

授予价格为每股10.34元 老白干酒拟推出新一轮股权激励

■本报记者 李春莲
见习记者 张晓玉

4月18日,老白干酒公告称,为进一步建立、健全公司长效激励机制,吸引和留住优秀人才,充分调动核心骨干员工的积极性,公司拟推出2022年限制性股票激励计划。

值得一提的是,2014年老白干酒推出的员工持股计划打开了白酒行业股权激励的大门。此后五粮液、金徽酒、舍得酒业、山西汾酒的激励政策也依次落地。自去年以来,洋河股份、水井坊、泸州老窖、今世缘等公司的激励方案也密集落地或向前推进。

授予价格打五折

公告显示,老白干酒本次激励计划拟授予的限制性股票数量不超过1774万股,约占激励计划公告时公司股本总额89728.74万股的1.98%。授予价格拟为每股10.34元,约为4月15日收盘价的50%。激励对象不超过213人,具体包括:董事、高级管理人员、下属子公司领导班子成员、总部及下属子公司核心员工。

IPG中国首席经济学家柏文喜对《证券日报》记者表示,“老白干酒股权激励授予价格只有授予日收盘价的50%,说明老白干酒的股权激励力度还是相当大的,同时也表明老白干酒可能面临较大的业绩增长压力。”

解锁条件方面,第一个解锁期的解锁条件为:2022年净资产收益率不低于10%,且不低于对标企业75分位值或同行业平均业绩水平;

2022年净利润较2020年复合增长率不低于15%,且不低于对标企业75分位值或同行业平均业绩水平;2022年主营业务收入占比不低于95%。

中钢经济研究院首席研究员胡麒牧在接受《证券日报》记者采访时表示谈道:“近年来老白干酒一直在推动产品结构的高端化转型,这将改变其品牌的传统的市场定位和营销模式,与之对应的,其产品线、生产工艺、营销团队都会有较大调整。这种调整对老白干酒团队的挑战很大,一旦转型不成功可能会对现有的业务基本盘产生冲击。因此公司此次股权激励力度较大,也设置了股权激励的净资产、净利润、主营业务收入等考核指标,就是想通过强激励让团队能够在转型过程中进一步做大市场,做优资产,做强业务。”

再推股权激励

事实上,这并不是老白干酒第一次推出股权激励。2014年12月1日,老白干酒发布员工持股计划(草案)。公告显示,员工持股计划认购参与对象为公司董事、监事、高级管理人员和公司其他员工。参与对象共计830人,其中认购持股计划的公司董事、监事和高级管理人员共计13人。2015年12月10日,老白干酒员工持股计划落地,发行价格为23.43元/股。

然后从公司前几年业绩表现来看,老白干酒的股权激励计划并未取得理想的成效。2015年至2018年,老白干酒实现营业收入分别为23.36亿元、24.38亿元、25.35亿元、35.83亿元。股权激励前两



年,老白干酒营收增速缓慢,直到解禁当年,营收才大幅增长。

值得一提的是,2018年12月10日老白干酒员工持股计划解禁,而在解禁后,老白干酒的增势仅维持了一年,便又进入下滑通道。2019年公司实现营业收入40.30亿元,2020年实营收35.98亿元,2021年前三季度实现营收27.69亿元。

对于老白干酒再次推出股权激励,胡麒牧对记者表示,“白酒产业是一个存量市场,竞争激烈,除了茅台这种国酒级别的品牌,其他品牌更替是非常快的,如何能在市场立于不败之地,一方面要稳住基本盘,另一方面要寻找增量,在新品牌不断入市的情况下这对团队的守成和创新都提出很高要求。因此要通过股权激励留住人才,守住基本盘,同时激发创新和拓展的动能,推动业务的

持续发展”。

股权激励成标配?

对于白酒上市公司陆续出台一系列股权激励政策,方正证券分析师薛玉虎表示,“白酒企业大多为国企,所在行业又是竞争充分的消费品行业,通常存在管理团队没有股份,激励不足的问题,经营效率受到限制。股权激励方案作为国企改革的重要一环,通过合理的股份份额分配和考核目标的设定,投资者与管理者的利益被深度绑定,激发了企业的经营活力。”

柏文喜表示:“目前酒业领域竞争加剧,业绩增长压力进一步增大,为提升士气以及与企业形成利益共同体,各家酒企普遍推出了力度不同的股权激励措施,旨在推动企业的可持续发展与业绩的持续

啤酒企业跨入白酒赛道 追求淡旺季互补

■本报记者 王 鹤
见习记者 冯雨瑶

记者据珠江啤酒2021年年报了解到,公司拟加快白酒业态培育,推进取得增量突破。

珠江啤酒跨界白酒并非个例,事实上,在其之前已有华润啤酒、金星啤酒等企业先后挤入白酒赛道。

武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青向《证券日报》记者分析称:“啤酒企业跨界白酒有三方面原因,一是实现淡旺季互补,啤酒旺季主要在夏季,而白酒则是秋冬季;二是分摊营销费用,啤酒在餐饮终端费用投入巨大,且啤酒业是劳动密集型产业,员工较多,做白酒可分摊一部分营销费用;三是可借助庞大的销售网络及队伍,培育新的利润增长点。”

4月18日,记者电话联系珠江啤酒证券部,其相关工作人员对记者解释,“公司去年就与五粮液达成合作,通过聚焦广东以及周边的一些市场,以白酒销售业务为辅助进一步提升企业的营销质量。”

“白酒是公司除啤酒以外一项新的业务。”上述工作人员对《证券日报》记者说:“我们希望这块能够协同啤酒业务实现更好的发展。”

据珠江啤酒年报显示,2021年公司推进白酒项目,探索啤酒与白酒融合发展的新业态,实现销售收入2685.57万元。

与珠江啤酒打法类似,金星啤酒在2021年通过承接百年老酒“伏牛白”的独家销售代理,实现淡旺季双品牌,双品类运营,为其2025年上市打下业绩基础。

而作为啤酒巨头,华润啤酒则选择通过投资或收购白酒企业实

现多元化发展战略。华润啤酒在2021年年报中表示,公司拟通过投资山东景芝酒业进军白酒业务。而在此之前,“华润系”对白酒的动作就已频频,从2018年初通过投资人股山西汾酒,到前不久确定战略投资安徽金种子酒,华润在白酒这门生意上越做越大。

华润啤酒此前表示,入局白酒利于集团潜在的后续业务发展以及产品组合及收入来源多元化。

对于啤酒企业跨界白酒,知趣咨询总经理蔡学飞向《证券日报》记者透露,其业态发展路径通常有两种,一是像华润那样参股的形式;二是直接控股白酒企业。“不过后面这条路径相对较少,毕竟行业之间有区别,特征也不一样,操作起来要复杂得多。”

当前的啤酒和白酒行业,均已步入存量竞争时代,且行业分化趋

势愈发明显。

蔡学飞对《证券日报》记者表示:“相对啤酒业,白酒的品类溢价高、单价也更高,利润也就很丰厚。同时,从产品生命周期看,白酒没有保质期,在老酒等概念的加持下,白酒确实是相对优质的品类。”

蔡学飞强调:“最近几年白酒赛道的资本化较为活跃,市场关注度也较高。”

肖竹青同样认为,啤酒更讲究新鲜度和周转效率,而白酒产品不过期,时间越久越香,且毛利率很高,对啤酒企业而言,跨界白酒可释放销售网络的最大边际效应,实现淡旺季互补的需要。

事实正如此,据了解,因种类、品质不同,啤酒的保质期也不相同,一般是6个月、18个月、24个月,并没统一标准。而在毛利率方面,啤酒的毛利率在30%至50%左

右,白酒的毛利率则高达90%以上。

“啤酒企业和白酒企业其实在渠道方面有一定重叠性,同时在消费人群也有一定契合,当前在分化趋势下,白酒、啤酒企业都面临品牌化、品质化升级。”蔡学飞建议,啤酒企业入局白酒,要选择优质标的,同时也要做好长期准备,加强自身品牌推广和渠道建设。“虽两者都属于酒,但在品牌的互补背书方面还存在很大差异,啤酒与白酒两者能借力的范围依旧有限,这可能导致啤酒企业不能直接进入白酒行业。”

肖竹青认为,啤酒企业做白酒只能做如老村长、二锅头这样的口粮酒。“啤酒的属性偏向快消品,而物美价廉的口粮酒在消费属性、客单价、心理价位等方面都与啤酒相吻合。”

12家化肥公司 一季度业绩预增翻倍 行业景气持续、产销两旺

■本报记者 李春莲 见习记者 李如是

化肥市场景气行情持续,今年一季度多家化肥公司业绩预增。

同花顺iFinD数据显示,截至4月18日,化肥板块已有14家上市公司披露2022年一季度业绩预告,其中13家业绩预增,12家净利润同比预增幅度超过1.25倍。在多家化肥公司的业绩预告中,业绩上涨的关键因素显示为“产销两旺”。

正值春耕时节,云天化等多家公司也积极响应国家“淡储肥”和“夏管肥”等化肥储备政策,不仅高负荷生产保障市场供应,还积极协调物流运输及时发货。

产销两旺成关键词

化肥价格上涨是化肥生产公司一季度业绩增长的主要原因。多家公司表示,主要化肥产品市场价格上涨,生产量与销售量的同比也上涨。

钾肥方面,隆众资讯钾肥分析师张杰对《证券日报》记者表示:“在国内氯化钾货源持续紧张的状态下,截至一季度末,国内62%氯化钾市场价格坚挺运行,港口价格多在4900元/吨至5050元/吨。”

受此影响,主营产品为钾肥的上市公司一季度业绩预增幅度较大:盐湖股份预计今年一季度的氯化钾产量约114万吨,销量约145万吨,净利润同比增长幅度达334.98%至347.59%。藏格矿业预计一季度实现归属于上市公司股东的净利润7.8亿元至8.3亿元,同比增长625.37%至672.05%。

从磷肥来看,隆众资讯磷酸一铵分析师李玲欣对《证券日报》记者表示:“目前湖北磷酸一铵55粉出厂3550元/吨至3650元/吨,较4月初涨幅2.84%。”

隆众资讯磷酸二铵分析师魏倩对记者表示:“进入3月份磷酸二铵企业预收订单充足,多数待发至4月下旬附近。”

从氮肥来看,国内尿素行情呈现震荡下行态势,但跌幅较小。隆众资讯尿素行业分析师吴苑丽对《证券日报》记者表示:“目前尿素行业日产基本波动在16万吨上下的水平,偏高同期万吨左右,国内供应水平相对高于同期。”

“多家化肥企业骄人的成绩背后一方面得益于化肥的高价水平,另一方面则是成本面的管控。”吴苑丽表示。

多方关注保供稳价

在化肥行业产销两旺的情况下,云天化等企业也关注到化肥价格的上涨给农民带来的生产压力,并提出“做好化肥保供稳价工作”。

首先,保供稳价的前提是保障市场化肥产品供应。云天化相关负责人对《证券日报》记者表示:“为保证春耕期间化肥生产,云天化充分发挥大型生产装置规模优势、技术优势、安全环保优势,确保化肥装置实现高负荷稳定生产,装置产能得到有效发挥。”

魏倩表示:“春耕预收订单收满后,企业积极生产发运,整体开工负荷维持在较高水平。”

其次,化肥物流运输渠道的疏通也是实现保供稳价的重要举措。今年以来,随着春耕物资、大宗货物运输需求逐步上涨,铁路部门一手抓疫情防控一手抓运输生产。《证券日报》记者了解到,云南铁路运输稳步增长,为保障和拉动地方经济发展提供运力支持。

中国铁路昆明局集团表示,公司积极拓展货运业务,抓住节日物资运输需求增加,春季农用物资、蔬菜运输量加大等市场变化,加大运能投入,铁路运能得到较大释放。针对云南地区到达货物较多的实际,积极提升卸车组织,消除卸车拥堵点,卸车能力持续上量,三月份以来,准轨卸车日均5494车,同比增加8%,极大提升了货运最后一公里的运输效率,货物发送和准轨装车、卸车等指标均实现同比增长。

魏倩认为,多地受疫情影响,面临着春耕肥“发不出去”,原料“运不进来”的影响,局部开工率因此出现下滑,如何解决这运输“最后一公里”的问题,较为急迫。建议开通汽运绿色通道,增加货运车辆数量,确保春耕肥运输畅通。

在此情况下,云天化表示,在运输、交付等环节,已为春耕用肥开辟了“绿色通道”;并且正在提高装卸车水平,加快车辆运输周期。在疫情影响下,远距离汽运发货不畅,企业积极协调火运发货,确保春耕用肥及时到达主流市场。

“目前磷酸二铵春耕市场已进入扫尾阶段,辽宁、吉林等地已开始耕种,后续市场以少量补单为主,市场货源相对充足。”魏倩表示。

“夏管肥”已上线

《证券日报》记者了解到,每年国内春耕备肥时间一般从10月份左右一直持续到来年3月份,被称为“淡储肥”,今年国家发改委还新增了临时化肥储备“夏管肥”,打出保供稳价“组合拳”。

根据4月17日央视直播新闻,从今年3月份至今,有关部门已先后向市场部署投放两批共600多万吨春耕储备肥和100万吨国家钾肥储备,全力保障春耕用肥需求。其中,国储钾肥3月下旬开始陆续在粮食主产区投放,并低于市场的现货价格。

根据国家发改委招标文件,2022年度夏管肥临时储备,入储时间为国家有关储备任务下达通知正式印发之日起至2022年2月28日,储备时间为2022年3月1日至5月31日。夏管肥的投放将在今年6月份,续接在“淡储肥”之后,这个夏天的肥料也有了保障。

云天化相关负责人表示:“作为我国大型涉农上市公司,云天化积极承担起国内化肥储备和价格稳定的社会责任,在实行‘三保’‘两稳’政策的同时,全面完成国内‘淡储肥’和‘夏管肥’储备任务。”

藏格矿业表示,为了提高钾肥春耕时节备货,公司响应国家号召,积极稳产保价,提高春耕备肥产量。目前,公司拥有200万吨设计产能,每年生产钾肥在110万吨左右,下游需求稳定。

雅化集团拟控股加拿大锂矿 新能源公司海外买矿热潮持续

■本报记者 舒娅疆

4月18日,雅化集团披露公告称,其全资子公司雅化国际与加拿大超锂公司签署协议,拟出资500万加元认购超锂公司13.23%的股份,同时,雅化国际将以现金出资收购超锂公司全资子公司60%的股权,并控股旗下福根湖硬岩石墨型锂矿项目和佐治亚湖硬岩石墨型锂矿项目。上述投资相关议案已获得雅化集团董事会审议通过。

值得一提的是,相较于此前对锂业资源的参股投资,雅化集团在本次交易中首次实现对锂矿资源的控股。公司相关负责人向《证券日报》记者介绍,控股后的锂矿资源,将与公司在四川雅安的锂盐产能形成配套。

近年来,A股多家新能源产业链公司在海内外市场开启了“买买买”模式,竞相布局锂业上游。分析人士表示,中资企业在澳大利亚的锂矿竞争已呈白热化趋势,在智利的竞争也日趋加剧,伴随着雅化集团入局加拿大锂矿,加拿大会否

成为下一个锂业投资热土,将有待时间的验证。

首期将设计建设20万吨/年氧化锂6%的锂精矿采选厂

雅化集团本次交易所涉及的福根湖硬岩石墨型锂矿项目和佐治亚湖硬岩石墨型锂矿项目位于加拿大安大略省,矿区有良好的基础设施支持,且交通便利,附近高速公路可直接到港口,约145公里。根据初探结果,首期将设计建设20万吨/年氧化锂6%的锂精矿采选厂,持续运营时间不低于10年,后期将根据进一步详勘情况,建设二期再将产能扩大至40万吨。

据悉,在收购超锂公司全资子公司60%的股权后,超锂公司全资子公司将成为雅化国际和超锂公司的合资公司。超锂公司将继续为合资公司寻求优质硬岩锂等资源的收购机会,并继续专门为合资公司勘探、发现和收购更多的加拿大锂资源。根据约定,合资公司董事会将有5名成员,其中3名成员由雅化国际提名,此外,合资公司

在开始商业生产之前禁止稀释。

目前,由于超锂公司福根湖锂矿项目、佐治亚湖锂矿项目处于探矿阶段,雅化国际收购超锂公司全资子公司的交易定价将综合考虑多种因素,由双方谈判后协商确定。

对于此次交易,不少投资者在雪球等平台上给予了积极评价:“这是实干型企业。到国际上多布局一些资源,对冲锂矿涨价的影响。”“交易对手没有营业收入,手握采矿权和探矿权,附赠了一点阿根廷盐湖,雅化这次出手抄底了。”

千门资产投研总监宣继游认为,雅化集团此次投资主要是为了拿矿,投资标的与公司同业相源,从目前的价格来看,是一个“较为合算”的交易。

“本次认购加拿大超锂公司股权并进行锂辉石矿的矿业权投资,是公司在锂产业上游资源端的进一步布局,将尽快投资推进福根湖锂矿项目、佐治亚湖锂矿项目勘探、开发、建设和投产,有利于丰富公司未来上游锂资源,提高公司锂矿自主可控能力。”雅

化集团表示。

中资企业在海内外 开启锂矿“买买买”模式

雅化集团近年来在锂业上游资源的拓展布局不止于此。2022年2月份,公司宣布参股澳洲ABY公司3.4%股权,并签署锂精矿采购及销售协议;此外,公司与银河锂业续签锂精矿包销协议至2025年,后者每年将提供不低于12万吨锂精矿供应;公司还参股了能投锂业、澳洲Core公司、澳洲EFE公司、澳洲EVR公司等多家企业,通过多种渠道进行锂资源储备。

不仅仅是雅化集团对布局锂矿资源热情高涨。比亚迪、赣锋锂业、宁德时代、西藏珠峰、紫金矿业等公司在海外围猎“锂”的消息更是受到市场广泛关注。

对此,北京特亿阳光新能源科技有限公司总裁祁海坤向《证券日报》记者表示,伴随全球燃油汽车加速电动化、新能源汽车的保有量逐渐增多、行业渗透率扩大,锂电池板块未来的成长空间将是确定

性的增量市场,拥锂资源为王的时代已经到来。“很多锂矿、锂盐包括电池等企业正大力延伸产业链、强链、补链,与此同时,跨国合作、跨界合作锂电产业,成为行业发展的新常态。有实力的企业正在利用资本优势,增加产业链环节,尤其是尽早布局上游的锂矿资源,抢占先机,锁矿‘抢矿’成为‘资源为王’时代下最有安全感的操作。”

值得一提的是,近期碳酸锂价格年内首次跌破50万元/吨的消息受到市场关注,但是锂盐的发展趋势依然被市场看好。平安证券指出,全球锂资源紧张,将支撑锂盐价格维持高位。

宣继游向《证券日报》记者表示,新能源汽车的发展在未来有两个趋势:电池密度不断增加,单车所采用的电池总额度量不断增加。这将导致产业对于正极材料、基础材料的需求持续增长,而目前国内锂资源生产能力无法满足需求,更多还是要依靠海外的矿,从全市场来看,贸易还没有完全打通。锂资源价格可能会长期在50万元/吨附近或者之上的水平震荡。