

加大投入力保市场 关注未来转型方向

核心观点:

1. 事件

金种子酒发布 2013 年度报告, 报告期内实现归属于公司所有者的净利润 1.33 亿元, 同比减少 76%。

2. 我们的分析与判断

(一) 受行业景气度影响公司业绩下滑明显

2013 年第四季度首现近三年来单季度亏损。2013 年, 公司实现营业收入 20.81 亿元(yoy-9.32%), 归属于上市公司股东的净利润 1.33 亿元(yoy-76.22%), 基本每股收益 0.24 元。其中, 公司四季度单季实现收入 4.92 亿元, 同比下滑 10%; 归属于股东净利润-1.4 亿元, 同比大幅下滑 205%。我们认为, 全年营收下降的主要原因是产品结构的调整, 中高端白酒销售比重下降, 从而导致白酒销售额减少, 但下滑比例表明, 全年总体销量应该变化不大, 公司在低端价格带上的产品动销还是有一定优势的。同时, 销售费用及营业外支出均上升约 150%, 特别是在第四季度, 直接导致单季度亏损。

(二) 加大费用投入力保根据地市场

2013 年, 行业调整导致公司省外扩张的路径受阻, 公司只能调转方向加大费用投入, 一方面推出以金柔和 (118 元/瓶) 以及红柔和 (98 元/瓶) 两款柔和种子为代表的新品, 密集 100 元左右价格带; 另一方面不遗余力巩固省内优势市场, 力保其市场份额。最终由于销售费用及营业外支出等的成倍增长, 使得净利率同比大幅下滑 18 个百分点至 6.42%。

(三) 竞争挤压下, 未来发展面临调整

白酒行业具有鲜明的地域性和文化性, 我们认为, 在行业调整期, 一线名酒通过自身的品牌优势和资金实力, 未来采用并购等一系列措施布局区域市场、进一步提升其市场份额将是顺势而为, 这将会导致行业竞争加剧, 对区域型白酒带来一定压力。

具体到目前金种子酒的情况我们发现, 公司所在地安徽省白酒市场品牌众多且竞争激烈, 外来酒难成为主流消费品牌, 省内市场基本是按地区来进行势力划分, 而公司在以阜阳为代表的省内区县市场具备明显的品牌和渠道优势, 不排除竞争将会推动区域强势产品的升级与发展。但总体来说, 现阶段公司业绩压力较大, 高费用下未来的发展路径存疑。

3. 投资建议

预计公司 2014/15 年 EPS 为 0.26、0.29 元, “谨慎推荐” 评级。

金种子酒 (600199.SH)

谨慎推荐 维持评级

分析师

李 琰

☎: 010-83571374

✉: liyan_yj@chinastock.com.cn

执业证书编号: S0130513060001

董俊峰(首席)

☎: 010-66568780

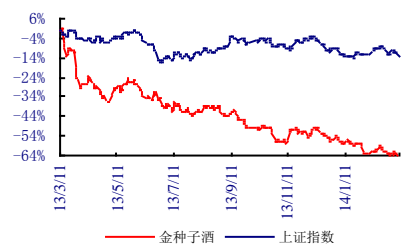
✉: dongjunfeng@chinastock.com.cn

执业证书编号: S0130511010002

市场数据 时间 2014.03.10

A 股收盘价(元)	7.94
A 股一年内最高价(元)	23.50
A 股一年内最低价(元)	7.92
上证指数	1999.07
市净率	2.00
总股本 (万股)	55577.50
实际流通 A 股(万股)	55577.50
限售的流通 A 股(万股)	0.00
流通 A 股市值(亿元)	44.13

相对指数表现图



资料来源: 中国银河证券研究部

相关研究

1. 食品饮料行业 2014 年投资策略: 关注食品类板块复制 TMT 行情概率 20131229
2. 白酒行业: 估值修复最大行情到来, 中期基本面仍需较为谨慎 20140217

附表 1: 公司利润表 (分季度) 主要指标分析

分季度主要财务指标 (亿元)	11Q1	11Q2	11Q3	11Q4	12Q1	12Q2	12Q3	12Q4	13Q1	13Q2	13Q3	13Q4
营业收入	6.26	3.66	4.10	3.62	7.33	5.30	4.84	5.47	8.21	3.32	4.34	4.92
同比增速 (%)	92.12	14.75	14.86	-4.17	17.09	44.81	18.05	51.10	12.01	-37.36	-10.33	-10.05
营业成本	2.60	1.47	1.62	1.25	2.66	1.94	1.71	1.75	2.76	1.11	1.50	1.70
同比增速 (%)	35.90	-16.24	-22.96	-43.69	2.31	31.97	5.56	40.00	3.76	-42.78	-12.28	-2.86
营业税金及附加	0.95	0.51	0.59	0.54	1.13	0.77	0.72	0.87	1.28	0.49	0.63	0.78
销售费用	0.86	0.68	0.56	0.66	0.76	0.65	0.60	1.07	0.76	0.98	1.93	4.08
同比增速 (%)	238.48	72.12	3.57%	-18.85	-11.63	-4.41	7.14	62.12	0.00	50.77	221.67	281.31%
管理费用	0.27	0.16	0.22	0.21	0.26	0.32	0.24	0.24	0.28	0.28	0.33	0.22
财务费用	-0.01	-0.03	-0.02	-0.09	-0.02	-0.02	-0.03	-0.23	0.00	-0.10	-0.04	-0.13
资产减值损失		-0.20	0.01	0.03		0.05		-0.01		0.05	0.00	-0.04
利润总额	1.61	1.07	1.13	1.04	2.58	1.56	1.60	1.76	3.15	0.47	0.02	-1.55
减: 所得税	0.40	0.26	0.30	0.21	0.64	0.42	0.40	0.42	0.80	0.11	0.00	-0.16
净利润	1.20	0.81	0.82	0.82	1.93	1.14	1.20	1.34	2.35	0.36	0.01	-1.40
减: 少数股东损益	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
归母公司所有者净利	1.20	0.81	0.83	0.82	1.93	1.15	1.20	1.33	2.35	0.36	0.01	-1.40
同比增速 (%)	181.80	87.40	209.63	45.31	60.83	41.98	44.58	62.20	21.76	-68.70	-99.17	-205.26

资料来源: 中国银河证券研究部

附表 2: 公司盈利能力与收益质量分析

	2012 一季报	2012 中报	2012 三季报	2012 年报	2013 一季报	2013 中报	2013 三季报	2013 年报
盈利能力								
销售净利率 (%)	26.37	24.37	24.49	24.47	28.66	23.56	17.20	6.42
销售毛利率 (%)	63.79	63.65	63.93	64.88	66.45	66.50	66.19	66.04
销售成本率 (%)	36.21	36.35	36.07	35.12	33.55	33.50	33.81	33.96
销售期间费用率 (%)	13.75	15.59	15.93	16.83	12.62	19.03	27.78	41.22
销售费用率 (%)	10.38	11.21	11.55	13.45	9.28	15.06	23.10	37.22
管理费用率 (%)	3.58	4.64	4.76	4.65	3.39	4.86	5.60	5.33
财务费用率 (%)	-0.20	-0.26	-0.37	-1.27	-0.05	-0.88	-0.92	-1.33
收益质量								
经营活动净收益/利润总额 (%)	98.39	99.42	99.56	99.95	99.87	101.14	100.59	94.96
营业外收支净额/利润总额 (%)	1.61	0.58	0.44	0.05	0.13	-1.14	-0.96	-1.00
所得税/利润总额 (%)	24.98	25.63	25.50	25.15	25.26	24.89	24.88	35.86

资料来源: 中国银河证券研究部

评级标准

银河证券行业评级体系：推荐、谨慎推荐、中性、回避

推荐：是指未来 6-12 个月，行业指数（或分析师团队所覆盖公司组成的行业指数）超越交易所指数（或市场中主要的指数）平均回报 20%及以上。该评级由分析师给出。

谨慎推荐：行业指数（或分析师团队所覆盖公司组成的行业指数）超越交易所指数（或市场中主要的指数）平均回报。该评级由分析师给出。

中性：行业指数（或分析师团队所覆盖公司组成的行业指数）与交易所指数（或市场中主要的指数）平均回报相当。该评级由分析师给出。

回避：行业指数（或分析师团队所覆盖公司组成的行业指数）低于交易所指数（或市场中主要的指数）平均回报 10%及以上。该评级由分析师给出。

银河证券公司评级体系：推荐、谨慎推荐、中性、回避

推荐：是指未来 6-12 个月，公司股价超越分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报 20%及以上。该评级由分析师给出。

谨慎推荐：是指未来 6-12 个月，公司股价超越分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报 10%-20%。该评级由分析师给出。

中性：是指未来 6-12 个月，公司股价与分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报相当。该评级由分析师给出。

回避：是指未来 6-12 个月，公司股价低于分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报 10%及以上。该评级由分析师给出。

中国银河证券食品饮料团队，2013 年和 2011 年新财富最佳分析师。

董俊峰，食品饮料行业分析师（首席）。1994—1998 年消费品营销策划业四年从业经历、1998—1999 年超市业一年从业经历、2001 年至今证券业十年从业经历。清华大学硕士。2003 年首创消费品行业数量化研究模型《品牌渠道评级体系》，已获国家版权局著作权登记证书。

李琰，食品饮料行业分析师。2010 年进入证券业工作，2012 年 5 月至今在银河证券从事食品饮料行业研究工作。英国雷丁大学硕士。

二人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，承诺以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映本人的研究观点。不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接受到任何形式的补偿。承诺不利用自己的身份、地位和执业过程中所掌握的信息为自己或他人谋取私利。

免责声明

本报告由中国银河证券股份有限公司（以下简称银河证券，银河证券已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格）向其机构或个人客户（以下简称客户）提供，无意针对或打算违反任何地区、国家、城市或其它法律管辖区域内的法律法规。除非另有说明，所有本报告的版权属于银河证券。未经银河证券事先书面授权许可，任何机构或个人不得更改或以任何方式发送、传播或复印本报告。

本报告所载的全部内容只提供给客户做参考之用，并不构成对客户的投资建议，并非作为买卖、认购证券或其它金融工具的邀请或保证。银河证券认为本报告所载内容及观点客观公正，但不担保其内容的准确性或完整性。客户不应单纯依靠本报告而取代个人的独立判断。本报告所载内容反映的是银河证券在最初发表本报告日期当日的判断，银河证券可发出其它与本报告所载内容不一致或有不同结论的报告，但银河证券没有义务和责任去及时更新本报告涉及的内容并通知客户。银河证券不对因客户使用本报告而导致的损失负任何责任。

银河证券不需要采取任何行动以确保本报告涉及的内容适合于客户。银河证券建议客户如有任何疑问应当咨询证券投资顾问并独自进行投资判断。本报告并不构成投资、法律、会计或税务建议或担保任何内容适合客户，本报告不构成给予客户个人咨询建议。

本报告可能附带其它网站的地址或超级链接，对于可能涉及的银河证券网站以外的地址或超级链接，银河证券不对其内容负责。本报告提供这些地址或超级链接的目的纯粹是为了客户使用方便，链接网站的内容不构成本报告的任何部份，客户需自行承担浏览这些网站的费用或风险。

银河证券在法律允许的情况下可参与、投资或持有本报告涉及的证券或进行证券交易，或向本报告涉及的公司提供或争取提供包括投资银行业务在内的服务或业务支持。银河证券可能与本报告涉及的公司之间存在业务关系，并无需事先或在获得业务关系后通知客户。

银河证券无需因接收人收到本报告而视其为客户。本报告是发送给银河证券客户的，属于机密材料，只有银河证券客户才能参考或使用，如接收人并非银河证券客户，请及时退回并删除。

所有在本报告中使用的商标、服务标识及标记，除非另有说明，均为银河证券的商标、服务标识及标记。

银河证券版权所有并保留一切权利。

联系

中国银河证券股份有限公司 研究部

北京市西城区金融街 35 号国际企业大厦 C 座
上海浦东新区富城路 99 号震旦大厦 26 楼
深圳市福田区福华一路中心商务大厦 26 层
北京市西城区金融街 35 号国际企业大厦 C 座
北京市西城区金融街 35 号国际企业大厦 C 座
公司网址：www.chinastock.com.cn

机构请致电：

北京地区：傅楚雄 010-83574171 fuchuxiong@chinastock.com.cn
上海地区：何婷婷 021-20252612 hetingting@chinastock.com.cn
深广地区：詹璐 0755-83453719 zhanlu@chinastock.com.cn
海外机构：高兴 83574017 gaoxing_jg@chinastock.com.cn
海外机构：李笑裕 83571359 lixiaoyu@chinastock.com.cn