

八大券商2021年A股策略出炉： 科技、消费、顺周期等三主线成布局重点

■本报记者 赵子强
见习记者 任世碧

又到一年券商年会季，进入11月份以来，各大券商的2021年策略会陆续召开。而对于2021年A股能否延续“牛途”，成为各大机构热议的话题。

截至目前，浙商证券、华西证券、兴业证券、中金公司、华安证券、西南证券、川财证券、方正证券等八大券商披露了2021年A股投资策略。机构普遍认为，2021年A股市场仍将延续结构性牛市行情，盈利将是支撑2021年A股行情的重要核心之一，科技、消费、顺周期等板块有望成为中长期主线。

2021年结构性牛市将持续

从2019年算起，A股已经连续两年走牛，而对于2021年A股能否延续“牛途”，目前各机构之间已出现不同的观点。

“多个因素推动2020年A股呈现新格局，中国资本市场享受‘长牛’。”兴业证券策略团队表示，A股“三十而立”，结束牛短熊长、进入长

牛，从“有利好才涨”逐渐向“有利空才跌”转变。四因素成为“长牛”的助推器：一是制度因素，资本市场基础制度体系不断完善，全面注册制即将实施，退市制度有望出台，为A股提供了优良的政策土壤；二是监管因素，资本市场进入“严监管”时代，市场运行健康平稳，融资功能显著发挥，上市公司质量提升、市场秩序明显好转；三是公司因素，经历30年的“赛马”，优质龙头核心资产已经胜出，且越来越多好企业登陆资本市场，让投资者更能分享到国家发展的红利；四是投资者机构化，机构投资者持股占A股流通市值比例达到30%，投资者结构逐渐优化，更加有利于A股“长牛”。

“2021年的A股难以出现全面牛市，大概率出现结构性牛市。”西南证券策略研究首席分析师朱斌认为，2021年的中国经济将呈现“高增长、低通胀”的舒适增长状态，有利于权益类市场的表现。

2021年股指驱动力，由估值到企业盈利。华西证券表示，2021年企业盈利回升，受益于国内出口维持高增长。疫情对全球经济的冲击或正在过去，随着疫苗2021年的研发并投入

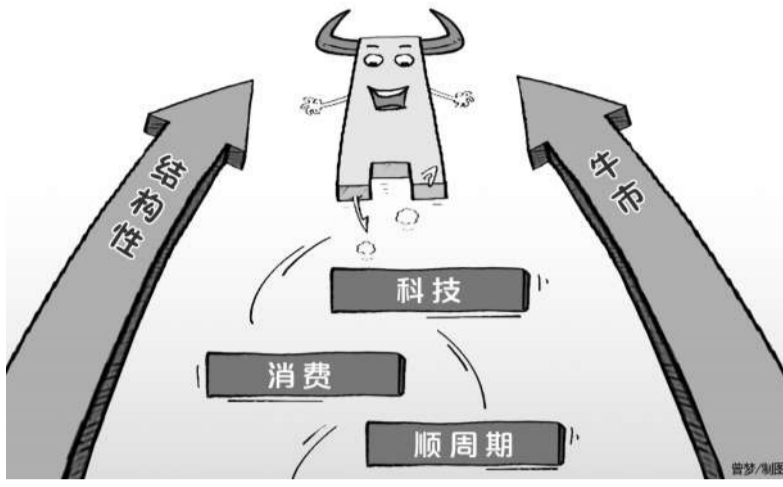
使用，2021年全球经济从底部缓慢爬坡是大概率事件。预计2021年全部A股（剔除金融石油石化）、中小板、创业板业绩增速分别为10%、17%、32%，积极主动寻找有自发需求的行业。

东北证券则认为，市场整体估值提升以盈利为基础。2021年宏观经济持续修复基本确定，宏观经济和企业盈利修复将成为明年支撑市场的主要力量。预计2021年A股工业企业部门盈利增速将达20%左右的较高水平。

华安证券首席策略分析师郑小霞认为，2021年A股将呈现宽幅震荡的结构性行情格局，核心原因在于支撑和制约A股的核心因素将一直处于相互交织的状态：支撑因素有企业盈利持续改善、“十四五”规划元年产业政策有望密集落地，改革开放举措连连提升市场风险偏好、政策退出相机抉择等。

三主线成布局重点

中金公司对2021年A股整体持相对中性看法，建议未来3个月至6个月关注的主线包括：消费中估值不



高、景气程度可能进一步改善的行业，包括家电、汽车、轻工家居等；部分景气程度改善的先进制造业，包括新能源、新能源汽车产业链、部分科技硬件等。

东北证券指出，2021年，消费和科技仍是中长期主线，预计消费和科技板块自今年半年报以来的盈利优势明年仍可延续。从盈利估值匹配角度看，医疗器械、通用机械、电子制造、白色家电、医药商业等行业值得重点关注。此外，对于经济恢复下大

消费板块子行业，如休闲服务中的餐饮、酒店等也相对看好。

方正证券建议关注“双周期”配置框架：顺周期+科技，梳理了传统经济周期以及数字经济周期两条线索。传统经济周期下包含经济复苏周期（推荐金融、有色）、地产后周期（家电、轻工、汽车）、补库存周期（机械、化工、建材）、数字经济周期下包含新基建周期（5G、新能源）、产业升级周期（高端制造、国防军工、医药生物）、平台发展周期（物联网、云计算）。

聚焦乳业

乳企大咖“看”进博会：品牌溢出效应大 产品落地收获多

■本报记者 许洁

随着第三届进博会的落幕，“展品”将会变成商品落地市场，为企业发展带来红利的同时，也为消费者提供更多优质产品的选择。

品牌溢出和带动效应越来越明显

每年进博会的食品馆都会迎来大批优秀企业参展，今年亦是如此。乳企的展台上个个都颜值国际范，高端、高品质的产品齐亮相。进博会给乳企带来了怎样的影响？他们又是如何看待一年一度的进博会的？

伊利集团副总裁张轶鹏接受《证券日报》记者采访时表示，作为世界上第一个以进口为主题的国家级展会，进博会充分展现了中国新一轮高水平开放的重大成果。进博会连续举办了三届，伊利也连续参加了三届，通过进博会，伊利不断扩大“全球朋友圈”，不断深化伊利国际化战略。

张轶鹏还表示，前两届进博会上，伊利与全球知名企业签署战略合作协议，在新产品开发、技术革新和食品安全等领域进一步深化了合作，取得了全球乳业合作的新成果。今年，伊利将金典新西兰纯牛奶、金领冠奶粉等9款产品呈现给消费者。同时，通过本届进博会，伊利也与遍及5大洲、分布在33个国家的全球合作伙伴达成共识。

美赞臣大中华区首席执行官睿恩达： 以创新引领高质量发展之路

■本报记者 许洁

“美赞臣是改革开放后第一批进入中国的外资婴幼儿配方奶粉企业，有幸成为婴幼儿营养行业不断发展的见证者、参与者和贡献者。”

日前，美赞臣大中华区首席执行官睿恩达（Kenda Ryan）在“一带一路”生态农业与食品安全论坛上表示，“美赞臣始终将把中国市场放在首位，积极拥抱时代变革，以创新推动行业高质量发展。”

值得一提的是，此次新冠肺炎疫情在全球蔓延，给全球经济带来挑战，但美赞臣中国作为一家根植中国27年的全球化中国公司，美赞臣对中国经济发展充满信心。

根植中国27年 与中国婴配行业共成长

“根植中国27年，美赞臣很荣幸能成为中国婴配行业及中国经济发展的见证者、参与者和贡献者。今天，美赞臣已经发展成为一家全球化的中国公司。”睿恩达表示，这些年来，美赞臣始终依托全球资源，持续将高质量的营养产品带给中国消费者。与此同时，美赞臣在来到中国之初，便将先进的国际化生产技术和管理体系引入中国，树立行业标杆，促

进业内交流分享，为提升中国婴幼儿营养事业的质量标准做出多方位的努力。

美赞臣创立于1905年，是全球知名的婴幼儿营养品牌，也是改革开放后第一批进入中国的外资婴幼儿配方奶粉企业。1993年美赞臣来到中国，恰好也是中国改革开放不断走向深入，以及中国经济和中国市场蓬勃发展的关键时期。

美赞臣在中国27年的发展，既是中国通过改革开放，向世界引进一流技术和管理的体现，也是全球化本土化、不断植根中国深耕市场的缩影。随着改革开放的不断深入，中国提出高质量发展的新时代命题，美赞臣始终积极发挥自身专长，汇聚全球资源，推动自身和行业的高质量发展，与中国市场共同成长。

坚守百年专长 科研创新夯实发展基石

作为母婴行业的“百年老店”，110年来，美赞臣最引以为傲的是始终将科研创新转化为营养解决方案，“以科研为本”的坚守深深镌刻在企业的DNA中。

“美赞臣中国持续的科研创新引领行业进步。”睿恩达接受《证券日报》记者采访时表示，“我们坚信，以

券日报》记者表示，借助“进博效应”达成新品上市效率大大提升，销售渠道进一步打通。

“进博会是在开放的中国背景下举行的。中国坚定拥护自由贸易和经济全球化，邀请全世界进入国内市场。因此，进博会作为强大的国际沟通和交流平台，汇集了国内外最优秀的企业。”这是恒天然大中华区首席执行官周德汉眼中的进博会。

进博会让大企业同台竞技的同时，也给了中小企业壮大的机会。来自丹麦的蜜儿乐儿在第三届进博会从丹麦馆“脱单”，搭建了自己的国际范儿展台，通过进博会，蜜儿乐儿乳业发布了新的战略，同时也带来新的产品上市。

蜜儿乐儿乳业（上海）有限公司执行董事范学梁接受《证券日报》记者采访时表示，与上两届不同的是，Mille是以独立参展商身份参展，可以说既是“老面孔”，又是“新成员”。通过进博会这样的平台我们结识了许多新的合作伙伴，看到了行业的发展和机遇，让中国的市场和消费者更了解我们，也建立了更多的联系。

在范学良看来，进博会是一个展示自己的平台，也是一个走近中国市场和消费者的通道。它给予了世界所有企业机会，来了解中国，影响力不容小觑。世界百强企业可以在此一展拳脚，中小企业也充满机遇。

在进博会这个大舞台上，既有“老朋友”，也有“新朋友”。而作为全球领

先的医疗健康企业，雅培今年首次参展，将诊断、器械、营养品和药品等领域的前沿医疗科技与产品带到了展会，将一些“黑科技”展现给消费者。

雅培营养品业务副总裁嘉雷诺接受《证券日报》记者采访时表示，雅培相信通过进博会这一开放共赢的平台，与各界伙伴分享雅培多元化的前沿医疗科技，促进更多本土合作和创新，助力中国医疗健康行业的发展。

看好未来发展 继续加码投资中国

进博会连续举办了三届，每一届带给企业的不仅仅是品牌溢出效应的增加，还有产品落地中国市场带来的切实的销售和营业额的增加。未来，加码中国市场，继续参下一届进博会，成为多数参展商共同的选择。

新西兰纽仕兰亚太乳业CEO盛文瀚接受《证券日报》记者采访时表示，纽仕兰此次选择进博会作为新品首发平台。公司将继续以进博会为载体，把全球优质产品和品牌引入中国，积极投身改革开放，在双循环中实现全面升级。

“三年来，澳优与进博会共同成长，国际化布局更加完善，科研实力更加夯实，企业治理更加成熟，企业品牌认可度更高，公司的税收贡献、就业增长、公益支持、社会贡献得到了同步增长。澳优将继续借助进博

会，更深度地融入全球市场，扩大全球朋友圈，并在国际舞台上展示中国乳业的风采。”吴少虹表示，明年澳优还会继续参加，展位不变。

“第二届进博会期间，达能中国与商务部签署一份谅解备忘录——达能将全力支持中国脱贫攻坚战略。通过进博会，我们连续两年与重庆外经贸集团签署合作备忘录，进一步强化商业合作。达能一如以往支持中国更高质量对外开放，继续全力支持中国高质量发展。”李健如此表示。

而连续三届参加进博会的维爱佳乳业，每一届参展都有不一样的感受与收获。维爱佳乳业集团副总裁戴学东接受《证券日报》记者采访时表示，在全球购如火如荼的当下，多渠道布局对维爱佳品牌的发展意味着更多的机会。“未来，维爱佳继续深耕垂直领域，用心经营上游产业链的优势资源，打造上游产业链竞争壁垒，除了做好乳制品之外，还将跨界布局多个行业，丰富产品品类，可能会涉及肉食加工、酒类，或者其他的品类，打造食品酒水领域的‘航母企业’。”戴学东表示，维爱佳已成功签约第四届进博会。

周德汉也介绍，“通过参加进博会，过去一年多来，我们完成了超过100亿元人民币的业务。今年进博会上，我们又收获了很多订单、合作。因此，我们不仅签订了明年的进博会，还与进博会签订了三年参展合作备忘录。”

面对新时代需求，“美赞臣一方面将坚守科研为本，持续为中国消费者提供丰富、创新的产品组合，夯实婴幼儿配方奶粉高质量发展的基础，另一方面，我们将积极适应新时代需求，推动数字技术创新，探索与消费者保持紧密联系和互动的方式，为新生代妈妈赋能，为推动行业全方位高质量发展不懈努力。”睿恩达表示。

在中国，27年的发展，美赞臣收获颇丰，展望未来，美赞臣依然充满信心。“美赞臣将积极拥抱新需求、新时代、新变革，积极调动全球资源，通过对科研、生产技术和创新的持续投资，全力支持中国婴幼儿配方行业的高质量发展，促进产业‘内循环’，努力为中国形成新发展格局做出贡献，力争成为参与中国新一轮全面扩大开放的领军者。”睿恩达信心满满。

铁蛋白和乳脂球膜黄金营养组合的婴幼儿配方奶粉，这项临床研究证实了该配方含有的黄金营养组合能够有效激活中国宝宝的5大成长力。睿恩达表示，“蓝臻婴幼儿营养研究正是中国和中国全球开放合作、推动科研创新的最新成果。它不仅是中国婴幼儿配方奶粉行业创新发展之路上的的一座里程碑，更是新发展格局下美赞臣发挥自身优势的一个成功范例。”

适应时代需求 数字化创新赋能未来发展

值得一提的是，新冠疫情不仅让消费者更关注提高免疫力，摄入高蛋白产品，同时，疫情也加速了企业的数字化创新步伐。同样，数字化和科技化赋能产业发展，已经成为当下重要的课题。

“当前，新冠肺炎疫情的冲击和数字技术的发展正深刻地改变人们的生活方式，新业态正在加速形成。美赞臣一直秉持‘以消费者为中心’创新的理念，因此如何赋能新生代妈妈，让她们在生命早期1000天的旅程中获得科学的育儿知识、科学有效的高品质产品一直是美赞臣思考的问题。”睿恩达如此表示。

聚光灯下

探访华为荣耀“新办公地”： 安保力度加强

■本报记者 赵学毅
见习记者 林婷莹

近日，华为计划剥离出售荣耀手机业务的传闻持续发酵。有消息称，荣耀手机数千名员工或将从深圳龙华区的天安云谷产业园搬出，迁至深圳福田区梅林街道的新办公地，位于深圳新一代信息技术产业园（下称“新一代产业园”）“4栋”写字楼内。

11月12日上午，《证券日报》记者来到传闻中的荣耀手机新办公地，看到华为相关办公室所在的4栋楼下保安数量已明显增多，大堂内与门口均有2至3名人员值守，外人难以进入。园区内其他写字楼下的值守安保人员均只有一位。

一位负责该片区配送的快递员向《证券日报》记者表示：“荣耀确实要搬过来，我看到华为的人已经来了好几个，就在4栋的8楼，应该是一起的。”据记者了解，目前已知在4栋8楼办公的是华为云创新中心，尚未有关于荣耀新办公地的公开信息。

园区内一位保安对《证券日报》记者说，4栋8楼办公室已经装修好，来访人员需要打电话给联系人下楼来接。至于荣耀手机的新办公室是否确切切于8楼，该保安不予回复。

公开资料显示，新一代产业园占地面积3.28万平方米，总建筑面积约40万平方米，由6栋甲级写字楼组成。该产业园是深圳市首个以“5G研发及应用”产业为主导的高端创新产业园、首个5G信号覆盖示范园区，还是深港科技创新合作区“1+N”模式的首个卫星园区。

当前，园区内已入驻华为云创新中心、5G中高频器件创新中心、IC基地、微纳研究院和5G通讯中心等研究机构。天眼查APP显示，已入驻该园区的还有招银云创（深圳）信息技术有限公司、海尔信息科技（深圳）有限公司、深圳市财富趋势科技股份有限公司和“The Colorist”深圳市调色师化妆品有限公司等企业。

11月10日，有媒体报道称华为计划将荣耀手机业务整体打包出售一事已取得明确进展，股权出售价格约为1000亿元人民币，收购方包括神州数码、国资机构和TCL等公司组成的小股东阵营。另有消息称，由渠道商队伍组成的深圳市星盟信息技术合伙企业（有限合伙）（下称“深圳星盟”）或也是潜在收购方之一。天眼查APP显示，深圳星盟成立于今年10月26日，背后不乏天音通信、爱施德、松联科技等多家分销商企业的身影。

11月11日，神州数码发布公告称，截至公告日，其与华为未就荣耀出售一事达成任何协议。同日，TCL对外称“今明两天或发公告回应市场传闻”。对此，《证券日报》记者曾向TCL科技相关负责人求证，并未得到回应。

荣耀单飞谋上市？ 华为回应：尚是传闻

■本报记者 贾丽

对于近日荣耀将从华为独立的消息，荣耀方面保持缄默。华为相关人士表示：“尚处于传闻阶段。”

虽然消息已经传出，但华为始终还未公开承认将剥离荣耀。同时，11月11日，神州数码已经明确表态没有竞购荣耀。华为是否将正式出售荣耀，目前尚不明朗。

《华为国际化》作者周锡冰接受《证券日报》采访时表示：“在目前的特殊时期，对于是否出手荣耀，华为尚需考虑。华为将集中力量保护华为手机品牌，也可以将大笔资金用到多元产业链研发和拓展上。”

但脱离华为之后，“新荣耀”能否在智能手机市场和资本市场取得成功？

华为出售荣耀的消息实际上很早就传出，只是近日热度渐高。“华为的芯片采购和自有芯片代工业务，一直没有明确的缓和迹象，如果持续下去，必然会影响华为旗下手机业务的正常发展。因此，剥离出去，独立于华为，荣耀就可以不受禁令的限制，可以继续与高通、联发科等主流芯片厂开展业务合作。”创道投资咨询合伙人步日欣接受《证券日报》记者采访时表示。

同时，荣耀单飞，也具备一定条件，目前荣耀在智能手机市场有较强影响力。

周锡冰表示：“荣耀拥有数亿用户，品质和体验都不错，荣耀也拥有自己的粉丝群体。”

步日欣称，荣耀从最开始的聚焦中低端手机，到目前逐步向高端渗透，已经形成了非常可观的客户群，是智能手机市场中不可忽视的力量。

据了解，传闻中的交易价格，将根据去年荣耀利润60亿元、16倍PE来确定，约为1000亿元人民币。荣耀多个管理层在公司持股。

“荣耀作为一个智能手机制造商，可以参考传音控股和小米的资本市场路径，我相信以荣耀的技术实力，在科创属性上满足科创板上市规则是很容易的。不过如果剥离，必然涉及实际控制人变更的问题，可能会成为延缓荣耀独立IPO的核心因素。”步日欣说。

虽然事态还不明朗，但一旦华为真的出售荣耀，该交易对买卖双方影响都将是巨大的。

步日欣表示，在当前形势下，这个操作模式，对于各方都是有益的。“华为可以避免荣耀手机业务停滞，并获得不菲的收购溢价；荣耀剥离于华为后，可以更加独立的发展；而收购方，则获得了技术、团队和优质资产。”