

财眼

时隔6年 茅台出厂价再涨

白酒行业去库存背景下,业内称提价考验白酒厂商的品牌底气

新快报讯 记者刘艳爽报道 10月31日晚间,贵州茅台公告将对旗下部分产品的出厂价进行提价,消息立即登上财经热搜。作为行业龙头,茅台此次提价被解读为提振白酒行业信心,但多位受访业内人士却对白酒板块的后市持观望态度。今年以来,品牌白酒价格倒挂屡上热搜,白酒行业进入去库存时代。有经销商表示,在此背景下提价,考验的是白酒厂商的品牌底气。

平均上调幅度约为20%

茅台提价公告显示,自2023年11月1日起上调本公司53%vol贵州茅台酒(飞天、五星)出厂价格,平均上调幅度约为20%,此次调整不涉及本公司产品的市场指导价格。贵州茅台此后回应媒体采访时进一步明确:涉及涨价的白酒品类为飞天53%vol 500ml贵州茅台酒、五星53%vol 500ml贵州茅台酒以及飞天同系列的其他毫升规格产品。飞天53%vol 100ml贵州茅台酒(i茅台)及尊品、珍品、精品等产品未作调整。从2004年算起,茅台已经8次提高出厂价,上一次提价已经是近6年前了。

茅台此次并未提升市场指导价,但

从销售端来看,相关产品的指导价从未产生“指导”作用。以53%vol 500ml飞天茅台为例,该产品市场指导价为1499元/瓶,但记者走访广州番禺区的多家烟酒店及酒类商行发现,53%vol 500ml飞天茅台的价格多在3000元左右,而在电商渠道,该品类的茅台酒价格亦多在2700-2900元/瓶之间。不过,虽然53%vol 500ml飞天茅台的价格被炒高,但无论是线下端还是线上端并未见明显缺货。

白酒行业专家肖竹青认为,本次茅台酒提高飞天等部分产品出厂价格,是充分考量宏观经济环境和市场供需变化的行为。白酒行业分析师蔡学亦表达类似观点:价格是市场供需关系决定的,茅台已经是“消费品”“奢侈品”与“投资品”三品合一,在商务、礼品与高端宴席市场具有极强的刚需属性,随着相关经济政策的不断落地,以及国内社会消费的逐步恢复,可以说茅台的市场需求依然旺盛。

白酒行业陷入信心博弈

涨价消息发布后,贵州茅台11月1日股价开盘即近涨停,但随后又迅速回落,最终收盘定于1780.99元/股,较上一日涨5.72%。除贵州茅台外,11月1日亦有多家

白酒股股价报涨,但大多涨幅并未超4%,其中五粮液涨2.6%,泸州老窖涨3.4%,洋河股份跌0.2%。白酒板块总体涨0.7%。

对于此次提价,业内有声音认为将会带动其他白酒厂商提价,由此进一步提升整个白酒板块的信心;但也有业内人士向记者表示,其他厂商跟进涨价的可能性还有待观察。11月1日晚间,有媒体报道称,泸州老窖旗下泸州老窖怀旧酒类营销有限公司也发布提价通知,三款不同度数的500ml“60版特曲”经销商结算价均上调20元左右,上调幅度在4%-5%。五粮液、山西汾酒等则向媒体表示暂无大幅调价计划。

在白酒经销领域工作多年的张总(化名)向记者表示,在当前白酒普遍高溢价的背景下,品牌白酒的价格关乎其品牌建设,只有不断把白酒价格提高才能保住消费者信心,一旦价格下降,消费者便可能对该品牌产生怀疑,进而影响品牌建设。

茅台前三季净利首破500亿

今年以来,多家媒体报道白酒行业出现价格倒挂,记者亦从多位白酒业内人士确认此事。

“白酒价格倒挂在业内早已不是新鲜事,至少在疫情初期便已出现,究其原因,是人们对白酒的需求在减少。”经销商王先生(化名)告诉新快报记者。

不过,多位受访的业内人士在谈及白酒价格倒挂时,均提到茅台是个例外,这和当下人们仍然保持对茅台的品牌信心有关。王先生向记者表示,此次茅台提价可能会带动其他白酒品牌提价,但是在许多品牌酒已经销售困难,在经销商回款难的背景下,提价需要考虑自己的品牌够不够有“底气”。

近期,白酒企业陆续公布自己的三季度财报,数据显示,今年前三季度贵州茅台营业收入1032.68亿元,同比增长18.48%,净利润528.76亿元,同比增长了19.09%。这是贵州茅台历史上首次在前三季度营收就突破千亿元,也是公司前三季度归母净利润首次突破500亿元大关。

记者梳理今年白酒上市公司三季度财报发现,今年前三季度大部分白酒上市公司均实现业绩增长,其中贵州茅台仍保持一家独大的姿态,前三季度18家白酒上市公司共实现营收3089亿元,贵州茅台贡献34%;实现净利润1188亿元,贵州茅台贡献45%。

沃得农机分红40亿元,德华化学分了33亿元……

多家企业IPO前“突击”分红被指圈钱

新快报讯 记者张晓茵报道 在IPO发行节奏阶段性收紧的情况下,证监会和投资者对A股IPO中存在的问题更加关注。近几个月,因存在“左手分红、右手募资”的行为,福华化学、腾茂科技、世盟股份、贝利特、道尔道、和特能源、新视云、沃得农机等一众拟IPO公司引发市场质疑。

“把分红的钱再拿回来”

IPO前“突击”分红的公司并不少见,但“清仓式分红”后马上就募资还债,就难免引发投资者的质疑和不满,日前,福华化学就因这一行为引发了市场较大争议。然而,有这种操作的并非福华化学一家,近期有不少公司因类似行为也被推上了“风口浪尖”。

据了解,沃得农机不仅在IPO前进行了约30亿元的大额分红,还在上市申报期内再度分红10亿元,该公司拟募资规模是60亿元。在更新招股书数据的过程中,沃得农机补充流动资金还从早期的20.03亿元变成了23.38亿元,在一片质疑声中,沃得农机终止了IPO。

无独有偶,新视云也存在分红后募资增加的情况。2020年7月,新视云IPO募集资金为5.58亿元,2021年1

月更新招股书时数据亦相同。然而,2022年7月,新视云进行了1.2亿元的分红,随后在今年6月新递交的招股书中,拟投资项目没增加的情况下,公司募集资金却增加至7.24亿元。

此外,还有公司的分红金额正好与补流金额相同。2021年及2022年,世盟股份进行了4000万元的分红,在该公司今年3月递交的招股书中,募集资金正好4000万元,用于补充运营资金。不少股民质疑该行为是“把分红的钱再拿回来”。

记者了解到,近期还有贝隆精密、腾茂科技、贝利特、道尔道、和特能源等一众拟IPO公司,均因分红问题被“揪出水面”,不少公司还被深交所问询,问询内容包括大额现金分红的原因及合理性、主要股东(尤其是实际控制人)取得分红资金的具体去向及客观支持证据、是否存在利益输送等。

“掏空”公司对股票投资者不公平

公司上市后的“分红”,是对广大股东的慷慨回报,而公司上市前的分红,由于获利方仅涉及公司创始人及少数早期投资者,因此大多数分红款会进入实际控制人“口袋”。

例如沃得农机实际控制人王伟耀、张阿美

合计持有公司73.62%的股份,分红款也占到了公司总分红额度的近四分之三;道尔道两年共计分红4.4亿元,其实控人商文明直接和间接合计控制公司85.71%的股份,也就是说,商文明拿走了超3.74亿元。

股民之所以抵制公司IPO前分红,因为在股民看来,IPO前分红就是实际控制人在圈钱。“不缺钱为何要募资?缺钱又为何要分红?”有股民指出,作为公司早期元老,实际控制人IPO前分红拿走属于自己的部分回报无可厚非,但不宜把公司掏个“底朝天”,公司IPO时利润、现金流等资产状况也是公司投资价值的一部分,大额分红对公司及认购股票的投

资者不公平。

在专家看来,IPO前分红又进行募资的“合理性”是关键。IPG中国首席经济学家柏文喜表示,一些公司可能希望通过分红和募集资金来平衡股东利益和公司的长期发展的关系,也需要资金来扩大业务规模、提高研发能力及增加市场份额,公司需为未来发展预留一定资金以应对可能出现的风险和挑战,但也有一些公司可能存在财务造假等问题,因此,投资者可从该公司股东结构是否一家独大、业务模式和竞争优势、公司财务状况来判断分红合理性,了解市场对公司的认可程度和未来预期。

部分IPO前分红企业

公司名称	IPO前(中)分红金额	预计募资	补流或还债
福华化学	两次共计分红33亿元	60亿元	26.74亿元
腾茂科技	2022年分红4290万元	1.38亿元	3000亿元
世盟股份	两次共计分红4000万元	7.08亿元	4000亿元
贝利特	两次共计分红6002.25万元	7.69亿元	9000亿元
道尔道	两次共计分红4.4亿元	11.9亿元	3.5亿元
和特能源	2022年分红1.93亿元	6亿元	1.1亿元
新视云	2022年分红1.2亿元	7.24亿元	未补流及还债但募资额上涨1.44亿元
沃得农机	三次共计分红40亿元	60亿元	23.38亿元

敬老爱心餐,暖胃又暖心
信泰保险广东分公司党支部开展敬老爱心公益活动

专题

为进一步弘扬中华民族孝亲敬老传统美德,更好地满足老年人对长者饭堂助餐服务的多层次、多样化需求,提升老年人的获得感、幸福感和安全感,信泰保险广东分公司党支部积极响应广州市越秀区在各街道和社区全面开展的“九九重阳敬老爱心餐”微心愿认领活动,主动联系越秀区白云街筑南社区,组织调配人力、物力资源,开展助老公益活动,捐赠150份长者爱心餐。

10月27日,信泰保险广东分公司党

支部组织党员志愿者前往社区长者饭堂开展助老服务。活动现场,长者饭堂里整齐排放着多套桌椅,老人们围在餐桌前,聊着家常,等待用餐,信泰保险党员志愿者们按照分工安排有序地发放爱心餐食,主动关心老人们的身体状况,叮嘱大家注意防病防疫防虫,并借此机会向老人们科普金融小知识及防诈骗相关知识、发放清廉家风倡议宣传单,真正做到“金融服务接地气、清廉家风入万家”。据社区负责人介绍,饭堂里每天有十几

位老人用餐,对住所远、行动不便的老人,每天还有志愿者提供送餐上门服务。

近年来,广州市积极构建公益助老配餐、单位食堂、社区长者饭堂等多类型的老年助餐配餐服务体系,努力让老年人在一顿热乎饭中吃出幸福滋味。发展老年助餐服务是实施积极应对人口老龄化国家战略的重要内容和重要民生工程,是支持居家社区养老、增进老年人福祉的重要举措。随着人口老龄化程度不断加深,从国家到地方出台了多项积极

应对老龄化的政策措施,信泰保险广东分公司积极响应号召,时刻谨记企业的初心和使命,扎根慈善公益,彰显保险大爱,2023年已在全省开展超过50场主题为“如意长寿 敬老关爱”助老公益活动,走进各地养老院和社区开展助老慰问。未来,信泰保险广东分公司将持续践行“保险为民”的初心,深入开展“尊老爱老”的公益活动,积极传播保险正能量,传递“保险,让生活更美好”的服务宗旨。
(赵婷婷)