

忙一个月 乐一整年

月饼“刮”国潮文创风 抢滩200亿市场



10~13

市场星报

2021年9月2日
星期四
编辑/杨晓春
组版/李静
校对/刘洁



市场星报电子版
www.scxb.com.cn
安徽财经网
www.ahcaijing.com

应时报表

理财产品平均收益率统计

理财产品类型	收益率	家数
银行(全部)	3.65%	11832
银行(非保本浮动)	3.70%	11443
银行(保本浮动)	3.45%	197
银行(保证收益)	3.20%	6
银行(美元)	1.20%	105
券商(全部)	8.00%	7659
券商(混合型)	10.00%	950
券商(债券型)	8.00%	3352
券商(股票型)	5.00%	326
阳光私募(全部)	7.00%	873
阳光私募(股票策略)	7.00%	303
阳光私募(固定收益)	5.30%	12
阳光私募(其他策略)	4.50%	11
信托(全部)	7.70%	63919
信托(浮动)	8.00%	18253
信托(分层)	7.80%	2089
信托(固定)	7.70%	42205
保险(全部)	3.20%	4668
保险(万能险)	3.00%	507

基金平均回报率统计

基金类型	三月	一年	家数
基金(混合型)	0.89%	9.60%	6105
基金(债券型)	1.21%	3.95%	4154
基金(股票型)	-0.94%	8.59%	2383
基金(保本型)	0.66%	2.82%	2
基金(货币型)	0.54%	2.30%	708
基金(其他型)	-0.30%	4.61%	408
基金(常规基金)	1.10%	5.07%	13370
基金(互认基金)	-0.69%	9.40%	36
基金(QDII基金)	0.29%	5.96%	363
基金(ETF)	-2.80%	5.29%	589



距离中秋假期仅剩19天,作为中秋佳节的主角——月饼消费早已打响销售大战。毛利率超六成的月饼行业,一直是市场的香饽饽,吸引着大批“不务正业”的商家入局。相比于去年螺蛳粉、辣条、小龙虾口味的月饼出圈,今年各品牌商家将更多心思放在包装上。广州博物馆与中国大酒店合作的“消失的月饼”重现“粤色”中秋,来伊份携手大都会艺术博物馆和上海博物馆推出礼盒“礼遇东西”,南京、苏州、湖南、西安等地博物馆也纷纷与当地品牌联名合作,月饼行业刮起一阵国潮文创风。 ■ 罗盈盈 杨妍妍

月饼今年销售预估218亿

随着人民生活水平提高,疫情防控常态化后走亲访友需求的复苏,今年有83.3%的受访者明确表示会购买月饼。相较去年,今年中国消费者在选购月饼上可接受的支出更高,预算在100~199元的占比提升7.4%,达到27.5%,在200~299元之间的占比提升6.5%,达到33.3%,预算在99元以下的占比则下降至12.8%。

在文化自信的背景下,人们对于蕴含着家国团圆梦的中秋节越来越重视,这股

消费情怀成为“月饼经济”生命力的源泉。近九成消费者认为,中秋和月饼是团聚的象征,对传统节日的重视将持续推动月饼市场增长。报告显示,中国月饼销售额从2015年的131.8亿元,增长至2020年的205.2亿元,行业总体规模将保持上升态势,预计2021年中国月饼销售规模达218.1亿元。

广式月饼最畅销 新奇健康是首选

目前,全国月饼相关的在业和存续企业共计2.4万家,主要集中在广东、河南、广西等地。其中,广东月饼相关企业数量最多,达3035家,河南、广西均以2300家左右排名二三位。

从消费情况来看,广式月饼最受市场欢迎,占比超过5成。在去年月饼品牌热度排名中,前五名中就有四家广式品牌。

不同年龄段的消费者,对月饼口味的偏好不同。数据显示,近4成消费者更喜欢口味新奇的月饼。就如奶茶界刮起黄皮、油柑等小众水果风,月饼厂商们也发挥想象力,打出真水果、鲜果等概念,上线水蜜桃、荔枝、榴莲等口味月饼。随着全民健康的热潮来临,低糖低脂也成为挑选月饼的重要指标。25岁及以下消费

者中,超4成偏好保健口味——比如,苏州稻香村、杏花楼等传统品牌通过改良月饼食材,在保留其味道的前提下更加突出健康属性,加入粗粮和每日坚果,更富营养价值。

周期短毛利高 一个月能赚一年钱

受限于时令,行业周期短,各大企业的月饼业务通常以“子业务线”的模式存在。虽然月饼行业本身门槛不高,但短期形成规模化产销是壁垒,因此,月饼龙头依托其品牌优势、产销体系支持,优势凸显。

以广州酒家为例,2020年业绩报告显示,其月饼系列产品营业收入为13.78亿元,占据全年总营收的比例为42.4%,毛利率高达58%。2019年其月饼系列产品的毛利率更是高达62.27%,仅次于其餐饮业的62.57%,而餐饮业营收仅为月饼系列的六成。因此,广州酒家曾被形容为“靠月饼上市的餐饮企业”。

由于月饼呈现出的季节性特征,不少公司全年最大一部分利润都来自第三季度,甚至有“忙一个月挣一年”的说法。

随着年轻一代逐渐成为市场消费主力军,月饼行业也通过跨界营销进行转型升级,应对市场需求的变化。

投资观察

“炒股不如买基金” 连续三年出现“翻倍基”

终于等来了!今年收益率突破100%的两只主动权益基金齐齐出炉!虽然经历了2019年和2020年两年结构性牛市,2021年整体的旋律是“震荡起伏”,但其间也存在不少结构性机遇,整体公募基金交出一份不错的答卷。就在8月30日,金鹰民族新兴和长城行业轮动双双业绩突破100%,今年以来收益分别达到106.42%、103.2%,率先成为年度“翻倍基”。

相比之下,2019年是11月14日首次出现了“翻倍基”,而2020年是7月23日出现了“翻倍基”,可以说,今年这个行情之下,“翻倍基”的出现可以说是确实是抓住了新能源、光伏、半导体等一波行情。总体来看,权益类基金平均业绩表现不俗,整体表现好于沪深300指数走势(今年以来下跌7.64%)。

除了两只翻倍基之外,业绩超过90%的基金已经达到3只,分别为信诚新兴产业、前海开源公用事业、前海开源新经济A,离今年业绩翻倍就只差“最后一脚”。

“领头羊”基金业绩超100%

当前,A股市场震荡起伏,热点突出,带动了一批基金业绩走强。从数据来看,发电设备、煤炭、基础金属、航天军工、石油天然气等领域表现强势,概念板块上磷化工、光伏屋顶、海航系、新能源、航空设

证券简称	今年以来收益(%)	投资类型(二级分类)	基金经理(现任)
金鹰民族新兴	106.42	灵活配置型基金	韩广哲
长城行业轮动	103.20	灵活配置型基金	杨宇
信诚新兴产业	98.82	偏股混合型基金	王睿、孙浩中
前海开源公用事业	96.67	普通股票型基金	崔宸龙
前海开源新经济A	95.50	灵活配置型基金	崔宸龙

备等表现较好。

这一市场表现给与前期年内收益就超过90%的主动权益基金以成为“翻倍基”的可能。在8月30日基金净值披露来看,确实出现了两只“翻倍基”。

目前由韩广哲管理的金鹰民族新兴以106.42%的回报率,成为2021年主动权益市场最高的基金。该基金重点布局了阳光电源、隆基股份、北方华创、天合光能、晶澳科技等,不少重仓股近期都表现不错。

就在8月30日,长城行业轮动的今年以来基金净值增长率也超越100%,达到103.2%,同样成为2021年的“翻倍基”。

从持仓来看,这两只“翻倍基”在二季度末的前十大重仓股有些是一致的,可以说“英雄所见略同”。从长城行业轮动来看,重仓了宁德时代、恩捷股份、隆基股份、福莱特、阳光电源等,其中不少个股都是大

牛股,今年涨幅超过100%。

连续三年均出现翻倍基金

从基金历史收益来看,基础市场走好的背景下,权益基金年度收益翻倍也常常出现,而目前是2019年、2020年、2021年连续三年均出现翻倍基金,属于历史较为少见情况。

具体来看,2019年11月14日,广发双擎升级今年以来收益超过100%,当时是时隔三年多再次出现年度业绩翻倍的基金。

从2020年来看,是在7月23日,融通医疗保健行业今年以来收益已经超100%,成为当年率先收益率超100%的基金。

尽管今年整体A股指数涨幅并不算太大,仍有一批基金获得远超指数的业绩。这和市场逐渐分化有关,机构投资者的投研优势逐渐显露。 ■ 中国基金报 方丽