

“慢跑”二十余年 农夫山泉香港上市

市值逾3700亿港元

□本报记者 高佳晨

新股认购火爆

此次低调上市的农夫山泉,却一夜间造就了一批亿万富翁。

其中,最富的自然是董事长兼创始人钟睺睺,跟着富起来的,便是69名股东。此前证监会披露,核准农夫山泉股东养生堂有限公司等70名股东所持合计45.89亿股境内未上市股份转为境外上市股份,相关股份完成转换后可在香港交易所上市。

农夫山泉原本预计募资81.5亿港元,却共有70.75万人认购,获1148.3倍认购,冻资6777亿港元,成为港股史上当之无愧的“冻资王”。

9月7日晚,农夫山泉的暗盘收盘大涨91.86%,股价报收41.25港元/股,总股本为111.88亿股,总市值达到了4615亿港元。

此前,农夫山泉更是认购火爆,挤爆了券商的服务器,富途证券等多家券商出现无法认购情况:“因当前认购火爆导致订单积压较多,工程师正在紧急疏通订单。”

卖水的生意,让农夫山泉维持着非常可观的吸金能力。

2017年至2019年,农夫山泉的收入分别为174.91亿元、204.75亿元和240.21亿元,净利润分别为33.86亿元、36.12亿元和49.54亿元;净利润率分别为19.4%、17.6%及20.6%。2019年,公司主要产品包装饮用水和茶饮料的毛利率分别为60.2%和59.7%。

生于1954年的浙江诸暨人钟睺睺,1993年创办养生堂有限公司,靠生产养生堂龟鳖丸为人熟知。在随后多年的经商生涯中,他先后创立或收购了多家子公司,使养生堂的产业横跨保健品、生物制药、饮料、食品四大领域。

1996年,钟睺睺在杭州建立浙江千岛湖养生堂饮用水有限公司,这也是农夫山泉的前身。2001年6月,公司改制成为农夫山泉股份有限公司。

早年间,钟睺睺做过浙江日报记者、种过蘑菇、搞过保健品、卖过饮料。天眼查显示,钟睺睺的商业版图涉及116家公司,横跨食品饮料、保健品、化妆品、精制茶、餐饮、果品等行业。

布局国内十大天然水源

2000年,农夫山泉宣布全面停止生产纯净水,全部改为生产天然水。这意味着,农夫山泉从此只能选择在深山老林里寻找水源,并在周围建设工厂。当年不少同行都认为,这是自取灭亡的战略布局,舍近求远,运费将成为不可承受之重。

“头十年,公司确实承受着远远高出行业平均水平的储运成本,但从未想过放弃。我们通过精细化和品牌化运作,降低管理成本,渐渐平衡



农夫山泉江西信丰工厂

4月底就在港交所披露了招股书的饮料巨头农夫山泉,9月8日在香港交易所正式上市。

由于疫情,农夫山泉团队没有到香港现场,而是搞了一场“云敲钟”。公司相关负责人透露,公司风格向来低调,创始人钟睺睺原本也没有敲钟计划,公司上下也没安排任何庆祝活动或仪式,“总体来说就四个字:正常上班。”

与低调的敲钟截然相反,上市当日股价表现十分亮眼,本次发行价21.5港元/股,开盘大涨85.12%。此后股价有所回落,截至当日收盘,农夫山泉股价报收33.1港元/股,总市值达到3703.3亿港元。

了运费。”农夫山泉副总经理周力介绍。

如今,农夫山泉已经布局了国内十大天然水源,形成了全中国独一无二的水源布局。当年的坚持,让如今的天然水源布局成为了农夫山泉最大的“护城河”。

据农夫山泉招股书披露,其目前已布局了包括浙江千岛湖、吉林长白山、湖北丹江口、广东万绿湖等在内的十处优质水源。每一个水源的寻找、确立和建设工程都极为漫长。比如四川峨眉山,从寻找水源、确认开发到建厂投产,整整花费了5年的时间。又比如长白山抚松水源和工厂,从找水源到最后投产,整整7年。这在建厂投产平均周期差不多一年半的饮料行业,几乎是难以理解的。

根据农夫山泉产品研发负责人孙丽军回忆,在多年前的一次研发会议上,钟睺睺给研发人员定了研发原则:一、是不是愿意给自己的父母子女饮用;二、是不是给消费者提供了

足够的利益点;三、是当下还有没有做得更好的空间。

农夫山泉每年在研的新品超过20个,但最终通过评审上市的寥寥无几。“这两年,市场上冒出了很多新品。经常有人会问我们,为什么农夫山泉不出同样的产品。其实技术上完全不是问题,有些甚至我们十多年前就已经研发成功了。我们会反复问自己产品是不是足够好,是不是比竞品做到了更天然或更健康?如果在天然和健康的维度上,我们没有相较于竞品的明显优势,我们会选择继续精进而不是盲目上市。天然和健康是最高追求,也是底线。为了销量而放弃标准,在农夫山泉是决不允许的。”孙丽军告诉记者。

根据弗若斯特沙利文报告,从2012年起,农夫山泉已经连续8年占据中国瓶装饮用水市场龙头地位。2019年,在茶饮料、功能饮料和果汁饮料领域也占据前三的位次。

“慢跑+快冲”经营模式

在某些时段,农夫山泉也会以极快的速度占领某个高地。

农夫山泉相关负责人告诉记者,2011年,钟睺睺带队去日本考察生产设备,得知了百万级别(log6)无菌生产线的存在。通俗地说,是生产100万瓶,没有一瓶产品会有微生物污染。当时,国内饮料生产的最高标准是十万级。

钟睺睺大为所动,认为农夫山泉饮料升级的机会到了。

一条无菌生产线的成本上亿元,而且要引进人才,从头培养技术团队,对当时的农夫山泉而言,是一笔巨大的投入。可钟睺睺还是做出了一个看似鲁莽的决定——最快速度引进无菌生产线。

“当时不少人是反对的。这条生产线非常昂贵,当时大家不知道买了它可以干什么。但公司希望用这样一种方式,倒逼产品和管理的

快速升级。后来的事实证明,这极大加速了新品的诞生和老品的迭代。”73岁的农夫山泉无菌设备的引进负责人陈开利回忆道。

农夫山泉的这次冲刺,促成了一款中国饮料行业里程碑意义的产品——无糖茶饮料东方树叶。在农夫山泉内部,一直把东方树叶称为“天花板”类的产品。

值得一提的是,今年市场上以“0糖、0卡、0脂”作为噱头的快消品可以说是琳琅满目,而10年前,农夫山泉就做了这件事,且东方树叶已经成长为农夫山泉旗下超过30亿元的大单品。

在茶饮料之后,农夫山泉旗下包括维他命水、果汁、碳酸饮料等产品都全面启用了无菌生产。得益于技术革新,农夫山泉的全系列饮料已经实现了不添加山梨酸钾之类的防腐剂。此外,无菌生产技术也免去了长时间的高温加热,因此口感和营养都得到了提升。

“像这样的生产线,我们已经装备了14条。我们的工艺迭代速度之快,放眼世界都是比较少见的。”陈开利表示。

在此前一次公开讲话中,钟睺睺说:“我们希望生产的不仅仅是有形的产品,更希望在这里生产无形的产品——知识。知识的产生速度和人才的集聚速度一定是等比例关系。”

在农夫山泉总部所在园区,1号楼原本是钟睺睺的办公室所在。但钟睺睺认为:“1”代表着引领,而引领公司的必须是知识、技术和人才。因此,他将全园区地理位置最好、最美的大楼让给了研究所。农夫山泉的研究团队也没有让公司失望,解决了种种难题,比如依靠自主研发解决了困扰全世界饮料行业几十年的“脐橙榨汁”难题,推出了全世界第一款脐橙NFC产品。

公司员工告诉记者,在钟睺睺案桌上,有一座唐吉珂德陶瓷像:唐吉珂德似乎坐在椅子上打了个盹,但右手依旧紧紧握着剑,左手则按着一本摊开的书,仿佛随时准备跳起来朗诵、奔跑和战斗,这是他最喜爱的收藏品。

国防军工行业二季度景气度显著回升

□本报记者 刘杨

相比一季度的大幅下滑,国防军工行业二季度业绩明显回升。统计数据显示,剔除中船防务后,二季度国防军工行业上市公司共计实现营收1496.68亿元,同比增长11.98%;归母净利润为86.14亿元,同比增长14.75%。业内人士普遍认为,军工行业现金流情况将继续改善,国防工业改革带来的行业景气度将有所提升。

业绩提升

受疫情影响,今年一季度A股国防军工上市公司业绩有所下滑,二季度业绩明显提升。民生证券统计数据显示,今年二季度,剔除中船防务后,国防军工板块123家上市公司共计实现营业收入1496.68亿元,同比增长11.98%;归母净利润为86.14亿元,同比增长14.75%。

受一季度的拖累,上半年国防军工板块营收同比微增。据民生证券数据,上半年国防军工

板块的123家上市公司共计实现营收2478.52亿元,同比增长1.14%;实现归母净利润141.35亿元,同比增长17.60%。

其中,中船防务获得较高的投资收益,提振军工板块整体业绩水平。若剔除中船防务后,上半年国防军工板块实现营收为2435.59亿元,同比增长2.66%;归母净利润为110.33亿元,同比下降5.13%。

从净利润增速角度看,上半年六大军工子板块中航空、船舶和国防信息化增速较快,归母净利润同比增幅分别为30.7%、26.6%和24.3%;而兵器、航天和材料板块的净利润贡献则较少。

在航空板块中,中航沈飞业绩表现最好。上半年,中航沈飞实现营收115.87亿元,同比增长2.68%;实现归母净利润8.49亿元,同比增长97.07%。公司表示,营收增长主要是销售产品增加所致,上半年公司计入当期损益的政府补助约4.09亿元,主要是全资子公司沈阳飞机工业有限公司获得的政府补助增加所致。

紧随其后的是中航电子、中航高科及航发

动力,上半年净利润增幅分别为55.58%、28.93%和26.52%,主要是上半年克服疫情影响,持续提升运行效率,费用控制较好。

在国防信息化板块中,红外领域、军用通信和军工电子业绩增长显著。受海内外体温检测设备需求大幅提升的影响,上半年大立科技实现营收6.66亿元,同比增长169.63%;实现净利润约2.92亿元,同比增长399.55%。高德红外上半年实现营收11.76亿元,同比增长76.5%;实现净利润5.18亿元,同比增长246.7%。

此外,军工通信中的烽火电子、七一二业绩均实现高增长。军工电子领域中的元器件厂商则保持相对稳定的增速。

看好后市

国防军工行业由于采购主要集中于上半年,而回款主要集中于下半年,所以经营现金流上半年一般为负。

安信证券表示,继续看多军工板块,重点关

注航空、航天、信息化和新材料等子板块。其中,航空航天因装备等进入列装放量节奏,景气度明显提升,以亚光科技、红相股份和航天电器等公司为代表,其先导指标订单和资本开支已开始呈现。考虑到产品需求旺盛,军工行业公司普遍出现产能和交付吃紧,相关上游材料、中游制造等环节公司积极扩产应付。

今年以来,军工行业改革不断。民生证券指出,南北船战略性重组带来了新一轮资产注入预期,各军工集团在“十三五”期间均有资产证券化率的目标,随着五年规划最后一年的到来,资产注入值得期待。

同时,民生证券表示,随着疫情影响逐步消除,军工核心资产全年仍将稳定增长。此外,随着北斗三号系统组网,北斗全球化服务开启;同时卫星通信集团正在筹建中,“新基建”中明确纳入卫星通信建设。该机构建议关注中国卫星、中国卫通。

国盛证券则认为,大飞机、航空发动机等战略新兴产业未来将迎来巨大的成长空间。

8月新能源乘用车批发销量同比增长43.7%

□本报记者 崔小栗

9月8日,乘用车市场信息联席会(简称“乘联会”)发布的数据显示,8月乘用车市场零售170.3万辆,同比增长8.9%;1-8月累计零售1101.4万辆,同比下降15.2%。其中,新能源汽车销量实现强劲增长,8月新能源乘用车批发销量突破10万辆,同比增长43.7%,环比增长23.9%。

呈现明显去库存特征

乘联会数据显,8月乘用车生产164.4万辆,同比下降0.2%;1-8月累计生产1079.3万辆,同比下降15.9%。零售方面,8月乘用车市场零售170.3万辆,同比增长8.9%;1-8月累计零售1101.4万辆,同比下降15.2%。批发方面,8月厂

家批发销量173.6万辆,同比增长7.0%;1-8月累计批发销量1104.6万辆,同比下降15.6%。

乘联会秘书长崔东树指出,8月汽车生产量偏低,而批发、零售总体走势相对较强,乘用车市场呈现明显去库存特征。崔东树指出,8月全国乘用车市场整体保持强势增长的原因,主要是宏观经济和出口市场回暖超预期,稳定了消费信心。此外,去年部分地区“国六”实施后导致的车市产销基数低以及新能源汽车零售回暖态势明显,也是推动车市走强原因。

自主品牌方面,8月自主品牌零售同比增长4%,环比增长7%。乘联会指出,高端化一直是自主品牌突破的重点。目前,自主品牌在新能源汽车领域的高端化突破已经初显成果。比亚迪唐、荣威Marvel X、蔚来、理想ONE、小鹏P7等车型的销量表现突出。随着新能源汽车智能

网联化的推进,在5G、北斗的加持下,自主品牌与合资品牌相比,更有利于自主品牌形成本土化差异优势。

豪华车零售保持强势增长。8月,豪华车零售同比增长32%,环比增长3%,市场份额达15%,创历史新高。乘联会指出,消费升级的高端焕购需求和豪华车型促销带来的价格优势,迅速引领了该细分市场的回暖。

新能源汽车强势增长

值得关注的是,8月新能源汽车销量实现强劲增长。8月,新能源乘用车批发销量突破10万辆,同比增长43.7%,环比增长23.9%。其中,插电混动销量1.75万辆,同比增长25%;纯电动车销量8.25万辆,同比增长45%。

8月,新能源乘用车销量呈现向高低两端市场同时发展的趋势。从厂家销售数据看,8月上汽通用五菱销量1.83万辆,比亚迪销量1.43万辆,特斯拉中国销量1.18万辆,上述三家企业销量排名分列新能源车市排名的前三位。

对于9月全国乘用车市场的展望,崔东树指出,疫情之下,国庆、中秋双节的海外游受阻,国内自驾游料将大幅增长,预计消费的内循环对高端车市拉动效果明显。

此外,随着北京车展的启动,新品上市潮提早到来,加之各地车展线下营销活动的全面展开,也将带动“金九银十”车市的销售。

从库存方面看,二季度以来,国内购车需求增长较快,推动零售走强。目前渠道库存仍保持较低水平,8月的库存回调和结构优化有利于后续批发销量走高。

明泰铝业总经理刘杰：紧抓新基建等铝材产品新需求

□本报记者 张军

“近年来,公司在转型升级的同时,加大研发投入,加强5G滤波器盖板、交通运输用铝、新能源汽车用铝、汽车电池壳用铝、航空用铝等方面的研究,紧抓新基建等铝材产品的新需求。”明泰铝业总经理刘杰在接受中国证券报记者采访时表示,公司将继续扩展和丰富高附加值产品,优化产品结构,将公司向高端制造企业转型推向更深层次。

紧抓机遇促业绩

在刘杰看来,明泰铝业上半年业绩可观,原因主要是“疫情期间,公司积极生产医药用铝箔和医疗装备用铝材,并拓展产品在新能源、新材料、交通运输、汽车轻量化、5G、特高压输电、航空航天及军工等高端领域的应用,在产销量稳步增长的同时,提高了产品的附加值。”

刘杰表示,随着国内外疫情缓解、经济复苏,预计下半年铝产品市场需求将出现反弹,公司可完成全年的既定目标。

明泰铝业中报披露,公司上半年实现营业收入71.53亿元,同比增长3.91%;归母净利润为3.51亿元,同比增长6.49%;扣非后的归母净利润为3.04亿元,同比增长2.54%;基本每股收益0.57元,同比增长1.79%。截至报告期,公司总资产为118.43亿元。

明泰铝业是一家集科研、加工、制造为一体的现代型铝加工公司,主要从事铝板带箔的生产及销售。公司产品目前应用于新能源车、轨道交通、军工航空、汽车制造、5G通讯、特高压输电、医药及食品包装、交通运输等领域。

布局高附加值领域

“新基建高端领域是公司未来的一个发展方向,公司近年来一直致力于转型升级,重点布局如交通运输用铝、新能源锂电池用铝、航空航天及军工等高端用铝领域。”刘杰说。

他告诉记者,公司先后投资建设了“高精度交通用铝板带项目”“年产2万吨交通通用铝型材项目”“年产12.5万吨车用铝合金板项目”和“电子材料产业园项目”等高附加值项目,持续扩大公司高附加值产品占比。同时,加大研发投入,加强5G滤波器盖板、轨道交通、高强度车用铝合金、花纹板、充电桩、新能源汽车用铝、汽车电池壳用铝、航空用铝等方面的研究。

他说,随着公司“年产12.5万吨车用铝合金板”“铝板带生产线升级改造”“韩国光阳铝业”等项目的建设及投产,公司新基建等高端领域产品占比将逐步提升,公司铝板带箔产品产销量将保持每年约10%左右的

增长。根据明泰铝业方面披露,公司交通用铝产品涉及地铁车厢、高铁动车铝合金挤压型材等,且公司和中车集团、河南省政府在轨交方面也有密切合作。

刘杰说,2014年9月,公司成立全资子公司郑州明泰交通新材料有限公司,募集资金投资建设了“年产2万吨交通通用铝型材项目”,向郑州中车配套供应铝合金轨道车体及内饰件。该项目设计年生产车体400辆,高端型材2万吨。该项目新材料熔合生产线运行稳定,2019年向郑州中车交付铝合金轨道车体197节,预计今年可交付车体300节。

转型进入更深层次

“公司将坚持稳健发展思想,专注铝加工行业,围绕既定的战略布局和发展方向,紧抓发展机遇,瞄准前沿领域,继续扩展和丰富高附加值产品,优化产品结构,以促进公司业绩稳步提升,将公司向高端装备制造企业转型推向更深层次。”刘杰表示。

明泰铝业中报披露,公司交通用铝产品涉及建材及工业耗材的营收占总营收的比例约43%、新能源及电子家电约20%、汽车及交通领域约18%、药品食品包装约13%、新基建及航空军工约5%、发电和水蒸气约1%,产品结构持续丰富。

长城证券研报称,明泰铝业全面推进智能化、信息化建设,通过计算机信息化管理和优化生产系统以提高生产率、缩短交货期,建立产品全生命周期管理系统以减少物流流转过程中人工的出错率、效率慢等问题。公司还不断推进智能信息系统及产品数据平台,旨在打通企业的信息流与实物流,构造销售、采购、产品研发、质量控制、生产过程管理、成本核算、人力资源管理一体化的智能工厂,在降低运营成本的同时提升生产运输效率,保障公司在行业中的竞争力。

该研报同时提及,明泰铝业上半年研发费用为2.2亿元,占营收的比例由2018年的1.06%提高至3.07%。随着公司研发成果不断落地转化,未来公司业务有望向高附加值领域再度拓展,毛利率有望进一步提升。

刘杰表示,“铝材作为绿色、环保及轻量化首选材料的概念,已逐步为社会公众所接受,未来铝材应用将快速普及,应用领域也将不断拓宽。”