(上接A2版)

事实证明,当时坚持实行IPO计划的券商最终完成上市工作已经是两三年之后的事情。虽然公司借壳上市没有融到资金,但是毕竟把公司送上了资本市场,融资也是迟早的事情。2009年,公司抓住市场机遇,顺利完成配股项目,融入资金32个多亿,大大扩大了公司净资本规模,提高了公司抗风险能力,为公司今年顺利获得股指期货和融资融券创新业务资格打下了坚实基础。在当前以净资本为核心的监管理念下,净资本规模是证券公司做强做大的一个硬性指标,于是,2010年,公司迎难而上,再接再厉,实现公开发行项目的顺利过会。下一步再融资完成后,公司净资本规模可跃升至行业前十。

发挥优势 深耕湖北

笔者:长江证券在实现远景目标的道路上不可避免的会面临激烈的行业竞争,公司有哪些竞争优势?

胡董事长:第一,长江证券是上市券商,这在目前上市券商数量有限的情况下,公司在比较长的一段时期内具有非上市券商不可比拟的优势:一是公司利用A股市场这个融资平台,实现了净资本的大幅提升,突破了券商发展的资本金瓶颈;二是上市实现了公司法人治理结构、企业管理经验和品牌形象的全面提升;三是上市使公司股权结构更加合理,特别是公司股份全流通后,大小股东利益趋于一致,公司今后的发展可以得到股东更多的支持。

第二,长江证券长期坚持"诚信经营、规范运作、创新发展"的经营理念和"客户导向、研究驱动、技术领先、内控先行"的业务发展策略。众所周知,证券公司是通过管理风险获取收益,风险管理能力决定公司生存,风险管理能力决定业务能力和业务规模,公司建立了分层次的风险控制体系和实时监控系统,定期梳理业务和日常管理环节的风险,加强风险文化建设,形成"风险无小事"的共识,将风险管理融入到日常工作中。经过多年的发展积累,公司风险管理做到了可测、可控、可防和可承受。

第三,目前,公司在全国22个省、自治区、直辖市,58个城市设立了90家营业部,并在深圳和重庆设立了2家分公司,逐步形成了覆盖全国的业务网络,旗下有长江证券承销保荐有限公司等4家全资子公司和长信基金、诺德基金2家参股公司,金融控股集团架构基本形成。这种金融控股的架构有利于公司今后通过业务资源整合和专业化分工,实现客户、渠道、信息等资源的共享;有利于公司为客户提供全面、个性化的金融类服务;有利于提高公司客户群体的忠诚度。

第四,在证券公司营业网点扩张所引致的金融深化过程中,把握并发挥区域竞争优势是券商在激烈竞争中胜出的法宝之一。公司坚持全方位"深耕湖北"战略,投行、经纪、资产管理、直接投资、债券等业务在湖北份额要占30%以上,进一步提升公司在湖北市场的区域优势。而十二五规划和《促进中部地区崛起规划》的实施,将湖北推向了经济转型和跨越发展的关键时期,对诞生于湖北,总部位于中部地区最大城市武汉的长江证券而言,湖北经济的发展必将更有利于公司"深耕湖北"战略的实施和区位优势的建立。

第五,公司已成功开展了股指期货和融资融券业务,相对于大多数券商而言在这些创新业务上具有一定的先发优势。我给长江期货定的目标是,要利用股指期货开闸的机会,全面提升业务水平和整体实力,争取进入期货业的第一集团军。同时,随着市场融资融券规模的扩大,该项业务也将成为公司未来新的利润增长点。

强身健体 不惧挑战

笔者:在笔者印象中,你在长江证券上任伊始就提出要打造百年老店,而且在后来的很多重要场合都重复提到打造百年老店,你认为在打造百年老年的过程中,长江证券面临的最大挑战是什么?您将如何带领公司经营管理团队迎接这些挑战?

胡董事长:是的,我在来公司后第一次经营工作会议上就提出了,长江证券要打造百年老店的愿景。这是公司的一个长期战略目标,就目前公司的实力和水平,距离这一战略目标还很遥远,但是不能因为遥远就不确定目标。公司董事会、经营管理层和全体员工要有把长江证券建设成"向客户提供全面理财服务的一流金融企业,在行业内有地位,在社会上受人尊敬的百年老店"的信心,所有员工要充满自信,要用自己的自信来感染和说服客户。毛泽东年轻时就非常自信,还在读中学就写"自信人生二百年,会当击水三千里",每个人都要有一种不服输的劲头。但是自信不是盲目的,我们必须要认识到在打造百年老店的过程中,公司还面临着巨大的挑战,即业务和人才的挑战,也就是公司的整体竞争力还不强。具体讲:

一是占公司利润半壁江山的经纪业务中营业部部均交易量、部均净收入在行业排名居中,与公司应有的地位相差较远。为此,公司启动了零售客户业务体系改革,依靠自身力量集中精力做强、做大零售客户业务,建立公司在零售客户业务领域的竞争优势。

零售客户业务是公司的支柱性业务,是公司赖以生存和发展的基础。零售客户业务体系改革是公司顺应市场发展趋势,谋求超越发展的重大举措。目前,零售客户业务体制改革第一阶段成功收官,但是,改革是一个持续动态调整的过程,公司在零售客户业务体系改革实施过程中,不断调整和修订相应的制度。现阶段,公司将继续扩充网点数量并优化网点布局,继续加大客户开发力度、强化营销队伍建设,同时提高公司营销策划能力和客户服务的软硬实力,丰富零售客户业务品种,提升业务管理能力和营业部价值,建立起以客户为中心的销售服务型组织,实现公司零售客户业务从通道业务向财富管理的转变,从而增强零售客户业务核心竞争力,实现跨越式发展,力争在三至五年内进入全国行业前列。

二是随着业务规模的快速扩张,公司人才储备不足。公司一直坚持"待遇留人,事业留人,感情留人"的理念。证券行业是人才密集型行业,人才是证券公司的核心竞争力,只有一流的人才才能创造一流的业绩,打造一流的公司。公司的现状是优秀人才严重不足,包括专业人才和管理人才。因此要抓紧建立后备人才梯队:一是要引进成熟人才。公司要打开大门,广纳人才,特别要引进专业人才,如投资方面的基金经理等。只要是货真价实的优秀人才,什么条件都可以谈。二是要自己培养人才。一方面要强化培养专业技术人才,另一方面培养后备队伍,建千秋大业的基石。各部门和营业部都要有人才培养计划,要培养一批管理人才、业务人才和技术人才。人力资源部要拟定计划,重点培养对象要放在30岁左右、80后出生的优秀员工,包括培养公司高管后备人才、部门主管后备人才和营业部总经理后备人才。既然公司要建百年老店,要建千秋基业,就要有优秀的人才支撑。公司从2009年开始启动了后备人才培养计划,建设后备人才梯队。

追求卓越 共享成长

笔者:记得您曾经说过,一个企业,机遇好管5年,管理好管10年,有战略可以存活20年,但是要打造百年老店要靠企业文化,您认为企业文化建设在长江证券走向百年老店的过程中起到什么样的作用?长江证券企业文化的内涵是什么?

胡董事长:企业文化的本质是一种价值导向、一种制度安排、一种利益均衡机制,它反映的是一个企业的灵魂。企业发展"小胜靠智,大胜靠德",企业文化是企业可持续发展的内生动力。公司的企业文化建设任重而道远,打造百年老店要靠企业文化来支撑,公司要在行业有地位,社会上受人尊敬,除了业务做得有地位之外,企业文化是一个重要表现。一个暴发户有钱不见得受人尊敬,企业也是这样,一个没有良好企业文化的公司,一方面它的寿命不会长,另一方面也得不到社会的认可和尊敬。

长江证券的企业文化是指导公司经营管理各项工作的基本方针,是统领公司战略、政策、制度和规范的基础。公司在提炼经验、明晰战略、统一思想的基础上,形成了以"追求卓越"为核心的企业文化内涵。他与公司相伴而生的。它在公司发展实践中孕育、发芽、开花、结果,是长证人智慧的结晶。

我们的愿景是成为提供全面理财服务的一流金融企业。我们立志打造百年老店,力争成为拥有一流人才团队、一流管理水平、一流服务品质、一流经营业绩和一流品牌声誉的金融企业。

我们的使命是汇聚财智,共享成长。我们为客户提供专业化的理财服务,持续为客户创造价值,驱动客户财富的稳定增长。我们努力构筑一个快乐的事业发展平台,帮助员工不断提升能力,实现员工的持续成长和对事业的追求。我们规范经营、创新发展,维护股东权益,并努力为股东创造更好的回报。我们创造企业财富的同时真情回馈社会,积极履行企业公民的职责,和社会一起分享我们的成长。

我们的核心价值观是追求卓越。"追求卓越"是我们全体成员坚守的价值观。"追求"是我们的主体性表达,它体现了企业和员工的一种能动性和自律性、一种追求完美的强烈愿望。在公司的发展过程,追求卓越表现在培养一流人才、拥有一流客户、创造一流业绩,从而成就一流的金融企业。

我们的经营理念是诚信经营,规范运作,创新发展。诚信经营是我们的立身之本,规范运作是我们长远发展的基本保障,创新发展是企业成就卓越的必由之路。

我们的业务发展策略是客户导向,研究驱动,技术领先,内控先行。客户需求就是业务发展的方向,我们站在不断满足客户多样化需求的角度来调整组织结构、运营机制、业务流程以及人力资源配置。不断强化服务意识和服务规范,有效利用和整合公司资源,充分发挥公司客服体系的协同效应。研究贴近市场发展和客户的需求变化,不断地开发新的金融产品,提供高水平的研究咨询服务,促进研究成果的转换,满足客户个性化理财需要。突出研究特色,注重研究实效,依靠研究为公司决策提供支撑以及有效推动公司各项业务的发展。密切跟踪新技术在业务和管理上的运用动态,保证成熟、稳定的新技术在公司的推广使用,争取在行业内保持技术领先。不断运用先进的科技手段推动业务发展和经营管理创新,提升差异化竞争优势,确保公司在一个更高的技术平台上参与竞争。我们通过经营和管理风险来获得利润,在业务发展的各个环节上都充分考虑防范风险和控制风险,时时分析风险之所在,积极落实控制和管理的措施。持续地健全和完善公司事前防范、事中控制、事后监督和纠正的强有力的内控体系,不断提高防范风险的能力。

我们的人力资源理念是量才适用,绩效为先,公平竞争,长效激励。量才适用就是合适的人做合适的事。要求我们做到人岗匹配、人责匹配,人尽其才。在此基础上逐步完善以胜任能力为主要内容的科学考核评价体系,客观公正地评价人才,科学合理地配置人才,发挥人才最大的潜力,实现公司人力资源价值最优化。绩效是考核员工对企业贡献大小的前提,是衡量人才的一个重要标准,优秀的人才首先要能为公司创造财富,在岗位上持续创造高绩效。我们主张绩效是员工的薪酬、晋升、调迁、培训和奖惩的依据,优异的业绩会得到及时的承认和相应的奖励。我们奉行薪酬市场化的原则,兼顾内外公平性,并努力创造一个"能者上、平者让、庸者下"的动态用人机制和公平竞争环境,不断完善内部岗位竞聘、外部人才引进、后备人才培养、人员主动配置等方式,不断完善人才竞争机制,促使优秀人才脱颖而出。我们通过股权激励、企业年金制、补充商业医疗保险等手段实现激励制度的长效性,以吸引和留住优秀的人才,并建立多元化的激励机制,重视员工在公司内的长远发展,实现待遇留人、感情留人和事业留人,激发员工的创造性和能动性。

笔者:我们发现,长江证券的企业文化对人才进行了浓墨重彩的描述,作为新一届董事会董事长,您对公司管理中坚,即新一届的经营管理团队有何期许?

胡董事长:在一个企业里,董事会决定大政方针后,要靠高管团队去抓落实,一个公司发展的快慢,经营成果的好坏,高管团队起着重要作用,我希望我们的经营高管团队牢记董事会的重托,切实挑起这副重担,在激烈的市场竞争中,努力学习,把握机会,扎实工作,创新发展,每年给股东、给董事会交一份合格的答卷。

笔者:再次感谢您接受采访!最后,请胡董事长对广大投资者说几句话。

胡董事长:我们坚信,广大投资者的高度信任与大力支持,是长江证券持续发展的动力。我们对未来充满信心,我们会不懈地努力,秉承"诚信经营、规范运作、创新发展"的经营理念,充分利用中国经济和中国资本市场发展所带来的机遇努力增强公司经营实力,提升公司业务拓展能力、创新能力,立志于把公司建设成为在行业有地位,在社会上受人尊敬的一流金融企业,以更加优秀的业绩回报投资者、回报社会,让大家分享长江证券的成长!

(CIS)

(上接A9版)

第五节 本次募集资金运用

一、本次募集资金运用的基本情况

公司2010年度第二次临时股东大会审议批准了本次配股方案。本次配股预计募集资金不超过350,000万元,全部用于补充公司生产经营所需的营运资金。根据公司目前的业务结构特点和经营需求,本次募集资金主要用于补充中药材业务所需的营运资金。

二、本次募集资金运用的决策背景

(一)中药材产业的地位

1、中药材产业在整个中药产业链中的地位

中药材作为中药生产的源头,在整个中药产业链中具有举足轻重的地位。中药材既可加工炮制成中药饮片,又可加工成中药材提取物,同时也可直接通过复杂工艺而制成中成药,某些名贵的中药材还可直接服用。目前,我国的中药材供应存在诸多问题:中药材栽培、加工技术不规范,质量不稳定;多数中药材没有产地、主要成份含量及采收时间等标记;有些中药材存在成份含量差异较大、农药残留及重金属超标等问题。上述这些问题的存在,严重制约了中药行业技术水平的提高和发展。中药材供应是制约中药新药研发、临床应用、中药饮片生产、中药制剂生产和中药材国内外贸易的关键环节。如果中药材质量不能得到有效保证,必然影响以中药材为原料的中药饮片、中药提取物和中成药产业的顺利发展,这一点已成为众多中药生产企业的共识。

2、中药材产业在农村经济发展和农业产业结构调整中的地位

中药材产业在农村经济发展和农业产业结构调整中占有重要地位。中药材多以农村种植、养殖为主,中药材种植和养殖业在保障中药生产原料供给的同时,又成为农村产业结构调整、农民增收、生态保护的重要措施。据相关调查表明(资料来源:《2009-2012年中药材行业发展前景分析及投资风险预测报告》,中华商务网),我国拥有中药资源种类1万多种,仅对320种常用植物类药材进行统计,总蕴藏量就达850万吨左右。综合各产区相关资料,目前全国药材种植总面积超过60万公顷,每年药材收购量已达100万吨,其中80%来自人工栽培生产。种植、养殖药材已成为农村致富奔小康的支柱产业之一。为此,国家将加大对中药材种植、养殖给予各项农业优惠政策支持的力度,推进中药材产业化经营;鼓励中药材、中药饮片生产的规模化、规范化、集约化,促进中药材流通方式的改变;鼓励中药工商企业参与中药材基地建设,保证中药材质量的稳定性。

(二)中药材行业的现状及存在问题

1、中药材行业的现状分析

在中药材生产领域,药材的供给绝大程度上取决于产地药农的种植面积,而药农的种植积极性则主要取决于药材的市场价格。由于缺乏对市场供求状况的预测能力,药农通常会根据当期药材的市场价格选择种植品种和规模,但是中药材生产周期有长有短,加上药材的产量很容易受气候变化、自然灾害等因素的影响,大多数中药材品种在一年甚至数年后的收获季节容易出现供需失衡,交易价格与药农的预期相比会出现较大的偏差。药农在没有任何价格保障的情况下,承担了极大的风险。

在中药材流通领域,我国目前还以自发的中药材集贸市场和传统的中药材专业市场等较为落后的经营模式为主。全国依托药材产地和传统集散地已经形成了17个主要的中药材专业市场,其销售额占全国中药材销售总额的70%以上。传统中药材专业市场通常是由政府提供贸易平台,以集贸性质共同组成的个体户或商业公司一并在市场中进行药材交易,政府以管理中心形式进行管理。无论是传统的中药材专业市场还是自发的药材集贸市场,其经营模式均存在较大的局限性。

2、中药材行业存在的问题分析

由于中药材生产者对市场的供求状况缺乏预测能力和中药材流通体系不完善,目前我国的中药材行业存在很多问题,具体如下:

(1)价格波动较大

目前,中药材行业没有完善的价格形成机制。从供给方面来讲,药农一般根据当期的药材价格决定下一期的种植规模,当期价格高,则下一期种植量大幅上升,很可能导致价格下跌,药农获利微薄甚至亏损,再下一期种植量减少又会导致药材价格上涨。药材价格大幅波动所带来的风险,很容易打击药农的种养积极性,也不利于行业的健康发展。

(2)交易成本较高

中药材集贸市场和传统中药材专业市场的粗放式经营使得货物多次往来运输、储存,造成运输、仓储、管理等成本较高;交易周期往往较长,造成经营者存货周转和资金周转速度较慢;市场经营主体非常分散,未能实现大规模的交易信息化。经营者较高的流通成本通过各种方式转嫁,最终导致中药材价格虚高。

(3)质量缺乏保障

长期以来,中药材缺乏能够量化的质量标准,目前摆摊设点式的现货交易更是崇尚眼见为实,无法形成质量等级和标准。部分市场交易参与者职业道德低下、法规意识淡薄,导致质次、掺假伪劣药材充斥市场。从1994年开始,国务院下发了相关文件,开始在全国范围开展中药材市场的整顿,此后尽管每年都在整顿,但中药材专业市场管理混乱、以次充好、以假充真、制假售假、市场脏乱差的问题仍然屡禁不止,长此以往将最终威胁到整个中药产业持续稳定发展。

(4)缺乏信用体系

在商业信用方面,当前中药材交易中,现款现货还是主流,市场普遍缺乏信用体系。除极少数大厂家外,中药材的经营者还没能树立起品牌经营理念;在市场信用方面,虽然近年来政府极力推进道地药材和中药材GAP基地的建设,但优质并不总能保证优价,也极大挫伤了经营者的积极性。此外,信用体系缺乏还体现在金融的配套支持上,在大宗商品仓单抵押融资普遍实施情况下,由于中药材产品估价困难,药商很难从金融机构得到资金支持。

(三)国家关于中药材行业的相关政策

1、中药材生产的相关政策

2004年-2010年,中共中央连续七年的"一号文件"均对农业产业化经营的方向做出了指导,明确提出要大力扶持农业产业化经营,并且提出"不管哪种所有制和经营形式的龙头企业,只要能带动农户,与农民建立起合理的利益联结机制,给农民带来实惠,都要在财政、税收、金融等方面一视同仁地给予支持"(资料来源:《中共中央、国务院关于促进农民增加收入若干政策的意见》,新华网)。中药材作为一种特色农产品,对农村的经济发展和农民的创收增收有着举足轻重的影响。在中药材的生产经营过程中推行企业与药农紧密结合的产业化经营模式,克服了药农分散、零散种植和自产、自销的落后的小农经营形式的缺陷。由企业提供道地药材的供求信息、种植技术、质量检测和市场营销支持,既使道地药材保持了应坚持的标准,又避免了盲目种植而导致经营损失的局面,使药农的种植效益得到相应保障。

2、中药材贸易的相关政策

针对中药材流通中存在的问题,为进一步规范中药材流通秩序,促进我国传统中药产业发展,国家药监局于2007年发出《关于加强中药材专业市场监督检查的通知》,要求食品药品监管部门进一步加强中药材专业市场监管,鼓励并引导中药材专业市场向企业化经营发展,规范经营行为,落实责任主体,从源头上保障中药材的质量。此外,国家药监局发布的《中药材物流公司准入标准(征求意见稿)》,对药品经营及中药材物流企业提出了较高的准入条件,例如要求企业应具有与经营规模相适应的符合《药品经营质量管理规范》要求的常温库、阴凉库、易串味库、冷库,仓库总面积不得低于3,000平方米等。以政府为主导的传统中药材专业市场已逐渐与现代化的中药产业发展不适应,中药材流通领域的发展趋势是:从以政府为主导的传统中药材专业市场经营转向由具有足够实力和行业影响力的大型医药企业为主导的现代化中药材专业市场经营的方向发展。

三、本次募集资金的必要性、合理性和可行性

(一)本次募集资金的必要性

1、中药材贸易业务是中药产业链一体化经营的重要基础,对确保公司以中药饮片为核心业务的持续健康发展起到重要的作用。

中药材作为中药行业生产经营的源头,在整个中药产业链中具有举足轻重的地位:一方面,中药材的市场价格决定着中药饮片等下游产品的生产成本;另一方面,中药材的质量制约着中药饮片等下游产品的品质和疗效。正是基于对中药行业特点的深刻理解,公司才决定在做大做强中药饮片业务的同时,不断地向上游延伸,拓展中药材贸易业务。通过做大做强中药材贸易业务,公司可以利用持续大批量采购的优势增强自身在中药材市场的议价权,从而有效地控制中药饮片和中药材其他相关产品的生产成本,保证中药饮片和中药材其他相关业务的利润水平。随着公司中药饮片规模的迅速扩大,这种议价能力对公司有效地防范原材料价格波动风险,确保公司以中药饮片为核心业务的持续健康发展起到重要的作用。与此同时,借助中药材贸易业务与产地药农形成的长期合作关系,公司可以提高对各种道地中药材资源的掌控力度,确保各项业务发展所需的中药材供应;再者,公司可以根据中药饮片生产过程的实际需要,对药农进行技术指导,提高其供应中药材的质量。

2、中药材贸易业务的拓展是满足公司与中药材相关的业务品种日益丰富,产品的规格和种类快速增加的必要保障。

报告期内,中药饮片已经成为公司营业收入和利润的主要来源。在此基础上,公司还大力发展中药材贸易、保健食品、中药材专业市场经营、中医院等中药行业相关的业务。公司生产的中药饮片达1,000多种,共10,000多个品规,根据国家2010年新药典的要求,中成药厂(自身有药品GMP认证的中药饮片生产车间的除外)必须使用经过药品GMP认证厂商生产的中药饮片作为原料投料,为公司的中药饮片业务带来更大的发展空间。除此之外,近年来公司的中药材贸易规模迅速扩大,还开发了"加州宝贝"、"菊皇茶"和"康美汤料"等系列保健快消食品,并整合了"新开河红参"和亳州中药材专业市场等相关资源。随着业务品种日益丰富和规模不断扩大,公司对中药材品种和数量的需求都将大大增加。公司根据自身的发展规划和需求,从一万多种中药材中挑选出自身各项业务发展需求量较大的100多种进行战略采购,并保持相应的采购量和库存量是非常必要的。在自然灾害频发和药材供给波动较大的情况下,公司通过扩大中药材采购规模,可以更好地保障中药材相关的业务品种日益丰富、产品的规格和种类快速增加对中药材用量的需求,保证各项相关业务的持续快速发展。

3、中药材贸易业务的拓展是满足公司营销网络不断完善,产品需求不断增长的必然要求。

首先,作为中药饮片的龙头企业,公司多年来积累了丰富的医院渠道资源。随着公司最早推行的小包装中药饮片被国家中医药管理局采用并要求在全国三级中医医院和部分规模较大的二级中医医院推广使用,一旦产能瓶颈得到解决,公司医院渠道的销售规模将迅速增长,对中药材的需求也将快速增加。第二,通过多年中药材贸易业务的经营积累,公司与众多知名的中药饮片厂和中成药生产企业形成了稳定的购销关系,由于有"康美"的品牌保证,这些企业对公司中药材原材料的需求规模日益增加。第三、公司与广东一致药店有限公司、深圳市海王星辰医药有限公司等医药零售连锁企业开展中药品类战略合作,采用"店中店"和"中药专柜"等方式拓展连锁药店网络的营销渠道;另外,公司还专门设立了深圳市康美人生医药有限公司,通过开设"康美人生"品牌旗舰店的形式自建销售终端,为部分贵细滋补中药材和中药饮片销售额的提升拓展了新的空间。第四、公司还不断加大"菊皇茶"、"加州宝贝"、"康美汤料"等保健食品在大型超市、终端药店等销售渠道的推广力度,对相关中药材原料的需求也相应大幅增加。第五、康美中医院将于2011年建成投入运营,作为普宁地区唯一一家以中医为特色的三级甲等医院,其全面运营后也将为公司的中药材业务带来较大的需求。第六、在陆续收购亳州、安国和普宁中药材专业市场的经营权后,公司还计划与药材市场中部分信誉良好的商户建立进一步合作关系,利用他们营销网络和客户资源代理公司特定品种的药材销售。总而言之,扩大中药材采购规模,提供有质量保障的中药材及相关产品,是满足公司已经建立起来的多层次、多渠道的立体营销网络的必然要求。

4、中药材贸易业务的拓展是利用中药饮片业务积攒的行业经验,获取中药产业链完整利润的必要手段。

中药材流通行业与中药饮片行业属于中药产业链的上下游,两者高度相关、紧密相连。与普通的贸易商不同,公司的中药材贸易业务是建立在自身强大的中药饮片业务基础上的,具有独特的竞争优势。由于中药饮片业务具有品种多、涉及面广等特点,公司通过中药饮片业务的多年积累,对各种中药材的产地分布、生长周期、用途特点、种养状况、使用频率、产量和用量信息均有深刻理解和把握,为中药材贸易业务的拓展积累了宝贵的行业经验。公司拟重点采购的100多个中药材品种,均是根据自身的业务经验从一万多种中药材当中甄选出来的用量较大、使用频率较高的品种,具有良好的市场前景。公司通过这些品种的大宗批发贸易业务,既能确保自身与中药材相关业务的用量需求,又可以利用自身的行业经验和产业链一体化经营的优势,获取中药产业链各环节的完整利润,提高自身的盈利能力。

5、中药材贸易业务是公司发挥自身的行业地位和市场影响力,提升整个中药材行业规范水平的有效途径。

传统的中药材流通领域存在诸多弊端,无标准、无包装、无等级等现象的长期存在导致假药、劣药充斥市场,长此以往将最终威胁到整个中药产业的持续稳定发展。公司作为国内具有较大影响力的大型医药上市公司和中药饮片行业标准制定的参与者,在技术、品牌、管理、物流、营销等方面均具有强大的优势,借助中药饮片业务的成功经验进入中药材贸易业务领域,有利于提升整个中药材行业的规范水平。在拓展中药材业务的过程中,公司利用自身先进的生产工艺对中药材进行适度加工,通过严格的质量控制体系对中药材进行检测和筛选,并通过统一产品品牌、统一质量管理、统一产品等级、统一包装标识、统一储存、统一销售渠道等,可提升中药材的附加值,促进中药材交易逐步走向标准化、规范化,也为自身在中药行业的长足发展创造了良好的行业环境。

(二)本次募集资金的合理性

中药材贸易属于资金密集型行业,集中大批量采购、提前预付采购款、部分品种存储和销售周期较长等经营特点决定了中药材业务对营运资金的需求量较大。

1、中药材贸易的经营模式主要是批发,公司根据不同药材的生长周期到药材的产地进行集中大批量采购,药材通过初加工、筛选分档等环节后一部分当期进行销售,其余大部分则进入公司的库存,公司再根据药材的供需状况、市场价格等因素,通过相应的营销手段将中药材分批销售给中药饮片厂、中成药厂、保健品厂、医院、连锁药店、超市等需求对象,部分贵细药材则直接销售给终端消费者,这种经营模式决定了公司必须具有雄厚的资金实力进行集中大批量采购。

2、中药材贸易的采购对象主要是药农及其合作组织,资金实力较弱,赊销能力也较弱。为了确保药材的稳定供应,贸易商通常还会提前预付采购款,一方面可为药农的正常生产提供资金支持,另一方面也有利于维持与药农或合作社之间稳定的合作关系。

3、由于很多中药材的生长周期在一年以上,这些中药材的库存和销售周期也一般较长,对营运资金的占用较多,例如西洋参的生长周期为6年,三七的生长周期为3年,这些品种的存储和销售周期较长,均需大量的营运资金作为基础,才能确保贸易商获得较高的利润。

上述经营特点决定了中药材业务对营运资金的需求较多。因此,公司要做大做强中药产业链一体化业务,必须有长期稳定的资金来源,以满足中药材业务对营运资金的需求。若公司采用短期负债融资或占用固定资产投资项目储备资金进行贸易业务,将在一定程度上限制中药材业务的灵活开展,无法获得更大收益,实现公司整体利益的最大化。

(三)本次募集资金的可行性

1、中药材市场的旺盛需求为公司扩大中药材贸易提供了良好的机遇

参见本节"四、本次募集资金运用的市场前景"。

2、中药材流通领域的改革为公司扩大中药材贸易提供了良好的契机

传统的中药材贸易模式存在较多的弊端与局限性,已经无法与现代化的中药产业相适应,中药材流通秩序已经迫切需要彻底改革。国家药监局《关于加强中药材专业市场监督检查的通知》鼓励并引导中药材市场向企业化经营发展,国家药监局《中药材物流公司准入标准(征求意见稿)》对药品经营及中药材物流企业提出了较高的准入条件。这些政策导向和改革措施为公司进一步整合中药材专业市场的资源、做大做强中药材贸易业务提供了良好的契机。公司将顺应中药材流通行业发展趋势与政策变化,利用自身在品牌、管理、人才及技术等方面的优势,通过整合中药材专业市场资源,引入现代化企业管理手段,达到中药材交易的经营规模化、质量标准化,交易信息化的目标。

3、公司对中药材专业市场的整合为中药材贸易提供了更广阔的平台

2010年上半年,公司收购安徽亳州中药材专业市场的经营者——世纪国药100%股权,在此基础上拟投资15亿建设康美(亳州)华佗国际中药城,以现代物流的经营模式替代分散的个体经营户的药材流通模式,上述项目对进一步整合中药材专业市场资源具有重要的战略意义,主要体现在如下几个方面:首先,亳州中药材专业市场是当前国内起点最高、规模最大、集散功能最强的中药材专业市场,年成交金额约200多亿元,大大开拓了公司中药材贸易业务的发展空间;第二,公司通过引进现代化的专业市场经营手段,在亳州中药材专业市场内逐步推行统一仓储、统一包装、统一结算、统一票据、统一质检的"五统一"管理模式,将大幅提高中药材的交易效率和规模;第三,亳州市中药材常年种植面积近百万亩,中药材出口量位列全国前3位,通过对亳州中药材专业市场的直接运营管理,公司可利用接近产业链上游的优势,更容易获取药材资源,保证自身中药饮片业务和中药材贸易业务的快速发展。此外,公司已与普宁市政府就收购普宁中药材专业市场的相关原则问题达成一致,未来公司还将进一步整合中药材专业市场的相关资源,为中药材贸易业务提供更广阔的发展平台。

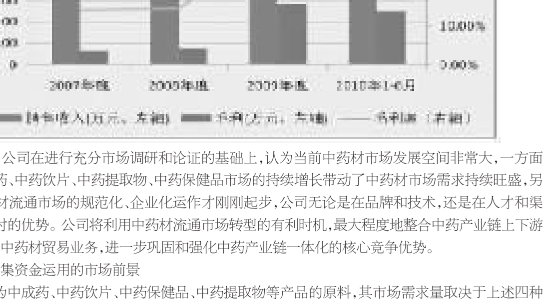
4、公司在中药材贸易业务经营管理方面积累了丰富的经验

从2006年开始,公司在深入调研的基础上,充分利用普宁中药材专业市场的地域优势,开展了部分中药材品种的贸易业务。短短三年多时间里,公司的中药材贸易年销售额已超过8亿元。在实践中,公司不断总结和优化中药材贸易模式:在分析决策方面,公司重视市场调研和基础数据的收集与论证,建立了相应的数据分析体系,使之成为可以在实际操作中复制和应用的一种创新型的赢利模式;在业务管理方面,公司形成了药材采购、初加工、物流配送、终端销售等一整套较为完善的运营管理体系,确保中药材贸易业务的成本控制和经营效益。公司最近几年中药材贸易业务的成功开展和经验积累为后续的规模化发展奠定了良好的基础。

5、公司中药材贸易业务的良性增长势头有利于保障所补充的营运资金获取良好的经济效益

报告期内,公司中药材贸易业务取得了骄人的业绩,销售收入从2007年的41,604.00万元增至2009年的83,018.65万元,年均复合增长率达41.26%,毛利从2007年的5,929.19万元增至2009年的28,461.33万元,年均复合增长率达119.09%。最近两年,公司通过大量的信息收集和准确的市场判断,根据中药材市场价格大幅波动的情形,对部分中药材品种进行战略采购,既规避了中药材贸易价格大幅波动的风险,又满足自身中药饮片和中药材贸易业务发展的需要,并获取了较为丰厚的收益。中药材贸易业务的良性增长势头为公司进一步扩大中药材贸易的品种和规模奠定良好的基础。

报告期内公司中药材贸易的盈利情况



综上分析,公司在进行充分市场调研和论证的基础上,认为当前中药材市场发展空间非常大,一方面是近年来中成药、中药饮片、中药提取物、中药保健品市场的持续增长带动了中药材市场需求持续旺盛,另一方面是中药材流通市场的规范化、企业化运作才刚刚起步,公司无论是在品牌和技术,还是在人才和渠道上都具有绝对的优势。公司将利用中药材流通市场转型的有利时机,最大程度地整合中药产业链上下游资源,做大做强中药材贸易业务,进一步巩固和强化中药产业链一体化的核心竞争优势。

四、本次募集资金运用的市场前景

中药材作为中成药、中药饮片、中药保健品、中药提取物等产品的原料,其市场需求量取决于上述四种产品的市场需求以及中药出口的需求,具体分析如下:

1、中成药市场分析

中成药在传统中草药的基础上,吸取现代医学科研成果,运用现代科学技术对中药材进行了加工、提取、分离、纯化、合成,在长期的临床应用实践中,以其适应范围广、疗效确切、副作用小、口感好且服用携带方便等优点而受到消费者的喜爱。近20年来,许多中药企业引进了先进的设备及技术,中成药行业得到较快发展,并大部分实现了现代化生产,中成药品种、剂型也日益丰富。目前我国中成药品种合计约有8,000-9,000种,剂型也从过去仅有的"膏、丹、丸、散",增加至片剂、口服液、胶囊、颗粒、滴丸以及注射剂、气雾剂等。2009年1-11月,我国中成药行业实现产品销售收入1,698.96亿元,同比增长19.65%;实现累计利润总额181.01亿元,同比增长24.70%(数据来源:Wind资讯)。随着人们健康观念的转变以及中药现代化进程的推进,相对于化学药,中药因其源于天然、毒副作用小、疗效显著、价格相对较低的优势,未来市场空间巨大。

近三年我国中成药制造企业累计工业总产值及其增长率如下:

项 目	2007年1-11月	2008年1-11月	2009年1-11月
累计产品销售收入(亿元)	1,182.79	1,419.92	1,698.96
同比增长率	19.27%	20.05%	19.65%

资料来源:Wind资讯

2、中药饮片市场分析

中药饮片是我国中药产业的三大支柱之一,虽然目前仍处于小而分散的状态,但近年来呈现加速增长的态势。国家扶持和促进中医药事业发展的政策从需求和供给两方面对中药饮片行业发挥了促进作用;公共卫生事件(如SARS事件及甲型H1N1事件等)、中药饮片价格相对低、报销比例提高等因素,直接拉动中药饮片的需求;恢复中医坐堂医诊,增加中医供给,也间接促进中药饮片的需求。2009年1-11月,中药饮片行业累计实现产品销售收入430.72亿元;累计实现利润总额29.23亿元,同比增长50.19%(数据来源:Wind资讯),是中药行业中增长最快的子行业。目前,全国中药饮片市场每年需求已经超过400亿元,而且以每年超过30%的速度递增,未来市场前景广阔。

近三年我国中药饮片制造企业累计工业总产值及其增长率如下:

项 目	2007年1-11月	2008年1-11月	2009年1-11月
累计产品销售收入(亿元)	241.69	329.17	430.72
同比增长率	42.74%	36.20%	30.85%

3、中药保健品市场分析

根据中国医药保健品进出口商会的资料显示,2009年全球保健食品市场规模超过了620亿美元,亚太地区市场占据了44.20%的份额,以中国为代表的亚太地区已经发展成为保健食品最大的消费市场之一。2009年,中国以134亿美元的市场规模成为世界第二大保健食品市场,与市场规模最大的美国差距仅为27亿美元。按照中国市场目前的增长速度,预计2010年中国将成为全球第一大保健食品消费国。

中医药具有药食同源的医学传统,其中很多中药和中药材都可以作为保健品进入市场。目前,消费者对保健品成品和上游产品的"绿色"品质要求较高,而中药材和中医药独特的调养理念适用于保健品市场"绿色"要求:中药材多在自然环境下生长,即便是在目前大规模的基地种植情况下,仍然能保证其天然植物的特性。由此可见,保健品市场规模的不断增长也将拉动中药材需求量的增长。

4、中药提取物市场分析

中药提取物是介于中药材和中成药之间的一种产品类型,是中药用药的一种新方式,它既可以直接使用,又是各种中药制剂和健康食品的原料,有较好的应用基础和广泛的市场。据估计,全球植物提取物市场年增长速度为15%-20%,全球的植物提取物市场在2006年产值突破350亿美元(资料来源:北京产业经济研究院《2010-2015年中国中药材产业深度研究及投资战略咨询报告》)。目前,我国植物提取物市场刚刚起步,生产企业有2,000多家,大都规模较小、行业集中度较低,随着中药现代化进程的不断推进,中药提取物市场未来的发展前景看好。

5、中药出口需求分析

据世界卫生组织统计,目前全世界有40亿人使用中药治病。各国正不断放宽对中医药的限制,中药销量逐年攀升,中医药产业在全球正迎来一个新的发展机遇期(资料来源:中华商务网《2009-2012年中药材行业发展前景分析及投资风险预测报告》)。2009年,我国中药进出口总额突破20亿美元,同比增速位居医药各类商品之首(西药类、医疗器械类、中药类),增长幅度为14.36%,是2007年以来的最好水平,中药类商品出口14.60亿美元,同比增长11.72%;2009年,我国植物提取物是中药各商品中进出口表现最为突出的商品类别,出口额达6.60亿美元,同比增加23.70%;2009年,我国中药材及中药饮片大宗产品出口量同比都有较大幅度的增长,枸杞、冬虫夏草、菊花和白术出口量增幅都超过50%(资料来源:北京产业经济研究院《2010-2015年中国中药材产业深度研究及投资战略咨询报告》)。根据中国中药协会预计,2010年我国中药类商品出口仍将保持15%以上的增速。

综上所述,我国的中药材需求量巨大,中药材市场的不断整合和规范将为中药材贸易带来巨大的商机和广阔的市场前景。

五、本次募集资金对公司的影响

(一)扩大贸易规模,夯实产业链一体化发展的基础

2009年,公司中药饮片和中药材贸易的营业收入合计超过17亿元,同比增幅接近50%。随着亳州中药材专业市场的整合与康美中药物流配送中心的建成投产,未来几年预计公司中药材贸易业务规模将迅速扩大。公司贸易规模的持续扩大,营运资金需求也将持续增加。此次补充中药材贸易业务的营运资金,有利于中药材贸易业务的持续增长,为公司未来的产业链一体化经营打造坚实的基础。

(二)创新贸易模式,获取产业链各环节的完整利润

公司将积极引进现代物流理念、电子商务服务技术等手段,通过统一产品品牌、统一质量管理、统一产品等级、统一包装标识、统一储存、统一销售渠道等,探索具有"康美特色"的中药材贸易模式。公司将顺应中药行业的资源特点,以中药饮片为核心,通过贯穿中药材上中下游,对产业链的物流、资金流、信息流等进行有效整合与利用,以规模化经营大宗中药材贸易,通过物流配送体系服务全国范围的下游客户,打造多种赢利模式并进的格局,获取产业链生产、流通、零售的完整利润。

(三)提升盈利能力,实现股东利益最大化

报告期内,随着公司中药材贸易业务模式的不断成熟,中药材贸易实现的毛利额大幅上升,成为公司利润快速增长的重要推动力。2009年,公司的中药材业务所实现的毛利为28,461.33万元,占毛利总额的比重为35.85%,为公司毛利第二大贡献来源。本次通过向原股东配售股份融入资金后,公司开展中药材贸易业务的营运资金将更加充足,中药材贸易业务所带来的良好收益将大大增强公司的盈利能力,实现股东利益最大化。

第六节 备查文件

配股说明书全文及其摘要已在证监会指定的网站(http://www.sse.com.cn)披露,请投资者查阅。

备查文件查阅时间、地点、电话及联系人如下:

1、查阅时间:

工作日上午9:30——11:30,下午2:00——5:00

2、查阅地点:

康美药业股份有限公司

地址:广东省普宁市流沙镇长春路中段

联系人:邱锡伟 温少生

电话:0633-2917777

广发证券股份有限公司

地址:广州市天河区天河北路183-187号大都会广场43楼(4301-4316房)

联系人:周伟 付竹

电话:020-87555888