

## 门店一周不如直播一场 美妆巨头线上流量之争加剧

■本报记者 李春莲

如果说2019年网红直播带货开始火爆起来,那么2020年疫情下的“宅经济”正在让网红直播渗透到每一个行业。

而美妆业更是因为直播带货转化率率高,所谓“门店一周不如直播一场”,各大美妆巨头都在加速争抢线上流量。

逸仙电商有关人士向《证券日报》记者表示,疫情期间,全国经济笼罩阴霾下,“云逛街”“云柜姐”等直播带货模式成为另一个赛道。

### 网红直播催生电商新赛道

近日,一则李佳琦斥资1.3亿元在上海买房的消息冲上热搜,该小区房价每平方米超10万元,演员胡歌、唐嫣也住在这里。

不少网友调侃:我们买的每一只口红,都为李佳琦买豪宅做出了贡献。

顶级流量来之不易,背后是巨大的付出和坚持。不少粉丝认为,作为“直播一哥”,李佳琦值得这样的豪宅。一年365天,李佳琦累计直播389场,从晚上七点到夜里一两点,结束后继续复盘。每天的生活就是:直播,直播和直播。李佳琦也坦言,不敢停一下,停下来担心粉丝会跑到

别的直播里去。

从事品牌工作的小古,出于好奇心和需求,在去年双十一围观了一次李佳琦的直播后,就“入坑”了,成为李佳琦的铁粉,仅仅几个月的时间,就跟着李佳琦不停地“买买买”。淘宝订单多达十几页,面膜、口红到零食,再到家居用品,品类繁多,五花八门。

“李佳琦商品推荐很专业,能直接看到效果,推荐的东西买回来之后发现确实不错。”小古向《证券日报》记者提到,李佳琦每次直播的全流程,单个商品的推荐背后都是有设计的,什么时间推荐、如何突出重点、什么时候抽奖等等,细节决定成败,可以反映出背后团队的专业精神。

截至目前,李佳琦在淘宝直播粉丝超2000万,抖音粉丝超4000万,微博粉丝超1200万。

从最新数据来看,仅2月5日-3月2日,李佳琦直播间总销售额达9.57亿元,最高同时在线达5829万人次。

坐拥大量“真爱”粉丝,作为“直播界”的标杆,李佳琦的收入不菲。据此前报道,2019年李佳琦赚了将近2亿元。李佳琦也曾在采访中自曝“从2019年1月份开始,月收入能突破七位数”。

可以说,李佳琦的赚钱能力超过了目前不少A股上市公司。

如果说去年不少行业还没有意识到网红直播的重要性,在此次疫情的催化下,直播已经成为重要的带货方式,也成为企业转型的重要抓手。

据3月3日淘榜单发布的报告,2月份淘宝新增商家数量100万,淘宝直播新开播商家环比增幅719%,在淘宝直播上“云生活”的用户增幅153%。淘宝直播商家在2月份获得的订单总量,平均每周以20%的速度增长,成交金额比去年同期相比翻倍。

逸仙电商上述人士表示,直播已经成为发展成为电商在新时代的新产业,直播带货呈现出极强的爆发性,正在创造一个千亿级的新市场。

### 线上流量竞争加剧

50多岁的化妆品品牌林清轩创始人孙春来,从来没想到自己有一天会做直播。受疫情影响,初一到初七,林清轩157家线下门店歇业,开业的170多家门店也几乎无人光顾,线下生意全部冰封,2000名导购被待业,企业进入生死存亡的至暗时刻。

为了寻找出路,孙春来带着100多名导购上线淘宝直播,他自称“豁出去了”。当天,有6万多人看他们的直播,卖了近40万的山茶花油,还收到了36万个点赞。



除了林清轩,这几年,新近崛起的“国货之光”完美日记也在疫情期间尝到了直播的甜头。

“淘宝直播协助完美日记实现了线上不停业,也给完美日记直播业务发展实现了弯道超车的机会。”逸仙电商上述人士还表示,以2月份为例,在淘宝直播平台上,直播完美日记产品的主播有300多位,环比上涨超20%;直播场次近4万,环比上涨28%,销售额环比增长近170%。

除了淘宝直播,完美日记线下门店的彩妆师也变身主播,在微信小程序等多个平台进行直播。

逸仙电商上述人士还表示,“虽然疫情期间大部分线下门店都已经暂停营业了,但是没有中断门店事务继续为消费者提供的产品和服务。所以我们40多家门店的彩妆师在疫情期间,变身网络主播开展直播活动”。

同时,欧莱雅方面也告诉《证券

日报》记者:“线下的销售因为柜台门店开放的现实情况以及商场人流量的减少,一定程度上会受到影响。但我们在线上看到消费者仍然有很大的需求。在疫情期间我们通过品牌的自有传播平台,品牌微信群营销,品牌美容顾问私域流量的运营以及和商场直播销售平台的销售直播去帮助消费者种草产品,了解产品和消费的利益点,助力市场反弹。”

如今的李佳琦就是靠卖口红起家,进而拥有了千万粉丝,相比很多传统行业,美妆巨头在直播中的机会无疑更多,但竞争也更激烈。

华泰证券研究报告指出,疫情事件倒逼各商家以社交营销和电商直播自救,加速商家数字化转型。新零售、新营销为诸多品牌带来新发展机遇,也降低了准入门槛,传统品牌焕新、新锐品牌快速崛起可能性大幅提高,加剧市场竞争。

## 注入百亿元清洁能源资产 协鑫能科去年整体盈利能力提升逾百倍

■本报记者 曹卫新

重组仍是企业“脱胎换骨”的良方。3月11日,协鑫能科对外披露了重组完成后首份年度“成绩单”。业绩快报显示,公司2019年度实现营业收入109亿元,归属于上市公司股东的净利润为5.49亿元,相较2018年重组前4.72亿元的营业收入和537.87万元的净利润,增长2210.33%、10109.02%,上市公司整体盈利能力提升逾百倍。

“重大资产重组完成后,公司的基本盘发生了翻天覆地的变化,主营业务已由废弃聚酯的综合处理、有色聚酯纤维及色纺纱线的研发、生产和销售转变为清洁能源发电、热电联产及综合能源服务。”公司董事会秘书沈强在接受《证券日报》记者采访时说道。

### 转型能源生态服务商

协鑫能科原股票简称霞客环保,

是一家老牌上市公司,自2004年上市至今已16年时间。

2016年,受国际国内市场低迷、纺织原料价格波动、成品价格下降等客观因素的影响,公司销售低迷、产销倒挂,继2014年后,公司生产经营再次陷入亏损,当年实现归属于上市公司股东的净利润-4124.19万元。

主业盈利能力持续下降,经营陷入困境,重组被提上了日程。

2018年,公司启动重大资产重组,置出盈利能力较弱资产的同时注入总资产超百亿元的协鑫智慧能源90%股权。历时数月,公司于2019年5月份实施完成了重大资产重组资产交割,协鑫智慧能源成为公司的控股子公司。霞客环保由一家纺织类上市公司转型进入清洁能源行业。

“公司完成重大资产重组后,重新确定了整体战略主线,以能源生产向能源服务转型为总引领,公司未来将聚焦绿色能源运营和综合能

源服务,以清洁能源为核心,构建‘源-网-售-用-云’体系,成为领先的能源生态服务商。”沈强告诉记者。

数据显示,协鑫能科2019年上半年实现营业收入50.6亿元,同比增加38.34%,归属上市公司股东的净利润2.68亿元,同比增加14.39%。其中协鑫智慧能源半年度实现净利润4.74亿元。而最新披露的全年业绩快报数据更是亮眼。

重组后新主业清洁能源业务生产经营规模持续扩大,总资产及归属于上市公司股东的所有者权益显著提升。截至2019年12月底,公司总资产为240.67亿元,比期初增长18.29%;归属于上市公司股东的每股净资产为3.57元,较调整前期初数增长168.42%,2019年归属于上市公司股东的净利润实现5.49亿元,上市公司整体盈利能力提升逾百倍。

“从我个人角度来说,协鑫能科2019年的业绩表现是好于预期

的。2018年下半年起,协鑫智慧能源投建的相关天然气和垃圾电厂陆续转运营,且2019年上半年收购一家风力发电企业,导致电和蒸汽收入均较同期增长。”有不具名分析师在接受《证券日报》记者采访时表示。

### 紧扣电力改革红利

从全球范围来看,随着经济发展及可再生能源占比增加,电力对能源消费增长贡献度提高,根据电规总院及彭博新能源财经预测,预计2035年中国全社会用电量峰值将达到12万亿千瓦时左右。

作为协鑫系第四个上市平台,与其他几家协鑫系上市公司主打光伏牌不同的是,协鑫能科核心业务聚焦绿色能源运营和综合能源服务,以清洁能源为核心,布局储能、配售电、能源数据、电港业务。

2019年,新管理团队履新后,迅速启动定增拟募资投建江苏洪汛风

电项目(75MW)、江苏阜宁风电项目(一期30MW+二期15MW)、内蒙蒙黄旗风电项目(125MW)等多个风电项目。

“随着国家政策支持保障新能源发电上网,以及调配与输送等电力改革推进,风电行业整体将持续健康发展。”业内人士分析表示,伴随新一轮电力体制改革逐步深入,配电、售电等业务机会逐步释放,国家电网大力推进“泛在电力物联网”建设,加上储能、电动车、5G通信、人工智能、区块链、边缘计算等技术快速发展,公司所在行业涌现出新的业务机会。

“电力市场整体来说还是一个专业度要求比较高的市场。”中国新能源电力投融资联盟秘书长彭澎在接受《证券日报》记者采访时表示,要想享受电力改革的红利,民营企业需要不断强化自己的专业度,同时还需要踩准鼓点。和其他的市场改革不同,目前电力市场是要求降电价,创新业务的难度是很大的。

## 名创优品新增医疗相关经营范围 八成门店已恢复营业

■本报见习记者 林婷莹

在新冠肺炎疫情影响下,刚刚经受员工降薪风波的名创优品,开始卖起了医用口罩等防疫产品。

天眼查数据显示,由名创优品(广州)有限责任公司(下称“名创优品”)全资控股的名创优品国际(广州)有限公司发生工商变更,公司具体经营项目申报新增为医疗器械、设备、医疗卫生材料及用品提供专业清洗、消毒和灭菌,消毒用品销售,许可类医疗器械经营,提供医疗器械贮存配送服务等。

“此次工商变更的目的主要是为了获得酒精消毒类、口罩类产品的销售资质,该类产品由名创优品的合作供应商生产,在名创优品线下门店和

电商渠道销售”,名创优品方面回复《证券日报》记者称,“这也是名创优品需求广大消费者对防疫产品的迫切需求,对经营的产品品类做出的调整”。

### 曾陷“员工降薪风波”

公开资料显示,名创优品由创始人叶国富与日本设计师三宅顺也共同创办于2013年,主打高性价比的生活百货,一度被消费者称为“十元店”。截至2019年其门店数量已达4000家,遍布80多个国家和地区。2018年9月份,名创优品获得来自腾讯投资与高领资本的10亿元战略融资。

以线下门店经营为主的名创优

品受新冠肺炎疫情影响明显。此前,《证券日报》记者称,“这也是名创优品需求广大消费者对防疫产品的迫切需求,对经营的产品品类做出的调整”。

一份落款日期为2月21日、来自名创优品内部的倡议书显示:因疫情影响公司现金流大幅减少等缘由,名创优品向员工提出2月份至3月份工资打折发放和停薪留职两个倡议。据公司介绍,“停薪留职”是对部分低饱和和岗位做出的待岗安排,并根据员工具体情况发放30%薪资作为生活补助。

“此次疫情对中国所有实体零售业都是一次巨大的冲击,各家企业都扛着来自营收、库存、铺租成本、人工成本、现金流等各方面的巨大压力负重前行”,名创优品方面就此回复《证券日报》记者称,“通过此次调薪待

岗,一定程度上缓解了人工成本上的压力,同时公司也通过这种方式尽最大努力留住岗位,不让员工流失,为疫情过后的业务增长做储备”。

据悉,名创优品创始人叶国富近期也多次在内部会议上表示:“我们自己勒紧裤腰带,全员减薪日子过苦一点,也要帮助客户渡过难关,并从危机中抓住机遇迎来更大发展。”

### 八成门店已恢复营业

疫情影响下,通过外送、电商等渠道进行自救成了商家的必选项。据悉,疫情期间,名创优品则通过外送平台推出无接触配送服务、布局社交电商、推出口罩和酒精消毒类产品等方式,来对冲线下门店的业绩损失。

近日,在国内电商平台上,《证券日报》记者看到确实有“miniso”品牌的医用外科口罩出售。商品详情显示,该产品是由山东惠恩医疗器械有限公司授权名创优品(广州)有限公司代理销售。天眼查显示,后者由名创优品全资控股。

记者了解到,目前名创优品80%以上的门店已复工营业。此外,据公司透露,当前名创优品除湖北外的门店日销已恢复到疫情前的50%水平,预计周末将恢复到70%至80%,部分疫情零增长地区的个别门店已恢复至疫情前水平。

此次疫情给公司带来的创伤不言而喻。对此,名创优品方面也说道,公司正在重新研判线上渠道的销售机会,并将增加对电商的投入。

## 金城医药加快原料药平台建设 补齐一体化全产业链

■本报见习记者 王 倩

3月12日,《证券日报》记者从金城医药获悉,近日,公司成立“原料药管理中心”,继“医药化工板块”“生物制药板块”“终端制剂板块”之后,正式开启第四个产业板块——“原料药板块”的平台搭建进程。公司方面接受《证券日报》记者采访时表示,作为中国头孢医药中间体的领军企业,公司将集中资源优势,嫁接原料药平台,打通“中间体+原料药+制剂”一体化的金城特色制药全产业链,并将通过与国内外原料药公司战略合作,拓宽市场合作新渠道。

金城医药是全球生物制药谷胱甘肽原料药的主要供应商,全球重要的头孢类医药中间体生产研发基地,国内领先的妇儿科药物制剂生产

商,作为一家业务涵盖医药中间体、生物原料药、终端制剂三大领域的上市公司,经过多年的发展,金城医药已逐步形成了药品研发、医药中间体、特色原料药、制剂生产和销售的产业链布局。

公司相关负责人告诉《证券日报》记者,公司“起家”于医药中间体,早在2012年,公司的“第三代头孢抗生素中间体活性酯关键技术及产业化项目”获得国家科技进步二等奖后,公司便凭借强大的技术工艺和产品质量优势,逐步发展成为目前全球最具竞争力的头孢侧链生产企业。

2014年开始,公司着手向下游头孢菌素制剂布局,并接连通过收购上海天宸药业、收购中山道法药51%股权,将公司版图从抗生素中间体扩展到终端制剂领域。

在新一轮医药变革中,原料药企业的重要性和竞争力逐步提高,原料药产业将由以前的价格驱动的“类周期”行业发展到未来以新产品、新技术和新订单获取的成长性行业。特别是随着公司北上厂终端制剂板块的并购融入,加快公司原料药平台建设显得尤为重要。

目前在头孢抗生素产业链上公司通过与国内外头孢原料药厂商签订战略合作协议、独家供应商协议等方式,初步形成了“头孢侧链中间体——头孢原料药——制剂”一体化的优势。

《证券日报》记者了解到,此次金城医药成立的原料药管理中心,初始的职责主要是整合公司内部原料药发展资源,统筹协调原料药发展,为公司的沧州、昆仑等分公司筛选引进原料药品种、市场开拓及对外销售,协调原

料药研制、国际注册认证等工作。

而作为金城医药集团继“医药化工板块”“生物制药板块”“终端制剂板块”之后的第四个产业板块,该原料药板块也将嫁接公司传统业务板块的优势资源,整合头孢抗生素产业链协同优势,在获取关键原料药进口权益的同时横向拓展系列品种,纵向内部配套制剂产品,协同国内外原料药平台资源,补强产业链,加速释放全产业链优势。

对于原料药管理中心成立后的发展,公司方面介绍,其还将有两大发展职能。其一是引进国外原料药培育本土化。对此,公司介绍,金城医药已在此方面积累了大量的经验,如早期公司就通过与日本企业创新合作模式,成为国内首家实现生物制药谷胱甘肽产业化的企业;2017年公

司提出“国际化元年”以来,公司积极推进产品和市场,研发与投资的国际化,通过创新发展模式和资本并购,做了许多有效尝试,而这些经验都将作用于引进国外原料药培育本土化上。其二就是利用成熟的生产基地和管理团队为国外定制加工。公司方面表示,公司的原料药平台发展壮大后,也会积极拓展海外市场合作新渠道,为公司培育新的经济增长点。

而在今年年初,国家四部门也联合发布《推动原料药产业绿色发展的指导意见》,高端特色原料药行业迎来发展新机遇。金城医药作为中国头孢医药中间体的领军企业,凭借其在中间体、特色原料药领域多年积累的产业优势,构建公司原料药发展平台,将会在贯通产业链的进程中进一步推动公司提质增效驱动成长。

## 广汇物流 去年净利增长近五成 逾七成利润分红回报股东

■本报记者 殷高峰

广汇物流近日发布的2019年度报告称,报告期内,公司实现营业收入28.69亿元,同比增长37.90%;实现归属于上市公司股东的净利润8.19亿元,同比增长49.88%;经营现金流净额为14.68亿元,较上年3.17亿元,增幅达363.90%。

值得注意的是,广汇物流推出的高额的分红派发方案。公告显示,公司拟每10股派发现金股利5元(含税),以11.95亿股(扣除公司回购股份)的总股本计算,将派发现金股利5.98亿元,占归母净利润73%。

“算上公司此前回购花费的3.51亿元自有资金,公司2019年总现金分红占当年归母净利润115.83%,远超前两市平均水平。”广汇物流总经理李文强对《证券日报》记者表示。

### 三项指标创历史新高

李文强对《证券日报》记者表示,2019年,在外部宏观经济形势错综复杂的背景下,公司顺势应变,主动适应经济新常态,坚持“着力提高经营管理水平、全面提升发展质量、创品牌物流”的发展主线,把握稳中求进的工作总基调,攻坚克难,积极变革创新,“营业收入、归母净利润、经营净现金流均达到重组上市以来的历史最高水平”。

李文强表示,广汇物流目前经营的美居物流园经营总体平稳发展,“‘坚持品牌导向、优化园区业态、整合优势资源、提供优质服务’的经营工作措施取得预期效果”。

据《证券日报》记者了解,美居物流园是乌鲁木齐市具有标杆意义的以娱乐休闲、时尚购物、家居建材的展示销售、商贸流通及家装体验于一体的综合性物流园,是乌鲁木齐市城北重要的商业中心。

未来2年-3年,公司核心主业依然是美居物流园租赁、阶段性房地产等现有业务,美居物流园作为公司重组上市的主要资产,经营业绩持续稳定。李文强对《证券日报》记者表示,作为增量主要来源的阶段性房地产项目储备相对丰富,且处于业绩集中释放期,足以确保公司在该阶段的业务持续支撑能力和业绩持续增长。

从广汇物流重组上市以后的发展轨迹来看,公司持续推动物流主业和阶段性优质地产项目形成良性互补。优质地产项目所产生的现金流无疑成为后续发展物流主业的强驱动力。报告期内,公司一方面募投项目乌鲁木齐北站综合物流基地(一期)开业运营,并积极推进冷链二期建设,打造冷链物流核心竞争力;另一方面,与新疆维吾尔自治区农业农村厅签订战略合作协议共建新疆优质农产品供应链平台。

“中长期来看,公司将发展重心聚焦在打造‘一带一路’领先的供应链平台这一战略定位上,沿着‘创品牌物流’的发展主线,持续推进美居物流园改造升级,加速冷链物流项目布局、大力发展商业保理业务,积极探索供应金融业务四大方向,充分利用好阶段性房地产开发项目提供的回流资金,不断夯实现代物流主业,确保经营业绩可持续增长。”李文强透露。

### 高分红回报股东

在发布亮眼业绩的同时,广汇物流推出的分红派发方案也很抢眼。公告显示,公司拟每10股派发现金股利5元(含税),以11.95亿股(扣除公司回购股份)的总股本计算,将派发现金股利5.98亿元,占归母净利润73%。

“算上公司此前回购花费的3.51亿元自有资金,公司2019年总现金分红占当年归母净利润115.83%,远超前两市平均水平。”李文强对《证券日报》记者表示,公司能够持续通过多种途径且高比例回报全体股东,最根本的原因是收益预期稳定,要与投资者,特别是中长期投资者建立互信及回报预期,共同分享公司发展红利。

作为2016年年底重组上市的公司,2018年就弥补重组上市前原上市公司累计的8.02亿元巨额亏损后,当年就向投资者实现现金分红3.76亿元,占当年实现归母净利润5.51亿元的68.23%;紧接着在2019年,广汇物流动用3.51亿元进行股份回购。此次推出5.98亿元现金分红方案,股息率接近10%,远高于银行各类存款和理财收益,直接用于股东回报的现金高达9.49亿元,占公司2019年实现归母净利润8.19亿元的115.83%。

“我们认为,要实现这样的目标,三个方面的因素缺一不可。”李文强对《证券日报》记者表示,第一,公司目前物流业务和阶段性房产优质地产项目形成良性循环,业绩预期稳定,具备连续高比例现金分红及回购的能力,这个是基础性因素;第二,逐步建立科学、持续、稳定的分红决策和监督机制,积极回报投资者,引导投资者树立长期投资和理性投资理念,成为公司决策经营工作的重要组成部分。为此,公司在实际现金回报投资者的同时,推出(2019-2021年)股东回报规划,明确在公司盈利且现金能够满足持续经营和长期发展的前提下,原则上每年进行一次现金分红,每年以现金方式分配的利润不低于当年归母净利润的30%。第三,广汇物流分别于2018年和2019年推出高管和核心人员都参与股权激励和员工持股计划。