

# 三季度分红预案陆续公布 红利板块关注度升温



视觉中国图片 制图/苏振

适逢三季报密集发布期，多家A股上市公司也同步推出了三季度分红预案，以真金白银回馈投资者。Wind数据显示，截至10月22日中国证券报记者发稿时，至少有18家A股上市公司计划派现共计超34亿元（含税，下同）。

上市公司积极推出现金分红方案，在增强投资者获得感的同时，也在一定程度上增强了投资者对红利相关资产的关注。机构认为，短期红利板块有望成为资金避险池，投资者或可逢低布局以增强配置确定性，重点关注银行、煤炭、电力、公路铁路、港口等细分领域。

● 本报记者 胡雨

## 多家上市公司新披露分红预案

凯盛新材10月22日晚发布2025年前三季度利润分配预案，公司拟以截至2025年9月30日的总股本4.21亿股为基数，向全体股东每10股派发现金红利0.50元，以此计算，公司本次预计将达到2103.24万元。公司三季报显示，其前三季度实现净利润1.16亿元，同比增长121.56%。

Wind数据显示，截至10月22日记者发

稿时，温氏股份、三棵树、燕京啤酒等至少18家A股上市公司披露三季度分红预案，拟派现规模合计超34亿元。

温氏股份公告称，公司计划以实施利润分配方案的股权登记日的总股本，剔除回购专户股份后的股份总数为分配基数，向全体股东每10股派现3元，以截至2025年9月30日的总股本（剔除回购专户股份后）66.46亿股

测算，合计派现19.94亿元。

燕京啤酒日前发布的2025年前三季度利润分配预案显示，其计划以9月30日的总股本28.19亿股为基数，每10股派现1元，拟合计派现2.82亿元。燕京啤酒三季报显示，公司前三季度实现净利润17.70亿元，同比增长37.45%；第三季度实现净利润6.68亿元，同比增长26%。

## 红利板块有望成资金避险池

对A股市场而言，上市公司积极推出现金分红方案在增强投资者获得感的同时，也在一定程度上增强了投资者对红利相关资产的关注。随着外围扰动因素压制投资者风险偏好，近期A股进入高位震荡状态，红利资产获得机构看好，配置价值升温。

华西证券首席经济学家刘郁认为，A股上涨行情仍在，只是波动放大，若市场放量上涨，短期或仍是题材行情，建议投资者在积极参与同时持续关注结构风险是否有所

恶化，在博弈时需要注意控制仓位，或者通过配置一定的红利品种熨平波动。

中银证券首席策略分析师王君认为，10月以来，前期领涨的TMT板块出现了一定回调，短期科技主线仍存在一定的调整风险，行业配置可适当转向消费及红利。从本轮行情经验来看，红利板块与TMT板块呈现明显的“跷跷板”特征，且红利板块与市场风险偏好呈现较强的负相关关系。在市场情绪偏弱之下，红利板块有望成为资金的避险池，

建议重点关注银行、煤炭、电力、公路铁路、港口等板块。

大同证券分析师景剑文认为，近期以“双创”为代表的成长板块有所回落，基本面仍相对良好的红利板块迎来反弹，在市场主线杂乱的情况下价值凸显。对投资者而言，后续配置建议采取“哑铃型”策略，进攻端或可继续维持现有“双创”板块仓位，如通信、半导体、创新药等，但不宜追高；防守端或可逢低布局红利板块以增强配置确定性。

# 激活消费潜能 构筑高质量发展新格局

● 诚通证券研究所 李宗光 钟山

从2024年底的中央经济工作会议到2025年的《政府工作报告》，大力提振消费被明确为2025年的重点任务。当前，国外环境严峻复杂，提振消费、扩大内需已不再仅是短期的逆周期调节手段，更是关乎经济安全、产业升级与民生福祉的长期战略选择，是推动经济实现质效提升和持续健康发展的关键所在。

## 提振消费 是经济高质量发展的内在要求

消费是经济增长最基础、最稳定的压舱石。与投资和出口相比，消费需求更具内生性和稳定性，不易受外部环境和短期剧烈波动的影响，能够为经济中长期发展提供坚实支撑。当前，我国存在供需失衡问题，消费不足、工业价格低迷等结构性矛盾突出。特别是年初以来，全球经济不确定性加大，外部需求的稳定性与可持续性均面临挑战。这需要我们加快转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力。

因此，加快建设强大国内市场，推动经济由以往依赖投资和出口拉动的外延式增长，转向以内需特别是消费为主要动力的内涵式发展模式，已成为提升经济发展质量的战略选择。这一转型不仅有助于缓解外部冲击带来的负面影响，降低对外需过度依赖，也将进一步增强中国经济的自主性、稳定性和韧性，为实现高质量发展奠定坚实基础。

消费是最终需求，也是市场最真实、最敏感的信号。当前，我国居民消费正经历从“量”的满足向“质”的飞跃、从实物型向服务型、从基础型向发展型转变的结构性升级。这一转变不仅反映为消费者对高品质商品和绿色、智能、健康类产品需求的持续扩张，更体现为文化、旅游、教育、医疗等高品质服务消费比重的快速上升。

这种消费结构的转型升级，正在深刻倒逼供给侧作出响应。企业为适应市场变化，抢占新的消费赛道，不得不加快技术创新、业态创新和模式创新，推动各类要素资源向高技术、高附加值、创新密集的领域集中。如资金更多流向研发设计、品牌建设和柔性制造；人才向智能制造、数字技术和现代服务领域集聚；技术迭代在消费端需求的牵引下不断提速，尤其在人

工智能应用、绿色科技、大健康等领域加快突破。

正是在这种“需求牵引供给、供给创造需求”的良性循环中，产业结构得以持续优化，新质生产力得以孕育成长。其不仅包括新技术、新产业，也包括新业态、新商业模式和新价值生态。

全面提振消费的根本目的并不是要提高冰冷的宏观数据，而是要切实提升数字背后亿万家庭在日常生活中“吃穿住用行”的实际水平与品质，从而更好满足人民对美好生活的向往。消费规模与层次的同步提高，是人民群众获得感、幸福感与安全感最直接、最生动的体现，也反映了一个国家经济发展与社会进步的真正成色。

当下，面对越来越多元化、个性化、高品质的消费需求，增加高质量的商品供给，推动服务消费的提质扩容，如发展银发经济、扩大优质文化产品供给、创新智慧生活服务等，对于破解民生痛点、回应民生关切具有直接而深远的意义，是让发展成果更多惠及全体人民的重要途径。

## 我国消费市场发展潜力巨大

从全球视角看，中国消费市场仍具备显著的提升空间。这种潜力既是推动我国经济结构实现转型升级的关键动力，也为高质量发展提供了核心支撑。

中国庞大的人口规模是扩大消费的坚实基础，尽管面临人口老龄化加速的挑战，65岁及以上人口占比已达15.6%，但我国劳动力人口基数依然庞大，15岁-64岁人口数量超9亿人。作为对比，同期美国的15岁-64岁人口仅为2.2亿人，日本则更少，为0.7亿人。这一巨大的人口规模优势，意味着任何微小的消费升级都会产生巨大的总量效应，为消费市场提供持续动力。

从消费占宏观经济的比重及其内部结构来看，我国仍有较大优化空间。当前我国居民消费占GDP的比重约为4成，低于同期主要发达国家平均水平。从消费结构看，2024年我国居民人均消费中服务消费占比为46.1%，也低于日本（57.7%）和美国（68.5%）的水平。

从国际发展经验看，我国消费市场正处在扩容提质的关键时期。当前我国人均GDP水平超过1.3万美元，参考美日发展经验，当人均GDP跨过1万美元大关后，消费市场将继续保持快速增长，并呈现明显的

结构性变化特征，即从商品消费主导向服务消费、文化消费等更高层次的消费形态转变。

从具体消费领域来看，我国在文化娱乐、金融保险等服务消费领域的支出占比明显偏低，这将成为未来消费转型升级的重要方向。2024年，中国居民服务消费中文化娱乐占比仅为3.2%，低于日本的9.9%和美国的10%；金融保险占比也较日本（2.9%）和美国（8.1%）存在差距。

此外，从实物消费量来看，我国在多数耐用消费品领域仍有提升空间。除蛋白质摄入量、手机和空调拥有量等个别指标外，中国在多数电子产品、家电拥有量等方面，与美国、日本等发达国家相比仍存在明显差距。

因此，无论从人口基数、消费水平、结构特征来看，我国消费市场都具有巨大发展潜力。准确把握我国当前消费市场转型机遇并有效释放其动能，对推动经济高质量发展具有重要意义。

## 供需协同发力打通消费梗阻点

当前，我国消费市场活力尚未得到充分释放，其核心问题在于供需两侧均面临多重约束。

在需求侧，受居民收入预期不稳、社会保障体系尚不完善等因素影响，不少家庭表现出“不敢消费”的心态；同时，由于优质供给不足、消费场景创新滞后等问题，也导致了“不愿消费”的现象。在供给侧，部分行业尤其是服务消费领域，仍面临市场准入限制、不合理监管约束以及新旧动能转换的挑战，抑制了企业创新活力与高质量产品服务的有效提供。因此，我们必须超越短期刺激思维，认清消费提振工作的长期性与系统性，构建一套供需双侧发力、长短措施结合的系统性解决方案。

激活消费是一项系统工程，唯有通过收入“夯基”、环境“清障”、供给“升级”、设施“铺路”多措并举，方能真正释放十四亿人的消费潜力，为中国经济高质量发展注入最澎湃、最持久的内生动力。

具体看来，要促进居民收入稳定增长，筑牢“能消费”基础。收入是消费的根本前提，提振消费需先增加收入、稳定预期。当前居民增收承压，需在保障经济平稳增长的同时，多渠道拓宽增收来源：一是着力稳定和扩大就业，保障工资性收入主渠道。加大对中小企业政策扶持，增强其就业吸纳

能力；加快培育发展知识密集型、技术密集型战略性新兴产业，创造更多新就业形态岗位；根据市场和产业发展需求，灵活调整高校专业结构和课程设置；聚焦农民工、离校未就业高校毕业生、登记失业人员等重点群体，持续开展大规模职业技能培训和跨区域劳务协作，提升劳动者就业质量与议价能力，同时切实保障劳动者工资发放，清理整治欠薪问题。

二是深化收入分配改革，提高居民收入在国民收入中的比重。健全工资合理增长机制，强化技能人才薪酬激励，保障劳动者合法权益，让企业更多经营性收入转化为劳动报酬，提高劳动报酬在初次分配中的比重。着重降低低收入群体税费负担，提高低收入、农民等群体养老金标准。

三是拓宽增收渠道，着力增加财产性收入。完善资本市场制度，推动“长钱长投”，提升资本市场回报率；丰富普惠金融产品，引导和鼓励居民合理配置金融资产；稳步推进农村集体产权制度改革和农村土地制度改革，促进城乡要素平等交换，增加农民财产性收入；增加以知识产权收益为代表的新型财产性收入，构建多层次、可持续的财产性收入增长机制。

要营造安全友好的消费环境，消除“敢消费”顾虑。健全现代市场监管框架，强化标准引领与信用约束；创新消费者权益保护机制，提升维权效能；营造健康可持续的消费文化，增强社会认同感。

要以创新适配升级需求，创造“愿消费”的供给。创新服务消费供给，大力发展文化、旅游、体育、康养、家政等需求旺盛的服务消费，兼顾量的扩大与质的提升。推动实物消费价值重构，鼓励企业通过IP赋能、科技赋能与情感连接等方式，系统性重构产品价值。培育新消费场景与业态，积极发展数字消费、绿色消费、健康消费等新兴业态，通过新场景、新模式、新服务激发消费意愿。

要完善基础设施与政策支持，优化“便消费”场域。基建投资是稳定宏观经济的重要手段，通过逆周期调节既能直接拉动投资，更能为消费创造良好环境，形成“基建促消费”良性循环。随着物流及信息基础设施完善，下沉市场消费升级条件也日益成熟。政策应推动“家电下乡”“以旧换新”等措施向县域延伸，激活存量升级需求。同时需确保商品与服务高效流通，让下沉市场消费者“买得到、买得起、用得好”，形成城乡消费一体化的新格局。

●

本报记者 李宗光 钟山

●

本报记者 李宗光 钟山