

跨界布局酱香白酒、洋酒赛道

零食巨头来伊份踏足残酷酒圈

业内专家：用自身短板对标行业长板，机遇寥寥且风险重重

当休闲零食主业增长逐步触顶，A股零食龙头来伊份(603777)日前正式迈开跨界酒业的大步，以多品类酒水矩阵切入高度内卷的酒类赛道：打造醉爱酱香白酒、望空本土威士忌两大核心品牌，叠加自有啤酒、果酒、预调酒产品，完成从低度轻饮到高度烈酒、从大众口粮酒到高端礼品酒的全品类覆盖，试图依托3000余家线下门店的渠道优势，打造第二增长曲线。

业内专家指出，白酒、威士忌行业壁垒深厚，存量竞争白热化，对于深耕零食赛道二十余年的来伊份而言，这场跨界之路，注定挑战大于机遇。

据了解，来伊份的酒水布局并非短期跟风，而是一场循序渐进的全品类铺排。早在2018年，来伊份便成立醉爱酒业入局酱香白酒，主打“茅台镇工艺+上海审美”的海派酱香定位，产品入驻全国近千家线下门店专柜；2022年全资设立沪威酒业，打造本土威士忌品牌望空，在上海松江落地蒸馏厂与熟成仓库，依托亚热带气候优势研发单桶威士忌，旗下产品斩获2025年WWA未足龄威士忌中国金奖，规划产能释放后毛利率可达60%。

在此之外，品牌同步上架瓶装啤酒、果酒、气泡预调酒、干红葡萄酒，形成覆盖大众日常小酌、朋友聚餐、商务送礼，高端收藏的完整酒水体系，甚至落地1800㎡西郊国际名酒酒庄，补齐线下品鉴、商务对接的场景短板，试图以“零食+酒水”的场景绑定，撬动存量会员消费潜力。

业内专家指出，从表层逻辑来看，来伊份跨界酒水具备一定先天机遇。其一，渠道协同优势显著，全国3600余家社区门店、千万级存量会员，可实现零食与酒水的联动销售，适配夜宵、居家小酌、节日礼盒等消费场景，大幅降低新品线下铺货成本；其二，品类梯度完整，啤酒、果酒贴合年轻客群轻量化饮酒需求，白酒、威士忌瞄准礼



图为来伊份旗下酒类产品。(根据公开资料收集整理)

品与商务市场，高低价位互补，可对冲单一品类波动；其三，威士忌、酱香白酒具备高毛利属性，望空威士忌、醉爱酱酒预期毛利远超零食主业，有望改善整体盈利结构，对冲零食行业低价内卷、利润变薄的困境。

但拨开渠道红利的表象，白酒与威士忌赛道与生俱来的高门槛，决定了来伊份跨界之路荆棘丛生，多重硬挑战远超有限机遇。

首先是品牌心智壁垒难以逾越。白酒行业极度依赖历史底蕴、产区背书与圈层口碑，头部名酒、区域强势酒企早已牢牢占据消费者心智，酱香赛道更是早已进入存量厮杀阶段。来伊份醉爱酱酒上线多年，长期依赖门店自然流量，线上旗舰店月销量仅有个位数，多年累计营收不足1200万元，消费者对“零食品牌做白酒”的认可度极低。

而本土威士忌赛道虽处于发展初期，但观云、三得利、苏格兰传统威士忌品牌瓜分主流市场，望空虽斩获行业奖项，却难以快速打破洋酒爱好者的固有认知，品牌培育周期长达十年以上，短期很难形成规模化复购。

其次是供应链与专业能力严重短板。零食行业属于快消流通行业，核心能力在于

选品、仓储、终端运营；而白酒、威士忌重酿造，重基酒储备，重长期陈化，是典型的重资产长周期行业。醉爱白酒依托茅台镇酒厂代工生产，来伊份本身无白酒酿造产能，酒体品质、产能稳定性完全受制于第三方；望空威士忌虽自建蒸馏厂，但本土威士忌桶陈至少需要数年周期，资金投入大，回本周

期漫长，与零食快周转的商业模式天然相悖。同时，酒类产品对仓储、溯源、合规管控的要求远高于零食，一旦出现品质瑕疵，将直接反噬来伊份深耕多年的零食品牌口碑。

再次是渠道适配性不足，运营逻辑存在冲突。来伊份门店以社区零食零售为核心定位，客群以家庭日常零食采购为主，并非白酒、高端威士忌的核心消费群

体。白酒的核心销售场景在于烟酒专卖店、餐饮终端、政企团购、礼品渠道，零食门店仅能承接少量节日礼盒订单，难以撬动白酒核心销量；而高端威士忌依赖专业酒庄、酒吧、品鉴会运营，社区零食门店缺乏专业导购与品鉴场景，高端酒水动销效率极低。此前来伊份仓储会员店因重资产、低收益被迫闭店收缩，侧面印证了重业态运营并非企业强项，酒类重资产布局或将

进一步挤占主业流动资金。

最后是行业内卷加剧，跨界容错空间极小。当前白酒行业进入存量萎缩阶段，行业集中度持续提升，中小白酒品牌生产空间被不断压缩；威士忌赛道涌入大量跨界玩家，价格战、渠道战愈演愈烈。反观来伊份自身，零食主业面临量贩折扣店冲击，盈利能力承压，可用于酒水板块的营销投入有限。想要在巨头林立的酒圈突围，需要持续投入巨额广告、圈层运营、渠道拓展，一旦投入不及预期，酒水业务不仅无法贡献增量，反而会拖累主业务绩。

业内专家表示，零食品牌跨界酒水的成功案例寥寥无几，多数玩家最终因专业缺失、动销乏力黯然退场。来伊份依托现有渠道做啤酒、果酒等低度轻饮，尚且具备场景协同价值，但贸然切入高度白酒、高端威士忌赛道，本质是用自身短板对标行业长板。对于来伊份而言，酒水板块更适合作为补充业态，而非第二增长曲线，若过度倾斜资源深耕白酒、威士忌赛道，机遇寥寥、风险重重。未来能否平衡零食主业与酒水新业务，控制跨界试错成本，将成为决定这场跨界成败的关键。

宗禾

券商竞相推出金融AI Skill

今年以来，国泰海通、华泰证券、中金公司、中信建投、广发证券、国信证券等大型券商先后推出金融AI Skill(技能)，平安证券、国投证券、财信证券等中小券商也加速跟进。行业正集中将沉淀多年的投研框架、数据模型、行情工具封装为可供AI智能体直接调用的标准化功能模块，金融信息服务模式迎来系统升级。

“这一轮集中布局，本质上是券商AI竞争从大模型能力向业务能力资产化、接口化演进。”易观千帆证券业咨询专家夏雨表示，AI Skill将行情数据、研报、选股、投研方法等原本分散的能力封装为AI可调用模块，使自然语言能够直接连接券商业务系统，推动AI从“回答问题”提升为“完成任务”。同时，Skill具备标准化、可复用和生态开放特征，既是券商抢占智能体入口的产品卡位，也是对既有数据、投研和业务能力的一次重新组织。

走出差异化路径

相较于券商垂直金融应用，通用AI产品在金融场景中普遍存在适配性不足、专业数据缺口、投研逻辑薄弱等问题，面对复杂的市场研判与投资决策，往往只能输出模板化内容，难以满足精细化分析需求。

金融Skill作为面向AI智能体的标准化能力插件，正在破解这一瓶颈。“Skill的逻辑并不复杂。”平安证券相关负责人表示，Skill扮演的角色，是在AI与专业数据库之间架设桥梁，告诉AI数据在哪里、如何获取、以什么格式输出。当投资者用自然语言提出需求，AI理解意图后调用对应的Skill，从底层数据库中提取数据，再以结构化的方式呈现出来。这套机制的核心，是将专业金融服务的获取门槛，从用户主动查找找降为系统自动响应。

当前，各家券商结合自身业务优势，走出了差异化的Skills布局路径。其中，华泰证券搭建了AI涨乐Skills体系，覆盖行情检索、条件选股、基金诊断、自选股管

周尚伟

宇树上市：美团、红杉或成最大赢家，大疆撤资错失37亿元浮盈

8月10日，宇树科技正式启动网上网下申购。其发价价为150.80元/股，发行后总市值约609.93亿元，募资总额接近61亿元，发行市盈率达到219.23倍，大幅高于行业38.56倍的静态市盈率。

在这场财富盛宴里，美团、红杉中国凭借多轮重仓布局，有望成为宇树上市之后最大的外部赢家，而在早期选择撤资的大疆，或与近40亿元的账面收益失之交臂。

宇树招股书显示，美团通过汉海信息技术、Galaxy Z、成都龙珠三家主体合计持有宇树发行前9.65%股份，是所有外部机构中持股占比最高的一方，红杉中国则通过宁波红杉、厦门雅恒等平台合计持股7.11%，位列第二大机构股东。

两家公司曾参与宇树多轮融资。红杉最早在2019年12月便投入1500万元参与增资，彼时宇树投后估值仅1.5亿元，后续又追加1250万元继续增持。美团入局时间稍晚，但在后续多轮融资中持续大额出资。

按照本次发行价测算，即便经历IPO股份稀释，美团与红杉所持股权依旧对应极高的账面市值。

与上述获益者相比，大疆显得颇为遗憾。宇树创始人王兴兴创业之初，曾短暂在大疆任职两个多月，随后离职创办宇树科技。查询众诚会计师事务所发布的针对宇树的审计报告发现，2018年大疆旗下基金DJI NewChina PE Fund-1 L.P计划出资1012.86万元参与宇树第二次增资，交易完成后将持有约17%股权，对应当时投后估值约6000万元。

大疆一度办理好了工商登记，并一跃成为宇树科技最大的外部股东。但这笔投资未能最终落地，大疆在2019年选择撤资，退出了股东名单。如果大疆当年这笔投资完整保留至宇树上，按发行价估算，对应股权市值约37亿元。

大疆未曾对外解释为何从宇树撤资，但同在2019年，该公司曾发布一份反腐败公告，披露处理涉嫌腐败和渎职行为的员工45人，腐败造成损失保守估计超10亿元人民币。

这份公告显示，2018年，大疆进行内部管理改革，主要是梳理内部流程，重新设置审批节点，更换和任命一些领导岗

宋佳楠

茅台半年报『爆冷』，利润罕见下跌

连续涨价后，茅台交出了2001年上市以来首个“增收不增利”的半年报。

8月14日晚间，贵州茅台(600519)发布2026年上半年财报，报告期内公司营业收入907.03亿元，同比增长1.47%；归母净利润445.17亿元，同比下降1.95%。

这是贵州茅台2001年上市以来首份“增收不增利”的半年报，结束了过去的利润增长神话，远低于市场预期。财报发布前，市场普遍认为3月飞天茅台的涨价策略，以及一系列改革举措有望在中报体现出来，增厚公司利润。

贵州茅台包括茅台酒(飞天茅台等)和酱香系列酒(茅台1935、赖茅、王子酒等)两大产品板块。

上半年茅台营收实现收入777.24亿元，同比增长2.82%；系列酒实现收入129.34亿元，同比下降约6.3%，这个曾被视作“第二增长曲线”的板块已经连续三个季度下滑。

从时间线来看，茅台3月底官宣涨价，飞天茅台出厂价从1169元上调至1269元，自营零售价从1499元上调至1539元，是8年来首次变动。

这轮涨价理应增厚茅台第二季度业绩，但夏天是白酒传统销售淡季，提价对收入的实际支撑效果有限。

茅台第二季度营收367.94亿元，同比下滑约5.3%；净利润约172.7亿元，同比下滑约7.2%，远超市场预期。回看今年以来飞天茅台在渠道和价格上的一系列调整，茅台批发价已从年初的1500元左右上涨至稳定在1700元左右。

截至6月末，贵州茅台合同负债为317.76亿元，与去年同期的800.67亿元相比骤降60.31%，茅台在财报中解释，这主要是公司进行市场化改革，销售模式改变，预收货款政策有所调整。

水芙蓉

私募巨头调仓曝光：段永平狂买拼多多，景林清空英伟达

被称为“市场风向标”的美股市场持仓报告(13F)披露收官，知名投资人段永平及高毅、高瓴、景林三大私募巨头美股最新调仓路径悉数揭晓。

从调仓动向来看，段永平对AI产业链的减仓信号明显，大举减持“AI三剑客”英伟达、谷歌、微软，并增持了拼多多、新建仓阿里巴巴；高毅买入存储龙头美光科技和闪迪，而英伟达被大幅减持72.41%，小鹏汽车、蔚来被彻底清仓；高瓴增持了唯品会、富途控股，同时减持了拼多多、阿里巴巴、贝壳；景林则大刀阔斧地做了“减法”，美股持仓骤降四成，小幅增加了富途控股的头寸。

段永平减仓AI产业链

知名投资人段永平管理的H&H International Investment(下称“H&H”)向美国证券交易委员会(SEC)提交的2026年二季度13F报告显示，其持仓市值高达191.01亿美元(约合人民币1288亿元)，共重仓18只标的。其中，苹果依旧是其“心头好”，稳居第一大重仓股，持仓占比41.05%，伯克希尔B、拼多多、特斯拉、英伟达也均位列前五大重仓股。从调仓动向来看，二季度H&H大举减持“AI三剑客”。其中，英伟达被减持756.31万股，持股数量下降54.63%，谷歌C减持幅度达46.88%，微软则减仓25.78%。台积电更是遭彻底清空，对AI产业链减仓信号明显。

另一边，拼多多成了H&H二季度方向最明确、规模最大的主动增持标的，持股数量增加527.38万股，增幅达到26.71%。同时，H&H还新建仓了阿里巴巴，期末持仓市值约2893万美元。

另外，高瓴资本旗下专攻二级市场投资的基金管理机构HHLR Advisors(下称“HHLR”)近日也披露了13F报告。

二季度，HHLR主要围绕中概股、生物医药和科技公司进行了集中配置，美股持

仓总市值约8.32亿美元(约合人民币56亿元)，覆盖35只标的，前五大重仓股依次为传生物、富途控股、制药企业AmiVent、迈威科技、唯品会。

在中概股的取舍上，分化较为明显。二季度HHLR增持了唯品会、富途控股，同时减持了拼多多、阿里巴巴、贝壳等标的。需要说明的是，13F报告仅反映按美国监管规则需申报的特定证券持仓，并不代表高瓴全部投资组合。

高毅增持多只中概股

高毅资产的海外配置版图浮出水面，其最新持股总市值约9.79亿美元(约合人民币66亿元)，二季度共持有19只标的，前十大重仓股依次为台积电、华住集团、拼多多、BOSS直聘、携程集团、美光科技、闪迪、谷歌、百胜中国、贝壳，中概股多达6只。

从调仓动作来看，高毅资产新进4只标的，增持9只标的，减仓4只标的。其中，台积电获大举加仓，并跃升为第一大重仓股，期末持股市值约2.38亿美元。

同时，存储龙头美光科技和闪迪也被高毅资产增持，二者获增持幅度分别高达283.48%、192.02%，二季度股价涨幅分别为241.67%、257.88%。

此外，BOSS直聘、携程集团、贝壳、百胜中国、拼多多等中概股均获不同程度的增持；同时，高毅资产还新买入了文远知行、阿里巴巴等4只标的。

减仓方面，高毅资产减持了AI龙头英伟达，持股数量环比骤降72.41%，茅台科技、网易、爱奇艺也同步遭减持。此外还清仓了富途控股、小鹏汽车、蔚来、Lumentum、超威半导体等等。

景林美股持仓缩水四成

千亿私募巨头景林资产的海外子公司

南通方铭国际贸易有限公司

南通方铭国际贸易有限公司成立于2012年，注册资本880万元，年营业额达15000万元。公司以经销批发为核心模式，持续强化竞争优势，树立良好企业形象。主营甘油、粗甘油、皂粒、脂肪酸、硬脂酸、氯化油等优质产品，原料进口覆盖印尼、泰国、马来西亚、阿根廷、巴西等国家和地区。依托专业团队与成熟技术，秉持“质量第一，信誉至上”宗旨，以科学管理、技术革新为支撑，深化机制改革，灵活适应市场，推动全面发展。诚邀各界同仁莅临参观指导，共商合作！

联系人:宗卫东 15162764888 宗薛佳 15162789648
地址:如皋市丁堰镇环东路20号

江苏万鑫新材料有限公司

江苏万鑫新材料有限公司2021年4月8日注册成立，坐落江苏省如皋市丁堰镇鞠庄村工业园区，注册资本1000万元，规上工业企业、国家高新技术企业，主营新型保温隔音材料研发、制造、销售，配套节能管理技术服务。

核心产品 XPS 挤塑聚苯乙烯泡沫保温板，采用连续挤出成型工艺，闭孔率99%以上。产品分030级、B1阻燃级，具备高抗压、低吸水、长效隔热优势。应用场景：建筑屋面墙体保温、地热地面、钢结构屋面、冷库、高铁路基、机场跑道、中央空调风管隔热等，配套新材料技术研发、设备配套、节能方案咨询。

公司拥有规模化挤塑板材生产线，自动化分切、码垛一体化设备，产品覆盖华东建筑工程、冷链基建、轨道交通项目。已完成地方住建部门材料登记，面向工程包建、建材经销商长期供货。

截至2026年4月，公司拥有17项实用新型专利，覆盖挤塑成型、板材压合、自动分切、模块化拼接等设备结构；注册商标3项，生产行政许可齐全。获评国家高新技术企业，产品性能符合国内建筑节能标准。

联系人:何兵 电话:13625232288 地址:如皋市丁堰镇鞠庄村

南通品力健身器材科技有限公司

南通品力健身器材科技有限公司深耕健身小件、瑜伽用品开发生产13年，品牌PINLI品力，实体工厂坐落江苏如皋；工商主体2019年注册，自有标准化厂区，聚焦健身器材

OEM/ODM定制代工，集产品开发、生产、品控、交付一体化服务，稳定服务全球100+合作客户。

核心业务：健身配件、瑜伽康复器材研发设计、贴牌代工、配套全链条生产；注塑成型、EPP发泡、面料缝制、丝网印刷、成品组装；可独立完成模具开发、产品打样、批量生产、出口包装全流程。

配置5大完整生产线,60台以上专业生产设备，模具储备500+套;缝纫、注塑设备各20台以上，产能充足;合作全球知名运动品牌、跨境电商头部商家，长期稳定供货亚马逊、KKV、KETTLE、MERACH等海内外品牌。

注塑生产车间持有48项自主专利，自有“品力”注册商标;编制34套企业产品标准;通过ISO质量体系、BSCI人权验厂、REACH欧洲环保认证、原材料全环保合规，支持海外商超、跨境平台准入审核。

联系人:王海俊 地址:如皋市益寿南路9号
电话:18021687888 邮箱:johanna@pinlifitness.com

如皋市丁堰镇三诚机械厂

如皋市丁堰镇三诚机械厂为个体工商户，经营者徐洪兵，深耕如皋市堰镇机械加工领域，以精工制造、配套服务为核心模式，持续夯实市场竞争力，树立务实守信的本土企业形象。主营打包机制造销售、小五金加工、电机零售、钢材销售，同步经营农业机械制造、润滑油销售、工程机械制造、机械设备租赁、土石方工程施工、装卸搬运、秸秆处理加工、生物质燃料加工、饲料原料销售等业务。依托实操经验丰富的作业团队与成熟加工工艺，秉持“诚信为本、精工保质”经营宗旨，以严谨生产管控、灵活配套方案为支撑，持续优化服务，高效适配各类工程、农林行业客户需求。诚邀各界同仁莅临洽谈交流，共商合作！

联系人:徐洪兵 电话:13962728310 地址:如皋市丁堰镇