

江苏省“品质生活·苏新消费”第三季活动启动

焕新风暴!苏宁以旧换新政策再升级

4月28日,由江苏省商务厅主办,南京市商务局协办的第三届“双品网购节”(江苏)暨“品质生活·苏新消费”第三季系列活动启动仪式在苏宁易购总部举行。作为商务部综合考量确定的“双品网购节”电商企业,此次活动中,苏宁易购将全面开展“2021全民家电焕新风暴”活动,激发本地消费潜力。发布会上,苏宁易购集团总裁吴丁剑公布了苏宁2021全新升级的以旧换新及家电下乡活动政策,并宣布从4月28日起,将持续加码全面启动家电焕新,助力老旧家电焕新升级。

现代快报+ZAKER南京记者 刘德杰



活动启动仪式现场 苏宁供图

助力苏新消费,苏宁以旧换新再发力

“从2005年起,苏宁就率先开辟了以旧换新家电置换业务,截至今日已长达16年。”吴丁剑表示,2020年全年,苏宁在南京地区以旧换新实现回收旧家电6万台,以旧换新销售绿色家电7.2万台,以旧换新补贴费用近亿元,为促进消费,推动城市节能减排、绿色发展提供了有力支撑。

记者了解到,以此次活动为契机,2021年,苏宁在省市政府和商务主管部门的支持下,将继续发挥线上苏宁易购、线下苏宁广场、苏宁电器店、苏宁小店、苏宁零售云、苏

宁影城、家乐福渠道优势,进一步扩大家电下乡和以旧换新资源投入,届时,全市乃至全省计划投入补贴资金翻倍,服务品质也将进一步提升。

针对今年的家电以旧换新,一方面,苏宁将加大供应链下沉农村市场的渗透速度,加速推动农村、乡镇绿色智能家电的普及;另一方面,新推出家电以旧换新“省心换、随心换、动心换”升级活动,将持续加大以旧换新补贴力度。在这一政策下,仅南京地区预计全年可实现家电回收超15万台,刺激换新超18万台,惠及超10万家庭用户。此外,苏宁将力争通过提升家电下乡和以旧换新业务的发展速度,进一步助力全市消费提质扩容。

发布全新以旧换新政策,服务再升级

如何让消费者更省心、更放心的换新,是苏宁以旧换新一直探索的方向。苏宁易购卜杨雨表示,第三届“双品网购节”,苏宁将持续把江苏作为服务升级的战略核心区域,把家电下乡、以旧换新活动在全市乃至全省做出特色,助力江苏经济、南京经济的发展。会上,苏宁易购发布了最新的以旧换新服务政策,新升级的以旧换新服务更简单、更便捷、更全面,实现了跨品类换新、拖旧送新一站式服务等多种突破。

此次产品升级,不仅大幅拓展了服务品类,还进一步打破了以旧

换新的品类壁垒,旧手机还可以换电脑,旧冰箱也可以换洗衣机,主要体现在品类拓展、渠道拓展两个方面。其中,在品类拓展上,打破了行业传统大家电品类的以旧换新,率先拓展了油烟机、热水器、打印机、电脑配件、智能数码,甚至到净水设备,并实现了跨品类的以旧换新。

卜杨雨表示,以前电脑只能换手机,手机只能换手机,升级后手机可以换电脑,冰箱也可以换洗衣机。此外,在渠道拓展上,除了线上的苏宁易购商城、小程序,线下会持续拓展苏宁广场、苏宁电器店、苏宁小店、苏宁零售云、家乐福等全场景业态,全场景、全渠道、全方位保障以旧换新和家电下乡服务落地。

值得关注的是,苏宁升级后的

以旧换新服务,实现了一键估值、差价付款,且能实现送新机、拖旧机一站式服务。目前,在全国,苏宁以旧换新整合了700多家本地化合作伙伴,认证工程师7270名,服务范围覆盖2942个区县,单日最大作业达5万件。

双线全渠道发力,南京苏宁率先掀起家电焕新风暴

作为第三届“双品网购节”的重磅活动之一,4月28日起,苏宁将在南京率先启动全民家电焕新风暴,线上线下全渠道发力,发放亿元换新补贴,借助升级版以旧换新服务。卜杨雨表示,接下来的五一黄金周,南京苏宁就将全面开门让利。五一期间将联合各大品牌打造五一嗨购家电节系列活动,消费者可以享受产品、价格、服务等专属优惠,家电3C以旧换新最高补贴1500元,换智能家电可以享受至高24期分期免息等优惠活动。活动前,南京苏宁还会依托双线渠道推出城市新电感应系列事件,打造20场新电感应艺术展、50个新电感应快闪店,派送一万个城市新电感应盲盒,让全省消费者边逛边购物,享潮流生活体验。

此外,为了在空调使用旺季来临之前,提前对空调外挂机安全隐患进行排查,苏宁还将在省市政府和商务主管部门的指导下,即日起在全城发起“排雷”行动,针对老旧空调机支架进行全城排查,为其免费换新,避免老旧空调在使用过程中安全隐患的发生。

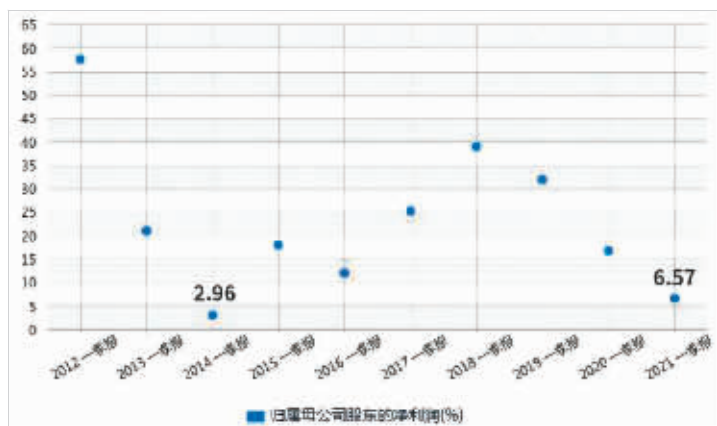
茅台业绩“失速”股价大跌,什么情况?

专家表示是主动降温,也有机构称是税收影响



贵州茅台4月27日晚间公布一季报,首季实现净利润139.5亿元,同比增速仅有6.57%,为2014年以来首次跌入个位数。周三茅台股价盘中一度跌逾4%。有专家表示,茅台业绩增幅不高,主要是产能受限限制了市场供应,另外也是主动降低增速,给市场降温。也有多家机构表示,茅台一季度业绩不及预期,主要是税收问题影响。

现代快报+ZAKER南京记者 谷伟



贵州茅台近年一季报增速 据同花顺ifind

净利润增速下滑,税金大增

牛年开市后,以贵州茅台为代表的机构抱团持股持续调整。但3月底茅台公布2020年度业绩,依旧稳健。公司去年实现营收980亿元,净利润467亿元,分别同比增长10.29%和13.33%。当时公司还抛出了10派192.93元的分红方案,再度刷新A股纪录。年报公布后,众多机构均发表研报表示看好,中信证券再度给出3000元的目标价。

但相隔不到一个月,茅台公布的一季报却让市场大跌眼镜。今年首季,贵州茅台实现营收272.71亿元,同比增长11.74%,归属净利润139.54亿元,同比增长6.57%。

尽管盈利能力依然惊人,但这次茅台净利润增速却明显下滑。自2016年年报以来,贵州茅台净利润就没有出现过个位数的增幅,如果

按一季度,则是2014年以来首次跌入个位数。

究竟什么原因导致增速下滑?资深酒业分析师蔡学飞分析认为,主要有三方面原因:主要原因是茅台产能受限限制了市场供应;其次是加大直营化占比,正在做渠道结构调整;最后是公司主动降低了增速,给市场降温,保障企业的平稳发展。

也有多家机构将原因指向公司的税费变化。安信证券分析称,茅台首季综合毛利率91.68%,同比持平,三项费用率较上年同期下降0.97个百分点,影响净利润增速的主要因素是税金率3.96个百分点的提升。

一季报合并报表显示,公司营业成本为22.7亿元,同比增长11.69%,而母公司营业成本为22.03亿元,同比增长55.31%。而利润表项目“税金及附加”显示今年一季度为38.28亿元,相比去年同期的24.48亿元,大幅

增加了56.38%。公司解释,主要是本部销售给公司控股子公司贵州茅台酒销售有限公司的销量较上年同期增加,消费税及其附加税相应增加。安信证券认为,营业税金率大幅提升,说明2021Q1生产正常且旺盛。“我们认为营业税金率因素属节奏问题偏短期,Q2改善可期。”

还有多家机构也持类似观点。中泰证券进一步解释,主要是消费税及其他税费在生产环节征收,去年一季度受疫情影响生产减少,给销售子公司的量少(主要是存货),因此税金基数低,而今年一季度正常生产包装,因此给销售公司的量同比明显提升,导致税金大幅增长。若扣除该因素,利润端预计取得双位数增长,后续这一因素将逐渐消除。

全年业绩前低后高?

尽管一季报增速不及预期,但

多家机构均对茅台全年业绩表示看好。华泰证券认为,展望未来,随着直营渠道占比提升/非标产品占比及价格提升,茅台盈利能力长期仍具备向上支撑,维持“买入”评级并给出目标价2535.82元。安信证券则给出了6个月目标价2600元。

东方证券表示,茅台酒下游需求旺盛,整体供不应求;一季度以来,飞天批价较为稳定,散瓶和原箱分别为2500元和3200元左右,渠道反馈全年飞天批价有望上行。公司规划2021年营收增长目标为10.5%。“我们认为全年营收和利润增速将高于此目标,季度盈利增速有望呈现前低后高的趋势。通过扩大直营和非标规模、非标和系列酒提价等经营策略,公司吨价和盈利仍有改善空间。”

但蔡学飞认为,茅台全年业绩基本不会超过10%的目标,“茅台现在目标是进军世界500强,企业内部管理与业绩表现同样重要。”

茅台集团近日启动新一轮品牌“瘦身”,正组织各酒类子公司对现有品牌、产品和经销资源进行全面清理和评估,督促子公司制定2021年品牌瘦身规划,打造大单品,逐步淘汰业绩低下的品牌,控制品牌产品数量,鼓励子公司培育自主知识产权品牌,力争2021年底前全面完成停用集团LOGO工作。

此前,白酒业内“贴牌”现象已成多年顽疾,从2012年开始,高端品牌纷纷开启“瘦身”行动,清理产品线。茅台此前已多次对子公司“贴牌”现象进行清理。蔡学飞认为,茅台品牌已经成为企业重要资产,并且是区域名片,规范集团内部使用有利于维护品牌形象,减少滥

用带来的纠纷,提升品牌整体价值。

公募一哥、险资加仓

值得注意的是,一季报显示,公募一哥张坤执掌的易方达蓝筹精选混合基金新进茅台股东榜,持股432万股,位列第九大流通股东。而中国人寿一款保险产品继年报增持后,一季度再次增持近45万股。

公募基金一季报也显示,贵州茅台仍是机构至爱,共有1775只公募基金持有茅台股票,其中华夏基金、银华基金、富国基金、南方基金、汇添富基金、景顺长城等第一大重仓股均是贵州茅台。“含茅量”最高的是易方达基金,持股市值达217亿元。

不过,从3月中旬以来的这波白酒股反弹行情中,贵州茅台的表现却远不及ST舍得、水井坊、酒鬼酒等二三线白酒。4月28日,酿酒行业再度大涨,古越龙山、海南椰岛、青青稞酒、会稽山、伊力特、ST舍得纷纷涨停,金徽酒、金枫酒业、金种子酒涨幅均在6%以上。从3月10日以来,ST舍得股价已经翻倍,水井坊涨幅逾八成,酒鬼酒、山西汾酒、金徽酒均有五成以上涨幅。

二三线白酒的业绩也表现出色。已经公布一季报的公司中,伊力特净利大增14.76倍,酒鬼酒增长178.85%,金徽酒和山西汾酒分别增长99.34%和77.72%。天风证券认为,当下环境看好次高端白酒,一是2020年受疫情影响次高端整体有业绩坑;二是去年次高端酒企结构升级和提价动作都较为密集,且高端白酒价格带的打开为次高端提供了空间,有望量价齐升,次高端的估值也会随着业绩的逐步验证而有望持续拔高。