

贵州茅台连涨收复1500元关口 第三季度三只ETF大手笔加仓

证券时报记者 李小平

9月26日,“股王”贵州茅台(600519)再度大幅上涨,收盘于1529元/股。这也是公司时隔两个月,重新站上1500元关口。近3个交易日,贵州茅台继续放量,连续3日成交额突破百亿元,并连续收复1300元、1400元、1500元三道整数关口,累计涨幅高达20%。

值得一提的是,贵州茅台股价连续大涨前夕,有三家机构大手笔加仓。

9月26日晚间,贵州茅台披露了《关于回购股份事项前十大股东及前十大无限售条件股东持股情况的公告》,前十大流通股股东累计持有8.99亿股,累计占流通股比例为71.60%,较二季度末增加了536.47万股。

具体来说,今年第三季度以来(截至9月20日),持仓增加的主要机构有三家,包括上证50交易型开放式指数证券投资基金、华泰柏瑞沪深300交易型开放式指数证券投资基金、易方达沪深300交易型开放式指数发起式证券投资基金,分别增持了211.87万股、353.6万股、264.55万股。

从贵州茅台前十大流通股股东来看,华泰柏瑞沪深300ETF和易方达沪深300ETF,均为2024年一季度末新进榜单。当时,两机构持股量分别为675.78万股和471.01万股。第二季度,两机构分别加仓了63.4万股和21.51万股。



从业绩来看,今年1-6月,贵州茅台实现营业收入819.31亿元,同比增长17.76%;实现净利润416.96亿元,同比增长15.88%;扣非净利润为416.7亿元,同比增长15.92%;经营活动产生的现金流量净额为366.22亿元,同比增长20.52%。

虽然业绩继续大幅增长,但受整体市场影响,股价未能扭转下跌的趋势。9月19日,贵州茅台的股价,一度下探到1245.83元/股。9月20日,贵州

茅台史上首次推出回购方案。

根据回购方案,贵州茅台将以自有资金通过集中竞价交易方式回购股份,回购价格不超过1795.78元/股(含),该价格不高于董事会通过回购股份决议前30个交易日贵州茅台股票交易均价的130%,回购金额不低于30亿元且不超过60亿元。

与此同时,近期贵州茅台密集开展投资者交流活动。9月23日贵州茅台在上海召开投资者交流会,会上贵

州茅台董事长张德芹表示,茅台未来要加强营销体制改革,做好产品服务,积极推动“卖酒向卖生活方式转变”,深化从“朋饮”向“友饮”的转变,在创新消费场景上“下功夫”。在相关方关系上,张德芹表示,作为国有企业,茅台将持续遵从法治化和市场化原则,围绕各方需求与利益,找准“平衡点”,持续为投资者创造价值回报。这是贵州茅台在举行业绩说明会后再度与投资者交流。

金价炙手可热屡创新高 高位“上车”注意风险

证券时报记者 赵黎昀

经过持续性拉涨,当前国内期货市场沪金主力合约2412已成功突破600元/克关口,9月26日再度刷新历史新高。对比2024年初约485元/克的低位,年内沪金累计涨幅已达24%。

国内贵金属价格走势与国际同频。相较年初不足2000美元/盎司的低位,近日伦敦现货黄金价格最高已来到2670美元/盎司上方,最大涨幅逼近30%。

经济衰退趋势未改,地缘冲突局势延续,加之上周美联储宣布开启降息周期等因素,也使得黄金避险功能进一步彰显。虽然当前价格已处于历史高位,但市场仍普遍看好黄金中长期价格走势。分析人士认为,对于普通投资者而言,此时依然是“上车”时机,但需要做好风险控制,并尽量选择流动性较强、杠杆较低和不具备信用风险的黄金投资产品。

终端金饰价格拉涨

上周末,黄金饰品品牌老铺在全国多个城市的门店前都排起长龙。有消费者在社交媒体上分享,周日晚间为了迎接排队“抢金”的客户,老铺位于南京的门店营业时间延迟到了晚上11点半。

“本周一老铺几乎所有商品价格都出现了调涨,最大涨幅超过10%。我自己购买的一款重约20克的手链产品,一夜间涨价就超过1500元。”对于上周末老铺门店掀起排队“抢金”热潮的原因,一消费者向证券时报记者表示,上周老铺即将涨价的消息在网络传开,加之近期黄金价格不断突破高点,吸引了大批此前观望的消费者。

不同于多数品牌金饰按照实时金价调整每日售价的模式,老铺黄金采用一口价销售,阶段性对产品价格进行调整。据该品牌销售人员介绍,本次价格调涨距上次已过去约半年,其间国际金价涨幅已超过10%。

“本来说金价的稳定在580元/克以上就调价的,这还没等新价格落地,金价已经在590元/克以上了。”她说。

“今年7月在黄金品牌店买入了20克投资金条,单克价格600元,目前该品牌投资金条的售价已经在660元/克以上了,两三个月就有1000多元收益,比买其他投资品收益率高。”一郑州地区消费者这样表示。她告诉记者,9月25日沪金突破600元/克之时,周大福、周生生等品牌金饰标价已突破770元/

元/盎司。对比年初约620元/克的水平,也已涨了约24%。

金饰价格攀涨的速度和国际金价涨势同频。

2023年末国际金价突破2146美元/盎司历史新高,后一度呈现震荡行情。不过在2月再度站上2000美元/盎司大关后,金价一路走强,不断刷新历史极值。

9月19日凌晨,美国联邦储备委员会宣布将联邦基金利率目标区间下调50个基点,降至4.75%至5%之间的水平,成为美联储自2020年3月以来的首次降息,也标志着货币政策由紧缩周期向宽松周期的转向,为金价上涨再度注入动力。

随着美联储降息消息发布,国际金价立即飙升至新高2594美元/盎司,虽然中间出现小幅回调,但上周末国际金价再次上涨,突破了2600美元的重要心理关口。

降息推涨金价

“本月美联储开启降息周期,海外金融市场给予正反馈,风险偏好逐渐回升,美元指数走软,美股和黄金表现较好,特别是对黄金而言,不断创出历史新高,再次吸引全球投资者的目光。”对于支撑黄金持续突破历史新高的因素,光大期货研究所有色金属总监、贵金属资深研究员展大鹏向证券时报记者解析称,美国9月消费者信心意外大幅下降6.9点至98.7,创下2021年8月以来的最大跌幅,劳动力市场和整体经济前景堪忧,较弱的经济数据也加大了市场对美联储可能再次超预期降息的押注。

大陆期货最新分析也显示,尽管目前通胀并非推动黄金价格上涨的主要因素,但地缘政治风险、央行购买行为以及债券收益率的变化等因素,都在增强黄金的避险需求。在风险较高的世界中,黄金的配置有更强的吸引力。

分析认为,短期降息对于金价的助推效果尤为明显,叠加中东地缘冲突升级带来的避险需求,金价或将持续强势。从中长期来看,美联储降息势必对通胀造成一定影响,目前市场需要更多经济数据来验证降息周期的效果。预计短期贵金属盘面或将持续偏强运行,贵金属维持多头思路。

对于未来黄金价格的走势,广州金控期货研究中心副总经理程小勇判断,美联储降息后,国际黄金价格还将不断创新高,年内有可能升至2800美

元/盎司。

“主要逻辑在于,1984年至今美联储曾6次开启降息周期,仅在美元出现流动性危机时黄金价格才会下跌,例如1989年1月6日至1992年9月4日的降息周期和1995年7月6日至1998年11月17日的降息周期,前者爆发了储贷危机,后者爆发了亚洲金融风暴和俄罗斯违约。今年9月降息是预防式降息,一方面美国经济尚未出现衰退,另一方面观察美元TED利差和FRA-OIS利差等指标,可以发现市场并没有出现美元流动性危机,因此本轮降息对黄金价格是利多的。”他说。

虽然对金价中长期趋势也表示乐观,不过展大鹏提及,从点阵图看,美联储年内仍可能存在50个基点以上的降息,但从预测概率来看,11月和12月各降息25个基点的概率较大,这就意味着除非再次超预期降息,否则下次降息与本次意义相比已偏中性。站在当前时间节点,除了利多落地外,也无更令市场信服的做空理由,所以对黄金的上冲乐观中应保持一份谨慎。

难言利多金饰品牌

金价的短期快速上涨,对金饰品牌而言并非不是利多事件。

近日,因短期内销售势头缓慢,中银国际将周大福目标价从每股8.4港元下调至6.7港元。分析认为,尽管金价预计表现良好,但黄金产品销量可能面临不利因素和消费者情绪疲弱。此外,摩根士丹利和高盛也调整了对周大福的评级和目标价,分别调降至每股7.7港元和维持10.5港元。

而在此前举办的股东大会上,周生生相关负责人就曾公开表示,由于今年金价升势太急,制约消费意愿,销售表现比预期差。企业目前难以估算金价走势,会谨慎管理好黄金买卖,以减低风险。

伴随金价快速上涨,今年上半年金饰品牌业绩却出现下滑。

财报显示,2024年上半年周生生持续经营业务的综合营业额同比下降13%至113.13亿港元,股东应占溢利5.26亿港元,同比下降36%。

周大福发布的财务数据也显示,今年二季度该公司零售额同比下降了20%。其中,占其业务85%以上的中国内地市场,零售额下降了18.6%;而中国香港、澳门及其他市场下跌28.8%。

“黄金与黄金首饰二者有一定的区别,黄金首饰的利润来源于加工费,而黄金投资收益来源于价格上涨。”程

小勇分析,今年黄金价格虽然上涨,但黄金首饰需求却因价格高企而不断萎缩。近期金店频发倒闭现象,黄金首饰也不断调降加工费,因此可以看到许多品牌金饰企业业绩同步大幅下滑。

他指出,对于黄金生产企业而言,金价上涨是有利的,只需要对存货进行一定的卖出保值。而对于珠宝首饰企业而言,需要做买入保值,在加工费下降的情况下只能通过降低原料成本弥补加工费的亏损。

风险把控需关注

虽然国际金价中长期涨势被普遍看好,但在价格不断刷新历史高点的当下,投资者还能否“上车”?

“目前黄金价格处于历史高位,不具备很高的安全边际。不过对于普通投资者而言,当前仍是投资黄金的好机会,但需要做好风险控制。”在采访中程小勇表示,在去年四季度至今年一季度期间,黄金价格出现上涨的驱动因素来源于央行购金活动。在历史上金本位时代,黄金具有货币属性。因此,在美元信用削弱和新的国际货币体系重构的情况下,黄金作为与美元挂钩的唯一信用等价物,各国央行会不断购买黄金,逐渐摆脱美元依赖,实现国家储备的多元化和安全化,这是近两年在投资需求缺席的情况下,黄金价格不断上涨,且屡创新高的主要原因。而今年二季度至今,黄金价格不断创新高主要的驱动力来源于美元实际利率下行带来的投资续签回归。

他认为,美元实际利率下降降低黄金的机会成本。机会成本越低,黄金投资越有性价比。统计历史数据后可以发现,黄金价格与黄金的投资需求呈现中等正相关性,反过来与工业需求、首饰需求呈现中等负相关性,这与投资者的直觉并不相同。数据显示,截至9月24日,代表美元实际利率的10年期TIPS收益率降至1.55%,创2023年7月27日以来最低纪录。衡量黄金投资需求的全球最大的黄金ETF-SPDR持有黄金量在9月24日也升至877.12吨。

“9月美联储降息代表美国货币政策正式转向宽松,黄金的投资需求会随着美元实际利率的下行而回归,黄金的投资需求增长会成为黄金上涨的新驱动。不过普通投资者还需要选择适合自己的投资方式,尽量选择流动性较强、杠杆较低和不具备信用风险的产品,例如黄金ETF、黄金期货及期权。”程小勇称。

电商平台掘金产业带 数字链路破解“卷价格”难题

证券时报记者 聂英好

近期,1688在浙江台州成立全国首个日用百货选品中心,并举办1688选品中心暨1688商人节发布会。在发布会上,1688负责人透露,要依托线下选品中心,对产业带重投入,重点投入40座城市的177个产业带,其中68个百亿元级别的产业带是重中之重。

电商新业态迅速发展,越来越多的产业带商家积极拥抱电商渠道。“电商+产业带”模式早已是淘宝、抖音等电商平台争相布局的赛道,平台仍在扶持产业带商家发展的模式上寻求创新,在电商赋能之下,产业带发展迎来新变化。

缩短供需匹配链路

何为线下选品中心?1688商家发展中心负责人介绍,线下选品中心集合当地产业带的优势产品、优质工厂,中小商户买家可以实现线下扫码,边看边买,对于买家来说,这将是一个便捷、高效的采购渠道。

对于成立选品中心的目的,1688表示,希望通过选品中心,打造供需匹配的最短链路,让商家生意更简单和更有确定性。换言之,选品中心最核心的目的是给产业带商家带来规模性的买家需求和确定订单。而线下选品中心如何提供确定性需求,1688给出的解法是线上线下、B端C端多方面引流。

产业带商家的优势在于货源充足、性价比高,短板则是缺乏直接服务C端消费者的能力。大会现场,交个朋友控股副总裁崔东升透露,他们在实地考察产业带时发现,虽然许多产业带商家具备强大的生产能力,但在向C端消费者提供服务、SKU(最小存货单位)种类丰富性等方面存在不足,这制约了产业带“源头产品”直接到达消费者手中。

1688在会上指出,选品中心是1688今年重要的线下布局。至2024年9月,已经签署合作要建设的选品中心有12个,其中已开业4个,主要集中在长三角和珠三角两大产业带集中的地区,比如浙江台州、义乌、嘉兴、广东深圳、广州、汕头等电商热门区域。

具体到本次正式开业的台州选品中心,据1688台州日用百货选品中心董事长林利敏介绍,选品中心分线上线下两块,线上是1688数字大店,集结塑料制品、收纳、家庭清洁、厨房、园林、宠物等多个品类,线下是实体店。

林利敏表示,未来台州选品中心要承接10万单以上的日发货量,正在搭建研产一体的标杆厂区。目前入驻企业几百家,未来目标是2000家,接下来还要在全国布仓,集聚订单降低物流成本。

电商+产业带

产业带可以理解为产业集中区域,也就是具有明显竞争优势和特色的产业集群。产业带与电商之间,一直存在着相辅相成的关系。一方面,电商平台需要产业带商家为其提供优质价廉的商品;另一方面,电商在扶持产业带数字化、品牌化甚至出海方面有着积极作用。

不少原先基础相对薄弱的产业带,抓住电商风口后迅速发展壮大;本就拥有产业优势的产业带,则在电商渠道的加持下交易规模“更上一层楼”。直播电商等新模式帮助产业带实现设计、生产、流通环节的转型升级,如原产地型商家获得数字化品牌营销接口,组货型商家对接数字化供应链,加工型商家增加直接的流通渠道和售后、仓储服务能力等。

从1688在台州成立的台州日用百货选品中心来看,台州是全国重要的日用品产业基地,拥有完善的产业链和丰富的产品资源。1688台州选品中心的建立,是深耕产业带、助力产业升级的重要举措,它不仅是台州产业链数字化升级的展示窗口,也是1688连接源头供给与新兴需求的重要桥梁。

近几年,电商平台争相布局产业带。比如,拼多多在2020年宣布要在2021年—2025年扶持100个产业带的计划;同在2020年,天猫将产业带商家纳入“双11”战报,全国2000个产业带的120万商家参加当年“双11”,有105个产业带成交额过亿元;京东、抖音等也在2022年发布了各自的产业带扶持计划;2024年,快手磁力引擎商家业务将深度赋能产业带作为全年的重点方向。

国家层面也曾出台政策支持产业带发展。2022年,国家发改委等部门发布《关于新时代推进品牌建设的指导意见》,鼓励各地围绕区域优势特色产业,打造竞争力强、美誉度高的区域品牌,并提出到2035年,要形成一批质量卓越、优势明显、拥有自主知识产权的企业品牌、产业品牌和区域品牌。2022年8月,广州市印发《时尚产业集群高质量发展三年行动计划》,提出“加快推进服装、皮具等时尚产业高质量发展”。

成立线下选品中心也并非1688首创的模式,此前不乏电商平台做过选品中心的尝试,但均以失败告终。对此,1688相关负责人分析,这本质上是选品中心没有进行数字化,当没有需求去驱动的时候,选品中心最后就变成一个展厅的形式,没有交易。

1688商家发展中心负责人表示,基于当下的消费趋势,产业带的供给是各大电商平台抢夺的重点。目前产业带形成两种模式:一是用极致低价甚至破价模式,逼着工厂只好偷工减料和降质减配,山寨重出江湖,这种恶性价格战,正在伤害中国制造业;二是用AI等数字技术去重构人货场,跟源头厂商深度绑定,从需求出发,用技术去改造每一个产业带和每一条产业链,用AI高效匹配需求图谱和供给图谱,找到供需高效匹配的最短路径。

从“卷价格”转向提质增效

由于具备规模化和价格优势,产业带商品往往成为电商平台“低价好货”的重要源头。但今年以来平台低价之争颇有走向极端化趋势,绝大多数电商平台都在争夺用户,同时压低工厂出厂价,源头厂商在低价压力下苦不堪言。

“中国制造已经被恶意价格战的‘内卷’搞到有点窒息了,如果中国制造没有10个点的净利润,数字化转型升级基本是一句空话。”1688相关负责人直言。

一名1688食品厂商总经理发现,1688平台上的月饼一般卖到四五元一个,而有些月饼今年已经降价至1元/个。“我做一个月饼的原材料成本还不加人工都已经到了1元/个了,我不知道他们怎么做出来的。”该总经理表示,他后来发现,很多商家是靠在游戏中充值广告费,以此来补贴亏损。

尽管低价是产业带商家的优势,但一味追求低价并非产业带商家的最终出路。一位电商从业者指出,对产业带商家来说,在价格的基础上,怎么提升自己的供应链优势,产业优势是产业带未来需要发力的方向。“近几年,产业带在低价的过程中也开发出较多新品,是商家不断将供应链效率和运营效率做到极致的成果。”这位从业者表示。

浙江大学中国数字贸易研究院院长马述忠表示,电商“躺赢”的时代一去不复返,在产业互联网、人工智能快速发展的时代,商家不能再沿用原来的销售解题、营销解题、运营解题,产品解题、商务拓展解题,或许要学会用数字技术解题、用人工智能技术解题。

“对电商平台、商家和买家来说,未来的电商消费,一定会是数字供应链在支撑。数字供应链的一端连着海量源头供给,另一端聚焦规模化买家需求,用AI做高效的匹配,未来平台和商家竞争的核心就在于AI高效匹配能力。”马述忠说。