

聚焦三季度

# 前三季度净赚超338亿元 贵州茅台多措并举夯实发展基础

■本报记者 王鹤

上市公司密集披露三季报之际，备受关注的A股龙头——贵州茅台，在10月25日晚间发布了2020年三季报。

数据显示，贵州茅台前三季度实现营业收入672.15亿元，同比增长10.31%；归属于上市公司股东的净利润338.27亿元，同比增长11.07%。

其中，第三季度实现营业收入232.62亿元，同比增长8.46%；归属于母公司股东的净利润为112.25亿元，同比增长6.86%。按92天计算，贵州茅台第三季度每天净赚1.22亿元。

从业务构成来看，茅台酒依旧是贵州茅台的营收主力，前三季度实现销售额601.45亿元，系列酒实现销售额70亿元。

“2020年贵州茅台的总营收增长目标为10%，目前前三季度已基本上如期完成。”腾讯证券研究院专栏作家郭施亮对此评价道。

## 直销渠道营收 同比增长近两倍

作为一家主营茅台酒和系列酒的上市公司，贵州茅台曾大刀阔斧改革，取消数百家经销商，进一步发展商超、电商等直销渠道。

业绩报告显示，报告期末贵州茅台的国内经销商数量为2049个，报告期内减少342个；国外经销商为104个，报告期内减少1个。

贵州茅台公告显示，为进一步优化营销网络布局，提升经销商整体实力，茅台对部分酱香系列酒经销商进行了调整，

报告期内减少酱香系列酒经销商301家。除了砍掉部分经销商，贵州茅台目前已和不少直销渠道商达成合作，以进一步加强其在渠道上的布局。

“从目前来看，茅台的渠道改革还是有一定效果的。”盘古智库高级研究员江瀚坦言。

数据显示，前三季度直销渠道实现营收84.33亿元，同比增长171.77%，今年前9个月，直销渠道对整体营收贡献占比达12.55%，而在上一年这一比例仅为5%左右。

在郭施亮看来，贵州茅台进行渠道改革，使得出厂价与经销商价差进一步缩小，为之后几年的业绩带来了释放预期。

值得一提的是，在做好茅台酒“控价稳市”工作上，茅台在去年的全国秋季糖酒会上也透露了不少信号。公司表示，要严厉打击加价销售、囤货居奇、哄抬价格，甚至与“黄牛党”合作炒作、虚构销售记录规避监管等行为，不让价格偏离产品的价值属性。

“正是由于市场上的供需矛盾，供给其实相对有限，但需求非常多，导致茅台面临较大的市场压力。”江瀚在接受《证券日报》记者采访时表示：“未来，茅台酒的价格会逐步呈现市场化稳定的趋势，但关键在于当前市场上投机氛围较为浓郁，茅台想要稳定市场价格的话，仍存在不小难度。”

## 拟捐资不超过5.46亿元 用于修路

在渠道变革、控价稳市工作不断推进外，近些年贵州茅台在基础设施建设



方面的投资力度明显加大。

三季报出炉的同时，贵州茅台还发布了另外一则消息，公司拟向习水县人民政府捐资不超过5.46亿元专项建设习水习新大道建设工程。

此项工程建成后，公司酱香系列酒生产基地可直通高速，大大降低物流运输成本，打破生产物流运输瓶颈，全面提升通行能力和物流运输能力。

“茅台此举在带动自身发展的同时，更多体现的是其对地方经济发展的一种企业责任担当，修路能够给当地居民的出行及日常生活带来很多便利。”中南财经政法大学兼职教授谭浩俊表示。

郭施亮进一步补充道，物流运输成本的减少预期，叠加渠道改革的不断推进，均有利于上市公司业绩释放。

眼下，白酒市场渐入消费旺季，不少分析师密集发布报告，看好白酒企业接下来的市场表现。

“每年快年底的时候，白酒消费是很正常的现象，也可以说是白酒市场的一个周期性规律，所以在这样的情况下，三四季度看好白酒是很正常的。”江瀚告诉《证券日报》记者：“整个白酒行业我还是保持一个谨慎乐观看好的态度，对于后续市场来说，其他的白酒产品应该会有一个较好的发展前景，茅台会有稳定市场，避免过度炒作的特点。”

谭浩俊认为，随着春节的临近，贵州茅台第四季度的业绩有望进一步提升，且不止茅台一家，整个白酒板块均值得期待。

# 降本增效发力高端 首钢股份前三季度营收净利同比双升

■本报记者 向炎涛

日前，首钢股份发布2020年前三季度业绩报告显示，公司前三季度实现营业收入546.86亿元，同比增长7.73%；实现归属于上市公司股东的净利润11.75亿元，同比增长2.85%。

首钢股份方面在接受《证券日报》记者采访时表示，随着疫情防控常态化，各行业复工复产，用钢需求和钢材价格均在稳步回升，其中，汽车用钢在8月份、9月份进入旺季，带动公司业绩增长；同时，公司通过精细化管理，降低成本，并调整产品结构，发力高端用钢市场，克服疫情影响，经营业绩逆势增长。

## 实现高质量发展

今年上半年，受疫情影响，钢铁行业需求一度骤降，钢材价格快速探底，行业利润呈下降趋势。二季度末开始，在复工复产推动下，行业逐步探底回升。

首钢股份方面告诉《证券日报》记者，公司近年来持续进行产品结构调整，发力高端用钢市场，重点布局三大战略产品：汽车用钢、电工钢、镀锌板。其中，汽车板方面，公司生产的低碳钢和超低碳钢具有良好的冲压性能、焊接性能以及较高的尺寸精度，广泛应用于各

种汽车零部件。

电工钢方面，首钢迁钢冷轧电工钢项目是首钢产品升级的标志性项目，全部生产线采用国内外先进设备，集中了国内外高端和前沿技术工艺，可规模化生产全系列电工钢产品，引领精品钢先进水平，其中电工钢中的冷轧取向硅钢有着“钢铁王冠上的明珠”之称。

镀锌板方面，首钢京唐公司具备年产电镀锌产品50万吨能力，产品定位为高档食品包装用电镀锌板。拥有先进的工艺装备、丰富的生产管理经验和良好的服务以及一流的产品研发团队，具备从冶炼、热轧、冷轧到涂镀全流程的制造能力。

“公司苦练内功，不断加大研发投入，提升产品市场，就是在中高端市场站稳脚跟。”首钢股份方面对《证券日报》记者表示，目前，公司不断加大高端产品的市场推广力度，提升高端产品比重，在中高端市场的口碑不断提升，为业绩提供了很大支撑。今年以来，公司实现了一汽丰田的供货突破，巩固在长城汽车第一供应商的地位，成为沃尔沃在亚太区域唯一一家DH780+Z供应商，还获得了上汽大众2019年度优秀供应商入围奖。

除了产品结构的调整，首钢股份还通过精细化管理进一步提升发展质量。首钢股份方面告诉记者，在降本增效方

面，以京唐基地为例，公司着眼全流程、系统性降本，聚焦协同降本、专项降本、管理降本等，成立了17个专项攻关组，充分发挥铁前“产供研”一体化优势，开展配煤科研，有序调整入炉结构，大力推进烧结固废回用；推进转炉碳氧攻关，优化转炉操作，降低渣量消耗；统筹资金运作，通过供应链金融、低息置换等降低财务费用，上半年降本增效超过10亿元。

此外，在绿色发展方面，首钢股份迁钢公司在今年成为全国第一家，也是目前钢铁行业唯一一家通过全工序超低排放评估验收的企业。

## 整合资源做大做优

背靠首钢集团，首钢股份也在借力集团资源不断发展壮大。根据首钢钢铁业发展规划，首钢股份将作为首钢集团在中国境内的钢铁及上游铁矿资源产业在中国境内的重要平台，最终实现首钢集团在中国境内的钢铁、上游铁矿资源业务整体上市。

目前来看，这一进程正在提速。9月25日，首钢股份发布《发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易预案》显示，上市公司拟以向特定对象非公开发行的方式购买京投控股持有的京唐公司

11.5094%股权、京国瑞持有的京唐公司7.6729%股权。本次发行股份购买资产的发行对象为京投控股和京国瑞。目前这一事项正在推进中。

根据公告，本次交易完成之后，首钢股份将直接和间接持有京唐公司的股份比例将达到100%，有助于进一步提高上市公司盈利能力。此外，本次重组募集配套资金有利于首钢股份改善现金流，为京唐公司工程项目建设提供资金支持。

此前公告显示，首钢股份以其持有的北京汽车股份有限公司12.83%内资股与首钢集团持有的钢贸公司51%股权进行置换，置换完成之后，钢贸公司成为首钢股份控股子公司。钢贸公司持有京唐公司29.82%股权，通过一系列资本运作，首钢股份直接和间接合计持有京唐公司的股份比例从51%提升至80.82%。

华安证券分析师翁嘉敏对《证券日报》记者表示，京唐公司盈利能力较强且具有较高成长性，本次交易前后上市公司的合并财务报表范围未发生变化，但京唐公司的净资产及经营业绩计入归属于上市公司股东的所有者权益和净利润的比例将提升，预计交易完成后上市公司的盈利能力将得到增强。此外，引入京投控股、京国瑞等战略投资者，将进一步优化上市公司股权结构。

# 康泰医学上市后首份财报出炉 前三季度净利润同比增长1208.92%

■本报记者 赵学毅 见习记者 张晓玉

10月26日，康泰医学披露2020年三季报。公司前三季度共实现营业收入11.11亿元，同比增长350.59%；实现归属于上市公司股东的净利润5.15亿元，同比增长1208.92%。其中，第三季度共实现营业收入3.6亿元，同比增长251.34%；实现归属于上市公司股东的净利润1.51亿元，同比增长641.32%。

## 研发为企业之本

作为创业板注册制下的第一批企业，康泰医学于8月24日于深交所上市。此次披露的三季报为康泰医学上市后发布的首份财报。

对于康泰医学上市后交出的首份“成绩单”，广州众成医疗器械产业发展有限公司研究部副经理杨勇在接受《证券日报》记者采访时谈到：“康泰医学作为一家专业从事医疗器械的企业，疫情期间公司红外体温计、血氧类产品的需求量激增，带动业绩大幅上升。从过去三年情况来看，公司境外销售收入占比超过70%。目前海外疫情依然较为严峻，公司相关产品仍然有较大需求。”

看，公司主营业务收入主要来源于血氧类、监护类和心电类的销售。2017年、2018年和2019年，血氧类、监护类和心电类的合计收入占主营业务收入的比例分别为75.35%、72.16%和73.57%。

从此前披露的招股说明书来看，康泰医学的主营业务毛利率维持在50%左右。其中，心电类产品毛利率水平较高，2017年、2018年、2019年，心电类产品的毛利率分别为69.49%、62.85%和60.48%。

在知名医疗器械营销培训专家王强看来，康泰医学业绩主要受疫情影响，其业绩增长主要来源于国内市场，而国内市场以政府采购为主，在国内市场还没有进入主流市场即二甲以上的医院，康泰医学做的是常规类医疗器械，竞争者众多。

对于康泰医学来说，想要在众多竞争者中脱颖而出，则需要不断的科技创新。从近三年财报来看，2017年—2018年，康泰医学研发费用总体比较平稳，主要为工资及其他人工成本和折旧及摊销费用等。2019年较上年研发费用上升617.27万元，主要是随着公司业务规模的增长，公司持续加大研发投入，公司配备的研发人员由2018年的299人增加到334人，导致工资及其他人工成本较上年增加。2019年康泰医学研发投入约4056.75万元，占

公司营收比重约10.48%。

## 医疗器械市场前景广阔

伴随着全球老龄化速度的加快，医疗器械行业的需求量也不断增加，根据Evaluate MedTech的统计，2017年全球医疗器械销售规模为4050亿美元，2009年—2017年全球医疗器械销售规模稳步增长，复合增长率为3.09%。预计该市场规模在2024年增长至5945亿美元，2017年—2024年期间将呈现5.6%的复合增长率。

据中国医药物资协会医疗器械分会抽样调查统计，中国医疗器械的市场销售规模从2006年的仅434亿元迅速增至2018年的5304亿元，年均复合增速为23.19%。据中国医药工业信息中心预测，国内医疗器械市场规模仍将保持相对较快的增长态势。

深谙医疗器械行业市场空间巨大的康泰医学，在招股书中表示，2017年—2019年，公司医疗设备的产能利用率均超过150%，随着公司业务不断发展，公司现有生产能力将难以满足客户订单需求，产能瓶颈问题突出。为了解决上述问题，公司通过上市募集资金，用来医疗设备生产改扩建项目和智能医疗设备产业研究院项目，缓解公司产能瓶颈，满足不断增长的市

# 大数据产业步入技术融合时代 超20家机构同时看好两公司

■本报记者 李正

“目前我国的大数据产业，主要还是以‘BAT’这些互联网巨头为主，因为这些企业本身已经掌握了大量数据，再通过与云技术或其他技术相结合，利用自己的服务能力将大数据技术进行变现，经过近几年的发展，现在纯粹的大数据企业已经没有了，主要是与其他产业或技术手段进行结合。”阿里云MVP马超对《证券日报》记者如是说。

国际新经济研究院数字经济研究中心主任郑磊在接受《证券日报》记者采访时表示，国家及地方层面对数据使用和保护进行了立法，在遵守相关法律的基础上，对大数据行业发展和企业经营行为进行了规范，也促使行业整体实现了快速发展。

据郑磊介绍，从产业链的角度来看，目前数据资源仍然主要集中在互联网平台企业，围绕这些企业形成了大数据应用产业链。“所以，目前看到的大数据产业形态可以分为数字政府、数据基础设施建设以及围绕数据丰富的大平台构建的应用产业，如此三箭齐放的发展格局。”郑磊说。

对于未来我国大数据产业的发展趋势问题，马超在接受《证券日报》记者采访时表示，现在的大数据产业，已经无法单纯依靠获取数据的能力或数据量的多少来获得发展优势，未来会更加考验企业对大数据全技术链或全产品链的布局能力。

“同时，赋能制造业也是大数据产业重点布局方向之一，这一领域未来可能会有较快发展。”郑磊说。

## 走进学而思网校西安基地： 古城新职业 如何从不被了解到快速壮大？

■本报记者 许洁

在线教育机构做班主任是怎样的工作体验？事实上，“班主任”也称作“在线学习服务师”，已在今年7月份成为国家发布的九个新职业之一。

龚鑫是学而思网校社会营销的负责人，她对《证券日报》记者表示：“直播+辅导在线的学习模式从本质上把‘学’和‘习’分开，学是学习知识，习是自己的习得，通过这一‘双师模式’让孩子们学习的效果能够得到更好的提升。”

## 如何打造过硬的团队？

要想深度了解一名班主任的工作日常，可以去学而思网校的西安基地走一圈。

据悉，学而思网校西安基地是学而思网校最早的一批基地之一，成立于2017年，至今已经有三年。“三年当中我们从0到1，不断发展。2020年对于互联网教育来说是非常重要的一年，这一年学而思网校也得到了飞速的发展。”学而思网校西安基地幼小部负责人禹彪表示。

人才厚度是学而思网校选择基地落地城市的重要因素之一。西安是具有悠久历史的文化名城，也是中国高校密度和受高等教育人口最多的城市之一。截至2019年末，全市共有高等教育学校75所。据禹彪介绍，作为学而思网校西北地区的辐射点，越来越多的西安高校应届毕业生将学而思网校作为人生初次就业的着陆地。

一个职业从无到有，一个基地的从小到大，离不开日益完善的职业体系。学而思网校初中部西安负责人赵阳从“选、育、用、留”四个方面向记者介绍了西安基地的师资管理情况。

首先，在选聘方面，学而思网校建立了完善的班主任老师能力模型，对候选人进行个人专业功底、稳定性、工作认知、工作态度等多个维度全面考察，形成了招聘、初试、岗前认知培训、复试、岗前技能培训、入职进阶培训到最后带班的一整套标准化流程。

其次，在培育方面，网校非常注重班主任老师的日常技能培

产品很大的一个客户，每年会支付超过五十亿元的服务费在大数据产品方面，像抖音、今日头条这类公司，虽然他们自身可以获得的数据量十分庞大，但也还需借助阿里在大数据全产业链这方面的技术实力。”马超说。

据《证券日报》记者了解，随着我国大数据产业的蓬勃发展，资本市场相关概念板块的上市公司也表现出了不俗的业绩表现。

东方财富Choice金融终端数据显示，截至2020年10月26日，A股大数据概念板块235家上市公司当中，已有79家预告了2020年前三季度业绩。其中，预计报告期内实现盈利的上市公司数量为46家，亏损29家，不确定4家。

同时，机构投资者对于大数据概念板块个股也给予了高度关注和看好。

数据显示，在上述235家上市公司当中，近半年来，获得机构投资者买入评级的上市公司数量为105家，其中，启明星辰、东方财富两家上市公司被超过20家机构同时给予了买入评级；被10家—20家机构给予买入评级的上市公司数量为21家；10家以下机构给予买入评级的有82家。

对于大数据产业未来的投资方向，郑磊表示，看好其在社会治理、智慧城市等方面的应用，大数据与区块链以及人工智能的结合，在政府主导下，都能较快用于提升数字化社会治理水平。

“同时，赋能制造业也是大数据产业重点布局方向之一，这一领域未来可能会有较快发展。”郑磊说。

训，包含办公技能、沟通技能、业务技能等实用技能培训。

最后，经过严格选聘和多项扎实的培训后，班主任老师开始正式的带班“任用”之旅。他们将全面参与直播课程，重点跟踪学员在网校的学习效果，并与主讲老师共同优化教学方法、及时跟踪反馈提升教学质量。课后，班主任老师还负责在学员班级群内维护答疑，与家长和学员保持良好沟通，及时反馈学员学习情况，关注学员课程规划。

## 从不被认可到快速壮大

一位业内人士对记者表示：“班主任这个岗位非常锻炼人，不仅需要专业知识有所了解，还要能与学员维护好关系。并且这个职业群体的规模也很大，通常能占到在线教育头部机构员工总数的二分之一左右。”

但有一种声音认为，与主讲老师不同，班主任虽然非常重要，但“存在感低”。

学而思网校西安基地高中部负责人马晓清也经历过不被认可的时期。“2015年，我刚担任班主任工作的時候，用四个字形容就是——质疑和迷茫，质疑首先来自家长，很多家长不了解网上授课以及在在线班主任老师，当我第一次打电话的时候，有好几个家长说，你怎么证明你是学而思的老师。”马晓清表示：“到了2016年，情况才有改变，家长对我说，‘通过你的服务，通过你的答疑，我们都特别喜欢你’，他们会把同事的孩子介绍来，一定要报到我的班。”

在2017年到2019年这三年的时间里，整个班主任老师的团队快速发展，在技术的加持下，马晓清工作重点向与学员和家长的答疑、沟通和诊断转变。

“2020年我们拥有了‘在线学习服务师’这一职位名称，这也是社会各界对我们的认可。未来的我们会是什么样？就从我个人的经历来说，我觉得应该是非常专业的学科咨询老师，这个学科咨询包括了专业方面知识点的讲解，包括学科政策和未来的方向等，实现用教育理念激发和引导孩子的过程，相信社会各界也会越来越认可在线班主任老师这一职业。”