

股价闪崩 广汽集团自主品牌背后现隐忧

本报记者 吴俊捷 广州报道

业绩未遭遇“黑天鹅”的广州汽车集团股份有限公司(601238.SH,以下简称“广汽集团”)股价却意外闪崩。此前的2月1日早盘间,广汽集团突遭砸盘闪电跌停,一日市值闪崩超过其2017年

离奇闪崩

“金融去杠杆背景下,很可能是信托或者资管计划幕后操盘人顺应监管需求、回笼资金、产品到期等主动或被动抛售持仓个股。”

“有点措手不及,更有点摸不着头脑。”广汽集团股票长期持有者林晓向本报记者回忆起近日闪崩一幕仍心有余悸。

此前的2月1日,平平无奇的广汽集团在上午10时35分突遭砸盘闪电跌停,并于11时18分跌停报收于21.6元/股。而此前的2017年11月20日,广汽集团也曾出现类似情形。

股价闪崩通常被认为与公司业绩“变脸”等相关,而广汽集团此前公告称,公司2017年实现归属于上市公司股东的净利润同比增长55%到85%,增幅创下近年新高。究竟为何,广汽集团股价出现闪崩?

值得一提的是,由于广汽集团除公司控股股东外,其他A股股东持股比例一度不足15%,此次闪崩也引发外界对于蓄意控盘等担忧。

而广汽集团曾被质疑过为“庄股”。早在2016年8月,由于广汽集团股价长期处于高位横盘状态且日成交量极小,而其流通股席位中卧龙资产管理(以下简称“卧龙系”)旗下六只资管产品占据广汽集团前十大流通股股东的六个席位,并控制可流通筹码六成。此举一度引发上交所发函问询。尽管,广汽集团做出澄清。但据证监会稽查部门新近调查结果显示,“卧龙

全年净利润。

“公司二级市场股价受到宏观经济环境、市场情绪等多种因素的综合影响,公司基本面没有发生任何变化,各项生产经营工作正常进行。”广汽集团回应《中国经营报》记者称。

除了金融去杠杆背景下,信

托或者资管产品幕后操盘人顺应监管需求、回笼资金、产品到期等主动或被动抛售持仓个股外,沃坦资本合伙人杨光认为,个股闪崩的出现也不排除与公司未来的盈利预期下降有关。

对于近年借助自主品牌传祺而驶入发展“快车道”的广汽

集团来说,自主品牌成为增长引擎是“大广汽”战略意志的部分体现。但面对SUV增速趋缓,传祺偏倚SUV,产品结构失衡也引起业内对于广汽集团成长性的担忧。而在新能源汽车的道路上,广汽集团也未能抢占先发优势。

“闪崩个股的出现也不排除与公司未来的盈利预期下降有关。”杨光续称。此前花旗银行因考虑广汽集团后续各项费用将上行,而下调盈利预期3.1%。

相较于未来盈利前景而言,广汽集团近年来业绩增幅远超行业平均增速。“自主品牌广汽乘用车销量持续高速增长,全新车型开发取得积极成果,形成传祺系列明星车型;合营企业业绩稳步提高,投资收益相应增加。”广汽集团在2017年业绩预告中再度提及高增长系主营业务增长。

“持续稳中向好的业绩可以说是广汽集团‘大广汽’战略落地的产物。”中国汽车流通协会常务理事贾

“金融去杠杆背景下,很可能是信托或者资管计划幕后操盘人顺应监管需求、回笼资金、产品到期等主动或被动抛售持仓个股。”杨光指出,蓄意控盘的“庄股”可能性较小。

广汽集团在接受本报记者采访之际表示,“公司二级市场股价受到宏观经济环境、市场情绪等多种因素的综合影响,公司基本面没有发生任何变化,各项生产经营工作正常进行。”

托或者资管产品幕后操盘人顺应监管需求、回笼资金、产品到期等主动或被动抛售持仓个股外,沃坦资本合伙人杨光认为,个股闪崩的出现也不排除与公司未来的盈利预期下降有关。

对于近年借助自主品牌传祺而驶入发展“快车道”的广汽

“风光”背后

“SUV占比过半而主力轿车领跌,印证了广汽集团三系发展日趋协调。这与自主品牌传祺的壮大密不可分。”

“闪崩个股的出现也不排除与公司未来的盈利预期下降有关。”杨光续称。此前花旗银行因考虑广汽集团后续各项费用将上行,而下调盈利预期3.1%。

相较于未来盈利前景而言,广汽集团近年来业绩增幅远超行业平均增速。“自主品牌广汽乘用车销量持续高速增长,全新车型开发取得积极成果,形成传祺系列明星车型;合营企业业绩稳步提高,投资收益相应增加。”广汽集团在2017年业绩预告中再度提及高增长系主营业务增长。

“持续稳中向好的业绩可以说是广汽集团‘大广汽’战略落地的产物。”中国汽车流通协会常务理事贾

多品类布局

与培育自主品牌一样具有战略意义的还有新能源汽车业务的布局。

在传祺SUV各细分产品逐步入市之余,传祺GA3、GA6、GA8等轿车产品也陆续投放,但表现始终难敌SUV。贾新光指出,“相比于吉利汽车等自主品牌而言,传祺的产品格局明显单薄。”

广汽集团未必未曾意识到局限性所在。广汽乘用车总经理郁俊曾表示,未来传祺还将推出GM8、GM6和最新GS5。“在SUV之外,再培育出轿车、MPV等品类的拳头产品,

集团来说,自主品牌成为增长引擎是“大广汽”战略意志的部分体现。但面对SUV增速趋缓,传祺偏倚SUV,产品结构失衡也引起业内对于广汽集团成长性的担忧。而在新能源汽车的道路上,广汽集团也未能抢占先发优势。

新光指出。

记者梳理发现,以广汽乘用车为支撑的自主品牌传祺已由2012年的占据整车销量的8.24%稳步提升至2017年的25.42%。反观,作为销量担当的日系车贡献整车销量的比重由2012年的79.91%降至2017年的63.21%。具体到产品品类来看,SUV贡献整车的销量由2012年的18.31%攀升至2017年的56.72%。相比之下,主力产品轿车占据整车的销量由2012年的76.02%降至2017年的41.19%,录得乘用车板块降幅最大。

“SUV占比过半而主力轿车领跌,印证了广汽集团三系发展日趋协调。这与自主品牌传祺的壮大密

尽量做到行业前五乃至前三,这样才能提升整个集团的实力,具备对标国际车企的底气和实力。”上述券商分析师称,这既是实现广汽集团对传祺作为国际品牌规划的路径,也有利于提升广汽集团的成长性。

与培育自主品牌一样具有战略意义的还有新能源汽车业务的布局。新近与蔚来汽车结成战略合作伙伴关系的广汽集团,其新能源汽车产品已扩容至广汽传祺GA5

传祺
Trumpchi

以广汽乘用车为支撑的自主品牌传祺已由2012年占据整车销量的8.24%稳步提升至2017年的25.42%。

本报资料室/图

不可分。”深圳大型券商机构不愿具名汽车行业分析师表示,一方面,广汽传祺具备GS3+GS4+GS7+GS8全方位覆盖的SUV产品结构,另一方面,爆款车型GS4销量稳定,GS8终端价格坚挺。这使其在增速趋缓的SUV市场仍保有较强的主动权。

据悉,广汽乘用车2017年实现整车销量同比增长36.70%至50.86万辆。而数据显示,GS4、GS8在2017年分别实现销售33.73万辆、10.22万辆,贡献广汽乘用车同期销量的86.41%。作为广汽集团销量驱动的广汽传祺表现出显著的偏倚SUV的特征。

数位受访人士在接受本报记者采访之际均有提及,紧随SUV高增

长红利潮退的是格局分化,这是考验企业对产品、对市场、对渠道综合把控力的时刻。

“这对于技术流是‘收割’市场份额的契机;对于跟风者恰是洗牌出局的时刻。”上述券商分析师直言,广汽集团坐拥主打坚毅、硬朗风的JEEP家族越野风SUV,由轿车跨界而来的舒适路线SUV等各技术流派,而自主品牌传祺也映射了广汽集团利用合资技术反哺自主品牌的高超“消化能力”。“在SUV领域技术根基深厚又深谙吸收合资伙伴之长,且车型阵容强大、品类齐全。”贾新光直言,与其说广汽集团近年的快速壮大借助了SUV,不如说是二者互相成就。

“妖股”德邦：“大件快递”差异化战略清扫快递市场“盲点”

文/白小君

“德邦未来要做的,是打造和提供性价比更优的大件快递服务。”德邦物流股份有限公司(603056SH,以下简称“德邦”)董事长崔维星坚定地表示。

2018年1月16日,德邦终结了三年的漫漫上市路,成为国内率

快运“妖股”

“知道我为什么喜欢长跑吗,因为对我来说,长跑赢的机会最大。”上市前一天崔维星在答谢会上如是感慨的时候,其一手创建的德邦已经在零担物流业这条马拉松跑道上跑过了22年。

招股书显示,德邦于1996年成立,承包航空客货运业务起家,2001年开始公路快运业务,2013年打入快递领域。

在快递业,德邦股份属于后来者,规模和业务量不及其他同行,但其在零担物流业积攒的经验和口碑,已在市场占有不可替代的位置。

2015年,受当年股市巨大波动的影响,证监会宣布暂停IPO,德邦上市计划在业内众望所归中

差异化竞争

“激荡十年,水大鱼大”。在中国快递物流业这片“大水”中,同样以“直营模式”为主的顺丰无疑是德邦在扩大市场份额时面对的竞争对手中,最不可绕过的“大鱼”。

据了解,此前顺丰主要深耕快递,而德邦主要深耕快运领域。但是随着市场的不断变化,德邦、顺丰分别在2013年、2015年跨界进入对方所在领域。

面对不可避免的竞争,德邦选择的战术是“差异化”,即上市后,业务重点瞄向大件快递。并志在成为中国性价比更高的大件快递服务商,行业的领航者。

“大件快递是客户对德邦的认

先通过IPO审核机制上市的快递物流企业。

兴许是市场预期已久,德邦自上交所挂牌后,以“妖股”之势连续14个交易日涨停。截至2月5日,其每股报价已超过24元,市值也从上市首日的50亿元飙升近240亿元。

与其他快递上市公司相比,德

戛然而止。几乎同时,我国快递物流业迎来了上市潮,其他快递公司纷纷或借壳或海外曲线上市,而德邦坚持选择在境内主板IPO,为此付出了近三年时间。

2018年1月16日,德邦终于在上交所敲响钟声。按照德邦披露的信息,德邦股份总股本9.6亿股,上市流通股本1亿股,发行价4.84元/股。

从市场反应来看,大有“苦尽甘来之意”。上市当日,德邦开盘即涨停,价格上涨至6.97元,接下来以“妖股”之势连续14个交易日涨停。截至2月5日,其每股报价已超过24元,市值也从上市首日的50亿元飙升近240亿元,远高于上市前各路分析师和研究机构对德邦201亿元的估值。

识,也是德邦的看家本事,过去大家在网上买衣服,现在在网上买床垫,买凳子,买大米,买沙发,德邦要发挥特长,大件快递请找德邦。”崔维星表示。

据了解,德邦所称的大件快递是指其推出的拳头产品“3.60特惠件”,即3公斤到30公斤的重货。崔维星认为这一公斤段货物是现有快递公司的服务盲点。

智者取势而为。德邦的这一战术是取国家大势,取自身优势。

2018年1月8日,国家邮政部门领导在工作报告中明确指出,支持企业创新寄递服务,加快发展冷链、医药等高附加值业务,

邦的业务量和营业收入相对较小,但其在零担物流业22年的沉淀和以大件快递为业务重心的清晰的战略定位,使其有足够的底气“亮剑”。崔维星强调,德邦将以华为式的管理、企业文化向心力、创新力等三大优势,与同行形成差异化竞争。

“企业的竞争,硬件和基础服

对于市场超预期的反应,在业内分析人士看来,“这既是正常的价值回归,也是投资者们对德邦发展现状的肯定以及对未来看好的信心。”

值得关注的是,从财务基本面看,德邦近几年的业绩状况逐年攀升。数据显示,2015年、2016年德邦营业收入分别是129亿元、170亿元,净利润分别为3.37亿元、3.80亿元。

2018年1月29日,德邦股份发布业绩预告,预计2017年全年营业收入为200亿~205亿元,较上年同比增长约18%~21%;归属母公司净利润为5.5亿~6亿元,较上年同比增长约46%~60%。增幅继续攀升。

德邦表示,此次业绩预增主要是由于德邦业务规模取得较大增

拓展大包裹、快运、仓配一体、即时递送等新型服务。“大包裹”在行业发展的报告中罕见提及和肯定。

于德邦而言,成熟和完善的产品线以及标准化运作体系,经过多年的沉淀已经“稳着陆”,目前其主要产品总营收中,公路快运业务和快递业务营收占比超过八成。同时,德邦在运力方面也在不断加大投入,此次上市募集的资金也将主要用于直营网点建设、零担运输车辆购置、快递车辆与设备购置以及信息一体化平台建设等项目。

“德邦的优势在与同时拥有

务都会逐步趋同,品质、服务、客户体验才是最终的决胜点。”崔维星称,接下来,德邦将依托资本市场,进一步提升企业的管理水平、服务质量,扩大市场份额。

上市是德邦进入新阶段的起点,是德邦成为中国性价比更高的大件快递服务商、行业领航者的开始。

长,毛利率同比稳定且期间费用率的下降致使主营业务利润同比增加。其中,毛利率稳定原因主要在于资源规模的增长以及前期投入的资源效应发挥,规模效益凸显,盈利水平同比增长。同时,德邦通过集中采购等成本管控措施有效地控制了成本增长,致使盈利能力上升。

“稳定且良好的发展势头,再加上独到的投资眼光和正确的战略方向,这些利好因素叠加在一起,资本市场对德邦的认可也就在情理之中。”多位物流业观察人士如是认为。

崔维星称,德邦将会在此良好的基础上,借助资本市场,进一步提升企业的管理水平、服务质量,扩大市场份额。

零担物流和快递的业务积累,遍布全国、稳定性和执行力极强的直营网络,并在价格方面有明显优势。”崔维星称,“要发挥特长,做大件快递”,实际上就是把德邦在快运和零担领域深耕多年的业务积累,以快递的运营方式进行全方位升级,做大件快递市场的领航者。

北京邮电大学邮政发展研究中心主任赵国君认为,未来市场竞争更多是占领做强已有资源优势再拓展其他领域。从德邦起源来看,其优势领域目前在大件快件上,虽上市较晚,但由于市场空间的足够大,需求足够多样。



1月16日,德邦在上交所正式鸣锣上市。

决胜点:服务品质

崔维星在谈到未来的竞争格局时表示,企业的竞争,硬件和基础服务都会逐步趋同,品质、服务、客户体验才是最终的决胜点。很多人注意到,1月16日在上交所敲钟的人群中,有两位身穿德邦工作服的一线员工参与其中。

其中一位是在德邦工作了三年,期间零差评零投诉的快递员庞剑军。据了解,在庞剑军的收货生涯里,最常遇到的情况就是客户包装不合格。

“有一位发红酒的客户,酒瓶包装不合格,发货破损率高达40%。出于成本考虑,多次劝说后仍不同意重新包装。”庞剑军说,当着客户的面做了现场测试,当亲眼看到包装前后货物的破损差别时,客户最终重换了包装。“坚持可以极大地降低货物的破损率,维护客户的利益,这不仅是对自己工作负责,更是对客户负责。”在庞剑军看来,这就是坚持的意义。

“一线即服务,即责任,这也不难看出德邦对员工服务品质高要求。”在业内人士看来,正是因为千千万万个像庞剑军一样用心服务的快递小哥,才成就了德邦良好的口碑,客户拥有了良好的服务体验。

德邦的高品质客户体验还体现在更多第三方权威报告中。2017年6月,中国消费者协会发布了一份权威报告《快递服务体验式调查报告》,顺丰与德邦在综合排名中分列前两位。而11月南都指数发布的广州市快递行业服务满意度报告也显示,德邦各项指标高居前列。同时,根据国家邮政部门最新公布的2017年11月投诉数据显示,德邦与顺丰的表现最为抢眼,申诉率远远低于快递行业平均水平。

有业内人士曾表示:“但凡服务质量做得好的企业,只要进军快递,巨头们都不能忽视。”而崔维星一直坚守,“没有客户体验,就没有未来”。

另外,德邦在不断提高服务品质的同时,也一直走在“增效降本”的最前端。其充分发挥直营优势,以华为式的管理模式强化人才梯队及管理提升,持续对信息技术加大投入,齐头并进助力效率提升。

赵国君认为,物流快递领域需要点线面的无缝衔接与完美结合,核心聚焦在用户体验、成本和效率上。未来从市场上来看,能留下的是用户认可度高、网点建设全面、技术含量高、人员综合素质出众的公司。