

广誉远:经典名方新品正式发布

○本报记者 李萌

经典名方作为中医药文化的重要组成部分,是中医药流传至今的重要法宝。恰如让枯兰绽放鲜花、老梅开出新枝一般,让传统中药经典名方在现代工业条件下获得新生,并能按照药品优良制作规范,生产出安全有效的中药制剂,造福百姓,一直以来为党和政府所关心重视。2018年4月,国家中医药管理局会同国家药监局公布了《古代经典名方目录(第一批)》;2018年6月,国家药监局发布了《古代经典名方中药复方制剂简化注册审批管理规定的公告》,这一系列举措无疑将有利于推动传统中医药的发展,让患者用上安全有效的经典名方制剂。

7月8日,广誉远(600771)经典名方产品发布会在山西太原隆重召开。广誉远国药新品感冒清热颗粒、甘露消渴胶囊、小儿咳喘灵口服液闪耀登场!国家中医药相关政府部门领导、专家,知名医药界专家、学者,知名企业家等共同见证这一重要时刻。

广誉远国药始创于明嘉靖二十年(公元1541年),是现存历史最悠久的中药企业,拥有着丸剂、胶囊剂、酒剂、片剂、颗粒剂、散剂、口服液、煎膏剂共八个剂型,继承着龟龄集、定坤丹、安宫牛黄丸、牛黄清心丸、六味地黄丸、乌鸡白凤丸等103种中药古方及炮制工艺。2018年,山西广誉远中医药研究院正式

成立,作为集中医药传统文化传承、中药研究开发、中药传统技艺培训和继续教育为一体的科研机构,山西广誉远中医药研究院坚持传统经典名方、经方验方的科研开发的同时,搜集整理中医药经典名方、民间验方、秘方和传统疗法,将经典名方和名老中医经验方开发为中药制剂,促进成果转化,形成中药新药,推动中医药事业创新发展。

此次广誉远推出四款新品感冒清热颗粒、甘露消渴胶囊、小儿咳喘灵口服液、远字牌龟龄集酒,不仅是顺应市场需求,更是传统中药与当代技术融合的创新。时尚、精致的包装设计符合当代消费者审美,又沿用了皇帝、龙袍等中

国传统元素,体现了广誉远作为传承近500年的皇家御用国药的文化内涵。时尚的全新包装,优秀的产品品质,相信必然与众不同。

在发布会上,广誉远董事长张斌表示,作为广誉远旗下精品中药系列产品,把握时代发展的脉搏,依托中医药文化精髓,传承经典名方,精选地道药材,传承古法炮制工艺,是时代的需求,更是广誉远的使命。同时,这也是国药老字号再一次打造极致产品,完成对“精益求精制良药,兢兢业业为人民”的创新。

科技成就精品中药,在此次发布会上广誉远还公布了《定坤丹临床最新研究进展》,目

前定坤丹的学术论文累计已有118篇,内容涵盖定坤丹临床药效、作用机理、历史记载等诸多方面,特别在定坤丹保肾卵巢和治疗不孕不育的研究逐年递增。《定坤丹联合克罗米芬治疗多囊卵巢综合征不孕的疗效》、《定坤丹对女性更年期症状的疗效评价》、《定坤丹联合来曲唑对PCOS患者促排卵周期中的临床疗效分析》等定坤丹临床药理研究学术论文,都详细阐述了定坤丹在治疗不孕不育、更年期保养、养生保健等多方面的作用。

未来,广誉远仍将坚持不懈加大药理学研究,促进成果转化,推动中国中医药事业不断创新和发展。

汉威科技: 夯实内生增长 发展趋势明确

○本报记者 严肃

本报讯 汉威科技(300007)是国内知名的气体传感器及仪表制造商、物联网解决方案提供商。上市前,公司就已成为国内气体传感器龙头,2009年上市后又横向扩展到压力、流量、红外线等传感器领域,并获得突破,在石油炼化、西气东输的应用中替代了进口传感器。同时,公司积极布局智慧城市综合解决方案,全面覆盖智慧安全系统解决方案、物联网平台解决方案、智慧环保系统解决方案、智慧市政系统解决方案、居家智能与健康几大方面,全方位构建物联网生态圈。

经过多年的内生外延发展,目前公司已构建了相对完整的物联网(IOT)生态圈,主要是以传感器为核心,将传感技术、智能终端、通讯技术、云计算和地理信息等技术紧密结合,形成了“传感器+监测终端+数据采集+空间信息技术+云应用”的系统解决方案,业务应用覆盖物联网综合解决方案及居家智能与健康等行业领域,在所涉及的产业领域中形成了相对领先的优势。

从财务数据分析,公司2013~2018年营业收入以37.97%的复合增长率快速增长;归母净利润2013~2018年复合增长率为9.17%。公司2018年实现15.12亿元的营业收入,同比增长4.72%,实现归母净利润为6165.74万元,同比降低44.11%,主要原因是公司进行了商誉减值。根据商誉减值测试结果,公司认为子公司嘉园环保、鞍山易兴自动化工程有限公司、英吉森安全消防系统公司可收回金额低于其调整后的资产组的账面价值,因此合计计提商誉减值准备5555万元。如果加回商誉减值,则归母净利润为1.17亿元,同比增长6.36%。

2019年,公司继续保持稳健、高质量发展态势。其中,传感器业务订单量保持良好增长,部分应用于家电新产品逐渐投入市场;物联网平台解决方案业务通过经营策略的调整,较去年同期实现了较好的业绩增长;智慧安全系统解决方案业务维持了快速发展的势头,在园区、化工安监以及城市安环一体化等领域均实现了较好的增长;智慧市政系统解决方案业务稳定运行,持续为公司提供可靠的现金流支撑。整体来看,公司各业务板块发展势头较好,促进了公司整体经营业绩持续、稳健地增长。

2019年一季度显示,1~3月,公司实现营业收入4.31亿元,较上年同期增长14.21%,实现归属于母公司所有者的净利润2823.08万元,较上年同期增长20.28%。

如今,在万物互联的时代,传感器是其中最关键的组件之一。在我们身边,汽车、智能手机、可穿戴设备和其他设备,所有这些设备都使用传感器。正如人的眼睛和耳朵一样,作为物联网中一个从外界接收信息的载体,重要的感知前端,传感器未来将随着物联网的普及迎来一个高速的发展期。

市场人士认为,公司成长主线清晰,业绩确定性较强。公司传感器业务不断开拓,持续推进了MEMS阵列传感器、热电堆红外传感器、压力传感器、超声波流量传感器、水质检测传感器、超低功耗红外气体传感器等多种产品的研发进度,应用遍及各个领域,并且子公司苏州能斯达在柔性压力传感器业务上也有突破。

尤为一提的是,公司作为我国气体传感器龙头,国内市场占有率70%,特别是半导体气体传感器市场占有率接近80%。此外,今年4月公司收购山西腾星,将进一步完善产品线,促进我国气体传感器水平的整体提高。今后,公司以气体传感器为基点,借力物联网发展趋势,将撬动智能仪表、物联网解决方案业务全面发展。

据悉,公司产品已渗透到车载、家电、消费电子领域,其中家电领域公司传感器已成功进入海尔、美的等主流家电品牌。同时,公司与阿里巴巴、华为已开展合作,在工业安全、智慧水务等领域均有合作。此外,公司成功入选中国联通公布物联网NB-IoT智能水表的供应商。可见公司在物联网领域扩张步伐明显加快。

(记者 严肃)

温氏股份:中报稳健 龙头优势彰显

○本报记者 严肃

本报讯 7月11日,国内最大生猪、黄羽鸡养殖企业温氏股份(300498)发布2019年半年度业绩预告。公司预计上半年将实现归母净利润13.5亿元到14.5亿元,同比增长47.17%到58.07%。公司养猪业务三月后的回暖,养禽业务的良好表现,以及金融投资业务的增長是公司半年度业绩增长的主要原因。

2019半年年,公司养猪业务整体表现稳健。受非洲猪瘟疫情及一月份市场季节性走低的影响,上半年生猪市场形势严峻。公司积极开展疫情防控工作,加大了生物安全防控成本的投入

力度。公告资料显示,上半年公司商品肉猪销量1175万头,同比增长13.69%,整体表现稳定增长。

自三月份起,国内生猪市场供需缺口逐渐显现,生猪价格逐步上涨,公司盈利水平有望稳步提升。在稳定养猪业务的同时,公司持续推进养禽业务转型升级,成效明显。近年来,公司不断发展肉鸡屠宰,致力于不断提高生鲜鸡销售比例。同时,上半年公司拟并购琼海业布局白羽鸡,进一步完善禽类产业链,公司的抗风险能力和养殖综合效益均有望进一步提升。

公告显示,公司上半年商品肉鸡销量同比增

长17.51%,商品肉鸭销量同比增长21.52%,虽受市场供求关系变化影响,肉禽销售价格同比有所下降,但公司养禽业务仍然获得较好的经营效益。

此外,报告期内公司金融投资业务继续保持增长态势,财务投资业绩稳步上升,对上半年的业绩也起到了较好的支撑作用。

业内人士表示,非洲猪瘟下肉猪行业产能去化明显,能繁母猪和生猪存栏同比连续大幅下降将有望带动猪价下半年的超预期上涨。在替代需求支撑及下半年消费旺季的带动下,肉

鸡行业也将进入景气度阶段。作为行业龙头,公司有望凭借确定性较高的生猪出栏量和完善的产业链布局抢占行业红利,进一步推动经营业绩的提升。

东北证券近日研报分析认为,公司2019、2020年有望实现生猪销售量2300万头、2400万头。假设2019、2020年生猪均价分别为18元/公斤、22元/公斤,公司生猪养殖板块有望实现净利润119亿元、230亿元,公司有望实现归母净利润132.79亿元、243.79亿元,对应PE14.41倍、7.85倍,维持“买入”评级。(记者 严肃)

天孚通信:半年报预告增长 业绩趋势向好

本报讯 近日,天孚通信(300394)发布半年度业绩预告,预计公司2019年上半年实现归母净利润中值为7742.77万元,同比增长42.5%,2019年二季度实现归母净利润区间为3947.81~4762.84万元,同比增长44.0%~73.7%,环比增长14.2%~40.6%,归母净利润中值为4355.32万元,同比增长58.8%,环比增长28.6%。

公司定位光通信领域先进光电子制造服务。主要业务包括高端无源器件整体解决方案和高速光器件封装OEM解决方案。公司产品广泛应用于电信通信、数据通信、物联网等领域。

2017年由于电信市场低迷,叠加高毛利的传统业务毛利率下滑及陆续推出新品的投入,公司单季度利润同比持续下滑。随着公司传统业务毛利率逐步企稳,新品逐步实现盈利,于2018三季度扭转了下滑态势,迎来业绩拐点。

2018年,天孚通信重点推动高端无源器件

以及高速光器件封装OEM两大业务板块的新产品线建设及新产品研发。得益于隔离器、线缆连接器、LENSARRAY等多个新产品线实现规模量产,公司单季度收入和利润实现快速增长。2018年第三季度,公司实现营业收入1.17亿元,净利润3683万元,营收和净利润均达历史新高。2018年年度和2019年一季度,公司业绩延续增长趋势,分别实现营收4.43亿元、1.12亿元。

在新产品线放量驱动业绩增长的同时,天孚通信海外市场的拓展也取得了显著的成果。2018年,公司海外市场销售持续保持较高增长,外销营收同比增长41%,占总收入比重提升至33%,毛利率高达62%,对提升整体盈利能力形成了有力支撑。为进一步拓展海外市场,2018年12月,天孚通信在美国成功投资设立了子公司。子公司的设立有利于加大拓展海外销售与研发业务,有望提高海外高质量客户的收

入占比。2019年,公司OSA代工、光隔离器、MPO连接器、LENS ARRAY产品线产能进一步释放,AWG封装产品线于年中导入,下半年产能爬坡,有望成为公司增长新引擎。

随着工信部今年6月初,为中国移动、中国电信、中国联通和中国广电发放5G牌照,我国正式进入5G商用元年。5G时代的到来,需要更高质量的通畅连接,天孚通信很早便着手规划布局。

早在2016年,天孚通信合资拥有高精度光通信LENS模具20年研发经验的日本TM株式会社,2017年,公司启动定增投资高速光器件建设项目,加强垂直整合,产品线大大扩展延伸;2018年底,公司重点推进了AWG产品线和BOX封装产品线的研发建设,其中AWG产品线在去年通过资源整合,建立了芯片后端切割、高精度研磨、耦合测试垂直整合一体化的产线,解决了AWG芯片供应紧缺的问题。目

前,AWG产品线已经进入批量交付阶段,产品良率、效率处于行业领先水平。

从近几年的频繁的动作来看,公司发展势头十分迅猛。从最早的陶瓷套筒,到如今的九大光纤连接产品线、封装技术平台,产品线得到了极大扩充。“下一步,我们还是围绕先进光电子制造服务(OMS)平台战略定位,给下游模块厂商提供各类配套服务。未来几年在全球5G建设的背景下,公司会努力抓住机遇,争取更好的发展。

招商证券分析师认为,从中长期角度,看好公司技术及产品升级和产业链价值转移带来的进口替代空间。预计公司2019~2021年净利润分别为1.78亿元、2.27亿元和2.84亿元,对应2019~2021年PE分别为33.6X、26.4X和21.0X,维持“强烈推荐”的投资评级。(记者 薛雅萍)

富凯视点

北汽蓝谷:补贴退坡首当其冲 产量同比大跌72%

北汽蓝谷(600733)近期发布了2019年上半年的产销快报,子公司北汽新能源上半年产量为11222辆,同比下降71.75%;销量为65156辆,同比增长21.57%,虽然销量数据看着还不错,但产销量如此大的差距,让人不禁疑问,去库存的北汽到底把车卖给谁了?

在2019年9月,A股市场问题儿ST前锋被北汽蓝谷借壳上市,彻底隐性埋名结束了尴尬的资本市场历程,而北汽蓝谷头顶“新能源整车上市第一股”的光环,却没有太多耀眼的成绩,在主营业务相对薄弱的情况下市值上百亿,大量流通股股东希望通过股改获利,在新能源汽车红利退潮时期,北汽蓝谷的股价没有大跌已经让人感觉“良心”了。

倒是北汽蓝谷的年报业绩还算可以,2018年实现营业总收入164.38亿元,同比增长43.02%,归属于上市公司股东的净利润1.55亿元,同比增长161.21%,实现销量15.8万辆,同比增长53%,摘得新能源销量桂冠。

但2018年已经预示了汽车产业的疲软,全年汽车销量报2808万辆,创下1990年来首次年度下降,这其中新能源汽车虽然一枝独秀,但补贴政策风向已经改变,新一轮补贴退坡启动,明确将逐步减少补贴直到2020年完全取消对新能源汽车行业的补贴,而双积分政策引导合资、进口车企也在争夺新能源蛋糕,其品牌力和研发能力都让自主品牌形成

直接的压力。

所以转过年来,北汽蓝谷就犯起了上市后遗症,一方面是因为补贴退坡,另一方面是新能源汽车市场竞争力不足,导致北汽新能源在2019年的销量波动剧烈,仅在3月和6月有超过万辆的销售,而最低谷的2月只有两千多辆,产量更是下滑了90%以上。

北汽新能源在今年的政策似乎盯准了去库存,然而从去年下半年开始,一批新能源车上市,有老对手吉利也有新势力小鹏,更有合资大厂广汽本田、东风日产等,在新能源车扎堆情况下,北汽的老款车型到底是卖给消费者,还是通过自己的共享租赁平台消化了,苦果只有北汽自己知道了。

因为还处于新能源汽车排号阶段,川崩假也曾多次去过北汽新能源汽车销售网点,还是原来的配方,还是熟悉的味道,几款燃油改电动车型依然是主力售卖对象,连销售人员都不好意思介绍车辆的配置,信誓旦旦地告诉消费者“便宜啊!”,EX系列最低优惠后能下探到6万元,高端一点的EX系列也均价在10万元左右,而造型奇特的北汽LITE虽然看上去是高档的老年代步车,但造型讨巧,反而成为试驾最多的车型。

要说北汽新能源的车型都是老款车,也比较冤枉它,2017年到2018年,北汽新能源对旗下多款车型都做了改款升级,也有新车

上市,但北汽学谁不好,非要学大众套娃,在很多造车新势力努力打造一款精品车型的时候,北汽新能源都快整出胡芦娃七兄弟了。EX系列的小型车、EX系列的SUV是北汽两大核心车系,旗下的车型外观拉个皮,换下电池能量密度,就是个新车型,看上去似乎跟过去不一样,但一對比下来,满不是那么回事,几乎没有多大变动。

北汽新能源虽然强调自己的新车型源自正向研发,但其身上总是逃不脱绅宝系列的影子,自然难以和高端沾上边,于是高价车型卖不动,低端车型没有竞争力,只能在价格上寻找突破,而套娃战术可以有有效的提升生产线和零配件利用率,但却会分散消费者对品牌与车辆品质的感官。尤其是更高端的EU系列,连销售人员都说不清产品间的差异优劣,直接把顾客又领到熟悉好卖的EX系列去了。

至于什么内饰塑料感、车辆异响和续航里程衰减较快,这种老生常谈的问题就不说了,毕竟你花奔驰车轱辘的钱买辆新能源汽车,还想有坐奔驰的体验岂不是开玩笑呢。但北汽新能源说好了是追求性价比,说不好听了就是品质无法提升,这在汽车消费升级,用户品质需求提升的当下,又做了逆市场而为的不明智举动。

在最新的补贴政策中,续航里程少于250

公里的纯电动车已经取消补贴,续航里程大于250公里的纯电动车补贴出现了47%以上的补贴缩水,而北汽新能源里的EC系列很多车型都不足250公里,彻底成为了淘汰车型。面对此状况,北汽新能源部分车型还实施了涨价,消费者的接受度自然会有所下降,失去了价格优势,北汽新能源车型销量大跌便不足为奇了。

从北汽新能源前几个月的销量数据来看,EU系列的销量涨幅明显,这个略高端的车型一方面是前期销量实在是低迷,另一方面也证实了北汽新能源看到自身低质、低价战略无法延续下去,主动寻求品质的提升。

然而产品力不足、品牌低端化是北汽难以跨越的难题,补贴的下滑也让包括北汽新能源在内的多数自主品牌新能源汽车厂商失去了一部分“经济来源”,之前靠微型车支撑的新能源销量第一光环逐渐褪去,今年22万辆的销售目标,上半年只达成了30%。消费者已经从过去“占号”目标,变成了真正的家用需求,面对消费者需求端的变化,北汽新能源今年的产量大幅下滑之举耐人寻味,到底是收缩产线还是大举转型,北汽新能源并未给出明确的答案。

本栏文章转自微信公众号“富凯财经”,并已获其授权,文章仅代表其个人观点,不代表《信息早报》立场。

董秘爆料

江中药业(600750)

问:请问一季度应收账款环比暴增2亿2千万,是什么原因?一季度主营业务发展非常好,请问今年有没有外延并购意向?

答:一季度应收账款大幅增长的原因主要系本公司合并报表范围增加桑海制药、济生制药所致。2019年公司将以融合和转型为主,一方面按照上市公司规范要求积极融入华润管理体系,进一步完善和梳理发展战略;另一方面梳理和规划新收购标的桑海制药和济生制药产品和业务,推动业务协同。

恩华药业(002262)

问:请问贵公司近三年的财务费用都是负数,没有找到合适的项目放在银行吃利息还是其他什么原因?

答:主要是公司利用部分暂时闲置募集资金及闲置自有资金进行资金管理(理财)获得收益影响所致。对暂时闲置募集资金及闲置自有资金进行资金管理,能够减少资金闲置,且能获得一定的投资收益,有利于进一步提升公司整体业绩水平,为公司和股东谋取更多的投资回报。

来伊份(603777)

问:能说一下近两年营收增加利润减少的具体原因吗?

答:公司所处的休闲食品行业市场前景良好,在新的市场形势下,公司为了保持行业领先优势及未来更好更快发展,2017年下半年以来,公司重点加强了全渠道建设、新市场布局,持续加大了信息化建设、技术投入,加大各领域高级技术管理人才引进力度,管理费用和销售费用增

加所致,这些费用的支出,属于公司战略性、可控制的技术及市场布局投入。2019年第1季度实现净利润约6483万,较去年同期增长53%。

卓翼科技(002369)

问:如何才能更好的充分利用资源,吸引人才,把公司做大,为股东创造更大的回报?

答:公司主业是提供网络通讯、消费电子以及智能终端产品的研发、生产制造与销售服务,目前已发展成为一家效率驱动型的一站式智能终端产品解决方案提供商。公司一直都重视人才培养及各方面优秀人才的引进,并通过建立完善的人资体系,制定股权激励方案等,有效的激发了管理团队的工作积极性,提高了经营效率。未来,公司将进一步优化产品结构和业务结构,深耕市场,巩固核心客户,加大

新客户的发展和新兴产品的应用,完善精细化管理,推进生产自动化,加速智能制造平台建设,增强核心竞争力。

松炆资源(603863)

问:广东垃圾分类政策马上推出对公司废纸回收带来新的机会是否利好公司?

答:垃圾分类客观上讲对于垃圾的回收成本降低有一定的积极促进作用,如果能从源头上降低的废纸的回收成本,使得废纸的市场价格降低,那么公司的采购成本将跟着下降,这种结果对于行业来说是有利的。而倡导绿色环保,是国家一直提倡的,我司一直积极拥护并坚决执行,这有利于我司稳健经营。

(以上内容转自深交所互动易、上证e互动平台)