

温网·人物

# 王欣瑜： 期待伦敦的风向巴黎

羊城晚报记者 龙希

2024温布尔登网球锦标赛激战正酣，作为中国军团走得最远的选手，中国“金花”王欣瑜以女单16强的成绩结束了今年的温网之旅。北京时间7月11日深夜，王欣瑜在英国伦敦接受了羊城晚报的线上采访，谈起了她在温网首次闯入女单16强的历程，也展望了即将到来的巴黎奥运会。

王欣瑜(左)/郑赛赛  
在比赛中交流  
新华社发

## 解压 秘诀 保持专注 享受比赛打好每一分

在今年温网，王欣瑜虽然止步女单16强，但也创造了职业生涯在温网的最好成绩。回顾本次温网之旅，王欣瑜的表现惊艳。首轮击败保加利亚选手托莫娃；第二轮更是击败了美国名将佩古拉，拿到了职业生涯对阵世界前五球员的首场胜利；第三轮对阵英国选手达达的比赛，王欣瑜上演大逆转拿下比赛，让人热血沸腾。虽然最后在第四轮未能击败乌克兰名将斯维托丽娜，但王欣瑜不仅成为了本次中国选手中走得最远的单打选手，更成为了温网近五年来第一位晋级女单16强的中国“金花”。

在今年之前，王欣瑜两次出战温网单打正赛，2021年首轮出局，2023年止步第二轮。短短几年实现质的飞跃，王欣瑜认为她的突破来自积累：“这是我第一次在温网取得这样的突破，赢下来的这三场比赛都非常不容易，特别是第二

# 钱存银行不如买银行股？

羊城晚报记者 黄颖琳

## 领涨A股 上半年涨幅超17%

“又涨了，收益比存定期三年还高！”近日，家住广州南沙的张小姐心情不错，她在年初买入的某只国有银行股，今年以来股价涨幅已超20%，马上也将收获“真金白银”的分红派息。

数据显示，2024年上半年，银行板块上涨逾17%，在A股31个申万一级行业中排名第一，“钱存银行不如买银行股”的说法也随之流行。有业内人士认为，银行本轮行情领涨，与基本面呈现好转态势，以及高股息资产具备长期投资逻辑等相关。记者梳理发现，上市银行掀起“发红包”热潮。据不完全统计，仅7月份就有19家上市银行已经或即将进行2023年度分红，分红金额预估超4600亿元。不过，分析认为，银行业仍面临不少挑战，投资者继续“上车”需更加谨慎。



大连星海金融商务区

CEB

中国建设银行

中国农业银行

锦州银行

中信银行

兴业银行

大连农商银行

中国银行

工商银行

建设银行

华夏银行

广发银行

渤海银行

CHINA BOHAI BANK

## 千亿“红包”陆续到账，银行股“赢麻了”

# 千亿“红包”陆续到账，银行股“赢麻了”

羊城晚报记者 黄颖琳

## 领涨A股 上半年涨幅超17%

今年以来，银行板块走出估值修复行情，持续领涨市场。羊城晚报记者根据同花顺iFinD数据统计，上半年，银行板块上涨幅度逾17%，位居申万一级全行业涨幅第一。截至7月11日，42只银行股当中，有9只年内区间涨幅（前复权）超30%，最高甚至达45%以上。

以国有大行为例，今年上半年，交通银行、农业银行、工商银行、建设银行、邮储银行和中国银行的股价均有超过15%的上涨，浦发银行、中信银行、招商银行、华夏银行等股份制商业银行表现不俗。从排名来看，南京银行、成都银行和常熟银行位列板块内涨幅前三，均超过30%。

不少投资者也尝到了甜

头。来自广州南沙的张小姐是其中一员，她于今年年初买入某只国有银行股，其间也有进行分批回购。她告诉记者，“目前是涨的，持有收益率较高时可达到42%以上，这比在银行存定期三年单日年利率还高，而且马上也要分红了。”

银行股为何成为2024年A股半程冠军？一位证券资管业内人士解释称，基本面呈现好转态势，以及在优质资产稀缺的情况下，高股息资产具备长期投资逻辑等，是当下市场继续看好银行股资产的理由。

同样地，永盈基金分析认为，今年以来权益市场波动较大，投资者风险偏好下降，倾向于寻求收益较为稳定的资产；相较于银行股，银行股有波动较小、收

益确定性较强，且股息率较高的特性，因此受到资金的青睐。

但也有投资者关心，接下来是否适合“上车”。部分机构表示，在高股息逻辑有望持续的背景下，下半年银行板块仍值得关注。其中，华夏基金表示，作为配置性资产，银行股向下安全边际有高股息率支撑，同时兼具顺周期属性，随着经济回暖，估值存在向上的弹性；另外，银行的负债成本趋于下行，这些或进一步推动银行股估值的修复。

上述证券资管业内人士则提醒，尽管目前看起银行股很“香”，但是行业仍面临不少挑战，比如净息差、资产质量、非利息收入等方面都有一定的压力，如再补仓需要注意风险，保持谨慎投资。

## 银行红包哪家最“阔绰” 工行建行分红超千亿元

银行股走强之时，各家银行也纷纷掀起了“发红包”的热潮。据不完全统计，仅7月份就有19家上市银行已经或即将进行2023年度分红，分红金额预估超4600亿元。

从总体A股上市银行的分红方案来看，招商银行算得上“最慷慨”，每10股派19.72元，现金红利发放日为7月11日；其次是兴业银行，每10股派10.40元，现金红利发放日为7月9日，同样诚意满满。

分红总金额方面，目前超过千亿元的有两家：工商银行排在首位，本轮派发现金股息达到1092.03亿元，其中A股分红826.09亿元，现金红利发放日为7月16日；建设银行紧随其后，派发现金股息为1000.04亿元，现金红利发放日为7月12日。

另外，农业银行、中国银行、交通银行、邮储银行、招商银行、兴业银行、浦发银行和平安银行等2023年度分红总额亦均跨过百亿元门槛。

让投资者感到好奇的是，郑州银行是当前唯一未发布分红计划的上市银行，因而收到了中小投资者服务中心的《股东质询函》。该行在回复公告中解释称，2023年度不进行现金分红主要考虑了以下因素：一是盈利能力持续承压，二是顺应监管引导增强风险抵御能力，三是商业银行资本监管政策要求日益趋严。

记者留意到，与往年不同，今年还有10余家银行启动了2024年度中期分红计划。除了六家国有行的重磅“官宣”，江苏银行、沪农商行、紫金银行、

上海银行、苏州银行、兰州银行等多家中小银行也纷纷表示拟进行中期分红。这或意味，部分银行一年两次的“红包雨”已成定局。

对此，有券商研报指出，上市银行推进中期分红是对新“国九条”的积极响应。新“国九条”提到，“强化上市公司现金分红监管。对多年未分红或分红比例偏低的公司，限制大股东减持、实施风险警示。加大对分红优质公司的激励力度，多措并举推动提高股息率。增强分红稳定性、持续性和可预期性，推动一年多次分红、预分红、春节前分红”。同时，在当前的市场环境下，通过中期分红也向投资者展示了稳健的盈利水平，增加投资者回报获得感，从而提振股市情绪。

巴黎奥运羽毛球抽签结果出炉

## “凡尘”陷“死亡之组” 男双因乌龙推迟

世界羽联7月12日举行巴黎奥运会羽毛球小组赛抽签仪式，女双组合陈清晨/贾一凡陷入“死亡之组”，男双项目抽签宣布延迟举行，理由很荒谬——世界羽联积分出错，导致另一对法国男双组合通过申诉临时获得了奥运会参赛资格。

按照原计划，2024年巴黎奥运会羽毛球小组赛抽签仪式于7月12日吉隆坡时间下午4时（格林威治标准时间+8小时）在世界羽联总部举行。混双项目世界排名第一的郑思维/黄雅琼分在A组，与韩国组合金元昊/郑娜恩、东道主组合吉凯尔/德尔吕以及印尼组合里瓦尔迪/门塔里同组；冯彦哲/黄东萍分在D组，与美国组合邸恺翔/珍妮·盖、马来西亚组合陈堂杰/杜依蔚、新加坡组合许永凯/陈薇涵同组。两组突围难度均不大。

女双世界排名第一的陈清晨/贾一凡则没那么好运，她们与日本组合、世界排名第6的松本麻佑/永原和可那，马来西亚组合、世界排名第13的陈康乐/蒂娜，印尼组合、世界排名第9的拉哈尤/拉马丹蒂同分在A组，场场都是硬仗。另一对中国小将刘圣书/谭宁与“凡尘组合”分在同一个半区，不过小组签运不错，与美国组合许忻霏/许怡

意外被踢出局的科尔韦/拉巴尔一起上诉至国际体育仲裁法庭，最终判决世界羽联应该将科尔韦/拉巴尔加入奥运资格行列，最终导致奥运会男双抽签仪式推迟。羊城晚报记者 苏荇



陈清晨(左)/贾一凡在比赛中 新华社发

# 财经 A7

## 财经 辣评

# 宝马说要退出价格战 价格和价值之争未休止

凡事只认便宜，也是一种“消费陷阱”

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

昨日，“宝马中国将退出价格战”登上了热搜。

据报道，宝马中国决定退出持续近一年的“降价保份额”。消息称，因价格战导致门店亏损严重，宝马将从7月起，通过减少销售量来稳定价格，缓解门店的经营压力。

针对这一传闻，宝马中国方面表示，下半年宝马在中国市场将重点关注业务质量，支持经销商稳扎稳打。

有报道指出，降价没有换销量显著增长。宝马中国上半年累计卖出37.6万辆车，同比下降4%。同期宝马全球销量同比增长。

目前国内汽车界普遍都在打价格战，几乎没有哪一家不被牵扯其中。有的是主动降价，有的是被动迎战，但是降价效果千差万别。挑头降价的，其地位越来越稳固，被动跟随的，却是越降越亏。

究其原因，挑头的，是在以其销量领军的地位，通过对价格区间进行试探和定位，不断重塑价格体系，进而影响消费者的价值观。因为卖得越好，主动再减价，就会更好。这是一种攻势的战略，是要攻城略地的。因此其降价，是战略规划之下有预谋的兵力和财力的消耗，单纯目的是夺得更多的城池和地盘。

但是被动跟随的，就很艰难了，因为属于守势，“打骨折”本来不在战略部署之列。因为兵源和粮草不足，哪里还敢开门杀敌，一冲千里。所有的资源，比如营销、活动、广告费用都只能省着来用。更多的利润让出去了，元气受损，后遗症必然无力。

更重要的是，被动加入价

格战的，表面上看是勇者无惧，其实一定是贬损品牌形象的。因为它在暗示市场，自己的渊源、硬件、耐久、稳定、安全、售后和服务都不重要了。一旦消费者淡忘了品牌背后的价值，只看价钱是贵几千还是便宜一万，那么品牌的护城河就会失守。销售人员说什么都没用，广告讲什么也没用，价值重塑将非常困难。

主动价格战的深层本质不是经济战，它是一种“现实扭曲力场”。车企总一说企业必须有利润才有未来，马上就会被招来骂声。车企网红一说把利润都给消费者，加量不加价，马上上涨。可是车企不赚钱了，没钱搞研发了，只停留在当下的让利，还有未来吗？

如此风潮之下，导致了人们思维极简化，一切只看谁便宜，因为在未来不明朗的当下，低价就能够实现“及时行乐”。越来越多人还坚信，是消费者的强大，信息的透明，技术的提高，导致了著名车企也必须走下神坛。于是汽车成了无差别的快消品，而不是需要时间考验的、关乎生命的耐用品。

如今宝马的行为，是否会让他重获尊重和止跌上扬，依然需要经历市场的考验。这已经不是价格战，而是长期的心理战、认知战，也是生存之战。

如果说涨价是企业挖的“陷阱”，那么降价难道不可说是埋得更深的陷阱吗？

现在国内车企的配置乃至设计，就是在往高度同质化的方向狂奔的。如果低价成为了汽车业界唯一的竞争手段，是否想想都觉得可怕？