

证券市场周刊

高 / 端 / 投 / 资 / 人 / 的 / 利 / 器

45

CAPITALWEEK

2023/06/30

总第2902期

P30 海思科美化利润好处多

P32 沪硅产业：艰难扭亏遭减持

P38 角逐减肥药千亿盛宴



QK2310414

稳增长 序幕渐开

P20 政策也许会迟到，但不会缺席，
一揽子稳增长政策应该已经在路上。



综合刊 www.capitalweek.com.cn



9 771004 629016

45 >

大陆地区零售价：人民币15元
台港澳地区零售价：港币30元

P20
封面
专题

稳增长序幕渐开

政策也许会迟到，但不会缺席，一揽子稳增长政策应该已经在路上。

从过去几年央行“降息”的经验看，后续都会紧跟着一系列配套的政策组合拳，此次央行“降息”将拉开新一轮稳增长序幕。

经济日历

P04 本周重要经济指标

P06 速读
P09 要刊速递
P10 数据

宏观/Macro-Economics

P14 同业存单的利差分析

AAA级3个月同业存单利率较DR007更为敏感，当资金面特别紧张或者宽松时，3M-DR007利差会大幅偏离

均值。资金利率变动、对未来资金面短期和长期情绪的差别、监管因素等都会对1Y-3M利差产生影响。

P16 “固收+”产品
需要厘清的几个问题

专栏/Special Column

P18 学习二十大 投资新时代
三个视角寻找安全资产

安全资产集中在国家政策支持、比较优势欠缺且进口依赖度较为集中以及国产替代需求紧迫的领域。

公司与产业/Corporation & Industry

P28 电影复苏：
国产片向上 进口片向下？

2023年端午档票房破9亿元，成为中国影史端午档票房第二，电影市场有希望恢复至疫情前水平。

P30 海思科美化利润好处多

海思科报表存在被过度美化之嫌，真实净利润恐要大打折扣。

P32 沪硅产业：艰难扭亏遭减持
高端硅片亏损幅度增大，毛利率仍待提升。

P34 老白干酒

酱香型白酒爆发之惑

衡水老白干系列增长停滞，依靠酱香市场扩容红利，老白干酒收购的武陵酒成为公司增收主力。

P36 出行链景气修复可期

2023年端午节的数据再次印证了旅游市场的强劲复苏，景区和终端消费有望迎来持续回暖。

P38 角逐减肥药千亿盛宴

目前国内减肥药物市场仍处于培育期，发展潜力巨大，但随着竞争日益加剧，能否

抢占先机成为关键。

P40 鑫信腾：大客户依赖程度高 竞争压力较大

在下游和终端客户不断集中的背景下，与头部客户合作的稳定性变得更加重要。由于公司规模不占优势，因此面临较大竞争压力。



P06 | 速读

P42 辉芒微：高光时刻冲刺IPO 业绩变脸风险大增

凭借半导体行业的周期性繁荣，辉芒微的业绩水涨船高，但其主打产品与同行相比，毛利率、规模均不具优势。

P44 傲农生物：定增必要性存疑

傲农生物此前多个再融资项目效益不及预期或者亏损，饲料类产能已存在较大的产能闲置问题。

P46 皖通高速：

资产注入对业绩改善有限
注入资产的经营效率低于上市公司现有水平，对公司经营改善提升有限。

P48 佳力奇：低毛利率虚火

推高业绩 预浸料采购数据
成谜凸显信披漏洞

P50 久易股份：

主导产品市场竞争加剧
内部控制有效性受质疑

基金/Mutual Funds

P52 医药ETF：漫长的抄底

自医药板块行情由高潮步入调整节奏以来，医药ETF份额规模已连续增长8个季度。

金融/Finance

P54 LPR降息凸显

逆周期调节思路

此次降息的逻辑在于，前期SLF利率、OMO利率和MLF利率的调降代表银行从央行获得流动性的成本下降，由此传导到实体经济还是需要LPR的最终调降。

P59 银行股的预期纠结该如何解

4-5月经济数据修复趋缓，导致市场对经济、房地产、城投等长期担忧加剧。6月以来，随着城投、城镇化等稳增长和货币政策预期加强，政策和经济预期逐渐有所修复，但悲观预期或长期担忧仍在。

P63 长周期下寿险负债端渐复苏

此轮预定利率下调对客户的消耗是一次性的，从居民存款持续增长可以看出客户的财富管理需求并未得到完全满足，在客户财富积累之后其需求有望再次恢复。储蓄型险种的生命周期才刚刚起步，当前即是长周期下寿险行业负债端复苏的起点。

投资圆桌/Investor

P68 地产还有什么放松政策？

本轮房地产下行周期中，供

需两端面临诸多压力，导致政策传导时滞相应拉长。

P71 葡萄酒行业仍处低迷

葡萄酒行业在2012年之前的高成长，核心原因或许是低渗透率，在完成之后，国产葡萄酒在高端化上并没有取得成功，以至行业持续萎缩低迷。未来十年行业能触底恢复吗？目前也很难预测，不如按季度去应对。

P73 快递行业是否卷到头了

快递行业的价格战迟早会结束。最终市场份额八成大概率集中到前五家，有电商平台为靠山的阿里、京东、拼多多以及抖音等，京东、顺丰、中通以及EMS的市场地位相对稳健，至于其他公司，就看谁能在这波价格战挺到最后。

鹏华ETF投资

P78 XLK：规模见涨 空间无限

专栏/Column

资本论

P01 求之于势

信心比黄金重要，形势比人强。下半年中国经济、政策、市场，可能都需主动营造有利的态势。

大行策略

P05 甄别“真高股息”

确定性溢价将成为未来指引A股投资的重要线索，高股息资产正处于长牛的初期。

私家书斋

P75 认识周期

您可以通过如下新媒体阅读《证券市场周刊》

请扫描二维码关注
《证券市场周刊》

新浪微博



《证券市场周刊》官方网站
<http://www.capitalweek.com.cn>

证券市场

客户名录

五粮液

九号公司

景顺长城基金

IPO

致欧科技 创业板



五粮液
WULIANGYE

广告

有福有禄
39度

中国的 世界的 五粮液

FROM CHINA TO THE WORLD
WULIANGYE



开瓶扫码 感恩有礼

2023/3/1 - 2023/11/25

任意渠道购买新品39度五粮液，开瓶扫盖内码，将随机获得微信红包（税后实得金额）



中奖率 99.99%

1. 抽奖流程：活动参与需通过微信“扫一扫”功能扫描瓶盖内二维码，进入五粮液消费者俱乐部公众号活动页面，按照提示步骤领取微信红包。

2. 活动奖项及中奖率：

奖项名称	微信红包金额 (元)	微信中奖数量 (个)	中奖率
特等奖	2000	2000	1.3%
一等奖	200	200	0.13%
二等奖	100	100	0.65%
三等奖	50	50	0.33%
四等奖	20	20	0.13%
参与奖	-	99,990	99.99%

注：中奖率为按扫码次数计算，中奖金额由系统随机生成，中奖金额以微信红包为准。

3. 活动期限：2023年3月1日00:00至2023年11月25日24:00。活动期间，每个盖内二维码仅有一次领取机会，中奖时完成微信红包的领取。活动主办方按本规则规定数量予以兑付的奖金将直接由微信红包发出。

4. 中奖后：活动参与者在活动期间按照操作完成微信红包的领取，若未在规定时间内领取，活动参与者在活动结束后，则视为自动放弃。活动主办方不再兑付。也不会以任何形式补发。

5. 为获得更好的体验效果，请保持手机网络畅通。

6. 凡开盖作奖或通过手机领取奖金者，活动主办方有权对其追究相关法律责任，并承担相应费用。

7. 活动期间有任何疑问，请拨打 0833-3566555 进行咨询。



扫描盖内二维码
即可参加活动

万方数据