

东方雨虹自上市以来,以其卓越的经营能力实现了持续的高成长。当下,行业盈利模式变革下的公司转型,开启了东方雨虹新一轮“收获利润”的成长周期,未来3~5年,东方雨虹处于利润增速超过收入增速的“收获期”,盈利曲线有望不断上移。

东方雨虹:实现从优秀到卓越的跨越

○本报记者 晓理

日前,东方雨虹(002271)发布公告,公司在委内瑞拉进行开发、采购以及投资意向获得支持,这是继2013年6月公司获取及利用特多“湖沥青”资源后降低生产成本、开拓海外市场的又一利好消息。

公告显示,2014年7月,公司在委内瑞拉进行开发、采购以及投资,目前已获得中国-委内瑞拉高级混合委员会能源矿产分委会的支持,例如公司在未来可开发委内瑞拉 Guamacoco 沥青湖。委内瑞拉的石油资源丰富,拥有天然沥青湖,沥青产品数量丰富、产出的沥青质地优良且持久耐用。沥青为东方雨虹的主要原材料之一,该事项可以最大程度提高公司产品品质,促进公司产品在巴西等南美国家的销售。

防水领军企业 业绩高速增长

东方雨虹一直是中国领先的建筑防水系统供应商,公司坚持“开发高品质产品、面向中高端市场”的发展战略,从承揽人民大会堂、首都机场等国家重点项目的防水工程入手,抢占高端目标市场,经过近10年的发展,目前已成为中国建筑防水材料行业中最具竞争力和成长性的龙头企业。

近年来,公司业绩稳定增长,2013年营收实现39.02亿元,同比增长31%,实现净利润3.64亿元,同比增长93%,每股收益1.04元。公

司7月5日公告,修正中期业绩预告,预计2014年1~6月净利润同比增长120%~140%(原预计增长40%~60%),盈利2.14亿元~2.34亿元(上年同期盈利9731.95万元)。业绩修正原因是公司各项业务拓展顺利,公司产品市场需求旺盛,导致收入的增长和利润增加。

竞争优势突显 产品供不应求

产品创新构筑了东方雨虹的核心竞争力。公司虽然是国内建筑防水材料行业生产新型建筑防水材料品种最齐全的企业。但新品研发依然不断推进,差异化优势不断增强。目前国内防水行业仅有东方雨虹设有国家级企业技术中心,并设有首席科学家,研发和技术力量处于国内同行业领先水平。公司生产的TPO防水材料、非固化沥青防水卷材、喷涂速凝沥青防水材料等新产品大量推出,其中非固化沥青防水材料市场前景较好,且目前没有其他企业能生产。截至2013年12月31日,公司防水卷材和防水涂料的期末产能分别达到了8000万平方米和75000吨,形成了较大的规模优势。

产能合理布局,扩大市场占有率。东方雨虹近年来不断加强全国产能布局,目前建成达产了七大生产基地,在建三大生产基地,生产基地遍布华北、华东、东北、中南、华南、西南等地区。公司直销模式与渠

道模式相结合的多层次的市场营销渠道网络也日臻完善。截至目前,零售渠道经销商方面,公司已签约800多家经销商,共有8000余家门店;工程渠道经销商方面,签约了1000多家经销商,东方雨虹已基本覆盖全国大部分地区。

东方雨虹作为市场占有率最高的防水企业,市场占有率尚不足5%,但建筑防水材料产品广泛应用于房屋建筑、高速铁路、地铁及城市轨道交通、高速公路和城市道桥、机场和水利设施等多个领域,在行业需求增长和集中度加速提升的大背景下,公司将迎来良好的业务发展机会。近年来,随着公司生产基地布局和产能扩张,销售规模持续增长,产品一直处于供不应求的状态。

虽然近年来国家对房地产行业采取了一系列的调控措施,但是目前国家继续大力推进城镇化进程的背景下,房屋建筑和基础设施建设保持了较大的规模和快速的增长。这也驱动建筑防水行业需求上升。公司2010年底开始结盟大地房产,销量快速增长。目前万科、保利、金地、远洋、大华、华润置地、华夏幸福等数家地产商均和公司签订战略合作协议(部分为非他性),并且客户群在不断扩大,市场占有率有望稳步提升,稳定的客户也为公司业绩增长提供了胜算的筹码。

中长期业绩驱动因素将持续发力

东方雨虹的中长期业绩驱动因素有三个:一是渠道网络功能的进一步发挥。公司将利用现有完备的销售渠道网络,在防水材料基础上扩充相关产品的系统化营销,进一步发挥渠道网络功能,保持建筑防水及其他相关业务的稳步扩张;二是公司准备在新型特种砂浆领域充分发挥公司的产能布局和销售渠道资源优势,实现在特种砂浆领域的业务快速发展,打造多元化新型建材集团。三是公司业务已经拓展至市场空间巨大的国内建筑保温领域,且具有技术研发优势、产品系统优势、专业分包优势和客户资源优势,已经具备成为行业龙头公司的所有必要条件。保温材料业务和特种砂浆业务的开拓能够使公司拥有建筑保温、防水、装饰方面一系列完整的产品线,从一个建筑防水材料行业龙头企业升级成为建筑及家装领域的一揽子服务供应商,进一步提高公司的市场份额及影响力。

当下,防水行业盈利模式正出现变革,东方雨虹作为核心受益者已开启新一轮成长周期,未来5年将处于渠道爆发的利润增速超过收入增速的“收获期”。东方雨虹2014年一季报显示,前十大流通股股东中6家基金1家社保合计持有5628.23万股(上期前十大流通股股东中5家基金2家社保合计持有4789.79万股)。

投资策略

中银基金迎十年华诞 业绩持续优异居行业前列

2014年7月29日,中银基金迎来十年诞辰。十年来,中银基金投资业绩长期持续优异,规模跻身行业前十。根据海通证券发布的基金公司权益及固定收益类资产业绩排行榜,截至2013年底,中银基金最近三年权益类基金绝对收益排名行业第9,固定收益类绝对收益高居第5,在资产管理规模前十的基金公司中均排名第1。

中银基金是由中国银行和贝莱德两大全球著名金融品牌强强联合打造的中外合资基金管理公司。经过十年的发展,中银基金已建成包括货币及短期理财、债券型、混合型、股票型等各种品种在内的完备产品线,旗下基金超过40只,分红已超过140亿元。中银基金跨越式发展的核心动力源自卓越的投研能力。在新十年的起点上,中银基金将继续夯实投资管理核心优势,向广大投资者提供全面优质的金融理财服务,力争成为最好的财富管理机构。

新华惠鑫A首次开放受热捧 现超额募集

据新华基金7月25日公告,新华惠鑫分级债券基金A份额(惠鑫A)在封闭半年后,于7月23日首次进行份额折算并打开申购和赎回。令人意想不到的,惠鑫A于7月23日当天一打开,便深入囊中7.03亿元,由于惠鑫B为2.96亿份,为了保持惠鑫A的份额余额原则上不得超过7/3倍惠鑫B的份额余额,对惠鑫A进行了按比例配售。最终,惠鑫A份额为6.91亿份,惠鑫B维持2.96亿份的份额不变。

对于分级债券A端——新华惠鑫A一打开始就受到投资者的热捧。一方面由于惠鑫A约定年收益率达5.2%,并且6个月开放一次,接受申购与赎回申请,流动性较强。另一方面,同花顺数据显示,在8只同类型(半年期混合债券型分级子基金A类份额)产品中,惠鑫A收益率最高。此外,惠鑫A千元即可申购,且交易零手续费,相较银行理财动辄上万的参与门槛,其较低的门槛吸引了更多投资者的参与。

尤为值得一提的是,新华惠鑫分级债券基金的基金经理于泽雨,经由他管理的新华债券基金均排名前五。截至2014年6月30日,新华基金最近一年、最近半年、最近一季以及自年初以来的超额收益率分别为:10.36%、9.20%、5.90%和9.20%,在各统计区间均排在行业首位。

理财产品集体回归“小时代” 余额宝现金管理工具属性凸显

在资金面相对宽松的背景下,银行理财、理财债基、货币基金收益全面下滑,集体回归至4%左右的“小时代”。理财专家表示,其实货币基金的本质就是现金理财工具,前几年货币基金的正常收益水平也就是3%左右,去年到今年市场资金利率整体偏高,因此货币基金收益也水涨船高,以至于到去年底和今年春节,在季节新因素的作用下,货币基金收益达到近几年的峰值,一度高至6%的非正常状态,也有一些公司通过补贴、赠礼等其他方式,变相宣传7%-8%的收益率,误导了投资者的心理预期。而这些季节性因素、补贴等都是不可持续的,货币基金收益率会向正常水平回归。

余额宝对接的是天弘增利宝货币基金,货币基金有严格的投资标的,只能投资于同业存款、短期国债、债券等低风险品种,风险和收益是成正比的,因此货币基金是一种稳健的、高流动性的现金管理工具。货币基金不等于存款,理论上存在亏损可能性,但亏损风险很小,近几年货币基金的平均收益率在3%-4%左右,货币基金作为定期收益、活期便利的一种现金管理工具的属性凸显,和股票、债券等风险收益级别较高的产品不宜比较。

投资策略

花谢花开 博弈当下

○中信建投

7月以来,随着业绩期的到来,高估值不能被高成长消化的成长股,在前期涨幅较大的背景下,调整压力再次显现。近期市场趋势和风格的驱动因素仍然是两大因素:政策和经济周期。对于经济周期的运行方面,在6月份市场对于经济周期的可持续性存在分歧和怀疑时,我们提出虽然在中期来看,经济周期受房地产、城镇化边际效应递减和结构矛盾的影响,但是根据短周期的运行规律,在本轮稳增长政策效果显现的作用下,短周期至少会维持3~5个月的时间维度,在3季度短周期运行应当是向上的。7月份的汇丰PMI预览值验证了我们对于经济周期的判断。这样,随着经济复苏的确认,板块的轮动伴随着投资时钟的摇摆开始发生,虽然从指数的角度看,不应对于弹性有过高的预期,但是市场对于周

期位置从分歧到共识的演变,还是会增强能源和金融周期博弈时间的长度。

短周期:新常态——花谢花又开

6月工业增加值当月同比9.2%,从趋势环比角度,已连续四个月改善,意味着5~6月短周期开始触底反弹。中采和汇丰PMI,5~6月都出现比较显著的反弹,这种反弹是对3~4月“旺季不旺”的修正,也是年初以来的一系列稳增长措施后经济好转的表现。1~6月固定资产投资累计同比提高0.1个百分点,其中制造业提高0.6个百分点,交运仓储提高0.9个百分点。周期循环角度分析信贷,无论是M1还是M2,3月以来,M1及M2逐渐向其长期水平靠拢,到6月,M1已经高于均衡水平,重新进入扩张区间。

配置思路

当前,在政策方向和力度明朗,短周期运行

以静制动 关注量能

○中银万国

也提到“从政策角度一方面可能引发一定幅度的阶段性行情(比如房地产的放松);另一方面则是结构化的加剧”,但中期观点并未改变,我们依然认为转型期市场经历了上半场的大幅系统性风险释放后,情况逐渐好转,但信心严重不足,进入反复试错、矛盾和希望纠结的筑底阶段,向下已不必悲观,向上还缺乏持续动力,可能有较长时间维持区间震荡格局。2)十八届三中全会之后我们的长期观点从悲观转至中性,何时可以乐观?两个条件:一方面中国经济转型和结构调整见到明显成效;另一方面市场结构得到明显改善,现在还需要等待。3)经济复苏超预期,尽管中微观印证尚不充分,但我们认为可能更长一点或者近一个阶段都不必为经济担忧,这是今年以来的观点,不过我们仍认为从整体经济基本面的角度可能还有一段较长的时间都难以推动市场波澜壮阔的行情(向上或者向下)。4)政策预期的再度

提升有其道理,不过不宜太过乐观,我们仍认为当前长期的经济阶段和短期的经济特征决定政策既要托底,稳增长,又不能重回大规模投资刺激的老路,我们担忧市场对政策预期太高,如果真的从“微定向”走向“强全面”,那么短期狂欢后难免迎来新一轮系统性风险的释放,这是最坏的情形。5)如果强周期权重缺乏基本面的持续支持,那能否由于市场偏好的改变获得资金的持续支撑?上周打新冻资金继续超预期,短期暂迎喘息期,资金回流有利行情延续,但一方面发审会重启,后续IPO将常态化(下半年还有100家任务),另一方面沪港通启动尚有时日,会否提前透支利好,也是隐忧。

短期有整固要求,关注量能。今年以来基本在2000~2150点窄区间内波动,且依然受到2444点以下下降通道上轨的制约,上周指数确实强势,仍有望向上试探。本周上证指数核心波动区间判断(2080,2160)。

服装电商上演“三国杀” 当当网力推“111”天全天达

本报讯 自今年以来,作为图书市场老大的当当网在服装品类及仓储物流方面持续发力,成为推动盈利增长的新引擎。

数据显示,当当网服装品类的销售额从2012年5.6亿元,增长到2013年27亿元,短短一年间激增了5倍,远超天猫、唯品会等服装电商传统列强。

而仓储物流方面,当当网今年最大的提速工程已于6月底全部完成,届时70%以上的订单将实现当日达和次日达。

服装品类:与天猫、唯品会三足鼎立

数据显示,当当网今年一季度整体成交总额增速54%,其中平台服装品类成交额达到5.5亿元,增速达116%。当当网服装品类的迅速崛起,很大程度上得益于“尼品汇”闪购的成功运作。

去年5月,当当网上线“尼品汇”闪购,以3折封顶的罕见折扣力度对抗凡客、天猫、京东等闪购频道,并傲视群雄。数据显示,当当网尼品汇去年二季度的流量仅次于唯品会,居闪购前二。在尾货闪购对服装销售的“联动效应”下,当当网决定打造新品、应季、尾货的服装销售全链。

今年6月以来,当当网继续在“闪购”领域突飞猛进,继去年推出大牌尾货特卖“尼品汇”之后,上周再度上线新的新品闪购频道,以闪购模式卖

“服装新品”,数据显示,新品闪购平台上线的一周里,当当网服装平台的流量实现翻倍,移动端手机当当的流量也接近翻倍,“新品闪购”的上线再次助力当当网服装品类的飞奔。分析认为,“与尼品汇尾货闪购所处竞争红海不同,新品闪购切分的是线下服装蛋糕,电商在这一市场的竞争并不充分,率先发力有助当当网巩固服装品类优势。”

“新品闪购”上线后,当当网服装平台进一步丰富服装售卖模式,形成“尼品汇闪购+新品闪购+服装商城”的服装全链条销售布局,满足消费者多元需求。比较而言,当当网“新品闪购、尾货闪购、商城并举”三种模式相互补充、有效融合,对其它电商服装及线下实体店形成截流的“叠加效应”,这样服装品类全链条的打通,可最快帮助当当服装扩容和建立品类壁垒。

记者了解到,当当网“新品闪购”平台售卖的品牌服装与线下店推新速度保持同步,但与线下新品最多8~9折的情况不同,上线的服装新品均以5~7折的超低价折扣销售。

另据数据显示,当当网合作中高端服装品牌商家超过3000家;活跃用户数3000万,居中国电商第三位。当当网CEO李国庆表示,当当网要让目标品类持续盈利,市场份额10%以上,市场地位行业前三,并且在这个品类领域有自己的“话语权”。

据估算,未来服装有2万亿市场,线上服装则

有4000亿左右市场。当当网正是看中了服装市场的机会。从当当网服装品类来看,从2012年当当服装业务起步的5.6亿,到2013年27亿,短短一年时间,增长近5倍,当当网专注服装零售,无论是从销售增速上,还是收益率上,均远超其他平台。

仓储物流:自身优势集合社会资源的胜利

在物流业务上的快速布局成为当当尼品汇、新品闪购迅速崛起的重要后盾。

近日,当当网“银河1号”天津仓储中心正式投入使用,当当网还宣布在全国400个城市实现“111全天下”服务承诺,即“上午11点前下单当日达,凌晨1点前下单次日达”,与京东物流服务比肩。

据当当网全国仓储高级总监任强介绍,当当网已在全国完成7大区仓储网络布局,包括“银河1号”在内,当当网已建成运营29个仓储中心,2014年底将达到45家,3年内完成100个仓储物流中心的建设布点,重点下沉到三四线城市。与其它B2C电商自建模式不同,当当网采用“仓储自建+城际同城外部合作”模式,自建仓储构筑全国物流的关键节点,城际运输和同城配送采取开放协同、外包整合策略,打破各管一块的传统弊端,形成物流、数据和管理的一条龙,从而实现比自建模式速度更快,成本更低。

在过去两年中,这一模式不断成熟,服务速度和效率大幅提升。目前,当当网“111全天下”

机构观点

——东北证券——

我们继续推荐钢铁、有色、水泥等强周期股票,在过剩产能调整基本结束的大背景下,这些板块有望得到估值修护,迎来一波反弹。建议本周投资应紧紧围绕三条主线:第一是国际化,包括沪港通和QFII扩容;第二是改革,主要是国企改革。第三、周期类个股,如有色金属等。时间窗口方面可以关注7月31日。

——德邦证券——

此轮上涨有基本面支撑,政策偏松,经济低位回升,上半年在出口和房地产投资下滑的背景下,经济仍实现7.4%的增长,下半年随着经济进一步改善,国内房地产市场低位企稳,内需和外需均改善,经济全年仍有望实现7.5%左右增长。货币超量将提升资产价格,股权价格获益较大。我们看好A股行情,反弹趋势仍可延续。行业看好受益沪港通低估值的银行和白酒,还有中报业绩较好的汽车和电气设备,主题投资看好沪港通和国企改革。

——中投证券——

目前,沪指连续大涨后,市场被激活也积累了大量获利盘,短线或需要震荡消化。但综合来看,经济持续回暖,国家政策力度在加大,从而对市场形成较强的支撑。当前市场热点增多,因此,预计大盘后市仍将保持向好势头。

配置建议:1、家电、汽车、食品饮料趋向平稳,部分龙头个股具有配置价值。2、医药、休闲服务行业增速预计能持续超越GDP增速,具有较好的板块配置价值。3、建议适当配置保险、弹性较好的银行、地产个股等。建议关注农产品可能的修复。4、建议配置环保、智能设备、互联网,但是在主要平衡估值不景气度进行波段调整,预计三季度存在阶段交易性机会,而四季度估值存在向下修正的可能性。5、大类产能过剩传统行业之善可陈,建议关注小金属、复合肥、新型建材等子行业个股。

机构最新投资评级一览

近期综合投资评级上调的股票							
代码	简称	综合盈利预测		综合评级系数		评级人数	综合评级
		当前	1个月	当前	1个月		
300287	飞利信	0.5286	0.5094	1	1.67	2	强力买入
000889	茂业物流	0.2474	0.3	2	3	2	买入
300235	方直科技	0.1895	0.1916	1.4	2	5	买入
002623	亚玛顿	0.6884	0.734	1.33	1.83	3	买入
000975	银泰资源	0.4321	0.4395	1.25	1.67	4	买入
000851	高鸿股份	0.1415	0.05	1.5	2	2	买入
002439	启明星辰	0.4341	0.4265	1.17	1.56	6	买入
002197	证通电子	0.395	0.395	1.5	2	2	买入
300063	天龙集团	0.1532	0.1	1.5	2	2	买入
300016	北陆药业	0.2625	0.2562	1.5	2	2	买入
300031	宝通带业	0.4213	0.4197	1.5	2	4	买入
300355	蒙草抗旱	0.3981	0.4116	1.5	2	2	买入
600987	航民股份	0.7599	0.7191	1.5	2	2	买入
601678	滨化股份	0.7028	0.7128	1.5	2	2	买入
600210	紫江企业	0.1743	0.1633	1.5	2	4	买入

近期综合盈利预测调高的股票							
代码	简称	综合盈利预测		综合评级系数		评级人数	综合评级
		当前	1个月	当前	1个月		
300063	天龙集团	0.1532	0.1	1.5	2	2	买入
002575	群兴玩具	0.3072	0.2233	1.75	2.33	4	买入
600175	美都控股	0.4035	0.3178	1.22	1.33	9	买入
002299	圣农发展	0.1971	0.1561	1.5	1.63	20	买入
601099	太平洋	0.086	0.069	1.6	1.83	5	买入
000932	华菱钢铁	0.0754	0.0614	1.75	1.75	4	买入
601872	招商轮船	0.0787	0.0656	1.9	2.22	10	买入
000562	宏源证券	0.4553	0.3806	1.75	1.83	8	买入
002131	利欧股份	0.4648	0.4007	1.88	1.67	8	买入
002048	宁波华翔	1.1005	0.954	1.43	1.33	7	买入
000778	新兴铸管	0.2938	0.2572	1.8	1.8	5	买入
300266	兴源过滤	0.4882	0.4288	1.6	1.5	5	买入
300065	海兰信	0.2088	0.1865	1.25	1.33	4	买入
002507	浩德榨菜	0.968	0.8675	1.89	1.67	9	买入

来源:今日投资

覆盖的城市数量已达到400个,在一线城市与对手追平,二三线城市实现反超。同时与自建仓储物流相比,当当模式成本优势非常明显,通过大型物流快递公司战略合作,享受了每天400~500万单规模的物流服务资源,实现速度倍增。目前当当网物流占比比自建快递成本低达30%。在一线城市,当当网物流成本每单不超过4元。

当当网副总裁段宇表示:“我们坚决不买车不建厂,因为我们对社会化物流的力量与进步充满信心。”根据发改委统计,2012年~2013年物流行业固定资产投资超过7万亿元,推动物流基础设施与速度实现了飞跃。据不完全统计,四通一达和顺丰一线服务员工总数达50万人,运输车辆近4万辆,远远超过任何1家电商的自有数量,规模优势促成成本集约与效率提升。

通过与优秀物流伙伴战略合作,当当网大幅节约车辆购买、人员管理和运营成本,并整合超过京东自营10倍规模的服务资源,实现速度倍增。电商资深观察家鲁振旺指出,“当当模式并不是简单的外包,挑战在于与外部社会化物流的无缝对接。当当网成功的将物流大数据,客户大数据和商务大数据与合作伙伴实现全面协同对接,自建模式在仓储、配送和快递的一条龙微弱优势被彻底弱化,这是当当网反超的关键。”