

贵州茅台:确保实现今年营收增长10%目标

“茅台具备良好的发展条件,茅台实现更高质量发展,大家也会获得更好回报。”6月10日,贵州茅台股东大会在茅台镇召开,茅台集团董事长高卫东说,茅台将把疫情的影响降到最低,确保实现全年目标。



贵州茅台股东大会现场

图片来源/贵州茅台

□本报记者 潘宇静

300人左右参会

6月10日,贵州茅台2019年年度股东大会在茅台国际大酒店召开。会议以现场投票与网络投票相结合的方式,审议了公司2019年董事会工作报告、2019年监事会工作报告以及2019年年度报告等议案。与2019年逾2000人参会的规模相比,2020年的参会人数有所限制。据统计,此次现场参会人员300人左右。

“按照年度工作安排,今年股份公司营业总收入将增长10%左右。围绕这个目标,我们着力从内部发力,坚持疫情防控和生产经营两手抓、两不误。2月13日在全行业率先复工复产,3月底实现‘满负荷生产,全国性复市’,一季度顺利实现‘开门红’。”高卫东说。

财报显示,一季度贵州茅台实现营业收入244.05亿元,同比增长12.76%,归属于上市公司股东的净利润为130.94亿元,同比增长16.69%。

中国证券报记者了解到,2020年贵州茅台将围绕“做足酒文章,扩大酒天地”和“定位、定向、瘦身、规范、改革”工作要求,开展“基础建设年”活动,统筹抓好改革发展、生产经营各项工作,推动公司做强做优做精做久。

基础设施建设方面,贵州茅台2020年重点开工建设坛厂片区8万吨系列酒包装车间、仁怀市有机高粱基地示范点等项目,竣工完成“十三五”中片区茅台酒技改工程及其配套设施,继续推进3万吨酱香系列酒技改项目。

抓好生产质量方面,贵州茅台将坚持“数据+经验”,强化技术攻关,加强工艺指导,实现理论和实践相结合,形成技术支撑;推进“茅台全产业链大数据平台”建设,提升产品全生命周期的质量管控水平;加大员工培训力度,强化工匠培养,筑牢生产技术人才基础。

高卫东表示:“贵州茅台坚持以市场为中心,持续完善营销体制改革,优化直营渠道建设,提高市场调控能力。”茅台会坚持目标导向,强化计划管理,抢时间、保增长、补损失,全面做好统筹规划、综合施策,按照“计划不变、任务不减、指标不调、收入不降”的“四不”目标要求,确保全年任务目标顺利完成。

高比例分红

贵州茅台2019年度利润分配方案为:以2019年年末总股本12.56亿股为基数,对全体股东每10股派发现金红利170.25元(含税),共分配利润213.87亿元,剩余945.06亿元留待以后年度分配。

上述分红数额再度创下了历史最高纪录。相关数据显示,自2001年上市以来,茅台累计分红总额达757.32亿元(不含2019年利润分配预案部分),占公司净利润总额的45.12%,近5年现金分红比例均超过50%。

“分红方案为历年最高,特殊时期依然选择高比例分红,用实际行动真诚回报股东。”高卫东说。

2019年度,贵州茅台稳步推进专项整治、营销改革和“国酒”商标迭代升级重点工作,完成了年度工作计划,保持持续、稳定、健康的发展势头,实现了“股价上千元、市值过万亿”的历史性突破。

其中,茅台酒单品销售额、盈利能力持续稳居国内酒业、全球酒业第一。2019年度,系列酒实现营业收入95.42亿元,同比增长18.14%。茅台王子酒完成销售收入37.80亿元,继续保持公司产品第二大单品地位,赖茅酒、汉酱酒为10亿元级单品。

值得一提的是,2019年完成茅台酒基酒产量4.99万吨,取得了近5年来最好的成绩。完善全面质量管理体系,坚持首席质量官制度,加强质量管控,茅台酒勾兑合格率保持在98%以上,系列酒勾兑合格率达到了100%。

高卫东表示:“我们不断创造优异经营业绩,坚持持续、稳定的现金分红政策回馈股东,

分享茅台发展红利。”

三大信心支撑

“疫情对中国白酒产业形成了一定影响,茅台会通过自身努力,把影响降到最低,信心主要来源于三点。”高卫东表示,首先,对经济大环境充满信心。面对疫情带来的冲击和压力,中国经济表现出坚强韧性和巨大潜能,催生并推动更多新产业新业态快速发展,中国经济长期向好基本面没有改变。

同时,对白酒行业发展充满信心。受疫情影响,1-3月全国白酒行业规模以上企业销售收入总体下降约5%,但基础较好、实力较强的酒企仍实现了两位数增长。“疫情对中小企业的影响较大。一定程度而言,品质、品牌效应更加明显,推动行业集中度进一步提升。”高卫东判断。

对茅台的发展能力充满信心。从市场看,消费者对产品品质的要求,对美好生活的追求不会改变,茅台将成为更多人的选择。

“疫情使得许多产业重新洗牌。企业要想在无法预估的风险和日趋激烈的行业竞争中保持领先地位,必须充分依托自身特点,做足自身特色,做好自身产品。”高卫东表示,茅台将坚持品质为硬核,恪守工匠精神,守好质量、安全、环保“三条生命线”,一丝不苟酿好每一瓶酒,方能行稳致远。

5月挖掘机销量增长68% 良好势头料延续

□本报记者 崔小粟

6月10日,根据中国工程机械工业协会统计数据,2020年5月,各类挖掘机产品共计销售31744台,同比涨幅为68%。

业内人士预计,6-7月挖掘机销量仍保持60%以上同比增速,全年挖掘机销量同比增速有望达到25%。

国内市场持续发力

挖掘机销量总体增速超预期,主要来自国内市场发力。5月,挖掘机国内市场销量29521台,同比涨幅76.3%。出口销量2223台,同比涨幅3.3%。

1-5月纳入统计的25家主机制造企业共计销售各类挖掘机产品145800台,同比涨幅

19.4%。其中,国内市场销量134169台,同比涨幅19.3%。出口销量11631台,同比涨幅20.7%。

从吨位结构方面,大型、中型、小型挖掘机销量保持全面增长态势。5月,大型挖掘机销售4147台,同比增长59.3%;中型挖掘机销售7559台,同比增长70.2%;小型挖掘机销售17815台,同比增长83.7%。5月,小型挖掘机、中型挖掘机、大型挖掘机销量占比分别为14%、25.7%、60.3%。

1-5月,大型挖掘机累计销量16604台,同比增长9.1%;中型挖掘机累计销量33478台,同比增长14.5%;小型挖掘机累计销量84087台,同比增长23.7%。

分析人士指出,小型挖掘机将长期保持高于行业平均的增速。4月以来,大型挖掘机和中型挖掘机销量占比有所提升,主要在于下游基

建地产开工加速,投资增速进一步修复。

6月料延续高增长

3月以来,挖掘机销售保持良好势头,3月、4月均创下当月销量历史新高,纳入协会统计的25家挖掘机制造企业销售各类挖掘机分别为4.94万台、4.54万台,同比分别增长11.6%、59.9%。

天眼查专业版数据显示,我国目前有4万余家经营范围包含“挖掘机”、且状态为在业、存续、迁入、迁出的企业。山东省的挖掘机相关企业数量位居全国第一,达7051家。截至6月10日,以工商登记为准,2020年以来新增成立的挖掘机相关企业达2872家。其中,4月新增810家,环比增长25.78%。

柳工在最新发布投资者调研纪要中表

示,2020年调整销售目标,国内销售22000台以上,市场占有率确保10%以上。乐观看待挖掘机行业增速,2020年可能接近24万台,国内需求会达到较高水平,未来2-3年基本上会在平衡情况下运行,小幅震荡。

广发证券测算,在国内挖掘机保有量中,国一和国二排放标准的保有量约80万台。未来五年内如果这部分机械全部出清淘汰,每年平均置换量约16万台。更新换代需求旺盛。国金证券指出,基建支撑挖掘机销量,核心零部件排产6月仍保持同比较高增速。核心零部件厂商5月-6月排产均有70%以上的同比增长。结合主机厂库存消耗,预计6月-7月挖掘机销量仍保持同比高速增长,初步预计6月-7月增速在60%以上,全年挖掘机销量增速有望达到25%。

疫苗接种渗透率提升推动板块景气上行

药企扎堆分拆疫苗业务独立上市

□本报记者 傅苏颖

5月以来,长春高新、华兰生物以及辽宁成大等上市公司相继发布公告,拟分拆疫苗业务独立上市。

业内人士认为,分拆疫苗业务独立上市,对子公司和母公司均形成利好。随着重磅疫苗新产品不断获批上市,疫苗接种渗透率持续提升,疫苗板块将步入景气区间。

分拆上市

长春高新日前公告,拟将其子公司百克生物分拆至上交所科创板上市。本次分拆完成后,长春高新股权结构不会发生变化,且仍拥有对百克生物的控股地位。

本次分拆上市前,长春高新为百克生物第一大股东,持股比例为46.15%;分拆上市发行后,对百克生物的持股比例仍将保持在40%以上。

拟分拆疫苗业务独立上市的还有华兰生物和辽宁成大。华兰生物计划分拆子公司华兰疫苗至创业板上市;辽宁成大子公司成大生物科创板上市申请已获受理。

与长春高新类似,子公司分拆上市后,华兰疫苗和成大生物的股权结构不会发生变化。华兰生物公告称,本次分拆完成后,华兰生物仍将维持对华兰疫苗的控制权。根据成大生物招股

说明书,公司控股股东辽宁成大持有公司60.74%股份,辽宁省国资委为公司实际控制人。

长春高新指出,子公司百克生物主营业务主要为水痘疫苗、人用狂犬病疫苗、鼻喷流感疫苗,与公司其他业务板块之间保持高度的独立性。华兰生物称,华兰疫苗作为公司下属唯一的疫苗制品业务运营平台,其业务领域、运营模式与公司其他业务板块,尤其是血液制品板块之间保持较高的独立性,本次分拆不会对子公司其他业务板块的持续经营运作构成实质性影响。

2019年12月,《上市公司分拆所属子公司境内上市试点若干规定》发布,为A股公司分拆子公司至境内上市提供了政策支持。

实现双赢

国信证券高级研究员张立超对中国证券报记者表示,受益于政策利好,药企计划分拆疫苗业务独立上市。对于子公司而言,可以进一步拓宽融资渠道,引入新的战略合作方,提高融资的灵活性和效率;对于母公司而言,可以改善财务状况,解决管理层的激励问题,促进公司可持续发展。

长春高新称,通过本次分拆,长春高新将更加专注于基因工程药物、中成药以及房地产业务;百克生物将依托上交所科创板平台独立融资,促进自身人用生物疫苗的研发、生产和销售。分拆将进

一步提升公司整体市值,增强公司及所属子公司的盈利能力和综合竞争力。华兰生物表示,通过本次分拆,华兰生物将进一步聚焦业务,更好地专注于血液制品业务;将华兰疫苗打造成为公司下属从事疫苗研发、生产及销售业务的独立上市平台,增强资金实力,做大做强疫苗业务板块。

安信证券认为,华兰疫苗分拆上市有利于公司理顺业务架构,完善激励机制,拓宽融资渠道,获得合理估值;同时,华兰疫苗有望借助资本市场优势,加快外延并购及研发管线拓展,促进长期快速增长。

从财务数据看,上述三家拟分拆的疫苗公司近年来均保持增长态势。2017年至2019年,百克生物净利润分别为0.94亿元、1.34亿元以及2.23亿元;华兰疫苗同期净利润分别为-0.77亿元、2.7亿元以及3.75亿元;成大生物同期净利润分别为5.55亿元、6.27亿元以及7.2亿元。

张立超表示,分拆疫苗板块独立上市,有助于相关企业更加专注于疫苗产业布局和研发投入,吸引更多资金进入到疫苗技术研发、生产与运营领域,促进其国际化、产业化进程,激发整个疫苗板块的市场活力。

长春高新称,本次分拆将为百克生物提供独立的资金筹集平台,未来无须依赖长春高新筹集发展所需资金。百克生物可以直接从资本市场获得融资,应对现有业务及未来扩张的资

金需求,为长春高新和百克生物股东提供更高的投资回报。

景气上行

张立超表示,各类疫苗的公众知晓率、渗透率、接种率有望持续提升,加上近年来重磅疫苗新产品不断获批上市,疫苗板块将充分受益并步入景气上行区间。张立超预计,治疗性疫苗和新型疫苗将成为未来研发的重要方向,符合政策导向、重视研发投入、技术创新以及新产品研发能力强的疫苗企业将进入黄金发展期。建议重点关注国际合作能力突出、具有技术优势和全球化经营实力,尤其是已经开展新冠病毒疫苗研发的企业。

华泰证券认为,受此次疫情影响,国家层面对疾病预防领域愈发重视,民众对疫苗的接种意识提升,加上近年来新型重磅疫苗产品不断上市,疫苗行业处于快速发展阶段。

天风证券认为,我国疫苗产业将持续扩容,国产疫苗大品种新时代开启。预计到2030年市场规模达到1161亿元,年复合增长率将达到10.9%,疫苗行业增长势头强劲。居民健康接种意识提升,推动行业持续扩容。高价值二类苗将迎来良好发展机遇。从未来疫苗发展结构看,二类疫苗将是推动整体市场扩容的主要品类,高价值大品种疫苗发展空间大。

王府井加入免税市场争夺战

□本报记者 于蒙蒙

王府井6月10日公告,收到控股股东北京首都旅游集团有限责任公司转发的《财政部关于王府井集团股份有限公司免税品经营资质问题的通知》,公司获得免税品经营资质,允许公司经营免税品零售业务。

国内免税市场牌照壁垒较高,王府井进军免税市场将拥有相对高企的护城河优势。业内人士指出,免税行业目前为促进消费回流的重要抓手,叠加海南自贸港建设方案等政策的支持,国内免税业成长空间巨大。

免税市场牌照稀缺

6月10日,王府井开盘即涨停。截至收盘,股价报收30.12元/股。

值得注意的是,自4月29日以来,王府井的股价涨幅达139.62%。6月10日上交所向王府井下发监管工作函,事涉公司获得免税品经营资质及股价波动相关事项。

王府井6月10日盘后公告表示,除获得免税牌照外,公司不存在其他影响股价的敏感信息。经核实,公司知悉该项业务的内幕知情人没有违反保密义务行为,也没有其他违反有关法律法规的情形。公司董事、监事、高级管理人员在公司本次股票交易异常波动期间不存在买卖公司股票的情况。

资料显示,王府井主要业务为商品零售和商业物业出租业务,覆盖百货、购物中心、奥特莱斯及超市四大主力业态,同时拥有线上零售渠道。公司营业收入主要来自于旗下各门店的商品销售收入以及功能商户的租金收入。截至2019年末,公司在全国范围共运营54家大型综合零售门店,总经营建筑面积302.8万平方米,涉及华北、东北、华中、华东、华南、西南、西北七大经济区域33个城市。

中信建投研报指出,免税市场牌照较稀缺。目前国内免税市场仅有中免、日上、海免、中出服、珠免、深免几张牌照,壁垒较高。公司进军免税市场,将拥有相对高企的护城河优势。

中信建投社服首席分析师贺燕青告诉中国证券报记者,王府井参与免税业务,预计将大幅提升公司业绩与估值。预计5年周期内主要聚焦北京免税市场,公司将受益北京市内免税市场的发展空间,中长期亦存在参与北京机场免税及进军全国免税市场的可能。

多家公司参与鏖战

免税产业“大蛋糕”诱人。国信证券指出,韩国免税销售额2018年为170亿美元,超过50%系中国人贡献。未来国人消费回流需求凸显。民生证券预计,2019年至2022年,中国免税业规模将在2018年395亿元基础上进一步增长至885亿元,复合增速为22%。

值得注意的是,在目前的8张免税牌照中,中国国旅拥有中免、日上、海免3张牌照。中国国旅近几年受益于免税业务。公司2009年登陆A股,原有旅行社和免税两块业务,后逐步聚焦免税业务,并在2018年末剥离旅行社业务。公司归母净利润规模从2009年的3.13亿元增长到2019年的46.54亿元,目前市值超过2000亿元。

其他上市公司尝试“分一杯羹”。凯撒旅业去年6月宣布与中出服达成合作,入股天津国际邮轮母港进境免税店。同年10月,凯撒旅业与中出服联合推出的“天津国际邮轮母港进境免税店”开业。据悉,未来双方可能探讨市内免税店的合作。此外,凯撒旅业瞄准了离岛店。格力地产5月22日晚公告,公司拟向珠海市国资委、城建集团发行股份并支付现金,购买其持有的珠海市免税企业集团有限公司(简称“珠免”)100%股权。

政策护航

今年以来,免税业获得多项政策支持,市场前景被广泛看好。

3月13日,国家发改委发布《促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》,提出大力优化国内市场供给,改善进口商品供给,进一步完善免税业政策。完善市内免税店政策,建设一批中国特色市内免税店。扩大口岸免税业务,增设口岸免税店。近日印发的《海南自由贸易港建设总体方案》提出,放宽离岛免税购物额度至每年每人10万元,扩大免税商品种类。

免税消费回流助力国内免税市场。据贝恩公司统计,目前,中国消费者为全球奢侈品市场贡献了1/3的销售额,免税渠道占据重要地位。天风证券指出,随着中国下调进口关税、加强对灰色市场管控,各大奢侈品品牌持续调整国内外市场价格等因素的共同作用下,中国免税消费持续回流。

“未来五年甚至十年,免税市场仍将是消费行业中壁垒最高的行业之一,牌照红利和牌照稀缺仍将存在。从近几年发展看,拉动消费回流,一定程度会扶持免税龙头的发展。”贺燕青表示。

贺燕青指出,海南将是免税市场一个重要变量。“随着自贸港建设推进,入岛人次会快速增加。若配套政策出台后,客单价的提升空间很大。免税行业会得到快速增长,未来受益主要是行业龙头。”