

财眼

广东前三季度金融运行“量增质优价稳” 9月末社融存量44.98万亿 直接融资比重上升

10月22日,人民银行广东省分行召开2026年三季度广东金融运行形势新闻发布会。数据显示,截至9月末,广东社会融资规模存量44.98万亿元,同比增长7.0%,增速与上年同期持平;1—9月,广东社会融资规模增量2.55万亿元,占全国的9.3%,同比多增1557亿元。9月末,广东本外币各项贷款余额31.3万亿元,同比增长4.6%;各项存款余额40.8万亿元,同比增长6.5%。金融总量增长较好地满足了实体经济的融资需求。

■新快报记者 范昊怡

更多金融“活水”流向重点领域

从融资渠道看,1—9月,广东非金融企业债券、股票和地方政府债券等直接融资增加1.04万亿元,同比多增2747亿元,占广东社会融资规模增量的比重为40.7%,同比提升8.8个百分点。

其中,企业部门直接融资增加4983亿元,在广东社会融资规模增量中占比为19.6%,同比提升9.6个百分点。直接融资比重的上升,反映出多类别、多层次的金融市场体系不断发展完善,为经济社会发展提供了更加多元的融资方式,更好地适配新质生产力的融资需求。

从资金流向看,更多金融“活水”流

向重点领域和薄弱环节。9月末,广东金融“五篇大文章”领域的贷款余额14.1万亿元,同比增长11.2%,占各项贷款的比重近五成。其中,科技、绿色、普惠、数字经济产业贷款余额分别同比增长17.0%、10.8%、5.5%、19.3%,均快于各项贷款平均增速。

在支持两业融合方面,9月末,广东制造业贷款余额同比增长16.3%,为“制造业当家”提供了有力的资金保障;信息传输、软件和信息技术服务业贷款余额,科学研究和技术服务业贷款余额分别同比增长55.8%、15.1%,金融对先进制造业和现代服务业融合发展的

支持力度持续加大。

在支持服务消费方面,9月末,广东租赁和商务服务业贷款余额同比增长8.1%,与居民服务消费需求强劲相适应。

新增企业贷款超六成流向民营企业

在支持民营经济方面,截至9月末,广东累计投放民营企业再贷款1456亿元。

从政策带动效果来看,9月末全省民营企业贷款余额9.3万亿元,比年初增加6442亿元,增量占全省企业贷款增量的61.9%。这也意味着,广东每10元新

增企业贷款中,就有超6元流向了民营企业,政策效果比较明显。此外,9月,广东金融机构新发放的企业贷款利率平均为2.46%,较上年同期下降0.22个百分点,社会综合融资成本继续保持低位运行。

截至9月末,广东支农支小类再贷款余额2360亿元。结合广东经济和产业特点,人民银行广东省分行安排了500亿元支农支小再贷款专用额度,重点支持科技创新、绿色低碳、服务消费与养老、外贸、制造业和服务业协同发展等五大领域。目前,专用额度已使用480亿元。

猪价尚未抬头 股价先行“抢跑”

二级市场猪肉股受到资金青睐,强于大盘走势

近期大盘震荡下跌,养殖板块却相对坚挺,多只猪肉股连续三个月红盘。近段时间,二级市场猪肉股开始受到资金青睐,强于大盘走势。

■新快报记者 涂波

在市场层面,现货猪价依旧在底部徘徊,养殖企业三季报仍有大额亏损。

国家统计局近日发布的最新数据显示,2026年三季度末,全国能繁母猪存栏3602万头,同比大幅减少433万头,下降10.7%,当前仅为保有量的96%,正式跌破调控基准线。能繁母猪是生猪供给的先行指标,产能收缩将传导至商品猪出栏数量,这或也意味着猪价反转重要信号出现。反映到二级市场,猪肉股开始受到资金青睐,强于大盘走势。

近日,生猪价格年内二次探底,生猪2611合约最低跌至9.44元/公斤,期货加权合约跌破年内低点。

中国养猪网数据显示,10月22日全国生猪均价报9.77元/公斤,同比下降近15%。而10月21日全国均价9.86元/公斤,猪价呈大面积下跌态势,年内二次探底。猪粮比价已降至

4.18:1,低于6:1的盈亏平衡线,行业持续深亏。记者从广州一些超市、农贸市场了解到,瘦肉、上肉等价格在10元—20元/斤,排骨约26元/斤,价格波动平稳。

国家统计局数据显示,2026年三季度末,全国生猪存栏42533万头,同比-2.6%,为2025年以来首次同比负增长。能繁母猪到最后出栏,存在10个月左右传导周期,有分析指出,近期二级市场养殖板块上涨,这也是资本市场提前博弈的逻辑来源。

从已经披露的上市公司三季报来看,也印证了行业困境,温氏股份10月22日公告,公司前三季度营收721.97亿元,归母净利润亏损49.61亿元。温氏股份工作人员表示,因为猪价比较低迷,前三季度亏损的主要是上半年亏得比较多,主要还是行业原因。此外,天邦食品2026年前三季度净亏损

16.58亿元,由盈转亏,同比降幅达738.8%。

虽然业绩不佳,但近期不少个股股价逆势上涨,出现了“业绩还在亏、股价先涨”的抢跑行情。东瑞股份从今年7月以来,股价最高涨近50%,立华股份涨超30%,温氏股份涨超20%,远超同期大盘。

对于当前“股价跑在基本面前面”,业内专家态度相对谨慎。中国农科院牧医所表示,虽然能繁母猪去化加快,但当前生猪出栏惯性仍在,冻品库存偏高、消费恢复偏弱,现在只是磨底,不等于已经进入趋势性上涨,不能简单以母猪存栏下降就断定猪价马上反转。

国投证券研报认为,持续亏损会进一步压制养殖户现金流,未来两个季度产能或加速出清,预计猪价拐点大概率在2027年上半年才会逐步兑现,不是立刻落地。

厄尔尼诺推高国际糖价 国内库存成“压舱石”

新快报讯 记者张晓菡报道 近期,国际原糖市场高位震荡。数据显示,截至2026年10月21日,ICE 11号糖主力合约(2027年3月合约)结算价为20.45美分/磅,虽较10月中旬小幅回落,但8月以来该合约结算价累计上涨约30%,仍处于近期相对高位。

公开资料指出,本轮国际原糖价格上涨主要受天气风险、主产国产量预期下调及投机资金增持多单等因素推动。厄尔尼诺现象对巴西、泰国、印度等国甘蔗种植、收割等均产生影响,引发全球对食糖供给的担忧。印度政府亦下令国有燃料零售商停止采购以食糖、甘蔗为主要原料生产的乙醇,此举或有助于抑制糖价上涨。

相比之下,国内白糖期货涨幅却相对有限。10月22日,郑州商品交易所白糖期货主力连续合约报收5383

元/吨。行情软件数据显示,8月以来该合约累计涨幅约6%,明显低于同期国际原糖。

广州期货研报显示,国内方面,2025/26榨季全国产糖超1200万吨,创十二年来新高,库存处于历史高位,新季则保持平产乃至丰产预期,供应压力显著。内外价差因此扩大至历史高位水平。

在国内供应、库存均充足的背景下,企业之间的业绩表现却存在分化。例如,从2026年半年报来看,中粮糖业上半年实现营业收入92.77亿元,同比下降21.16%;归母净利润6.08亿元,同比增长36.75%,呈现“营收下降、利润增长”的态势。相比之下,*ST广糖上半年实现营业收入15.82亿元,同比增长17.39%,但归母净利润亏损1602.86万元,由盈转亏。

中粮糖业在2026年半年报中表示,公司食糖业务销量及营业收入同比下降,但通过强化全价值链成本管理,利润仍实现同比增长;*ST广糖则在半年报中称,2026年上半年国内糖市持续处于增产周期下行通道,供应宽松、库存高企压制行情,部分主产区现货价格长时间运行于行业平均成本线下方,公司制糖企业盈利空间持续受到挤压。

从10月各地商务部门生活必需品监测看,多地食糖零售价格基本稳定,云南、湖南、内蒙古等地样本监测价格多在10元/公斤左右,环比波动较小。例如,张家界市商务局10月5日—11日价格监测指出,全市食糖零售均价10.5元/公斤,市场储备充足,供应有序,预计后期全市此类民生商品价格将呈平稳态势运行。

第四届“广州国际美妆周” 将于11月4日至8日举行 前三届拉动投资超40亿

新快报讯 记者张晓菡 通讯员 穗市监报道 记者昨日从广州市市场监督管理局获悉,第四届“广州国际美妆周”将于11月4日至8日在白云国际会议中心举办,主题为“大美湾区,潮领全球”。

记者了解到,在本届美妆周期间,11月5日的化妆品高质量发展大会拟发布多项重磅内容,“广东美妆”区域公共品牌将正式亮相;广州市市场监督管理局将发布《2026广州化妆品产业白皮书》,对广州美妆的出海版图、出海路径和支撑体系作了系统梳理,旨在回答“广州美妆如何从产品出海迈向品牌出海”这一命题。

此外,11月4日至5日美妆周将举办全球买手采购季活动,参与企业由去年的187家扩充至210余家,覆盖原料、制造、品牌、包材、服务全链条,预计接待专业买家1万人以上。同期还将举办3场海外买家对接会,分设供应链、品牌、海外达人专场,买家来自拉美、中东、非洲、欧盟及东南亚。

科技创新是本届美妆周的重点,10场市场趋势发布专场按技术类、出海类各设5场,跨境电商平台首次集体登场。

广州是中国美妆第一城,广州国际美妆周是企业开拓市场的重要平台。前三届活动吸引全球30多个国家和地区的企业参与,拉动投资超40亿元;第三届更是吸引了709名海外买手赴穗采购,订单及意向采购额超2亿美元。

“我们通过参加美妆周,认识了国外的客商、学习了品牌出海如何运营的思路,开始试水拓展海外市场,今年海外的营收预计会增长500%。”广州华狮化妆品科技有限公司邓建明表示。

广州旭妆生物科技有限公司外贸部总监张世先亦指出,海外买家最看重产能、品质和响应速度,“我们始终相信中国制造的竞争力,相信中国美妆产业的未来”。

随着海外市场拓展提速,广州美妆正加速走向全球。据悉,今年1—2月,白云区化妆品出口额7.02亿元、同比增长50.2%;花都区企业深耕中东、拉美、非洲等新兴市场,丽庄完成首票化妆品市场采购贸易通关,雪蕾、卓芬、丽庄入选广州首批“国际美湾”出口白名单。

广州市市场监督管理局有关负责人表示,广州将推进化妆品产业标准提档、产品提质、品牌提效。