

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,海天味业董事长庞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

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

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。

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,第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股东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

顺丰前三季净利降逾六成 公司仍大规模推进产业布局

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、营运效能等环比回升,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月环比出现上涨。

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,成功控股鼎泰新材、顺丰房托。而如再添嘉里物流,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)

市场聚焦防御性品种

智华观察

近期市场结构性波动大,部分前期涨幅较大的热门板块如电力、钢铁、煤炭、化工、天然气等品种出现大跌,市场人气受到一定影响,在近期多家上市公司披露相关减产公告后,周期板块的整体走势受到资金情绪扰动。机构普遍认为,碳中和是“能耗双控”背后的主线,对大宗商品领域的影响深远;在碳中和目标明确的大背景下,传统高

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区筹码有待消化,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天的超万亿元成交额形成鲜明对比。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,使得外资交易意愿下降。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月中旬由电力、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)

“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。



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”组织开展聚焦老年客群的“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、守护伴行、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,做好防诈、反诈工作

的现场宣讲;三是以提升老年客户防骗、识骗、拒骗能力为目标,协助做好国家反诈中心相关服务渠道的宣传推广,推荐老年客户关注“国家反诈中心”官方政务号,辅导老年客户下载安装“国家反诈中心”APP。该行将通过揭批当前电信网络诈骗违法犯罪的典型案例及作案手法,普及反诈、防诈与安全支付的知识要点,提升账户风险防控与便民服务水平,显著增强老年客群的风险防范意识,助力群防群治的反诈、反赌防线有效构筑。

据了解,该行在重阳节期间还针对55岁及以上客户,开展一系列专属活动,推出“专属两年期大额存单”“专属防癌医疗保险”“精选贵金属”等一系列专属服务,老年客户可以在任一家工行网点均可办理。

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。



打造15家银发特色网点
老年客群服务体验再升级

该行筛选了“老年客户占比大、到店频次多、服务需求高”的15家网点,坚持需求导向和问题导向,围绕老年客户特征和行为习惯,结合网点微空间改造和“工行驿站”功能升级,推进网点模块化、适老化硬件改造,为老年客户提供针对性、差异化的服务,进一步提升老年客户业务办理的便利性、舒适性、安全性。以广州中山八路支行为例,网点依托驿站便民设施及智能设备

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,加配了符合广州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。

培养老人使用智能设备
跨越“数字鸿沟”不再难

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,在网点一次性协助完成注册签约后,老年客户可通过刷脸、输密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,以入口身份识别为动线起点,坚持“先自助后人工”的原则,加强老年客户的服务引导,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。