因素影响，房企开发投资节奏也被迫放缓。作为杠杆率较高的行业，快速资金回笼对房地产企业具有重要的意义，现金流十分关键。部分中小型房地产企业，资金面趋紧，经营风险有所加大。2月21日人民法院公告网显示，2020年以来全国已有81家房地产相关企业破产清算。与此同时，一些经营状况较好的房地产企业也将趁机收购优质资产，行业内兼并加剧，推动房地产业行业整合。

对核心城市优质公共资源的需求上升，支持房价

核心城市和经济发达地区通常具有较高的医疗水平和医疗资源，加大了对人口流入的吸引。一些地方政府也在本次疫情防治中表现出较高的治理能力，也使得这些城市更具吸引力。对核心城市和地区优质公共资源的需求，将对这些区域的房价起到支撑作用。

商业地产需求发生变化

由于疫情防控使得复工延迟和避免人员聚集，很多公司启用远程办公。新型办公模式推动企业经营方式的转变，对灵活度更高的共享型办公租赁需求可能上升，写字楼市场结构出现调整。同时，由于线下零售、旅游大幅下滑，商铺类地产和旅游类地产（如酒店、特色小镇）受到较大短期冲击。随着疫情结束后消费、旅游市场逐渐复苏，这些市场有望改善。

石油需求下降，价格承压

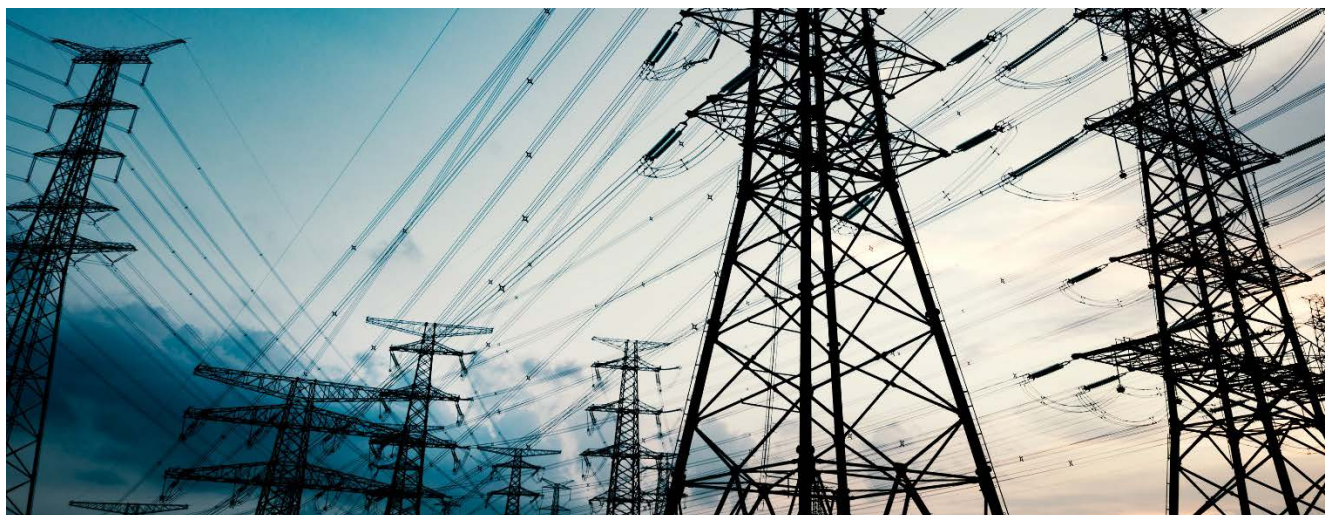
随着疫情影响不断扩大，国际航空客运锐减、国内部分地区高速限行、市区内公共交通停运、私家车出行频率与出行半径大幅萎缩；交通行业、物流运输、工矿企业等行业短期内无法复工，柴油需求大幅萎缩，导致国内成品油市场消费量急剧下降，国内油价开始下调。同时，由于中国石油消费总量占全球14%左右，中国石油需求下降也对世界产生影响。2月13日国际能源署将其对2020年全球石油需求增幅预测下调36.5万桶/日至82.5万桶/日，为2011年以来的最低值。需求下降导致国际油价短期承压。

煤炭市场供需双低

煤炭供给端受疫情影响较大。由于延长复工及人口流动受限，目前大部分煤矿无法按计划复产。运输(含国际进口与国内铁路)和亦受到交通停运影响受阻，短期内资源供给相对紧张。煤炭需求受钢铁、化工等各行业开工推迟因素影响也出现下滑。

电网公司营收面临下行压力

疫情期间，因管控措施，大部分群众选择居家不外出，导致居民用电量增加，而工业、商业企业由于工厂停工或延迟复工等原因用电量下降。由于我国工商业用户的电价普遍高于居民用电电价，电网公司主体收入下降。同时，短期经济放缓也会影响电力企业收入水平。



联系我们

吴国强
业务发展主管合伙人
毕马威中国
raymond.kk.ng@kpmg.com
电话 / Tel: +86 (10) 8508 7067

行业主管

银行

史剑
银行服务联席主管合伙人
毕马威中国
sam.shi@kpmg.com
电话 / Tel: +86 (10) 8508 7112

马绍辉

银行服务联席主管合伙人
毕马威中国
paul.mcsheaffrey@kpmg.com
电话 / Tel: +852 2978 8236

保险

鲍励德
保险服务联席主管合伙人
毕马威中国
erik.bleekrode@kpmg.com
电话 / Tel: +852 2826 7218

李乐文

保险服务联席主管合伙人
毕马威中国
walkman.lee@kpmg.com
电话 / Tel: +852 2140 2282

资产管理

王国蓓
资产管理联席主管合伙人
毕马威中国
abby.wang@kpmg.com
电话 / Tel: +86 (21) 2212 2428

廖润邦

资产管理联席主管合伙人
毕马威中国
bonn.liu@kpmg.com
电话 / Tel: +852 2826 7241

资本市场

廖润邦
资本市场联席主管合伙人
毕马威中国
bonn.liu@kpmg.com
电话 / Tel: +852 2826 7241

张京京

资本市场联席主管合伙人
毕马威中国
jeanne.zhang@kpmg.com
电话 / Tel: +86 (10) 8508 5602

史伟华
中国业务发展首席运营官
毕马威中国
thomas.stanley@kpmg.com
电话 / Tel: +86 (21) 22123884

零售及消费品

钱亦馨
消费品业主管合伙人
毕马威中国
jessie.qian@kpmg.com
电话 / Tel: +86 (21) 2212 2580

能源及天然资源

吴国强
能源及天然资源行业主管合伙人
毕马威中国
raymond.kk.ng@kpmg.com
电话 / Tel: +86 (10) 8508 7067

政府及公共事务

赵奇
政府及公共事务主管合伙人
毕马威中国
qi.zhao@kpmg.com
电话 / Tel: +86 (10) 8508 7088

医疗保健

姚凤娥
医疗保健行业主管合伙人
毕马威中国
jenny.yao@kpmg.com
电话 / Tel: +86 (10) 8508 7074

工业制造

诺伯特
工业制造行业主管合伙人
毕马威中国
norbert.meyring@kpmg.com
电话 / Tel: +86 (21) 2212 2707

基建

冯栢文
基建行业联席主管合伙人
毕马威中国
vaughn.barber@kpmg.com
电话 / Tel: +86 (10) 8508 7071

韦勒

基建行业联席主管合伙人
毕马威中国
julian.vella@kpmg.com
电话 / Tel: +852 2140 2309

生命科学

胡丽芬
生命科学行业主管合伙人
毕马威中国
lifern.woo@kpmg.com
电话 / Tel: +86 (21) 2212 2603

康勇
首席经济学家
毕马威中国
k.kang@kpmg.com
电话 / Tel: +86 (10) 85087198

媒体及娱乐

吴剑林
媒体及娱乐行业主管合伙人
毕马威中国
philip.ng@kpmg.com
电话 / Tel: +86 (755) 2547 3308

私人和家族企业

杨嘉燕
私人和家族企业主管合伙人
毕马威中国
karmen.yeung@kpmg.com
电话 / Tel: +852 2143 8818

私募股权

黄晓悦
私募股权联席主管合伙人
毕马威中国
priscilla.huang@kpmg.com
电话 / Tel: +852 2140 2330

雷诺森

私募股权联席主管合伙人
毕马威中国
ryan.reynoldson@kpmg.com
电话 / Tel: +852 2140 2208

房地产

厉俊
房地产行业主管合伙人
毕马威中国
jacy.li@kpmg.com
电话 / Tel: +86 (21) 2212 2366

科技行业

吴剑林
科技行业主管合伙人
毕马威中国
philip.ng@kpmg.com
电话 / Tel: +86 (755) 2547 3308

电信

陈俭德
电信行业主管合伙人
毕马威中国
daniel.chan@kpmg.com
电话 / Tel: +86 (21) 2212 2168

运输

王洁
运输行业主管合伙人
毕马威中国
tina.pj.wang@kpmg.com
电话 / Tel: +86 (20) 8168 1840

关于毕马威中国

毕马威中国在二十一个城市设有二十三家办事机构，合伙人及员工约12,000名，分布在北京、长沙、成都、重庆、佛山、福州、广州、海口、杭州、南京、青岛、上海、沈阳、深圳、天津、武汉、厦门、西安、郑州、香港特别行政区和澳门特别行政区。在这些办事机构紧密合作下，毕马威中国能够高效和迅速地调动各方面的资源，为客户提供高质量的服务。

毕马威是一个由专业服务成员所组成的全球网络。成员所遍布全球147个国家和地区，拥有专业人员超过219,000名，提供审计、税务和咨询等专业服务。毕马威独立成员所网络中的成员与瑞士实体 — 毕马威国际合作组织（“毕马威国际”）相关联。毕马威各成员所在法律上均属独立及分设的法人。

1992年，毕马威在中国内地成为首家获准中外合作开业的国际会计师事务所。2012年8月1日，毕马威成为四大会计师事务所之中首家从中外合作制转为特殊普通合伙的事务所。毕马威香港的成立更早在1945年。率先打入市场的先机以及对质量的不懈追求，使我们积累了丰富的行业经验，中国多家知名企业长期聘请毕马威提供广泛领域的专业服务（包括审计、税务和咨询），也反映了毕马威的领导地位。



kpmg.com/cn/socialmedia



如需获取毕马威中国各办公室信息，请扫描二维码或登陆我们的网站：

<https://home.kpmg.com/cn/en/home/about/offices.html>

本刊物所载资料仅供一般参考用，并非针对任何个人或团体的个别情况而提供。虽然本所已致力提供准确和及时的资料，但本所不能保证这些资料在阁下收取时或日后仍然准确。任何人士不应在没有详细考虑相关的情况及获取适当的专业意见下依据所载资料行事。© 2020 毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙) — 中国合伙制会计师事务所，是与瑞士实体 — 毕马威国际合作组织 (“毕马威国际”) 相关联的独立成员所网络中的成员。版权所有，不得转载。在中国印刷。

毕马威的名称和标识均属于毕马威国际的商标或注册商标。

二零二零年三月印刷