

奥运赛事带旺暑期欧洲游 头部企业抢占出海新商机

证券时报记者 曹晨

随着巴黎奥运会开幕,赴法国及欧洲旅游热度提升,多家在线旅游平台上相关出境游订单迎来大幅增长。

携程数据显示,截至目前,内地游客在奥运期间(7.26—8.11)赴巴黎旅游的订单量同比增长114%,预订巴黎酒店订单量同比增长194%,预订法国租车订单同比增长126%。同程旅行平台上,奥运会开幕首周,国内主要城市飞往巴黎的航班机票预订热度同比增长超150%,巴黎核心城区酒店预订热度同比增长4倍多。

奥运带旺暑期欧洲游

受巴黎奥运会影响,国内暑期欧洲旅游火了一把。

携程平台上,奥运期间,内地游客前往欧洲预订酒店的订单量同比增长143%;同时包车游法国趋势明显,奥运期间欧洲包车游预订量同比增长68%。欧洲包车游最热门的目的地有法国、德国、意大利、西班牙。其中,法国成为欧洲包车游预订量第一的国家。巴黎1日包车游、法意瑞、荷比卢德法等多国游线路深受中国游客欢迎。

同程旅行数据也显示,奥运会的举办对于法国当地及欧洲其他目的地旅游热度的带动效应显著,英格兰、布达佩斯、加泰罗尼亚、拉齐奥等成为国内游客暑期欧洲游热门目的地。其中,布达佩斯、普罗旺斯、维也纳等城市的热度增幅居前。巴黎奥运会接棒欧洲杯,进一步提升了暑期欧洲游热度,截至目前,

法国、德国位居今年暑期长线出境游热门目的地前列,相关旅游线路的预订热度较去年暑期增长两倍以上。

不少航司增开欧洲方向新航线,应对市场需求的激增。中国东航近期增加了16班上海—巴黎的往返“奥运航班”。7月初,吉祥航空也开通了上海—比利时布鲁塞尔、英国曼彻斯特直航航班,东航开通了上海—法国马赛直航航班。

航旅纵横大数据显示,截至7月19日,7月24日—8月11日,国内前往法国的机票预订量同比增长约1.1倍,比一个月前增长约23%;国内前往欧洲的机票预订量同比增长约89%,比一个月前增长约18%。去哪儿数据显示,截至7月22日,奥运期间,以巴黎为目的地的国际机票预订量较去年同期增长2.4倍。

奥运会带动中国游客赴巴黎旅游,法国游客反向来华旅游也迎来大涨。携程数据显示,奥运期间巴黎入境内地的旅游预订量同比增长72%。上海、北京、广州、厦门、成都、温州、武汉、南京、深圳、昆明成为法国人反向旅游的热门目的地。

民生证券研报显示,受益于国际航班的快速恢复以及免签范围加大,今年暑期居民出行半径明显增大,整体出入境旅游景气度持续攀升。同时叠加巴黎奥运会开幕,赴法及欧洲整体旅游热度迅速提升,建议关注整体出境游景气度提升带来的机会,以及布局相关高景气度的旅行社公司以及相关OTA平台。

奥运经济带来新商机

除了奥运带动暑期欧洲游外,



图虫创意/供图 陈锦兴/制图

不少消费类头部公司正在借助奥运经济的契机,加速拓展欧洲市场。以港股上市的泡泡玛特为例,7月27日,泡泡玛特卢浮宫店正式开业,成为首个成功进驻卢浮宫的中国潮玩品牌。

泡泡玛特相关负责人对证券时报·e公司记者表示,进驻卢浮宫是公司欧洲市场布局的关键一步,目前在法国的门店已经达到4家,下半年还将在欧洲落地更多线下门店。此外,卢浮宫门店的开业也是公司借助世界级赛事提升影响力的重要举措。

面对奥运热潮,老牌出口电商龙头也动作频频。近期,阿里国际站加码对欧洲市场的投入,同时奥运专场

大促同步上线,借势奥运为中国商家快速打开海外市场。截至7月23日,该平台上奥运经济相关商家线上出口额超过70亿元。不仅运动服饰等行业,人造草坪及运动地板等新兴行业也在奥运前夕快速增长,其中销往法国的订单同比增速达139.58%。

“我们在阿里国际站上的店铺流量最近大涨了30%~50%,现在每个月通过阿里国际站来洽谈合作的海外采购商达到了近7000家,临近奥运开幕的7月甚至达到了8000家。”从事体育运动服饰的广州希利公司总经理林志烈表示。

奥运经济也正在催化国内的运动消费。唯品会数据显示,近期平台上“奥运”“奥运同款”等相关产品关

键词搜索量激增,在暑假消费叠加奥运效应的带动下,越野跑鞋、速干T恤、运动Polo衫、儿童防晒服等品类销量增长均超过100%。在运动消费中,New Balance销量同比增长超过2倍,特步、安德玛、斐乐、安踏等品牌整体销量增长近50%。

再兴证券近期研报认为,奥运来临,运动鞋服消费有望升温。本届巴黎奥运会的赛场上,有不少奥运代表团都与本土品牌进行了合作,除传统运动品牌外,还有越来越多的高奢品牌、小众设计师品牌、快时尚品牌纷纷入局。奥运效应或将给品牌带来持续性红利,考虑到2024年是体育大年,运动鞋服赛道有望迎来业绩的高质量增长。

药明康德上半年净利下降两成

证券时报记者 陈澄

7月29日晚间,药明康德(603259)发布2024年半年报,公司上半年实现营业收入约172.41亿元,同比下降8.64%;归属于上市公司股东的净利润约42.40亿元,同比下降20.20%。这是过去5年来,药明康德首次录得半年报业绩下滑。

不过,药明康德表示,截至今年上半年,公司在手订单431亿元,首次超过400亿元。对此,公司表示,尽管面临外部环境的不确定性,公司预计2024年收入可达到383亿~405亿元,剔除特定商业化生产项目

后将保持正增长(预计增长率为2.7%~8.6%)。

公开资料显示,药明康德为全球医药及生命科学行业提供一体化、端到端的新药研发和生产服务,在亚洲、欧洲、北美等地均设有运营基地。半年报显示,2024年上半年,在维持现有超过6000家活跃客户基础上,药明康德新增客户超过500家。截至2024年6月末,公司在手订单人民币431亿元,剔除特定商业化生产项目同比增长33.2%。

另外,报告期内,来自于全球前20大制药企业收入达到人民币65.9亿元,剔除特定商业化生产项目同比

增长11.9%;来自美国客户收入人民币107.1亿元,剔除特定商业化生产项目同比下降1.2%;来自欧洲客户收入人民币22.2亿元,同比增长5.3%;来自中国客户收入人民币34亿元,同比增长2.8%;来自其他地区客户收入人民币9.1亿元,同比下降17.4%。

主营业务方面,上半年,药明康德化学业务在外部环境挑战下,实现收入122.1亿元,剔除特定商业化生产项目同比增长2.1%。测试业务实现收入30.2亿元。其中,实验室分析及测试服务收入21.2亿元,同比下降5.4%;临床CRO及SMO业务收入8.9

亿元,同比增长5.8%。

生物业务实现收入11.7亿元。其中,新分子种类相关业务收入同比增长8.1%,占比持续提升至生物业务板块的29%。高端治疗CTDMO业务实现收入5.7亿元,公司表示,该业务收入不及预期,主要由于商业化项目仍处于放量早期阶段,部分项目延迟或因客户原因取消,以及受美国拟议法案影响,新签订单不足。

毛利率方面,上半年,药明康德主营业务毛利率为39.36%。公司表示,得益于经营效率的持续提升,但是受到项目组合变化以及市场的综

合影响,毛利率较去年同期下降1.16个百分点。

对于上半年业绩,药明康德董事长兼首席执行官李革公开表态:“2024年,公司预计实现全年收入383亿至405亿元,自由现金流40亿至50亿元,以及经调整non-IFRS归母净利率保持与去年相当。虽然近期美国国会拟议法案可能会对公司、客户以及全球医药及生命科学行业产生短期的不确定性,药明康德会始终坚持‘做对的事,把事做好’的核心价值观,持续建能力、扩规模,不断为行业及客户创造价值,助力更多新药、好药问世,造福全球病患。”

中兴商业:下半年业务发展强势开局 低价扫货节再创佳绩

在消费趋于理性的当下,高性价比的产品和零售业态备受消费者青睐。7月下旬,中兴商业(000715.SZ)一年一度的“低价扫货节”在沈阳成功举行,活动期间客流如潮,连续第八年在淡季市场掀起销售热潮,为下半年业务发展奠定强势开局。

近30万客流入厦 189个品牌销售额创历史新高

作为下半年的第一档营销活动,“低价扫货节”对中兴商业来说意义重大。从5月底开始,公司就开始策划并部署活动方案,各个商场卖场积极争取优质货源,并动员全体员工参与,确保活动的成功举办。此外,为了进一步激励员工的积极性,公司还开展了“三比”系列竞赛活动,旨在提高货源质量、增加销售量以及吸引更多会员到店。

本次活动期间,共有189个品牌的销售额创下历史新高,其中有20个品牌的增长率超过200%。为了扩大活动影响力,中兴商业加大了宣传力度,利用新媒体与传统媒体资源互补,本地与外埠媒体实现区域覆盖,共计投放抖音等新媒体信息流、地铁媒体、中高端社区媒体等近20个宣传渠道,结合中兴官方微信、微博、抖音、小红书等平台有节奏有规划地进行活动预热和宣传。同时,公司还通过发放近7万份活动宣传册和社交媒体转发活动信息的方式,精准触达目标客户群体。

在优惠方面,全场3折起的折扣力度吸引了大量顾客前来购物,活动期间共接待了近30万人次的客流。为了让更多的消费者享受到实惠,中兴商业还特别联合沈阳市服务业工会举办了“服务业工会会员专场”,并通过一系列福利活动来

吸引外地会员参与。

值得一提的是,第三届“超酷机车巡游展”的举办也为活动增添了不少亮点,新款和热门款式的机车展示吸引了众多车迷的关注。同时,多个部门推出了各自的促销活动,如国际化妆品区的满额赠券、钟表珠宝区的黄金减免优惠,以及中兴超市的全场3折起优惠等。

此外,活动期间,中兴商业还联合方大地产举行了超级大抽奖活动的第三轮,顾客在享受低折扣优惠后,还可参与抽奖,奖品丰富多样。据统计,共发放了2.5万份礼品,同时小程序会员同比增加了近150%。

本次扫货节不仅为消费者带来了实实在在的优惠,更为公司在下半年的业务发展奠定了坚实的基础。随着活动的圆满结束,中兴商业将继续探索更多创新营销策略,为顾客带来更加丰富的购物体验。

强化创新经营 坚持“三引三来”营销思路

作为一家有着30多年历史的零售企业,中兴商业在多年的发展过程中,紧跟时代发展的步伐,不断创新和变革以适应市场的需求。尤其是2020年至2022年间,公共卫生事件给整个零售行业带来了前所未有的挑战,公司依然展现出顽强的经营韧性,成功保持了归母净利润的稳定水平。

近年来,随着零售新业态、新生态不断迭代变化,传统零售行业面临着线上、线下全渠道分流的巨大压力。在应对行业变革和市场挑战时,中兴商业提出了“三引三来”的营销思路,即“吸引年轻人来玩,吸引全家人来逛,吸

引全省人来买”。通过创新营销模式,精准落地,不断更新经营理念,以适应百货零售业的发展新趋势,从而增强公司的市场竞争力。

在实施“三引三来”策略的过程中,中兴商业通过举办各种特色活动,如元旦假期的音乐会和圆明园兽首巡展,增加了商场的文化色彩和品牌调性,吸引了大量顾客。公司还加快了转型升级,优化了品牌结构,丰富了品种内涵,创新了营销策划,提升了服务品质,打造了沉浸式、体验式消费体验,以更好地满足年轻消费者的需求。

此外,中兴商业还深耕异业赛道,通过跨界组合强化顾客体验,适应新零售趋势。公司持续深化品类结构调整,优化品牌组合,完善餐饮、休闲娱乐业态,实现了百货、餐饮、体验等业态资源的互联互通。

在数字化转型方面,中兴商业通过定制升级CRM、ERP等管理系统,利用大数据平台进行会员画像和分层管理,实现精准营销。同时,公司也在线上渠道发力,如抖音直播销售、小程序运维管理等,以推动线上、线下全渠道融合发展。

2023年,中兴商业的“三引三来”营销思路取得了显著成效,全年公司实现归母净利润1.34亿元,比上年同期大幅增长56.90%;商品销售总额32.43亿元,同比上升28.13%。特别是在“双11”期间,公司销售额同比增长60%以上,客流量同比增长97%,展现了线上线下双轮驱动的强劲动力。

乘消费复苏东风 全面推进高质量发展

当前,消费已经成为畅通经济循环、夯实经济基本盘、带

动经济持续增长的主引擎,对于加快构建新发展格局、增强经济发展活力和韧性、增进民生福祉具有重要的战略意义。商务部将2024年定为“消费促进年”,将出台系列扩内需、促消费政策措施,政策导向有望助力实体经济零售业持续发展。

根据国家统计局公布的数据,经初步核算,今年上半年实现国内生产总值616836亿元,按不变价格计算,同比增长5.0%。具体到消费领域,市场销售保持增长,服务消费增长较好,社会消费品零售总额235969亿元,同比增长3.7%;按消费类型分,商品零售209726亿元,增长3.2%;其中,实物商品网上零售额59596亿元,增长8.8%。

在此背景下,中兴商业正紧抓消费市场回暖、客流量稳步回升的有利时机,坚定不移地贯彻“三引三来”的营销策略。通过优化品牌组合、丰富商品种类、完善业态布局,以及加强线上运营等措施,公司正不断提升其业绩表现。

光大证券在研报中指出,中兴商业在沈阳等地具有较强竞争优势,且正不断加快数智进程、优化品牌结构,维持“增持”评级。

展望未来,公司表示将加速推进数字化转型进程,深化“赛道经济”模式,以体验式经济为核心抓手,增强与消费者的共鸣与认同感,全面提升获客能力,从而在传统百货市场中培育新的竞争优势。同时,依托方大集团管理优势和先进理念,以做强做优做大为目标,运用市场化机制,激发企业创新创造活力,持续深化业务结构升级,优化运营模式,提升管理效率,增强供应链管控能力,并通过轻资产运营模式推动连锁扩张发展,加快“数智化”进程,全面推进高质量发展,致力于成为沈阳乃至整个东北地区的领先区域零售龙头企业。

(CIS)

福耀玻璃

上半年净利润近35亿

证券时报记者 刘茜

澄清美国工厂被突击调查之后,福耀玻璃(600660)再给市场吃下一颗“定心丸”。

7月29日晚,福耀玻璃发布业绩快报,今年上半年公司实现营业收入183.4亿元,同比增长22.01%;归母净利润34.99亿元,同比增长23.35%。福耀玻璃在公告中表示,若扣除汇兑损益、太原金诺实业有限公司终止履行北京福通剩余24%股权转让减少投资收益的影响,则利润总额比上年同期增长59.95%。作为汽车玻璃行业的头部企业,虹吸效应持续增强,盈利能力进一步提升。

对于业绩提升的原因,福耀玻璃表示,今年上半年,公司提升全过程质量管控能力;提高全球保供能力,保证全球化的交付和能力;强化创新能力,高附加值产品占比持续提升;聚焦客户需求提升销售质效,与客户建立高度的信任关系;加强团队建设,打造积极、高效的国际化团队。

公开资料显示,福耀玻璃是全球最大的汽车玻璃和汽车饰件一体化解决方案供应商。目前,公司产品不但配套国内汽车品牌,更已成为德国奥迪、德国大众、韩国现代、澳大利亚Holden、日本铃木、日本三菱、捷克途胜的合格供应商,并批量供货。刚刚过去的周末,福耀玻璃因美国工厂被包括美国国土安全部在内的多家美国执法机构调查事件,而受到市场关注。

7月28日,福耀玻璃发布公告称,福耀美国主要是配合美国政府机构针对一家第三方劳务服务公司正在进行调查工作。据美国政府机构告知,福耀美国并非该调查的目标。在上述搜查期间,福耀美国当日生产部分作业暂停,但货物运输及交付未受到影响。搜查结束后,当日已经恢复正常作业,目前生产经营一切正常。

摩根大通发表报告指出,有关事件的影响有限,受消息影响,股价可能下跌,建议可趁股价疲弱进行吸纳。福耀玻璃仍是其所覆盖的中国汽车零部件企业中的首选股,因看好公司透过增加市场份额(由目前的30%至35%,未来五年内潜在提高至超过40%),以及随着大型天窗玻璃的采用,每辆车玻璃含量和价值的增加,相信公司可实现收入增长。

摩根大通看好福耀玻璃全球汽车玻璃市场的领导地位,认为其受惠于电动车和先进驾驶辅助系统(ADAS)在汽车产业的渗透率上升,带来高附加值及更高的单车销量。

此前在2023年年报中,福耀玻璃曾提示过风险,公司一半左右的收入源自于中国的业务,一半左右源于海外业务。因此,公司的经营业绩、财务状况及前景受到经济、政治、政策、法律变动、战争等影响。不过同时,福耀玻璃董事长曹德旺在“董事长致辞”中展现了信心,“展望2024年,国内外经济形势虽处高位紧张,但对我们的企业仍然充满信心。展望2024年,虽遇全球经济调整,给许多企业带来威胁,但对做足准备、稳健、扎实的福耀而言,公司却有足够的发展余地;为满足市场发展需求,公司董事会做出福建福清、安徽合肥合计投资90亿元的决定,为公司未来增长奠定基础。”

据了解,福清、合肥两地拟建项目的产能共计4660万平方米,占福耀玻璃总产能三成左右。合肥基地供应国内市场,福清基地定位是公司全球最大的汽车玻璃出口基地。