

奢侈品消费逆势回暖：价格虽上涨“排队”依旧在

专家称疫情加速高端消费回流,中国市场增长空间大

■本报记者 向炎涛
见习记者 于 琦

脚穿路易威登(Louis Vuitton)的拖鞋,肩挎爱马仕(Hermès)的包包,身着古驰(Gucci)的运动服,在北京SKP的商场里,不少身着奢侈品的消费者在各门店门口排起了长队。8月以来,全国多地奢侈品门店外掀起了一波排队潮,全球疫情之下,中国奢侈品消费市场已率先回暖。

“对于高端消费者或者说核心消费者来讲,奢侈品就是他们的日常消费品。”要客研究院院长周婷博士告诉《证券日报》记者,“疫情或经济下行并不影响他们对奢侈品的消费预算,反而因为疫情促使这一部分消费群体回流到境内消费。”

波士顿咨询集团日前发布的《时尚与奢侈品行业:疫情后中国市场展望》报告表明,中国奢侈品行业的复苏在加速。据报告统计,全球时尚产业2020年的跌幅在29%—37%之间,而中国不仅有可能追平年初的损失,更有可能最高逆势增长10%。

工作日门店仍现“排队潮”

8月26日下午,《证券日报》记者走访了北京SKP商场,发现即使在工作日,仍有不少消费者在奢侈品门店选购商品,有的门店外还排起了长队。记者发现,排队的门店多集中在路易威登、香奈儿(Chanel)等箱包及配饰门店以及卡地亚(Cartier)、蒂芙尼(Tiffany)等硬奢

侈品门店,在客流量较大的门店要排队15分钟以上才能入店。

“现在商场正在做七夕活动,所以前来购物的消费者比较多。”有店员告诉《证券日报》记者,“但不是所有的专柜都会参与活动,像路易威登、爱马仕和香奈儿等都不参与。”

记者也跟着人群,在几家排队的门店外等待入店。记者看到,在路易威登和香奈儿店内,均没有对外陈列出经典款包包。“经典款在七夕活动期间都卖断货了,只能给你们看样品,如果想要的话可以加我们店员的微信,到货后会第一时间拍照给您。”一位香奈儿销售人员对记者表示,“部分商品在5月份的时候做了一波调价,不同款式上涨价格不同,但基本都在几千块左右。”

谈及9月份价格将再次上调的传闻,路易威登和香奈儿的销售人员均表示,不确定之后价格是否还会上涨,目前暂时未接到官方的调价通知。而蒂芙尼店员则告诉记者,目前不确定具体调价时间,如果调价基本在8%左右。

“有的奢侈品品牌通过涨价策略,故意刺激消费者去消费,我不主张这种做法,相当于饮鸩止渴。”周婷坦言,“中国人有买涨不买跌的心理,这种调价策略确实对一些人消费起到了一定的促进作用。”

中国奢侈品消费率先回暖

随着疫情逐渐得到控制,中国的奢侈品消费在快速回暖。房地

产咨询公司第一太平戴维斯日前发布《2020中国奢侈品零售报告》显示,北京、上海、广州等六大主要城市的顶级商场客流在2月大幅下滑,较历史均值下跌约80%,但3月即迅速回升至54%。六座商场的客流均值在6月超出历史均值1%,完成年内的首次突破。

“这不是报复性消费,而是消费反弹或消费回流。根据调研数据,中国消费者70%的奢侈品消费都发生在境外,今年因为疫情,大家不能出国旅游,很多消费者就转向国内购买;此外,由于欧美市场整体疲软,今年甚至处于停滞状态,中国区调货、货品供应相对更加充足,消费者可能会觉得虽然价格贵一点,但是省了出国机票、旅游的钱了,就在国内买了。”周婷对《证券日报》记者表示,疫情之下,奢侈品排队长,最根本的原因是奢侈品的核心消费人群的消费能力没有发生改变。

第一太平戴维斯报告也分析,中国的高净值人群逐年增加,其资产及财富受到疫情及短期经济疲弱的影响有限,手中仍有足够的现金来购买奢侈品。头部奢侈品牌因其品牌溢价、稀缺性与象征性地位,对中国消费者仍具有较强吸引力。在新冠疫情背景下,出国旅游及代购受限,消费回归国内的趋势有望加速。在政策层面,为促进境外消费回流,年初以来多个部门配合完善免税店政策,将对现有奢侈品市场形成良好补充与互动。



向炎涛/摄

而疫情之下,各大奢侈品品牌也显然瞄准了中国市场的增长潜力,通过数字化转型,主动调整在华策略。《2020中国奢侈品零售报告》显示,在疫情平稳之后的4、5月,抖音及小红书的奢侈品品牌官方账号同比增长了140%,线上渠道的推广成为许多年轻客群进行门店购物的动机来源与消费触点。

“因为疫情的促使,奢侈品牌更加注重数字化零售,比如直播,小程序等全方位调动线上销售,包括天猫、京东等线上旗舰店销售。根据目前我们了解到的数据,近几个月头部奢侈品牌线下门店的销售额实现了同比双位数增长,线上增速实现了同比三位数增长,有的

品牌甚至是四位数增长。如果没有疫情,这些品牌可能要到三年才会逐步推进数字化零售和数字化运营,但是疫情用半年的时间提升了整个数字化过程。这是这个行业最大的改变,也是帮助品牌在中国区快速恢复的一个很重要的抓手。”周婷表示。

在周婷看来,未来几年将迎来中国高端消费回流的市场时机。消费永远是向上看的,中国的消费会慢慢回流,而且中国本身经济相对更稳定,人口更多,市场机会也更多,增长空间大。很多奢侈品品牌也在利用这个时机重新布局中国市场,比如有一定的开店扩张计划,包括考虑到海南的区位优势,进一步深耕中国。

苏企获国资青睐 年内11家江苏上市公司实控人变更为各地方国资

■本报记者 曹卫新

据《证券日报》记者梳理,今年以来A股市场已有逾百家上市公司发布“易主”的消息,而在14家“易主”的江苏上市公司中,11家上市公司控制权被国资获得。

而从上述交易可以看出,各地国资对江苏企业尤其青睐。据梳理,今年以来已有江西、山东、贵州、广东、四川、浙江、河南等多省国资参与了江苏上市公司的股权交易。

积极参与上市公司重组

各地国资仿佛开启了“买买买”模式。近期,苏交科在停牌5个交易日后,于8月22日发布公告称,公司实际控制人符冠华、王军华与广州珠江实业集团及其一致行动人广州国发基金签署《合作框架协议》及附生效条件的《股份转让协议》。同时,苏交科与广州珠江实

业集团签署附生效条件的《股份认购协议》。上述一系列协议生效并实施完成后,公司控股股东将变更为广州珠江实业集团,实际控制人将变更为广州市国资委。

除苏交科外,8月份以来,星光农机、迪瑞医疗、华东重机、会稽山、厦门港务、中威电子等11家A股上市公司也相继宣布“控制权将变更”,收购方中不乏地方国资的身影。其中,厦门港务实控人将变更为福建省国资委,中威电子实控人将变更为河南省新乡市人民政府,华东重机实控人将变更为四川省国资委。

“国资入股的好处就是,上市公司能够‘背靠大树好乘凉’,同时缓解企业融资困境,甚至改善企业的外部声誉。”中南财经政法大学数字经济研究院院长盘和林在接受《证券日报》记者采访时表示。

“国资参与资本市场,对于稳定二级市场走势、帮助上市公司更好地获取和整合资源具有积极意义。”提及国资入股上市公司一事,

艾媒咨询CEO张毅在接受《证券日报》记者采访时表示,“国资入股后,可为上市公司产品及品牌进行背书,对上市公司承接较大的项目工程带来较好的正向作用。”

苏企频获各地国资青睐

《证券日报》记者注意到,今年以来,各地国资对江苏上市公司的关注度和股权交易参与度非常高。公开资料显示,截至目前,苏交科、音飞储存、金智科技、赛摩智能、中来股份等11家江苏上市公司相继发布消息称,公司实际控制人变更为各地国资。

6月5日,南京音飞储存发布公告

称,控股股东盛和泰世及其一致行动人上海北项合计转让上市公司9018.08万股股份(约占总股本的29.99%)给景德镇陶瓷文化旅游发展有限责任公司(以下简称“陶文旅集团”),上述转让事宜已于2020年6月2日完成过户登记,公

司控股股东变更为陶文旅集团,公司实际控制人由金跃跃变更为景德镇市国资委。

此外,金智科技、赛摩智能、中来股份等江苏上市公司也在6月份先后发布公告称,公司控制权将发生变更,分别引入齐鲁交通、洛阳国宏投资集团、贵州乌江能源投资有限公司等国资股东。

8月21日,常熟瑞特电气发布《关于股东协议转让股份完成过户登记暨控股股东变更的公告》称,龚瑞良、苏州瑞特投资有限公司与浙江省二轻集团有限责任公司股份过户登记手续已完成,上市公司控股股东变更为浙江省二轻集团有限责任公司,实际控制人变更为浙江省国资委。

另外,华东重机也在8月份宣布,将迎来地方国资实控人。

“江苏上市企业有个比较典型的特点,To B的客户总体来说比较多一些,与To C企业相比,业绩受季节性

或消费市场波动的影响较小。国资

入股后,不管是从企业未来发展还是资金安全性角度考虑,都会产生‘1+1大于2’的复合作用。”张毅在接受《证券日报》记者采访时表示。

国资之所以青睐苏企,盘和林认为,主要源于江苏企业很多以老集体企业为底子,相对于其他省份的企业,江苏企业有一定的规模,与国资体系融合的障碍较少。“国资入股要坚持行业导向,不要接盘过剩产能,要重点布局科技互联网和高端制造业等主流发展方向的行业。”盘和林建议,“国资的本能是求稳,一般会聚焦市政公用领域。但在新基建背景下,公共设施的概念正在发生转变,不再是过去的钢筋混凝土,而是现在的5G、物联网、无人驾驶、数字货币

。这种转变对于国资来说是个不小的挑战,如何在科技风险和长期投资收益之间权衡,不被忽悠,又能选择正确的企业承载科技创新,都需要国资在未来的金融决策上更加专业化。”

陕西省属国企生产经营企稳 营收连续4个月正增长

■本报记者 殷高峰

随着复工复产推进落实,陕西省属企业的生产经营能力逐步恢复,生产势头明显回升。陕西省国资委的数据显示,7月份,省属企业实现营业收入1018.2亿元,同比增长9.4%,连续4个月正增长;1月份至7月份,累计实现营业收入7012亿元,同比增长2%,增幅同比继续扩大。

“陕西省属企业在国际国内发展不确定性因素增多及新冠疫情冲击下取得了可喜的发展成果,充分发挥了省属企业的中坚和压舱石作用。”陕西智库科学技术研究院执行院长、“一带一路”(西安)国际资本交易中心科研组长单英骥在接受《证券日报》记者采访时表示。

陕西省属企业经营企稳

据了解,1月份至7月份,陕西省属企业中的延长石油、陕煤集团、陕西有色、陕建控股、陕汽控股、陕药集团等17户企业累计营业收入同比实现正增长,合计实现营业收入6308.9亿元,占省属企业营业收入的90%。7月份,21户企业营业收入同比增长,占省属企业营业收入总额的92.9%。陕汽控股、陕西地矿、陕外经贸等13户企业营业收入增幅超20%。

“陕西省属国企的喜人表现,一方面得益于国家的宏观调控,宏观经济总体回暖,国内市场需求恢复性增长;另一方面得益于陕西省属国企积极响应国家号召,勇克时艰,顺势而为,大干快上,抓住了发展的机遇。”陕西省社科院金融研究所副研究员郭晋松在接受《证券日报》记者采访时表示。

“数据背后,需要关注的是省属企业营收增长的原因、动力、结构,从而判断增长后劲和可持续性。”单英骥表示。

数据显示,陕西省属企业7月份营业收入增长面有所扩大,建筑、装备制造业持续高速增长,煤炭、电力、证券、物流贸易业务不断发力,交通企业快速追赶。受汽车和变速器产销指数的带动,7月份省属企业总体生产指数同比增长约106%,销售指数同比增长约46%。电力、机械、铝、锌、煤炭、钢材、天然气、PVC等产品产销两旺。营业收入同比正增长的企业由6月的19户增加至21户。

其中延长石油受油产品贸易收入拉动,7月份实现营业收入269.5亿元,同比增长5.6%;1月份至7月份累计实现营业收入1870.8亿元,同比增长2.2%,增幅较上半年扩大0.6个百分点。陕煤集团积极释放优质产能,主要产品产销量同比增长,证券、建筑施工及物流三个板块7月份营业收入同比增幅均超过20%;7月份实现利润总额20.9亿元,同比增长62%,增幅较6月份扩大23.1个百分点。陕投集团7月份实现利润总额4.6亿元,同比增长44.9%,增幅较6月扩大15.6个百分点;1月份至7月份累计实现利润总额37.5亿元,同比增长61.6%。

在利润方面,数据显示,省属企业7月份实现利润总额38.4亿元,同比增长37.4%,增幅较6月份扩大26.9个百分点,今年以来连续2个月实现正增长。1月份至7月份,省属企业累计实现利润总额113.6亿元,同比减少89.3亿元,降幅较上半年收窄13.9个百分点,且连续4个月持续收窄。7月份,陕煤集团、陕西交建、法士特、陕投集团、秦川集团、陕汽控股、陕西地电等13户企业利润同比增长,其中6户企业利润增幅超50%。

而在资本市场上,陕西省属企业控股的上市公司的生产经营也逐步企稳。*ST秦机发布的半年业绩快报显示,上半年公司实现营业收入18.17亿元,比上年同期16.58亿元增长9.56个百分点;实现归属于母公司净利润5334万元,比上年同期增长824.44%,陕天然气半年度业绩报告显示,营业收入48.81亿元,虽然同比下降6.11%,但归属于上市公司股东的净利润2.53亿元,同比增长10.57%。陕西煤业的半年度业绩报告显示,2020年上半年归属于上市公司股东的净利润为49.86亿元,同比下降15.08%,但营业收入为38.73亿元,同比增长18.87%。华西证券研报称,上半年陕西煤业业绩的下降主要由于煤价的下跌,但同时产量的增长,以及成本的压降,部分对冲了煤价下跌对业绩的负面影响。

进一步深化国企改革

在郭晋松看来,今年1月份—7月份,陕西省属国有及国有控股企业在营业收入、利润总额、企业盈利能力以及营收增长面等方面表现出强劲的反弹趋势,“这与全国的平均水平相比,实现正增长早了足足2个月,且增长的速度更快、幅度更大,充分显示出陕西省属企业在新冠疫情的大考下,方显中流砥柱本色,给陕西实现‘六稳’‘六保’吃了颗定心丸。”

“值得注意的是,从营收正增长企业所属行业看,主要集中在建筑、装备制造、煤炭、电力、证券、物流贸易等行业。其中大部分企业处于产业链前端、价值链中低端,陕西的产业结构有待进一步优化,要积极推动省属企业向全产业链和价值链中高端发展。”单英骥表示,陕西要深刻认识国际国内发展环境和新冠疫情全球大流行对陕西经济带来的冲击,增强机遇意识和风险意识,善于转危为机,以恢复社会生产为契机,大力推动陕西省属企业产业结构调整,实现转型升级,引导省属企业向新兴产业迈进,推进陕西经济高质量发展。

陕旅集团重组陕体集团、延长石油重组陕西燃气、省物流集团重组陕煤物流产业、陕建控股重组延长化建、陕健医重组国企剥离的医疗机构、法士特重组秦川机床……近两年,陕西国企重组整合掀起热潮。

“从重组方式来看,既有横向同类型兼并,纵向产业链重组,也有专业化机构整合;从重组目的来看,通过推动国有资本向优势企业、主业企业集中,打造更多陕西的‘大国重器’。”陕西省国资委党委书记邹展业曾表示。

对此,单英骥建议,陕西要全面推动省属企业改革,激发活力,增强动力。首先,做好“广开源”,抢抓“大内需”的战略机遇,主动对接国家重大区域发展战略和地方政府投资建设需求,深化与地方和各类所有制企业的协同合作,向市场开拓要效益;其次,积极盘活省属企业发展动力,因业施策、因企施策,推动体制机制改革,健全市场化经营机制;再次,“深挖潜”,加大非生产性成本费用压降力度,加快清理低效无效资产和非主业、非优势业务,建立省属企业退出机制,对“僵尸企业”采取关停并组处置。

苏农银行发布上半年成绩单：支持实体抗疫 创新业务实现转型发展

8月27日,苏农银行发布了2020年半年报:今年上半年,苏农银行实现营业收入19.24亿元,同比增长10.36%,实现净利润5.93亿元,同比增长2.23%。在资产规模方面,截止报告期末,苏农银行总资产1328.11亿元,同比增长5.44%,每股净资产为6.49元。苏农银行在2018年实现总资产突破千亿元后,公司存款总额在今年上半年也实现千亿元的突破。截至2020年6月30日,苏农银行的存款总额为1032.13亿元,同比增长了7.56%;贷款总额为734.89亿元,同比增长7.71%。在资产质量方面,截止2020年6月30日,苏农银行的不良贷款率为1.24%,资产质量相比2019年末1.33%的不良贷款率有所改善。

今年上半年,新冠疫情对全球经济都带来了严重的冲击。如何在支持实体经济抗击疫情的同时降低疫情对公司经营的影响,保证经营业绩,做到“抓防疫抓发展 两手抓两不误”成为苏农银行今年上半年的主要任务。苏农银行在其半年报中分享了公司通过业务创新来抗击疫情稳定经营的举措。

开辟绿色通道 支持实体抗疫

疫情爆发后,苏农银行着力保障各网点的线下金融服务。苏农银行在疫情时期假期服务不休业,

在各区设置值班网点,在防护到位的前提下,满足城乡居民基本的线下金融服务需求。

在给实体经济提供贷款支持方面,苏农银行按照“特事特办、急事急办”原则,开辟柜面及信贷服务“绿色通道”,组织现场办公,召开“不见面”贷审会,上半年投放“抗疫复工贷”等系列融资产品745户,金额10.47亿元。苏农银行还积极推进线上金融服务,让客户办理业务“一次都不用跑”。

在疫情爆发初期,苏农银行充分发挥了地方法人银行服务属地、高效快捷的优势,为2家生产抗疫物资的企业提供信用贷款支持,从材料收集到方案制定,再到审批决策,全流程用时不超过24小时。

面对疫情对经济的冲击,苏农银行还全力保障地区金融平稳,助力“六稳”“六保”,当好地方金融的“压舱石”。承诺不抽贷、不压贷、不断贷,主动支持客户延期还本付息,目前绝大多数客户生产经营回归正常,各项指标保持平稳。

大幅度节约利息成本。

苏农银行还全面下调贴现利率,切实降低企业融资成本。1月31日实施“普降”,下调A类票据贴现利率30BP,其它档次承兑行相应调整;2月8日实施“定向下降”,对防疫相关企业及民生保障企业的银票贴现利率,下浮10BP。针对防疫相关企业及民生保障企业的各项进出口业务,苏农银行推行手续费全免政策,融资利率较挂牌价格下浮150BP。企业网银转账汇款手续费、一码通收单手续费、电票签发手续费等方面开展持续优惠减免。

在给实体经济让利的时候,如何保障自身经营业绩不受影响,给股东和投资者交出一份满意的答卷,也成为苏农银行今年上半年的重点课题。

持续推出创新产品 增强客户粘性

定位于“苏州人民自己的银行”,苏农银行通过服务民生,着眼于老百姓的衣食住行,参与智慧城市的建设,来增强在属地的客户粘性。据悉,公司与吴江区大数据局、卫健委、医保局进行合作,联手打造互联网医院,上线手机银行电子医保卡功能,在手机端实现全流程医疗服务。加快智慧市场改造,上线客流仪、农产品残留检测、市场监控大屏等设备,实现市场整体的数字

化运营。丰富智慧缴费功能,在原有收缴缴费的基础上,新增了捐款、水电费、安保费等缴费场景,开拓智慧支付旅游新场景,将同里国家湿地公园售票业务接入本行统一支付平台,实现移动支付购票。

通过科技赋能,苏农银行在属地居民看病、上学、饮食、缴费、旅游方面开发相应的服务,为当地居民提供了切切实实的便利。

甚至在推广垃圾分类方面,苏农银行也能为此开发出相应的产品。据悉,苏农银行在研发特定行业人群、特定节假日产品的基础上,首次创新“垃圾分类”专属理财,引导客户上传垃圾分类行为的照片,获取专属理财购买资格,提升客户参与感和环保意识,进一步彰显全行社会责任感。

在客户粘性不断增加的同时,苏农银行大力向零售银行转型。

据半年报披露,公司零售存款占比39.44%,较上年末提升了1.19%,零售贷款突破20%,零售收入占比23.77%,提升了0.95%。公司零售中高端客户AUM 值达到567.46亿元,比年初增加85.53亿元,增长17.75%。在全行零售转型发展的基调下,苏农银行主攻理财配套。根据普益标准2020年二季度银行理财能力排行榜,苏农银行综合理财能力排名位列农村商业银行第六位。净值化转型比例达76.42%,占据同业领先地位