

苏宁易购筹划重大事项

实控人与苏宁电器拟转让20%-25%股权

苏宁易购迎来重大事项。2月25日午间,苏宁易购发布公告,收到公司实际控制人、控股股东张近东以及股东苏宁电器集团有限公司(简称“苏宁电器”)的通知,其拟筹划公司股份转让事宜,预计转让比例20%-25%。截至2月24日收盘,苏宁易购股价报7元/股,总市值为652亿元。

●本报记者 张兴旺

制图/韩景丰

筹划股份转让

2月25日早间,深交所公告称,苏宁易购拟筹划控制权变更事项,根据交易所有关规定,经公司申请,公司股票于2021年2月25日开市起临时停牌,待公司通过指定媒体披露相关公告后复牌。

2月25日午间,苏宁易购公告称,公司收到公司实控人、控股股东张近东以及

股东苏宁电器的通知,其拟筹划公司股份转让事宜,预计转让比例20%-25%,股权受让方属于基础设施等行业。

Wind数据显示,截至1月29日,张近东持有苏宁易购20.96%股权;苏宁电器持有苏宁易购16.80%股权;苏宁控股集团持有苏宁易购3.98%股权;苏宁易购回购专用证券账

户持有苏宁易购1.99%股权。

天眼查显示,张近东持有苏宁电器50%股权,张近东在苏宁易购的最终受益股权为31.71%。

苏宁易购公告称,根据拟转让股份比例,预计可能涉及公司控制权变化。若该交易完成,将有助于公司股权结构的进一步优化以及长期战略的稳

步推进。前述事项的具体交易方案尚在筹划中,尚需取得有权部门的批准,存在不确定性。

苏宁易购表示,为维护广大投资者利益,保证公平信息披露,避免公司股价异常波动,根据相关规定,公司股票于2月25日开市起停牌,预计停牌时间不超过5个交易日。

聚焦零售业

自苏宁1990年创立,苏宁易购已经迈入第四个十年。2020年12月26日,苏宁易购公布未来十年发展战略:下个十年,苏宁将聚焦零售主业,在业务层面做精做深、做专做强、做好做优。

根据业绩预告,苏宁易购预计2020年实现营业收入2575.62亿元至2595.62亿元。苏宁易购表示,去年第四季度活跃买家同比增长52%,去年

12月月度活跃用户数同比增长68%,带来去年第四季度云网万店平台商品销售规模同比增长33.61%。其中,公司自营商品销售规模同比增长45.28%,自营业务的商品和服务优势有效带动用户规模增长。整体看,公司经营策略带来了显著市场效果。

苏宁易购称,受益于2020年第四季度销售的较好实现,经营性现金流

改善,预计2020年公司经营活动产生的现金流净额转正。

“要实现以零售为核心的产业聚焦、以盈利为核心的业务聚焦。”2月19日,苏宁全员开工第一天,苏宁集团董事长张近东表示,“只要不在零售赛道脱离商品和用户,要大胆调整,该砍的砍,该转的转。”

“2021年是苏宁发展过程中特殊

的一年,也将是苏宁近十年发展的转折之年。”张近东指出,唯有保持定力、迎难而上,才能抵御外部的不确定性,才有机会实现新一轮的向新而生。

张近东表示,针对不断变化的市场环境,苏宁将坚持聚焦零售赛道的优势业务,坚持效益优先的发展导向,既要有“宽路窄路走”的定力,更要有“窄路作宽路行”的能力。

旗下业务融资

2020年以来,苏宁易购动作频频。2020年7月,苏宁易购宣布,苏宁将未来十年定义为“场景零售服务十年”,由“零售商”升级为“零售服务商”。

苏宁易购旗下业务不断传出融资消息。2020年11月30日晚,苏宁易购公告称,旗下深圳市云网万店科技有限公司完成A轮融资,深创投领投,融资金额60亿元。本次引入战略投资者

增资扩股完成后,云网万店仍为公司控股子公司。

公开资料显示,云网万店成立于2020年“双十一”,是苏宁易购旗下新设子公司,其核心业务主要包括面向用户和商户提供电商和本地互联网等全场景融合交易服务,面向零售商和供应商提供供应链、物流、售后和各业态的零售云服务,与核心业务配套整

合构建相关研发和运营管理团队。

中国证券报记者了解到,苏宁易购旗下“零售云”业务板块A轮融资接近完成,融资总额约10亿元。

截至2020年底,苏宁易购零售云门店数累计近8000家,年销售额超200亿元。苏宁易购零售云成立于2017年,是苏宁易购智慧零售能力对外输出的开放平台,以“供应链+门

店+社交电商”的创新模式抢占下沉市场。

公开数据显示,2020年,苏宁易购零售云新开3200家门店,在下沉市场累计销售超2000万件优质商品,直接辐射上万个乡镇,协助超过1800个品牌商实现渠道下沉。苏宁易购零售云明确,2021年门店总数要达到12000家的战略目标。

铜价上涨下游承压 家电行业或迎涨价潮

●本报记者 董添

春节假期过后,铜价不断上涨,价格直逼2011年创下的历史最高位。业内人士认为,铜管、铜板带等是空调等家电行业的重要原材料,铜价快速上涨会对家电行业形成较大冲击。若铜价持续位于高位,下游家电行业或被迫迎来涨价潮。

成本增加

中国证券报记者观察到,春节开市以来,涉铜类上市公司和家电类上市公司股价出现较为明显的“冰火两重天”行情。多家家电类公司股价明显下挫,涉铜类上市公司股价则呈现连续拉升态势。究其原因,业内人士指出,铜、铝价格大涨,家电公司的原材料成本上涨压力加大。

国信证券指出,铜、铝等原材料涨价,会影响家电行业的毛利率,行业龙头同样会受到影响。但相比中小家电企业,龙头企业具备较强的费用控制能力,比如提前备货、参与套期保值等。此外,家电类公司会通过提升部分产品价格或通过不同型号的调整来实现毛利率的相对稳定。

中原证券指出,2021年2月,铜、铝以及塑料和钢材价格均有所上升。有色金属等上游周期板块的上涨态势或将维持,预计短期大家电产品市场均价也



新华社图片

将波动上涨。

国家统计局数据显示,自2020年三季度以来,上游原材料价格持续上涨造成家电产品单位价格整体走高,城市家用电器及音像器材RPI(零售物价指数)呈波动上升态势。

中国证券报记者梳理发现,部分上市公司对原材料涨价有所预判。以浙江美大为例,公司公告称,由于公司信誉好,资金实力强、采购量大,与供应商建立了良好的合作关系,同时公司对于原材料价格上涨有预判,对原材料提前进行价格锁定和储备。如后续原材料价格

持续上涨,会对毛利率产生一定的压力。但公司通过内部挖潜降耗、提升生产效率等措施,可保持相对稳定的利润率水平。

需求旺盛

以空调为代表的家电行业线上销售量增幅较大,且外销需求较为旺盛。

奥维云网统计数据指出,2021年1月,国内市场线上、线下全品类家电销售量同比增速分别为50.55%和3.07%。其中,家电线下市场销售量同比增速首

次由负转正,但仍与线上销售存在较大差距。

多家券商研报指出,尽管2021年一季度原材料成本面临上行压力,但龙头企业抵抗成本冲击的能力逐步增强。随着空调价格战的结束以及外销需求持续旺盛,此轮白电龙头在费用端将有更大调整空间。

提示风险

高盛公司预计,铜市场将迎来10年来最大的供应短缺。高盛将12个月后铜目标价上调至每吨1.05万美元。这一数字将为历史最高水平。

百川盈孚废铜行业分析师燕雨对中国证券报记者表示,近期铜价暴涨存在多方面原因:美元量化宽松政策落地、世界范围铜产品将迎来旺季周期,下游需求预期较为强烈;上期所库存量从2020年2月份的29.8万吨下降到目前的11万吨,期货端发生了较为明显的“挤仓效应”,这些因素共同作用导致铜供应出现短缺。

随着铜价接连上涨,涉铜类上市公司股价大幅拉升。而铜作为有色板块的“风向标”,推动整个有色板块强势上涨。

近期,不少上市公司提示风险。铜陵有色近日公告,铜价格累计涨幅较大,且不断创新年来新高。公司主产品铜未来市场价格能否继续上涨或维持高位存在不确定性。

春节期间 五粮液品牌销售指标超预期

●本报记者 康曦

近日,五粮液集团总经理、股份公司董事长曾从钦在五粮液品牌营销系统2021年开年培训会上表示,刚刚过去的这个春节,五粮液品牌销售指标超出公司预期,第八代五粮液市场价格总体保持稳定,市场动销实现同比较大幅度增长,经典五粮液和小五粮市场反馈良好,“春节不打烊”活动挖掘了销售机会。

业内人士指出,今年春节期间,五粮液积极开展“春节不打烊”活动,通过营销数字化管理实施精准投放,实现了销售额25%的同比增长。

主打产品供不应求

对于新一年的营销工作,曾从钦强调要全力推进年度重点工作,抓好疫情防控和市场营销两不误。

2月8日,五粮液集团召开2020年度工作总结大会。会上,五粮液集团党委书记、董事长李曙光表示,当前要做好确保实现一季度开门红、确保大安全体系稳定运行、确保疫情防控有力有序三项重点任务。

长城证券指出,五粮液春节圆满地实现了开门红。春节期间,五粮液销售额比上年同期增长25%,主打产品第八代五粮液供不应求,新品经典五粮液和小五粮表现突出。核心大单品第八代五粮液,市场流通价格站稳1000元/瓶,市场秩序健康稳定;部分经销商数据反馈,经典五粮液复购率高,小五粮上市不到半个月,就有近五成商家卖完了首批计划量,并在春节前开始执行新的计划量。小五粮整个春节销售完成率高于预期。

在接下来的工作中,曾从钦要求营销队伍按照精细化要求推进工作,持续做好品牌、团购、“两管控”工作。

李曙光强调,“十四五”时期是

五粮液集团重要的战略机遇期,要结合企业实际,立足新发展阶段,贯彻新发展理念,构建新发展格局。2021年要重点抓好五个方面的工作,全力以赴推动高质量发展,全面深化改革、实施创新驱动战略,抓好重大项目建设和以坚定不移不移强化党的建设。

预计去年净利润增长14%

2020年,五粮液向市场交出了靓丽的成绩单。1月8日,五粮液发布2020年度主要业绩数据公告,预计2020年实现营业收入572亿元左右,同比增长14%左右;预计实现归属于上市公司股东的净利润199亿元左右,同比增长14%左右。公司表示,业绩增长主要系公司核心产品销售增长所致。

同时,五粮液集团在2020年迈入新台阶。李曙光表示,“十三五”时期,五粮液集团实现销售收入过千亿元,“1+5”产业布局实现高质量发展。酒业主业持续稳中向好,多元产业在调整中稳中有进,重大项目建设、科技创新、安全环保、党的建设、国企责任担当、员工福祉改善等重点工作大力推进,实现了“十三五”圆满收官。

券商看好五粮液未来成长性。长城证券指出,2021年公司将继续把资源向高级市场和重点市场倾斜,拓展团购和圈层营销,提升高端市场份额,实现高质量增长。五粮液的市场应变力、品质支撑力、品牌影响力、产品竞争力、渠道管控力、营销服务力正在全方位持续提升。同时,国企改革激发公司内部活力,激励落地到位,预计2021年业绩增速有望高于上年。

长城证券进一步表示,看好五粮液的逻辑是公司在团购和直控终端方面持续发力,获得了主导权。为未来量价齐升做了非常好的准备;在千元价格带,由于和茅台的价格相差较大,且自身的能力足,未来普五做到4万吨的量完全有可能。

通威股份推员工持股计划

●本报记者 康曦

在达成相应指标的情况下,持有人才能获得相应的持有份额。公告显示,员工持股计划持有人具体金额和份额根据实际出资缴款金额确定,本期员工持股计划设立后将成立资管/信托产品进行管理,并全额认购该资管/信托产品的次级份额。

本次员工持股计划筹集资金总额不超过13.5亿元。参加对象认购员工持股计划份额的资金来源于公司控股股东借款、参加对象的合法薪酬、自筹资金及员工持股计划通过融资方式筹集的资金(如有)等。资管/信托产品按照不高于1:1的比例设立优先份额和次级份额,次级份额由本次员工持股计划全额认购。资管/信托产品份额上限为27亿份,每份价格为人民币1元,优先份额上限为13.5亿份,次级份额上限为13.5亿份。

本次员工持股计划股票来源为二级市场购买等法律法规许可的方式。本次员工持股计划经公司股东大会审议通过后6个月内委托资管/信托产品购买标的股票。