

净利下降近500% 嘉应制药十年首亏

北京商报讯(记者 钱瑜 姚倩)4月23日晚,嘉应制药发布2017年财报称,公司去年实现营收4.68亿元,同比增长4.03%;归属于上市公司股东的净利润-2.15亿元,同比下降489.26%。值得注意的是,此次实际经营业绩与此前发布的2017年业绩快报预计数据存在-1.509亿元差异值。此外,这也是嘉应制药自2007年上市以来首次亏损。

嘉应制药的产品主要涉及咽喉类、感冒类、骨科类以及风湿类中成药,主导产品有双料喉风散以及重感灵片。

在财报中,嘉应制药将亏损原因归结为报告期内原材料价格、人工工资等上涨导致产品生产成本增加,毛利率下降;市场环境和行业政策变化,导致子公司金沙药业销售费用大幅增加,净利润下降以及公司对并购金沙药业产生的合并报表商誉计提大额减值准备。

针对十年来首亏以及业绩变脸的原因,北京商报记者致电嘉应制药董秘办,证券部一位陈姓工作人员表示,主要原因为公司对并购金沙药业标的资产64.466%股东权益产生的商誉计提减值准备,影响净利润2.4亿元。针对公司未来如何减亏以及具体发展战略等问题,上述工作人员表示不便作答。

洽洽食品2017年净利下滑近10%

北京商报讯(记者 钱瑜 高春艳)4月23日,洽洽食品发布2018年一季度业绩财报显示,2018年1-3月实现营业收入10.27亿元,同比增长28.44%;归属于上市公司股东的净利润8386.18万元,同比增长8.82%。同时,洽洽食品预计2018年1-6月归属于上市公司股东的净利润1.49亿-1.78亿元,同比变动最高不超过20%,食品加工制造行业平均净利润增长率为10.98%。

不过,北京商报记者翻阅洽洽食品财报时发现,2016年洽洽食品归属于上市公司股东的净利润3.54亿元,同比下降2.81%。2017年净利润同比下降近10%,扣非净利润同比下降20.82%。

从细分产品来看,葵花子是洽洽食品营业收入的主要来源,2017年葵花子占总营收的比重近70%,营收同比下降1.25%。洽洽食品表示,2017年净利润下滑的原因主要是在2017年度对传统红袋瓜子进行了原料升级,而且,自2016年以来,公司推出新品导致的推广费用增加所致。

洽洽食品从事坚果炒货食品的生产与销售,主要产品有葵花子类、西瓜子类、豆类、南瓜子类、花生类等传统炒货产品和以开心果、核桃、杏仁等为代表的坚果产品。

造车新势力扎堆北京车展

4月25日,2018(第十五届)北京国际汽车展览会(以下简称“北京车展”)将正式拉开帷幕。本届北京车展以“定义汽车新生活”为主题,吸引了来自全球14个国家和地区的1200多家参展商,共展示车辆1022辆,其中不少首次登场的造车新势力车型尤其让人期待。从车展前夕各家车企发布的内容看,在汽车产业面临新变化和趋势的背景下,互联网、人工智能在汽车上的应用,重新定义了传统汽车的概念。业内人士认为,汽车产业从思维理念到模式更迭都将发生巨大变化,但可以预见的是,一场精彩纷呈的汽车视觉盛宴将呈现在大家面前。

千余款车展示实力

据北京车展组委会介绍,本届北京车展将使用中国国际展览中心新馆的所有展馆和室外展区,以及中国国际展览中心老馆所有室内一层展厅,总展出面积将达到22万平方米,是2018年度全球参展品牌最全的汽车展览会。作为全球最受瞩目的顶级车展之一,本届北京车展共展示车辆1022辆,全球首发车105辆,其中跨国公司全球首发车16辆,跨国公司亚洲首发车30辆;概念车64辆,新能源车174辆。

值得关注的是,与往年车企争相在车展发布新车不同,今年,多数车企选择提前打开“前哨战”,将新车及战略发布会放在车展前夕,预热的时间越来越早。

4月19日,北京车展前夕,新特汽车首款A0级电动汽车DEV 1揭开面纱,打响了造车新势力车展预热的“第一枪”。紧随其后,4月20日,威马汽车在北京正式公布了旗下首款量产车威马EX5的售价。4月23日,小鹏汽车正式发布了首款量产车——G3,新车补贴前预售价区间为20万-28万元。

传统车企在车展前夕发布新车同样密集。4月16日,广汽本田正式公布了旗下第十代雅阁的售价;4月18日,一汽-大众首款SUV中文命名“探歌”,正式开启了一汽-大众SUV时代;4月23日,上汽在创行者大会上带来了面向未来的光之翼量产版MARVEL X车型;英菲尼迪发布Q Inspiration概念车;捷豹路虎在中国首次召开了捷豹路虎之夜,中国造捷豹E-PACE迎全球首秀;北汽加速导入2.0时代产品,全新一代X55首发亮相;丰田则发布了丰田C-HR引入国产后衍生出的两款车型——广汽丰田C-HR和一汽丰田奕泽

造车新势力首款车型上市时间



传统车企忙转型

面对造车新势力在人机交互、自动驾驶以及新能源领域的布局,传统车企也将今年的重点放在了多场景应用的智能互联上。东风风神率先发布了D139战略,并联合百度、博泰共同推出百度DuerOS赋能的人工智能车机系统——东风风神WindLink 3.0。据悉,东风风神WindLink 3.0还是首个速度超越智能手机体验、首个全场景生态、首个永远在线、首个无需下载App即实现全功能应用的智能车机系统。

北汽也正式发布了新品牌P计划。北汽集团董事长徐和谊表示:“我们将以‘驾享新生活’战略迎接新生态的登场,迎接新消费潮流的到来。”按照计划,北汽将加速导入2.0时代的产品,通过萨博基因与德奔技术的融合,以大都之美的设计理念,NOVA-PLS驾享战略,以及全面新能源化的发展,打造2.0时代产品的核心竞争力。

同时,长安汽车也在北京车展前正式宣布进行“第三次创业”,公布了新的品牌战略以及2020年和2025年的战略目标:将从经营产品向经营品牌转型,从服务客户向经营客户转型、从传统产品向智能化+新能源产品转型、从提供产品+服务向提供产品+服务+出行解决方案转型。

跨国车企也不甘落后,大众宣布转变为未来移动出行的服务商;捷豹路虎也开始向新能源转型;英菲尼迪则通过Q Inspiration概念车,揭示未来车型设计语言的笔触走向以及科技应用的发展趋势。

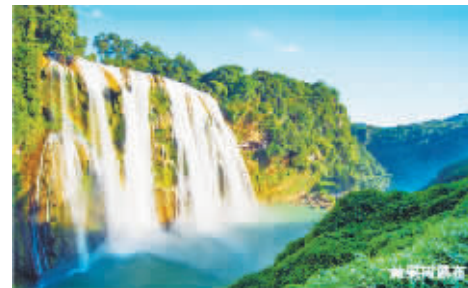
值得关注的是,在北京车展开幕前,4月20日,国家发改委首次明确了国家进一步放宽外资股比限制以及下调进口关税的具体时间表。长安汽车董事长张宝林表示,这一系列的重大决策将会对中国汽车行业乃至全球汽车产业格局产生重大而深远的影响。

汽车分析师贾新光认为,在此时间节点上,各车企纷纷宣布转型,无疑是为了应对全新时代的挑战。从今年下半年到明年,北京车展上亮相的新车都将逐渐批量交付市场,本届车展势必成为造车新势力与传统车企的直接碰撞。

北京商报记者 蓝朝晖/文 宋媛媛/制图



恒大集团文旅产业布局再落一子。近日,贵阳恒大文化旅游城在全国各大媒体亮相,据了解,该文化旅游城坐拥恒大童世界、恒大养生谷、恒大足球世界、恒大温泉小镇等周边产业配套,由此可以被看做恒大文旅产品的集合体。



贵阳恒大文化旅游城亮相 集合优质项目成最大亮点

品牌IP集合体

据了解,贵阳恒大文化旅游城坐落于全球十佳避暑胜地贵阳,选址国家级生态示范区花溪区。资料显示,花溪区汇聚青岩古镇、天河潭、十里河滩、花溪公园等多个5A、4A级景区,拥有贵阳70%的生态旅游资源,是贵州旅游资源最丰富、最核心的生态旅游度假区。

除了坐拥丰富的自然资源外,贵阳文化旅游城的周边产业配套中也不乏拥有品牌知名度的项目。例如,恒大童世界是专为少年儿童打造的全球唯一的全室内、全季节、全天候的童话神话乐园。资料显示,童世界乐

园汇集了全球顶尖的游乐设计与设备技术。原创璀璨中华、魔幻西欧、探险南美、神秘古国、漫游海洋、穿越太空六大主题游乐区,规划33个游乐项目,规模是迪士尼的1.5倍。

恒大养生谷创建全方位全龄健康养生新生活、高精度多维度健康管理新模式、高品质多层次健康养老新方式、全周期高保障健康保险新体系、租购旅多方式健康会员新机制,建成后将成为世界一流的养生养老胜地。

恒大温泉小镇囊括日本、芬兰、土耳其、意大利、泰国等多国特色风情温泉于一体,提供高品质的温泉养生服务;恒大足球世界汇聚体育运动、联赛竞技、教育培

训、休闲娱乐等功能。在业内人士看来,这些产业配套形成的集群效应,将提升贵阳恒大文化旅游城的整体影响力。

抢滩布局文旅

在2018年度工作会议上,恒大集团董事局主席许家印提出了“新恒大”的概念,在提及新战略时,许家印表示,未来恒大将逐渐形成以民生地产为基础,文化旅游、健康养生为两翼,以高科技产业为龙头的产业格局。在恒大产业版图上,文化旅游、健康养生已成为重要的两个部分。“旅游、健康、高科技产业都是千亿甚至万亿级规模的朝阳产业,发展前景非常好,

因此我们在产业布局上才做出这样的重大战略部署。”许家印如是说。

数据显示,2017年我国文化旅游业综合贡献8.77万亿元,对国民经济的综合贡献达11.04%。过去三年,文化旅游消费支出持续快速增长,在国民经济最终消费总额中占比超过14%。

在文化旅游、健康养生业务板块恒大早有布局。去年底,恒大重磅打造的恒大童世界和恒大养生谷相继亮相。在业内人士看来,文旅健康产业市场规模和消费潜力巨大,恒大加速布局,有助于抢占先机,同时也优化了该集团自身的战略布局。

北京商报记者 彭耀广

