

茅台新品搅局千元档市场

茅台1935与其他酒企高端白酒直接对垒

羊城晚报记者 程行欢 实习生 肖渝

酒核心产区基酒。虽然指导价为1188元,但未上市就受到了热捧预定。在刚刚发售后的第二天,市场价格已经到了1680元,这一价格已经落在了原有飞天指导价的附近。资本市场也给予了一定认可,1月19日,贵州茅台收报1912元,涨幅为1.04%。

千元价格带鏖战激烈

长期以来,53度飞天茅台牢牢独占2000元以上价格带高地,而系列酒则多以千元以下价格带为主要阵地,“茅台1935”的定价填补了茅台千元价格带的空白,与其他酒企的高端白酒直接对垒。

另一方面,大众消费能力的提升,众多酒企纷纷瞄准了更高的千元消费价格带,这一块也是更多利润的来源。自去年11月以来,泸州老窖、五粮液、舍得酒业、水鬼酒等多家酒企核心单品纷纷涨价,发力千元产品。因此,茅台1935拟定的这个价位,在价格层面上首当其冲对准的是五粮液与国窖1573。

作为仅次于茅台的头部酒企,五粮液在去年的1218大会上表示,要持续巩固第八代五粮液千元价格带单品的市场核心地位,同时坚持发力200+白酒市场,实现经典五粮液的产品突破,其核心大单品第八代五粮液也悄悄地把899元的出厂价上调至969元,增幅近9%。泸州老窖也在近期对52度国窖1573进行不断提价,期待在销售最为旺盛的春节期间能够保持价格的坚挺,从而站稳千元以上的价格区间。

但也有业内人士认为,茅台1935虽然是茅台旗下产品,却并不是茅台主推的产品线和核心品牌,对于已经有着成熟商务消费群体的五粮液和国窖1573来说,正面对垒尚需时日,更多冲击的可能是二、三线酒企品牌的千元高端产品。

七欣天利润上涨靠外包员工?

公司多家子公司受到行政处罚

羊城晚报记者 孙绮曼
实习生 严思蕴

继海底捞和呷哺呷哺后,又一家火锅企业赴港上市。1月12日,海鲜餐厅七欣天国际控股有限公司(以下简称“七欣天”)递交招股书,计划在香港主板上市,招银国际和国泰君安国际为联席保荐人。

以外包员工降低成本

公开信息显示,七欣天品牌创立于2006年,专营新香辣海鲜火锅,以标志性的“一锅两吃”,即炒海鲜与加入汤底后的火锅同享的吃法而闻名。

中国餐饮行业格局高度分散,根据弗若斯特沙利文的数据,2020年中国海鲜餐饮市场中销售额排名前五的经营者的市场份额仅占3.80%,而七欣天在2020年收入14亿元,占据海鲜市场份额1.20%。从销售额与餐厅数量来看,七欣天均位列海鲜餐饮市场第一。

记者梳理招股书发现,七欣天在2019年、2020年及2021年前三个季度分别实现12.85亿元、14.25亿元和14.80亿元的营收,对应的净利润率分别为6.30%、12.10%和17.50%,实现大幅增长。

而从招股书中可以看到,七欣天的业绩增长,可以主要归结于其餐厅扩张与员工成本控制。

虽然七欣天的餐厅数量位列中国海鲜市场第一,但其经营范围主要集中于江苏省及周边地区,在全国范围内知名度不高。截至目前,七欣天在国内9个省的48个城市及1个直辖市经营了256家连锁餐厅,其中超

过100家位于江苏省。

近年,七欣天持续发力扩张其餐厅网络,旗下餐厅由115家增至250家,在2019年、2020年、2021年前三季度分别开设新餐厅37家、27家、52家。七欣天在招股书中透露,将在2022年至2024年分别开设新餐厅70家、100家、130家。

餐厅网络扩张带来餐厅运营收入增加,外卖订单增长。从收入构成来看,七欣天的收入大部分来自餐厅运营,在报告期内产生收入10.97亿元、11.97亿元、12.29亿元,均占总收入的80%以上,公司的外卖业务亦从2019年的11.2%占比上升至16.4%。

此外,七欣天还通过外包方式降低员工成本。2019年年底、2020年年底及2021年9月30日,七欣天公司员工数量分别为4707名、4279名、5269名,其中雇员4707名、1713名、1834名,其余为外包员工,外包人员分别占比0.59.97%、65.19%。而在报告期内,公司的员工成本分别为3.077亿元、2.614亿元、2.553亿元,占营业收入的比重分别为23.9%、18.3%、17.2%。

从餐饮的重要指标翻台率来看,七欣天报告期内的翻台率分别为2.1、2.1和2.2,并无较大提升,且远低于火锅行业的其他餐厅。作为对比,2020年,呷哺

呷哺、捞王的翻台率分别为2.3、2.5。根据海底捞2021年中报,目前海底捞的翻台率为3.0,上年同期为3.3。

多家子公司曾受处罚

羊城晚报记者梳理发现,该公司存在多家子公司受到行政处罚的情况,处罚的原因也各不相同。

天眼查信息显示,七欣天的多家子公司存在受行政处罚记录7条。2018年,因采购不符合食品安全标准的食品原料,江苏七欣天餐饮管理连锁有限公司张家港杨舍店被张家港市市场监督管理局罚款5000元。

此外,江苏七欣天餐饮管理连锁有限公司德清分公司曾因拖欠税款,而被列入国家税务总局德清县税务局列入欠税公告名单;苏州市七欣天餐饮管理连锁有限公司湖州分公司,还曾因未按规定提交年度报告信息而被列入企业经营异常名录。

回顾同行,2021年海底捞和呷哺呷哺关闭了全国的多家门店,而七欣天在这样的环境下依然选择加速扩张、赴港上市,其能否顶住扩张带来的整体运营效率降低、管理压力加重?长期来看,七欣天仍然需要进一步提升其翻台率,加强管理,保证其经营市场份额的稳定增长。



国光电器否认蹭“元宇宙”热点

羊城晚报记者 黄婷报道:1月19日,对于公司认购金额较小的质疑,国光电器(002045)回复称,公司是硬件类企业,合资公司是软件类企业,合资公司由智度集团有限公司及智度科技股份有限公司运营更有利于其发展壮大。“公司认为不存在蹭‘元宇宙’热点概念、误导投资者情形。”国光电器表示。

“说明你公司相关信息披露行为是否审慎,是否存在蹭‘元宇宙’热点概念、误导投资者情形。”1月17日,就在国光电器刚宣布完与关联公司设立合资公司、完善元宇宙布局的第二天,深交所的关注函迎面而来,抛出这一尖锐问题。

1月16日傍晚,国光电器披露公告称,为推动公司可持续发

展、完善公司在“元宇宙”领域布局,公司拟与智度股份、智度集团共同投资设立合资公司,重点推进基于VR环境的社交游戏项目和数字艺术元宇宙社区项目。

此次合资公司注册资本为2000万元,出资方式为现金出资,国光电器、智度股份、智度集团分别占合资公司注册资本比例为10%、48%、42%。经计算可得,国

光电器拟认购出资200万元。

投资三方的关系十分密切。智度集团、智度股份及其一致行动人合计持有国光电器总股本的30%,是公司的第一大股东;国光电器董事长陆宏达、副董事长兰佳同时也是分别是智度股份的董事长和副董事长。此外,智度股份和国光电器的注册地址均为广州市花都区。

国光电器称,公司是VR产品声学模组的供应商,且正筹划开展VR/AR整机业务。VR设备是元宇宙的硬件入口,公司熟悉VR硬件的功能及技术趋势,将极大帮助合资公司软件应用项目的适配开发和超前开发;公司也熟悉VR硬件厂商,这有助于帮助合资公司和VR硬件厂商建立更紧密合作。

特别报道

2022年1月20日/星期四/经济新闻部主编/责编 周寿光/美编 郭子君/校对 彭继业 A14

明确五大任务、
15条实施路径及保
障措施

文/戴曼曼 王淼怡 曾晓冰



农行广东分行支持的“客都人家”特色小镇项目

农行广东分行支持
全面推进乡村振兴

农行广东分行支持的惠州市横沥镇

围绕重点领域 推动信贷增量扩面提质

据介绍,农行广东分行近年持续推进深入服务“三农”和乡村振兴,2021年末县域贷款余额3340亿元,年增量超640亿元,连续四年保持全省金融机构首位;涉农贷款余额3460亿元,当年新增支持农户5万户、新型农业经营主体超万户;率先实施“千人驻镇助力乡村振兴行动”,派出近千名金融助理驻镇帮镇扶村,实现对全省901个被帮扶乡镇的金融服务全覆盖,是服务乡村振兴的重要创新。

目前,根据农行广东分行制定的具体行动方案,该行将围绕乡村产业、乡村建设、农民富裕、数字乡村等重点领域,配合支持《实施意见》

见的落地实施,因地制宜,点面结合,持续加大信贷投入。

针对乡村产业兴旺,前期农行广东分行将现代农业产业园作为服务产业振兴的主抓手,全面落实“一园一团队一服务方案”,已实现对省级产业园的服务全覆盖,支持园区经营主体近3万户、发放贷款168亿元。

《实施意见》发布后,该行将紧扣广东“产业园2.0版”、粮食安全战略、“粤强种芯”工程等规划安排,继续分类施策,进一步做深做透产业链服务,支持特色产业集群和产业链高质量发展,实现农业产业园主体授信全覆盖,省级以上农业龙头企业信贷覆盖率

乡村建设方面,农行广东分行将支持农村基础设施、水利水电、乡村风貌提升等人居环境整治建设,助力广东画好美丽宜居乡村画卷。

农民安居创业方面,为持续巩固脱贫攻坚成果与乡村振兴有效衔接,农行广东分行进一步深耕乡村市场,依托“安居、乐业、幸福、普惠、保障”五大零售金融服务品牌,综合满足广大农民生产生活需求;大力推广“惠农e贷”,在目前惠及12万农户的基础上,逐步实现有信贷需求的农户信息建档全覆盖。

加大创新力度 推出更多元的惠农产品

《实施意见》提出,到2025年底广东涉农贷款余额将超2万亿元。”1月17日,《关于金融支持全面推进乡村振兴的实施意见》(下称《实施意见》)及其配套文件新闻发布会在广州举行。会议再次抛出“2万亿元”目标,并强调为实现这一目标,应探索研发适合农业农村特点和规律的金融产品,这将是一项长期持续的重要工作。

据悉,2021年12月22日,广东省人民政府发布《实施意见》,提出“2万亿元”目标,为广东金融支持乡村振兴工作的未来,制定了全景“施工图”。作为金融支持乡村振兴的国家队、主力军,中国农业银行广东省分行(下称“农行广东分行”)围绕《实施意见》,结合监管要求,迅速配套制定了具体行动方案,明确五大任务、15条实施路径及保障措施,全面落实《实施意见》各项要求。

“农行将深入推进全行服务乡村振兴‘一盘棋’发展格局,在机制建设、资源投入等方面进一步加大力度,‘十四五’期间将投放乡村振兴领域贷款5000亿元以上,县域贷款年增幅达到20%,充分发挥好金融服务乡村振兴的主力军作用。”农行广东分行副行长冯必凤如是说。

目前,根据农行广东分行制定的具体行动方案,该行将围绕乡村产业、乡村建设、农民富裕、数字乡村等重点领域,配合支持《实施意见》

见的落地实施,因地制宜,点面结合,持续加大信贷投入。

针对乡村产业兴旺,前期农行广东分行将现代农业产业园作为服务产业振兴的主抓手,全面落实“一园一团队一服务方案”,已实现对省级产业园的服务全覆盖,支持园区经营主体近3万户、发放贷款168亿元。

《实施意见》发布后,该行将紧扣广东“产业园2.0版”、粮食安全战略、“粤强种芯”工程等规划安排,继续分类施策,进一步做深做透产业链服务,支持特色产业集群和产业链高质量发展,实现农业产业园主体授信全覆盖,省级以上农业龙头企业信贷覆盖率

逐年提升。

乡村建设方面,农行广东分行将支持农村基础设施、水利水电、乡村风貌提升等人居环境整治建设,助力广东画好美丽宜居乡村画卷。

农民安居创业方面,为持续巩固脱贫攻坚成果与乡村振兴有效衔接,农行广东分行进一步深耕乡村市场,依托“安居、乐业、幸福、普惠、保障”五大零售金融服务品牌,综合满足广大农民生产生活需求;大力推广“惠农e贷”,在目前惠及12万农户的基础上,逐步实现有信贷需求的农户信息建档全覆盖。

完善服务渠道 提供更加便利的基础服务

针对广东县域实际,农行广东分行将进一步优化完善“网点+自助银行+惠农通服务点+线上渠道+流动服务”的五位一体服务渠道体系,尤其是充分发挥好金融助理这支队伍的“联络员、服务员、宣传员”作

用,紧密联动当地政府和工作队,协同各级农行分支机构,将“一镇一金融解决方案”落到实处,打通农村金融服务“最后一公里”。

此外,紧扣数字乡村建设,农行广东分行深化政银企的合作共

建,加快系统平台和农行掌银的推广应用,积极搭建省级乡村特色平台,打造县域特色场景、提高“三资”平台服务覆盖率,进一步延伸服务触角,提升农村金融的服务效率和可获得性。