

26家上市乳企上半年合计净利润超126亿元 伊利和蒙牛占比近八成

■本报记者 谢岚 见习记者 梁傲男

东方财富Choice数据显示,截至9月1日,A股与H股的26家上市乳企中(按申万行业分类)均已披露2024年上半年“成绩单”。总体来看,26家乳企上半年合计实现营收1774.98亿元,同比下降7.83%;合计实现归属于母公司股东的净利润为126.63亿元,同比微降0.19%。

上述26家公司中,仅有6家公司上半年实现了营收与净利润双增长,16家乳企净利润同比下滑。广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬对《证券日报》记者表示,从上游的奶源过剩到销售端的低迷,再到消费端的深度探底,奶业产业链承受着巨大压力。消费大环境影响使得行业整体承压,市场复苏缓慢,行业“马太效应”愈加明显。

伊利、蒙牛净利润占大头

从营收规模来看,营收超百亿元的乳企有5家,分别为伊利股份、蒙牛乳业、光明乳业、中国飞鹤和优然牧业,营收分别为596.96亿元、446.71亿元、127.14亿元、100.95亿元和100.55亿元。

其中,伊利和蒙牛两大乳企的总营收为1043.66亿元,占上市乳企总营收的58.8%;合计实现净利润为99.77亿元,占比为78.79%。

有乳企在财报中提到,行业龙头企业在发展中取得了技术、规模、品牌、产品差异性上的优势,并不断渗透乳制品细分市场,与中小品牌抢占市场份额,在行业中获得领先地位,未来市场份额将逐渐向规模以上乳制品企业集中,行业集中度会进一步提高。

另外,现代牧业、三元股份、澳优、妙可蓝多、贝因美等12家乳企的营收在10亿元至100亿元区间。其中,澳优上半年营收36.81亿元,同比增长4.82%;佳禾食品上半年营收10.73亿元,同比下降19.12%。

从盈利增速来看,今年上半年有10家上市乳企实现净利润同比增长。其中,妙可蓝多以168.77%的同比增长率排在首位,公司实现净利润7677.83万元。

反观净利润下滑的16家上市乳

东方财富Choice数据显示

A股与H股的26家上市乳企中

伊利股份和蒙牛乳业的总营收为1043.66亿元,占上市乳企总营收的58.8%



崔建斌/制图

企,天润乳业、现代牧业、庄园牧场、中国圣牧和西部牧业5家公司的净利润同比下滑幅度均超过100%,其中西部牧业上半年亏损3447.30万元,同比下降1212.72%。

国证券研报显示,受春节错峰影响以及下游需求偏弱的影响,今年一季度乳企整体收入减少,进入二季度以来低需求状态持续延续,上半年乳制品整体收入承压,企业之间表现存在分化。展望下半年,预计行业仍处于温和复苏的状态,在原奶价格持续维持低位背景下,行业毛利率水平有望维持较高位置,而去年前高后低的态势或使得企业下半年增速回暖。

降本增效与提振消费并举

从财报来看,多数乳企正面临着经营压力和外部环境带来的多重挑战。对于奶业养殖和乳品加工企业而言,国内原奶价格持续下滑,效益下滑严重。蒙牛在中报表示:“2024年上半年,原奶供给过剩,需求不及预期,需供矛盾凸显,乳制品行业整体呈现短期下滑。”

农业农村部8月20日发布的农产品供需形势分析月报显示,由于供应

惯性增长,生鲜乳价格仍低位运行,国内生鲜乳价格连续29个月同比下降。7月份,奶业主产省生鲜乳收购价每公斤3.24元,环比跌1.8%,同比跌13.8%。

同时,过低的价格导致了生产出现倒挂现象。据农业农村部生鲜乳收购站监测数据,从1月份至6月份累计来看,奶站生鲜乳产量同比增长7.8%,生鲜乳产量增幅持续放缓,奶牛存栏量已连续四个环比下降,但国内乳制品消费需求没有显著增长,预计后期国内生鲜乳收购价维持低位运行。

“乳制品消费提升本质上是一个长期过程,因此,当务之急是从源头牧业减少供给。”中国农垦乳业联盟经济专家组组长宋亮对《证券日报》记者表示,大型自建牧场淘汰15%至20%的奶牛,包括后备母牛,以减少供给并调整供求关系。从中长期来看,国家应统筹各省的自然资源,实施配额制,并建立生鲜乳供需产销的预测预警机制,以省为单位实施以销定产的策略。

东兴证券研报显示,原奶过剩局面将在今年逐步缓解,明年乳制品价格以低位震荡为主,是否能回暖主要取决于需求侧改善程度。在需求不足导致行

业竞争加剧的情况下,产品力强、具备更大渠道拓展空间的乳企更能够穿越周期,待需求恢复后弹性更大。

尽管国内乳制品行业面临市场形势、供需关系和消费环境的巨大变化,伊利、蒙牛两大乳业巨头管理层在业绩发布会中均表示,乳制品行业相对于其他的消费品行业刚需需求特征较为明显,乳业消费潜力有望持续增长。从经营和管理角度来讲,行业仍有很大提升空间。

在企业层面,宋亮认为,需加速推进产品结构调整,供应链体系全面升级及商业模式与渠道合作方式的创新。这不仅是单一企业的行动,更是整个行业,尤其是龙头企业的战略转型。谈及在行业调整期如何提振乳制品消费时,科信食品与健康信息交流中心主任钟凯对《证券日报》表示,核心策略在于扩大饮奶人群的基数。

朱丹蓬则表示,未来消费者在选择乳制品时将更加务实和理性。因此,乳品必须同时兼备性价比与质价比,并在此基础上进行场景创新、产品创新、渠道拓展以及实现网点的全覆盖和渠道的全运营。只有这样,乳企才能在降本增效中谋求生机,有效抵御整个行业周期的挑战。

40只新基金9月份启动发售 机构持续布局红利方向

■本报记者 王思文

今年前8个月,新成立基金发行规模已突破7600亿元,超过去年同期。具体来看,今年1月份和2月份基金发行趋冷,3月份开始逐步回暖,7月份和8月份有所回调,而9月份将有40只新基金开启发售,多只指数新基金和权益新基金“在路上”。

从发行类型看,债券型基金仍是新发基金主力军,今年新成立的债券型基金发行规模占全部新发基金发行规模的80.23%,远超去年同期64.49%的比重。

债券型基金仍是主力军

东方财富Choice数据显示,截至2024年8月31日,年内新成立基金783只,总发行规模达7669.58亿元,远超去年同期(6741.85亿元)。

从月度来看,1月份至2月份发行趋冷,总发行规模分别为567.56亿元和363.04亿元;3月份基金发行市场开始回暖,3月份至6月份新成立基金发行规模分别为1513.57亿元、1410.89亿元、1010.52亿元和1751.7亿元;7月份和8月份发行有所回调,新成立基金发行规模分别降至539.7亿元和512.6亿元。

从具体类型来看,新成立股票型基金数量281只,发行规模为771.38亿元;混合型基金数量185只,发行规模为527.75亿元;债券型基金数量253只,发行规模达6153.41亿元;QDII基金产品数量24只,发行规模为42.15亿元;FOF基金产品数量28只,发行规模100.89亿元;此外,今年还有12只REITs,发行规模达74亿元。

债券型基金依旧是新发基金的主力军。今年以来新成立债券型基金的发行规模占全部新发基金发行规模的80.23%,去年这一比例

为64.49%。

与之相对应的是,权益基金(包括股票型和混合型基金)的发行规模有所萎缩。今年前8个月股票型基金和混合型基金的发行规模分别为771.38亿元和527.75亿元,合计1299.13亿元,较去年同期降幅明显。

业内人士认为,去年以来债券型基金发行占比上升是市场多方面选择的结果。首先,债券型基金具备相对稳定的收益特性,当前投资者更倾向于投资风险较低资产;其次,市场环境的变化也是推动债券型基金持续火爆的重要原因,包括短期市场避险情绪上升、股票市场有所波动等因素;最后,从基金公司布局来看,债券型基金是公募基金重点布局的品类。

40只基金9月份启动发售

9月份,将有40只新基金(不同份额分开计算)启动发售,富国基金、博时基金、嘉实基金、南方基金、招商基金、中欧基金等头部公司均有新产品将发行。

从新发基金类型来看,有13只为被动指数型基金、10只为偏股混合型基金、10只为封闭式基金、3只为中长期纯债型基金、2只混合债券型基金(二级)和2只增强指数型基金。

指数新基金方面,包括银河上证国有企业红利ETF、南方中证半导体行业精选ETF、万家中证港股通创新药ETF等。

具体到布局上,基金公司持续布局红利方向相关产品。例如,在本周拟发行的34只新基金中,红利方面,有银河上证国有企业红利ETF、景顺长城中证港股通央企红利ETF联接基金、鑫元华证沪深港红利50指数型证券投资基金等新基金。

中国家电出口连续17个月正增长 “出海”显韧性蓄后劲

(上接A1版)

8月8日,海信埃及电视工厂项目举行签约仪式。据海信国际营销中心中东非区总经理欧扬介绍,该项目预计明年投产。目前,海信在全球已设有34个工业园区和生产基地、26个研发中心,建立了研产销供服一体化的全球化布局。

此外,格力、美的、TCL等家电企业也正加快海外建厂步伐。格力电器在北美地区建有海外生产基地,产品在中东、欧洲、东南亚等市场实现持续增长。美的在品牌“出海”方面的步伐走得更快一些。目前美的海外品牌已经形成东芝、美的、Comfee三个全品类品牌以及开利、Eureka等13个细分品类专业品牌。

除了出口创牌外,越来越多的家电企业注意到品牌价值的重要性,赛事经济和展会经济成为家电企业重要的发力点。作为2024欧洲杯全球官方合作伙伴,海信第三次出现在欧洲杯的赛场,实现了品牌影响力提升的同时,也带动了海外市场高端产品的销售增长。TCL积极参与各类国际产品展会,通过体育营销策略,与欧洲杯、美洲杯多支明星球队合作,显著提升在全球范围内的品牌认知度和市场地位。

张剑锋认为,中国家电企业“出海”或已迭代至以“产能本地化、经营本土化、品牌跨文化、供应链安全化”为核心的“价值出海”阶段。产品独特性和差异化的塑造或成未来方向;塑造差异化即需求洞察和技术创新,差异化即企业针对顾客在不同使用场景下的独特需求,根据不同的价格带、渠道类型来构建不同的定价和服务模块。

短期效益应与长期战略平衡推进

在家电企业加紧“出海”步伐的同时,也应看到家电出口仍面临着复杂严峻的外部形势。

有家电企业相关负责人坦言,公司业务一定程度上依赖于海外市场,一旦所出口国家和地区的贸易政策出现重大调整,经济形势急剧下滑等不可预见事件,均可能直接影响到这些国家和地区对公司产品的需求,从而对公司出口业务的稳健运营带来潜在风险。

目前,海运、铁路运输高运价给整个家电行业带来运输成本压力。此外,国际地缘政治也给产品出口和品牌“出海”带来了不确定性。“家电企业需要不断强化海外区域供应链保障能力,最大限度冲抵市场不利因素影响。”上述海尔智家相关负责人介绍了海尔的相关经验:“近年来,海尔持续强化‘三位一体’本土化布局,巴基斯坦厨电工厂、埃及生态园等一系列项目相继建成运营,使海尔抵御海外经营风险能力显著增强。”

对于家电企业而言,缺乏全流程质量追溯能力曾是行业普遍存在的痛点之一。尤其在当前市场环境下,市场竞争已经从企业之间的竞争逐步过渡到整个供应链的竞争,提升供应链监控水平迫在眉睫。在海信视像青岛基地的质量前置平台,记者看到电子大屏上的数据实时更新——从上游供应商库存到发货、收货的数据清晰可见,供需双方实现紧密对接。“通过搭建数据采集与分析系统,我们可以对原材料进行全流程追溯,在生产时就能对工单进行质量统计,有问题及时预警,提升了交付效率,供货周期缩短了20%以上。”海信视像制造中心副总经理袁海东向记者介绍。

“家电出海目前面临的问题主要是短期效益和长期战略的平衡。”上述中国家用电器协会相关负责人认为:“市场环境的差异、文化障碍、人才匮乏、市场竞争日趋激烈、资金压力以及供应链和物流问题都是制约家电出口的重要因素,任何一个因素都可能对出口业务造成重大影响。”

尽管家电产品出口面临诸多挑战,但家电产业的全球化进程是长期且不可逆转的。无论是供应体系追求成本效益最大化,还是销售体系寻求市场规模的扩展,这些趋势都将持续存在。在此背景之下,中国企业正加速构建海外本土化的制造及供应能力,依托中国在家电产业链上的优势,构建更强的核心竞争力。

“‘出海’仍为家电行业2024年下半年发展主线。”万联证券分析师潘云娇表示:“中国企业的产品在全球范围内具有较强竞争力,未来中国家电企业在海外市场增长前景可期。”

33家百亿元级私募重仓229家A股公司 电子等五大行业受偏爱

■本报记者 昌校宇

作为私募基金行业的“顶流”,百亿级私募机构的持仓情况一直备受市场关注。随着A股上市公司2024年半年报披露收官,多家百亿级私募机构的最新持仓情况也揭晓。私募排排网数据显示,共有33家百亿级私募机构旗下产品,出现在229家A股上市公司2024年半年报的前十大流通股股东名单中,合计持股市值为687.66亿元。

高毅资产持股市值第一

从持股数量变化来看,获得百亿级私募机构旗下产品增持股份的被公司有38家,持股不变的有113家,减持股份的有41家,有37家上市公

司前十大流通股股东中出现新进百亿级私募机构。

在前述33家百亿级私募机构中,高毅资产旗下产品现身35家上市公司前十大流通股股东名单中,合计持股市值405.78亿元,位居第一。其中,海康威视是高毅资产偏爱的投资标的。截至2024年6月末,高毅邻山1号远望基金持有海康威视4.12亿股,持股市值127.35亿元。

同时,高毅资产旗下产品于今年第二季度首次出现在3家上市公司前十大流通股股东名单中。其中,高毅邻山1号远望基金新进入桐昆股份前十大流通股股东,截至2024年6月末持股数量为2350万股;高毅邻山1号远望基金新进入海螺水泥前十大流通股股东,截至2024年6月末持股数量为1750万股;高毅邻山1号远望基金新进入晨光生物前十大流通股股东,截至2024年6月末持股数量为750万股。

玄元投资重仓个股数量也较多,旗下产品出现在31家上市公司前十大

流通股股东名单中,合计持股市值80.41亿元。同时,玄元投资旗下产品在今年第二季度,新进入赛意信息和白银有色两家上市公司前十大流通股股东名单中。

此外,迎水投资、宁泉资产、明法投资、睿都资产等知名私募机构,旗下部分产品也在上市公司前十大流通股股东名单中现身。

电子成第一大重仓行业

按申万一级行业分类,33家百亿级私募机构重仓的229家上市公司中,电子行业的公司数量最多达32家;基础化工、机械设备、医药生物、计算机等行业也被看好,依次有28家、22家、22家、17家公司获得百亿级私募机构重仓。

此外,云天化和垒知集团等两家A股上市公司前十大流通股股东名单中,均出现3家百亿级私募机构的身影。其中,云天化获得高毅资产、正心

谷资本和睿都资产旗下产品重仓,垒知集团获得通怡投资、玄元投资和宁泉资产旗下产品重仓。另有姚记科技、英科医疗等12家A股上市公司前十大流通股股东名单中,均出现2家百亿级私募机构的名字。

对于A股市场未来走势,多数私募机构持乐观态度,继续挖掘优质成长股成共识。

投资方向上,金石投资副总经理、首席投资官万凯航介绍,将继续挖掘低估值的优质成长股,因为相关标的中长期风险收益比依旧具备很强吸引力。具体关注两条主线:一是以大众消费为主体需求的价值成长股,包括互联网、消费服务等;二是以技术突破为发展动力的科技成长股,包括半导体、创新药等。

玄元投资在其发布的8月份市场观点中也表示,继续看好A股市场中成长板块的结构性能,将在遵循景气度框架下,对未来几个季度盈利或有改善的行业进行配置。

66家公募上半年净利润逾165亿元 30家稳居“亿元俱乐部”

■本报记者 王宁

据《证券日报》记者梳理,66家公募机构上半年合计实现净利润165.57亿元,相较于去年同期的192.87亿元下降14.15%,但仍有30家机构稳居净利润“亿元俱乐部”。其中,有4家机构净利润均保持在10亿元以上。

数据显示,上半年66家公募机构有58家上半年净利润为正,8家公司为负。

从净利润为正的58家公司来看,有30家稳居“亿元俱乐部”,其中,易方达基金、工银瑞信基金、华夏基金和南方基金等4家公司净利润超10亿元,易方达基金以15.16亿元净利润蝉联行业首位;

天弘基金、招商基金、广发基金、富国基金、博时基金、汇添富基金、兴证全球基金和平安基金等8家公司净利润在5亿元至10亿元之间;交银施罗德基金、景顺长城基金、建信基金、鹏华基金、中银基金和华泰柏瑞基金等公司净利润均在3亿元至5亿元之间。

净利润为负的8家公司分别是东吴基金、东海基金、瑞达基金、华西基金、江信基金、九泰基金、红塔红土基金和富安达基金。其中,华西基金、江信基金、九泰基金、红塔红土基金和富安达基金亏损均超1000万元。

从净利润同比数据来看,在66家公募机构中,有24家上半年净利润同比增

长,其中3家同比涨幅超过200%,分别是中金基金、国联基金、富安达基金;另有鑫元基金、兴银基金、东兴基金、国金基金、安信基金、中信建投基金等11家公司同比涨幅均超20%。

此外,在净利润为正的公司中,也有多家同比降幅较明显,如财通基金、光大保德信基金、信达澳亚基金、中邮创业基金和浙商基金等,同比降幅均超50%。

多份中报显示,导致公募机构上半年经营数据下滑主要在于管理费同比减少所致,预期在新型展业受限下,营业收入仍有下降风险,公司竞争力将受到影响。

广发证券中报显示,易方达基金上

半年应收席位佣金、尾随佣金及托管费等费用,均有不同程度下滑。中邮基金中报也表示,上半年公司营业收入同比减少34.78%,主要是管理费收入同比减少所致;此外,由于管理费收入同比减少,还导致公司经营活动产生的现金流量净额同比减少92.86%。

业内人士表示,目前我国公募机构主要收入来源为管理费,行业传统业务创新空间相对有限,收入结构相对单一。在当前金融市场的高度竞争环境下,如不能适应市场需求开展新型业务,且得不到投资者认可,可能面临业务收入下降风险,从而影响公募机构的竞争力。