

闲钱正“闲” 银行“中秋特供”理财转“淡”

■本报记者 李 冰

又到一年中秋时。每逢佳节来临，银行往往会推出节假日特供理财产品，借着节日的喜庆气氛进行宣传，吸引广大客户购买，同时推出的还有各种专项优惠。但近日，《证券日报》记者走访北京多家银行网点发现，相比以往，今年很少有银行对中秋节专属理财产品进行推介，甚至大多银行并未推出“中秋档”产品。

多位业内人士认为，节日理财产品的淡化，主要和资管新规后的理财产品市场变化相关，同时在金融营销宣传以及金融消费者权益保护工作不断完善的大背景下，银行理财业务正逐步趋向规范。

大型银行中秋理财“气氛淡了”

以往，节日期间发行的银行理财产品预期收益普遍高于日常同类产品，因此节日理财产品一直备受投资者关注。

但今年有所不同，某银行理财经理张华(化名)告诉记者，目前还未听说该行在中秋理财有活动。她坦言，节日理财只是噱头，实际上理财产品与平常推出的差别不太大。

此外，记者以“中秋”为关键词在中国理财网进行搜索，也并没有发现中秋相关理财产品。随后，记者又以“中秋”为关键词搜索多家银行理财产品发行，仅看到农银理财在2020年曾推出过国庆中秋理财，招银理财在2020年推出过中秋精选产品，但上述银行今年中秋节则均未推出任何“节日理财”产品。

事实上，今年银行推出的中秋相关



活动，大多与理财无关。例如建设银行推出南北月饼荟萃，美心、稻香村等月饼，用龙支付最高减少99元；招银理财推出中秋娃娃机活动，发超5000份中秋现金红包等。此外，大多数银行甚至忽略了中秋节概念。

零壹研究院院长于百程对《证券日报》记者表示，以前，节假日理财产品的设计主要是为了满足闲置资金在假日也能获得收益的需求，产品以短期为

主。但在资管新规出台后，银行理财产品净值化转型，短期产品逐步退出。而所谓的一些节假日产品，期限都比较长，从产品看和普通净值型产品也没什么差别。

中小银行略显积极

相较于大型银行的普遍“冷淡”，记者查询注意到，仍有5家中小银行推出

了中秋专属理财。

据了解，这些中小型银行推出的“中秋特供”银行理财，部分理财产品年化收益率在4%—5%之间，有的银行理财产品预期年化收益可达5.5%，但大多数产品周期较长。

在易观高级分析师苏筱苒看来，中小银行揽储的压力相对国有大行更大，客户资源相对较少，银行比较愿意通过发行高收益率理财产品吸引客户。

公告速递

高管家属窗口期买卖股票 多氟多近两个月后才对外披露

■本报记者 桂小簪

白马股多氟多9月17日晚间的一则公告，揭开了公司华丽袍子下的一些“虱子”：公司的多名董监高家属在窗口期买卖公司股票，并有短线交易行为产生。需要注意的是，今年以来，多氟多股价涨势汹涌，同花顺iFinD数据显示，今年以来截至9月17日收盘，多氟多累计上涨幅度超过190%。

尽管公司言辞歉意满满，但仍有投资者认为，从公告细节来看，这些交易大多发生在7月下旬，而公司时隔近两个月的时间才对外披露这些信息，“公司内部治理显然有漏洞。”

“公司是不是存在信息披露问题，

取决于公司的知情时间。”上海明伦律师事务所律师王智斌律师对《证券日报》记者说。

根据公告所述，多氟多独立董事孙敦圣的配偶李金明存在窗口期买卖股票及在6个月内买卖公司股票的行为；监事陈相举的姐姐陈新爱、监事李娟的配偶罗万祥、副总经理张小霞及其配偶梁小五存在6个月内买卖公司股票的行为。

多氟多今年半年度报告披露时间为2021年8月26日，李金明则于2021年7月21日买入3800股公司股票，于2021年8月16日误操作卖出3700股公司股票，导致出现窗口期买卖股票及短线交易行为。本次短线交易产生的收益为11285元。截至目前，孙敦圣持有公

司股票0股，李金明持有公司股票100股。

陈新爱则在9月1日买入200股，并在9月9日和9月10日分别将这200股卖出，短线交易产生收益410元，截至目前，陈相举持有公司股票522864股，陈新爱持有公司股票0股；罗万祥则在7月21日和7月22日分8次卖出了2.8万股，又于7月22日买入3000股，收益180元。

公司于2020年6月份实施股权激励，2020年6月19日向梁小五授予2020年限制性股票10万股，授予价格为5.56元/股；于2021年2月23日向张小霞授予2020年限制性股票预留股票5万股，授予价格为11.01元/股。2021年7月16日，2020年限制性股票第一期解禁，梁小五

卖出其股权激励解锁的40000股，本次短线交易产生的收益为147.65万元。截至目前，张小霞持有公司股票48.17万股，梁小五持有公司股票6万股。

在公告中，多氟多解释，董监高们的交易行为是“根据公司公开信息进行的自主投资决策，不存在因获悉内幕信息而交易公司股票的情形，本次短线交易所得收益已经全部上缴公司。”

王智斌分析认为，“根据《证券法》189条之规定，除了盈利归属公司之外，高管短线交易还将面临十万元以上一百万元以下的罚款。另一方面，多名高管存在短线交易问题，这也说明了公司管理层法律意识、秩序意识淡薄。”

金花股份控制权争夺战白热化 邢博越方加速“抢筹码”

■本报记者 张 敏

金花股份的控制权之争已经白热化。9月17日晚间，金花股份发布公告称，收到股东邢博越的通知，2021年9月14日至2021年9月17日，邢博越及其一致行动人通过二级市场集合竞价方式增持公司股份371.79万股，占公司总股本1%。

金花股份表示，本次增持后，邢博越及其一致行动人合计持有公司股份约9460.78万股，占公司股份比例25.35%。

根据金花股份2020年9月18日披露的《简式权益变动报告书—邢博越》，邢博越及其一致行动人计划自公告日

起12个月整体计划增持股份不低于7.32%，不高于12.48%，即最终整体持股不低于公司总股本的24.64%、不高于29.8%。截至当前，邢博越及其一致行动人已增持至25.35%，超出公告增持底线约263.4万股，超出比例为0.71%，达到该《简式权益变动报告书—邢博越》披露的增持下份额的规定。

2019年，金花股份控股股东金花投资陷入资金流动性紧张，为了解债务危机，公司实际控制人、董事长吴一坚与西部投资集团有限公司(下称“西部投资”)实际控制人、执行董事邢雅江协商，向其借款，并由邢雅江之子邢博越以竞

拍方式获得4345万股被质押的股份。

根据西部投资官网信息，西部投资成立于2000年8月，净资产逾150亿元。公司主营业务覆盖旅游文化、酒店经营管理、物业管理、房地产开发以及金融投资、多种综合经营等全产业链业务板块。

最初，邢雅江一方扮演的是白衣骑士的角色。根据金花股份发布的公告，邢博越之父邢雅江做出承诺，无意谋求上市公司控制权，无意引发上市公司控制权的纷争。然而，一年来，邢博越及其一致行动人持续增持，似乎再度向市场暗示，其恰恰剑指金花股份控制权。与此同时，金花股份的控股股东

金花投资所持上市公司全部股份面临着被司法拍卖。一旦股权全部拍卖成交，金花投资将不再持有上市公司股份，金花股份控股股东和实际控制人也将易主。而邢博越一方是否会成为上市公司新的控股股东，也引发了资本市场广泛关注。

不过，据业内人士向《证券日报》记者介绍，金花投资并不愿意失掉上市公司控制权，而邢博越一方加速在二级市场抢筹筹码，双方的控制权之争已经白热化。同花顺iFinD数据显示，今年以来截至9月17日，金花股份的区域最高涨幅已超70%。

高端手机市场香气四溢 OPPO能分一杯羹乎？

■本报记者 董积君

高端手机市场再添新军。9月16日，OPPO召开了“ONE MORE STEP”秋季新品发布会。不过，这场发布会的亮点并不是新品，而是OPPO副总裁、中国区总裁刘波放出的豪言壮语：“高端这场马拉松，我们一定能够拿前三。”

但就在进军高端手机市场的号角吹响之际，OPPO却被曝出将裁员20%。《证券日报》记者就此向OPPO方面求证，截至发稿前，并未收到回复。

高端手机市场幸存者寥寥

Counterpoint最新数据显示，今年7月份，苹果在中国高端手机(600美元以上)市场的份额达到了63%，华为和vivo以14%的份额并列第二，小米以6%的份额排名第三。

从价位区间段来看，小米和OPPO，分别占据600美元-799美元价位段市场份额的6%和1%，OPPO几乎丢掉了这一价位段市场。

在手机业内，人们信奉“得高端者得天下”。高端市场就意味着品牌溢价，以及更高的利润。但纵观国产手机厂家，虽然入局高端市场者众多，却幸存者寥寥。

早在2015年，小米就以Note系列向高端市场发起冲锋，到2016年的小米MIX，直至今年首发高通骁龙888芯片的小米11，小米手机似乎从未站稳过高端市场。如今，继承华为血统的荣耀也开启了高端化探索，vivo更是接连发布高端手机抢滩市场。

事实上，OPPO探索高端手机市场也已有10年之久，2021年，就是OPPO Find系列诞生十周年。

刘波曾介绍：“早在10年前，OPPO就开始冲击高端，但这个探索的路很曲折，我们也做出了巨大的投入。”而针对上述提及的OPPO Find系列，此前2021年新年之际，OPPO CEO陈明永曾公开表示：“2021年开始，Find这一定位高端的产品将定期每年推出，并要求销售量在全部产品中的比重逐年上升。”足见作为高端产品，Find在OPPO内部的战

略意义之重。

OPPO扭转低端形象不易

“OPPO像小米一样，性价比的标签已经深深烙印在消费者心中。科技含量的市场认知也并未建立。”运营商世界网总编辑康钊表示，OPPO从低端机市场切入，尽管在营销上下了不少功夫，但其高端化之路仍然存在不少隐患。

在业界看来，OPPO和vivo的成功都源于三四线城市，主要得益于地摊式线下门店，让它们迅速在国内手机市场站稳了脚跟。但与此同时，品牌在用户心中的定位却很难改变。

除了品牌口碑，康钊还认为，从硬件维度看，国内手机厂商除了华为外，基本都处于同一起跑线。“产品同质化其实是供应商的同质化。国内供应链相对比较成熟，至于芯片、影像等核心零件差距并不是特别大，手机厂商能做的，主要是供应链的协同以及最终成品与消费者需求的适配”。

其实，OPPO Find X2也曾被市场评价为“2020年上半年最强的旗舰机之一”，而除了Find，为冲击高端市场，OPPO还与一加形成同盟，寻求合力突破。

“旗舰是科技企业综合能力的体现，我们不再只有一条旗舰产品线，OPPO将有双旗舰、双保险。”刘波曾公开表示，OPPO与一加团队已经全面融合，一加成OPPO旗下的独立品牌。

一加手机以只做高端安卓旗舰著称，在欧美、印度及国内市场都有着非常不错的销量和口碑，OPPO此时全面整合一加无疑为破局高端市场增加了更多筹码。但与此同时，如今手机行业竞争之残酷，已绝不仅限于手机，而是生态链之间的博弈。不仅如此，市场关于“OPPO将裁员20%”的传闻，也与一加加盟OPPO相关。

“裁员早前已经听说了，现在基本定案。一加团队跟OPPO合并，本来就有职位重合。加上去年雄心壮志要抢华为高端市场，疯狂招人，使得人员臃肿的情况比较严重。”某不愿具名的业内人士对《证券日报》记者表示。

9月份债基“扎堆”恢复大额申购 基金经理称未来债券市场偏利好

■本报记者 王思文

近期不少债基又重新“开门迎客”，纷纷恢复大额申购等交易。业内人士分析认为，A股市场震荡波动下，债券型基金对资金的吸引力持续上升，叠加跨季资金需求较旺盛，是债券型基金暂停后又恢复大额申购的主要原因。

对于下半年债券市场走势，公募人士认为，政策层面对债券市场偏利好，利率大幅上行的风险较小。

债基对市场资金吸引力上升

9月17日，银华基金发布公告称，自9月22日起恢复银华安鑫恒债债券型基金投资者申购、转换转入和定期定额投资业务，以满足投资者的理财需求。同天，浙商证券资管公告宣布，旗下浙商汇金聚盈中短债自9月22日起恢复大额申购、大额转换转入及大额定期定额投资业务。

近期，还有万家1-3年政策性金融债纯债债券、鹏华锦利两年定期开放债券、景顺长城景泰丰利纯债债券、大成彭博农发行债券1-3年等债券型基金集中恢复申购、大额申购或对个人投资者申购业务。

对于这一现象，《证券日报》记者调查发现，上述债基均系在9月初宣布暂停大额申购、大额转换转入及大额定期定额投资业务后，于近日又重新“开门迎客”。整体来看，9月份以来，全市场至少已有25只债基(A/C份额合计统计)宣布暂停后又重新恢复大额申购等交易。

多只债基产品发布公告称，恢复大额申购主要是为了满足广大投资者的理财需求。也有基金经理分析认为，跨季资金需求较旺盛，债券型基金在季末放开申购或为吸引更多资金。

事实上，近期权益市场震荡波动下，债券型基金对资金的吸引力确有上升，这在公募基金新发市场上也有

所体现。据了解，广发稳睿6个月持有、中邮悦享6个月持有、易方达悦丰一年持有及嘉实稳健添利一年持有这4只债券型基金于9月份宣布正式成立且首募规模均超过40亿元，位居9月份新发基金首募规模榜单前列。

在此基础上，不少债基产品宣布提前结束募集，实际募集期限较计划大幅缩短，例如南方兴锦利一年定期开放债券型基金于9月15日开始募集，原定募集截止日为12月14日，最终结束日期却提前至9月15日，仅发售一天即完成首募。

债市或仍将低位运行

今年以来股市波动较大，近期市场的强弱切换较为明显，股票市场震荡不断，部分投资者开始将目光转向风险更低的债券型基金。

对此华北一位公募固收部人士分析称，“与权益类基金相比，债券型基金素来素来具有注重风控、更为稳健的特点，净值波动相对小、收益相对少，投资方式上还可采取基金定投的方式长期持有，分散投资风险，提高盈利的概率。”

展望债券市场走势，兴业基金固定收益投资部公募债券投资团队总监腊博对记者表示，“近期经济和货币政策层面对债券市场偏利好，利率大幅上行的风险较小。”

鹏华基金固定收益总部基金经理汪坤接受《证券日报》记者采访时表示：“今年上半年监管政策偏严格，但近期的信贷政策、基建政策比年中时都更积极，种种迹象可以验证整个信贷的情况边际转好。从经验上看，如果上述政策表现均有所出现，经济大概率会逐渐转好。站在这个时点，看债券市场可能会低位运行一段时间，越临近年底，压力越大一些。对于债券投资人而言，可博弈的空间较小，更重要的是节奏问题。”

激光电视产业吸引新玩家不断入局 核心器件国产化率三年内有望达80%

■本报记者 贾 丽

随着显示技术的快速发展，当下市场中各类技术路线并存，也引起了业界有关谁是下一代主流技术的讨论。

激光电视异军突起，显示“军团”也不断壮大，各类玩家甚至不惜跨界入局，引发资本热潮。

日前，工信部电子信息司副司长任爱光在第三届全球激光显示技术与产业发展论坛上表示，激光显示是彩电的未来主流显示技术之一，也是我国重点发展的关键战略技术，工信部电子信息司将着力推动我国激光显示产业聚合化、集群化、生态化发展。

激光电视产业现状如何，还有哪些重点领域待突破？

年度复合增长率达181%

从推出概念到观望、试水，再到规模扩张，激光显示产业链正在快速发展。

7年前，海信推出了全球首款100寸激光电视，彼时，众多企业还在观望。今年上半年，激光电视在中国80英寸及以上大屏市场的占有率超过了58%，激光电视的复合增长率实现逆势增长。

最新数据显示，相比彩电行业的持续低迷，2015年至2020年激光电视的年度复合增长率达181%，预计今年同比增长超80%。目前，中国市场上可监测到的激光电视品牌数量已经有34家。

除了海信、长虹、极米、坚果等已在激光电视领域布局多年外，三星、索尼、LG及爱普生、惠普、明基等全球玩家也不断加入，激光显示“大军”不断壮大。

就连零售巨头国美，也在电视产业链布局，其曾与坚果联合推出国美品牌的激光电视，定位高端，抢占大屏入口。在国美看来，推出有着自主研发能力的电视及与电视巨头在大屏领域联合布局，是国美全屋智能解决方案落地的重要一环。

国美方面透露，未来还将与海信、长虹联合在国美门店智能场馆进一步发力激光电视，加快体验店建设，并持续增强自主研发产品的创新能力。

与此同时，部分头部企业的发展已进入规模化。根据洛图科技(LUNTO)数据，2021年上半年，海信激光显示主营业务收入同比增长55%，产品销量同比增长71%，正式进入规模化发展阶段。

长虹激光显示科技公司总经理李先平认为，目前，激光显示被纳入科技部重大专项，我国已掌握全球激光显示专利约一半以上。在市场、政策均利好产业发展的机会下，传统家电品牌、投影品牌、互联网企业等纷纷入局。

“激光电视是企业布局显示大幕的重要入口，随着品牌丰富化、产品创新多元化、价格线下探，产业将在今年进入规模发展新阶段。当下是激光电视产业发展规模市场的关键时期。预计近两年，还会不断有互联网、产业链跨界的‘新玩家’入局。”长虹相关负责人对《证券日报》记者表示。

“海信、长虹等企业在激光显示领域有超过十年的技术积累，它们加码大屏生态，给未来电视之争增加了变数，其联合国美等巨头，站在风口上，欲在新一轮竞争中抢占圈地。与此同时，跨界者的进入，将让未来激光电视产业竞合发展，带动产业升级和中国激光显示在全球地位的提升。”中国电子视像行业协会副会长兼秘书长冯晓曦认为。

关键部件困局待解

激光显示的发展有着巨大的空间。中国电子视像行业协会发布白皮书预测，到2026年激光电视的出货量将达到178万台。

不过，当下激光显示产业还面临推广不足、成本高等问题，同时，在关键技术领域和零部件上还需进一步攻关。

“目前激光显示企业在激光器、DLP芯片、精密光学镜片等关键零部件上还要突破，激光电视普及需进一步降低成本及小型化。”WitDisplay首席分析师林芝接受《证券日报》记者采访时表示。

海信激光显示公司总经理、首席科学家刘显荣透露，激光电视核心器件和部件的国产化已经全面开展，预计3年内国产化比例将提升到80%。

李先平认为，激光显示在全息投影、车载、大屏5G工业互联等方面有巨大的应用空间。但要实现应用，需要产业上下游联手攻克各项技术瓶颈，提升激光显示产品核心竞争力，推动行业降本，抢占大屏市场话语权。

长江证券家电行业首席分析师管晨森表示，预计激光电视长期空间或在600万台左右，当前只是激光电视成长的起点。提前布局并保持领先的厂商有望优先受益。