

新品密集上线 白酒企业三季度业绩向好

□本报记者 周文天 潘宇静

展示最新动态

在今年的全国秋季糖酒会上,茅台集团表示,要想方设法共同做好茅台酒“控价稳市”工作,严厉打击加价销售、囤货居奇、哄抬价格,甚至与“黄牛党”合作炒作、虚构销售记录规避监管等行为,不让价格偏离产品的价值属性,尽最大努力保护好消费者利益、维护好茅台信誉。

今年以来,贵州茅台一批价持续上涨,终端价格随行就市,进入9月份站上2800元/瓶整数关口。下半年是白酒消费旺季,茅台酒价格走势是整个白酒行业的风向标。国泰君安研报认为,茅台集团强调控价稳市,经销商群体对稳定价格、理性销售、提升民间消费开瓶率等问题反馈积极,预计后续一批价会相对稳定。

在此次秋季糖酒会上,五粮液展出了新品“经典五粮液”,并将云商搬上了糖酒会。消费者注册后,第八代五粮液可享1179元/瓶的价格。“让更多的消费者在家里就能购酒。”五粮液工作人员表示。

在口子窖的展台上,公司新推出不久的产品“初夏”摆在展位明显的位置。口子窖工作人员称,秋季糖酒会期间收获了几百位意向客户,济南是口子窖的重点市场,后续会和意向客户展开联系,招商的目的应该能达到。

在山西汾酒的展示区,青花汾酒30·复兴版首次在秋季糖酒会上展示,该款产品已经站上1000元/瓶价格带。“主要是更符合高档酒市场需求,也和青花汾酒20进行了区分。”山西汾酒工作人员称。

整体反馈积极

近期,券商分析师密集发布关于秋季糖酒会观察的研报。

开源证券认为,名酒企积极开展论坛和招商,经销商参与热情较高,反映出产业信心基本恢复。从渠道反馈看,中秋旺季白酒消费环比明显改善,且消费结构上高端白酒动销平稳,消费升级趋势持续。



新华社图片

在刚刚结束的全国秋季糖酒会上,贵州茅台表达了稳价的决心,五粮液重点展示了新品和布局线上化。目前正是白酒市场消费旺季,券商分析师密集发布报告,看好白酒企业三季度业绩。

华创证券指出,在疫情影响下,小厂家难以维持现金流,给予终端足够支持,将导致市场份额向头部企业集中。小品牌出路在于差异化竞争。

市场对于酱香型白酒的热度不减。中泰证券认为,酱酒热之前本质是茅台热,现在逐渐演变为品类热,大众需求主导下产业洗牌可能重塑白酒品类格局,企业应加以重视。

兴业证券认为,浓香酒企开始在老酒市场进行尝试,如五粮液通过收藏版打造老酒

概念、舍得酒业依托雄厚基酒资源推出老酒产品,浓香白酒企业一直忽视的存储功能及老酒概念今年以来有明显改观。当前白酒消费中浓香仍是主流消费品类,基酒资源丰富进而发展老酒概念或是对冲小众香型冲击的重要法宝。

渠道信心增强

展望三季度,招商证券食品饮料团队认为,随着婚宴宴请等场景消费的反弹,中秋国庆假期动销略超预期,预计三季度白酒企业的收入、业绩环比加速增长。四季度及明年春节旺季,消费氛围将基本恢复,渠道信心增强,叠加当前低库存,白酒企业的业绩报表有望继续

改善。分价格带看,高端白酒依然最稳健,价格坚挺超出市场预期,预计三季度可实现双位数增长。次高端及区域名酒紧抓宴席消费反弹机会,动销环比改善,不同品牌分化明显。

中泰证券预计,高端酒企三季报普遍有双位数增长,且进入旺季前库存较低,因此报表端与实际发货较匹配;二三线酒企由于仍有库存去化压力,预计增长中枢在10%-15%。兴业证券食品饮料团队认为,消费升级趋势延续并成为白酒行业发展主要驱动力。展望未来,经济回暖将推动白酒企业四季度业绩加速增长。天风证券食品饮料团队表示,下半年市场对高估值个股表示担忧,食品饮料板块在三季度出现了调整。在此背景下,看好业绩逐季改善,且高景气度持续时间长的板块。

*ST天娱参与建设山西数据流量生态园

□本报记者 于蒙蒙

*ST天娱10月19日晚公告称,全资子公司聚为数字科技(大连)有限公司近日与山西转型综合改革示范区管理委员会、上海海外公司、北京北投教育科技集团有限公司、华阳新材料科技集团有限公司、山西晋商民营联合投资控股有限公司签订了在山西转型综合改革示范区合作共建山西数据流量生态园项目合作协议。计划总投资4.9亿元,主要用于流量采购、平台运营、产业投资等。

互联网广告市场规模持续增长,流量成本成为企业面临的一道难题。*ST天娱提出,由园区管理公司对流量需求群体进行流量补贴。

强强联手

本次参与签约方实力雄厚,包括山西转型综合改革示范区管理委员会、*ST天娱子公司,以及上海国资企业上海海外公司、职业教育企业北京北投教育科技集团有限公司、山西当地国资企业华阳新材料科技集团有限公司、山西民企联合体山西晋商民营联合投资控股有限公司等。

协议约定,合作共建数据流量生态园,构建数据流量生态体系。园区将通过政企合作实施流量补贴创新政策,打造全国互联网流量价格洼地,并引入网红管理、内容营销、金融服务、投资基金等生态公司群,借助山西转型综合改革示范区管理委员会出台的关于网红主播个税、数字经济知识产权保护、实施与新业态相适应的行政服务模式等配套政策,吸引电商服务、在线教育、知名品牌等各类对互联网流量有需求的企业群体以及网红主播个人、大学生创业群体入驻,构建数据智能融合、产业链条完善、人才聚集、业态丰富的数据流量生态。

公告显示,该项目计划总投资4.9亿元,主要用于流量采购、平台运营、产业投资等,最终由各投资方协商确定。合作期限为2020年10月19日至2024年12月31日。

*ST天娱介绍,在以短视频、直播电商为代表的流量型经济蓬勃发展的大趋势下,数据流量成为企业的新型生产要素以及社会经济发展的重要驱动力。为抢抓流量型经济发展机遇,构筑战略新优势,山西转型综合改革示范区在全国率先设立数据流量生态园,创新园区运营机制,发挥综改示范区先行先试、改革创新的政策制度优势与投资方在数据流量领域的产业优势与资源优势。

打造流量价格洼地

流量成为发展驱动力,大量企业用流量方式进行互联网传播、品牌推广和用户的获取。数据显示,从2009年到2019年,互联网流量的成本增长近10倍。互联网广告市场规模也从2015年的2000亿元增至8000亿元。

*ST天娱副总经理贺晗表示,公司在传统的流量批发和流量群体之间互动的基础上,提出了由园区管理公司对流量需求群体进行流量补贴,“客户入园,在当地产生新增税收贡献,我们则从媒体批发流量,平价转给入园企业。”

通过上述方式,流量批发公司、流量需求群体和园区管理公司形成三级闭环架构,通过创新的流量补贴进一步降低流量采购成本。“按照我们目前的测算,如果是把企业在当地贡献的税收全部拿出来做补贴,能降低11.5%的流量采购费用。”贺晗称,这也是打造全国互联网流量价格洼地最大的吸引效应。

重整进展引关注

*ST天娱2018年、2019年连续两年亏损,并被债权人向人民法院申请重整,且法院已依法受理申请人对公司的重整申请。

公司近期披露了2020年三季报业绩预告,预计前三季度实现归属于上市公司股东的净利润为亏损1.6亿元至2亿元,亏损额较去年同期大幅收窄。公司预计第三季度单季实现归属于上市公司股东的净利润约-2000万元至2000万元。

*ST天娱称,自2020年7月31日公司进入重整程序后,根据相关规定,附利息的债权自法院受理重整申请之日起停止计息,公司7-9月财务状况较去年同期明显改善,但公司1-7月债务利息、逾期罚息、违约金的存在,导致财务费用高企,公司前三季度仍然亏损。

截至2019年末,*ST天娱已逾期但尚未偿还的流动负债规模为28.50亿元,2019年债务利息费用高达3.77亿元。不过,*ST天娱管理层对于“保壳”仍表达了信心。“财务利息费用过高是亏损主要原因,去掉这些公司盈利基础还是非常好的。”贺晗表示,重整要在年底完成,通过重整创造的收益会覆盖因为巨额利息带来的支出。

三大运营商获批开展eSIM技术全国应用服务

□本报记者 杨洁

10月19日工信部网站发布文件,同意中国电信、中国移动在全国范围内开展物联网等领域eSIM技术应用服务。去年12月,中国联通已经获批开展该服务。截至目前,三大运营商均获批eSIM全国应用许可,eSIM或迎来大规模发展机遇。

联通抢占先机

eSIM即Embedded-SIM(嵌入式SIM卡),是将传统SIM卡直接嵌入到设备芯片上,用户无需插入物理SIM卡,就能直接访问运营商提供的无线网络服务。苹果、华为均推出支持eSIM技术的智能手表,可以独立实现拨打/接听电话。

工信部文件显示,为适应互联网行业应用加快从消费型向生产型转变的需要,原则同意中国电信、中国移动在全国范围内开展物联网等领域eSIM技术应用服务。

工信部明确,物联网等领域eSIM技术应用服务仅限开通数据业务和与之相关的定向语音、定向短信业务。同时,工信部要求,应严格遵

守号码管理相关要求,仅可使用13位物联网号码开展物联网等领域eSIM技术应用服务;运营商仅在自有渠道办理物联网等领域eSIM技术应用服务,与转售企业合作提供相关服务须另行申请。

工信部指出,运营商须加强业务规范管理,有效防范安全风险,应采取有效措施确保对eSIM平台的管理权和eSIM终端的写卡权,不得以任何形式授权其他企业开通相关权限和功能;应与eSIM设备提供商明确安全责任,确保eSIM终端和服务器使用公开通用的技术方案,不得限制eSIM设备在其他运营商网络上使用。

eSIM推广应用方面,中国联通占据了先发优势。公开资料显示,早在2015年中国联通就开始研究和布局eSIM业务,2017年首家获批eSIM可穿戴业务上海试点;2018年,与华为、苹果在6省7市获批推出一号双终端和独立号码业务;2019年3月,工信部批复同意中国联通开通eSIM可穿戴设备独立号码全国服务试验,当月底,中国联通宣布将eSIM可穿戴设备独立号码业务从试点拓展至全国;今年2月26日,中国联通和广和通联合发布了全球首款5G+eSIM模组。

中国移动大量采购eSIM晶圆

中国证券报记者从中国移动招标采购网站了解到,10月13日,中国移动旗下中移物联网有限公司发布了eSIM晶圆大规模采购项目,采购总量达7000万颗。其中,消费级晶圆4000万颗,工业级晶圆3000万颗。

追溯中移物联网有限公司的采购记录,中移物联网有限公司早在2017年就对4G eSIM物联网芯片研发项目进行采购招标,2018年开始大规模采购eSIM晶圆。当时的采购规模为5000万颗。其中,4000万颗消费级eSIM晶圆,单颗最高限价为0.25元;1000万颗工业级eSIM晶圆,单颗最高限价为1.0元。此外,中移物联网有限公司发布过多个eSIM芯片封装项目采购公告。

由此可见,运营商对eSIM的布局早已有之。不过,eSIM技术的一个特点是其并未与特定运营商绑定,用户可以在不同运营商之间切换。对运营商而言,意味着用户流失风险。

eSIM在物联网具备优势

研究机构Strategy Analytics近期发布报

“双十一”进入倒计时 京东推出“双百亿计划”

□本报记者 吴科任

今年以来,线上消费增势迅猛,“6·18”购物节之后,“双十一”的表现备受期待。

中国证券报记者10月19日从“2020京东11·11全球热爱季”启动发布会上了解到,今年京东双十一活动将从10月21日正式开启,截至11月11日为期22天。期间,京东将为消费者带来超过2亿件5折商品,超过3亿件新品,通过预售、头号京贴、“双百亿计划”、直播、互动等“10大招式”,构建“低价好物”“简单快乐”“放心购买”三大主场。

打造低价好物主场

10月21日至31日,“2020京东11·11全球热爱季”将开启预售期,消费者可以先付定金,并享受定金立减、新品加赠的额外福利。11月1日至11日,京东将推出跨店铺、全品类的“头号京贴”,让优惠更简单。

京东方面介绍,以超级百亿补贴和超省百

亿消费券组成的“双百亿计划”,将为消费者带来“省上加省”的购物体验。超级百亿补贴将为消费者带来全品类爆品;期间,京东国际将推出来自100多个国家和地区超过50万款进口好物。而集合了地方政府消费券及各类优惠券的超省百亿消费券将在10月29日正式上线,集卡片兑神券、1元抢超值券包等玩法让领券更有趣。

引领潮流的新品是京东长期以来的发力重点。发布会现场,京东集团副总裁、京东零售集团平台业务中心负责人韩瑞宣布京东小魔方将启动“造新计划”,与品牌共建“造”新源头,携手消费者共同打造“造”全新消费趋势,在“2020京东11·11全球热爱季”上推出超过3亿件新品。

在满足消费者“低价好物”诉求的同时,京东将通过多重营销举措让购物更简单。除了跨店铺、全品类可用的头号京贴,商品页面“预估到手价”的设置,将提示消费者可使用的优惠信息,不用复杂的计算,优惠后的价格一目了然;11月9日“万店满减日”作为“2020京东11·11全球热爱季”高潮期第一天,将以优惠举措开启

购物狂欢。

直播带货已成为电商平台的“标配”。今年双十一,京东直播将持续坚持打造品质直播内容,为消费者带来与众不同的体验。期间,将有超过300位明星走进直播间,500多场总裁创意直播,为品牌商家打造营销场。11月10日,“2020京东直播超级夜”将亮相,超过30位重磅明星、国内顶级制作团队将携手造势,为用户打造边看边买边玩的大小跨屏互动体验。

京东物流积极备战

兵马未动,粮草先行,今年也不例外。在“2020京东11·11全球热爱季”,京东物流供应链一体化服务协同联动,推出“十项全能”的运营举措,助力广大商家入仓备货,预计备货量总计超过12亿件商品。

具体而言,上述“十项全能”包括360°全托管、高精预测、入仓ETC、一件代发、限时清零、预售商品前置、11·11指挥室、仓单质押、青流出仓和智能大脑。通过“十项全能”,京东物

流显示,全球已经有200多家运营商支持eSIM,到2025年用于物联网的eSIM销量预计将增长一倍多。目前终端厂商、运营商和eSIM技术方案提供商都纷纷“拥抱”eSIM技术,eSIM正在拓展更多应用场景。

在物联网项目中,eSIM相比传统SIM卡具备优势。Strategy Analytics企业和物联网服务执行总监Andrew Brown表示:“物联网项目终端数量不断增加,但从企业角度看,为数百万个物联网设备更换SIM卡显然不切实际,这给维护和管理带来了麻烦。”

紫光国微是国内领先的安全芯片厂商,占据SIM卡芯片较大市场份额,公司早已捕捉到eSIM技术发展的潜力,积极开发物联网产业链的安全产品与应用方案。2019年紫光国微与联通华盛就eSIM签署战略合作协议,并与联通物联网成立联合创新中心,就eSIM业务推进、物联网解决方案落地等展开深入合作。

此外,紫光国微中标中移物联网有限公司2018年的“eSIM晶圆采购项目”,向中移物联网供应4000万颗消费级eSIM晶圆、1000万颗工业级eSIM晶圆。

流将进一步发挥供应链优势,夯实集提货、收货、运输、入仓、配送于一体的全链路、多级网络结构、多业务场景的一体化供应链服务,确保大促期间极速入仓、及时出库、精准配送、暖心交付。

如11·11指挥室,京东物流基于京慧为商家着力打造的数据大屏,通过3D地图建模实时汇总全链路数据,及时定位异常问题,实现商家对物流服务无死角全方位全天候的监控效果,确保生产现场的信息协同和决策的实时可靠。

对于智能大脑,京东物流仓储管理的SKU数量达到600多万,覆盖绝大多数品类,而库存周转效率高于行业平均水平。究其原因,便是京东物流在智能化方面的持续建设。京东物流以智能大脑为核心,通过智能排产、大数据拣选、大件AI预约等创新手段,轻松应对12亿件商品的备货和出库。目前,智能大脑已经在所有仓库中应用。

中国证券报记者了解到,目前京东物流大件和中小件网络已实现内地行政区县几乎100%覆盖。