

# 金价再刷九年新高 银价上破 20 美元关口

**新快报讯 记者范昊怡报道** 昨日,现货黄金延续周一的上涨势头,持续刷新九年高位至 1823 美元附近,截至记者发稿时,现货黄金报 1840 美元/盎司。在金价的带动下,现货白银也创下四年新高,站上 20 美元关口,COMEX 期银涨 1.6%至 20.53 美元/盎司,沪银、白银 T+D 追随国际银价走高,涨幅均扩大至 4%。分析人士表示,这是一场迟来的涨势。

数据显示,与黄金的中长期走势高度正相关的 ETF 的持仓量也在不断增加,7 月 20 日全球最大黄金 ETF 持仓较上日也增加 4.97 吨,当前持仓量达到了 1211.86 吨。而全球最大白银持仓较上日增加 118.78 吨,当前持仓量为 16379.08 吨,截至 7 月 17 日,ETF 已经连续第 18 周出现买盘,今年到目前为止,白银 ETF 的持有量增加了 7500 吨,涨幅高达 35%。黄金和白银短期前景都看涨。有分

析认为,近期避险需求不断上升,而目前白银的供应减少,需求不断上升,在市场对供应的担忧之下,白银价格一路走升。摩根士丹利也看好白银的走势,在下半年展望报告中对白银的推荐仅次于铜,“由于强劲的金价和有利的金融条件,银价料将继续走高”,下半年实际需求也将恢复,这将进一步推动白银价格上涨,从而略微缩小金银价格比。此外,白银相对于黄金的价格仍然相对较低。自 4 月份

以来,金银比已经大幅下降,但从历史标准来看,仍处于较高水平。因此,在未来几个月银价将继续追赶金价,使金银比率正常化。

虽然银价受到黄金涨势的推动而走高,但一些分析师认为要想银价如金价一样继续上涨,还需要工业需求支撑,目前,白银最大的新用途是制造 5G 蜂窝技术的导体,而不是通常的珠宝、餐具和硬币的制造。

## 传滴滴将赴港上市 估值 800 亿美元

滴滴方面表示不予置评

**新快报讯 记者许莉芸报道** 昨日,有媒体报道称接近滴滴高管人士确认,滴滴正在筹备赴港上市,目标估值超过 800 亿美元(约为 5590 亿人民币)。对此,滴滴方面表示不予置评。“估值高低,成为滴滴上市的一大考验。”中南财经政法大学数字经济经济研究院执行院长盘和林对新快报记者表示,作为互联网企业,像滴滴这样的体量仍未上市的不多,一旦上市的话,市场能否撑起上述估值,成为考验滴滴的一大难题。

近年来,时不时传出滴滴即将上市的消息。不过这次滴滴上市似乎有迹可循。今年 4 月,成立七年多亏损超 500 亿元的滴滴突然宣布盈利。滴滴在接受媒体采访时曾表示,滴滴核心业务网约车已实现盈利,“只是微利”。对于上市问

题,当时柳青表示,滴滴有自己的上市时间表,将按时间表上市。

虽然多年亏损,但是翻开滴滴的融资历程,可谓是大资本云集。据 wind 企业库,滴滴融资已经有 19 次,最近一次融资为 2019 年 7 月 25 日,融资 6 亿美元,天眼查数据显示,投后估值 600 亿美元。其中最大的几笔投资分别是,2016 年 6 月滴滴 G 轮融资,软银中国、招商银行、阿里巴巴、苹果、蚂蚁金服、中国人寿投资 45 亿美元。2017 年 4 月,滴滴融资 55 亿美元,软银中国、交通银行、招行等领投。

据悉,滴滴目前资金状况仍然充沛,账面现金超过 500 亿元,但投资人方面有退出诉求。对于投资人方面,软银目前是滴滴的最大股东,从 2015 年到 2018 年,软银在滴滴投资约 108 亿美元。“不排除软银方面

对滴滴此时上市予以重要考量,而唯一的变量在于滴滴内部对于上市是否存在分歧。”有接近滴滴人士表示。

也有业内人士对新快报记者分析表示,虽然滴滴体量大,但是主营业务网约车的平台模式一直饱受亏损的质疑,因此加大科技成果落地、寻找新增长极成为滴滴上市前的当务之急。今年以来滴滴明显加快了新业务的拓展,新进入了跑腿、货运等领域,还有自动驾驶服务的落地。“无论是货运还是自动驾驶等新业务,对滴滴来说都是相关边界的拓展,滴滴在营业额、利润等各方面仍需要继续拓展,比如进军货运是滴滴需要寻找更多的利润来源,而布局自动驾驶除了对前沿技术的掌握,也更利于未来的估值。”盘和林表示。

## 海底捞上半年预亏约 10 亿

**新快报讯 记者陆妍思报道** 海底捞又道歉了。7 月 20 日,海底捞还在港交所发布了一个澄清公告称,董事会澄清由于无心之过,截至 2019 年 12 月 31 日止年度报告第 16 页披露的餐厅层面经营毛利率须修订为“18.6%”。原报告中该指标数据为“21.2%”。

这是一天内海底捞第二次道歉。有消费者反映在济南海底捞连城广场店就餐时,在乌鸡卷中吃出硬质塑料片,海底捞工作人员随后将剩余乌鸡卷撤走回收,并提出本单免单并赔偿 500 元火锅券的处理方案,但消费者拒绝该方案。7 月 20 日,海底捞方面表示,已于第一时间向顾客道歉并陪同顾客检查。经排查,此事为供应商工厂灌装环节员工操作不规范,导致产品标签掉落到产品中,公司将对供应商按管理制度处理,并要求供应商及门店加强规范。

据海底捞 2020 年 4 月 23 日发布的 2019 年财报信息显示,海底捞在全球共有 768 家门店,餐厅经营毛利率为 21.2%,2019 年总营收为 265.55 亿元,其中外卖收入为 4.48 亿元,占比为 1.7%。

此外,7 月 6 日,海底捞发布了 2020 年上半年盈利警告公告,公告显示,根据截至 2020 年 6 月 30 日止 6 个月的未经审核管理账目的初步审阅及董事会现时可得最新资讯评估,海底捞预期该期间收入相较于 2019 年同期下降约 20%。7 月 7 日,海底捞又发布盈利警告补充公告称,上半年预计净亏损约为 9 亿元-10 亿元,而 2019 年同期录得约 9.11 亿元的公司拥有人应占溢利,由盈转亏主要是受疫情影响。

自 2020 年 3 月以来,海底捞已经重新开放中国(不含中国港澳台地区)大部分暂停营业的门店,但却因为部分门店涨价而登上热搜,最后也是恢复原价并道歉了事。

## 买飞机、成立货运公司 快递企业加速优化运力

**新快报讯 记者郑栩彤报道** 今年 6 月的经营数据显示,顺丰控股等 4 家主要快递企业的快递业务量同比均显著提升,但受制于单票收入下滑,营业收入增长乏力。在价格战趋于激烈情况下,优化运力成为多家快递企业的重点发力方向。近日,顺丰航空又购进了一架全货机,加速货运机场枢纽建设。圆通速递及顺丰控股则成立了货运公司,发力冷链等领域。

6 月份,圆通速递、申通快递和韵达股份单票收入分别仅为 2.16 元、2.07 元和 2.36 元,同比下降幅度均超过 25%。顺丰控股同样没躲过快递价格战,其速运业务单票收入由去年同期 23.21 元大幅下滑至今年 6 月的 17.89 元。在单票收入拖累下,即便韵达股份、申通快递、圆通速递和顺丰控股 6 月快递业务量分别大增

42.7%、39.7%、54.6%和 84.2%,其业务收入也仅增长了 5.9%、1.3%、10.9%和 42%。

部分快递企业已能明显感受到营收压力。据申通快递半年报预告,上半年申通快递预盈利 0.69 亿元-0.89 亿元,同比缩水近九成。迫于营收压力。圆通速递及韵达股份 6 月份减小了快递产品的降价幅度,使圆通速递业务收入同比重新正增长,并结束了韵达股份连续 5 个月的快递业务收入同比下滑。

价格战背景下,如何优化运力、降本增效成为快递企业面临的一大难题。近日,顺丰控股与圆通速递频频发力航空货运。据民航局消息,顺丰航空刚刚获批北京至香港航线,圆通航空则获批石家庄至澳门航线。顺丰航空还于 7 月 19 日新购入年内第二架全货机,使机队规模增加至 60 架。货运机场枢纽建设也在加速。近

日,顺丰投资的鄂州机场宣布与华为合作打造智慧机场,圆通嘉兴全球航空物流枢纽则获得了实质性投资落户。安信证券指出,货运机场投入使用后将利于物流企业优化网络结构,降低综合成本。同时,有市场分析认为快递企业得到稀缺的航空货运资源后将抬高企业护城河。

随着货运量增加,圆通速递与优速快递还在 6 月底注册了全资货运子公司。其中,圆通在呼和浩特成立的圆汇物流有限公司注册资本达到 1 亿元。顺丰控股则继续在货运领域加码冷链物流。近日,顺丰冷链物流有限公司又在上海成了一家全资子公司,业务包括供应链管理服务等。从经营数据看,新业务已对顺丰控股营收形成一定支撑。6 月份,顺丰控股供应链营业收入达 5.6 亿元,同比大增 26.4%。

## 今年月饼线上市场争夺激烈 售价与去年持平

**新快报讯 记者陆妍思报道** “今年中秋节与国庆长假重叠,将有利于刺激和促进消费者的节日消费需求,而且在这特殊的一年,消费者对‘团圆’的需求表现会更加强烈,购买月饼会更倾向于首选安全、卫生和有品质保证的大品牌。”月饼即将进入销售旺季,广式月饼龙头企业广州酒家集团近日首次以云端形式召开 2020 年度中秋月饼推介会。广州酒家相关负责人表示,今年月饼原材料采购价格有一定涨幅,受疫情影响运输成本也相应增加,令月饼总体成本上涨,但基于当前的市场环境,为

进一步刺激消费,广州酒家将通过原材料大批量统一采购控制成本,并推出多项优惠活动吸引消费者购买,月饼销售价格与去年基本持平。

广州酒家相关负责人预计今年月饼线上购买的增量较大,月饼线上市场的争夺将更为激烈。目前即将进入月饼销售旺季,广州酒家将加强直播带货销售的力度,打造直播矩阵,在 7 月-9 月期间筹划超过 30 场的直播活动,联合头部主播、明星、腰部网红等全面覆盖,并布局包括天猫、抖音、快手等在内的直播矩阵,在自身的天猫平台主站与站外 KOL

同步开播,同时计划 8 月-9 月的工作日期间在天猫自营旗舰店每天安排一场直播,构建私域流量,催化月饼销量提高。

此外,随着 90 后和 00 后等“前浪”逐渐成为市场消费主力军,月饼口味也越来越多样化。据广州酒家相关负责人介绍,今年除四款流心月饼新口味外,还将携手宝可梦动漫 IP,将皮卡丘与传统广式月饼跨界“融合”,利用 IP 的加持打开新的消费市场,为月饼销售增长赋能。同时还将与国际知名品牌可口可乐合作,定制联名款月饼,结合营销活动扩大品牌影响力,让传统的地域品牌走向国际。