

财眼

批发端价格同比暴涨超80%
柠檬成今夏新晋“水果刺客”

今年夏天,榴莲、阳光玫瑰葡萄等“水果刺客”价格逐渐亲民,令人意外的是柠檬异军突起,成为水果界的新晋“刺客”。近期,全国多地柠檬价格大幅上涨,有网友发文感叹:“连柠檬水都快喝不起了。”数据显示,柠檬批发价同比上涨超过80%,无论是消费者还是餐饮业者,均感受到明显压力。业内人士指出,国内柠檬产量锐减,价格短期内或将持续攀升。

■新快报记者 张晓茵



水果店生意影响有限

全国农产品批发市场价格信息系统显示,2025年7月柠檬的平均批发价格为14.02元/公斤,而2024年7月柠檬的平均批发价为7.76元/公斤,今年价格同比上涨约80.67%。

批发价的上涨迅速传导至零售市场,有网友在社交平台晒出的订单截图显示,去年4月,其在小象超市购买两个柠檬仅花费2.99元,而今年7月,同样的柠檬2个已涨至7.99元,“价格翻了倍,肉眼可见地贵了。”

7月1日下午,新快报记者走访了白云区多家水果店看到,零售端的柠檬多以“个”或“两个一包”出售,尽管柠檬通常被摆放在货架角落位置,但其价格却高于不少摆在“C位”的水果。

在一家连锁水果店,柠檬单个零售价高达6.9元。在一家社区水果店,“两个一包”的柠檬每包售价在6元-10元。记者观察到,多数水果店柠檬库存较少,有一家水果店甚至只剩最后一包,且品质并不新鲜。

“今年连5元(两个)的柠檬都很难买到了。”店主们普遍表示,今年柠檬零售价较去年翻了一番,但柠檬涨价对零售水果店生意影响有限。“我们主要卖销量大的水果,柠檬这种一次买很多的顾客比较少,大多数人只买一两个用来泡水或做菜,进货多了反而卖不出去。”一位店主坦言。

餐饮商家感受到涨价压力

与水果店主感受大不同的,是以鲜柠檬为主要原料的餐饮商家,他们明显

感受到了涨价带来的压力。

社交平台上,有卖柠檬水的商家向同行询问,在柠檬价格上涨情况下是否应调价。记者走访时也了解到,有饮品店自今年5月起已将柠檬水价格小幅上调了一元。“价格还在涨,但我们暂时不打算再次涨价,涨幅过大时才会再考虑。”该店主表示。

连锁品牌方面,截至7月2日下午,蜜雪冰城的“冰鲜柠檬水”尚未涨价。但市场消息称,有蜜雪冰城加盟商指出柠檬原材料价格已走高,“现在卖的都是请大家喝的。”

与此同时,电商平台上,一些依赖鲜柠檬的手作制品价格也出现了上涨。某宝店铺的手作柠檬果酱,去年7月底销售价格为46.35元,如今已涨至55.57元。

柠檬新果预计9月份上市

百果园相关负责人向新快报记者透露,柠檬价格自今年4、5月起持续上涨,主要是因为去年天气干旱,导致国内产区柠檬减产约三分之二,而南非柠檬的到货量也同比大幅下降。该负责人表示,柠檬新果预计9月份上市,目前处于库存果销售期,今年新果上市前,柠檬整体价格还将处于上涨趋势。

在小红书上,一名销售四川安岳柠檬的果农分析称,除去年干旱导致的减产外,“今年春天非常短暂,春花还没完全绽放就进入了夏季,这意味着下一季的果子也续不上,价格自然会涨。”该果农称,目前来看,夏花开花情况也不太理想,预计产地柠檬价格将继续走高。



A股IPO受理量激增 今年已有177家远超去年

6月“井喷”受理了150家

新快报讯 记者涂波报道 受理量激增!今年上半年A股已受理177家企业IPO申请,远超去年全年的77家。其中,6月受理150家,占已受理企业的85%;广东、浙江、江苏三省的受理数占已受理企业的六成多。6月中旬,证监会明确重启未盈利企业上市标准,为科技创新型企业打开了融资通道。

今年上半年A股新受理的177家IPO企业中,有9家申报沪市主板,11家申报深市主板,21家申报科创板,21家申报创业板,115家申报北交所,合计计划募资约1700亿元。从行业来看,制造业企业占据主导,集中在计算机、通信、电子设备制造等领域。主板方面延续了支持“大盘蓝筹”的特色,同时对新消费企业敞开怀抱。百菲乳业、南方乳业等消费类企业的受理,呼应了近期金融

支持提振和扩大消费的政策导向。

从募资金额看,今年3月深市主板受理的首单IPO项目华润新能源,拟募资金额最高,达245亿元,或将刷新深交所的IPO募资纪录。资料显示,华润新能源主营风力发电、太阳能发电的电力销售。此外,主营显示面板的惠科股份拟募资85亿元,从事GPU及相关产品研发、设计和销售的摩尔线程拟募资80亿元。

广东作为经济强省,上市公司数量位居全国榜首,且2024年新增上市公司数量也位居全国首位。公司整体盈利能力较为稳健,约74.86%的广东上市公司实现了盈利。

今年,IPO已被受理的广东公司,涉及电子、机械制造和跨境电商等诸多领域,如6月27日被受理的广东锐锐数控、深圳大普微电子和千岸科技等。值

得一提的是,4月25日向广东证监局提交IPO辅导备案的粤芯半导体,是广东省本土自主创新的“国家高新技术企业”,也是粤港澳大湾区全面进入量产的12英寸芯片制造企业,被誉为“广州第一芯”,其辅导机构为广发证券,这将是广东全力打造中国集成电路“第三极”的标志性事件。

对于IPO受理量激增,有分析指出,一方面,财报更新节点临近,为避免补充更新招股书财务数据,影响上市进程,发行人和保荐机构倾向于在6月30日财报有效期前提交材料;另一方面,证监会在6月中旬明确重启未盈利企业上市标准,为科技创新型企业打开了融资通道,这一政策红利直接刺激了6月底的这波申报热潮。展望后市,随着下半年财报更新节点临近,IPO受理或将保持活跃。

央行:
8月1日起现金买黄金
钻石达10万元需上报

新快报讯 记者范昊怡报道 近日,中国人民银行印发《贵金属和宝石从业机构反洗钱和反恐怖融资管理办法》的通知(下称《办法》),从适用对象、起点金额、客户尽职调查具体情形等方面进行明确规定,将贵金属和宝石全产业链纳入反洗钱监管。

《办法》提出,从业机构开展人民币10万元以上(含本数)或者等值外币现金交易的,应当根据本办法规定履行反洗钱义务。其中,从业机构是指在中华人民共和国境内依法从事贵金属和宝石开采、加工和中间交易、零售、回收等现货交易的交易商。

根据《办法》要求,从业机构应根据客户特征和交易活动的性质、洗钱风险状况,开展客户尽职调查。其中提出,客户单笔或者日累计金额人民币10万元以上(含10万元)或者等值外币现金交易的,从业机构应当按照规定在交易发生之日起5个工作日内向中国反洗钱监测分析中心提交大额交易报告;发现或者有合理理由怀疑客户、客户的资金或者其他资产、客户的交易或者试图进行的交易与洗钱等犯罪活动相关的,不论所涉资金金额或者资产价值大小,应当按照规定及时向中国反洗钱监测分析中心提交可疑交易报告。《办法》中,“贵金属”是指黄金、白银、铂金等及其铸币、标准条锭、制品、中间产品和精炼后的原材料等,“宝石”是指钻石、玉石等天然宝石的各类原材料及首饰、制品实物形态。“贵金属和宝石交易场所”则包括上海黄金交易所、上海钻石交易所等依法批准成立的集中交易场所。

上述《办法》自2025年8月1日起正式施行,旨在预防洗钱和恐怖融资(简称“洗钱”)活动,遏制洗钱及相关犯罪,加强和规范贵金属和宝石从业机构反洗钱工作。

小众乳企百菲乳业递表上交所
毛利率高达40% 研发支出却寥寥

新快报讯 记者张晓茵报道 近日,广西百菲乳业股份有限公司(下称“百菲乳业”)递表上交所,拟冲刺上交所主板。作为一家主营水牛奶业务的企业,近年来,百菲乳业业绩及毛利率显著提升,电商销售投入不断加大,但其研发费用率依然偏低,旗下品牌“百菲酪”还曾因食安问题被罚。

百菲乳业成立于2017年,是广西百菲投资股份有限公司(下称“广西百菲”)的子公司,也是由广西百菲的乳制品业务转移而来。2018年,广西百菲曾挂牌新三板,后于2021年退市。2023年,百菲乳业签署辅导协议,筹备沪市主板。一年后,公司又挂牌新三板,转战北交所。2024年底撤回北交所申请,今次再转回沪市主板。

从业绩来看,近年来百菲乳业业绩良好,2022年-2024年,其营收分别为7.8亿元、10.75亿元、14.23亿元;归母净利润为1.15亿元、2.26亿元、3亿元;其

毛利率为27.97%、35.94%和40.39%。值得一提的是,2024年公司毛利率在同行业可比公司中位居首位,超越了伊利股份的33.88%、光明乳业的19.23%、皇氏集团的24.41%。

然而,毛利率的增长与其商业模式密切相关。据了解,2022年以来,原奶价格持续下行,为百菲乳业这类依赖外购原奶的企业带来了成本红利。招股书显示,百菲乳业约95%的水牛生鲜乳依赖外部采购。2022年,其生鲜乳采购均价为7534.74元/吨,而2024年均价已下降至4879.15元/吨,但其也指出,若原材料价格上涨,公司未能采取有效成本管控,则可能导致毛利率下滑,进而影响业绩。

近年来,百菲乳业销售费用增长迅速,2022年-2024年分别为6534.73万元、1.07亿元、1.93亿元。其中,电商渠道费涨幅尤为显著,2023年为3736.29万元,2024年大幅升至8492.28万元,涨

幅达127%。百菲乳业表示,公司线上销售渠道持续发力,对电商销售佣金、业务推广费大幅投入,以进一步提升“百菲酪”品牌知名度所致。

相较于销售收入,百菲乳业的研发费率处于较低水平,2022年-2024年分别为0.34%、0.43%、0.58%。尽管乳制品行业整体研发费率普遍不高,但百菲乳业研发费率相比同行业可比公司仍处于较低水平。2024年,同属水牛奶赛道的皇氏集团研发费用率为3.52%,伊利股份为0.75%。在市场看来,“创新性不足”或是其折戟北交所的原因。

对于食品企业而言,食安问题至关重要。公开资料显示,2021年3月,百菲乳业曾因生产经营不符合食品安全标准的“百菲酪”水牛纯奶,被监管部门罚款28万余元;同年6月,东莞市市场监督管理局还在抽检中发现,百菲乳业生产的一款“百菲酪”水牛高钙奶钙含量未达到标准要求。