

各地银行执行水平趋一致

专家称房贷利率平稳料延续

□本报记者 王舒嫻

一线城市房贷利率趋稳

“北京现在各家银行的房贷利率基本上是按照首套在LPR基础上上浮55个基点,二套上浮105个基点来执行,按照目前5年期以上LPR(4.65%)来计算,分别为5.2%和5.7%。”北京市某大型中介机构房产经理告诉中国证券报记者。

上述说法得到北京地区多家大型商业银行信贷部门工作人员的证实。“资质差不多的话,基本是按照这个利率标准来执行,个别征信记录不好的客户利率上浮的点数会多一点,但这种案例并不多。”朝阳区某大银行的信贷客户经理称,因为LPR下降的缘故,现在的房贷利率的确比去年年底下降了。

同样的情形也出现上海、深圳等地。拿长期为全国房贷利率最低的城市上海来说,目前该地区主要银行提供的首套房贷利率基本在5年期以上LPR水平附近。深圳地区近期房贷利率也十分统一,大银行普遍执行首套在5年期以上LPR基础上上浮30个基点,即4.95%,二套上浮60个基点,即5.25%的房贷利率。

广州地区主要银行房贷利率执行标准则有所不同。工、农、中、建等国有大行普遍按照首套房贷利率上浮40个基点,二套房贷利率上浮60个基点来执行。民生、光大、广发、平安等银行提供的首套房贷利率上



新华社图片

中国证券报记者日前调研发现,近期一线城市房贷利率整体趋于平稳,各地区银行间房贷利率执行水平比较一致。

专家指出,住房信贷政策是房地产调控的重要一环,为避免刺激房地产市场,预计短期内房贷利率连续大面积下行的局面难再现。

浮基点则为15-35基点不等。

融360大数据研究院分析师李万赋表示,一线城市中,尤其是北京和深圳,主要银行间执行的房贷利率水平基本无差异;

上海此前各银行执行的利率水平差异较大,但在参考基准改为LPR将近一年后,主流银行的房贷利率趋于一致。广州则差异相对较大,但整体上一线城市房贷利率和LPR的调整是比较同步的。

连续下降趋势难续

展望未来房贷利率走势,多位业内人士表示,5年期以上LPR报价已连续3个月未变,房贷利率持续下降趋势短期难延续。

李万赋表示,下半年以来,房地产市场受疫情的影响逐渐减小,部分城市甚至出现过热苗头,收紧楼市调控政策的城市逐

渐增多。住房信贷政策作为房地产调控的重要一环,为避免刺激房地产市场,预计短期内房贷利率大面积下行的局面难再现。

易居研究院智库中心研究总监严跃进也认为,下半年利率政策或以稳为主。由于当前利率水平总体较低,下半年或仍将保持低息的格局。

值得注意的是,对于存量房贷而言,LPR转换“大限”将至,近期“转还是不转”成为讨论热点。中国社科院财经战略研究院住房大数据项目组组长邹琳华表示,目前来看,在还款期限内,LPR大概率呈现下降趋势,房贷利率转挂LPR后,还款负担可能会减轻。

雅克科技上半年净利同比增110.29%

半导体化学材料收入增逾六成

□本报记者 吴科任

国家大基金作为第三大股东的半导体材料厂商雅克科技8月17日交出一份业绩表现不错的半年报。

今年上半年,公司实现营业收入9.29亿元,同比增长7.84%;归母净利润为2.11亿元,同比增长110.29%,扣非净利润为1.55亿元,同比增长67.09%。公司预计前三季度实现净利润3亿至3.3亿元,同比增长61.45%至77.59%。

公司表示,上半年利润增速远超收入增速的重要原因有两个:一是上半年公司电子材料业务的营业收入占比已达71%,而半导体材料的毛利率水平较高,盈利能力较强;二是原投资的基金产品对投资者分红较多,取得较多投资收益。

芯片厂商采购需求扩大

雅克科技主要有三个业务板块,分别

是电子材料业务、LNG保温绝热板材业务和阻燃剂业务。作为新的主营业务,公司电子材料业务具体包括半导体前驱体材料/旋涂绝缘介质(SOD)、电子特气、半导体材料输送系统(LDS)、光刻胶和球形硅微粉等业务种类。

从占营业收入10%以上产品看,上半年雅克科技的半导体化学材料实现收入3.5亿元,同比增长66.09%,主要因为SK海力士半导体公司等芯片厂商采购需求扩大;阻燃剂收入为1.78亿元,同比下降36.79%;主要是报告期受疫情影响,出口销售减少;电子特种气体收入为1.64亿元,同比下降6.09%。

前驱体/SOD产品方面,雅克科技表示,报告期内,国际新客户开拓工作取得重大进展,先后实现了对铠侠(原东芝存储器株式会社)、Intel、台积电的批量产品供应,形成了新的利润增长点。同时积极开发国内客户,中芯国际、华虹宏力、长江存储、合肥长鑫等客户取得积极进展。

上半年,主营LDS输送系统的子公司

雅克福瑞的营业收入迅速增长达到2823.09万元,同比增长2495.33%。雅克科技表示,截至7月末,雅克福瑞在手LDS输送系统订单金额为4324万元,公司根据在手订单预计2020年全年半导体材料输送设备营业收入将会大幅度增长。同时,雅克福瑞还在研发高温环境下抗腐蚀性性能更好的LDS输送设备,在未来年度新型设备投放市场后将成为新的利润增长点。

子业务板块握有多个订单

雅克科技表示,公司作为国内首家LNG保温绝热板材生产制造商,掌握了具有自主知识产权的核心技术,研发成果突破了国际壁垒,为国内大型船舶制造厂商承建大型LNG运输船舶和动力船舶提供了关键材料的国产化保证。2020年上半年,公司和江南造船厂新签订5条MARK3/FLEX型LNG燃料动力型船舶的合同,合同金额为1200万美元,首次签订了

该系列产品的大额销售合同;公司与俄罗斯客户签订“北溪-2”天然气项目的超大型陆上储罐合同,合同金额约为4700万欧元,首次签订了GST系列产品的陆上储罐合同。

截至2020年7月末,雅克科技在手LNG保温绝热板材大型订单还包括沪东中华四条LNG大型运输船保温绝热板材,合同金额为1.38亿元;沪东中华大型LNG海上加注船保温Mark III Flex型保温绝热板材,合同金额为590万美元;马来西亚石油公司两条LNG大型运输船保温绝热板材,合同金额约为3720万元等。

雅克科技表示,未来,随着中国船舶集团与卡塔尔石油签署超过200亿元LNG船订单、中远海能投资6亿美元建造3艘LNG运输船、沪东中华造船厂为马来西亚LNG项目配套2艘LNG运输船、江南造船厂建造2条MARK-III/FLEX型LNG运输船、北京燃气等多个LNG陆地储罐业务的推进,公司该部分业务将迎来快速发展。

吉比特二季度增速疲软

机构继续选择“加仓”

□本报记者 于蒙蒙

吉比特8月17日盘后公布上半年业绩报告。半年报显示,公司实现营收14.09亿元,同比增长31.61%;归属于上市公司股东的净利润为5.5亿元,同比增长18.17%。中国证券报记者注意到,吉比特一季度净利达3.22亿元,同比增长50.95%。对比一季度业绩增速,吉比特二季度明显放缓。

尽管业绩增速疲软,但机构仍然选择“加仓”。半年报显示,香港中央结算有限公司(陆股通)增持303.1万股,全国社保基金四零六组合增持13.4万股,基本养老保险基金一二零六组合新进成为吉比特前十大股东,持股达62.76万股,前海开源再融资主题精选股票型证券投资基金亦以43.74万股跻身前十大股东。

新游戏表现亮眼

对于归母净利润增速小于营业收入增长,吉比特称,本期参股公司青瓷数码新游戏上线,新上线产品前期营销推广投入较大导致亏损,公司按权益法确认相应的投资损失;本期开始外部研发商的游戏分成支出不再进行摊销;本期对外投资业务根据投资标的情况预提业绩奖金。

吉比特所指的青瓷数码新游戏为《最强蜗牛》。半年报显示,《最强蜗牛》集放置、养成、经营、收集等玩法于一体,上线前全平台累计预约用户数量超过300万;6月23日正式上线后连续9日占据App Store游戏免费榜榜首;上线首月在App Store游戏免费榜、游戏畅销榜、总榜畅销榜平均排名分别为第10名、第6名、第9名,并最高至App Store游戏畅销榜第2名、App Store总榜畅销榜第3名。

七麦数据显示,《最强蜗牛》6-7月iPhone收入预估分别为1226.73万美元、2724.27万美元。《最强蜗牛》吸金不断,吉比特受到券商一致推荐,公司股价也扶摇直上。6月23日收盘价为476.66元/股,8月5日盘中股价摸高至671.6元/股,截至8月17日收盘,吉比特收报594元/股,期间累计涨幅达24.62%。

核心产品流水呈下滑态势

支撑吉比特目前主要业绩的是《问道手游》。吉比特介绍,《问道手游》在App Store游戏畅销榜平均排名为第23名,最高至该榜单第6名。截至6月30日,《问道手游》累计注册用户数量超过4300万。

七麦数据显示,《问道手游》3-4月的iPhone收入预估分别为705.08万美元、945万美元。4月的流水大增与周年活动有关。吉比特披露,今年4月《问道手游》4周年大服开启,公司聘请张若昀为代言人并聘请田雨为明星大玩家。聘请代言人有利于提升用户接受度,明确品牌主张,提升品牌价值和生命力,使品牌形象更清晰突出。

但周年庆活动一过,《问道手游》流水呈下滑趋势。七麦数据显示,该游戏5-7月的iPhone收入预估分别为791.45万美元、576.23万美元、457.92万美元。

需要指出的是,手游一般分安卓和苹果两大渠道端,七麦数据仅呈现苹果端的预估数据。一位华南地区长期跟踪游戏行业的私募人士告诉中国证券报记者,七麦数据的预估数据一般比实际情况低,但具有一定参考性。

对于游戏储备,吉比特披露,公司储备有《摩尔庄园》《魔渊之刃》《一念逍遥》《不朽之旅》等多款游戏。公司近期的调研纪要显示,《魔渊之刃》预计第三季度上线,《一念逍遥》预计下半年上线。

中国证券报记者注意到,机构比较青睐吉比特,公司今年以来披露5份投资者调研纪要,每份纪要中的机构名单往往超过百人。

恒顺醋业上半年业绩 创近三年同期新高

□本报记者 潘宇静

8月17日晚,恒顺醋业发布半年报,公司归母净利润和营业总收入均创近三年同期新高。公司表示,公司已着手新产能的项目建设,其中香醋扩产续建项目预计2022年6月投入使用。

营收净利双增长

上半年,公司合并报表实现收入9.53亿元,同比增长7.39%,其中调味品实现收入8.98亿元,同比增长8.64%;归属于上市公司股东的净利润为1.49亿元,同比增长3.63%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为1.33亿元,同比增长11.44%。

分产品看,上半年醋类产品销售收入为6.51亿元,同比增长5.03%;料酒产品销售收入为1.49亿元,同比增长27.03%。其中,二季度醋类产品的销售收入为3.50亿元,同比增长9.59%;料酒产品销售收入为6812.24,同比增长27.12%。

公司直销模式在二季度表现亮眼。数据显示,公司二季度直销模式产生的销售收入为6076.01万元,同比增长38.87%;经销模式的销售收入依旧是主力,二季度为3.99亿元,同比增长14.16%。线上销售渠道呈爆发式增长。上半年,公司线上产生的销售收入为6787.12万元,同比增长44.33%。二季度,公司线上产生的销售收入为4123.99万元,同比增长48.63%。

半年报披露,公司目前已开工三大项目,一是香醋扩产续建项目,预计2022年6月投入使用;二是料酒扩产项目,预计2022年初投入使用,建成后将加快实现料酒产能翻番目标;三是全数字化重塑项目,签约引入SAP企业管理平台,全力推动企业数字化转型突破发展瓶颈,实现敏捷响应精准管控、高效协同、流畅运营。

多家机构增持

Wind数据显示,上半年三家机构投资者新进成为恒顺醋业的前十大股东。其中,光大证券持股1204.68万股,持股比例为1.20%;博时基金管理有限公司—社保基金四一九组合持股1151.98万股,持股比例为1.15%;全国社保基金六零三组合持股651.64万股,持股比例为0.65%。

香港中央结算有限公司增持,持股比例为1.95%;全国社保基金二零五组合增持,持股比例为1.20%;百年人寿保险股份有限公司—分红保险产品增持,持股比例为0.76%。

全国社保基金在增持的同时,还有一部分在减持。其中,全国社保基金一一零组合减持,持股比例为1.04%。全国社保基金二零三组合退出前十大股东。

招商证券食品饮料团队认为,恒顺品牌底蕴、市场地位及公司人员内部状态,让投资者对公司未来发展更有信心。

均瑶健康董事长王均豪:

深耕乳酸菌饮品细分市场

□本报记者 段芳媛

8月18日,“乳酸菌第一股”均瑶健康在上交所敲锣,正式登陆A股市场。均瑶健康是国内最早生产与销售常温乳酸菌饮品的企业之一,此次上市募集资金11.99亿元,将投入“湖北宜昌产业基地新建年产常温发酵乳饮料10万吨及科创中心项目”“浙江衢州产业基地扩建年产常温发酵乳饮料10万吨项目”及“品牌升级建设项目”。

日前,均瑶健康董事长王均豪在接受中国证券报记者专访时表示,未来公司将秉承“弘扬健康饮食,引领良品升级”的发展理念,以产品创新、科技进步为动力,以品牌战略、深化渠道为支撑,以产品质量控制为保障,打造“百年老店”。

断臂求生 切入常温乳酸饮品市场

均瑶健康控股股东均瑶集团自上世纪90年代就进入了乳制品及乳饮料行业,并逐渐成为行业知名品牌,是国内最早开发和生产塑瓶长效灭菌奶企业之一。

“那时候我们也做得很成功。1998年底的时候,均瑶牛奶在温州有60%的市场份额,2000年的时候已经冲进了全国前五名。”王均豪说。

然而,2004年均瑶乳业砍掉了“保鲜纯牛奶”业务,背后体现出的是一家志在做“百年老店”决心。“当时面临牛奶比水卖的都便宜的行业困境,部分乳企开始掺假,为了做良心企业,不坑害消费者,我们实行了‘断臂工程’。”洁身自好的均瑶乳业决

定砍掉纯牛奶业务,让彼时的均瑶乳业承受了很大损失,仅上海地区的“进场费”就损失几千万元,相关设备也当破铁卖掉。“均瑶牛奶曾是上海保鲜牛奶第二品牌,一夜之间就没了,我们的冷链系统一夜之间全部废掉。”正因为有了如此举措,成功避开了2008年“三聚氰胺”事件。

“当时,我们要做的就是转型、要做‘断臂求生’的转型。我们一定要呵护均瑶这个品牌,要集思广益走出一条新路,将品牌延续。”王均豪说。

2011年均瑶集团战略进入常温乳酸菌饮品市场,并迅速推出了多款系列产品,成为国内最早生产与销售常温乳酸菌饮品的品牌企业之一。切入常温乳酸菌饮品市场后,公司逐渐回归正轨,近年来业绩稳步提升。招股书显示,2016年至2018年,均瑶健康分别实现营业收入11.01亿元、11.46亿元及12.87亿元;净利润分别为1.75亿元、2.31亿元及2.81亿元。

做优主业 持续丰富产品品类

欧睿国际数据显示,2015年至2019年,我国乳酸菌饮品市场复合增长率为11.2%,2019年中国大陆乳酸菌行业市场规模达364.8亿元。未来中国大陆乳酸菌市场将持续稳定发展,有望在2024年达到492.4亿元规模。

“常温乳酸菌饮品是一个很大的市场,我们进入得早,也一直在深耕这个饮品细分领域,目前来看还是取得了不错的成绩。”王均豪说。

欧睿国际数据显示,2019年在中国大陆常温乳酸菌饮品市场按零售额统计的销售额中,均瑶健康产品排名领先,市场占有率约为15.1%。

“先坚定做好主业,再利用‘均瑶’及‘味动力’的品牌效应和形成的规模优势,进一步开发二、三线城市,以点带面,逐省渗透,完成全国市场的开发与覆盖。”王均豪介绍。

近年来,均瑶健康根据市场情况,持续调整产品结构,继续推出了“奇梦星”系列乳酸菌饮品、“均瑶”甜牛奶乳饮料、“沁”饮口味饮料、“均瑶”6种坚果植物蛋白饮料,以及“味动力”益生元牛奶饮品等新品,不断丰富公司的产品线。

根据公司战略规划,未来3年,除了对现有主要销售区域江西、浙江等进行深度挖掘外,均瑶健康将进一步拓展新的销售区域。通过加强与经销商的合作,实现对二、三线城市市场所有渠道的全面覆盖,并逐渐摸索渗透“新零售”概念下的各式业态。同时,公司在巩固原有市场基础上,利用适合一、二线市场的新品积极布局一线城市的相应渠道。

“公司目前采用经销商的销售模式,未来随着市场更加细分化,会对经销商进行更多的管理和指导。”王均豪说。

注重品牌建设 打造“百年老店”

均瑶健康此次募投资金拟投入“湖北宜昌产业基地新建年产常温发酵乳饮料10万吨及科创中心项目”“浙江衢州产业基