

## 獐子岛 成立福建宁德公司

证券时报记者 柴海

6月12日,獐子岛(002069)福建宁德公司宣布正式成立,这是獐子岛向鲍鱼产业10亿元销售目标迈进的一个重大举措。

早在上世纪80年代,獐子岛渔业集团在国内就率先实施了“北鲍南养”工程,利用良好的海域资源、鲍鱼资源优势和现代技术,使得底播的鲍鱼实现了在南方越冬、回北方度夏的目标。而越冬的首选海域就在福建宁德。目前,公司已在宁德的斗冒、白基湾、东冲、长尧、七星等地建立了鲍鱼养殖基地。随着獐子岛渔业“十二五”规划实现百亿元目标的提出,公司也将鲍鱼10亿目标纳入其中。

獐子岛董事长吴厚刚表示,未来1-2年,獐子岛渔业将在福建继续扩大鲍鱼繁育基地和养殖基地,建设万框现代化塑胶渔排、鲍鱼公寓和鲍鱼别墅。

## 比亚迪 欲借力A股再次腾飞

证券时报记者 枫桥

随着比亚迪(002594)登陆A股的临门一脚,市场上除了对这个民族企业回归A股的计划有争议之外,对其自身价值也展开了种种争论。

回归A股后,比亚迪将成为名副其实的新能源汽车第一股、最具代表性的新能源概念股,然而,市场对比亚迪企业价值及未来发展的支持声音和质疑声音均不少。譬如,比亚迪的主营业务符合国家政策和行业发展规律,新能源将是一条关系到国家能源命脉的革新之路,巴菲特和戴姆勒的看好,更是显现出其突出的长期投资价值;不过,比亚迪2010年并不太理想的经营业绩,也让市场对比亚迪未来的战略画上了问号。

市场人士认为,现在的比亚迪正通过减速、并网的模式创新,借“搭载直喷+涡轮增压+双离合器的技术牌”实现转型,从“重规模”到“重品牌”打开自主品牌新路子;在新能源业务上更是走出了一条新能源行业的创新之路。经历了高速发展后的比亚迪开始稳步向前,借力回归A股,比亚迪准备再次腾飞。

# 总经理何显坤履新 金新农欲切入种猪养殖

证券时报记者 水青

刚刚进入金新农(002548)新一届董事会的何显坤,立马被任命为公司总经理,让外界感到有些不同寻常。昨日,金新农董事长陈俊海接受了证券时报记者的专访,他表示,本次任命实际上属于公司的正常换届,但新任总经理何显坤具备丰富的工作经验,同时也更加年轻和职业化,另外何显坤在养猪业方面所具备的专业知识和经验,也更符合金新农未来发展战略的需要。

据悉,金新农上届总经理杨华林在上一届董事会任期届满时,主动提出让位给新任董事,并推荐了何显坤,他的提议获得了其余董事的一致认可。

陈俊海介绍,何显坤上任后,将着手于公司营销方式和手段的进一步多样化,并将逐步加强公司服务能力的建设,强化和突出公司饲料产品的差异化,大力拓展市场。此外,从发展战略考虑,未来公司

可能会把产业链向下游延伸,进入高端种猪养殖业,公司目前正在进行相关的准备工作。

资料显示,何显坤1999年毕业于江西农业大学,之后进入广东温氏集团工作,在2002年进入金新农。在金新农,何显坤从基层干起,先是做产品的技术服务,后被陈俊海看中改做业务员,因为业绩突出很快被升任区域经理,随后任职金新农饲料有限公司的销售总监。2006年,何显坤调任金新农旗下的上海成农饲料有限公司任总经理,其任上海工作期间,上海公司的业绩增长很快,仅仅三年的时间就从亏损直线上升为盈利接近1000万元,其管理能力和开拓市场的能力非常突出,再次获得了陈俊海的认可。

此外,何显坤在温氏集团的工作经验,也与金新农正在酝酿的发展战略契合,这也成为此次任命的另一原因。据了解,何显坤在温氏主要从事的正是养猪业方面的工作,作为全国最大的生猪生产企业,温氏的经



Phototex/供图

验,对于正在进行摸索和学习阶段的金新农来说确实非常值得借鉴。

对于向种猪养殖业转移的战略,陈俊海说,实际上是利用公司现有的资源和优势,把服务对象向下延伸了。他指出,未来5至10年,将是

种猪业生产方式转型的时期,金新农将抓住这个时机,以较高的起点投入,快速地占有市场。陈俊海表示,他本人仍将主要负责企业的研发工作,企业的投资由董事会来决策,何显坤将主要负责公司日常的运作。

## D-泛酸钙涨势不减 鑫富药业称未达信披标准

证券时报记者 向南

不到一个月的时间内,D-泛酸钙价格从55元/公斤上涨到了65元/公斤,涨幅超过18%,为近两年以来最高。不过,国内D-泛酸钙生产规模最大的企业鑫富药业(002019)的董秘周群林表示,公司生产的D-泛酸钙价格上涨到一定程度将对外披露,目前还没达到信披标准。去年鑫富药业上调D-泛酸钙价格10%时曾做过公告。自2008年以来,D-泛酸钙行业一

直不景气,去年还下降到48元/公斤。从上月中下旬开始,D-泛酸钙价格有所异动,从55元/公斤上涨到了65元/公斤,并在65元/公斤水平上有所波动。

健康网医药原料研究员周健表示,D-泛酸钙有将近80%用在饲料行业,近期猪肉价格持续上涨,对饲料销售有拉动作用,可能也因此拉动了D-泛酸钙的销量。现在本来是D-泛酸钙行业淡季,但却呈现淡季不淡态势。”

此外,日本地震对D-泛酸钙价格也有影响。东兴证券分析

师杨若木认为,鑫富药业的主要竞争对手为德国巴斯夫、荷兰帝斯曼和日本第一制药,其中日本第一制药位于东京地区,震后停电、运输等因素极大地影响了第一制药的生产;受地震影响,帝斯曼在日本的原材料β-丙氨酸供应商不能供货也影响了其生产,该公司最近宣布D-泛酸钙提价10%。杨若木认为,未来半年供需基本面仍将支撑D-泛酸钙价格上涨。

不过,鑫富药业董秘周群林表示,公司报价是对外保密的,如果

价格上涨到一定程度将对外披露,目前还没有到达信披标准。在鑫富药业所签订合同中,一部分是按季度定价,一部分是半年签一次,还有一部分按现货价格。

鑫富药业上一次公告D-泛酸钙提价是2010年3月16日,提价幅度为10%。根据鑫富药业去年年报,2010年鑫富药业实现营业总收入3.8亿元,同比下降6.43%,产品销售毛利率同比下降7.12个百分点,主要原因是公司原材料价格上涨,以及D-泛酸钙销售价格和销量同比下降。

# 以心作笔绘大美

## ——棕榈园林上市一周年掠影



1984年,棕榈园林(002431)的前身广东省中山市小榄镇棕榈苗圃场,成为我国首批市场化的园林花卉经营单位,从“中山苗木”至“棕榈园林”,二十多年风雨兼程,棕榈园林始终屹立在中国园林行业的第一方阵。

2010年6月登陆A股市场,凭借上市的东风,棕榈园林逐渐成长为中国资本市场令人瞩目的中小板明星。如今,棕榈园林牢牢抓住园林行业发展的良好时机,进一步提升公司在工程、设计、苗木、研发等主营业务的持续竞争优势,为实现打造世界一流的现代化园林企业的战略目标而奋斗。

在公司成功上市一周年之际,笔者走进棕榈园林公司,探访“棕榈”的秘密。

### 抓住机遇 乘势而上

2010年对棕榈园林而言,是一

个具有历史意义的一年,公司上市及时化解了我们的资金瓶颈,凭借上市募集的资金,公司实现了快速发展。”棕榈园林董事长吴桂昌随和、大方,谈起公司上市之路颇有感慨。

2010年公司实现营业收入首次突破10亿元大关,达到12.9亿元,实现净利润1.68亿元,分别同比增长95%、116%。2011年一季度,良好的经营势头不改,1-3月实现营业收入2.5亿元,实现净利润2609.18万元,分别同比增长35.2%、43.02%。

工程施工是棕榈园林的核心业务,围绕这个核心业务,棕榈园林早在2000年前后立足广州,扎根华南,进军全国,一路高歌猛进,先后在华南、华北、华中、西南、西北等五大区40多个城市完成1000多项大中型工程。2010年全年新签工程合同175个,合同金额达127665万元,并在北京、长

沙、成都、杭州、上海等城市设立了13个省级运营中心,实现了从大片区垂直管理模式向以省为单位的扁平化管理模式的重大调整,提高团队经营的自主性,还将快速提高公司在全国市场覆盖面和资源整合的力度。

2010年10月,山东棕榈全资子公司宣布成立,2011年1月,公司又增资控股山东胜伟园林。进军山东市场,可以进一步拓展山东乃至华北区域业务能力,促进了全国业务的布局均衡,实现公司地产园林业务和市政园林业务的有机结合。今年3月和5月,分别签订了2亿元和17亿元的市政园林大单,公司在山东乃至环渤海湾的市场迅速打开。

设计业务同样取得快速发展。2010年新签设计合同172个,合同金额超过2亿元,其中超过500万元以上的设计合同共计十余个。设计的项

目类型也呈现多元化,涵括大型综合社区、高品质豪宅、滨水规划、城市规划、酒店等;特别值得一提的是,市政设计项目成为又一个耀眼的亮点,广东佛山、山东聊城、江苏南通等市政项目都有棕榈园林的身影,参与并承接有影响力的市政园林项目,使得公司品牌更具竞争力。

借上市的东风,公司的苗木事业获得了充足的资金支持,苗木事业部加大了内部改革进程,苗木事业部分为6大苗木运营中心并增设两大职能部门(苗木技术中心、全国苗木信息中心)。随着河北高碑店、武汉江夏、浙江长兴、海南临高、江苏句容、浙江龙游等一批苗木基地的相继投入建设,公司苗圃规划从上市前4000多亩迅速上升到10000多亩,全国性苗木区域市场布局的格局形成。另外,公司募集资金项目:高要、英德两个生产性苗圃正在加快技术改造,将在两年内进入产出期。

### 发挥竞争优势 提升核心竞争力

如何在近两万家企业当中脱颖而出,获得进入资本市场的先机?棕榈园林快速增长实现跨越式发展的秘籍何在?从设计先行、设计驱动工程到科学造园的理念,再到公司拥有的人才优势、大规模苗木储备和技术优势以及跨区经营的优势,这些优势集合在一起,成为棕榈园林领先行业的竞争性优势。

一是设计驱动工程业务模式优势明显。公司在设计业务的营业收入规模已在行业领先地位,且具备设计、施工“双甲”资质。2010年内,增设了北京、成都设计分院。各设计院所深入当地市场开拓业务,全面提升了公司市场份额与品牌影响力。此外,公司充分利用设计驱动的品牌与市场优势结合全国六大苗木中心的资源优势,在各区域市场中快速形成设计、施工、苗木一体化服务体系。

二是秉承“科学造园”理念,公司成立了行业内首家风景园林科学研究院,致力于新技术、新材料、新工艺的研究与应用。目前,拥有专利技术与专利申请10多项,形成了较为完整的行业技术体系,在“棕榈科植物引种驯化与园林应用”、“大树无冠移植”、“大规格容器育苗”、“仿真复膜石处理”以及“杜鹃红山茶等观花植物新品种开发”多个技术领域具备行业领先水平。

三是通过高要苗木生产基地和英德苗木生产基地以及利用超募资金建设的七个苗木基地项目的顺利建设,公司在园林绿化大规格苗木种植规模、品种数量、技术积累等指标上处于行业领先地位,随着未来苗木产能的释放,不仅有效缓解未来工程业务量增长导致苗木供给矛盾,而且能有效提升利润空间。

四是公司跨区域经营能力在同行业中处于领先地位。在原先多区域管理的基础上,公司将五大区域调整为以省为中心的十三大运营中心,进一步优化了管理架构。跨区域经营一方面体现了公司具有较强的市场开拓水平、管理能力和良好的品牌优势;另一方面,这也在一定程度上分散地域过于集中的风险,避免公司遭受因局部区域市场萎缩导致降低公司整体盈利水平的风险。

在不远的未来,以上的优势都将会为棕榈园林从生产型企业迈向资源管理型企业打下坚实的基础。

### 着眼未来 分享成长

资料显示,中国城市化的快速推进和城市规模的快速扩张,市政建设、地产园林、度假开发、生态建设都将迎来建设高潮期,这些因素都会给园林设计、园林工程市场带来极大地市场增量,也将极大地带动园林苗木业务的发展。

据有关资料表明,中国园林的整个产业链中,地产园林市场在1000亿

以上,市政景观工程市场也超过1000亿,同时还将会带来60多亿的设计及300-500亿的苗木采购市场,养护市场也有700亿之多,中国园林市场容量每年有3000亿之巨。

园林行业是一个古老而又朝阳的行业,前景很诱人。未来很长一段时间,园林行业会继续保持向上的发展通道,这为我们企业的持续发展奠定基础,而已经上市的企业更有资金、管理、渠道、品牌等方面的先行优势。”棕榈园林总裁赖国说。

作为园林行业的领先企业,棕榈园林将分享的行业盛宴。按照公司规划,今年主营收入将实现约24亿元,今明年实现快速发展,在加强内部管理的同时,继续扩大市场份额,快速推进资源储备、团队的建设。园林设计业务方面将通过充实优秀的市政团队和专家组,拓展市政方面的份额,努力承接具有战略意义的市政项目,将棕榈设计打造为世界领先、国内一流水平的设计公司。苗木作为公司工程业务的核心供应链,主要是配合工程抢占市场,控制部分关键资源,通过多种手段最大限度地掌握市场状况,力争在未来2-3年内形成覆盖全国业务区域的苗木关键资源筹备,并建立有效的供应体系。

在努力做好自身经营工作的同时,作为一家公众上市,自去年6月份上市以来,棕榈园林十分重视股东回报。据统计,上市一年以来累计现金分红6720万元,其中2010年中期10转6派4元(含税),2010年年报10转10派1元(含税),高送转高派现,在公司业绩持续增长的同时,注重回报投资者,真正实现了共赢。董事长吴桂昌表示,作为第一批中国绿色公司之一,公司坚持可持续发展战略,以营造和谐人居环境为己任,踏踏实实把公司经营好,持续稳定地向前发展,更好地服务于中国的城市化进程,使投资者获得良好的回报。(CIS)(叶峰)