



逾1700人赴贵州茅台股东大会 新任董事长回应分红、创新等问题

本报记者 冯雨瑶

5月29日,贵州茅台2023年度股东大会在仁怀市茅台镇举办。来自全国各地的“茅粉”聚集于此,赤水河畔热闹非凡。

“欢迎股东回家”“600519”……在承接股东代表等参会人员签到、住宿等服务功能的茅台国际大酒店入口处,这样显眼的茅台元素随处可见。据悉,今年贵州茅台股东大会的参会人数逾1700人。

《证券日报》记者在贵州茅台股东大会现场看到,参会人数多,年龄段覆盖广是参会人员的主要特征。记者随机采访发现,其中持股时间长、持股数量多的“老股民”并非少数。

“这是我第三年来参加股东大会。”还在就读大学的张先生向《证券日报》记者透露,他是一名“00后”,在父亲的熏陶下,张先生也早早成为了一名“茅粉”,他告诉记者:“今年最关注的是未来茅台的海外布局会如何开展。”

当日下午,茅台集团党委书记、董事长张德芹以贵州茅台董事候选人身份与一众高管出席会议。未来,在这位“新帅”的掌舵下,贵州茅台将有何新动作?股东有哪些期盼点?都在这场大会上——揭晓。

回应市场关切

作为股东一年一度的“回家日”,贵州茅台本次股东大会将审议11项议案,其中包括《2023年度董事会工作报告》《2023年度报告》等。

贵州茅台股东大会召开前夕,《证券日报》记者在现场采访了多位股东、投资者、业内专家等,“分红”“国际化”“创新”“渠道”等是参会人士热议的高频话题。就上述问题,张德芹在股东大会上就一一回应。

一直以来,贵州茅台保持较高分红率。数据显示,自2001年上市以来贵州茅台累计分红2326.54亿元,分红率达49.53%,2022年、2023年公司还连续两年进行了特别分红。不过,不少投资者、股东期待分红率还能再高一点。



茅台国际大酒店入口处有贵州茅台股票代码元素的宣传牌

冯雨瑶/摄

对此,张德芹表示,大股东与中小股东的诉求是一致的。“具体后续怎么分红,会以公司最终发布的公告为准。”

创新也是市场的一大关注点。在创新方面,张德芹表示:“创新就像一棵大树发的芽,茅台一直在努力创新,只要能给公司赋能就一定会去创新。”

于今年4月末开始履新董事长的张德芹,在此之前担任习酒的一把手。基于此,现场也有投资者提问,“如何处理贵州茅台与省内其他兄弟企业的竞合关系?”

张德芹直言,在离开习酒时,他鼓励习酒要赶紧创新,“主要会鼓励兄弟企业前进。”

国际化,是包括贵州茅台在内的一众白酒企业寻求长远发展的路径之一。数据显示,2023年公司国外实现营业收入43.50亿元,同比增长仅2.61%。相比国内,国外市场仍有较大开拓空间。

对于未来海外业务会如何规划?贵州茅台相关管理层回应称,公司一直在致力于国际化,目前从整体情况看,白酒国际化不是太如意,面

临很多难题,但茅台已经将国际化上升为顶层战略之一,“公司最近正在对国际化之路做深度研究。”

2024年是茅台国际化加速发展的一年。今年以来,公司密集开展海外市场相关品牌和文化活动,今年一季度,茅台在国际市场的营收同比增长了23.56%。

多方面着手共促长远发展

在回应现场股东、投资者提问之前,张德芹从多个方面讲述了未来茅台如何实现稳定、健康、可持续发展。

张德芹在现场说:“茅台的稳定、健康、可持续发展需要股东们的理解和支持,希望股东们与茅台共建共识,共同致力于茅台的长远发展。”

对于维护核心竞争力赋能贵州茅台的发展,张德芹也阐述了他的观点。例如,在品质方面,张德芹认为,要严格遵守前集总结并坚持下来的“当产量与质量发生矛盾时,产量服从质量”“当效益与质量发生矛盾时,效益服从质量”“当速度与质量发生

矛盾时,速度服从质量”等原则。

作为白酒龙头,贵州茅台业绩常年保持稳健增长态势。数据显示,2023年公司实现营业收入1505.60亿元;实现归属于上市公司股东的净利润747.34亿元,顺利完成年度目标。

参会股东、投资者对贵州茅台的未来发展有何希冀?会后,参会股东曾先生向《证券日报》记者表示:“张董事长是从茅台车间一路走上的,也担任过习酒的董事长,对白酒行业经验颇深,相信他上任后能够带领贵州茅台走得更好。”

前海开源基金首席经济学家杨德龙会后对《证券日报》记者表示,今年他分别提问了关于出厂价、分红率、送股三方面的问题,均得到了公司层面的——回应。

在杨德龙看来,现在茅台的出厂价和市场零售价差距一倍以上,有较大上涨空间。“之前出厂价已经涨过一次,如果未来能有一个涨价预期,比如,每年有一次涨价,这无疑能够提高公司的业绩,提振投资者的信心。”

辰光医疗回复北交所年报问询函: 不存在跨期确认收入的情形

本报记者 孙文青

5月28日晚,辰光医疗针对此前北交所下发的年报问询函进行了回复。

据了解,辰光医疗主营业务为医学影像超导磁共振(MRI)设备核心硬件研发、生产和销售,于2022年12月份正式上市,随后,公司业绩便出现下滑。北交所要求辰光医疗就经营业绩波动、应收账款等问题进行说明。

辰光医疗在回复中表示,公司收入下滑主要系受外部不利因素以及客户飞利浦收缩供应链的影响所致,同时,2023年公司进行了战略调整,开始进军1.5T MRI整机市场,导致原下游系统集成商减少对公司采购。此外,公司1.5T MRI系统业务在2023年尚未完全放量。公司将围绕1.5T MRI系统等进行转型,短期内会对利润产生负面影响,但长期而言,将进一步提升公司的竞争力。

多位业内人士向《证券日报》记者表示,国内1.5T MRI整机市场目前价格竞争比较激烈,后进入者只能依靠局部优势获得一定市场份额。

多项财务指标受关注

问询函显示,辰光医疗业绩自2022年上市以来呈现持续下滑趋势。2021年度至2023年度,公司分别实现营业收入1.96亿元、1.88亿元和1.66亿元,归母净利润分别为2424.37万元、2348.23万元和-1178.2万元。对此,北交所要求辰光医疗说明,公司营收增长率在2021年增加、上市后持续下滑,是否存在跨期确认收入的情形。

辰光医疗表示,公司2023年收入下滑主要系受到MRI设备市场增速放缓影响,同时,客户飞利浦主动收缩供应链,导致公司与之相关销售收入进一步下滑至2023年的1683.66万元。此外,2023年,辰光医疗进入1.5T MRI市场后,与客户方东医疗业务重叠,两者构成竞争关系,导致双方之间交易收入出现下滑。

值得一提的是,早在辰光医疗上市之初,就曾因客户集中度较高受到关注,飞利浦和方东医疗均在辰光医疗前五大客户之列。

辰光医疗表示,公司前期相关收入确认真实、准确、完整,不存在跨期确认收入的情形。

问询函还显示,辰光医疗2023年

度坏账准备期末较期初增加164.94%,其中,公司对贝斯达医疗的应收账款单项全额计提坏账准备。除浙江康达外,应收账款前五名客户均不是公司前五大客户。

对此,辰光医疗回应称,应收账款前五名与主要客户差异较大的主要原因系公司进军MRI磁共振系统整机市场尚未形成对单一客户的规模化销售,以及公司为控制应收账款信用风险有意降低了受行业影响较大客户的销售所致。贝斯达医疗生产经营已处于停滞状态,故公司对其应收账款单项全额计提了坏账准备。

一季度归母净利润下滑明显

在2023年年报基础上,北交所还结合辰光医疗2024年一季度财务表现,追问其可持续经营能力。

事实上,近年来,国内医疗设备国产化加速,另外,相关设备厂商也在加速“出海”。与同行业上市公司相比,辰光医疗业务规模体量仍较小。

作为1.5T MRI整机市场新进入者,辰光医疗计划2024年在加强与飞利浦等国外客户合作的同时,进一步开拓高端产品市场以及海外市场。公司在2024年一季度营业收入保持小幅增长的情况下,销售费用和研发费用均较上年同期增加,也因此,公司在当季实现归母净利润-905.55万元,同比下降91.35%。

辰光医疗认为,2024年一季度利润大幅下降系公司主动进行产品结构转型,前期投入较大,使得费用增加所致,并非公司经营出现困难,目前公司资产财务状况良好,资金充沛,银行授信充足,故而不会对公司的可持续经营能力产生不利影响。

高禾投资管理合伙人刘盛宇向《证券日报》记者表示:“零部件厂商进军整机市场,既要看整机的性能和长期的稳定性,还要看临床医生对新品牌的认可度。目前,行业前十大厂商分走了大部分份额,新进入者会比较困难。”

艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅则向《证券日报》记者表示,国内中小设备厂商在零配件更新或者后期服务、维护成本上具备优势。同时,中国医疗设备厂商凭借丰富的产品线,以及完善的售后服务能力,有机会在海外市场找到一定成长空间。

宝尊电商一季度营收达20亿元 多项业绩指标稳健提升

本报记者 袁传玺

5月28日,宝尊电商公布了截至2024年3月31日的2024年第一季度财报。财报显示,宝尊电商今年一季度营收达20亿元,同比增长5%;归属于公司普通股股东的净利润同比改善20%。经营现金流和自由现金流同比持续改善。

宝尊电商创始人、宝尊集团董事长兼首席执行官仇文彬表示:“宝尊电商的战略转型在2024年第一季度稳健执行。其中,电商板块的服务收入恢复增长,并引入了高质量独家总经销业务。品牌管理在引领Gap中国转型过程中不断突破,推出诸多扎根中国的产品和市场活动,获得市场积极反响。”

在毛利率方面,宝尊电商产品销售毛利率达31%,较去年同期提升约7%。经营现金流显著改善,较去年同期提高1.3亿元。宝尊电商方面表示,毛利率提升得益于宝尊电商着力打造高质量经销,主要通过优化现有经销业务,以及不断引入高质量的总代理业务。

从具体业务来看,宝尊电商一季度的电商业务服务收入12.7亿元,同比增长4%;电商业务的经销毛利率达14%,较去年同期提升两个百分点。其中,运动服饰品类的线上店铺运营收入以及数字营销和技术服务收入均实现双位数增长。品牌管理业务方面,宝尊电商旗下有Gap和Hunter两个品牌,一季度品牌管理收入为3.1亿元,同比增长66%,毛利率保持稳健水平达53%。

此外,宝尊电商高质量经销及新业务拓展增长抓手已见成效,成为NUXE、ALDO、BISSELL等国际知名品牌的全国独家总代理,更通过优化品牌矩阵,组建经销委员会和库存风险管理等,建立了全方位的风险管控机制。

在全渠道深耕方面,一季度宝尊电商除了天猫、京东、唯品会等传统电商平台帮助品牌开设新店外,还在抖音、得物、小红书等渠道开设20余家品牌新店铺,助力品牌在新渠道实现创收。截至一季度末,约42.8%的品

牌与宝尊电商在店铺运营合作上至少有两个渠道。

艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅向《证券日报》记者表示,宝尊电商毛利率的提升,营收的增长都说明当前的发展路径是积极且有效的,若能持续优化并加强在电商领域的内化、人才化建设和品牌化管理,将进一步推动具体品牌的发展。

“并且,这种策略不仅有助于提升公司的抗风险能力,还有助于丰富产品多样性,从而确保公司在竞争激烈的市场中保持领先地位。”张毅进一步表示。

在收购Gap中国后,今年一季度,Gap品牌库存周转天数较去年同期大幅减少,降至140天。

在门店拓展方面,2024年,Gap品牌将依托行之有效的新店开业策略,逐步拓展线下店铺版图,截至2024年3月31日,门店数量已达124家,并计划在今年二季度开设5家店铺。同时,宝尊电商通过在关键城市设立快闪店的方式,灵活进行市场测试,以便更准确地洞察消费者反馈,进一步评估市场潜力。

值得关注的是,宝尊电商接手Gap中国后,推出一系列针对特定目标消费群体和特定渠道的专供产品,以满足本地消费者的需求和喜好。据了解,Gap中国于近期加大了在童装、女装细分品类上的投入,提振童装店铺业绩,客户对Gap的品牌认知度显著提升。

宝尊电商方面表示,计划未来开设童装店铺,并通过拓展配饰和鞋履等品类,提升童装品类丰富度。此外,通过与808N、Palace等精选品牌进行IP联名合作,并在微博、小红书等平台进行市场推广,成功提升品牌知名度,获得目标客户群体共鸣。

展望未来,宝尊电商相关负责人表示,《证券日报》记者表示,宝尊电商将始终秉承“科技成就商业未来”的愿景,积极探索、持续创新,面向未来零售全面升级,以数字化为核心抓手,积极探索新的运营方法与管理理念,赋能品牌实现持续高质量增长。

九洲集团全资子公司收到中标通知书

中标项目将对公司2024年经营业绩产生积极影响

本报记者 马宇薇

5月28日晚间,九洲集团公告称,公司全资子公司沈阳昊诚电气有限公司收到中标通知书,中标国网江苏省电力有限公司2024年第一次配网物资协议库存公开招标采购,中标总金额合计为人民币3437.80万元。

上述中标总金额占公司2023年经审计营业收入的2.83%,上述项目中标将对公司2024年的经营业绩产生积极影响。”九洲集团表示。

5月29日,《证券日报》记者致电九洲集团,公司方面表示:“此次中标有利于新业务的拓展。”

九洲集团致力于建设以智慧装备与技术为基础,新能源为大力发展方向,安全、高效的综合智慧能源体系。依托三十年积累的电气领域核心技术及经验,2015年以来公司由单纯设备供应商向“制造业+服务”方向发展,逐渐形成“产品+工程设计+建设总包+金融服务+运营维护”的现代智能制造

新模式。

截至2023年12月31日,九洲集团持有已并网和正在筹建的新能源电站项目规模为1204.6MW(其中,风电246MW,光伏798.6MW,生物质160MW);公司间接持有的已并网和正在筹建的新能源项目834.75MW,公司占股49%(其中,风电644.75MW,光伏110MW,生物质80MW)。

在此前接受投资者调研时,九洲集团透露,公司去年开始组建大客户销售部,通过新能源业务跟央企建立良好合作,再通过卖电站、合作开发方式拉动设备的销售。新能源电站建设对电力设备有需求,因此公司抓住电站建设机遇,积极与央企进行深度合作,拓展设备销售市场。此外,公司在扬州设立了研发团队,进一步研发创新产品设备,着力于制造业的发展。

而于5月28日晚间,九洲集团披露股价异动公告,公司于5月24日、5月27日、5月28日连续三个交易日收盘价格涨幅偏离值累计达到30%,根

据深圳证券交易所的相关规定,属于股票交易异常波动的情形。

股票缘何波动?九洲集团在公告中表示,截至目前,公司、控股股东及其一致行动人不存在涉及及本公司应披露而未披露的其他重大信息。但关注到部分媒体、股吧等平台对公司业务相关讨论涉及虚拟电厂、电力市场改革等相关热点概念,积极推进东北区域独立储能项目合作开发,加快公司储能产业布局,拓展虚拟电厂项目建设。

九洲集团方面对《证券日报》记者表示,上述虚拟电厂项目建设已经派驻技术人员,正在合作开发,具体收益情况暂时未知。

“虚拟电厂、电力市场改革相关政

策、技术方案和盈利模式都处于探索论证阶段。当前公司在虚拟电厂相关业务无实质性收益和利润,短时间内不会给公司带来收益和利润。”九洲集团称。

工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林对《证券日报》记者表示:“虚拟电厂不仅可以帮助挖掘需求侧的负荷潜力,还能从电源侧提高新能源的利用效率。以电力市场化为前提,虚拟电厂要作为市场主体,通过信息技术参与电力市场交易,才能因此盈利。当前我国虚拟电厂还在试验阶段,待未来电力市场建设逐步完善,虚拟电厂会进一步落地开花。”

九洲集团表示,2024年,公司将锚定销售目标,盘活全产业链资源,深度挖掘渠道价值,尤其是发挥风光储协同效应。同时,公司将以技术营销、高低压一体化为抓手,从渠道建设、价格与营销机制、行业市场开拓、销售管理基础夯实等维度提升运营效率,丰富“九洲”品牌美誉度,有效提升智能制造板块业绩。

坚持回馈投资者 新开源2023年度现金分红金额创新高

本报记者 肖艳青

5月29日晚间,新开源公告2023年度权益分派方案,拟向全体股东每10股派2股派10元(含税);同时以资本公积金向全体股东每10股转增3股。其中,股权登记日为6月6日,除权除息日为6月7日,合计派发现金红利3.24亿元。

新开源于2010年在深交所创业板上市,坚持回馈投资者。据统计,公司上市以来每年均进行现金分红,累计已实施分红13次,累计分红金额为4.55亿元。2023年度将是现金分红金额最多的一年。

在经营业绩方面,财报显示,2023年新开源实现营收15.83亿元,同比增长6.58%;归属于上市公司股东的净利润4.93亿元,同比增长69.16%。营收和净利润均达到上市以来的最高峰。

“公司坚持回报股东的理念,有好的盈利就会回馈广大投资者。”新开源相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示:“2023年度公司的现金分红金额是上市以来最多的一次,这与公司去年营收和净利润均达到历史新高有关,公司近三年盈利能力有较大提升,现金分红金额也有了较大提高。”

新开源是国内首家专注从事生

产、研发、销售聚乙烯吡咯烷酮(PVP)系列产品和乙烯基醚和马来酸酐共聚物(PVME/MA)系列产品的高新技术企业,向全球多个国家和地区销售产品。为提升盈利能力,新开源于2015年切入精准医疗领域,自此开始实施“消费类特种化学品+健康医疗服务”双平台发展战略。

据悉,随着公司在焦作中站区年产2万吨PVP项目的投产,新开源的产能规模迅速扩大,面临着新的发展机遇。

上述相关负责人表示:“随着去年公司扩产之后,公司的产品品质、成本和收益都得到较大的提升,同时也提高了市场竞争力。此外,公司的高

端客户群体在扩大,高端产品的比例也在逐步提升,未来公司高中低档产品将同时发力,推动公司持续成长。”

据悉,2024年新开源将积极把握市场机遇,开发高端医药客户,健全大客户营销和管理体系,增强与大客户的黏性与合作深度,深耕优势市场,持续提升PVP国内外市场份额,提高公司产品在国际市场的占有率。

“精准医疗板块今年前4个月表现较好,今年有望实现扭亏,公司之前布局的一些医疗投资也将有产品陆续面世,未来二至三年公司在精准医疗板块的业绩会逐步提升。”上述相关负责人表示。