

贵州茅台召开半年度业绩说明会

高管层回应分红、渠道销售政策等市场关切

■本报记者 冯雨瑶

9月9日,贵州茅台召开2024年半年度业绩说明会,公司针对上半年生产经营情况等与投资者进行在线交流。参会人员有贵州茅台董事长张德芹,公司独立董事王鑫,公司副总经理、财务总监、董秘蒋培等高管。

本次业绩说明会以“图文展示+网络文字互动”的方式召开。记者注意到,茅台酒价格、渠道政策、分红、市值管理、毛利率等话题是投资者提问的高频话题。

数据显示,今年上半年公司实现营业收入819.31亿元,同比增长17.76%;实现归属于上市公司股东的净利润416.96亿元。

按产品划分,上半年茅台酒实现营收685.67亿元,同比增长15.67%;系列酒营收131.47亿元,同比增长30.51%。按销售渠道划分,上半年直销渠道实现营收337.28亿元,同比增长7.35%,批发代理渠道实现营收479.86亿元,同比增长26.50%。

此外,截至今年6月末,贵州茅台国内经销商数量为2097个,报告期内增加18个,国外经销商数量为106个。

张德芹表示,公司已形成比较完整的渠道生态系统,从报表口径来看,批发渠道包括社会经销、电商、商超等,直销渠道包括自营公司、茅台等。目前,茅台酒经销售渠道销售政策暂未调整。

对于批发代理渠道的大幅增

长,蒋培解释称,上半年公司批发渠道收入同比增长较多,主要因为53%vol贵州茅台酒(飞天、五星)出厂价格提高,批发渠道收入占比因此提高。公司的批发渠道销售政策未作调整。

数据显示,2024年上半年,公司毛利率为91.76%,同比下降0.04个百分点。

对此,有投资者提问毛利率下滑的原因,张德芹表示,2024年上半年,茅台酒毛利率同比增加0.04%,系列酒毛利率同比增加0.75%,系列酒占酒类收入比16.09%,较上年同期增加1.56个百分点,系列酒收入占比提高拉低了酒类整体毛利率。

谈及产能扩建进度,张德芹介绍,2022年12月15日,贵州茅台第三届董事会2022年度第十三次会议审议通过《关于投资建设茅台酒“十四五”技改建设项目的议案》,计划投资约155.16亿元建设茅台酒“十四五”技改建设项目,项目建成后可新增茅台酒产能约1.98万吨/年。

张德芹表示,根据目前工程建设进度,公司成立了制酒三十一车间,计划于今年重阳开始投产,根据茅台酒生产工艺,该新增产能至少在五年后才能投放市场。后续产能建设与投放,公司将充分考虑生态环境承载、原辅料供给、工匠团队配备等因素,结合市场情况,科学有序推进。

相比去年同期,今年上半年贵州茅台产能有所下降。对此,蒋培

9月9日,贵州茅台召开2024年半年度业绩说明会,公司针对上半年生产经营情况等与投资者进行在线交流

茅台酒价格、渠道政策、分红、市值管理、毛利率等话题是投资者提问的高频话题



王琳/制图

表示,贵州茅台酒酿造采用自然开放式固态发酵模式,产量在一定范围内波动均属正常。到目前为止,2024年度生产已经完成六个轮次取酒,第七轮次取酒已经开始,总的基酒产量处于正常范围。

茅台酒价格波动是市场关注的焦点。谈及如何应对茅台酒终端价格波动,张德芹表示,茅台高度重视市场情况,公司深入各地开展市场调研,召开市场工作会,与经销商、电商、团购等渠道代表深度座谈交流,持续完善既系统、又

协同的战略战术体系,市场情况整体较为稳定。

数据显示,自2001年上市以来,贵州茅台累计分红金额达2714亿元。前不久,公司发布《2024—2026年度现金分红回报规划》,2024年至2026年,公司每年分配的现金红利总额不低于当年归母净利润的75%,原则上每年度进行两次分红。

对于该规划的推进进展,张德芹透露,“具体的现金分红方案由公司董事会拟定,经公司股东大会

审议通过后实施。下一步,公司将按计划于年底前,推进分红规划和具体分红预案提交股东大会审议,切实与股东共享发展成果。”

此外,有投资者提议,公司应回购注销股份减少股本,增加每股含金量。

对此,张德芹表示:“结合当前股市情况和公司实际,我们针对不同的市值管理措施做了系统研究,后续如有相关计划,将严格履行相应决策程序并按相关规定进行公告。”

中秋、国庆“双节”将至 消费类上市公司积极布局

■本报记者 徐一鸣

中秋、国庆“双节”将至,对于消费类上市公司而言,其是重要的销售窗口期。《证券日报》记者了解到,休闲零食、零售百货、餐饮等领域公司正积极布局,抢抓“双节”经济。

“公司的策略是采用坚果礼盒和月饼搭配组合的方式,差异化完成弯道超车。”三只松鼠相关负责人

在接受《证券日报》记者采访时表示,针对“双节”消费场景,一方面,公司推出高端罐装坚果礼盒及炒货礼盒。另一方面,公司在烘焙礼与零食礼盒发力,推出多款价格为40元的礼盒礼包,充分满足“双节”期间的市场消费需求。

三只松鼠相关负责人进一步表示,三只松鼠与供应链携手联合让利,惠及广大消费者。提供日

销品铺市激励以及坚果礼铺市方案,投入助销物料,提供售后保障,并运用“鼠销宝”这一数字化工具,助力经销商更高效开展业务,促使终端实现更好的动销。

百合集团旗下合家福超市已启动2024年中秋节、国庆节“惠民菜篮子工程”。合家福超市合肥地区42家门店全线参与,参加活动的门店将对“惠民菜”设置集中销售区域,

每个门店还推出不少于5个品种的蔬菜以低于1元/斤的价格供应市场,实现“惠农”与“惠民”相结合。

部分消费类上市公司则对产品进行了创新。同庆楼表示,公司通过对中秋月饼口味进行深度研发,成功研制出“一个月饼6个蛋黄的招牌大月饼”“会流油的招牌蛋黄酥”等,同时创新开发出星球酥系列月饼等,受到了消费者的一致好评。

未来消费市场会呈现哪些变化和特点?中国民协新质生产力工委常务副会长及秘书长吴高斌对《证券日报》记者表示,个性化将成为未来消费市场的重要趋势,消费者不再满足于单一的款式和规格,在产品、品牌、渠道、供应链等方面具备优势的头部消费类公司将迎来新的发展机遇,行业集中度有望进一步提升。

中秋节临近短途游升温 户外用品企业抢抓商机

■本报记者 肖伟

中秋假期临近,短途游升温。《证券日报》记者采访了解到,多家户外用品企业高度重视中秋短途游的时间窗口,在运动套装、背包帐篷、供电装置、户外炊具等细分领域推出新品,深挖短途游带来的市场需求。

湖南华天国际旅行社导游陈治国向记者介绍:“由于中秋假期只有3天,短途游成为游客首选。现在南方多地气温较高,游客倾向于选择亲子游、自驾游、房车游、露营游、垂钓游、登山游、森林游等短途游项目。这类项目与户外运动项目结合紧密,多数游客会购买一定数量的户外运动装备。2023年以来,短途游日趋升温,户外运动

装备需求回暖,旅行社也尝试为游客介绍一些性价比比较高的户外运动装备。”

牧高笛是一家生产徒步登山露营装备和相关服饰的上市公司,该公司应对不同专业徒步场景需求,开发穿搭、背负和睡眠三大核心产品体系,实现从低海拔到高海拔徒步登山装备的全场景覆盖。

牧高笛销售代表罗珍向《证券日报》记者介绍:“年轻白领对短途游的体验感有着较高要求。特别是在当下快节奏的工作环境中,年轻人渴望以较低的综合成本探索野外,形成‘向野而生、寻回真我’的体验。为此,我们挑选耐磨且抗撕裂的材质,设计了集轻量化、防水防风、专业背负等多功能于一体的户外产品,而中秋期间的短途游

正是检验我们产品成色的关键窗口期之一。”

浙江自然是一家从事充气床垫、户外箱包、头枕坐垫、保温硬壳等户外用品研发及生产的上市公司。该公司看到露营游、自驾游等短途游需求崛起,及时优化改进面料复合、软泡发泡、热压熔接、注塑成型等关键工艺和技术,相关产品已经行销至欧洲、北美洲、大洋洲等区域。

浙江自然销售代表徐广东向《证券日报》记者介绍:“公司最早以充气床垫起家,瞄准露营游、垂钓游等细分市场,主打为游客提供‘充满松弛感’的体验。近年来,汽车露营成为短途游的主流项目之一,游客对‘露营+垂钓’‘露营+观星’的体验感有了更高要求。为

此,我们在优化床垫等主力产品的同时,又开发了头枕坐垫等新产品,更好满足客户需求。预计中秋假期期间选择野外露营、观星观天体、观赏星空的游客会有明显增长,这正是检验我们经优化后产品的关键时间。”

此外,主打登山鞋及户外服装的三夫户外也表示,随着秋冬季节的到来,公司业务将进入销售旺季,各个品牌发展的势头非常明显,中秋假期正是下半年第一个销售旺季时期,将在线上线下同步做好新品发售工作。

值得一提的是,亿纬锂能、宁德时代、比亚迪等锂电池企业开发的汽车用锂电池成为户外便携式电源的核心部件,一大批中小微企业正依托这一核心部件,为

夜间垂钓、野外烧烤、手机充电、照明取暖提供多样化的户外产品和技术支持。

湖南大学经济与贸易学院副院长曹二保教授向《证券日报》记者表示:“就我们团队调研来看,短途游和中长途游的出行人数比例约为7比3,短途游具有目的地更自由、全程性价比更高、娱乐项目可自选等优点。近年来,户外用品企业对国内短途游市场需求颇为重视,在结合海外市场经验的同时,有针对性开发了适合国内短途游的多种产品。在国产电动汽车兴起的当下,基于汽车锂电池的户外用品得到研发和应用,更提升了消费者在短途游中的体验。相信随着短途游市场的复苏回暖,国内户外产品的需求也将实现增长。”

方大特钢质量品牌故事及产品质量管控模式 获评苏浙皖赣沪质量提升优秀成果

近日,苏浙皖赣沪市场监管局联合发文,表彰2024年“四省一市”质量提升优秀成果,方大特钢《为商用车驰骋全球插上坚韧的“钢铁之翼”》荣获2024年苏浙皖赣沪质量品牌故事大赛二等奖;方大特钢《全流程智能化产品质量管控模式》荣获2024年苏浙皖赣沪质量提升优秀成果。

为推进实施《质量强国建设纲要》,树立质量第一的强烈意识,大力提升各行业质量水平,江苏省市

场监督管理局、浙江省市场监督管理局、安徽省市场监督管理局、江西省市场监督管理局、上海市市场监督管理局联合开展质量品牌故事大赛、先进质量管理方法以及产业链质量提升服务典型案例评选。在质量品牌故事大赛中,方大特钢《为商用车驰骋全球插上坚韧的“钢铁之翼”》生动讲述了方大特钢围绕汽车轻量化发展需求及客户需求,坚持科技创新、质量创新,提升产品质量,推进“方大”牌弹簧扁钢升级

换代,支撑下游用钢企业发展,有效助力中国品牌商用车布局海外市场,为中国商用车驰骋全球贡献力量;《全流程智能化产品质量管控模式》以整体产销信息系统为基础,综合应用多种先进技术,通过搭建生产过程精细化质量监控体系,构建完整质量设计的个性化定制订单体系,以质量管控为核心的生产管控平台,从而实现产品自动检测判定和仓储发运质量可控,以及集成大数据分析下的产品研发及质量优

化。通过该模式,可稳定提升产品质量,缩短交货周期,还可有效提高企业综合管理水平,降低员工劳动强度,提升管理通透性方面成效明显。

据了解,方大特钢是辽宁方大集团旗下上市公司,是中国弹簧扁钢和汽车板簧精品生产基地,位于江西省南昌市。公司生产的“方大”牌弹簧扁钢通过中国钢铁工业协会冶金产品实物质量品牌培育审定委员会审定,被冠名为“金杯优质产品”。方

大特钢在日前召开的2024年度弹扁用户座谈会上表示,将坚持弹扁优先战略不动摇,重点围绕弹扁战略的研发、服务、质量、供货等方面,以“用户至上,服务第一”为理念,持续推进弹扁战略品牌建设;始终坚持“与用户共同成长”的理念,致力于通过深化合作、共享资源、互学互鉴,携手探索创新之路,共同应对市场挑战,把握机遇,实现可持续发展与共同成长。

(段文海) (CIS)

东山精密继续聚焦双轮驱动战略

■本报记者 陈红

今年以来,AI技术推动消费电子市场复苏,新能源汽车行业也在快速发展,在AI与新能源交织的未来图景中,东山精密聚焦主业,坚持双轮驱动战略(即消费电子与新能源业务)渐显成效。

9月9日下午,东山精密召开2024年半年度业绩说明会,东山精密董事长袁永刚就投资者关注的电子电路行业发展机遇、新能源业务布局以及海外市场拓展等事项分别进行解读。

2024上半年,东山精密营业收入保持增长态势。公司实现营业收入166.29亿元,同比增长21.67%;归属于上市公司股东的净利润5.61亿元。

在消费电子业务领域,东山精密坚持全球化业务布局。报告期内,伴随AI应用的落地,公司加大PCB(含FPC)产品在AI服务器、云计算、车载等领域的研发和新客户的拓展等工作。2024年上半年,公司电子电路产品实现营业收入108.50亿元,同比增长20.93%,占总营收的65.25%。

在新能源业务领域,东山精密完成对苏州晶端、美国Aranda工厂的收购。报告期内,公司新能源业务整体收入38.1亿元,同比增长约29.33%,占公司营收比重进一步提升。

东山精密董事、执行总裁单建斌对《证券日报》记者表示,公司收购苏州晶端切入车载显示领域,助力公司新能源战略再次推进,将为新能源汽车行业客户提供更多产品解决方案。

天使投资人、知名互联网专家郭涛对《证券日报》记者表示:“上述收购有助于公司实现业务多元化,降低经营风险。随着新能源汽车的快速发展,车载显示领域具有广阔的发展前景。通过整合苏州晶端的技术资源和客户资源,东山精密有望在车载显示市场取得更大的市场份额。但这也对公司提出了更高的要求,如技术研发、产品质量、市场开拓等方面都需要不断提升。”

东山精密为全球PCB领先厂商,根据行业机构Prismark的研究报告数据,以2023年收入规模计算,公司柔性线路板(FPC)排名全球第二,PCB排名全球第三。

根据Prismark预测,2024年起PCB市场规模将恢复稳定增长,2023年至2028年全球PCB行业产值的复合增长率为5.4%。

“PCB作为电子产品的重要组成部分,市场需求量不断增加,应用也将越来越广泛。”科方得智库研究负责人张新原对《证券日报》记者表示,“随着科技的发展,电子产品越来越高端和小型化,更薄、更轻、密度更高、弯折性好的FPC已无处不在,成为印刷电路板行业增长最快的子行业之一。”

为抓住行业发展机遇,东山精密持续加大海外市场布局。袁永刚对《证券日报》记者表示:“为实施新一轮发展战略,公司积极拥抱消费电子及新能源行业头部客户,目前公司墨西哥和美国工厂主要服务新能源汽车客户,泰国工厂已经完成厂房建设,未来产品主要是PCB(含FPC)。”

据悉,东山精密通过战略并购和技术创新迅速崛起,目前已在全球FPC市场中占据领先地位。展望未来,袁永刚称:“公司将继续聚焦双轮驱动战略,坚持科技创新驱动发展,重视技术革新,不断丰富公司产品线,提升产品解决方案的能力。”

多地大力发展虚拟电厂 相关企业深入布局

■本报记者 王锦茹

9月8日,深圳市发展改革委、南方电网深圳供电局在2024国际数字能源发展虚拟电厂管控管理云平台3.0(以下简称“3.0平台”),推动虚拟电厂产业向更绿色、更高效、更数字化方向发展。

深圳虚拟电厂管理中心总经理程俐俐表示,通过绿电追踪技术、通信技术、“电力+算力”手段,3.0平台可以从本地发电源头开始,全程计算、监测电力输送过程中的“碳足迹”,并综合电力系统碳排放及电力供需情况,科学实行削峰填谷,最大化减少碳排放量。

事实上,我国多地正推出支持政策,大力发展虚拟电厂。9月份,浙江省东阳市发展和改革委员会印发的《东阳市支持分布式光伏和新型储能发展的实施意见》提出,鼓励参与虚拟电厂负荷调节,积极运用数字化技术对分布式储能设施开展平台聚合。同月,四川省巴中市经济和信政局公布了关于市政协五届三次会议第132号提案办理情况的函,文件中提到,加快推进虚拟电厂建设,开展助企节电行动,帮助企业降低用电成本400余万元,远期超1000万元。

中国银行研究院研究员叶银丹对《证券日报》记者表示:“多地大力发展虚拟电厂,不仅促进了科技创新,还支撑了能源产业发展。随着相关技术的进一步成熟和市场机制的完善,虚拟电厂有望在未来电力系统中发挥更加重要的作用。”

国联证券电力设备新能源行业首席分析师贺朝晖认为,过去国内虚拟电厂主要处于邀约型的试点和探索阶段,虚拟电厂结合已代理的用户资源条件申报各时段的应邀容量和邀约价格。未来虚拟电厂可作为一个市场主体全面参与电能量市场,辅助服务市场,盈利模式逐渐清晰。

政策暖风下,部分上市公司正深入布局虚拟电厂。例如,财报显示,上半年固德威智慧能源自主研发推出了以光储充和可控负荷为一体的虚拟电厂运营管理平台,为公司布局辅助服务、现货交易等业务提供技术保障。国能日新表示,在虚拟电厂负荷聚合商资质申请方面,公司控股子公司国能日新江苏智慧能源已获得陕西、甘肃等多省份电网的聚合商准入资格,此外也正在全国其他区域开展辅助服务聚合商资质申请。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇对《证券日报》记者表示:“虚拟电厂是促进新能源消纳的重要环节和电力商业模式创新的重要形式,后续政策支持力度有望持续加大。”