

## 工大首创控股股东全部股权被裁定变卖

工大首创(600857)今日公告,控股股东哈尔滨工业大学八达集团持有公司的全部股权(占公司总股本15.69%)被黑龙江省高院裁定变卖,暂时未获知具体变卖时间、方式和对象。

哈尔滨工业大学八达集团持有上市公司15.69%流通股,共计3520.48万股。2013年6月14日,工大首创公告,八达集团所持的上述股权被法院裁定冻结,同时法院要求八达集团限期履行金钱给付义务。(杨苏)

## 特变电工启动配股计划募资40亿

特变电工(600089)今日正式启动配股再融资,以6.9元/股的配股价格拟募集资金不超过40亿元,用于加快推进公司输变电高端制造、新材料、新能源“战略中输变电高端装备制造及改善公司资产负债结构提供资金支持。

公司拟以目前总股本26.35亿股为基数,向全体股东配售股份的比例为每10股配售2.2股,共计可配股份数量为5.8亿股。募集资金扣除发行费用后,将全部用于偿还银行贷款、短期融资券、中期票据和补充流动资金。(宋雨)

## 万达集团2014年收入目标2400亿

近日,证券时报记者从万达集团获悉,万达集团2013年继续保持快速发展势头,集团资产达到3800亿元,收入1866亿元,同比增长31%,连续8年保持30%以上增速。2014年万达集团的收入目标是达到2400亿元。

万达集团表示,2014年的目标是资产达到4500亿元,收入达到2400亿元,经营净利润150亿元;计划开业武汉汉秀、武汉电影科技乐园两个重大文化产业项目,新开业24个万达广场、18家五星级酒店。(张达)

# 智能穿戴设备风行 全球市场今年起步

见习记者 阮润生

本届国际消费电子展CES已在上周五拉斯维加斯落幕。主办方美国消费电子协会预测,经过2013年的升温发酵,智能穿戴设备将在今年迎来发展的转折年。

## 智能穿戴成风潮

本届CES上,智能穿戴产品展位同比增加了四成,产品多达近百种,比如国际上索尼、J.G.Garmin、雷蛇,国内中兴通讯也推出了首款智能手表Blue Watch,但整体而言,智能穿戴产品功能同质化严重。本届产品虽

然在续航时间、屏幕显示以及设计感等方面做以提升,但基本没有突破“智能手机伴侣”的产品定位。

智能手表先驱Pebble,今年推出的Pebble Steel被美国科技网站The Verge评为2014年CES最佳智能手表产品。Pebble坚持的定位就是做“手腕上的通知器”,而不是“手腕式迷你安卓智能手机”,除了有更具设计感的金属外表,更人性化的按键设计,还有计划推出自己的App Store。

在本届CES的Intel展区中,最受热捧的当属应用可穿戴装置——婴儿监测连身衣Mimo。该连身衣可以用来监测婴儿的身体姿势、活动水平和皮肤温度。配合国内二胎概

念,这套穿戴设备被网友评为“最能催生购物欲望的可穿戴产品”。

银河证券电子行业分析师王莉向证券时报记者介绍,现在国内的可穿戴设备,还处于通过智能终端形成有效客户群体阶段,以后还需要推出相关软件,形成持续性服务和盈利模式。

## 穿戴市场刚起步

根据市场研究机构IDC和Next Market Insights数据:2013年全球智能手表出货量预计将超过10亿部,到2017年全球智能手表出货量将接近17亿部,而智能手表出货量为500万台,至2016年将增

至8000万台规模。10亿与500万的差距,反映出目前两者的市场份额差距,但是未来的增长,智能手表无疑更具有想象力。

据统计,中国的可穿戴设备出货量在2012年占了全球1/4,而Wind资讯统计的可穿戴概念指数,在CES展会期间达到了4091.66的历史最高点,但是目前整个智能穿戴叫好不叫座。据分析师王莉介绍,目前可穿戴企业的资本表现还处于估值驱动阶段,在短期内难以转换为大量利润。

今年参展CES的国内上市公司中,奋达科技、中兴通讯、深天马都在采访中表态可穿戴设备为未来的发展方向,但也强调可穿戴设备

或部件尚未成为公司独立业务。

业内预测2014年为智能可穿戴转折年,是基于各大消费电子巨头积极参与,相关产业链的预热准备。如果可穿戴设备放量增长,包括粉末冶金、微投、柔性、LDS天线、NFC等子行业都会受益,涉及到长盈精密、劲胜股份、信维通信、同方国芯、水晶光电、立讯精密。

王莉称,目前国内整体产业链结构基本形成,相关供应商技术有智能手机技术的积累。另外,智能穿戴发展的大趋势不会停止,未来的销售增长一方面要借助于云计算、移动互联网与大数据相关应用,服务的提供将形成更大的市场机会;另一方面,与医疗、警务等具体业务相结合也将成为大趋势。

# 国内线上影视年销6亿元 为美国1/12

见习记者 邝龙

日前,美国线上娱乐集团发表报告,去年全美线上电影销售额飙升了47%,达11.9亿美元(约合72亿元人民币)。而同期国内线上付费影视市场年销售额约6亿元,仅为美国市场的1/12。

业内人士认为,当前以4G为代表的移动互联网技术的发展,有望壮大国内付费影视市场的规模。但与此同时,国内线上付费影视的消费习惯仍待培养,版权监管的漏洞也令市场风险增加。

## 中美市场差距大

线上电影正在成为影视公司及相关渠道商新的盈利增长点。

据悉,国内不少视频网站存在线上付费影视业务。电影网作为国内最早进行线上影视销售的公司,曾成功操作了《太子冲天》的网络销售。电影网市场中心范先生告诉记者:“《太子冲天》是我国最早进行互联网付费销售的大片之一,当时销售数据达数百万。”

目前我国付费影视主要存在三种经营模式:单片付费、包月模式和增值服务。在获得相关收益后,渠道方会与影片版权方进行收入分成。分成比各个网站不一样,但比例都不会差距太大。”范先生告诉记者。

虽然已拥有较为成熟的经营模式,但目前我国线上付费影视市场并不大。易观国际分析师庞亿明说,这是受到消费形态影响,

再加上国内版权环境并不理想。

庞亿明称,2013年我国网络视频行业整体收入约120亿元,其中网络付费业务约为6亿元,大约是美国线上付费市场的1/12。

## 行业发展存难题

据了解,目前国内包括优酷土豆、乐视、腾讯、爱奇艺等视频网站均拥有付费影视业务。爱奇艺副总裁杨向华坦陈,免费期电影的收益的确没有付费期电影的收益高,并直言“要走电影付费的模式,因为这样会走得更长久”。

目前电影网经营着约2000部电影的网络销售,范先生告诉记者,2013年,电影网在付费电影业务方面的增幅超过100%,我们还是

比较看好这块业务的长远发展。”

庞亿明说:线上付费产业要大发展,需要消费习惯的逐步转变以及版权环境的优化。”光线传媒董事长王长田就公开表示,按照美国市场影视剧产业收入构成推算,百度、快播为主的盗版每年导致中国电影产业损失近800亿。

随着4G技术普及,线上付费影视市场面临新机遇。但目前4G网络普及率及资费水平尚待发展。据悉,我国4G网络尚需一年左右才能覆盖全国大部分城市。资费方面,中国移动4G飞享套餐“价格区间为138元至338元,以138元为例,含600M流量和500分钟国内通话时长,而600M的流量仅够观看一部电影,这样的收费模式显然不利于线上付费影视的发展。

# 鲁西化工多措并举提升盈利

记者从刚刚召开的鲁西化工000830工作年会上获悉,今年公司将重点抓效率效益,通过优化采购、加强销售、节能降耗等多举措,以提高盈利能力来带动安全环保和整体工作质量的全面提升。

鲁西化工表示,将以园区整体效益为中心,对水、电、汽及装置间物料进行平衡与协调,做好园区各类公共资源的管理;做好环境保护和监测监测职能,完善监控监测设施和手段,优化污水处理装置运行。

同时,鲁西化工还将推进数字化园区建设,提高装置自动化水平。此外,鲁西化工提出,一把手主抓销售,在销售队伍中要建立有效的竞争机制。不断扩大周边优势市场份额;化工销售要巩固直销直送,完善平台营销模式。(卢青)

# 牧原食品 大规模工业化生猪养殖第一股

养猪,这个昔日的“下里巴人”产业近年来持续升温,成为坊间最热络的实业投资方向之一。当高盛、网易等“阳春白雪”型公司纷纷进入了养猪行列,还有传统产业如武钢,曾高调宣布投资养猪业,“2斤钢不抵4两肉”的论断犹在耳际。面对如此养猪热潮,我们难免不产生疑问:养猪是回报可观的低门槛产业吗?取得持续性的盈利易于其它产业吗?借着此次牧原食品(002714)上市之际,让我们深入了解这家位于河南南阳市内乡县,专业养猪长达20多年的国内大型工业化生猪养殖龙头企业,一窥究竟。

## 传统养猪搭上工业化快车

牧原食品股份有限公司(以下简称“牧原”或“公司”)的主营业务为生猪的养殖与销售,主要产品为仔猪、种猪、商品猪。公司采取“自育自繁自养大规模一体化”为特色的经营模式,形成了集饲料加工、生猪育种、种猪扩繁、商品猪饲养为一体的完整生猪产业链。

截至2013年6月30日,公司已拥有3个饲料厂、25个养殖场(含子公司),并通过参股40%的河南正大牧原肉食品有限公司,介入下游的生猪屠宰行业。2010年、2011年、2012年和2013年上半年公司销售生猪分别为35.90万头、60.98万头、91.76万头和50.53万头,成为规模排名暂列在广东温氏、雏鹰农牧之后的国内又一家大型生猪养殖企业。

与国内大多数规模化养殖企业普遍采用的“公司+农户”、或是“公司+基地+农户”发展模式不同的是,牧原采取全程自养方式,是建立在现代化、专业化、精细化、集约化基础上的,国内第一家畜牧业规划设计研究型养殖企业。牧原的各养殖环节均处于公司的严格控制之中,从而使公司在食品安全控制、产品质量控制、疫病防治、规模化经营、生产成本控制等方面,具有显著的特色和优势。可以说,在牧原,养猪已经完全颠覆了传统第一产业的属性,搭上了工业化生产的快车。

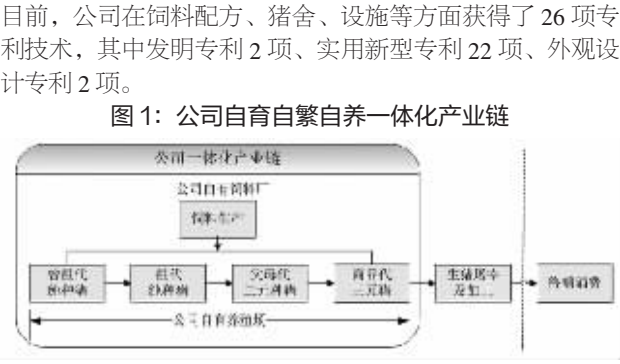
## 定位优质肉品开发,在每一个环节精耕细作

愿天下人吃上高品质猪肉”是牧原朴实的发展愿景,通过20年的悉心努力,牧原持续钻研生猪育种技术不断提升生猪品质,以保证公司生猪所生产的猪肉品质优良;加上全程自养和饲料配制技术,使生猪品质及食品安全进一步得到保证。

优质带来了市场认可,2010年~2012年公司商品猪销售量(吨)快速增长,复合增长率为72.8%。在牧原孜孜道

求优质成品的背后,我们可以看到公司将众多自主研发的应用型技术投入到育种、饲料、养殖、防疫、环保一体化产业链的各个环节,并且在每个环节上都开发到了极致。截至目前,公司在饲料配方、猪舍、设施等方面获得了26项专利技术,其中发明专利2项、实用新型专利22项、外观设计专利2项。

图1:公司自育自繁自养一体化产业链



资料来源:公司招股书

**生产设施即猪舍及饲喂技术:**公司根据猪的生长特性和健康成长需要,科学设计和优化猪舍环境。公司创始人秦英林从1992年开始养猪起,就不断对猪舍的设计和建设进行研究、创新,其个人和公司共同设计、开发出9个代次猪舍。目前的第9代猪舍为全封闭式现代化猪舍,实现通风、温控、饲喂、冲粪全自动化。一方面充分保障了生猪健康生长所需要的温度、湿度、空气新鲜度等环境及防疫条件,另一方面,又满足了现代养殖需求的规模化、机械化、标准化,减少工人劳动量并提高劳动效率。例如:在育肥阶段,公司1位饲养员可同时饲养2,700头生猪,生产效率远高于国内行业平均水平。公司在猪舍研发技术上屡获获奖,“母猪产房”等猪舍等先后共获得7项专利,“猪舍采暖保温装置”等调控舍内气候小环境的设施设备先后共获得7项专利,“猪舍送料系统”、“猪用干湿饲喂器”等饲喂设备先后共获得6项专利。

**育种技术:**育种的目的是使核心种猪获得更好的遗传进展,生产出性能优异的祖代种猪,为种猪扩繁和商品猪生产提供更好的基因。牧原以终端消费者对猪肉的消费需要为育种导向,以瘦肉率、繁殖力、肉质等指标为主要育种目标,

采用开放式核心群育种方式,持续提升公司种群遗传性能。公司的专业的育种团队运用国内外领先的育种设备和科技,如:种猪ALOKA测定仪(活体肌肉脂肪测定仪)、BLUP遗传性能评估软件、GPS种猪选配管理软件等已为公司建立了完整的曾祖代-祖代-父母代-商品代生猪代次繁殖体系,对进入核心种群(曾祖代)的母猪执行严格的选留标准,以确保公司核心种群优良基因库性能的保持和提升。通过育种,一方面使公司在种猪扩繁、商品猪饲养环节获得生产性能更优、更经济的生猪品系,降低了商品猪的饲养成本;另一方面使公司商品猪的肉质更香嫩,市场认可度高。凭借生猪育种优势,2010年,公司被列为第一批国家生猪核心育种场。截至2013年6月30日,公司已经拥有皮特兰、杜洛克、大约克、长白曾祖代核心种群约8,175头,核心种群规模居国内前列。

**生猪养殖及防疫技术:**根据生猪不同的生长周期,实行分阶段、精细化、标准化和科学化的生猪养殖。公司的生产过程按母猪配种-妊娠(怀孕)-分娩哺乳期-仔猪保育期-生长育肥期五个阶段在不同猪舍或不同养殖场饲养,每完成一个饲养阶段,进行一次转群,共完成4次转群。在养殖过程中,公司采取“早期隔离断奶”、“分胎次饲养”、“一胎一转栏、不混群技术”、“全进全出”、“自动化饲喂技术”、“人工授精技术”等生物安全措施,以阻断猪群间疾病传播,确保防疫体系安全、有效。在养殖的各个环节,公司均制定了严格技术标准和质量标准,有健全的食品质量安全控制点记录,建立了从猪肉追溯至断奶仔猪的生猪批次质量追踪体系,从而保障了食品安全。

**饲料生产及营养配方技术:**公司的生猪在养殖过程均使用自行研制生产的饲料。针对不同品种、不同类型、不同生长阶段生猪,公司运用析因法建立对应的动态营养模型,制定精细化的饲料配方。目前,公司对保育猪、育肥猪、怀孕母猪、哺乳母猪等所处不同状态的生猪共设计出6类32种饲料配方,仅保育及育肥阶段就按其不同的体重阶段制定了多达11种配方。我们比较了其它规模化养猪企业,在育肥阶段,通常只有前期、中期、后期3种饲料或只能提供前期、后期两种饲料,而牧原目前采用7种饲料,一方面,其它企业现仍未建立起精细化的营养技术,另一方面,如果没有公司的自动化饲喂技术和设备,这种方式也难以仿效。通过对生猪营养的精细化管理措施,发挥了猪群的生长潜力,增强猪群健康,同时降低了肉内比,生产生猪每头4公斤内需要3~3.2公斤饲料,而目前公司单栏料肉比(6公斤至110公斤)是2.6,远低于行业平均水平,从而提高饲料报酬率,降低了成本。公司在饲料营养技术上领先同业,“早期断奶的乳猪用饲料组合”技术已获得国家发明专利。

此外,公司在拥有“玉米+豆粕”型配方技术的基础上,结合所在区域南阳市小麦主产区特点,因地制宜研制了“小麦+豆粕”型饲料配方技术。因而,公司可以根据原材料的性价比及时调整饲料配方中的主要材料,创新性地降低饲料成本。根据招股书数据,公司目前的每吨饲料成本比市

场上销售的饲料平均价低500元人民币,如果折算到每头生猪,公司的饲料成本相对外购可节省大约166元/头。



图2: 2010年以来河南省小麦和玉米价格走势图

**资料来源:公司招股书**  
**环保技术:**公司曾先后建造出四代沼气反应器,以此为基础研发出的多级IC式智能沼气反应器,能做到粪便和污水同时反应,经无害化处理后,产生的沼气进行发电、炊事做饭,沼液、沼渣进行浇灌林地、菜园等资源循环利用,实现农牧结合,化污为肥,零污染排放。公司的沼气反应器具有投资少、产气量大、污水处理效果好的特点。目前公司设计并投入使用的“高效厌氧反应器”和“一次环形好氧池”分别获得国家实用新型专利。

## 规模集中趋势愈演愈烈,工业化养殖模式将快速发力

我国是全球最大的猪肉生产国和消费国,猪肉消费量占居民肉类消费总量的比重高达60%。过去我们的生猪养殖业长期以农民散养为主,近年来出现规模化集中趋势——小养殖户加速退出,而大型养殖场的市场份额不断上升。实际上,近年来产业资本和金融资本纷纷跨界养猪正是看到了规模化将是生猪养殖的必然发展趋势。伴随目前低端劳动力的紧张和价格攀升,预计我国生猪养殖规模化集中趋势将在未来3~5年里加速,而已经先竞争对手一步、具备规模化管理经验、拥有先进养殖技术的,类似牧原这样的大型一体化养殖企业将成为规模集中大势下最大的受益者。

牧原的“自育自繁自养大规模一体化”养殖模式相较于其它规模化养殖企业的“公司+农户”、或是“公司+基地+农户”模式,资金投入量较大,但在具体运营中,这种模式更易于推动养殖技术的进步和持续改善,最终带来生产效率的提高。同时,在完全自主养殖模式下,公司将饲料加工、生猪育种、种猪扩繁、商品猪饲养等各个生产环节置于可控状态下,在食品安全、疫病防控、成本控制及标准化、规模化、集约化等方面构建更为有机协调的竞争优势。而且由于这种模式的作业标准化程度较高,更易于在模式运行成熟后进行广泛复制。我们相信牧原此次上市后,将彻底摆脱发展资金不足掣肘,规模扩张有望快速发力。(张芳)