

民营加油站“杀价”抢市场 龙头企业或加速并购扩张

■本报记者 李春莲 何文英

近日,由于国际油价下跌,国内成品油价格尽管有地板价保护,但仍处于低位。此外,受疫情影响,加油站客流量也较往年大量减少。

在这样的背景下,民营加油站通过掀起价格战来抢占市场,而地方炼厂集中的区域,油价更是已经降至“4元时代”。

事实上,这几年,民营加油站不断崛起。前不久,“民营加油站第一股”和顺石油登陆资本市场。

而国际油价屡创新低对具备仓储能力的和顺石油而言是重大的利好,零售毛利率大幅提高。“目前公司账上现金有11亿元,在这期间公司采购了大量价格便宜的成品油并予以仓储,由于国内成品油零售保护机制,公司可以合理锁定价差,保障未来利润。”和顺石油董事长赵忠向《证券日报》记者表示,公司除了自有的29500立方米的油库外,还租赁了6000立方米的油库用于成品油仓储。

正和岛首席经济学家王林在接受《证券日报》记者采访时表示,目前不少民营加油站资金链普遍趋紧,这是一个较好的兼并扩张时机。

成品油市场价格战愈演愈烈

2020年以来,国际油市进入下行通道,欧美原油期货价格自新年伊始的66美元/桶附近价位开始下挫,2月上旬WTI油价率先跌破50美元大关,国际油价在2月中旬经历短暂回落后,于2月下旬再度开启下行模式,欧美原油期货价格跌幅“跳水”,截至3月下旬欧美原油期货价格已滑落至25美元/桶-20美元/桶。

对于油价走势,中宇资讯分析师桑潇向《证券日报》记者表示,进入二季度,国际油价呈现宽幅整理态势,WTI油价一度破纪录地跌至-37.63美元/桶,但整体来看,20美元/桶-35美元/桶是国际油价震荡盘整的主流价格区间。

受此影响,国内“地板价”开启,零售价暂停调整,但国内需求却疲软,加油站为了抢市场,开启了价格战。



王琳/制图

“三桶油”加油站也花式促销,通过抽茅台、送红包等变相降价的方式来吸引顾客来加油。

桑潇表示,价格战作为商家营销的一种手段,在市场经济中一直存在,尤其是供应充足的买方市场中,商家让利促量、薄利多销的争夺客户资源、抢占市场份额的销售方式极为普遍。

据金联创监测数据显示,按照山东地炼成品油批发均价估算,5月8日国内92#汽油零售利润约为2432元/吨;0#柴油零售利润约为956元/吨。短期内零售价仍保持稳定,而同时成品油批发行情或弱势震荡,预计批零价差仍有一定扩大空间。

桑潇认为,由此来看,柴油方面受需求提升、价格行情逐步趋紧正常外,汽油方面需求偏淡的态势,导致行情难以好转,汽油批零价差每吨超2000元的数字,也的确给了零售加油站诸多让利促量等价格战的底气。

金联创成品油分析师刘霞也向《证券日报》记者表示,国内需求恢复缓慢,尤其是汽油需求表现欠佳,批发行情疲软,故汽油零售利润相当可观,部分民营加油站点优惠力度较大。但主营加油站零售价格较为坚挺,多是基于均衡集团各板块效率考虑。之前加油站价格战的发起,均是占半壁江山以上的主营方面牵头,此次降价促销的站点均为

民营加油站,故预计影响较为有限,持续时间也将难以持久。

龙头企业迎兼并扩张好时机

疫情防控期间,由于居民的出行减少,加油站业绩难免受到冲击。

“受到疫情影响,加油站客流量遭到重创。”刘霞也表示,当前,疫情正在全球蔓延,这为国内经济的恢复增加了变数,加之民众的出行半径及频率有限,人们对成品油的需求一时难以恢复到正常水平。加油站传统的营销手段,对于留住客流量收效甚微,同时很难进行流量拓展。

王林表示:“目前很多连锁化较低的民营加油站资金链普遍趋紧,这对于和顺石油来说,是一个较好的兼并扩张时机。”

据了解,目前不少民营加油站仍处在“小打小闹”的阶段,由于不具备规模效应,可持续性较差。受此次疫情影响,很多民营加油站资金链受到挑战,便纷纷加入了价格战的行列。

不过,这对于加油站覆盖面较大的和顺石油来说却是难得的并购良机。

“目前仍有大量的民营加油站尚需整合,湖南有4700多家加油站,民营占了近一半,有的销量和规模占比都比较大。”和顺石油董事长赵忠向《证券日

报》记者表示,公司率先上市,将会抓住机遇,利用好上市公司平台,通过连锁经营快速做大做强,通过收购新建租赁加盟等多种模式形成规模效应,快速地将公司的商业模式、品牌管理、人才输出复制到全国各地。

德勤2019年成品油零售行业发展趋势报告显示,目前我国加油站总数量超过10万座,中石油、中石化两大巨头合计占据46%的市场份额。而随着民营加油站和外资加油站崛起,其合计市场份额已超过50%。

刘霞还表示,这几年,各路资本竞相进入加油站行列,未来加油站竞争格局会愈演愈烈。后期加油站差异化发展或成为一个重要的方向,合法合规经营、品牌化、规模化也将提上日程。

她认为,加油站要尝试新的销售模式,鼓励企业依托加油站平台,整合各类资源,促进汽配服务、保险、零售、休闲、旅游、租车等多业态协同发展,实现油品和非油业务有机融合,持续提升核心竞争力和可持续发展能力。支持企业发展自有品牌便利店,或和品牌连锁便利店企业合作,提升加油站便利店品牌化连锁化水平。引导有条件的企业根据加油站周边居民需要,研究增加便民服务项目,推进加油站向综合服务站转型。

新希望力争生猪出栏量国内前三 董事长刘畅详解发展之道

■本报记者 舒娅疆

2019年以来,新希望六和股份有限公司(以下简称“新希望”)股票在二级市场走出了一波强势行情,今年2月份公司总市值突破千亿元规模,成为继五粮液、泸州老窖之后的四川省第3家千亿元市值上市公司。目前,新希望的总市值超过1300亿元。

新希望董事长刘畅在日前举行的媒体交流活动中向《证券日报》记者表示,公司在市值方面取得的成就离不开幸运的成分,也离不开管理团队有机会来临做好准备。她同时透露,2020年疫情期间,公司的部分业务线上营销突破很大,未来,生猪养殖行业的规模化推进是必然趋势。此外,新希望食品研究院也在关注研究人造肉方面业务。

新希望的生猪养殖业务备受市场关注。2019年,公司共销售生猪354.99

万头,同比增长39%,实现毛利润28.85亿元,增幅为451.15%。根据最新披露的信息,2020年前4个月,新希望实现生猪销售113.4万头。

根据发展战略,新希望的养猪业务在国内力争出栏量前三,在2021年确保实现1500万头生猪出栏,2022年确保实现2500万头生猪出栏。养猪业务逐步成为公司新的增长极。

从行情和趋势来看,刘畅表示,本次猪周期跟以往相比有一些差异,在非洲猪瘟和新冠肺炎疫情的影响下,猪周期被拉长,2020年可能还将处在一个价格相对较高的行情。

从更长的时间范围来看,她认为,即使周期过了,整个生猪行业仍将持续往前集中推进,规模化的推进是一个必然趋势。“在这个周期结束以后,我觉得竞争环境也会有差异。行业的主要参与者都将是大型养殖公司,大家互相比较成本能力、生产效率、全产业链的控

制能力,比较对非洲猪瘟的防控能力,比较持续优化迭代的环保能力。所以大家的“打法”可能和以前以散户为核心的时候很不一样了。”

值得一提的是,近年来,包括新希望在内的生猪养殖企业们持续扩大产能,在此背景下,企业未来是否会面临猪周期波动带来的风险也受到投资者关注。

对此,刘畅和公司高管向《证券日报》等媒体表示,新希望目前主要集中在规划的猪场在布局上,特别是工艺流程上均有很大优化,已建、在建的猪场配套了自有肥场,适合于将来精准营养措施的实施,公司在建猪场“已经准备好应对下一波行情的低谷”。

除了生猪养殖以外,食品业务作为新希望长期转型发展的方向,亦是其发展重点。2019年,食品业务为公司贡献营业收入71.49亿元,同比增长31.53%。

资料显示,新希望在2019年陆续推出小酥肉、“知初”系列全产业链可溯源猪肉产品等多款新产品。其中,小酥肉从年中开始发力,主要依靠下半年的销售,其销售额就突破了1.4亿元,成为公司明星产品。2020年,小酥肉还进入李佳琦等头部网红直播间,进一步拓展营销空间。

刘畅向《证券日报》记者表示,公司以往更多的做的是To B端下沉市场,但这次由于疫情导致批发市场关闭,很多餐饮业无法开门,必须逆势寻找机会。“我们仍然是以高增长作为追求,在完全没有调过目标的情况下,必须要转移自己的渠道的能力。我们在这期间做了很多尝试,比如李佳琦的带货,也看到了视频营销的魅力。”她认为,不光是食品板块业务,公司饲料销售人员在疫情之下都变成了网上营销。公司有很多像“好养贷”这样的工具,线上营销突破也很大。

碧桂园组织架构再“变阵” 大批“青训”人才晋升核心管理层

■本报见习记者 潘蕾伊

继2019年围绕提升全周期竞争力实施多次组织架构调整后,碧桂园近日再次主动“变阵”。

据接近碧桂园的消息人士向《证券日报》记者透露,本轮调整共涉及21个区域,其中沪苏、安徽、湖南、湖北、广西等规模较大的15个区域进行了拆分,拆分后新增区域26个;其余区域则涉及到管辖项目范围的调整变更。此次调整后,碧桂园下辖区域数量由此前的47个增至73个。

“这是去年以来集团主动进行一系列组织架构调整的最新延续,目的是为了适应市场发展,继续推动总部精干高效、区域做强做优、项目做一成一,有利于公司全周期竞争力。”接近碧桂园的消息人士称。

而对于碧桂园前期将一部分区域调整合并,现在又将一部分区域拆分裂

变的原因。接近碧桂园的消息人士称,公司对偏小的临近区域进行合并目的是整合聚焦、提高效率,而本次对规模较大区域进行调整则是在充实布局、贴近市场,继续深耕三四五线,这就相当于“让瘦子增肌”或“让胖子瘦身”,从而使区域达到相对均衡的“体态”,这正体现了碧桂园决策层一贯的理念,“合适的就是最好的”。

实际上,在4月初的集团管理会议上,集团总裁莫斌就放出话来:“未来碧桂园还有可能会根据市场、内部管理的需要进行细分,然后聚焦深耕,提高效率。”由此可见,碧桂园组织架构调整早有征兆,也许还没有画上句号。

对此,有分析人士指出,随着房地产市场步入成熟期,房企也纷纷从过去的高速增长转向精耕细作的高质量增长,碧桂园这种万亿元级体量规模的企业在发展过程中难免出现组织庞杂、人员冗余、管理半径过长、效率低

下等“大企业病”,在部分领域需要加强扁平化管理。而随着碧桂园本次调整,全新的格局划分下区域数量大为增加,减少与一线市场的汇报层级、缩短决策链条,提高管理效率,有利于在当地快速反应、深耕三四五线市场。同时,客观上也贡献了一批新的关键岗位和机会。

此前几年,碧桂园培育和引进了大量人才,如“超级碧业生”、未来领袖等,仅博士就超过1000人,这批人才随着碧桂园在全国的业务开展快速成长,积累了丰富的项目操盘经验和经营能力。如此丰厚的人才储备,使得企业在应对市场变化的时候有着厚实的板凳基础和底气,排兵布阵游刃有余。

据悉,碧桂园培养的“未来领袖”中,已有34名晋升为区域总裁副总裁,碧桂园这种万亿元级体量规模的企业在发展过程中难免出现组织庞杂、人员冗余、管理半径过长、效率低

而在今年3月份集团高层管理会

议上,莫斌强调,“区域总裁是最重要的‘三有人才’,在区域项目的拓展中,区域总裁应该亲自上阵,对于合作伙伴,要换位思考,坚守诚信。公司永远在进步,不同阶段有不同的调整。希望这种锻炼激活人才,让组织活力更旺盛,创造更多的价值。”

集团董事长主席杨国强认为,优秀人才最根本的就是有竞争力,“对于不学习、不努力、不进步和做不好的人,位置高都会被淘汰。”

近期碧桂园天津、内蒙等区域总裁的选拔,均采用了公开竞聘的方式,真正实行“敢于用人、能上能下、优胜劣汰”,碧桂园开放的选人用人理念可见一斑。

就像现代管理学之父彼得·德鲁克曾说,“在一日千里的结构性调整中,唯一能免于难的只有变革的引领者,我们无法左右变革,只有走在它前面。”

杨国强对此十分认同。他常说,碧桂园唯一不变的就是“永远都在变”。

巴菲特“割肉”清仓航空股 国内航空业率先开始复苏

■本报记者 矫月 李乔宇

疫情来了,股神也扛不住!在巴菲特“割肉”清仓航空股的消息传出后,航空业上市公司开始被市场冷落,股价纷纷下跌。

有投资者质疑道:“巴菲特清仓航空股,是否代表航空业未来堪忧了呢?”

对此,前海开源基金首席经济学家杨德龙向《证券日报》记者分析称:“巴菲特清仓航空股并不代表航空业不行。”

事实上,在国内疫情得以控制后,国内航班需求量稳步增长,航空业开始复苏。

遭遇“黑天鹅”航空股被看空?

相对于巴菲特曾一度青睐航空股而损失惨重,杨德龙则向记者表示:“航空股特别容易受到经济周期以及突发事件的影响,例如这次新冠肺炎疫情。”

可以说,这次疫情对于航空股来说无异于撞上“黑天鹅”。

从航空业上市公司业绩来看,2019年,中国国航、东方航空、南方航空和春秋航空归属母公司股东的净利润均超10亿元,分别为64.09亿元、31.95亿元、26.51亿元和18.41亿元。

相比2019年的良好业绩,2020年一季度,国有三大航集体告亏,共计亏损140亿元。从总金额来看,仅一季度就“抹掉”了去年全年盈利。

对于A股航空业一季度的亏损,有业内人士向《证券日报》记者分析称:“自从疫情暴发以来,减少出行成为公众的共识,因此,火车、航空和邮轮等公司业绩都受此影响,更有小公司因此出现破产。”

民航行业从业者对《证券日报》记者表示:“疫情期间,部分航空公司在洲际航线为回国旅客提供防护服,旅客也通过各种手段减少交叉感染概率。不过,随着入境隔离政策的实施,隔离点被前移到第一入境点,所以国内航线不会与入境中转旅客发生接触。”

值得注意的是,撞上“黑天鹅”的航空业上市公司除业绩亏损外,在A股市场也遭到投资者冷遇。据《证券日报》记者整理同花顺统计数据得知,截至5月11日收盘,除了华夏航空逆势上扬外,其余公司股价今年以来全部出现下挫,其中,国有三大航今年以来股价跌近三成。

巴菲特预测,这次疫情对于航空业的冲击,短期内是无法消化的。或许三四年之后,航空需求能不能恢复到目前的状态还不一定”。

那么,航空业的复苏要等到三四年以后吗?对此,杨德龙向《证券日报》记者分析称:“与国外的航空公司恢复时间不确定相比较,国内的航空公司的恢复应该会快一些。”

国内航空业逐渐复苏

一位不愿署名的业内人士向《证券日报》记者分析,出行行业可以说是受疫情影响最大的一个行业,而相比国外疫情蔓延,国内疫情已经得以控制,这有利于国内出行行业的复苏。

杨德龙向《证券日报》记者分析称:“国内航空公司比美国的情况会好一些,因为,中国的疫情控制比较好,所

以国内航空公司将会先一步恢复。”

事实上,随着国内疫情的控制,已经有部分长途旅行的乘客开始选择坐飞机回家。“现在坐飞机还是很安全的,大家都戴口罩,机场也会检测体温,并且扫描健康码。”一位刚从海口飞往沈阳的张先生(化名)刚刚向《证券日报》记者说道。

北京大学航空航天工程系博士生王博也向记者表示,坐国际航班的风险性还是比较大的,相比之下坐国内航班风险性较小。

目前国内航班需求量正稳步增长。春秋航空相关负责人向《证券日报》记者介绍:“公司3月份的客座率达到61%,4月底逐步提高至70%以上。”在春秋航空方面看来,随着国内疫情形势得到有效控制,预计5月份的客座率将会进一步提高。

为了满足国内旅客的出行需求,春秋航空的运力时时刻刻都在向国内航班倾斜。“目前,春秋航空航班量已恢复至70%以上。”春秋航空方面人士告诉《证券日报》记者:“目前,公司还重新开通了47条国内航线。”

此外,吉祥航空方面人士也回复《证券日报》记者称:“五一期间,吉祥航空共计执行近800个航班,国内60%至70%航线已经恢复,上座率近七成。”

“乘客人数明显增加。”一位乘机返京的乘客刘先生告诉《证券日报》记者:“我上一次乘机返回北京是在2月份,彼时乘客仅有三分之一左右,部分乘客穿着防护服,客舱中也不乏奇装异服的乘客。这一次返京,上座率过半,回来的路上也没看到有旅客穿防护服。”

吉祥航空方面人士对《证券日报》记者坦言,目前,有很多乘客的出行需求是来自返乡需求。“很多在北京工作的人终于能回家了,很多因疫情没能返乡过年的北京人也终于有了返乡的机会。”在吉祥航空看来,目前商务旅行消费信心仍显不足,活跃度尚未恢复。公司仍期待6月份至8月份的需求高峰。

航空业全面恢复尚待时日

随着航班的增加和航线的逐步复苏,国内的航空公司也缓过“一口气”,但《证券日报》记者在采访各大航空公司后被告知,要想恢复疫情前的状况还需要一定时间。就目前来看,还没有航空公司业务实现100%的恢复。

对此,记者在询问多位业内人士后被告知,“为了控制疫情,公众仍以减少出行为主。即使目前多个航线的航班有所恢复,但是,由于机票价格下调等原因,航空公司要想全面恢复业绩仍需要一定时间。”

去哪儿网旅游专家向《证券日报》记者表示:“五一小长假前夕,北京出港航班还有大量1折左右特价机票,但未来机票价格将可能出现大幅上升。”

事实上,据记者调查,除五一期间机票价格下调外,目前的航空公司票价与去年同期相比也是下降的。一位家住北京的林女士向《证券日报》记者介绍,疫情前夕,她原计划3月份出行前往三亚,并以4270元的价格购买了3月中旬北京-三亚的往返双人机票。随着北京降低响应级别,孙女士的出行计划重启,这一次,她只用了2274元的价格就订到了5月下旬北京-三亚的往返双人机票。

全时便利店北京门店本月20日关闭 加盟店称后续经营“仍在和公司协商”

■本报记者 桂小笋

5月11日,全时便利店母公司北京山海蓝图商业有限公司发布《停止营业告知函》,称北京区域所有门店将于今年5月20日24点0分结束经营,“并对全场商品进行6折-7折销售(不含香烟)。”

对于这份《停止营业告知函》中的内容,《证券日报》记者走访北京全时便利店门店时,有门店人员表示属实,“不过,系统还没把我们店的数据调整过来,目前仍是原价销售。直营店是按照通知所说的月底关闭,我们加盟店后续如何经营,还在跟公司协商。”

天眼查数据显示,北京全时联盟便利店有限公司成立于2016年11月份,注册资本约2.28亿元,公司经营范围包括销售食品、保健食品、道路货物运输、零售烟草、餐饮管理等。天眼查股东信息显示,该公司的最大股东为北京复华卓越商业管理有限公司(由复华控股有限公司持股70%),持股比例87.74%。

2019年7月份及11月份,北京全时联盟便利店有限公司被列入经营异常名录,原因是,“通过登记的住所或者经营场所无法联系”。此外,天眼查风险数据显示,2019年9月份及11月份,该公司共两次被列为失信被执行

人,其法定代表人李亚茹还有多条限制消费令。

对于门店关闭的原因,援引媒体公开报道可知,公司称是因为“疫情影响严重,进行战略调整。”

对此,有便利店行业人士对《证券日报》记者说,新冠肺炎疫情对每个行业都有或多或少的影响,对便利店也一样,“从一季度的数据看,便利店行业的同比销售也都有一定的下降,但整体表现还比较平稳,也正在稳步的回升。从商业模式和发展格局上来说,不会有大的改变,但是对于企业的经营效率、供应链水平、数字化水平来说有一定的助推作用。”

资料显示,全时便利店曾因母公司资金问题几近倒闭。多家知名企业曾先后传出欲接盘的消息。

不过,在去年2月份,全时以分拆的方式出售给罗森中国、山海蓝图等企业。全时便利店华东及重庆总计不超过94家门店被罗森中国接管。北京、天津、成都的全时便利店则由山海蓝图继续经营。天眼查数据显示,北京山海蓝图商业有限公司成立于2018年12月份,注册资本为2亿元,该公司由蔡学彦、山图酒业股份有限公司各持股50%。其中,山图酒业股份有限公司的法定代表人、最终受益人均为蔡学彦。