

2026胡润中国品牌榜发布

民营品牌成为绝对主力

本报讯 胡润研究院昨日正式发布《2026胡润中国品牌榜》,这也是胡润研究院连续第二十一次发布该榜单,覆盖范围依旧面向所有服务中国消费者的高价值品牌,尽可能完整地呈现当下国内消费市场的品牌价值格局。

本次榜单最终上榜品牌总数达到502个,上榜门槛保持在20亿元人民币,所有上榜品牌的总价值加起来超过8万亿元人民币,对比去年整体下滑10%,而进入品牌价值百强的最低门槛为120亿元。

榜单头部排名里,苹果以1.3万亿元的品牌价值蝉联全榜最具价值品牌,位列总榜第一,品牌价值相比去年同期还实现了18%的正向增长。

贵州茅台以7000亿元的品牌价值位居总榜第二,依旧稳坐中国本土品牌价值榜首的位置,不过品牌价值较去年同期出现了12%的下滑。

抖音品牌价值同比增长7%达到3000亿元,排名较去年上升一位来到总榜第三,它也和微信并列成为当前国内最具价值的中国民营品牌。

特斯拉品牌价值同比下滑13%至2350亿元,总榜排名落到第五位。华为品牌价值同比大涨23%达到1000亿元,时隔多年之后排名重返榜单前十,位列总榜第九。

国产消费电子品牌里,小米、OPPO、vivo分别位列榜单第55、第72和第74,

在消费电子赛道保持着稳定的品牌价值体量。

本届榜单最大的行业变化亮点,就是AIGC品牌首次作为独立行业赛道被纳入评选,最终上榜的8个AI相关品牌全部都是中国本土品牌,没有任何海外厂商上榜。其中字节跳动旗下的豆包以85亿元的品牌价值领跑国内AI品牌,DeepSeek以75亿元的品牌价值紧随其后,Kimi、通义千问的品牌价值均为45亿元。

从品牌所属国家的分布数据来看,中国本土品牌以379个的上榜数量占据绝对领先位置,美国以50个上榜品牌位居第二,法国以19个上榜品牌排在第三位。

如果按照品牌身份属性划分,中国民营品牌、中国国有品牌、非中国品牌的占比分别为52%、24%、24%,民营品牌已经成为国内高价值品牌池里的绝对主力。

胡润集团董事长兼首席调研官胡润表示,过去一年,中国经济在多重压力下经历结构性调整与新旧动能转换,价值增长较快的品牌主要集中在AIGC、高端手机、社交内容平台、文旅,AI技术爆发带动AIGC新品牌集中入榜,高端手机品牌增长亮眼,内容平台与文旅品牌也实现明显增长。而价值下降较多的品牌主要集中在白酒、游戏、新势力汽车、传统互联网平台以及日化领域。(快科)

特朗普:美对加拿大汽车和钢铁

进口关税将提高至50%

本报讯 美国总统特朗普8月24日在社交媒体上发文说,将于2027年1月1日起,把对加拿大汽车、钢铁等产品的进口关税提高至50%。

当地时间8月22日,加拿大总理卡尼发表全国电视讲话,就加美贸易谈判破裂全面阐明加方立场。卡尼宣布,鉴于美国对价值200亿美元的加拿大商品征收50%的关税,加拿大的等额报复性关税计划于9月8日正式生效执行。卡尼表示,反制关税将涵盖乳制品、钢铁、家电、纸浆与造纸以及电子产品等多个领域。(新华)

◆◆

全球独角兽大会在港开幕 助力企业借港出海

据新华社电 由香港大公文汇传媒集团主办的全球独角兽大会24日在香港会展中心开幕。大会以“天生骐骥·创领未来”为核心主题,推动全球独角兽企业落户香港、来港上市、借港出海,助力香港国际科创中心建设。

据介绍,全球独角兽大会是面向全球独角兽企业、隐形独角兽企业、高成长科技企业、科研院所等的高端科创交流与投融资合作平台。本届大会聚焦人工智能、生物医药、金融科技等领域,打造“论坛、展览、路演、对接、竞赛”五位一体的多元互动场景,促进科技成果转化落地转化,推动战略新兴产业与未来产业跨区域协同发展。

本届大会汇聚了200余家全球独角兽企业、100余家高成长科技企业、100余家投资机构及专业服务机构、50余家科研院校和政府部门。

◆◆

国管公积金出新政

首套房最高可贷款340万元

本报讯 中央国家机关住房资金管理中心近日发布通知,宣布对住房公积金政策进行优化调整,与此前北京楼市新政中关于公积金的调整相同,首套房贷款最高额度也可达340万元。

提高住房公积金最高贷款额度:1.购房家庭中1人为住房公积金缴存人的,购买首套住房公积金贷款最高贷款额度为120万元,二套住房公积金贷款最高贷款额度为100万元。2.夫妻双方均为缴存人的,购买首套住房公积金贷款最高贷款额度为240万元,二套住房公积金贷款最高贷款额度为200万元。

另外,符合一定条件,最高贷款额度可进一步上浮。如果是双缴存职工家庭,加上各种上浮政策,首套房公积金最高可以贷款340万元。(央视)

◆◆

证券情报站

算力硬件股大面积走弱

茅台重新站上1300元

本报讯 8月24日,市场全天震荡调整,创业板指、科创50盘中一度跌超4%,尾盘跌幅有所收窄。截至收盘,沪指跌0.59%,深成指跌2.13%,创业板指跌3.21%。全市场近4000股下跌。沪深两市成交额2.01万亿元。

板块来看,黄金概念走强,煤炭板块再度活跃,农业板块全天强势,航运板块逆势活跃。下跌方面,算力硬件股大面积走弱。

股指在二季度大涨、7月份大跌,乃至8月前两周的反弹,都与科技权重股的表现深度绑定。即便是科技股占比偏少的沪指,在反弹和调整的大节奏上,也无法做到完全独立。昨日光模块赛道的三家龙头企业新易盛、中际旭创、天孚通信同步大跌,这让整个算力硬件方向承压。当科技方向日内“主动”走弱,活跃资金就“被迫”选择避险,煤炭、种业、大金融,甚至白酒板块昨日都出现局部活跃,贵州茅台在千元股中逆势走强,股价重新站上1300元关口。

机构观点

申万宏源:超跌反弹后,AI产业扰动再次出现,叠加了美债收益率高企担忧,出现了二次探底行情。中短期判断不变,反弹可能延续到9月下旬,行稳致远政策发力,长中短期乐观预期可能集中发酵,这可能才是本轮反弹行情的高点。

中信证券:科技股近期调整不能简单归因于美国长债利率高企,背后应是AI相关股票的远期定价问题。有三个关键叙事变量可以关注:第一,商业化的速率和空间是否跟得上市场预期;第二,算力优势是不是带来份额和定价权优势;第三,当期的算力差距是否会明显拉开远期的AI模型差距。其中,当前共识性担忧是商业化的速率和空间,最大的潜在变量是“防蒸馏”是否在未来会重新拉大模型差距。(每经)

精准呵护流动性

央行将连续出手

本报讯 中国人民银行(下称“央行”)8月24日发布公告称,将在8月25日以固定数量、利率招标、多重价位中标方式开展5000亿元中期借贷便利(MLF)操作,期限为1年期。鉴于8月有6000亿元MLF到期,当月央行将通过MLF操作净回笼1000亿元。

综合本次MLF操作与8月央行开展的公开市场买断式逆回购操作来看,两项政策工具在8月合计投放中期流动性1000亿元。随着前期市场流动性偏松局面已经扭转,7月中期流动性恢复净投放。8月继续保持中期流动性净投放,将有助于保持市场流动性充裕,稳定市场预期,也有利于支持政府债券顺利发行,体现货币、财政政策协同。

央行当天同时宣布,将在8月27日至9月1日开展隔夜逆回购操作,采用固定利率、数量招标,每日操作量不超过6000亿元。不同于MLF定位于中长期流动性工具,央行开展隔夜逆回购操作是为更好匹配银行体系短期流动性需求。

今年6月,央行出台收窄临时正/逆回购工具操作利率区间、增加隔夜逆回购操作品种的措施,进一步提升央行流动性管理和短端利率调控的精准性、有效性。隔夜逆回购操作在资金跨月、跨季等一些特殊时点可以起到“削峰填谷”的作用,部分机构的短期流动性需求可能只有两三天,央行若仅开展7天期逆回购操作,流动性会有一些淤积,这时候开展隔夜逆回购操作,可以提高流动性管理效率、降低金融机构成本。(证时)

希音开启全球发售 预计募资131亿港元,9月1日港交所上市

本报讯 8月24日,记者获悉,希音正式开启全球发售。高盛、摩根士丹利及摩根大通担任联席保荐人兼整体协调人,基石投资者包括Boyu、TigerGlobal、GeneralAtlantic、腾讯、景林、泰康人寿、UBSAMSingapore。业内人士认为,这直观体现出全球主流资本市场对企业综合实力、经营壁垒及长期成长前景的高度认可。

据悉,本次希音拟全球发售共约27999万股B类股份(可予重新分配及视乎超额配股权行使与否而定),其中香港公开发售近2800万股(可予重新分配),国际发售约25199万股(可予重新分配及视乎超额配股权行使与否而定),发售价格区间定为每股47.6港元至49.5港元。香港公开发售日期为8月24日上午9时至8月27日中午12时,预计将于9月1日上午9时在香港联交所买卖,每手买卖单位为100股。

按每股发售价范围中位数48.55港元计算,希音全球发售所得款项净额约131.23亿港元,其中预计约40%将用于提升公司的技术能力,约40%将用于提高品牌知名度和增强全球布局,约10%将用于公司推广企业责任的举措,剩余资金将用于一般企业用途。

假设不行使超额配股权,按最高发售价每股49.5港元测算,希音全球发售募资毛总额约138.6亿港元,扣除相关发行开支后,估算所得款项净额约133.89亿港元。

希音创立于2012年,凭借“小单快反”(LATR)柔性供应链体系、“自营+平



希音主要聚焦欧洲市场。图为希音在英国伦敦的公交站投放的广告。(CFP 供图)

台”双引擎、“跨境电商+产业带”深度融合,成长为全球领先的时尚和生活方式零售商。

希音曾尝试在纽约和伦敦上市,但两次均无果而终。2026年7月10日,希音赴港上市获证监会备案,拟发行不超3.416亿股。7月26日,希音披露聆讯后资料集,这意味着希音已经通过上市聆讯。若顺利挂牌,将成为2026年港股最大的跨境电商IPO。

财务层面,希音净收入总额由2023年321.03亿美元增至2025年418.47亿美

元;季度业绩表现上,截至2026年3月31日止三个月净收入90.52亿美元,略高于去年同期89.52亿美元,同比增加1.12%。2023年至2025年,希音的复合年均增长率达14.2%,但要分开来看,这三年的净收入增速分别是41.1%、20.7%、8.0%,逐年走低。净利润表现上,2023年净利润27.89亿美元,2024年升至33.65亿美元,2025年回落至20.64亿美元,主要归因于公司估值的变动,导致可转换可赎回优先股的公允价值变动由2024年的24亿美元减少至2025年的3亿美元。(澎湃)

从“买不起”到“卖不动”

日本米价为何大起大落

寿司、饭团、咖喱饭、鳗鱼饭……大米几乎贯穿日本民众的一日三餐。然而,过去一年多时间里,日本米价变化如同“过山车”:2024年夏天开始,米价持续上涨,一度演变成“大米荒”;今年年初以来,随着库存增加和新米上市,米价又快速回落,部分产区农民甚至面临亏本卖米。

分析人士认为,从消费者“买不起”到经营者“卖不动”,背后是日本大米市场供需关系的失衡。若米价继续下跌,可能打击农民种植积极性,进一步削弱日本农业生产基础。

米价大起大落

自2024年夏季开始,日本米价显著上涨,多地超市出现限购、断供等现象。日本政府为平抑米价先后投放多轮储备米,但收效甚微。2025年,该国大米类商品价格涨幅高达67.5%,创1971年有可比数据以来新高。去年底,5公斤装大米平均零售价一度达4416日元(若按近期汇率计算,约186元人民币)。

今年以来,大米价格逐步走低。据日本农林水产省最新数据,8月10日至16日期间,5公斤装大米平均零售价为3191日元。

随着新米陆续上市,米价下跌压力进一步显现。日本全国农业合作协会联合会向农户支付的预付款通常被视为新米价格的重要参考指标。从近期日本各地数据来看,主要产区预付款大幅下调,新米价格或进一步走低。据日本媒体报道,日本最大米产地新潟县已将2026年产普通越光米的预付款定为每60公斤1.85万日元,同比下降38%;北海道将主力品种大米预付款定为每60公斤1.7万日元,同比下降41%。

日本部分超市已经上架2026年产新米,却出现了新米价格低于陈米的异常现象。宇都宫大学农学部助理教授松平尚也认为,新米价格与陈米价格“倒挂”的现象可能会持续。

无论是此前米价大涨,还是如今米价大跌,根本原因都是供需失衡。农林水产省在2025年度农业白皮书中反思“大米荒”时指出,由于日本政府误判大米需求将下降,种植规模安排不足,加之高温等因素导致产量和品质下降,大米供应趋紧。同时,地震预警等因素刺激消费者囤米,进一步加剧供需缺口。政府对市场供应形势判断滞后、储备米投放偏晚,也使短缺状况持续。

如今,日本大米市场面临另一种失衡:供应明显增加,而需求却在走弱。日

米价回落减轻了消费者负担,却给大米生产和流通环节带来新的压力。日本媒体和专家指出,如果米价长期低迷,可能导致部分农民退出农业生产,进而影响日本粮食安全。

今年日本大米丰收,日本农民却高兴不起来。受中东局势影响,农药、化肥等价格不断上涨,日本农业生产成本持续攀升。新潟大学农学部助教伊藤亮司说,以新潟县为例,每60公斤大米如果不能卖到2万至2.4万日元,农民可能陷入“产得越多,亏得越多”的困境。

供需持续失衡

本全农珍珠米公司社长山本贞郎说:“目前供需失调已到了最糟糕的程度。”

一方面,大米库存快速增加。根据农林水产省统计,截至6月底,日本民间大米库存达到243万吨,同比增长57%,创历史新高,远高于被认为较合理的180万至200万吨水平。库存快速攀升既与此前日本政府提高需求预期、农户扩大种植有关,也受到政府此前投放储备米和大米进口增加等因素影响。

另一方面,此前米价高企改变了消

粮食安全堪忧

新潟县米农高桥阳一称,此前购买农业机械时,他是按照每60公斤大米售价约2.4万日元的价格进行经营测算的,如今米价下降,其收入可能减少约1000万日元。他担心,如果低价持续,当地可能会有更多农民退出大米种植。

大米批发商也面临压力。位于千叶县的一间大米仓库几乎处于“爆仓”状态。经营者伊藤享说,仓库仍存有约300吨去年的大米,而新米即将陆续上市。为了腾出仓储空间,市场上已出现低价竞争、甩卖等情况。