

财眼

年内超80家中小银行“补血” 国资成增资主力

中小银行业增资扩股热潮今年持续发酵,截至2026年3月初,已有超过80家城商行、农商行及农信社完成注册资本变更,其中绝大多数为增资。本轮增资潮中,地方国有资本深度参与主导,多家区域城商行密集推进增资工作,背后折射出中小银行缓解资本压力、提升风险抵御能力的迫切需求。

■新快报记者 范昊怡

多家城商行密集增资

2026年以来,各地城商行增资动作频频。3月7日,成都银行发布公告称,已收到四川金融监管局批复,同意其注册资本由37.36亿元增至42.38亿元。据悉,此次注册资本变更源于该行可转债提前赎回并退市,转股后股份总数增至42.38亿股,进一步优化了资本结构。

2月上旬,湖北银行公告完成18亿股股份发行,总股本增至94.12亿股,合计募资76.14亿元。此次发行后,截至2025年末,湖北银行资本充足率提升至12.62%,核心一级资本充足率达8.96%,较2024年末均有明显提升,有效增强了风险抵御能力。值得注意的是,该行53位法人股东中,35位为新增国有法人股东,仅1家为民营企业,地方国资主导特征显著。

广州银行也在积极推进增资扩股筹备工作,旨在进一步补充资本、优化

资本结构,为后续业务持续健康发展夯实资本基础。

国资托底助力高质量发展

国家金融监督管理总局数据显示,截至2025年四季度末,我国城商行、农商行平均资本充足率分别为12.39%和13.18%,均低于商业银行15.46%的平均水平;不良率则分别为1.82%和2.72%,显著高于行业1.50%的平均水平,部分银行核心一级资本充足率已逼近监管红线,补充资本成为必然选择。

本轮增资呈现鲜明的整体特征,主体集中、规模分化且监管推动力度显著。除新疆银行、青海银行等少数城商行外,本轮增资主体多数为各地农商行及农信社,仅江西上饶监管分局就在1月6日单日批复了10家农商行的增资计划。

此外,地方国资的深度参与中小银

行“补血”。如雅安市商业银行增资扩股方案获核准后,雅安经济技术开发区财政金融局等四家国资背景股东将借此正式入局,助力该行总股本实现超73%的增幅,国有股占比也将同步提升。九江银行、青海银行的增资计划中,同样有西部矿业、青海交通控股等国资力量的参与。

监管层面的推动作用尤为明显,1月4日至6日的三天内,就有超过30家银行的增资计划获得监管批复,覆盖广西、河北、四川等多个省份,充分体现了监管部门对中小银行资本达标、稳健发展的高度重视。

业内人士分析认为,地方国资主导增资,是“短期风险化解+长期改革转型”的组合拳,短期可快速补充资本、修复市场信心、规范公司治理,长期能通过政银协同,引导银行聚焦地方主业,服务区域实体经济。



独家中成药涂剂成“摇钱树” 汉方制药递表港交所 高毛利背后利润承压

新快报讯 记者张晓茵报道 近日,山东汉方制药股份有限公司(下称“汉方制药”)递表港交所,拟登陆港交所主板。汉方制药旗舰产品复方黄柏液涂剂为国家二级中药保护品种,这使公司在市场上获得独家优势。不过,汉方制药业绩高度依赖旗舰产品,毛利率虽高但盈利承压,旗舰产品保护品种证书未来到期的不确定性,也为公司发展带来了潜在风险。

存在“轻研发重营销”情况

汉方制药是一家专注于皮肤及黏膜疾病治疗的医药企业,公司旗舰产品复方黄柏液涂剂是中国中成药领域目前唯一获批的处方涂剂。

依托独家生产优势及剂型稀缺性,复方黄柏液涂剂在相关市场保持稳固地位。弗若斯特沙利文资料显示,2024年该产品销售额在中国外用中成药市场排名第四,占据了1.1%的市场份额。近年来,公司毛利率持续保持在80%以上,截至2025年前三季度毛利率高达84.3%。

然而,高毛利背后,公司盈利能力面临一定压力。2023年至2025年前三季度,汉方制药实现营收分别为10.53亿元、9.92亿元及8.03亿元,同期利润为2.37亿元、1.99亿元及1.45亿元。

造成这一现象的原因,一方面是根据相关政策要求,复方黄柏液涂剂对医院的最高售价下降;另一方面,销售及营销开支对利润的侵蚀明显。2023年至2025年前三季度,公司销售费用率分别为48.7%、48.65%和52.31%,而研发费用率仅为5.41%、6.01%和5.18%。

独家壁垒有到期风险

目前,复方黄柏液涂剂是汉方制药最大收入来源。2023年至2025年前三季度,复方黄柏液涂剂的销售分别占汉方制药总收入的99.8%、99.8%和99.7%。汉方制药预计,未来复方黄柏液涂剂仍将占据其收入的绝大部分。

尽管复方黄柏液涂剂是汉方制药的“摇钱树”,但公司也因此面临显著的单一产品依赖风险,无论是医疗界与消费者的认可度、原材料价格波动等因素,都可能影响公司的业绩和盈利能力。

其次,招股书显示,复方黄柏液涂剂获得的国家二级中药保护品种证书将于2030年7月20日到期,若届时未能顺利续期,汉方制药业绩或也会遭受重大冲击。

事实上,汉方制药已意识到这一风险,也正推动化妆品、安宫牛黄丸及乌鸡白凤丸等多元化收入来源。而本次IPO,公司亦拟募资研发新候选产品等。

值得注意的是,汉方制药在募资发展的同时,也进行了大额分红。2024年及2025年前三季度,公司分别分红5000万元和1.5亿元人民币。从股权结构来看,这部分分红将流向实际控制人“秦氏兄弟”口袋。

狂拉50%后 山东墨龙连发公告“泼冷水”降温

监管提醒:题材炒作脱离基本面,投资者需警惕高位回落风险

新快报讯 记者涂波报道 在国际原油价格暴涨刺激下,A股油气板块迎来阶段性行情。山东墨龙短期内股价暴涨超50%触发异常波动红线,公司近日两度公告澄清“油价上涨无实质利好”,提示非理性炒作风险。3月9日,A股港股油气概念冲高回落,山东墨龙开盘10%涨停后炸板,收盘微涨0.3%。监管层与业内专家提醒,地缘驱动行情波动剧烈,题材炒作脱离基本面,投资者需警惕高位回落风险。

受中东地缘冲突升级影响,国际原油价格大幅飙升,引发A股市场资金集中涌入油气赛道,山东墨龙成为本轮炒作龙头。数据显示,自3月2日至3月6日,公司A股5个交易日内涨幅偏离值累计达52.37%,触及深交所股票交易异

常波动标准。面对股价脱离基本面的暴涨,3月6日、3月8日山东墨龙连发公告表态:“当前生产经营一切正常,国际原油价格波动短期内对公司业绩暂无实质性利好,不存在应披露而未披露重大信息,控股股东及实控人在异动期间未买卖公司股票。”公告直指市场存在情绪过热、非理性炒作特征,呼吁投资者理性决策、审慎投资。

从基本面来看,山东墨龙主营石油机械装备制造,业绩对油价上涨的传导存在滞后性与局限性。公司2025年业绩扭亏,净利润预计为400万元至600万元,上年为-4369.98万元,扭亏主要依赖非经常性损益,这部分收益主要来源于获得政府补助、非流动资产处置损益以及收到诉讼赔偿款等,主业盈利能力尚未完全修

复,难以支撑短期股价翻倍式上涨。

值得一提的是,同样前期涨幅较大的有色金属板块上周跌幅超5%。3月9日,短线资金继续获利回吐,低开走出震荡修复行情,收盘跌0.89%。

机构分析指出,本轮油气行情由地缘冲突供给冲击主导,属于典型事件驱动型行情。华泰柏瑞基金相关人士指出,油服装备板块具备短期事件驱动弹性,但个股受益程度差异极大,多数标的仅为情绪跟风。从政策层面看,国家发改委、能源局持续推进能源保供稳价,完善油气储备体系与多元化进口通道,降低单一航道阻断带来的供给冲击。然而,海外有色金属期货短期回调,A股获利盘兑现,短期需震荡消化,二季度供需验证后有望再上行。

抄袭完美日记爆款包装 广州辛瑞被重罚60万元

新快报讯 记者陆妍思报道 模仿知名美妆产品的包装“搭便车”,不仅不是捷径,反而可能面临巨额罚单。近日,广州辛瑞化妆品有限公司(下称“广州辛瑞”)因擅自使用与逸仙电商旗下完美日记、小奥汀品牌爆款产品高度近似的包装,被广州市海珠区市场监督管理局处以没收4.2万余件产品、罚款60万元的行政处罚。

根据广州市海珠区市场监督管理局发布的穗海市监处罚[2026]63号决定书显示,广州辛瑞自2021年6月起,在其天猫“PIPL化妆品旗舰店”销售的“PIPL小羊皮细管口红”,包装装潢与“完美日记恣意出色丝绒细管口红”(知名“小细跟口红”)构成近似;“PIPL大卫艺术修容盘”及“PIPL黑色唱片眼影盘”,则分别与“小奥汀雕塑家高光修容盘”和“小奥汀黑胶唱片眼影盘”高度相似,因包装装潢与

逸仙电商旗下知名产品构成近似,被认定为实施混淆行为的违法行为。

截至案发,这两款涉嫌抄袭的产品合计销售额高达160.8万元。监管部门认为,鉴于当事人能主动改正违法行为并配合调查,最终从轻作出行政处罚:没收库存产品共计4.2万余件,并处以60万元罚款。目前,涉案产品已在天猫平台下架,相关产品备案也已注销。

这并非广州辛瑞与逸仙电商的首次交锋。2023年,逸仙电商曾指控广州辛瑞抄袭其旗下“Pink Bear皮可熊”唇釉包装并索赔100万元,却因未能证明该产品在被控侵权时已“具有一定影响”而败诉。

“此次情况截然不同。”行业人士指出,“完美日记小细跟口红”与“小奥汀雕塑家高光修容盘”作为市场爆款,其“有一定影响”毋庸置疑。此次广州辛瑞从“胜诉者”沦为“受罚者”,清晰地折

射出监管逻辑的转变:随着“反不正当竞争法”的严格执行,监管机构对“混淆行为”的判定已越来越精细化,不再要求1:1复制,只要整体视觉印象“撞脸”即可能构成违法。

美妆行业的抄袭乱象困扰着不少头部商家。企查查显示,逸仙电商作为原告的司法案件占比高达78.5%,其中不乏大量不正当竞争纠纷,此次处罚无疑是对其维权的有力支持。

在顺利维权的同时,逸仙电商的转型进展也备受关注。该公司最新发布的2025年财报显示,逸仙电商2025年实现营业收入43亿元,同比增长26.7%。其中,护肤业务全年净收入同比增长63.5%,占总收入比例达到53%,首次超过彩妆业务。按非公认会计准则(Non-GAAP)计算,公司实现了上市以来首次年度盈利,净利润达840万元。