

超强厄尔尼诺影响种业 A股市场粮食概念受资金追捧

一场史上最强厄尔尼诺正在形成中,可能加剧全球多地干旱、强降雨等极端天气,并对农业生产造成影响。8月25日,A股粮食概念再度走强,金健米业7天5板,天禾股份、神农种业、康农种业同步跟涨。二级市场的涨势,是否会影响消费端的大米价格呢?新快报记者通过线下走访广州一些商超以及在线上购物平台搜索价格了解到,市面主流10斤装大米售价集中在20元-40元区间,五常大米稍贵一些,约60元左右,近期大米价格没有明显波动。金健米业表示,粮油作为民生必需品,终端价格波动幅度有限。

■新快报记者 涂波

超强厄尔尼诺概率提升

国家气候中心最新预测,当前赤道中东太平洋海表温度持续升高,预计将于今年11月至12月前后达到峰值,形成一次超强厄尔尼诺事件。据了解,有记录以来超强厄尔尼诺事件发生在1982年到1983年、1997年到1998年和2015年到2016年,本次超强厄尔尼诺事件强度预计将成为历史之最。

从历史规律看,厄尔尼诺往往导致主产区干旱与洪涝交替,水稻、玉米、糖料等作物面临减产风险,白糖、棕榈油、天然橡胶、棉花等品种在过往厄尔尼诺年份中价格波动较为明显。

对A股而言,粮价上行预期的传导方向,首先指向种业与种植链,这与近期市场表现基本吻合。开源证券在研报中判断,本轮厄尔尼诺已从“形成期”转入“快速强化阶段”。申万宏源指出,

超强厄尔尼诺概率提升至95%,强主题投资催化到来。

股价与企业实际业绩分化

二级市场层面,题材预期快速推升相关个股股价,但股价与企业实际业绩出现明显分化。

行情数据显示,近1个月来种植板块涨幅超15%,而同期大盘指数仅涨约2%。金健米业三个月股价累计上涨约50%,8月25日再次涨停,收报9.31元/股。康农种业、敦煌种业业绩实现正向兑现,敦煌种业上半年净利润同比增长157.1%,康农种业上半年净利润同比增长61%-84%,股价同步走强。

但部分龙头种业企业承压,隆平高科上半年亏损2.73亿元,大北农上半年亏损6亿~6.8亿元,行业库存高企压制盈利。金健米业虽成为市场人气龙

头,但企业上半年预亏850万-1150万元,粮食加工业务受终端粮价管控,难以兑现利润。

机构提醒不能单纯炒题材

记者注意到,目前市场专家观点分化。摩根大通研报预警,超强厄尔尼诺叠加地缘因素,2027年上半年全球食品通胀或由2.8%抬升至5%,全球粮食供给风险加大。国内农科院专家刘录祥指出,厄尔尼诺的影响分区域、分阶段释放,2026年夏粮已收获,风险集中于秋冬播种及2027年的农业生产,不必过度夸大短期减产风险。

券商机构则提示,厄尔尼诺更多是预期驱动行情,国内粮食自给率高、储备充足,国内粮价很难跟随国际市场大幅上涨,行情持续性要看极端天气是否真正造成实际减产,不能单纯炒作题材。



SKG再冲港交所 新品接棒研发费率却在降

新快报讯 记者张晓茵报道 王一博代言的网红按摩仪正谋求上市。近日,未来穿戴健康科技股份有限公司(下称“SKG”)递交港交所,这是公司继此前谋求登陆A股、港股市场未果后,再次寻求资本市场突破。

成立于2007年的SKG早期以小家电业务起家,后公司转战按摩仪赛道,凭借“智能舒缓穿戴设备”作为核心业务标签,强化健康科技企业定位。

财务数据显示,近年来SKG业绩稳健增长。2023年至2025年及2026年前五个月,公司分别实现收入10.46亿元、10.45亿元、12.18亿元、6.46亿元;年(期)内利润分别为1.27亿元、1.35亿元和1.32亿元、6164万元。

但从费用结构来看,这家“健康科技企业”研发费率却呈现下降态势。招股书数据显示,2023年至2025年,SKG研发费用一路下滑,费率也由9.1%下降至6%。尽管2026年前五个月公司研发费用同比有所回升,但研发费率进一步降至5.9%。相比之下,公司销售费率长期维持在20%左右,2026年前五个月达到23.6%。

而从业务来看,近年来,SKG的业务结构也正在发生变化。智能舒缓穿戴设备虽仍是主要收入来源,但收入占比由2023年的85.3%降至2026年前五个月的69.2%。其中,从明星产品肩部舒缓穿戴设备销量来看,2023年至2025年分别为241万台、235.3万台和227.5万台,出现了连年下滑。尽管今年前五个月销量同比回升,但平均售价进一步下降,收入占比随之下跌。

不过,公司已寻找到新的增长支点。招股书显示,健身恢复与塑形设备产品销售收入比例由2023年的9.4%提升至2026年前五个月的23.4%。该业务主要涵盖筋膜枪、健腹仪等产品,已成为推动公司收入增长的重要来源。不过,由于该品类毛利率低于智能舒缓穿戴设备,随着其收入占比提升,公司整体毛利率也面临一定下行压力。

渠道方面,SKG目前仍较为依赖经销体系。2023年,公司经销商销售收入占比高达90.8%。近年来,公司虽持续提升直营渠道占比,但截至2026年前五个月,经销渠道收入占比仍达78.4%,对经销体系的依赖程度依然较高。

不过,经销模式在助力公司快速拓展市场的同时,也带来一定的渠道管理风险。例如,今年6月底的一起处罚案例显示,京东商城“SKG按摩仪旗舰店”背后企业安徽博瑞圣安科技有限公司,因发布过“银离子聚能透热”的宣传内容且无法提供证据证明上述宣传内容的真实性,被铜陵市市场监督管理局罚款2万元。

SKG在招股书中亦坦言,其依赖经销商进行产品的营销及销售;但无法保证将能够成功发现经销商违反经销协议条款或适用法律法规的任何不合规活动。



7月化妆品社零增长6.8%,领跑可选消费 上市美妆企业半年报“温差”明显

近日,国家统计局及商务部发布数据显示,7月限额以上单位化妆品零售额同比增长6.8%,1—7月累计同比增长6.3%,显著跑赢社零大盘。在可选消费中,化妆品增速仅次于通讯器材,远超服装鞋帽和金银珠宝等品类。然而,在二级市场,上市美妆企业的半年报却呈现出鲜明的“冷暖不均”格局。

■新快报记者 陆妍思 实习生 杨瀚然



■新华社发

业绩看涨:

贝泰妮多品牌发力,上海家化利润大涨

8月24日晚间,贝泰妮披露半年报,上半年实现营业收入25.92亿元,同比增长9.27%;归母净利润2.92亿元,同比增长18.30%;扣非归母净利润2.46亿元,同比增长34.85%。扣非净利润增速显著跑赢营收增速,折射出盈利质量的实质性改善。上半年销售毛利率达74.62%,稳居行业高位;销售费用率同比下降3.64个百分点至50.53%。子品牌方面,薇诺娜宝贝营收同比增长54.04%,瑗科缦增长46.00%,多品牌矩阵进入梯次发力阶段。

交出亮眼成绩单的还有上海家化,公司2026年上半年实现营业收入37.91亿元,同比增长8.99%;归母净利润3.81亿元,同比增长43.35%;扣非净利润3.52亿元,同比增长58.92%。其中第二季度营收19.96亿元,同比增长12.45%,归母净利润同比大增226.7%。美妆品类收入10.33亿元,同比增长38.3%,成为拉动增长的核心引擎。

此外,润本股份上半年营收10.54亿元,同比增长17.74%;归母净利润2.25亿元,同比增长20.03%。拉芳家化上半年营收约4.4亿元,同比增长7.23%,归母净利润约3718万元,同比暴增484.49%。丽人丽妆上半年实现营业

收入8.94亿元,归母净利润为2252.29万元,同比实现扭亏为盈。

业绩承压:

珀莱雅主品牌失速,巨子生物“双降”

然而并非所有企业都分享了行业回暖的红利。珀莱雅上半年实现营收53.75亿元,同比仅微增0.24%;归母净利润11.68亿元,同比增长46.26%,但扣非净利润6.64亿元,同比下降13.80%。主品牌珀莱雅收入36.92亿元,同比下降7.19%;彩棠收入5.51亿元,同比下降21.93%。归母净利润的增长主要来自收购花知晓带来的并表效应——花知晓贡献投资收益4.45亿元。剔除该因素后,主业盈利能力实则承压。

巨子生物上半年实现营收29.18亿元,同比下降6.3%;归母净利润9.40亿元,同比下降20.5%。收入承压主要系行业竞争加剧及达人直播渠道收入下滑所致。敷尔佳上半年营收11.56亿元,同比增长33.95%,但归母净利润仅同比增长11.46%,扣非净利润基本持平,第二季度单季归母净利润同比下降38.94%,新品短期集中投放导致业绩阶段性承压。上美股份预计上半年营收37.18亿元至37.59亿元,同比下滑8.5%至9.5%;净利润仅1.2亿元至1.3亿元,同比骤降76.6%至78.4%。

分化加剧:

从“流量普涨”到“价值竞争”

7月化妆品社零增长6.8%印证了行业需求的基本盘依然稳固,但复苏并非“雨露均沾”。机构研报指出,美容护理板块已告别“流量普涨”时代,进入聚焦产品力、渠道效率和盈利质量的精选阶段。

业绩分化的根源在于增长逻辑的根本转变。一方面,费用管控能力成为分水岭。贝泰妮通过优化营销资源配置,在营收增长9.27%的同时实现销售费用率下降3.64个百分点;上海家化通过聚焦主业、优化收入结构带动盈利修复。另一方面,依赖单一品牌或单一渠道的企业面临更大调整压力。珀莱雅主品牌和彩棠双双下滑,巨子生物受达人直播收缩拖累,上美股份收入减少主要系核心品牌韩束受阶段性市场因素影响收入下降,过度依赖单一增长引擎的风险正在显现。

与此同时,海外美妆巨头在中国市场的回暖也印证了高端需求的修复。欧莱雅上半年调整后同店销售额同比增长6.5%,雅诗兰黛中国大陆市场有机增长9%。国际品牌与本土头部企业共同构成了此轮复苏的主力,而缺乏产品力与运营效率支撑的企业则在这一轮行业洗牌中掉队。