

上半年净利润创同期历史新高 “韧劲”护航康师傅乘风破浪

◎记者 黎灵希 ◎编辑 李魁领

“重返荣耀”，8月24日，康师傅亮出2020年上半年成绩单，并以这四个字开启对业绩的回顾。期内，康师傅实现收入329.34亿元（人民币，下同），同比增长8%；公司股东应占利润23.8亿元，同比增长58.37%，净利润创下同期历史新高。

业绩加速跑的同时，康师傅财务结构不断优化，实现“量”与“质”并进。截至6月30日，公司净负债与资本比率下降至-45.62%；手握现金及现金等值物为233.07亿元，较2019年末增长约58.77亿元。

在因疫情而充满挑战的上半年，康师傅凭借扎实内功带来的“韧劲”、快速调整的“敏捷性”，交出了这份“硬核”答卷，充分彰显行业龙头乘风破浪的能力。展望未来，康师傅预计，公司方便面、饮品业务将随着国内经济复苏有好的成长，尤其是饮品下半年进入传统的销售旺季，有望延续反弹趋势。

方便面销售增速跑出近三年新高

受疫情影响，以方便面、自热火锅为主的方便食品成为上半年各大电商平台热销榜上的常客。“吃货”的战斗力的有多强，康师傅方便面就有多畅销。

半年报显示，康师傅方便面销售收入为149.1亿元，同比增长29.16%，增速创近三年同期新高。受益于产品升级、生产优化等原因，同期康师傅方便面业务的毛利率较2019年提升2.19个百分点至30.35%。

国际市场研究机构Kantar发现，基于对头部品牌长期积累的信任，疫情期间消费者在不确定的情况下更倾向于购买品牌产品。康师傅方便面上半年的市占率表现佐证了这一观点。尼尔森数据显示，上半年康师傅方便面销量市占率为42.9%，销售额市占率为45.8%，继续稳坐行业头把交椅。

毫无疑问，康师傅一直以来对食品安全的坚持和持续的品牌投资，是其方便面获得越来越多消费者青睐的关键。据了解，康师傅旗下有3000多人的食品安全管理团队，每年对方便面事业旗下相关原料及最终产品检测超过350万次。

疫情期间，在市场供应得到基本满足后，康师傅及时针对不同消费场景，补充多口味、多规格产品，如上市全新煮面产品“手擀面”、家庭装“速达面馆煮面”，满足居家消费场景；在电商、便利店等渠道，针对复工用餐场景主推“速达面馆”碗面等。

同时，通过聚焦核心品类、重点发展新零售渠道等举措，康师傅扭转了疫情给饮品业务带来的不利局面，尤其是二季度反弹趋势明显。期内公司饮品业务收益为176.17亿元，较2019年同期下滑4.09%，下滑速度明显小于行业整体水平。

尼尔森数据显示，上半年饮料行业整体销量同比衰退7.5%，销售额同比衰退9%。期内康师傅即饮茶销量市占率为42.9%，继续稳居市场首位；果汁、即饮咖啡销量市占率均居市场第二位。康师傅在即饮咖啡和包装水方面增长速度，均明显高出市场平均水平。

据悉，康师傅先后上市了高端“无糖茶系列”，以及主打135度超高温杀菌熟水概念的“喝开水”产品，顺应消费升级及健康需求。

中金公司在研报中表示，受益于渠道库存健康等原因，康师傅饮品业务下半年有望轻装上阵，恢复至高单位数增长，加上公司于4月底推出多款饮料新品，看好公司产品结构升级趋势下的长期稳健增长前景。

丰厚现金流为未来“储能”

业务规模增长的同时，康师傅保持着较强的盈利能力及安全的财务结构。半年报显示，康师傅毛利率较2019年同期提升1.5个百分点至33.43%，ROA（总资产回报率）提升2.49个百分点至11.74%；ROE（股东回报率）提升9.35个百分点至25.02%。

截至6月30日，康师傅的净负债与资本比率从2019年末的-25.82%下降至-45.62%；现金及现金等值物为233.07亿元，较2019年末增长约58.77亿元。

在充满不确定性的市场环境中，丰厚的现金流无疑是康师傅的“财务安全垫”，为其后续应对市场变动、持续夯实自身实力提供重要支撑。康师傅亦表示，未来将持续透过自有资金逐步降低有息借贷规模，以此达成更加灵活、健康的财务结构目标。

值得关注的是，评级机构穆迪、标普均在近期将康师傅的评级展望由“稳定”上调至“正面”。同期，康师傅还入选“恒生沪深港中国500指数”和“恒生防御行业指数”。

穆迪认为，虽然经营环境充满挑战性，但康师傅现时杠杆低、流动性强劲以及现金状况稳健，预期公司未来2至3年将保持强劲的财务状况。标普则预计，考虑到强劲的现金状况，公司未来可能会在饮料领域进行收购，以巩固其在该领域的地位。

因疫情导致的“宅消费”在下半年能否延续，成为市场关注的重点话题。多家机构认为，随着线下渠道客流陆续恢复，全年快消食品等“宅需品”将保持稳健增长的节奏。更重要的是，疫情加速了行业洗牌的过程，具备规模、渠道、资金优势的龙头企业将能更好地抓住销售机会，抢占市场。

中泰国际策略分析师颜绍骏告诉记者表示，康师傅上半年业绩超出市场预期。从盈利指标来看，期内公司核心业务经营效率持续提升，体现公司强劲的执行力及销售能力；从净负债与资本比率等指标来看，公司财务健康程度进一步提高，充裕的现金流为公司未来拓展业务带来想象空间。

修炼内功增强发展“韧劲”

既要快速调整、确保市场供应，又要保证自身的财务稳健，这样成绩的取得并非一蹴而就。“规模优势、品牌优势、稳健运营及现金储备，助力公司抵御市场波动风险。”康师傅在半年报中如是说。

据悉，康师傅持续围绕供应链配置合理化、经销商渠道布局的合理化、组织结构合理化进行了一系列的改革和数字化建设。此前公司在绝大多数核心城市完成了直营二阶批发商覆盖，服务网络更加细化，确保疫情期间供货能快速下沉至各个社区、县城。

数字化建设则是康师傅各个环节高效运转的关键。据公司相关负责人介绍，疫情期间公司利用大数据解决了产销协调、物流运输、原物料供应等问题；通过数字化渠道在线工具“师傅通”，帮助经销商伙伴在对的时间及地点，将对的产品呈现给对的消费者。

长期坚持可持续发展的健康经营管理模式亦让康师傅收获来自国际上的认可。日前，康师傅入选了联合国开发计划署中国企业可持续发展报告优秀案例。

面向未来，康师傅表示，公司将积极应对消费趋势的变化，短期内聚焦巩固大众消费市场，中长期加速推进产品创新。公司将继续坚持渠道、供应链的合理化策略，坚定推进企业数字化转型，积极探索海外市场机遇。



疫情期间，康师傅及时恢复生产，保障市场供应。

■董事长专访

矩子科技杨勇： 凭“工匠精神”通关机器视觉检测

◎记者 李兴彩 ◎编辑 覃秘

8月24日晚，矩子科技披露了一份触底反转的2020年半年报，第二季度，公司3D检测业务已实现了逆势增长，效益将在下半年体现。

据披露，今年上半年，公司自主研发的3D AOI（三维自动光学检测）和3D SPI（Solder Paste Inspection，锡膏检测系统）在客户开拓上不断取得突破，获得了和硕集团、比亚迪、京东方等行业标杆客户的高度认可，新产品3D SPI在第二季度取得的订单总额已超过2700万元。

“矩子是我国古代科技集大成者墨家对其首领的称呼，公司以此为名，就是希望像古代工匠一样，精雕细琢做设备。”矩子科技董事长杨勇在接受上证报记者采访时表示，矩子科技是国内第一家进入富士康苹果生产线的国产设备厂商，也是目前国内产品线最全的机器视觉检测设备商，未来的目标是成为全球领先的机器视觉设备制造商。

3D AOI、3D SPI 销售逆势增长

“5月份起订单就非常饱和了，3D AOI上量很快。”提及公司下半年的业绩展望，杨勇显得信心十足。

杨勇介绍，今年上半年由于新冠肺炎疫情影响，公司下游客户复工延迟，部分客户阶段性缩减投资和采购规模，对公司上半年经营业绩造成了短期不利影响；但随着新产品的推广，公司下半年有望“喜获丰收”。

“转折来自于3D SPI。”对于第二季度销售的逆势增长，杨勇告诉记者，从5月份开始，公司的3D SPI抢占了海外某巨头的传统市场，进入到和硕、比亚迪等ODM厂的生产线，实现了国产设备的进口替代。“3D AOI/SPI比2D AOI/SPI单价更高。”

更具看点的是3D AOI。杨勇告诉记者，3D是机器视觉检测的发展方向，正是看好这个趋势，矩子科技从5年前开始介入3D AOI的研发，也是国内首家实现批量出货的供应商。

记者了解到，在3D AOI上，跟竞争对手采用固定频率摩尔条纹光栅相比，矩子科技采用多频数字摩尔条纹光栅投影技术，自主开发了核心的3D光学成像系统（包括光学投影部件）、3D软件算法，不仅克服原有2D AOI无法解决的缺点和漏洞，还大幅度提升了检测的稳定性、精确性和可靠性。

“所有的ODM商都要上3D AOI，尤其是汽车电子的产品检测必须用这个设备。”杨勇透露，公司今年3D设备出货量可能占到该类设备的近一半，预计2021年将是爆发的一年。

“同时拥有2D AOI、3D AOI、3D SPI三种设备的公司，只有矩子科技和中国台湾的德律科技。”杨勇告诉记者，今年公司的3D AOI已进入比亚迪；3D SPI则打入了和硕、比亚迪的供应链。

除了3D AOI、3D SPI，矩子科技在多个领域的储备都具有很强的竞争力。杨勇举例，公司最新开发的FPC软板光学检测设备也已经通过了客户验证。

“比人工目检精度更高、速度更快、更可靠，数据分析结果反过来还可以帮助研发。”杨勇介绍，以FPC软板（柔性电路板）光学检测设备为例，FPC软板被广泛应用于消费电子，但由于其重量轻、厚度薄、耐弯曲、结构灵活等材质特点，目前依然只能采用人工目检的方式进行外观缺陷检测，使用机器视觉检测设备可大幅提高生产效率、检测准确性。

创业三年摘了“苹果”

矩子科技是最早进入机器视觉检测领域的国产设备商。上世纪90年代末，日本开始出现机器视觉检测设备，最终发展成为这个领域的“王者”。2000年时，杨勇进入日本Saki Corporation株式会社（即赛凯智能）工作，开始接触机器视觉检测设备的研发。

“那个时候我就判断，随着电子产业的发展，机器视觉检测将大有可为。”杨勇讲起自己的创业初衷，他当时就想，中国有这么大的市场，一定也可以容纳一个甚至几个大的机器视觉检测设备公司。2007年，杨勇创立了矩子科技。

“创业当年就做出了第一台产品，第二年实现了销售收

入，第三年就进入了富士康的苹果生产线。”杨勇自豪地回忆，基于自己和团队扎实的研发能力、钻研精神，矩子科技开局非常顺利，也成为第一个进入苹果供应链的国产设备商。

有了苹果的“背书”，矩子科技开始“加速”成长。杨勇回忆，在进入富士康生产线后，矩子科技很快就拿到了富士康竞争对手昌硕（和硕的子公司）的订单。

同时进入富士康和和硕，意味着什么？在苹果手机代工领域，富士康和和硕几乎占据了九成的市场份额。也就是说，在整个智能手机大发展中，矩子科技吃到了最肥美的设备市场份额。

“如果没有足够高的毛利率，就无法保证高研发投入，公司也就不能具备长期竞争力。”尤其让杨勇自豪的是，与很多国产公司“拼价格”不同，矩子科技的产品价格几乎都是与进口产品相差无几的，这其中的秘诀就是过硬的技术和产品质量。

“当时，矩子科技的设备跟很多进口设备同台测试，最终，昌硕选择了矩子的产品。”杨勇介绍。

为什么矩子科技的设备可与国外厂商争锋？“矩子科技创立时的定位就是做国际一流的设备商。”杨勇说，公司一开始对标的就是赛凯智能、欧姆龙、高永等海外竞争对手。

“行业的关注点往往是，矩子科技在做什么。”对于矩子科技的产业地位，杨勇这样介绍，不夸张地说，在机器视觉检测领域，矩子科技是产业“风向标”。

记者了解到，自成立以来，矩子科技已累计销售5000多台机器视觉设备，累计服务了七八百家海内外知名客户。目前，矩子科技是苹果、华为、小米、OPPO、VIVO等知名企业或其代工厂商的重要机器视觉设备供应商。

瞄准“一站式”解决方案商

除了3D AOI、3D SPI，我们在多个领域的储备都具有很强的竞争力。”提及公司的未来竞争力，杨勇信心满满地告诉记者，矩子科技的战略是逐步实现“整线销售”，形成可覆盖整线的一站式智能检测解决方案。

“苹果手机主板上有一千个元器件，生产一个主板的时间是16至17秒，哪怕节省1秒都可以产生巨大的经济效益。”对于“整线销售”需求，杨勇举例解释，随着电子产品“轻、薄、短、小”的发展，电子制造对设备的要求愈发精密，整条产线设备的协同性要求也越来越高，整机制造商更希望设备商可提供多品种设备，以提升协同效率。

从矩子科技的角度，以机器视觉技术为基础，循着整机制造流程扩展产品线，可大大提升公司的盈利能力和综合竞争力。

记者了解到，在上市前，矩子科技已经发展出2D AOI、LED AOI、镭雕机等三大产品线。近年来，公司陆续推出3D AOI、3D SPI、FPC软板光学检测设备。

电子产品迭代不断加速，矩子科技如何跑得更快就提上日程。

“内生外延两条腿走路。”对于公司的成长，杨勇最近也在考虑，除了持续投入研发，如何借助资本市场，来帮助矩子科技实现超常规发展。

记者了解到，矩子科技已经开始开启对外投资。公司今年4月17日披露，拟以自有资金5000万元，与国家集成电路产业投资基金子公司芯鑫租赁等共同设立显示及半导体创业投资基金“苏州芯动能科技创业投资合伙企业（有限合伙）”，基金主要对显示、半导体产业的项目进行投资，并专注于显示及人机交互、物联网、智能制造等细分市场。

杨勇告诉记者，基于自主研发的3D AOI，矩子科技具备拓展到更多新领域的技术能力，公司率先瞄准的就是半导体、医药、miniLED等行业的机器视觉检测，目前正在开发的产品包括高速药片光学检测设备、半导体封装自动光学检测设备、miniLED AOI等。

“做中国古代工匠精神践行者。”这是杨勇创业的信念，他期望公司成为全球领先的机器视觉制造商，为此他用“矩子”给公司命名。矩子，是中国古代墨家对其首领的称呼。

从160亿只上调至400亿只 英科医疗再扩手套产能

◎记者 王子霖 ◎编辑 李魁领

从2020年开年时的每股16.44元/股，涨到8月24日收盘时的每股156.39元（最高曾达到每股184.37元），凭借着一次性手套需求的大爆发，英科医疗成为A股今年以来首只“十倍牛股”。如今，英科医疗决定继续扩张手套产能。

英科医疗24日晚间公告，公司拟将今年6月披露的年产能160亿只（1600万箱）高端医用手套项目上调为年产400亿只（4000万箱），并将投资额由15亿元扩大至40亿元，计划竣工时间为2023年。

英科医疗表示，上调生产规模的原因，是国外疫情的发展导致市场对一次性手套的需求增长，同时基于公司对于一次性医用手套市场前景的判断。2020年，一次性防护手套和医用手套成了英科医疗的增长点，公司此前披露的半年度业绩预告显示，预计净利润实现19亿元至21亿元之间，暴涨2581.8%至2864.1%。

据了解，英科医疗目前处于满产满销状态。公司前不久在互动平台表示，产能的增加远不能满足订单需求的增长，公司正在加紧新的生产线建设，未来会不断有新的产能释放。

英科医疗今年5月披露的非公开发行预案，也将产能扩张放在了重要位置。据披露，公司拟募集不超5亿元，用于61.84亿只（618.4万箱）高端医用手套项目，并补充流动资金。公司实控人、控股股东刘方毅全盘认购。公司曾在预案中表示，一次性防护手套以及各类其他医疗防护产品作为重要的抗疫物资，能够有效防止病毒传播，市场需求出现爆发式增长。

值得一提的是，英科医疗还在今日披露了一份关于签署终止泗阳项目合作协议书。为了集中主要力量完成手套生产线的扩产，公司决定终止泗阳非织造原料生产线及医疗用品生产制造项目的合作。

柳钢股份 拟增资控股广西钢铁

◎记者 李少鹏 ◎编辑 李魁领

随着广西钢铁重组接近尾声，防城港大型钢铁项目也进入最后冲刺期。

柳钢股份24日晚发布公告称，公司拟斥资60亿元对参股公司广西钢铁增资扩股，增资完成后，公司将持有后者45.83%的注册资本，加上受让部分委托表决权，将取得广西钢铁的控制权，实现对广西钢铁并表。交易完成后，公司将深度参与防城港钢铁基地项目后续建设，该项目预计2020年内可实现产品对外销售并产生盈利。

具体来看，柳钢股份拟以货币资金对广西钢铁进行增资，其中60亿元增加广西钢铁注册资本，其余进入资本公积。增资完成后，广西钢铁的注册资本将由180亿元增加至240亿元。其中，柳钢股份出资110亿元，柳钢集团出资109.38亿元，武钢集团出资20.62亿元，三者占广西钢铁注册资本的比例将分别达到45.83%、45.58%和8.59%。

记者了解到，为了使柳钢股份顺利“接手”广西钢铁，柳钢集团、武钢集团拟放弃本次对广西钢铁的优先增资权。同时，公司控股股东柳钢集团还将所持广西钢铁股权对应的表决权委托给柳钢股份。因此，增资后，柳钢股份将取得广西钢铁控制权。

资料显示，广西钢铁手中的防城港项目是我国近年来获批的两个大型钢铁项目之一，早在2004年，武钢集团就与广西方面签署了防城港钢铁项目的协议。不过，随着武钢和宝钢集团在2016年合并，在湛江和防城港两个相邻的且有直接竞争的项目上，宝武集团最终决定重点发展湛江钢铁项目。在此背景下，宝武集团将防城港项目交给柳钢集团管理。

随后，武钢集团与柳钢集团在2018年2月签署《重组协议》，对广西钢铁进行股权重组。柳钢集团在同年7月对广西钢铁增资109.38亿元，取得其控制权。2019年10月，柳钢集团控股的柳钢股份出资50亿元对广西钢铁进行增资，为全面“接手”防城港项目做好准备。

需要指出的是，地处北部湾的防城港是“一带一路”重要港口。防城港钢铁基地项目产品定位高强度螺纹钢、合金钢棒材、优质线材等，建成后预计年产钢材919万吨。公告显示，截至目前，防城港钢铁基地项目已部分建成并开始投产调试，预计将在2020年末正式投产运行，并在年内实现产品对外销售并产生盈利。

柳钢股份表示，本次交易完成后，公司将深度参与防城港基地后续建设，有利于未来生产及管理上的协同。同时，公司可借助防城港钢铁基地的区位优势，积极开拓东盟国家的市场，提升公司的行业地位和品牌影响力。