

海天味业部分产品将提价

其余调味品企业有望在3-6个月内跟随性提价

文/图 羊城晚报记者 黄婷

“酱茅”海天味业(603288)涨价的靴子终于落地。在9月27日宣称调价计划尚未最终确定两周后,海天味业10月12日晚发布公告称,对酱油、蚝油、酱料等部分产品的出厂价格进行调整,主要产品调整幅度为3%-7%不等,新价格10月25日开始实施。不过,在涨价消息公布的第二天,海天味业收盘跌0.39%;而其他调味品个股则有较好表现,如中炬高新收盘涨5.21%,千禾味业涨3.22%,恒顺醋业涨2.92%。



海天味业率先提价

关于海天味业产品涨价的猜测,最早可以追溯到今年3月之前。3月31日,海天味业董事长康惠康在业绩说明会上宣称,提价一般会结合成本变化、销售策略、企业持续发展等多种因素来考虑,短期内公司没有提价计划。

然而,今年5月,作为调味品行业“老二”的中炬高新却率先打响涨价第一枪。中炬高新对旗下部分餐饮大包装产品调整供货价格,提价幅度在1%-5%不等;但对零售端的产品没有提价。

国庆假期前,海天涨价传言

事实上,距离海天最近一次提价已过去近5年,即2017年1月对多款产品提价约5%。而往年随着行业“老大”的提价,其他调味品企业通常会跟随性提价,如上一次海天宣布提价后,中炬高新在2017年3月初对厨邦及美味鲜全线产品提价5%-6%,千禾味业也在2017年3月对全线产品提价8%。

今年上半年,黄豆现货价格最高到达5443元/吨,同比去年同期提升30%,同比去年平均黄豆现价提升17%。在正式宣布涨价前,海天味业已多次提到原

涨价情况与此前传言一致

再次传出。国泰君安发布研报称,根据渠道调研,海天味业将在9月26日之前向所有经销商口头传达提价信息,预计9月底全面公布提价方式,初步判断本次提价幅度为5%,提价范围涵盖酱油、酱料及蚝油。

涨价的消息让调味品股票一改此前低迷行情。9月24日消息传出次日,海天味业和千禾味业收盘涨停,中炬高新、仲景食品涨幅均超过7%。

对此,海天味业还于9月27日专门发布澄清公告。公告中

同行企业可能跟随性提价

材料、运输、能源等成本持续上涨的负担。

成本压力侵蚀业绩的问题也日益突出,8月30日,海天味业披露的半年报显示,二季度的营收和净利双双下滑,为上市以来公司首次出现单季度业绩下降。而其他调味品企业的业绩表现也同样不乐观,与海天味业并称“酱油三兄弟”的千禾味业、中炬高新,今年上半年归属于上市公司的净利润分别同比下滑58.09%和38.50%。

对于海天本次提价计划,平安证券认为,提价有望明显缓解公司成本端压力,同时海天作为行业龙头战略性提价,调味品板块其他公司有望跟随,调味品行业盈利改善可期。海天提价落地后,其余调味品企业有望在3-6个月内跟随性提价,梳理市场各环节价格体系,带领行业景气回升。

“参考上一轮海天提价,价格红利消化较快,但渠道红利却推动公司销量连续三年高增,对应经销商数量复合增速约29%。”民生证券认为,本次提价消息的释放将加快渠道备货速度,有利于完成下半年业绩目标。

提到,由于今年以来各主要原材料、运输、能源等成本持续大幅上涨,给公司的经营带来了一定的挑战,近期公司正在评估是否对产品价格进行调整,但调价计划尚未最终确定。

短短两周后,涨价传言成真,且最终调价产品范围和幅度也与传言基本一致。海天味业在公告中提示,本次部分产品调价可能对市场销售有一定的影响,因此调价对公司未来业绩的影响具有不确定性,请广大投资者注意投资风险。

顺丰前三季净利降逾六成 公司仍大規模推进产业布局

羊城晚报记者 林曦 实习生 张松

顺丰控股(002352)发布公告,公司预计今年前三季度净利润为17.6亿-18.6亿元,同比下降67%-69%;预计第三季度实现净利润10亿-11亿元,同比下降40%-46%。昨日开盘,顺丰股价随即跌3.07%,收盘跌幅收窄到1.17%。

从今年年初到现在,作为行业龙头,顺丰控股财报备受关注,而顺丰在资本举措上也动作频频。有行业观点认为,行业巨头间的快递价格战趋于缓和的同时,多家证券机构认为行业将迎来业绩改善拐点,顺丰的大举扩张也意味着行业仍具有发展潜能。

顺丰业绩环比改善

顺丰控股今年首季的巨亏曾一度震惊市场。数据显示,今年一季度,公司实现的营业收入为426.20亿元,一季度大幅亏损。

据最新的业绩预告公告,该公司预计第三季度预计实现的扣非净利润将较第二季度环比增长14%-29%,公司整体盈利水平实现逐季稳步回升。对于业绩改善的原因,顺丰表示,公司不断完善产品分层,制定针对性市场策略,调优产品结构,提升产品定价能力。

国海证券认为,以快运、同城、供应链为代表的的新业务保持较快增长,带动了顺丰控股营业收入的整体增长。特别是二季度以来,顺丰持续加强速运网络、快运网络、仓储网络及加盟网络的场地、线路等资源整合优化,产能利用率、营运效能等环比上升,使成本压力得以缓解。

快递价格战正趋缓

据了解,去年国家为应对疫情影响推出的免征增值税、减免企业社会保险费等一系列税费减免政策,有效缓解了不少快递公司的成本压力。但是,这几年来,快递行业价格战是众所周知的事情。

不过,从数据来看,价格战的战火目前正在趋缓。平安证券数据显示,今年8月全国快递平均单价9.34元,环比上涨0.08元,上升0.90%,其中顺丰、韵达、圆通单票收入分别为15.98元、2.05元、2.13元,环比分别增长0.13%、0.49%、5.45%,其中顺丰和韵达的单票收入连续两个环比出现上涨。

同时,行业内的资本动作也不少。比如,顺丰在截至今年9月28日,已成功收购嘉里物流,获得该公司51.5%的股权。值得一提的是,嘉里物流是顺丰坐拥的第三家上市公司。此前顺丰已经通过一系列资本操作,成功控股泰新材、顺丰房托。而如今再添嘉里物流,意味着顺丰系的资本版图再一次扩大。

安信证券分析认为,当前背景下,基本可以判断快递行业价格底部已经出现,尤其是头部企业策略已经转向,更多关注利润、服务质量,预计2022年头部各家业绩将迎来显著改善。对行业龙头而言,已经建立的品牌口碑与多维产品矩阵树立了先发优势,有望承接新增电商溢出需求,市场份额有望获得提升。

国联安鑫系列“双星”长期业绩闪耀

近年来,“固收+”基金以稳健打底兼顾提升收益的优势成为市场上炙手可热的产品。今年以来,“固收+”基金操作难度提升、业绩呈现两极分化现象,不过经得住市场考验的产品仍能创造长期稳健的回报。

从Wind最新发布的三季度

公募基金中长期业绩榜单来看,国联安“鑫”系列产品再次以优异的业绩榜上有名,其中国联安鑫发A和国联安鑫乾A分别以50%和49%的三年收益位列固收+长期业绩榜第10名和第12名,硬核投资实力再度彰显。(杨广)

智华
观

市场聚焦防御性品种

能耗企业的“绿电投资”值得重点关注。

沪指本周二、本周三跌至60日均线和半年线区域形成一定抵抗,近一年来大盘基本围绕60日均线和半年线上下波动,大箱体运行格局未改,半年线至年线所在3480-3540点区域估计仍为抵抗支撑区。调整一段时间的酿酒等消费品种以及医药医疗板块近日回稳有所反

弹,但这些品种今年2月中旬、6月中旬的相对高位套牢筹码有待消化,或制约其持续上行空间。

本周前三个交易日,市场成交额已连续3日不到1万亿元,与节前连续49天的超万亿元成交形成鲜明对比。市场认为,美国10年期国债收益率近期再度快速上行造成贴现率提升,使得外贸交易意愿下降。近几年来,A股市场每年均有

一波像样的拉升浪,今年8月至9月中间由电力、煤炭、化工等周期股所带动的一波升浪估计告一段落,未来或在明年1月至2月形成转折点。年内大盘或维持区域波动,而前期调整幅度较大的消费、医药、金融等板块,不少已跌到合理或低估的估值区间,或成为市场重要的稳定力量,成为市场重新聚焦关注的防御性板块。

部分品种前期持续的调整也引发相关公司增持的热度持续上升,据媒体统计显示,今年9月有19家A股公司的股东发布增持计划,比8月的12家增长58.33%。随着三季度报业绩的披露,三季报结构性行情或有所展开。在第四季度,打赢“十四五”开局收官战,加码发力稳定工业增长、扩大有效投资、提振消费需求仍是重头戏。(黄智华)

2021年10月14日/星期四/经济新闻部主编/责编 周寿光/美编 夏学群/校对 谢志忠

A14

羊城晚报 专题

2021年10月14日/星期四/经济新闻部主编/责编 周寿光/美编 夏学群/校对 谢志忠

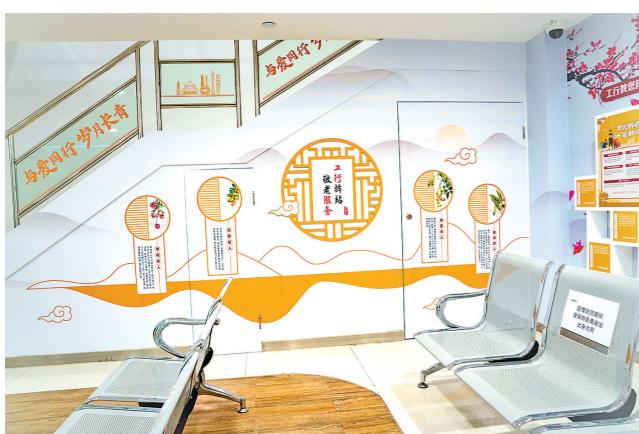
“工银爱相伴 情暖重阳节”

工行广州分行适老金融服务再升级

文
戴
曼
曼

重阳佳节期间,笔者受邀走访了工行广州分行的适老金融服务示范网点——广州中山八路支行,该网点在适老金融服务上作出的努力可见一斑。据该行介绍,今年以来该行扎实开展“我为群众办实事”实践活动,将“提升老年客户金融服务体验”作为重点方向之一,多次开展客户需求调研、基层网点调研,主动作为,不断升级适老金融服务。

据统计,工行广州分行拥有60岁及以上老年客户超210万,客户群体庞大。此外,该行有150余家网点扎根广州老城区,为老年客群基础金融服务提供保障。今年以来,该行加快推进线上线下服务渠道适老化改造,优化老年客户高频服务流程,广泛开展金融服务宣教活动,做深、做细服务老年客户的各项工作,让老年客户充分体验到更周全、更细致、更暖心的金融服务。



A 打造15家银发特色网点 老年客群服务体验再升级

打造爱心敬老服务区。

便民服务方面,结合老年客户需求和网点实际,增配放大镜、轮椅、老年报刊等特色化适老服务设施;服务指引方面,加配了符合广府语言特色的服务标识;敬老文化宣传方面,突出“工银爱相伴”老年客群综合服务品牌的展示,设置敬老服务宣传栏,网点整体配套适老主题特色装饰,提升老年客户服务体验,获得街坊老年客群的一致肯定。



B 培养老人使用智能设备 跨越“数字鸿沟”不再难

在智能服务方面,针对老年客户在运用智能技术办理金融业务方面遇到的共性问题,该行积极发挥金融科技智慧,推出了多个老年客群特色场景,全方位赋能服务流程优化,提升金融服务适用性。如95588人工专线服务,老年客户通过在我行预留手机号拨打95588电话,说出“敬老、银发”等关键词,即可跳转至人工专线服务;如智能柜员机老年版,包括界面首页、转账

汇款、我的收款人、余额查询、账户明细、工资明细、我的定期存款、存入定期、存折打印等高频功能应用均以大字、加粗、颜色对比展示;如爱心ATM,通过增加“存折读取”模块,持存折的老年客户可通过爱心ATM办理存取业务;如智能机“无介质”服务模式,在网络一次性协助完成注册签约后,老年客户可通过刷脸、输入密码即可办理常见低风险业务,解决忘带卡、带错卡多次往返问题。

为将“助老跨越数字鸿沟”的工作落到实处,该行在厅堂服务中,优化动线分区,以入口身份证识别为动线起点,坚持“先自助后人工”的原则,加强老年客户服务的引导,变“我帮您”为“我教您”,逐渐培养老年客户自主使用智能设备的习惯。现在,不少老年客户已经能够自己使用智能设备处理存折业务了。

C 开展宣教主题关爱活动 守护老年客户“钱袋子”

重阳节期间,该行依托全辖网点“工行驿站”组织开展聚焦老龄客群的“反诈伴您行,重阳送安心”主题关爱活动,充分利用“工行驿站”宣教阵地,开展“宣教先行、携手同行、守护陪伴、平安随行”系列活动,一是面向到店客群集中轮播工行精选的反诈主题宣传教育片,做好老年受众反诈知识普及,推进老龄群体防诈骗能力提升,强化客户依法开立和使用账户的法律意识培育;二是通过厅堂微沙龙、进社区等现场方式,着重做好账户风险防控的知识普及,以及防诈骗资料的宣传发放,同时邀请属地公安干警、反诈宣传工作人员到“工行驿站”开展反诈知识讲座,向老年客户充分揭示犯罪分子惯用手法及特点,做好反诈、防诈工作。

践行适老金融服务是工行广州分行履行大行社会责任的重要体现,也是该行党史学习教育“我为群众办实事”的重要举措。工行广州分行将进一步通过各种措施,提升老年客户金融服务体验,以工行力量深入贯彻“实施积极应对人口老龄化国家战略”,打造更有温度的银行形象。

