

贵州茅台股价首次突破400元

蓝筹股正在成为今年的风口

股市连连看

昨天大盘虽然跌破3200点,但贵州茅台股价却历史性地突破400元大关,总市值突破5000亿大关,成为沪深股市第九大权重股,也是全球市值最大的酒业股。贵州茅台今年以来的强势表现,是一个怎样的信号?

茅台成为第九权重股

昨天沪深股市继续调整,上证指数跌破3200点大关,报收3196.71点,下跌25.46点,跌幅为

0.79%;深证成指报收10411.44点,下跌0.38%;创业板指数报收1848.2点,下跌1.07%。

不过,一些蓝筹股却是逆势上涨,值得一提的是贵州茅台,昨天上涨2.24%,报收404.65元,历史性地首次突破400元大关。总市值突破5000亿元,达5083亿元,成为沪深股市市值第九大的股票,再次跻身前十大权重股。同时,也是全球市值最大的酒类股。

贵州茅台前两天发布了年报,2016年实现净利润167亿元,同比增长7.84%,每股收益13.31元,为沪深股市最高;分红预案为10派

67.87元,同样也是沪深股市每股现金分红最高的公司。

以2016年业绩来看,昨天贵州茅台的静态市盈率已达30倍,不算很低了。不过,私募大佬但斌昨天发表微博称,25倍30倍PE对茅台只是合理回归,35倍以上才为溢价。并且他认为今年茅台中报、三季报出来时会有机会看到450,四季报出来有大概率近500。

大消费蓝筹股走势强

贵州茅台是蓝筹股的标杆,今年以来一路稳健上涨,标志着蓝筹股正在成为今年的主流。今年以来

个股走势分化严重,前几年大出风头的成长性小盘股下跌居多,高送转、次新股、概念股这些一直被市场热炒的板块纷纷退潮。然而,蓝筹股表现稳健,比如,截至昨天,总市值最大的前20只股票,今年以来只有浦发银行、兴业银行、中信银行、中国人寿4只股票是下跌,跌幅也不大,跌幅在0.17%—5.61%,其余16只股票均上涨。涨幅最大的是中国交建和贵州茅台,截至昨天今年均上涨21%,其次是中国神华上涨18.79%、中国建筑上涨12.87%、上汽集团上涨10.92%。第一权重股工商银行上涨8.62%、第二权重股建

设银行上涨7.17%,第四权重股农业银行上涨5.48%、第五权重股中国银行上涨3.78%、第六权重股中国石化上涨7.21%。

正是因为这些权重最大的蓝筹股表现不错,才使得上证指数截至昨天今年依然上涨3%。实际上,茅台并不是单兵作战,大消费股票中的家电、医药类股票今年均表现不错,如老板电器昨天上涨5.86%,再创历史新高,云南白药、格力电器、美的集团等蓝筹消费股均走势很强,显示目前的窗口是蓝筹股,尤其是大消费类股票。

首席记者 连建明

中国银行卡产业今年发展新动向

加快布点农村和跨境市场

本报讯 (首席记者 谈璿)中国银联昨天对外发布《中国银行卡产业发展报告(2017)》。报告认为,2017年监管从严和市场竞争加剧的双重作用将促使支付行业主体生变,农村市场、跨境市场以及前沿支付技术将成为各类支付机构的关键布局点。

报告显示,2016年银联网络转接交易金额72.9万亿元,占全球银行卡清算市场份额进一步提

高。同时,银行卡发卡受理规模进一步扩大,银联卡全球发行累计超过60亿张,银联卡全球受理网络已延伸到160个国家和地区,覆盖逾4000万家商户和超220万台ATM,用卡增值服务不断丰富。

报告展望2017年,我国银行卡产业将面临更严格的监管环境。各类新兴支付方式引发的风险事件不断增多,对消费者个人信息保护和与创新业务的风险防范将成

为监管机构的关注重点。

相比信息化程度和银行卡渗透率较高的一二线城市,农村电商、农村互联网金融等领域蕴含着巨大的发展潜力。预计产业相关方对农村市场的投入力度会进一步加大,前期的布局也将带来业务规模的实质性扩大和多种模式的深化发展。受居民收入提高和消费升级带动,更多支付机构开始布局国际市场。

人人视频获得B轮融资

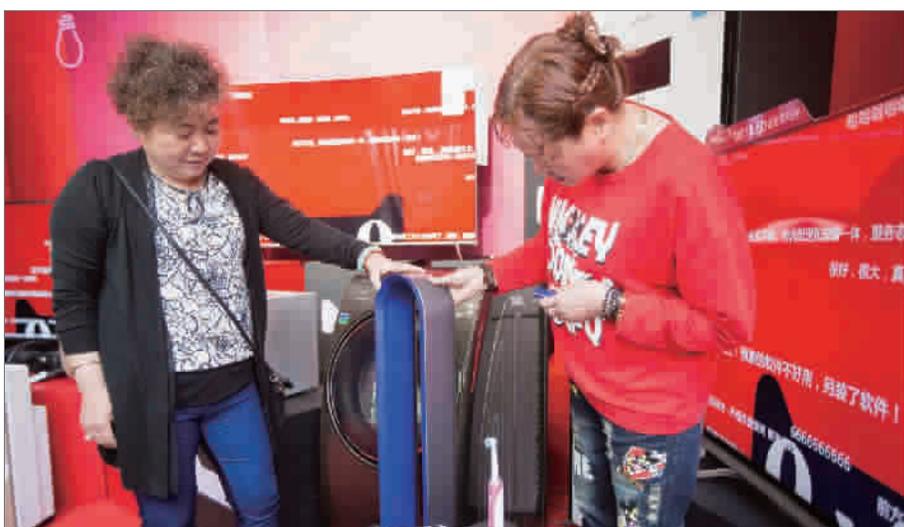
本报北京今日电 (驻京记者 鲁明)短视频如今已成为不少资本争相布局的领域。要向海外短视频内容社区转型的人人视频日前在京举行发布会,宣布已完成由赛富、小米、百度视频和头条是道共同参与的B轮融资,将通过“翻译+字幕”做国内最大最专业的海外内容社区。

据悉,人人视频已购买了包括KSI、SevenSuperGirls、CameronDalla等在内的数百位海外热门网红的近10万条视频内容版权;形成由自身2000多人字幕军团和庞大的海

外留学生组成的短视频翻译团队;并和百度视频、小米、一点资讯、土豆网、视觉中国等多个平台与内容版权方达成战略合作。

“我们把自己定位为海外内容社区,而非短视频平台。用户通过人人视频可以去看整个世界。”人人视频CEO周为民认为,如果说前两年短视频爆发的点集中在“泛娱乐”领域,那么基于最大规模的海外优质视频的专业化、个性化、垂直化、社区化内容服务,则是人人视频区别于其他同类型产品的特性。

天猫联手苏宁线上线下启动418家电3C狂欢 “剁手党”15小时报告:上海人更爱买手机



▲4月18日天猫 & 苏宁活动的体验间内戴森空气净化器引消费者关注热议

4月18日,天猫和苏宁联手打造的“418家电3C狂欢节”正式启动,数据显示,零点刚过15分钟,成交额同比去年已增长444%。截至当日15时,受上海人欢迎的TOP3商品为手机、空调、电视。

此次活动期间,天猫联合苏宁推出3C家电MAX榜进入线下门店,同时联动苏宁易购、苏宁4000多家门店以及5000多个品牌,为消费者带来全新购物体验。418最快一单,消费者从下单到收货仅用了10分10秒。

“天猫和苏宁这两大超级商业业态的融合正在加速。”天猫供应链创新事业部总经理杨光表示,新零售带来的全新消费方式重构了品牌与消费之间的关系,让消费者获得更优惠的价格、确定性服务以及全方位的购物体验。

大数据打造 家电3C新零售试验场

“418”期间,天猫联合苏宁根据大数据推出首个家电3C消费榜单——MAX榜,不仅为网购用户提供指引,更直接张挂在北上广深宁杭等主要城市超百家苏宁门店,由此提升了线下的消费体验和商品销量。

据悉,该MAX榜基于天猫及苏宁数亿消费者与上千家电3C品牌发生的海量搜索、线上互动、好评率、试用报告、购买数量、服务标准等真实交易综合排名而产生。

对于有“选择综合症”的消费者来说,MAX榜将更轻松地做出购买决策。未来,评价体系、实时互动这些线上独有的消费体验,也将逐步融入线下场景——当消费者走进电视售卖区域时,可以看到屏幕上来自全球消费者的评价;当想了解一款智能冰箱时,也可以随时发起问答,得到来自真实消费者的实时回复。

苏宁易购总裁侯恩龙表示,将线下门店、线上自营电商平台以及纯互联网开放平台数据结合的MAX榜,希望能给行业带来示范作用。未来,大数据向供应商、用户的开放,会推动整个零售行业更加智慧化。

家电3C品牌 成批进入“百亿俱乐部”

去年6月1日,天猫和苏宁推行“三体

贯通”战略,计划未来三年内孵化众多百亿规模的品牌。不到一年时间,美的、华为、海尔、小米等一批品牌已进入“百亿俱乐部”,正向500亿的目标迈进。

“这是一个非常了不起的突破。”美的集团董事长方洪波在2016年年末天猫单平台销售破百亿时惊叹,天猫不仅能帮助美的找到目标用户,解决用户需求,同时针对这些用户及时地做精准触达。

在解决了单个品牌规模成长后,天猫和苏宁利用消费大数据帮助行业整体做布局和提升。仅在2016年,天猫就先后孵化出洗碗机、扫地机器人以及智能门锁这样的新兴行业。以洗碗机为例,经过一年时间培育,洗碗机在天猫上同比增长超170%,在苏宁销售额也呈现爆发式增长。双方在传统品牌之外,孵化出全新的百亿行业品牌。

赋能行业和品牌的背后是双方线上线下新零售的全面融合。截至目前,在商品上,已经有17000多款3C数码家电商品实现在苏宁易购与天猫店的打通;在服务上,2000余家苏宁易购自提点接通,实现线上购买线下自提;在物流上,苏宁物流已接入菜鸟网络系统,“次日达”服务扩大至全国120城。

杨光透露,天猫将联合苏宁继续利用大数据,提前感知消费习惯,预测消费趋势,重构生产流程和供应链,重塑一个全新的零售业格局。