

中国平安成基金头号重仓股

基金一季度继续偏爱行业龙头,白酒行业受到青睐

羊城晚报记者 戴曼曼

今年一季度A股涨幅惊人,沪指累计上涨23.94%,所有偏股型基金全部实现了季度正收益。随着基金一季报的披露接近尾声,各类统计数据出炉,共有985只股票成为公募基金的重仓股,其中行业龙头继续受到基金公司的偏爱,中国平安成为基金头号重仓股,贵州茅台紧随其后。

基金一季度偏爱白酒行业

截至目前,公募基金一季报基本披露完毕。国金证券统计数据显示,截至目前,已公布一季度报的主动权益类基金共有757只,普通股票型基金和偏股混合型基金仓位分别为87.00%、82.92%,较上季度均有明显回升。其中股票型基金仓位升至历史次高位,仅次于2017年第三季度的88.14%。

公募基金一季度的积极加仓,到底看好了哪些行业?从目前的统计数据来看,白酒、农业、家电和保险等都颇受偏爱。国金证券统计数据显示,一季度基金增持比例较高的行业依次为食品饮料(白酒)、农业(猪)、电子(半导体)、家电(白电)、保险(平安、国寿)、医药(化学制药),增持比例分

别为4.30%、2.22%、1.02%、0.84%、0.62%、0.59%,其中农业为连续两个季度增持,而食品饮料、保险则由上季度的减持转为增持。

有增就有减,地产、银行、化工等则是一季度基金减仓集中的行业,以大型房企为例,一季度基金减持比例最高,为1.98%。

平安成为基金头号重仓股

从个股方面来看,中国平安则再度登上了基金重仓股的第一宝座。天风投顾的数据显示,一季度末有555只基金持有中国平安,相较于去年底增加了接近100只。目前,基金持有中国平安的总市值为305.48亿元,占流通股的比例为4.88%。与此同时,一季度增持的市值达到了123.59亿元。

在公募基金增持白酒股的背景下,不仅贵州茅台颇受公募基金青睐,有494只基金持有该股,同时一季度增持五粮液

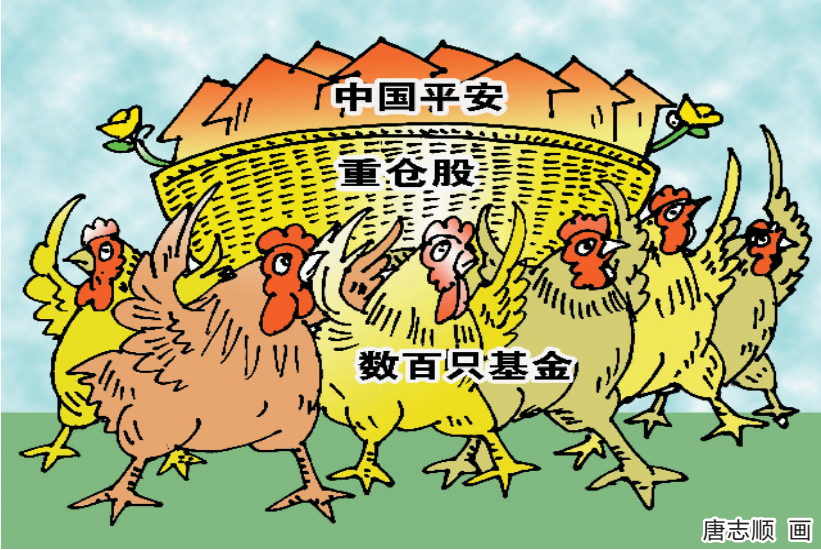
的基金更是成为最多。一季度季报显示,目前拥有309只基金持有五粮液,增持市值达到125.45亿元,基金持有总市值为175.99亿元。截至目前,五粮液的股价已经站上了100元,一季度涨幅接近100%,总市值更是高达3925.47亿元,登上深市市值第一的宝座。

其他个股方面,农业板块的温氏股份、牧原股份,白酒板块的泸州老窖、古井贡酒等都受到基金的青睐。不过从基金减仓的个股来看,天风投顾的数据显示,工商银行、保利地产、国电南瑞、中国中车等位列前

据天相投顾统计,截至一

季度末,纳入统计的2123只积极投资偏股型基金的前十大重仓股分别为:中国平安、贵州茅台、五粮液、伊利股份、招商银行、格力电器、立讯精密、泸州老窖、长春高新、海康威视。

一季度的股市不仅让股民跑步入场,基金公司也在摩拳擦掌掀起成立浪潮。据国金证券统计,截至4月19日,新成立基金已有36只,包括9只股票型基金、9只混合型基金、18只债券型基金。从募集规模上看,本月新成立的36只基金平均发行12.81亿份,其中混合型基金平均发行份额最高,为16.22亿份;股票型基金平均发行份额为7.07亿份。



相关链接

首批7只科创板主题基金获批

羊城晚报讯 4月22日,记者从基金公司获悉,首批7只科创板主题基金获批,分别来自易方达、南方、华夏、嘉实、工银瑞信、汇添富和富国7家基金公司。这意味着,基金量达不到50万元科创板投资门槛的投资者,很快可以借道科创板主题基金来参与科创板投资。

这7只基金分别是:易方达科技创新灵活配置、南方科技创新混合、华夏科技创新混合、富国科技创新灵活配置混合型基金、嘉实科技创新混合、工银瑞信科技创新3年封闭运作混合基金及汇添富科技创新灵活配置基金。

目前获批的科创主题基金应主要投资于科创板、中小板、创业板科技创新类股票,基本是开放式产品,只有工银瑞信是科技创新3年封闭运作混合型基金。根据批文要求,首批7家基金公司要在批复下发之日起6个月内进

行基金的募集活动,募集期限自基金份额发售之日起不得超过3个月。

今年以来,公募基金对科创板主题基金的申报热情不断升高。目前,除了上述基金公司的科创板主题基金获批外,据不完全统计,还有超过80只基金名字中有“科技”“科创”等基金在申报中。

南方基金副总经理兼首席投资官(权益)史博对记者表示,首批科创主题基金投资策略分为主动选股及战略配售。其中,采用战略配售投资策略需采用封闭式或定期开放式,并在基金法律文件中进行明确。由于科创主题基金参与科创板股票投资,同普通权益基金相比,存在以下三个特有风险:一是流动性风险,二是退市风险,三是投资集中风险。投资者应当从自身实际情况出发,适度参与基金投资,做好风险控制。(莫潼榕)

华为一季度销售收入猛增

智能手机发货量超过5900万台

羊城晚报讯 记者林曦、实习生吴伟婷报道:华为4月22日公布了今年第一季度成绩单,数据显示一季度公司销售收入1797亿元,同比增长39%;净利润率约为8%,同比略有增长。目前,华为已在全球范围内获得了40个商用合同。同时,已有70000多个5G基站已发往世界各地。

消费者业务方面,一季度华为智能手机发货量超过5900万台,目前已经成为重要收入支柱之一。华为消费者业务CEO余承东此前表示,华为智能手机业务今年研发投入超50亿美元,最快今年就可以做到全球市场份额第一,但有信心明年一定可以做到第一。根据此前公布的华为2018年年报,消费者业务首次超过运营商业务成为华为第一大收入来源。2018年,华为消费者业务实现销售收入3489亿元,同比增长45.1%,营收占比为48.4%。年报显示,2018年华为

(含荣耀)智能手机发货量2.06亿台,同比增长35%。

智能手机发展到今天,不得不重视国产手机的实力,当下的各大国产手机厂商的实力已经今非昔比。5G时代的到来,除了华为,也将成为OPPO、vivo等国产品牌走向世界参与竞争的重要契机。仅从京东平台可以看到,OPPO Reno系列新机的预约人数已经达到了97万之多。而本月中旬发售后,OPPO Reno更是一举摘得了多家平台的销量状元。而vivo当前的5G正式商用计划,已经提上了日程,根据推断,vivo首款正式对外发售的5G手机,最快有可能会在今年年中上市,稳步进入5G新品的第一梯队。

行业人士指出,虽然全球智能手机市场面临寒冬,但是中国手机厂商的整体成绩是一道靓丽的风景线,随着5G的进程加快,相信国产品牌将发挥更大功效。

广东税务招募千名“纳税服务体验师”

定业务流程,现场记录真实感受,为税务部门精准优化纳税服务提供

参考。 “纳税服务体验师”活动报名时间为4月22日至5月18日。广大纳税人和缴费人可通过全省各办税服务厅、“广东税务”微信公众号、广东税务局官网扫描报名二维码或点击报名链接填写

招募问卷报名成为“候选体验师”。广东省税务局将在招募结束后5个工作日内通过微信公众号和官方网站公布入选“纳税服务体验师”人员名单。

4月25日下午,广东省税务局将在广州市天河区宏太智慧广场举办“营商赢商,粤来越强——2019年广东税务优化税营商环境主题活动”,届时现场将同步进行“纳税服务体验师”咨询和



▲在琶洲FRESH超市瓶装水区域,摆满了大量外国品牌矿泉水,一瓶水售价高达几十元

瓶装水高端化将是市场趋势

中国瓶装水市场迎第二轮消费升级

文/图 羊城晚报记者 吴珊

当人们在超市拿起一瓶水,可能是因为包装、品牌抑或广告。未来,这些标准将变为“水源地”。近日,“2019中国·长寿乡深岩矿泉水高峰论坛”在惠州博罗举行,国内多位矿泉水专家、水文地质学专家、养生医学专家等聚焦瓶装水行业消费新升级,探讨中国高端矿泉水市场发展。

高端矿泉水增长强劲

近年来,我国瓶装水行业大致经历了两轮消费升级,第一轮由其他瓶装水向纯净水升级,代表性事件为怡宝纯净水市场占有率超过康师傅、娃娃哈等矿物水质。据尼尔森数据显示,从2012年起,怡宝瓶装水市场占有率持续上升,到2015年6月份首次超过康师傅达到19.9%,并与农夫山泉持平。

目前,中国瓶装水市场正在经历第二轮消费升级——由纯净水向天然矿泉水升级。据了解,近十几年来,中国瓶装水市场处于快速增长期,2004年瓶装水零售量约为2000万吨,2017年已突破亿吨大关。值得关注的是,在2004年,天然矿泉水在瓶装水市场占比约5%,到2017年已达18.68%。也就是说,天然矿泉水销量从100万吨增长至1800多万吨。中国矿业联合会天然矿泉水专业委员会秘书长廖雷表示,中国矿泉水市场今后仍然会以每年两位数的速度

快速增长。数据显示,在成熟市场中,天然矿泉水在瓶装水市场中占比较高,比如,日本为80%,德国为98%,西班牙为93%。

虽然国内矿泉水市场增长显著,但在高端矿泉水品类上,仍旧是国外品牌占主导,国产品牌仍处于成长期。在琶洲附近的FRESH超市瓶装水货架上,除依云外还有众多国外矿泉水品牌,比如皇家圣蓝、美丝、爱士威尔、富士山等,价格则从七八元到几十元一瓶不等,而国产矿泉水品牌并不多,价格仅在5元左右。据了解,国外矿泉水之所以出名,主要是因为“水源地”,比如依云水产自法国的依云镇,含有多钟微量元素。

那么,国产矿泉水市场占有率有待提高,是因为水源地不好吗?答案是否定的。资深地质勘查专家、华南钻井第一人、教授级高级工程师陈坤泉告诉记者,“依云”很贵,但它的水源水质没有中国的好。“我们中国有两个水源地,我认为是世界顶级的,排名不分先后。一个是长白山水源地,很多企业已在那里建厂;另一个就

在广东的博罗山脉。这里的水质雷同,细分起来不一样,但都过好依云。”

据了解,目前在博罗建厂的矿泉水企业主要有景田百岁山和高端矿泉水品牌鹿啄泉。前者在博罗县横河镇的生产线每天可生产矿泉水50多万箱,在中国包装水市场占有率名列第三,仅次于农夫山泉和怡宝。而鹿啄泉则主打高端家庭盒装矿泉水,以水源地为全国稀有地下200米钙镁质角岩为卖点,水质不同于一般矿泉水的花岗岩、火山岩、玄武岩等水源地。

高端化将是市场趋势

今年3月,东莞公布了采矿权出让市场基准价,成为广东省第一个完成采矿权基准价制定工作的城市,其中,矿泉水的基准价定为(保有储量)3.12元/立方米,不敌一瓶500毫升矿泉水的售价。“卖水”的高利润率也让巨头趋之若鹜。一方面,各大瓶装水公司不断推出新品牌以及加速市场

布局。比如,中粮可口可乐去年推出了矿泉水新品“中可·堪察加”,雀巢推出罐装矿泉水圣塔露。另一方面,不少企业在这场厮杀中倒了下去。今年1月,达能集团旗下矿泉水品牌“益力”停产了龙门工厂。达能集团相关负责人表示,达能中国饮料评估了其业务发展策略,并决定进行业务调整,停止生产和销售益力瓶装水。益力大桶水业务以及达能中国旗下其他品牌也不受影响。而前几年曾风光一时的“恒大冰泉”在市面上也是越来越少,一度恒大冰泉曾被爆出巨亏。看得见的是,恒大冰泉从最初的5元一瓶降到了2元多。

面对激烈的市场竞争,多位专家分析称,中国高端矿泉水市场潜力巨大。廖雷说,真正的好矿泉水并不是花点钱做广告就是一瓶好水,今年的工作重点将启动一系列矿泉水标准制订,比如冷矿泉水、火山矿泉水、冰山矿泉水等。“以标准的形式告诉消费者,矿泉水间的不同。”廖雷介绍说,目前评价过的全国矿泉水源地有4400多处,实际开发的约有1000处。

广东省市场监督管理局发布知识产权工作指南

羊城晚报讯 记者唐珩、通讯员粤市监报道:近日,广东省市场监督管理局(知识产权局)面向社会发布了《广东省专利导航工作指南》《广东省知识产权分析评议工作指南》,以提升全省专利导航和知识产权分析评议的规范化服务水平,精准指引全省专利导航和知识产权分析评议工作,充分发挥知识产权制度促进产业高质量发展的作用。

广东在国家知识产权局发布的《产业规划类专利导航项目实施导则(暂行)》及《企业运营类专利导航项目实施导则(暂行)》基础上,细化工作流程和分析内容,着力打造更能适应市场化要求、具有广东特色、可操作强的专利导航工作指南,切实为政府决策、

产业发展、企业管理以及技术研发等提供支撑和指引。工作指南中产业专利导航的部分,旨在从项目承担方的视角,从产业发展现状入手,梳理产业布局,分析产业发展现状与发展趋势,力图揭示产业整体发展态势,发现区域产业结构中存在的合理状况,并进一步给出建议,为区域产业发展、产业结构调整等制定区域发展政策提供参考。指南中企业专利导航的部分,旨在从项目承担方的视角,从产业发展现状入手,梳理产业布局、分析产业发展现状与发展趋势,为企业指出创新发展方向、制定创新发展目标、培育竞争优势、改善企业价值链地位、解决企业经营问题、规避企业经营中的知识产权风险以及进行

专利布局等决策提供参考。

在国家知识产权局发布的《知识产权分析评议工作指南》的基础上,通过细化工作流程和分析内容,广东打造了具有广东特色、更具参照价值的知识产权分析评议工作指南,其中特别针对企业越来越多遭遇侵权纠纷的大前提,专门梳理了分析评议流程。分析评议指南旨在从分析评议工作执行方的视角,分析和阐述面对不同知识产权问题或者经营决策时的分析评议内容和分析方法,力图让分析评议工作作为决策者提供更高的参考价值。指南通过进一步引导和规范知识产权分析评议工作深入、有序、精准开展,切实为政府决策、企业经营以及技术研发等提供指导和参考。

龙湖佛山升级产品技法 全新项目“傲云”首发

4月19日下午,“龙湖越秀·傲云”正央金钻级产品首发会在佛山举行。此次首发会邀请房地产行业专家共同探讨广佛十年人居发展成果及未来,并首度公开“傲云”的“龙湖产品技法”。

在首发会上,华南城市研究会副会长孙不熟表示,经过十年的发展,广佛之间距离已越来越接近。2018年广佛地铁的客流量达到2亿人次,甚至超过广州到南沙、增城等地的客流量。而广佛跨城通勤率约6.7%,超过北上深等一线城市。广东省房协专家委员会成员黄韬则认为,未来两地还会

越来越接近,在地铁、科教、文卫等方面都会按照一个城市去规划和打造。

谈及此次在祖庙推出新项目的龙湖,现场嘉宾都认为其在房地产行业已经成为一个IP,在产品和服务上都引领了整个行业的发展和升级。

据介绍,“傲云”摒弃传统的十字单体楼,不惜以更高的成本创新设计蝶形布局,确保每一户都是南向布局;并独创全龄超大面积空层,让小孩、老人、年轻人都有属于自己的空间,而这种超大面积空层空间在整个佛山楼市都是十分罕见的;而129㎡横厅大四房

的经典户型,从超过30种平面模块的组合中,细扣每个空间每1厘米的尺寸计算出的空间,实现南向超12m面宽、双阳台和全屋落地飘窗的设计,无论是观景晾晒还是通透效果,都在空间上体现出了巨大的优势;从细节上看,即便是入户大堂的石材都是采用由设计团队耗时1年,奔赴国内外超20个原料矿产实地实地考察,从50多款石材、100多种搭配方式对比优选的蓝金沙石材。

据悉,目前营销中心和样板间已同步开放迎客。

文/赵蕤华

颁奖季喜报频传 圆信永丰金牛奖再下一城

每年春季,基金业各大专业评选陆续揭晓。上周日,第16届中国基金业金牛奖正式揭晓。圆信永丰基金再下一城,斩获“金牛进取奖”大奖,这是圆信永丰基金继2018年夺得第15届基金业“成长基金管理公司奖”、“2017年度明星基金公司成长奖”之后,再次获得三大报奖项肯定。

作为海峡两岸联合率先成立的基金公司,圆信永丰基金自成立以来,秉持稳健风格,注重投研建设,十分专注价值的理念,在权益投资上取得了不俗的成绩,其股票投资能力备受专业机构的肯定。在《海通证券三年综合系列基金评

级》中,圆信永丰基金获得基金管理人股票投资能力评价五星评级,其参选权益产品近三年的净值增长率达29.59%。

值得一提的是,圆信永丰基金在权益投资上颇有建树的同时,坚持以匠人精神去打造基金产品,旗下权益类产品的规模不断扩大。无论行业、风格如何轮动,凭借其完整的产业布局均捕捉到机会。根据数据显示,截至2018年4季度末,圆信永丰基金共有11只权益类产品,权益类资产管理规模合计98.67亿元,排名130家基金公司的第49位。

面对二季度市场,圆信永丰基

金相关人士表示,我们乐观认为2019年市场尽管在震荡寻底,但其短期涨幅不排除会超预期。在财政政策更加积极,货币政策边际宽松,积极稳增长的政策基调下,风险偏好会大幅好转。机会更多是结构性的,特别是一些顺政策周期,逆盈利周期的行业和个股会有明显的机会。把握科创板发展契机,聚焦5G、新能源汽车、半导体、智能制造、工业互联网等科创板辐射板块。我们将继续践行风险可控和追求绝对收益的核心投资理念及专业、诚信、和谐、创新的经营理念,以投资者为本,为投资人提供专业、优质、贴心的理财服务。

天弘指数基金贴心推出“三大理财工具”

近日数据显示,沪深两市投资者突破1.5亿,单月新增投资者数量创下近两年来新高。而随着大家跑步进场,加强投资者教育的呼声也越来越高,各路机构也在积极行动。一些基金公司针对投资者“如何卖”也推出了贴心的在线投顾服务,例如天弘基金的“目标赢定投”,在定投的基础上帮助投资者设定目标收益率,自动止盈,实现“聪明卖”。

如果说传统的基金定投主要针对对投资者克服面对市场下跌时的“焦虑与恐惧”,那么天弘基金开发的“目标赢定投”服务,

则能进一步帮助投资者克服在价格上涨过程中的“纠结与贪婪”。值得一提的是,天弘基金的“目标赢定投”还能较好地纠正我国投资者追求投资收益而忽视投资风险的问题。

事实上,目前我国市场对于投顾服务的需求非常大,报告显示,受调查投资者表示主要依靠自己分析做出投资决策,根据网友投资专家推介和接受投资顾问辅导的两类投资者占比不足一成,但同时受调查投资者整体证券知识掌握程度一般,近七成属于新手上路。

针对这一现象,拥有大量

客户基数的天弘基金近年来非常强调交易流程投顾化和投顾服务产品化,在着重布局的指数基金系列产品方面表现尤为突出,除了上述的“目标赢定投”,天弘基金近期还推出了针对A股市场大小盘风格,帮助投资者骑牛躲熊的指数“二八投资策略”,以及通过公布赚钱达人的持仓情况,并邀请大V进行专业解读的“收益王者”,组成“三大理财工具”,切实帮助投资者更好的利用指数基金这一投资利器,分享证券市场丰富机遇。

鹏华全球高收益债今年以来收益率超10%

在全球经济放缓以及货币政策宽松预期下,长端利率的下行对中美美元债的估值修复形成明确的利好。截至4月12日,鹏华全球高收益债人民币份额(000290)、美元份额(001876)成立至今累计涨幅分别为49.37%、22.23%,年化收益7.61%、5.79%。鹏华全球高收益债美元现汇份额今年以来累计涨幅10.15%,人民币份额今年以来上涨7.72%,两类份额均在同期同类中排名领先,表现颇为亮眼。