

# 青睞制造业 偏爱大蓝筹 机构二季度布局路径隐现

□本报记者 张玉洁

截至8月27日收盘,目前已有2048家上市公司披露了半年报。随着半年报披露接近尾声,社保基金、险资、QFII等主要机构持股情况逐渐浮出水面。从重仓股情况看,险资依旧坚守金融及地产公司,社保基金偏爱大蓝筹,QFII在坚守大消费的同时试水绩优周期股。值得注意的是,机构对于同仁堂、海能达、山煤国际等公司分歧明显。

## 社保基金青睐制造业

截至目前,二季度社保基金共计出现在380家上市公司的十大流通股股东中。从社保基金重仓股看,持有交通银行107.8亿元,位列第一。值得注意的是,交通银行股东全国社保基金理事会二季度并未增持,但由于二季度银行股下跌严重,所持市值缩水8.26亿元。乐普医疗、华东医药、京东方A、紫金矿业、华侨城A、国泰君安、中国核电、云南白药、南京银行位居其后。整体看,金融、医疗医药、房地产和制造业仍然是社保基金的重仓公司。

二季度,社保基金新进157家公司的十大流通股股东行列。其中,中国核电、国泰君安、三一重工、中国石化、新兴铸管等买入规模居前,买入规模均超过1亿股。中国核电二季度被社保基金理事会增持二户大举买入3.77亿股,一举位列其第四大流通股股东位置。

此外,京东方A二季度被社保基金加仓8510万股,增持规模居前;山煤国际、恒力股份等制造业公司受到青睐。减持方面,节能风电、海能达、华侨城、同仁堂等被社保基金减持规模居前。

## 险资减少金融地产投资

统计数据显示,险资共出现在207家上市公司前十大流通股股东中。持股市值方面,中国人寿、平安银行、招商银行、华



视觉中国图片

夏银行、保利地产、中国平安、云南白药、万科A、中信证券和同仁堂等公司险资持股市值居前。与一季度相比,险资持股市值前十位的企业中出现两家医药企业。不过,险资二季度并未加仓这两家医药企业,主要在于二季度市场波动大,但医药股防御性良好,市值有所上升,带动其市值排位上升。

二季度,保险资金新进66家公司前十大流通股股东,中国平安、通威股份、中国石化等新进公司买入规模居前。其中,华夏人寿通过自有资金二季度增持中国平安超过2亿股。从这些公司的行业分布情况看,大消费类公司并没有受到险资过多青睐,而材料制造、煤炭化工等实体经济获得买入较多。

除大幅加仓平安银行外,险资二季度调整了投资方向,减少了对金融股和地产股的投资,加大了对新兴战略性行业以及周期改善行业的买入。中国石化、国星光电、永利股份、中顺洁柔 and 巨化股份二季度增持规模均超过1000万股。

减持方面,险资减持环旭电子2903万股,对应市值约4.18亿元,减持股份数量居前。不过,此轮减持完毕后,中国人寿——个人分红仍然持有公司1283万股,位列其第四大流通股股东。此外,方大特钢、烽火通信和山煤国际等公司被减持股份数量居前。

## QFII关注传统行业龙头

据海通证券估算,截至7月底,外资

持有A股流通股市值已占全部A股流通股市值的6%。从目前情况看,172家公司的前十大流通股股东中出现了QFII的身影。整体看,QFII在二季度呈现加仓态势,净加仓2932.18万股。

二季度,QFII选股思路有所变化,尽管仍然偏爱大消费,但对于基本面明显好转的大蓝筹开始小步加仓。半年报显示,QFII位列多个新股次新股的前十大流通股股东。

数据显示,23家上市公司QFII占流通股比例超过5%。其中,持有宁波银行流通股比例达到15.37%,位列第一;持有南京银行、飞科电器、安正时尚、创新医疗流通股股份比例均超过10%。

持股市值方面,QFII持有贵州茅台、宁波银行2家公司的市值均超过百亿元;此外,南京银行、东阿阿胶、海康威视、恒瑞医药等公司QFII持股市值居前。这显示出银行股以及传统白马消费股依然是QFII喜爱的股票。

二季度,QFII新进63家公司的前十大流通股股东,中国巨石、招商蛇口、重庆啤酒、海螺水泥等公司被QFII大幅买入。从这些公司行业分布情况看,QFII二季度风格变化明显,对于基本面明显改善的传统行业龙头个股更加关注。从半年报数据看,建材行业受益于供给侧改革和环保督查的力度增加,供需关系明显改善,目前行业净利润增速高达108.75%,行业增速仅次于钢铁行业和商贸零售行业。

增持方面,南京银行、海能达、宁沪高速等6家公司二季度被QFII买入均超过1000万股。城市传媒、飞科电器等公司被QFII大比例买入。南京银行大股东法国巴黎银行二季度买入3.13亿股,持流通股比例目前达到14.87%。银行业分析人士指出,南京银行的债券业务特色明显。在息差降低、银行不良资产上升的环境下,近年来一直保持业绩高速增长,因此获得股东持续增持。

## 鞍钢股份上半年净利增九成

□本报记者 宋维东

鞍钢股份8月27日晚间披露半年报。公司上半年完成营收468.82亿元,同比增长20.02%;实现净利润34.99亿元,同比增长91.94%。

上半年,鞍钢股份及下属子公司生产铁1135.02万吨,同比增长6.29%;钢1184.35万吨,同比增长8.57%;钢材1074.30万吨,同比增长5.13%;销售钢材1051.33万吨,同比增长5.18%;钢材产销率为97.86%,钢铁主业规模进一步扩大。

同时,公司深入推进产业链延伸,加快清洁发电、化学科

技、汽车零部件、气体能源等相关产业的协调发展;深入推进系统降本,深挖潜力,废钢单耗、吨钢综合能耗、吨钢耗新水指标创历史最好水平;持续推进市场化运营机制改革,构建更加灵活高效、富有活力的生产经营组织管理模式;提升产品质量,推进品种结构调整,持续优化营销体系;推动科技创新,构建产销研一体化新格局;不断优化资本结构,增强资金风险防范能力;强化信息化项目管控,全面推进产线智能化建设;持续进行环境治理,推进绿色生态钢厂建设,提升绿色发展能力。

## 泸州老窖上半年净利增逾三成

□本报记者 康曦

8月27日晚间,泸州老窖披露了2018年半年报。1-6月公司实现营业收入64.2亿元,同比增长25.49%;实现归属于上市公司股东的净利润为19.67亿元,同比增长34.08%;基本每股收益1.343元。

上半年,公司中高档酒销售收入大幅增长。高档酒类产品、中档酒类产品和低档酒类产品分别实现收入33.06亿元、16.45亿元和13.75亿元,同比分别增

长33.41%、35%和-9.29%。在坚持五大单品(国窖、窖龄、特曲、头曲、二曲)的战略框架下,泸州老窖希望通过国窖1573系列产品抢占高端市场,重塑企业与品牌形象;充分发挥老字号特曲、6080特曲、窖龄酒的优势,形成腰部支撑;把握大众产品竞争机遇,力争实现头二曲大众市场覆盖率第一,强化塔基作用。

公司表示,将积极探索和布局健康化养生酒产业和时尚化新型酒精饮料产业,拓展新市场。

## 尚未筹集到所需资金

## 印纪传媒分红预案成“空头支票”

□本报记者 欧阳春香

印纪传媒8月27日晚间公告,决定变更公司2017年度利润分配方案为不进行利润分配,不实施资本公积转增股本。

公司表示,业务发展远低于预期,经营业绩大幅下降,现金流十分紧张。同时,公司已出现信用评级降低、融资困难等问题。近期公司积极开展资金归集工作,截至目前尚未筹集到2017年度利润分配所需资金。

公司股东大会审议通过的,公司2017年度利润分配预案为:每10股派发现金红利0.19元(含税),送红股0股(含税),

不实施资本公积转增股本。印纪传媒近期麻烦缠身。8月23日,印纪传媒公告称,近日接到控股股东肖文革通知,其所持有公司的股份被法院轮候冻结。截至8月22日,肖文革持有公司股份数量7.79亿股,占公司总股本的44.04%,已全部被法院冻结。

8月27日,在印纪传媒2018年半年度专项投资者说明会上,对于公司下月到期的债券能否按时偿付的问题,公司董事长、总经理、财务总监、董事会秘书吴冰表示,结合公司当前货币资金情况,目前公司偿债能力较差,偿付上述债务存在较大压力。

## 腾讯高级副总裁丁珂:

## 两路径构建数字安全生态

□本报记者 董涛

8月27日,在第四届互联网安全领袖峰会上,腾讯高级副总裁丁珂表示,信息安全已成为产业发展升级的驱动力。

数字安全新生态建设需要在两大路径上努力:首先是提高安全维度。安全问题未必出现在原有体系内,企业要以全新视角去理解安全问题;其次是转换安全观。以协作为基础,推动政府、企业、用户联动,共同提升防护

意识。丁珂表示,腾讯安全始终秉持开放心态,为合作伙伴、各领域企业提供安全助力。在全行业拥抱数字变革、进行数字化转型的背景下,腾讯将继续输出安全能力,为数字安全新生态建设提供驱动力。在此次峰会上,腾讯安全联合实验室发布了《CSS视角下的2018年全球网络安全十大议题》,涵盖关键基础设施安全、数字金融安全,以及前沿科技安全等。

## 长城汽车

## 推WEY品牌智能SUV

□本报记者 崔小粟

8月27日,长城汽车旗下高端品牌WEY推出VV6车型。VV6是WEY品牌研发的第四款量产车型,也是WEY品牌第一款定义为智能豪华的SUV车型。长城汽车表示,VV6以智能安全为主打,着力强调智能驾

驶辅助技术。这标志着长城汽车由传统车企向智能化的全面迈进。VV6搭载2.0T发动机,最大功率145kw。智能网联方面,VV6相比此前车型有所提高,搭载车机互联、云端语音识别、在线导航+实时交通以及智享互联4G车联网等功能。

## 中部地区

## 今年将完成煤电超低排放改造

□本报记者 欧阳春香

8月27日,国家能源局印发2018年各省(区、市)煤电超低排放和节能改造目标任务的通知。要求继续加大力度推进煤电超低排放和节能改造工作,中部地区力争在2018年前基本完成,西部地区在2020年完成。

通知要求,各地和相关企业严格按照相关文件标准,对于不能满足国家标准要求的燃煤机组要加快实施改造,对不改造或改造后仍不达标的机组予以淘汰关停。此外,各省(区、市)要进一步制定详细的实施方案,分解目标任务,确保按期完成2018年各项目标任务;国家能源局、生态环境部会同有关部门,有针对性地开展督促检查,了解改造进展情况。

# 五粮液上半年净利增逾四成

□本报记者 康曦

8月27日晚间,五粮液披露了2018年半年报。1-6月公司实现营业收入214.21亿元,同比增长37.13%;实现归属于上市公司股东的净利润为71.1亿元,同比增长43.02%;基本每股收益1.859元。

上半年,公司酒类销量增加,实现营业收入202.54亿元,同比增长37.09%,毛

利率为76.53%,比去年同期提升了1.29个百分点。

公司表示,启动了“走访大企业”活动,通过走访与更多高端商务消费群体建立了联系,搭建了良好的互动平台;继续坚持“以核心终端建设为基础,以核心消费群体培育为中心”,全面推进“百城千县万店”工程;持续实施“优质投放”的计划管理原则,将产品资源向重点市场、核心

终端和“百城千县万店”工程取得成效的市场倾斜,进一步优化商家结构。同时,进一步提高了新商家选择标准,加快完善“从次高端到中端到低端”的系列酒重点品牌构建。

公司指出,白酒企业的竞争由品牌竞争逐渐演变为香型及地域的竞争,高端品牌竞争激烈;同时竞品间渠道渗透加速,中低端市场恶性竞争频现,对系列酒的营销

带来较大压力。公司将进一步加强对现有渠道的管控和服务,持续优化渠道结构,加快构建数字化营销渠道。

同时,公司将继续坚持“稳定出厂价、提升市场价,建立符合市场规律的价格形成机制”,让品牌价值与供求关系共同作用,形成良性的市场价格体系,进一步提升经销商的利润,提振经销商信心。

# 康师傅控股上半年净利提升近九成

□本报记者 杨洁

康师傅控股8月27日晚披露2018年半年报。上半年,康师傅控股共计实现营业收入310亿元,同比增长8.5%;毛利率从去年同期的29.10%提升至31.23%;共计实现股东应占净利润13亿元,同比提升86.59%。

## 方便面及饮品销量向好

上半年,康师傅控股方便面和饮品业务表现稳中向好。报告显示,康师傅控股上半年共销售方便面111亿元,同比提升8.4%。

2018年以来,方便面市场持续回暖,市场整体销量同比增长5.9%,销额同比增长10.1%。康师傅控股方便面业务持续推进多价格带产品策略,巩固高价面、发展中高端面,以顺应消费升级和消费者的健康化需求,通过多规格产品满足不同的消费场景。高端产品增长取得一定成绩,但与行业高端面市场增速相比,仍有一定改善空间。

饮品业务方面,上半年康师傅控股共销售饮品191亿元,同比增长9.2%。今年以来,国内饮料行业增长平稳,市场整体销量同比增长3.4%。上半年,康师傅控股饮品事业持续聚焦核心品类和产品,以满足大众消费需求。同时,调整产品结构,布局

多价格带。

## 提升品牌形象

在消费多变及升级、部分原料物料价格高企以及渠道碎片化趋势的挑战之下,公司对下半年业绩保持谨慎乐观态度。公司表示,将持续关注市场及渠道对产品结构调整、品质升级和价格调升的接受反应程度,提升品牌形象,培养扶植高端健康产品。

为应对渠道碎片化趋势挑战,公司表示,将持续布局多元销售渠道,强化与批发商、经销商的合作伙伴关系,优化通路库存,以促进销售成长。

# 电竞行业发展困局亟需突破

□本报实习记者 张兴旺

电竞项目成为热点。在此次亚运会上,中国队在电竞表演项目上获得金牌。2022年杭州亚运会,电子竞技将成为正式比赛项目。业内人士指出,电子竞技成为一项体育运动,其赛事影响力将得到提升,有利于吸引更多人才进入,进一步促进电子竞技产业发展。从目前情况看,除互联网企业阿里、网易外,中青宝、完美世界、巨人网络等游戏企业纷纷进军电竞行业。但电竞行业仍面临盈利难等诸多问题。

## 游戏公司纷纷抢位

某知名创投机构投资人王波(化名)关注电竞行业已有四年,并投资了一支电竞战队和一家电竞场馆。王波对中国证券报记者表示,随着几大头部电竞联赛的生态逐渐建立起来,电竞产业的商业价值将逐渐体现。

近年来多次在电竞赛事中获得好成绩。EDG电竞俱乐部运营总经理潘逸斌对中国证券报记者表示,电竞行业发展势头不错,未来几年行业发展机会大。近年来,不少上市公司纷纷布局电子竞技行业。2015年,巨人网络推出MOBA类手游《虚荣》,2016年推出闲竞技手游《球球大作战》。此外,巨人网络成立电竞事业部,引入行业优秀电竞人才,积累了丰富的赛事运作经验。巨人网络表示,移动电竞成为了公司核心竞争力之一。中青宝以军事类电竞产品《最后一炮》开辟直播与电竞赛事的双线运营模式。完美世界则在传统端游业务的基础上,加大了电竞领域的深度布局。

一家知名游戏发行商董事长李宇(化名)对中国证券报记者表示,电子竞技主要的载体是游戏,游戏公司进入电竞行业具有先发优势。同时,一款游戏如果具有电竞属性,成为一项体育赛事,这款游戏的使用寿命周期就会得到延长。据中国音数协游戏工委、伽马数据联

合发布的《2018年1-6月中国游戏产业报告》,国内电子竞技游戏近年来发展迅速,今年1-6月,中国电子竞技游戏市场实际销售收入417.9亿元,同比增长16.1%。伽马数据预计,2018年电子竞技产业规模将突破880亿元。

正是看到电竞行业的发展潜力,李宇的公司去年花了几千万元投资一支电竞战队。李宇说,不少电竞赛事已经初具规模。国内电竞用户大概2亿,年轻人居多。不少行业巨头也在投资电竞领域。潘逸斌指出,电竞对年轻用户影响大,对于零售企业而言,电竞可以成为有效的渠道。赛事赞助商多为3C数码品牌,但今年以来不少赞助商来自传统品牌,比如宝马、奔驰等。

## 行业困局亟需突破

尽管电竞产业发展势头不错,但从目前情况看,很多电竞俱乐部面临着盈利难题。潘逸斌指出,电竞行业粉丝的属性维

度相对单一,多喜欢头部俱乐部,中下游俱乐部流量少,而电竞俱乐部主要是将流量变现。“目前国内电子竞技俱乐部达到上千家,但头部俱乐部不超过10家。仅少数头部俱乐部能勉强自负盈亏或盈利,中下游俱乐部基本处于亏损状态。”

伽马数据创始人兼首席分析师王旭对中国证券报记者表示,随着电子竞技行业的发展,电竞赛事规模逐步提升,对相关人才的需求增加。人才缺乏已成为电竞行业发展的瓶颈。

王旭表示,电竞早已成为体育总局认证的体育运动项目,但电竞选手的运动员身份仍未得到官方认证,电竞运动员无法得到主流大众认同,这也阻碍电竞产业的良性发展。此外,电竞顶级赛事特别是第三方赛事缺乏,电竞场馆较为紧缺。

李宇认为,国内电竞行业还处于发展早期,商业化进展缓慢,商业模式还有待探索。“电子竞技成为体育的一部分,有利于促进行业发展。”