

新政开闸 二手房有戏了吗?

■青岛财经日报/首页新闻记者 赵彭

8月底,相关监管部门发布认房不认贷、降低首套房贷政策、首套房20%首付等政策落地之后,北京、上海等一线二手房挂牌量再度激增。

据相关城市媒体人士介绍,从9月1日-9月4日有业主连夜挂牌。更有降价抛售和涨价不同的市场心态。

那么新政开闸之际,二手房市场是否有戏了呢?



市场多空情绪并存

据国家统计局发布全国70大中城市房价数据:今年上半年二手房已经在数据面上呈现出全线下跌的趋势。其中6月份一线城市比5月跌了0.7%,二三线跌了0.4%;另据CRIC克而瑞机构7月统计数据,全国17个重点城市二手房成交面积比6月下跌了14%。在量价齐跌的走势之下,二手房市场一度悲观情绪涌动。

然而,据上海媒体方面介绍,8月新政集中出台后,上海楼市迎来一波挂牌量的猛增。许多中介公司一夜之间增加了1000多套房源。此外,据北京媒体介绍,北京二手房市场也有挂牌、中介带看的激增的情况存在。同时,以上一线城市的二手房市场自新政后,在议价空间上,明显收窄。

此外,据已经掌握的消息,杭州等强二线城市的二手房市场也出现了挂牌、带看量增长的情况,略有不同的是,杭州出现了量涨价跌的下行市场行情。

诸葛数据研究中心数据显示,2023年9月2日、3日周末两日一线城市涨价房源量均超1800套,日

涨价房源量创新高。从具体城市来看,北京、上海涨价房源量增幅明显,日涨价房源量双双创新高;深圳、广州继8月30日政策先宣后,涨价房源量也出现了一定的上升迹象,但相对京沪而言走势趋稳。其中,北京2023年9月2日、3日涨价房源量分别为1048套、867套,日均涨价房源量较上一周同期翻一番;上海9月2日、3日涨价房源量分别为680套、582套,日均涨价房源量较上一周同期翻倍;广州、深圳涨价房源量呈现平稳走势,上周末日均涨价房源量分别为98套、189套。

诸葛数据研究中心高级分析师关荣雪表示:“信心回升是本轮一线城市‘认房不认贷’政策全面落地的显著特征,新政后涨价房源量明显增多。”

据悉,本轮新政尤其认房不认贷和退个税政策,对北上广深等一线城市影响较大。二手房市场行情由前8月看空情绪,向多、空并存转变。二线城市的反馈仍然较为迟滞和不均衡。

而分析市场需求可以看出,改善型刚需客户考虑出手较多,大部分刚改型客户都需要通过置换方式重新购买适合自己的理想住房。此外,有卖家

认为,这是一个难得的出手二手房的机会。也有部分卖家因为持有学区房等优质资源,计划通用过逆市涨价的方式,实现逃顶。

对此,CREIS中指研究院市场研究总监陈文静指出:“近期新政出台后,核心城市市场预期好转,尤其是卖一买一置换需求将得到释放,短期二手房挂牌量或进一步增加。在当前居民收入预期仍存在不确定性下,当前购房者整体较为理性,前期积压的需求快速释放下,价格逐渐企稳,二手房议价空间缩小。但随着二手房挂牌量上升,价格上涨动力并不强,短期二手房市场价格整体以稳为主。”

青岛市场状态稳定

“我们选择让子弹再飞一会,一方面看看有没有更合适的房源,一方面也看看房价是否会有下探空间。”在李沧区百通馨苑小区看房的侯先生和鞠女士在新政发布后与中介相约在李沧区看了几套房子。鞠女士表示:“新政出台后,我们有感于市场可能会快速复苏,所以就先出来看房子了。但是看

房过程中,又了解到,目前的新政其实对我们作用不是很大,而且我们首改,要处理到目前手中的老房子才能享受相关优惠政策。所以,暂时还想多等等,现在在存量这么大,总觉得后期还会有更重磅的政策。”

据9月5日贝壳找房网对外发布的在售二手房数据来看,青岛市目前房源较为集中的区域是:西海岸新区,在售二手房29341套;市北区,在售二手房18568套;城阳区,在售二手房15532套。

不难看出,虽然近期政策调整比较密集,但市场整体挂牌量、价格以及成交量并无明显变化,售房业主们较为冷静客观,鲜有上调价格情况。就目前的成交而言,能够顺利签约的二手房仍然是接近以往成交价、有自己优势的房源。

CREIS中指研究院数据显示,青岛市自3月份销售7517套以来,仅在5月份销售5569套,其余均在4200-4500套之间徘徊。8月至今未见成交过快上升。

值得注意的是,记者在采访中发现,业内普遍认为:“‘认房不认贷’主要对北上广深等一线城市的新房和二手房改善市场影响比较大,首套房最低20%以上首付,二套房最低30%以上首付。这两个政策对青岛的二手房市场影响相对较小,因为本身之前青岛这方面政策比较宽松。存量房利率下降是大家一直比较期盼的一个政策,这个政策的出台切切实实减轻了购房者的压力,对青岛的房地产市场注入了很大信心。”

CREIS中指研究院山东地产总经理袁彬彬指出:“三个政策短期主要是信心的一个传递作用。大家对房地产市场的预期会有所转变。随着预期的转变,大家看房会更加积极,带看量会增加,导致成交量会有一个比较小的上升,价格方面暂时不会有太大的变化,价格环比下跌会收窄或者稳定,上涨还是比较难的。”

袁彬彬表示:“中长期来看,市场还需要更多政策的出台来稳定信心和预期,不仅仅是房地产的政策,包括经济以及人口的相关政策。可以预见,接下来青岛会继续出台更多相关房地产政策,来促进整个市场平稳发展。”

严重“偏科”,沃隆终止上市

9月6日消息,据上海证券交易所官网显示,青岛沃隆食品股份有限公司的上市审核进程在近日被终止。

沃隆食品是具有行业代表性的以坚果相关为核心的休闲食品生产商,主要从事自有品牌休闲食品的研发、生产和销售,其成立之初即开创“每日坚果”品类迅速打开市场。

招股书显示,报告期内(2019年1月-2022年6月)公司混合坚果类产品收入分别占主营业务收入的92.14%、85.73%、75.74%和69.62%,虽然占比呈逐年下降趋势,但该类收入占比仍较高。

除了业务结构相对单一以外,记者注意到,在黑猫投诉平台上多位消费者反映每日坚果食品中出现异物、头发、发霉等情况。此外,公司在过去一年内净利润出现了大幅下滑,公司预计2022年扣非净利下跌三成左右。

预期净利大跌

根据招股书,公司的主要产品分为五大类,包括混合坚果、单品坚果、每日果干、烘焙食品、礼盒系列。其中除了烘焙食品和每日果干外,其他四大类皆为坚果类产品。

在实控人方面,沃隆食品的控股股东、实际控制人为杨国庆,他也是现任公司董事长兼总经理,其直接持有公司5557.5万股股份,占比74.1%,通过沃隆控股间接控制公司1125万股股份,占比15%,合计控制公司6682.5万股股份,占比89.1%,对公司的经营决策具有重大影响。在业绩方面,据沃隆食品此前提交的招股书显示,2019年至2021年,公司实现营业收入11.649亿元、8.894亿元和11.079亿元,实现净利润1.312亿元、8870.85万元和1.196亿元;2022年上半年,沃隆食品实现营收4.36亿元,同期的净利润为2684.53万元。

在招股书中,沃隆食品还预测了2022年全年的业绩情况,预计全年将实现营收11亿元至12亿元,较上年同期减少0.71%至增长8.31%;预计实现归属于母公司股东的净利润区间为0.90亿元至1.10亿元,较上年同期减少16.38%至80.2%,预计实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润区间为0.80亿元至0.85亿元,较上年同期减少31.92%至27.66%。

对此公司解释称,主要系一方面疫情等因素对公司线下渠道销售造成一定影响;另一方面,人民币相对美元贬值一定程度上增加了公司原材料采购成本,进而对公司毛利率产生负面影响。

值得注意的是,坚果食品赛道内参与者众多,营销“内卷”严重,每日坚果自然也无法避免。

据招股书,沃隆食品报告期内的销售费用分别为1.90亿元、1.79亿元、2.16亿元和1.9990.71万元。三年多时间内,砸在营销上的费用就近6亿元。

其中,电商平台费用分别为5354.40万元、6517.19万元、7572.05万元及4394.76万元;宣传推广费用分别为8329.56万元、8190.90万元、9648.18万元和3370.23万元。

而在研发费用层面,沃隆食品则远低于行业平均水平。报告期内,公司研发费用分别为3763万元、157.61万元、188.45万元,研发费用占当期营业收入的比例分别为0.03%、0.18%、0.17%。

从市占率情况来看,沃隆食品的平均市场份额在行业中排名第二,但在2019年-2021年其市占率逐年递减。2019年-2020年市占率下降了5.4%,同时,2020年三只松鼠代替沃隆食品成为行业市占率排名第一的公司。

曾遭多项处罚

记者注意到,在经营现金流方面,公司也出现了较大波动。

报告期内,沃隆食品经营活动产生的现金流量净额分别为17400.31万元、-1303.27万元、20542.94万元,2020年度,公司经营活动现金流量为负数,主要原因为年末备货式生产及提前储备部分处于价格低位的原材料,导致当期支出现金较大所致。

应收账款方面,报告期各期末,沃隆食品应收账款余额分别为2120.59万元、3923.26万元、29200.00万元,占营业收入的比例分别为1.82%、4.41%、26.4%。

值得注意的是,2020年,公司应收账款余额同比增加8501%,公司解释为2019年主要通过经销商与京东自营、天猫超市、沃尔玛等客户开展业务,公司对经销商主要采用先款后货模式,因此应收账款余额较少。

此外,沃隆食品报告期内涉及3起违法违规行,其中最严重的处罚是,2021年因违反广告法,被分别处以36万元和30万元罚款。主要案由为公司2021年因违反广告法行为,被青岛市市场监督管理局出具了青市监处(2021)03023号、青市监处罚(2021)03111号处罚决定书,对公司分别处以36万元和30万元罚款。

报告期内,沃隆食品存在少量员工缴纳社保及住房公积金的情况。截至报告期内各期末,沃隆食品的职工人数分别为981人、718人和735人,其中社保缴纳人数分别为325人、539人和653人,实缴人数分别占应缴人数的33.13%、75.07%和88.84%。在住房公积金方面,沃隆食品的缴纳比例更低,报告期内缴纳人数分别为295人、528人和633人,实缴人数分别占应缴人数的30.07%、73.54%和86.12%。

沃隆食品表示,报告期内,公司存在未为部分员工承担社会保障费用和住房公积金费用的情形,主要原因系:退休返聘员工无需缴纳;新员工入职尚未办理完成缴纳手续;已在其他单位缴纳而无法重复缴纳;个人已自行缴纳而无法重复缴纳;部分员工自愿放弃缴纳。

此外,公司2022年上半年的经销商数量也出现了一定收缩。

2019年末、2020年末、2021年末和2022年上半年末,该公司的经销商数量分别是718家、750家、775家和659家。2022年上半年,沃隆食品新增的经销商数量是71家,同期减少的经销商数量是187家。

沃隆食品解释称,2022年上半年,公司逐步加强了销售网络的优化,停止与部分业务规模较小或经营不善的经销商合作,导致本期退出经销商数量多于新增数量,但本期退出经销商上期主营收入贡献占比为2.58%,对公司经销收入的整体影响相对较低。

供稿:《21世纪经济报道》

跨境电商半年考:大环境回暖,企业转型初见成效

近日,跨境电商上市公司半年报已披露完毕。随着行业生态逐步修复,亚马逊“封号潮”影响逐渐消退,海运周期降低、价格由高点逐步回落,跨境电商行业逐渐回暖,头部卖家利润情况好转。但与此同时,海外通胀仍处高位,消费下行趋势仍存,各企业仍面临挑战。

记者梳理了安克创新、华凯易佰、华鼎股份、吉宏股份、星徽股份、ST有棵树、赛维时代、致欧科技、子不语9家跨境电商出口头部卖家半年报业绩,其中,6家企业实现营收增长,6家企业实现净利增长,安克创新、华凯易佰等4家企业实现了营收利润双增长。

利润情况好转

2022年以来,海运价格从高点逐步回落,反映市场供求关系紧张态势得以改善,同时海运成本的回落及海运周期的降低意味着企业可以获得更具竞争力的运输价格及大幅降低单批次采购备货,提升库存周转效率,产品的价格竞争力得以提升的同时,整体运营成本和运营风险都大幅降低。

客观因素之外,各企业也在2022年后做了更多精细化布局和转型,2023年也是初见成效的一年,多家跨境电商卖家实现营收利润双增长。

安克创新作为消费电子出海龙头,业绩表现依旧亮眼。财报显示,报告期内,安克创新实现营业收入70.66亿元,同比增长2001%;实现归属于上市公司股东的净利润8.2亿元,同比增长42.33%,扣非归母净利润为5.45亿元,同比增长77.8%。

其中,该公司上半年毛利率为43.18%,同比增长3.81%,主要受汇率提升、运费下降及品牌供应链渠道优化,2022Q2实现毛利率44.67%,同比增长4.15%,达近两年最高水平。

华凯易佰也实现了较大增长。财报显示,该公司上半年实现营业收入29.92亿元,同比增长52.10%;实现归属于母公司所有者净利润2.08亿元,同比增长149.66%。

报告期内,子公司易佰网络营业收入大幅度增长。易佰网络实现营业收入29.81亿元,同比增长52.11%;实现净利润2.43亿元,同比增长116.96%。

易佰网络利润增速显著高于收入增速,主要系公司在汇率向好和国际运费下降等成本端因素持续优化下,公司通过易佰云信息化系统的精细化运作,有效实现降本增效,经营业绩持续向好。

与此同时,在此前受到亚马逊封号、Paypal账号冻结等影响的跨境电商企业,业绩在2023年逐步恢复,利润情况有所好转。

华鼎股份财报显示,上半年实现营收40.41亿元,同比增长17.72%;归属于上市公司股东的净利润9043.43万元,同比下降80.51%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润8127.21万元,同比增长145.57%,扭亏为盈,主要原因为跨境电商业务板块实现盈利。

上半年,该公司跨境电商业务板块实现营收16.76亿元,同比减少0.18%;利润总额454.58万元,同比增长102.35%;净利润350.78万元,同比增长101.80%。

星徽股份财报显示,报告期内共实现营业收入84,907.44万元,同比下降32.38%,实现归属于上市公司股东的净亏损2061.82万元,同比下降88.86%,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利

润1868.90万元,同比增长227.20%。公司销售规模同比下降,但主营业务盈利能力同比增强,归属于上市公司股东的净利润下降主要为公司因诉讼计提较大金额的预计负债所致。

精细化布局

经历海外阶段性因素缓解后的线上消费高峰回落、亚马逊“封号潮”及亚马逊提价等因素影响,行业整体面临严峻的库存清理及竞争态势的变动,部分行业参与者大幅收缩规模或彻底退出市场,行业卖家的核心竞争力决定了其抵御风险的能力和复苏的速度。

在这个过程中,数字化与智能化的渗透加速,跨境电商企业更加注重借助信息系统、人工智能等实现精细化转型。

赛维时代在财报中表示,公司十分注重底层IT平台的搭建和大数据技术的应用,数字化在产品研发环节、采购环节、生产环节、物流环节等多环节进行赋能。

致欧科技也表示,供应链端计划交付业务流程的改造及全链路信息系统的搭建升级,使得存货周转回归正常水平,节约仓储费用。

华凯易佰财报显示,截至2023年6月30日,子公司易佰网络专门从事系统设计开发和数据算法研究的技术研发团队共268人,占公司总人数的10.30%。在汇率向好和国际运费下降等成本端因素持续优化的背景下,公司通过易佰云信息化系统的精细化运作,有效实现降本增效。

另一方面,随着大模型热度飞升,新一轮的人工智能已延伸至各行业,跨境电商是新一轮AI技术“落地”的重点赛道。

“在AI新赛道,相关企业应尽早布局,抓住并利用好先进的智能工具,提高企业在新时代的竞争力。”网经社电子商务研究中心B2B与跨境电商部高级分析师张周平表示。

例如,吉宏股份将报告期内跨境电商业务的增长归因于AI的赋能。财报显示,公司借助AI、ChatGPT等创新前沿技术融合跨境电商应用场景,持续优化跨境电商业务环节中包括智能选品、智能设计与素材生成、智能广告投放、智能翻译、智能客服等社交电商全链路系统及智能化功能,实现了降本增效。

智能化精细化布局可助力品牌高效孵化。打出差异化、强化品牌力是出海企业下一步的重点。安克创新是少数打出品牌力的出海企业之一。报告期内,其自有平台中公六大独立站合计实现收入4.56亿元,同比增长112.59%。公司研发投入达5.99亿元,同比增长33.69%,研发投入占营业收入总投入比例为8.48%。

赛维时代早期深耕品牌,回报也逐渐显现。赛维时代表示,2023年上半年毛利提升明显原因主要来自于服饰配饰品类的长期深耕,底层能力在服饰细分品类中高度复用赋能品牌孵化和发展,运营效率和品牌溢价能力提升,推动2023年上半年服饰配饰品类毛利空间扩大,服饰配饰品类毛利率比上年同期提升3.45%。

“在竞争越激烈的环境下,建立强大的品牌是取得长期成功的关键。”张周平表示,“在品牌方面发力,有助于企业构建起核心竞争力。”

供稿:《21世纪经济报道》