

2013 年报特刊

热点纷乱迷人眼 行业解读把握发展脉搏

大消费： 汽车家电成消费增长主力

证券时报记者 颜金成

2013年的年报数据显示,大消费领域的增长仍然相对强劲。

按中信证券消费板块的分类得出的数据是,行业营收增速为11.5%,略高于2012年的10.16%。这在宏观经济不景气的背景下显得尤其不容易。但受白酒板块盈利能力下滑的影响,整个大消费板块的盈利增速下滑,从2012年的11.5%下滑到去年的9.26%。

据证券时报数据部统计,截至4月28日,大消费板块去年净利润总额为1852亿元。2013年,大消费领域的看点在于汽车、家电、乳业板块,而服装行业也有复苏的迹象。

汽车家电景气度高

受益消费升级及行业本身的周期更替,汽车行业的公司去年业绩靓丽。整个交运设备板块营收增速从2012年的3%,猛增到2013年的15%。

上汽集团2013年年报显示,公司全年实现营业收入5658亿元,同比增长17.64%;归属于母公司股东的净利润248亿元,同比增长19.53%。据悉,上海汽车整车销量在国内大集团中率先跨越500万辆台阶,继续保持市场领先地位。全年公司国产整车销售510.6万辆,同比增长13.7%。

分析机构预测,2014年国内汽车市场仍将保持平稳增长格局,全年国内汽车销量将达到2385万辆,同比增长7%以上。

与汽车类似,家电板块这两年受益智能家电出货量的增长,业绩也保持一定增长。家电板块的美的集团、青岛海尔、格力电器业绩增速都比较高。青岛海尔2013年实现营业收入864.88亿元,同比增长8.3%;实现净利润41.44亿元,同比增长26.75%。

在消费升级的背景下,家电公司自身通过产品创新也的确带来了一些刺激业绩增长的动力。在当前互联网定制电视快速发展的背景下,青岛海尔联合视频内容商优酷、视频拍照拥有者华数集团三方合作推出首款

互联网专属定制产品模卡(MOOKA)电视。与TCL集团、乐视、小米等不同的是,模卡电视除了拥有互联网属性外,卖点集中在4K和8核处理器上。此前,四川长虹等家电公司,也推出了一些拥抱互联网的举措。

业内人士分析,虽然各大家电公司都将业绩增长归功于公司自身经营得当,但是,行业本身景气度的功劳无疑才是主要功臣。

餐饮业受冲击

服装纺织板块前两年受存货压制,经济不景气影响,行业业绩一直下滑,但是2013年,明显已经看到服装纺织行业出现回暖的迹象。行业营收增速略微上升,而行业利润增速更是从2012年的负增长泥潭中走出,去年增长接近9%。

森马服饰2013年实现净利润9亿元,同比增长18.56%。森马服饰实现营业收入72.93亿元,同比增长3.26%。据悉,公司主营业务中儿童服饰增长较快,实现主营收入25.35亿元,同比增长19.9%;休闲服饰受行业竞争、渠道成本上升、关闭非盈利门店等因素影响,实现主营收入46.83亿元,同比下降4%。

乳业公司去年的业绩增长也是可圈可点,光明乳业2013年实现收入163亿元,净利润4亿元,分别增长18.26%、30.43%。乳业公司消费升级的增长逻辑也非常明确,光明乳业仅莫斯利安常温酸奶实现销售收入32.2亿元(增长106.5%)。

值得注意的是,大消费板块中,餐饮和食品饮料板块成为了业绩下滑的板块,其背后的逻辑也非常清晰,即反腐、反三公消费的打击,白酒受自身产能过剩以及进口红酒冲击等因素的影响不小。食品饮料、餐饮旅游板块的净利润都呈现负增长的态势。

业内人士分析,中国经济增长从投资和出口拉动转向消费拉动是政府的政策大局,同时也是居民收入增长的必然结果。在未来很长一段时间里,消费类的公司大多数容易保持一个高于整体经济增长的业绩,在资本市场,或许也是投资者持续关注焦点。

大消费板块近两年业绩增长率情况			
板块名称	2013年营业收入同比增长率(%)	2012年营业收入同比增长率(%)	2013年净利润同比增长率(%)
消费	11.58	10.17	9.26
食品饮料	5.47	17.49	-5.17
家用电器	16.46	0.58	34.91
交运设备	13.06	3.14	22.44
餐饮旅游	3.31	17.11	-14.86
纺织服装	3	2.66	8.99

周期性行业近两年业绩情况			
板块名称	2013年营业收入(亿元)	2012年营业收入(亿元)	2013年净利润(亿元)
周期	126586.24	119475.06	4437.06
钢铁	12169.33	11978.86	71.15
有色金属	8475.88	8903	177.55
铝	2431.31	2200.76	20.03
铜	2801.05	3219.51	28.02
黄金	994.79	1524.62	32.27
稀土	131.52	163.9	18.67
铀	11.01	10.25	-0.58
煤炭	32245.13	32347.74	2100.74
石油开采II	22581.24	21952.96	1295.77
煤炭开采II	8869.6	9504.64	694
汽车	14850.39	12808.4	769.49

颜金成 余胜良/制表

文化传媒板块2013年净利润前十公司				2013年营业收入同比增长率(%)	2013年净利润同比增长率(%)
1 中南传媒	80.33	11.1	11.1	15.91	18.09
2 凤凰传媒	73.16	9.4	9.4	9.1	1.38
3 百视通	26.37	6.77	6.77	30.06	31.15
4 华谊兄弟	20.14	6.65	6.65	45.26	172.23
5 中文传媒	113.87	6.37	6.37	13.83	25.78
6 皖新传媒	45.96	6.06	6.06	26.15	21.42
7 华闻传媒	37.49	5.27	5.27	-11.8	79.57
8 蓝色光标	35.84	4.39	4.39	64.75	86.3
9 浙报传媒	23.56	4.12	4.12	59.66	86.07
10 鹏博士	58.18	4.03	4.03	127.26	95.17

马玲玲/制表

文化传媒:并购力撑业绩

见习记者 邱尧

据证券时报数据部统计,截至4月28日,已有51家文化传媒上市公司公布2013年年报,其中42家实现净利润同比增长,10家公司净利润同比增长超过50%。

其中,中青宝为文化传媒板块业绩增幅最快的公司,净利润同比增速高达205.7%;华谊兄弟、鹏博士、掌趣科技、蓝色光标净利润增速分列2-5位,全年股价涨幅均超过80%。值得关注的是,除鹏博士外,上述公司均在2013年进行相关重组并购,并对公司股价造成正面影响。

并购重组推动业绩

对于业绩增长的原因,中青宝认为手游业务是最大功臣。

资料显示,中青宝于2013年收购的上海美峰数码、深圳苏摩科技两家手游公司已于第四季度完成并表,对公司营业收入和净利润增幅产生积极作用。公司今年一季度业绩依旧保持高速增长,净利润同比增长94.82%。

“手游”作为2013年股市最热概念之一,两市有多家公司进行了相关并购,并对业绩造成正面影响。以掌趣科技为例,公司2013年净利润为1.54亿元,同比增长86.98%。手游巨头头网先锋网络科技有限公司自去年三季度完成并表后,直接推动了掌趣科技业绩的增长,公司今年还将完成对玩蟹科技和上游科技的财务并表。

国海证券在其最新研报中指出,并购重组是未来一年文化传媒板块的

主要逻辑。过去两周并购重组上市公司的股价走势已经证明了这一看法。

除手游公司外,文化传媒板块其他公司也进行了多起并购重组,以推动业绩发展。以广告公司为例,蓝色光标、省广股份两大广告巨头2013年业绩增长均超75%,蓝色光标完成了对东方博杰广告公司的并购,省广股份则宣布并购雅润文化。

据证券时报不完全统计,2013年文化传媒板块发生超过50起并购事件,涉及电影、电视剧、出版、广告、游戏等细分行业,规模近400亿元。进入2014年,重组并购风潮进一步加剧,截至目前,行业内已发生超过80起并购事件,规模近700亿元。

影视公司业绩分化

作为文化传媒行业中的另一明星概念,影视类资产自去年下半年以来,成为了众多上市公司追逐的目标。然而翻看已上市的影视公司年报,行业内部显然已经出现分化。

华谊兄弟2013年实现营业收入20.14亿元,同比增长45.27%;净利润6.65亿元,同比增长172.23%,为影视类上市公司业绩增速第一名。另一电影巨头光线传媒则遭遇营业收入下滑的窘境,光线传媒2013年实现营业收入9亿元,同比下滑12.54%;净利润3.28亿元,同比增长5.7%,低于市场预期。

相对于电影类公司业绩大幅波动,电视剧公司业绩则较为平稳。分析认为,电视剧市场供求关系较为稳定,因此业绩不会出现大幅变化。

周期性产业踟躅前行 新机会破壳

证券时报记者 余胜良

周期性行业和大宗商品价格密切相关,看看去年大宗商品的价格,就知道周期性行业“歇菜”了,事实也正是如此。

据证券时报数据部统计,截至4月28日,已发布2013年年报的929家周期性行业公司,营业收入12.58万亿元,同比增长5%;实现净利润4437亿元,同比增长7%。

在这些传统业务中,也诞生出一些新业务,不过在A股上市公司中占的数量还不多,尽管市场给予估值不低,但是业绩还没有爆发出来。

钢铁行业扭亏

去年钢铁行业依然不景气,实现营

业收入1.22万亿元,同比增长2%;实现净利润71.15亿元。不过这比2012年已经有了很大改观,2012年钢铁板块亏损65.7亿元。2013年钢铁板块实现了净利润增长。

稀土板块依然在降温,营业收入和净利润都下降了一截。

包钢稀土2013年净利润由2012年的15.10亿元提高到15.74亿元,同比微增4.22%,但其营收同比下滑8.33%至84.72亿元,这已经是该公司营业收入连续第三年下滑。该公司今年一季度净利润6937.74万元,同比下降71.71%;营业收入同比减少52.76%至10.85亿元。

去年煤炭板块表现也不佳,营业收入和净利润均下降,营业收入为8804亿元,同比下降9%;实现净利润684亿

新能源汽车业绩释放有待时日

证券时报记者 翁健

2013年新能源汽车风生水起,上市公司也纷纷涉足其中。从年报来看,虽然相关新能源汽车业务有所增长,相关上市公司频遭爆炒,但在上市公司的业绩占比比较低,难以成为利润“奶牛”,业绩爆发期还有待时日。

目前,新能源汽车产业链上较受关注的领域主要为整车企业、锂电池产业和充电设备产业。

有所增长但微不足道

从整车企业来看,在新能源领域投入较大的公司主要有:比亚迪、广汽集团、江淮汽车。虽然新能源汽车销量有所增长,但相比传统业务仍微不足道。

比亚迪2013年实现营业收入528.63亿元,同比增长12.83%;净利润5.53亿元,同比增长579.63%。但具体到各业务板块,传统汽车业务、手机部件及组装业务仍为主要利润来源。

另外,比亚迪今年一季度的业绩并不理想,公司实现营业收入117亿元,同比下降9%;而净利润为1196.6万元,同比下降约90%。业绩下滑主要由于在传统汽车业务方面,受节能汽车补贴政策变化的影响,自主品牌市场份额有所下滑,预计2014年上半年传统汽车销量将有所下降。

比亚迪表示期待新能源业务的爆发。公司表示,今年上半年国内新能源汽车产业发展迅猛,纯电动大巴K9和面向个人消费者的插电式混合动力汽车均实现良好的销售进展,将带动公司收入增长,提升利润贡献。

从锂电池产业来看,该领域上市公司业绩出现两极分化。其中,龙头企业杉杉股份2013年锂电池材料业务实现营业收入21.64亿元,同比增长28.92%;实现净利润1.29亿元,同比增长33.11%。但杉杉股份坦言,锂电池业务存在着原材料价格波动、电

动车发展不及预期及产能过剩等风险。

而充电设备板块则表现不俗,在10家充电桩概念股中,除南洋股份、上海普天同比亏损外,其余8家公司均有所增长。奥特迅实现净利润5141万元,同比增长111.13%。其中电动汽车快速充电设备实现销售收入1176.43万元,较上年同期增长55.86%。业内人士认为,奥特迅是深圳电动汽车加电站网络的充电桩主要供应商之一,在电动汽车充电设备研发及制造领域拥有完整的解决方案。但作为行业发展的先行领域,充电站尚未规模化建设。

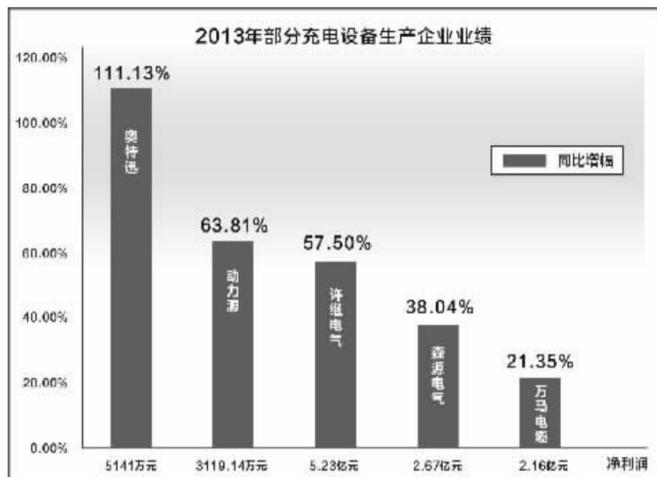
特斯拉概念股亮眼

另外,特斯拉概念股成为市场热炒的对象。截至目前,A市场上真正与特斯拉有过合作的公司只有2家,分别为大富科技和国机汽车。虽然与特斯拉合作的业务收入只占很小部分,但头顶“特斯拉”的光环,上述两家公司交出的全年成绩单足够亮眼。

大富科技日前刚刚宣布与电动汽车厂商特斯拉合作。公司表示,已于2013年交付少量产品,预计2014年订单不超过2013年营业收入的10%。年报显示,大富科技2013年全年实现营业收入18.95亿元,同比增长26%;实现净利润5531万元,同比增长128.93%。

不仅如此,大富科技还成为今年一季报业绩增幅最大的公司,实现净利润2.87亿元,同比增长超过128倍。同时,大富科技预测2014年上半年净利润较上年同期增长1271.79%~1321.08%,其中,主营业务净利润预计为1.39亿元~1.55亿元。

为特斯拉进入中国市场办理3C认证业务的国机汽车同样表现不俗。公司2013年全年实现营业收入749.76亿元,同比增长20.69%;实现净利润7亿元,同比增长27%;每股收益1.26元。



翁健 / 制表

元,同比下降33%。石化行业依然不错,石油价格没有出现大的涨跌,整体上依然坚挺。

老树新芽显增长潜力

所谓“三十年河东三十年河西”,周期性行业亦是各领风骚几个春秋。业绩好时,资本总是免不了躁动大举进入,等到环境不好时,资本也无法抽身而出,这就使得有些行业,特别是产业上游行业周期性波动较大。

目前,我国政府正在鼓励民间资本进入具有技术含量的高新企业。其实,有很多高新企业就是在为传统行业中的老企业服务的基础上发展起来的,市场也给予这些新兴行业和企业很高的预期。

比如上海钢联,该公司不仅销售信息,组织行业会展,撮合交易,现在还直接介入交易环节,开始为企业提供金融服务,给了市场很大想象空间。不过去年上海钢联净利润只有2159万元,同比下降39%;营业收入15.53亿元,同比增长62.73%。

上海钢联去年实现钢材交易服务业务收入只有13.56亿元,和钢厂比起来微不足道,但是同比增长8成,显示出较强的增长潜力。

在这些依托传统行业起家的新兴企业中,有些以信息服务起家的互联网企业因为直接介入了交易环节,所以发展更为迅猛,比如在海外上市的易车网,是互联网企业,同时又是媒体,还是交易组织者和实施者。未来在传统的老产业中还将发出更多新枝桠。