

“小便风波”下 青岛啤酒底色如何

■ 已有 120 年历史的啤酒行业龙头青岛啤酒,近日深陷舆论风波之中。

■ 10 月 20 日,一则“青岛啤酒三厂有工人在原料仓小便”的视频在网络热传,引起了众多网友的愤怒和质疑。

■ 当天晚间,青岛啤酒在微博上发布情况说明称,第一时间向公安机关报警,公安机关已介入调查。目前,该批麦芽已经全部封存。

■ 10 月 23 日,青岛啤酒开盘大跌,早盘低开 6.77%,盘中触及 75 元低点,较年内最高点 125.65 元跌去四成。24 日,青岛啤酒再跌 2.83%,收报 78.5 元。

业绩盈利能力,落后于同行

根据青岛啤酒最近的企业财报,2023 年上半年公司实现营业收入 215.92 亿元,同比提升 12.03%;归属于上市公司股东的净利润为 34.26 亿元,同比提升 20.11%。

今年上半年,公司累计实现产品销量 502.3 万千升,同比增长 6.5%。其中,青岛啤酒主品牌共实现产品销量 281.2 万千升,同比增长 8.2%。

不难看出,今年上半年,青岛啤酒在“量”上确实实现了较大的提升。不过,从“价”上来看,目前青岛啤酒仍主要以次高端以及中端产品为主。

公开资料显示,目前市场青岛啤酒的热销产品主要是 6 元-8 元的次高端产品(包括“纯生”与“1903”)以及 5 元-6 元中端产品(“经典”),而 8 元以上的高端及以上产品对营收的贡献相对较小。

较低的单价,也让青岛啤酒的毛利率与净利率都维持在行业的一个较低水平。

与国内几家知名啤酒企业对比,财报显示,2022 年重庆啤酒、百威亚太、珠江啤酒、华润啤酒、燕京啤酒的毛利率分别为 50.48%、50.02%、42.44%、38.46%、37.44%;而青岛啤酒 2022 年毛利率为 36.85%,在几家啤酒企业中排在最后。

从净利率来看,2022 年重庆啤酒、百威亚太、华润啤酒、珠江啤酒、青岛啤酒、燕京啤酒的净利率分别为 18.43%、14.65%、12.34%、12.29%、11.83%、4.16%,在以上啤酒企业中青岛啤酒的净利率仅高于燕京啤酒,在行业中依然处于较低水平。

成本压力增大,原材料上涨超 10%

从原材料角度,据了解,啤酒的生产成本主要包括包装物、原材料、其他材料。包装成本主要受玻璃瓶、易拉罐及瓦楞纸等价格的影响;原材料主要受大麦、大米等价格影响。

啤酒企业向上议价能力整体较弱,对主要材料的价格波动较为敏感,原材料等成本会给啤酒企业带来较大的成本压力。

目前我国大麦主要依靠进口,2022 年中国大麦进口量占全球大麦总进口量的 30.5%,是全球大麦进口最多的国家。海关总署数据显示,2022 年中国进口大麦 576 万吨,同比减少 53.8%,总值约 135 亿元,同比减少 41.1%。而大麦进口均价约为 343 美元/吨,同比上涨了 20%。

2022 年大麦价格的升高,增加了啤酒的生产压力。

年报显示,青岛啤酒 2022 年的原材料成本增长了 10.6%,超过 133 亿元,这是青岛啤酒原材料成本时隔多年首次出现同比两位数增长。

今年上半年,情况依旧不容乐观。财报显示,2023 年上半年,青岛啤酒的营业成本同比增长 10.02%,公司称主要系报告期内因销量增加、原料价格上涨及品种结构优化所致。

青岛啤酒之变

青岛啤酒近期的财务数据显示,作为国内啤酒头部品牌,青岛啤酒面临较大的经营压力与长期挑战,企业亦在进行新领域与新赛道的突围。

1. 高端化转型 面临持续挑战

从行业大环境来看,近年来“高端化领域”已经成为了各家企业的必争之地。

青岛啤酒也不例外,近年来青岛啤酒持续推出了“一世传奇、百年鸿运、百年之旅、琥珀拉格、青岛啤酒 IPA、鸿运当头、经典 1903、桶装原浆啤酒”等一系列具有超高端、高端新产品,加速了青岛啤酒的高端化进程。

同时,目前燕京啤酒、重庆啤酒等国内啤酒品牌也纷纷押注高端啤酒,竞争十分激烈。

从目前高端市场份额来看,根据华西证券研究所数据显示,在我国高端啤酒市场中,百威占据了 40.01%的市场份额,嘉士伯占据 18.23%;青岛啤酒仅为 6.72%,在高端市场未占据市场主导权。

总的来说,在国内的高端啤酒市场上,青岛啤酒并不占优势,而如今高端化市场又早已成为各家必争之地,青岛啤酒的高端布局恐怕同样面临较大挑战。

2. 威士忌新赛道 投资回报期漫长

“高端化”的同时,青岛啤酒开始布局威士忌业务。

日前,青岛啤酒五厂正在落地新建一个啤酒基地,总投资 50 亿元。项目计划于 2024 年底建成投产,该基地建成后将融合高端啤酒及文旅于一体,而且还包括威士忌生产业务。

不只青岛啤酒,包括燕京啤酒以及泸州老窖、古井贡酒、洋河、郎酒等多家白酒巨头,也已开始布局威士忌或正在为其作准备,竞争十分激烈。

对于国内酒企而言,入局威士忌面临诸多挑战。

首先,威士忌在国内仍处于起步阶段,真正了解、喜欢威士忌的消费者不多,专业从业人员也面临巨大缺口。并且,中国威士忌市场目前以国外品牌为主,形成了一定固有认知。

其次,在中国的酒水消费市场,威士忌产品虽然近年来发展较快,也有潜在发展空间,但和占据优势地位的白酒、啤酒、葡萄酒相比,差距仍然巨大,目前还只能算是小众酒水市场。

另外,威士忌生产项目投资回报期较长,部分国家和地区对其最低陈年年限都有一定要求。比如苏格兰、爱尔兰和加拿大威士忌,最年轻的基酒必须在橡木桶中存放 3 年以上,但更普遍的看法在橡木桶中陈化 8 年以上的威士忌才算及格。这也意味着,想要投资威士忌就必须做好超长投资的准备。百润股份就曾在公告中表示,威士忌项目含建设期的静态投资回收期长达 10.48 年,显然,这背后需要酒企有超强的耐心和实力。

深陷舆论风波的青岛啤酒,是否能在竞争异常激烈的“新赛道”突围,尚不明朗。

本报综合消息

多家公司三季度拟现金分红

Wind 数据显示,截至 10 月 24 日 19 时,A 股共有 870 家上市公司披露了 2023 年三季报,其中 8 家公司计划现金分红。

披露分红预案

截至目前,康普化学、锐新科技、大族数控等 8 家公司在发布三季报的同时,披露了分红方案。

康普化学 2023 年第三季度权益分派预案显示,公司拟向全体股东每 10 股派发现金红利 2 元(含税)。本次权益分派共预计派发现金红利 1832.85 万元。

根据大华股份 2023 年前三季度利润分配预案,为更好回报股东,在兼顾公司未来业务发展及生产经营资金需求的前提下,公司拟向全体股东每 10 股派发现金 3.1 元(含税),预计现金分红总额为 10.16 亿元。

前三季度,大华股份共实现营业收入 222.78 亿元,同比增长 5.23%;实现扣非归母净利润 24.02 亿元,同比增长 51.68%。三季度,公司取得营收 76.45 亿元,同比增长 7.91%;扣非归母净利润为 6.48 亿元,同比增长 97.31%。前三季度毛利率为 42.65%。

有的公司连续多年三季报现金分红。以龙佰集团为例,今年三季度,公司拟向全体股东每 10 股派发现金股利 3 元(含税)。

2019 年至 2022 年的三季度,龙佰集团均进行了现金分红。其中,2022 年三季度分红方案为每 10 股派发现金股利 2 元(含税)。

优化分红程序

相比中期分红及年度分红,三季度分红的上市公司数量整体有限。

近日,中国证监会对《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》以及《上市公司章程指引》现金分红相关条款进行了修订,并向社会公开征求意见。

前海开源基金首席经济学家杨德龙表示,政策推动进一步优化分红程序。增加现金分红频次,能够让投资者更早、更多享受到上市公司发展红利,提高投资者信心。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林对记者表示,不同发展阶段的上市公司,其分红策略各有侧重。成长期企业需要为未来进行投资,而成熟期企业且无重大资金支出安排时,分红是最好的回报投资者方式。

本报综合消息

沪指涨 0.4%,创指跌 0.9% 逾 4000 股收涨

A 股放量上涨,但双创指数双双收跌,北向资金净流出。

A 股在利好消息刺激下,10 月 25 日集体高开。早盘两市高位震荡,午前有所回落。午后两市窄幅震荡,创指依旧保持低迷的状态。

至 10 月 25 日收盘,上证综指涨 0.4%,报 2974.11 点;科创 50 指数跌 0.23%,报 848.65 点;深证成指涨 0.47%,报 9528.31 点;创业板指跌 0.9%,报 1863.8 点。

Wind 统计显示,两市共 4010 只股票上涨,1158 只股票下跌,平盘有 121 只股票。

10 月 25 日,沪深两市成交总额 8737 亿元,较前一交易日的 8041 亿元增加 696 亿元。其中,沪市成交 3628 亿元,比上一交易日 3399 亿元增加 229 亿元,深市成交 5109 亿元。

沪深两市共有 91 只股票涨幅在 9% 以上,11 只股票跌幅在 9% 以上。

北向资金 10 月 25 日先扬后抑,全天净卖出 12.95 亿元,连续 8 日净卖出,早盘一度加仓超 25 亿元。其中,沪股通净买入 0.6 亿元,深股通净卖出 13.56 亿元。

本报综合消息

股市动态

各地经济“三季报”亮点频现

从近日陆续公布的各地经济“三季报”来看,地方经济复苏步伐加快。据记者统计,截至 10 月 24 日,已有 24 个省区市公布前三季度经济运行情况。上述省区市前三季度 GDP 同比增速平均值为 5.4%,超过全国水平。其中,有 13 个省区市前三季度 GDP 同比增速跑赢全国。

专家表示,各地前三季度数据显示,在稳增长政策发力下,我国经济复苏趋势较为明显,夯实了实现全年经济增长目标的基础。

从 GDP 增速看,已公布的 24 个省区市前三季度 GDP 同比增速平均值为 5.4%。其中,有 13 个省区市前三季度 GDP 同比增速跑赢全国,海南以 9.5% 的增速位居首位,其次为内蒙古 7.2%。其他跑赢全国前三季度 GDP 同比增速的省区市有:甘肃、四川、宁夏、浙江、安徽同比增速分别为 6.6%、6.5%、6.4%、6.3% 和 6.1%;

山东、湖北、上海同比增速均为 6.0%;重庆、青海、辽宁同比增速分别为 5.6%、5.6% 和 5.3%。

中国财政学会绩效管理专委会副主任委员张依群表示,各地前三季度 GDP 同比增速总体表现良好,大多数省区市保持 5% 以上增长。这表明,我国经济正在加快恢复常态化运行,全国各地均处于全面恢复状态。

从 GDP 总量看,广东、山东、浙江、河南、四川、湖北、福建、安徽、上海、河北和北京等地前三季度地区生产总值均超过 3 万亿元大关,广东以 96161.63 亿元的成绩“断层”领先。

中信证券首席经济学家明明表示,传统经济大省前三季度 GDP 实现较快增长,恢复步伐快于整体,有望发挥经济复苏引擎作用。

时至四季度,冲刺全年经济目标进入关键时期。各地积极行动,围绕促消费、

稳投资积极部署。

在促消费方面,多地明确进一步稳定和扩大消费。吉林省近日印发《关于促进消费的若干措施》,围绕房地产、汽车、文旅、体育等领域,提出五方面 23 条政策措施。四川省日前印发《关于进一步激发市场活力推动当前经济运行持续向好的若干政策措施》,从六方面提出 19 条政策措施进一步激发市场活力,冲刺今年目标任务、推动明年良好开局,促进经济运行持续向好。

在稳投资方面,多地加紧抓项目、扩投资。四川省提出,加大固定资产投资激励,对 2023 年四季度和 2024 年一季度固定资产投资综合排名靠前的县(市、区),省级财政给予定向激励。加大民间投资引导激励,多渠道向民间资本推介项目。

本报综合消息



本省股票昨日收盘			
名称	收盘价	涨跌幅(%)	成交量(手)
*ST西钢	3.04	+0.33	38871
青海华鼎	4.40	+2.33	122621
青海春天	7.38	+1.79	52643
金瑞矿业	8.68	+1.28	8534
西部矿业	12.70	+1.68	247065
正平股份	3.86	+4.89	199496
盐湖股份	16.21	+0.31	184697
天佰德酒	13.55	+2.26	39444

沪市昨日排行榜		
名称	收盘价	涨幅(%)
C天元	33.01	+81.37
优刻得	16.80	+20.00
芯海科技	36.10	+12.50
云南城投	2.92	+10.19
黑牡丹	6.12	+10.07
安徽建工	5.03	+10.07

深市昨日排行榜		
名称	收盘价	涨幅(%)
巴安水务	3.17	+20.08
昂信技术	10.42	+20.05
弘信电子	21.16	+20.02
软通动力	32.26	+20.02
深水规院	22.92	+20.00
冠龙节能	22.03	+19.99

名称	收盘价	涨幅(%)	名称	收盘价	跌幅(%)	名称	收盘价	成交额(万)
C天元	33.01	+81.37	文一科技	20.84	-10.02	赛力斯	81.93	799538
优刻得	16.80	+20.00	吉翔股份	11.88	-10.00	四川长虹	6.70	628393
芯海科技	36.10	+12.50	吉比特	295.74	-10.00	贵州茅台	1677.50	607542
云南城投	2.92	+10.19	比依股份	15.99	-9.71	太平洋	3.89	490064
黑牡丹	6.12	+10.07	百合股份	38.26	-9.16	江淮汽车	16.40	417721
安徽建工	5.03	+10.07	国药股份	27.25	-8.19	张江高科	22.36	333789

名称	收盘价	涨幅(%)	名称	收盘价	跌幅(%)	名称	收盘价	成交额(万)
巴安水务	3.17	+20.08	贝泰妮	74.91	-16.10	华力创通	32.12	582344
立昂技术	10.42	+20.05	爱美客	318.04	-12.16	中际旭创	88.01	525702
弘信电子	21.16	+20.02	华厦眼科	40.80	-10.92	欧菲光	9.60	516295
软通动力	32.26	+20.02	瑞尔特	10.69	-9.94	科大讯飞	47.65	461996
深水埗院	22.92	+20.00	泰坦股份	12.16	-9.59	锦龙股份	17.02	390493
冠龙节能	22.03	+19.99	天孚通信	79.30	-9.06	长安汽车	14.53	384905