

3公司向股东送黑芝麻乳等产品引发争议 送礼与分红是两回事

3公司向股东送礼

南方食品(000716)率先发起这次送礼活动,4月8日发布公告,11日发布了更新公告,称公司近期开发了黑芝麻乳新产品,并开始向市场推广销售,为扩大新产品的宣传和影响,同时为了感谢公司的股东对公司的关心和支持,董事会同意公司在股东中开展新产品品尝活动,即以免费方式赠送黑芝麻乳产品给公司股东品尝。4月11日收市后登记在册的股东,每持有1000股赠发一礼盒装(12罐)黑芝麻乳品尝产品,持股量超过1000股的,则按每1000股一礼盒折算赠发,持股1000股以下的股东(无论持股数量多少)均按每一股东发放简易包装(6罐装)黑芝麻乳新产品一份。

4月12日,量子高科(300149)也发布了送礼公告,向持有1000股股东赠送一份礼盒装(12杯装)龟苓膏产品。

本周二,人福医药(600079)也加入向股东送礼行列中,持有1000股公司股份的股东,可以选择3种公司产品之一进行申领,其中包括杰士邦安全套(两盒,6片/盒),另外是治疗感冒的祖卡木颗粒(两盒,9袋/盒)和“爱卫”艾滋病快速自检试剂(一盒,1袋/盒)。不过,有所不同的是,有意愿申领礼品的人福医药股东,需要向公司申请才能领到礼品。

属于实物分红?

此举一出现,市场上就出现各种声音,其中“吐槽”的较多,认为公司是实物分红。有评论认为,上市公司重融资、轻回报、多集资、少分红一直以来都是资本市场的顽

疾,十几年不分红的铁公鸡公司比比皆是。上市公司赚了钱回报给投资者本是理所应当,那些铁公鸡该考虑拿出点真金白银,而不是仅仅用黑芝麻乳和龟苓膏等来打发投资者。

但是,这显然是个误区,这几家公司的行为都不属于分红范畴,所谓实物分红是不成立的。分红是用公司税后利润向股东分配,所谓实物分红是指用实物抵扣公司的分红款。而这几家公司送礼涉及的资金都没有动用税后利润,属于公司的营销费用,进入公司的成本。事实上,这几家都有现金分红,如量子高科今年分红预案为10派0.5元(含税),人福医药10派1元(含税),南方食品因为前几年业绩都比较差,一直没有分红,2012年年报还没有公布,目前不清楚是否有现金分红方案。

这种营销并非第一次

这几家公司向股东送礼,完全属于市场营销,属于做广告,是为了推广公司的产品。很多公司都搞过免费品尝,为何上市公司让股东免费品尝就有问题?

其实,上市公司搞股东优惠并不新鲜,

国内也不是第一回。2000年,海南航空就搞过一个“海航股东游海航”活动,购买了海航股票2000股以上的股东,即可购买由海航提供的往返程优惠机票,并免费参观海航,免费享受在三亚等地三四天的旅游活动。巴菲特的伯克希尔·哈撒韦公司,每年的股东大会会有上万人参加,巴菲特就将公司旗下各种产品在会场摆摊,以优惠价格卖给股东。对股东促销公司的产品,往往效果更好些,因为一般来说股东对公司产品会有些感情,更可能成为潜在的购买者。

因此,这几家公司的这种营销行为无可厚非,评价这事的标准关键看有没有损害股东的利益,而这几家公司,股东分红照样拿,再额外拿到公司的礼品,股东利益没有收到损害。当然,最后结果好不好还是要看公司产品销售额是不是得到提高,管理层不能把心思全部花在这种另类措施上,更不要心血来潮。这次人福医药送杰士邦一事,就是人福医药董事长王学海此前在微博上的一个玩笑话变成真事,暴露出公司在营销方面缺少规划,较为随意,而且,送安全套这种产品既无必要也实在没有意思。

本报记者 连建明

本刊特约分析师荐股

长安汽车(000625):自主品牌业务转型升级见效以及2013年预期业绩爆发增长,且具持续性,支持股价近期逆势走出新高,股价技术形态维持良好且有基本面支持,可关注。

广发证券 封晨

中国平安(601318):保险行业龙头企业,2012年实现净利润200亿元,同比增长2.95%,每股收益2.53元,动态市盈率约16倍。今年一季度公司经营有望持续增长,基本面在同行业中较为优秀,也是机构投资者金融资产中必配的品种。从近期股价表现看,经过持续调整后已形成圆弧底,开始温和回升走强,值得中长线关注。

保利地产(600048):房地产行业龙头之一。2012年实现净利润84.38亿元,同比增长29.2%,每股收益1.18元,动态市盈率仅10倍出头。随着房地产业持续回暖,公司一季度实现销售净额超过300亿元,同比递增超过100%,未来城镇化仍有较大潜力。从股价表现看,已经形成新一轮上升通道,成交量活跃,值得投资者关注。

申银万国 钱启敏

鲁泰A(000726):公司主要从事衬衫用色织、匹染面料及衬衫的生产、销售,衬衫面料的销售占公司销售总额的70%左右。在新产品推广方面,公司加大了产品前端设计环节的研发力度,在意大利设立了专门的色织面料设计室,以保持公司的领先地位。公司作为高端色织布行业龙头,随着外需回暖、棉价稳涨及内外棉价差收窄,公司毛利率将继续改善,同时产能外延将新增盈利点,该股估值优势显著,可适当留意。

贝因美(002570):公司紧紧围绕着公司发展战略及规划,继续巩固婴幼儿配方奶粉业务领先地位,大力拓展其他婴幼儿营养辅食业务,确保了公司业绩的平稳增长,2012年公司实现销售收入54亿元,同比增长13%,归属母公司净利润5.1亿元,同比增长17%,每股收益1.2元。婴童食品仍是主要的营收业务。公司下一步将巩固提升奶粉市场份额,大力提高米粉、辅食业务份额,公司业务发展良好,目前运行在上行通道,可适当跟踪。

中信浙江 钱向劲

本版观点仅供参考

永乐总经理吴波谈今年“五一”家电市场三大热点

永乐五一购物狂欢节今日全面启动

【从历年销售数据分析,每年的“五一”黄金周已经成为消费者上半年最大的采购节日,而上海等城市工薪一族在3天“五一”假期期间往往选择出游计划,容易错失节日期间最大的促销活动,为此,永乐总经理吴波日前正式宣布,此次永乐五一购物狂欢节将在19日正式启动,价格优惠幅度将创历史新高,全面满足市民各方面购物需求。据吴总透露,本次五一促销大战将呈现三大热点。】

热点一:大尺寸、大容量家电唱主角

随着现代家庭对于生活品质要求的逐步提高,顺理成章催生了大屏幕彩电、大容量冰箱市场需求的暴涨。据永乐近期销售数据显示,50寸以上的大尺寸彩电销量已经占据彩电总销量的60%以上;对开门、多门冰箱也成为了近期家庭装修消费的新宠。

据永乐吴总透露,在永乐4月19日启动的五一促销期间,一款50寸3DLED彩电将首次降至3999元,一款55寸窄边3DLED仅售5590元!同时,永乐彩电品类将推出“买大送小”活动,活动期间购买55英寸以上3D液晶彩电可获赠32英寸液晶电视一台。购任意3D液晶彩电加送3D眼镜一副,购夏普大屏3D电视,专享各大好

礼。而对于大容量冰箱,在本次活动期间,一款500立升以上国产对开门冰箱跌破4000元!一款300立升以上多门冰箱跌破2800元!同时永乐还大手笔推出“买冰箱送洗衣机”活动,即购合资多门或双开门冰箱送指定滚筒洗衣机,购国产多门或双开门冰箱送指定波轮洗衣机。

本次活动期间,合资品牌主流正1.5P空调仅售2880元。更有“买空调送空调”活动,购国产品牌一台柜机加一台挂机送TCL正1.5匹冷暖挂机空调一台;购合资品牌一台柜机加两台挂机送TCL正1.5匹冷暖挂机空调一台。

热点二:节日出游促3C产品降价

随着五一假期临近,上海市民的出游计划早已提上日程,数

码相机、DV、手机等3C数码商品即将迎来新一轮销售高峰。永乐吴总表示,考虑到“五一”旺季的销售,永乐在前期的备货中特意放大了3C产品的采购占比,采购金额同比去年上升了150%,同时,在五一期间还将投入多达20万台特价机型,包括手机、数码、电脑等3C商品,其中新品占到58%,主流热卖商品更是占到70%以上。

4月19日-4月21日,凭永乐电脑10元预约券购电脑可抵200元!购电脑单件满1000元以上赠100积分!活动期间购苹果笔记本最高降3000元!购数码样机4折起,单反直降200-1000元!购手机单件满1500元以上即可获赠50-500积分!

热点三:家电套购仍是主力军

虽然春季和五一假期历来是新婚新居人群购买成套家电的良机,但是家电套购市场需求对于品牌全线全品出样、良好的新品上市频率、过硬的商品质量等因素都具有较高要求。永乐吴总表示,作为家电连锁卖场的龙头代表,永乐的销售结构不同于单一



家电品牌,具有先天的多品牌、多品种、多选择优势,为消费者提供了一站式套购家电平台。从永乐近期的销售数据分析,家电套餐购买再次成为重头戏,其中,购买家电套餐的市民成交金额对比3月有所提升,成交金额在3万元-5万元之间的套餐用户对比3月增长了50%以上,在2-3万元的成交金额占据多数。

本次活动中推出的“套购满6666元送1000积分”活动真是瞄准了套购人群。活动期间,至永乐全市各大门店,购买彩电、冰

箱、洗衣机、空调、厨卫、小家电其中任选3种不同品类正价商品,单件满2000元(小家电满1500元),总额满6666元送1000积分。同时,购买彩电、冰箱、洗衣机、空调、厨卫、小家电其中任选2种不同品类商品,单件满1000元,总额满8999元送300积分;总额满12999元送500积分;总额满22999元送1000积分;总额满32999元送1500积分。1积分=1元,全场100%抵用。消费者可选择符合自己需求的套餐方案,省下大笔购机开销。