

中小银行忙化险 年内超40家银行“消失”

近日,多家上市银行及地方农商行发布收购村镇银行的有关公告,这意味着又有一批村镇银行因吸收合并而走向终局。

数据显示,2024年,有将近100家村镇银行解散。2025年以来,这一进程仍在加速,一季度已有超过40家银行退出市场,而村镇银行占比较大。

今年,金融监管部门将“加快推进中小金融机构改革化险”作为年度首要重点目标,而“兼并重组、减量提质”则是中小银行改革的重要思路。



机制,推动实现差异化、内涵式发展。

“我国地方中小银行的合并重组在未来一段时间或时有发生。中小金融机构数量在大幅增加后,将迎来一段洗牌期,经营能力差、自身造血能力弱、无法在市场竞争中存活的机构必将被淘汰。”一位业内人士表示。

推动“兼并重组、减量提质”

去年以来,中小银行合并重组改革化险的节奏明显加快。以村镇银行为例,通过主发起行吸收合并已成为村镇银行改革重组的重要路径,而村镇银行被发起行吸收合并后改建为下属支行或分行,也成为自上而下多部门鼓励支持的方式之一。

“合并重组后,可以显著增强中小金融机构的规模效益,优化分支机构设置,减少银行基础设施重复投入,降低成本,同时提升机构的可持续发展能力和风险化解能力。”某券商分析师表示。

“总体上,过去几年,中小银行改革化险思路日渐清晰,‘兼并重组、减量提质’成为主要模式。”今年3月,上海金融与发展实验室首席专家、主任曾刚撰文指出,在村镇银行方面,主要是推动主发起行并购,或引入新的股东(打包转让),在缩减数量的同时,增加资本实力,优化股权结构,提升经营效率和抗风险能力。

当前除了由主发起行吸收合并后改建为下属支行或分行的改革模式外,在实践中还有另外多种结构性重组方式:第一种是多家村镇银行合并重组为一家;第二种是村镇银行直接解散实施市场化退出;第三种是主发起行通过增持旗下村镇银行股份,加强对村镇银行的管理和治理,但保持村镇银行独立经营的地位不变,对客户服务的的影响最小。

也有受访的研究人士指出,中小银行吸收村镇银行并改建为分支机构,并非简单的物理相加。在推进中小银行兼并重组或体制改革过程中,由于机构设立模式、股权安排、整合流程等要素存在差异性,实际操作层面可能面临不同挑战。值得一提的是,金融监管部门此前已经明确,应分类施策,深化改革,例如按“一省一策”“一行一策”等实施改革。

据《证券时报》作者:谢忠翔

多家银行“村改支”进行时

日前,顺德农商行发布公告显示,将于5月20日召开临时股东大会,审议关于吸收合并深圳龙华新华村镇银行的相关议案。此前,该行已完成吸收合并佛山高明顺银村镇银行,改建为该行分支机构,并在2024年底临时股东大会上审议通过吸收合并三水珠江村镇银行、佛山南海新华村镇银行、东莞常平新华村镇银行、广州番禺新华村镇银行、江门新会新华村镇银行的议案。

记者注意到,上述涉及被吸收合并的7家村镇银行,除完成合并的其中1家是顺德农商行旗下持股银行外,其余6家之中,有5家是安徽马鞍山农商行作为主发起行设立的,另有1家系广州农商行作为主发起行设立。

产权信息显示,近日马鞍山农商行正在产权交易中心挂牌转让上述多家银行股权。其中,位于佛山、东莞、广州和江门的4家村镇银行的挂牌转让价合计约为3.3亿元。

无独有偶,近期,还有多家中小银行披露关于吸收合并村镇银行并改为旗下分支机构的公告。

同样位于广东省的江门农商行近日在官网公告称,该行将于5月13日召开临时股东大会,其中将审议吸收合并龙川融和村镇银行、饶平融和村镇银行的系列议案。

上市银行方面,江苏银行5月7日发布的公告显示,近期金融监管部门同意该行收购江苏丹阳苏银村镇银行,并设立江苏银行丹阳开发区支行、丹阳界牌支行等4家支行。公告还称,目前该行“村改支”工作仍在进行中。

另外,盛京银行近日公告称,将于6月中旬举行年度股东大会,并将审议关于收购旗下持股的沈北村镇银行、法库村镇银行、新民村镇银行及辽中村镇银行等4家机构,并将其改建设立为该行分支机构,该行表示,此举系“进一步整合经营资源及优化机构网点布局”。据介绍,在完成收购这些村镇银行,承接全部资产、负债、业务及人员后,盛京银行将其改建为该行沈阳分行下辖支行。

农村金融机构数量下降明显

近日,中国人民银行在官网披露了参加存款保

险的金融机构最新名单。名单显示,截至2025年3月末,全国共有3713家银行业金融机构参加存款保险。值得注意的是,在同一统计口径下,最新参加存款保险的银行较2024年末已减少48家。

记者综合对比获悉,今年一季度不再缴纳存款保险的机构,主要是被吸收合并的农村金融机构,数量占比较大的机构类型是村镇银行。也就是说,在今年加快中小银行改革化险过程中,又有超过40家银行“消失”了。

事实上,2024年农村金融机构数量下降明显,而村镇银行的减少数量也占比最大。据国家金融监督管理总局数据,截至2024年末,农村商业银行、农村信用社、村镇银行分别有1586家、458家、1538家,较2023年分别减少44家、41家、98家。

今年1月,国家金融监督管理总局召开2025年监管工作会议,将“加快推进中小金融机构改革化险”作为首要提及的年度重点目标任务。今年的政府工作报告也重点提及,按照市场化、法治化原则,一体推进地方中小金融机构风险处置和转型发展,综合采取补充资本金、兼并重组、市场退出等方式分类化解风险;完善中小金融机构功能定位和治理

A股服装公司业绩“跳水”

男女装业务直面寒冬 企业押注童装、运动品类突围

面对市场竞争加剧、供需关系重构、库存与现金流压力等多重挑战,过去一年,A股服装上市公司普遍承压。

记者根据Wind数据不完全统计,在纺织服装行业29家A股上市公司中,海澜之家、雅戈尔、森马服饰、比音勒芬、报喜鸟等5家公司的净利润规模接近5亿元或在5亿元之上,展现出较强的发展韧性;相比之下,歌力思、红豆

股份、美邦服饰、日播时尚、安正时尚等10家公司未能摆脱亏损的泥淖。

从细分赛道看,男装公司的业绩整体上优于女装公司,展现出更强的抗周期性,而在女装领域尤其是定位“大淑女装”的公司,表现不尽如人意,相比之下,童装领域、运动户外品类可谓巨头逐鹿。

男装承压但展现韧性

从细分赛道看,不少A股男装龙头尽管面临增长挑战,但仍展现韧性。

2024年,被称作“男人的衣柜”的海澜之家实现营收209.57亿元,同比下降2.65%,归母净利润21.59亿元,同比下降26.88%。

事实上,海澜之家的表现,也是不少A股男装龙头的缩影。如雅戈尔过去一年“增收不增利”,实现营收141.88亿元,同比增长3.19%,但归母净利润27.67亿元,同比下降19.41%。其中,聚焦商务人群的主品牌YOUNGOR依然是雅戈尔时尚板块的核心支柱,2024年贡献营收51.87亿元,占比90.46%,但同比下滑11.14%。

深耕高尔夫服饰的比音勒芬同样面临“增收不增利”的困局,2024年实现营收40.04亿元,同比增长13.24%,但归母净利润7.81亿元,同比下降14.28%,结束了过去连续12年营收、净利润指标增长的势头。

男装龙头报喜鸟也未能延续2023年的高增长势头。2024年,报喜鸟实现营收51.53亿元,同比下降1.91%,归母净利润4.95亿元,同比下降29.07%。

需要指出的是,在运动户外领域延续高景气度的背景下,一个共同的趋势是,男装龙头纷纷拓展户外运动品类。

如海澜之家在独家代理奥地利竞技运动品牌HEAD(海德)的中国区业务之外,合计出资2.48亿元持有斯博兹品牌管理(上海)有限公司(简称“斯博兹”)51%的股权,从而独家授权代理阿迪达斯FCC(Future City Concept)系列产品在国内的零售业务。

海澜之家相关人士表示,“斯博兹覆盖阿迪达斯正标和阿迪达斯Neo系列,针对国内市场低线城市推出性价比产品线。目前,公司与阿迪达斯携手推出FCC概念店,双方分别在品牌运营、供应链管理和渠道运营上展开深度合作。”

无独有偶,报喜鸟在扩充户外版图上也有重磅动作:公司以约3.84亿元收购美国高端户外品牌Woolrich全球(欧洲除外)知识产权,双方于2025年3月完成相关知识产权的交割。

在此之前,在户外赛道,报喜鸟从2016年开始代理法国户外休闲品牌Lafuma(乐飞叶),该品牌2023年营收增长40.50%至2.6亿元,且扭亏为盈,

2024年营收进一步增长27.95%至3.35亿元。

美邦服饰也在押注户外服饰赛道。2024年8月,美邦服饰创始人周成建在公司新品发布会上发言称,“我们要做潮流户外,而不是潮流休闲”,并喊出了“大牌平替”的概念。

女装受冲击更严重

相比抗周期性较强的男装行业,女装行业的竞争明显更为激烈。

时尚产业独立分析师、上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄分析指出,“相比消费频次相对稳定的男装,女装受到潮流趋势、地域差异、消费场景、品牌偏好等多重因素的影响,是一个高度细分化的品类,消费者对女装品牌的忠诚度较低,女装公司的业绩更容易受到市场波动影响。”

尤其是以中高端品牌女装为代表的歌力思、日播时尚、安正时尚,2024年分别亏损3.10亿元、1.59亿元、1.24亿元。

2024年,歌力思的营收同比增长4.14%至30.36亿元,但归母净利润由盈转亏至-3.10亿元,在此之前,公司连续多年保持盈利。

以“播 broadcast”品牌为代表、专注于中高端时尚女装的日播时尚,2024年成绩也不乐观。2024年,日播时尚实现营收8.66亿元,同比下降15.68%,归母净利润由盈转亏至-1.59亿元。这是日播时尚自2020年以来再度出现年度亏损。

而对于女装公司安正时尚来说,尽管其将主品牌JUZIUI 玖姿从传统中高端女装定位转向更亲民的“高性价比”路线,并全面推进五大自有品牌“质价比”战略,但转型尚难以支撑公司整体业绩。2024年,安正时尚不仅营收下降6.23%至20.34亿元,且归母净利润变为亏损,其中,服装板块主营业务收入同比下降13.99%至12.80亿元。

相比之下,同样定位“大淑女装”的朗姿股份,由于有医美业务的加持,整体业绩遭受冲击并不明显,2024年实现营收56.91亿元,同比仅下降0.24%,归母净利润2.57亿元,同比增长1.38%。

谁在押注童装?

值得一提的是,在纺织服装行业29家A股上市公司中,森马服饰是为数不多2024年营收、净

利润均保持增长的公司。

挖掘童装市场上升空间,是森马服饰业绩增长的关键密码。2024年,森马服饰实现营收146.26亿元,同比增长7.06%,归母净利润11.37亿元,同比增长1.42%。其中,以巴拉巴拉为代表的“儿童服饰”贡献营收102.68亿元,占总营收的70.21%,且获得9.55%的营收增速,而以森马品牌为代表的“休闲服饰”占总营收的28.65%,营收增速仅为0.44%。

拉长时间线看,童装板块逐渐成为森马服饰业绩增长的核心驱动力。

2017年,森马服饰的“儿童服饰”贡献营收63.22亿元,占公司总收入的52.56%,首次超过休闲服饰的营收占比(46.85%),此后的2018年—2023年,公司童装板块营收分别为88.25亿元、126.63亿元、101.32亿元、102.72亿元、89.33亿元、93.73亿元,分别占比56.14%、65.49%、66.64%、66.62%、67.01%、68.61%。

除了巴拉巴拉,森马服饰也有意加码其他童装业务:不仅拓展亚瑟士儿童、彪马儿童等授权品牌,也布局了迷你巴拉、森马儿童、马卡乐等自有品牌,还与亲子户外运动童装品牌VIVID-BOX等合作。

记者统计发现,除了森马服饰,朗姿股份、安正时尚、日播时尚、雅戈尔等多家A股服装公司进军童装赛道。

据2024年年报披露,雅戈尔正式宣布与法国奢侈童装品牌Bonpoint(小樱桃)签署收购协议,进入童装领域。

雅戈尔集团官方公众号今年1月进一步发文提到,上市公司雅戈尔与EPI集团完成交易手续,法国奢侈童装品牌Bonpoint(小樱桃)正式加入雅戈尔时尚品牌矩阵。据悉,此次收购是雅戈尔首次涉足童装奢侈品领域。

朗姿股份的童装布局更早:2014年公司就成为韩国知名童装品牌上市公司阿卡邦的第一大股东。

安正时尚则在2024年年报中提及,公司在大中华区合资经营韩国童装品牌ALLO&LUGH,参股公司经营品牌有中国十大童装品牌之一的青蛙王子。

不过,运营童装业务并非易事。押注童装的服装企业,能否建立起第二增长曲线,有待时间检验。

供稿:《21世纪经济报道》作者:朱艺芝

宁德时代冲刺最大IPO 九成募资所得投向海外

5月12日,宁德时代披露H股招股说明书,以及H股发行价上限、H股香港公开发售等,预计于今年5月20日在中国香港联交所主板挂牌并开始上市交易。

公告显示,此次宁德时代港股IPO的发行价格区间上限为263港元/股,基本为今年5月8日的A股收盘价,实现接近A股价格的高位定价。同时,此次港股IPO共计划发行1.18亿股股份,另设发售量调整权及超额配股权,若上述两项权利均获全额行使,按263港元/股的发行价格上限计算,预计募资总额为40亿美元—50亿美元(约合人民币289.5亿元—361.9亿元),将成为近年来港股市场规模最大的IPO项目之一,更有望成为今年全球最大的上市交易项目。

去年底,宁德时代发布公告,拟发行境外上市外资股(H股)股票,并申请在中国香港联合交易所有限公司主板挂牌上市;今年2月11日,宁德时代向港交所递交A1申请文件;3月25日,宁德时代获中国证监会境外发行上市备案通知书。按照今年5月20日上市的时间计算,宁德时代从发布拟上市公告到正式登陆港交所,用时不到半年。

财报显示,去年宁德时代营收3620.13亿元,同比下降9.7%;归属于上市公司股东的净利润为507.45亿元,同比增长15.01%;今年一季度,宁德时代营收847.05亿元,同比增长6.18%;归属于上市公司股东的净利润为139.63亿元,同比增长32.85%,综合毛利率达24.4%。

持续加快上市进程的背后,宁德时代意在持续向海外扩张。宁德时代方面表示,本次募资所得资金的90%将投向匈牙利项目第一期及第二期建设。同时,宁德时代方面在招股书中提到,欧洲等海外市场的动力电池和储能电池需求不断增长,为更好地响应客户需求,增强与客户的关系,建立欧洲本地化生产能力对公司国际业务布局和发展有着重要意义。建立匈牙利工厂能够贴近欧洲主要客户生产基地,使宁德时代的产品供应和服务更为灵活和及时,有效保障客户的供应链稳定,提升本地化供应能力。

近年来,宁德时代一直积极布局海外市场,并将其作为持续“开源”的重点。目前,宁德时代在国内拥有11座生产基地,在海外拥有包括德国图林根工厂、匈牙利德布勒森工厂两大海外生产基地。此外,宁德时代正积极推进与Stellantis集团合资的西班牙工厂以及印尼电池产业链项目的建设或筹建。

据统计,2022年,宁德时代海外销售营收占比为23.4%,2024年已升至30.5%。此外,宁德时代也持续扩海外“朋友圈”。根据招股书,目前宁德时代服务的海外车企包括宝马、奔驰、Stellantis、沃尔沃、丰田、福特等。

中国汽车流通协会专家委员会委员颜景辉认为,宁德时代在海外市场拥有大量项目,尽管资金储备充足,但其投入的成本也在增长,因此需要更多的资金支持,同时海外市场拥有较大的增长潜力,在本地建厂能更好地拓展当地市场。 据《北京商报》作者:刘晓拓