

· 产业动态 ·

## 广汽2018年扣非净利下滑

北京商报讯(记者 刘洋 濮振宇)3月29日晚,广汽集团发布2018年年报,年报显示,2018年广汽集团连同合营、联营公司总收入约3636.85亿元,同比增长约7.04%;合并营收约723.8亿元,同比增长约1.13%;归属于母公司股东的净利润约109.03亿元,同比增长约1.08%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润约98.03亿元,同比下滑4.72%。

从旗下各业务板块来看,广汽集团旗下近年来一直高歌猛进的传祺品牌业绩增速在2018年陡然放缓。2018年,广汽乘用车(传祺品牌)营收556.99亿元,同比仅增长2.06%。与此相对,广汽丰田和广汽本田2018年的营收增速分别为38.62%、6.35%。

分行业看,2018年,广汽集团整车制造业营收503.94亿元,同比增长0.36%,毛利率16.33%,同比减少5.92%;零部件制造业营收28.82亿元,同比减少1.27%,毛利率13.05%,同比减少2.58%;商贸服务营收163.74亿元,同比减少0.22%,毛利率7.03%,同比减少1.9%;金融及其他行业营收27.3亿元,同比增长34.75%,毛利率71.72%,同比增长15.65%。

分地区看,2018年,广汽集团主营业务在中国内地营收为723.6亿元,同比增长1.11%,毛利率16.17%,同比减少3.71%;广汽集团主营业务在中国香港地区营收为2000万元,同比增长566.67%,毛利率65%,同比增长65%。

在成本方面,2018年,广汽集团营业成本及税金总额约为606.67亿元,同比增长约5.8%;毛利总额为117.13亿元,同比下滑约17.68%,毛利率同比减少3.7%。对此,广汽集团在年报中解释为“主要是促销力度加大以及新收入准则重分类销售费用和营业成本等综合所致”。

## 皇家美素佳儿3段奶粉全国多地断货

北京商报讯(记者 钱瑜 姚倩)3月31日,有知情人士向记者透露,皇家美素佳儿3段奶粉在北京地区出现断货。北京商报记者调查发现,除了北京地区,皇家美素佳儿3段奶粉在全国多地出现断货。

菲仕兰相关负责人在接受记者采访时表示,公司旗下皇家美素佳儿产品上市以来广受欢迎,同时乳铁蛋白含量较高,在乳铁蛋白资源紧张以及市场需求大的背景下,出现了断货的现象;公司目前已投资扩大了在荷兰的乳铁蛋白原料工厂的产能,以解决目前全球市场乳铁蛋白供应紧缺的问题”。

在乳业专家宋亮看来,乳铁蛋白供应紧张等因素是造成皇家美素佳儿3段奶粉断货的重要原因:“乳铁蛋白目前在市场上确实存在紧缺的情况,在资源紧张的情况下,乳企还需按照新的纯度标准进行生产,一定程度上造成了供应不及时的情况”。

资料显示,乳铁蛋白是母乳中重要的免疫物质之一,也被认为是一种天然的机体免疫调节剂,可激活机体免疫系统的功能。因此,一些添加了乳铁蛋白的奶粉通常以帮助宝宝提高免疫力为卖点。2017年7月开始实施的食品安全国家标准新标准《食品安全营养强化剂乳铁蛋白》(GB1903.17-2016),对乳铁蛋白的理化指标进行了修改,其中将乳铁蛋白纯度从90%提升至95%。

乳铁蛋白纯度的提高直接导致市面上的部分原料无法再符合这一标准,使得乳铁蛋白的供应渠道突然骤减,出现了供不应求的现象。此外,由于乳铁蛋白目前全球货源紧张,价格涨幅已超500%,近期乳铁蛋白国际价格约为3500-4000美元/千克。

值得关注的是,在含有乳铁蛋白的皇家美素佳儿系列产品中,仅有3段奶粉在全国多地出现了断货现象。业内人士分析认为,从产品结构来看,1、2段奶粉起着引流的作用,用户只有在进行了1、2段奶粉的消费后才会进行3段奶粉的消费。因此,企业会优先保证前几段奶粉的供应。

对此,菲仕兰相关负责人表示:“皇家美素佳儿3段奶粉的销量以及需求量占到公司皇家系列产品一半以上,同时覆盖的年龄段多,需求量大导致产品出现了断货现象。尽管4段奶粉覆盖的年龄段更多,但对于这个年龄段的儿童来说,对奶粉的需求量较小”。

## 苹果取消AirPower无线充电板项目

北京商报讯(记者 石飞月)3月30日,苹果公司宣布,公开近一年半的无线充电板项目AirPower已被取消,原因是达不到该公司对硬件高标准的要求。

苹果硬件工程高级副总裁丹·里奇奥在声明中表示:“经过许多努力,我们得出结论,AirPower无法满足我们设定的高标准,为此我们取消了这个项目。我们向那些期待这款产品发布的客户道歉。但我们也仍然相信无线未来,并致力于推动无线体验的发展。”

据外媒报道,苹果放弃AirPower,还是因为技术上的难题一直不能被攻克。据了解,如果要实现AirPower的预想,就需要克服在狭窄空间内的散热问题,如果这一问题不解决,很有可能造成电池爆炸等一系列的危险。

AirPower于2017年首次与iPhone X和iPhone 8共同发布,这两款苹果手机都支持无线充电。而且与一般的无线充电板只能充一个设备不同,AirPower能同时充多个设备。但通用的Qi无线充电标准不支持这一特性,苹果一直在努力将其纳入Qi标准。彼时,苹果表示将于2018年推出这款无线充电板。

Wedbush Securities分析师丹·艾夫斯表示:“取消AirPower项目对苹果来说是重大打击,库克(苹果公司CEO)亲自吹捧的产品却在未能上架销售的情况下就被取消,这让人感到震惊。从财务角度来看,这并没有给苹果带来任何损失,但的确对苹果品牌造成了打击。”

## 坚持不上市 华为的“为与不为”

作为国内最大规模的手机和通信设备厂商,华为坚持不上市已成为科技圈的“奇迹”,对此,华为消费者业务CEO余承东用“投资未来”予以解释。而华为刚刚发布的2018年财报也为其拥有不上市的底气。财报显示,华为2018年实现营收逾7000亿元,净利润近600亿元。不过,对比三星电子,华为仍存在利润率低的短板,关键原因在于上游产业链的缺乏。想要真正超越三星,华为需要在布局上游产业上下功夫,以减少对芯片、面板等供应商的依赖。

## 投资未来

3月31日,在2019中国(深圳)IT领袖峰会上,余承东谈到了华为至今没有上市的原因,他表示,很大的一部分原因,是因为创始人任正非的核心理念是要投资未来:“上市公司为了财报好看,会把短期利润做的很高,但是非上市公司的特点是为远期的利润投了很多钱”。

据了解,华为是一家100%由员工持股的民营企业。发展初期,华为走内部融资道路,高层管理人员持股,股权不断被稀释。现在的华为公司人员年轻化,员工平均退休年龄非常早,员工的工资水平也很高,并且通过工会实行员工持股计划。目前,持股参与人数为96768人,参与人仅为公司员工,没有任何政府部门、机构持有华为股权。

就华为如此规模的企业来说,不上市令人匪夷所思,毕竟不少公司将上市作为“圈钱”捷径。任正非在早年间接受采访时就明确强调,华为肯定不会上市:“资本市场都是贪婪的,从某种程度上来说,不上市成就了华为的成功。我们之所以能超越同业竞争对手,原因之一就是没有上市”。

“华为不缺资金”,正如任正非所说,华为不上市的原因与其稳健的业绩有关。华为最新发布的2018年财报显示,该公司全球销售收入为7212亿元,同比增长19.5%;净利润为593亿元,同比增长25.1%。若以当日汇率初步核算,这是华为首次全年营收超过1000亿美元,也成为国内首家年营收破千亿美元的硬件公司。

具体到各个业务,华为运营商业务收入为2940亿元,与上年基本持平,占总营收的40.8%;企业业务收入为744亿元,同比增长23.8%,占总营收的10.3%。

值得注意的是,“消费者业务销售收入第一次超过了运营商业务,这是一次结构性的变化”。华为轮值董事长郭平说。2018年,华为消费者业务收入为3489亿元,同比增长45.1%,占总营收的48.4%。

据市场调研机构IDC发布的2018年全球手机出货量报告,华为手机2018年全年出货量达到2.06亿部,市场占有率为14.7%。

## 华为近三年业绩(单位:亿元)



余承东在本月举行的华为HiLink生态大会2019上曾表示,2019年华为手机出货量将达到2.5亿-2.6亿部,冲击世界第一的市场地位。

## 去年研发投入破千亿

稳健的业绩,离不开华为对研发和人工的投入。

财报显示,2018年华为持续保持并加强了在研发上的投入,2009-2018年研发费总计超过4800亿元,2018年的研发投入达1015亿元,投入占比销售收入14.1%,位列欧盟发布的《2018年欧盟工业研发投入排名》第五位。

这例《2018年欧盟工业研发投入排名》显示,三星电子以134.37亿欧元研发投入位居第一,苹果以97亿欧元排名第七,榜单前50名,华为是唯一一家上榜的中国公司。尽管华为的研发投入金额不及三星电子和苹果,它们两家分别为7.2%和5.1%。

此外,2018年华为的研发人员达到8万多名,约占公司总数的45%。华为2018年经营活动现金流为747亿元,同比2017年的963亿元有所下降。郭平称,下降原因是去年华为加大了研发投入,且适当增加了库存,以面对未来的不确定性。

在巨大的研发投入下,华为的专利数量也超过其他企业。来自世界知识产权组织公布的数据显示,2018年度,华为向该机构提交了5405份专利申请,在全球所有企业中排名第一。

运营商财经网总编辑康钊认为,高强度的投入是华为保持技术领先的重要原因,很多家电、互联网公司,研发投入长期在1%-3%之间的低位徘徊。

对于未来,郭平透露:“华为会坚持把收入的10%以上用于研发,我们预计2019年仍将稳健增长。”余承东则在2019中国(深圳)IT领袖峰会上称,今年是5G商业投入元年,明年将迎来大量投入。

最近有消息称,2019年,华为将会再建立一个研发中心,已经与上海市展开战略合作,拟在青浦投资建设研发中心。据悉,华为青浦研发基地已经完成土地摘牌,为了这个研发中心,华为共投资近100亿元。

## 上游产业链待完善

尽管华为的营收和利润获得大幅增长,但其净利润率只有8.2%左右。相比起来,苹果公司2018财年的总收入为2655.95亿美元,净利润为595.31亿美元,利润率高达22.4%。

对比三星电子,它们之间的差距也很明显。2018年全年三星电子销售额为243.77万亿韩元,约合2191亿美元;利润为58.89万亿韩元,约合530亿美元,利润率约为24.2%。

在产业观察家洪仕斌看来,虽然华为手机销量越来越高,但在上游产业链上缺失话语权,而三星不仅半导体业务称霸全球,显示面板也可以自产自销,这些都是华为的短板。

据了解,每年华为在芯片等上游产业上要支出不少费用。根据市场研究公司Gartner公布的2018年十大半导体芯片买家的排名,华为去年的半导体支出超过210亿美元,大增45%,成为全球芯片买家的第三位。这意味着,华为7212亿元的营收中,近20%都用于采购芯片半导体。

事实上,华为是国产手机企业中唯一具备量产自主研发芯片并规模搭载到旗舰手机上的品牌。今年1月,华为在北京举办的5G发布会暨2019世界移动大会预沟通会上发布了全球首款5G基站核心芯片——华为天罡,以及全球最快5G多模终端芯片巴龙5000”。

尽管如此,产经观察家、钉科技总编丁少将指出,作为一个超级ICT巨头,华为提供的产品不仅有智能手机,还包括大量的通信网络设备和智能终端产品,因此所需要的芯片规模巨大。芯片品类太多,华为不可能全部吃下。

为了获得一个更加良性的收支目标、提高利润率,华为已经在加大力度布局上游产业。近日,华为斥资3.3亿元在英国剑桥南部购地550英亩,准备用于建设自己的芯片工厂,同时,华为在爱丁堡等地同时建立芯片研究中心。截至2017年底,华为在英国投资约23.4亿美元,而且华为计划在未来五年内再投入约39.6亿美元,部分资金将用于建造芯片制造厂。

北京商报记者 石飞月

S 重点关注  
Special focus

## 辣条竞争加剧 卫龙要求经销商二选一

被央视3·15晚会曝光,辣条市场进入洗牌期,有企业借机入局,因此,“辣条界”老大“卫龙坐不住了”。3月31日有消息称,卫龙已对经销商下发展通知,要求经销商二选一:代理了卫龙的产品,就不能代理其他品牌产品。业内人士认为,这是食品企业的常规做法,目的是希望通过自身产品、品牌和渠道优势独占渠道、排斥竞品,推高竞品的运营成本。这反映了行业竞争加剧,卫龙对于保住优势心存焦虑。从长远看,经销商会根据利益选择品牌,卫龙这样的做法恐怕难以持续。完善产品线,找到更多的盈利点才是卫龙首要考虑的问题。

## “霸道”卫龙

相关消息显示,卫龙要求经销商不代理竞品及品牌;在4月15日前对已操作的竞品二选一;4月15日卫龙将稽核竞品一事;阅读以上内容后,请经销商回执。若经销商没有按要求二选一,卫龙将停止与客户合作,并对责任城市经理做出过失性解除劳动合同。

目前,河北、河南、江苏、浙江四省经销商已接到卫龙的通知。部分经销商认为这种做法是“不成文的规定”,更有经销商表示:“有卫龙谁还代理别的?”

北京商报记者致电卫龙相关负责人,该负责人以需要核实以及周末休息为由拒绝了采访。

一位法律界人士表示,要求经销商二选一,有可能构成垄断和不正当竞争。若因此城市经理解除劳动合同,要看该解除条件是否在劳动合同中有明确的约定,即使解约也应提前30日通知,根据工作年限每满一年给一个月工资的经济补偿金才可以。

香颂资本董事沈萌认为,卫龙是希望凭借自身的品牌、渠道和资源优势,对经销商施压,以达到独占渠道、排斥竞品、推高竞品成本的目的。

卫龙品牌的持有者是河南漯河平平食品有限公司,目前,卫龙已

建有漯河平平、驻马店平平、亲嘴豆干、卫来食品等多个生产基地,但主要是进行调味面制品产品的生产。在2018年末的全国经销商大会上,平平食品相关负责人透露,2018年平平食品销售额为35亿元,纳税3.6亿元。

## 市场洗牌

虽然央视3·15晚会曝光了“虾扯蛋”等不符合食品卫生标准的辣条企业,但正规的合标企业并未受到影响。市场的蛋糕还在,但部分分食蛋糕的企业被踢出局,这意味着这一领域进入了洗牌期,因此,看好这一市场的大型食品生产商瞄准机会进入。

数据显示,调味面制品行业的市场销售额,从2009年的170亿元增至2016年的510亿元,2018年销售额将逼近600亿元。

目前,辣条的生产厂商有1000多家,而卫龙则凭借合规的生产环境和营销知名度在这一领域一家独大。卫龙创始人之一的刘卫平曾表示,卫龙现在每天生产辣条三四千万包,占全国辣条行业的10%。

“这样大的蛋糕,不能只有一家独占,”金丝猴推出“辣条怪时空”辣条,向卫龙发起挑战。3月16日,金丝猴在成都糖酒会期间“大开发布会”,推出了6款辣条产品,目前已经在北京、上海、郑州、广州等城市开售。

与此同时,盐津铺子也推出了“小新王子”辣条,并邀请了当红明星林更新代言。据了解,早在2017年下半年,盐津铺子就引进了辣条专业团队,启动辣条项目。

金丝猴、盐津铺子都在零食领域深耕多年,如此大规模的投入,直指卫龙的头把交椅。

在沈萌看来,辣条不具有核心技术,很难形成技术壁垒。除了营销驱动,没什么其他竞争策略。

“谁规模大、谁广告多,谁卖得就好。”沈萌坦言。

## 优势不再

在业内人士看来,卫龙之所以调整对经销商的政策,也是意识到自身的竞争优势正在慢慢消失,行业地位受到挑战。

据了解,辣条出现在1998年,卫龙创立于1999年,靠辣条“闷声”发财。但2005年和2007年,辣条行业经历两次食品安全危机,国家逐步对熟食推行更加严格的管理制度,要求这类企业必须经过QS认证。

2010年下半年,辣条供大于求,虽然企业众多,但能盈利的不过10%左右。刘卫平看到了机会,卫龙开始改革升级,投建新厂房,并在2014年实现了生产升级,巩固了在该行业的龙头地位。

在产品线和生产线升级之外,在营销领域,卫龙近几年也大出风头,曾多次推出简约风文案和趣味包装,迎合了新生代消费群体的口味,在网络上甚至制造了“辣条”玩出高端、玩出时尚”的品牌形象。

随着更大体量食品企业的进入,卫龙的优势不再鲜明;“有钱有势”的新晋企业都采取了类似做法。据了解,金丝猴辣条怪时空辣条采用鱼虾蟹等鲜活造型,和口水虾、麻麻鱼、香辣蟹等口味迎合消费者。从体量来看,2018年,三只松鼠的收入达到80亿元,盐津铺子的收入则达到11.08亿元。

在激烈竞争之下,卫龙开始谋求更大发展,在2018年末的全国经销商大会上,卫龙提出三年内实现100亿元的年销售额。为实现这一目标,卫龙已经涉足方便速食领域,在新开设的卫龙食品专卖店中上架了酸辣粉、自热辣条火锅产品,还提供魔芋、干脆面、蔬菜干等产品供消费者选择。

战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊认为,随着卫龙竞争优势愈发的不明显,卫龙想为自身业绩寻求新的增长点,也是在为后续的上市计划做准备。

北京商报记者 李振兴