

曾经的大白马,如今一年亏400多亿元

“钾肥之王”盐湖股份断臂求生

本报记者 刘莞信

继中集集团、慈星股份和华东科技爆雷之后,刚过去的这个周末又有一批业绩雷引爆:北斗星通、三安光电和*ST盐湖。其中北斗星通预计2019年亏损5.5亿元-6.5亿元;三安光电预计2019年净利润同比下降45%-55%,而*ST盐湖预计亏损高达惊人的400多亿元,基本坐定A股2019年的亏损王位,甚至要将成为A股历史上的“亏损帝”了。



新华社资料图片

1月11日晚,*ST盐湖发布业绩预告,预计2019年亏损432亿元~472亿元,基本每股收益为亏损15.51元~16.94元。公司表示,公司报告期对业绩造成主要亏损的原因解释为破产重整进程中因资产处置预计产生的损失,初步预计对利润的影响金额约417.35亿元,此事项属非经常性损益。

资料显示,2018年的亏损王是天神娱乐,亏损69.7亿元;2017年的亏损王为乐视网,亏损138.78亿元;2016年的亏损王为石化油服,亏损160.8亿。2019年上半年,*ST信威巨亏155亿元,让市场震惊,如今*ST盐湖亏损400多亿元的数目出来,再次让投资者大跌眼镜,*ST信威、乐视网这些曾经的亏损王都得靠边站了。

盐湖股份曾经是A股市场的大白马,拥有“钾肥之王”的称号,在2005年至

2007年的大牛市中曾经创造了50倍以上的涨幅纪录。但受累于近年来投资的金属镁一体化项目和化工项目的巨额亏损,公司已经于2017年、2018年连续两年亏损“披星戴帽”。若2019年最终经审计的净利润为负,公司将被暂停上市。公司最终是否能保持上市公司地位,要看2020年的业绩情况。

分析认为,*ST盐湖这次巨亏更多是在甩掉亏损资产,以断臂求生。公告显示:*ST盐湖主业氯化钾生产持续稳定,产量较去年同期大幅增加,氯化钾产量563万吨,上年产量483万吨;报告期销量453万吨,上年销量468.8万吨,销售价格同比有所上升。2019年,*ST盐湖的子公司蓝科锂业碳酸锂生产稳定,产量1.13万吨,上年产量1.1万吨;销

量1.13万吨与去年持平。2019年碳酸锂平均价格较上年同期降幅27.40%,*ST盐湖解释,价格下降的主要原因,一是受新能源企业补贴政策影响;二是因蓝科锂业2万吨项目资金需求,为了确保随产随销,保证资金及时收回,对提货达到一定量的客户进行了折扣。蓝科锂业2万吨碳酸锂项目部分装置已投入运行,正按计划加紧项目建设。

除去资产处置导致的417.35亿元巨额非经常损益和亏损业务对公司业绩的影响,公司2019年净利润大约处于略亏和盈利之间,氯化钾和碳酸锂业务仍然业绩较好。随着青海国资背景的青海省汇信资管以30亿元承接了相关资产,导致上市公司业绩持续巨亏的资产将被剥离出上市公司,上市公司未来有望轻装上阵。

安溪铁观音“牵手”拼多多 29.9元就可买到庄园级乌龙茶

爱喝茶的朋友们,对于安溪铁观音一定不陌生。

一杯香气四溢的铁观音,晒青、凉青、摇青、杀青、揉捻、初烘、包揉、复烘、复包揉和烘干10道传统工序,36小时连续制作,成茶外表色泽油亮,香气敛藏,滋味醇厚。

“福建安溪是我国最重要的茶产区之一,生产的铁观音远近闻名,在整个茶产业发展和茶文化传播中都占有举足轻重的地位。”

1月12日,在安溪县举办的“好茶不贵——安溪铁观音‘新品牌计划’大会”上,福建省安溪云岭茶业有限公司等首批近10家当地龙头茶企与新电商平台拼多多结成“安溪县茶产业新品牌联盟”。

安溪县委副书记肖印章表示,安溪茶企与拼多多的合作承载着弘扬茶文化、打造茶品牌的使命,将为我国茶产业跨越升级提供全新路径。

千年茶都牵手拼多多 为茶行业原产地“带货”

北宋词人黄裳在《演山集》中有云:“江淮、荆襄、岭南、两川、二浙,茶之所出,而出于闽中者尤天下之所嗜。”

在经年累月的制茶过程中,安溪茶农发明创造了特殊的工艺,形成独特的茶类——乌龙茶。

安溪铁观音是乌龙茶中的极品,其品质特征是:茶条卷曲,肥壮圆结,沉重匀整,色泽砂绿,形似蜻蜓头,置于手心,沉重似铁,如同观音手掌,故名“铁观音”,素有“青蒂绿腹蜻蜓头”,“美如观音重如铁”的美誉。

根据国家茶叶产业体系经济研究室的报告显示,在全国各大茶类中,安溪铁观音以近20%的市场占有率位

列第一。

而我国茶叶种植面积和产量位居世界第一,2018年中国茶产业综合产值超过6000亿元,是中国农业发展的重要支柱产业。

“但茶产业仍然面临着产能过剩、产销矛盾、品牌发展缓慢等问题。”中国茶叶流通协会秘书长梅宇表示,通过引导产业带加入拼多多新品牌计划,此次合作有望引领中国茶产业走出一条促消费、强品牌的道路。

据了解,“新品牌计划”是拼多多于2018年12月推出的一项针对中国制造业的扶持计划。

通过提供数据支持、研发建议和流量资源,拼多多期望联合实力强劲的代工和外贸企业,探索C2M定制化生产,帮助企业回归国内市场,以最低成本培育新品牌。

截至2019年底,参与“新品牌计划”定制研发的企业已超过900家,正式成员达106家,累积推出2200款定制化产品,涉及家电、家纺、百货、数码等近20个品类,累积定制化产品订单量超过1.15亿单。

幽香醇厚的“庄园级”乌龙茶 现在平台上29.9元即可买到

成立仅4年的拼多多,年成交额已达8402亿,年活跃买家超过5.36亿。

根据安溪县电子商务公共服务中心最新数据显示,2019年全县电商交易额达107.92亿元,其中茶叶销售额46.41亿元。

可见,电商平台已成为助力安溪铁观音发展的重要力量。

“拼多多是近年来兴起的电商平台,在年轻群体和



安溪当地茶农正在进行铁观音制茶的第一步——晒青(安溪云岭茶业供图)

各级市场中极具影响力,合作将拓宽公司和整个地区的茶叶市场,让消费者享受到绿色、健康、醇正的安溪铁观音。”首批安溪县茶产业新品牌联盟企业代表、云岭茶业董事长陈加勇表示。

据悉,目前正值拼多多年货节,平台不仅为安溪铁观音开辟了特卖专区,还在拼多多APP上同步开设了“安溪馆”,当地130多家安溪铁观音认证茶企,未来还将陆续进驻平台,进一步提高品牌知名度、扩大市场份额。

而首批安溪县茶产业新品牌联盟成员,为拼多多量身打造的产品现已上架平台。

其中,国有控股企业云岭茶业,为茶叶爱好者们带来了庄园乌龙茶和大师铁观音两款茶,在拼多多年货节期间,两款产品还在原有价格基础上推出了限时优惠,庄园乌龙茶仅售29.9元(112克),联合安溪铁观音制茶大师推出的定制款大师茶也仅售39.9元(112克)。

拼多多联合创始人冬枣表示,与安溪铁观音的合作只是开始,平台未来还将加大投入,通过助力产业升级和资源扶持,从中国的茶产业带上发掘出更多优质的茶叶供应链品牌,满足消费者对精品茶叶的需求。

本报记者 高佳晨 通讯员 韩宇 金薇薇