

“超级央行周”来袭 出口企业或享汇兑红利

分析指出,海外加息仅为外部扰动,国内政策、企业盈利才是核心

9月14日,A股三大指数截至收盘,沪指跌0.07%,收报3885.33点;深证成指跌0.64%,收报13384.57点;创业板指跌1.10%,收报3285.58点。沪深京三市成交额仅有1.64万亿元,较上一交易日大幅缩量近3500亿元。消息面上,9月14日北证50指数样本股定期调整正式生效。此外,本周全球金融市场将迎来“超级央行周”或引发市场波动。

■新快报记者 涂波

全球货币政策同步紧缩

具体来看,美联储、英国央行以及日本央行将先后公布最新的利率决议,或罕见地同时迈入加息周期。预计9月17日美联储会加息25个基点,利率区间从3.50%—3.75%上调至3.75%—4.00%。同时,日本央行预期加息25个基点至1.25%,创1995年以来新高。由于欧洲央行已在上周率先加息25个基点,英国央行在欧美央行加息大潮的推动下,预计无法排除在11月下次议息会议上加息的可能性。

分析指出,“超级央行周”的本质不是三大央行同时议息这么简单,它标志着全球货币政策正在从分化走向同步紧缩的新阶段。对A股和国内债市来说,中国人民银行“以我为主”的政策取向是全球紧缩周期中一个难得的缓冲垫,但美元指数走强,人民币短期仍会承压,A股也很难完全独善其身。

黄金板块也会短期承压

回顾历史周期,美联储加息对A股并非必然熊市。2015年—2018年加息周期,上证综指下行27.4%;2022年—2023年激进加息525基点,北向阶段性净流出超700亿元压制大盘;但2004年—2006年加息周期,万得全A上涨了25%,国内基本面稳固已能对冲海外冲击。

结合2026年最新市场数据,A股整体盈利改善,上半年全A归母净利润同比增长18.57%。海外加息仅为外部扰动,国内政策、企业盈利才是板块行情核心,若国内基本面强劲,能够对冲海外流动性带来的冲击。

按历史经验,加息会带来利空板块,包括高估值成长领域的半导体、AI算力、创新药和新能源赛道等,对利率敏感度较高。此外,航空板块存在大额美元负债,美元走强会抬升偿债成本。黄金板块受实际利率上行压制,也会短期承压。相对的受益或抗跌板块包括高股息板块,如煤炭、银行、公

用事业等,出口链上的家电、汽车零部件、工程机械等受人民币阶段性贬值带来汇兑收益,可提升海外产品价格竞争力。

加息并非趋势性利空

外汇市场方面,加息预期推高美元指数,人民币面临阶段性贬值压力,大概率在6.9—7.1区间双向波动,出口企业享受人民币贬值带来汇兑红利。而进口企业则面临原材料成本抬升压力。

债券市场,国内债市以境内机构为绝对主体,货币政策保持独立性,外部冲击仅带来短期波动,难以改变国内债市运行主线。

中银证券指出,美联储加息不会改变国内产业与企业盈利底层逻辑,外部冲击更多带来短期震荡,并非趋势性利空。中信证券表示,如果本次加息属于预防性质,“靴子落地”后不确定性释放,有望迎来修复窗口。但要警惕超预期鹰派表态,进一步抬升美债收益率,加剧北向资金流出压力。

官宣王一博代言背后：积木市场竞争加剧 乐高瞄准成人消费者

新快报讯 记者陆妍思报道 9月14日,乐高开启2026年“玩心未眠”项目,正式官宣王一博成为品牌近百年历史上首位、且目前唯一的全球品牌代言人。业内人士分析,这一打破惯例的决策,放在乐高当前的增长语境下审视,正是其“下一步增长从哪里来”的回答。

中国积木市场竞争加剧

2025财年,乐高集团营收增长12%至835亿丹麦克朗(约877亿元人民币),营业利润增长18%至220亿丹麦克朗,净利润增长21%至167亿丹麦克朗,均创历史新高。2026年上半年势头更猛,营收同比增长21%至419亿丹麦克朗,营业利润增长22%至109亿丹麦克朗,净利润增长32%至86亿丹麦克朗。

从区域来看,美洲、西欧、中东欧、中东及非洲、亚太市场均录得较强增长,但公司没有单独披露中国市场收入,因此被市场普遍解读为“增长或放缓”。而乐高集团中国区总经理马世宁在2025年履新后明确指出,中国市场面

临的核心课题是如何找到“下一阶段的成长路径”。

近年来,中国玩具市场竞争加剧,本土品牌正从两个方向对乐高形成夹击——向上是泡泡玛特以自有IP切入积木赛道,其森林秘密积木曾进入天猫积木榜单前五;向下是启蒙、森宝等品牌则以更低的价格门槛和更贴地的渠道布局,从下方蚕食乐高的潜在用户池。

乐高瞄准成人消费者

当儿童市场的渗透趋于饱和、本土品牌从上下两端同时施压时,乐高将“下一阶段的成长路径”瞄准成人消费者。2025年,拼搭积木品类连续第六年增长,增幅达18%,其中成人消费者是重要驱动力。乐高发布的《乐高玩乐报告》显示,76%的成年人希望能有更多时间做有创造力的事情以放松大脑。

此前举行的财报电话会上,乐高集团CEO(首席执行官)倪志伟在回应有关中国成人产品投资的提问时表示,乐

高同时在儿童和成人消费者中增长,未来将继续在全球扩充成人产品组合。

业内人士分析,乐高此时选择王一博,本质上是一个成熟品牌在增长换挡期做出的战略决策,同时也引证了中国市场在乐高全球的重要战略地位。

王一博的粉丝中,男性占比远超文娱行业平均水平,他的核心吸引力除了来自影视作品外,还有街舞、赛车、滑板、攀岩等硬核爱好,而非单纯的影视偶像标签。这意味着他触达的人群偏向对机械组跑车、科技系列、收藏级模型有购买意愿的“兴趣消费型”成人用户。

上述人士分析,代言人只是起点,乐高能否把王一博带来的注意力转化为中国市场的长期增长,还要看其成人产品组合的落地速度、零售体验的迭代能力,以及在本土品牌和泡泡玛特的双向夹击中能否守住中高端心智。“但至少在品牌破圈的这一步上,乐高做出了一个与其战略需求高度匹配的选择”。

汇丰中国被罚179.35万元 近年多家分支被罚

新快报讯 记者林广豪报道 近日,因违反金融统计管理规定、违反数据安全规定等违法行为,汇丰银行(中国)有限公司(下称“汇丰中国”)被中国人民银行上海市分行警告、罚没合计179.35万元。新快报记者就此向汇丰中国方面寻求相关回应,至截稿前,暂未收到正面回复。

记者注意到,近年来,汇丰中国多家分支因违规被罚。2026年4月,因未按规定办理境外个人结汇业务,汇丰中国沈阳分行被罚没65.07万元。2026年1月,因未按规定办理境外直接投资登记业务,汇丰中国武汉分行被警告、罚款8万元。2025年9月,汇丰中国杭州分行因协助监督委托贷款资金使用不到位等被罚70万元。此外,2026年7月,汇丰中国旗下的移动应用“汇丰银行”因违法违规收集使用个人信息被通报。

汇丰中国于2007年4月正式开业,是香港上海汇丰银行有限公司全资拥有的外商独资银行。2023年—2025年,汇丰中国的营业收入分别为158.5亿元、167.5亿元、162.2亿元,净利润分别为51.0亿元、80.2亿元、67.2亿元,不良贷款率分别为0.16%、0.36%、0.41%。这三年汇丰中国收到的消费投诉数量逐年增加,分别为6855件、8292件、9376件。

作为汇丰中国的实际控制人,汇丰控股于英国伦敦、中国香港等多地上市。财务数据显示,2026年上半年,汇丰控股列帐基准收入同比增长11%至377亿美元;列帐基准除税前利润同比增长23%至195亿美元。花旗发布研报称,汇丰控股第二季度业绩表现好坏参半,回购规模低于预期及成本指引存在隐忧。

值得注意的是,据媒体今年3月报道,汇丰控股计划在未来几年进行大规模裁员,可能影响约2万个岗位,占员工总数的10%,主要针对中后台部门。裁员计划与AI技术发展相关。



英氏控股IPO停滞之际 旗下产品过度包装被点名

新快报讯 记者张晓菡报道 日前,上海市市场监督管理局发布了2026年上海市特殊膳食食品商品包装物减量(过度包装)监督抽查结果,根据通告,婴幼儿品牌“英氏”旗下产品位列不合格名单。

结果显示,标称湖南英氏营养食品有限公司生产的“英氏”婴幼儿零食礼盒(标称规格型号:346克 含赠送40克)包装空隙率不合格。企查查显示,该公司由新三板企业英氏控股100%持股。

值得一提的是,近期英氏控股还卷入了一起“辅食混入染发剂”事件。此前,一名消费者拆开英氏盒装牛肉泥产品后,发现盒内存在独立包装的染发剂。事件发酵后,英氏控股发布声明称,消费者确认涉事产品外包装在其开封前已存在裂口,存在被人为放入异物

的可能性,并认可公司处置态度,确认产品不存在生产质量及安全问题。

尽管英氏控股已就“染发剂”事件作出澄清,但由于涉事产品采用代工生产模式,因此仍引发了外界对公司委托生产模式的关注。

作为一家正在冲刺北交所IPO的企业,英氏控股于今年4月进入“提交注册”阶段,但截至目前IPO尚无进展。

从业绩来看,2023年至2025年,英氏控股分别实现营业收入17.58亿元、19.74亿元和22.21亿元;同期归母净利润分别为2.20亿元、2.11亿元和2.42亿元。同时,公司毛利率持续保持在较高水平,2025年达到58.56%。

业绩增长背后,离不开婴幼儿辅食业务的支撑。2023年至2025年,英氏

控股来自婴幼儿辅食业务的收入占比均超过75%。作为公司毛利率最高的业务板块,婴幼儿辅食业务2025年毛利率达到62.28%。

在业务快速发展的同时,英氏控股对委托代工模式也存在较高依赖。2023年至2025年,公司委托生产成本占营业成本的比例分别为48.13%、52.62%和45.31%。

从期间费用来看,近年来英氏控股销售费用持续增长,但销售费率基本维持在35%左右,多期高于同行业可比公司约27%的平均水平。与较高的销售费用及较为积极的品牌宣传投入相比,公司的研发投入相对有限。2023年至2025年,英氏控股研发费用率分别为0.52%、0.87%、0.93%,低于过去披露的同行业可比公司平均水平。