

茅台前端提价终端难涨 酒企跟风不易

证券时报记者 曹攀峰

在白酒终端销售疲软的背景下,昨日,贵州茅台(600519)宣布提高产品出厂价的公告引起市场热议。接受证券时报记者采访的多位业内人士表示,贵州茅台此次提高出厂价在市场预期之内,对终端产品的销售价格影响很小;同时认为,贵州茅台此次提价有产品自身销售价差的因素,其他白酒企业跟风提价的可能性不大。

对终端价格影响小

贵州茅台决定,自9月1日起适当上调部分产品出厂价格,平均上调幅度约为20%-30%,本次调整不涉及公司产品市场指导价。对于今年中期业绩增速下滑的贵州茅台而言,此举或为力保今年的经营目标。

据Wind数据统计,2011年前,贵州茅台中期的营业收入同比增长一般在20%左右,2011年,该公司营收同比增长49%。今年中期,该公司中期营收有所下滑,仅为35%。而今年5月底股东大会时,该公司曾公开表示,预计今年营业收入同比增长51%。

对于此次提价,沪上某券商资管投资经理表示,茅台此举并不意外,在市场预期之内。

招商证券消费品研究小组组长朱卫华表示,元旦后就传过茅台要提价,可能是舆论压力太大,公司没有实质举动。最近,媒体开始大篇幅报道白酒销售出现疲软,公司正好可以借机提价。

朱卫华认为,此次上调出厂价,对终端零售价格影响有限,消费者利益不会受损。同时,他认为此举会驱使茅台经销商更多进行动销,而不是

躺在巨额财富上当坐商。

虽然不排除有人利用厂价上涨机会鼓吹终端涨价,但经济形势并不支持终端涨价。2007年底、2011年底那样的暴涨。”朱卫华说。

事实上,今年以来,贵州茅台已开始在各地加快自营店建设,自营店的指导价格会对终端价的上涨有一定抑制作用。朱卫华认为,一旦批零价大幅上涨,贵州茅台自营店的供货或会快速放量,调节终端价。

昨日,深圳华润万家某白酒品牌营销员郭芳莉告诉记者,与去年白酒产品纷纷提价不同,今年来,白酒纷纷降价。据证券时报记者观察,五粮液、泸州老窖等公司的产品均在降价或返利促销,茅台出品的不老酒的终端价已从每瓶998元,下降为899元,活动日期持续至10月。

其他酒企难跟风

在中秋节、国庆节即将到来的旺季,龙头贵州茅台提价,不免让市场产生联想,五粮液、泸州老窖等白酒一线品牌是否存在上调出厂价的可能性。

多位接受证券时报记者采访的分析师或投资经理均表示,其他类白酒企业跟风的可能性极小。

深圳某券商不愿具名的分析师表示,贵州茅台提高出厂价,主要是因为出厂价与一批价、终端价的价差太大,此次提价只是压缩了渠道的利润,其他白酒企业出厂价与终端价的价差已经很小,在白酒终端价格难上涨的背景下,其他酒企提价的可能性不大;另一方面,目前中国的经济形势已没有往年乐观,白酒市场终端价再上涨的可能性极小。

图片新闻

- 2012年4月5日国内航空燃油附加费上调20元
- 2012年6月5日国内航空燃油附加费下调10元
- 2012年7月5日国内航空燃油附加费下调30元
- 2012年9月5日国内航空燃油附加费上调20~30元



燃油附加费今起上调

多家航空公司今日起上调燃油附加费。成人旅客乘坐800公里(含)以下航段,燃油附加费上调20元,由50元调整至70元;800公里以上航段,上调30元,由100元调整为130元;同时,儿童旅客乘坐航段的燃油附加费亦上调10元,800公里(含)以下航段,由20元调整为30元;800公里以上航段,由50元调整为60元。按成人全票价10%计费的婴儿则免收燃油附加费。(李雪峰)张常春/制图

据证券时报记者调查,以国内一线白酒为例,在贵州茅台提价前,53度飞天茅台的出厂价为619元,一批价为1400元,终端市场价格在1700元左右;而五粮液的出厂价为618元,一批价仅为750元,市场终端价格为1100元左右;国窖1573的出厂价则为650元,市场终端价为1389元。

从数据对比看,53度飞天茅台一批价相较出厂价的增幅达到126%,五粮液仅为21%。以贵州茅台此次提价

30%计算,目前一批价的增幅仍高达74%,贵州茅台经销商的利润还是存在极大空间。

某买方研究员表示,2011年初,贵州茅台上调出厂价,引起五粮液等酒企的跟风,因为彼时白酒的市场终端价在上涨,酒企上调出厂价的动能较为充足;今年来,白酒市场终端价在逐步下调,经销商的利润已在下调,若其他酒企再提高出厂价,会进一步侵蚀经销商的利益,这显然不太可能。

同花顺辟谣跌停传闻 大宗交易接盘方尚未退席

证券时报记者 仁际宇

近日股价大幅波动的同花顺(300033)今日发布股价异动公告,公司对此前市场猜测的被竞争对手起诉和控方大幅减持予以全盘否认。通过对大宗交易和公开市场数据的分析,同花顺大宗交易的接盘方很可能还潜伏于同花顺之中。由于大宗交易接盘方存在较大账面损失,同花顺的进一步走势值得投资者关注。

同花顺在异动公告中指出,部分网络媒体报道了公司被竞争对手万得公司诉讼的事项,经核实,该等报道不属实,截至目前公司未接到被竞争对手诉讼的事项。同时,此次股票异常波动期间公司控股股东、实际控制人未发生买卖公司股票的行为。

8月31日,同花顺跌停;9月3日,同花顺上午继续跌停,最终收盘6.59%。连续的大跌引发市场的种种猜测,但最能引起投资者关注的是同花顺暴跌之前的几笔大宗交易。深交所公开资料显示,7月13日至大跌前的8月30日,同花顺共有6笔大宗交易。其中,4笔发生在8月28日,合计涉及141.2万股,交易总额约为2774.6万元,接盘方营业部均为银河证券长沙芙蓉路证券营业部。

深交所交易公开信息显示,芙蓉路营业部在9月3日大幅卖出同花顺1274.9万元,由于同花顺在上一个交易日8月31日跌停且最大买入营业部仅买入173万元,因此芙蓉路营业部在9月3日所卖出的绝大部分同花顺股份应该至少在8月30日就已经持有。按照9月3日的最高价计算,1274.9万元市值对应的同花顺股票至少有77.3万股。

而在8月28日,芙蓉路营业部从大宗交易中买入141.2万股同花顺股票,29日、30日两天,同花顺二级市场成交量还不足210万股,可见芙蓉路营业部将大宗交易购入的141.2万股股票全部脱手,同时又购入77.3万股同花顺股票的情况,理论上是不可能。那么唯一的可能就是芙蓉路营业部在8月28日买入同花顺后未大量变现,而是将其中相当一部分至少持有到9月3日。

据公开信息,芙蓉路营业部在9月3日卖出1274.9万元同花顺股票的同时,又买入了1314.3万元同花顺股票。同时,9月4日芙蓉路营业部最多仅卖出同花顺股票90万元。可见,芙蓉路营业部从大宗交易接入同花顺后,除了于9月3日借放量进行对倒之外,并未远离同花顺。在不考虑对倒收益的情况下,已有近20%账面损失,大宗交易接盘方的动作或许值得投资者关注。

万科8月耗资36亿拍得8宗土地

证券时报记者 仁际宇 邓常青

与上半年的谨慎拿地相比,万科A(000002)下半年拿地速度明显加快。继7月份斥资约30亿元取得6个新项目土地后,公司今日发布的公告显示,公司8月份以竞拍取得8个新项目土地,总金额约为36亿元。

公告显示,万科8月份拿地金额最大的项目为杭州余杭区勾庄项目,

该项目建筑面积约30.6万平方米,地价款约13亿元;另外两个较大项目为上海松江生态商务区14号地块和西安枣园二期项目,建筑面积分别为14.4万平方米和42.9万平方米,地价款分别为7.9亿元和7.4亿元。据证券时报记者统计,万科8月份豪掷36亿元购地,创下了该公司今年以来单月购地的最大金额。

除了万科,不少上市房企也在

近期披露增加土地储备的公告,但通过股权收购的方式拿地似乎受到偏爱。其中,金地集团(600383)通过股权收购的方式获取沈阳市浑南新区滨河东项目,项目规划净用地面积约6.14万平方米,规划容积率3.0,金地集团获取该项目的土地成本约为2.5亿元。招商地产(000024)则以股权转让的方式分别收购了哈尔滨18.8万平方米土地、深圳盐田13.7万

平方米土地。

另外,万科今日的公告同时显示,8月份万科实现销售面积104.4万平方米,销售金额113.5亿元。今年前8月,万科累计实现销售面积802.9万平方米,销售金额842.8亿元。虽然拿地的速度创下年内最快,但8月份万科的销售量却并非今年的顶峰。其中,今年6月份、3月份和1月份,万科公布的销售面积都大于8月份。

158家上市公司销售费用畸高

见习记者 李雪峰

Wind数据显示,2455家A股上市公司今年上半年的销售费用共为3227亿元,约占同期营业收入的2.27%。不过以多伦股份、益佰制药、锦江股份、康恩贝等为为代表的158家公司上半年销售费用占营业收入甚至高达139.57%,与上市公司整体销售费用水平形成了明显的反差。

以益佰制药为例,公司上半年销售费用为5.49亿元,为同期营收的58%,较去年上半年增长约5500万元,增加的部分主要来源于培训费、促销费的大规模支出,此两项费用分别同比增长1倍和33倍。近几年,益佰制药销售费用始终居高不下,公司每年半数以上的营收被销售费用吞噬,客观上造成益佰制药毛利率高达80%而净利率只有15%左右的现象。

永生投资销售费用也持续高企,

公司上半年营收不足7000万元,但销售费用却接近3000万元,其中高达2300万元的广告及业务推广费是销售费用的主要来源。而上海凯宝则由于业务招待费较高致使销售费用占营业收入的五成以上。事实上,销售费用是前述公司三费的主要形式。

数据显示,医药类上市公司销售费用普遍较高,在销售费用/营业收入最高的20家非ST上市公司中,医药上市公司占据10家。互联网软件类上市公司也是易产生较高销售费用的板块,如用友软件、三五互联等。对此,益佰制药等多家药企大都向记者称,销售费用属正常业务往来所致,并无不妥之处。从财务报表的角度来看,这些公司将销售费用以各种明细费用的形式予以列支,表面上看,上述公司的销售费用均是支出有名。

不过据记者了解,以医药为代表的行业普遍存在“吃回扣”的现象,该现象就发生在药企、经销商与医院、药店之间,这在“医药分离”之前更为普遍。曾有报道指出,上海某医药公司正是通过这种吃回扣的方式增加营业收入,而该回扣则以咨询费、会务综合费等费用体现,实际上这些费用大多是公关费。软件行业亦有类似的现象,一位曾任职于金蝶的

销售费用/营业收入最高的20家上市公司

代码	公司	营业收入(亿元)	销售费用(亿元)	销售费用/营业收入
000609	缩世股份	0.09	0.19	219.34%
600696	多伦股份	0.02	0.02	139.57%
002107	沃华医药	0.96	0.57	59.06%
600594	益佰制药	9.47	5.49	58.00%
300181	佐力药业	1.60	0.88	55.38%
300039	上海凯宝	5.65	3.03	53.65%
002412	汉森制药	2.31	1.21	52.43%
600358	益盛药业	0.66	0.34	52.22%
600754	锦江股份	11.13	5.71	51.33%
002439	启明星辰	1.59	0.80	50.34%
300051	三五互联	1.29	0.64	49.92%
600588	用友软件	17.15	8.14	47.44%
300052	中青宝	0.79	0.37	47.35%
300238	冠昊生物	0.78	0.34	44.18%
600572	康恩贝	12.23	5.40	44.12%
600613	永生投资	0.68	0.30	43.32%
000721	西安饮食	3.02	1.30	43.24%
002566	益盛药业	2.81	1.22	43.23%
600530	交大昂立	2.05	0.87	42.65%
002570	贝因美	25.73	10.89	42.34%

李雪峰/制表

人士告诉记者,当前软件更新速度极快,同质化也较为严重,客户没有理由不作选择,在此背景之下,能否得到其他好处(主要指回扣)便是客户作出最终选择的重要原因。

当然并非所有行业销售费用畸高均与公关有关,部分地产公司及商业零售类销售费用也较高,前者去库存的压力较大,而后者稳固市场的动力也较为强劲,在折扣策略的影响下,这些行业销

售费用也水涨船高。

根据统计,上半年A股公司销售费用的增长与营收基本呈现正相关,通过加大销售力度却能在一定程度上保证营业收入的适度增长,但从目前的数据来看,相当一部分公司增收不增利,这些公司在销售方面大做文章,却并未转化成最终的净利润,这也从一个侧面反映出,博取短期的盈利并非上市公司的最终目标。

大北农回应地沟油事件

证券时报记者 仁际宇

继健康元(600380)、唐人神(002567)之后,受到河南省惠康油脂公司地沟油事件影响的大北农(002385)今日对事件作出说明。对采购的大豆油是否系河南惠康勾兑的成品油,大北农及其关联方表示毫不知情。

大北农承认子公司郑州市大北农饲料科技公司及参股合作企业新乡市大北农农牧公司在2010年1月到2011年9月间从河南惠康购过大豆油。但当获知河南惠康涉嫌勾兑成品油后,就终止了合作。此外,大北农与河南惠康均无任何业务往来。

公开资料显示,2011年度,郑州大北农净利润为490.6万元,占大北农净利润0.97%;2011年度,大北农从新乡大北农取得投资收益112.64万元,占大北农净利润的0.22%。

经核查,郑州大北农和新乡大北农向河南惠康采购油脂系大豆油,并按大豆油市场价格签订采购合同,

合同约定了大豆油详细质量标准。郑州大北农与河南惠康前后交易4笔,采购数量合计29吨,采购价格与当时市场价格相差不大。

大北农表示,郑州大北农和新乡大北农从河南惠康每批采购的大豆油均严格执行原材料入库验收、检验程序,逐批取样化验,并严格依据大豆油的国家标准检测酸值、过氧化值、水分及挥发物等指标,均未发现异常现象。同时,根据郑州大北农和新乡大北农及第三方检测机构出具检测报告,上述两公司产品指标均符合国家及行业标准。

另外,对于媒体报道的分别河南惠康采购了30吨、50吨大豆油的确山县大北农饲料科技有限公司、黄河大北农饲料有限公司是大北农旗下企业的传闻,大北农表示公司及下属企业未在确山县大北农和黄河大北农持有任何股份,大北农也未对该两公司使用“大北农”企业字号进行授权。大北农表示将在全国范围内清理冒用大北农字样的企业。

报料热线

电话:0755-83501747
邮箱:baoliao@stcn.com