

中国软件： 抓住信息安全市场机遇

中国软件3月24日晚披露年报。2013年公司实现营业收入2981亿元，同比增长11.19%；实现归属于上市公司股东的净利润6373.09万元，同比增长9.79%。公司拟每10股派息0.8元。

市场人士指出，中软成功

打造了从操作系统、数据库、安全产品到应用系统的基础软件产业链，形成了较为完善的发展体系，在当前国家信息安全战略和国产化替代实施的有利契机下，公司将迎来新的发展机遇。

中软是首批获得工信部计算机信息系统集成特一级资质的大型软硬件集成服务企业，拥有计算机信息系统集成一级资质、国家涉密计算机信息系统集成一级资质。

统集成资质（甲级）、信息安全服务资质、安防工程企业、建筑智能化等齐全完备的资质。

业内人士认为，受到“棱镜门”等信息安全事件影响，重要领域、关键行业的国产化替代呼声不断高涨。

对此，中国软件表示，将抓住国家信息安全战略和国产化替代实施的有利契机，制定并全面实施信息安全发展规划，利用资本手段吸引和并购优质资源；以金税三期工程交付实施为契机，全面打造大税务产业体系。在2013年成功再融资的基础上，充分利用上市公司平台，着力推动资本运作与资源整合，加速推进公司发展。（陈静）

国电电力去年净利增两成

国电电力3月24日晚披露年报。公司2013年实现营业收入663.07亿元，同比增长7.04%；归属于上市公司股东的净利润62.79亿元，同比增长21.85%。公司拟每10股派发现金红利1.3元（含税）。

国电电力表示，2014年，公司将继续贯彻重点发展火电，大力发展风电、水电，积极稳健发展气电和分布式能源，积极发展煤炭产业，择优发展太阳能，努力发展核电的企业发展战略。2014年国电电力计划完成发电量

1883.38亿千瓦时，上网电量1783.14亿千瓦时，较去年同期分别增长8.96%和9.02%；供热量完成5024万吉焦，同比增长9.63%。

国电电力表示，2014年，公司将继续贯彻重点发展火电，大力发展风电、水电，积极稳健发展气电和分布式能源，积极发展煤炭产业，择优发展太阳能，努力发展核电的企业发展战略。2014年国电电力计划完成发电量

1916.98亿千瓦时，完成供热量5418万吉焦。（徐光）

中粮集团 收购荷兰粮企Nidera51%股权

中国证券报记者从中粮集团了解到，荷兰当地时间3月23日，中粮集团与荷兰知名农产品及大宗商品贸易集团Nidera正式签署协议，中粮收购Nidera的51%股权，双方建立战略合作关系。

双方并未透露此次收购的对价，但中粮集团方面称，这是迄今为止中国粮油行业最大规模的一次国际并购，中粮将与Nidera建立资源、市场、信息等共享机制，并在种子业务等领域开展合作。

据了解，Nidera以大豆、小麦和玉米为主要经营品种，拥有先进的资源库。截至2013年12月底，Nidera下属拥有62家子公司，遍布在18个主要进出口国家，从事当地分销和国际贸易业务，产品售往全球超过60个国家。

Nidera年销售额超过170亿美元。

中粮集团董事长宁高宁表示，入股Nidera是中粮向海外粮油收储、物流和加工设施的适度延伸，将有力推进中粮产业链的全球布局。

通过两家公司的有效协同，不仅满足中国粮食适度进口的需要，还将积极开展第三国贸易，推动国际粮食网络更加高效地运转，促进全球农业发展。

当前，中国已从农产品净出口国变成全球最大的农产品进口国。有业内人士称，中粮与Nidera此前已合作较长时间，此次中粮入股Nidera，有望打造一家全球资产布局、全球粮源掌控的世界级粮食企业，成为全球粮油市场的主导力量。（王锦）

净利润十年增长近20倍

北新建材布局新型城镇化

北新建材2013年实现营业收入75亿元，同比增长12%；归属于母公司的净利润9.06亿元，同比增长33.8%。公司2013年的利润总额、净利润、归属于母公司的净利润分别是2003年的21倍、19.3倍和12.9倍，年均复合增长率分别达到31.88%、30.88%和26.16%。

十年持续增长

过去十年，北新建材在产业规模、市场开拓、技术创新、品牌建设、经营业绩等方面取得了跨越式发展，每年保持30%左右的持续稳健业绩增长，经营质量稳步提高。

其中，石膏板业务规模从年产4500万平方米（排名全国第三）发展到年产16.5亿平方米，超越两家老牌外资世界500强企业，石膏板业务跃居世界第一。

石膏板为节能环保、价廉物美的新型墙体吊顶材料。目前，北新建材已完成21亿平方米石膏板的布局选址并开始建设，计划在2015年完成25亿平方米石膏板的全球产业布局。

近几年来北新建材全面开展以EVA（经济增加值）为核心的KPI管理，进一步优化经营质量，公司商业模式和经营模式愈加成熟，成长性和未来发展充满想象。（陈静）

贵州茅台去年净利增长近14% 拟10送1股派43.74元

□本报记者 邹宁 贵阳报道

贵州茅台3月24日晚间发布年报。与行业整体低迷形成反差，贵州茅台2013年实现总营收309.22亿元，同比增长16.88%；净利润151.37亿元，同比增长13.74%，扣非后的净利润达到154.52亿元，同比增长15.30%。

公司拟每10股派送红股1股、派发现金红利43.74元（含税），共分配利润46.45亿元。

民间消费接盘能力显现

2013年，贵州茅台酒类销售共计25177.99吨，比去年同期微减少2.09%；酒类产量为26033.64吨，同比增加7.14%；酒类库存为8299.79吨，较上年增加11.49%。

上述数据可以看出，贵州茅台在2013年度控制了市场的总投放量，达到公司管理层此前提出的“顺价保量”预期目标。根据贵州茅台“十一五”发展规划，公司在2006年至2010年期间每年新增2000吨酒产能。茅台酒的生产周期决定，2013年度出厂的茅台酒，其生产时间覆盖茅台“十一五”战略规划期。贵州茅台应对市场变化的弹性有所体现，即适当加大了库存老酒的提取。

从具体销售的产品上看，贵州茅台所生产的茅台酒总营收为290.55亿元，较上年增长20.90%；茅台系列酒营收为18.66亿元，同比减少22.98%。销售方面，国内市场去年共“喝掉”298.21亿元的茅台酒及系列产品，比整肃“三公”消费前的



营销策略和梳理渠道，投入的成本也在持续攀升。

对于2014年的白酒市场，贵州茅台十分谨慎。根据行业现状、市场形势和公司的发展战略，公司预计2014年实现营业收入较上年同期增长3%左右。另外，2014年，预计所需基本建设资金约69.90亿元，公司将采用自筹或其他方式来解决所需资金。根据3月份贵州省国资委的相关规划，2016年底前要完成贵州茅台的再融资工作。

同时，茅台酒技改产能升级的步伐并不保守。公司同日公告，拟投资建设茅台酒“十二五”规划的3000吨新增产能项目，投资总额约为29.15亿元，所需资金拟由公司自筹解决。

另外两项关联交易公告则显示了大股东茅台集团对贵州茅台的大力支持。在2014年12月31日前，茅台集团及其子公司将向贵州茅台采购不超过5.4亿元的产品；贵州茅台下属财务公司将给茅台集团提供金融服务并获得收益，预计2014年度内茅台集团及其下属子公司在财务公司的存款不超过83亿元，财务公司向其提供的其他金融服务额度不超过26.85亿元。

一位长期关注贵州茅台的私募基金经理3月24日晚间告诉中国证券报记者，年报业绩略超出此前预期，送股是亮点。这表明茅台在整个行业深度调整的2013年，基本上实现了平稳过渡且稳中有升。送股启动之后，意味着贵州地方国资对于手里的“金矿”管理思路上有较为明显的改变，希望从此开启贵州茅台引进战略投资者和股权多元化之路。

白酒行业调整未止

公司表示，面临中国白酒行业“冰河时代”的开始，公司仍然拥有足够自信。茅台酒是中国白酒行业唯一集绿色食品、有机食品、国家地理标志保护产品和国家非物质文化遗产为一身的民族品牌；作为白酒行业龙头，公司经过多年发展，奠定了坚实基础，具有较强的抗风险能力。

为应对市场变化，贵州茅台近年来在营销体系进行了大量调整。体现在年报上，2013年公司销售费用和管理费用分别较上年增加51.74%和28.61%，达到18.58亿元和28.35亿元。2012年公司销售费用为12.25亿元，管理费用为22.04亿元，分别较2011年上涨70%和31.68%。可见，最近两年来贵州茅台因为大力调整

山西汾酒去年净利润下滑27%

□本报记者 王锦

山西汾酒3月24日晚间披露年报。2013年公司实现销售收入60.87亿元，同比减少6.04%；实现归属于上市公司股东净利润9.60亿元，同比减少27.64%。公司拟每10股派发现金红利3.5元（含税）。此外，山西汾酒拟联合经销商共同设立定制酒公司。

预收账款同比降68%

2013年是白酒行业深度调整、发生深刻变革的转折之年，白酒销售整体低迷，山西汾酒也未能例外。山西汾酒2013年完成成品酒生产量41046千升，较上年减少1.37%，商品酒销售量38901千升，较上年增长2.55%，实现销售收入60.87亿元，较上年减少6.04%，主要系白酒行业深度调整，公司高端产品销量下滑。

去年年末，山西汾酒董事长李秋喜在经销商大会上表示，2013年，在行业普遍价格下滑的情况下汾酒的价格没有下滑，也没有出现价格倒挂的情况。年报显示，由于

成本下降等原因，公司白酒产品的毛利率比上年同期增加0.15个百分点至76.54%。

不过，公司预收款项较上年减少8.36亿元，年末预收账款余额为3.78亿元，同比下降68.89%。公司解释，主要系期初预收客户货款在本期确认为销售收入以及本期预收客户货款减少所致。公司货币资金、经营活动产生的现金净流量等也分别较上年减少60.30%、129.44%。

业内人士认为，2013年白酒销售整体低迷，经销商普遍存在运营资金压力。为缓解经销商资金压力，白酒企业纷纷缩短经销商保证金激活周期甚至取消保证金制度，使得保证金余额大幅减少；同时经销商预付货款也趋于谨慎，二者因素使预收款项同比减少。

去年，山西汾酒省内市场实现销售收入36.28亿元，同比减少2.13%；省外市场实现销售收入24.12亿元，同比减少11.89%。

山西汾酒在年报中称，公司顺应行业形势，及时调整市场推广策略，加速下沉销售渠道，市场定位向商务用酒和大众消费

转变；与酒仙网等战略合作，发力电子商务市场；实施汾酒品牌“瘦身”计划，严格控制定制商数量，产品结构更加合理；完善价格管控机制，确保价格体系运营良好。

今年努力实现平稳增长

山西汾酒表示，2014年，白酒行业或进入理性健康发展阶段，白酒消费逐步从生产业主导向消费者主导、从政商务消费主导向大众消费主导转变。

对于2014年，山西汾酒并未给出具体经营目标，仅表示将围绕“营销创新、管理提升、文化引领、运营良好”的经营方针，以打造行业管理标杆为目标，积极创新营销和管理体制机制，逐步提高运营质量，优化良性运营格局，努力实现业绩平稳增长。

而在此前的经销商大会上，汾酒集团设定的2014年汾酒集团销售收入目标为140亿元，预期增长幅度约15%。2013年汾酒集团销售收入突破121亿元，同比增长超13%。

山西汾酒还指出，未来白酒行业跨区

域运营和收购兼并逐步增多，有利于加快推动白酒行业优胜劣汰进程；高端白酒消费日趋理性，中低端白酒竞争愈加激烈；新型商业模式和电子商务将进一步发展壮大，产品品质卓越、结构合理、营销网络健全的名优白酒企业或将迎来新的发展机遇。

此外，在贵州茅台、五粮液、泸州老窖等酒企纷纷进军定制酒市场的背景下，山西汾酒也联合经销商设立定制制酒公司。

公司公告称，为加快市场应对速度，及时满足消费者的个性化需求，扩大公司产品市场领域和占有份额，将由控股子公司山西杏花村汾酒销售有限责任公司和山西新晋商酒庄集团有限责任公司合资成立“山西汾酒创意定制有限公司”，其中：汾酒销售公司出资额为51万元，占51%股权，新晋商酒庄出资额为49万元，占49%股权。

据公开资料，山西新晋商酒庄集团有限责任公司买断了汾酒集团42°、48°“玻汾”、“特供汾酒”、“一坛香”酒的全国经销权，销售网络遍布全国十多个省市。

企业普晒靓丽“成绩单” 风电行业回暖进程加快

□本报记者 郭力方

Wind数据显示，截至3月24日，A股风力发电板块20家公司中有13家发布2013年年报，其中5家公司净利润同比增长。尽管业绩增长面并不大，但与2012年几乎全线下滑的局面相比明显改观不少。

值得一提的是，无论是上游零部件及整机制造，还是下游风电场开发运营，业绩表现的改观涉及产业链各个环节，这充分验证了此前市场广为预期的风电行业回暖趋势。分析人士指出，风电经过2011年以来的调整，政策、技术及市场等驱动因素均趋于理性，洗尽暴利时代“铅华”的风电行业，已历练成战略新兴产业中价值投资的新“洼地”。

全产业链业绩齐报喜

去年三季度以来，国内风电行业筑底回暖的预期逐渐增强。其中最典型的一组

数据显示，2013年全国累计并网容量和年发电量均同比增长30%左右，而此前困扰行业关键因素——平均弃风率为11%，比2012年降低6个百分点。

除业绩表现外，上述公司二级市场表现也值得一提。年初至今，A股21家风电概念公司股价平均涨幅达23%，其中泰胜风能更是猛涨了1.57倍。

而在下游风电场开发运营环节，龙源电力、华能新能源、大唐新能源等公司去年业绩表现可圈可点。其中华能新能源和大唐新能源去年净利润同比分别大增59%和110%，龙头老大龙源电力尽管净利润同比下降21%，但全年风电发电量达219.29亿千瓦时，同比增长30.38%，创历史新高。

市场发展趋于理性

对于2013年业绩表现突出，众多公司一致将原因归结为，经过过去两年风电行业的政策引导以及产业发展，市场竞争逐渐趋于理性。对于2013年业绩表现突出，众多公司一致将原因归结为，经过过去两年风电行业的政策引导以及产业发展，市场竞争逐渐趋于理性。

投资价值逐渐凸显

一位大型券商分析师对记者表示，国内风电行业回归理性的背后，行业告别过去“暴利”时代已形成基本共识。风电行业可谓是“洗尽铅华”，或成为未来价值投资的“洼地”。

相关年报透露出的信息也从侧面诠释上述说法。就政策层面来看，一个值得关注的动向是，国家发改委今年初已明确表态将适时调整风电上网标杆电价，基调是下调。

对此，上述券商分析师表示，历来政策刺激新兴产业发展的一大抓手就是价格杠杆。对于风电行业来说，下调上网电价应看作是一个积极信号，而并非是对风电未来发展的限制。“下调电价至少可以说明这个行业开始进入产业化正轨。”

而从企业层面，该分析师认为，相比光伏企业，风电企业的投资价值相对凸显。目前光伏行业迈入企稳回暖的初期，一些公司逐步扭亏。但两个行业的企业目前的处境十分不同。“光伏企业目前仍处于盈利模式模糊期，居高不下的存货致使许多制造企业纷纷赴下游开发电站。这尽管暂时能消化制造业的过剩产能，但其中长期蕴含的风险会逐渐显现。而风电制造业企业的业绩则是靠充裕产品订单来支撑。”

上述可再生能源学会专家则认为，在七大战略新兴产业中，风电行业起步较早，产业规模发展带动的市场效应相比其他行业更明显，商业模式更清晰，成长性和未来发展充满想象。

十年持续增长

过去十年，北新建材在产业规模、市场开拓、技术创新、品牌建设、经营业绩等方面取得了跨越式发展，每年保持30%左右的持续稳健业绩增长，经营质量稳步提高。

其中，石膏板业务规模从年产4500万平方米（排名全国第三）发展到年产16.5亿平方米，超越两家老牌外资世界500强企业，石膏板业务跃居世界第一。

石膏板为节能环保、价廉物美的新型墙体吊顶材料。目前，北新建材已完成21亿平方米石膏板的布局选址并开始建设，计划在2015年完成25亿平方米石膏板的全球产业布局。

近几年来北新建材全面开展以EVA（经济增加值）为核心的KPI管理，进一步优化经营质量，公司商业模式和经营模式愈加成熟，成长性和未来发展充满想象。（陈静）