

快消食品上市公司频现提价 机构建议围绕品牌“护城河”等主线掘金

■本报记者 张颖 吴珊
见习记者 任世碧 楚丽君

近年来,快消食品行业在创造巨大商业价值后发展趋缓,目前更是深陷成本困局。原材料价格上涨给快消食品行业及相关上中下游企业带来明显压力,并将最终传导至消费端。10月份以来,相关上市公司提价公告频现。

调价能否帮助相关上市公司摆脱成本困境,改善经营业绩,为投资者创造投资价值?对此,《证券日报》记者采访的多位业界专家表示,在原材料成本上涨背景下,龙头企业具备一定定价权,可以通过结构升级、产品提价等方式缓解成本端压力。同时,建议关注竞争格局改善、品牌护城河高、市场响应速度快的公司投资机会。

6家公司提价幅度在3%-18%

据统计,10月份以来,截至11月5日收盘,海天味业、洽洽食品、安井食品、恒顺醋业、海欣食品以及加加食品等6家快消食品领域上市公司公布关于部分产品价格调整或提价公告。

对此,安爵资产董事长刘岩在接受《证券日报》记者采访时表示,一般来说,产品提价较原材料成本上涨会滞后1个季度至2个季度。具体来看,龙头企业通常率先提价;竞品企业会跟随性提价,跟进时间在3个月-6个月左右。而对于提价方式,品牌力强的公司由于消费者认可度较高,往往采取直接提价的方式;品牌力较弱或者行业处于下行周期的公司,则会通过更换包装、规格等方式推出单价更高的新品,逐步替代原产品,从而实现变相提价。

从提价幅度来看,上述6家公司产品价格上调幅度均在3%-18%之间。

10月12日晚间,海天味业率先发布的价格调整公告显示,鉴于各主要原材料、运输、能源等成本持续上涨,为了更好地向消费者提供优质产品和服务,促进市场的可持续发展,经公司研究决定,对酱油、蚝油、酱料等部分产品的出厂价格进行调整,调整幅度3%-7%不等。

随后,洽洽食品于10月22日午间发布提价公告,对公司葵花子系列产品以及南瓜子、小面香西瓜子产品进行出厂价格调整,提价幅度8%-18%不等。

11月1日下午,安井食品也公告称对部分速冻鱼糜制品、速冻菜肴及速冻米面制品的促销政策进行缩减或对经销价进行上调,调价幅度3%-10%不等;11月2日,恒顺醋业、海欣食品相继发布产品价格调整公告,其中恒顺醋业调价幅度5%-15%不等,海欣食品调价幅度3%-10%不等;11月4日,加加食品发布公告称,对酱油、蚝油、料酒、鸡精和醋系列产品的出厂价格进行上调,上调幅度3%-7%不等。

刘岩表示,快消品提价效应大约需要1年左右的时间显现,盈利能力改善的企业有机会迎来股价上涨,而盈利增长的主要逻辑除了涨价外,还有原材料涨价波峰转至波谷带来的成本降低预期。事实上,非酒类快消品普遍利润率较低,提价后能够顺利传导至下游且盈利能力有改善的行业和公司,也能实现其提价后的二次股价上升,这是因为竞争格局较好的食品行业和公司有望率先受益。而这需要企业管理者能抓住机会,切实提高市占率、降低经营成本。

可以看到,上述公司密集调价很大程度上是由成本上涨所致。“主要原材料、运输、能源等成本持续上涨”的类似表述出现在多家公司调价公告中。但实际上,除成本因素外,内部竞争加剧以及消费端增长乏力也是制约快消食

品行业发展的重要因素。

据东方快消品中心日前发布的《2021中期中国快消品报告》显示,在2000个上榜品牌中,线下上榜品牌和线上上榜品牌均呈现出不同程度震荡;线下渠道新上榜品牌182个,品牌更替率为12.2%;线上渠道新上榜品牌126个,品牌更替率为24.7%。

面对复杂多变的快消品领域,业内人士表示,在消费升级趋势下,快消品行业面临三大增长压力:一是流量红利消失,中国互联网可渗透人口已接近上限,快消品企业的品类和产品无法再简单地借助行业渗透率增长的“东风”;二是传统营销增长手段日渐乏力,跨部门团队协作、敏捷的工作方式都要求快消品企业充分利用自有大数据,挖掘市场个性化和碎片化需求;三是来自渠道节点与交易的大量数据变现能力不足。

据中研产业研究院《2021-2025年中国快速消费品行业发展全景调研与投资趋势预测报告》显示,2021年第三季度食品和乳制品销售表现欠佳,降幅超过2%;家庭护理类产品增长明显,同比提升6.2%。这表明在疫情防控常态化的新环境下,消费者的购买习惯正在发生一些变化。

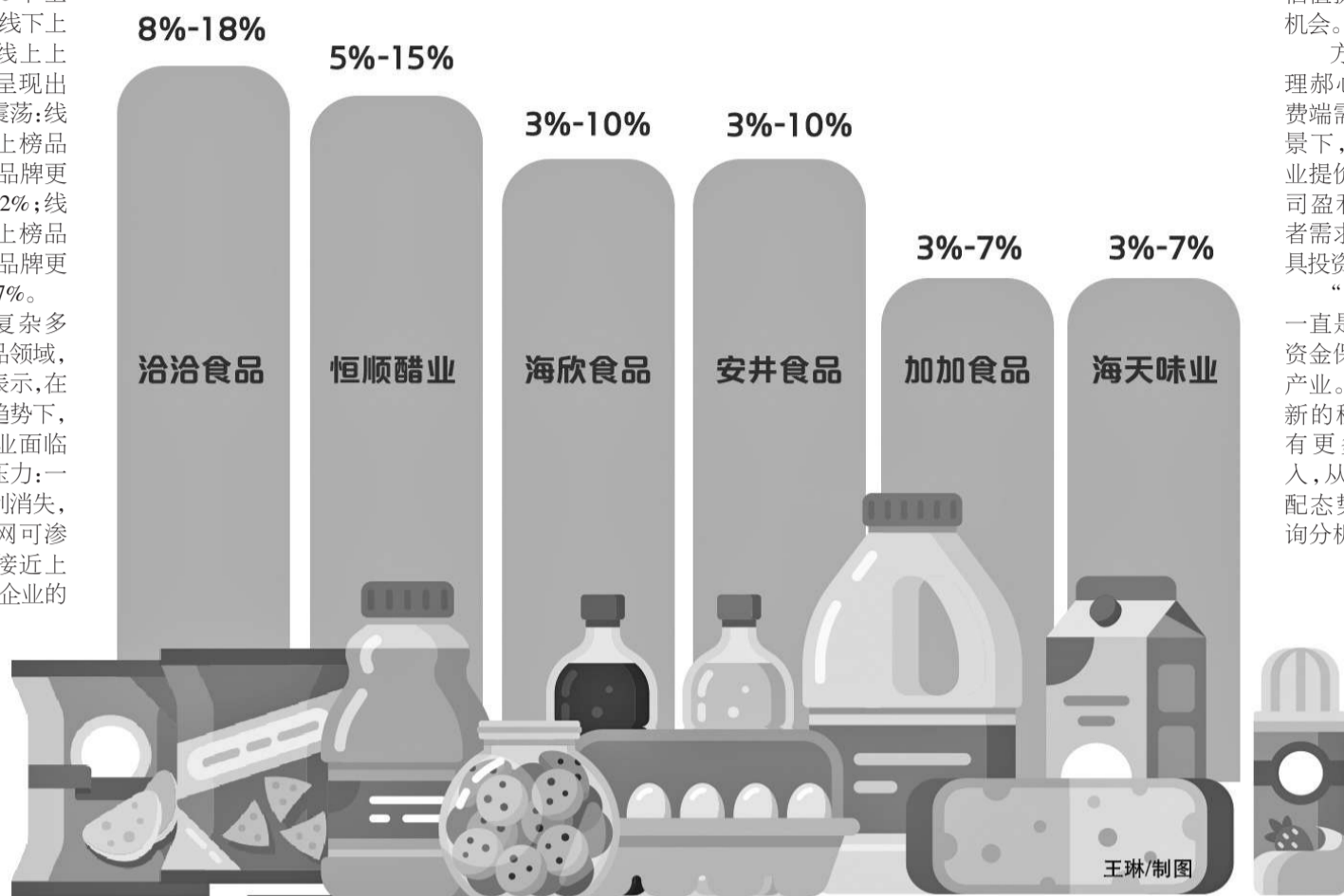
不可否认的是,快消品市场已从增量市场转入存量市场。2020年有超过6万多个新品上市,店内资源争夺愈加激烈,各品类均在“内卷”。其中,食品饮料作为快消品行业中终端门店覆盖最广、业务代表团队规模最大、产品更新迭代最快、消费者购买频率最高的品类,成为“内卷”重灾区。如何在线上和线下不同渠道做选择和分配?如何在线下渠道提升效率以驱动销量和利润增长?是快消品企业必须面对的难题。

龙赢富资产管理总经理董第轶在接受《证券日报》记者采访时表示,未来快消品行业整体发展将以稳为主,这跟我国宏观经济增速高度相关。一般来说,处于成熟期和衰退期的子品类压力要大一些,而处于萌芽期和成长期的子品类机会要大一些。相关上市公司方面,首先要看其所处的行业情况,如果行业仍在增长,公司可以依靠行业增长及自身身份提升来实现稳定增长,公司转型压力不大;如果所处行业已经进入成熟期,那除了继续争取做大自身身份外,公司还需要积极培育第二曲线。

多因素共振提升板块吸引力

针对此次快消品提价对相关上市公司的影响,川财证券首席经济学家、研究所所长陈雳在接受《证券日报》记

10月份以来,截至11月5日收盘,海天味业、洽洽食品、安井食品、恒顺醋业、海欣食品及加加食品等6家快消食品上市公司发布关于部分产品提价公告



王琳/制图

者采访时表示,“在原材料成本上涨背景下,大众品相关龙头企业具备一定定价权,可以通过结构升级、产品提价等方式缓解成本端压力。同时,也将进一步优化行业竞争格局,提升市场集中度。”

陈雳补充道,“涨价链条能否顺利传导,且传导至终端后对销量的影响等尚无定论,因此短期来看,经营业绩的提振仍有待观察;中长期看,随着消费的持续复苏,叠加上游成本回落,大众品企业利润将得到有效修复。”

快消食品企业普遍遭遇业绩增速放缓甚至下滑的困扰。据同花顺数据显示,今年前三季度,79家快消食品板块上市公司合计实现净利润350.71亿元,同比下降1.25%;42家实现净利润同比增长。其中,庄园牧场、妙可蓝多、西部牧业、巴比食品等4家公司净利润均实现翻番。

在成本持续增长背景下,快消食品行业整体毛利率在下降。在上述79家公司中,64家公司今年前三季度销售毛利率均出现下降,占比逾八成。

陈雳认为,“国际方面,近日美联储Taper靴子正式落地,紧缩节奏符合预期,由此可见,外资趋向谨慎,在此基础上,具备一定业绩稳定性的消费板块将受到青睐;国内方面,在PPI与CPI剪刀差逐步缩小预期下,食品板块景气度与超额收益提升显著,目前部分公司已经提价,业绩修复可期。进入四季度,受益于对春节备货的乐观展望,快消食品板块业绩有望好转。”

统计显示,9月23日至11月5日期间,上证指数累计下跌3.77%,而快消食品指数则上涨15%,快消食品板块整体市值增长1407.67亿元,达到1.52万亿元。其中,有52个股期间股价实现上涨,占比近七成。盐津铺子期间累计涨幅位居榜首,达66.64%;青岛食品、海融科技、干禾味业等3只概念股期间累计涨幅均超30%。

值得一提的是,北向资金也纷纷抢

筹快消食品概念股。统计显示,10月份以来,截至11月4日,共有42只概念股获北向资金持仓,合计持股数量为22.37亿股,较今年三季度末的20.35亿股增长9.94%。其中,有23只快消食品概念股获北向资金增持,伊利股份、承德露露、光明乳业、海天味业等4只概念股北向资金增持数量均超1000万股。

私募排排网研究员叶远声表示,“上游产品涨价向下游传导,在成本压力驱动下,带动快消食品在内的大众消费品陆续提价,从而有利于快消食品板块整体业绩提升。社保、QFII、北向资金纷纷看好快消食品概念股,主要是因为其需求较为稳定,虽然增速不会太高,但业绩增速下限有保障,符合追求长期稳健收益的投资需求。另外,在宏观经济系统性疲软以及不确定性加大的情况下,消费品质弱周期性的价值会得到凸显。”

金鼎资产董事长龙瀛表示,“今年以来,快消食品板块指数整体回调超过30%,目前估值具备一定投资安全边际。而随着人们收入水平提高及消费意识转变,叠加快消品销售渠道高速扩容,行业产品渗透率提升加速,消费者对行业与健康挂钩的相关产品明显青睐,这都增加了快消食品概念股的吸引力。”

机构建议围绕三条主线掘金

随着不少快消食品上市公司发布提价函,快消食品股迎来一波反弹走势,后市投资机会能否持续成为投资者关注重点。

对此,私募排排网研究主管刘有华在接受《证券日报》记者采访时表示,原材料成本压力向下游行业传导后,带动食品价格上涨,利好快消食品整体业绩提升。另外,快消食品板块经过前期大幅回调之后,泡沫已经得到较为充分的挤压,整体估值也回归到合理区间,整

体行业股价进入筑底阶段,而且目前充裕的流动性对快消食品板块估值形成支撑。因此,看好快消食品板块由景气度改善和估值提升带来的双重机会。

方信财富基金经理郝心明表示,在消费端需求增长乏力背景下,部分快消品企业提价后能够改善公司盈利状况,且消费者需求旺盛的标的更具投资机会。

“食品饮料行业一直是A股市场主流资金保持正常配置的产业。一旦行业出现新的积极信息,就会有更多机构资金买入,从而有望出现超配态势。”金百临咨询分析师秦洪在接受《证券日报》记者采访时表示,目前随着醋、酱油等必需消费品价格上涨,这意味着食品饮料板块业绩回升趋势确定。

对于细分领域投资

机会,国信证券表示,乳制品方面,需求端,疫情后消费者健康饮食观念提升,乳制品消费升级趋势明显;成本端,今年三季度原奶价格上涨趋势放缓,乳企毛利改善,龙头利润弹性显现。调味品方面,社区团购等新渠道冲击边际减弱,渠道库存趋于良性;进入四季度销售旺季,终端需求有望回暖。速冻食品方面,今年三季度收入端整体表现稳健,利润端在成本上行下继续承压。休闲食品方面,今年三季度需求端环比回暖,社区团购逐渐规范,商超人流边际恢复,企业业绩表现边际改善;原材料价格持续上涨有望催新一轮提价周期。

中银证券在其最新研究报告中指出,食品板块逐步改善,关注提价和渠道调整后的机会。短期来看,乳品龙头机会较好。首先,近期多家食品龙头提价,后续需密切跟踪提价对需求的影响程度,品牌力强的食品企业提价成功率高;其次,乳制品龙头机会较多,竞争格局持续改善,业绩释放动力较强,库存影响较小;最后,食品板块重点围绕三条主线选股,包括竞争格局改善、品牌护城河高、市场响应速度快快的公司。

进一步梳理发现,近30日,有59只食品股获得机构看好评级,占比超六成。具体来看,有20只个股获机构给予“买入”或“增持”等评级次数均在10次及以上,其中,伊利股份、海天味业、绝味食品、东鹏饮料、洽洽食品等5只个股获得看好评级次数分别为28次、28次、23次、23次、21次。

在关注投资机会的同时,也有机构表达了谨慎的态度。止于至善投资总经理何理对记者表示,本轮快消食品涨价是成本端上涨导致的被迫涨价,而非需求爆发带动的涨价,建议投资者重点关注价格传导顺畅的必需消费品,业绩确定性较高;可选消费品由于居民购买力受限,价格上调可能会导致消费量降低,业绩不确定性较高。

长安汽车子公司 增资扩股“阵容”敲定 宁德时代持股占比23.99%

■本报记者 王鹤 见习记者 冯雨璠

长安汽车子公司增资扩股“阵容”正式敲定!11月5日晚间,长安汽车发布公告,其控股子公司阿维塔科技(重庆)有限公司(以下简称“阿维塔科技”)拟引入投资方进行增资,宁德时代、福建闽东、重庆长安、两江西证、南方资产、南方工业基金作为本次增资扩股的投资主体参与增资,长安汽车以非公开协议的方式参与增资。

公告显示,本次增资完成后,阿维塔科技的注册资本将由人民币28800万元增至人民币117224.26万元。从持股结构看,长安汽车持股比例将由95.38%稀释到39.02%,宁德时代持股23.99%,福建闽东持股5.00%,重庆长安持股19.01%,两江西证持股1.87%,南方资产持股8.73%,南方工业基金持股1.25%。上海蔚来汽车有限公司(以下简称“蔚来汽车”)未参与增资,持股比例也将由4.62%稀释到1.13%。

“阿维塔科技前身是长安蔚来新能源,此次引入的投资方,除财务投资者以外,其他产业资本多是产业上下游企业,比如宁德时代是动力电池解决方案提供商,福建闽东是电力企业,未来在新能源汽车配套设施上可提供辅助。不难看出上述阵容有利于子公司打造新能源汽车生态。不过,阿维塔科技自身也需要在新能源汽车领域投入更多技术研发,建造技术壁垒。”盘古智库高级研究员盘和林向《证券日报》记者分析称,“阿维塔科技后续在智能汽车上的探索十分重要,智能网联汽车平台的建设将是其未来用户突破的关键。”

北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔对《证券日报》记者表示,“增资扩股将为阿维塔科技提供招聘、购买设备、建设厂房的资金支持,可进一步加快项目进展,为打造新汽车、新品牌提供更好助力。”

当前,新能源汽车市场成为国内外整车企业的必争之地,在市场竞争愈发激烈的情况下,谁的新能源汽车产品最先被市场接受,谁的新能源汽车占比持续提升,成为车企竞相比拼的重点。

阿维塔科技一直致力于打造中国自主高端民族品牌。今年8月份,公司旗下首款高端智能电动汽车SUV——E11在长安汽车科技生态大会现场正式亮相。长安汽车董事长朱华荣在现场宣布,阿维塔科技旗下高端定位的智能电动汽车品牌以及此次展出的E11车型将于今年年底正式亮相。未来五年,阿维塔科技还将陆续推出多款车。

为进一步增强发展活力,提高运营效率,加速整合新能源汽车产业链资源,并不断拓展产业链发展空间,长安汽车方面表示,本次增资扩股通过引入外部资源进行股权多元化改革,将实现阿维塔科技的顺利转型。

同时,长安汽车在公告中指出,本次增资完成后,阿维塔科技由公司的控股子公司变为联营企业,不再纳入合并报表范围,采用权益法进行后续核算。本次交易完成后,基于阿维塔科技2020年12月31日的财务信息及股权公允价值推算,预计将增加净利润约7亿元。

谈及阿维塔科技未来的发展前景,张翔指出,“目前来看,市场竞争愈发激烈,而阿维塔科技还处于增资阶段,在市场上众多品牌竞争中,公司汽车上市的时间预计会略晚一些,到上市的时候公司可能会面临更高的门槛或更强大的竞争对手。此外,当前政府对新能源汽车的补贴在逐年下降,公司或会错过最佳的政策窗口期。”

本版主编袁 责编田鹏 制作朱霞
E-mail:zmxz@zqrb.net 电话010-83251785

互联网诊疗监管新政出台 打开行业整合想象空间

近日,国家卫生健康委发布《互联网诊疗监管细则(征求意见稿)》(以下简称《意见稿》),对多方面的监管列出了细致规定,引发行业关注。

有专家分析指出,《意见稿》的细则落地释放出一个信号——互联网诊疗要与实体机构提供的诊疗服务做到最大限度的“同质”,让互联网诊疗回归到“提供严肃医疗服务”的定位。作为国内较大的数字医疗服务平台微医对此深表认同。

微医方面表示,近年来,随着互联网医疗的社会认可度不断攀升,行业出现了一些偏离医疗本质的不规范行为,公众和市场对互联网医疗形成了“鱼目混珠”的印象。如今《意见稿》的出台,针对种种不规范行为进行了矫正,并通过建立长效监管机制,促使行业重新回归医疗服务的“正道”,让企业围绕“以用户健康为中心”这一主题

落地实践。

互联网医疗告别“野蛮生长” 重回“严肃医疗”本质

据国家卫健委公布数据显示,自2015年微医率先创建全国互联网医院——乌镇互联网医院,开启“互联网+医疗健康”新业态。至2021年6月份,我国互联网医院数量已超1600家,仅2021年上半年就新增约500家。

在行业快速发展的过程中,不少缺乏必要资质的平台入局,也引起了外界对互联网医疗的争议,如“互联网医疗靠卖药”、“互联网医疗都是轻问诊”等观点频出。《意见稿》下发之前,国家卫生健康委医政医管局局长焦辉曾评价,互联网医疗是一把双刃剑,人民群众享受到便利的同时也蕴藏着一些风险,一是资质,二是质量,资质

加质量就等于安全。

微医方面认为,此次《意见稿》的旨在原本模糊、混淆的互联网医疗边界进行清晰厘定,彻底打破之前“医、药、技”区分不明的局面,让互联网医疗回归到医疗服务的本质。

微医方面表示,从长远来看,这是对互联网医疗行业的一次“大浪淘沙”,把互联网医疗依据严肃的医疗行为标准进行监管,确保服务安全、抬高行业门槛、保障服务质量,使其重回医疗服务的本质,这显然为数字医疗赛道的各大平台带来了“春天”。

值得注意的是,《意见稿》里提出了多项对于互联网医院信息技术平台的要求,这些要求抬高了互联网诊疗服务平台的建设和运营成本,对于新进入者的门槛大大提高。

中金公司行业研究报告分析称,

这这将有利于互联网医疗行业集中度提升。可以预见的是,在未来一段时间里,实力不足、精力不济、业务不规范的企业将陆续被行业淘汰,而前期技术积累到位、运营经验丰富,且具有完善合规体系的专业型企业和大型平台则将在竞争中脱颖而出。《意见稿》的出台,标志着中国互联网医疗行业告别“野蛮生长”,正式进入规范健康发展时代。

打开行业整合想象空间 医疗行业数字化大势所趋

在推动互联网医疗回归严肃医疗本质的同时,《意见稿》也为互联网医疗行业的整合发展打开了想象空间。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林表示,标准化

监管要求线上互联网诊疗医药向线下靠拢,也就是要具备线下医院、药店同等的资质,遵循统一的处方数据管理原则,当前部分互联网诊疗平台基础建设不全,医师接入互联网诊疗过程中,身份认证不够严格,有时候利用AI(人工智能)开具处方,从而使处方开具责任不清。

盘和林认为,此次《细则》颁布之后,不规范的互联网诊疗平台只有两个选择,要么退出市场,要么补足自身医疗基础设施,这客观上会促进并购的发生。

而像微医这样的头部互联网医疗平台,已通过提前布局,探索出可行路径:以区域互联网医院为载体,联合域内公立医疗机构建立互联网医联体,打通医保、商保和供应链,构建“按效付费”的整合型健康管理服务体系,在为大医院分担压力、为基层医院提

升能力的同时,为医保和商保支付提

高效能。盘和林表示,由于线上诊疗和线下诊疗趋同,医保管理的漏洞也将被堵上,此时医保线上支付的条件逐渐成熟,不过是多了一个互联网作为工具方便了病人购药,其他处方、医师、医疗机构都在医疗监管体系当中,所以会促进医保的规模化购买。

微医方面认为,医疗行业的互联网化是大势所趋。此前出台的一系列促进“互联网+医疗健康”发展的政策,清晰地表明国家对互联网医疗行业的鼓励和支持。此次《意见稿》的出台进一步明确了监管规范,在利用数字化手段,建立中国式健康管理组织、促进医保支付改革等方面,合规的头部互联网医疗平台将拥有更大的发展潜力和空间。

(CIS)