

# 云南白药去年净利增46%

## 健康品收入增速居前

□本报记者 戴小河

云南白药3月27日晚间披露年报。公司2013年度实现营业收入158.15亿元,同比增长14.47%;归属于上市公司股东的净利润23.21亿元,同比增长46.66%。公司拟10股送红股5股并派现5元。

公司表示,2013年公司继续搭建并完善集研发创新、制造能力、管理效率、资源聚合为一体的综合服务平台,充分利用该平台完成了从销售到生产再到研发的倒逼式变革路径。至此,云南白药的大健康全产业链已成型。

### 钟情大健康

云南白药近年来对“大健康”市场情有独钟,在年报中也难掩对大健康产业的热爱。“大健康产业是药企开拓市场新疆界的领域。无论过去、现在、未来,云南白药都将围绕‘药’这个核心不断做大做强,拓展白药产业链,加快大健康板块的发展。”

年报显示,健康品2013年的营收增速为18%,略高于药品16%和医药商业15%的增速。目前大健康产品族群包括个人洗护产品(牙膏、洗发水、沐浴露等)、一次性护理用品(卫生巾、纸尿布等)、食品(红茶)等。

其中,2013年公司在牙膏方面推出了益优清新系列产品,收入上亿元;养元清洗发水方面进一步强化终端拉力和渠道推力;清逸堂卫生巾的研发工作加快推进,2014下半年有望在华东区域试点向全国推广。申银万国认为,清逸堂有望成为未来3-5年的新增长点。

公司表示,大健康产业的兴盛是医药产业发展转型的主流趋势。首先,2013年我国老年人近2亿,2020年将达到2.43亿,2025年将突破3亿,这为医药消费提供了强劲的支撑。其次,市场对医药健康服务需求在扩大,民众的消费能力也在提高,二者的交互作用对大健康



的发展有很大的促进作用,药企发展大健康产业是顺势而为。

云南白药表示,未来大健康板块的经营思路是“强化突中央,重点破两翼”,在确保云南白药牙膏系列产品稳步增长的情况下,通过持续投放广告、终端维护、优化线上购物渠道、配合线下优质体验等多种方式,打破白药牙膏一枝独秀的局面,让健康板块千草堂系列、养元青洗发护发系列、采之汲面膜系列等产品百花齐放。

此外,报告期内公司研发支出总额1.9亿元,同比增长91.23%。公司正大力加强新产品的研发投入。2013年度研发支出总额占公司营业收入的1.15%。

### 布局添强援

“公司非常看重清逸堂的市场前景,未来会投入更多的资源。”云南白药一位高管表示,公司对清逸堂寄予厚望,今后有望成长为与白药牙膏并驾齐驱的大健康产品。

清逸堂创建于1994年,主营一次性

卫生用品,“日子”苦参系列卫生巾在云南省及周边地区具有较强影响力。今年1月云南白药公告以8131.74万元收购白药控股持有的清逸堂40%股权。清逸堂将整合进入健康产品事业部,“新白药、大健康”战略再下一城。

清逸堂拥有的生产设备和工艺处于国内领先水平,拥有30万级净化生

产车间和国内一流的9条卫生巾(卫生护垫)高速生产线,具有年产10亿片的生产能力。2013年前8个月,其销售收入和净利润分别为9677.7万元和2328万元。

对于云南白药进军个人护理产业,市场上有意将此举与2004年公司进入牙膏市场的进行类比,认为虽然时隔近10年,但这两种产品在不同时期面临的市场环境相似,高端市场均被外资品牌把持。

经过多年培育,目前云南白药的牙膏产品,已经覆盖全国市场,年销售额超过20亿元,占10%的市场份额,在国内排名第四位。这样成功的先例,也为云南白药的卫生巾“钱景”带来极大的想象空间。

据广发证券统计,我国卫生巾市场年销售额约300亿元。清逸堂产品含药概念特色鲜明,与白药品牌相得益彰,但定位区域性中档产品。公司正在进行产品的二次开发,瞄准高端市场,未来有望成长为十亿级品种。

清逸堂目前90%的销售额来自云南省内,销售网络拓展空间广阔,目前已开拓重庆、四川等周边地区市场。广发证券预计2014年清逸堂产品的销售额将达到3亿元左右。

# 康美药业净利18.8亿增30%

□本报记者 戴小河

康美药业3月27日晚间披露年报。2013年公司实现营业收入133.59亿元,同比增长19.65%,归属于母公司股东的净利润18.80亿元,同比增长30.43%。公司拟以10股派发现金2.6元(含税)。

报告期内,相继与普宁市9家医院、惠来县1家医院、通化市政府、本溪市政府签订了协议,开展医院药房托管业务探索。

中药业务板块营业收入18.04亿元,同比增长8.84%;从市场份额上来看,公司在全国市场约占2%的份额,在广东市场约占30%的份额。预计到2014年底,中药饮片产能将达到4.6万吨。中药材贸易品种近30个,营收80.92亿元,同比增长14.86%。

西药业务板块,公司自产药品营业收入为2.27亿元;药品贸易营业收入24.63亿元,同比增长47.11%。

# 维生素提价前景悲喜两重天

□本报记者 戴小河

维生素是人体不可缺少的元素,在上市公司中也有“维生素”群。近期国内维生素厂商可谓左右逢源:一方面,从1月13日至3月20日,人民币贬值幅度达2.79%。另一方面,维生素巨头巴斯夫公司旗下工厂因发生事故停产加劇供需失衡。业内人士预计,这或将进一步推高VA、VE的价格,相关概念公司短期内将受益。而VC的提价前景则较为迷茫。

### VA VE有盼头

在2014年1月份美元兑人民币汇率触及6.04元的点位后,人民币一改升势,转而步入贬值。从1月至今两个多月时间贬值幅度已达2.79%。过去9年的人民升值之路,让中国许多外向型出口企业倍感“压力山大”,这次人民币出现了一定幅度、持续性尚可的贬值过程,或给国内维生素生产“巨头”带来一丝喘息机会。

此外,维生素龙头巴斯夫的生产事故也给国内维生素厂商提供了短期机会。该公司的甲基丁烯醛工厂发生火

灾,甲基丁烯醛是生产柠檬醛的重要中间体,柠檬醛主要用以生产VA、VE等产品。目前巴斯夫甲基丁烯醛生产线已停产,复产时间未定。巴斯夫的柠檬醛产能全球占比超过60%,如果停产时间超过柠檬醛库存备货周期,柠檬醛供应将严重紧张。此次事故可能加剧市场供应短缺预期,从而推高部分维生素品种的价格。

业内人士预计,上述两大因素将重点利好VA、VE厂商。新和成、金达威、浙江医药、兄弟科技等有望受益。瑞银证券指出,伴随需求恢复,VA价格自去年10月中旬反弹以来,目前价格持续上涨;VE价格低迷的时间延续较长,但近期有所回升。

数据显示,近期VE的价格约87元/公斤,VA的价格约130元/公斤,VC的价格则为26元/公斤,基本保持稳定。市场主要逻辑是,人民币汇率波动幅度从1%扩大至2%,且连续贬值,近日人民币兑美元中间价创新低6.1910元,市场预期利好出口占比较大的原料药企业。兄弟科技维生素业务占比55%,出口占比达42%。

业内人士认为,由于全球人口自然

增长、食物结构消费升级,以及养殖业集中化趋势下更大比例地使用工业饲料,从而带动维生素的刚性需求增加,VE、VA等维生素产品价格有望持续回升,行业景气度将持续向好,相关公司业绩也将持续好转。

以新和成和浙江医药为例,新和成是全球维生素E的四大生产厂商之一。按公司维生素E年销售量20000吨算,VE每提价10元/公斤,将增厚公司每股收益0.23元。浙江医药是国家维生素、生物素、抗耐药菌抗生素、喹诺酮产品的重要生产基地,拥有一批对全球市场具有影响力的产品。按公司VE20000吨的产能计算,VE每提价10元/公斤,将增厚公司每股收益0.18元。

### VC前景迷茫

相比于VA、VE比较明朗的价格走势,VC的价格则比较让厂商郁闷。作为VC生产大国,我国拥有全球90%的产能。目前,业内公认的维生素C“五大家族”分别是东北制药、华北制药、石药集团、江山制药和后起之秀山东鲁维制药。其中,石药集团和山东鲁维制药产能约为3-3.5万吨;东北制药产能约为

2.5万吨;华北制药和江山制药产能都在2万吨左右,“五大家族”的产能总和约12万吨,与全球VC总需求量大致相当。国际上可与他们匹敌的只有维生素巨头帝斯曼,其大约拥有2.3万吨产能。

业内人士告诉中国证券报记者,国内VC厂商难以借本轮人民币贬值大幅提价。他表示,理论上人民币贬值可以促进VC出口,但目前全球VC的定价权在中国企业手中,中国占据全球90%左右的产量,此前国内VC厂商因为价格同盟被起诉,因此很难会再借贬值大幅提价。而且,目前全球的VC需求基本是供大于求,所以人民币贬值很难说是VC企业的机会。

东北制药是国内最早生产VC的企业,对维生素C价格波动极为敏感。由于VC价格战基本以五年为一个周期,价格低谷已经持续3年左右,目前正处于下跌周期的末尾,有望迎来恢复性上升机会。

东北制药一位高管表示,2013年全球VC市场依然维持着整体低迷的态势,公司认为2014年全球维生素C市场出现快速复苏的可能性不大。

# 上汽集团销售突破500万辆大关 东风汽车靠“外财”盈利

# 两大集团齐称汽车市场走出低迷

□本报记者 刘兴龙

3月27日晚,上汽集团、东风汽车分别披露2013年年报,其中,上汽集团净利润248.04亿元,同比增长19.53%;东风汽车净利润5018.26万元,同比增长130.89%。作为国内四大汽车集团的代表,上汽集团、东风汽车均表示,2013年汽车市场结束了自汽车下乡等刺激性政策退出后连续两年的负增长态势,宏观环境由刺激消费转入调控消费时期,总体市

场将进入微增长时代。

### 上汽集团迈过500万辆大关

2013年,上汽集团实现营业收入5658.07亿元,同比增长17.64%,净利润404亿元,同比增长19.53%。其最大的亮点在于销量实现了质的突破,全年

公司国产整车销售510.6万辆,同比增长13.7%。其中,乘用车396.1万辆,同比增长20.1%;商用车114.5万辆,同比下降3.9%。

上汽集团表示,受细分市场整体萎缩影响,在公司商用车销量结构中占比较高的微型商用车销量同比下降6%,这对公司商用车乃至上汽整车总体销量增速均产生了一定影响。

尽管商用车销量增速下滑,上汽集团仍做出了汽车市场回暖的判断。2013年,国内汽车市场走出了过去两年的低迷态势,全年整车销售2223.7万辆,同比增长14.6%。其中,乘用车1699.4万辆,同比增长19.7%;商用车524.3万辆,同比增长6%。

上汽集团表示,从短期看,除较为稳定的刚性需求外,国内汽车市场还面临着

换购、公务员购车、黄标车淘汰更新等机会。预计2014年国内汽车市场仍将保持平稳增长格局,全年国内汽车销量将达到2385万辆,同比增长7%以上。其中,乘用车约1850万辆,商用车约535万辆。

### 东风汽车主业亏损

2013年,东风汽车实现营业收入193.06亿元,同比增长9.07%;归属于上市公司股东的净利润5018.26万元,同比增长130.89%。不过,东风汽车实现盈利主要是由于营业外收入高达2.90亿元。东风汽车归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为-9553.7028万元。

东风汽车2013年汽车销量实现27.2万辆,同比增长3.5%;发动机销量18.1万台,同比增长11.7%。报告期内,

LCV(轻型商用车)市场经历自2011年以来刺激性政策退出后连续两年的市场下滑后,2013年市场回暖但增幅有限。同时,伴随能源、环保、交通等方面的制约,未来的宏观环境将由刺激消费转入调控消费时期,总体市场进入微增长时代。公司将持续关注市场变化,积极把握市场机遇,通过改善产品销售结构和降低内部成本及费用,持续提升公司收益水平。

值得注意的是,东风汽车表示,2014年轻卡市场国IV排放法规实施的范围预计将进一步扩大,同时执行力度将更加严格,由此带来产品技术升级和成本上升,将对轻卡市场产生一定风险。对此,东风汽车表示,2014年将继续强化国IV产品的开发力度,同时加大产品的成本管控,确保新旧产品的平稳过渡。

# 特变电工去年业绩增长35%

特变电工今日公布年报。2013年公司实现营业收入291.75亿元,归属于上市公司股东的净利润13.28亿元,同比增长35.46%。

年报显示,2013年公司生产设备基本处于满负荷运转状态,开工率较高。其中变频器实现产量2.44亿kVA,多晶硅产量7914吨,新能源光伏电站、风力发电建设规模超过800MW。据了解,2013年公司国内输变电市场签订订单近200亿元,截至2013年12月31日,正在执行及尚未执行的国际成套

# 普邦园林拟定增募资11亿元

普邦园林28日公告,公司拟向包括控股股东涂善忠在内的不超过10名特定对象发行8707.74万股,募集资金总额不超过11.024亿元投资四个项目。其中7571万元用以投资博爱湖BT项目、区域运营中心、苗木基地、信息系统四个建设项目,其余3亿元募集资金补充公司流动资金。

博爱湖BT项目作为普邦园林迈入市政领域的标志性项目,是本次募集资金重要投资项目之一。该项目总投资额为4.39亿元,预计收益2671亿元,测算内部收益率为18.15%。普邦园林2013年净利润为3.05亿元,该项目对业绩将起到强力推动作用。目前项目建设已经启动。

信息系统建设属于硬件投资。公司2013年营收较上市前的2011年增长十亿元,管理压力不断增强,对硬件设备尤其是信息系统支撑的需求迅速提高。据了解,普邦园林近两年已完成众多内部平台系统的开发,打通四大板块业务的数据流,逐步实现内部管理及办公的互联网化。本次投资将进一步完善公司已有平台群,拟投资近3300万元。(黎宇文)

# 中航直升机联手空客

## 推进干架直升机生产计划

中国证券报记者从空客公司获悉,空客直升机和中航工业直升机公司3月26日在法国巴黎签署共同生产1000架新一代EC175/AC352旋翼机的协议,双方将各自承担50%工作份额,在同一个平台上生产两型不同的直升机。

按照项目研发各自承担50%工作份额的原则,空客直升机和中航工业直升机将均等承担EC175/AC352的批产工作。两型

不同的直升机将在同一个平台上生产:AC352由中航工业直升机制造、支持,主要满足中国市场需求;EC175由空客直升机公司制造、支持,主要满足全球其他市场。

中航直升机是中航工业集团直属单位,为集团专业化生产直升机的板块。作为中国最大的直升机制造商,中航直升机的产品覆盖从1吨级到13吨级多个直升机型号,每年交付飞机100架以上。(汪珺)

# 中国汽研重点发展技术服务业务

在3月27日举行的中国汽研业绩说明会上,公司董事长任晓常表示,技术服务是公司的立家之本,将优先重点发展技术服务业务。

年报显示,2013年公司技术服务实现了收入与毛利率的双增长,收入增长了18%,毛利率提高了10个百分点左右,是公司业务板块中收入占比最大的业务,占比接近50%,成为带动公司业绩增长的重要来源。据公司介绍,从2009

年到2013年,技术服务收入年均复合增长率达35%。

任晓常表示,去年公司技术研发与测试基地正式投入使用,今年新基地的产能将得到释放。根据公司的三年计划,年营业收入将由2013年的15亿元增长到超过20亿元。

公司总经理李开国表示,未来投资方向将集中在汽车节能环保、新能源汽车和INVI技术等方面,同时也会围绕高端零部件领域考虑进行并购。(周渝)

## 行业进入深度调整

# 业内激辩酒类O2O

“如果说2013年是酒类电商元年,2014年则是酒类O2O元年。”酒仙网董事长郝鸿峰3月27日在中国酒类电商领袖论坛上表示。

酒类行业已进入深度调整期,本届成都糖酒会也略显冷清,而座无虚席的中国酒类电商领袖论坛则成为本届成都糖酒会期间最为火爆的一个论坛,也显示出互联网大潮给酒类营销及酒行业所带来的改变,而O2O模式最为引人关注。

### 酒类电商面临变革

酒类行业市场环境、消费环境等均发生了巨大的变化,以政商务团购消费为支撑的渠道模式和盈利体系受到了很大影响。传统门店销售不畅,使得各大酒厂开始积极寻求包括互联网在内的新渠道,行业对创新商业模式的需求空前高涨。

郝鸿峰表示,过去酒类电商在酒类行业的销售中占比不足1%,预计今年该比例会达到1%-5%,未来3-5年将达到10%。

山西汾酒销售公司总经理常建伟3月27日在汾酒经销商大会上指出,汾酒已成立电子商务部,对电商渠道进行规范管理,同时避免价格干扰,使电商渠道成为传统渠道的有益补充。“近期白酒企业对于B2C,O2O都很关注,对于传统渠道是否要进行变革、是否要进军电商尚有疑问。但对汾酒来说,电商渠道将成为传统渠道的有益补充。”

常建伟认为,电商本身是一个大数据库,不同区域的消费习惯、消费偏好、消费频率汇总分析之后可以成为酒企改进策略的依据,这是行业传统渠道不容易做到的。也有人士提出,酒类电商在经营

过长期的沉寂之后在2013年爆发,这