

■ 特别报道

犹抱琵琶半遮面 A股公司“沾边苹果”身份欲说还休

□本报记者 谢卫国 马庆圆

这是一只不凡的“苹果”，它的一举一动，牵动着一系列股票的市场走势。2012年1月13日，苹果公司首次向外界公布其供应商名单，A股投资者寄望借此机会看清国内相关公司的真实情况。然而时至4月，A股公司年报披露渐近尾声，各上市公司家底悉数见光，只有比亚迪 002594)和安洁科技 002635)亮明自身是苹果供应商的身份，其他“传言”取得供应商资格的公司，对“苹果”鲜有提及。

尽管公告中没有直接的表述，但在机构调研过程中，很多公司有意无意地暴露出苹果是其下游客户。”业内人士表示，从信息披露规定来看，上市公司无需强制表明其直接或间接苹果供应商的身份，但通过机构研报等“隐晦”方式来传递这一信息，反而令投资者雾里看花。

苹果新品再来袭

虽说各花入各眼，但苹果的每一次新品上市都能引发追捧。当前，新一代ipad3已在全球多地上市，市场人士预计最早本月底将在中国内地开售；对于iPhone5，关于其正在准备生产，并将在10月前后上市的传言甚嚣尘上；苹果通过iTV进军智能电视市场也是业内热议的焦点。

对投资者而言，苹果每一次新产品发布所引发的消费狂热，都对应着一次供应链企业投资价值为重估。苹果的社会责任报告中透出的有关供应商信息的蛛丝马迹，都会成为投资者关注的焦点。

2012年1月13日，苹果公司首次向外界公布其供应商名单，逐渐揭开苹果背后产业链的神秘面纱。这份名单包括156家公司，涵盖其材料、生产、代工等领域97%采购额。

从供应商体系的区域分布来看，苹果的IC（集成电路）/分立器件供应商主要集中在美国，部分分布在欧洲，少数在韩国、日本等亚洲国家和地区，存储器、硬盘/光驱供应商较集中；被动器件的高端领域被日本厂商垄断，中国台湾厂商主要提供片式器件等相对标准化、成熟化的产品；PCB（印制电路板）供应商主要集中在中国台湾、日本；连接器、结构件、功能件厂商主要是欧美、日本、中国台湾；显示器件主要由日本、韩国、中国台湾厂商提供；ODM/OEM则主要由台湾厂商承担。

正泰电器
一季度净利润
同比增15.91%

□本报记者 高晓娟

正泰电器 601877)24日公布2012年一季度报，报告期内，公司实现营业收入178,529.97万元，同比增长8.54%；归属于上市公司股东的净利润19,640.62万元，同比增长15.91%，实现基本每股收益0.20元。

公司IPO募投项目诺雅克电器生产基地在两年多时间里已投入使用，启动市场销售，并在行业内逐步奠定高端市场的定位。

公司抓住国内“两网”改造与配套国产化提升的契机，积极开拓市场，在电力、新能源等重点行业取得突破。

行业分析师认为，我国低压电器正处于快速发展时期，再加上需求性结构调整、智能电网建设、农网改造升级等因素影响，低压电器行业的未来发展空间广阔，预计到2012年末市场容量将在700亿元以上。

值得一提的是，多家国内企业现身这份名单当中。从生产镁铝合金压铸等产品的昆山长运，到提供绝缘材料模切、有机玻璃面板印刷等产品的安洁科技；从供应盖板玻璃的蓝思科技，到在港上市总部在内地的电声组件供应商瑞声科技，再到供应电池模组的天津力神。提供ODM/OEM代工服务的比亚迪，亦进入这份名单。从所处的供应链环节来看，国内企业开始在某些具有一定技术含量的环节上占得一席之地。

概念股眉目渐清晰

A股上市公司中，安洁科技、比亚迪因为现身苹果供应商名单而曝光身份。但出于种种原因，很多向苹果直接或间接提供产品的公司，在进行信息披露时则对自己是“苹果供应商”向来避谈。投资者只能透过苹果供应商名单，梳理部分公司上下游客户关系，再对照A股上市公司的前五大客户，寻找“隐形”的苹果供应商线索。

此次，苹果供应商名单中，总部位于香港的电芯提供商ATL（新能源科技有限公司），电池模组供应商顺达、新普、触摸屏供应商胜华，连接器、线束供应商正茂，ODM/OEM代工厂鸿海、英业达，以及索尼、三星等企业均有露脸。

其中，作为全球最大的锂离子电池生产商之一，ATL是唯一一家“上榜”电芯供应商名单的企业，其在东莞和宁德设有分公司。内地多家锂电池企业与这家公司有着业务联系。

德赛电池 000049)2011年报显示，2011年全年公司实现营业收入为22.46亿元，同比增长70.69%。公司前五大客户中，ATL子公司东莞新能源的业务在公司营业收入中占比42.43%，天津三星视界占比19.78%，索尼（无锡）占比15.33%，三者业务合计17.36亿元，占到公司总营收的77.54%。

此前，有券商报告称，德赛电池与ATL的合作，主要是生产i-Phone手机电池模组。与天津三星视界和索尼（无锡）的合作，均是给对方提供BMS（电池管理系统），间接用于iPhone手机电池。

同样，透过与台湾正茂的业务关系，立讯精密 002475)的苹果供应商身份也隐约可见。

立讯精密主要生产经营连接线、连接器等产品。2011年公司实现营收25.56亿元，比上年同期增长152.89%。公司前五大户中，对FOXCONN GROUP（富

士康）、正茂集团和深圳富泰华工业的销售收入合计占到公司总营收的37.63%。其中，FOXCONN GROUP与深圳富泰华工业均为苹果供应商台湾鸿海旗下企业，而正茂则是苹果的连接器、线束供应商。

“苹果效应”需两看

对于一些成长型公司来说，进入苹果供应链很大程度上意味着阶段性的高成长。但是，对一些供应商来说，苹果可能将之捧上天，也可能让它们摔得很惨。

自去年11月上市的安洁科技为例，2011年公司实现营收4.74亿元，同比增长69.34%；净利润9009万元，同比增长62.34%。公司前五大客户均为苹果供应链企业，分别是富泰华（深圳）、鸿富锦精密、苏州顺达、新普、英源达（也译成“奕业达”、“奕华达”），对五大客户的销售占比达75.73%，苹果的“供应商效应”在公司业绩上显露无遗。

来自中金公司的调研报告称，歌尔声学 002241)也已经取得苹果供应商资格。从公司2011年报来看，全年实现营收40.77亿元，同比增长54.16%；实现净利润5.28亿元，同比增长91%。日前公

■ 记者观察

□本报记者 谢卫国 马庆圆

一边是研究报告将某些公司的苹果供应商身份、提供的产品以及相关业务占比，说得绘声绘色，掷地有声；另一边是相关上市公司在公开信息披露中，对“苹果供应商”只字不提，令普通投资者无法从公开信息中获得准确信息。

透过苹果公布的156家供应商名单，结合2011年报披露的情况并参考相关研究报告，我们对当前A股上市公司中一些“隐形”苹果概念进行了推理和求证。撇开研究报告数据准确与否则不说，仅就他们提及的相关上市公司是否进入苹果供应链来看，券商说法基本靠谱。而这样的结果也证实，部分机构投资者及其研究报告的消费者算得上是“内幕”知情人和受益人。相较之下，由于处于“信息场”的边缘，绝大多数普通投资者不得不承受这种“信息不对称”或者说信息弱势，所带来的决策上的时滞风险。

对于出现这种信息不对称现

司还公布了2012年一季度报，当期公司实现营收9.8亿元，实现净利润1.15亿元，同比增长94%。

中金公司表示，一季度是电子行业底部，多数电子公司都出现业绩下滑，歌尔声学却呈现高成长，其中，苹果ipad产品是贡献最大的因素。

不过，就目前来说，苹果的市场影响力仍然巨大，产品未发先热的势头依旧未减，但是，各方对其未来市场前景看法并不一致。而就供应商来说，苹果“压榨”利润也使得它们的供应商身份“光环”失色不少。

对于我们公司来说，苹果供应商的含金量已经今不如昔，产品利润率情况并不乐观。”某长期供货苹果的上市公司董秘表示，随着产业的成熟和竞争的加剧，苹果对上游供应商的利润挤压情况越来越显著，公司产品的毛利率水平已经大不如前。过去是高端产品对应着高毛利率，而现在我们销售给苹果的产品还不如销给国内厂家的毛利高。”

公开披露很必要

由于A股上市公司在相关问题上的披露并不积极，投资者要甄别它们的苹果供应商身份，以

并最终导致有失公允的投资氛围，与上市公司进行选择性地露密切相关。

一位上市公司董事长曾这样向记者表述，“苹果概念”对市场的影响力很大，对于一些在股价方面有诉求的人来说是个“好东西”。对于券商研究员来说，能够拿到这样的信息，直接决定了研究报告的含金量；对于上市公司来说，身边围绕这么一批市场影响力巨大的明星研究员，无论是在维护公司股价方面，还是配合公司经营上都是大有裨益。出于种种考虑，有些公司在接受机构调研时，会主动或被动地向现场调研人员透露公司与苹果的有关商业情况。

选择性披露行为是造成投资者信息不对称的重要原因，而苹果的施压亦对上市公司在供应商身份披露上的集体“失语”有较大影响。调查发现，苹果要求所有供应商与其签订保密协议，对相关产品的外观、型号、技术指标、订单数量等保密；苹果甚至对供应商身份的披露程序也提出了严格要求，

及这一身份对公司价值的贡献程度，相对来说非常困难。当前，A股“苹果概念股”大多是靠机构调研和研究报告的形式“发掘”出来。

能够打入苹果供应链，一定程度上是对公司综合能力的认可，所以调研过程中很多公司会或多或少提及相关信息。”一位不愿具名的资深行业研究员表示，很多企业高管在机构调研会甚至股东大会上，都对自身的苹果供货商身份毫不避讳，这也是相关研报敢于涉及该问题的主要原因。但是在公开披露的资料中，却很少能见到与“苹果”有关的表述，这在一定程度上造成机构投资者和普通中小投资者的信息不对称。

“为避免引起二级市场波动，涉及苹果的信息披露事项公司都会比较审慎，而且监管部门并没有明确要求公司详细披露。”某上市公司董秘介绍，出于对供应商体系的管理需求，苹果公司一般也不希望相关公司披露其供应商身份。“我们经常接到投资者对公司向苹果供货的询问，这一定程度反而增加了公司的‘神秘感’。”他认为，苹果主动公布供应商名单应该成为A股公司公告其相关信息的契机。

即在苹果没有公开这些供应商名字之前，相关公司不得对外公开这一信息。

站在企业经营的角度，有关方面保守适当的商业秘密无可非议；但是，在不涉及核心机密的情况下，作为上市公司的中小股东理应获知企业的下游信息，企业真实、准确、完整、及时的信息披露关系到全体投资者的利益。任何商业“禁忌”都不应该成为让投资者承受“信息不对称”之痛的理由。

而且，进入苹果供应链并不意味着傍上了“失款”，苹果供应商身份已不是一项金色“光环”，苹果公司通过高毛利促进下游产能提升，然后进行压价的现象已不鲜见。现实中，很多公司因为“苹果效应”，短期内业绩增长；但背靠大树并不好乘凉，A股公司已经出现因为竞争加剧，造成企业向苹果供货减少、毛利降低，进而业绩暴跌的案例。在这样的背景下，与其对自身的供应商身份遮遮掩掩，不如靠提升产品竞争力、切实维护投资者利益来得实在些。

胜思网络加拿大IPO破冰

例，公司在广告方面的收入每年都在3000万元以上，这些业务今后都会注入到上市公司。”李宗欣表示。

中欧国际工商学院金融学教授黄明指出，目前，纳斯达克对中国游戏股的认识依然固化在8—10倍左右的市盈率，而且也面临较大的信任危机和做空威胁，每年还要缴纳不菲的服务费。因此，很多互联网型、轻资产化的中国企业正寻找美国以外的资本市场上市，其中包括国内的A股市场。

今年1月以来，已有6家网游公司确认上市计划，其中偏重端游的腾讯世纪、苏州蜗牛，偏重手游的昆仑万维和偏重手游的掌趣科技等4家公司瞄准国内A股市场，拟登陆深圳创业板。而第一视频集团旗下的手机游戏厂商中国手游集团则可能赴港IPO。

看好网络游戏产业

分析人士指出，目前，国内网游公司抓起的上新市潮在规模和质量上难以和上一轮热潮同日而语，但该行业展现的成熟商业模式则值得其他互联网细分领域学习。算上之前上市的盛大、搜狐、腾讯、网易、第九城市、转型后的空中网以及2010年上市的中青宝，目前，以网络游戏

业内人士表示 应多元化发展铁矿石交易

□本报记者 李晓辉

4月20日，必和必拓正式加入中国铁矿石现货交易平台，至此“三大矿企”以及FMC等矿商悉数加入，80%的中国钢铁企业也加入该平台。按照原定计划，该平台5月8日将正式上线运行。业内人士表示，铁矿石现货交易平台的建立，有利于探讨价格机制形成，应多元化发展铁矿石交易。

“三大矿”分别加入铁矿石现货交易平台，有利于价格机制形成探讨。”中钢协常务副秘书长李新创的上述评述，表达了较为平衡的看法。“不能期望三大矿加入平台短期矿价就能跌。我们需要主动促进建立合理的铁矿石价格机制，现货交易平台路还很长。”他表示。

彭博咨询钢铁研究部主管Kenneth Hoffman在接受中国证券报记者采访时则表示，该平台为增进铁矿石交易透明度而建立，对稳定价格具有积极作用，但能否成功取决于平台运作的交易量，如果交易量太小，就失去价格参考的意义。

此外，铁矿石现货交易平台建立，对稳定价格具有积极作用，但能否成功取决于平台运作的交易量，如果交易量太小，就失去价格参考的意义。

中钢协一位不愿具名的负责人对中国证券报记者表示，铁矿石进口秩序整顿是比较头疼的问题。

钢贸“博差价”模式难以为继

□本报记者 李晓辉

“钢材价格波动区间缩小，博取价差的钢材贸易模式难以为继。”“钢之家”网站总经理吴文章日前在第八届钢铁产业发展战略会议上表示。

据“钢之家”数据统计，以螺纹钢品种为例，2007—2008年，螺纹钢价格振幅分别高达45%—49.6%。截至4月，今年的振幅只有6.1%。冷、热轧等品种存在同样的趋势。而价格波动是中间流通环节的钢贸商赖以生存的土壤。

西本新干线电子商务有限公司副总经理盛志诚认为，目前钢贸企业、生产企业同业竞争日

趋恶化，生存空间受到挤压，参与竞争的门槛也在不断提升，传统盈利模式已经失灵。

“钢材贸易商是10万还是30万家这并不重要。中国经济发展模式开始转变，整个钢铁行业发展模式也必须改变，传统模式很难赚钱，重要的是各家应该寻找自己的模式”。一位大型国有钢贸企业负责人对中国证券报记者表示。

对于未来的出路，盛志诚建议，不同规模的贸易商首先要从上游资源掌控能力、下游渠道拓展能力，然后再选择坚守或退出。对于大型贸易商，要运用自身资金、品牌优势搭建平台，实现跨区域平台资源联动。

118亿美元收购辉瑞营养品业务 雀巢“收编”惠氏奶粉

□本报记者 王锦

全球最大食品公司雀巢4月23日宣布，作为提升公司在全球战略举措，雀巢将以118.5亿美元收购辉瑞营养品业务。此交易尚有待于相关监管部门的审批。

据了解，辉瑞的营养品业务中最重要的为惠氏奶粉，辉瑞营养品业务2011年销售收入约21亿美元，比2010年增长15%。2009年1月，辉瑞以约680亿美元的交易总价收购惠氏。2011年7月，辉瑞宣布拟出售其营养品与动物保健业务。

而在此次辉瑞营养品业务的争夺战中，雀巢最终以价格优势战胜另一食品业巨头达能。据了解，达能方面最终的报价约为110亿美元。

雀巢称，该收购是对雀巢婴

下游需求清淡
氟化工产业链全线低迷

□本报记者 顾鑫

生意社数据显示，在监测的68个化工产品中，上周上涨产品20个，占监测品种的29.4%；下跌产品18个，占监测品种的26.5%。因下游需求清淡，氟化工产业链全线低迷，三氯甲烷、萤石、氢氟酸等产品陷入泥潭。

氟化工方面，萤石市场继续

题。去年铁矿石价格指数的发布，以及今年铁矿石现货交易平台的建立，都是为推进解决这些问题的重要步骤，相信后续还会有一些具体做法推出。

“钢之家”网站总经理吴文章则旗帜鲜明地表示了反对。他认为：“现货价格炒作的因素很大，同时也会带来钢铁企业整体运行安排的不确定性，中国钢铁行业应寻求更稳定的铁矿石中长期定价模式。”

关于长协的问题，业内人士表示，一直以来被业内诟病的是，只有少数的大中型钢铁企业有资格进入长协体制内，而众多中小型钢铁企业则被排除在外。如果这个问题不能得到解决，无论是长协、季度定价或者其他价格机制仍然存在缺陷。

上述中钢协相关人士表示，传统意义的长协（年度定价）肯定是一去不复返了。但随着中国需求的减缓，中国海外权益矿的增加，供求关系在微妙变化，传统的供需关系也开始变化，原来的铁矿石利益链也会变化。

对于目前市场上并行的季度定价、现货价格的问题，Kenneth Hoffman表示：“如果只有现货价格，投机会随之产生，市场波动性会很大。更长期的合同，对于锁定厂商的稳定回报及钢厂的成本有好处，应多元化发展铁矿石交易。”

趋恶化，生存空间受到挤压，参与竞争的门槛也在不断提升，传统盈利模式已经失灵。

“钢材贸易商是10万还是30万家这并不重要。中国经济发展模式开始转变，整个钢铁行业发展模式也必须改变，传统模式很难赚钱，重要的是各家应该寻找自己的模式”。一位大型国有钢贸企业负责人对中国证券报记者表示。

对于未来的出路，盛志诚建议，不同规模的贸易商首先要从上游资源掌控能力、下游渠道拓展能力，然后再选择坚守或退出。对于大型贸易商，要运用自身资金、品牌优势搭建平台，实现跨区域平台资源联动。

118亿美元收购辉瑞营养品业务
雀巢“收编”惠氏奶粉

□本报记者 王锦

全球最大食品公司雀巢4月23日宣布，作为提升公司在全球战略举措，雀巢将以118.5亿美元收购辉瑞营养品业务。此交易尚有待于相关监管部门的审批。

据了解，辉瑞的营养品业务中最重要的为惠氏奶粉，辉瑞营养品业务2011年销售收入约21亿美元，比2010年增长15%。2009年1月，辉瑞以约680亿美元的交易总价收购惠氏。2011年7月，辉瑞宣布拟出售其营养品与动物保健业务。

而在此次辉瑞营养品业务的争夺战中，雀巢最终以价格优势战胜另一食品业巨头达能。据了解，达能方面最终的报价约为110亿美元。

雀巢称，该收购是对雀巢婴

下游需求清淡
氟化工产业链全线低迷

□本报记者 顾鑫

生意社数据显示，在监测的68个化工产品中，上周上涨产品20个，占监测品种的29.4%；下跌产品18个，占监测品种的26.5%。因下游需求清淡，氟化工产业链全线低迷，三氯甲烷、萤石、氢氟酸等产品陷入泥潭。

氟化工方面，萤石市场继续小幅下跌，目前湿粉、二氧化硅含量≤1.2%主流出厂报价在2200元/吨，同比下降14.56%。下游氟化铝市场低位，对萤石的采购平淡；氢氟酸行情走跌，厂家心态消极，受成本压力，继续压价采购。三氯甲烷市场价格大幅下跌，目前国内均价为2950元/吨，同比下降63.76%，山东地区报价在2700元/吨左右。下游制冷剂市场仍旧惨淡，短期内不会加大对三氯甲烷的采购。

生意社分析师张明认为，国内化工市场进入深度盘整阶段，需求的变化仍将是未来石化市场整体走势的决定性因素，预计未来中短期内氮肥产品、增塑剂产业链以及聚酯产业链继续走高的可能性较大，制冷剂产品则将经历一段时间的低位盘整。