

商家大力促销 “七夕”黄金消费升温



视觉中国图片

“七夕”是中国传统的情人节,也是黄金市场传统的消费火爆日子。8月22日,中国证券报记者实地走访北京地区黄金消费市场发现,各大品牌黄金珠宝商推出了促销活动,首饰黄金每克减30元至50元较为普遍,优惠后的价格在550元/克上下。大型商场黄金店面聚集了不少前来购买黄金的消费者。

●本报记者 董添

促销力度较大

记者走访了解到,优惠前的饰品黄金报价为593元/克,周大生、中国黄金每克优惠60元,优惠以后的价格为533元/克,工费另算,属于优惠力度较大的两个品牌。此外,谢瑞麟每克优惠50元,周生生、六福珠宝、老凤祥每克优惠40元;周大福推出5克以上每克减30元的活动;老庙黄金推出20克以下产品每克减30元、20克以上产品每克减40元,一口价产品打9折的优惠活动。

值得注意的是,上述黄金饰品报价基本都是按照克重计算,工本费需要另外计算。目前,各大品牌的工本费存在一定差异。中国证券报记者观察到,中国黄金的工本费在80元/克左右,相对较低。多数商家的工本费在100元/克左右。对于古法黄金、蛇骨链等工艺较复杂的款式,每克工本费可达150元。

在投资黄金方面,老庙黄金工艺金条报价550元/克,周大福投资黄金报价529元/克,六福珠宝投资黄金报价528元/克。

铂金类产品市场较为低迷,铂金饰品报价普遍为360元/克,投资铂金金条报价普遍为310元/克,回收价仅为200元/克。据门店销售人员介绍,由于铂金产品利润较薄,北京地区铂金产品基本没有现货,上海

等地区目前还有一些铂金产品。

企业业绩良好

Wind数据显示,8月以来,COMEX黄金报价小幅走低,但目前价格仍处于相对高位。8月22日,COMEX黄金盘中最高达到1926.2美元/盎司。

2023年上半年,COMEX黄金价格累计涨幅达到5.66%。受金价上涨叠加消费复苏双重利好影响,黄金企业上半年业绩普遍表现不俗。

某百股份预计,2023年上半年实现归母净利润3.8亿元至4.3亿元,与上年同期(追溯调整后)同比增长52.9%到73.01%。消费者购买黄金珠宝产品意愿增强,公司整体销售情况向好。同时,公司积极拓展营销网络,门店数量有所增加。

明牌珠宝预计,2023年1-6月归属于上市公司股东的净利润为5800万元至7000万元,同比增长56.42%至88.78%。对于业绩变动的主要原因,公司表示,报告期内消费市场复苏,黄金珠宝行业销售形

势良好,公司黄金珠宝主业营收同比增长。

另外,金矿开采、金锭冶炼领域上市公司业绩也表现不俗。

湖南黄金8月21日晚间披露2023年半年报。报告期内,公司共实现营业收入129.79亿元,同比增长17.77%;实现归属于上市公司股东的净利润约2.8亿元,同比增长4.82%。报告期内,国际黄金价格上涨。6月底,伦敦现货黄金定盘价为1912.25美元/盎司,较年初上涨3.74%;上半年均价为1930.82美元/盎司,较上年同期上涨3.03%。上海黄金交易所Au9999黄金6月底收盘价为448.47元/克,较年初上涨9.12%;上半年加权平均价格为432.09元/克,较上年同期上涨10.91%。

看好黄金后市

中国黄金协会最新统计数据,2023年上半年,国内原料黄金产量为178.598吨,与2022年同期相比增产3.911吨,同比增长2.24%。2023年上半年,全国

黄金消费量554.88吨,与2022年同期同比增长16.37%。其中,黄金首饰368.26吨,同比增长14.82%;金条及金币146.31吨,同比增长30.12%;工业及其他用金40.31吨,同比下降7.65%。

世界黄金协会近日发布的《全球黄金需求趋势报告》显示,得益于今年上半年央行购金量创同期历史新高以及黄金投资和金饰消费需求的持续增长,黄金市场势头良好。2023年上半年,全球黄金总需求(不含场外交易)为2062吨,同比下降6%;包含场外交易的上半年黄金需求总量则达到2460吨,同比增长5%。

国金证券研报显示,6月全球央行购金量59.98吨,销售量4.47吨,净购金55.51吨。

展望下半年黄金消费趋势,世界黄金协会预测,三、四季度金饰需求或出现反弹,在2022年基数较低情况下,2023年同期增幅有望达到两位数。此外,市场避险情绪或为黄金零售投资提供助力,金条和金币投资需求有望回升。光大证券研报显示,目前金价处于相对高位。从长期角度看,黄金珠宝行业盈利能力较强。

海南机场免税业务有序扩容

●本报记者 武卫红

海南机场8月21日晚发布2023年半年度报告。2023年上半年,公司实现营业收入约33.70亿元,同比增长48.81%;实现净利润约5.83亿元,同比大增807.55%,超过市场预期。报告期内,公司机场管理主业稳健增长,免税业务有序扩容。

机场管理业务稳健增长

海南机场主营机场管理、免税和商业业务及房地产业务。截至2023年6月30日,海南机场总资产为553.18亿元,同比减少1.44%;净资产为229.02亿元,同比增长2.17%;资产负债率为55.94%,相比2022年末下降1.64个百分点。

截至报告期末,海南机场共控股三亚凤凰国际机场等7家机场,管理输出2家机场。报告期内,公司机场主业实现营业收入约9.56亿元,同比增长47.53%。公司旗下控股及管理输出的9家机场生产运营各项指标增长明显,2023年上半年总体实现飞机起降

8.89万架次、旅客吞吐量1310.63万人次、货邮吞吐量7.51万吨,同比分别增长68.28%、109.47%、45.25%,分别恢复至2019年同期的115.85%、109.55%、107.23%。其中,三亚凤凰机场实现飞机起降6.89万架次、旅客吞吐量1124.30万人次、货邮吞吐量5.93万吨,同比分别增长63.53%、105.27%、43.32%,分别恢复至2019年同期的111.67%、108.02%、97.62%。

据介绍,三亚凤凰机场起降架次、旅客吞吐量数据自2023年3月23日起全面超越2019年同期水平。公司预计,2023年旅客吞吐量将超过2019年创下的2016万人次的历史最高纪录。另外,海南机场表示,三亚凤凰机场总体规划修编已于日前获得民航局批复,三期改扩建项目联合指挥部已于近日成立,计划2023年11月底开工,建成后三亚凤凰机场可满足年吞吐量3000万人次需求。

离岛免税市场复苏明显

海南机场通过参股投资、自持物业提供场地租赁的形式参与免税和商业业务。报告

期内,公司整体离岛免税租赁面积7.19万平方米,包括自持物业提供场地租赁面积5.40万平方米、参股投资公司租赁面积1.79万平方米。

上半年,海南离岛免税市场复苏明显。数据显示,2023年1-6月,海口海关监管离岛免税购物金额达263.17亿元,同比上升24.4%;购物件数3086万件,同比上升1.2%。

今年以来,海南机场积极布局免税业务,推进免税业务有序扩容。公司参与的免税店已开业面积达7.19万平方米。2023年上半年,公司有序开展三亚凤凰机场免税店二期开业筹备工作,目前已完成相关权证办理、招商和装修工作,正在推进免税店经营资质审批等工作,预计年内将开业,开业后将新增免税租赁面积0.5万平方米。

推进房地产业务转型发展

2023年上半年,海南机场加快存量地产项目去化进程,集中力量推动海口市大英山片区海南中心、D10地块、豪庭南苑三区等项目开发建设,顺利完成家庭A12商业街

等项目竣工,并积极推进海口优联国际医院等重点项目复工,房地产业务收入达15.22亿元。

海南机场表示,公司将逐步推进“去房地产化”工作,聚焦临空产业,推进地产业务转型。下一步,公司将结合海南自贸港产业发展趋势及临空经济发展机遇,推动航空仓储物流、航空科技研发仓储等项目开发与运营,打造海南自贸港临空经济“港产联动”示范区。上半年,公司积极拓展临空产业项目,在海口市江东新区取得两个临空业务地块,后续将推进临空产业项目开发和配套项目多元化经营。此外,公司物业管理业务加快拓展。截至2023年上半年,公司在管项目增至191个,管理面积逾1700万平方米。

国泰君安最新研报显示,海南机场拥有自贸港空港枢纽以及海口日月广场等商业资源优势,将受益于海南自贸港建设。未来公司将投入岛内机场建设,提供更多商业经营面积。随着机场免税店不断扩建升级,客流、客单价、转化率均具备较大提升空间。公司作为免税物业方和参股方将持续受益海南免税及商业规模增长。

机构扎堆调研医药上市公司

●本报记者 李梦扬

Wind数据显示,按申万行业划分,截至8月22日,8月以来医药生物板块共有36家公司接受机构调研。其中,华东医药、百济神州、南微医学等上市公司获得百余家公司调研。多家医药公司表示,医药反腐有利于推动卫生健康事业长期高质量发展,有助于企业在良好公平的市场环境中进一步发展。业内人士认为,拥有高品质创新药的公司将具有更强的竞争优势。

研发投入受关注

从调研机构家数看,据Wind数据,截至8月22日,8月以来华东医药累计接受269家机构调研;百济神州、南微医学分别获得155家、153家机构调研;京新药业、九洲药业、安杰思、普洛药业、怡和嘉业被不少于100家机构调研。记者梳理调研内容发现,药企上半年业

绩、研发费用等情况频频被机构问及。以华东医药为例,8月16日,中金公司、富国基金、博时基金等机构和个人投资者共520人参加了公司2023年中期业绩交流会。8月15日晚间,华东医药披露2023年半年报,上半年公司实现营业收入203.85亿元,同比增长12.02%;实现扣非归母净利润14.27亿元,同比增长12.24%。

华东医药在接受机构调研时表示,2020年以来,公司半年度营收和净利润首次恢复双位数增长。在研发投入方面,今年上半年,公司研发投入在医药工业收入中占比超过10%,全年研发投入预计不会低于医药工业收入的10%。未来随着公司创新转型加速,整体研发投入占比将持续增长。

8月15日,九洲药业接受了逾130家机构的调研。九洲药业称,上半年公司CDMO项目同比增长25%~30%,其中已上市项目新增3个,III期临床项目新增5个,I期和II期临床试验项目新增75个。公司目前采用CD-

MO和特色原料药产能共用的策略,整体产能利用率在60%~65%。

促进行业健康发展

专家表示,医药反腐有利于行业长期健康发展。

根据联影医疗8月22日披露的投资者关系活动记录表,长期来看,医药反腐有利于医疗器械行业健康发展,促进行业回归到产品、技术的良性竞争轨道。

“医药领域反腐不会导致市场需求下降。”华东医药在回答机构提问时表示,通过规范治理,医院的药品市场格局将得到重塑,临床效果明确、产品力突出的优质仿制药及能够满足临床需求的创新药都将长期受益。企业将在良好公平的市场环境中获得高质量发展。

普洛药业表示,预计院内集采量将上升。公司已经做好准备,正在考虑大幅增加品种。

高品质创新药优势凸显

业内人士表示,医药反腐有助于医药行业生态优化,拥有高品质创新药的公司将具有更强的竞争优势。天风证券认为,“低品质、高费用”产品将加速出清,真正具有临床价值的创新药将具备更强的竞争优势,获得更高的销量。

浙商证券医药行业首席分析师孙建表示,今年7月,国家卫生健康委同9部门联合印发有关文件,启动为期一年的全国医药领域腐败问题集中整治。为期一年的专项整治活动会逐渐进入深水区。

光大证券分析师林小伟表示,在生产、供应、销售、使用、报销等医药产业链条加强管控,有利于行业生态优化和长期健康发展。在此背景下,预计2023年医疗硬科技、中医药、创新药将是受政策鼓励、具备高景气度的三大主线。

天味食品 积极开发区域性特色产品

●本报记者 康曦

8月22日,天味食品召开2023年半年度网上业绩说明会。天味食品相关负责人表示:“公司管理层从战略梳理、产能布局、新品研发、渠道建设、品牌推广等方面入手,不断夯实基础,适应内外环境变化,持续提升公司经营业绩。”

上半年,天味食品实现营业收入14.26亿元,同比增长17.42%;实现归属于上市公司股东的净利润2.08亿元,同比增长25.09%。作为复合调味品龙头,天味食品坚持大单品策略,同时积极开发区域性特色产品,不断提升市场占有率。

电商渠道收入翻倍

目前,天味食品拥有“好人家”“大红袍”“天车”以及“天味食品餐饮高端定制”四大品牌,包括火锅底料、川菜调料、香肠腊肉调料、香辣酱等100多个品种。

上半年,公司经销商、电商和定制餐调三个渠道的营业收入都实现增长。其中,电商渠道实现营业收入1.43亿元,同比增长110.98%,占公司主营业务收入的比例达10.08%。

从产品看,公司三大主力产品火锅调料、中式菜品调料和香肠腊肉调料营业收入均实现大幅增长。中式菜品调料为公司贡献了一半以上的收入,收入同比增长20.92%。香肠腊肉调料产品收入同比增长264.06%,增长幅度居前。

天味食品业绩增长来自一系列“组合拳”的实施。上半年,公司“聚焦大客户,打造大终端,执行大推广”,在坚持大单品策略的同时积极开发区域性特色产品,不断提升市场占有率。公司相关负责人表示,将持续深耕渠道,在渠道建设方面更为高效地投入资源。

申万宏源证券表示,天味食品成本压力缓和,费用投放趋于精细化,盈利水平有望持续修复。自上市以来,公司战略规划与经营效率持续改善,在人才建设、薪酬激励、营销架构、品牌品类策略等方面进行了全面梳理,并布局团餐、预制菜领域,看好公司长期发展空间。

拓展海外市场

经过多年发展,天味食品建立了线上、线下全覆盖的营销体系,形成了以经销商为主,定制餐调、电商、直营商超为辅的营销架构。公司拥有一批长期合作、信誉良好、销售能力强的经销商客户。截至2023年6月末,公司经销商数量为3305家。

天味食品产品远销美国、澳大利亚等近40个国家和地区。公司上述负责人表示,公司搭建了完善的生产体系和销售网络,持续拓展海外市场,提升公司在海外市场的品牌知名度。

同时,天味食品通过并购等方式强化产业链。上半年,公司完成食萃食品并购项目。公司表示,并购食萃食品有利于完善公司渠道,公司将具备服务包括从单店到大型连锁餐饮在内的所有B端客户的能力,支撑公司主营业务可持续发展,提升综合竞争力。

“公司计划在全球范围寻找具有业务协同的调味品领域标的,进行战略投资,打造新的增长引擎,巩固产业优势。”公司相关负责人表示。

建设智慧工厂

天味食品秉持“食品安全是企业的生命线”理念。通过对原料采购、生产过程、储存及销售的全过程进行监控,天味食品建立健全原辅料和食品添加剂管理制度,实现源头可追溯、流向可跟踪、信息可查询、过程可控制,产品可召回。

公司目前拥有两座行业领先的智慧工厂,分别于2022年5月和2023年6月投产,实现智能化系统布局,产能及效率均大幅提升。

公司坚持创新,与江南大学、四川大学、西华大学、成都大学、四川省农业科学院等高等学府和科研院所开展产学研合作,先后立项30余项基础学科研究及技术攻关项目,紧紧围绕核心壁垒技术进行研发战略布局,强化原创意识。

目前,复合调味品行业竞争激烈,中小规模企业众多,市场集中度较低。天味食品认为,未来,随着消费升级和头部企业不断优化产品结构,消费者对龙头企业产品青睐度逐步提升。

国金证券认为,作为复合调味品龙头,天味食品将继续享受行业扩容红利。公司坚持大单品策略,加大区域性特色产品开发;经销渠道稳扎稳打,坚持落实“优商扶商”分级运营策略,有效提升运营质量和效率。未来定制餐调、新零售渠道占比仍会提升,公司实现多元渠道布局,逐步补齐短板。



天味食品生产线

公司供图