

专访佳沃股份董事长汤捷： 产业报国未敢忘 消费升级路且长

■本报见习记者 肖伟

一员联想老将为何在三百六十行果选选择大消费行业？

一尾智利海鱼如何横渡一万海里跳上中国老百姓餐桌？

怀揣着这些问题，《证券日报》记者连线佳沃股份董事长汤捷，听其讲述胸怀产业报国之情、鏖战消费升级征途的心声。

不忘初心产业报国

汤捷表示：“联想作为一家电脑起家的公司，在IT技术普及应用方面做了很多工作，也逐步由一地做到全国再到全球。其中有很多经验和感受，应用在不同领域都可以发挥产业报国的作用。改革开放之后，人们逐步解决了吃饱吃好的问题，下一步是解决食品安全、食品健康的问题。当时，我们就选择了现代农业。”

农业具有回报周期长、消费群体大的优点，也有投资周期长、风险来源多的缺点。一度被各路资本看好的现代农业并非坦途，一路前行下来，仍在坚持初心的企业并不算多。汤捷表示：“很多人以财务投资的心态在做农业投资。如果把赚快钱放在第一位，现代农业不是理想的选择。但是，现代农业的受众很广，刚需充裕，赛道很长，产业生命周期很长。只要持续滚动事业这个雪球，就能够在雪坡上滚动出一个行业巨头，这是真正能实现产业报国的路径。在生猪、肉鸡、牛奶等细分领域，国内已经有一批做得很好的企业，他们用实际

行动证明了这条道路完全可行。”

汤捷进行横向对比：“欧美国家的消费升级走在我们前面，他们的膳食结构以高维生素、高蛋白、低脂肪为主，这也是我国消费升级的前景。高维生素食品以水果、蔬菜为主，佳沃集团已做了布局，引进智利蓝莓、奇异果、车厘子，成为国内进口水果消费量领先的果业集团。高蛋白、低脂肪食品以牛羊肉、海产品为主，佳沃股份正在进行战略布局，三文鱼、狭鳕鱼、北极甜虾、比目类等是我们布局的重点。”

依据立信信息咨询服务发布的《中国三文鱼行业监测与未来前景研究报告(2019版)》，在过去三年中，中国市场上最大的三文鱼供应国从挪威变成了智利，市场规模已达到10万吨，预计未来每年中国三文鱼消费市场将以25%的速度扩大。

中国水产流通与加工协会首席营销顾问樊旭兵公开表示：“智利是一个增长中的冰鲜三文鱼出口国，2018年出口冰鲜三文鱼达到12万吨，巴西和中国是大客户。2018年中国进口冰鲜三文鱼超过6万吨，目前全世界主要三文鱼养殖国家都向中国出口三文鱼。此外，中国冷冻三文鱼的进口量稳步增长，目前中国绝大多数冷冻三文鱼来自智利。”

在看到消费升级乐观前景的时刻，汤捷进行了冷静思考：“我国是地多人少要素分布不均的国家，完全依靠国内资源满足消费升级所需，既不现实，也不经济。还是要将海外优质资源引入进来，和国内消费升级需求对接，形成多方共赢的



在佳沃股份的智利三文鱼加工厂中智利工人们正在劳作(供图:肖伟)

局面。佳沃股份收购智利优质的三文鱼企业 Australis Seafoods S.A.，进一步巩固并实质性提升自身对海产品上游稀缺优质资源的掌控能力，便是出于这一考虑。”

2019年年度报告显示，佳沃股份加大了在智利第十二区的基础设施建设，三文鱼收获量较去年增长超过20%，达到历史新高。同时，佳沃股份继续保持了产量最大的北极甜虾进口分销商、狭鳕鱼加工供货商的地位，牢牢占据全渠道布局进口动物蛋白品牌商的行业位置。

消费升级久久为功

在消费升级的浪潮中，消费者吃得放心和吃得健康是同等重要的事

情。对于这一需求，汤捷也做了深入思考，在成百上千种海产品中，佳沃股份的团队经过深思熟虑，最终选择了三文鱼作为消费升级的主力品种。

汤捷表示：“海产品种类繁多，我们选择三文鱼，看中它入门门槛高、产能集中度高、监管严格、市场接受度好等特点。要进入三文鱼供方市场，前期投入需要几千万美元，政府要发放养殖牌照定期抽查，欧美日普遍将之作为一种大宗肉类消费品。这些因素共同决定了三文鱼是一种安全、可靠的高蛋白低脂肪产品。”

疫情来袭，国内餐饮、零售行业纷纷调低预期，佳沃股份一季度业绩也受到冲击。对此，汤捷表示出信心和独特的视角。汤捷表示：“疫情终究会过去，国

内消费升级趋势不会改变。这次疫情检验了最坏的情况，我们对此有充分的准备。其实今年一月份未有疫情期时，我们的三文鱼产品销售情况比较理想，这坚定了我们的信心。”

汤捷介绍了今年战略部署：“去年，我们完成了三文鱼资源并购，今年，我们会大力开拓国内消费市场。三文鱼具有口感适应性好，香甜度高，酸度低等特点，得到国内消费者广泛接受。目前，国内食用三文鱼以刺身为主，以餐饮渠道为主，较为单一，尚待进一步拓展。国际食用三文鱼方式繁多，包括香煎、日料、烟熏、油炸等，零售、餐饮渠道平分秋色。今年，我们会推出即食产品、家庭烹饪产品等，方便消费者选购。我们在原产地、一次加工、二次加工等方面都有战略布局，在全球供应链管理和跨国物流调度方面有一定优势，今后这些优势会陆续转化为品质优势、价格优势和品牌优势。”

《证券日报》记者连线出席年度股东大会的部分股东。来自保险机构的投资者表示：“佳沃股份从事大消费的逻辑很清晰，接下来是整合资源、管理到位、释放业绩的时间。做消费事业需要恒心、决心和耐心，是一件需要久久为功的事情，希望佳沃股份的努力能得到市场的认可。”

也有小投资者表示：“我持有佳沃股份多年，对公司的一举一动比较了解。公司当前市值较低，若是能释放业绩，相信公司能够得到多方认可和助力，在大消费征程上走得更稳更远。”

大同煤业受益国企改革业绩持续“飘红” 重组转型“窗口”再度开启

■本报见习记者 石运来

4月29日，大同煤业同时披露2019年度业绩报告和2020年一季度报，双双逆势飘红，公司股价当天大涨。

公告显示，大同煤业2019年实现营业总收入113.6亿元，同比增长0.9%；实现净利润9亿元，同比增长36%。2020年一季度公司实现营业总收入27.3亿元，同比增长3.6%；净利润2.9亿元，同比增长23.6%。净利润增幅均超两成的表现，为同期A股上市煤企中的“佼佼者”。

历经坎坷迎“重组”

《证券日报》记者注意到，自2016年至2019年，前后四个会计年度，大同煤业营业收入及净利润均保持连续增长，后者创出九年来新高。更何況此前大同煤业还曾频频大额亏损，而这则要提及公司近些年的资产重组。

资料显示，大同煤业成立于2001年7月份，并于2006年6月份在

上交所挂牌实现A股上市，成为国家股权分置改革后A股主板全流通上市第一股。上市之初，大同煤业正处于煤炭行业的黄金十年。作为同煤集团旗下优质煤炭资产的上市整合平台，大同煤业先后投资或收购燕子山矿等多笔资产，加之募投项目塔山矿投产产能快速释放，伴随营收及净利润快速增长，公司市值亦“水涨船高”，一度高达450亿元，迎来上市之后最荣光时刻。

始料未及的是，煤炭市场自2012年下半年开始持续下行，加之公司此前所属多为老矿，大同煤业2013年和2015年两年均出现大额亏损，稍有不慎便会被实施退市风险警示。在此背景下，大同煤业不仅整合同煤集团旗下煤炭资产无从谈起，而且旗下包括同家梁矿、燕子山矿等屡现大额亏损的煤矿也成了“烫手山芋”，所幸在关键时刻同煤集团施以援手全力“接盘”。

通过借力同煤集团，甩掉多个业绩“包袱”的大同煤业，于2016年便成功扭亏为盈，此后业绩得以持续改善。不过，在持续“甩包袱”之

后，以煤炭为主业的大同煤业便只剩下忻州窑矿、塔山矿和色连矿三座矿井，公司虽无亏损压力之虞，但营收等经营指标亦出现明显下滑，与其他省属上市煤企差距逐渐拉大，显然与控股股东同煤集团这一省属重点煤企的身份“不太搭”。

当然，这也意味着大同煤业在整合集团煤炭资产方面有很大的“潜力”，而第一步便是2018年斥资近25亿元收购同煤集团持有的塔山煤矿21%股权。

重组转型窗口再度开启

随着新一轮国企改革启动和煤价复苏，同煤集团提出要加快“腾笼换鸟”，积极推进集团资产专业化重组，而作为集团两大上市平台之一的大同煤业毫无疑问将扮演重要角色，这也是持续提升公司业绩改善空间的关键，所以整合集团优质煤炭资产乃大势所趋。

记者了解到，塔山煤矿作为此前同煤集团旗下最优质的煤炭资产，虽然上述仅收购21%的股权，但通过此次

次整合大同煤业合计持有塔山煤矿72%的股权，这也是上市公司近年来业绩能够持续飘红的主因。另外，此次股权整合是大同煤业继2012年之后重启集团煤炭资产收购，上市公司煤炭资产重组窗口亦随之打开。

当然，整合塔山煤矿部分股权仅仅是大同煤业提升业绩规模、优化产业结构的开始；众所周知，山西国企改革渐入“深水区”，推进能源领域专业化重组和提高省属国企资产证券化率已成为重点“攻坚”对象，同煤集团亦明确提出2020年要加快推进“上市公司+”战略，加快大同煤业、漳泽电力收购优质资产股权等工作。

对此，大同煤业也在部署2020年重点工作时指出，要抓住山西省国企改革专业化重组的有利时机，围绕煤炭主业链条，寻找省内外并购机会，将公司打造成为同煤集团国企改革和产业整合的有效平台，显然加快整合集团优质资产将是未来重点工作。

随着山西省焦煤集团吸收合并山煤集团的落地，启动了焦煤一体

化整合的趋势，而煤电的一体化山西也曾提出过由同煤集团整合的预期，这种预期的存在，对公司发展也是有利的。

另外，在立足煤炭主业的同时，大同煤业还提出要适当切入新能源领域，并在同煤齐银股权投资基金成熟运营的基础上，择机发起设立产业基金，撬动社会资本，开展并购重组，促进公司转型升级。

近年来，除收购塔山煤矿股权外，频频“涉猎”金融板块也是大同煤业的一大亮点；上市公司在参股同煤财务公司等同煤旗下多家金融公司的同时，还发起设立了同煤齐银股权投资私募基金，后者仅2019年便实现收益6550万元，且参与投资的澜起科技已经在科创板上市，所以这也将成为助力上市公司转型的关键举措。

如今，国企改革不断“破局”和业绩的持续“飘红”，为大同煤业赢得了更多资本运作的时间和空间，上市公司能否紧紧抓住这一难得的重组转型契机实现跨越式发展，值得期待。

今世缘“新五年计划”开局顺利 2019年业绩高速增长 股权激励彰显发展信心

日前，今世缘公布2019年年报，报告期内，公司实现营业收入48.70亿元，同比增长30.35%，实现归属于上市公司股东的净利润14.58亿元，同比增长26.71%，圆满地完成了年度工作目标。

去年1月份，今世缘召开公司2019年发展大会，提出“奋开新五年，实现翻番”的新战略目标，2019年的业绩高速增长为“新五年计划”打下良好基础。疫情影响之下，今年4月份，公司推出股权激励计划，从行权的业绩考核条件来看，2022年的营收要在2018年的基础上增长115%，彰显了公司对未来发展的信心。

业绩保持高增长

与同行业上市公司相比，2019年，今世缘业绩继续保持了较高的增长，特别是营收增速，较2018年继续提升，数据显示，2018年，今世缘实现营收37.36亿元，同比增长26.55%。

从产品结构上看，2019年，今世缘特A+类、特A类和A类分别实现营业收入27.16亿元、15.28亿元、

10.53亿元，分别同比增长47.20%、20.96%、1.85%。从数据来看，国缘和今世缘为代表的特A类产品营收15.28亿元，同比增长20.96%。

今世缘公司酒类产品分类为六级，其中特A+类为出厂指导价300元(含税)以上的产品，毛利率最高。数据显示，2019年今世缘特A+类产品收入占比达到55.77%，较2018年提升6.38个百分点。

受疫情影响，今年一季度，今世缘特A+类、特A类收入下滑3.8%、10.5%，不过值得一提的是，今世缘上述两类中高端产品下滑幅度要小于中低端产品，对业绩形成较大支撑，产品结构优化成效明显。

从销售地区上看，2019年，今世缘省内营收突破40亿元，达45.61亿元，其中，南京大区实现销售收入12.72亿元，同比增长53.22%，并且首度超过大本营淮安大区，成为对今世缘业绩贡献最大的板块。

除南京大区外，2019年，淮海大区销售收入增速最快，同比增长68.34%。苏南、苏中和盐城大区销售收入增长分别为20.99%、21.5%和15.12%，淮安大区销售销售收入

10.53亿元，同比增长15.28%。

2020年市场逐渐复苏

今年以来，受新冠疫情影响，各行业均受到不同程度的影响，上市酒企中，除少数公司外，绝大多数公司今年一季度业绩出现不同程度下滑。

数据显示，2020年一季度，今世缘实现营业收入17.70亿元，同比下降9.41%；归属于上市公司股东的净利润5.80亿元，同比下降9.52%。在分析人士看来，疫情影响之下，今世缘虽然短期业绩承压，但今年4月份，公司推出股权激励计划，从行权的业绩考核条件来看，2022年的营收要在2018年的基础上增长115%，彰显了公司对未来发展的信心。

今年一季度，江苏GDP地区生产总值为21002.8亿元，同比下降5%；全省社会消费品零售总额7766.51亿元，同比下降18.1%。横向对比来看，江苏在各项经济指标方面虽然也出现下滑，但是要好于全国大部分地区。

不过随着疫情逐步稳定，江苏经济社会各方面已逐步复苏，数据显示，今年3月份，江苏社会消费品

零售总额2907.7亿元，同比下降8.9%，降幅已经比1月-2月收窄13.8个百分点；餐饮复工率已超95%，消费恢复至接近40%。

作为经济发达地区，江苏也是白酒消费的先行地区，数据显示，目前全省白酒市场规模约为350亿元，经济复苏或将带动白酒消费，今世缘在很大程度上会享受到江苏经济率先复苏的红利。

中泰证券研报预计，今世缘今年二季度库存顺利消化后有望迎来新一轮补货，下半年在中秋、国庆旺季的带动下在江苏省内有望重新恢复快速成长阶段，并在本轮省内消费复苏的过程中明显受益。

股权激励目标2022年比2018年增长超一倍

值得一提的是，4月23日，今世缘发布《2020年股票期权激励计划(草案)》(以下简称“草案”)，拟向激励对象授予1250万份股票期权，约占本计划草案公告时公司总股本的0.996%，其中首次授予1100万份，约占本计划草案公告时公司总股本的0.877%，其余150万份为预留部分。

草案显示，激励计划分三年行权，行权比例分别为40%、30%、30%，业绩考核条件中要求2020年、2021年、2022年相对2018年营收增长率不低于45%、75%、115%，净资产收益率不低于19.7%、20.5%、21.5%。

在分析人士看来，今世缘的这份激励计划解锁条件高，除2020年受到疫情影响相对放缓外，2021年-2022年目标增速均超20%，且逐年提速，反映公司抢抓行业洗牌窗口期扩张份额的进取决心。

激励计划发布次日，市场用脚投票，今世缘4月24日以涨停封板，自激励计划出炉至5月15日收盘，今世缘股价涨幅达到22.81%，区间涨幅高居A股上市白酒企业前列。

中泰证券研报认为，今世缘此次股权激励计划意味着公司在建立长效激励机制方面迈出了实质性步伐，有助于充分调动从管理层到技术人员积极性，有效将股东利益、公司利益和经营者个人利益结合在一起。

中泰证券研报提到，当前在疫情影响下行业正处于洗牌分化的窗口期，疫情对公司是风险更是机遇，本次股权激励利于公司中长期发展。(CIS)

凯撒旅业加码产业链布局 拟定增不超过11.6亿元

■本报记者 殷高峰

自创始团队再度成为公司实控人后，凯撒旅业自去年以来先后与中出服合作入股天津港免税店，南京免税店，北京市内免税店，在海南设立了免税集团管理平台，深入布局免税市场。同时与三亚市政府签订战略合作协议，引入一致行动人建设华文，收购康泰旅行社、增资真享悦理等，近半年多来可谓动作不断。

17日晚间，凯撒旅业披露《2020年度非公开发行A股股票预案(修订稿)》，根据预案，凯撒旅业将向包括京东在内的多家投资方定增不超过11.6亿元。“募集资金计划全部用于补充流动资金。”凯撒旅业相关负责人告诉《证券日报》记者，公司在出境游主业之外，正积极延长产业链，“随着本次发行募集资金的注入，公司的财务状况将有所改善，资本实力将得以增强，有利于确保公司既有业务的持续稳健经营及新兴业务的快速规模化扩张。”

积极布局免税业务

去年9月份，以陈小兵为核心的创始团队重新成为公司实控人后，凯撒旅业业务布局开始调整，在发展主业的同时，凯撒旅业开始在免税和金融业务方面进行重点布局，其中尤以免税业务布局最为频繁。

2019年10月份，公司参股天津邮轮母港进出境免税店正式开业，11月份凯撒旅业全资设立的海南同盛世嘉免税集团有限公司正式注册成立，成为公司免税业务的控股管理平台。12月同盛免税与北京寺库签署《江苏中服免税品有限公司股权转让协议》，入股江苏南京市内国人免税店。2020年4月份，为促进免税投资业务的快速推进，全资子公司海南同盛世嘉免税集团有限公司将由凯撒旅业与文远股权投资基金合伙企业共同对其增资，增资结束后凯撒旅业将持有同盛免税75%股权，文远基金持有其余25%。

而在今年三月份，凯撒旅业和海南三亚政府签署深度合作协议。在天风证券看来，海南离岛免税具有广阔空间。根据国务院《指导意见》规划，2020年海南自贸区建设取得重大进展，同时开始建立自贸港政策和制度体系；海南官方表示争取明年第二季度开始，可以把自贸港政策和制度体系逐步实施，未来将对标世界最高水平的开放形态，要在政策和制度体系上实现重大突破，其中离岛免税政策有望继续放开。

陕西社科院文化旅游研究中心主任张燕在接受《证券日报》记者采访时，免税业务将是未来旅游市场的一块蓝海，从发展趋势来看，提前布局有利于企业未来的发展，“海南自由贸易港的建设将进一步推动免税市场的发展，未来海南将成为国内新的免税市场，提前进行布局有利于企业未来在免税业务方面的发展。对于企业来讲，一方面加大市场布局，另一方面，在产品布局上也要有所侧重，根据我们的调研，目前国内消费者在免税商品的需求上，对生活消费品，如化妆品等的需求一直在增长，而且，随着国内中产阶层的规模扩大，免税商品未来市场规模也将随之扩张。”

携手京东等加码

凯撒旅业相关负责人告诉《证券日报》记者，目前公司正稳步推进构建旅游全产业链公司的战略规划，有序践行着“以旅游为主，兼顾食品(航空、铁路)，并积极探索免税领域”的发展思路。

“本次非公开发行股票募集资金的使用将围绕公司发展战略，拓宽公司业务范畴，进一步延伸产业链布局，培育并增强新的利润增长点，是继续推进并落实公司发展战略的重要举措。”上述负责人称，本次非公开发行是在国家出台旅游行业利好政策，推进旅游行业提质转型升级的大背景下，为进一步提高公司的核心竞争力，促进公司主营业务发展，增强公司的抗风险能力而采取的重大战略举措。“本次发行将改善公司的财务状况，确保公司既有业务的持续稳健经营及新兴业务的快速规模化扩张。”

根据预案，本次非公开发行的发行对象为文远(三亚)股权投资基金合伙企业(有限合伙)、宿迁涵邦投资管理有限公司(下称“宿迁涵邦”)、华夏人寿保险股份有限公司、上海理成资产管理有限责任公司管理的理成新视野7号私募证券投资基金和青岛浩天汇泽股权投资合伙企业(有限合伙)等。

其中，宿迁涵邦为京东集团旗下全资子公司，宿迁涵邦出资4.5亿元认购7300万股，在完成本次发行后将持有凯撒旅业5%以上的股份。

根据凯撒旅业与宿迁涵邦签署的战略合作协议，凯撒旅业将补充宿迁涵邦在京东旅行频道上的二级频道“商旅”频道下的产品供应链，包括高端商务旅游、免税商品采购等。同时，宿迁涵邦将利用其线上平台的渠道资源促进凯撒旅业市场空间的拓展，共同探索“互联网+门店”的营销模式。

值得注意的是，文远基金的执行事务合伙人建设文远(北京)投资基金管理有限公司的唯一股东建设华文投资有限责任公司系凯撒旅业控股股东凯撒旅业的一致行动人。建设华文是一家拥有央企背景的专业化金融投资机构，是中国建设银行有限责任公司在文化传媒、消费品及服务、医疗健康领域进行战略布局的专业投资和运营平台，近年来凭借健全的投资体系、先进的投资模式，成功运作了顺丰速运、达利食品、芒果TV、华策影视等案例。

“近半年公司业务布局思路明确，布局效率高，有针对性，丰富业态打开业绩新增长点。”中信建投证券研报称，随着海南自贸港加速推进，相关政策预期或使公司充分受益政策红利，明年东京奥运会的举办也有望增厚公司的营收和业绩。中长期看，高效的管理体系叠加出境游和免税的综合布局，使公司成长空间及潜力打开。