洽洽食品：净利连续三年高增 驶入发展快车道

◎本报记者 严肃

近期洽洽食品(002557)披露2020年业绩快报,公司2020年总营收为52.89亿元,同比增加9.35%;归母净利润为7.90亿元,同比增加30.89%。在2020年复杂多变的经营环境下,洽洽食品财报表现亮眼,净利润增速已连续三年维持在30%以上,目前公司市值达到250亿元左右,比三只松鼠(300783)高出一百多亿。

洽洽食品成立于2001年8月9日。公司地处国家级合肥市经济技术开发区,是一家以传统炒货、坚果为主营,集自主研发、规模生产、市场营销为一体的现代休闲食品企业。公司于2011年3月在深交所中小板挂牌上市。

洽洽食品股权结构相对集中,创始人及董事长陈先保先生为公司实控人,通过合肥华泰集团间接控制公司41.64%的股份。2012年陈先保退居二线,由侄女陈冬梅接手管理。当时瓜子业务增长缓慢,洽洽食品尝试多元化,涉及果冻、牛肉酱、喀吱脆等多个领域。2015年创始人陈先保先生重新出任总经理,进行组织变革,产

品事业部制改革,强化内部评比机制。2015年和2017年分别推出两期员工持股计划,分别面向中高层以及核心高层管理人员。在产品方面,重新聚焦“坚果炒货”主业,剥离弱势业务。2015年11月,推出“蓝袋系列”焦糖瓜子、山核桃瓜子,实现传统产品升级创新;2017年推出“小黄袋”每日坚果,打造第二成长曲线。2019年,蓝袋瓜子年销售额达9亿元,每日坚果年销售额达8.5亿元。公司通过蓝袋新品发力,产品矩阵强化,叠加“小黄袋”成功打造第二成长曲线,重回成长快车道。2017~2019年,公司营业收入、归母净利润复合年均增长率分别达15.9%、37.6%。2019年7月,泰国工厂投产,开启全球化布局新征程。2020年,再次推出两款新产品“益生菌每日坚果”、“坚果燕麦片”,进一步丰富坚果产品矩阵。

洽洽食品是包装瓜子龙头,是唯一实现全国化的包装瓜子品牌,竞争对手为区域性企业,竞争优势明显。根据尼尔森数据,洽洽在包装瓜

子的市占率约54%。公司从2015年开始做订单农业,采用公司+订单农业+种植户的采购模式,加上洽洽瓜子采购量占全国供应量的15~20%,洽洽食品具有一定的议价能力,得以保障原料稳定供应。公司90%销售来自于线下分销渠道,KA以及便利店、夫妻店分别占比60%、40%,拥有1000余个经销商,渠道覆盖国内全部省份的30~40万家终端网点,覆盖终端数量在食品饮料行业中处于中上水平。洽洽食品品牌创立20年,是国内坚果炒货行业领导品牌,已经成功在消费者心智中建立洽洽=瓜子的定位。2016年洽洽食品实现了对瓜子传统产品的升级创新,2017年公司传统产品主动优化的完成,长期稳定增长趋势已形成。2017~2019年期间葵花子业务营收增长明显加速,期间复合年均增长率约14.3%。

2015年青岛沃隆率先推出“每日坚果”单品,通过“混合果干+补充每日营养”卖点迅速走红,随后各企业纷纷入局。目前主要参与者可总

结为以三只松鼠、良品铺子、百草味、来伊份为代表的渠道型企业,以及以洽洽、沃隆为代表的产品型企业。从财务指标来看,自2017年洽洽食品正式每日坚果新品正式投放市场,经过连续3年的持续放量,2019年公司坚果类收入实现8.3亿元,2017~2019年收入贡献由7%提升至17%,结构不断优化。盈利方面,由于产品属性及定价策略,坚果业务毛利率低于葵花子类,随着规模效应及生产自动化率提升,2017~2019年坚果业务毛利率由16.2%提升至26.5%,随着自动化率的进一步提升,预计坚果毛利率仍有提升空间。

洽洽食品目前在国内拥有8大生产基地及1个海外泰国工厂,其中合肥、阜阳、长沙、哈尔滨、重庆为5处核心工厂。2019年公司葵花籽产能达18.64万吨,产能利用率81.85%,高峰时期基本满产;坚果产能0.9万吨,产能利用率超过100%。公司2020年发行可转债募集资金进行滁州、合肥、长沙工厂的葵花籽和坚果的产能扩

充,叠加此前IPO剩余募集资金将用于重庆工厂二期投资建设。预计达产后,葵花籽、坚果产能将进一步扩充至29.44万吨、3.48万吨,分别提升57.94%、286.67%。

招商证券研报认为,2020年四季度公司收入增速放缓,主要系2021年春节备货延期,成本下行和费用节约推动下,四季度净利率明显提升。不考虑备货节奏,2021年一季度有望实现开门红。全年来看,低基数下收入增长有望提速,营业利润率保持稳中有升的态势。

海通证券最新研报指出,受益于精准把握消费者需求,不断推出契合需求的新产品,渠道精耕及县乡突破将会不断扩大市场的占有率,提升销售的渗透率等,看好未来公司瓜子业务继续稳定增长,坚果业务不断打开成长空间。预计2020~2022年公司营业收入分别为52.94、60.37、68.74亿元,归母净利润分别为7.90、9.77、11.95亿元,对应EPS分别为1.56、1.93、2.36元/股,给予“优于大市”评级。

佐力药业：业绩强劲复苏 成长空间可期

◎本报记者 李萌

佐力药业(300181)于2011年2月上市,主要从事药用真菌系列产品、中药饮片及中药配方颗粒的研发、生产与销售。公司拥有自主知识产权的乌灵系列产品(乌灵胶囊、灵泽片、灵莲花颗粒)和百令片系列产品。公司及控股子公司共有12个品种纳入《国家医保目录(2019版)》,其中乌灵胶囊、灵泽片、百令片等核心品种进入了《国家基本药物目录(2018年版)》。公司进入“2019年度中国中药企业TOP100排行榜”第75位,“2019年度中华民族医药百强品牌企业第53位”。

核心主业发力净利润增长加速

乌灵胶囊和百令片是公司核心产品及主要营收来源。乌灵胶囊是国家中药一类新药,中药保护品种,是国内首个提出治疗心理障碍和改善情绪的中药产品,OTC品种,在神经系统疾病用药中具有竞争优势。乌灵胶囊上市二十年来,在临床上广泛应用于精神科、神经内科、中医科、耳鼻喉科、皮肤科、消化科、心内科、肿瘤科、内分泌科等科室。乌灵胶囊作为治疗焦虑抑郁状态及失眠的基础用药,已经获得中华医学会、中国医师协会等颁发的28个临床指南、专家共识的推荐,并进入了2018版国家基药目录,是2019版国家医保目录甲类品种。

百令片是发酵冬虫夏草菌粉制剂,具有补肝肾、益精气作用,进入了2018版国家基药目录和2019年版国家医保目录。

乌灵胶囊和百令片已连续三年荣登“中国非处方药企及产品榜”。

此外,公司的灵莲花颗粒“治疗妇女更年期综合症的药物制剂及其制备方法”和灵泽片“治疗前列腺炎、前列腺增生的药物组合物及其制备方法和制剂”均获得国家发明专利;灵莲花颗粒为国家中药二级保护品种;灵泽片还进入

了2018版国家基药目录和2019年版国家医保目录。这两个产品,也都具备强劲的增长潜力。

近年来,公司积极面对外部环境的变化,借助于国家基本药物政策的落地和实施给公司带来的发展机会,聚焦主业,以核心产品乌灵胶囊、百令片、灵泽片进入国家基本药物目录为契机,稳自营、强招商,加大市场投入和终端医疗机构开发覆盖,经营业绩实现稳定增长。2019年公司实现营业收入9.1亿元,比上年同期增长24.77%;实现归属于上市公司股东的净利润2559.28万元,比上年同期增长23.33%。

2020年初,新冠肺炎疫情肆虐全球,在抗击新冠肺炎疫情过程中,中医药发挥了重要作用。也是在这一年,乌灵胶囊新增进入《新型冠状病毒肺炎疫情防控应急救治专家指导手册》、《疫情应急的焦虑抑郁状态中医心身治疗专家指导意见》、《抑郁症中西医结合诊疗专家共识》、《乌灵胶囊在心身相关障碍中的临床应用专家共识》等专家指南与共识。截止2020年12月底,乌灵胶囊在销医院(包括三级医院、二级医院、一级及其他医院)数量达到9984家,百令片在销医院数量达到3128家,灵泽片在销医院数量达到929家。占据终端医院之后,未来业务发展有了更大保障。

3月9日,佐力药业发布2020年业绩快报及2021年一季度业绩预告。2020年公司实现营业收入10.9亿元,较上年同期增长19.73%;利润总额1.08亿元,较上年同期增长271.75%;实现归属于上市公司股东的净利润8796.29万元,较上年同期增长243.70%;基本每股收益0.15元。其中,两大主导产品——乌灵系列和百令片的业务收入稳步增长,乌灵系列营业收入同比增长24.71%,百令系列营业收入同比增长18.80%;两

者毛利率均达到80%左右。

2021年一季度,公司继续保持产销两旺态势,盈利能力持续增强。一季报预计:归属于上市公司股东的净利润为4100万元~4900万元,比上年同期增长275.38%~348.63%。

同时,业绩快报还显示:2020年公司总资产为24.5亿元,较期初增长19.55%;归属于上市公司股东的所有者权益为15.9亿元,较期初增长21.43%;每股净资产为2.61元,较期初增长21.43%。由此可见,公司资产质量提升明显。

尽管自2015年公司业绩有所下滑,但从2019年公司走出“微笑曲线”低谷,至今业绩保持超预期增长。并且2020年预计非经常性损益对归母净利润的影响金额仅为405万元,意味着业绩实打实地来自主业增长。

市场人士认为,随着2月份国务院印发《关于加快中医药特色发展的若干政策措施》的出台,将进一步提高中药产业发展活力,优化中药审评审批管理,完善中药分类注册管理,从政策层面规范药品研发、申报、上市等各环节,推动中西药的协同发展。

布局CAR-T领域参股公司拟赴港上市

2月26日,佐力药业孙公司参股的科济药业(CARsgen Therapeutics Holdings Limited)已向香港联交所递交上市申请。

科济药业是一家在中国及美国运营的临床阶段的生物制药公司,专注于治疗实体瘤和血液恶性肿瘤的创新细胞疗法。科济药业已内部开发突破性技术以及拥有全球权利的革命性产品,以解决CAR-T细胞疗法的重大挑战,其使命是成为能为全球癌症患者带来创新和差异化的细胞疗法并使癌症可治愈的全球生物制药的领导者。

CAR-T(嵌合抗原受体T细胞)是一种经

过基因修饰的T细胞,通过向患者DNA中导入编码CAR的基因对T细胞进行修饰,T细胞增殖后回输患者体内表达CAR,从而启动人体自然宿主防御机制,对靶细胞进行杀伤,从而达到比普通T细胞更强的定位攻击肿瘤细胞的能力。

目前,科济药业已在中国、美国和加拿大获得7个CAR-T疗法的IND批准,在中国所有CAR-T公司中排名第一。此外,在中国所有CAR-T公司中,科济药业是第一个也是唯一一个获得美国FDA再生医学高级疗法(或RMAT)认证的公司。

科济药业已经开发了11个强大且具革命性潜力的用于治疗实体瘤及血液恶性肿瘤的候选产品,其中6个正处于临床阶段。在11个候选产品中,10个是CAR-T细胞疗法,CAR-T细胞疗法中5个处于临床阶段。

科济药业自2014年成立至今,共进行了六轮融资,分别是A系列、B系列、Pre-C系列、C-1系列、C-2系列及C+系列,分别筹集资金163万美元、3000万美元、6000万美元、7000万美元、1.16亿美元及1000万美元。六轮融资累计筹得2.876亿美元(折合人民币18.62亿元),以2021年3月2日汇率换算)。六轮融资中,主要投资者由包括鸿创医学、高瓴资本、佐力药业的佐力创新医疗、天士力、光量战略投资等知名基金、资管机构及上市公司组成。目前,佐力药业孙公司佐力创新医疗持有科济药业28,385,012股,占比为6.27%。

记者了解到,相较于手术治疗、放射性治疗、药物治疗等传统疗法,CAR-T疗法是细胞免疫疗法中的新领域。目前,CAR-T疗法主要用于治疗血液瘤。由于前期研发成本高,导致CAR-T治疗费用高企,也是现阶段制约其大规

中宠股份：内外兼修的宠物食品国产龙头

◎本报记者 丁大武

中宠股份(002891)是一家全球宠物食品领域多元化品牌运营商。公司旗下有“Wanpy”、“Natural Farm”、“Dr.Hao”、“爱宠私厨”、“脆脆香”、“Happy100”等自主品牌,主要从事犬用及猫用宠物食品的研发、生产和销售,产品涵盖零食和主粮两大类。公司先后建立了14间现代化的宠物食品加工厂,产品包括零食、罐头、干粮、洁齿棒、饼干、猫砂、湿粮等,基本覆盖常用宠物食品种类。公司在全球拥有16间现代化高端宠物食品生产基地(3间在建),产品销往日本、美国、加拿大、德国、英国、法国、澳大利亚、俄罗斯、韩国等全球50多个国家。根据公司2020年业绩预告,预计实现归母净利润为1.10~1.42亿元,同比增加39.34%~79.15%;预计实现扣非后净利润为0.99~1.31亿元,同比增加47.17%~93.73%。据公司称,业绩增长的原因一方面是公司积极开拓国内市场,集中资源不断夯实公司产品及渠道能力,取得了良好的成效,另一方面

公司在美国、加拿大、新西兰、柬埔寨的生产基地在疫情期间均保持了正常的生产运作,使得公司的海外销售收入实现稳定增长,此外业绩还受益于生产所需的主要原材料价格下降。

根据中国宠物行业白皮书,中国宠物(犬猫)消费市场规模从2010年的140亿元增长到了2019年的2024亿元,复合年均增长率为34.55%。根据Euromonitor数据,2020年我国家庭数量为4.87亿户,户均养宠0.39只,单宠年均消费金额为59.5美元。对比美国、日本等国家宠物行业数据,再结合往年增速,预计到2025年我国宠物市场规模约为1644亿元,5年复合年均增长率为17.8%。宠物食品是景气度持续高位的好赛道,而宠物行业上市公司具备稀缺性,A股仅有中宠股份和佩蒂股份两家。佩蒂股份主要产品为营养保健型、功能型宠物食品,尤其以各类咬胶零食闻名。中宠股份产品主要包括宠物零食、宠物罐头、宠物干粮等。中宠股份2020

年前三季度营收达到16.2亿元,公司上市至今涨幅逾三倍,目前市值约80亿。佩蒂股份前三季度营收为9.72亿,市值约50亿。中宠股份在营收和市值方面均更胜一筹。

中宠股份此前公告计划自筹3343.75万新西兰元收购PetfoodNZInternational Limited(简称PFNZ)70%股权。PFNZ是新西兰最大的宠物罐头工厂,其客户包括ZIWI(巅峰)、K9等诸多高端品牌。2020年PFNZ实现营收1725.85万新西兰元,净利润216.3万新西兰元(约1000万人民币)。本次交易PE为22倍,是中宠股份继2018年收购NPTC和ZPE(获得Zeal品牌)后在新西兰的第二笔收购。但随后深交所向中宠股份发出关注函。深交所指出,请补充披露本次收购形成的商誉金额,并结合中宠股份商业模式、对外扩张规模和趋势、标的资产预计未来现金流量及持续盈利能力,说明新增商誉是否会对中宠股份资产质量和盈利能力造成潜在不利影响,

并就相关事项做充分风险提示。中宠股份回复称,PFNZ公司2020财年较2019财年收入增长34.17%,利润增长72.44%,根据截至2021年2月5日数据及在手订单情况,2021财年(截止日为2021年3月31日),PFNZ公司预计收入增长33.86%,利润增长68.14%。本次收购完成后,按谨慎的15%的销售增长率预测,标的资产的未来现金流折现值远大于收购时价值,公司商誉不存在减值。新增商誉不会对本公司资产质量和盈利能力造成潜在不利影响。

国信证券研报认为,中宠股份海外业务客户粘性强,需求稳定增长;而国内业务处于很好的快速成长期,空间大、弹性高;同时未来原材料鸡肉价格有望进一步下降提升公司毛利率,预计公司2020~2022年利润为1.4、2.0、2.6亿元,增速为79%、40%、33%。公司质地优秀、先发优势明显、卡位好,是长期底仓配置的优秀标的,给予“增持”评级。

北京银行门头沟支行获“北京市扶贫协作先进集体”称号

◎本报记者 薛雅萍

3月15日,北京市扶贫协作总结表彰大会在北京会议中心隆重举行。北京银行(601169)北京分行门头沟支行(以下简称“门头沟支行”)被授予“北京市扶贫协作先进集体”称号。

2020年是我国全面打赢脱贫攻坚战收官之年,门头沟支行坚决贯彻北京市委市政府、门头沟区委区政府以及北京银行党委关于脱贫攻坚的决策部署,切实增强金融助力打赢脱贫攻坚战的责任感和使命感,前往河北省涿鹿县开展扶贫协作对接工作,将落实金融扶贫工作作为重要政治责任,摆在突出位置,与疫情防控和经营管理同谋划、共推进。

河北省涿鹿县武家沟学区长疃小学地处偏远山区,是一所全日制农村公办学校,现有在校学生84人中,留守儿童高达24人,占比29%;贫困家庭学生2人,残疾家庭学生2人,电教设备硬件老化,教学设备严重缺乏。门头沟支行在实地走访调研了解学校困难后,立即召开党支部会议,研究向长期帮扶小学捐赠教学设备的问题,

并以最快速度通过北京银行“大爱基金”向武家沟镇长疃小学捐赠总价值29万余元的25台电脑和6台教学多功能一体机,并为长疃小学建立起新的电教室,让山里的孩子与外界建立起更加畅通的沟通渠道,拉近了山区留守儿童与网络科技时代的距离。

北京银行北京分行深刻践行习近平总书记提出的“扶贫必扶智。让贫困地区的孩子们接受良好教育,是扶贫开发的重要任务,也是阻断贫困代际传递的重要途径。”这一重要指示。2020年9月,北京分行联合燕京支行联合中国石化集团向甘肃省东乡族自治县捐款30万元,用于修缮榜沟小学项目;2020年12月5日,北京分行团委发起“京心同行”志愿服务活动,邀请河北涿鹿县武家沟镇武家沟学区师生代表来京参观,并再次向武家沟学区捐赠了中小学图书1275本和学习用品若干,让贫困地区的孩子有书可读、读上好书,传递“知识改变命运”的价值观,也将北京银行关注扶贫扶弱、传递大爱精神的初心延

伸的更广、更远。

与此同时,北京银行北京分行作为深耕首都金融服务多年的金融机构,多途径、多片区播撒扶贫扶弱、支农助农爱心,积极倡导辖内支行积极为三农企业开展金融支持,引流金融活水。

被授予“北京市扶贫协作先进集体”称号的门头沟支行也通过积极支持门头沟区农户和生态旅游业发展,认真践行金融扶贫工作。支行在长期扶农、助农的过程中逐渐形成了“以网点为依托,辐射周边村庄,以产业为基础,简化贷款流程”的农户贷款经营模式,有力支撑“三农”工作的开展。门头沟区清水镇江水河村位于灵山脚下,是北京海拔最高的村庄,夏季的避暑胜地,经营民宿是村民的主要收入来源。随着当地旅游业的不断发展,对民宿的规模和质量提出了更高要求,无法获得贷款成为制约当地发展和村民增收的重要因素。门头沟支行在实地调研了解当地产业情况和村民诉求后,积极落地

“北京银行千院计划”,助力“门头沟小院”发展,为江水河村以基准利率发放农宅贷12笔,共计895万元,用于该村民宿整体升级改造,并将贷款期限拉长至10年期,充分降低了村民的还款压力。截至2020年末,门头沟支行涉农贷款户数80余户,余额9200余万元,极大程度解决了门头沟区内各类农户发展中遇到的实际困难,成为北京银行北京分行扶贫扶弱、支农助农的一个缩影。截至目前,北京银行北京分行累计支持300余户涉农企业,投放贷款40余万元。

北京银行北京分行始终坚持北京银行“服务地方经济、服务中小企业、服务市民百姓”的市场定位,在服务实体经济、决胜脱贫攻坚、倡导公益事业等方面不忘初心、践行使命、传递爱心,积极履行社会责任。在今后的发展过程中,北京银行北京分行将持续提升金融服务首都的能力,在扶贫、助农、生态、公益领域描绘更大的同心圆,为首都的绿色、生态、和谐、共赢发展贡献更大的力量。

模市场化的主要因素。科济药业也是将六轮融资筹得资金均用于内部开发突破性技术以及拥有全球权利的潜在革命性产品,以解决CAR-T细胞疗法的重大挑战,比如提高治疗实体瘤的疗效,提高安全性和降低治疗成本。

据有关资料预计:全球CAR-T细胞疗法市场将从2019年7亿美元增至2024年66亿美元,2019年至2024年的复合年增长率为55%,市场前景不容小觑。此次科济药业赴港上市筹集资金将用于旗下核心候选产品临床进程及商业化步伐。

市场也期待科济药业成功上市将给佐力药业带来丰厚回报。

今年是佐力药业上市的整十年,公司将继续围绕“顺大势、谋大局、强政务、重合规、稳自营、强招商、布零售、全模块”的营销策略,以市场为导向,不断完善营销体系,结合产品特点推进市场布局。同时,加强创新研发,增强企业持续发展后劲,把企业做大做强,构建大健康产业格局!

广誉远发起 高校创意传播大赛

本报讯 随着健康中国写入国家战略,坚持中西医并重和优势互补,大力发展中医药事业,成为了“十四五”规划的重要内容。规划提出,强化中医药特色人才培养,加强中医药文化传承与创新发

展,推动中医药走向世界。弘扬中医药文化,青年有所为。青年是国家发展的未来,大力发展中医药事业,离不开他们的参与和努力。“广誉远(600771)创立480周年之际,联合学院奖主办方,向全国高校发起以“中医贯古今,国粹永不息,共贺广誉远480周年”为主题的创意传播大赛,旨在让更多的年轻人了解、弘扬中医药文化,为中医药事业发展积蓄后发力量。

全国性专业赛事

学院奖全称为中国大学生广告艺术节学院奖,由中国广告协会主办,广告人文化集团承办,国家市场监督管理总局批准的全国性大学生广告专业奖项,在中国传播与广告相关专业院校、学生中间具有广泛的影响力。

该奖项始创于1999年,目前已历经21年18届,活动覆盖全国1240多所高校的2578个院系,每年有超过150万名师生产直接参赛,收到来自全国各高校学子的40多万件创意作品。其在全国各高等院校中深入人心,影响力已从高校延伸至广告行业,成为行业遴选人才,企业获取新鲜创意,品牌探索年轻化的重要途径。

将中医药“植入”百万学子心里

中医药文化是中医药事业的根基和灵魂。然而,由于种种原因,现代年轻人对中医药缺乏足够的了解和信任。广誉远希望通过实际行动,推动中医药文化繁荣,让更多的年轻学子了解中医药、相信中医药、使用中医药、为中医药代言,形成良好的中医药文化氛围。

为此,广誉远创新中医药文化传播方式,携手覆盖面广、号召力强的学院奖,策划本次大学生创意传播大赛,内容涵盖中医药文化走进校园、480位中医药文化校园大使招募、广誉远480周年线下点亮仪式和创意视频大赛等方面,通过年轻人喜闻乐见、内容丰富的形式,增强中医药文化在年轻人群的传播与普及力度。

据主办方预测,本次大赛将有150万学生直接参赛,直接影响800万在校大学生。也就是说,通过本次大赛,将有数百万高校学子在创作和分享作品的过程中,深入了解中医药,成为中医药文化的传播者。

中医药被誉为“经验科学”,从神农尝百草以身试药,到沿用至今的“望闻问切”中医四诊,均是建立在经验基础之上。中国工程院院士、著名呼吸病学专家钟南山院士在参加深圳一个中医药文化论坛时曾指出,中医药现代化很重要的一个门槛就是要把经验的医学变成大家信服的循证医学。利用现代技术手段,广誉远重点对中药传统炮制理论、方法、原理等方面进行大量研究,并将研究成果运用到实际生产当中,为传统中药技艺设定了关键工艺的控制点和控制参数,比如为九炙地黄、炉鼎升炼等炮制技艺建立了相关工艺规程,操作SOP和内控标准,实现了生产全过程的GMP管理,真正做到了传统工艺的规范化和标准化生产。这次创新性的尝试,将为企业参与中医药文化建设,推动中医药年轻化具有积极的示范性意义。

大赛已于3月18日启动,具体的参赛规则留意学院奖官方网站广誉远专区和广誉远微信公众号公布的信息。(记者 严肃)