

聚焦南下资金眼中的“宝”

恒生指数月内累计涨近8% 南下资金净买入港股超2200亿元

■本报记者 吴珊 见习记者 楚丽君

进入2021年以来,港股表现出色,恒生指数持续上涨,近日一举站上30000点,最高达到30191.16点。今年以来,港股的表现领涨全球主要资本市场。截至1月26日港股收盘,恒生指数在1月份以来已累计上涨7.93%、跑赢同期上证指数(涨2.77%)、标普500指数(涨2.64%)、日经225(涨5.02%)、欧洲斯托克50(涨0.01%)。

南下资金的持续“买买买”模式,助推了港股的上涨。同花顺数据显示,1月26日,南下资金净买入额再次突破100亿元,达117.02亿元。在1月份的17个交易日中,南下资金已有13个交易日的净买入额突破100亿元。今年以来,南下资金累计净买入额已达2218.43亿元,已达到去年全年净买入额的37.20%。2020年南下资金全年累计净买入额为5963.68亿元,其中去年3月份单月累计净买入额最高,为1264.02亿元。

对此,大岩资本创始合伙人蒋晓飞对《证券日报》记者表示,港股今年以来领跑全球主要资本市场,缘于港股市场有几大优势:一是新老经济兼具,叠加新经济独角兽的上市、互联互通机制的存在等,持续吸引南下资金和海外机构投资者进入;二是低估值与高股息兼具,吸引保险、社保、年金等风险偏好较低的大资金和长线资金进入;三是港股对A股折价较多,AH股的溢价率高达34%,较历史中枢高出10个百分点,均值回归的潜力较大。

“近期港股受到南下资金的热捧,

净买入额已连续多日超过百亿元,带动了港股的大涨。另外,近期新发基金在合同上明显放宽了投资港股的限制,整体配置港股的比例得到大幅提升,意味着资金南下的意愿强烈。南下资金流入港股,一方面是因港股整体估值水平处于价值洼地,过去两年涨幅明显滞后;另一方面是因港股中存在很多在全球都极具影响力的稀缺标的;此外,同时在A股和港股两地上市的股票,其港股价格具有明显的比价优势。”私募排排网未来星基金经理胡泊对《证券日报》记者表示。

从沪深港股通前十大成交活跃股来看,截至1月26日收盘,今年以来共有29只港股现身榜单,其中21只活跃股处于期间净买入状态,南下资金合计净买入1811.84亿港元。腾讯控股、中国移动、中国海洋石油、美团-W、中芯国际等5只港股获南下资金期间净买入额均超100亿港元,分别为759.29亿港元、387.73亿港元、177.48亿港元、133.47亿港元和125.49亿港元。同期,赣锋锂业、长城汽车、吉利汽车等3只港股获南下资金净卖出额均超10亿港元。

接受《证券日报》记者采访的优美丽投资总经理贺金龙认为,港股市场主要指数继续走强,千亿港元规模的抱团资金在南下抢筹港股中的能源股、科技股和医药股,后续上涨动力还将继续增强,主要是因以下几大因素的存在。一是政策推动因素,2020年12月人民币贷款新增额较去年同期有所增加;二是经济复苏因素,中国出口强劲增长,贸易顺差达到15年来最高水平;三是市场估值因素,恒生指数去

金的首选。

腾讯月内市值增长全球第一

Wind数据显示,截至1月26日港股收盘,今年以来腾讯控股的股价已累计上涨27.39%,市值比去年年末增长1.54万亿港元(约合人民币1.29万亿元),为1月份以来全球市值增长最多的股票。排名第二的特斯拉,月内市值增长1529.5亿美元(约合人民币9903.21亿元)。

陈刚向《证券日报》记者表示,腾讯控股股价上涨的深层次逻辑,在于资金配置需要,尤其是南下资金的配置需求。

2021年以来,南下资金持续配置港股的热情高涨。截至上周五收盘,南下资金累计净流入港股2312.11亿港元,已超过2020年上半年净流入港股的总额。互联网巨头以及科技龙头备受南下资金的青睐。去年四季度,南下资金净买入额的前三名分别为腾讯控股、美团、小米集团。其中,腾讯控股获652



年以来一直维持低位震荡,具有一定的估值优势。

关于港股的后市投资机会,蒋晓飞认为,港股是以机构投资者为主的市場,短期上涨过快,存在回调的可能性,会给空头创造交易机会。如果美元和美股走强,就要警惕外资回流欧美市场的风险。另外,也要提防南下资金占比过高的个股,避免在短期上涨过快后获利回吐。

胡泊表示,港股中的稀缺标的以及具有明显估值差异的标的,会得到南下资金的持续关注,未来涨幅也值得期待。

华金证券则认为,从港股的低估值和稀缺性角度出发,对港股的配置应当集中在低估值板块和新经济板块。观察2020年至今南向资金的买入情况可以看到,南向资金配置较为集中的主要

亿港元净买入,美团、小米集团净买入额也均超过100亿港元。

公募基金大比例加配港股。据国泰君安证券统计,2020年第四季度主动偏股型公募基金持有港股市值为3337.49亿元,较2020年第三季度环比增加1366.16亿元,占股票投资市值的8.59%,环比抬升1.93个百分点。基金重仓股的前两名分别是腾讯控股和美团。

各大机构纷纷上调对腾讯控股的目标股价。花旗将腾讯控股的目标价由734港元提升至876港元,重申“买入”评级。瑞银预计腾讯去年第四季收入可达1326亿港元,将腾讯目标价由700港元上调18.6%至830港元,维持“买入”评级。

“宅经济”再获资本市场关注

在这一轮港股上涨中,腾讯系其他公司也受到资本的高度关注。1月26日,腾讯旗下的网络文学公司阅文集团股价上涨10.53%、腾讯拟收购的游戏公司百奥家庭互动大涨41.4%。

是低估值龙头股和科技网络巨头股。

国盛证券表示,港股市场正加速迎来基金配置的大时代。随着港股牛市的开启,公募基金将加速配置港股的步伐。假设2021年存量基金对港股持仓占全部股票持仓比重上升至10%,即可为港股带来至少1400亿元的增量资金。假设2021年偏股型基金新发行量与2020年持平,也就是1.6万亿元,对港股的持仓占比保持12%的比例,新发基金就将为港股带来2000亿元的增量资金。这样一来,公募基金的存量和增量资金相加,至少可为港股提供3500亿元人民币的“弹药”。在以公募基金为代表的南下资金的引领下,“跟着南下买腾讯”将如同“跟着北上买茅台”一样,将成为未来一个阶段确定性较强的投资机会。

一位不愿具名的传媒行业券商分析师对《证券日报》记者表示,腾讯系公司股价上涨有短期及长期的逻辑。从短期来看,微信号、视频号等数据向好,公司有绝对的流量优势,目前明确对短视频、直播领域的探索让市场对其充满信心。同时,在“就地过年”的现有环境下,游戏等线上“宅经济”将再获流量红利,可参考去年春节期间《王者荣耀》的DAU(日活跃用户数量)破亿的现象。长期来看,腾讯系在社交、电商、支付、娱乐、生活服务等方面形成了包围圈,可以实现商业化场景的完美闭环。

今年1月21日,微信刚刚度过上线十周年纪念日。在微信公开课活动中,被誉为“微信之父”的腾讯集团高级副总裁张小龙公布的最新数据显示:微信日活跃用户达到10.9亿;有7.8亿人每天翻看朋友圈,其中1.2亿人会在朋友圈里发点什么;3.6亿人每天浏览公众号来获取对外界的认知。

陈刚评价称,多元化布局以及基于微信生态系统的数字化构建和发展将会是腾讯系未来增长的核心动力。

南下资金抱团科技股 “宅经济”再获资本市场关注

■本报记者 谢若琳

“港股怎么买?”一位网友曾在2020年底在知乎上这样发问。截至2021年1月26日,该问题已被浏览23.8万次。

进入2021年以来,港股中的科技股受到市场热捧,成为领涨的先锋。1月25日,腾讯控股的股价最高达767.50港元/股,当日收涨10.93%,创下2011年10月6日以来最大单日涨幅。尽管1月26日股价有所回调,但自2021年开年以来,腾讯控股的累计涨幅已达27.39%。此外,美团、京东集团、阿里巴巴的涨幅也分别达到28.51%、11.7%、8.94%。

艾德证券期货持牌代表陈刚在接受《证券日报》记者采访时表示,去年港股走势明显落后于全球股市,估值优势毋庸置疑。另外,随着诸多大型的新经济、科技类企业的上市,标的稀缺性也成为港股的另一大优势。南下资金对低估值的优质核心资产配置需求方面,腾讯控股、美团等核心标的无疑是大资

243家广东上市公司“剧透”去年业绩 七成预盈 51家净利润翻倍

■本报记者 赵学毅 见习记者 林婷莹

年报披露期渐近,A股上市公司也加快了2020年度业绩的预告步伐。Wind数据显示,截至2021年1月26日收盘,广东省已有243家A股上市公司披露2020年业绩预告或业绩快报,其中有七成公司业绩预盈,更有51家公司预计净利润翻倍增长。在年度业绩预盈的广东省上市公司中,分属电子、机械设备、医药生物等高端制造业的上市公司数量占比居多。

对此,中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林在接受《证券日报》记者采访时表示:“广东经济以高端制造业为核心,2020年各项政策的扶持以及资本市场的支持,是这些行业业绩爆发式增长的关键。同时,没有摆脱疫情的欧美国家,对相应产品供应链仍存在需求,进一步提升了高端制造企业的业绩增长。高端制造业业绩增长来之不易,这种优势将在未来进一步提升中国的经济实力。”

51家公司业绩预增100%以上

《证券日报》记者对Wind数据梳理后发现,截至2021年1月26日,六百余家广东上市公司中,已有228家披露2020年度业绩预告,15家披露2020年度业绩快报。其中,175家公司预计实

现归母净利润为正(包括预增、略增、续盈、扭亏四类情形),合计占比72.02%。

具体而言,共有51家上市公司预计2020年度业绩同比增长1倍及以上,在除去业绩扭亏情形的149家业绩预增公司中占比34.23%。其中,有18家公司预计2020年度净利润同比增长超200%,7家公司预计业绩同比增长超5倍。

在2020年业绩预计同比翻倍的51家公司中,天赐材料、达安基因、甘化科工、长盈精密、稳健医疗分别以净利润同比预增4495.59%、2286.59%、766%、675.44%、623%的表现位居增幅前五名。阳普医疗、迪生力紧随其后,分别预增991.66%、580%。

中国人民大学助理教授王鹏在接受《证券日报》记者采访时表示,广东上市公司能够在环境复杂的2020年业绩增长较好,主要有三方面原因。“首先,广东区域上市公司质量普遍较高,抗风险能力强,资金雄厚,并具有一定技术壁垒,能够抵御外部环境的变化;其次,广东省在2020年对疫情的有效防控,也为当地上市公司创造了良好运营环境。此外,2020年业绩表现较好的广东上市公司主要集中在电子信息、生物医药等附加值较高的高新技术产业,与传统行业相比,受疫情影响相对有限,其产品主要面向相对成熟的国际市场,公司的研

发、生产及订单量受直接冲击的影响较小。”

在盈利数额方面,《证券日报》记者对相关数据梳理后发现,在上述175家预盈企业中,有29家公司预计2020年度净利润超过10亿元。其中,招商银行、保利地产、中信证券、立讯精密、迈瑞医疗预计净利润额分别为973.42亿元、289.08亿元、148.97亿元、73.06亿元、65.5亿元,成为广东省上市公司2020年度预盈榜的佼佼者。

“广东上市公司业绩大面积预增,是实体经济强韧的真实表现。”盘和林向《证券日报》记者表示,“广东背靠深交所和粤港澳大湾区,对先进制造业加大了融资支持力度,在恢复产能的同时,也占据了更多国际市场份额。”

电子行业预盈公司数量最多

《证券日报》记者对Wind数据梳理后发现,以申万行业一级分类为准,电子行业上市公司在2020年度预盈的175家公司中占比最多,共有36家。紧随其后的是机械设备行业和医药生物行业,预盈企业分别有18家和17家。

在已发布2020年业绩预告的电子行业上市公司中,共有7家公司预计净利润同比增长100%以上。其中,预增幅度最高的是长盈精密,预计2020年净利润同比增长675.44%。另外,立讯

精密以73.06亿元的预计净利润额领先行业内其他上市公司,暂时成为电子行业的“预盈王”。

医药生物行业的业绩表现同样亮眼,共有7家企业2020年业绩同比预增100%以上。其中,达安基因预计2020年实现净利润20亿元至22亿元,同比最高增幅达2286.59%,不仅是医药生物行业目前预增幅度最高的企业,在目前已经“剧透”2020年业绩的广东上市公司的增幅排名中也暂列第二,仅次于天赐材料。

在王鹏看来,电子行业在2020年的业绩增长,首先得益于国内对疫情的有效防控,其次得益于国际环境变化中芯片产业热度的提升。“对电子加工产业来说,不管是上游的电子元器件生产行业,还是下游的电子集成电路产业,对芯片需求的提升是明显的利好因素,推动了电子信息行业生产附加值的进一步提升。”

“广东的企业海外订单量普遍较大,去年上半年,国内提出‘构建以国内大循环为主体、国内和国际双循环相互促进的新发展格局’,适时对冲了海外订单流失的影响;下半年,海外订单开始恢复。”王鹏向记者进一步表示,“此外,因受海外疫情长期影响,远程医疗与服务开始普及,其核心器件就是电子元器件,也间接拉动了电子产业需求的增长。”

构建“红人经济生态” 天下秀切入教育赛道

■本报记者 桂小笋

近日,天下秀发布公告,宣布进入教育领域。公司称,以自有资金出资设立天下秀教育科技(成都)有限公司(以下简称“天下秀教育”)。天下秀教育注册资本5000万元,天下秀持有100%股权。

对于此时选择进入教育领域的原因,天下秀教育项目负责人郭播在接受《证券日报》记者专访时解释,天下秀一直致力于构建红人经济时代的新型基础设施,促进这个行业的正向生长。人才是根本,布局职业教育板块其实也是对该行业新型基础设施的完善。“公司经过十余年发展,目前的产业资源、项目经验、人才储备等也能支持我们进入职业教育板块。”天下秀希望,通过整合行业、人才、师资等力量,为行业树立标准,使行业进入健康有序的发展状态中。

助力红人经济职业化

对于进入教育领域的原因,天下秀在公告中称,是基于战略整体布局及未来发展需要、立足于长远利益所做出的审慎决策,有利于扩大市场布局,提升公司综合实力和整体竞争力,助力公司持续健康高质量发展。

郭播则对《证券日报》记者表示,选择在当下进入教育领域,也是基于天下秀对趋势的判断。“‘红人职业化’是一个必然趋势。天下秀布局红人新经济的教育板块是在2019年开始启动的,那个时候无论是红人带动的短视频种草营销还是红人直播营销,都已形成飞跃式增长态势,2020年该行业呈现爆发式增长。从行业判断上,当一个产业呈现爆发式增长的时候,也是产业用人需求旺盛,供给侧无法满足的时候,而且必定会带来各种各样问题的出现,也正是需要从从业人员职业化的时候,是需要制定规则和标准的时候。在这个时候做教育,既是让行业中的一部分人冷静下来,梳理标准与规则,更可规范地提升行业发展服务,为了行业健康长久发展提供人才补给,实现红人职业化、人才专业化。”

红人经济火热,但许多孵化机构对从业者的职业培养并未放松。天下秀选择进入这个赛道,是否具有自己的优势形成护城河?

“大多数孵化机构的红人职业培养,有点类似艺人的练习生培养,是通过招收有志成为红人的学员,进行定向培养和选拔,以学员成为红人、收获粉丝、最终为机构盈利为目标。这种形式培养的往往是单一型人才,

被指今年75亿元销售额难实现 元气森林“0糖”还能跑多远?

■本报记者 许洁 见习记者 王君

最近,关于元气森林是否融资的消息再次引发业内关注。

“越融资越危险,融资的背后或有对赌协议。”中国品牌研究院朱丹蓬对《证券日报》记者表示,“元气森林称2021年要实现75亿元销售额,销售目标的背后或是资本的绑架:早冲业绩、早上市、早套现离场。”

融资传闻袭来

1月25日,坊间有消息称,元气森林考虑进行新一轮5亿美元的融资,若融资完成,元气森林的估值至少可达40亿美元。对此,《证券日报》记者试图采访元气森林总裁办品牌运营部相关负责人,但截至发稿时,对方仍未给予回应。但随后有媒体报道称,该公司相关负责人对融资传闻回应称“不属实”。

天眼查App信息显示,元气森林成立于2016年,是一家互联网+饮料公司,专门生产无糖、低热量产品。不过,关于元气森林主打的“0糖0热量”,市场一直存在争议。

1月中旬,一位慕尼黑大学流行病学硕士在知乎质疑元气森林的奶茶产品在宣传时避重就轻:“无论是乳蛋白、乳脂肪还是乳糖,都是有能量的;元气森林额外加的果糖,热量也和普通的含糖饮料里加的白砂糖”也就是(蔗糖)差不多了。一瓶480ml的咖啡味奶茶能量高达206千卡,已经相当于一个轻体力活动的18-49岁女性的1/3顿午饭了。”该知乎用户还称,元气森林奶茶产品标签写着“0蔗糖·低脂肪”,宣传语是“奶茶控不怕胖”,但在产品背面的配料表显示,虽然奶茶并未添加蔗糖,但其实添加了结晶果糖。果糖在喝多后,会对肝脏造成健康危害。

元气森林随后发布声明,称已对部分批次产品的标签进行了修改,并

并且淘汰率非常高。同时,红人虽然是行业工作的重点,但行业的运行还需要更多的支撑人才,比如运营、商务,直播间管理员、选品员,甚至种草相关物料的设计师、剪辑等。天下秀IRED教育目前在推动的教育形式,是通过产教融合,以产业优势助力高校为在校学生提供相关的职业教育,以期为全行业扩大高素质人才供给,这也是IRED教育和红人孵化机构在成立目的上的重要区别。”郭播介绍。

此外,从传统职业教育角度来看,产教融合要解决的问题依旧较多。郭播对《证券日报》记者介绍称,考虑到行业发展状况,天下秀教育部门组建之初便是由具备丰富产业经验的人与包括大学教员在内的传统职业教育领域体系内人员组成,整个部门就是一个产教深度融合的部门。“将产业一线的需求和技能进行梳理与总结,同时又结合大学完整科学的教学方法和体系进行整合,满足学生、用人单位的不同需求。”

构建“红人经济生态”

自登陆资本市场以来,天下秀频频出手,投资成立了多家不同业务的公司。对此,有投资者认为,业务协同发展在未来更受关注。

“要高效匹配红人与品牌,就要有最完整的红人资源清单,WEIQ服务平台一头连接红人,一头网尽大中小品牌客户,帮助红人实现商业价值;要精准找到人、货、场的优化组合,就要对红人价值合理评估,由TOPKLOUT克劳锐专注去做好红人估值,为红人市场提供‘定价依据’,而这些也能为SMART中的大型品牌客户服务;要有专业的红人赋能机制,IMsocial红人加速器为红人融入成熟的商业生态提供服务;在以上围绕红人新经济构建的基础业务之外,新兴的赋能板块如天下秀IRED教育,则联通教育和政府机构,推动产学研融合,为行业源源不断输入好的人才,是谋局长远的基石。”天下秀在回复《证券日报》记者采访时称,以上几大业务整合在天下秀平台之上相互咬合和促进,构建一个完整成熟的“红人经济生态”,但这个生态不是硬造的,而是基于行业发展所需而成立。

在几大业务协同发展下,天下秀认为,上市公司提质发展画卷清晰:面向企业愿景,不断提升服务能力,发挥公司在大数据和产业资源方面的优势,将最合适的内容、红人资源,更加精准地同消费者、消费品牌匹配,同时推动行业基础设施建设,赋能行业发展。

承诺三个月内再次升级标签,清晰标识含糖情况 记者发现,目前“奶茶控不怕胖”的宣传语已被删除,变成了“无蔗糖不等于无糖”。

竞品步步紧逼

随着消费者健康意识的不断增强,“无糖”产品备受青睐,“无糖”饮料更是成为2020年的消费热词,各大品牌争先推出无糖产品,迎合消费潮流。

此前,《证券日报》记者在各大商超走访后发现,一款外包装跟元气森林极其相似的饮料与元气森林摆在同一货架上。这款由北京清泉山饮品有限公司(简称“清泉山”)出品的名为“清汀”的饮料也主打“0糖0脂”,所不同的是,清汀有卡而元气森林无卡,且清汀的价格要便宜不少。

天眼查App信息显示,清泉山的掌门人邸杰曾是元气森林的股东,在其退出元气森林的前三个月,即2018年5月24日,清泉山成立。

尽管大大小小的品牌挤入相同赛道,但元气森林的实控人唐彬森给元气森林定下的2021年线下销售目标是75亿元。

“以2020年实际20亿元左右(元气森林宣称30亿元)的销售数据来看,2021年元气森林很难实现75亿元销售额。假设良性发展状态下,元气森林推出20个新产品,按照一个产品销售额1.5亿元计算,仅能实现30亿元。元气森林势必会通过压货方式达成销售额,但推出新品过多,经销商未必会接受压货。”中国品牌研究院研究员朱丹蓬在接受《证券日报》记者采访时表示,今年1月中旬走访市场后发现,元气森林的大部分产品都是2020年9月份生产的。通过走访经销商、分销商以及终端发现,元气森林的库存非常大,在30%左右。

在新旧玩家追赶、产品同质化严重的环境下,元气森林又能跑多远?