# 中国工商银行股票分析

来源：网络 作者：落花无言 更新时间：2024-06-12

*第一篇：中国工商银行股票分析中国工商银行股票分析——08111040 市场营销 庞雪飞中国工商银行于1984年1月1日作为一家国家专业银行而成立，承担了中国人民银行的所有商业银行职能，而中国人民银行则正式成为国家的中央银行。中国工商银行成...*

**第一篇：中国工商银行股票分析**

中国工商银行股票分析

——08111040 市场营销 庞雪飞

中国工商银行于1984年1月1日作为一家国家专业银行而成立，承担了中国人民银行的所有商业银行职能，而中国人民银行则正式成为国家的中央银行。中国工商银行成立以来曾经历几个阶段，期间由国家专业银行转型为国有商业银行，之后再整体改制为股份制商业银行。作为最近的我国银行业重组的一部分，汇金公司于2024年4月向 中国工商银行注资150亿美元，财政部则保留了原中国工商银行资本金1,240亿元，中国工商银行于2024年10月28日由国有商业银行整体改制为股份有限公司。2024年4月，高盛集团有限公司、安联险集团、美国运通公司分别认购中国工商银行A股发 行和H股发行前已发行股份的5.7506%、2.2452%和0.4454%。2024年6月，社保基金理事会也认购了中国工商银行A股发行和H股发行前已发 行股份的4.9996%。

工商银行在2024年10月28日从一家国有商业银行整体改制成一家股份有限公司，财政部和汇金公司担任本行发起人，并正式更名为中国工商银行股份有限公司。中国工商银行股份有限公司于设立后承继了原中国工商银行的所有业务、资产和负债。根据国家关于企业改制的有关规定，中联资产评估有限公司接受本行的委托，就本行整体重组改制设立股份有限公司事宜所涉及的本行的全部资产和负债在评估基准日2024年6月30日的公允价值进行了评估，并出具了《中

国工商银行整体重组改制项目资产评估报告书》（中联评报字[2024]

第390号），评估结果为总资产609,234,671.08万元，负债

583,631,856.28万元，净资产25,602,814.80万元。财政部于2024

年10月21日正式核准了该资产评估报告，并出具了《财政部关于发

起设立中国工商银行股份有限公司项目资产评估审核的批复》（财金

[2024]96号）予以确认。

2024年，工商银行公布中期经营业绩，上半年实现净利润666.13

亿元，同比增长2.7%。分析人士指出，由于净利息差收窄，天量信

贷并未给工行带来高额利润，反而是新兴业务支撑了工行利润增长。工商银行中期报告指出，上半年新兴业务的较快发展，对利润的增长起到了重要的支撑作用。投资银行、企业年金、银行类理财、银

行卡、电子银行以及债务融资工具承销等业务发展迅速，与资本市场

相关的代理基金、资产托管等业务也伴随着资本市场的逐渐复苏而呈

现恢复性增长。同时，工行资产质量持续改善使得资产减值损失大幅

下降，科学的成本管理使得成本收入比保持在29.69%的较低水平，也是利润增长的重要方面。

工商银行相关负责人介绍，今年上半年，在投资银行业务方面实

现收入71.43亿元，同比增长48.1%，在中间业务收入中的占比提高

到约25%，在国内同业中位居首位。同时，工行还大力推进债务融资

工具承销业务的创新，上半年共成功主承销短期融资券、中期票据等

非金融企业债务融资和金融债发行项目36个，参团承销项目64个，承分销项目数合计达到100个。上半年主承销发行额达1424亿元，较去年同期增长140%，其中短期融资券、中期票据等非金融企业债

务融资项目的发行总额达1394亿元，市场占比为24%。

由于净利息差收窄，工行上半年利息净收入1160.38亿元，同比

下降11.9%，这直接导致工行营业收入同比下降4.3%，为1483.52亿

元。但实现非利息收入323.14亿元，增加90.92亿元，增长39.2%。营业支出632.86亿元，下降11.4%，保证了营业收入和利润增长。

业内人士指出，在当前信贷利差收窄、市场竞争加剧的影响下，商业银行必须不断推出更加适合客户和市场的产品，不断开拓新的服

务领域，才能保持收入的稳定增长。

平安证券分析师刘英华则认为，息差企稳回升态势比较确定，加

之工行上半年不良贷款余额和比例保持双降，下半年计息资产收入或

有较大增长，将有力提升其利润水平。

工商银行半年报指出，下半年将采取五大策略。一是把握国家推

出产业振兴规划的机遇，积极调整和优化信贷结构，识别挖掘一批符

合国家产业和环保政策、抗风险能力强和可持续发展水平高的优质企

业。二是把握人民币跨境结算的机遇，大力拓展国际化经营。三是严

格控制各项经营风险，高度警惕资产价格泡沫，加强信贷审查，严防

信贷资金流入股市，高度关注房地产贷款风险。四是加强流动性管理

和预判，在实现资产负债期限合理匹配的同时提高资金营运收益。五

是把握市场机遇，创新发展理财业务和贵金属业务，促进与资本市场

相关中间业务的快速发展。

在去年9月29日挂牌的工银瑞信基金管理有限公司20%股权转

让项目，上周正式尘埃落定。原持有工银瑞信20%股权的公司第三大

股东，中国远洋运输（集团）总公司将其所持有的全部股权以2.582

亿元的价格正式在上海产权交易所挂牌转让，并于上周以2.582亿元的价格成交，而受让方正是原持有工银瑞信55%股权的第一大股东工

商银行。

公开数据显示，截至今年7月31日，工银瑞信基金管理有限公

司的主营业务收入达到3.73亿元、主营业务利润1.57亿元、净利润

为1.23亿元，公司总资产达到7.83亿元、总负债1.37亿元。而20%的股权转让定价为2.582亿元，实际上相当于把工银瑞信的估值定在13亿元。

此项转让项目成交之后，工商银行所持有的工银瑞信基金管理公

司的份额将正式增加到75%。而工银瑞信原第二大股东瑞士信贷第一

波士顿持股比例仍保持不变，仍为25%。

对于原工银瑞信第三大股东中国远洋退出工银瑞信的原因，市场

人士指出，这应是主要受到国资委对央企非主业投资的监督管理规定的影响，即非主业投资占总投资不得超过10%。因此，属于国资委的中国远洋需要对投资行为进行清理，尤其是在金融、证券、保险、房

地产等领域。

事实上，中国远洋的“退”与工商银行的“进”并不出人意料。

在“综合化、国际化”的战略目标下，工商银行不仅对旗下非银行金融公司加大投资力度，更在综合经营和海外收购方面表现抢眼。就在工银瑞信20%股权转让项目挂牌当月，工商银行还正着手对旗下工银金融租赁有限公司进行大手笔的增资。在去年9月初举行的股东大会上，工商银行已经通过了向工银租赁增资30亿元的议案。

当前国际国内经济金融形势虽然程度不同地呈现出好转迹象，但不稳定、不确定和不平衡的特征还比较明显，各种困难和挑战仍然较多。下半年，工商银行将进一步积极适应经济金融形势的发展变化，更加注重风险控制，更加注重改革创新，更加注重结构调整，努力拓展盈利成长的新空间，保持发展的可持续性。

**第二篇：中国工商银行股票分析**

中国工商银行股票分析

——07国际金融 孙茜

中国工商银行于1984年1月1日作为一家国家专业银行而成立，承担了中国人民银行的所有商业银行职能，而中国人民银行则正式成为国家的中央银行。中国工商银行成立以来曾经历几个阶段，期间由国家专业银行转型为国有商业银行，之后再整体改制为股份制商业银行。作为最近的我国银行业重组的一部分，汇金公司于2024年4月向 中国工商银行注资150亿美元，财政部则保留了原中国工商银行资本金1,240亿元，中国工商银行于2024年10月28日由国有商业银行整体改制为股份有限公司。2024年4月，高盛集团有限公司（TheGoldmanSachsGroup,Inc.，或称高盛集团）、安联险集团（AllianzGroup，或称安联集团）（通过其全资子公司DresdnerBank LuxembourgS.A.，或称德累斯登银行）、美国运通公司（AmericanExpress Company，或称美国运通）分别认购中国工商银行A股发 行和H股发行前已发行股份的5.7506%、2.2452%和0.4454%。2024年6月，社保基金理事会也认购了中国工商银行A股发行和H股发行前已发 行股份的4.9996%。

本行在2024年10月28日从一家国有商业银行整体改制成一家股份有限公司，财政部和汇金公司担任本行发起人，并正式更名为中国工商银行股份有限公司。中国工商银行股份有限公司于设立后承继了原中国工商银行的所有业务、资产和负债。根据国家关于企业改制的有关规定，中联资产评估有限公司接受本行的委托，就本行整体重组改制设立股份有限公司事宜所涉及的本行的全部资产和负债在评估基准日2024年6月30日的公允价值进行了评估，并出具了《中国工商银行整体重组改制项目资产评估报告书》（中联评报字[2024]第390号），评估结果为总资产609,234,671.08万元，负债583,631,856.28万元，净资产25,602,814.80万元。财政部于2024年10月21日正式核准了该资产评估报告，并出具了《财政部关于发起设立中国工商银行股份有限公司项目资产评估审核的批复》（财金[2024]96号）予以确认。

下半年严防信贷入股市，高度关注地产贷款风险

工商银行8月20日公布2024年中期经营业绩，上半年实现净利润666.13亿元，同比增长2.7%。分析人士指出，由于净利息差收窄，天量信贷并未给工行带来高额利润，反而是新兴业务支撑了工行利润增长。

新兴业务发展迅速

工商银行中期报告指出，上半年新兴业务的较快发展，对利润的增长起到了重要的支撑作用。投资银行、企业年金、银行类理财、银行卡、电子银行以及债务融资工具承销等业务发展迅速，与资本市场相关的代理基金、资产托管等业务也伴随着资本市场的逐渐复苏而呈现恢复性增长。同时，工行资产质量持续改善使得资产减值损失大幅下降，科学的成本管理使得成本收入比保持在29.69%的较低水平，也是利润增长的重要方面。

工商银行相关负责人介绍，今年上半年，在投资银行业务方面实现收入71.43亿元，同比增长48.1%，在中间业务收入中的占比提高到约25%，在国内同业中位居首位。同时，工行还大力推进债务融资工具承销业务的创新，上半年共成功主承销短期融资券、中期票据等非金融企业债务融资和金融债发行项目36个，参团承销项目64个，承分销项目数合计达到100个。上半年主承销发行额达1424亿元，较去年同期增长140%，其中短期融资券、中期票据等非金融企业债务融资项目的发行总额达1394亿元，市场占比为24%。

由于净利息差收窄，工行上半年利息净收入1160.38亿元，同比下降11.9%，这直接导致工行营业收入同比下降4.3%，为1483.52亿元。但实现非利息收入323.14亿元，增加90.92亿元，增长39.2%。营业支出632.86亿元，下降11.4%，保证了营业收入和利润增长。

业内人士指出，在当前信贷利差收窄、市场竞争加剧的影响下，商业银行必须不断推出更加适合客户和市场的产品，不断开拓新的服务领域，才能保持收入的稳定增长。

平安证券分析师刘英华则认为，息差企稳回升态势比较确定，加之工行上半年不良贷款余额和比例保持双降，下半年计息资产收入或有较大增长，将有力提升其利润水平。

风险控制成主调

工商银行半年报指出，下半年将采取五大策略。一是把握国家推出产业振兴规划的机遇，积极调整和优化信贷结构，识别挖掘一批符合国家产业和环保政策、抗风险能力强和可持续发展水平高的优质企业。二是把握人民币跨境结算的机遇，大力拓展国际化经营。三是严格控制各项经营风险，高度警惕资产价格泡沫，加强信贷审查，严防信贷资金流入股市，高度关注房地产贷款风险。四是加强流动性管理和预判，在实现资产负债期限合理匹配的同时提高资金营运收益。五是把握市场机遇，创新发展理财业务和贵金属业务，促进与资本市场相关中间业务的快速发展。

在满足若干条件的前提下，公司拟就泰国 ACL 银行所有股份向其全部股东发起自愿要约收购。同时，作为自愿要约收购的一部分，公司拟与 ACL 银行的大股东盘谷银行大众有限公司(下称：盘谷银行)签订附条件的《股份买卖协议》，公司同意收购盘谷银行所持的306264561股 ACL 银行普通股，约占 ACL 银行全部已发行股份的19.26%，按照11.5泰铢/股的要约价格及截至2024年9月28日 ACL 银行已发行1088847421股普通股和501605524股优先股的总股数计算，预计自愿要约收购将涉及的总对价最多约为182.90亿泰铢(约合37.18亿元人民币)，将以公司的自有资金于自愿要约收购完成时以现金方式支付。

在今年9月29日挂牌的工银瑞信基金管理有限公司20%股权转让项目，上周正式尘埃落定。原持有工银瑞信20%股权的公司第三大股东，中国远洋运输（集团）总公司将其所持有的全部股权以2.582亿元的价格正式在上海产权交易所挂牌转让，并于上周以2.582亿元的价格成交，而受让方正是原持有工银瑞信55%股权的第一大股东工商银行。

公开数据显示，截至今年7月31日，工银瑞信基金管理有限公司的主营业务收入达到3.73亿元、主营业务利润1.57亿元、净利润为1.23亿元，公司总资产达到7.83亿元、总负债1.37亿元。而20%的股权转让定价为2.582亿元，实际上相当于把工银瑞信的估值定在13亿元。

此项转让项目成交之后，工商银行所持有的工银瑞信基金管理公司的份额将正式增加到75%。而工银瑞信原第二大股东瑞士信贷第一波士顿持股比例仍保持不变，仍为25%。

对于原工银瑞信第三大股东中国远洋退出工银瑞信的原因，市场人士指出，这应是主要受到国资委对央企非主业投资的监督管理规定的影响，即非主业投资占总投资不得超过10%。因此，属于国资委的中国远洋需要对投资行为进行清理，尤其是在金融、证券、保险、房地产等领域。

事实上，中国远洋的“退”与工商银行的“进”并不出人意料。在“综合化、国际化”的战略目标下，工商银行不仅对旗下非银行金融公司加大投资力度，更在综合经营和海外收购方面表现抢眼。就在工银瑞信20%股权转让项目挂牌当月，工商银行还正着手对旗下工银金融租赁有限公司进行大手笔的增资。在今年9月初举行的股东大会上，工商银行已经通过了向工银租赁增资30亿元的议案。

当前国际国内经济金融形势虽然程度不同地呈现出好转迹象，但不稳定、不确定和不平衡的特征还比较明显，各种困难和挑战仍然较多。下半年，工商银行将进一步积极适应经济金融形势的发展变化，更加注重风险控制，更加注重改革创新，更加注重结构调整，努力拓展盈利成长的新空间，保持发展的可持续性。

**第三篇：中国工商银行年报分析[范文模版]**

一、公司简介

中国工商银行股份有限公司前身为中国工商银行，成立于1984年1月1日。2024年10月28日，本行整体改制为股份有限公司。2024年10月27日，本行成功在上交所和香港联交所同日挂牌上市。通过持续努力和稳健发展，该行已经迈入世界领先大银行行列，成为全球市值最大、客户存款第一和盈利最多的上市银行，拥有优质的客户基础、多元的业务结构、强劲的创新能力和市场竞争力。该行通过16,648个境内机构、239个境外机构和遍布全球的1,669个代理行以及网上银行、电话银行和自助银行等分销渠道，向411万公司客户和2.82亿个人客户提供广泛的金融产品和服务，基本形成了以商业银行为主体，跨市场、国际化的经营格局，在商业银行业务领域保持国内市场领先地位。该行始终坚持“以客户为中心、服务创造价值”的经营宗旨，持续提升金融服务水平，品牌内涵不断丰富，“您身边的银行，可信赖的银行”的品牌形象深入人心，成为中国消费者首选的银行品牌和全球最具价值的金融品牌。

二、资本金状况

目前，我国商业银行资本金包括以下内容：

1、核心资本：包括实收资本、资本公积、盈余公积、未分配利润。

实收资本，按照投入主体不同，分为：国家资本金、法人资本金、个人资本金和外商资本金。

资本公积，包括股票溢价、法定资产重估增值部分和接受捐赠的财产等形式所增加的资本。它可以按照法定程序转增资本金。

盈余公积，是商业银行按照规定从税后利润中提取的，是商业银行自我发展的一种积累，包括法定盈余公积金（达到注册资本金的50%）和任意盈余公积金。

未分配利润，是商业银行实现的利润中尚未分配的部分，在其未分配前与实收资本和公积金具有同样的作用。

2、附属资本：商业银行的贷款呆帐准备金、坏帐准备金、投资风险准备金、五年及五年期以上的长期债券。

贷款呆帐准备金：是商业银行在从事放款业务过程中，按规定以贷款余额的一定比例提取的，用于补偿可能发生的贷款呆帐随时的准备金。

坏帐准备金：是按照年末应收账款余额的3‰提取，用于核销商业银行的应收账款损失。

投资风险准备金：按照规定，我国商业银行每年可按上年末投资余额的3‰提取。如达到上年末投资余额的1%时可实行差额提取。

五年及五年以上的长期债券：属于金融债券的一种，是由商业银行发行并还本付息的资本性债券，用来弥补商业银行的资本金不足。

2024 2024 2024 股本 349,084 349,019 334,019 资本净额 1,112,463 872,373 731,956 核心资本净额 850,355 709,193 586,431 附属资本 271,830 174,505 172,994 资产质量指标（%）

不良贷款率（7）0.94 1.08 1.54 拨备覆盖率（8）266.92 228.20 164.41 贷款拨备率（9）2.50 2.46 2.54 资本充足率指标（%）

核心资本充足率（10）10.07 9.97 9.90 资本充足率（10）13.17 12.27 12.36 总权益对总资产比率 6.19 6.11 5.76 加权风险资产占总资产比率54.58 52.85 50.24 2024年12月末，工商银行的不良贷款余额为730.11亿元，比年初的水平减少了2.30亿元，但是比第三季度末的水平环比增加了15.64亿元；不良贷款率为0.94%，比年初的水平下降了0.14个百分点，但是比第三季度末的水平环比增加了3个基本点。

2024年年末工商银行计提了318.32亿元的贷款拨备，年化的信贷成本为0.44%；比去年同期的水平基本持平，略有下降，季度末的拨贷比维持在2.51%，预计未来的拨备政策将保持稳定。

三、负债业务

负债业务:人民币储蓄；外币储蓄；储蓄旅行支票；外汇借款；同业人民币、外汇拆入；发行金融债券等；

负债总额 14,519,045 12,636,965 11,106,119 客户存款 12,261,219 11,145,557 9,771,277 同业及其他金融机构存放款项1,091,494 922,369 931,010 拆入资金 249,796 125,633 70,624

项目 2024年 2024年

平均 利息收入平均收益平均 利息收入平均收益 余额 /支出 率/付息率% 余额 /支出 率/付息率

负债

存款 11,364,657 188,650 1.66 10,385,487 140,518 1.35 同业及其他金融机构存

放和拆入款项(3)1,389,833 32,809 2.36 1,129,238 15,503 1.37 已发行债务证券 150,578 5,357 3.56 86,375 2,992 3.46 总计息负债12,905,068 226,816 1.76 11,601,100 159,013 1.37 非计息负债 574,991 406,471 总负债 13,480,059 12,007,571

人民币百万元

2024 年与2024 年对比

项目 增／（减）原因 净增／（减）

规模 利率

负债

存款 15,937 32,195 48,132 同业及其他金融机构存放和拆

入款项 6,127 11,179 17,306 已发行债务证券 2,279 86 2,365 利息支出变化

24,343 43,460 67,803 利息净收入变化

40,627 18,388 59,015 2024 年末，总负债145,190.45 亿元，比上年末增加18,820.80 亿元，增长14.9%。

2024 年末，客户存款余额122,612.19 亿元，比上年末增加11,156.62亿元，增长10.0%。从客户结构上看，公司存款增加4,574.40 亿元，增长8.4%；个人存款增加6,002.02 亿元，增长11.4%。从期限结构上看，定期存款增加5,487.24亿元，增长11.2%；活期存款增加5,089.18 亿元，增长8.8%。

四、资产业务

资产业务：短期、中期和长期人民币和外汇流动资金贷款、固定资产贷款；外汇转贷款；住房开发贷款；具有专门用途的贷款；消费性贷款（汽车消费贷款；个人大额耐用消费品贷款；个人住房贷款）；委托贷款和特定贷款；票据贴现；国债、政策性金融债券认购业务；同业人民币、外汇拆出；项目贷款评估和信用等级评定等； 资产运用

2024年末，总资产154,768.68亿元，比上年末增加20,182.46亿元，增长15.0%。其中，客户贷款及垫款总额（简称“各项贷款”）增加9,983.91亿元，增长14.7%；投资净额增加1,836.34亿元，增长4.9%；现金及存放中央银行款项增加4,791.57亿元，增长21.0%。从结构上看，各项贷款净额占总资产的49.1%，比上年末下降0.1个百分点；投资净额占比25.3%，下降2.4个百分点；现金及存放中央银行款项占比17.8%，上升0.8个百分点。资产运用

人民币百万元，百分比除外

2024 年12 月31 日 2024 年12 月31 日

项目

金额 占比(%)金额 占比(%)客户贷款及垫款总额 7,788,897 — 6,790,506 — 减：贷款减值准备 194,878 — 167,134 — 客户贷款及垫款净额 7,594,019 49.1 6,623,372 49.2 投资净额 3,915,902 25.3 3,732,268 27.7 现金及存放中央银行款项 2,762,156 17.8 2,282,999 17.0 存放和拆放同业及其他金融

机构款项净额 478,002 3.1 248,860 1.8 买入返售款项 349,437 2.3 262,227 2.0 其他 377,352 2.4 308,896 2.3 资产合计 15,476,868 100.0 13,458,622 100.0 贷款

2024 年末，各项贷款77,888.97亿元，比上年末增加9,983.91 亿元，增长14.7%。其中，境内分行人民币贷款增加8,116.64 亿元，增长13.1%，增速比上年回落3.8 个百分点。

按业务类型划分的贷款结构

人民币百万元，百分比除外

2024 年12 月31 日 2024 年12 月31 日

项目

金额 占比(%)金额 占比(%)境内分行贷款 7,313,436 93.9 6,450,670 95.0 公司类贷款 5,215,605 66.9 4,700,343 69.2 票据贴现 106,560 1.4 117,135 1.7 个人贷款 1,991,271 25.6 1,633,192 24.1 境外及其他 475,461 6.1 339,836 5.0 按期限划分的公司类贷款结构

人民币百万元，百分比除外

2024 年12 月31 日 2024 年12 月31 日

项目

金额 占比(%)金额占比(%)短期公司类贷款 1,764,558 33.8 1,350,106 28.7 中长期公司类贷款3,451,047 66.2 3,350,237 71.3 合计 5,215,605 100.0 4,700,343 100.0

按品种划分的公司类贷款结构

人民币百万元，百分比除外

2024 年12 月31 日 2024 年12 月31 日

项目

金额 占比(%)金额占比(%)流动资金贷款 2,000,392 38.4 1,514,918 32.2 其中：贸易融资 729,407 14.0 488,730 10.4 项目贷款 2,696,187 51.7 2,659,093 56.6 房地产贷款 519,026 9.9 526,332 11.2 合计 5,215,605 100.0 4,700,343 100.0

公司类贷款增加5,152.62亿元，增长11.0%，贷款结构进一步优化。从期限结构上看，短期公司类贷款增加4,144.52亿元，增长30.7%，占全部公司类贷款增量的80.4%；中长期公司类贷款增加1,008.10亿元，增长3.0%，增量占比19.6%。从品种结构上看，流动资金贷款增加4,854.74亿元，增长32.0%，其中贸易融资增加2,406.77亿元，增长49.2%，主要是继续支持生产流通领域企业的信贷需求；项目贷款增加370.94亿元，增长1.4%，主要是继续支持国家重点在建续建项目建设；房地产贷款减少73.06亿元，下降1.4%，主要是本行根据房地产市场形势变化，主动压降房地产贷款规模。

票据贴现减少105.75亿元，下降9.0%，主要是本行根据资产负债组合管理需要，结合全行信贷投放情况，主动调整票据贴现业务规模以实现信贷均衡投放。

投资

2024年末，投资净额39,159.02 亿元，比上年末增加1,836.34 亿元，增长4.9%。

投资

人民币百万元，百分比除外

2024 年12 月31 日 2024 年12 月31 日

项目

金额 占比(%)金额占比(%)债务工具 3,911,633 99.9 3,727,086 99.9 非重组类债券 3,402,795 86.9 3,322,915 89.0 重组类债券 397,996 10.2 402,321 10.8 其他债务工具 110,842 2.8 1,850 0.1 权益工具 4,269 0.1 5,182 0.1 合计 3,915,902 100.0 3,732,268 100.0 非重组类债券34,027.95 亿元，比上年末增加798.80 亿元，增长2.4%。从发行主体结构上看，政府债券增加1,297.95 亿元，增长17.8%，中央银行债券减少5,020.41 亿元，下降42.4%，政策性银行债券增加3,406.79 亿元，增长34.8%，其他债券增加1,114.47 亿元，增长25.8%，主要是报告期内央票到期，同时本行适度加大对政策性银行债券、政府债券以及优质信用债券的投资力度；从剩余期限结构上看，1 年以内期限档次的非重组类债券减少4,825.77 亿元，下降44.8%，占比下降15.0 个百分点，1 至5 年期限档次的非重组类债券增加4,154.44 亿元，增长28.6%，占比上升11.2 个百分点，5 年以上期限档次的非重组类债券增加1,470.13 亿元，增长18.6%，占比上升3.8 个百分点，主要是由于本行把握债券收益率曲线变化带来的投资机会，适时调整投资策略，在保证流动性需要的前提下适度加大中长期债券投资力度；从币种结构上看，人民币债券增加1,010.66亿元，增长3.1%，主要是由于本行把握人民币债券市场走势，保持人民币债券投资适度增长；美元债券折合人民币减少160.39 亿元，下降23.5%，其他外币债券折合人民币减少51.47 亿元，下降19.3%，主要是由于本行适时减持部分外币债券所致。

五、中间业务 中间业务:人民币现金结算、转账结算；国际结算；代理业务（代收代付；代理企业债券、股票、国库券等有价证券发行、清算、兑付、托管；黄金现货买卖、交易清算、实物交割、租赁黄金、黄金项目融资；黄金清算交易；代理发行金融债券；代理保险；代理保管有价证券、有价物品；出租保管箱；代理政策性金融业务或其它金融机构业务等）；人民币及外汇银行卡业务；信息咨询业务（资信调查；资产评估；金融信息咨询；行业信息网服务；开立人民币存款证明）；外汇中间业务（进口开证；进口代收；汇出汇款；来证通知；议付；托收；汇入汇款；结汇；售汇；旅行支票；代客外汇买卖；外汇票据的承兑和贴现；外汇担保；外汇存款证明；代理发行股票以外的外币有价证券；代理买卖股票以外的外币有价证券；外币兑换；为利用国际金融组织贷款的项目开立周转金账户）；融资类和履约类担保业务；商人银行业务（融资顾问和银团贷款安排；企业财务顾问；企业海外上市）；个人理财服务；投资基金管理、托管和销售；其他受托和委托资产管理；企业资信评级及其它中间业务等。

结算业务:2024年实现对公人民币结算量1,350 万亿元，比上年增长55.2%，保持市场领先。

国际结算与贸易融资业务:2024 年，境内分行国际贸易融资累计发放960 亿美元，比上年增长81.5%；国际结算量突破万亿美元大关达10,728 亿美元，增长37.1%。

资产托管业务: 2024 年末，托管资产总净值35,300亿元，比上年末增长22.8%，是境内唯一一家托管资产规模超过3 万亿元的银行。代客资金交易: 全年完成代客结售汇及外汇买卖量5,659 亿美元，比上年增长55.5%。稳步开展本外币结构性存款业务，加强标准化套期保值类汇率、利率风险管理产品推广，丰富产品线，扩大客户规模。全年完成代客结构性衍生产品交易量1,067 亿美元，增长49.2%。手续费及佣金净收入

人民币百万元，百分比除外

项目 2024 年 2024 年 增减额 增长率(%)结算、清算及现金管理 25,410 19,160 6,250 32.6 投资银行 22,592 15,506 7,086 45.7 个人理财及私人银行 21,264 14,858 6,406 43.1 银行卡 17,268 13,687 3,581 26.2 对公理财 9,269 6,886 2,383 34.6 资产托管 5,892 3,385 2,507 74.1 担保及承诺 5,101 3,029 2,072 68.4 代理收付及委托 1,376 979 397 40.6 其他 905 518 387 74.7 手续费及佣金收入 109,077 78,008 31,069 39.8 减：手续费及佣金支出 7,527 5,168 2,359 45.6 手续费及佣金净收入 101,550 72,840 28,710 39.4 结算、清算及现金管理业务收入254.10 亿元，比上年增加62.50 亿元，增长32.6%，主要是信用证、贸易融资等业务增长较快，人民币结算和代客结售汇业务保持平稳增长。投资银行业务收入 225.92 亿元，增加70.86 亿元，增长45.7%，主要是投融资顾问、企业信息服务和常年财务顾问等业务收入持续增长的同时，并购重组和股权融资等品牌类投资银行业务实现较快增长。

个人理财及私人银行业务收入 212.64 亿元，增加64.06 亿元，增长43.1%，主要是个人贷款服务、个人贵金属、个人银行类理财以及私人银行业务实现较快增长。

银行卡业务收入 172.68 亿元，增加35.81 亿元，增长26.2%，主要是银行卡发行量和消费额增长带动消费回佣和结算手续费收入增加。

对公理财业务收入 92.69 亿元，增加23.83 亿元，增长34.6%，主要是对公客户理财类业务增长带动。

资产托管业务收入 58.92 亿元，增加25.07 亿元，增长74.1%，主要是委托类资产规模增加带动托管收入快速增长

六、报告期经营成果

报告期末，本行境外机构（含境外分行、境外子公司及对标准银行投资）总资产1,247.29 亿美元，比上年末增加490.02 亿美元，增长64.7%，占集团总资产的5.1%，提高1.4 个百分点。各项贷款655.25 亿美元，增加210.88 亿美元，增长47.5%，各项存款491.34 亿美元，增加133.76 亿美元，增长37.4%。报告期税前利润13.73 亿美元，比上年增长15.9%。

**第四篇：中国工商银行案例分析**

中国工商银行案例分析

一、发展历程

中国工商银行股份有限公司于1984年成立。2024年，中国工商银行完成了股份制改造，正式更名为“中国工商银行股份有限公司；2024年，工商银行成功在上海、香港两地同步发行上市。作为中国资产规模最大的商业银行，经过20几年的改革发展，中国工商银行已经步入质量效益和规模协调发展的轨道。

随着2024年金融租赁公司的成立，工商银行的非银行牌照类业务已延伸到投资银行、基金和租赁等市场领域；收购澳门、非洲等地最大银行股权，进入俄罗斯、印尼等新市场，境外机构达112家，形成了覆盖主要国际金融中心和我国主要经贸往来地区的全球化服务网络。

2024年末企业网上银行客户144万户，个人网上银行客户5672万户。企业网上银行实现交易额110.50万亿元，增长28.9%；个人网上银行实现交易额9.77万亿元，增长135.4%。获《环球金融》杂志“亚洲最佳个人网上银行”、“中国最佳个人网上银行”、“中国最佳企业网上银行”等奖项。

二、商业模式分析

(1)战略目标

工行的战略目标是巩固在我国银行业的市场领导地位并致力于转型为国际一流的金融机构。工行的整体目标是实现股东价值最大化和维持可持续增长。工行相信自身的独特性在于业务创新的经营方式

及引领市场的创新精神。工行致力于继续以业务创新的理念，通过以下战略措施加强工行的独特性：

 进一步发展具有高增长性的非信贷业务以实现收入及资产结构多元化; 稳健发展本行的信贷业务，积极改善本行的信贷结构; 通过扩大客户细分、加强目标市场营销和提升客户服务水平来继续提升本行的客户组合和盈利能力; 通过战略性地提升传统分行网络，并加强电子银行业务，以进一步增强销售和市场推广能力; 继续加强风险管理及内部控制能力; 充分利用与战略投资者的合作关系; 完善与绩效挂钩的激励机制，加强培训，提高员工绩效。

(2)目标与客户

2024年6月末，企业网上银行客户273万户，比上年末增长14.2%；个人网上银行客户突破1亿户达1.07亿户，增长11.4%。并荣获《亚洲银行家》“中国最佳网上银行”称号。

(3)产品或服务

①、个人金融服务：投资理财、便利金融、个人贷款、存款服务、理财金账户； ②、企业金融服务：对公存款、融资业务、票据业务、财智国际、清算和结算服务、理财产品、企业电子银行、投资银行业务、资产托管业务、机构金融业务、企业年金业务、中小企业服务、更多金融服务；

③、电子银行服务：电话银行、网上银行、手机银行、企业银行、个人网上银行登录、企业网上银行登录；

④、银行卡服务：卡片世界、贴心服务、牡丹卡申办直通车、使用指南。

(4)赢利模式

①、公司业务：

工行公司业务以非金融机构法人客户、政府机关为基本服务对象，是工行的基础业务和各项业务发展的基石，也是工行利润的主要来源； ②、同业业务：

工行从1996年开始涉足资本市场业务，是国内最早提供资本市场银行业务、服务于金融同业的商业银行之一； ③、资金业务：

工行资金业务是根据有关监管政策和国际市场惯例，在货币、债券市场从事的资金拆借、债券投资、外汇买卖以及其他各类金融工具等交易业务； ④、零售业务：

工行零售业务以居民个人或家庭为基本服务对象。加快零售业务的发展是工行业务发展模式和盈利模式战略转型的重要内容； ⑤、电子银行：

2024年7月，工行对全行电子银行服务渠道进行整合，成立电子银行部，实行统一、集中和专业化管理。通过几年来的持续快速发展，已初步构建了以网上银行、电话银行、自助银行、手机银行为主体的多功能、多层次、多渠道电子银行服务网络，业务品种不断丰富，有效突破了时间、空间的限制，具备了统一、标准、高质量地为客户提供多样化服务的能力，柜面替代率不断提高。

(5)核心能力

中国工商银行的核心能力是风险管理能力。风险管理能力较低，已经成为制约我国商业银行发展的瓶颈。我国商业银行除了要加强市场营销能力、创新能力、客户服务能力以外，还要重视风险管理业务能力的培养。

三、技术模式分析

数据集中工程、全功能银行系统和数据仓库三大科技项目，是中国工商银行搭建国际先进水平金融信息技术平台的基础。2024年10月完成的数据集中工程，是我国金融系统数据集中的开创性工程。

依托信息化技术平台，工商银行相续投产了信贷综合管理系统升级版、证券、基金业务系统、网上银行系统、手机和电话银行系统等系列金融信息化产品，赢得了科技应用上的领先优势。

四、经营模式分析

经营范围

 负债业务:人民币储蓄；外币储蓄；储蓄旅行支票；外汇借款；同业人民币、外汇拆入；发行金融债券等。

 资产业务：短期、中期和长期人民币和外汇流动资金贷款、固定资产贷款；

外汇转贷款；住房开发贷款；具有专门用途的贷款；消费性贷款；委托贷款和特定贷款；票据贴现；国债、政策性金融债券认购业务；同业人民币、外汇拆出；项目贷款评估等。

 中间业务：人民币现金结算、转账结算；国际结算；代理业务；人民币及

外汇银行卡业务；信息咨询业务；外汇中间业务；融资类和履约类担保业务；商人、个人银行业务；投资基金管理、托管和销售；其他受托和委托资产管理；企业资信评级及其它中间业务等。

实体分销渠道

2024年，工商银行以财富管理中心、贵宾理财中心、理财网点和金融便利店为主体的分层分类网点功能服务体系基本形成，网点经营转型不断深入。在保持总量基本稳定的前提下，对省会城市、重点大中城市及经济发达县域予以适度网点资源倾斜，在重点城市实施网点布局优化和战略转型，不断优化机构网络布局，加速网点升级改造。年内完成100家财富管理中心和2,000家左右贵宾理财中心建设，增强网点客户服务能力、市场竞争力和盈利能力。完成西藏分行和私人银行部机构申设工作，完善全国机构网络服务体系。

大力进行自主创新

在2024年，工商银行就完成了业务处理主机集中工程，构建了高度集中的电子化体系，首开我国金融界科技管理集约化的先河。在国内，实现了37家分行和总行各经营机构的各项业务的集中处理，大幅度提升了生产运行水平。海外数据中心则实现了工商银行六家境

外分支机构的业务集中处理，从技术上支持了全行境内外业务联动的整体优势发挥。从技术上支持了全行境内外业务联动的整体优势发挥。“十五”期间工商银行还自主开发推出了NOVA全功能银行系统，投产应用了375个信息管理系统和业务项目。该系统实现了业务处理模式从以产品为中心到以客户为中心的转变，确立了国内科技领先的优势地位，为新的管理体制、经营模式、服务体系的建立和各项业务创新发展提供了强有力的技术支持。

五、资本模式分析

2024年5月23日，【中国工商银行】与阿里巴巴在杭州签署整体合作框架协议，双方将就电子商务以及相关的安全认证、资金托管、市场营销、产品创新等多个领域开展广泛合作。这是中国最大商业银行与最大电子商务网站之间的一次全面合作。

在中国工商银行新一代网上银行系统(e-Bank)建设与发展历程中，基于Liana交易平台的建设很好的实现了版本间的衔接与延续，很大程度的保证业务开发的速度与质量，进而推动了业务的快速成长。

中国工商银行联合搜狐、海南航空、新浪等12家国内著名电子商务企业,就在线支付、e卡联名卡、实体联名卡、企业和个人网上银行、客户资源共享、联合促销等内容开展了战略合作。此举不仅标志着中国工商银行电子银行开始向网络金融服务领域更深层次迈进,也标志着商业银行与电子商务产业链之间的互动与合作迈入一个全新的阶段。此次合作最重要的成果将是真正解决电子商务支付问题。

六、管理模式分析

 公司治理不断改进。工商银行严格遵守营业所在地的法律法规及上市地相关监管规定，加强公司治理制度建设，完善“三会一层”运行机制，强化风险管理和内部控制，持续优化董事会结构，提高信息披露质量，深化投资者关系管理，加快经营模式和增长方式的转型，取得明显成效。

 风险管理水平也明显提升。工商银行实行全面风险管理，董事会、高级管理层和全行员工各自履行相应职责，有效控制各种风险。通过借鉴国际经验，信用风险、市场风险、流动性风险和操作风险管理得到全面加强。

 实施全面的资本管理。2024年，工商银行实施全面的资本管理，制定资本管理制度及配套的经济资本管理办法和资本充足率管理办法，投产资本管理系统（CAPV1.0），实现经济资本自动计算和报表展现功能

七、总结及建议

网银发展的真正障碍不在于技术，而在于客户使用网银的信心。虽然在拒绝开通网银的人群中，将近70%的人对网 银的安全性表示担忧.但是，在已使用网银的人群中，2/3的人认为网银是安全的。因此，进行网银服务的宣导 和教育，应当是银行和相关行业下一阶段的主要任务。

要做到避免同质化，工行可以从以下5个方面来解决问题：  建立专业化营业机构和创新业务流程；

 根据目标客户的定位，提供特色化服务；  根据业务重点充分发挥电子银行协同效应；  通过电子商务平台合作培育客户市场；  科学合理地对网银客户进行细分

**第五篇：股票分析报告**

股票分析报告

（一）院系：

班级：

专业：财务管理

姓名：\*\*\*\*

学号：\*\*\*\*

摘要：本文通过对国际经济形势及中国经济形势分析;由于瑞普生物A股属于兽药行业，虽然天津瑞普生物技术股份有限公司所属行业为医药制造业，但是本文仍然以股票所属的兽药行业为背景进行相关的分析。通过宏观的经济环境，行业生态分析;瑞普生物财务分析;股票技术、价格分析。得出了近期瑞普生物交易量波动下降的态势,只是还不够明显。加上现在的股市正处于“熊市”的不景气状态，只能给予谨慎投资的的建议。

一、宏观经济形势分析

(一)国际经济形势分析

2024年国际环境仍然复杂严峻，国内经济运行中深层次问题尚待解决，但中国经济发展具有较多有利条件，有望进一步企稳回升，增长幅度区间将取决于国际大环境与内部深层次结构调整的进展。预计2024年中国经济增速达8.2%左右。稳增长是当前经济工作中的首要任务，同时需要处理好稳增长和调结构、转方式与深化改革间的关系。通过稳定投资增长、优化投资结构，扩大结构性减税力度、适当降低增值税标准税率等措施实现经济稳中求进。同时促进技术与制度创新，提高劳动力素质，培养经济长期增长潜力。

(二)中国经济形势分析

我国经济并未延续2024年下半年的企稳回升态势，GDP同比增长7.7%，较上年4季度回落0.2个百分点。需求则表现为“消费弱、投资稳、出口好转”;供给则表现为“农业形势较好，工业增速偏低，三产增长分化”。通胀压力减轻，居民消费价格同比上涨2.4%，比上年同期回落1.4个百分点。就业形势稳定，全国城镇新增就业303万人，完成全年计划目标的34%，比上年同期多增加14万人。社会流动性宽松。种种迹象表明，中国经济增长动力不足，复苏势头较为疲弱。特别是民间固定资产投资一直处于减速通道，1季度增速比上年全年与上年同期分别回落0.7个和4.8个百分点，显示民间对未来经济发展和投资信心不足。在商业银行不良资产风险逐步上升、金融风险防范力度不断加大的形势下，兽药行业企业的投资扩张也面临资金约束，并可能在未来经济复苏中埋下隐患。

二、行业总体分析

(一)兽药行业竞争剖析

1、产业供大于求，价格竞争激烈，技术竞争逐渐成为主体

农业部强制推行兽药GMP建设，虽然将过去2400多家兽药生产企业压缩到目前1200家，但通过设备更新、厂房重建、人员素质再造等手段，现有企业的年设计生产能力远远超过过去2400家企业的生产总值，兽药业产能过剩已经是一种不争的实施，产能增幅超过200%。然而，GMP企业生产能力的扩大、养殖总量的增加并没有为兽药消费带来同步增长。因此，兽药竞争的残酷性将比过去更为突出。竞争双方均有占领市场的想法，以价格大战打起竞争之战，双方纷纷打出让利于经销商、兽医、养殖户的招牌，甚至于低于成本销售，这一战打得兽医和养殖户无所适从，就兽医和养殖户而言既希望价格低，但又担心买假货，俗话说“便宜无好货”，到底便宜是否是好货在兽医和养殖户心中打了一个问号，不知所以然。但是，商业规律决定价格竞争将仍是兽药市场竞争的主要手段之一。常规兽药与新兽药之间的竞争仍在继续。在过去的若干年实践中，兽医和养殖户对常规抗菌、驱虫、抗病毒、退烧、治喘、止痢药物有了充分认识，市场已占主导地位，兽药经销商的经营有较好的市场基础。

2、宣传竞争失色，渠道竞争白热化，、服务竞争是重要的制胜

当前兽药产业产品的同质化、同名化以及主流客户群体的同一化，宣传的功能对产品的直接促进将大大失色，市场竞争却日趋激烈，终端渠道竞争成为兽药生产企业的必然发展越趋。目前，绝大部分兽药生产企业都在开始进行深度分销，一级代理已由原来的省级或地级代理转变向县、乡甚至村代理，种种迹象表明，兽药生产企业都在进行终端下沉，精耕细作，贴近市场，力拼渠道。兽医与养殖户购买兽药产品越来越理智，他们迫切需他们迫切需要厂家提供专业的服务，指导他们合理临床用药，提高产品的使用价值，解决实际中的问题。采用优质的服务，如技术讲座、出诊等均能明显提升产品销量，赢得用户对企业品牌的长久信赖，已是一个不争的事实。

(二)兽药市场营销趋向

1、由游击战上升到巩固战和持久战，由产品竞争上升到企业资源竞争打一枪换一个地方，一年换一个牌子，这种采取流动作战、急功近利的游击战法，在兽药经营的人中不在少数。面对农业部大刀阔斧动真格，这些以炒作起家的企业可以说是步履艰辛，越来越没有市场。因此合法合规合情都是不可避免的。企业在产品上市之初就要做好战略规划，稳扎稳打，稳步推进。在2024年接触的很多兽药企业中，张口就是回款几千万的少了，很多人都把辛苦研发出来的产品作为长线操作，打起巩固战和持久战，进行理性归原，把兽药真正当兽药来卖。在市场越来越规范的今天，企业已经不再迷恋那些前无古人、开天辟地的新概念，更注重核心竞争力的打造。产品的同质化和营销同质化越来越高，单一产品的成功显得艰难而单薄。所以，打造家族和系列品牌，树立专业和专家形象，走品类营销路线越来越受到企业重视。

2、营销由显性到隐性，全国市场蜻蜓点水到区域市场精耕细作传统广告营销模式在转型期越发呈现被动与无奈，兽药产品广告效果越来越差已成不争的事实。广告营销从单一操作方式向多元化转变的同时，预示着市场营销开始由显性向隐性过渡。一招制胜的机会越来越少，虚实结合充分放大企业自身优势，将是持续健康发展之路。“天上飞广告，地上铺通道”，这种传统广告营销模式在转型期越发凸显出被动与无奈。广告营销不管是从媒体组合还是操作方式都开始向多元化发展。一方面，企业开始将大量广告费用向事件行销、公益营销、文化营销等方面转移。不同市场的差别性是个令众多企业头疼的事。消费者变得理性，市场越来越规范，广撒网、多捕鱼的蜻蜓点水营销手法耗费大量人力财力，其实产出并不比重点操作几个区域市场多。若水三千，只能取其一瓢。精耕细作，开发一个，成功一个，风险低，投入低，产出不一定少，并且市场扎实，巩固得也好。

三、公司具体分析

(一)、公司历史分析

天津瑞普生物技术股份有限公司(股票简称：瑞普生物：股票代码：300119)，瑞普生物股票是在2024年在深圳证券交易所上市，坐落于河北省保定市民营科技产业园区，是河北省唯一一家集研发、生产和销售为一体的动物生物制品现代化GMP企业。瑞普生物成立于1998年，创业十多年来，不断创新、开拓进取，已从最初的单一企业成长为极具规模的动物保健产业集群。旗下拥有瑞普(天津)生物药业有限公司、瑞普(保定)生物药业有限公司、天津瑞普高科生物药业有限公司、湖北龙翔药业有限公司(参股)、湖南中岸生物药业有限公司(参股)、内蒙古瑞普大地动物药业有限公司(参股)6个GMP生产基地，拥有原料药生产线、粉剂/散剂/预混剂、口服液生产线、消毒剂生产线、注射剂生产线、颗粒剂生产线、片剂生产线、灭活疫苗生产线、活疫苗生产线等30条大型生产线，以巨大的产能成为中国集生物疫苗、药物原料、药物制剂、饲料添加剂四位一体的中国规模最大、产品种类最全的动物保健品生产基地之一。作为我国动物保健品行业的领军企业，中国A股市场上一家专注于兽药领域的上市公司，瞄准国际生物技术和动物医学发展前沿，围绕农业可持续发展的国家需求，秉承“前瞻、创新、正直、分享”的企业理念

天津瑞普生物技术股份有限公司致力于不断开发和生产高质量和高附加值的产品。目前拥有家禽、家畜、宠物、水产等动物产品280多种，其中化学药物近170种，生物制品50多种，饲料添加剂30多种，植物提取制剂30多种。产品是人品、控制是诚信、质量是生命，瑞普信守质量承诺，坚持内控标准高于国家标准10%，产品质量抽检合格率连续11年居行业前列，主要产品在多个细分市场名列前茅。良好的市场占有率和高品质的产品效果，让“瑞普”品牌获得了行业和客户的广泛认可，被国家行业协会认定为“兽用生物制剂10强企业”、“兽用药物制剂30强企业”、瑞普产品被认定为“天津名牌产品”、“瑞普”商标先后被评选为“中国动物保健行业2024年最具影响力品牌”、“2024畜牧业影响力品牌”、“纪念改革开放30年全国畜牧业最具影响力品牌”。天津瑞普生物技术股份有限公司以丰硕的科技创新成果，成为“中国畜牧兽医科技创新领军企业”。以创新的产品引导市场，以过硬的品质赢得市场，瑞普立足高端，致力创新，推进着动保行业可持续健康发展。

(二)、公司财务分析

(三)、公司K线技术分析

四、结论及建议

(一)、结论

随着我国经济的复苏和国民经济的整体向好，瑞普生物股票在观察这段期间内，总体的上证指数和深证指数都呈下降的趋势，并且整个市场处于“熊市”。该只股票属于创业板，而创业板的下降幅度最甚。所以无论是从中长期看来，还是短期来看呈波动下降的趋势。由此，建议如果要投资瑞普生物A股，短期内要注意关注国家调控对兽药行业的政策对股票的影响，和做波段投资，较为合适。短期涨幅有限，注意关注股票的市盈率和振幅程度。

(二)、建议

1、在发行主体发展方面

市场需要什么就生产什么，而不是生产什么就卖什么。营销就是满足消费者需求的过程销就是满足消费者需求的过程，它起始于消费者的需求，也就是市场需要，满足了市场需要也就是适销对路。如何才能做到适销对路?市场调研是唯一的途径。适销对路这一概念应该时刻存在于经营者的脑海中，只有有了适销对路的产品，下面的工作才能展开。没有产品质量作基础，营销工作是很被动的。除了对质量的严格要求之外，产品质量还应当结合消费者的实际需求和成本来考虑，同时，更要关注竞争对手的质量，只有产品质量比竞争对手更好，才能在竞争中取胜。此外，要牢记产品质量必须稳定如一，质量下滑是兽药企业由盛转衰的一个重要原因。

注意为市场配备精英人才。建立一支能征善战的营销队伍，建立一支能征善战的业务队伍有四个基本要素 ：核心、素质、管理、沟通，四者不可偏废。为市场制定适用策略。市场布局，我们所面对的各处市场是相互影响的，其中一些市场处于关键位置，一些处于次要位置，打开一些关键市场，就会占领一大片市场。市场布局要考虑多种因素，一是市场的重要性;二是竞争对手的势力;三是运输距离;四是市场容量大小;五是市场之间的互相呼应;六是考虑人员配置;七是考虑未来的市场管理，防止市场窜货;再就是为将来市场开发留下空间。制订市场布局方案时一定要有前瞻性眼光，以免浪费有限的市场资源。

3、营销策略。在营销管理中，我们应制订一些策略性的东西，来强化一些管理要点。经销商积极地卖货、业务员积极地推销、消费者积极地购买，这样销量就会直线上升，反之则市场平平。以上就是对瑞普生物企业发展前景的建议。

2、在投资者的投资方面

最后，我认为投资者在考虑投资瑞普生物A股时，应从以上分析中看出其波动不平稳的态势，故建议谨慎投资。当然，半学期对《投资学》课程的学习和老师的教导下，让我收获了许多，但是由于学生水平有限，报告中难免会有不足或错误，敬请老师指正。

股票分析报告

（二）一、基本面分析

(一)宏观经济分析

2024年全球经济缓慢复苏，先进经济体当前面临的尾部风险已经减弱能够保持长期复苏仍有待观察。新兴市场经济体增长持续下滑的风险已经增大，各自面临不同的发展困境和瓶颈，深化改革成为新兴经济体前进的唯一动力。中国经济发展的特点是潜在增长率的合理区间发生了变化，经济增长质量优于经济增长速度，第三产业对经济的贡献率逐步提升，有投资、出口拉动为主转向消费、投资、出口协调拉动，投资率的高低应遵循储蓄率先升后降的客观规律，民间投资比重呈上升趋势且结构发生积极变化，房地产市场格局复杂。宏观经济呈现稳中向好的发展态势，金融业改革不断深化，金融机构实力进一步增强，金融市场稳步发展，金融基础设施建设继续推进，金融体系整体稳健。

中国经济目前已进入中速增长阶段，中国政府正大力推进结构调整和经济再平衡，由投资驱动型转向消费驱动型，实现可持续发展。xx年我国经济基本面依然较好，外部环境趋于改善，市场预期不断好转，体制机制改革有望激发经济增长活力。

(二)行业分析

xx年上半年家电产品线下渠道零售额为3088亿元，同比下降5%。自xx年上半年以来，家电市场增量和增速双双放缓。数据显示，xx年上半年整体家电市场规模为7254亿元，同比增长4.8%，较去年同期收窄14.9个百分点。行业整体进入结构调整、消费升级、效率优先的运营新周期。从企业营收、净利润水平、产品销售、渠道零售等综合数据来看，家电市场分化趋势明显。首先，家电各子行业增长出现分化。xx年上半年黑白电行业呈现“冰火两重天”的发展态势，数据显示，在主要家电品牌中，营收和净利润在500亿元以上的企业均集中在白电集团与白电企业，其毛利率、净利率水平都显著高于主营彩电业务的黑电企业。另外，白电产品、厨卫电器和生活电器的整体业绩和市场规模增长情况也要好于黑电。

其次，家电产品结构和价格分化。进入xx年，智能家电概念全面爆发，产品高端化步伐加快，智能、节能型产品被业内普遍看好，消费者认知度逐渐提升。彩电领域，智能化、高清晰、大屏幕电视产品成为提振市场的重要品类。生活类家电领域，变频空调、冷暖空调、多门与对开门冰箱、滚筒洗衣机占比增加，同时智能化浪潮也正在由大家电领域向厨卫电器、小家电产品蔓延。

(三)公司分析

1、公司的基本情况

苏宁电器是中国3C(家电、电脑、通讯)家电连锁零售企业的领先者，是国家商务部重点培育的“全国15家大型商业企业集团”之一。截至2024年，苏宁电器在中国30个省、直辖市、自治区，300多个城市拥有1000家连锁店，80多个物流配送中心、2024多个售后网点，经营面积500万平米，员工12万名，年销售规模突破1000亿元。品牌价值455.38亿元，蝉联中国商业连锁第一品牌。

入选《福布斯》亚洲企业50强。

xx年2月7日，苏宁宣布已经通过国家邮政局快递业务经营许可审核，获得国际快递业务经营许可。苏宁由此成为国内电商企业中第一家取得国际快递业务经营许可的企业。xx年10月26日，中国民营500强发布，苏宁以2798.13亿元的营业收入和综合实力名列第一。

围绕市场需求，按照专业化、标准化的原则，苏宁电器将电器连锁店面划分为旗舰店、社区店、专业店、专门店4大类、18种形态，旗舰店已发展到第七代。()苏宁电器采取“租、建、购、并”四位一体、同步开发的模式，保持稳健、快速的发展态势，每年新开200家连锁店，同时不断加大自建旗舰店的开发，以店面标准化为基础，通过自建开发、订单委托开发等方式，在全国数十个一、二级市场推进自建旗舰店开发。预计到2024年，网络规模将突破3000家，销售规模突破3500亿元。整合社会资源、合作共赢。满足顾客需要、至真至诚。苏宁电器坚持市场导向、顾客核心，与全球近10000家知名家电供应商建立了紧密的合作关系，通过高层互访、B2B、联合促销、双向人才培训等形式，打造价值共创、利益共享的高效供应链。

与此同时，坚持创新经营，拓展服务品类，苏宁电器承诺“品牌、价格、服务”一步到位，通过B2C、联名卡、会员制营销等方式，为消费者提供质优价廉的家电商品，并多次召开行业峰会与论坛，与国内外知名供应商、专家学者、社会专业机构共同探讨行业发展趋势与合作策略，促进家电产品的普及与推广，推动中国家电行业提升与发展。目前，苏宁电器经营的商品包括空调、冰洗、彩电、音像、小家电、通讯、电脑、数码，八个品类(包括自主产品)，上千个品牌，20多万个规格型号。

2、重要财务指标

近日，苏宁电器发布xx年第三季度报表，季报显示，公司今年三季度实现净利润-104125.20万元，同比增长-266.47%，每股收益-0.14元，公司归属于母公司所有者的净利润比上期下跌266.47%。

3、行业地位

(四)业绩预测

苏宁 1-3 季度实现营业总收入 796.7 亿元，同比下降 0.6%;亏损 10.41亿元，符合公司预告，扣除非经常性损益净亏损 11.33亿元。3季度收入 285.2亿元，同比增长 15.9%，净亏损 2.86亿元，较 1 季度和 2季度进一步收窄(1季度亏损 4.34亿元，2季度亏损 3.22 亿元)，趋势有所改善。销售回升趋势明确：线下：3 季度同店销售增速 4.1%，实现正增长(1季度-13.4%，2季度收窄至-4%)。线上：业务快速增长，3 季度线上自营商品销售收入 73.17 亿元(含税)，同比增加 31.6%(上半年线上自营商品销售收入 82.82 亿元-含税，同比降 22%)，开放平台实现商品交易规模 11.47亿元(含税)，3 季度线上平台实体商品交易总规模为 84.64 亿元(含税)，同比增长 52.26%。截至 xx年9月底，苏宁会员规模达到 1.55亿。9月份公司移动端订单数量占比达到 24%。

物流服务响应时效持续提升，改善用户体验：截至 9 月底公司在全国 23 个城市物流基地投入运营，13 个在建，24 个完成土地签约储备。小件商品自动分拣仓库项目已在部分城市投入使用，9月份物流服务妥投率达到了 99.7%。

员工持股计划体现公司未来发展信心：共 1,089名员工参加，购买数量占总股本的 0.83%，购买均价 8.63元/股，高于当下股价。

发展趋势

公司预计：xx年全年业绩净亏损 10.41~11.91 亿元，(隐含 4 季度净亏损进一步收窄至 0~1.5亿元)。需要注意的是，该数据并未考虑公司以部分门店物业为标的资产开展创新型资产运作模式，通过监管部门审批最终落地后可能带来的超过 13 亿的税后净收益。

二、技术面分析

一、形态分析：

如图显示的是一个头肩顶形态，形成了一个反转突破形态，股价将下跌。圆圈处为卖点。

二、指标分析

MACD指标。DIFF 由下向上突破 DEA,形成金叉，又 DIFF 与 DEA 均为正值,即都在零轴线以上时,大势属多头市场,DIFF 向上突破 DEA,可作买。此为买点。

根据MACD指标，xx年12月12日DIFF与DEA均在零轴线以上，说明此股票日后仍为上涨态势。

三、投资结论

用以上的各种方法综合的了解了苏宁电器的股票走势得出了如下的一些结论：

首先业绩下降较大，转型短期不畅短期难见效果。再者，民营银行申请困局是造成前期大跌的主因。就目前而言，主力已经撤退，从报告看股东人数359000户，这是非常大的，只能说明一个问题，主力已经出货，散户接盘套牢。短期不要碰这个股票。如果买了也不要急着补仓，待大盘企稳再补不迟。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！